

MÉCÉNAT & CO



MÉCÉNAT VS SPONSORING

*Comprendre la différence
pour mieux s'en saisir*

Comprendre la différence

Le mécénat

Le mécénat se caractérise par le **soutien financier, matériel ou humain** apporté à une œuvre ou à une structure **pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général**, sans attendre de contrepartie équivalente.

Du côté du bénéficiaire : le bénéficiaire doit fournir au mécène un reçu fiscal permettant la réduction d'impôt.

Du côté des mécènes : le mécène bénéficie d'une réduction d'impôt après la délivrance d'un reçu fiscal (60% du montant du don).

Le contrat : une convention qui délimite l'engagement, les montants engagés et les contreparties.

Les contreparties : limitées à 25% du montant du don.

Le sponsoring

Le sponsoring (ou parrainage) est un **soutien financier ou matériel** apporté par une entreprise à un événement, une personne ou une organisation **en échange de visibilité, de promotion et de retombées économiques**.

Du côté du bénéficiaire : le bénéficiaire doit honorer les conditions convenues avec le sponsor.

Du côté des sponsors : l'aide versée constitue une charge admise en déduction fiscale si elle est engagée dans l'intérêt de l'entreprise.

Le contrat : contrat de sponsoring entre les deux parties.

Les contreparties : proportionnelles au montant de la dépense.

MÉCÉNAT & CO



MÉCÉNAT VS SPONSORING

Pour mieux s'en saisir

Les différences majeures

La structure juridique

Pour être bénéficiaire du mécénat, il est nécessaire d'**être une association d'intérêt général**.

À l'inverse, toute structure peut être bénéficiaire de sponsoring.

Les contreparties

Le mécénat n'implique pas de contreparties ayant un impact direct sur les résultats commerciaux de l'entreprise.

À l'inverse, **le sponsoring implique la recherche de retombées économiques** à court terme.

La visibilité de l'entreprise partenaire

Le **mécénat** se caractérise par une **communication institutionnelle** unique, tandis que le sponsoring recherche **un effet publicitaire**.

Nos conseils

- **Voter en AG les contreparties accordées aux entreprises mécènes** : cela vous permet d'être totalement transparents auprès de vos parties prenantes.
- Si vous accordez des contreparties à vos mécènes, **assurez-vous que le montant total des contreparties soit disproportionné par rapport au montant du don** (25% maximum du montant du don).
- **Vos premiers mécènes** sont vraisemblablement **des entreprises avec lesquelles vous travaillez déjà ou êtes proches** géographiquement !
- **Un don en nature** est également **du mécénat à valoriser**.
- **C'est sur votre projet que vos arguments doivent porter, pas sur vos contreparties**. On ne défend pas un projet à soutenir par une grille de contreparties.
- **La visibilité d'un logo** sur vos documents de communication **a une valeur**.
- **Une association loi 1901 n'est pas forcément d'intérêt général**. Il faut respecter les critères suivants :
 - Elle n'exerce **pas d'activité lucrative**.
 - Sa **gestion est désintéressée**.
 - Elle ne fonctionne **pas au profit d'un cercle restreint** de personnes.