



Mes scènes et mécènes

A PROPOS DU MECENAT D'ENTREPRISE

Outil de communication externe, le mécénat permet à votre entreprise de mettre en valeur son image, son histoire, ses métiers.

Les outils dont vous pouvez disposer pour mener à bien cette politique de communication externe sont nombreux :

- communication graphique (association du nom et du logo de votre entreprise aux événements de la Biennale Internationale de l'Image sous la forme d'une signature sur les supports de communication)
- opérations de relations publiques (vernissages, visites privées des expositions, rencontres avec les jeunes photographes)
- relations presse associées aux événements .



UN ENRICHISSEMENT MUTUEL

Si le mécénat est un moyen de communication, il ne se limite pas à ce seul aspect : de nombreuses entreprises assignent certes à leur politique de mécénat des objectifs en termes de communication. Mais le mécénat peut produire bien d'autres effets : l'ouverture à des activités qui se situent hors du champ de travail quotidien de votre entreprise permet d'introduire dans celle-ci de nouvelles valeurs et de favoriser son intégration dans son environnement, qu'il soit social, culturel, ou humain. La pratique du mécénat permet à votre entreprise de rencontrer ses partenaires habituels (pouvoirs publics, collectivités territoriales, collaborateurs, clients, ...) dans un contexte nouveau, riche en occasions de dialogue et d'échanges.



DES DEDUCTIONS FISCALES INTERESSANTES

Les dépenses de mécénat ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60% de leur montant (versements en numéraire ou prestations en nature) dans la limite de 5[°]/₀₀ du chiffre d'affaires hors taxe. L'entreprise peut même déduire de son impôt, au titre des 5 exercices suivants (à condition de respecter le plafond à chaque exercice), l'excédent d'une année des versements liés au mécénat. La capacité de report accordée



par le législateur ne peut avoir pour effet ni de dépasser la limite de déduction de 60%* du versement, ni de dépasser la limite globale de 5°/°°.

Pour le législateur, « Le mécénat est un soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une oeuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général ».

Par soutien matériel, on entend apport financier et/ou en nature (produit, services, main d'oeuvre).

Par la mention sans contrepartie directe, on interdit la réalisation de bénéfices directs (vente de produits ou services) lors de l'opération de mécénat.

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, c'est à dire inférieures à 25 %. Une contrepartie d'image est autorisée. 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.

Le mécénat est un don, toujours net de taxes. La Biennale Internationale de l'Image remet ainsi un reçu de don aux oeuvres (fiche Cerfa n°11580*03) à l'entreprise mécène afin que cette dernière bénéficie des avantages fiscaux cités ci-dessus.

* Texte de Loi de référence : Article 238 bis du Code Général des Impôts modifié par la loi du 1er août 2003.

** Pour plus d'informations, ADMICAL, <http://www.admical.org> et Mission Mécénat, ministère de la Culture, <http://www.culture.gouv.fr>





Parrainage, Sponsoring, Mécénat, qu'elle sont les différences?

20300 l'article 39,1-7 du CGI prévoit que les dépenses engagées par les entreprises dans le cadre de manifestations culturelles, sont déductibles lorsqu'elles sont exposées dans l'intérêt direct de l'exploitation.

Cette disposition issue de l'article 10 de la loi 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, a en fait, consacré des déductibilités des dépenses de parrainage qui étaient possible en application des principes généraux de déduction des charges et admises par l'administration (note 12 avril 1985, 4C-4-85 et note 21 février 1986, 4C-3-86)

Définition des dépenses de parrainage ou Sponsoring :

20320 Les dépenses engagées dans le cadre d'opérations de **parrainage** sont destinées à **promouvoir l'image de marque** de l'entreprise. Aussi, quelle que soit la **forme** sous laquelle elles sont exposées, ces dépenses sont normalement déductibles des résultats imposables dès lors qu'elles satisfont aux conditions générales de déduction des charges.

Inst.26 février 1988, 4 C-2-88 n°137; D adm n°8,30octobre 1997

20325 Les dépenses qui entrent dans le champ d'application de l'article 39, 1-7° du CGI comprennent notamment :

- **les versements** effectués au profit des organisateurs de manifestations parrainée par l'entreprise (associations, clubs, comités, etc.);
- **les charges et frais de toute nature** supportés à l'occasion de ces manifestations. Tel est le cas par exemple des charges résultant de la mise à disposition de moyens techniques ou de personnel;
- **les rémunérations ou remboursements de frais** versés à des personnalité du monde culturel, sportif ou artistique qui participent directement aux actions mentionnées à l'article 39,1-7°;

Conditions de déduction

20360 Aux termes de l'article 39, 1-7° du CGI, les dépenses de parrainage sont déductibles des résultats imposables de l'entreprise qui les engage lorsqu'elles sont exposées **dans l'intérêt direct** de l'exploitation. Cette condition est considérée comme remplie lorsque :

- **l'identification de l'entreprise** qui entend promouvoir son image de marque dans le cadre de parrainage est assurée. Peu importe à cet égard le support qui permet cette identification (affiches, annonces de presse, effets médiatiques, etc.)
- 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 de l'action de parrainage ne sont pas excessives eu égard à l'importance de la contrepartie attendue. Cette justification résulte de l'analyse des circonstances de fait et de l'application des critères doctrinaux et juridiques existants.



Le mécénat :

Le **mécénat est à distinguer du parrainage**. Le mécénat est un soutien sans contrepartie direct ou indirect. Il y a une disproportion nette entre les sommes données et l'avantage qu'en tire l'entreprise. Les versements effectués par les entreprises bénéficient d'une réduction d'impôt égale à 60% de leur montant pris dans la limite de 5 pour mille du chiffre d'affaires.

Possibilité d'associer le nom de l'entreprise versante

10600 Seuls ouvrent droit au régime fiscal du **mécénat** les versements qui s'analysent comme de véritables dons, c'est-à-dire qui ne comporte aucune contrepartie directe ou indirecte pour le donateur. Cette règle comporte toutefois deux atténuations.

Ainsi pour les exercices clos depuis 1999, le fait pour une entreprise versante d'**associer son nom** aux opérations réalisées par les organismes bénéficiaires visés à l'article 238 bis du CGI n'est pas considéré comme une contrepartie susceptible de le priver du dispositif (IS-IX-10620s.)

Par ailleurs, l'administration a atténué la portée du principe d'absence de contrepartie en admettant, sous certaines conditions, que **la remise de biens de faible valeur** (30 euros maximum ou valeur de 1 pour 4) et la fourniture de certaines **prestations de services** ne sont pas de nature à exclure les versements du bénéfice du dispositif (IS-IX-10760s)

On notera toutefois que ces deux atténuations au principe d'interdiction n'ont pas pour conséquence d'admettre dans le cadre du **mécénat** les prestations publicitaires réalisées par les organismes bénéficiaires qui continuent de relever des dispositions relatives au **parrainage**.

10650 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. Le bénéfice du dispositif en faveur du **mécénat** n'est remis en cause que s'il n'existe pas une **disproportion marquée** entre la somme donnée et la valorisation de la prestation rendue.

Inst. 26 avril 2000, 4C-2-00 n°6 et 7