

Mécénat culturel



Guide pratique à l'usage des entreprises

Ce que vous devez savoir pour réussir
votre démarche de mécénat culturel

● en 11 questions clés



Ministère de la Culture
et de la Communication



FONDATION DU PATRIMOINE



ASSEMBLÉE DES CHAMBRES FRANÇAISES
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE



NOTAIRES DE FRANCE



Paroles de mécènes

● « Depuis plusieurs années, DAC-PATRIMOINE FINANCE organisait "l'automne des artistes", un événement réunissant artistes peintres, sculpteurs, stylistes...

En intégrant la fondation Mécènes Catalogne, je trouve l'aboutissement de ce que j'avais commencé seul. Grâce au rassemblement de 35 entreprises, Mécènes Catalogne va permettre de promouvoir, au travers de nombreux projets, la culture et l'art de notre région avec l'appui de la CCI, de la DRAC, des Notaires et des Experts-Comptables.»

Claude LUNG

DAC - PATRIMOINE FINANCE
Conseil en gestion de patrimoine (5 salariés)

● « A travers la restauration des décors peints de l'église Saint Etienne, j'ai souhaité participer au développement de l'attractivité de la ville de Fécamp, berceau de notre entreprise familiale depuis 80 ans, et le mécénat nous permettait de bénéficier d'un important effet de levier auprès d'autres financeurs publics et privés.»

Marc DAUDRUY

Membre du directoire du Groupe SIRH
Président de la fondation d'entreprises Fécamp Patrimoine, partenaire de la Fondation du Patrimoine dans le cadre d'une convention de mécénat

● « Ancien président du groupe De Dietrich, j'ai toujours été sensible aux questions patrimoniales et je considère aujourd'hui le mécénat comme incontournable dans la vie d'une entreprise. C'est la marque de son intérêt, voire de son enracinement dans un territoire. Les entreprises mécènes s'affirment comme des acteurs responsables d'une démarche citoyenne, innovante, et très visible. Pour nombre de chefs d'entreprise, y compris de PME ou de TPE, cet engagement procède même désormais de leur "mission". Le message véhiculé n'est pas destiné au seul public ; il cible aussi les personnels et fournisseurs, présents ou potentiels, témoignant de l'attachement de l'entreprise à son environnement professionnel.

Aujourd'hui, grâce au Club des Mécènes, 150 entreprises de toute dimension se réunissent de façon informelle, apportant de 1 000 à 50 000 €, à une quarantaine de projets régionaux proposés par la Fondation du Patrimoine.»

Régis BELLO

Ancien président du groupe De Dietrich
Président du comité de pilotage du Club des Mécènes d'Alsace, mis en place par la CCI Strasbourg-Bas Rhin et la Fondation du Patrimoine

● « Cherchant à participer aux activités publiques, j'ai proposé d'apporter un soutien financier pour un projet culturel d'intérêt local majeur : la grande exposition du musée des Beaux Arts de Dijon sur "Matisse et les Fauves hongrois". Nous avons également soutenu le musée national Magnin dans le cadre de l'exposition sur "Les heures du jour, vie courante des particuliers au 18ème siècle". Les retombées sont positives :

- En termes de **visibilité**, par la communication et les articles de presse accompagnant les expositions, notamment envers les collectivités locales qui ont découvert le cabinet,
- En termes de **notoriété** chez les clients qui ont tous réagi très positivement aux actions menées,
- En termes de **participation** active par le biais d'une présence réelle sur le lieu de l'exposition (possibilité d'inviter des clients par exemple),
- En termes de **fédération des équipes**, les salariés du cabinet s'identifiant au portage du projet.

Le cabinet est convaincu de l'aspect gagnant-gagnant de ce type de positionnement.»

Pierre CLEON

CLÉON-MARTIN-BROICHOT
Cabinet d'expertise comptable (45 salariés)

● « Par sa culture sociale, CELAD souhaitait depuis quelques années participer à des actions caritatives, humanitaires ou culturelles et a trouvé dans le mécénat un moyen d'allier cet intérêt social avec son métier. CELAD a choisi le mécénat de compétence qui permet à l'entreprise de déléguer les compétences d'un ou de plusieurs collaborateurs auprès d'associations reconnues d'intérêt général. Avec l'aide de la CCI de Toulouse, nous avons mécéné le Théâtre Grand Rond et la Grainerie pour lesquels CELAD a réalisé des travaux de programmation de bases de données ou de site internet.»

Vincent GARDEAU

CELAD (site de Toulouse)
Société de conseil et d'ingénierie en informatique (235 salariés)

Mécénat culturel

Guide pratique à l'usage des entreprises

Edito

« L'offre culturelle a été l'un des domaines privilégiés du développement du mécénat d'entreprise dans notre pays pour des raisons évidentes. D'abord, la culture est l'un des axes les plus forts de notre rayonnement. Ensuite, les entreprises ont depuis longtemps compris qu'il ne s'agit pas seulement d'améliorer leur image, mais de travailler à la qualité même de leurs valeurs communes, de leur identité et de leur interaction avec leur environnement. L'importance économique de la culture n'a pas échappé non plus aux chefs d'entreprise, notamment dans les territoires. Et l'articulation entre mécénat et responsabilité sociale a fait ressortir ce que la culture, parce qu'elle s'accompagne d'une ouverture d'esprit et d'un certain regard, peut apporter à la lutte contre toutes les formes d'exclusion et à l'égalité des chances. Finalement ce mécénat culturel de l'entreprise contribue fortement à la "culture pour chacun" dont j'ai fait l'un des grands principes de mon action. »



Frédéric Mitterrand

Ministre de la Culture et de la Communication



01 Vous avez dit mécénat ?

● Le mécénat doit soutenir l'intérêt général

Le mécénat a été défini comme :

« le 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. »

(arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière)

Si les notions centrales de cette définition (soutien, absence de contreparties et intérêt général) conservent toute leur valeur, le développement du mécénat en France doit beaucoup aux mesures fiscales incitatives portées par la loi du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, et à ses avancées successives.

Le mécénat se traduit par le versement d'un don (en numéraire, en nature ou en compétence) à un organisme pour soutenir une œuvre d'intérêt général.

Si le bénéficiaire est éligible au mécénat, le don ouvre droit pour les donateurs (entreprises et particuliers) à certains avantages fiscaux (voir fiches suivantes).

Par ailleurs, l'entreprise donatrice peut maintenant bénéficier de certaines contreparties en communication et relations publiques, sous réserve que leur valeur demeure dans une **disproportion marquée** avec le montant du don.

Tous les acteurs culturels ne peuvent pas recevoir des dons de mécènes. Leur éligibilité dépend de certaines caractéristiques de la structure porteuse (nature de l'institution, mode de gestion...) ou du projet.

Le mécénat doit donc être clairement distingué du parrainage (*sponsoring* en anglais).

Le parrainage : une autre démarche, une autre finalité

Le parrainage c'est le :

« soutien matériel apporté à une manifestation, une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct. »

(arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière)

Le Code Général des Impôts (article 39-1-7) prévoit que les dépenses engagées par les entreprises dans le cadre de manifestations notamment de caractère culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises, sont déductibles du revenu imposable

de l'entreprise lorsqu'elles sont engagées dans l'intérêt direct de l'exploitation.

Les dépenses de parrainage

Ces dépenses sont avant tout destinées à promouvoir l'image de marque de l'entreprise.

Le parrainage répond donc à une démarche commerciale explicitement calculée et raisonnée. Sa retombée doit être quantifiable et proportionnée à l'investissement.

Conditions de déduction

Elles sont remplies lorsque :

- L'identification de l'entreprise qui entend promouvoir son image de marque est assurée quel que soit le support utilisé (affiches, annonces de presse, effets médiatiques...)

- Les dépenses engagées sont en rapport avec l'avantage attendu par l'entreprise. Celle-ci doit être en mesure de justifier que les charges supportées à l'occasion d'une action de parrainage ne sont pas excessives eu égard à l'importance de la contrepartie attendue.

- Les dépenses engagées doivent satisfaire les conditions générales des charges au même titre que les autres frais généraux. En raison de son caractère commercial, cette dépense doit faire l'objet d'une facturation assujettie à la TVA.

02 Qui peut en bénéficier ?

Avant de s'engager dans une démarche de mécénat, il convient de vérifier que l'organisme est éligible au mécénat, notamment au regard du droit fiscal.

● Le bénéficiaire doit être un organisme d'intérêt général

Cette condition est remplie si :

- L'activité est **non lucrative** et **non concurrentielle**. Il est important de noter que l'assujettissement de son activité à la TVA et autres impôts commerciaux exclut *a priori* un organisme du champ de l'éligibilité au mécénat.

Toutefois, l'activité d'un organisme peut être « sectorisée ». Dans ce cas, les activités non assujetties à la TVA peuvent être compatibles avec des

actions de mécénat. Il convient de souligner enfin que ne sont pas éligibles au mécénat les organismes constitués en sociétés (SA, SCOOP, SARL, etc.) qui sont des organismes à but lucratif au sens fiscal du terme.

- La gestion est **désintéressée**.
- L'activité ne profite pas à un **cercle restreint** de personnes.

Cf. instruction fiscale 4H-5-06 du 18 décembre 2006 sur les critères d'appréciation du caractère non lucratif et de la gestion désintéressée d'un organisme sans but lucratif (notamment une association loi 1901) et sur la sectorisation des activités.

● L'œuvre doit être d'intérêt général

Cette condition est remplie si l'œuvre revêt l'un des caractères suivants :

- philanthropique,
- éducatif,
- scientifique,
- social,
- humanitaire,
- sportif,
- familial,

- culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique,
- concourant à la diffusion de la culture, de la langue ou des connaissances scientifiques françaises,
- concourant à la défense de l'environnement naturel.



Photo :
Lettre autographe du peintre Luc-Olivier Merson (1846-1920) mécénat de la société BIC pour le catalogage et la numérisation de lettres et d'autographes d'artistes conservés à la Bibliothèque de l'INHA - collections Jacques Doucet.
© Bibliothèque de l'INHA-collections Jacques Doucet.



03 Comment vérifier l'éligibilité d'un projet ?

● Les projets doivent répondre à certains critères pour donner droit au mécénat déductible

En principe, ce sont les porteurs de projet recevant des dons qui apprécient s'ils remplissent ou non les conditions pour bénéficier de dons de particuliers et d'entreprises.

Le système est purement déclaratif. La délivrance de **reçus ouvrant droit à réduction d'impôt pour dons aux œuvres** relève donc de leur seule responsabilité.

Un organisme peut, s'il le souhaite, demander à la direction des finances publiques du département

où son siège social est établi, s'il relève bien des catégories éligibles au mécénat.

La demande de **rescrit fiscal** doit être formulée par écrit, en fournissant tous éléments utiles pour apprécier l'activité de l'organisme.

La réponse de l'administration fiscale engage cette dernière.

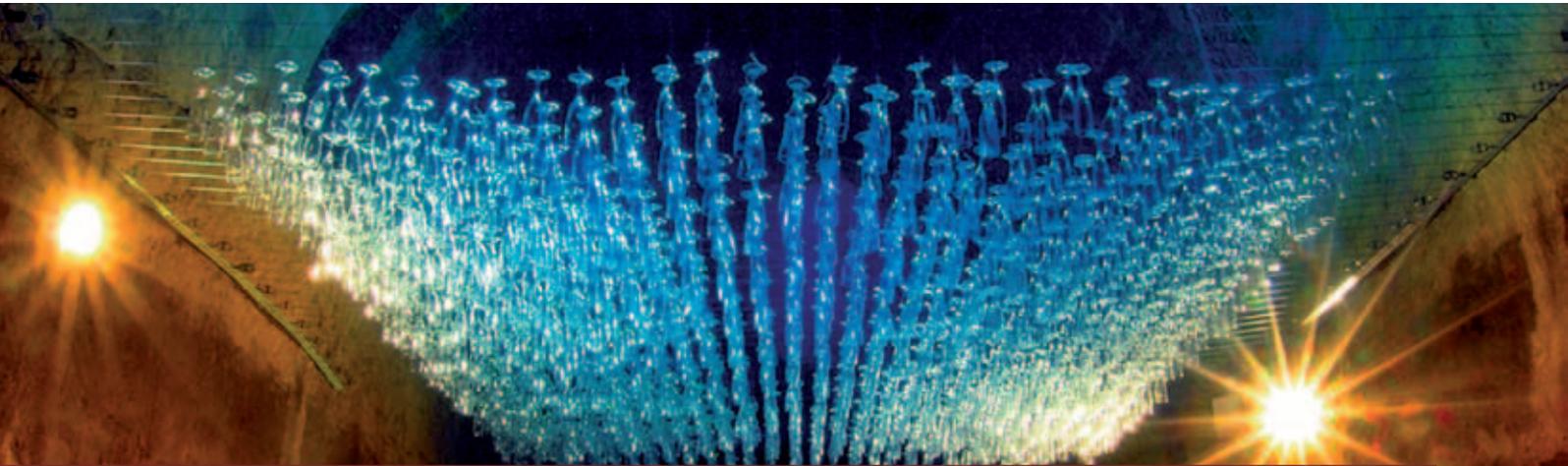
Les modalités en sont définies par l'instruction fiscale 13 L-5-04 du 19 octobre 2004. Cette disposition vise à assurer aux organismes d'intérêt général ainsi qu'aux donateurs une plus grande sécurité juridique.

● Le cas des personnes physiques

Il convient de souligner que les personnes physiques (artistes ou interprètes, par exemple) ne peuvent bénéficier en direct du mécénat des entreprises ni de celui des particuliers.

Néanmoins, ils peuvent recevoir des bourses ou des prix de fondations d'entreprise, de fondations reconnues d'utilité publique, de fondations abritées ou de fonds de dotation.





04 Quels sont les avantages fiscaux ? 1/2

● Le régime fiscal général : 60% de réduction d'impôt

Lorsqu'une entreprise assujettie à l'impôt en France fait un don à un organisme d'intérêt général, elle bénéficie d'une réduction de l'impôt sur les sociétés ou de l'impôt sur le revenu au titre des bénéfices industriels et commerciaux (BIC), bénéfices non commerciaux (BNC), bénéfices agricoles (BA), etc.

Elle peut aussi bénéficier de certaines contreparties en communication et relations publiques (voir ci-dessous).

Pour les entreprises, la réduction d'impôt est égale à **60% du montant du don effectué en numéraire, en compétence ou en nature, et retenu dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires HT**, avec la possibilité en cas de dépassement de ce plafond de reporter l'excédent de la réduction d'impôt sur les cinq exercices suivants.

Il est à noter que les mécènes sont soumis à des obligations déclaratives.

● Les contreparties

Les contreparties constituent l'avantage offert par le bénéficiaire au donateur **en plus** de la réduction d'impôt.

Ainsi la valeur de ces contreparties doit demeurer dans une **disproportion marquée** avec le montant du don.

Il est communément admis un rapport de 1 à 4 entre le montant des contreparties et celui du don. Cela signifie que la valeur des contreparties accordées à l'entreprise mécène ne doit pas dépasser 25% du montant du don.

Il pourra s'agir de la présence du logo ou du nom de l'entreprise dans la communication de l'opération, d'entrées gratuites, de remise de catalogues, de mise à disposition d'espaces, etc.

Attention toutefois, dans la communication autour d'une opération mécénée, seuls les logo et citation de l'entreprise mécène peuvent apparaître, à l'exclusion de tout message publicitaire commercial.

04 Quels sont les avantages fiscaux ? 2/2

● Comparaison des différentes formes d'accompagnement de la culture

Nature de l'opération réalisée	Dons	Parrainage	Acquisition d'œuvres ou d'instruments	Contribution à l'achat de trésors nationaux pour les collections publiques	Acquisition de trésors nationaux par l'entreprise
Entreprises concernées	Entreprises IR ou IS		Entreprises IR ou IS	Entreprises IS	Entreprises IR ou IS
Nature de l'avantage	Réduction d'impôt* égale à 60% des versements retenus dans la limite de 0,5% du CA	Déduction des sommes versées du résultat imposable Absence de plafond	Déduction du résultat imposable répartie sur 5 ans	Réduction d'impôt égale à 90% des versements dans la limite de 50% de l'IS dû	Réduction d'impôt égale à 40% des versements dans la limite de 50% de l'IS dû
Versement de 10 000 €**	Coût supporté 4000 €	Coût supporté 6 000 € si IR 6 667 € si IS	Coût supporté 6 000 € si IR 6 667 € si IS	Coût supporté 1 000 €	Coût supporté 6 000 €

* Suite à la loi n°2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, les dons ouvrent désormais droit à une réduction d'impôt.

** Pour un CA de 2 000 000 €

Définitions :

- **Déductions du revenu catégoriel** : il s'agit des dépenses supportées par le contribuable pour les besoins de son activité professionnelle et qu'il est en droit de déduire de son résultat imposable provenant d'une activité BIC, BNC ou BA ;

- **Déductions du revenu global** : charges non déductibles du revenu catégoriel que le contribuable peut déduire de son revenu global en vertu d'un texte spécifique contenu dans le Code Général des Impôts ;

- **Réductions d'impôt** : montants déductibles de la cotisation d'impôt due par le contribuable mais non remboursable en cas d'excédent ;

- **Crédits d'impôt** : montants déductibles de la cotisation d'impôt due par le contribuable et remboursable en cas d'excédent.



05 Y a-t-il d'autres dispositions ? 1/2

Des mesures spécifiques, très incitatives, ont été prises en faveur de l'art contemporain, du patrimoine, de la pratique musicale, du spectacle vivant, de la sauvegarde et de l'enrichissement des collections publiques.

● Acquisitions d'œuvres d'art contemporain et d'instruments de musique par les entreprises

Les sociétés qui acquièrent des œuvres originales d'artistes vivants peuvent les déduire de leur résultat imposable (article 238 bis-AB). La comptabilisation se fait en immobilisation. La déduction fiscale est répartie sur 5 ans par parts égales. L'entreprise doit exposer le bien qu'elle a acquis

dans un lieu accessible au public et/ou aux salariés, à l'exception de leurs bureaux, pendant la période correspondant à l'exercice d'acquisition et aux quatre années suivantes.

La mesure s'applique aussi dans le cas de l'acquisition d'instruments de musique destinés à être prêtés à

titre gratuit à des interprètes professionnels, à des étudiants des conservatoires nationaux supérieurs de Paris et de Lyon ou en IIIème cycle des autres conservatoires et écoles supérieures de musique.

● Soutien au spectacle vivant et aux expositions d'art contemporain

Des dispositions spécifiques ont été prises en faveur de la diffusion du spectacle vivant et des expositions d'art contemporain.

Les organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale :

- la présentation au public d'œuvres lyriques, musicales, dramatiques, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque,

- l'organisation d'expositions d'art contemporain, peuvent bénéficier, même s'ils sont assujettis à la TVA et aux autres impôts commerciaux, du régime général du mécénat (réduction d'impôt de 60% du montant du don), à la condition que les versements soient affectés à cette activité.

Les organismes constitués en sociétés sont exclus de ce dispositif, exception faite des sociétés dont le capital est entièrement public.



05 Y a-t-il d'autres dispositions ? 2/2

● Acquisition de trésors nationaux et d'œuvres d'intérêt patrimonial majeur

Le financement par une entreprise de l'acquisition de tout bien culturel reconnu **trésor national** ou **œuvre d'intérêt patrimonial majeur** au profit d'une collection publique ouvre droit à une réduction d'impôt égale à 90% du montant du versement effectué, dans la limite de 50% de l'impôt sur les sociétés dû.

Si l'entreprise acquiert un **trésor national** pour son propre compte, l'avantage fiscal est de 40% du montant de l'acquisition.

Cet avantage est toutefois soumis à trois conditions :

- le bien ne peut être cédé pendant une période de dix ans,
- durant cette période le bien doit être placé en dépôt auprès d'un musée de France,
- l'entreprise s'engage à consentir au classement du bien dans sa demande d'acquisition auprès des autorités administratives.

● Conservation des monuments historiques privés

Le régime général de réduction d'impôt pour le mécénat s'applique aux dons des entreprises et des particuliers destinés à financer des travaux de conservation, de restauration et d'accessibilité au public des monuments historiques privés.

Aux termes du dispositif adopté, les dons à la Fondation du Patrimoine ou à toute autre fondation ou association agréée (La Demeure Historique par exemple) ouvrent droit au bénéficiaire du régime fiscal général du mécénat des entreprises et des particuliers, sous différentes

conditions. Il faut notamment que le monument qui en bénéficie soit conservé par son propriétaire et ouvert au public (ou visible de la voie publique pour les travaux extérieurs) **pendant au moins dix ans**.

La convention passée entre le propriétaire et la Fondation du Patrimoine ou l'organisme agréé collecteur des dons, est publiée au Bulletin officiel du ministère de la Culture et de la Communication.

06 Mécénat en nature ou de compétence ?

Une des possibilités offertes à une entreprise mécène consiste à apporter des moyens (produits ou services) à la cause qu'elle entend soutenir. Il s'agit ici d'un mécénat en nature ou de compétence. Les critères d'éligibilité à cette forme de mécénat sont les mêmes que ceux prévus pour une contribution en numéraire.

● Valoriser une prestation de mécénat en nature ou de compétence

En nature :

Les textes disposent que l'apport de l'entreprise devra être valorisé au prix de revient ou à la valeur nette comptable pour les éléments inscrits à l'actif de l'entreprise.

De compétence

(prêt de main-d'œuvre) :

Il convient de considérer l'ensemble des coûts salariaux (les salaires + les charges) des personnels qui auront œuvré au titre de ce projet.

Afin de permettre un contrôle de ces contributions, il est conseillé que le mécène et la structure bénéficiaire établissent une procédure claire et contrôlable. Il est recom-

mandé que les parties s'entendent sur une liste de personnes, un détail nominatif des jours travaillés par les salariés au service du projet de mécénat.

Ces listes nominatives et la validation de leur présence sont assurées conjointement par les deux parties de la convention.

Précautions à observer par le mécène et le mécéné dans le cadre de la rédaction d'une convention de mécénat de compétence ou en nature :

1. *S'entendre sur la contribution « de compétence » : il convient ainsi de définir avec le maximum de précision les caractéristiques techniques de l'action de mécénat de compétence (selon les projets qui font l'objet de la convention, et de leur degré de complexité, un cahier des charges, le plus complet possible, sera annexé à la convention afin de détailler les caractéristiques techniques des produits ou services livrés).*

2. *Etablir un échéancier de livraison des biens ou services.*

3. *Valoriser la contribution de l'entreprise mécène, au prix de revient, notamment dans le cadre des travaux effectués, à la valeur nette comptable (pour les éléments de stock) ou à la valeur d'actif.*

Attention : il incombe à l'entreprise donatrice d'estimer son don.

4. *Porter attention aux éventuelles garanties contractuelles ou réglementaires (garantie décennale par exemple) qui devront être rappelées dans le document contractuel, notamment dans le cadre de travaux effectués.*

Photo :

«Button Ass»
de Jonathan Hammer,
installation de
7 culbutos
en porcelaine,
réalisée grâce
à un mécénat de
compétence par la
Fondation d'entreprise
Bernardaud
©Fondation Bernardaud



07

Comment trouver le bon projet ?

● Cherchez un projet éligible

Les projets éligibles sont *a priori* portés par les structures suivantes :

- L'Etat et ses établissements, les collectivités locales,
- Les organismes, notamment associatifs, reconnus d'intérêt général,
- Les fondations et associations reconnues d'utilité publique,
- Les fonds de dotation,
- Les musées reconnus Musées de France,
- Les propriétaires de monuments historiques privés pour leurs travaux de restauration sur les parties protégées ou leurs travaux d'accessibilité par l'intermédiaire de la Fondation du Patrimoine ou d'un organisme agréé,
- Les propriétaires de parcs et jardins sous certaines conditions.
- Les organismes (à gestion désintéressée) ayant pour activité principale la présentation au public d'œuvres du spectacle vivant ou l'organisation d'expositions d'art contemporain (même assujettis à la TVA ou autres impôts commerciaux),
- Certains établissements de recherche ou d'enseignement public ou privé, d'intérêt général à but non lucratif.

● Choisissez un domaine culturel qui vous convient

Le mécénat s'applique aux domaines suivants :

- Sauvegarde, enrichissement et valorisation du patrimoine : monuments, collections, musées, archives, archéologie...
- Diffusion du spectacle vivant : musique, danse, théâtre, cinéma, cirque...
- Soutien à la création contemporaine (arts plastiques, vidéo et numériques),
- Soutien à l'interprétation musicale par l'achat et le prêt d'instruments à des musiciens de haut niveau,
- Diffusion de la littérature, de la langue et des connaissances scientifiques françaises,
- Actions conjuguant la culture avec d'autres domaines (environnement, égalité des chances, lutte contre toutes formes d'exclusion, santé...).

● Définissez vos objectifs et votre stratégie

Envisagez votre démarche de mécénat comme un partenariat gagnant-gagnant. L'image de votre entreprise auprès de vos salariés, de vos partenaires ou des médias sera marquée par le projet que vous aurez choisi. Il vous permettra d'afficher vos valeurs et de montrer votre engagement et votre responsabilité sociale.

Déterminez les moyens et la durée pour lesquels vous êtes prêts à vous engager. Un soutien récurrent à une structure

culturelle valorise votre entreprise et traduit son souci de créer un lien durable avec ses partenaires. Cela participe à son attractivité économique et sociale.

Pour approfondir votre projet, contactez les **correspondants mécénat** du ministère de la Culture et de la Communication et des institutions partenaires (CCI, experts-comptables, notaires, délégations de la Fondation du Patrimoine) souvent constitués en pôles régionaux.



08 Comment valoriser votre action ?

Le mécénat peut être un moyen de communiquer de manière originale et/ou de mobiliser différemment vos salariés et vos partenaires.

● Communication interne

- Informez vos salariés de vos démarches de mécène, **consultez-les sur le choix des projets**.
- Invitez les à participer à la mise en place du projet, faites appel à leurs compétences.
- Encouragez vos salariés à s'impliquer au-delà de leur temps de travail, soutenez les projets dans lesquels ils sont personnellement engagés.

L'impact d'une démarche de mécénat peut être très fort sur la relation entre une entreprise et ses salariés. La cohésion autour du projet de mécénat permet un partage de valeurs au sein de l'entreprise.

● Relations publiques

Associée à une action culturelle dans son environnement social, votre entreprise véhicule une image nouvelle auprès de ses partenaires et du public. Le mécénat offre l'opportunité de communiquer autrement :

- en apposant son logo et son nom sur les supports de communication du projet mécéné,
- en invitant ses clients ou ses fournisseurs à assister à une représentation, à un vernissage, à une création...
- en organisant une réception autour de la manifestation.

● Relations presse

Les retombées médiatiques qui découlent de la communication liée au projet mécéné modifient l'image habituelle de l'entreprise. Dans la presse, celle-ci devient l'objet d'articles et de communiqués, et non plus seulement d'encarts publicitaires.

● Ancrage territorial

Le mécénat culturel offre également l'opportunité de créer ou de conforter une relation de confiance avec les acteurs territoriaux. En effet, l'action culturelle menée par votre entreprise au niveau régional valorise son image auprès de son

environnement proche : riverains, partenaires, collectivités... Ceci lui confère une visibilité et une attractivité locales lui permettant de tisser de nouveaux liens, de nouvelles relations, de nouveaux réseaux.



09 Comment organiser votre mécénat ?

● Mécénat individuel et mécénat collectif

Vous pouvez choisir d'impliquer votre entreprise dans des actions de mécénat culturel en direct ou créer pour cela une structure juridiquement et moralement indépendante.

- Une entreprise peut conduire seule ses actions de mécénat : elle apporte alors son soutien directement aux organismes éligibles.
- L'entreprise peut également créer une structure propre qui aura pour vocation de gérer les actions réalisées : association, fondation, fonds de dotation, etc.

Vous pouvez choisir de vous associer à d'autres entreprises pour conduire des projets en commun.

C'est ce qu'on appelle le **mécénat collectif** qui consiste à financer un projet d'envergure dont la réalisation n'est rendue possible que par l'association de plusieurs mécènes.

Les statuts d'association, de **fondation d'entreprise** et de **fonds de dotation** sont particulièrement adaptés au mécénat collectif.

● Les fondations

Une fondation est :

« l'acte par lequel une ou plusieurs personnes physiques ou morales décident de l'affectation irrévocable de biens, droits ou ressources à la réalisation d'une oeuvre d'intérêt général et à but non lucratif ».

(loi du 23 juillet 1987 pour le développement du mécénat).

Il s'agit donc d'un acte de générosité volontaire qui prend la forme d'un organisme de droit privé. Elle reçoit des biens ou des droits mobiliers ou immobiliers qui ne peuvent être rétrocédés aux fondateurs (y compris

d'éventuels bénéfices commerciaux) mais sont affectés à une mission précise. Ses obligations sont plus nombreuses que celle d'une association.

Trois formes sont couramment utilisées :

- la fondation reconnue d'utilité publique,
- la fondation d'entreprise,
- la fondation abritée par un organisme habilité (fondation sous égide).

Plus récemment, de nouveaux statuts, plus spécialisés, ont vu le jour : fondation de coopération scientifique, fondation partenariale, fondation universitaire et fondation hospitalière.

● Les fonds de dotation

Nouvel outil au service du mécénat d'entreprise (*loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008*), il peut être créé sans apport minimum ou obligation de dotation. Le fonds reçoit des biens et droits de toute nature qui lui sont apportés à titre gratuit et de manière irrévocable.

Il redistribue ces ressources ou leurs revenus pour soutenir un organisme

ou des projets éligibles. Il peut aussi être créé pour porter son propre projet (fonds de dotation opérationnel).

A la manière d'une association, il ne fait l'objet que d'une déclaration en préfecture et d'un dépôt de statuts. Il est géré par un conseil d'administration.



10 Quelles sont les formalités ?

● La convention de mécénat

La convention de mécénat n'est pas obligatoire. Elle est cependant fortement conseillée afin de fixer :

- l'objet de l'opération,
- les obligations respectives,
- la durée de l'engagement,
- les dates de réalisation, de paiement, de mise à disposition (espace, personnel),
- le planning de l'opération,

- les critères d'exclusivité (non concurrence entre différents mécènes) ou les modalités d'arbitrage entre plusieurs entreprises,
- les droits photographiques,
- les contreparties éventuelles,
- les assurances de chacun le cas échéant,
- les motifs de résiliation : manquement aux engagements, cessation d'activités...

Un modèle de convention est proposé sur le site de la mission mécénat :

www.mecenat.culture.gouv.fr

Les formulaires obligatoires (téléchargeables sur www.mecenat.gouv.fr)

• Cerfa 11580*03

Reçu au titre des dons à certains organismes d'intérêt général.

C'est le document rempli par le bénéficiaire du mécénat et remis à son mécène pour lui permettre de faire valoir son droit à réduction d'impôt au titre du don effectué.

• Cerfa 12387*01 :

Etat de suivi de la réduction d'impôt mécénat d'entreprise.

Ce document concerne les entreprises soumises à l'IR au titre de l'un des impôts sur le revenu déjà mentionnés (BIC, BA, BNC, ...) Il doit être rempli par l'entreprise en application de l'article 49 septies XA du Code Général des Impôts, et joint à la déclaration de résultat de l'exercice.

• Cerfa 12386*02 :

Réduction d'impôt mécénat.

Pour l'application des dispositions de l'article 238 bis du Code Général des Impôts, les entreprises doivent annexer une déclaration spéciale à la déclaration de résultat de l'exercice ou de la période d'imposition en cours lors de la réalisation des dépenses ouvrant droit à réduction d'impôt et mentionnées à l'article précité. Les personnes morales passibles de l'impôt sur les sociétés doivent déposer cette déclaration spéciale auprès du comptable de la direction générale des impôts avec le relevé de solde de l'exercice ou de la période d'imposition en cours lors de la réalisation des dépenses ouvrant

droit à réduction d'impôt. S'agissant des sociétés relevant du régime des groupes de sociétés prévu à l'article 223 A du Code Général des Impôts, la société mère joint les déclarations spéciales du groupe au relevé de solde relatif au résultat d'ensemble. Les sociétés du groupe sont dispensées d'annexer la déclaration spéciale les concernant à la déclaration de résultat qu'elles sont tenues de déposer en vertu du 1 de l'article 223 du code précité (article 49 septies X du CGI).

11 Et pourquoi pas donateur à titre privé ?

● Dons déductibles de l'impôt sur le revenu

Le régime de réduction d'impôt sur le revenu dont peuvent bénéficier les particuliers (*article 200-1 du CGI*) concerne tous les dons consentis aux œuvres et organismes d'intérêt général. La définition des secteurs bénéficiaires, dont la culture, est très large. La réduction d'impôt est égale à 66 % des sommes versées, retenues dans la limite annuelle de 20% du revenu imposable. Le taux de réduction a été porté à 75% (dans la limite

forfaitaire de 488€) pour les versements effectués par des particuliers au profit d'organismes sans but lucratif procédant à la fourniture gratuite de repas à des personnes en difficulté, qui contribuent à favoriser leur logement ou qui procèdent à titre principal à la fourniture gratuite de soins (*article 200-1 ter du CGI*).

Les dons peuvent être des sommes d'argent, des dons en nature (œuvres d'art...) mais également « *l'aban-*

don exprès de revenus et produits ».

Enfin, les salariés sont désormais autorisés à bénéficier des avantages fiscaux pour tous les dons qu'ils apportent à la fondation d'entreprise de leur entreprise ou de leur groupe.

Fondation d'entreprise s'entend dans ce cas au sens du statut créé par la loi du 4 juillet 1990 (voir fiche 09)

● Dons déductibles de l'impôt sur la fortune

Les redevables de l'ISF ont la possibilité d'imputer sur leur impôt, dans la limite annuelle de 50 000€, 75% des dons effectués au profit de :

- fondations reconnues d'utilité publique,
- fondations partenariales,
- fondations universitaires,
- fondations pour la recherche,

- établissements de recherche, d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique, publics ou privés, d'intérêt général, à but non lucratif.

(article 885-0 V bis du CGI, modifié par l'article 16 de la loi du 21 août 2007 en faveur du travail, de l'emploi et du pouvoir d'achat dite loi TEPA)

D'autres possibilités existent dont vous pouvez prendre connaissance sur le site : www.mecenat.culture.gouv.fr

Guide pratique à l'usage des entreprises,
réalisé en partenariat avec



www.mecenas.culture.gouv.fr



www.fondation-patrimoine.org



ASSEMBLÉE DES CHAMBRES FRANÇAISES
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

www.cci.fr



www.notaires.fr



www.ambition-mecenas.org