

Le mécénat d'entreprise menacé par le ministère du Budget

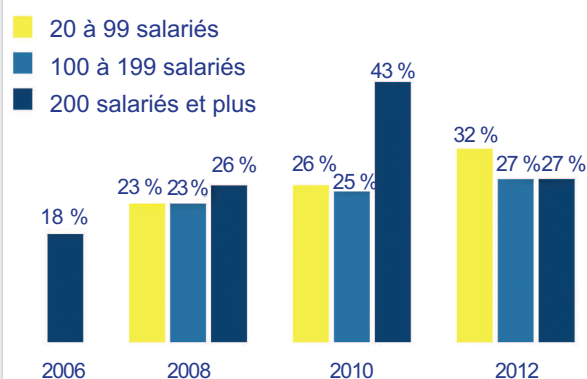
Edité par :
l'Agence pour la
Valorisation de
l'Engagement (AVE)
55 avenue Marceau
75016 Paris
Tél. : 01 78 16 40 20
www.ave-engagements.fr

Le Mécénat est défini comme « un outil de communication, une monnaie à double face qui rémunère à égalité celui qui donne et celui qui reçoit ». Il s'agit plus précisément, d'un don fait par une entreprise au profit d'organismes et d'œuvres d'intérêt général et qui en retour pourra bénéficier d'une déduction fiscale.

La loi française relative au mécénat, aux associations et aux fondations, dite « loi Aillagon », a été votée le 1er août 2003. Elle comporte vingt-trois articles et s'inscrit dans une large réforme visant à développer plus largement le mécénat, réformer la reconnaissance d'utilité publique et harmoniser les dispositifs applicables aux dons. Avec cette loi, la France souhaitait se doter d'un dispositif attractif et a choisi, par souci d'efficacité et de simplicité, de porter l'essentiel de l'effort sur le régime fiscal. Cette mesure incitative a eu un effet très positif et a encouragé les entreprises à s'engager dans le mécénat, passant de seulement 2000 entreprises mécènes en 2002 à 40 000 entreprises de plus de 20 salariés aujourd'hui. Malgré un contexte financier et économique difficile, ce phénomène s'est confirmé depuis deux ans, en passant de 27 % à 31 % d'entreprises de plus de 20 salariés engagées dans le mécénat.

Pourtant, en dépit de ce succès, l'avenir du mécénat d'entreprise semble mis en péril par l'annonce d'une mesure que le gouvernement a tout d'abord envisagé de mettre

Proportion d'entreprises mécènes en France par nombre de salariés



Source : ADMICAL 2012

en place dès cette année, avant d'accepter, sous la pression du secteur culturel et d'une partie du milieu associatif, de repousser le projet à 2013. Il s'agirait en effet de réduire de moitié les réductions fiscales accordées aux entreprises dans le cadre du mécénat. La déduction fiscale jusque là de 60 % du montant du don (dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaire de l'entreprise) serait ainsi réduite à 37,5 %. Si une telle mesure venait à être votée, c'est tout un pan du secteur associatif, des fondations d'entreprises et de leurs actions en faveur de l'intérêt général qui pourrait être bouleversé.

Une réforme pour impliquer les acteurs de la société civile

Selon « l'ADMICAL, carrefour du mécénat d'entreprise », le mécénat dans les domaines de la culture, de la solidarité et de l'environ-

nement, représentait en 2002 environ 343 millions d'euros et concernait moins de 1 735 entreprises. A titre de comparaison, aux États-Unis le mécénat et la philanthropie représentaient en 2002 2,1 % du PIB (10 milliards €) alors qu'en France, le mécénat et la philanthropie devaient représenter à peine 0,09 % du PIB.

Le régime français du mécénat était peu incitatif et le gouvernement décida d'en faire une priorité affirmée par le Président de la République lors d'un discours prononcé le 8 avril 2002 : *"Premier objectif : libérer l'initiative. Instaurer une nouvelle règle du jeu. Cela vaut d'abord pour l'État. (...) C'est ensuite encourager et impliquer dans notre vie culturelle tous les acteurs de la société civile : particuliers, associations, fondations, entreprises "*.

En s'inspirant des réformes opérées au Royaume-Uni, en Allemagne et en Espagne, la réforme française s'articula autour de quatre axes :

- Développer le mécénat des particuliers, par un renforcement substantiel des incitations fiscales ;
- Favoriser le mécénat des entreprises, par un doublement de l'encouragement fiscal ;
- Alléger la fiscalité des fondations ;
- Accélérer et simplifier la reconnaissance d'utilité publique.

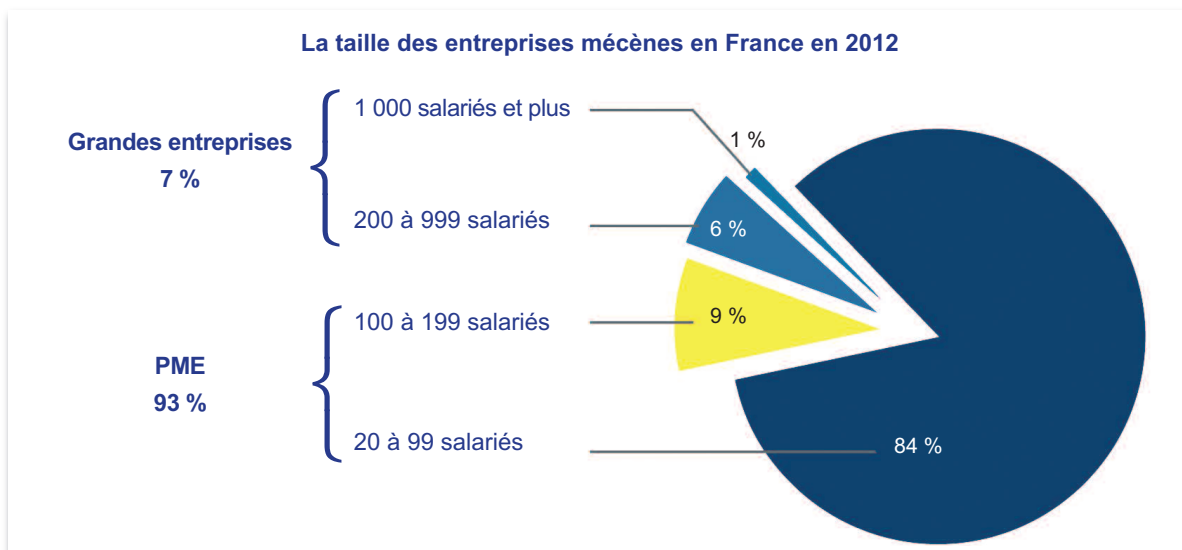
Les formes du mécénat d'entreprise

- **Financière** : il peut s'agir de cotisations, de subventions, d'apports en numéraire ;
- **En nature** : le versement peut, dans ce cas, consister en la remise d'un bien immobilisé, de marchandises en stock, en l'exécution de prestations de

Le profil des entreprises mécènes

Les entreprises engagées dans le mécénat représentent en 2012, **31 % des entreprises de plus de 20 salariés**, soit 40 000 entreprises.

Pour la première fois depuis 2005, la part des mécènes est plus importante parmi les PME (de 20 à 199 salariés). Ainsi, en 2012, **93 % des entreprises mécènes sont des PME** contre 85 % en 2010.



Source : ADMICAL 2012

services, en la mise à disposition de moyens matériels, personnels ou techniques ;

- **Technologique** : le mécénat technologique consiste à mobiliser le savoir-faire, le métier de l'entreprise au bénéfice de partenaires culturels ou du monde de la solidarité ;

- **De compétences** : il s'agit de la mise à disposition de compétences de salariés de l'entreprise, sous forme d'accompagnement dans le montage du projet, d'appui technique de courte ou longue durée.

Les bénéficiaires

Est considéré comme du mécénat tout don attribué aux :

- Fondations ou associations reconnues d'utilité publique ou d'intérêt général ;
- Organismes agréés sans but lucratif ayant pour objet de verser des aides financières aux PME (investissement, accompagnement, aide à la création ou la reprise d'entreprise,...) ;
- Organismes du spectacle vivant pour des activités de diffusion d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque, ni pornographiques ni violentes ;
- Sociétés ayant pour activité principale l'organisation d'expositions d'art contemporain ;
- Etablissements d'enseignement public ou privé agréés ;
- Etablissements publics ou aux collectivités locales.

Les réductions d'impôts

La réduction d'impôt accordée aux entreprises concerne aussi bien les dons versés à un organisme établi en France que dans l'Espace économique européen. Ainsi, la Loi du 1er août 2003 a créé un dispositif fiscal très incitatif et si le bénéficiaire est éligible au mécénat déductible, le don ouvre droit à un avantage fiscal :

- Une réduction de l'impôt sur les sociétés de 60 % du montant des dons aux œuvres et organismes d'intérêt général, dans la limite d'un plafond de 0,5 % du chiffre d'affaires HT de l'entreprise (avec la possibilité de reporter l'excédent sur les cinq exercices suivants en cas de dépassement de ce seuil).
- Une réduction d'impôt de 90 % du montant du don pour l'acquisition d'un « trésor national » ou d'une « œuvre d'intérêt patrimonial majeur » au profit d'une collection publique, ou de 40 % si l'œuvre est acquise par l'entreprise pour son propre compte.
- Des contreparties en communication et relations publiques pour l'entreprise plafonnées à hauteur de 25 % du don. Il s'agit par exemple de billets pour les spectacles, de visites privées, de mise à disposition d'espaces de réception, de l'insertion du logo de l'entreprise sur un catalogue d'expositions...
- Des avantages fiscaux pour l'achat d'œuvres originales d'artistes vivants exposées dans un lieu accessible au public, aux clients, aux salariés (à l'exception des bureaux de votre entreprise) ou pour l'achat d'instruments de musique destinés à être prêtés à des artistes professionnels ou à des étudiants de haut niveau.

- **Déduction fiscale** : Si l'entreprise a effectué son don sous forme de mécénat en nature ou de compétence, en contribuant avec des moyens (produits ou services), cette contribution est alors valorisée au prix de revient, ou à la valeur nette comptable pour les éléments inscrits à l'actif de l'entreprise.

Grâce à ces mesures, le mécénat s'applique à des dépenses engagées dans l'intérêt général et bien que les contreparties soient limitées et que tous les organismes culturels ne soient pas éligibles au mécénat, le bénéfice fiscal devient plus intéressant pour l'entreprise.

Ces dispositions pour favoriser le développement du mécénat et des fondations, c'est-à-dire l'initiative privée en faveur d'actions d'intérêt général, a pu développer en France une législation considérée comme l'une des plus abouties au monde.

Des enjeux bien compris

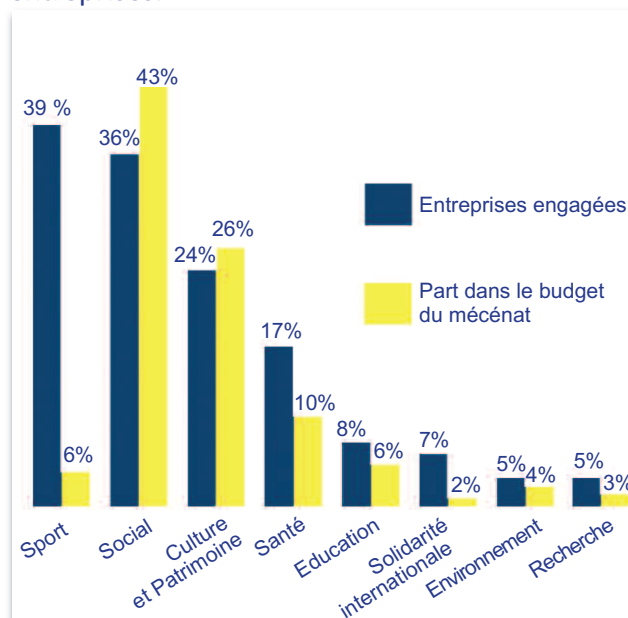
L'impulsion donnée par cette législation a été considérable, permettant de passer de moins de 2 000 entreprises mécènes en 2002, à plus de 40 000 aujourd'hui. L'essor des fondations d'entreprises reflète également une volonté croissante d'action dans la durée. Le mécénat en nature et le mécénat de compétence sont de plus en plus prisés par les entreprises qui y voient un excellent moyen de valoriser leurs savoir-faire. Quant à l'engagement des PME-PMI et TPE, il témoigne d'un réel changement des mentalités : le mécénat n'est plus réservé aux grands groupes et l'engagement peut être utile à tous.

Ces dernières années, malgré la crise, une augmentation de près de 15 % du nombre d'entreprises mécènes a été constaté et démontre qu'au delà de leur activité commerciale, les entreprises veulent participer et jouer un rôle au sein de la société. Les résultats de l'enquête ADMICAL-CSA, révèlent ainsi que le budget global du mécénat d'entreprise

a atteint **1,9 milliard d'euros en France en 2012** et que la motivation principale de cet engagement est pour 57 % d'entre elles, de contribuer à l'intérêt général tout en construisant l'identité de l'entreprise (31 %).

Domaines d'action des entreprises mécènes en 2011

- **Le sport** est le domaine où les entreprises soutiennent le plus d'actions mais le budget consacré n'est que de 6 %.
- **Le social** est en tête financièrement avec 43 % du budget total et est choisi par 36 % des entreprises.



Source : ADMICAL - Ordre des Experts comptables

En s'engageant dans des actions citoyennes, le mécénat permet à l'entreprise de devenir un acteur à part entière dans le développement économique et social de son territoire en comblant notamment les manques de l'Etat. Cette implication devient pour l'entreprise une façon de créer du lien en permettant aux collectivités, aux salariés et aux clients d'échanger dans un contexte différent et de rencontrer de nouveaux publics, ce qui s'avère être un puissant facteur de cohésion au sein de l'entreprise tout en lui permettant d'être à l'écoute des besoins de son territoire et d'en renforcer l'attractivité.

Il est donc important de souligner que le mécénat se positionne aujourd'hui comme un enjeu stratégique pour l'entreprise, il agit comme un vecteur de communication interne et externe qui améliore l'image de l'entreprise, lui permet de sensibiliser et d'impliquer ses salariés autour d'un projet commun, de mettre en avant les valeurs qu'elle défend, tout en aidant la collectivité et l'intérêt général. Ces actions sont un véritable atout pour le secteur associatif et bénévole car elles permettent aux salariés de découvrir le milieu associatif, de se sensibiliser à l'engagement bénévole en participant à la vie citoyenne, ce qui est un important facteur de motivation personnelle, utile pour le salarié, comme pour l'entreprise, le secteur associatif et l'intérêt général. De nombreuses études

Quelques exemples

- L'un des exemples les plus connus, est celui du groupe VINCI qui a mené la première rénovation intégrale de la galerie des Glaces du château de Versailles, prenant en charge le financement total des travaux, pour un don record de 12 millions d'euros.
- A Colmar, le musée Unterlinden, situé dans un ancien cloître médiéval du 13e siècle, accueille près de 200 000 visiteurs par an et est à ce titre le deuxième musée le plus visité de France en province. Très connu pour abriter le retable d'Issenheim et pour sa collection d'œuvres du 12e au 16e siècle, il a souhaité mettre en valeur sa collection d'art moderne en étendant le musée aux anciens bains municipaux de Colmar, un bâtiment art nouveau de 1906. Pour cette extension le mécénat a contribué à hauteur de 15 % du financement, soit un apport de 3,7 millions d'euros, sans lequel le projet n'aurait pu aboutir.
- En 2007, la Fondation Mécène et Loire dotée d'un budget global de 800 000 euros sur 5 ans, a regroupé 24 entreprises qui ont décidé de soutenir plusieurs projets dans les domaines de la culture, de la solidarité et de l'environnement afin de contribuer au rayonnement de leur région.

d'opinion montrent d'ailleurs que les entreprises cherchent de plus en plus à communiquer sur les valeurs qu'elles défendent par leurs actions plutôt que sur les produits.

Dans un marché de plus en plus concurrentiel, **le mécénat est devenu un véritable atout pour l'avenir de l'entreprise.**

Un avenir menacé

Pourtant, bien que **le mécénat en France soit encore l'un des plus faibles du monde occidental et malgré l'impact particulièrement encourageant de la loi Aillagon, son avenir est remis en question** par l'annonce d'une mesure préparée par le ministère du Budget, qui envisage de réduire de moitié, le montant de l'avantage fiscal attaché aux dons des entreprises dans le cadre de leurs actions de mécénat. Si ce projet a provoqué un tollé général des secteurs culturel et associatif, repoussant ce projet à plus tard, rappelons que dans son programme électoral, **François Hollande avait déjà annoncé qu'il s'attaquerait à toutes les niches fiscales, y compris celle-ci et que l'entourage du président souhaitait toujours une remise à plat du dispositif en 2013.** Si le mécénat semble donc épargné dans l'immédiat, le danger n'est pas écarté pour autant et les mêmes problèmes risquent de se poser à nouveau.

Si l'on compare le niveau actuel du mécénat d'entreprise à celui d'avant 2003, on constate l'importance des retombées des avantages fiscaux accordés aux entreprises dans ce secteur. Notamment dans les domaines principaux que sont la culture, la solidarité et l'environnement, où **le montant global a été multiplié par 4. Soit un total de 1 milliard 387 millions d'euros* en 2012** contre seulement 341 millions d'euros en 2000 (0,02 % du PIB).¹

Mais aujourd'hui ou dans un an, **si le projet de Bercy venait à aboutir, il faudrait s'attendre à un désengagement massif des entreprises en**

1 : Si l'on agrège les résultats du social, de l'éducation et de la santé en 2012, pour pouvoir les comparer au domaine unique qui les regroupait avant la loi de 2003, nous obtenons un montant de 1 milliard 121 millions d'euros attribués par les entreprises en 2012. Ce à quoi il faut ajouter 494 millions pour la culture et 76 millions pour l'environnement.

faveur du mécénat. Car, bien que la motivation principale des entreprises mécènes ne soit pas d'ordre financière, il est également admis que **la diminution du budget relatif au mécénat reste liée dans 92 % des cas à un contexte économique défavorable.**

Dans cette hypothèse, **une régression vers le faible niveau des années 2000 serait à craindre** et les conséquences qu'auraient à subir les nombreux bénéficiaires qui dépendent aujourd'hui de ces actions seraient désastreuses. De plus, **dans un tel contexte, le mécénat culturel serait probablement le plus touché**, puisque en période de crise, les actions sociales sont généralement privilégiées à d'autres secteurs qui peuvent sembler moins prioritaires tels que la sauvegarde ou la restauration d'un patrimoine, mais qui constituent pourtant un domaine essentiel de l'action de la société civile quand l'Etat n'a pas les moyens d'intervenir. Une enquête CSA a d'ailleurs révélé que le soutien des groupes privés dans le mécénat culturel avait chuté de 63 % entre 2008 et 2010. Plus grave encore, par un effet levier que constitue le mécénat dans le financement de nombreux projets associatifs, **une partie beaucoup plus large du secteur à but non lucratif serait également pénalisée** et ses actions, réparties sur l'ensemble du territoire, dans tous les champs d'intervention essentiels à la vie de nos concitoyens, seraient alors massivement mises en péril.

Perspectives

Au final, l'enjeu de 100 millions d'euros d'économies espérées par l'Etat est bien modeste face aux conséquences qu'engendrerait l'application d'une telle mesure. Il est, par conséquent, important que le dispositif actuel soit maintenu car l'utilisation de cet avantage fiscal n'est pas un cadeau fait aux entreprises, mais une incitation à l'engagement sur leur territoire impliquant un moyen d'optimiser leurs budgets.

Pour l'avenir du mécénat et de l'intérêt général, de nouvelles pistes de réflexion devraient davantage s'orienter vers un meilleur cadrage du mécénat afin d'éviter les dérives d'actions ne privilégiant pas l'intérêt général.



« **Le Labo des Engagements** » a été créé en 2010 par « L'Agence pour la Valorisation de l'Engagement » (AVE).

Ce laboratoire d'idées, a pour vocation d'analyser les évolutions du mouvement

associatif et de l'engagement bénévole afin de mieux en comprendre les enjeux, les intérêts, les orientations et les limites.

Placé sous l'autorité d'un conseil scientifique, « le Labo » bénéficie de la participation de spécialistes reconnus (universitaires, acteurs du monde associatif, ...) invités à venir échanger sur les problématiques retenues par le conseil scientifique.

Ces débats aboutissent à l'élaboration de publications scientifiques, de fiches de méthode et d'outils à destination des structures d'accueil et des bénévoles. Le Labo produit également des propositions pour améliorer les pratiques des acteurs et les politiques publiques.

Le Labo des Engagements
AVE, 55 avenue Marceau, 75116 Paris
Tél. : 01 78 16 40 20
www.ave-engagements.fr

Bulletin d'abonnement

à découper et à retourner à :
AVE, 55 avenue Marceau, 75016 Paris

Oui, je souhaite recevoir les Notes du Labo.

Oui, je souhaite recevoir les publications de l'AVE et les invitations aux événements.

Mme Mlle M

Prénom :

Nom :

Fonction :

Structure :

Adresse :

.....

Code postal : Ville :

Téléphone :

Email :