

ADMICAL

Association pour le développement du mécénat industriel et commercial qui regroupe la majeure partie des entreprises et des fondations qui ont mis en place une politique active de mécénat et milite pour la mise en place de conditions juridiques et fiscales favorables au développement du mécénat et de l'engagement de la société civile dans des mission d'intérêt public.

BENEFICIAIRES DU MECENAT

Les bénéficiaires du mécénat sont listés exhaustivement :

- les fondations ou associations reconnues d'utilité publique
- les œuvres ou organismes d'intérêt général (en particulier les associations de loi 1901)
- les organismes publics ou privés à gestion désintéressée
- l'Etat, les établissements publics les collectivités territoriales, pour une action déterminée
- certains établissements d'enseignement publics ou privés

COHESION DU PERSONNEL

Mobilisation interne de tous les salariés de l'entreprise autour de projets culturels, sociaux, humains, environnementaux.

CONTRAT

Il n'existe pas de contrat de mécénat-type. En revanche, certaines clauses sont communes à tous les contrats : durée de validité du contrat, délai de versement des fonds ou de livraison du matériel, régime fiscal s'appliquant à ces fonds, exclusivité ou non du mécénat, clause de résiliation. D'autres clauses peuvent bien sûr être ajoutées.

CONTREPARTIES DU MECENAT

Le régime de mécénat n'est juridiquement reconnu que s'il existe une « disproportion marquée » entre le don et le montant de cette contrepartie. Il est communément admis que cette disproportion ne peut-être supérieure à un rapport de 1 à 4, soit 25%.

DEVELOPPEMENT DURABLE

Ensemble d'actions environnementales et sociétales utiles et conformes au bien-être de la société, à l'intérêt collectif. Il est désormais un principe auquel se réfèrent les entreprises dans la mise en place de leurs stratégies de communication et de mécénat. Il tend à mettre en lumière l'utilité économique et sociale du mécénat.

DIPLOMATIE CULTURELLE

Politique tournée vers l'extérieur (le grand public, la conquête de marchés étrangers...) qui s'appuie sur une stratégie culturelle.

DON

Mise à disposition par l'entreprise d'une somme d'argent, sans aucune contrepartie.

ETHIQUE

Mode de gestion dans la mise en place des stratégies de communication qui repose sur l'idée qu'une entreprise se doit d'être un citoyen responsable et qui doit s'inscrire dans son tissu social en participant à la vie en communauté.

FONDATION

L'article 18 de la loi de 1987 définit la fondation comme suit : acte par lequel une ou plusieurs personnes physiques ou morales décident l'affectation irrévocable de biens, droits ou ressources à la réalisation d'une oeuvre d'intérêt général à but non lucratif. Cette structure qui émane généralement de la décision d'un dirigeant d'entreprise possède ainsi les moyens matériels et financiers de mettre en place des opérations de mécénat sur le long terme. Pour qu'elle soit reconnue d'utilité publique, la fondation doit être désignée par un décret en Conseil d'Etat. Le nombre de fondations en France s'élève à 476 fondations d'utilité publique, dont deux tiers seraient peu actives, et environ 80 fondations d'entreprise, auxquelles s'ajoutent environ 500 fondations sous l'égide de la Fondation de France.

IMAGE

Représentation subjective que projette une entreprise auprès du public et des consommateurs. L'enjeu autour de cette projection est important et nécessite au sein des entreprises le contrôle et la définition des moyens mis en œuvre pour influencer sur elle.

LIMITES

Les limites évoquées au développement du mécénat culturel sont l'image d'élitisme et de manque d'efficacité que véhiculent les politiques de communication qui s'appuient sur le mécénat culturel.

LOI DU 1ER AOÛT 2003

La loi du 1^{er} Août 2003 a été mise en place par Mr Aillagon alors qu'il était ministre de la culture. Elle vient réviser la loi de 1987 qui régissait le régime du mécénat. Elle accorde une réduction d'impôt de 60% du montant des dons (dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires, avec possibilité de report sur cinq exercices en cas de situation déficitaire), encourage la constitution de collections d'œuvres d'artistes vivants, au sein des entreprises.

MECENAT

Désigne toutes les actions que l'entreprise mène en dehors de son objet direct mais qui vise néanmoins à promouvoir son image de marque et à améliorer sa notoriété. Son régime juridique et fiscal est régi par les lois de 1987 et de 2003. Ses conditions sont clairement définies : il ne doit pas s'inscrire dans une démarche ostensiblement commerciale, ses retombées quantifiables ne peuvent pas dépasser 25% de l'investissement initial, c'est en cela qu'il se distingue du partenariat.

MECENE

Ce terme vient de Caius Cilvius Maecenas, conseiller de l'empereur Auguste et protecteur des lettrés et des artistes. Il revient aujourd'hui à l'individu ou à l'entreprise qui met en place une politique de mécénat, quel qu'elle soit.

ORIGINE DU MECENAT EN FRANCE

L'essor du mécénat en France date du début des années soixante. Il a été favorisé, sous l'influence d'André Malraux, par la création de la Fondation de France ainsi que par l'introduction de mécanismes d'incitations fiscales. Après une nouvelle impulsion donnée à la fin des années 1980, à la faveur de la loi de 1987 sur le mécénat et de la loi de 1990, le régime français du mécénat est resté jusque aujourd'hui, peu avantageux, compliqué, et donc au total peu incitatif.

PARRAINAGE

Soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à 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 une indication de son nom ou de sa marque. Il répond donc à une démarche directement commerciale explicitement calculée et raisonnée, sa retombée doit être quantifiable et proportionnée à l'investissement initial. Il se distingue en cela du mécénat.

PHILANTHROPIE

Principe d'action désintéressé. Ce principe est peu à peu érigé en ligne de conduite pour les entreprises qui se réclame d'une communication éthique et les pousse à s'engager dans des enjeux de la vie en communauté sans lien direct avec leur activité économique.

PROJET

Elaboration d'un travail, d'un concept, d'une ébauche à travers un but que l'on se propose d'atteindre. La définition d'un projet est à l'origine de la politique de mécénat qui vient en support d'un concept qu'elle juge intéressant, innovant ou en phase avec une certaine vision de la société. Il est la base de l'engagement d'une entreprise dans une opération de mécénat culturel et peut être porté par un artiste seul, un groupement, une association, une institution...

PUBLICITE INDIRECTE

Mode de communication et de diffusion de l'image ou de la marque de l'entreprise qui ne passe pas par les réseaux médiatiques traditionnels, mais par des événements visant, ouvertement ou discrètement, à améliorer l'image et la notoriété de l'entreprise. La publicité indirecte permet de relier une marque commerciale à un événement.

REGIME JURIDIQUE ET FISCAL

La réforme des articles 200 et 238 bis du Code général des impôts, prévue par les articles 1er et 3, permet de consacrer une règle simple et efficace : chaque citoyen et chaque entreprise bénéficiera d'une réduction d'impôt de 60 %. Pour les particuliers il s'agira d'une réduction de l'impôt sur le revenu, et pour les entreprises d'une réduction d'impôt sur les sociétés (ou de l'impôt sur le revenu, en fonction du statut fiscal de l'entreprise). Pour les particuliers, le plafond de la réduction fiscale sera porté à 20 % du revenu imposable, contre 10 % actuellement, avec une possibilité de reporter l'excédent de la réduction fiscale sur cinq ans. Pour les entreprises, la réduction fiscale sera plafonnée à 0.5 % du chiffre d'affaires dans tous les cas, contre 2,25 et 3,25 0/00 actuellement en fonction du statut du bénéficiaire. L'article 2 double l'abattement au titre de l'impôt sur les sociétés dont bénéficient les fondations reconnues d'utilité publique, qui est porté de 15 à 30 000 €. L'article 4 permet aux héritiers,

VADEMECUM ART & ENTREPRISE

donataires et légataires de déduire de l'assiette des droits de succession le montant de leurs dons aux fondations reconnues d'utilité publique. L'article 5 autorise les fondations d'entreprise à recevoir les dons effectués par les salariés de l'entreprise fondatrice.

RESCRIT

Procédure qui permet aux associations, groupements d'artistes et autres organismes demandeurs de poser une demande d'éligibilité au régime du mécénat au service des Impôts (si aucune réponse n'est parvenue après un délai de 6 mois, l'accord est considéré comme tacite). Elle permet d'éviter de payer une amende pour délivrance irrégulière de reçus fiscaux.

RETOUR SUR INVESTISSEMENT

Ce terme désigne les contreparties, financières ou non d'un investissement. Il peut être financier ou non et doit être quantifié. Le retour sur investissement quantifiable du mécénat ne doit pas être supérieur à 25% de l'investissement initial. Cependant, il peut aussi désigner le rayonnement et la notoriété de l'entreprise qui résulte d'une opération de mécénat culturel.

SPONSORING

Terme anglo-saxon pour partenariat.

SPONSOR

Terme latin qui signifiait garant, caution, parrain. Utilisé pour désigner l'entreprise partenaire.

TEXTES REGLEMENTAIRES

1 - TEXTES OFFICIELS

- **Loi n° 2003 – 709 du 1er août 2003 , dite Loi « Aillagon » en faveur du mécénat**
- **Loi de programmation pour la cohésion sociale n° 2005-32 du 18 janvier 2005**
Article 127 (taux de réduction d'impôts concernant le mécénat des particuliers)
- **Loi de finances n°2004-1484 du 30 décembre 2004**
Article 20 (fiscalité des fondations reconnues d'utilité publique)

II - CODE GENERAL DES IMPOTS

- *Article 200 (article 1er) : mécénat des particuliers*
- **Loi de finances rectificative pour 2003 (n° 2003-1312 du 30 décembre 2003) -Article 55**

- *Article 238 bis : mécénat des entreprises modifié par l'article 16 de la loi de finances rectificative pour 2003 (n° 2003 – 1311 du 30 décembre 2003) concernant le spectacle vivant*
- *Article 238 bis AB sur le mécénat des entreprises- acquisitions d'œuvres d'artistes vivants et d'achat d'instruments de musique par les entreprises*

III- LES DECRETS D'APPLICATION DE LA LOI DU 1ER AOUT 2003

- **Décret n° 2005-1136 du 7 septembre 2005** portant création des distinctions de mécène et de donateur du ministère de la culture a été publié au Journal officiel de la République française du 10 septembre dernier.
- **Décret n° 2004-63 du 14 janvier 2004** relatif aux « œuvres d'intérêt majeur »
- **Décret n° 2004-185 du 24 février 2004** relatif aux modalités d'imputation des réductions d'impôt.
- **Décret n° 2004 – 692 du 12 juillet 2004** relatif à l'habilitation de certains organismes à recevoir des dons et à délivrer aux donateurs des attestations ouvrant droit à réduction d'impôt (procédure dite du « rescrit fiscal »).

IV – LES FONDATIONS

- **Loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 (Journal Officiel du 24 juillet 1987)** sur le développement du mécénat relatif aux fondations.
- **Loi n° 90-559 du 4 juillet 1990** créant les fondations d'entreprise et modifiant les dispositions de la loi 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat relatif aux fondations.
- **Circulaire du Premier ministre du 1er avril 2003** relative aux délais de reconnaissance d'utilité publique des associations et des fondations

V – LES INSTRUCTIONS FISCALES

- **Instruction 4C-3-92 du 23 juin 1992** - relative au régime des versements à des fondations d'entreprises.
- **Instruction 4 H-5-98 n°170 du 15 septembre 1998** - relative aux organismes sans but lucratif et la notion d'intérêt général.

VADEMECUM ART & ENTREPRISE

- **Instruction 5 B-17-99 du 4 octobre 1999** *relative aux réductions d'impôts accordées au titre des dons (B. O. I. 5 B- 1 7- 99, n' 186 du 8 octobre 1999)*
- **Instruction 4C-2-00 du 26 avril 2000** – *relative aux versements effectués au profit d'œuvres ou d'organismes d'intérêt général.*
- **Instruction fiscale n° 7S-4-03, n°176 du 6 novembre 2003 (bulletin officiel des impôts),** *relative à la transmission temporaire d'usufruit.*
- **Instruction 5B-1-04 du 5 janvier 2004** *sur les modalités d'établissement des reçus fiscaux.*
- **Instruction n°5B-9-04 du 9 avril 2004** - *relative au mécénat des particuliers.*
- **Instruction 4 C-5-04 du 13 juillet 2004 n°112 du 13 juillet 2004** *relatives aux mesures visant à encourager le mécénat d'entreprises*
- **Instruction 13 L-5-04, N° 169 du 19 octobre 2004,** *concernant la garantie accordée à certains organismes habilités à recevoir des dons (procédure du "rescrit fiscal").*

SITES

Bourse aux Financements Solidaires www.bourse-solidaire.org

Cette plate-forme Internet a pour objectif de favoriser le développement et le montage d'entreprises alternatives et citoyennes. Elle met en relations des porteurs de projets avec l'ensemble des réseaux de financements solidaires et les structures locales d'accompagnement.

Novethic - www.novethic.fr

Novethic est un centre de ressources sur la responsabilité sociétale des entreprises et l'investissement socialement responsable.

Sponsorclick - www.sponsorclick.com

Le "one-stop shop" du sponsoring : Sponsorclick a développé une série de services pour tous les acteurs du secteur : annonceurs, agences de communication, et sponsorisables.

Associatis - www.associatis.com

Créé à l'initiative des Caisses d'Épargne avec le concours de grands partenaires issus du monde associatif, associatis.com a pour objectif d'aider les associations à réaliser leurs projets en facilitant les tâches de gestion et d'animation. Des informations et des services interactifs gratuits, nombreux et pratiques sont mis à la disposition des associations existantes et en cours de création.

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

Parlement du monde savant, il a pour missions :

- de perfectionner les arts et les sciences selon le principe de pluridisciplinarité ;

- 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.

Union des Annonceurs - www.uda.fr

L'Union des annonceurs (UDA), association à but non-lucratif régie par la loi de 1901, a été fondée en 1916. Elle est en France, l'unique organisation représentative des annonceurs, c'est-à-dire des entreprises, des collectivités ou des organismes qui recourent aux différentes techniques de communication pour promouvoir leur notoriété, leur image, leurs produits ou leurs services.

SITES EUROPEENS ET ETRANGERS

CEREC - www.cerec-network.org

Comité Européen pour le Rapprochement de l'Economie et de la Culture, Admical est membre fondateur du CEREC qui regroupe des associations nationales de promotion du mécénat et des entreprises, représentant quinze pays.

CSR Europe - www.csreurope.org

CSR Europe est un réseau de dirigeants d'entreprise qui aide les entreprises à inscrire leur action dans le développement durable et le progrès humain en plaçant la responsabilité sociale de l'entreprise dans une pratique manageriale.

Centre européen des Fondations- www.efc.be

La mission du Centre européen des Fondations est la promotion et la mise en valeur du travail des fondations et des entreprises fondatrices, dans la Nouvelle Europe.

Funders Online - www.fundersonline.org

Funders Online est une initiative du programme Orpheus du Centre européen des Fondations. Ce site est destiné à ceux qui recherchent des mécènes et des fonds, et notamment les porteurs de projet. Il propose des liens vers les sites de fondations, des liens externes, ainsi qu'un certain nombre d'informations, de conseils et de références de publication.

BIBLIOGRAPHIE

I- PERIODIQUES

L'ACTUALITE DU MECENAT D'ENTREPRISE

(en vente sur la boutique en ligne)

4 numéros par an, 24 pages

100 € l'abonnement annuel,

Admical

L'ANNEE DU SPONSORING ET DU MECENAT

Rétrospective des actions de sponsoring et de mécénat de l'année écoulée

1 numéro par an

L'EVENEMENTIEL FRANCE

II- ANNUAIRES – GUIDES

GUIDE PRATIQUE DU MECENAT D'ENTREPRISE

Mécénart Bretagne, 2000 - 16 pages

GUIDE PRATIQUE DU MECENAT

Union patronale des Bouches-du-Rhône

L'événementiel - France, 1996

L'EVENEMENTIEL

Le Guide des événements culturels et humanitaires 1995, 164 pages

L'événementiel

GOTHA

Guide des organisations artistiques et culturelles.

Groupement pour la diffusion des Organisations Théâtrales et Artistiques, Public et Communication

1993/1995, 1030 pages

III- OUVRAGES GENERAUX

LE MECENAT DE COMPETENCES

Un forme innovante de partenariat entre salariés, entreprises et associations

Admical, octobre 2003, 10€

L'ACTUALITE DU MECENAT D'ENTREPRISE - Numéros spéciaux

Déjà parus :

Entreprise et Cité (mars 1996, 28 pages)

- XIVèmes Assises Internationales du Mécénat d'Entreprise (octobre 1996, 48 pages)

- Mécénat d'entreprise et environnement (août 1997, 32 pages)

- Le mécénat culturel en Europe : première étude comparée sur le mécénat culturel en Europe, elle dresse un panorama dans plus de quinze pays ainsi qu'un repérage au sein des institutions européennes (version française 1998 : 64 pages - version anglaise 1999 : 72 pages, les 2 versions sont en vente sur la Boutique en ligne)

LES ACTES DES ASSISES INTERNATIONALES DU MECENAT D'ENTREPRISES

48 pages, 2005

En vente sur la Boutique en ligne

Admical

LES DENIERS DU RÊVE

Essai sur l'avenir des politiques culturelles

Jacques RIGAUD

2001, 277 pages, Grasset

LES PIONNIERS DE L'ENTREPRISE RESPONSABLE

Patrick d'HUMIERES

Alain CHAUVEAU

228 pages, juin 2001

Editions d'organisation

LA COMMUNICATION CULTURELLE DE L'ETAT

Serge GRAZIANI

La politique éclatée, 2000, 248 pages, PUF

LE GOUVERNEMENT DE LA CULTURE

Maryvonne de SAINT-PULGENT

1999, 378 pages, Gallimard

L'ENCOURAGEMENT AU MECENAT EN MATIERE CULTURELLE - ASPECTS ECONOMIQUES ET FISCAUX

Préface de Jack LANG

1998, 170 pages, Schulthess

ENJEUX DU MECENAT, GUIDE POUR L'ENTREPRISE

Admical & Le Midi Libre, 1997, 42 pages, nouvelle édition

LA COMMUNICATION DE PROXIMITE

Pour une meilleure intégration de l'entreprise dans son environnement

Thierry LIBAERT

1996, 288 pages, Editions Liaisons

LA FONDATION DE FRANCE, 1969-1994, L'INVENTION DU MECENAT CONTEMPORAIN

Emmanuelle PAVILLON, préface de François BLOCH-LAINE

1995, 315 pages, Anthropos Historique, Economica

LES NOUVEAUX ENJEUX DU MECENAT EUROPEEN

Anticiper, maîtriser, pratiquer les stratégies citoyennes des entreprises

Thierry BESANCON

1994, 282 pages, Editions Juris-Services

MECENAT ET SPONSORING : LA COMMUNICATION +

(ouvrage épuisé)

Patrick DAMBRON

1993, 269 pages, Editions d'Organisation

LE MECENAT : INTERVENTION DES ENTREPRISES DANS LA VIE CULTURELLE EN FRANCE ET A L'ETRANGER

Christine REMOND, préface d'Augustin GIRARD

1992, 120 pages, la Documentation Française

**MECENAT D'ENTREPRISE ET STRATEGIE : LE MECENAT A L'HEURE DES
FONDATAIONS D'ENTREPRISE**

Stéphane GODLEWSKY-SEGRESTAN
1991, 168 pages, Dunod

IV- OUVRAGES JURIDIQUES ET FISCAUX

GUIDE JURIDIQUE ET FISCAL DU MECENAT D'ENTREPRISE

Olivier BINDER, Avocat à la Cour, assisté de Julie LE ROY (édition en 1998) et d'Anne-
Gaële DURIEZ (mise à jour 2002).
Admical, 1998, 440 pages
Admical, 2002, 554 pages

MECENAT ET PARRAINAGE Guide Juridique et Fiscal

Décembre 2003, 287 pages, Juris Associations éditions

ASSOCIATIONS ET FONDATIONS

1999-2000, 1300 pages, Mémento Pratique Francis Lefebvre, Editions Francis Lefebvre

RENDRE PLUS ATTRACTIF LE DROIT DES FONDATIONS

Conseil d'Etat
1997, 279 pages, La Documentation Française

LES FICHES PRATIQUES JURIDIQUES ET FISCALES DU MECENAT

- LE MECENAT EN 55 QUESTIONS - REPNSES
- LES FONDATIONS CREEES PAR DES ENTREPRISES
Olivier BINDER, Avocat à la Cour, avec le concours de Julie LE ROY
1996, Admical,
(épuisées)

LES FONDATIONS ET LE MECENAT D'ENTREPRISE

Thierry VALLEE
1994, Editions Delmas

LE MECENAT ET LE PARRAINAGE

Guide juridique et fiscal
Xavier DELSOL
1993, 309 pages, Les guides pratiques des entreprises culturelles, Edition Juris-Services /
AGEC-SAGEC

LES FONDATIONS

Ch. DEBBASH et P. LANGERON
1992, 182 pages, Que sais-je ?, Les Presses Universitaires de France

DROIT ET FISCALITE DU MARCHE DE L'ART

Gilles LAMARQUE
1992, 331 pages, Les Presses Universitaires de France

GAFI - GUIDE ANNUAIRE DES FONDATIONS ET DES ASSOCIATIONS

Bernard DESCOURS (dir.)

1991, 455 pages, SA2, Edition Juris-Services

V- MECENAT A L'ETRANGER

LE MECENAT CULTUREL EN EUROPE

Nathalie SAUVANET

Admical, juin 1998, 64 pages

(en vente sur la Boutique en ligne)

CULTURAL SPONSORSHIP IN EUROPE

version anglaise, juin 1999, 70 pages

(en vente sur la Boutique en ligne)

PUBLICATIONS DU CENTRE EUROPEEN DES FONDATIONS

European Foundation Centre, 51, rue de la Concorde, 1050 BRUXELLES
BELGIQUE

PHILANTHROPY IN EUROPE

Magazine présentant l'actualité philanthropique européen et international

6 numéros par an

LES FINANCEMENTS CULTURELS EUROPEENS

Relais Culture Europe

La Documentation Europe

Troisième édition, 2001, 404 pages

ARTS&BUSINESS SPONSORSHIP MANUAL

A&B, 2001, 35 pages

BUSINESS INVESTMENT IN THE ARTS 1999/2000

A&B, 2001

FOUNDATIONS IN EUROPE, SOCIETY, MANAGEMENT AND LAW

Andreas SCHLÜTER, Volker THEN, Peter WALKENHORST

Editions Bertelsmann, 2001, 879 pages

ANNUARIO DEGLI ENTI DI STUDIO, CULTURA, RICERCA E INFORMAZIONE

Istituto Nazionale dell'Informazione

Editoriale Italiana, 1999

Tél : 39 06 321 26 53