

10 questions courantes sur les partenariats - Côté associations

(Novembre 2014)

1. Pourquoi se rapprocher des entreprises et conclure des partenariats avec elles ?

Devant la réduction des finances publiques et la baisse régulière des subventions, les entreprises deviennent des acteurs incontournables du financement du monde associatif. Les partenariats privés représentent donc un enjeu fort pour le milieu associatif : il s'agit non seulement de collecter des fonds pour financer leurs projets, mais aussi de créer des liens solides et durables avec les acteurs économiques locaux ou les fondations d'entreprises.

2. Quelles organisations peuvent bénéficier du mécénat ?

Pour pouvoir bénéficier du mécénat d'entreprise, les associations doivent être éligibles : intervenir dans l'un des domaines d'action cité dans [l'article 238 bis du Code général des impôts](#), être à but non lucratif et ne pas mener leur action pour un cercle restreint de personnes.

> Pour plus de détails reportez-vous au [Guide Mécénat / Les acteurs](#)).

3. Si une entreprise nous finance, le projet devra-t-il évoluer ?

Pas nécessairement ! Les entreprises ne font généralement pas d'interventionnisme pour faire évoluer les projets dans leurs sens. Elles choisissent des projets qui correspondent à leurs critères. Occasionnellement, une entreprise peut vous faire part de remarques sur votre projet mais c'est à vous qu'il appartient d'en tenir compte ou pas.

4. A quelles entreprises s'adresser ?

Toutes les entreprises, de toutes les tailles et tous les secteurs d'activité peuvent pratiquer le mécénat. C'est un choix personnel du chef d'entreprise et non une obligation. Certaines entreprises, les plus grandes, ont formalisé des politiques de mécénat et ont des outils pour cela (des fondations d'entreprise par exemple). Ces dernières ne peuvent soutenir des projets que dans les domaines d'intervention de leur objet. Pour les autres, les projets et les soutiens sont laissés à la discrétion de la direction de l'entreprise.

Seules les entreprises qui sont soumises à l'impôt sur les sociétés ou l'impôt sur le revenu peuvent bénéficier de la déduction fiscale.

5. Y a-t-il une liste des entreprises mécènes ?

Non il n'existe pas une telle liste. En revanche l'Admical édite chaque année un annuaire des entreprises mécènes (celles qui souhaitent y apparaître). Par ailleurs, les fondations abritant d'autres fondations publient la liste sur leur site internet. Enfin, le journal officiel association publie les créations des fondations d'entreprise et fonds de dotations.

> Pour plus d'informations, reportez-vous à la page [Bibliographie du guide Mécénat](#)).

6. Sur une même opération, combien de partenaires peut-on avoir ?

Il n'y a ni minimum ni maximum, c'est à vous de choisir et de déterminer le nombre de partenaires en fonction de la taille du projet (son budget) et des différentes offres aux entreprises. Le plus souvent, vous ne pourrez pas avoir deux acteurs d'un même secteur (ces structures étant concurrentes, elles ne souhaiteront pas s'afficher côté à côté ! Par exemple, deux banques, deux entreprises de téléphonie...).

Il convient également d'être réaliste : un partenariat doit être suivi, il nécessite que l'association lui accorde du temps. Veillez à ne pas vous « brader » non plus !

associ@thèque
Partenaire de votre engagement

7. Quelles offres et quelles contreparties offrir ?

Il existe autant d'offres et de contreparties qu'il existe de projets. Toutefois, celles-ci vont être différentes selon qu'il s'agisse de [mécénat ou de sponsoring](#), mais aussi en fonction des associations, leurs structures, leurs projets. Par exemple, dans un festival ou une opération culturelle, un nombre de places sera systématiquement inclus dans les contreparties. Dans une opération sportive ce sera plus le logo de l'entreprise sur des banderoles ou des T-shirts.

Veillez toutefois à ce que la valeur des contreparties quantifiables (billetterie, emplacement dans un programme...) proposées dans le cadre du mécénat n'excède pas 25 % de la valeur du don.

> Pour aller plus loin sur les aspects fiscaux, consultez notre guide Fiscalité : [fiscalité du mécénat](#) et [fiscalité du sponsoring](#).

8. Comment cibler sa recherche de partenaires ?

Afin de cibler des partenaires potentiels, il convient pour l'association de [définir ses besoins](#). Ainsi, cela permettra d'identifier par exemple des secteurs d'activités qu'elle va pouvoir démarcher.

L'association peut également fonder sa recherche sur les valeurs véhiculées par son projet : aujourd'hui, la plupart des entreprises communiquent sur leurs valeurs, et cherchent à les concrétiser. [Bien cibler sa recherche](#), c'est aussi se tenir informé des actions menées et des partenariats déjà existants au sein des entreprises. Enfin, les fondations d'entreprise cherchent à soutenir des projets qui coïncident avec leur objet : renseignez-vous au préalable.

9. Faut-il relancer une entreprise à qui l'association a adressé un dossier ?

Oui systématiquement ! A minima cela doit vous permettre de savoir si votre dossier a bien été reçu par le bon interlocuteur ou le bon service (par exemple, Direction générale, direction de la communication, fondation si il en existe une). Enfin, si vous arrivez à avoir la bonne personne en ligne profitez-en pour lui demander si elle a pris connaissance de votre dossier ou quelle sera la suite du processus de sélection ou d'instruction.

> Pour en savoir plus, consultez notre guide Mécénat, rubrique [Contacter les entreprises / Relance téléphonique](#).

10. Quelle est la durée d'un partenariat avec une entreprise ?

Là aussi il n'y a pas de règles ! Certains partenariats durent depuis 20 ans, toutefois, la durée moyenne se situe généralement entre 1 et 3 ans. Un partenariat entre une association et une entreprise c'est avant toute chose une question de relation entre individus partageant les mêmes convictions ou valeurs. Il vous appartient de fidéliser vos partenaires en entretenant vos relations.

> Pour en savoir plus, consultez notre guide Mécénat, rubrique [Faire vivre son partenariat](#).

ORAVEO, pour le Crédit Mutuel
Novembre 2014

associ@thèque
Partenaire de votre engagement