

**DONS – MECENAT –
PARTENARIAT
FINANCEMENT PARTICIPATIF**

**Définitions et applications vers les
clubs sportifs**

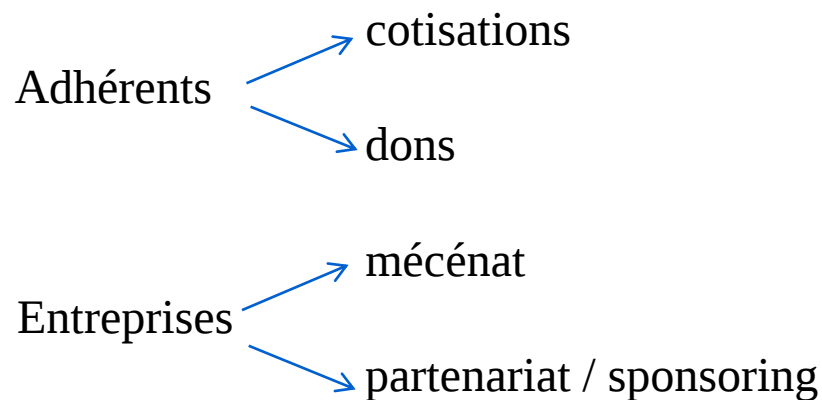
Jeudi 31 Octobre 2019

SOMMAIRE

- Introduction
- 1^{ère} partie : les dons des personnes physiques
- 2^{ème} partie : le mécénat et le « sponsoring » par des entreprises
- 3^{ème} partie : le financement participatif ou « crowdfunding »

INTRODUCTION

- Le contexte général de la baisse des dotations financières de la puissance publique (Etat, collectivités locales...)
- La recherche de « fonds privés » auprès des particuliers et des entreprises...
- L'encouragement des dispositifs fiscaux, largement développés depuis plusieurs années...
- Des ressources qui sont ainsi les suivantes :



1^{ère} Partie : Les dons des personnes physiques

Dans cette première partie, nous allons aborder la question des dons des personnes physiques. Bien évidemment « cette ressource » est encouragée par « la niche fiscale » que constitue la réduction d'impôt qui y est attaché.

1 – Les textes de référence

. L'article 200-1-b du CGI

« 1. Ouvrent droit à une réduction d'impôt sur le revenu égale à 66 % de leur montant les sommes prises dans la limite de 20 % du revenu imposable qui correspondent à des dons et versements, y compris l'abandon exprès de revenus ou produits, effectués par les contribuables domiciliés en France au sens de l'article 4 B, au profit :

*b) 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, notamment à travers les souscriptions ouvertes pour financer l'achat d'objets ou d'œuvres d'art destinés à rejoindre la collections d'un musée de France accessibles au public, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises ».*

. BOI – IR – RIC – 250 du 12.9.2012.

2 – Les versements en sommes d'argent

Pas de problèmes particuliers

3 – Dons en nature

Il s'agit par exemple, de la remise d'œuvres d'art ou de tout autre objet de collection présentant un intérêt artistique ou historique.

4 – Versements de « cotisations »

Le principe pour les considérer comme « des dons » (avec l'avantage fiscal attaché).

*« que le versement soit qualifié de don ou de cotisation, le bénéfice de la réduction d'impôt n'est accordé qu'à la condition que ce **versement procède d'une intention libérale**, c'est-à-dire qu'il **soit consenti à titre gratuit, sans contrepartie directe ou indirecte** au profit de la personne qui l'effectue. »*

5 – L'analyse de la « notion de contrepartie » de la cotisation

- Les contreparties institutionnelles ou symboliques :
 - . Droit de vote, éligibilité au CA
 - . Notion de membre bienfaiteur par exemple...
 - ⇒ Ce n'est pas une « contrepartie » au sens fiscal.
 - ⇒ Réduction d'impôt possible.
- Contreparties sous la forme d'un bien ou d'une prestation de services.
Nous pouvons citer :
 - . La remise de divers objets matériels,
 - . L'octroi d'avantages financiers ou commerciaux
 - . Le service d'une revue
 - . La mise à disposition d'équipements ou d'installations
 - . L'accès privilégié à des conseils, fichiers ou informations...

Ce sont des contreparties ⇒ **exclusion de la réduction d'impôt.**

Exceptions

- Remise de menus biens (insignes, timbres décoratifs, étiquettes personnalisée, affiches, épinglettes, cartes de vœux...) d'une valeur inférieure au $\frac{1}{4}$ de la cotisation (dans la limite de 69 € par an).

ex : Cotisation est de 300 euros

$\frac{1}{4} = 75 \text{ €}$ limitation de la valeur de l'objet à 69 €

ex : Cotisation est de 100 euros

$\frac{1}{4} = 25 \text{ €}$ limitation de la valeur de l'objet à 25 €.

- L'envoi de publications, bulletins d'information ou documents divers si cette activité n'est pas lucrative c'est-à-dire **qu'elle est une activité accessoire** à l'objet même de la structure.

6 – Conséquences pour les associations sportives

⇒ Séparer la « cotisation » en deux parties :

- La cotisation d'adhésion à l'association et sa vie démocratique = réduction d'impôt
- et la somme correspondant à « une contrepartie directe » et individualisable au titre de la « licence sportive » : **absence de réduction d'impôt.**

Nouveauté au 1.1.2020, avec les nouvelles dispositions comptables (règlement ANC n° 2018.06 du 5.12.2018) : séparation en deux comptes :

- Compte n° 7561 – cotisations sans contrepartie
- Compte n° 7562 – cotisations avec contrepartie

7 – Prise en compte des frais engagés par les bénévoles

- Les bénévoles peuvent, sous certaines conditions, bénéficier de la réduction d'impôt afférente aux dons, pour les frais qu'ils engagent personnellement dans le cadre de leur activité associative.
- Les frais supportés par les bénévoles dans le cadre de leur activité lorsqu'elle est effectuée strictement pour la réalisation de l'objet social de l'organisme, peuvent soit être remboursés par celui-ci, soit bénéficier de la réduction d'impôt relative aux dons à condition que le bénévole justifie de la nature et du montant des frais ainsi supportés et renonce expressément à leur remboursement. L'organisme est alors tenu de conserver dans sa comptabilité les justifications de frais et la déclaration de renonciation au remboursement de ses frais par le bénévole.

Conséquences :

- Pour ouvrir droit à la réduction d'impôt, les frais doivent correspondre à des dépenses réellement engagées dans le cadre d'une activité exercée en vue strictement de la réalisation de l'objet social de l'organisme et être dûment justifiées (billets de train, factures correspondant à l'achat de biens ou au paiement de prestation de services acquitté par le bénévole pour le compte de l'association, détail du nombre de kilomètres parcourus avec son véhicule personnel pour exercer son activité de bénévole, notes d'essence...). **Chaque pièce justificative doit mentionner précisément l'objet de la dépense ou du déplacement.** (dates, nature dépenses, objet, montant...)

- Forfait « kms » admis pour revenus 2019

- . Véhicules = 0,315 €

- . Vélomoteurs, motos = 0,123 €

- Engagement express de « renonciation » et comptabilisation dans les comptes de l'association (charges/produits – suivant les dispositions de l'article n°141-4 du rglt ANC 2018-06 du 5.12.2018)

2^{ème} Partie : Le mécénat et le « sponsoring » par des entreprises

1 – Définition du « Mécénat »

Etymologie : de mécène, venant du nom de *Caius Cilnius Maecenas*. Maecenas était un riche ministre, ami et conseiller de l'empereur romain Auguste. Il est connu pour son soutien aux poètes et artistes, au premier siècle de notre ère. Le nom de Mécène est resté associé à la protection des arts.

« *Le mécénat est un **soutien matériel** (financier ou technique) librement apporté par une entreprise ou un particulier, **sans contrepartie directe**, à une œuvre, à un artiste ou plus généralement à une personne ou un organisme dont l'activité présente un **intérêt général**.* »

Pour une entreprise, le mécénat permet souvent d'entretenir ou d'améliorer son image dans le public ou de réaliser une mobilisation interne. Son champ d'action est très large :

- . Art
- . Culture
- . Éducation
- . **Sport**

Mécénat sportif : Accepter le mécénat dans le domaine sportif, c'est présenter le sport comme vecteur de lien social. Le mécénat se différencie du sponsoring par la nature des actions soutenues, qui doivent normalement être porteuses de sens, mais surtout dans le fait que le mécène ne doit recevoir aucune contrepartie directe.

Le mécénat se distingue du **parrainage** ou du **sponsoring**, par son caractère **philanthropique et généreux** et par une obligation de résultat qui n'est pas aussi contraignante. Il n'y a pas de contreparties contractuelles publicitaires au soutien du mécène, il y a seulement une tolérance pour que le nom de celui-ci soit cité par le bénéficiaire du mécénat. De son côté, le mécène peut, s'il le souhaite, afficher explicitement son soutien dans ses propres actions de communication.

Contrairement au sponsoring considéré comme une action publicitaire, le mécénat ouvre droit, pour le donateur à des réductions d'impôts :

- article 238 bis du Code général des impôts pour les entreprises (60 % de réduction d'impôts sur les sociétés dans la limite de 10 000€ ou de 5‰ du CA HT lorsque ce dernier montant est plus élevé).
- article 200 du Code général des impôts pour les particuliers.

2 – Définition du parrainage – sponsoring / partenariat

Etymologie : Parrainage du latin *patruus*, oncle paternel.

Le **parrainage** est la qualité de **parrain** ou de **marraine**. C'est un appui moral apporté par une personne d'autorité à quelqu'un ou) un projet.

En **économie et en gestion d'entreprise**, le parrainage est un soutien matériel (financier ou sous forme d'une prestation de services) apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation dans le but d'en retirer un bénéfice publicitaire.

Synonyme : sponsoring.

En **marketing**, le parrainage est une technique d'élargissement de la clientèle qui consiste à encourager un client ou un prospect, à recommander une offre ou un service de l'entreprise à un ami ou à une connaissance. Le parrain est en général récompensé par un bon d'achat ou un cadeau lorsque son « filleul » souscrit à l'offre ou au service.

La conséquence pour l'entreprise c'est qu'elle n'a pas les mêmes avantages et pour l'association, le caractère « commercial » peut avoir des conséquences fiscales.

3 – La différence entre mécénat et sponsoring/partenariat

Tableau comparatif :

Mécénat	Parrainage
Démarche d'image et de communication	Démarche commerciale et d'image
Recherche de sens, expression des valeurs, de valorisation d'un savoir-faire	Volonté de développer les ventes, de promouvoir un produit un service
Pas de contrepartie sur l'activité commerciale, citation de l'entreprise possible en communication	Attente de contreparties calculées et mesurées (proportionnelles à l'investissement)
Retombées en image afin de renforcer la réputation, d'ancrer localement l'entreprise, de fédérer les salariés, de renforcer la fierté d'appartenance à l'entreprise...	Retombées en image afin de développer la notoriété et les ventes
Apporter un supplément d'âme en interne	Renforcer la notoriété d'une marque
Défiscalisé	Non défiscalisé

4 – La différence entre mécénat et sponsoring/partenariat

Appliquée aux associations sportives, voici les exemples cités par l'administration fiscale :

« **Exemple 1** : Une association sportive locale dont le caractère non lucratif n'est pas remis en cause perçoit 100 000 euros par an d'une entreprise locale. Le nom de cette entreprise est inscrit sur un des panneaux du stade.

La contrepartie offerte par l'association ne peut pas être assimilée à une simple prestation publicitaire. Dans ce cas, le don n'est que signé par l'entreprise et le **dispositif du mécénat est applicable.** »

« **Exemple 2** : Une association sportive amateur est qualifiée pour jouer un tour de coupe de France contre un club professionnel. La rencontre devient de ce fait un événement médiatique. Pour profiter de l'évènement, une entreprise de la région verse une somme de 250 000 euros. En contrepartie, des panneaux publicitaires à son nom sont installés dans l'axe des caméras de télévision.

La contrepartie offerte ne peut être assimilée à un don « signé » par l'entreprise. Il **s'agit d'une opération publicitaire.** »

« **Exemple 6** : Une entreprise de boissons soutient financièrement une grande manifestation festive. Sa marque phare apparaît sur l'ensemble des supports de communication et la manifestation est utilisée dans les slogans publicitaires de l'entreprise. En contrepartie, l'organisme organisateur accorde à l'entreprise une exclusivité de vente de cette boisson pendant la manifestation.

Le versement a pour contrepartie un **objet commercial manifeste**. Il s'agit de **parrainage**. »

5 – Les contreparties possibles ne remettant pas en cause le régime du Mécénat

- Application de la règle des 25 %, pour **les particuliers** (avec la limite de 69€).
- Pour les entreprises : « le bénéfice du dispositif en faveur du mécénat ne sera remis en cause que **s’il n’existe pas une disproportion marquée** entre les sommes données et la valorisation de la « prestation rendue » ».

Il convient d’être attentif aux contreparties : selon une pratique communément admise, l’éligibilité des versements des entreprises au bénéfice de l’avantage fiscal n’est pas remis en cause si la valeur des contreparties matérielles et immatérielles ne dépasse pas 25 % du montant du don.

Toutes les contreparties matérielles et immatérielles sont dûment valorisées, y compris l’apposition du nom ou de la marque commerciale de l’entreprise mécène ou encore le nom ou le logotype de sa fondation, sur tout support d’information ou de communication.

En pratique : nécessité d’établir une convention de mécénat définissant la nature et les règles d’évaluation des contreparties.

Le ministère de la culture et de la Communication recommande que la valorisation de cette dernière contrepartie soit déterminée à un niveau forfaitaire (en valeur absolue) et ne dépasse pas en tout état de cause 10 % du montant du don, l'organisme bénéficiaire devant cependant veiller à ce que l'octroi d'autres contreparties à caractère matériel (billetterie, mise à disposition d'espaces...) ne se fasse pas au détriment de l'exercice de ses missions d'intérêt général.

6 – Si présence de sponsoring/partenariat : Fiscalisation possible

- Si le versement des entreprises n'entre pas dans la catégorie du « mécénat, conséquences fiscales :
 - ↳ Activités commerciales accessoires à l'activité principale non lucrative.
- TVA, Impôt sur les sociétés
 - ↳ Franchise en base pour 2019 : 63 059 €.
- Au-delà de 63 059 € ⇒ Sectorisation possible
IS : 15 % - TVA 20 % sur les prestations de publicité

7 – Possibilité de solliciter l’administration fiscale : le rescrit

- Rescrit : procédure d’interrogation sur un aspect fiscal précis :
Exemple, celui d’émettre ou non des reçus fiscaux pour les dons, mécénat.
- Mais attention à présenter un dossier argumenté, surtout pour les activités sportives qui peuvent être exercées par des entités commerciales.
- L’administration donne un avis opposable et qui l’engage.

3^{ème} Partie : Le financement participatif ou « crowdfunding »

1 – Définition

Crowdfunding signifie littéralement « financement par la foule » et se traduit en français par « financement participatif ».

Le financement participatif (ou crowdfunding) est « un mécanisme qui permet de récolter des fonds – généralement des petits montants – auprès d'un large public, en vue de financer un projet créatif (musique, édition, film, etc...) ou entrepreneurial ». A la faveur d'Internet et des réseaux sociaux, ce type de financement venant en soutien « d'initiatives de proximité ou de projets défendant certaines valeurs » et intégrant « une forte dimension affective » rencontre un vif succès.

2 – Les modalités du « financement participatif »

En pratique, le fonctionnement est simple. Via Internet, des plateformes dédiées, telles que My Major Company, KissKissBankBank ou Ulule, mettent en relation un porteur de projet avec un contributeur susceptible d'apporter son concours – financier la plupart du temps – au projet. (Voir également le site d'information : « assoconnect.com »).

Le premier y présente, à l'aide de textes, photos ou vidéos, ses objectifs et ses besoins pour les atteindre. Il propose des contreparties diverses adaptées au montant de la contribution qui peut aller d'un à plusieurs centaines ou même milliers d'euros selon l'ampleur du projet.

Le second verse un don à la plateforme, contribuant ainsi au financement du projet, puis attend les contreparties promises.

La particularité du crowdfunding est double ; d'une part, l'appel à contribution est limité dans le temps et, d'autre part, si l'objectif de collecte n'est pas atteint, les fonds sont restitués aux contributeurs.

3 – Les trois formes de « crowdfunding »

Le crowdfunding peut prendre la forme :

- d'un prêt à titre gratuit ou rémunéré.
- d'une souscription de titres.
- ou encore « d'un don ou d'une contribution pouvant donner lieu à des contreparties en nature (CD, places de spectacles...) ou en numéraire (participation aux bénéfices éventuels retirés du projet financé..).

4 – Une autorisation préalable pour les plateformes de « crowdfunding »

C'est l'ACP (Autorité de Contrôle Prudentiel) qui délivre l'agrément pour les plateformes qui encaissent les contributions pour le compte des projets.

5 – En pratique pour le domaine sportif : les dons

Exemple de plateformes pour le sport :

- Fosburit
- Sponsoring.me
- Tennis Angels

6 – Les « règles essentielles », à connaître

- Dépôt des « projets » sur le site par les associations sportives
« Aidez la section « pagayons ensemble » du club de canoé Kayak du Mans, qui permet à des femmes et des hommes atteints de maladie, de se retrouver sur un canoé collectif, de participer à l'édition de la mythique Vogalonga de Venise. »
- Contreparties : affiche, t-shirt, dvd, soirée... suivant le niveau des dons
⇒ attention à la règle des 25 % ... limite de 69 €.
- Montants collectés : 3 890 € (pour 3 500 € objectif)
- Rémunération du site : de 8 à 12 % de fonds collectés (voir 20% pour certains)
- **C'est l'association qui doit « éventuellement » délivrer les reçus fiscaux si les critères sont remplis ⇒ donc transfert de la « responsabilité fiscale ».**
⇒ voir nos commentaires précédents.

7 – Conseils pour les associations sportives amateurs

- Privilégier les actions / projets à buts humanitaires, collectifs...

REPONSES A VOS QUESTIONS

- FIN -