

CND FINANCEMENTS PAR LES ENTREPRISES ET LES PARTICULIERS

Fiche Droit

Juillet 2020

Centre national de la danse
Ressources professionnelles
+33 (0)1 41 839 839
ressources@cnd.fr
cnd.fr

FINANCEMENTS PAR LES ENTREPRISES ET LES PARTICULIERS : DON, FINANCEMENT PARTICIPATIF, MECENAT, PARRAINAGE

INTRODUCTION	2
LES DONS	3
I. Présentation	3
II. Les différentes formes de don	3
III. Focus sur deux types de don : l'appel public à la générosité et le financement participatif (crowdfunding)	3
LES DONS OUVRANT DROIT A REDUCTION D'IMPOT : LE MECENAT	6
I. Présentation	6
II. Conditions d'éligibilité	6
III. Avantage fiscal	9
IV. Modalités pratiques	10
LE PARRAINAGE (OU SPONSORING)	11
I. Présentation	11
II. Conditions	11
III. Modalités pratiques	12
REFERENCES ET CONTACTS UTILES	13

INTRODUCTION

La mise en œuvre d'un projet artistique suppose d'établir des partenariats avec des structures susceptibles d'accompagner la production et/ou la diffusion de l'œuvre, et plus largement de trouver des financements permettant la réalisation de ce projet. Ces financements peuvent être publics ou privés.

Le financement public regroupe les fonds apportés par l'Etat et les collectivités territoriales. Le financement privé peut être défini de manière large comme tout financement apporté par un particulier ou une entreprise privée.

En matière de financement privé, plusieurs moyens peuvent être envisagés comme la coproduction, le mécénat, le parrainage (sponsoring) ou le prêt. Il existe également d'autres financements tels que les dons, le financement participatif (crowdfunding) ou encore l'appel public à la générosité.

Il est essentiel de bien se renseigner sur les modalités et les critères de chacun de ces dispositifs afin de cibler au mieux celui qui correspond à sa structure. En effet, chacun a ses spécificités, ses avantages et ses contraintes et il est nécessaire de s'assurer que la compagnie répond bien aux critères posés.

Cette fiche présente les modes de financement privés que sont les dons, le mécénat et le parrainage ainsi que leur cadre juridique.

En complément, figurent en fin de document les contacts utiles vous permettant d'obtenir davantage d'informations.

Nous vous invitons à consulter également les fiches :

« Aides pour la danse : le ministère de la Culture et de la Communication et ses établissements publics »

« Directions régionales des affaires culturelles »

« Aides pour la danse : organismes de gestion collective des droits d'auteur et droits voisins »

« Aides et structures ressources pour la danse dans les régions et départements »

« Bourses : études, formation, création, recherche, mobilité »

LES DONNS

I. Présentation

Le don se définit comme la transmission d'une chose que consent une personne au profit d'une autre, et ce sans attendre de contrepartie.

Pour être considéré comme un don, deux conditions sont nécessaires : une volonté claire du donateur de se dessaisir définitivement de son bien et l'absence de contrepartie réelle.

Les donateurs peuvent être des particuliers (personnes physiques) mais aussi des entreprises, fondations, associations (personnes morales). Cette différenciation entraînera des traitements fiscaux différents (cf. partie sur le mécénat).

II. Les différentes formes de don

Le don manuel s'entend de toute aide qui ne nécessite pas un acte notarié soumis à enregistrement (bien immobilier). Il s'agit littéralement de dons « *de la main à la main* ». Il n'y a en principe aucun formalisme à respecter, mais il est recommandé au bénéficiaire du don de délivrer un reçu de don au donateur (comme mode de preuve et justification comptable).

Il ne faut pas confondre le reçu de don qui n'a qu'une valeur de preuve et le reçu fiscal qui n'est utilisé que dans le cadre du mécénat pour obtenir la réduction fiscale (cf. partie sur le mécénat).

Il existe trois formes de don :

- En numéraire : il s'agit d'un don de sommes d'argent par quelques moyens que ce soit (chèque, espèces, virement) ;
- En nature : il se matérialise, par exemple, par la remise d'équipement (table, chaise, décor, matériel technique) ;
- En compétence ou en industrie : il s'agit ici du cas où une entreprise met à disposition une partie de son personnel dans le cadre de leur contrat de travail.

III. Focus sur deux types de don : l'appel public à la générosité et le financement participatif (crowdfunding)

1. L'appel public à la générosité

Présentation

L'appel public à la générosité est défini comme la sollicitation active du grand public dans le but de collecter des fonds destinés à financer une cause définie.

Conditions

- La collecte doit être prévue dans les statuts de l'association ;
- La collecte effectuée auprès du public doit soutenir une cause, notamment culturelle.

Modalités pratiques

Les associations ont l'obligation d'adresser une déclaration préalable auprès de la préfecture du département de leur siège (auprès du préfet de Paris pour celles ayant leur siège dans un État étranger).

Elles doivent également établir un compte annuel d'emploi des ressources collectées auprès du public ainsi que des comptes annuels comprenant un bilan, un compte de résultat et une annexe qui incluent le compte d'emploi annuel accompagné des informations relatives à son élaboration.

Les associations peuvent être contrôlées par la Cour des comptes, l'Inspection générale des affaires sociales ou l'Inspection générale de l'administration de l'éducation nationale et de la recherche.

Les dons via les sites internet sont strictement réglementés. En plus des obligations précitées :

- l'éditeur du site internet doit être clairement identifié (nom, domicile, siège social, numéro de tél etc.)
- le dispositif permettant de recueillir les dons en ligne étant considéré comme un traitement de données à caractère personnel, une déclaration à la CNIL (Commissions nationale de l'Informatique et des Libertés) est donc nécessaire.

2. Le financement participatif (ou crowdfunding)

Le financement participatif correspond à une collecte de fonds réalisée via une plateforme internet auprès d'une multitude de particuliers.

Il existe trois formes de contribution : sous forme de prêt, de prise de participation aux fonds propres ou de dons.

Concernant le financement participatif sous forme de dons, il en existe trois types : sans contrepartie, avec contrepartie symbolique (t-shirt, goodies) ou avec contrepartie réelle (prévente).

Il est recommandé de bien se renseigner sur la plateforme de crowdfunding avant de lancer sa collecte de fonds.

Si la plateforme encaisse des fonds pour le compte de tiers dans le cadre des opérations de financement participatif, elle doit être agréée en qualité d'établissement de paiement (EP) par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR), ou être enregistrée en tant qu'agent de services de paiement si elle confie l'encaissement des fonds à un tiers.

En outre, il faut notamment :

- Vérifier qu'il s'agit bien d'une plateforme de dons (qui diffère des plateformes de prêt où l'argent doit être restitué ou des plateformes avec prise de participation où les investisseurs participent au capital et deviennent actionnaires de l'entreprise),
- Vérifier la nature des projets hébergés par la plateforme (certains sont généralistes, d'autres spécialisés dans un domaine), le nombre de contributeurs et leur taux de réussite,
- Vérifier que vous conservez bien vos droits de propriété intellectuelle sur votre projet,
- Vérifier les tarifs de cet intermédiaire (frais de dossier, commission sous la forme d'un pourcentage de la somme collectée, frais bancaire),
- Evaluer la durée de votre campagne (entre 30 et 40 jours généralement).

LES DONS OUVRANT DROIT À RÉDUCTION D'IMPÔT : LE MÉCÉNAT

I. Présentation

Les dons peuvent ouvrir droit à des avantages fiscaux, c'est-à-dire à une réduction d'impôt pour le donateur : il s'agit alors de mécénat.

La réduction d'impôt permet à son bénéficiaire de déduire une certaine somme du montant de l'impôt qu'il doit.

Le mécénat se définit comme un don sans contrepartie directe, et fait l'objet d'une réglementation assez précise. Il est effectué au bénéfice d'activités présentant un caractère d'intérêt général.

II. Conditions d'éligibilité

1. Conditions sur la forme du don

Sont éligibles au mécénat toutes les formes de dons, qu'ils soient en numéraire, en nature ou en compétence.

2. Conditions tenant au mécène

Le particulier mécène doit remplir trois conditions : être sain d'esprit, avoir au moins 16 ans et posséder la capacité juridique de disposer de ses biens (articles 901 à 911 du code civil).

Pour les entreprises, seules celles soumises à l'impôt sur le revenu ou l'impôt sur les sociétés sont susceptibles de faire un don dans le cadre du mécénat. Ainsi, une entreprise soumise au régime fiscal de la micro-entreprise n'est pas éligible à ce dispositif.

3. Conditions tenant au bénéficiaire du don

Il y a principalement trois types de porteurs de projets éligibles :

- Les organismes d'intérêt général ;
- Les organismes dont la gestion est désintéressée et dont l'activité principale est la présentation d'œuvres au public ;
- Les collectivités territoriales et les lieux et festivals en régie.

Ce sont les articles 200 du code général des impôts (CGI) traitant des porteurs de projets éligibles aux dons des particuliers, et 238 bis du même code mentionnant les porteurs éligibles au mécénat d'entreprise, qui dressent cette liste.

Les organismes d'intérêt général

Pour être qualifié d'organisme d'intérêt général, il est nécessaire d'exercer une activité rentrant dans l'un des domaines énumérés par les deux articles du CGI précités.

Le domaine de la culture en fait partie.

L'administration fiscale a défini 3 critères cumulatifs pour déterminer quelle structure peut être considérée « d'intérêt général ».

1^{er} critère : ne pas exercer une activité au profit d'un cercle restreint de personnes

L'administration exclut les organismes qui agiraient au profit d'un seul artiste ou d'une seule famille. Ces organismes sont considérés comme agissant au service d'intérêts particuliers.

Cette question du cercle restreint est interprétée de façon plus ou moins restrictive par les services fiscaux locaux. C'est un des critères qui fait l'objet de la plus grande marge d'appréciation par l'administration et qui peut poser problème lorsqu'une compagnie veut prétendre au mécénat.

En effet, depuis quelques années, l'administration fiscale a durci les critères d'appréciation de cette condition.

Une instruction fiscale de 2016 a donné des indications sur la notion de « cercle restreint de personnes ». Cette instruction considère que les diffuseurs (festivals par exemple) remplissent ce critère car ils s'adressent à une large partie de la population en diffusant des œuvres. On peut, a contrario, en déduire que l'Administration fiscale sera susceptible de considérer que les compagnies (producteurs de spectacles) ne fonctionnent qu'au profit des artistes dont elles produisent les pièces.

2^{ème} critère : l'obligation d'une gestion désintéressée de la structure

Pour répondre à ce critère, les dirigeants de la structure ne doivent pas tirer de revenus de leur activité. Ils sont en principe bénévoles. Cette interdiction de rémunération concerne aussi bien les rémunérations directes qu'indirectes (payer un dirigeant pour une activité salariée qu'il exerce dans l'entreprise comme chorégraphe ou interprète, par exemple).

Néanmoins, il reste possible pour les dirigeants de recevoir une rémunération brute inférieure aux $\frac{3}{4}$ du montant du SMIC mensuel brut sans que cela ne remette en cause le caractère désintéressé de la gestion de la structure.

La forme associative permet ce type de gestion contrairement aux autres structures juridiques (sociétés commerciales, entreprises individuelles, ...).

3^{ème} critère : La non lucrativité

Tout d'abord, l'organisme ne doit pas être soumis aux impôts commerciaux.

Il s'agit ensuite d'avoir des activités non lucratives prépondérantes par rapport aux activités lucratives de la structure.

Le critère du caractère lucratif ou non d'une activité est apprécié par l'administration fiscale qui recherchera :

- si l'association fait concurrence ou non aux entreprises commerciales (le public fait-il un choix entre une entreprise commerciale et l'association ?),
- le degré de similarité entre la structure et une entreprise commerciale (exercice de l'activité, secteur d'activité géographique).

L'administration va donc s'attacher à vérifier que l'association n'exerce pas son activité dans des conditions similaires à celle d'une entreprise commerciale, et ce afin de déterminer s'il y a concurrence ou non.

Elle va alors utiliser la règle dite « des 4 P », qui analyse différents paramètres de l'activité :

- Produit : l'organisme propose-t-il un produit répondant à un besoin qui n'est pas pris en compte par le marché, ou qui l'est de manière insatisfaisante ?
- Public : le public touché justifie-t-il de l'octroi d'avantages particuliers, en fonction de sa situation économique et sociale ?
- Prix : les prix pratiqués sont-ils inférieurs à ceux du secteur lucratif ?
- Publicité : l'organisme qui souhaite faire appel aux dons utilise-t-il pour sa publicité des moyens comparables à ceux des entreprises commerciales ?

Une association qui exerce une part d'activité lucrative peut néanmoins être éligible au mécénat si le don est affecté à la partie non lucrative de son activité.

L'administration autorise cela dès lors que les activités lucratives sont accessoires et ne dépassent pas 60 000 euros par an.

En revanche, si ces activités lucratives dépassent ce montant, il est nécessaire, pour pouvoir bénéficier de mécénat sur ses activités non lucratives :

- que les comptes de l'association soient sectorisés (un compte pour l'activité lucrative et un pour l'activité non lucrative),
- et que les activités non lucratives restent prépondérantes par rapport aux activités lucratives.

Ne pas confondre intérêt général et organisme d'utilité publique.

Pour être qualifié d'organisme d'utilité publique (ce qui donne droit à d'autres avantages), il est nécessaire, notamment, d'avoir un but d'intérêt général, d'acquérir un rayonnement qui dépasse le cadre local, de compter un nombre important d'adhérents dans son association et de disposer d'une forte solidité financière et d'une période de fonctionnement d'au moins 3 ans.

Les organismes dont la gestion est désintéressée et dont l'activité est la présentation d'œuvres au public

Les articles 200 et 238 bis du CGI précisent que « *les organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée, et qui ont pour activité principale la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque, ou l'organisation d'expositions d'art contemporain, et à la condition que le versement soient affectés à cette activité* » peuvent faire appel aux dons.

Cette notion est interprétée de manière restrictive par l'administration fiscale qui semble admettre que seuls les festivals et lieux de diffusion répondent au critère posé par les articles 200 et 238 bis 1.e du CGI et non les compagnies qui sont des producteurs.

Ces organismes sont donc susceptibles de bénéficier des dispositions en faveur du mécénat quel que soit leur régime fiscal, y compris si leurs activités sont considérées comme lucrative (§36 de l'instruction fiscale n°4-C-5-04), mais impose de satisfaire au critère de gestion désintéressée. Cela n'est donc pas possible pour les structures constituées sous forme commerciale (sauf quand elles sont détenues par des personnes publiques, qui sont considérées de fait comme exerçant une gestion désintéressée).

De plus, le bénéfice du dispositif est subordonné à l'affectation des dons à l'activité de présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirques (§45 de l'instruction fiscale n°4-C-5-04).

4. Conditions tenant à la contrepartie du don

Le principe du don est qu'il ne peut pas y avoir de contrepartie réelle. C'est cela qui le différencie du parrainage (ou sponsoring) qui requiert des contreparties directes.

Cependant, certaines contreparties peuvent être autorisées, dès lors qu'il existe une forte disproportion entre le montant du don et la contrepartie.

Pour un particulier, ces contreparties peuvent prendre la forme d'un titre honorifique (membre bienfaiteur par exemple) ou de l'attribution d'un droit de vote dans l'association. Selon deux instructions fiscales de 2007 et 2011, la contrepartie ne doit pas dépasser 25% du montant du don et ce, dans la limite de 65 euros.

Pour une entreprise, cela peut prendre la forme de la présence du logo sur certains documents ou sur le site internet de la compagnie (mais seulement dans le cadre d'une communication institutionnelle et non une communication sur les produits et marques de l'entreprise), de l'invitation à des spectacles ou de la réduction sur le tarif des billets ou encore de la visite des coulisses ou des répétitions par exemple.

Cependant, pour les entreprises, aucun seuil n'est fixé concernant la contrepartie du don (par analogie on peut penser qu'il ne faut pas dépasser 25% du montant du don).

III. Avantage fiscal

1. Pour les particuliers mécènes (article 200 du CGI)

Pour les particuliers, la réduction d'impôt s'élève à 66% du montant du don, dans la limite de 20% de leur revenu imposable.

Cette réduction viendra en déduction du montant de l'impôt dû par le particulier.

2. Pour les entreprises mécènes (article 238 bis du CGI)

L'entreprise mécène a droit à 60% de réduction d'impôt, dans la limite de 10 000 euros ou 0,5% de son chiffre d'affaires hors taxe réalisé pendant l'exercice au cours duquel les versements sont effectués, si ce dernier montant est plus élevé.

Cette réduction viendra en déduction du montant de l'impôt dû par l'entreprise.

Dans tous les cas, lorsque la réduction fiscale dépasse les limites (10 000 euros, 0,5% du chiffre d'affaires ou 20% du revenu imposable), l'excédent peut être reporté successivement sur les 5 années suivant le versement et ouvrir droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions.

En outre, les entreprises qui effectuent, au cours d'un exercice, plus de 10 000 euros de dons ouvrant droit à cette réduction d'impôt, devront déclarer sur support électronique (dont les modalités seront fixées par décret) à l'Administration fiscale :

- Le montant et la date de ces dons,
- L'identité des bénéficiaires,
- Le cas échéant, la valeur des biens et services reçus directement ou indirectement en contrepartie

IV. Modalités pratiques

1. Le rescrit fiscal

Il est possible de demander à l'administration fiscale de vérifier que son association est éligible au mécénat. On parle alors de rescrit fiscal.

Attention !

Le rescrit fiscal n'est pas obligatoire.

En cas de réponse négative de l'administration, la structure sera liée par celle-ci et ne pourra plus prétendre au dispositif de mécénat, sauf à recourir à nouveau au rescrit en cas de modification de son activité.

2. Le reçu fiscal

La compagnie doit remettre un reçu au mécène qui souhaite bénéficier de l'avantage fiscal associé (Cerfa n°11580*03).

L'émission d'un reçu fiscal revient à déclarer sur l'honneur que vous êtes bien éligible au mécénat au sens de l'article 238 bis du CGI. Si vous émettez un reçu à tort, vous vous exposez à une amende de 25% du montant du don selon l'article 1740 A du CGI. En revanche, le donateur ne verra pas son avantage fiscal remis en cause, sauf si l'administration parvient à prouver qu'il était de mauvaise foi et savait que l'organisme n'était pas éligible aux dons.

3. La convention de mécénat

La convention de mécénat n'est pas obligatoire, mais permet d'encadrer la relation de mécénat qui va s'instaurer. Elle permet notamment de régler précisément les questions de contreparties et de communication.

Il est donc fortement recommandé de passer par une telle convention dans le cadre du mécénat.

LE PARRAINAGE (OU SPONSORING)

I. Présentation

Le parrainage est défini par un arrêté du 6 janvier 1989 comme un « *soutien matériel apporté à une manifestation, une personne, à un produit ou à une organisation, en vue d'en retirer un bénéfice direct* ».

Le parrainage s'inscrit donc dans une démarche commerciale qui le distingue du mécénat. En effet, le financement attribué par l'entreprise est destiné à promouvoir son image de marque ou ses produits. En outre, les retombées publicitaires attendues doivent être proportionnées à l'investissement accordé.

Ce mode de financement présente deux avantages pour le parrain : il permet, d'une part, d'associer un évènement apprécié d'un public à la marque de l'entreprise et, d'autre part, d'obtenir une déduction fiscale (ce qui est différent de la réduction d'impôt prévue dans le mécénat), si certaines conditions sont réunies.

La déduction fiscale intervient avant le calcul de l'impôt : elle permet à l'entreprise de diminuer le revenu global déclaré. Elle va ainsi diminuer l'assiette de l'imposition (contrairement à la réduction d'impôt qui permet, elle, de réduire le montant de l'impôt à payer).

Dans le spectacle vivant, les actions de parrainage s'opèrent davantage au profit des lieux de diffusion (théâtres, festivals) que des entreprises de production (compagnies). En effet, ces lieux accueillant du public, cela assure au parrain une visibilité plus importante.

II. Conditions

1. Conditions concernant la forme du parrainage

La participation du parrain peut revêtir plusieurs formes : avance en compte courant de la coproduction, apport en numéraire, en nature ou en industrie.

Il peut ainsi s'associer à la production d'un spectacle. Cela peut se faire par l'achat direct d'une représentation d'un spectacle en privatisant le spectacle pour une soirée, en achetant la totalité des billets pour ses salariés ou ses clients, par l'achat de places de spectacle ou encore par la coproduction de spectacles vivants.

Tout comme le mécénat, le parrainage peut aussi prendre la forme d'une mise à disposition de locaux, de matériel ou de personnel. Il est alors nécessaire d'indiquer, dans le contrat de parrainage, la nature et les conditions de mise à disposition, afin de la valoriser et de prévenir tout problème ultérieur (en termes de responsabilité et d'assurance notamment).

2. Conditions permettant d'obtenir une déduction fiscale

L'article 39 du CGI permet à l'entreprise de bénéficier de la déduction des charges engagées dès lors que les dépenses opérées par cette dernière se font dans le cadre, notamment, de manifestations de caractère culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique ou à la diffusion de la culture.

Cette déduction fiscale permet ainsi à l'entreprise de diminuer le revenu global qu'elle déclare aux impôts.

Les dépenses engagées par le parrain doivent être proportionnées avec l'avantage attendu, condition qui ne peut s'apprécier qu'au cas par cas. La dépense ne doit ainsi pas représenter un pourcentage trop important du chiffre d'affaires de l'entreprise.

En outre, pour que l'Administration fiscale admette la déduction de ces dépenses, il est nécessaire que le parrain les ait engagées dans son « intérêt direct ». Il est ainsi nécessaire que le parrain puisse être clairement identifié afin de promouvoir son image ou sa marque.

Enfin, pour obtenir cette déduction fiscale, il est nécessaire que le parrain dispose de justificatifs suffisants (factures, par exemple).

III. Modalités pratiques

La notion « d'intérêt direct » est laissée à la libre appréciation de l'administration fiscale qui s'assurera que l'investissement de l'entreprise participe véritablement à la valorisation de celle-ci.

C'est pourquoi il est fortement recommandé d'établir un contrat de parrainage, et ce afin que l'administration fiscale puisse apprécier au mieux la situation. Cela permet d'exposer clairement l'intention du parrain, son acceptation, et d'expliquer en quoi l'investissement de celui-ci contribue à la valorisation de son image afin que l'administration fiscale constate qu'il s'agit bien d'une opération de parrainage.

En outre, rédiger un contrat permet notamment :

- D'indiquer les obligations de chacun (obligation de faire mais aussi de ne pas faire, et ce afin de ne pas nuire à l'image de la société ou du parrainé),
- Dans quelles conditions l'image du parrain sera mise en avant par le parrainé,
- Pour quelle durée.

Un contrat de parrainage ne peut pas imposer d'obligation de résultat quantifiable au bénéficiaire. En conséquence, l'objet du contrat doit porter sur le principe et l'organisation du spectacle et non sur le résultat final (l'impact publicitaire en termes chiffrés) recherché ou souhaité par l'entreprise.

TEXTES DE REFERENCES

Appel public à la générosité

- Loi n°91-772 du 7 août 1991 relative au congé de représentation en faveur des associations et des mutuelles et au contrôle des comptes des organismes faisant appel à la générosité publique
- Décret n°2017-908 du 6 mai 2017 portant diverses dispositions relatives au régime juridique des associations, des fondations, des fonds de dotation et des organismes faisant appel public à la générosité

Financement participatif

Ordonnance n° 2014-559 du 30 mai 2014 relative au financement participatif

Mécénat

Définition

Arrêté du 6 janvier 1989, avant l'instauration de la réduction fiscale en 2003

Conditions tenant au mécène

- Articles 901 à 911 du code civil
- Instruction fiscale 4-C-5-04 du 13 juillet 2004
- Loi n°2018-1317 du 28 décembre 2018 de finances pour 2019

Conditions tenant aux bénéficiaires

- Article 200 et 238 bis du CGI
- Article 18 de l'instruction fiscale n°4 H-5-06 du 18 décembre 2006 (3/4 du smic)
- Instruction fiscale de la direction générale des finances publiques du 26 juillet 2016 sur le cercle restreint de personne (BOI-IR-RICI-250-10-10-20160726)
- Instruction fiscale n° 4-C-5-04 du 13 juillet 2004 (organisme dont l'activité est la présentation d'œuvres au public)
- Article 7 de l'instruction fiscale 4-C-2-00 du 26 avril 2000 (conditions tenant à la contrepartie du don)
- Bulletin officiel des impôts du 16 mai 2007
- Instruction fiscale n° 5-B-10-11 du 11 mai 2011
- Article 238 bis 1 et 200. 1 du CGI (sur le montant de la réduction d'impôt)

Parrainage

- Arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière
- Article 39 du code général des impôts

WEBLIOGRAPHIE

Mécénat

- « Où va le mécénat (1) : la loi Aillagon, 15 ans après - Ministère de la Culture ». <http://www.culture.gouv.fr/Actualites/Ou-va-le-mecenat-1-la-loi-Aillagon-15-ans-apres>.
- « Le mécénat culturel : outil indispensable de la vitalité culturelle - Sénat ». <https://www.senat.fr/notice-rapport/2017/r17-691-notice.html>.

Financement participatif

- « Où va le mécénat (2) : les effets du financement participatif sur les projets culturels - Ministère de la Culture ». <http://www.culture.gouv.fr/Actualites/Ou-va-le-mecenat-2-les-effets-du-financement-participatif-sur-les-projets-culturels>.
- « TousNosProjets.fr - Bpifrance ». <https://tousnosprojets.bpifrance.fr>.

CONTACTS UTILES

MISSION MECENAT DU MINISTÈRE DE LA CULTURE

Son rôle est de coordonner et de professionnaliser l'action du ministère et des acteurs culturels en matière de mécénat, de diffuser les nouvelles dispositions législatives et réglementaires auprès de ses partenaires, de proposer des évolutions de la loi dans le cadre de l'harmonisation européenne des législations, de développer et d'animer le "*cercle des mécènes et donateurs*" du ministère, et de susciter et d'aider à la création de fondations. Enfin, elle est associée à la recherche de mécènes (entreprises et particuliers) pour le financement de certains projets du ministère et de ses établissements.

T 01 40 15 88 91 ou 84 49 ou 86 31
Mél : mission-mecenat@culture.gouv.fr
Chef de la mission : Robert FOHR
www.culturecommunication.gouv.fr

ADMICAL

L'Admical est une association ayant pour objet de promouvoir la pratique du mécénat d'entreprise en France dans les domaines de la culture, de la solidarité, de l'environnement, de la recherche et du sport.

Elle rassemble et représente tous les mécènes auprès des pouvoirs publics et des instances internationales, organise des conférences, des formations, et publie des études et des ouvrages destinés à tous les acteurs du mécénat.

6 boulevard Saint-Denis - 75010 Paris
Mél : contact@admical.org
www.admical.org

FINANCEMENT PARTICIPATIF FRANCE

Financement Participatif France est une association ayant pour objectif la représentation collective, la promotion et la défense des droits et intérêts des acteurs de la finance participative – notamment auprès des autorités réglementaires – pour faire progresser le financement de projets par les citoyens.

Dans le cadre de la promotion et de la démocratisation du crowdfunding comme outil de financement alternatif et complémentaire pour les porteurs de projet, elle publie des revues (notamment *Le baromètre du Crowdfunding en France*) et organise des événements (*La Fête du Crowdfunding, par exemple*).

T 01 84 25 10 05
Mél : info@financeparticipative.org
www.financeparticipative.org