



le collectif
des festivals

LA RECHERCHE DE FONDS PRIVÉS



Pourquoi rechercher des fonds privés ?

Le modèle économique des festivals ne peut plus reposer uniquement sur les recettes propres (billetterie, adhésions, merchandising, recettes des bars et de la restauration...) et les subventions publiques.

L'équilibre financier des festivals passe aujourd'hui par la diversification des sources de financement, notamment grâce à la collecte de fonds privés : sponsoring, mécénat, crowdfunding...

Au-delà de l'aspect purement économique, les partenariats privés offrent d'autres avantages :

- Renforcer son lien au territoire en travaillant avec les acteurs économiques locaux,
- Renforcer son lien aux citoyens, à ses publics, sa communauté,
- Profiter des compétences ou de services que le festival ne pourrait pas se payer,
- Travailler sur son projet, sa vision à long terme et ses valeurs.

Le mécénat

Principe du mécénat

Le mécénat est un soutien financier, matériel et/ou humain apporté par un particulier ou une entreprise à une œuvre ou à une activité d'intérêt général sans contrepartie directe.

Les dons de mécénat donnent droit à une déduction d'impôt pour le donateur (loi Aillagon du 1er août 2003 et loi de finances 2020) selon ces calculs :

- Le mécène est un particulier : 66 % de déduction d'impôt, dans la limite de 20 % du montant imposable
- Le mécène est une entreprise : 60 % de déduction d'impôt (puis 40% au delà de 2 millions d'euros de dons), dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaire (CA) HT ou 20 000 € de dons

Bénéficiaires

- Une organisation qui souhaite recevoir des dons de mécénat et donc délivrer un reçu fiscal aux mécènes peut vérifier son éligibilité auprès de l'administration fiscale (Cerfa N°11580*04).
- Les conditions sont remplies si :
 - l'activité n'est pas lucrative,
 - elle ne profite pas à un cercle restreint de personnes,
 - la gestion est désintéressée.

A noter que ne sont pas d'intérêt général les SA, SARL, etc., qui sont des organismes à but lucratif).

- L'administration dispose d'un délai de six mois pour répondre à la demande de l'organisme, à compter de la réception d'un dossier complet.
- Lorsque l'administration n'a pas répondu dans un délai de six mois, la demande est réputée tacitement acceptée.

Mécènes

Peuvent être mécènes :

- Les entreprises soumises aux impôts commerciaux.
- Les particuliers soumis à l'impôt sur le revenu.
- Les fondations et fonds de dotation.
- Les clubs de mécènes (mécénat collectif).

Les différentes formes de mécénat

- Le mécénat financier : don en numéraire, le plus facile à valoriser.
- Le mécénat en nature : don de biens immobilisés, fourniture de marchandises en stock, exécution de prestations de services. Dans ce cas l'apport de l'entreprise devra être valorisé au prix de revient et non au prix de vente habituel de la prestation apportée.
- Le mécénat de compétences consiste en un transfert gratuit de savoir-faire (mise à disposition d'un ou plusieurs salariés d'une entreprise). Dans ce cas, la valeur du don équivaut au coût du salarié (salaire brut + cotisations sociales).

Les contreparties

Il est possible de délivrer des contreparties aux mécènes, dans la limite de 25 % de la valeur du don. Si le mécène est un particulier, la valeur de la contrepartie ne doit pas dépasser 65 €.

On peut proposer des contreparties matérielles :

- Invitations, visites guidées, accès VIP, vernissage...
- Rencontres avec les équipes, artistes...
- Prestation de services : privatisation, hébergement...
- Produits dérivés, dédicaces...

Ou des contreparties émotionnelles :

- Association du logo (attention cependant, il ne doit pas comporter de message publicitaire et n'est pas quantifiable).
- Hommage symbolique : mur de mécènes, titre honorifique ...
- Dîner des mécènes...
- Cooptation au CA et droit de vote.

Une convention de mécénat n'est pas obligatoire, mais il est préférable d'en établir une pour bien définir les contreparties et se protéger par rapport à l'administration fiscale.

LE SAVIEZ-VOUS

Frais des bénévoles : Le renoncement au remboursement des frais engagés personnellement par les bénévoles dans le cadre de leur activité associative peut leur permettre de bénéficier d'une réduction d'impôt sur le revenu.

> Article 41 de la loi n°2000-627 du 6 juillet 2000.

Les frais doivent être engagés dans le cadre d'une activité bénévole, en vue strictement de l'objet social de l'association, et en l'absence de toute contrepartie pour le bénévole.

Le mécénat indirect

En cas de non-éligibilité au mécénat, il est possible malgré tout de bénéficier du soutien d'une fondation ou d'un fonds de dotation.

Fondation : « acte par lequel une ou plusieurs personnes physiques ou morales décident de l'affectation irrévocable de biens, droits ou ressources à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général et à but non lucratif » (article 18 de la loi du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat).

Le fonds de dotation : association créée dans le but de mener et financer des activités d'intérêt général, et/ou de redistribuer des fonds au profit d'un organisme sans but lucratif accomplissant des œuvres et missions d'intérêt général.



Les autres types de financements privés

Le parrainage / sponsoring

Le parrainage ou sponsoring est un soutien financier, matériel et/ou humain apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct : publicité, visibilité.

Le parrainage sert à la promotion des produits et de la marque de l'entreprise. C'est une prestation de service, il répond à une démarche commerciale explicitement calculée. Sa retombée doit être quantifiable et proportionnée à l'investissement initial.

Il faut bien le distinguer du mécénat.

Le micro-don

Un micro-don est un don de très faible montant. Il peut représenter seulement quelques centimes, le but étant de viser un maximum de nouveaux donateurs.

Le micro-don peut passer par un « produit-partage » : il s'agit d'un produit dont une part du prix est reversée à un organisme d'intérêt général. Ça peut être un produit déjà existant ou un produit spécialement créé pour l'opération. Un festival peut par exemple travailler avec un artisan pour créer un produit à son effigie (produit alimentaire...).

Le micro-don peut également passer par l'arrondi en caisse : il permet aux clients d'un magasin d'arrondir le montant de leurs achats à l'euro supérieur lors de leur passage en caisse. La différence est intégralement reversée aux associations partenaires de l'enseigne.

Le financement participatif

Le financement participatif (crowdfunding) est un outil de financement alternatif qui fait appel à des ressources financières auprès des internautes ou personnes privées, particuliers, afin de financer un projet. Tout le monde peut faire une collecte de crowdfunding : association, particulier, auto-entrepreneur, entreprise...

Cette méthode permet de récolter des fonds auprès d'un large public via des plateformes en ligne de financement participatif. Il en existe beaucoup : thématiques culture, régionales... Certaines prennent une commission sur les dons, d'autres non.

Les dons peuvent donner lieu à des contreparties symboliques : t-shirt, tote-bags, badges...

Si la structure est éligible, elle peut également délivrer un reçu fiscal (les contreparties ne remettent pas en cause les avantages fiscaux si elles ne dépassent pas 25 % du montant du don récolté dans la limite de 65 €).

Le crowdfunding est plus indiqué pour le financement d'un projet précis que pour le financement du fonctionnement du festival.

Aborder la recherche de financements privés

Bâtir sa stratégie

- Vérifier son éligibilité au mécénat (cf. p.1).
- Définir sa charte éthique pour la recherche de financements privés, elle devra être assumée de toute l'équipe : on y pose les fondamentaux, ses valeurs, sa vision du projet, ses missions et ambitions, les ouvertures et limites aux relations partenariales...
- Identifier ses besoins et ses ressources.
- Construire son modèle économique et chiffrer les ambitions de collecte.
- Valider ses grandes cibles, ses méthodes de collecte, leur gestion, saisonnalité et durée.

Préparer l'opérationnel

- Rechercher les partenaires potentiels :
 - Définir son cœur de cible : intérêt pour la cause, capacité à donner, degré de proximité...
 - Regarder du côté de ses prestataires : le mécénat ou le sponsoring peuvent permettre de faire des économies sur des charges déjà existantes. (Contrat de prestation et convention de mécénat peuvent cohabiter sous conditions qu'il n'y ait pas de porosité commerciale entre les deux contrats et qu'ils soient bien indépendants l'un de l'autre).
 - Privilégier les artisans locaux, éviter les franchises ou les grandes entreprises : elles ont moins de marge de manœuvre et sont moins concernées par l'impact du festival sur son territoire.
 - Moins de 15 % des entreprises sont mécènes¹, il en reste donc 85 % à aller chercher !
- Définir les contreparties existantes, possibles et à créer.
- Préparer son argumentaire, construire le plan de communication et les supports : dossier de partenariat, vidéo... détaillant le projet, la vision, les valeurs, les besoins matériels, financiers et humains, les avantages et contreparties, le rayonnement du projet...

¹ Baromètre ADMICAL du mécénat 2018

LE SAVIEZ-VOUS

Seulement la moitié des entreprises mécènes défiscalisent leur don. La défiscalisation n'est donc pas l'argument principal à présenter aux potentiels mécènes, il y a beaucoup d'autres raisons qui poussent les entreprises à être mécènes :

- Contribuer à l'intérêt général
- Participer aux initiatives
- Exprimer et incarner les valeurs de l'entreprise
- Fédérer clients, fournisseurs, prospects
- Favoriser la cohésion d'équipe
- Valoriser l'image et la réputation de l'entreprise
- Développer de nouvelles relations avec les acteurs du territoire
- Contribuer à la médiation culturelle de l'entreprise
- ...

Passer à l'action

- Sensibiliser d'abord auprès de son premier cercle, notamment pour les campagnes de crowdfunding.
- Aller rencontrer les entreprises. Pour cela, il faut :
 - bien les connaître : sites internet, rapports d'activités... et réfléchir aux attentes qu'elles pourraient avoir,
 - être en capacité d'informer sur les modalités pratiques du mécénat,
 - familiariser l'entreprise avec la culture et ses enjeux (économiques, mais aussi éducatifs et sociaux).
- Animer les partenariats : contractualiser, délivrer les contreparties et le reçu fiscal, poursuivre les échanges, continuer à informer, fidéliser, etc. Et dire merci !

Ressources et contacts utiles

Guides

GUIDE DU MÉCÉNAT 2019-2020 Ministère de l'éducation et de la jeunesse.

FOIRE AUX QUESTIONS SUR LE MÉCÉNAT Opale.

Sites ressource

L'ADMICAL Le portail du mécénat - admical.org

LE SITE MÉCÉNAT DU MINISTÈRE DE LA CULTURE
culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Mecenat

Les fondations

LISTE DES FONDATIONS œuvrant pour les projets culturels sur le site d'Opale - opale.asso.fr

Quelques plateformes de crowdfunding

KENGO Plateforme bretonne. Il faut atteindre 70% du financement pour avoir la cagnotte. Rémunération à 8 %.

KISSKISSBANKBANK Axée culturel et artistique. Palier à 100 %.

HELLOASSO Offre plusieurs outils pour les associations (billetterie, cotisations...). Pas de palier et rémunération à 0 %.

ULULE Palier à 100 %, rémunération entre 4 et 7 %.

D'ARTAGNANS Spécialisée patrimoine. Palier à 100 %, rémunération à 8 %.