

PLAIDOYER

*Défense du système fiscal
du mécénat d'entreprise*

Défense du système fiscal du mécénat d'entreprise

2003- 2012 : BILAN ET INVENTAIRE DU DISPOSITIF	2
Les enjeux du projet de loi en 2003	2
Le mécénat : un message politique	2
Un des régimes fiscaux liés aux dons les plus avantageux du monde	2
De plus en plus d'entreprises mécènes	3
Tous les domaines de l'intérêt général sont concernés	3
Un mécénat de PME, à l'ancrage territorial fort	4
Un mécénat tout public, souvent tourné vers les jeunes	4
Des modes d'engagement variés	5
POURQUOI LE MECENAT N'EST PAS UNE NICHE FISCALE ?	6
Parce qu'il augmente les ressources des acteurs de l'intérêt général, non celles des mécènes	6
Parce qu'il économise des dépenses à l'Etat	6
Parce qu'il bénéficie à l'Etat et aux collectivités	7
Parce que son impact crée de l'activité économique	7
Parce qu'il est une solution utilisée par les bénéficiaires pour combler la baisse des financements publics	8
QU'APPORTE LE MECENAT D'ENTREPRISE ?	9
De l'innovation sociale	9
Des programmes efficaces, générateurs de valeur sociale	9
Un complément et une amplification de l'action publique	10
Un effet d'entraînement et démultiplicateur	11
Une professionnalisation des acteurs associatifs	11
Le développement d'une culture solidaire dans l'entreprise, et du bénévolat	12
Le développement pérenne de l'activité des bénéficiaires	12
Un effet levier sur recherche de co-financements	13
Un soutien que ne peuvent plus apporter les pouvoirs publics	13
De l'emploi	14
Une sécurisation de la situation financière des bénéficiaires	14
De la visibilité pour les acteurs de l'intérêt général	14
Un effet positif sur le comportement de l'entreprise	14
Une société de partage au cœur de la crise	15
QUELLES SERAIENT LES CONSEQUENCES DE LA REFORME PREVUE ?	16
Une chute inévitable des dons, en particulier des PME, en régions	16
L'annulation et la disparition de projets	17
La fin de dynamiques attractives pour les territoires	17
De nombreuses pertes d'emploi	18
Un surcoût pour l'Etat	18
L'augmentation du sponsoring et de la pression sur les bénéficiaires	19
QUELLES VOIES D'AMELIORATION POUR LE MECENAT ?	20
Clarifier et améliorer le cadre législatif et réglementaire	20
Etablir un cadre éthique pour le mécénat	22
Faire des pouvoirs publics un facteur de lien entre entreprises et associations	23
ANNEXES	25

2003- 2012 : bilan et inventaire du dispositif

Les enjeux du projet de loi en 2003

En 2003, dans son exposé des motifs, le projet de loi relatif au mécénat et aux fondations proposait la feuille de route suivante :

En soutenant le mécénat, le gouvernement souhaite encourager le travail des associations et des fondations, favoriser les initiatives prises par les particuliers et les entreprises dans les domaines qui touchent à l'intérêt général. L'action de la société civile est indispensable aux côtés des politiques publiques.

De plus, le cadre juridique et fiscal du mécénat est un élément essentiel de l'attractivité de notre pays et de son rayonnement dans le monde, notamment dans les domaines de la culture, de la recherche, de la santé, du sport et de la solidarité.

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 du 23 juillet 1987 sur le mécénat et de la loi du 4 juillet 1990 sur les fondations d'entreprise, la comparaison avec les autres pays occidentaux montre que le régime français du mécénat reste, peu avantageux, compliqué, et donc au total peu incitatif. En particulier, les réductions d'impôt sur le revenu ou les sociétés sont moins favorables que dans d'autres pays et notre droit des fondations demeure complexe.

Il en résulte une certaine stagnation du mécénat en France, de la part des particuliers comme des entreprises.

Le faible nombre de fondations montre également le manque d'attrait de nos dispositifs réglementaires et fiscaux. Au regard des 12 000 fondations américaines, des 3 000 charity trusts britanniques et des 2 000 fondations allemandes, on ne compte ainsi en France que 476 fondations d'utilité publique, dont deux tiers seraient peu actives, et 78 fondations d'entreprise, auxquelles s'ajoutent environ 500 fondations sous égide de la Fondation de France. [...]

Nous pouvons tirer les enseignements suivant de l'état du mécénat d'entreprise en 2012 :

Le mécénat : un message politique

Le projet de loi relative au mécénat, aux associations et aux fondations visait ouvertement à passer d'une culture de suspicion à l'égard des fondations et du monde associatif à une culture de confiance. En remettant en cause le système qui en a découlé, le gouvernement fait à nouveau planer sur l'initiative privée un sentiment de méfiance qui desservira automatiquement son image auprès du grand public.

Un des régimes fiscaux liés aux dons les plus avantageux du monde

En comparaison avec les autres pays occidentaux, le régime français du mécénat est devenu l'un des plus avantageux au monde avec la loi du 1^{er} août 2003 (cf. annexe 1).

Les avantages fiscaux issus de la loi du 1^{er} août 2003 ont exercé un effet levier important sur les dons des entreprises. Leur générosité était évaluée à 341 M€ en 2000 et était en relative stagnation, elle atteint 1,9 Md€ en 2011. De même le nombre des fondations d'entreprises est passé de 70 en 2003 à 300 en 2012 (cf. annexe 2). Le relèvement des avantages fiscaux visaient notamment à encourager les dons ponctuels d'un montant élevé et tout particulièrement ceux destinés à créer une fondation.

L'étude de David Roodman et Scott Standley

David Roodman et Scott Standley¹ ont élaboré un index du niveau d'incitation fiscale en faveur des dons privés qui combine un effet prix (incitations fiscales agissant sur le coût du don) et un effet revenu (niveau de pression fiscale). L'étude porte sur 21 pays de l'OCDE à partir des dispositifs fiscaux en vigueur en 2005. La France avait le système le plus incitatif en termes d'effet prix et arrivait en cinquième position avec l'index combiné (effet prix et effet revenu). Cette étude établissait par ailleurs une corrélation entre le niveau de générosité privée en pourcentage du PIB et l'index d'incitation fiscale attribué au pays. Extrait du rapport IGF sur la philanthropie privée orientée vers l'aide au développement (février 2010)

La réforme envisagée mettrait fin à cette situation et marquerait un retour quasi complet à l'ancien régime.

De plus en plus d'entreprises mécènes

Les différents rapports parlementaires de 2003 plaidaient pour une implication plus forte de tous les acteurs de la société dans des actions d'intérêt général afin de renforcer le lien social et la solidarité.

Belle preuve du volontarisme des entreprises et du rôle qu'elles entendent jouer dans le soutien à l'intérêt général, en particulier en temps de crise : le mécénat est en expansion, avec près d'un tiers des entreprises françaises engagées dans le mécénat, soit environ **40 000 entreprises**, contre 35 000 en 2010. Une augmentation de près de 15 % du nombre d'entreprises mécènes en pleine période de crise n'est pas anodine. Elle montre que les entreprises sont là pour l'intérêt général, même quand ça va mal. Elles sont à l'écoute des besoins de la société et veulent y jouer un rôle, au-delà de leurs activités marchandes.

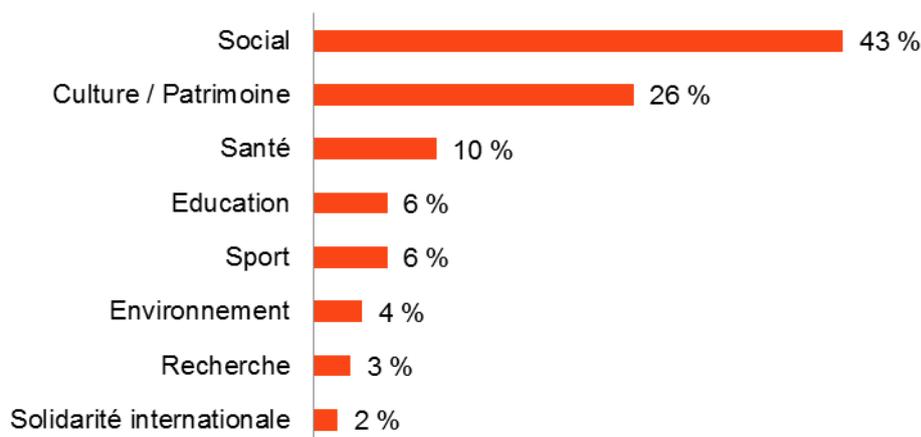
Tous les domaines de l'intérêt général sont concernés

Les avantages fiscaux proposés visaient à bénéficier à l'ensemble des citoyens et des entreprises mais aussi, et surtout, à l'ensemble des causes d'intérêt général (culturelles, sociales, environnementales, etc.). Les différentes enquêtes menées par Admical et le CSA depuis 2006 montrent l'évolution des pratiques et des secteurs soutenus par les entreprises.

Le budget du mécénat culturel, dont la chute avait provoqué tant d'inquiétudes en 2010, est à la hausse avec 26 % du budget total, soit 494 millions d'euros, contre 380 millions en 2010. Dans un contexte de crise, ce sont toujours les actions sociales, choisies par 36 % des entreprises, qui raflent la plus grosse partie du budget (43 % soit 817 millions d'euros). Le sport, s'il est beaucoup choisi par les entreprises (39 % des actions), est un domaine plutôt prisé par les PME et représente une part

¹ Center for Global Development Tax policies to promote private charitable giving in DAC countries, janvier 2006

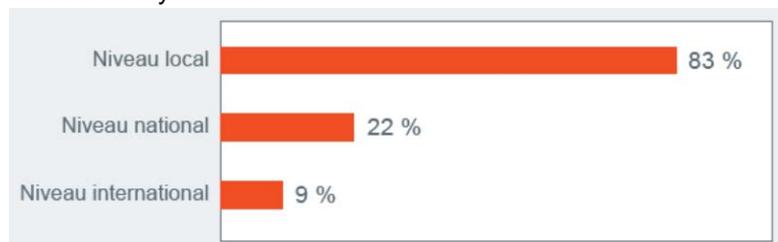
moins importante du budget (6 %). Viennent ensuite la santé (17 % des entreprises, 10 % du budget), l'éducation (8 % des entreprises, 10 % du budget), la solidarité internationale (7 % des entreprises, 2 % du budget), l'environnement (5% des entreprises, 4% du budget) et la recherche (5 % des entreprises, 3 % du budget).



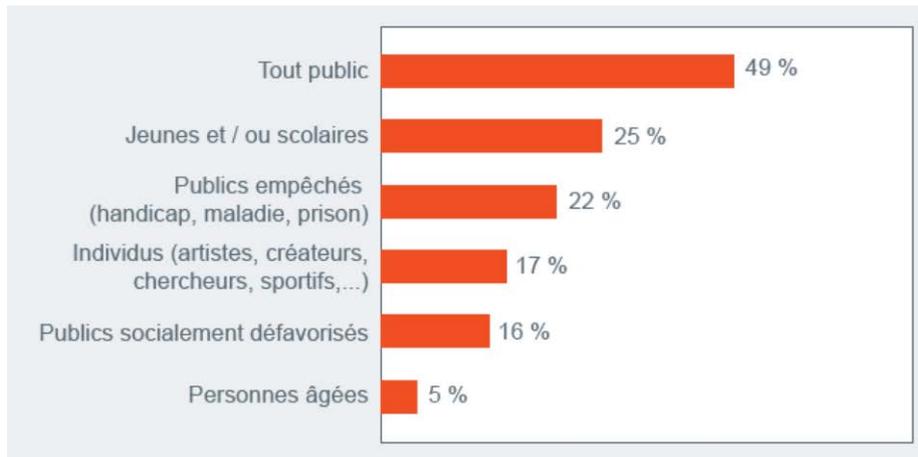
On remarque également que les entreprises ont tendance à concentrer leur soutien sur un nombre limité de domaines (1,5 domaine en moyenne, contre 1,9 en 2010), signe que la tendance est au recentrage sur les fondamentaux de la politique de mécénat, pour plus de lisibilité. De manière générale, on note que le mécénat a désormais une place identifiée et stratégique au sein des différents outils et engagements de l'entreprise, notamment la RSE et le sponsoring. Les entreprises positionnent aujourd'hui le mécénat comme une action qui permet de contribuer à l'intérêt général (57 %) tout en construisant l'identité de l'entreprise (31 %). Cela correspond à la définition du mécénat proposée par Admical dans la Charte du mécénat d'entreprise, publiée en 2011 et qui rassemble 200 signataires, entreprises et bénéficiaires.

Un mécénat de PME, à l'ancrage territorial fort

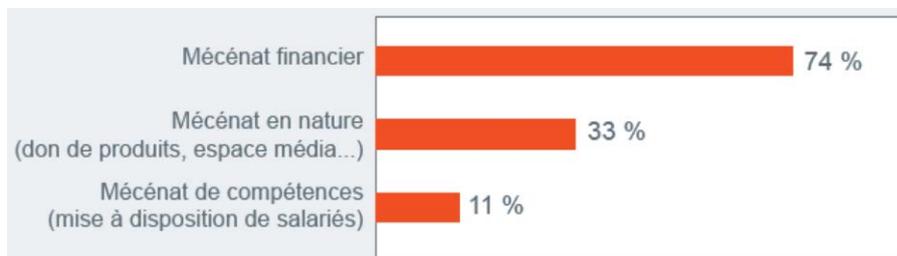
Les PME représentent **93 % des mécènes** des entreprises mécènes en France. Les PME sont même plus volontiers mécènes que les grandes entreprises : 32 % des entreprises de moins de 100 salariés sont mécènes, contre 27 % des moyennes et grandes entreprises. Elles conçoivent leur engagement comme une belle occasion de créer des liens avec les acteurs de leur **territoire**, pour le rendre attractif et rayonnant.



Un mécénat tout public, souvent tourné vers les jeunes



Des modes d'engagement variés



Le mécénat d'entreprise prend des formes variées, souvent complémentaires : engagement financier, don en nature, mise à disposition de salariés. Les entreprises accompagnent des projets dans tous leurs stades de développement (expérimentation, amorçage, développement, duplication).

Pour les grandes entreprises, l'implication des salariés dans la politique de mécénat est un enjeu prioritaire (pour 24 % d'entre elles). Cela passe notamment par le mécénat de compétences, qui est en augmentation chez les grandes entreprises : il est pratiqué par 31 % des entreprises de 200 salariés et plus.

Pourquoi le mécénat n'est pas une niche fiscale ?

Aucun gouvernement n'a jusqu'à présent considéré le mécénat comme une niche fiscale. Depuis de nombreuses années, l'Etat a accepté de ne plus avoir le monopole de l'intérêt général, et de partager le financement du bien commun avec entreprises et les personnes physiques.

François Hollande lui-même, lorsque, candidat à la présidence de la République, il s'engageait à revenir sur « *les cadeaux fiscaux et les multiples "niches fiscales"* », ne visait pas le mécénat. En effet, le mécénat n'est pas une niche fiscale pour 6 raisons majeures :

Parce qu'il augmente les ressources des acteurs de l'intérêt général, non celles des mécènes

Le mécénat est avant tout une dépense pour le mécène. En effet, même si le mécène bénéficie d'une réduction d'impôt, le mécénat demeure un système par lequel il dépense de l'argent. Il n'est donc pas un « cadeau » fiscal. La réduction d'impôt lui permet simplement d'augmenter la somme qu'il est en mesure de donner.

Par ailleurs, il est rigoureusement inexact de considérer que le système fiscal du mécénat concerne les plus riches et les plus grosses des entreprises : 93 % des entreprises mécènes sont des PME², avec un budget annuel moyen situé entre 1000 et 5000 euros³.

Enfin, les dépenses entrant dans le cadre du mécénat sont destinées à un projet ou un bénéficiaire d'intérêt général, dans le cadre très précis de l'article 238 bis du code des impôts. Les bénéficiaires doivent respecter les critères de l'intérêt général : agir dans l'un des domaines cités à l'article 238 bis, être à but non lucratif, avoir une gestion désintéressée et ne pas agir au profit d'un cercle restreint de personnes.

Parce qu'il économise des dépenses à l'Etat

Les bénéficiaires du mécénat inventent chaque jour des réponses aux problèmes sociaux qui émergent. Ils ne remplacent pas les politiques publiques mais les complètent et les amplifient grâce à des solutions de terrain, adaptées à des situations particulières, pour un coût moindre. Il est avéré que l'action d'une association coûte beaucoup moins cher qu'une action de l'Etat, notamment grâce aux nombreux bénévoles que peut mobiliser et coordonner une structure fonctionnant avec quelques salariés professionnels. L'action des bénéficiaires du mécénat économise de nombreuses dépenses à l'Etat.

Exemple : le groupe associatif SIEL Bleu⁴

Le groupe associatif SIEL bleu, partant du constat que le vieillissement de la population fait exploser les dépenses de santé sans améliorer la vie des seniors, a mis en place des solutions pour résoudre ces problèmes : prévention santé, offre d'activités physiques adaptées, interventions à domicile, ... 230 salariés interviennent auprès de 50 000 personnes, et le nombre des bénéficiaires est multiplié par un programme de formation des aidants. Par son action directe sur la réduction du nombre de fractures, de cas de diabètes de type II, et de la maladie d'Alzheimer, on estime que les actions de

² *Le mécénat d'entreprise en France – 2012*, Enquête Admical-CSA

³ *Mieux comprendre les flux financiers du mécénat d'entreprise*, Enquête Admical, décembre 2011.

⁴ Etude Ashoka – McKinsey & Company.

préventions menées par l'association économiseront plusieurs milliards d'euros au système de santé Français entre 2012 et 2020.

Parce qu'il bénéficie à l'Etat et aux collectivités

Un nombre extrêmement important de bénéficiaires du mécénat d'entreprise sont des structures publiques, en particuliers les établissements culturels (le mécénat représente 10 % du budget de l'Opéra de Paris, et 15% de celui du musée du Louvre), mais aussi les hôpitaux et universités, fonds d'expérimentation pour la jeunesse (dont le financement de la seule fondation Total représente plus de 20% du budget)... Le mécénat d'entreprise bénéficie donc beaucoup à l'Etat.

Exemple : Le Fonds de dotation Inpact, initiative du ministère de la Culture, et les fonds créés par la ville de Marseille

La dernière structure créée par le ministère de la Culture et de la communication pour mener sa politique, est un fonds de dotation : le fonds Inpact, Initiative pour le partage culturel. Il a pour objectif d'œuvrer à la reconnaissance de la culture comme facteur essentiel de cohésion sociale, d'égalité des chances et d'épanouissement personnel des individus. Il est intégralement financé par le mécénat, et plus particulièrement le mécénat d'entreprise. Le choix du fonds de dotation n'était pas anodin : ce type de structure ne peut pas recevoir de fonds publics. Ce choix témoigne du modèle économique de la culture, basé sur l'interdépendance du public et du privé.

De même, pour dynamiser le mécénat sur son territoire, la Ville de Marseille a créé deux fonds de dotation : le fonds Patrimoine et le fonds d'Art contemporain pour fédérer des mécènes désireux d'intervenir en faveur du développement de la culture à Marseille. Chacun de ces fonds se fait écho des priorités culturelles de Marseille et propose un large choix d'actions : le premier, "Marseille – Patrimoine 2013 – 2020", a pour objet la restauration du patrimoine mobilier et immobilier marseillais. Le second "Marseille – Art 2013 – 2020 » soutien l'Art contemporain sous toutes ses formes. La ville de Marseille signe le 28 juin 2012 les conventions de mécénat avec les mécènes engagés.

Parce que son impact crée de l'activité économique

Chaque euro dépensé pour des structures ou des projets d'intérêt général a la capacité de générer une activité économique qui démultiplie l'impact du don initial. On pense tout particulièrement au mécénat culturel, et à l'impact économique de la culture. Dès 1998, une étude du conseil économique et social montrait que les effets économiques, sociaux et culturels des festivals sont considérables⁵ : notoriété pour les villes, chiffre d'affaires amélioré pour les entreprises locales, développement du tourisme, réhabilitation de nombreux lieux patrimoniaux, impact sur l'emploi et contribution au renforcement de la cohésion sociale. En effet, une région attractive culturellement crée une activité économique et sociale qui la rend attractive économiquement.

Exemple : Lille 2004, Capitale européenne de la culture

Lorsque la ville de Lille a préparé sa candidature au statut de capitale européenne de la culture pour 2004, les entreprises ont été associées au projet dès ses prémices. Martine Aubry, maire de Lille, rappellera à de nombreuses reprises l'importance du soutien des entreprises pour la crédibilité du projet et son succès. Après les six mois pendant lesquels Lille fut capitale européenne de la culture, les entreprises Lilloises ont déclaré que cette manifestation leur avait fait gagner 10 ans ! Cette

⁵ *Evénements culturels et développement local*, DECHARTRE Philippe, Conseil économique et social

dynamique s'est poursuivie à travers Lille 3000. C'est en espérant faire aussi bien que les entreprises marseillaises sont allées défendre elles-mêmes le projet de Marseille-Provence 2013 à Bruxelles.

Parce qu'il est une solution utilisée par les bénéficiaires pour combler la baisse des financements publics

Si le mécénat d'entreprise s'est beaucoup développé ces dernières années, c'est aussi parce que de nombreuses associations ont dû se tourner vers les entreprises pour développer de nouvelles activités qui ne pouvaient pas être financées par des fonds publics, mais également, et de plus en plus, pour faire face à la baisse des financements publics.

Exemple : L'Ecole des Nez Rouges

« Je suis présidente d'une association qui embauche 5 permanents, l'Ecole des nez rouges, située à Saint Dié des Vosges, dans les Vosges. Notre action est avant tout socio-éducative. A travers un support particulier "arts du cirque et de la rue", nos animateurs accompagnent chaque semaine environ 500 jeunes. Nous avons embauché en janvier dernier une coordinatrice pour organiser notre activité, assurer le montage de projets et le financement de nos actions. Nous avons prévu dans notre budget à 3 ans, entre autre pour combler la baisse continue des subventions de fonctionnement, un apport de fonds par des dons et des mécènes. Dans 3 ans, il nous faut 15000 à 20 000 € pour compenser ! Je pense que nous sommes nombreux dans notre cas, petites associations qui nous battons pour que notre activité auprès des jeunes puisse continuer ! »

Christine URBES, présidente de l'Ecole des nez rouges, signataire n°1335 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »⁶

⁶ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

Qu'apporte le mécénat d'entreprise ?

L'impact du mécénat d'entreprise est structurellement difficile à évaluer. En effet, le mécénat représente souvent une petite partie du financement des projets, mais les projets en question n'auraient jamais pu exister sans l'apport du mécénat : il est un financement marginal, mais décisif. Quand le mécénat représente entre 3 et 10 % du financement des associations, il représente également entre 3 et 10 % de leur impact. L'impact du mécénat d'entreprise se trouve donc dans l'impact des projets soutenus, mais aussi et surtout, dans les spécificités des projets choisis par les entreprises, et dans tout ce que l'entreprise apporte au bénéficiaire, en plus de son soutien financier. Le lien qui unit une entreprise mécène et son bénéficiaire génère de multiples bénéfices pour ce dernier : accompagnement, expertise, reconnaissance, visibilité, synergies et réseaux. Cela donne aux acteurs de l'intérêt général, forts du soutien de l'entreprise, plus d'efficacité.

De l'innovation sociale

Les entreprises soutiennent souvent des projets qu'ils sélectionnent pour leur originalité, leur capacité à répondre de façon innovante et efficace à des problématiques. Le mécénat permet à ces projets innovants d'émerger et de se développer pour répondre à des nouveaux besoins de la société, préfigurant souvent les politiques publiques à venir. Le mécénat et ses bénéficiaires ont une véritable fonction anticipatrice.

Exemple : Unis-Cités et le service civique

Le service civique, qui permet aux jeunes de consacrer une étape de leur vie à la collectivité, a été inventé et testé il y a vingt ans par deux étudiantes, auprès d'une vingtaine de jeunes. C'est grâce aux soutiens que l'association Unis-Cités a reçus, de la part d'entreprises, de philanthropes et des pouvoirs publics, que le projet a pu s'étendre en France, et enfin devenir un service public, destiné à être ouvert à 15 % d'une classe d'âge, soit 100 000 jeunes.

Marie TRELLU-KANE, présidente d'Unis-Cités, signataire n°2120 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »⁷

Des programmes efficaces, générateurs de valeur sociale

En plus de leur soutien à des bénéficiaires d'intérêt général, les entreprises mécènes sont elles-mêmes créatrices de programmes efficaces, générateurs de valeur sociale.

Exemple : « Un euro investi dans le programme Passeport Avenir génère en retour deux euros de valeur sociale »

Depuis sa création en 2005, à l'initiative de SFR, l'association Passeport Avenir accompagne des jeunes issus de milieux populaires engagés dans des filières d'excellence, grandes écoles et universités. Ses ambitions sont de combattre les inégalités sociales, territoriales et financières qui freinent l'ambition de beaucoup de ces jeunes, et de créer des exemples de réussite scolaire, puis professionnelle, qui témoignent de la richesse de la société française, dans toutes les composantes de sa diversité. Passeport Avenir accompagne et soutient près de 4 000 étudiants sur tout le

⁷ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

territoire, issus de milieux modestes, par le biais de plus de 700 tuteurs volontaires, cadres ou ingénieurs dans de grandes entreprises, et grâce au mécénat de 15 entreprises⁸.

Pour vérifier que les actions mises en œuvre ont bien cet impact sur le terrain, Accenture a étudié (sous forme d'un mécénat de compétences) l'impact social de l'association Passeport Avenir. En s'appuyant sur la méthode dite de Social Return On Investment (SROI, cf. www.thesroinetwork.org), l'étude mesure et valorise économiquement les changements sociaux engendrés par ce programme de tutorat.⁹

Voici les résultats clés de l'étude¹⁰ :

- 90 % des étudiants accompagnés intègrent une grande école en moyenne ces 3 dernières années, quand le taux moyen de réussite des classes préparatoires technologiques se situe entre 54% et 82% selon les filières.
- 100 % des étudiants tutorés individuellement trouvent un emploi 6 mois après l'obtention de leur diplôme. Le programme participe en outre à une réduction du sentiment d'inégalité sociale que perçoivent ces étudiants, qui persiste après l'intégration dans une grande école.
- 2 jeunes s'engagent à leur tour en moyenne vers une filière d'excellence scolaire à la suite d'un élève accompagné. Ces étudiants incarnent des exemples de réussite et sont prêts, pour deux tiers d'entre eux, à se réinvestir avec Passeport Avenir auprès des plus jeunes pour favoriser l'égalité des chances.
- 87 % des tuteurs déclarent que ce projet leur donne plus de motivation au sein de leur entreprise. 8 tuteurs sur 10 estiment atteindre les objectifs de l'accompagnement individuel, et 9 sur 10 précisent que le tutorat a renforcé certaines de leurs compétences professionnelles.
- **3,8 millions d'euros de valeur sociale sont générés par le programme, pour 1,8 million d'euros engagé chaque année par Passeport Avenir, soit un retour sur investissement social de 210 %.**

Un complément et une amplification de l'action publique

« Mon fils est autiste, et si nos établissements continuent d'exister, c'est grâce au mécénat. Sans cela, nous ne pourrions tenir face aux établissements, Unapei ou autres, qui ne souhaitent pas de nous et pour lesquels l'encadrement est minimal pour les autistes »

Claude, signataire n°1884 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »¹¹

Les programmes lancés grâce au mécénat des entreprises ont souvent pour objectif de compléter des politiques publiques, et d'amplifier leur efficacité.

Exemple 1 : la fondation Orange et l'autisme

Depuis plus de vingt ans, la fondation Orange agit pour améliorer la qualité de vie des personnes avec autisme, démultiplier l'action des uns et susciter la générosité des autres. L'action de la fondation

⁸ Alcatel-Lucent, Ericsson France, Gemalto, Nokia Siemens Networks France, Orange, SFR, Devoteam, Accenture, Sagemcom, Qualcomm France, Atos France, Capgemini, la SNCF, Hotel F1 et le Crédit Mutuel

⁹ Afin de garantir l'indépendance et la validité de l'étude, celle-ci a été menée en partenariat avec l'Institut de l'innovation et de l'entrepreneuriat social de l'ESSEC, l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances, les ministères de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la recherche.

¹⁰ L'étude complète est disponible sur : <http://passeport-avenir.com>

¹¹ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

Orange a permis de faire progresser la recherche, mais aussi de faire prendre conscience du manque de structures d'accueil spécialisées, adaptées aux personnes avec autisme, et de permettre aux associations de faire entendre leur voix pour faire reconnaître la cause de l'autisme.

Mireille LE VAN, secrétaire générale de la fondation Orange, signataire n°1253 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »¹²

Exemple 2 : la fondation Culture & Diversité

La fondation Culture & Diversité, fondation d'entreprise de Fimalac, a pour mission de favoriser l'accès des jeunes issus de l'éducation prioritaire aux arts et à la culture. Elle a créé, développe et met en place des programmes pérennes en faveur de la cohésion sociale et de l'égalité des chances. Elle travaille en partenariat avec des acteurs artistiques et culturels d'excellence, et en collaboration étroite avec les acteurs de l'éducation nationale. En 5 ans, elle a accompagné 11 600 élèves issus de plus de 150 établissements issus de zones d'éducation prioritaire. 7 programmes ont été mis en place pour favoriser l'accès de ces élèves à de grandes écoles des métiers de l'art. Résultat : des taux d'admission bien supérieurs aux taux moyens dans les écoles partenaires. Par exemple, dans les écoles d'architecture, le taux de réussite des élèves accompagnés par la fondation est de 52 %, quand le taux national est à 11 %.

Un effet d'entraînement et démultiplicateur

« Outre la nécessité culturelle et sociétale évidente [du mécénat], il faut aussi penser, en ces temps de crise, que toute aide donnée à une association se voit démultipliée par l'engagement bénévole lié à cette association et génère au total beaucoup plus d'activité, de ressources, d'emplois qu'elle n'a "coûté" en subvention ou déduction d'impôt ! »

Patrick, 1127^e signataire de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »¹³

Exemple : Le Secours Populaire de l'Essonne

Le Secours populaire de l'Essonne compte 8 permanents, qui animent un réseau de 3000 bénévoles, et permettent de toucher 30 000 familles. On estime que les sommes investies dans le salaire des permanents sont valorisées entre 10 et 25 fois.

Une professionnalisation des acteurs associatifs

La recherche de soutiens privés mène les associations à professionnaliser leurs démarches. Par ailleurs, forte de sa propre expertise professionnelle, l'entreprise mécène peut le conseiller, l'assister dans sa gestion, lui permettre d'accroître ses compétences dans des domaines souvent nouveaux pour lui. Elle l'amène à une plus grande autonomie pour aller vers de nouveaux développements et, si nécessaire, renforce son professionnalisme.

Le mécénat de compétences¹⁴, par exemple, facilite le transfert de compétences entre les collaborateurs de l'entreprise et les membres des associations. Il est un bon moyen pour professionnaliser les bénévoles.

¹² Disponible sur :

http://www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

¹³ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

« Grâce à l'implication des collaborateurs de Veolia Environnement, les volontaires peuvent bénéficier à travers des formations de l'expertise de Veolia Environnement sur les questions de l'eau notamment. » Unis-Cité

« L'apport financier que nous a apporté la Fondation Veolia nous a permis de mettre en place une formation à nos employés en insertion, la HACCP, pour les sensibiliser aux règles d'hygiène et de sécurité dans la restauration. » Marmite d'Afrique

Le développement d'une culture solidaire dans l'entreprise, et du bénévolat

Nombre d'entreprises incitent leurs collaborateurs à « parrainer » les projets qu'ils soutiennent, à s'impliquer auprès des bénéficiaires de l'entreprise, notamment grâce au mécénat de compétences, ou à devenir le lien entre l'entreprise et son bénéficiaire. Cette implication des collaborateurs est un facteur de cohésion interne au sein des entreprises, il crée une culture solidaire dans l'entreprise, et favorise l'émergence d'une collectivité solidaire. Cela débouche très souvent sur un engagement personnel des collaborateurs des entreprises au sein des associations.

Exemple : la fondation Veolia environnement

La fondation d'entreprise Veolia environnement a pour mission de soutenir des actions qui concourent à la lutte contre l'exclusion. Elle soutient des structures d'insertion, et chacune de ces structures est suivie par un « parrain » dans l'entreprise. En 2011, une étude menée sur 35 des structures soutenues et parrainées, montre que 37 collaborateurs, en plus des parrains, se sont impliqués auprès des associations (ex : formation, apport en compétences, participation au CA...). L'impact de l'implication des collaborateurs de l'entreprise est donc multiplié par plus de 2.

Thierry VANDELDE, délégué général de la fondation Veolia environnement, signataire n°1843 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »¹⁵

Le développement pérenne de l'activité des bénéficiaires

Les entreprises cherchent souvent à maximiser et pérenniser l'impact de leur soutien, et aident les bénéficiaires dans ce sens : changement d'échelle, développement d'une ressource propre...

Exemple : le partenariat entre la fondation Vinci et La tresse

La fondation d'entreprise Vinci pour la Cité a pour but d'agir contre toutes formes d'exclusion : accompagner vers l'emploi ceux qui en sont exclus et développer la solidarité dans la cité. En 2009, la fondation soutient La Tresse, une entreprise d'insertion de recyclage textile (Dordogne), pour l'aider à réaménager son atelier et doubler ainsi le nombre de salariés en insertion et de permanents. En 2011, grâce à plusieurs collaborateurs d'ASF (Vinci Autoroutes), le parrainage prend de l'ampleur avec la signature d'une convention pour le recyclage des tenues de travail usagées d'ASF. Aujourd'hui, 1 700 collaborateurs de toute la région Aquitaine sont impliqués et plus de 40 tonnes de tissu traitées.

Chantal MONVOIS, déléguée générale de la fondation Vinci pour la cité, signataire n°504 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »¹⁶

¹⁴ Implication des collaborateurs d'une entreprise au profit d'un bénéficiaire d'intérêt général, sur leur temps de travail.

¹⁵ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

Un effet levier sur recherche de co-financements

En crédibilisant le projet, en particulier au moment de son démarrage, le soutien d'une entreprise permet de convaincre d'autres bailleurs.

Exemple : l'influence du soutien de la fondation Veolia environnement

Une étude menée auprès des bénéficiaires de la fondation Veolia environnement montre que pour 82 % des structures d'insertion soutenues en 2011, le soutien de la fondation a permis de convaincre d'autres bailleurs.

« *Veolia a permis à Vertex de convaincre les différents partenaires financiers en se positionnant en tant que tel comme acteur financier contribuant au projet de Vertex. Veolia a participé au co-financement global dans le projet de démarrage de l'activité.* » SCIC Arl Vertex

Un soutien que ne peuvent plus apporter les pouvoirs publics

« *[Cette nouvelle donne] fiscale tomberait mal pour moi aussi qui suis en train de créer une association qui grâce au mécénat (s'il existe...) offrirait les meilleures publications aux Bibliothèques, Conservatoires et Médiathèques, qui elles n'ont plus d'argent pour les acheter* »

Michel PAZDRO, directeur de l'Avant Scène Opéra, signataire n°818 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »¹⁷

De nombreux projets émergent aujourd'hui sur un modèle économique basé sur le soutien privé, pour la simple raison que les subventions publiques ne peuvent pas tout et se raréfient, même pour les établissements publics.

Exemple : La collection Sensitinéraires du Centre des monuments nationaux, une accessibilité tarifaire grâce au mécénat

Créée en 2005 la collection Sensitinéraires, aux Editions du Patrimoine, offre aux personnes déficientes visuelles la possibilité de découvrir les monuments les plus emblématiques du patrimoine français. Les lieux et leur histoire sont rendus perceptibles au moyen de supports tactiles et auditifs.

Chaque titre de la collection est tiré à 1 500 exemplaires. Si le prix de revient unitaire d'un ouvrage est de 100 €, le Centre des monuments nationaux a choisi de mettre en place une politique d'accessibilité tarifaire, afin que cette collection unique et innovante puisse bénéficier le plus largement possible aux personnes déficientes visuelles. Le prix de vente au public est donc de 35 €, le différentiel étant pris en charge par le mécénat¹⁸ et le CMN, afin d'offrir un tarif accessible.

L'apport du mécénat est essentiel pour la réalisation de cette collection unique et solidaire : sans lui, la collection ne pourrait se poursuivre dans les mêmes conditions d'accessibilité tarifaire.

Isabelle LEMESLE, président du Centre des monuments nationaux, signataire n°1776 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »¹⁹

¹⁶ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

¹⁷ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

¹⁸ Fondation Orange, Stavros Niarchos Foundation, Caisse d'Épargne Ile-de-France, Caisse d'Épargne Languedoc-Roussillon, Fondation France Télévision, Essilor, Arjowiggins, Ophthalia.

¹⁹ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

De l'emploi

Par le soutien à des structures d'insertion

Le mécénat dans le domaine du social représente 36 % des actions soutenues par les entreprises et 43 % du budget global du mécénat, soit environ 817 millions d'euros. C'est le plus gros budget du mécénat d'entreprise.

Par exemple, la fondation Veolia Environnement, par son soutien à 35 structures d'insertion entre 2004 et 2011, a permis de créer 343 postes, de faire passer 47 personnes dans l'entreprise (période d'immersion, stage, formation au Campus...), et de recruter 134 personnes en insertion.

Chez les bénéficiaires du mécénat

Le soutien des entreprises permet souvent de créer ou de financer des postes.

Exemple : Etude du ministère de la Culture sur les retombées économiques et sociales du patrimoine.

Une étude nationale des retombées économiques et sociales du patrimoine (mars 2009/ministère de la culture) montre que le mécénat culturel recèle une plus-value sociale sans équivalent, un emploi direct dans le patrimoine créant ainsi 15 emplois indirects et induits, de surcroît non délocalisables.

Eric GROSS, directeur de l'Institut national du Patrimoine, signataire n°1233 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »²⁰

Une sécurisation de la situation financière des bénéficiaires

La diversification des ressources que représente le mécénat d'entreprise permet aux bénéficiaires d'être moins dépendants d'une source de financement unique. Le mécénat d'entreprise rend également les acteurs de l'intérêt général moins dépendants des banques. En effet, lorsqu'une entreprise prend la décision d'octroyer un soutien financier, son délai de paiement est plus rapide que celui de l'Etat ou des collectivités territoriales. En outre, les procédures de décisions sont plus rapides. Cela évite aux bénéficiaires d'avoir recours à l'emprunt, en particulier au lancement de leur action, et les rend moins dépendants des produits bancaires.

De la visibilité pour les acteurs de l'intérêt général

Les exemples les plus connus de mécénat donnent l'image trompeuse d'une action menée pour donner de la visibilité à l'entreprise. Mais la plupart du temps, c'est l'inverse qui se produit : l'entreprise met en valeur et accroît la visibilité de l'association qu'elle soutient.

« Le partenariat avec la fondation nous permet de faire connaître notre action visant à la réinsertion en milieu rural de familles pauvres et sans-abri » ASAM

Un effet positif sur le comportement de l'entreprise

Le contact avec les bénéficiaires du mécénat peut provoquer de nombreux changements de comportement dans l'entreprise. Dans le domaine de l'environnement tout particulièrement, les associations soutenues par des entreprises les interpellent sur leurs pratiques, et peuvent les aider à

²⁰ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

améliorer leur comportement, le mécénat débouchant sur un autre type de relation entre l'entreprise et l'association.

Exemple environnemental : Cemex et la Ligue pour la Protection des Oiseaux (LPO)

Depuis 2003, Cemex et la LPO renouvellent chaque année un partenariat qui repose sur deux piliers :

- un mécénat de la part de Cemex, qui soutient 28 programmes de conservation d'espaces et d'espèces : les 7 îles, les marais atlantiques, la sauvegarde du Balbuzard pêcheur ou du Guépier d'Europe.

- un accompagnement de la part de la LPO qui aide les équipes environnementales de Cemex à la mise en place d'évaluations des services rendus par les écosystèmes, pour permettre à l'entreprise d'améliorer les modes de gestion et de réaménagement adaptés aux écosystèmes. Un suivi scientifique standardisé de la biodiversité, déployé avec l'aide du Muséum National d'Histoire Naturelle et de la LPO sur plusieurs sites Cemex, permet de suivre l'évolution de la richesse biologique des territoires maîtrisés par Cemex.

Chaque année, un programme de travail est élaboré par les deux partenaires pour mener des réflexions et des actions en faveur de la préservation de la biodiversité, aux niveaux national et régional.

Exemple solidaire : La fondation Vinci encourage le groupe à « sous-traiter solidaire »

La fondation Vinci a souhaité encourager l'achat responsable par le groupe Vinci, de prestations auprès de structures d'insertion ou liées au handicap soutenues par la fondation. Pour cela, elle a répertorié ces prestataires dans un « Annuaire de la sous-traitance solidaire », qu'elle réalise chaque année depuis 2008 (180 prestataires). Celui-ci est diffusé au réseau des acheteurs Vinci et est accessible sur l'intranet de la fondation.

Une société de partage au cœur de la crise

Le mécénat participe d'une société fondée sur le partage, plus que nécessaire en tant de crise. Si des efforts doivent être menés, le mécénat en tant que tel en fait partie, mais il a besoin d'être encouragé et aidé par les pouvoirs publics.

Exemple : les maisons de parents Ronald McDonald

Sur la période 1991-2011, le mécénat des restaurants McDonald's de France, un réseau 303 chefs d'entreprise locataires-gérants, a permis de créer et de faire fonctionner 9 Maisons Ronald McDonald destinées à l'accueil des parents d'enfants hospitalisés²¹ soit environ : 18 millions d'euros d'investissement et 13 millions d'euros en budget de fonctionnement des maisons. Ces Maisons Ronald McDonald ont permis aux milliers de familles accueillies (pour environ 360 000 nuitées), non seulement de bénéficier d'un cadre de vie accueillant et d'un réel réconfort moral, mais aussi de limiter de manière substantielle les dépenses d'hébergement qui impactent lourdement leur budget. Selon les estimations de la fondation, cela représente pour les familles, sur la période, une économie de 11 millions Euros.

Les sommes engagées par l'entreprise pour la construction mais aussi pour le fonctionnement de ces maisons faisant l'objet d'une défiscalisation, on n'ose imaginer les conséquences d'une diminution de l'avantage fiscal sur ce dispositif.

²¹ Au sein des CHU de Bordeaux (2001), Grenoble (2012), Lille (2002), Limoges(2007), Marseille (1997), Nantes(2006), Strasbourg(2004), Toulouse (2005), ainsi qu'à l'Institut-Gustave Roussy de Villejuif (1991).

Quelles seraient les conséquences de la réforme prévue ?

« Pour le Festival d'Aix-en-Provence que je dirige, l'apport du mécénat est essentiel. C'est une question de survie. »

Bernard FOCCROULLE, directeur du festival d'art lyrique d'Aix en Provence, signataire n°470 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »²²

Si la réduction fiscale accordée aux entreprises mécènes était divisé par deux, les conséquences seraient désastreuses pour l'intérêt général car cela provoquerait :

Une chute inévitable des dons, en particulier des PME, en régions

Si les entreprises ne peuvent plus déduire de leur impôt 60 % mais 30 % de leurs dons, cela réduit mécaniquement leur capacité à donner. Nous seulement les entreprises mécènes ne seront plus en mesure de donner autant, mais il ne faut pas négliger en outre l'effet d'entraînement d'une telle mesure, clairement dirigée contre la générosité des entreprises.

Exemple : La ville de Reims

« Pour la Ville de Reims, après deux années d'existence et d'une expérience unique de mécénat en collectivité, nous sommes à 70 entreprises mécènes environ, parmi lesquelles des PME-PMI, des commerçants, des filiales de grands groupes. Ce sont près de 15 actions/projets/événements qui ont été soutenus à hauteur de près de 600 000 euros dont 85 % correspondent à du mécénat financier. Le mécénat a par exemple permis d'assumer le tiers (300 000) du budget du spectacle de mise en lumière de la Cathédrale créé pour ses 800 ans, mais aussi le tiers (100 000) du budget de notre événement 2012 : l'inauguration des Halles du Boulingrin. Cette initiative a intéressé de nombreuses collectivités : neuf nous ont appelé pour prendre conseil, en un an et demi.

Nous sommes entrain de mener une étude auprès de nos mécènes, pour connaître les motivations de leurs engagements : ils citent l'intérêt général et la volonté de participer à la vie de la cité. L'argument fiscal est pour eux déclencheur. Certains ne mécèneraient pas du tout sans cela. Beaucoup moins pour d'autres.

[Parmi] nos mécènes, les réactions sont unanimes [face à la proposition du ministère du Budget] : désarroi, incompréhension, "**nous ne pourrions pas maintenir nos budgets**". »

Laura EXPOSITO DEL RIO, Chef de Service - Mission mécénat de la Ville de Reims, signataire n°71 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »²³

²² Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

²³ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

L'annulation et la disparition de projets

Si les budgets du mécénat d'entreprise sont réduits, de nombreux bénéficiaires d'intérêt général devront annuler des programmes et des projets pour faire face à cette baisse de leurs ressources. Cela pose un problème tout particulier lorsque les entreprises se sont engagées sur des conventions de mécénat pluriannuelles, qui ont été basées sur un système fiscal avec une déduction de 60 %, et qui ne pourront plus être assumés si le système fiscal du mécénat change.

Exemple : le Festival des forêts

« A Compiègne (Oise), le Festival des forêts organise depuis 20 ans un festival de musique classique avec le soutien de l'Etat, des collectivités locales et de nombreuses entreprises privées. Depuis des années, l'Etat a diminué son engagement en engageant le festival à développer le mécénat. Réduire maintenant l'avantage fiscal serait incohérent avec cette orientation et aurait un impact négatif sur l'emploi, en obligeant le festival à "réduire la voilure" et inviter moins d'artistes.

Mais surtout, en plus du festival, l'association Festival des forêts propose tout au long de l'année des activités pour le public scolaire : des "binômes" sont formés, avec une classe d'école primaire et une classe d'éducation spéciale (enfants handicapés physiques ou mentaux, ou en grave difficulté). Environ 500 enfants en bénéficient chaque année. Cette activité est intégralement financée par le mécénat d'entreprises. **Elle ne pourra plus être organisée si la déduction fiscale est fortement réduite**, car cet avantage est essentiel pour les PME qui sont majoritaires dans son financement. Dans ce cas, **plus de 500 enfants seront privés de ce programme d'éducation artistique**, qui contribue en outre à l'intégration d'enfants handicapés ou en difficulté parmi les autres enfants.

Bruno ORY-LAVOLLEE, conseiller référendaire à la Cour des comptes, président de l'association Festival des forêts, signataire n°686 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »²⁴

La fin de dynamiques attractives pour les territoires

De nombreux projets initiés par les entreprises et financés intégralement par le mécénat sont nés afin de faire vivre et de rendre attractif des territoires. La réforme prévue par le ministère du Budget donnerait à un coup d'arrêt à ces dynamiques.

Exemple : La fondation d'entreprises Mécène et Loire

La fondation Mécène et Loire soutient des actions d'intérêt général porteuses d'image pour et sur le territoire du Maine-et-Loire, à caractère innovant et/ou original, dans les domaines de la culture, de la solidarité, du sport, du patrimoine, de la science et de l'environnement. La fondation arrive au terme de son premier programme pluriannuel.

« Nous avons prévu de déposer nos nouveaux statuts le 13 juillet prochain, mais devant le risque avéré, nous allons certainement devoir attendre. Nous étions 24 membres dans la 1ère fondation que nous devons renouveler au bout de 5 ans. 15 anciennes entreprises se réengagent et 14 autres ont déjà donné leur accord pour nous rejoindre. Nous pensons sérieusement arriver au nombre de 35. Notre dotation annuelle de 160 000 €, soit 800 000 € sur 5 ans, doit être sensiblement augmentée puisque sur les 29 membres déjà positionnés, l'engagement se chiffre à 195 000 €. Nous devrions pouvoir compter sur presque 250 000€ annuel soit une dotation quinquennale de 1 250 000€... En période de crise, je trouve que c'est quand même intéressant pour notre territoire. **Et bien tout cela risque d'être tout simplement abandonné !** »

²⁴ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

Stéphane MARTINEZ, président de la fondation Mécènes et Loire, signataire n°927 de la pétition d'Admical « Contre les effets de la crise, sauvons le mécénat »²⁵

De nombreuses pertes d'emploi

Chez les bénéficiaires du mécénat

Les projets qui n'avaient pu voir le jour sans le mécénat et ne seront pas reconduits entraîneront la disparition des emplois créés par ces projets. Cela viendrait s'ajouter aux 26 000 emplois associatifs qui ont déjà disparu en 2011.

Dans les fondations et services mécénat

De même, les fondations qui verront leur budget diminué, ainsi que les services mécénat des grandes entreprises, devront réduire leur effectif ou le supprimer intégralement.

Par le ralentissement ou l'arrêt des programmes sociaux soutenus par le mécénat

Le mécénat social représente 43 % du budget du mécénat d'entreprise. Plus d'un tiers des entreprises mécènes soutiennent le social, et en particulier des programmes d'insertion qui permettent à de nombreuses personnes d'accéder à l'emploi. Un coup d'arrêt sur le financement de ces programmes se répercuterait nécessairement sur l'emploi.

Un surcoût pour l'Etat

Parce que les bénéficiaires du mécénat se tourneront vers les pouvoirs publics

Qui compensera la baisse du mécénat d'entreprise ? Dans le milieu culturel en particulier, les structures qui voyaient leurs subventions réduites, et que l'on enjoignait à se tourner vers les entreprises, se tourneront de nouveau vers l'Etat et les collectivités. L'Etat devra également compenser les ressources dont il a privé les associations.

Par l'arrêt de programmes qui économisaient des dépenses à l'Etat

Les pertes d'emplois occasionnées par la baisse du mécénat d'entreprise auront un coût pour l'Etat. De même, les services que ne pourront plus fournir les associations devront être assumés par l'Etat.

²⁵ Disponible sur :

www.petitionduweb.com/Petition_contre_les_effets_de_la_crise_sauvons_le_mecenat-15048.html

L'augmentation du sponsoring et de la pression sur les bénéficiaires

Si la réduction fiscale accordée aux entreprises mécènes était divisé par deux, le sponsoring ou parrainage deviendrait fiscalement plus intéressant que le don, comme le démontre le tableau ci-dessous :

<i>fiscalité</i>	Mécénat		Parrainage	Aucune action
	<i>actuelle (60%)</i>	<i>à l'étude (30%)</i>	<i>actuelle</i>	
Compte de résultat				
total des produits	1 000	1 000	1 000	1 000
des charges	730	730	730	700
<i>dont mécénat/parrainage</i>	30	30	30	
Résultat comptable	270	270	270	300
Résultat fiscal²⁶	300	300	270	300
Impôts sur les sociétés (33,33%)	100	100	90	100
Retraitement extra-comptable du mécénat	30	30		
Réduction d'impôt ²⁷	18	9		
Total de l'impôt	82	91	90	100
Coût de l'opération après impôt	12	21	20	

Si le sponsoring devenait fiscalement plus intéressant que le mécénat, les entreprises passeraient systématiquement par ce dispositif. Or, contrairement au mécénat, le sponsoring est un achat de service, qui fait du bénéficiaire un prestataire de communication pour l'entreprise. La structure ou l'événement sponsorisé, offre au sponsor une prestation qui équivaut au montant donné par l'entreprise : l'entreprise a le droit à une contrepartie de l'ordre de 100 % de la somme qu'elle a engagée.

Les structures d'intérêt général bénéficiaires du mécénat seraient donc noyées sous des demandes légitimes de contreparties auxquelles elles ne sont pas en mesure de répondre. Les acteurs de l'intérêt général deviendraient la vitrine des entreprises, ce qui est contraire au principe du mécénat.

En outre le risque de fiscalisation est important pour les organismes qui faisaient largement appel aux entreprises. En effet, alors que le mécénat est comptabilisé comme une recette non commerciale, le parrainage est, lui, une recette commerciale. Si les entreprises partenaires d'un organisme d'intérêt général choisissaient à l'avenir de privilégier le parrainage plutôt que le mécénat, l'organisme risquerait de perdre le caractère accessoire de son activité lucrative aux yeux de l'administration fiscale en dépassant les seuils autorisés pour les recettes commerciales. Il ne serait dès lors plus éligible au mécénat d'entreprise ni aux dons des particuliers, et serait de surcroît imposable à l'impôt sur les sociétés. C'est l'économie entière de l'organisme qui risque donc d'être remise en cause.

²⁶ Après retraitement

²⁷ Réduction d'impôt de 60 % dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires hors taxes ; réduction de 30% à l'étude.

Quelles voies d'amélioration pour le mécénat ?

En 2003, le projet de loi relative au mécénat, aux associations et aux fondations visait principalement à accroître le caractère incitatif de la fiscalité des dons, tout en la simplifiant afin de la rendre plus lisible. Les nombreuses incertitudes que l'on constate à ce jour quant à l'interprétation de la loi témoignent d'une nécessité renouvelée de clarifier un dispositif dont seule l'application sur le long terme peut concrétiser tout son potentiel.

Clarifier et améliorer le cadre législatif et réglementaire

Ne pas restreindre le champ du mécénat international

Le récent projet d'instruction fiscale sur la territorialité des dons, cherchant à répondre aux questions d'applications concrètes du dispositif légal existant, rétrécit les possibilités d'action du mécénat international en écartant un grand nombre de projets répondant à des besoins locaux (cf. annexe 3).

L'encadrement de la pratique voulu par l'instruction fiscale n'est pas en phase avec une réalité de terrain complexe, mais riche de potentiels pour les bénéficiaires et les entreprises. Il serait préférable de préserver l'intégrité de l'ensemble des champs de l'intérêt général tels que définis dans les textes de loi et en particulier à l'article 238 bis du Code général des impôts, tout en œuvrant à une meilleure maîtrise des relations de partenariats qui peuvent s'instaurer depuis la France vers l'étranger.

Sécuriser le régime fiscal des fondations d'entreprises

Les services des préfetures en charge de l'examen des demandes de créations ou prorogation de fondations acceptait encore récemment que le programme d'action pluriannuel d'une fondation d'entreprise soit constitué de versements en numéraire mais également de mécénat en nature, et notamment de mécénat de compétences. Les services de la préfeture de Paris refusent pourtant désormais tous les dossiers de création ou de prorogation de fondations d'entreprises dont le programme d'action pluriannuel contiendrait une part de mécénat en nature ou de compétences. Cela vaut également pour les dépôts d'avenants à des programmes d'action pluriannuels existants.

Ce retournement est discriminant puisqu'il ne concerne pour le moment que les dossiers déposés auprès de la préfeture de Paris et qu'il conduit à refuser aux fondations d'entreprises des ressources en mécénat qui sont pourtant autorisées aux autres bénéficiaires de l'article 238 bis.

Les textes législatifs et réglementaires, eux, ne précisent pas si le plan d'action pluriannuel d'une fondation d'entreprise peut inclure du mécénat en nature et de compétences.

Il est souhaitable que l'administration fiscale se prononce officiellement sur cette pratique qui existe depuis longtemps au sein des fondations d'entreprises et qui semble aujourd'hui remise en cause.

L'article 238 bis du CGI mentionne par ailleurs clairement la fondation d'entreprise comme organisme éligible au mécénat. Certains services fiscaux en région méconnaissent néanmoins la fonction redistributrice de ces organismes en rejetant leur demande de rescrit fiscal au motif qu'ils agissent comme organisme relais sans être pour autant reconnus d'utilité publique. Une circulaire du ministère de l'Economie et des Finances clarifierait utilement l'éligibilité des fondations d'entreprises.

Préciser les conditions d'éligibilité au mécénat de certaines opérations de produit-partage

Un produit-partage est selon la pratique, un produit ou un service dont une part du prix est donnée à un organisme d'intérêt général contre l'usage par l'entreprise de sa dénomination dans sa communication. Les opérations de produit-partage peuvent-elles être assimilées à du mécénat ? Cette

question est récurrente en pratique et n'a pourtant jamais fait l'objet d'une interprétation officielle de la part de l'administration fiscale.

La plupart du temps, le produit-partage s'apparente à une technique marketing, et non à une opération de mécénat, car il est utilisé pour déclencher un acte d'achat : l'action d'intérêt général est utilisée pour rechercher un impact sur les activités marchandes de l'entreprise. Fiscalement il s'agit dans ce cas là d'une opération de parrainage.

Cependant, le produit partage peut être assimilé sous certaines conditions à du mécénat notamment lorsqu'il n'est pas utilisé pour augmenter les ventes et qu'il procède d'une intention libérale. Il existe alors quelques règles à respecter pour s'assurer qu'une opération de produit-partage respecte la philosophie du mécénat. Aujourd'hui ces règles constituent simplement un faisceau d'indices ; il serait bon que l'administration fiscale les valide pour sécuriser cette possibilité.

Préciser l'utilisation des contreparties

Il est une question qui fait tout particulièrement débat et qui entache parfois l'image du mécénat d'entreprise aux yeux du public, c'est celle des contreparties faites au don, notamment dans le domaine culturel.

A ce jour, seule l'instruction fiscale du 26 avril 2000 (B.O.I 4 C-2-00) vient régler l'utilisation des contreparties : « l'administration fiscale reconnaît l'existence de contreparties dans un opération de mécénat, à condition qu'il existe une **disproportion marquée** entre les sommes données et la valorisation de la prestation rendue ». En pratique, la notion de « disproportion marquée » a été traduite par un seuil d'environ 25% du montant du don à ne pas dépasser dans la valorisation des contreparties accordées. Pour une plus grande sécurité juridique, il semble souhaitable que l'administration fiscale définisse clairement ce qu'elle entend par « disproportion marquée ».

En outre il serait souhaitable de préciser officiellement le type de contreparties pouvant être accordées aux entreprises mécènes et leur durabilité. Certaines pratiques font actuellement débat, telles que l'apposition de plaques pérennes portant le nom ou le logo d'une entreprise dans l'enceinte de grandes institutions culturelles. Les règles de valorisation de ces contreparties gagneraient également à être précisées.

Clarifier l'éligibilité des bénéficiaires qui ont une activité commerciale non accessoire

La lucrativité accessoire des bénéficiaires est l'un des principaux critères d'éligibilités aux dons de mécénat. Il est nécessaire que l'activité non lucrative demeure significativement prépondérante.

Si l'activité lucrative est prépondérante mais la gestion désintéressée, le caractère d'utilité social doit être avéré selon la règle des « 4 p » expliquée dans l'instruction fiscale du 18 décembre 2008.

Cela étant dit, l'article 238 bis précise 3 domaines dérogatoires qui présentent des activités lucratives non accessoires et un statut de société commerciale :

- le spectacle vivant (art 238 bis 1. e) du CGI)
- la recherche scientifique et technique (art 238 bis 1. d) du CGI)
- le secteur des petites et moyennes entreprises dans le cadre de **l'économie sociale et solidaire (ESS) (art 238 bis 4. du CGI)**

Ces principes dérogatoires, utiles, provoquent cependant des interrogations et des incertitudes sur l'éligibilité d'un certain nombre de structures, à l'activité lucrative prépondérante et à la gestion intéressée mais poursuivant un objectif d'intérêt général : les SCOP, particulièrement dans le champ

culturel ne sont pas éligibles, car elles présentent une nature commerciale. Parallèlement certaines « entreprises sociales » bénéficient elles, d'aides spécifiques de l'Etat et de versements d'organismes agréés éligibles au mécénat.

La multiplication des labels et des cas particuliers ne facilitent pas une bonne connaissance des structures éligibles. Un décret doit fixer les modalités d'application et notamment les dispositions relatives aux statuts des organismes bénéficiaires des dons, les conditions de retrait de l'agrément et les informations relatives aux entreprises aidées que les organismes communiquent au ministre ayant délivré l'agrément.

Mécénat et marché public : sécuriser les possibilités de partenariats

Le mécénat constitue un mode de coopération original entre les entreprises et les collectivités publiques qui doit être encadré pour ne pas être utilisé ou suspecté de l'être, comme un moyen de contourner ou de fausser les règles d'attribution des marchés publics.

Certaines opérations de mécénat présentent des risques de requalification en marché public et leur mise en place manque de transparence. De plus l'arbitrage de l'administration fiscale sur ces sujets relève parfois de l'arbitraire.

Encourager le mécénat des PME

Les PME constituent 93 % des mécènes²⁸, avec un budget moyen situé entre 1000 et 5000 € par an²⁹. Les déductions fiscales constituent pour elles un vrai levier qui leur permet de donner davantage. Certaines donnent même au-delà de la limite des 0,5 % de leur chiffre d'affaires, mais cette limite constitue pour la plupart d'entre elles un frein à un engagement plus grand.

Pour encourager le mécénat des PME, Admical propose depuis plusieurs années d'établir une franchise de 10 000 € pour l'ensemble des montants engagés au titre du mécénat, au-delà desquels s'appliquerait le plafond actuel de 0,5 %. Toute entreprise, quelle que soit sa taille, pourrait ainsi donner jusqu'à 10 000 € en bénéficiant de la déduction fiscale prévue par l'article 238 bis du CGI.

La commission des affaires culturelles, dans son rapport rendu à l'Assemblée Nationale en février 2012, préconise également d'encourager davantage le mécénat des PME. Cet objectif avait aussi été mis en avant dans les débats parlementaires qui ont précédé le vote de la loi du 1^{er} août 2003.

Etablir un cadre éthique pour le mécénat

Pour que le mécénat progresse, il faut une régulation et un cadrage, afin d'éviter des dérives qui ne privilégient plus l'intérêt général. C'est dans cette perspective qu'Admical a publié l'année dernière une Charte du mécénat, rassemblant près de 200 signataires, mécènes et bénéficiaires, autour d'une éthique partagée. Conçue comme un document vivant, évolutif, cette charte décrit leurs droits mais aussi leurs devoirs, et sera actualisée par la publication de recommandations. François Hollande, dans une lettre adressée au président d'Admical, s'est engagé à soutenir cette démarche.

La commission des affaires culturelles, dans son rapport rendu à l'Assemblée Nationale en février 2012, recommandait l'établissement de chartes éthiques pour le mécénat. La ministre de la Culture et de la Communication Aurélie Filippetti appelle également de ses vœux la création d'une Charte du mécénat d'entreprise. La Charte d'Admical préfigure ce document, dont il faudra suivre l'application.

²⁸ *Le mécénat d'entreprise en France – 2012*, Enquête Admical-CSA

²⁹ Mieux comprendre les flux financiers du mécénat d'entreprise, Enquête Admical, décembre 2011

Le cas des contreparties du mécénat

Dans l'immense majorité des conventions de mécénat, les contreparties accordées à l'entreprise mécène sont très faibles au regard du don consenti, et la « disproportion marquée » nécessaire entre le don et le retour qui en est attendu, est respectée. La plupart du temps, les contreparties au mécénat sont inexistantes, et le mécénat ne procure pas de visibilité à l'entreprise, car il concerne des associations de solidarité, souvent petites, qui ne sont pas en mesure d'offrir de la visibilité à leurs mécènes. C'est plus souvent l'inverse qui se produit, l'entreprise mettant en valeur son bénéficiaire. Les contreparties ne sont pas la finalité de l'action de mécénat et elles ne sont pas obligatoires. Admical recommande aux entreprises d'avoir une approche raisonnable des contreparties, en traitant le bénéficiaire avec dignité et respect : cela signifie tenir compte de ses capacités, et ne pas être dans une logique comptable pour chercher à atteindre la limite pratiquée des 25 % de contreparties, d'autant plus que les contreparties sont souvent difficilement quantifiables. Les contreparties ne sont pas forcément destinées à des opérations externes (communication, relations publiques), elles peuvent également bénéficier à l'interne, aux collaborateurs de l'entreprise, ce qui est une occasion de les associer à la politique de mécénat de l'entreprise. Il est également possible d'offrir les contreparties destinées à l'entreprise mécène à d'autres associations.

Le cas du mécénat de compétences

Le mécénat de compétences est la mise à disposition d'un salarié à un bénéficiaire d'intérêt général, sur son temps de travail. Il entre dans le cadre de la loi du 1^{er} août 2003 et nécessite, à ce titre, d'être très justement encadré. En particulier, le mécénat de compétences ne doit pas être la variable d'ajustement des politiques de ressources humaines : il n'est pas un outil de gestion de l'emploi des seniors ni de mise à l'écart de certains collaborateurs.

L'envoi d'un collaborateur en mission de mécénat de compétences ne s'improvise pas : le collaborateur doit être préparé à intégrer l'association pour ne pas provoquer de situation d'échec et éviter les déceptions. Il faut donc encadrer sa mission en lui permettant de se familiariser avec le contexte dans lequel il va s'intégrer et en lui expliquant quel sera l'impact de son action. Il est également important de veiller à ce que le départ en mission de mécénat de compétences ne soit pas handicapant pour la carrière du collaborateur et que ce type d'initiative soit valorisé dans l'entreprise par la direction des ressources humaines.

Le mécénat de compétences ne doit pas transformer les bénéficiaires du mécénat en prestataires de team building. Enfin, en aucun cas le mécénat de compétence ne doit se substituer à un emploi qui aurait pu être créé, et il ne peut faire partie d'une démarche concurrentielle de la part de l'entreprise.

Faire des pouvoirs publics un facteur de lien entre entreprises et associations

N'oublions pas que le mécénat, s'il est une réponse aux problèmes de société accentués par la crise, ne peut exister seul. Rien ne remplacera le rôle majeur des pouvoirs publics et des collectivités aux côtés des bénéficiaires et des mécènes. La sortie de la crise n'aura pas lieu sans un rassemblement de tous ces acteurs.

L'avenir du mécénat se construira collectivement, à travers des partenariats réunissant pouvoirs publics, monde associatif et entreprises, où chacun apportera sa contribution et son expertise à l'intérêt général. La collaboration entre tous ces acteurs doit être renforcée. Les pouvoirs publics devront donc œuvrer et participer au rapprochement entre entreprises et associations, et devenir un catalyseur pour le mécénat d'entreprise.

Le mécénat est un enjeu qui concerne tous les domaines de l'intérêt général. Le ministère de la Culture et de la Communication et le ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie, ont créé en leur sein des Missions mécénat qui ont pour objectif d'informer et d'accompagner les acteurs du mécénat dans les champs concernés. Qu'en est-il des projets (dans le domaine du sport notamment) qui ne concernent ni l'un ni l'autre de ces ministères et qui sont

pourtant éligibles au mécénat ? Qu'en est-il également des opérations, de plus en plus nombreuses, de mécénat croisé, alliant ensembles plusieurs domaines de l'intérêt général ?

Compte tenu de son caractère transversal, le mécénat gagnerait à faire l'objet d'une mission interministérielle placée sous l'autorité du Premier Ministre et au sein de laquelle seraient représentés les différents ministères concernés, y compris le ministère de l'Economie et des Finances. Cette mission aurait pour objet d'informer et d'accompagner les acteurs du mécénat.

Annexes

1. **Rappel du régime antérieur à la loi du 1^{er} août 2003**
2. **Schéma de l'évolution du nombre de fondations d'entreprises créées depuis 2003**

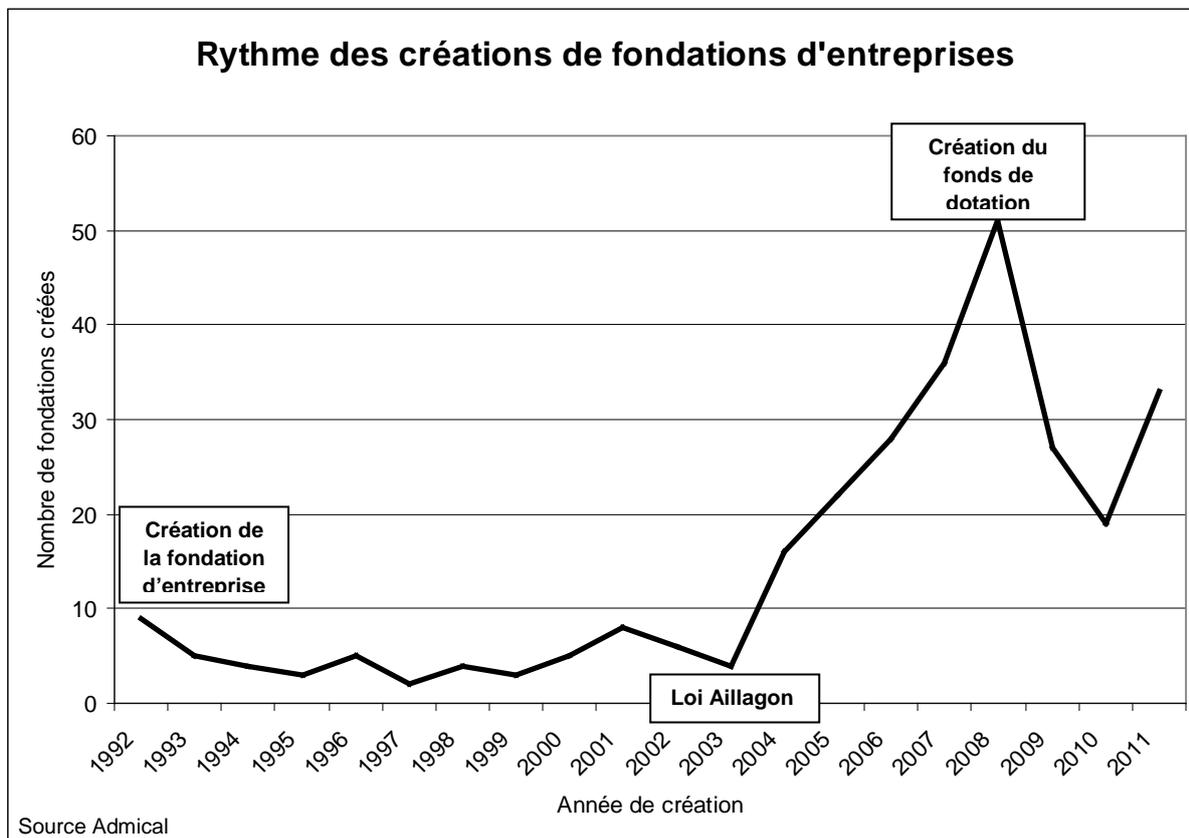
Le dispositif fiscal du mécénat d'entreprise avant la loi du 1^{er} août 2003

L'article 238 bis du CGI permettait avant la réforme du 1^{er} août 2003 aux entreprises de bénéficier d'un régime de déduction fiscale pour les dons consentis aux œuvres et organismes d'intérêt général, au même titre que pour leurs dépenses de parrainage mais dans des conditions différentes.

Il existait alors deux régimes distincts :

- La déduction était limitée à 2,25 pour mille du chiffre d'affaires pour les versements effectués au profit d'œuvres ou d'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. Le bénéfice de la déduction était aussi accordé pour les versements réalisés au profit d'une fondation d'entreprise.
- La déduction pouvait atteindre 3,25 pour mille du chiffre d'affaires pour les dons faits à des fondations ou associations reconnues d'utilité publique ou à des musées de France qui remplissaient les conditions requises à l'article 238 bis du CGI (conditions d'intérêt général). Ce taux de déduction s'appliquait également aux associations culturelles ou de bienfaisance autorisées à recevoir des dons et legs ainsi qu'aux cultes reconnus d'Alsace-Moselle. Il en était de même des dons faits à des établissements d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique publics, ou privés à but non lucratif, agréés par le ministre en charge du budget et par celui chargé de l'enseignement supérieur ou par celui chargé de la culture.

La fraction de dons dépassant le plafond de 2,25 ou 3,25 pour mille du chiffre d'affaires pouvait être déduite des 5 exercices suivants.



Remarque : Cette analyse ne prend en compte que les fondations qui ont le statut « fondation d'entreprise » et qui étaient toujours existantes au 31 décembre 2011.