COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Oisans

Mécénat et fonds privés
15 octobre 2018

Questions

Quelles sont les dispositions fiscales, modalités pratiques, cadres juridiques ?

Comment préparer et construire une démarche de mécénat ?

Comment rechercher et rentrer en contact avec les mécènes ?

Comment susciter l'engagement des partenaires privés et des collectivités ?

Comment adapter son projet aux exigences des mécènes ?

Comment gérer ses partenariats ?

Quels sont les principaux contributeurs privés ?

Objectifs

→ Vous donner une boîte à outils

→ Vous faire prendre conscience que le mécénat / fundraising est un métier à part

→ Émettre ensemble des pistes de financements privés

Qui sur mon territoire pourrait participer au financement privé ?

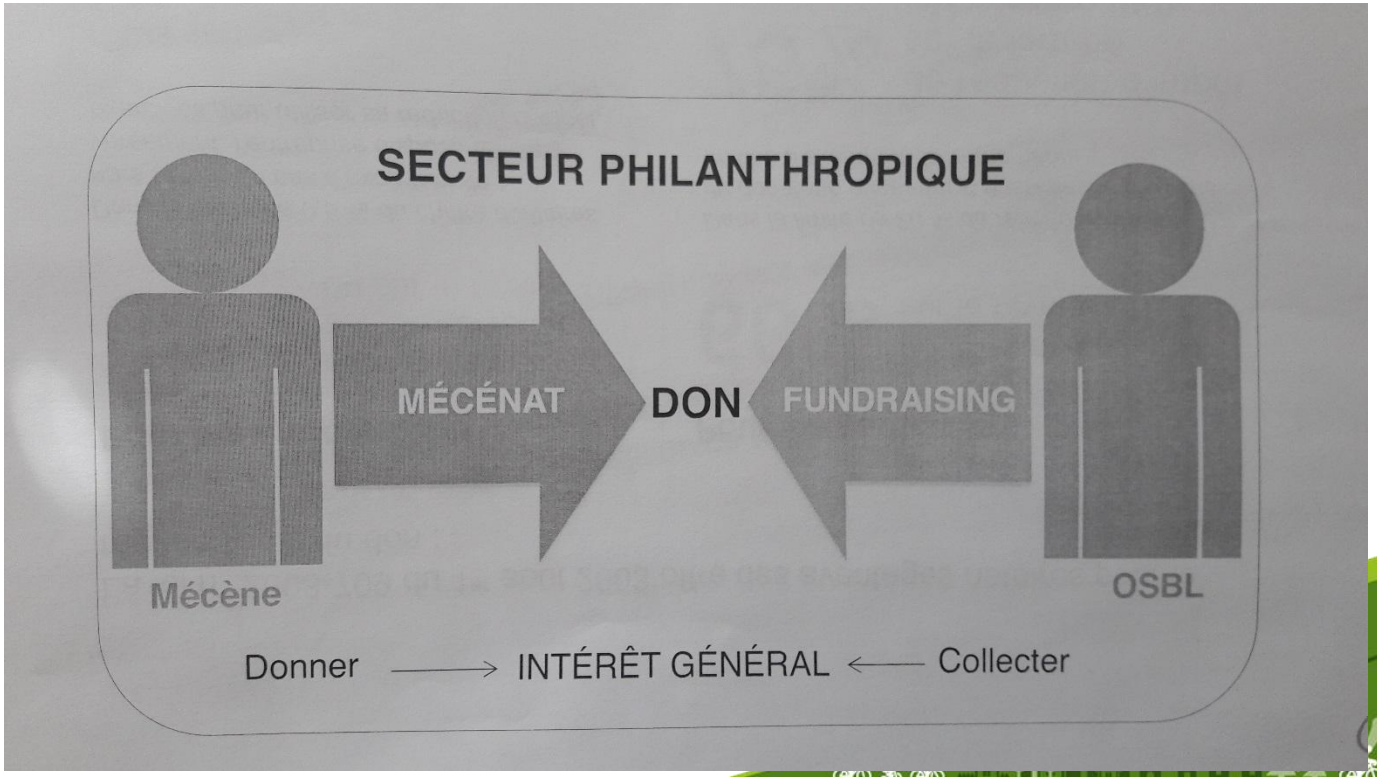
Déroulé

1. Fondamentaux du mécénat
2. Quelques chiffres et arguments démontrant le potentiel du mécénat
3. Méthodologie et boîte à outils
4. Quelques conseils
5. Entreprises mécènes mobilisables

Fondamentaux du Mécénat

Définition

Ensemble des techniques permettant de faire appel à la générosité pour le développement de projets en faveur de causes reconnues d'intérêt général



Loi mécénat

La loi n°2003-709 du 1er août 2003 et le code général des impôts (articles 200, 238bis et 855-0) offrent des avantages pour le régime fiscal du don:

- Pour les entreprises: **60%** de réduction d'impôt sur les sociétés ou sur le revenu (dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires hors taxes. En cas d'excédent de versement, l'entreprise dispose de cinq exercices pour utiliser sa réduction d'impôt)

- Pour les particuliers: **66%** de réduction d'impôt sur le revenu (dans la limite de 20% du revenu imposable du donateur, avec report possible sur cinq ans en cas d'excédent de versement)

Contreparties

Les contreparties doivent demeurer dans une disproportion marquée avec le montant du don

→ **20%** du montant du don à ne pas dépasser

- Ne sont comptabilisées que les contreparties valorisables aux yeux du FISC
- La mention du nom de l'entreprise ou du mécène se limite à la simple mention de son nom, sigle ou logo

→ Pas de message publicitaire sinon c'est du sponsoring

Sponsoring

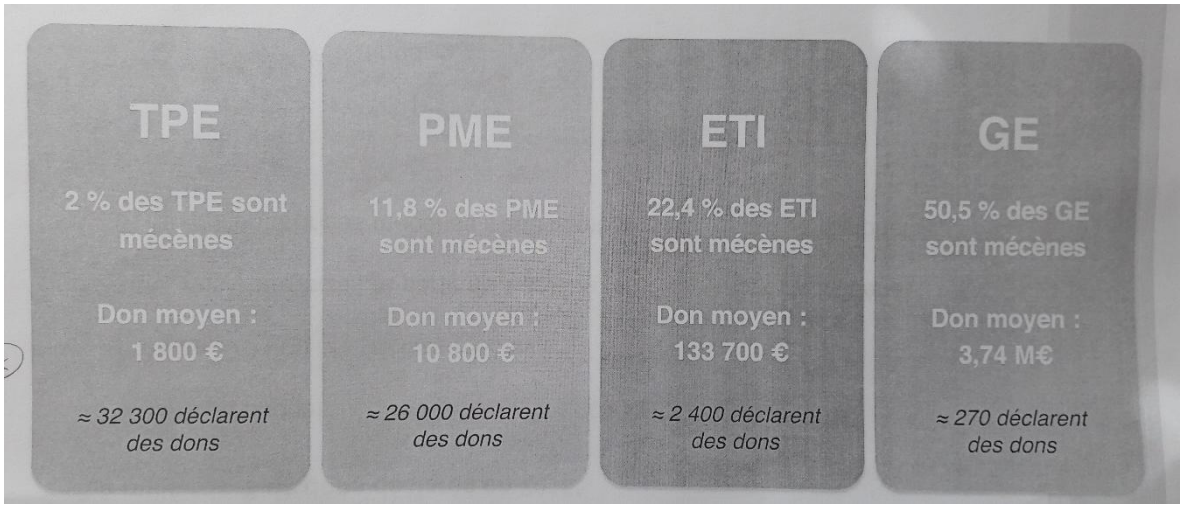
Soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct (améliorer son image, profiter d'une couverture médiatique, acquérir de nouveaux clients, promouvoir ses produits ou services etc…)

Le sponsoring n'est pas une démarche philanthropique mais une prestation de service / logique commerciale.

Quelques chiffres et arguments démontrant le potentiel du mécénat

Dons des entreprises

- ✓ 3,5 milliards € de dons déclarés en 2015
- ✓ Près de 170 000 entreprises mécènes
- ✓ 14% des entreprises en France font du mécénat
- ✓ 81% des entreprises mécènes s'attachent au niveau local ou régional



TPE	PME	ETI	GE
2 % des TPE sont mécènes	11,8 % des PME sont mécènes	22,4 % des ETI sont mécènes	50,5 % des GE sont mécènes
Don moyen : 1 800 €	Don moyen : 10 800 €	Don moyen : 133 700 €	Don moyen : 3,74 M€
≈ 32 300 déclarent des dons	≈ 26 000 déclarent des dons	≈ 2 400 déclarent des dons	≈ 270 déclarent des dons

Source: Baromètre Admical / CSA – Le mécénat d'entreprise en France - 2016

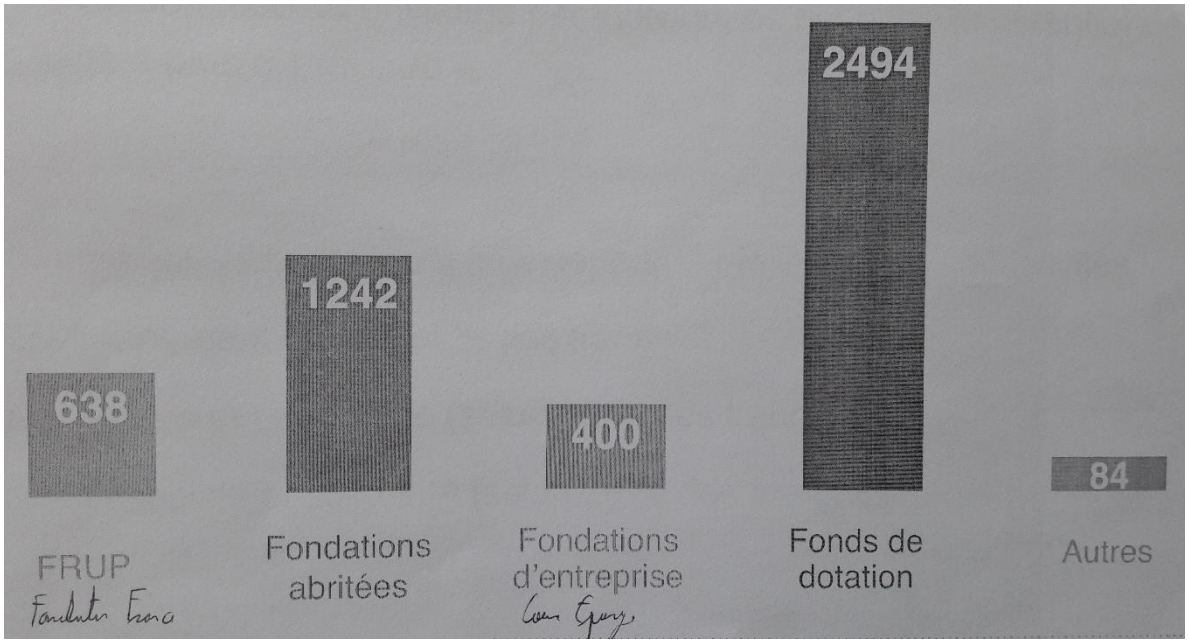
Dons des particuliers

- ✓ 2,5 milliards € de dons déclarés en 2015
- ✓ Près de 5,5 millions de foyers fiscaux donateurs
- ✓ 450 € de dons moyens par foyer imposable
- ✓ 24,3% des contribuables imposables ont déclaré un don et 7,3% parmi les non imposables

Source: Baromètre TNS Sofres – France générosités, 2015. La générosité des français, Recherches et Solidarités – IDAF – Direction générale des finances publiques, 2016

Dons des fonds et fondations

- ✓ 1,5 milliards € de dons en 2014
- ✓ Près de 4858 fonds et fondations



Source: Observatoire de la Fondation de France et Centre Français des Fonds et Fondations 2017

Des entreprises prêtes à contribuer

Les entreprises mécènes attachées à leur territoire

- 81% des entreprises mécènes agissent au niveau local
- Cibler les acteurs économiques du territoire s'inscrit dans une logique de cohérence et de proximité

PME et filiales de grands groupes: 1ers partenaires des collectivités

- PME et TPE → 98% des entreprises mécènes en France

Des entreprises déjà engagées

- En l'absence d'initiatives des collectivités, certaines entreprises se sont déjà rassemblées pour collecter des fonds en vue de soutenir des projets de leur territoire

Source: Baromètre Admical / CSA – Le mécénat d'entreprise en France - 2016

Des citoyens convaincus

- 50% des français sont favorables à des appels aux dons auprès du grand public
- 1 français sur 3 est prêt à donner pour participer au développement du territoire
- 49€ de don moyen envisagé par individu, soit un potentiel de collecte à plus d'un milliard €

Les thématiques prioritaires à financer sont :

1. Environnement (selon 34% des français)
2. Art, culture et patrimoine (selon 30% des français)
3. Action sociale et solidarité (selon 29% des français)

Source: Les collectivités à l'heure du mécénat, EY et Excel – octobre 2014

Méthodologie et boite à outils

Deux modèles d'organisation

1/ Création d'une cellule mécénat – gestion directe en interne

- Liée directement aux projets et thématiques à soutenir
- Liée aux services généraux pour une transversalité de l'action
- Mise à disposition d'agents
- Fundraiser / responsable mécénat (1 ETP idéalement)

2/ Création d'un véhicule juridique – gestion externe

- Fondation, fond de dotation, association

Avantages:

- ✓ Transparence et facilité de gestion
- ✓ Capacité double: de collecter des fonds et de les redistribuer
- ✓ Association et mutualisation avec d'autres acteurs philanthropiques
- ✓ Dispositifs fiscaux plus étendus

Méthodologie et mise en œuvre étape par étape

1- Analyse de l'existant

- Diagnostic
- Benchmark
- Analyse SWOT

2- Discours de cause

- Présentation générale
- Objectifs et ambitions
- Appel aux dons et offres aux donateurs

3- Stratégie

- Format de campagne
- Objectifs de collecte
- Techniques et cibles

4- Mise en oeuvre

- Base prospect
- Sensibilisation (1er rdv)
- Sollicitation (rdv suivants)
- Remerciement et fidélisation

Traçabilité, conventionnement et encaissement

- Assurer la traçabilité des dons reçus, surtout avec les exigences des fonds européens
- Position de l'administration fiscale (BOI-IR-RICI-250-10-10, § 80)

« Un don versé à une collectivité territoriale n'est éligible à la réduction d'impôt que si l'ensemble des conditions pour en bénéficier est rempli, ce qui implique notamment qu'il soit affecté strictement à l'objet souhaité par le donateur et que cet objet soit prévu à l'article 200 du Code Général des Impôts. Pour que le donateur puisse bénéficier de la réduction d'impôt, il appartient à la collectivité destinataire des versements, d'une part, d'solier ceux-ci au sein de sa comptabilité et de s'assurer qu'il sont utilisés conformément à leur objet et, d'autre part, de délivrer au donateur un certificat conforme au modèle fixé par l'administration. »

- Convention type entre la collectivité et le donateur: exemple de la ville de Valence
- Reçu fiscal via document Cerfa
- Encaissement du don sur le compte 10 251 « dons et legs en capital »

Quelques conseils

Clés de réussite

- Avoir une stratégie claire, partagée et sur le long terme
- Elaborer un bon discours de cause
- S’assurer d’une mobilisation en interne et d’un portage politique
- Avoir une culture philanthropique, une ingénierie et compétence en interne
- Avoir un réseau naturel recensé
- Dédier des moyens et structurer la démarche
- Bien sensibiliser et solliciter les futurs donateurs
- Avoir une connaissance fine du donateur

Plus values du mécénat

- Fédère en interne autour des projets
- Mobilise et enrichit les réseaux
- Améliore les process de travail
- Renforce l'image de marque
- Fluidifie le rapport public / privé

Autre argument important: rassurer et chiffrer les coûts de la levée de fonds

→ Compris entre 15% et 20% du montant levé (outils communication, salaires, conseil / accompagnement autour de 25 000 € - 6 mois de travail)

Entreprises mécènes mobilisables

Entreprises mécènes mobilisables

TOTAL

MICHELIN

eDF

BNP PARIBAS

L'ORÉAL PARIS

HERMÈS PARIS

orange™

Carrefour

SANOFI

SNCF

LA POSTE

SAMSE BRAVO, LES HOMMES EN BLEU!

Et sur votre territoire ou dans votre région ?

Merci de votre attention

Avez-vous des questions ?