

Financements privés

⌘ Culture

Parrainage, mécénat, financement participatif



SOMMAIRE

Pistes et principes
généraux

» Page 2

Du côté des entreprises :
un contexte favorable à
l'engagement

» Page 3

Le mécénat

» Page 4

Le parrainage

» Page 8

Le financement
participatif ou
«crowdfunding»

» Page 9

Pour aller plus loin

» page 12

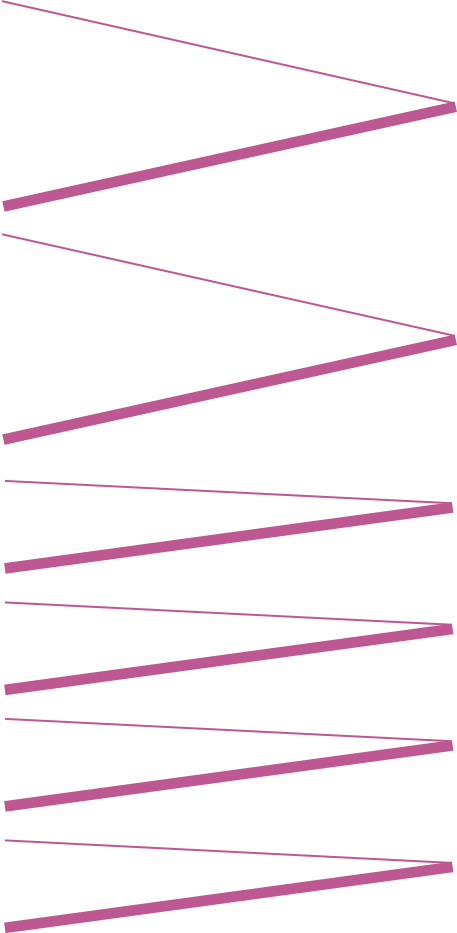
Les acteurs du spectacle vivant et de la culture peuvent aujourd'hui s'appuyer sur différents modèles pour lancer ou pérenniser leurs actions en diversifiant les ressources.

Aux côtés des financements publics (subventions, conventionnements, appels à projets...), le sponsoring ou parrainage, le mécénat culturel et le crowdfunding (« financement par la foule » décliné en France sous le terme « financement participatif »), sont des modes de financement privés. Ils répondent à des objectifs, des pratiques et des cadres réglementaires qui leur sont propres.


Bien que seul l'argent public permette de sécuriser la création artistique face aux aléas de la conjoncture le recours aux financements privés se place aujourd'hui comme un levier à maîtriser, aux dynamiques multiples.



Cette fiche propose un panorama de ces différents modes de financement privés, un éclairage sur les logiques à l'œuvre et les principaux enjeux ainsi que quelques pièges à éviter. Nous ferons un focus particulier sur le financement participatif.

PISTES & PRINCIPES GÉNÉRAUX

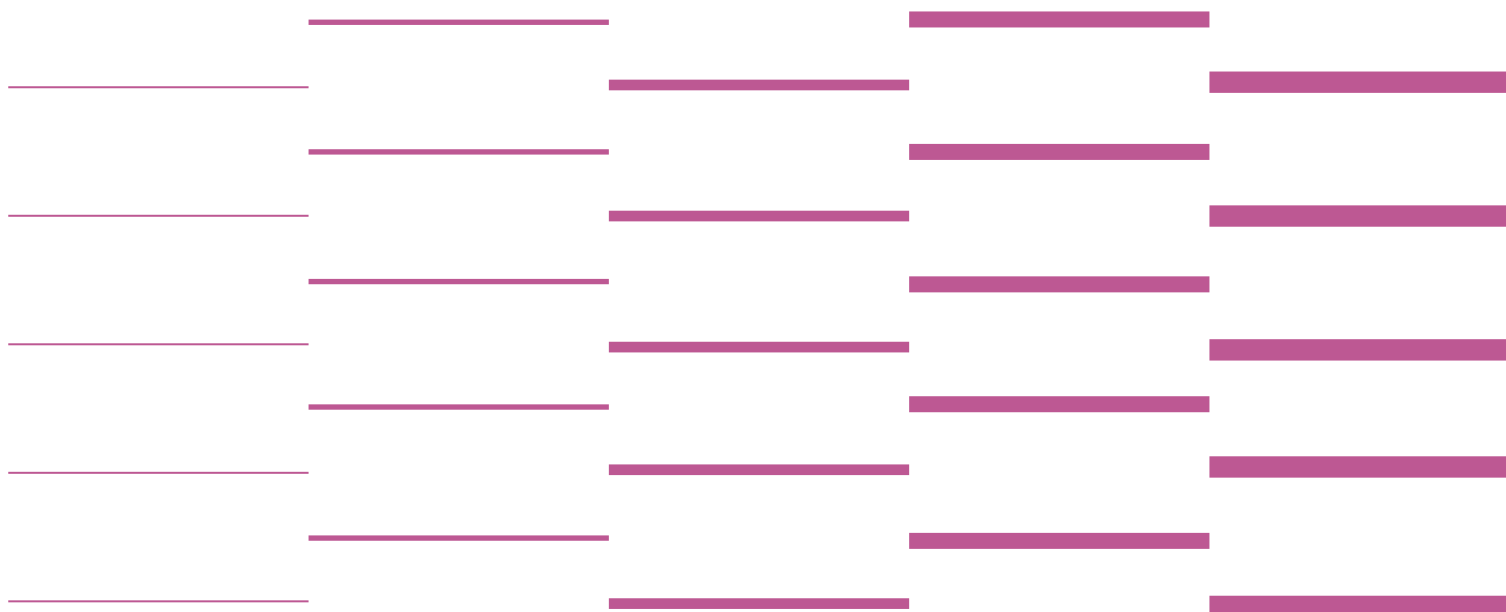
- 
- Entamer une démarche de recherche de financements privés pour sa structure ou un évènement doit être **mûrement réfléchi**. C'est une action chronophage qui demande à être maîtrisée et gérée minutieusement avant, pendant et après. Il faut prévoir **des ressources humaines et des moyens financiers pour la réussir**.
 - Il n'y a pas de recette miracle, le mécénat, le partenariat et le financement participatif sont une course de fond et non un sprint, il ne faut pas se décourager. La persévérance est la clé.
 - Il est nécessaire de **missionner clairement une personne** pour ces opérations qui sera identifiée par les interlocuteurs extérieurs (le ou la fundraiser).
 - Bien évaluer le rapport contraintes / bénéfiques, les enjeux et impacts de ce type de financement sur le projet. Choisir en conséquence les actions ouvertes à chaque type de financement. **Bien définir sa stratégie**.
 - **Savoir communiquer** avec le même engagement sur son propre projet comme sur l'activité des mécènes ou des partenaires ciblés. Les contreparties ou bénéfiques directs ou indirects, à court et moyen terme doivent être en adéquation.
 - Ne pas engager de démarches aléatoires : cohérence, clarté, confiance partagée, intérêt mutuel sont vos guides.
 - **La réduction fiscale n'est pas déclencheuse** : la première motivation des mécènes reste l'envie de s'engager. Cette motivation est au cœur du développement du mécénat.
 - **Le parrainage est un partenariat marchand** (≠ mécénat). La plus-value doit être précisée pour chacune des parties.
 - Ne pas se concentrer uniquement sur les apports financiers: un soutien en conseil, en matériel, en compétences technologiques... est souvent tout aussi appréciable.
 - **Un premier soutien peut être un test** pour un suivant plus important, il faut traiter tout mécène avec considération.
 - Si vous répondez à des appels à projets, **analysez bien TOUS les critères de recevabilité** pour ne pas engager des démarches vaines et chronophages.

DU CÔTÉ DES ENTREPRISES : UN CONTEXTE FAVORABLE À L'ENGAGEMENT

Les entreprises apparaissent de plus en plus engagées dans les contributions au développement durable et dans les démarches RSE (Responsabilité Sociétale d'Entreprise) via notamment la norme internationale **ISO 26000 (2010)**  qui pointe la responsabilité des organisations vis-à-vis des impacts économiques, sociaux, et environnementaux induits par leurs activités.



La loi PACTE (2019)  permet aux entreprises de mieux prendre en considération les enjeux sociaux et environnementaux dans leur stratégie, et la **directive européenne CSRD (2023)**  (Corporate Sustainability Reporting Directive) leur fixe de nouvelles normes et obligations de reporting extra-financier (il s'agit de rendre des comptes au-delà de ses performances financières, également sur la gestion des impacts sociaux, environnementaux, sur sa gouvernance, etc).

Dans ce contexte, le mécénat est un des outils permettant à l'entreprise de légitimer son engagement culturel, social, ou environnemental. Au-delà de la seule sphère économique, l'entreprise est confrontée plus directement à l'intérêt général, à la sphère sociétale et à ses enjeux.



LE MÉCÉNAT



Le mécénat est un acte de nature philanthropique qui consiste en le versement d'un don sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général. Que ce soit de la part de particuliers ou d'entreprises, il s'agit d'un engagement avant tout désintéressé.

- Les donateurs peuvent déduire au titre de leur impôt une partie du montant versé, lorsque le don concerne un organisme éligible (lois du 23 juillet 1987 n°87-571  et du 1^{er} août 2003 n°2003-709 )
- Pour les particuliers, la réduction d'impôt est de 66% du don dans une limite globale de 20 % du revenu imposable (report de l'excédent possible sur 5 ans).
- Pour les entreprises, la réduction d'impôt sur le bénéfice est de 60% du don dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires HT ou de 20 000 € par an. En cas de don supérieur à 2 millions d'euros, la fraction supérieure à ce montant ouvre droit à une réduction d'impôt au taux de 40%. Report de l'excédent possible sur 5 ans.


SIMULATION DE DONS D'ENTREPRISES ET PARTICULIERS, MISE EN REGARD AVEC LA RÉDUCTION FISCALE ET LES OBLIGATIONS RÉGLEMENTAIRES EN TERMES DE CONTREPARTIES

Revenu imposable particulier	Montant du don	Réduction fiscale à hauteur de 66%	Contreparties à hauteur de 25% max (forfait 73 € depuis 2021)
20 000 €	1 000 €	660 €	73 € max
40 000 €	4 000 €	2 640 €	73 € max

CA Entreprise	Montant du don	Réduction fiscale à hauteur de 60 %	Contreparties à hauteur de 25 % max
500 000 €	2 500 €	1 500 €	625 € max
1 000 000 €	10 000 €	5 000 €	2 500 € max
10 000 000 €	50 000 €	30 000 €	12 500 € max

Les contreparties sont admises mais limitées, elles ne doivent pas dépasser 25 % du montant du don. Pour les particuliers mécènes, ces contreparties ne doivent pas dépasser la limite forfaitaire de 73€ depuis le 1^{er} janvier 2021 (articles 23 N  et 28-00 A de l'annexe 4 du CGI ).

Il est conseillé mais non obligatoire d'établir une convention de mécénat mentionnant les engagements réciproques des partenaires et les montants pour les apports en numéraires. Ces apports financiers ne sont pas soumis à la TVA. La convention est un outil personnalisé permettant de correspondre avec les mécènes.

Il existe d'autres avantages fiscaux spécifiques au secteur culturel  : pour l'acquisition d'une œuvre considérée comme d'intérêt majeur ou Trésor National, pour la diffusion du spectacle vivant et des expositions d'art contemporain...


Valorisation du mécénat, pour la base de calcul de la réduction d'impôt :

- le mécénat de compétence sera valorisé au prix de revient de la prestation réalisée
- le mécénat en nature sera valorisé au prix de la valeur en stock des biens.

Comment vérifier que l'on est éligible au mécénat et en capacité d'émettre des reçus fiscaux ?

L'organisme doit être d'« intérêt général », c'est à dire remplir les conditions suivantes :

- » Agir dans un **domaine d'intérêt général** : organismes à 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
- » **Sa gestion doit être désintéressée** : l'organisme est géré et administré de façon bénévole. L'organisme ne procède à aucune redistribution des bénéfices ; les actifs de l'association ne sont attribués à aucun des membres. Cette disposition exclue de fait les sociétés commerciales.
- » Il doit exercer **principalement des activités à but non lucratif**
- » Son activité **ne doit pas s'exercer au profit d'un cercle restreint de personnes**

L'instruction fiscale n°4-C-5-04 du 13 juillet 2004 assouplit la règle de la non-lucrativité pour les organismes publics ou privés ayant pour activité principale la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque. Ainsi, un lieu de diffusion ou un festival de spectacle vivant, qu'il soit sous forme associative, en établissement public ou en régie pourrait bénéficier du mécénat, et ce même si ses activités sont lucratives (Voir le dossier Mécénat sur ARTCENA, centre national des arts du cirque, de la rue et du théâtre )

En cas de doute sur son éligibilité, la structure peut solliciter l'administration fiscale à travers une procédure de rescrit (Voir sur le site du ministère de l'Économie )

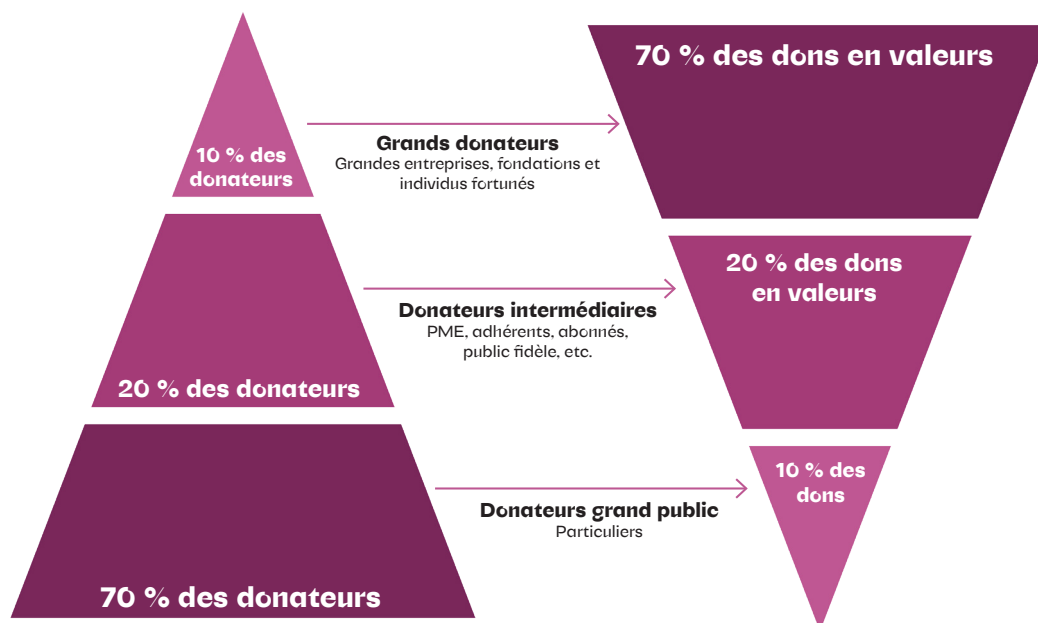
CHIFFRES CLÉS SUR LE MÉCÉNAT D'ENTREPRISE DANS LA CULTURE EN 2022



- 3,6 milliards d'euros consacrés au mécénat
- 37 % des entreprises mécènes soutiennent la culture et le patrimoine
- La culture est le 2e domaine le plus soutenu par les entreprises.
- Dans l'ordre, les entreprises sont davantage engagées pour la diffusion (48 %), puis la transmission (35 %), le développement de l'éducation artistique et culturelle (30 %), la création (27 %) et enfin la démocratisation / sensibilisation (25 %).

Chiffres issus du baromètre du mécénat d'entreprise en France 2022 – Admical

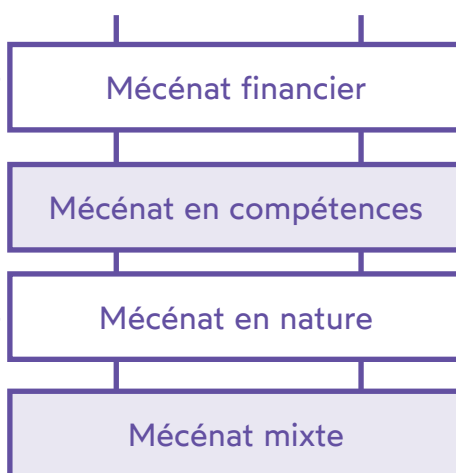
TENDANCE DE RÉPARTITION DES DONS



QUELQUES FORMES DE MÉCÉNAT

Le plus fréquemment pratiqué par les entreprises (78%). Le financement peut être fait en une seule fois (impulsion au départ d'un projet ou sur un évènement) ou via une convention pluriannuelle (le suivi et l'évaluation du projet dans le temps conditionnent alors les paiements échelonnés).

L'entreprise mécène peut réaliser gratuitement une prestation de services ou faire un apport sans contrepartie en matériels, technologie, personnels, bien mobilier, immobilier, marchandises en stock. La réduction de 60 % du montant sera déterminée par la valorisation de l'action de mécénat, en fonction de son coût de revient (c'est-à-dire les coûts supportés par l'entreprise pour acquérir ou produire le bien ou la prestation). L'opération n'étant pas imposable, la TVA n'est pas déductible.



Le mécénat de compétence peut revêtir deux formes :

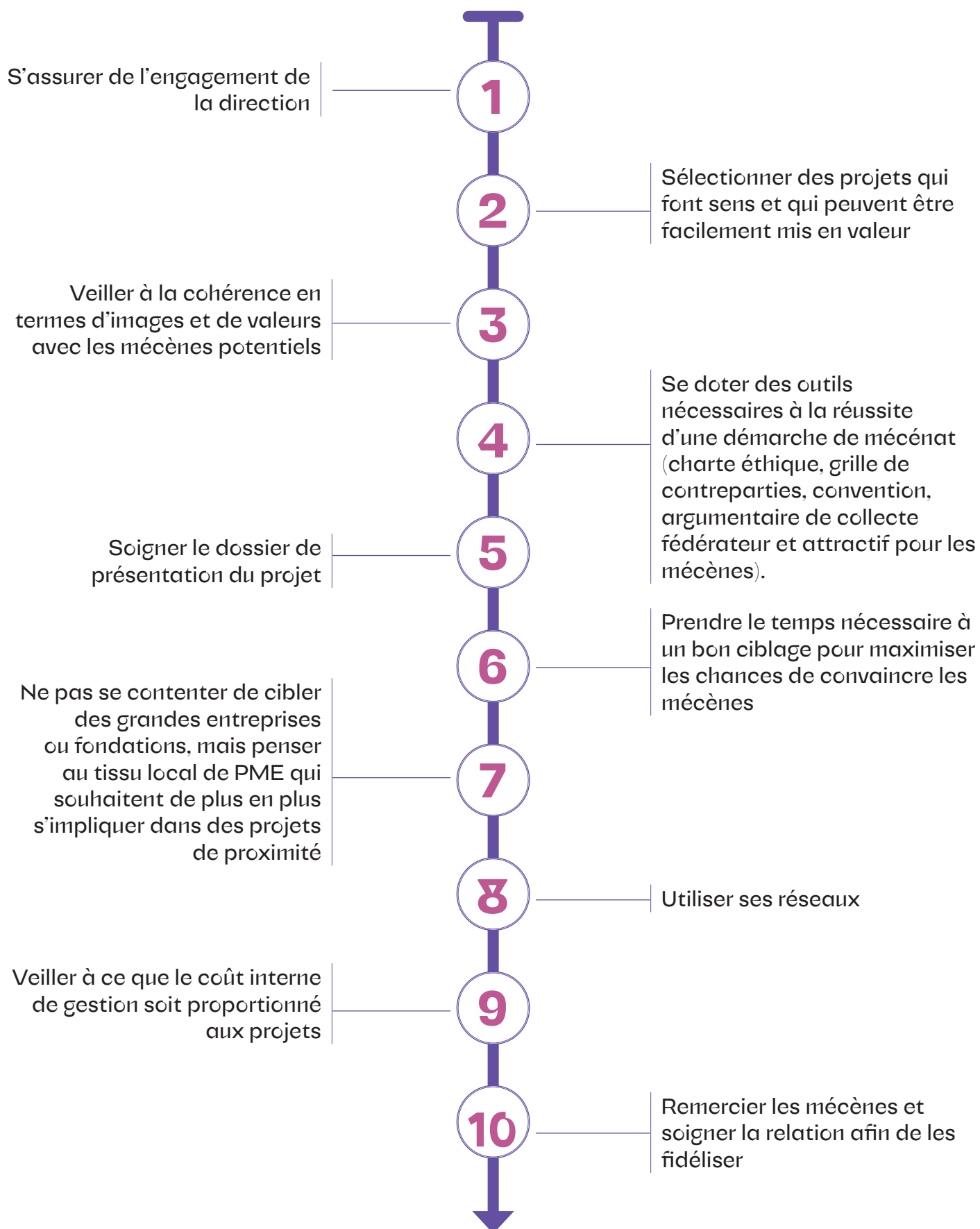
La prestation de service : l'entreprise s'engage à réaliser une mission déterminée, au profit d'un organisme d'intérêt général.

Le prêt de main d'œuvre : l'entreprise met à disposition d'un organisme éligible au mécénat un ou plusieurs salariés, placés sous l'autorité fonctionnelle de l'organisme.

Dans le cas du mécénat de compétence, l'entreprise mécène reste employeur, conserve sa responsabilité civile et pénale vis-à-vis du personnel mis à disposition et des obligations juridiques et sociales.

Opérations de mécénat combinant différentes formes abordées ci-dessus (soutien financier et prêt de matériel spécifique par exemple).

10 POINTS CLÉS POUR RÉUSSIR SA STRATÉGIE DE MÉCÉNAT



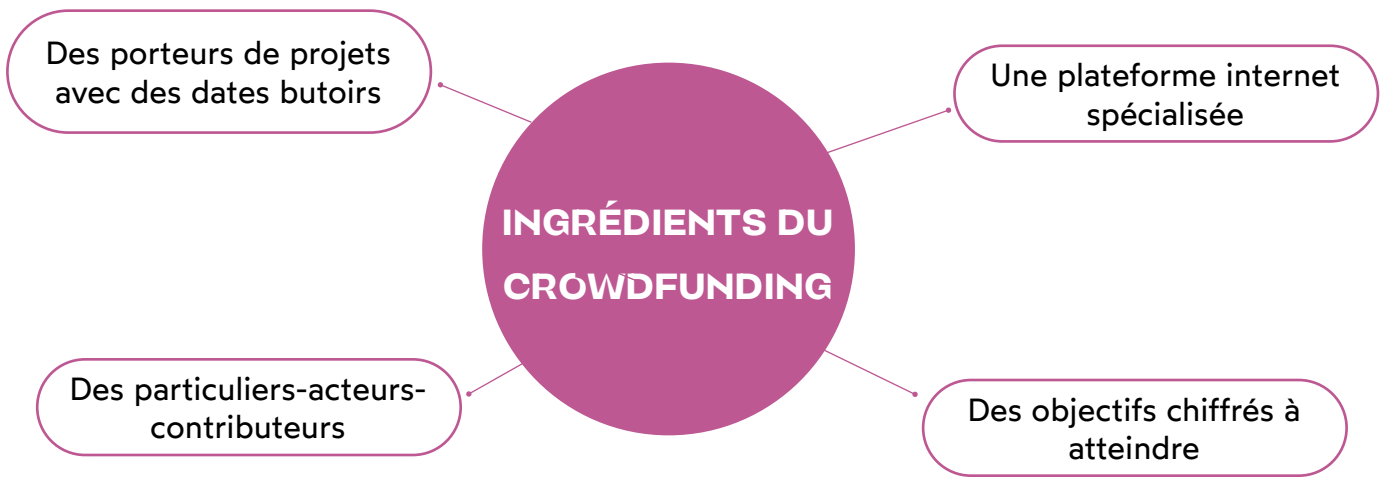
LE PARRAINAGE (SPONSORING)

Une opération commerciale d'une entreprise sponsor dans son intérêt propre, avec des contreparties directes. Le retour sur investissement est obligatoirement quantifiable et proportionné.

- L'apport en parrainage peut se faire sous forme financière ou en nature : mise à disposition de matériel ou de personnel, prise en charge d'éléments de communication ou achat d'espaces publicitaires, prise en charge d'autres postes de dépenses (hébergement et catering festival, soutien à la mobilité de compagnies artistiques, enregistrements...)
- Les prestations de service dans ce cadre sont assimilées à des charges de nature publicitaire. Ces dépenses sont déductibles des résultats imposables de l'entreprise au titre de charges d'exploitation auxquelles s'applique l'article 39, I-7 du CGI.
- La structure bénéficiaire est considérée comme prestataire de services. L'opération de sponsoring fera l'objet d'une facturation assujettie à la TVA. Point de vigilance : le caractère commercial de l'opération ne doit pas « cannibaliser » l'activité régulière de la structure bénéficiaire faute de quoi elle pourrait voir une modification de son statut fiscal et être soumise aux impôts commerciaux.

LE FINANCEMENT PARTICIPATIF OU « CROWDFUNDING »

Il permet de connecter des porteurs de projet en recherche de financements et des particuliers désireux d'investir, prêter ou donner de l'argent pour les soutenir.



Le financement participatif a émergé dans l'hexagone grâce à des plateformes généralistes et thématiques (régionales, cinématographiques, discographiques, start-ups technologiques...). Ces plateformes drainent des volumes croissants mais il s'agit principalement de la multiplication de faibles sommes cumulées par des dizaines, des centaines, voire des milliers de contributeurs.

C'est une opportunité pour le porteur de projets : donner une visibilité démultipliée à son projet, tenter de séduire et convaincre le plus largement possible. Cela permet aussi d'assurer un premier cercle de public ou de clients. Ce levier de financement repose essentiellement sur une forte dimension affective, une forte adhésion au projet, aux valeurs véhiculées mais aussi sur la personnalité (réelle ou supposée) des porteurs de projets.



CHIFFRES CLÉS SUR LE CROWDFUNDING

- 2,36 milliards d'euros de fonds collectés en 2022
- 120 107 projets financés en 2022 dont 23 837 projets d'acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire
- 25 % d'augmentation de la collecte par rapport à 2021

Chiffres issus du baromètre du crowdfunding 2022 en France
- Mazars

PRINCIPES ET ENJEUX

- • • • • — Comme pour les autres modes de recherche de financement privé, nécessité d'adopter une stratégie claire, planifiée dans le temps et y consacrer du temps en amont, en suivi pendant et après l'opération.
- • • • • — Bien étudier les spécificités, les projets soutenus, le rayonnement et autres conditions des nombreuses plateformes disponibles (notamment les frais de la plateforme et les conditions du versement).
- • • • • — **Réserver ce mode à une opération ponctuelle** : lancement d'évènement, acquisition d'une œuvre, projet expérimental, action particulière prenant place dans un projet plus large ou impulsion sur de nouveaux développements d'activités...
- • • • • — La relation aux interlocuteurs est sans intermédiaire, directe, en dialogue quasi permanent.
- • • • • — Travailler précisément et tester la présentation du projet : lisibilité, positionnement, précision sans détail opérationnel superflu, créativité, attractivité...
- • • • • — Une fois le montant, la durée de levée fixés, et le projet validé par la plateforme, le compte à rebours commence. En règle générale, la commission de la plateforme s'applique une fois que la totalité du montant initial sollicité est atteint (mais les règles à ce sujet varient selon les plateformes, il est primordial d'en tenir compte pour choisir la plateforme qui vous convient)
- **Certaines plateformes appliquent le système du « tout ou rien »** : dans le cas où l'objectif fixé n'est pas atteint l'ensemble des sommes est retourné aux contributeurs (les règles à ce sujet peuvent varier selon les plateformes).
- Attention : la visibilité et la crédibilité du projet et de son porteur peuvent être durablement engagées par ce type de campagnes de levées de fonds pour le meilleur comme pour le pire.
- Il est impératif d'impulser la collecte de fonds en impliquant son premier cercle d'amis, ses propres réseaux personnels ou professionnels (réseaux sociaux, newsletter...). Ne pas y parvenir limitera fortement l'adhésion d'autres personnes moins proches.
- La démarche doit s'inscrire dans un réel partage et échange, créer de l'interaction, fidéliser : l'adhésion et le soutien reposent sur une forte dimension humaine.
- C'est un mode de financement croisant diverses disciplines qu'il convient de maîtriser : communication classique (relations publiques, médias...), digitale et marketing notamment.
- Il est nécessaire de bien maîtriser cette communication et les contreparties proposées : chaque contributeur se sent partie prenante du projet. Une « communauté » se forme et devient elle-même ambassadrice vers ses propres réseaux. Plusieurs sous-ensembles de réseaux rentrent en résonance et la dynamique virale d'internet entre en action.

QUELQUES FORMES DE FINANCEMENT PARTICIPATIF

— Le don avec ou sans contrepartie

Ces contreparties peuvent être symboliques ou correspondre à des préventes du produit ou du service financé. Elles sont généralement fixées par paliers en fonction du montant des dons.

Les dons réalisés via une plate-forme de crowdfunding peuvent donner lieu à une réduction d'impôts au titre du mécénat, si l'organisme est d'intérêt général. Attention ! Si votre collecte est éligible au mécénat, les contreparties sont strictement encadrées par la loi : la valeur marchande d'une contrepartie ne peut dépasser 25% du montant du don (dons particuliers et entreprises). Pour les dons effectués par des particuliers, elle est plafonnée à 73 euros. Exemples de plateformes : HelloAsso, Gofundme, KissKissBankBank, Leetchi, Ulule...

— Le prêt participatif, avec ou sans intérêts (crowdlending)


Le contributeur prête une somme, pour une durée maximale de 7 ans. Pour les prêts avec intérêts, le montant maximum est de 2000 euros, en cas de prêt sans intérêts, le montant est plafonné à 5 000 euros.

Exemples de plateformes : Tudigo, Wiseed, Sowefund...

— L'investissement (crowdequity)

Le contributeur investit dans le capital de l'entreprise. En matière d'investissement, on peut également trouver des « business angels » : des personnes physiques qui décident d'investir dans des entreprises innovantes à fort potentiel en y apportant, outre leur mise de fonds au capital de la société, leurs compétences et leur tissu relationnel.

CADRE JURIDIQUE

Depuis l'ordonnance du 30 mai 2014 , le financement participatif dispose d'un cadre juridique propre. Il a pour objectif de sécuriser ce mode de financement de projets et de protéger investisseurs et prêteurs.

L'exemple de Proarti :

Proarti est une plateforme philanthropique de financement participatif dédiée à la création artistique et à la découverte culturelle. Elle organise des collectes de mécénat culturel ainsi que des collectes pour des projets artistiques à impact (inclusion, environnement, éducation). En tant que fonds de dotation, elle organise également des opérations de collecte : « Mission Avignon », « Mise en œuvres », autour de la musique contemporaine, en partenariat avec la SACEM. Proarti collecte les fonds, les encaisse et émet le cas échéant un reçu fiscal sous sa responsabilité au bénéfice des donateurs. Les frais sont de 8 à 10% des sommes collectées. La société peut également se porter « coproducteur » de certains projets et porter la collecte en direct pour financer son apport.

<https://www.proarti.fr/>

POUR ALLER PLUS LOIN

Ressources en ligne

Qu'est-ce que le mécénat ? Définition et clés pour comprendre

Admical

<https://admical.org>

Baromètre du mécénat d'entreprise 2022

Admical

<https://admical.org>

Le financement participatif ou « crowdfunding »

Ministère de la culture

<https://www.culture.gouv.fr>

Baromètre 2022 du crowdfunding en France

Mazars et Financement Participatif France

<https://www.mazars.fr>

Le mécénat

ARTCENA

<https://www.artcena.fr>

Sites références

ADMICAL - carrefour du mécénat d'entreprise

www.admical.org

Associations des professionnels du crowdfunding en France

www.financeparticipative.org

Association Française des Fundraisers

www.fundraisers.fr

Centre Français des Fonds et Fondations

<https://www.centre-francais-fondations.org>

Mission du mécénat du ministère de la Culture

www.culture.gouv.fr

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
**SPECTACLE
VIVANT**

Éditeur :

Auvergne-Rhône-Alpes Spectacle Vivant

Directeur de la publication :

Nicolas Riedel

Création graphique :

Studio Tumulte & Marie Coste

Crédits iconographiques :

Made x Made pour Noun Project

Contact :

33 cours de la Liberté, 69003 Lyon

T : 04 26 20 55 55

M : contact@auvergnerhonealpes-spectacle vivant.fr

Suivez-nous sur :

Instagram @auraspectacle vivant

Facebook

Linkedin

www.auvergnerhonealpes-spectacle vivant.fr

Auvergne-Rhône-Alpes Spectacle Vivant est soutenue financièrement par le ministère de la Culture / Drac Auvergne-Rhône-Alpes et la Région Auvergne-Rhône-Alpes.


PRÉFÈTE
DE LA RÉGION
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
*Liberté
Égalité
Fraternité*

 **La Région**
Auvergne-Rhône-Alpes