

COLLECTE DE FONDS

MÉCÉNAT OU PARRAINAGE : MÊME AMBITION POUR LE FINANCEUR ?

Le soutien à des organismes sans but lucratif peut prendre plusieurs formes. Mais les motivations et les conséquences fiscales diffèrent selon le type d'opération effectué, notamment entre les régimes du mécénat et ceux du parrainage.



AUTEUR Marie-Céline Courtet

TITRE Directeur du pôle administratif, financier, juridique, RH à l'Union nationale du sport scolaire (UNSS), secrétaire générale de l'Institut des dirigeants d'associations et fondations (IDAF)

Toute organisation a besoin de financer la réussite de ses projets¹. Ces financements peuvent notamment provenir de subventions, cotisations, dons sous toutes formes² ou encore de ventes de produits ou services. Souvent, les associations se tournent vers des financeurs privés pour subvenir à leurs besoins, dans le cadre de partenariats ou de mécénat. Pour le financeur, c'est l'occasion de soutenir une cause qui lui est chère, mais, selon le cadre choisi, les enjeux de communication et le traitement fiscal sont différents.

1. V. dossier « Économie sociale et solidaire – Financement vôtre », JA 2017, n° 566, p. 16 ; dossier « Financement – Innover pour se ressourcer », JA 2012, n° 457, p. 16 ; JA 2019, n° 608, p. 42, étude A. Poupon, N. Elio.
2. V. dossier « Financement privé – Le

don dans tous ses états », JA 2021, n° 641, p. 15 ; dossier « Financement privé – La culture du don », JA 2019, n° 604, p. 16.
3. Arr. NOR : ECOZ8800041A du 6 janv. 1989, JO du 31.
4. V. dossier « Financement privé – Opération mécénat », JA 2022, n° 664, p. 15.

UN ENGAGEMENT AU BÉNÉFICE D'UN TIERS

Définitions

Le lexique franco-anglais porté par l'arrêté du 6 janvier 1989³ définit le mécénat comme étant un « soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général ». Le mécénat concrétise l'ouverture et le rapprochement des mondes économique et associatif dans l'intérêt du bien commun⁴. Au-delà de cet intérêt général et de celui d'un bénéfice économique à travers une possible réduction fiscale, le mécénat relève d'une stratégie de communication interne et externe du mécène, qui renforce l'intégration d'une entreprise au sein de son environnement ainsi que la

cohésion interne et la motivation de ses salariés.

Le même lexique définit le parrainage⁵ comme étant le « soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct. Les opérations de parrainage sont destinées à promouvoir l'image du parrain et comportent l'indication de son nom ou de sa marque ».

Le parrainage ou partenariat (ou *sponsoring*⁶) permet d'apporter un soutien par un financement direct ou la mise à disposition de

biens ou services permettant de promouvoir sa marque ou de faire découvrir ses nouveautés. C'est d'ailleurs dans ce sens que la loi olympique du 26 mars 2018⁷ est venue encadrer le régime de publicité pour les partenaires de l'association Paris 2024 dans le cadre des Jeux olympiques et paralympiques.

De même, selon l'article 39 du code général des impôts (CGI), le terme de parrainage doit être réservé aux « dépenses engagées dans le cadre de manifestations de caractère [...] culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique [...] ou à la diffu- ●●●

5. V. JA 2022, n° 666, p. 50.

6. V. JA 2008, n° 377, p. 21, étude D. Provost.

7. L. n° 2018-202 du 26 mars 2018, JO du 27, art. 5.

●●● sion de la culture [et] de la langue française, [...] lorsqu'elles sont exposées dans l'intérêt direct de l'exploitation »⁸. La Cour des comptes ne manque pas de rappeler, dans son rapport de 2018, que le parrainage répond d'abord à une démarche commerciale explicitement calculée et raisonnée et que sa retombée doit être quantifiable et proportionnée à l'investissement initial⁹.

Toutefois, dans le lexique précité, le terme de « mécène » est traduit en anglais par « sponsor » – ce qui peut prêter à confusion¹⁰ dans l'esprit des organes de gouvernance d'une association –, alors que les modalités en sont très différentes. En France, le mécène agit dans un but désintéressé, tandis que le *sponsor* ou parrain (ou partenaire) agit dans l'intérêt de son entreprise, en retirant une contrepartie substantielle à sa contribution au financement de l'association, du fonds de dotation ou de la fondation.

Modalités de mise en œuvre

Les conditions pour bénéficier du soutien d'un financeur sous la forme de mécénat sont strictes. Si le donateur peut être une personne physique ou une personne morale et que la contrepartie du don est très limitée, les modalités relatives au donataire relèvent de sa forme juridique (associations, fondations, etc.) et de son engagement dans la philanthropie, l'éducation, la science, la culture. L'organisme bénéficiaire doit être d'intérêt général, c'est-à-dire à but non lucratif, être géré de manière désintéressée et ne procurer aucun avantage à ses membres, c'est-à-dire que l'activité de l'organisme n'est pas mise en œuvre au profit d'un cercle restreint de personnes.

D'après la documentation administrative 4-C-712¹¹, « une activité est lucrative si elle consiste en la réalisation d'actes payants de la nature de ceux qui sont effectués par des professionnels, même si les bénéfices éventuellement dégagés sont destinés à la réalisation d'une œuvre désintéressée ». Cependant, l'instruction du 19 février 1999¹² affirme qu'« il est admis que l'existence d'un secteur lucratif ne remet pas en cause la qualification d'intérêt général d'une association ou d'une fondation. La sectorisation permet ainsi à ces organismes de bénéficier des mesures en faveur du mécénat bien qu'ils exercent une activité lucrative. Toutefois, les versements effectués n'ouvrent droit à réduction d'impôt ou à déduction du résultat [...] que si les dons restent affectés directement et exclusivement au secteur non lucratif ».

L'organisme doit être géré de manière désintéressée. L'instruction fiscale du 12 septembre 2012¹³ rappelle les critères d'une gestion désintéressée : premièrement, l'organisme est géré et administré à titre bénévole par des personnes n'ayant elles-mêmes, ou par personne interposée, aucun intérêt direct ou indirect dans les résultats de l'exploitation ; deuxièmement, l'organisme ne procède à aucune distribution directe ou indirecte de bénéfice, sous quelque forme que ce soit ; troisièmement, les membres de l'organisme et leurs ayants droit ne peuvent pas être déclarés attributaires d'une part quelconque de l'actif, sous réserve du droit de reprise des apports. Toutefois, la rémunération de certains dirigeants ne remet pas en cause le caractère désintéressé de la gestion si certaines conditions sont remplies¹⁴.

Par ailleurs, l'organisme ne doit pas entretenir une relation privilégiée avec une entité lucrative qui en retirerait un avantage concurrentiel.

Enfin, l'organisme ne doit procurer aucun avantage pour ses membres. Ainsi, notamment, il ne doit pas fonctionner au profit d'un cercle restreint de personnes, que celles-ci soient d'ailleurs membres ou non : l'administration fiscale différencie les associations qui assurent un soutien particulier au profit de leurs membres (par exemple, l'adhérent d'un organisme en contrepartie d'un versement effectué au profit de ce dernier) sans conférer un des caractères prévus par les articles 200 ou 238 *bis* du code général des impôts, des associations qui ont vocation à bénéficier à tout public. C'est ainsi que le Comité d'organisation des Jeux olympiques d'hiver d'Albertville et de la Savoie en 1992 a été déclaré organisme bénéficiaire de dons ouvrant droit à l'avantage fiscal¹⁵.

Par opposition à cela, la Cour de cassation¹⁶ précisait également la notion de parrainage. Selon elle, « dans un contrat de parrainage ou partenariat sportif, le titulaire de la marque finance l'organisation de la manifestation considérée en contrepartie de la possibilité d'apposer sa marque, ou mieux, de lui donner son titre, afin de conférer à celle-ci une visibilité auprès des participants et des personnes intéressées à travers différents supports et médias qui diffusent ou relatent l'événement en cause, assurant ainsi la publicité de sa marque pour les produits ou services qu'il développe lui-même, et non pour désigner une activité sportive qu'il exercerait ou commercialiserait ». Cette démonstration permet de prouver qu'il y a une volonté

8. CGI, art. 39, 1, 7°.

9. C. comptes, rapp. « Le soutien public au mécénat des entreprises », nov. 2018.

10. V. JA 2022, n° 660, p. 36, étude R. Fievet.

11. DA 4-C-712, § 11 à 14.

12. Instr. du 19 févr. 1999, BOI 4 H-1-99, § 22 et 23.

13. BOFIP-Impôts, BOI-IS-CHAMP-10-50-10-20 du 12 déc. 2012, mis à jour le 7 juin 2017.

14. CGI, art. 261, 7, 1°, b).

15. L. n° 87-571 du 23 juill. 1987, JO du 24, art. 4 : « Les contribuables autres que les entreprises sont autorisés à déduire de leur revenu imposable les versements qu'ils ont effectués au profit du comité d'organisation des seizièmes

jeux Olympiques d'hiver d'Albertville et de la Savoie dans la limite fixée au deuxième alinéa du 4 de l'article 238 *bis* du code général des impôts ».

16. Com. 22 juin 2022, n° 21-10.051.

17. C. civ., art. 1106.

■ Les régimes juridique et fiscal du mécénat et du parrainage sont différents.

commerciale aboutie dans un contrat de parrainage et que l'intérêt premier est celui du financeur, et pas uniquement celui de l'association récipiendaire.

Le parrainage ne s'entend donc pas, contrairement au mécénat, d'une opération au bénéfice d'œuvres caritatives, mais plutôt au bénéfice du financeur.

DES MODÈLES DE FINANCEMENT BIEN DIFFÉRENTS

D'un point de vue administratif

Comme le parrainage est un contrat qui permet de mettre en exergue un produit ou un service au travers d'une marque, il est la conséquence d'un accord synallagmatique entre deux structures. Les parties s'engagent donc l'une envers l'autre¹⁷. L'engagement peut être purement financier, à savoir l'exposition de la marque ou d'un produit en contrepartie du paiement du prix, ou plus fonctionnel dans le cadre d'un échange de marchandises. Au terme du contrat, une facturation, voire une facturation par compensation, sera donc établie pour retracer ces engagements réciproques.

Le don en numéraire, en nature ou en compétences implique un appauvrissement du donateur au bénéfice du donataire. En principe, il n'y a pas de contrepartie tangible au don, ce qui limite la communication que les mécènes peuvent réaliser au titre du mécénat. Dorénavant, depuis le 1^{er} janvier 2022 et dans un objectif de contrôle renforcé¹⁸, il est obligatoire, pour l'organisme bénéficiaire, que le don soit unique ou récurrent, d'établir et de délivrer un reçu conforme au modèle proposé par l'administration, avec, le cas échéant, la notion de cumul pour l'exercice fiscal considéré¹⁹. L'organisme bénéficiaire doit déclarer, conformément à l'article 222 bis du CGI et sauf exception, le montant global des dons perçus. De même, le mécène doit déclarer, par voie électronique, les réductions d'impôts dont il bénéficie au titre du mécénat²⁰.

D'un point de vue fiscal

Les logiques fiscales du mécénat et du partenariat sont bien différentes.

D'une part, en considération de l'impôt sur les sociétés, le partenariat, quelle qu'en soit sa forme et en tant qu'opération économique, est une charge pour l'entreprise, qui réduit d'autant son bénéfice,

venant ainsi impacter sa base imposable d'un résultat moindre. Au contraire, un soutien à une association ou une fondation dans le cadre du mécénat ne vient pas réduire le bénéfice de l'entreprise donataire puisqu'il doit être fiscalement réintégré – il n'est pas déductible, mais va donner droit à une réduction d'impôt. Cette dépense offre la possibilité d'une réduction fiscale limitée à 60 % du montant du don, dans la limite de 20 000 euros ou de 0,5 % du chiffre d'affaires de l'entreprise lorsque ce dernier est plus élevé. Pour les dons les plus importants (au-delà de 2 millions d'euros), la loi de finances pour 2020 est venue abaisser de 60 % à 40 % la réduction fiscale²¹. En outre, la loi Aillagon²² a permis également de bénéficier d'un échelonnement de l'excédent de l'avantage fiscal sur cinq ans²³. D'autre part, s'agissant de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), elle ne s'applique que sur les opérations commerciales. Sur les factures de parrainage, même lorsqu'il s'agit d'échange de marchandises, la TVA doit apparaître, permettant alors aux parties de déduire la TVA facturée conformément au régime fiscal en vigueur. À cet effet, si elle s'applique dans le cadre du partenariat et dès lors que l'association n'est pas en franchise de base, la TVA ne s'applique pas au dispositif du mécénat. À titre d'exemple, une entreprise qui veut soutenir une course cycliste pour 10 000 euros paiera 2 000 euros de TVA au titre de la licence de marque ainsi conclue. Si la même entreprise réalise un don de 10 000 euros, elle pourra bénéficier d'un avantage fiscal de 6 000 euros.

Pour l'organisme bénéficiaire du parrainage, l'activité est considérée comme lucrative et doit être sectorisée si les recettes lucratives globales excèdent 73 518 euros²⁴ au titre de l'année considérée. *A contrario*, les sommes reçues au titre du mécénat ne sont pas imposables.

Ainsi, l'incidence fiscale diffère pour le parrain ou le mécène alors même qu'ils financent l'action identifiée pour le même montant. De même, le traitement fiscal est totalement différent pour l'organisme bénéficiaire.

Compte tenu de l'augmentation considérable du nombre d'organismes sans but lucratif et de l'ampleur du dispositif de mécénat, au coût fiscal important, l'État a mis en place des mécanismes de contrôle et de sanctions²⁵. Il est essentiel pour l'association de bien qualifier le soutien dont elle bénéficie afin d'éviter toute requalification, d'une part, et l'éventuelle amende égale au montant de la réduction d'impôt indûment obtenue²⁶, d'autre part.

Ainsi, le choix entre mécénat et parrainage doit être exercé en amont, en prenant en considération toutes les incidences. Pour les organismes financés, on veillera particulièrement à identifier toutes les conséquences du choix, qui peuvent être lourdes en cas d'erreur d'appréciation. ■

18. L. n° 2021-1109 du 24 août 2021, JO du 25.

19. Cerfa n° 11580*04.

20. Cerfa n° 15252*07.

21. L. n° 2019-1479 du 28 déc. 2019, JO du 29, art. 134.

22. L. n° 2003-709 du 1^{er} août

2003, JO du 2, art. 6.

23. CGI, art. 238 bis 3.

24. BOFIP-Impôts, BOI-IS-CHAMP-10-50-20-20 du 23 mars 2022.

25. V. JA 2022, n° 669, p. 35, étude C. Amblard.

26. CGI, art. 1740 A.