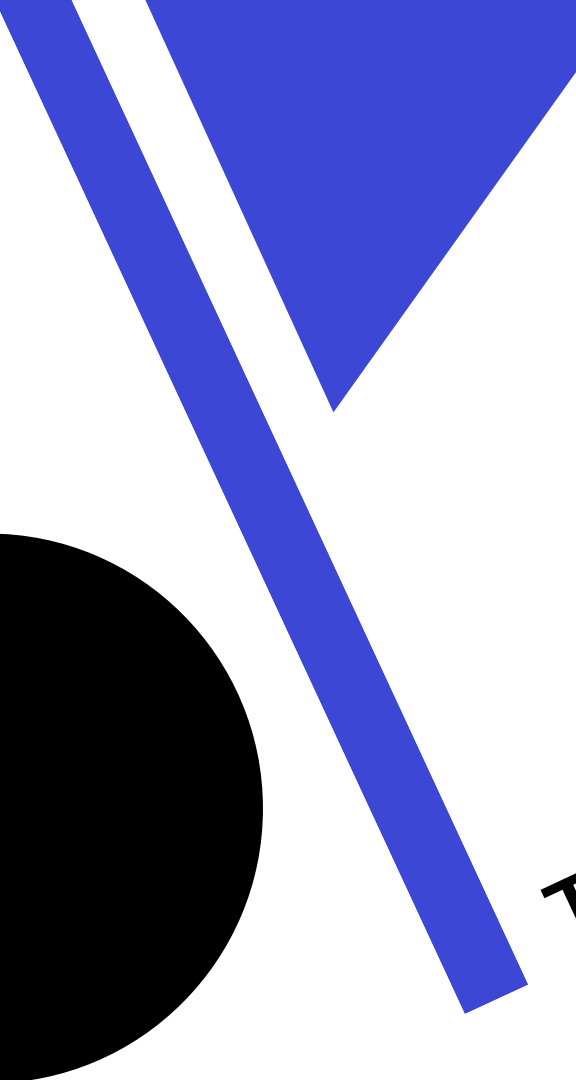




TONY FAVIER

Mécénat et financement de projet associatif

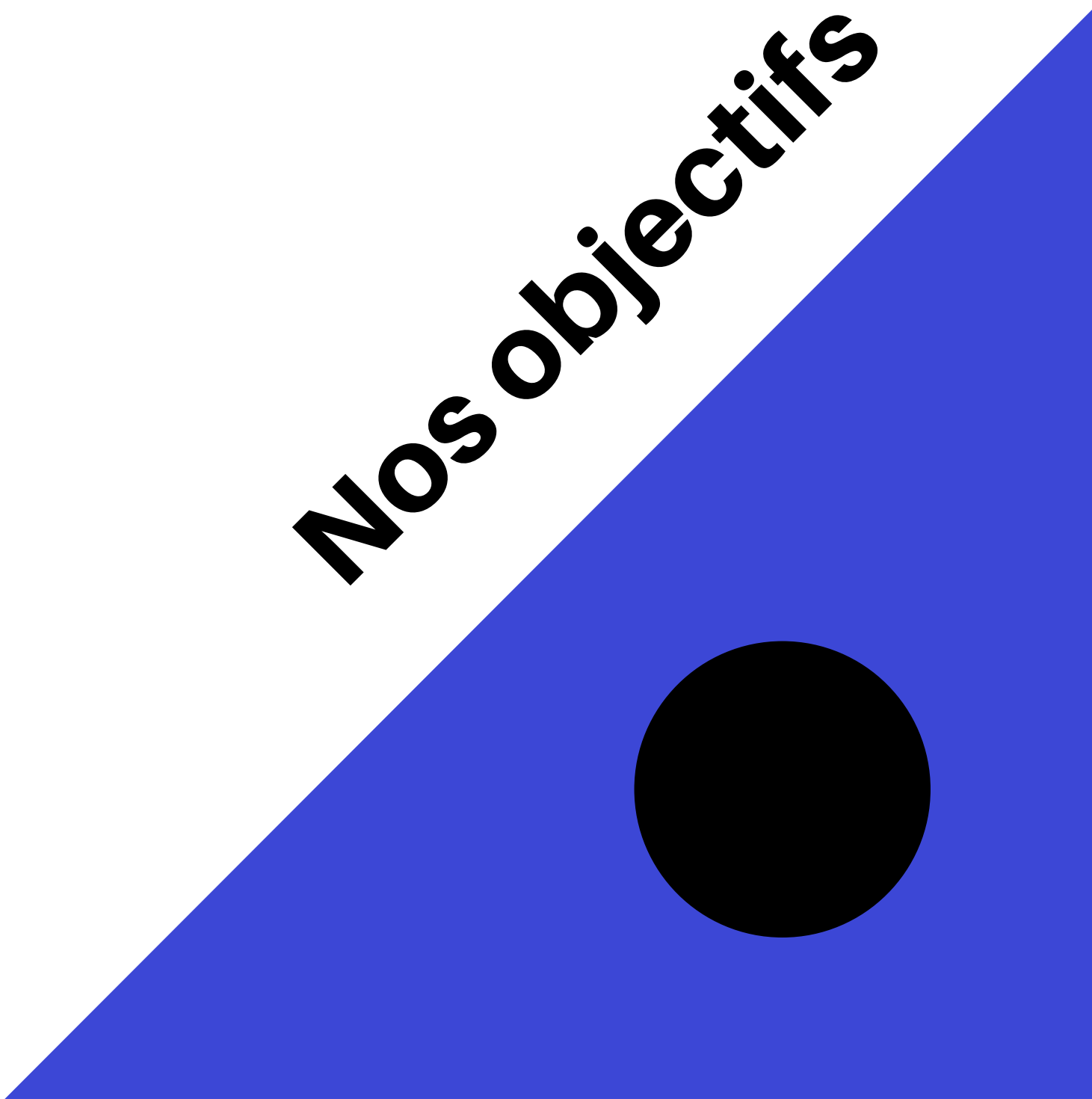


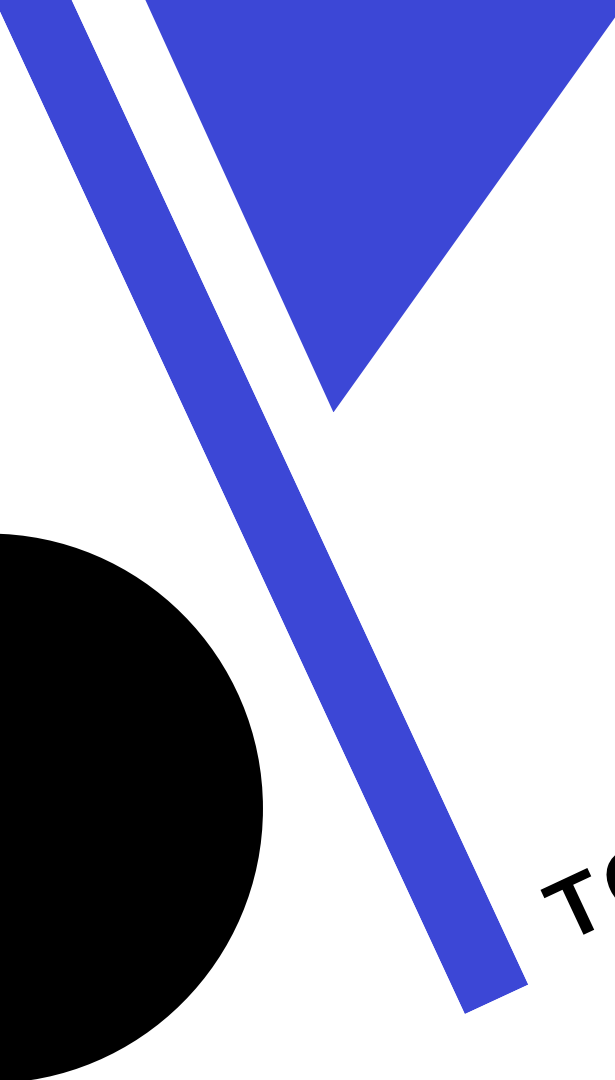


Vous sensibiliser et vous apporter des compétences sur le sujet de la **diversification des ressources**, et plus spécifiquement les fonds privés et **le mécénat**.

- Evoquer les principes du mécénat, son langage et son cadre juridique
- Mettre en place une stratégie détaillée qui permet d'aborder sereinement le sujet
- Présenter des exemples concrets (détaillés lors des ateliers)

Nos objectifs





TONY FAVIER

Partie #1 : les principes





**Pourquoi rechercher des
financements privés ?**



Vocabulaire du mécénat

16 définitions essentielles pour
parler la même langue



Mécénat (général)

Soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une oeuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général.

Mécénat financier

Soutien apporté par une entreprise ou un particulier à une association ou un projet d'intérêt général sous forme d'un don en argent. Il se traduit par un financement direct, sans contrepartie équivalente, et ouvre droit à des avantages fiscaux.



Mécénat

Soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une oeuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général.

Partenariat

Soutien apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct.

Sponsoring / parrainage

Objectif de promotion de l'image du parrain, par son nom, sa marque ou encore son logo.

Vocabulaire du mécénat



Mécénat en nature

Contribution prenant la forme de biens ou de services offerts (matériel informatique, fournitures, locaux, prestations gratuites, etc.). L'entreprise donne ce qu'elle produit ou possède, au lieu d'argent, pour aider le bénéficiaire.

Mécénat de compétences

Mise à disposition de salariés d'une entreprise, sur leur temps de travail, pour apporter leurs savoir-faire à une association ou un projet d'intérêt général. Cela permet de partager des expertises tout en valorisant l'engagement des collaborateurs.



Recherche de fonds

Expression décrivant tous les outils et méthodes de transactions financières qui fait appel à un grand nombre de personnes pour financer un projet.

Fundraising

Réflexion stratégique et articulation des moyens mis en œuvre pour développer les ressources des organisations œuvrant pour des causes d'intérêt général.

Fundraiser

Chef d'orchestre éclairé qui assure le bon fonctionnement de la collecte de fonds.

Vocabulaire du mécénat





Philanthropie

Pensée humaniste, art politique, poids économique important et amour des enjeux sociétaux.

Donateurs individuels

Personne qui, par des actions concrètes, fait un don en faveur d'un organisme ou d'une structure dans le but d'en soutenir le développement.

Grands donateurs

Statut attribué aux 10% de donateurs individuels qui donnent le plus au sein d'une structure. et qui nécessitent une stratégie ciblée.

Vocabulaire du mécénat



Entreprises

Une des trois cibles du mécénat avec des usages et des pratiques différenciées des donateurs individuels.

Fondations

Acte par lequel une ou plusieurs personnes physiques ou morales décident l'affectation irrévocable de biens, droits ou ressources à la réalisation d'une oeuvre d'intérêt général et à but non lucratif.

Fonds de dotation

Organisme destiné à collecter des dons pour aider un autre organisme, à but non lucratif.

Vocabulaire du mécénat



Financement participatif / crowdfunding

Echange de fonds entre individus en dehors des circuits financiers institutionnels, afin de financer un projet via une plateforme en ligne.

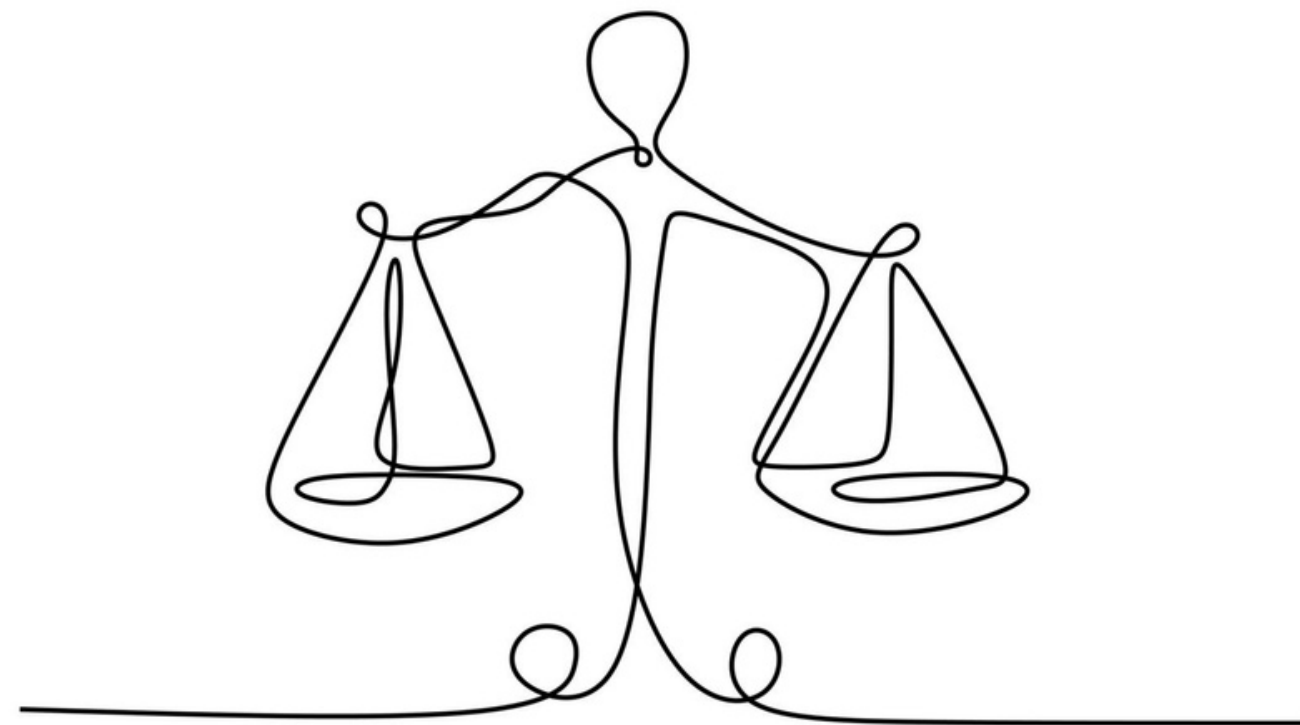
Le vocabulaire est là pour décrire des pratiques et construire un discours.

***Avez vous des remarques ou des
questions sur ce vocabulaire ?***



Vocabulaire du mécénat





Le cadre juridique du mécénat

D'où vient-il ?

Les mots ont leur histoire. Le cadre actuel résulte d'évolutions sociétales et tente d'y faire face.

Economie

L'analyse par les économistes des pratiques du mécénat démontre un intérêt avéré du secteur.

Légalité

In fine, ce sont les textes légaux qui encadrent le mécénat et ses pratiques.

Le mécénat culturel est assujetti à un cadre législatif. Son évolution peut se retracer au travers des quatre principaux textes de lois ci-après, et complétés du code général des impôts.

Loi n°87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat.

Il s'agit d'un texte fondateur puisqu'il donne pour la première fois un cadre juridique et fiscal au mécénat et aux fondations en France.

Loi n°90-559 du 4 juillet 1990 créant les fondations d'entreprise et modifiant les dispositions relatives aux fondations de la loi du 23 juillet 1987.

Le cadre juridique du mécénat : légalité



Loi n°2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations (dite loi Aillagon).

C'est le texte connu de tous les fundraisers français. Elle refond les incitations fiscales et assouplit la mise en place des fondations reconnues d'utilité publique et ouvre de nouvelles possibilités pour les fondations d'entreprise.

Loi n°2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie. L'article 140 concerne les fonds de dotation.

Les fonds de dotation sont des structures juridiques inspirées du modèle anglo-saxon des endowment funds avec pour objectif de développer les financements privés en faveur d'organismes d'intérêt général.

Le cadre juridique du mécénat : légalité



Le code général des impôts, code juridique français relatif au droit de la fiscalité, apporte des précisions sur la limite des contreparties exigibles ainsi que sur les déductions fiscales applicables.

Article 200 sur la fiscalité des particuliers.

Ouverture d'un droit à une réduction d'impôt sur le revenu égale à 66% de leur montant retenu dans la limite de 20% du revenu imposable.

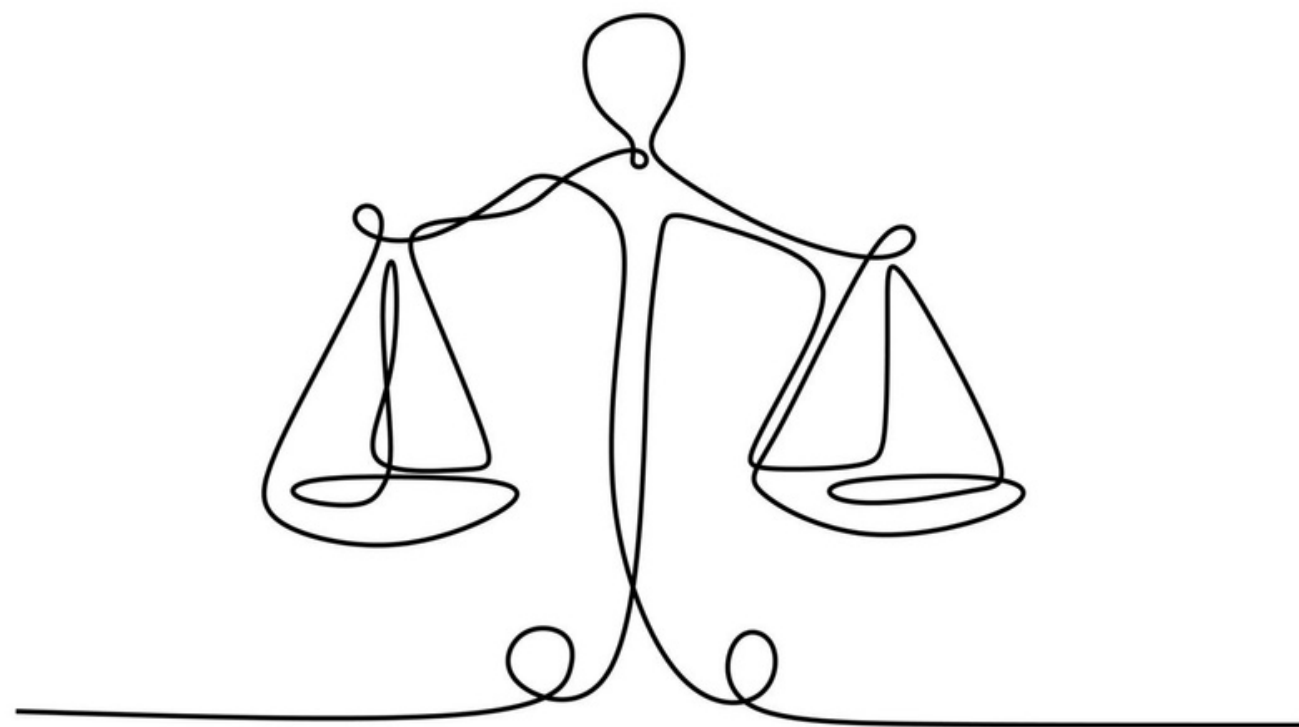
Article 238 bis sur la fiscalité des entreprises.

Ouverture pour les entreprises d'un droit à une réduction d'impôt sur les sociétés égale à 60 % de leur montant des versements, pris dans la limite de 10 000 € ou de 5% du chiffre d'affaires lorsque ce dernier montant est plus élevé.

Focus : prenons le temps de voir les détails de la dernière MAJ sur le site du Ministère de la Culture (Régime fiscal des entreprises)

Le cadre juridique du mécénat : légalité





Le cadre juridique du mécénat

Comprendre la logique est suffisant

A ce stade, il ne vous est pas demandé de connaître ces textes, qui évoluent constamment. Apprenez plutôt à vous entourer.

Ministère de l'économie

Nombreuses fiches ressources, notamment sur le financement participatif.

Le réseau du fundraiser

L'Association française des fundraisers et l'Admical sont des interlocuteurs parfaits pour ces questions.



FOCUS : ALLEZ VOIR !



Association
Française des
Fundraisers



Association Française des Fundraisers

Réseau des professionnels du fundraising et du mécénat
au service de l'intérêt général.

Admical

Association qui développe le mécénat des entreprises et
des entrepreneurs. Elle rassemble et représente tous les
mécènes.

Ministère de la culture

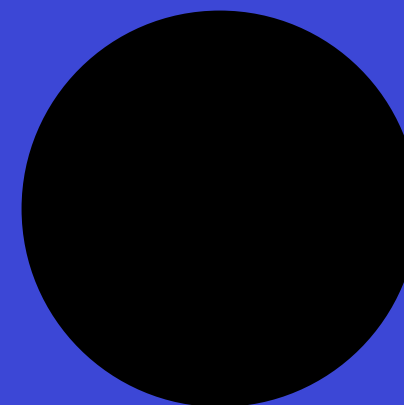
Charte du mécénat culturel à consulter en ligne.

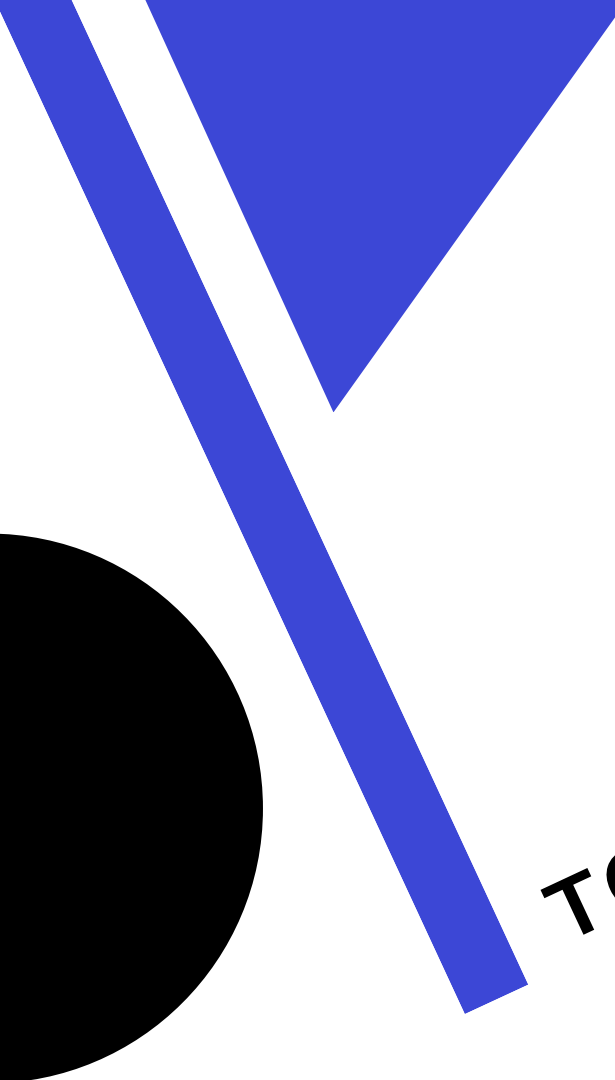


MINISTÈRE
DE LA CULTURE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Le réseau du fundraiser

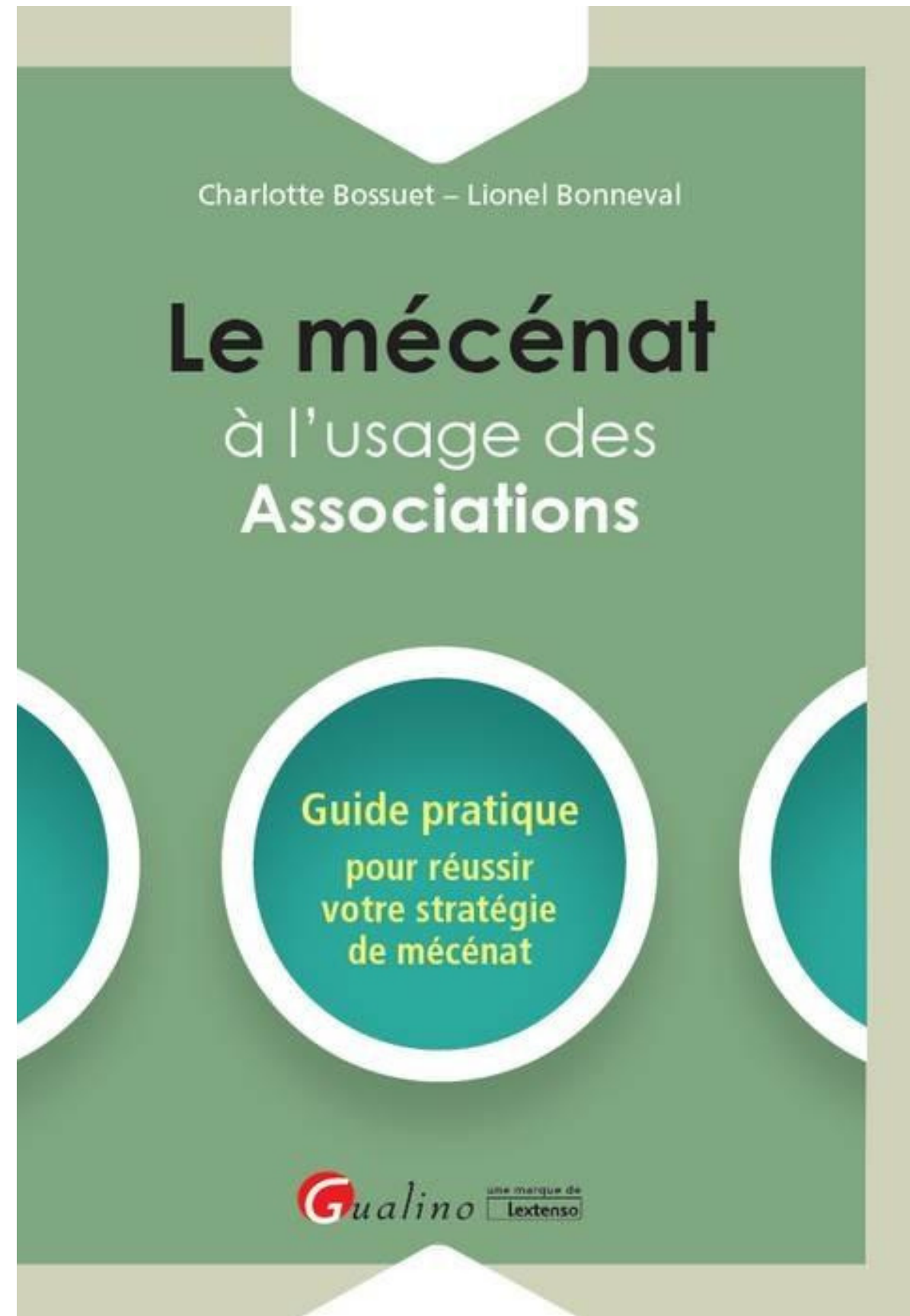




TONY FAVIER

Partie #2 : la stratégie





Ce livre vous présente de manière détaillée chaque étape avec l'ensemble des obligations légales et la logique à adopter même si ce n'est pas votre spécialité.

Stratégie détaillée



PARTIE 1 : s'informer et vérifier

Etape 1 : vérifier l'éligibilité de la structure au dispositif de mécénat

Vérifier que la structure a un **caractère non lucratif (OSBL)**, une **gestion désintéressée**, et exerce ses activités dans l'un des **domaines énuméré par la loi** (culturel, éducatif, social ...). Vérifier que la structure ne profite pas à un "**cercle restreint de personnes**".

Etape 2 : demander un rescrit mécénat

La demande est à effectuer auprès de l'**administration fiscale** et permet de garantir le fait que la **structure est habilitée à recevoir des dons**. L'administration a alors 6 mois pour répondre à cette demande.





PARTIE 2 : s'organiser

Etape 3 : définir son projet et les ressources nécessaires

Sélectionner des projet et déterminer des objectifs atteignables. On définit alors un plan d'action et on **alloue des ressources** en conséquence (matérielles, financières, temporelles).

Etape 4 : définir les cibles de prospection en tenant compte du marché

Cartographier son réseau et identifier les particuliers, les entreprises et les fondations à **prospecter**. **Qualifier les différentes catégories** de prospects et créer un **fichier de suivi** (en règles au titre de la RGPD).





PARTIE 2 : s'organiser

Etape 5 : rédiger un argumentaire et définir les contreparties

Convaincre les mécènes potentiels de l'intérêt de soutenir votre projet. **Anticiper les contre-arguments** éventuels et lever les incertitudes. **Impliquer les mécènes** dans le projet, construire une politique de **contreparties** attractive et cohérente, et expliquer les **avantages fiscaux** relatifs aux dons.

Etape 6 : créer des outils de communication pour convaincre

Créer un **dossier de mécénat** adapté, avec une proposition ciblée. Trouver l'équilibre entre les **informations génériques** et la **personnalisation**. Ajouter un **flyer**, une **fiche projet** ou un **bulletin de souscription**.





PARTIE 3 : lever des fonds

Etape 7 : prospecter les mécènes potentiels

Mobiliser l'équipe, se fixer des **objectifs** et avoir les **bonnes pratiques**. Etre régulier, à l'écoute, savoir trouver son rythme : **il est préférable d'en faire peu plutôt que de mal faire les choses**. Débuter par la cible la plus propice aux dons et celle sur laquelle vous vous sentez à l'aise.

Etape 8 : établir des conventions de mécénat

Cette partie est primordiale et doit être anticipée afin d'éviter toute déconvenue. Des modèles de conventions sont disponibles sur le site du **Ministère de la culture**. Ce document doit préciser : les parties, les motivations des parties, l'objet et ses engagements réciproques, la durée. Il faut également anticiper les litiges.





PARTIE 3 : lever des fonds

Etape 9 : recevoir des dons et émettre des reçus fiscaux

Recevoir des dons (manuels, legs, dotation,) et émettre un **reçu fiscal** pour chaque don reçu (Cerfa n° 11580*04) dont le modèle est disponible sur **impots.gouv.fr**.

Etape 10 : remercier et fideliser ses mécènes

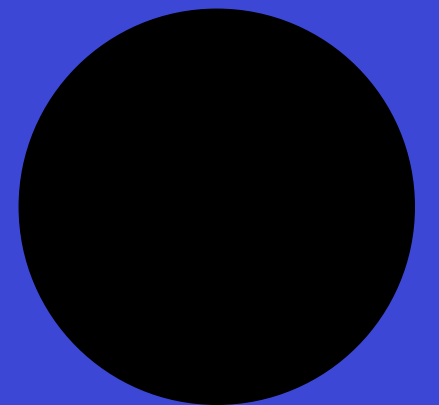
C'est essentiel de **remercier individuellement** et de manière appropriée chacun, ainsi que de suivre la **gestion des contreparties** afin de **fidéliser les mécènes** et de **pérenniser sa politique de mécénat**.



Les contreparties attendues par les donateurs

- Sont **réglementées** et ne peuvent excéder **25%** (on parle de disproportion marquée) de la somme que le mécène a délivré à la structure.
- Doivent être **valorisées** et votées par le Conseil d'Administration.
- Peuvent être de **natures très diverses** et sont consignées dans la convention de mécénat (voici plus-bas).
- Doivent être le lien concret entre les **attentes du mécène** et les **possibilités de la structure**.
- Doivent être **créatives** pour être perçues comme une **marque de différentiation**.

Les contreparties



Calcul du montant des contreparties

Prenons l'exemple où le mécène verse la somme de **1 000€**.

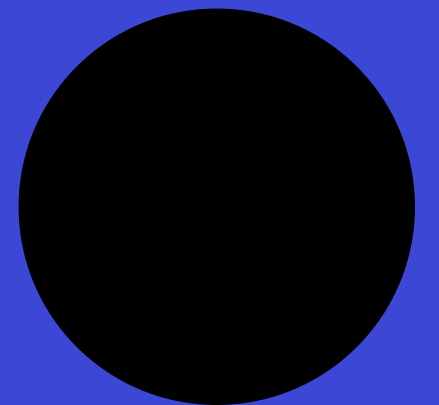
Après une déduction fiscale de 66% pour un particulier, ou **60%** pour une entreprise, il lui reste à charge **400€** (cas d'une entreprise).

La loi indique que des contreparties peuvent-être exigibles dans la limite de **25%** du don soit, **250€**.

Le montant réel assumé après ces mécanismes dans le cas d'une entreprise est donc de **150€**.

Attention : ce n'est plus aujourd'hui un argument à mettre en avant

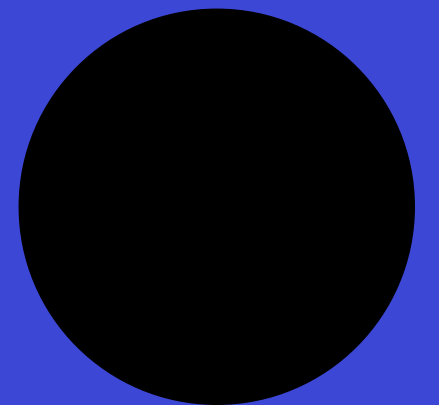
Les contreparties



Exemples de contreparties

- **Remerciements directs** privés (face-à-face, téléphone) et/ou lettres personnalisées (par les signataires les + pertinents).
- **Publications spécifiques** (magazine, newsletters, rapport donateurs).
- **Citation** sur des supports de communication plus globaux (site web, rapport d'activité, dossier presse ...).
- **Plaque** ou **mur** des donateurs.
- **Club** des donateurs.
- **Événements** (gala, remise de bourses...).
- **Animation interne** dans l'entreprise mécène.
- **Rencontres** privilégiées.
- **Diffusion** d'ouvrages, **Laissez-passer** et **visites guidées**.
- **Contreparties** en lien avec le **projet**
- Possibilité pour l'entreprise d'utiliser votre **image pour sa communication**
- Mise à disposition de vos **locaux**

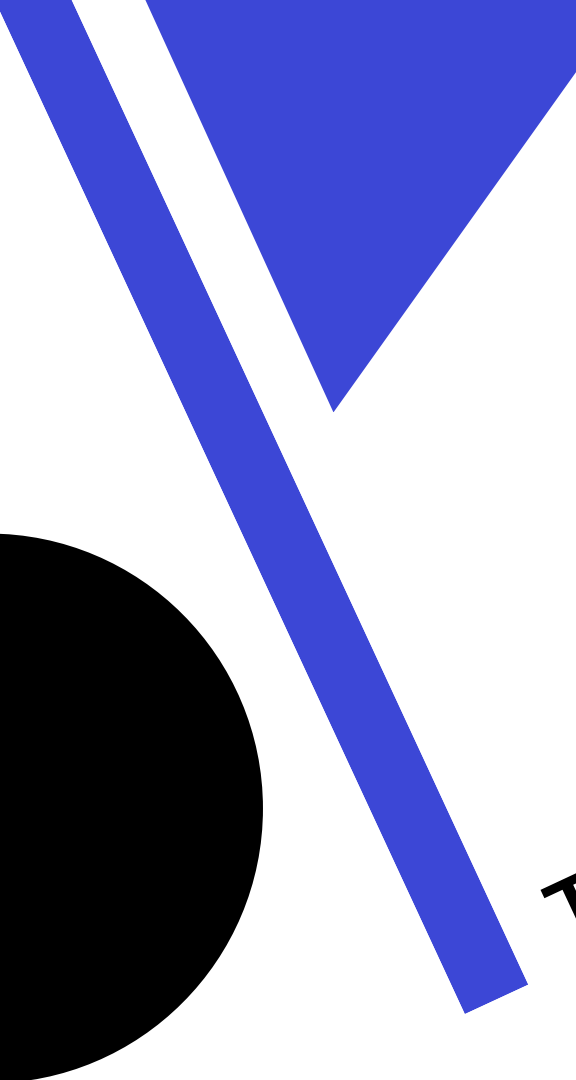
Les contreparties





Ressources et bibliographie : livres





TONY FAVIER

Partie #3 : des exemples



Les groupes bancaires : Développer une histoire avec le Crédit Agricole à tous les étages

Créer un lien avec votre agence bancaire peut être un bon départ, ou envisager de transférer vos comptes bancaires.

Récit autour du Crédit Agricole d'Île- de- France

Les entreprises de votre territoire



Les entreprises du BTP, des acteurs ancrés sur leur territoire

Pour chaque secteur d'activité, ciblez une entreprise de votre territoire qui semble se développer. Le chef d'entreprise aura peut-être à cœur de soutenir des actions artistiques sur son territoire.

Récit autour du groupe Léon Grosse (BTP) et des entreprises du Bas-Rhin qui ont accepté de financer des bus afin que des élèves assistent à des répétitions et visient des ateliers de costumes et de décors à l'opéra à plus de 100km de chez eux.

Les entreprises de votre territoire



Le financement participatif

Il ne faut pas chercher à réinventer la roue, mais plutôt à optimiser l'opération pour y consacrer le moins de temps possible. Trouver LE bon projet et investir tous les bénévoles de l'association autour de cela.

Récit autour d'une campagne de financement participatif autour d'un instrument : un hautbois d'amour pour l'orchestre de l'opéra de Bordeaux

L'engagement des donateurs individuels





Restons en contact

Tony Favier

06.42.90.64.61

contact@coachinband.fr