

Compte-rendu Rencontre Culture et Mécénat 31 mars 2008

L'intégralité de la rencontre, diffusée en simultanée sur Jet FM, est [téléchargeable](#) sur le site de la radio.

Les acteurs culturels sont confrontés à des difficultés récurrentes de financement. La tension qui pèse sur les financements publics conjuguée au vacillement des modèles économiques traditionnels les contraint à envisager de nouveaux modes de financement.

La loi N°2003-709 du 1^{er} août 2003, qui définit de nouvelles mesures en faveur du mécénat d'entreprise, ouvre de nouvelles perspectives.

Quelles sont les avancées de cette loi ? Qui peut en bénéficier ? Les micro-projets sont-ils concernés ? Quels sont les partenariats à mettre en œuvre ? L'indépendance artistique est-elle assurée ? Etc.

Nous avons ainsi souhaité faire un point de situation. Vous avez été plus de 100 à répondre à notre invitation à échanger avec les intervenants sur ces différents points.

Intervenants :

- Nicole Jimenez, responsable du réseau régional [ADMICAL](#) (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial)
- Gérard Bertrand, correspondant mécénat à la Chambre de Commerce et d'Industrie Nantes-Saint Nazaire
- Thierry Chevalier, correspondant mécénat auprès de la DRAC (Direction régionale des affaires culturelles)

Modérateurs : Vincent Priou, Directeur de Trempolino, et Sandrine Gibet, Responsable de Nantes Création

A/ 1^{ère} intervention : Nicole Jimenez, responsable du réseau régional ADMICAL (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial)

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Distinction entre parrainage et mécénat- Données nationales sur le mécénat culturel- Législation (notamment, les conditions d'éligibilité et la procédure du rescrit)- Les différentes formes du mécénat |
|---|

1/ La distinction entre parrainage et mécénat s'opère d'un point de vue fiscal

► **Parrainage**

Le terme de *sponsoring* n'étant pas utilisé par l'administration fiscale, nous ne retiendrons que le terme de parrainage.

Selon l'article 39-I-7e du Code général des impôts (CGI), le terme de parrainage doit être réservé aux "dépenses engagées dans le cadre de manifestations de caractère [...] culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique [...] ou à la diffusion de la culture [et] de la langue françaises, lorsqu'elles sont exposées *dans l'intérêt direct de l'exploitation*". Le parrainage répond donc à une *démarche commerciale* explicitement calculée et raisonnée, *sa retombée doit être quantifiable et proportionnée à l'investissement initial*.

Dans le régime du parrainage, les sommes sont déductibles sans limitation de montant et quel que soit le résultat de l'exercice (sauf à tomber sous la qualification "d'acte anormal de gestion"). Pour être déductibles, les dépenses de parrainage doivent être engagées à l'occasion d'une manifestation, dans l'intérêt direct de l'exploitation aux conditions générales de déductibilité des charges.

► **Mécénat**

Le mécénat est régi par la loi du 1^{er} août 2003 sur le développement du mécénat. Le mécénat est un *soutien matériel apporté sans contrepartie directe* de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne *pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général.*"

Parrainage et mécénat ont donc les mêmes champs d'intervention mais se distinguent, lorsqu'ils sont utilisés par une entreprise, par l'existence ou non de retombées commerciales quantifiables que l'entreprise peut retirer des dépenses qu'elle a engagées, et par un bénéfice fiscal différent.

Le bénéfice fiscal du mécénat est nettement plus intéressant pour l'entreprise au regard du parrainage, mais les contreparties sont limitées. Par ailleurs tous les organismes culturels ne sont pas éligibles au mécénat.

2/ La loi N°2003-709 du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations

[La loi N°2003-709 du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations](#) a créé un climat favorable au développement du mécénat d'entreprise en augmentant le droit à réduction d'impôt des entreprises mécènes (doublement de l'avantage fiscal) mais aussi en autorisant la valorisation de leurs actions et en apportant une clarification quant aux ayant-droits au mécénat (réduisant ainsi le risque de requalification).

► **Quelles sont les activités présentant un intérêt général ?**

"Le régime du mécénat peut bénéficier aux :

- œuvres ou 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,
- aux associations reconnues d'utilité publique,
- aux fondations d'entreprise,
- aux fondations sous égide,
- aux fondations reconnues d'utilité publique,

- aux musées de France,

- aux établissements d'enseignement supérieur public, ou privé à but non lucratif agréés par le ministre chargé du Budget et le ministre chargé de l'Education Nationale,
- aux établissements d'enseignement artistique publics ou privés à but non lucratif agréés par le ministre chargé du Budget et le ministre chargé de la Culture
- aux organismes agréés qui ont pour objet exclusif de participer, par le versement d'aides financières, à la création d'entreprise,
- aux associations culturelles ou de bienfaisance autorisées à recevoir des dons et legs,

- aux établissements publics des cultes reconnus d'Alsace-Moselle,
- aux organismes publics ou privés dont la [gestion est désintéressée](#), qui ont pour activité principale la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque, à la condition que les versements soient affectés à cette activité."

Source Admical

L'[article 238 bis AB du CGI](#) stipule également que :

- **L'acquisition par une entreprise d'œuvres originales d'artistes vivants** afin de les inscrire à un compte d'actif immobilisé (constitution d'une collection) l'autorise à déduire du résultat de l'exercice d'acquisition et des quatre années suivantes, par fraction égale, une somme égale au prix d'acquisition. L'entreprise doit alors exposer dans un lieu accessible au public le bien qu'elle a acquis pour la période correspondant à l'exercice d'acquisition et aux quatre années suivantes.

- De même, une entreprise, qui acquiert un **instrument de musique** afin de le prêter à titre gratuit aux artistes-interprètes qui en font la demande, peut prétendre à des déductions fiscales.

► Votre organisme est-il habilité à recevoir des dons et à délivrer des reçus ? La procédure du rescrit fiscal

La loi du 1^{er} août 2003 permet aux organismes ou groupements recevant des dons de s'assurer auprès de l'administration, *préalablement à la délivrance des reçus fiscaux*, qu'ils répondent bien aux critères définis aux articles 200 et [238 bis](#) du code général des impôts que les dons qui leur sont alloués ouvrent droit à réduction d'impôt. Il s'agit de la *procédure du rescrit fiscal*.

La demande doit être faite sur papier libre et être présentée selon le [modèle](#) fixé par voie réglementaire auprès de la direction des services fiscaux du département du siège de l'organisme. Elle doit être **préalable à la délivrance des reçus fiscaux** et comporter une présentation précise et complète de l'activité exercée par l'organisme ainsi que toutes les informations nécessaires à l'administration pour apprécier si l'organisme relève de l'une des catégories mentionnées aux articles 200 et 238 bis du code général des impôts.

L'administration dispose d'un délai de six mois pour répondre à la demande de l'organisme. Le délai de 6 mois commence à courir à compter de la réception d'un dossier complet par l'autorité fiscale compétente pour statuer.

La réponse positive de l'administration autorise les organismes à délivrer des reçus de dons ([Reçu fiscal "dons aux œuvres" – Cerfa N°11580*2 \(Articles 200 et 238 bis du CGI\)](#)). De même, *lorsque l'administration n'a pas répondu dans un délai de six mois, la demande est réputée tacitement acceptée*. La réponse positive de l'administration ne vaut que pour la situation décrite dans la demande.

La réponse négative de l'administration doit comporter l'exposé des motifs qui la justifient. L'organisme qui délivre des reçus fiscaux malgré une réponse négative de l'administration encourt une amende égale à 25% des sommes indûment mentionnées sur ces documents. Il en va de même de l'organisme qui délivre à tort de tels reçus dans l'hypothèse où il n'aurait pas saisi l'administration sur ce point.

► Quelle déduction fiscale pour l'entreprise mécène ?

Dès lors que des organismes répondent aux critères définis aux articles précités, les dons qu'ils reçoivent ouvrent droit à une **réduction fiscale de 60% des sommes versées dans la limite de 5‰ du chiffre d'affaires** pour les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés.

Pour pouvoir en bénéficier, l'entreprise doit joindre à sa déclaration d'impôts le **reçu de dons** émis par l'organisme bénéficiaire.

► Quelles contreparties pour l'entreprise mécène ?

L'esprit du mécénat est le **don**. "L'administration fiscale reconnaît l'existence de contreparties dans une opération de mécénat, à condition qu'il existe une **disproportion marquée** entre les sommes données et la valorisation de la prestation rendue."

Si la loi ne spécifie pas ce qu'est une "disproportion marquée", l'*évaluation des contreparties* (mise à disposition de places, apposition du logo sur une affiche ou un site internet, etc.) est indispensable vis-à-vis de l'administration fiscale.

"L'association du nom de l'entreprise versante aux opérations réalisées par l'organisme relève du mécénat si elle se limite à la simple mention du nom du donateur, quels que soient le support et la forme, à l'*exception de tout message publicitaire*".

La jurisprudence établit que *les contreparties doivent être inférieures à 25% du montant du don*.

► Quelles sont les différentes formes de mécénat ?

- Apport financier
- Apport en nature
- Apport technologique
- Mécénat de compétences (par exemple, la mise à disposition d'un comptable).

Quelle que soit la nature du mécénat, les déductions fiscales sont identiques.

► Quelques données chiffrées sur le mécénat :

Le mécénat représentait **1 milliard d'euros en 2005**, soit 0,2% du PIB. L'Admical mène actuellement une étude qui révèle une progression constante.

Le **mécénat culturel** représente le plus gros volume : 32% du mécénat global, soit 340 millions d'euros. Les principaux secteurs bénéficiaires sont les musées, l'art contemporain, la musique ; le théâtre est le "parent pauvre".

Le mécénat des entreprises n'est pas cloisonné, le **mécénat croisé** progresse chaque année (culture/solidarité ; culture/environnement ; solidarité/environnement, etc.). La moitié des entreprises mécènes apportent leur soutien à la culture, 66% à la solidarité, 20% à l'environnement et 11% à la recherche.

38% du mécénat correspond à un apport financier.

Il est faux de penser que les entreprises mécènes sont majoritairement de grosses entreprises parisiennes. 53% d'entre elles sont en effet situées en province. De plus, les PME constituent 57% des entreprises mécènes et représentent 31% du montant total.

72% des entreprises mécènes appartiennent au secteur des services.

► **En conclusion,**

La demande de mécénat émanant des porteurs de projets est nettement supérieure à l'offre des entreprises mécènes. Ces dernières sont en conséquence sur-sollicitées, notamment les grosses entreprises et fondations. Les porteurs de projets doivent donc faire preuve de ténacité et élaborer une stratégie fine de recherche de financements.

La procédure du rescrit fiscal est indispensable avant toute démarche auprès d'un mécène potentiel. Celle-ci apporte en effet une sécurisation au porteur de projet quant à son éligibilité au mécénat.

Comme l'a indiqué Nicole Jimenez en reprenant les propos de Jacques Rigaud, ancien président d'Admical, "le mécénat n'est pas fait pour palier un manque de public ou pour boucler les fins de mois d'un Etat nécessiteux". **Sa part dans le budget d'un projet doit rester marginale** (10 à 15% maximum) et **permettre de financer la prise risque et l'innovation inhérentes à toute création artistique.** Sur ce terrain, les artistes et le chef d'entreprise trouvent un terrain d'entente naturel.

Seules 60% des entreprises mécènes utilisent le mécanisme de défiscalisation. Ainsi, si la déduction fiscale est un élément incitateur pour l'entreprise mécène, cet avantage fiscal ne doit en aucun cas constituer un élément déclencheur de la démarche de mécénat... **Le mécénat est avant une affaire de rencontre.**

► **Pour en savoir plus**

www.legiculture.fr

Mécénat culturel : quelles incitations fiscales ? – Le jurisculture janvier 2008

Ce qui motive les entreprises mécènes – De la philanthropie à la responsabilité sociale – Virginie Seghers – Ed. Acteurs de la société

www.autrement.com/ouvrages.php?ouv=2746709492

B/ 2^{ème} intervention : Gérard Bertrand, correspondant mécénat à la Chambre de Commerce et d'Industrie Nantes-Saint Nazaire

- Les motivations des entreprises mécènes
- Le Pôle atlantique du mécénat
- Rôle de la CCI en matière de sensibilisation des entreprises au mécénat

► **Le Pôle Atlantique du Mécénat**

Les PME-PMI, qui constituent pourtant une large part des entreprises mécènes, y recourent encore modestement. Un accord a ainsi été signé entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Association des Chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI) afin d'encourager le mécénat des PME-PMI. Des correspondants mécénat ont ainsi été nommés en région auprès des DRAC et CCI.

Le pôle Atlantique du mécénat a été constitué en Pays de la Loire afin d'échanger et définir un plan d'action en direction des PME-PMI. Les parties prenantes sont :

- la CCI Nantes-Saint-Nazaire
- la DRAC des Pays de la Loire
- la Fondation de France Pays de la Loire
- l'ordre des experts-comptables des Pays de la Loire (l'expert-comptable est en effet le premier conseiller des patrons de PME-PMI en matière fiscale)
- l'ordre des notaires
- les services fiscaux

► **Diagnostic : les entreprises mécènes en Pays de la Loire**

Dans le cadre du Pôle Atlantique du Mécénat, une enquête a été menée auprès des entreprises de 50 à 300 salariés afin d'établir un diagnostic du mécénat d'entreprise en région Pays de la Loire. 80% des entreprises sollicitées ont répondu à l'enquête.

40% des entreprises disent avoir fait du mécénat (pour 24% d'entre elles ; elles envisagent le mécénat comme un don et dans la durée) ou du parrainage (relation commerciale ponctuelle).

Les secteurs concernés étaient : le sport, la culture (25%), la solidarité, l'environnement.

Le mécénat s'est formalisé par :

- un apport financier : 60%
- un apport en nature (locaux, matériel) : 30%
- un apport de compétences : 15%. Il permet l'implication des salariés et un enrichissement technique.

► **Les motivations des entreprises mécènes**

L'aspect fiscal n'est pas considéré comme l'élément moteur du mécénat. Ainsi, 40% des entreprises mécènes ont bénéficié des déductions fiscales.

Le projet soutenu par le mécène révèle son identité. Le mécénat constitue ainsi un **outil de communication indéniable** sur ses valeurs et en direction de ses cibles (salariés, clients, fournisseurs, grand public, etc.). Son association à des causes d'intérêt général et gratifiantes enrichit cette image.

L'ancrage territorial et la proximité géographique constituent les points forts en matière de mécénat. Par exemple, les entreprises exportatrices, souvent éloignées de leur territoire, souhaitent ainsi recréer du lien. De même, une entreprise nouvellement implantée sur un territoire cherchera à se faire connaître.

► Les modes d'organisation des entreprises mécènes

Les entreprises peuvent exercer individuellement et directement leurs actions de mécénat.

Elles peuvent également créer leur propre **fondation d'entreprise** ou opter pour une gestion collective par le biais d'**associations**, de **fondations d'entreprise** (par exemple, [Mécène & Loire](#)) ou de **clubs d'entreprises**. Elles délèguent alors la gestion de leurs actions de mécénat et inscrivent leur stratégie de mécénat dans le long terme. Les clubs d'entreprise peuvent être constitués autour d'un projet ou d'un événement, à l'initiative d'une CCI ou d'entreprises.

On dénombre 1 500 fondations dont 250 fondations d'entreprises.

80% des clubs d'entreprises sont situés en province. 78% des dons de ces clubs vont à la culture (45% à des institutions culturelles, lieux de patrimoine, manifestations).

Un porteur de projet peut également démarcher les **clubs professionnels et réseaux territoriaux de chefs d'entreprise** et ainsi approcher plusieurs entreprises en une seule fois.

► Pôle Atlantique du Mécénat : qui contacter ?

CCI Nantes Saint Nazaire

Gérard Bertrand, correspondant mécénat

Martine Luriot, correspondante mécénat

16 quai Ernest Renaud – BP 90517

44105 Nantes cedex 4

Tél. : 02 40 44 63 63

E-mail : gerard.j.bertrand@wanadoo.fr

E-mail : M.LURIOT@nantes.cci.fr

www.nantesstnazaire.cci.fr

DRAC Pays de la Loire

Thierry Chevalier, correspondant mécénat

1 rue Stanislas-Baudry – BP 63518

44035 Nantes cedex 1

Tél. : 02 51 83 20 70

E-mail : thierry.chevalier@culture.gouv.fr

www.pays-de-la-loire.culture.gouv.fr

Fondation de France Pays de Loire

Yann Desdouets, délégué régional

Anne-Marie Plunian Le Scornec, référente partenariats & ressources

5 rue Columelle

44000 Nantes

Tél. : 02 51 83 20 70

E-mail : yann.desdouets@fdt.org

www.fdf.org

Ordre des Experts-Comptables des Pays de Loire

Marie-Elisabeth de Beauchaine, secrétaire générale communication

14 allée du Haras – BP 41845

49018 Angers cedex 01

Tél. : 02 41 25 35 45

E-mail : ordec.meb@wanadoo.fr

www.paysdeloire.experts-comptables.fr

► Pour en savoir plus

Mécénat culturel – Mettez votre entreprise sur le devant de la scène !

www.pays-de-la-loire.culture.gouv.fr/dracpl/fichierTelecharge/20071213-114645-mecenat.pdf

Cahiers de l'ACFCI : "Mécénats: intérêts bien compris"

www.culture.gouv.fr/culture/actualites/politique/mecenat/acfci.pdf

C/ 3^{ème} intervention : DRAC, Thierry Chevalier, correspondant mécénat auprès de la Direction régionale aux affaires culturelles

- Quelques règles pour une recherche de fonds efficace et une relation de mécénat réussie

► **Les interrogations du porteur de projet culturel quant au mécénat**

Les acteurs culturels montrent une certaine réserve quant au financement de la culture par le secteur privé. **L'intérêt général et les intérêts privés sont-ils vraiment compatibles ?**

Par ailleurs, le mécène ne risque-t-il pas d'exercer une certaine ingérence dans le projet artistique ? Dans la réalité, on constate qu'il existe une réelle étanchéité entre le financement et la création. Cela ne doit pas signifier, bien au contraire, qu'il ne doit pas y avoir d'échange entre le porteur de projet culturel et le mécène. L'implication du mécène aura en effet un impact positif sur l'ampleur de son apport ainsi que sur la durée du partenariat.

Les gros projets et événements culturels semblent capter la majorité des dons. **Restent-ils une place pour les micro-projets ?**

► **La recherche de fonds nécessite une bonne préparation**

Pour une recherche de fonds efficace et une relation de mécénat réussie, les porteurs de projets culturels doivent **professionnaliser leur démarche**.

1/ Avant de s'adresser à un mécène potentiel, le porteur de projet culturel doit s'interroger sur le cadre déontologique de sa démarche de mécénat : Que suis-je prêt à accepter ? Quelles contreparties suis-je prêt à concéder ? L'image du mécène correspond-elle à mon projet ? etc.

2/ Après avoir répondu à ces questions le porteur de projet culturel doit structurer son offre de partenariat.

- La formulation du projet doit apporter un maximum d'informations (statut juridique, éligibilité, références, moyens, objectifs, parties prenantes, etc.) tout en restant compréhensible par des non-initiés.
- Pour susciter l'intérêt du mécène, le projet doit présenter des éléments différenciateurs : spécificités, innovations, etc.
- La définition des grandes lignes du projet en termes d'actions et de besoins doit faire ressortir les apports attendus du mécène (nature du partenariat, les contreparties...).

Remarque : Il est rare qu'un mécène s'engage sur un projet global et sur le long terme dès la première sollicitation. Un premier test sera souvent nécessaire.

3/ Il procède ensuite à l'identification des mécènes potentiels

- Il est essentiel de bien connaître l'entreprise afin que le projet et la demande soient en adéquation avec sa stratégie de mécénat → Consulter le site de l'entreprise, des bases de données, des annuaires, la presse économique, etc. (Cf. Admical, CCI...).
- Des critères de sélection doivent être établis : activités proches, valeurs partagées, secteur géographique, public cible, etc.
- Il faut ensuite articuler le projet avec les problématiques de l'entreprise (par exemple, la reconnaissance des salariés) et son chiffre d'affaires (activité bénéficiaire et suffisante pour couvrir l'apport en mécénat)
- Il est nécessaire d'identifier le bon contact au sein de l'entreprise

- Pour susciter l'intérêt du mécène potentiel, il peut être intéressant de communiquer en amont sur ses activités : newsletter, invitation à des représentations ou des rencontres d'artistes, etc.

4/ Il doit apporter un soin particulier à sa proposition

- La proposition doit être personnalisée, attractive et pertinente par rapport à l'entreprise.
- Informations requises : identité du porteur de projet, objet de la demande, nature du partenariat, problématique de l'entreprise, budget détaillé, calendrier, moyens mis en œuvre, contreparties, etc.
- Il ne faut pas hésiter à joindre au dossier des articles de presse permettant de crédibiliser la demande
- La proposition doit être accompagnée d'un courrier demandant un RDV

5/ La relance

- 10 jours plus tard au maximum après la première prise de contact, il faut recontacter le prospect

6/ La négociation

- C'est la phase décisive, il faut faire preuve de conviction et adapter son discours aux problématiques de l'entreprise

7/ La contractualisation

- Une convention écrite est indispensable
- Des modèles-types reprenant les clauses essentielles existent : caractéristiques du projet, montant, nature du don, échéances, contreparties, obligations, etc.
- Il faut valoriser correctement et pouvoir justifier la valeur des contreparties au prix de vente HT (s'il s'agit d'un catalogue ou de places de spectacle, par exemple) ou au coût de revient HT (s'il s'agit de matériel). Un logo est généralement évalué de manière forfaitaire.

8/ Le suivi de la relation

- Remercier le mécène de son don
- Respecter les contreparties
- Adresser des revues de presse, résultats d'enquête, résultats de fréquentation, retombées médiatiques, etc.

En conclusion, Les facteurs clefs du succès sont le partenariat, le respect, l'égalité, la rencontre, l'échange, la coopération, le partage.

► Pour en savoir plus

Mécénat : ce qu'il faut savoir – Quelques repères pour les acteurs culturels (Mission Mécénat MCC) www.culture.gouv.fr/culture/sites-dracs/centre/Mecenat/mecenat-reperes.pdf

Associations culturelles et mécénat d'entreprise - Comment aborder la recherche de partenaires privés ? (CNAR-Opale) www.culture-proximite.org/IMG/pdf/mecenatbassedef.pdf

Le guide du mécénat – Outil d'aide à la recherche de financement (CRES Nord-Pas de Calais) www.cresnpdc.org/article.php3?id_article=331

Pour approfondir le sujet

Mission Mécénat du ministère de la Culture et de la Communication
www.culture.gouv.fr/culture/actualites/politique/mecenat/mecenat.htm

Admical www.admical.org

Culture & proximité www.culture-proximite.org/article.php3?id_article=214

CCI Nantes Saint Nazaire www.nantesstnazaire.cci.fr

DRAC Pays de la Loire www.pays-de-la-loire.culture.gouv.fr

Ordre des Experts-Comptables des Pays de Loire www.paysdeloire.experts-comptables.fr

Fondation de France Pays de Loire www.fdf.org

Institut de France www.institut-de-france.fr

IMS-entreprendre pour la cité www.imsentreprendre.com

Le salon-festival du mécénat – 25 et 26 juin 2008, Lyon www.salondumecenat.com