

Mécénat et Sponsoring

Définitions Il existe deux possibilités de faire financer une action associative par une entreprise privée : le mécénat et le sponsoring (ou parrainage). D'un point de vue juridique ces deux opérations sont similaires et ont la même valeur légale. En revanche, c'est au niveau fiscal que la qualification va avoir un impact.

Le mécénat, se définit comme un don désintéressé. Il ne doit donc revêtir une certaine discrétion et ne pas avoir de contrepartie (publicité, avantages en nature...). Il est néanmoins admis que le nom de l'entreprise versante soit associé aux opérations réalisées par l'association qui a bénéficié du don. La présence du logo de l'entreprise sur les documents relatifs à l'opération qu'elle subventionne est en général considérée comme une contrepartie trop modique pour remettre en cause la qualification de mécénat.

Il faut toutefois veiller à ce que la communication ainsi réalisée reste minime en regard des sommes apportées. Si le don est de valeur supérieure ou égale à la valeur de la publicité réalisée, notamment grâce aux retours en termes d'image que l'entreprise peut attendre du fait de la notoriété de l'association, l'action pourra être fiscalement assimilée à du sponsoring.

Le parrainage est une contribution financière de l'entreprise qui apporte son soutien en vue d'en retirer un bénéfice direct, en général en termes de communication, mais peut être aussi sous forme d'avantage. Il s'agit donc d'une opération commerciale.

Mécénat : qui peut en bénéficier ?

Le mécénat d'entreprises en direction d'associations peut ouvrir droit aux entreprises à des réductions d'impôts. Pour cela, il faut que le don soit fait à des organismes spécifiquement visés par l'article 238 bis du code général des impôts. Concernant les foyers ruraux, il convient de faire référence aux « 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 ».

Mécénat : les avantages pour l'entreprise donatrice

Les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou sur les sociétés peuvent déduire 60% du montant des sommes versées aux organismes visés ci-dessus, dans la limite de 5 pour mille de leur chiffre d'affaire. L'excédent peut donner lieu à une réduction d'impôts sur les 5 exercices suivants. Pour cela il est nécessaire que l'association remette un reçu de don aux associations à l'entreprise mécène. Le modèle de reçu en vigueur est le CERFA 11580*03.

Parrainage : attention à la relation privilégiée !

Le sponsoring, on l'a vu, est considéré comme une transaction commerciale. Elle fera l'objet d'une facture de la part de l'association et que la société passera en charges au titre de ses frais

généraux. C'est donc une prestation qui pourra être soumise à la TVA et à l'impôt sur les sociétés. Le sponsoring ne peut pas faire l'objet d'un reçu pour don.

En outre, il faut veiller à ce qu'une opération de parrainage ne se traduise pas en une relation privilégiée entre l'association et une structure commerciale. Les services fiscaux verraient dans cette relation privilégiée un indice de lucrativité de l'association qui remettrait en cause l'exonération fiscale dont bénéficient les associations et entraînerait son assujettissement complet aux impôts commerciaux.

A télécharger :

- [Modèle de reçu Cerfa 11580*03](#)