

Le mécénat d'entreprise

Le mécénat n'est pas réservé aux grandes entreprises. Vous qui êtes à la tête d'une PME, vous pouvez aussi devenir mécène et soutenir une ou plusieurs associations ou fondations. Si vous êtes tenté par le mécénat, découvrez ses atouts et son régime juridique et fiscal.

Par Sophie Duval, le 08/09/2008

L'époque où le mécénat était l'apanage des grandes entreprises est aujourd'hui révolue. En effet, depuis plusieurs années, il n'est pas rare de rencontrer des petites structures qui s'investissent dans le monde associatif. Le développement du mécénat a notamment été favorisé par le renforcement des avantages fiscaux existants en faveur des entreprises mécènes.

En effet, ces dernières peuvent bénéficier d'une réduction d'impôt sur les bénéfices à hauteur de 60 % du montant des dons qu'elles réalisent en faveur des organismes éligibles, dans la limite toutefois d'un plafond de 5 ‰ de leur chiffre d'affaires hors taxe.

Et lorsque les dons réalisés dépassent ce plafond, **l'excédent peut être reporté successivement sur les cinq exercices suivants** et ouvre droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions, après prise en compte des versements de l'exercice.

À noter : pour les entreprises soumises à l'impôt sur le revenu, cette réduction d'impôt s'impute sur l'impôt dû au titre de l'année de réalisation des versements, quelle que soit la date de clôture de l'exercice. Dans les sociétés soumises à l'impôt sur les sociétés, elle s'impute sur le solde de l'impôt sur les sociétés dû au titre de l'exercice au cours duquel les versements sont réalisés.

Pour une entreprise, devenir mécène relève toutefois d'une démarche originale qui ne doit pas être adoptée à la légère. En effet, le mécénat s'inscrit dans un cadre strict qui doit absolument être respecté. Et surtout, il s'agit d'un engagement qui doit toujours être fondé sur la volonté première de donner, même si, dans les faits, la collaboration avec l'organisme aidé peut être valorisante pour l'entreprise.

Qu'est-ce que le mécénat ?

Ou plutôt qu'est-ce que n'est pas le mécénat ? Il convient en effet de distinguer le mécénat du sponsoring ou du parrainage, tous deux réalisés dans l'intérêt direct de l'exploitation.

Dans le cadre du sponsoring, l'entreprise réalise des dépenses destinées à promouvoir son image de marque. Il s'agit donc d'une démarche commerciale dont la retombée est quantifiable et proportionnée à l'investissement initial. Ces dépenses de sponsoring ou de parrainage sont déductibles des résultats imposables des entreprises qui les engagent, mais n'ouvrent pas droit à la réduction en faveur du mécénat.

Pour qu'il y ait mécénat, il doit y avoir au contraire un « don », don qui ne doit d'ailleurs pas être consenti à n'importe qui ?!

Qui peut en être bénéficiaire ?

Pour ouvrir droit aux avantages fiscaux du mécénat, les dons doivent être réalisés en faveur d'organismes limitativement désignés. Il s'agit des 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.

Peuvent aussi être bénéficiaires de dons les fondations ou associations reconnues d'utilité publique, les musées de France, les établissements d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique, les sociétés ou organismes publics ou privés de recherche scientifique et technique, ou encore les organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale l'organisation de festivals ayant pour objet la présentation d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque, à condition que les dons soient affectés à cette activité.

À noter : la loi de finances rectificative pour 2007 élargit le bénéfice fiscal du mécénat d'entreprise aux dons effectués en faveur d'organismes publics ou privés à gestion désintéressée ou de sociétés dont le capital est entièrement détenu par des personnes morales de droit public (État, établissements publics nationaux, collectivités locales) ayant pour activité principale l'organisation d'expositions d'art contemporain ou la présentation de spectacles vivants.

Les dons peuvent aussi avoir comme bénéficiaire une fondation d'entreprise même si cette dernière porte le nom de l'entreprise fondatrice. Plus généralement, le caractère de mécénat n'est pas remis en cause par le simple fait que le nom de l'entreprise donatrice apparaisse lors des opérations réalisées par les organismes bénéficiaires. L'insertion du logo du mécène est donc autorisée à condition qu'elle soit discrète et à l'exclusion de tout message publicitaire.

En pratique : le secteur de la culture est aujourd'hui encore celui qui bénéficie le plus du mécénat d'entreprise. Toutefois, on constate une certaine évolution en la matière : à côté du traditionnel sponsoring sportif, se développe de plus en plus le mécénat sportif (22 % des entreprises mécènes investissent dans le sport, en particulier en faveur des associations ayant pour objet la pratique du sport par des personnes handicapées). Mais les secteurs de l'éducation, de l'insertion et de l'aide aux personnes en difficulté, de la solidarité (nationale et internationale), ou encore du développement durable peuvent aussi faire l'objet d'opérations de mécénat.

Bon à savoir : pour savoir s'ils sont éligibles au mécénat, les organismes bénéficiaires de dons peuvent, dans le cadre d'une procédure de rescrit, interroger l'administration fiscale qui dispose d'un « correspondant association » dans chaque département.

Celui-ci vérifie alors, en fonction des éléments que l'association lui fournit, notamment que l'activité est non lucrative, qu'elle ne profite pas à un cercle restreint de personnes et que la gestion est désintéressée.

Quelles formes le mécénat peut-il prendre ?

Le mécène peut tout d'abord procéder à des dons en numéraire. C'est sans doute la forme la plus classique du mécénat. Il peut également s'agir de dons en nature ou de mises à disposition de locaux. Plus originaux, mais de plus en plus courants, les dons de compétence. Par ce biais, l'entreprise offre à l'association le temps consacré par un ou plusieurs salariés au programme de mécénat. Elle met à disposition un ou plusieurs de ses salariés pour effectuer sur leur temps de travail des actions au sein de l'organisme bénéficiaire. Dans ce cas, pour le calcul de la réduction d'impôt, l'effort de l'entreprise doit être valorisé au prix de revient de la prestation offerte.

Quel intérêt pour l'entreprise ?

L'intérêt fiscal ne doit évidemment jamais constituer la seule motivation de l'entreprise. Le mécénat doit être en premier lieu un moyen pour l'entreprise d'affirmer ses valeurs et de mettre ses compétences au service de l'intérêt général, de communiquer autrement, et donc de fixer ou d'améliorer son image auprès de ses clients, de ses partenaires, de ses salariés et du grand public. Avant de s'engager dans une action de mécénat, l'entreprise doit donc réfléchir à ses propres valeurs et leur compatibilité avec l'action soutenue.

Le mécénat est aussi un bon moyen d'aider au développement (culturel, environnemental...) du territoire sur lequel l'entreprise est implantée avec les retombées plus ou moins directes qui en découlent : développement de l'attractivité de l'entreprise, fidélisation des collaborateurs...

Enfin, les opérations de mécénat peuvent constituer d'excellents moyens de renforcer la cohésion interne (esprit d'équipe) de l'entreprise.

Comment mener à bien une opération de mécénat ?

Reste que pour réussir, l'opération de mécénat doit toujours être basée sur des rapports humains, en particulier sur le respect mutuel de chacune des structures, rapports qui ne peuvent se tisser qu'au fil des rencontres et des visites organisées au sein de l'organisme aidé et dont le but est de mesurer concrètement les actions qu'il accomplit. Si les apports du mécénat sont indéniables, il ne faut donc pas perdre de vue qu'il faudra consacrer un certain temps pour le mettre en place !

En pratique

Afin de fixer clairement les engagements et les obligations de chacune des parties (mécène et bénéficiaire), il est indispensable de signer, préalablement à toute opération, une convention de mécénat. À cet égard, le ministère de la Culture et de la Communication propose un modèle type, disponible sur son site Internet www.culture.gouv.fr. Sur ce site, figurent également les coordonnées des correspondants mécénat dans chaque région, lesquels peuvent vous aider à mettre en place une opération de mécénat adaptée à votre entreprise. Et veillez à demander à l'organisme bénéficiaire un reçu fiscal de dons aux œuvres que vous devrez joindre à votre déclaration fiscale de résultat.