

## 10 questions courantes sur les partenariats - Côté entreprises

(Novembre 2014)

Voici les 10 questions que peut se poser, ou vous poser, une entreprise que vous sollicitez pour un partenariat (en mécénat ou en sponsoring), notamment des dirigeants de PME qui ne sont pas nécessairement familiarisés avec le mécénat.

### 1. Quelle est la différence entre mécénat et parrainage (ou sponsoring) ?

Le [mécénat](#) est "un soutien apporté, par une personne physique ou morale, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général." (Loi du 1<sup>er</sup> août 2003). On parlera alors [de don](#).

Le [sponsoring](#) en revanche suppose une contrepartie directe, d'une valeur équivalente à l'aide apportée.

Le parrainage et le mécénat d'entreprise n'ont pas le même régime fiscal. Si le [mécénat](#) donne droit à une déduction fiscale, le [sponsoring](#) est considéré comme un achat ou une charge, puisqu'il a un objectif économique direct. Les motivations ne sont donc pas les mêmes.

### 2. Mon entreprise peut-elle pratiquer le mécénat ?

Toutes les entreprises [peuvent être mécènes](#).

Elles ne peuvent cependant pas toutes bénéficier des avantages fiscaux qui y sont liés. Ceux-ci ne s'appliquent qu'aux entreprises soumises à l'impôt sur le revenu ou l'impôt sur les sociétés.

### 3. Quels sont les avantages fiscaux liés au mécénat ?

Les sommes versées [au titre du mécénat](#) donnent lieu à une réduction d'impôt de 60 % du montant versé dans la limite de 0.5 % du chiffre d'affaire HT. Il en va de même pour les dons en nature : la valeur sera estimée selon le coût de revient. S'agissant du mécénat de compétences (mise à disposition de salariés sur leur temps travail), [il est valorisé](#) sur la base de son coût horaire chargé (le salaire, y compris les charges sociales et les frais) et du temps passé par les salariés.

### 4. Quels sont les objectifs de votre projet ?

Avoir bien [défini les objectifs](#) de votre projet vous permettra de montrer à votre interlocuteur qu'il est structuré et abouti. Vos objectifs doivent être en cohérence avec le problème de société auquel vous répondez et la solution que vous proposez.

En outre, cela vous permet de [construire votre argumentaire](#) sur la base de vos connaissances de l'entreprise et du rôle que vous envisagez pour elle dans votre projet.

### 5. Pourquoi soutenir votre projet plus que les autres ?

Une entreprise, notamment si elle a une politique de mécénat, se voit proposer chaque année de nombreux partenariats. La réponse à cette question permet de [vous différencier](#). Vous devez mettre en avant le caractère innovant de votre projet, car c'est souvent un critère de choix pour les entreprises. Vous devez également montrer que vous avez réfléchi à un partenariat avec cette entreprise en particulier, et que le projet a un lien réel avec elle, ses enjeux, ses valeurs, sa stratégie, etc.

associ@thèque  
Partenaire de votre engagement

## 6. Comment allez-vous faire vivre notre partenariat ?

En matière de partenariat avec les entreprises, rien de pire que l'association qui est soutenue par une entreprise et qui ne donne plus signe de vie après avoir reçu le chèque ! C'est véritablement après le règlement que tout va se jouer et que vous allez pouvoir fidéliser vos partenaires.

Informez les sur l'avancement du projet, communiquez régulièrement, invitez vos partenaires aux temps forts de l'association, adressez une newsletter, une invitation à déjeuner de temps en temps... il y a de multiples manières de faire vivre votre partenariat. Répondre à cette question vous permet de montrer à l'entreprise votre capacité à développer du relationnel avec elle. Soyez créatifs !

## 7. Comment impliquer les salariés de l'entreprise dans le partenariat ?

Les entreprises qui souhaitent impliquer leurs salariés dans leurs actions de mécénat en ont généralement défini les modalités. Ils peuvent intervenir pour proposer des projets, les sélectionner, en assurer le suivi, les parrainer, ou encore apporter leurs compétences à l'association soutenue. Renseignez-vous sur les pratiques de l'entreprise sollicitée. Cela vous permettra de prévoir le rôle des salariés concernés, et de les intégrer au mieux à votre projet.

> A noter : une fiche pratique est en cours de création sur ce sujet.

## 8. Comment allez-vous organiser le suivi et l'évaluation du projet ?

Une entreprise est soucieuse de la bonne utilisation des fonds qu'elle donne et souhaite être tenue régulièrement informée de l'avancement du projet. En tant qu'organisateur il vous appartient d'expliquer les actions ou les moyens que vous allez mettre en œuvre pour le suivi du projet.

## 9. Quelles sont les garanties quant à l'utilisation du don ?

En général, les entreprises donnent pour financer un projet précis sur lequel vous aurez fondé votre argumentaire. Les dons doivent alors être affectés à ce projet et il vous appartient d'apporter la preuve de sa réalisation (bilan, rapport de mission...). Il peut toutefois arriver que le projet doive être reporté ou même annulé. Ainsi, il est important de prévoir dans la convention de partenariat les conditions d'utilisation du don : remboursement, affectation sur un autre projet...

## 10. Comment allez-vous valoriser notre partenariat et notre soutien ?

La valorisation d'un partenaire ou d'un mécène n'est pas une obligation légale, mais une volonté des deux parties. Une mise en valeur de leur apport est généralement très appréciée des entreprises. Proposez, par exemple, de faire apparaître leur logo sur vos supports de communication, une présentation sur votre site internet, ou encore des actions de sensibilisation auprès de leurs salariés, etc. Veillez cependant à ce que votre apport n'excède pas 25 % de la valeur du don, sinon ce n'est plus considéré comme du mécénat mais comme du sponsoring.

Pour aller point :

- Consultez notre guide Partenariat et mécénat

ORAVEO, pour le Crédit Mutuel  
Novembre 2014

associ@thèque  
Partenaire de votre engagement