



HAND-BALL MOUGINS

MOUANS-SARTOUX

QUE CHOISIR ENTRE MECENAT ET SPONSORING ?

Connaissez-vous vraiment les différences entre

Le MÉCÉNAT et le SPONSORING ?

Le **MÉCÉNAT** est défini comme « le **soutien** 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 ».

Il a pour objectif de faire valoir l'image institutionnelle du mécène.

Les dons de **mécénat** peuvent se faire sous diverses formes :

- **Le mécénat financier** (apport d'un montant en numéraire)
- **Le mécénat de compétences** (mise à la disposition de personnel, à titre gracieux)
- **Le mécénat en produits** (consiste à offrir gracieusement des biens inscrits sur le registre des immobilisations ou de marchandises en compte de stock)
- **Le mécénat technologique** (mobiliser la technologie disponible ou utilisée par l'entreprise au bénéfice d'un bénéficiaire d'intérêt général)

Il est admis que l'association puisse faire figurer le logo ou le nom du **mécène**, sans que cela conduise à une opération de **sponsoring**, sous réserve d'un caractère et d'une taille « raisonnables ».

Le mécénat est considéré fiscalement comme un don. L'association éligible au mécénat peut émettre un reçu de don aux œuvres à l'entreprise mécène pour que cette dernière bénéficie de nombreux avantages fiscaux tels que :

- Une **réduction d'impôt** prévue par l'article 238 bis du Code Général des Impôts modifié par la loi du 1er août 2003 et égale à **60 % du montant du don**, pris dans la limite de 5 pour mille du chiffre d'affaires hors taxes, pour les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu.

Le **SPONSORING** correspond « au **soutien** apporté à une **manifestation**, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en **retirer un bénéfice direct** ».

Le sponsor recherche un **mode de publicité**, un média original. De ce fait, le sponsoring est considéré comme une **prestation publicitaire**, puisque figurent en « bonne place » son nom, sa

marque ou encore son logo lors des manifestations.

Notons aussi que le sponsor ne profite pas des mêmes avantages fiscaux que le mécène. En effet :

- Les dépenses de sponsoring sont déductibles du résultat de l'entreprise, au titre de charges d'exploitation.
- **Toute dépense de sponsoring correspond à une opération de nature commerciale et fait donc l'objet d'une facturation assujettie à la TVA.**

Différence économique entre Sponsoring et Mécénat

	Pas de partenariat	Sponsoring	Mécénat
Montant du Partenariat	0 €	1 000 €	1 500 €
CA	300 000 €	300 000 €	300 000 €
Dépenses	200 000 €	201 000 €	200 000 €
Plafond des 5 pour mille du CA HT			1 500 €
Résultat fiscal	100 000 €	99 000 €	100 000 €
IS à 33,1/3 %	33 333 €	33 000 €	33 333 €
Réduction d'impôt	0 €	0 €	900 €
Impôt à payer	33 333 €	33 000 €	32 433 €
Avantage fiscale retiré	0 €	333 €	900 €
Coût du partenariat	0 €	667 €	600 €
Économie réalisée	0 €	33,1/3	60%



Quel type de partenariat pour mon club ?

MECENAT OU SPONSORING ?



Le club démarché des partenaires pour que :



Mécénat



...fasse un DON

uniquement si l'association est d'intérêt général.*

pour soutenir les activités du club



L'association délivre le document : cerfa 11580*03



elle bénéficie d'une réduction d'impôts de l'État de 60% de son don



1000€ de don x 60% = 600€ de réduction d'impôts
donc coût du partenariat = 400€ !

un remerciement du mécène par le club est possible mais limité à une valeur de 25% maximum du montant du don

ex : panneau de remerciement (sans publicité – sans message incitant à la consommation)



1000€ de don = 250€ max de valeur estimée du panneau avec le logo et coordonnées du mécène

Sponsoring



...achète une PRESTATION DE SERVICE

à l'association (comme à un autre type de structure),

pour promouvoir sa marque, ses produits...



L'entreprise achète par exemple un emplacement publicitaire sur l'athlète ou l'équipement sportif



L'association établit une facture

(dans la majorité des cas sans "HT" ou "TTC" mais avec la mention : "TVA non applicable, article 293 B du CGI")



4

L'objectif initial de l'entreprise aide à déterminer le type de partenariat !



* Une très grande majorité des 165.000 associations sportives affiliées aux fédérations correspondent à la définition d'organisme d'intérêt général des services fiscaux.