



Le binge watching de l'IAE

DU 6 AU 10 NOVEMBRE 2023




Plus d'infos et inscription [J](#)

La carte aux trésors

ACCÈS AU MÉCÉNAT ET AUX
FONDATEURS POUR LES STRUCTURES
D'INSERTION

EPISODE 9 DU BINGE
WATCHING DE L'IAE
DU 6 AU 10 NOVEMBRE
2023



FRANÇOIS DUMONTHIER
FORMATEUR COORACE SUR LE MÉCÉNAT

On arrive !

au programme aujourd'hui



qui sommes nous ?



nos missions



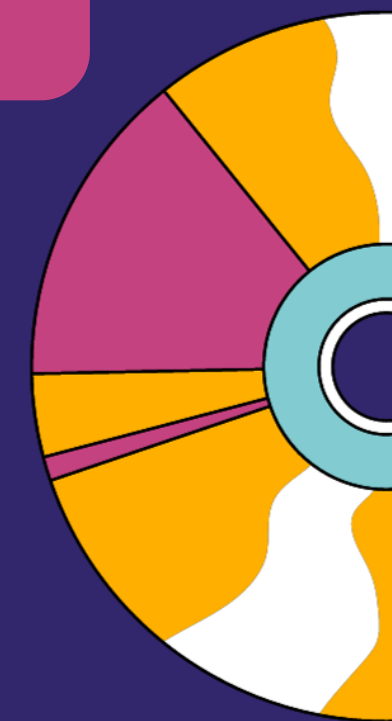
***Favoriser la
coopération***



***Représentation
et plaidoyer***



***Outiller
les SIAE***



Qui sont les structures dans le réseau ?

- Association Intermédiaire (AI)
- Atelier Chantier d'Insertion (ACI)
- Entreprise de Travail Temporaire d'Insertion (ETTI)
- Entreprise d'insertion (EI)
- Groupe Economique solidaire (GES)
- Entreprises à But d'Emploi (EBE)





Coorace Formation Conseil

- Développer les compétences de vos équipes
- Se professionnaliser



Service Juridique de Coorace

- Répondre à vos questions
- Vous accompagnez dans les évolutions de vos structures



Accompagnements

- Démarche qualité
- Diagnostic territorial
- Evaluation de l'Utilité Sociale et Territoriale
- Lutte contre les discriminations
- Communication
- Marchés publics et développement économique
- Constituer des groupements et des coopérations



Episode du jour

Plus d'infos et inscription 

La carte aux trésors

ACCÈS AU MÉCÉNAT ET AUX
FONDACTIONS POUR LES STRUCTURES
D'INSERTION

EPISODE 9 DU BINGE
WATCHING DE L'IAE
DU 6 AU 10 NOVEMBRE
2023



FRANÇOIS DUMONTHIER
FORMATEUR COORACE SUR LE MÉCÉNAT

Objectifs et perspectives de la formation

Objectifs principaux de la formation

- Comprendre les enjeux et les fondamentaux des financements privés et du mécénat : panorama de l'existant, aspects juridiques, fiscaux et contractuels, rescrit fiscal, contreparties
- Intégrer le mécénat dans la stratégie de développement de l'association
- Identifier et exprimer les besoins de l'association en mécénat financier, en nature ou de compétence ; se doter des outils nécessaires pour s'engager dans une stratégie de conquête efficiente
- Créer un fichier de prospection ciblé entreprises, Fondations, têtes de réseau
- Communiquer au bon moment et sur les bons supports pour fidéliser les entreprises partenaires
- Organiser le pôle mécénat

-> Regard particulier secteur solidarité, social, insertion



Objectifs pédagogiques de la formation

➤ Comprendre la problématique du mécénat et des financements privés dans sa globalité

- ❖ Acquérir une posture d'autonomie pour passer de la réflexion à l'action
- ❖ Disposer d'une boîte à outil personnalisée pour engager une stratégie d'action pertinente
- ❖ *A l'issue de la formation, le stagiaire dispose d'un plan d'action et d'une boîte à outil pour exprimer ses besoins en mécénat financier en nature ou de compétence et prospecter des entreprises*

Modalités pédagogiques

- ❖ Pédagogie interactive : retours d'expériences, échanges et réflexion en intelligence collective
- ❖ Travail de production en groupe aux étapes clés de la stratégie
- ❖ Les groupes de travail font des restitutions de leur production

Contenu de la formation

Les enjeux du mécénat et l'élaboration une stratégie d'action raisonnable et différenciante

- ❖ Approche macro-économique (nationale) et micro-économique (locale) pour rechercher des fonds privés
- ❖ Se fixer des objectifs de développement précis et adaptés
- ❖ Des valeurs en adéquation avec celles des entreprises

Elaborer une stratégie de recherche de financements privés à la fois réaliste et audacieuse sur le long terme

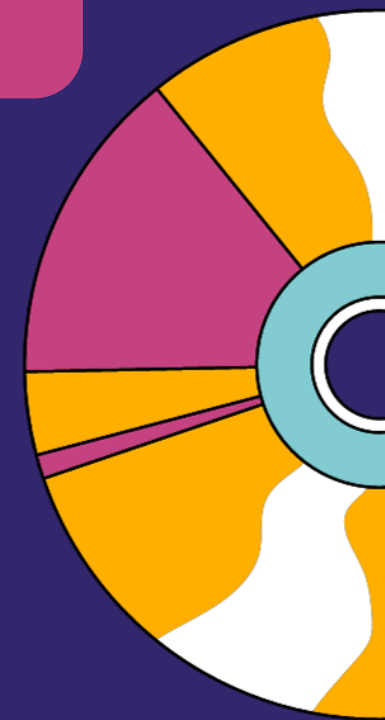
- ❖ Des outils de communication adaptés pour la prospection : expliquer, rassurer et convaincre
- ❖ Un argumentaire en adéquation avec les engagements des entreprises mécènes (RSE)
- ❖ Préparer un fichier de prospection ciblé et renseigné
- ❖ Comment pérenniser et fidéliser les partenaires sur le long terme



De la nécessité de développer les nouveaux modèles économiques

- Difficulté des pouvoirs publics à assumer pleinement le rôle d'état providence lié aux baisses de subventions
- Plus d'un million d'associations sur le territoire national en recherche de financement de projet, le mécénat est une alternative en développement mais soumis à concurrence
- Les responsables associatifs doivent se préparer à ce nouveau mode d'autofinancement
- Le mécénat se professionnalise : de la « danseuse du Président » à la stratégie RSE

Différences entre mécénat et sponsoring



Distinction mécénat/parrainage

❖ Mécénat

- Encadré juridiquement en France par la loi de juillet 1987 puis par celle du 1^{er} août 2003,
- le mécénat se définit communément par « un soutien apporté, par une personne physique ou morale, sans contrepartie directe ou indirecte de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général ».
 - ❖ Un soutien financier ou en nature
 - ❖ Apporté par l'entreprise directement ou indirectement
 - ❖ A un bénéficiaire d'intérêt général

❖ Parrainage /sponsoring

Le sponsoring (parrainage) est équivalent à un contrat publicitaire soumis à facturation et TVA, l'entreprise finance des projets associatifs mais obtient en contrepartie un équivalent médiatique (fréquent dans le domaine sportif)

- ❖ Soutien financier ou en nature apporté par l'entreprise
- ❖ A une structure, une personne, une manifestation
- ❖ En vue d'en retirer un bénéfice commercial direct



Déduction fiscale pour les entreprises

- Le mécénat donne droit pour le mécène à une déduction de 60 % de son don sur le montant de l'impôt sur les sociétés versé en fin d'année. Une limite de déduction est fixée, mais depuis le 1^{er} janvier 2019, il appartient au chef d'entreprise de choisir ce qui lui est le plus favorable entre la traditionnelle limite de 0,5 % de CA HT ou un plafond de 10 000 € sur l'exercice
- Au 1^{er} janvier 2020, le plafond a été porté à 20 000 euros. Ceci permet à de nombreuses PME de bénéficier d'une défiscalisation plus importante notamment celle qui ont de petits chiffres d'affaires.
- En cas de don supérieur à la limite retenue, il est possible, pour l'entreprise, de reporter l'excédent sur les 5 exercices suivants.

La défiscalisation est méconnue des entreprises

- Beaucoup de chefs d'entreprise ne connaissent pas l'avantage fiscal lié au mécénat financier, en nature ou de compétences
- 55% seulement des entreprises utilisent la réduction d'impôt (source Admical)
- Ne fondez pas votre argumentaire uniquement sur cet avantage dans le cadre de vos argumentaires de prospection



Différentes formes de mécénat

- Financier : en argent sous forme de remise de chèque, virement bancaire
- En nature : véhicules, matériel informatique, vêtements, etc...
- De compétence : mise à disposition de personnes dans des domaines variés: RH, communication, développement, juridique, rénovation de locaux, etc...





Le mécénat, une composante des stratégies RSE des entreprises

- La Responsabilité Sociétale d'Entreprise fait désormais partie de la stratégie globale de nombreuses entreprises
- L'entreprise se sent responsable des problèmes de la société civile (santé, social, environnement,..) et décide d'agir sur le terrain de l'intérêt général
- Par le biais de Fondations, d'appels à projet, des actions de mécénat sont engagées
- De plus en plus, les entreprises optent pour 1 ou 2 axes d'intervention dans un souci de différenciation et de pérennité d'action

Eligibilité au mécénat

Eligibilité au mécénat

Pour pouvoir recevoir du mécénat au regard du droit fiscal, l'association doit s'assurer qu'elle remplit les critères d'éligibilité permettant d'émettre des reçus fiscaux (droit de rescrit)

- Exercer son activité en France
- Appartenir au moins à l'un des domaines d'intérêt général (cf détail slide suivante)
- Avoir un caractère non lucratif et une utilité sociale
- Ne pas fonctionner au profit d'un cercle restreint de personnes
- En cas de doute, il faut recourir à la procédure de rescrit fiscal permettant d'être éligible et de produire des reçus fiscaux



Domaines d'éligibilité au mécénat (art 238 bis du CGI)

- Philanthropique
- Éducatif
- scientifique
- Social
- Humanitaire
- sportif
- Familial
- Culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises.



Vérifier son éligibilité : le rescrit fiscal

- ✎ En cas de doute sur son éligibilité au mécénat et sa capacité à émettre des reçus de dons, l'administration propose de recourir à la procédure de rescrit fiscal
- ✎ Une garantie pour le donateur / une prise de risque pour l'association
- ✎ Procédure facultative
- ✎ Au près du « correspondant associations » du centre des impôts du siège de l'association
- ✎ Opposable à l'administration, **p**ossibilité de contestation
- ✎ Réponse de l'administration entre 3 et **6** mois





La convention de partenariat

- C'est un document contractuel qui formalise et normalise l'accord entre l'association et l'entreprise
- Elle n'est pas obligatoire mais fortement conseillée
- **Pour un** démarrage de partenariat, un engagement sur une année est conseillé
- Elle définit en 2 ou 3 pages la nature, la durée et les contreparties de l'accord
- Elle est simple dans son mode rédactionnel, dans le nombre de clauses à mentionner
- Elle permet de s'accorder dans le temps et dans l'espace sur la collaboration à venir, dans un souci de lisibilité et de confiance dans une logique « gagnant-gagnant »
- **Dans le cadre d'un parrainage (sponsoring) la contractualisation se fait avec un contrat et une facture**



Les contreparties d'un partenariat de mécénat

Logo, charte graphique

Visites de lieux, mise à disposition d'espaces

Participation à des ateliers, animations

Valorisation médiatique: relations presse, ...

Valorisation dans le bulletin associatif et son

site internet : pages dédiées, reportages,

photos de remise de chèques,...

Création d'une rubrique mécénat dédiée

Valorisation des partenariats dans le rapport

d'activité

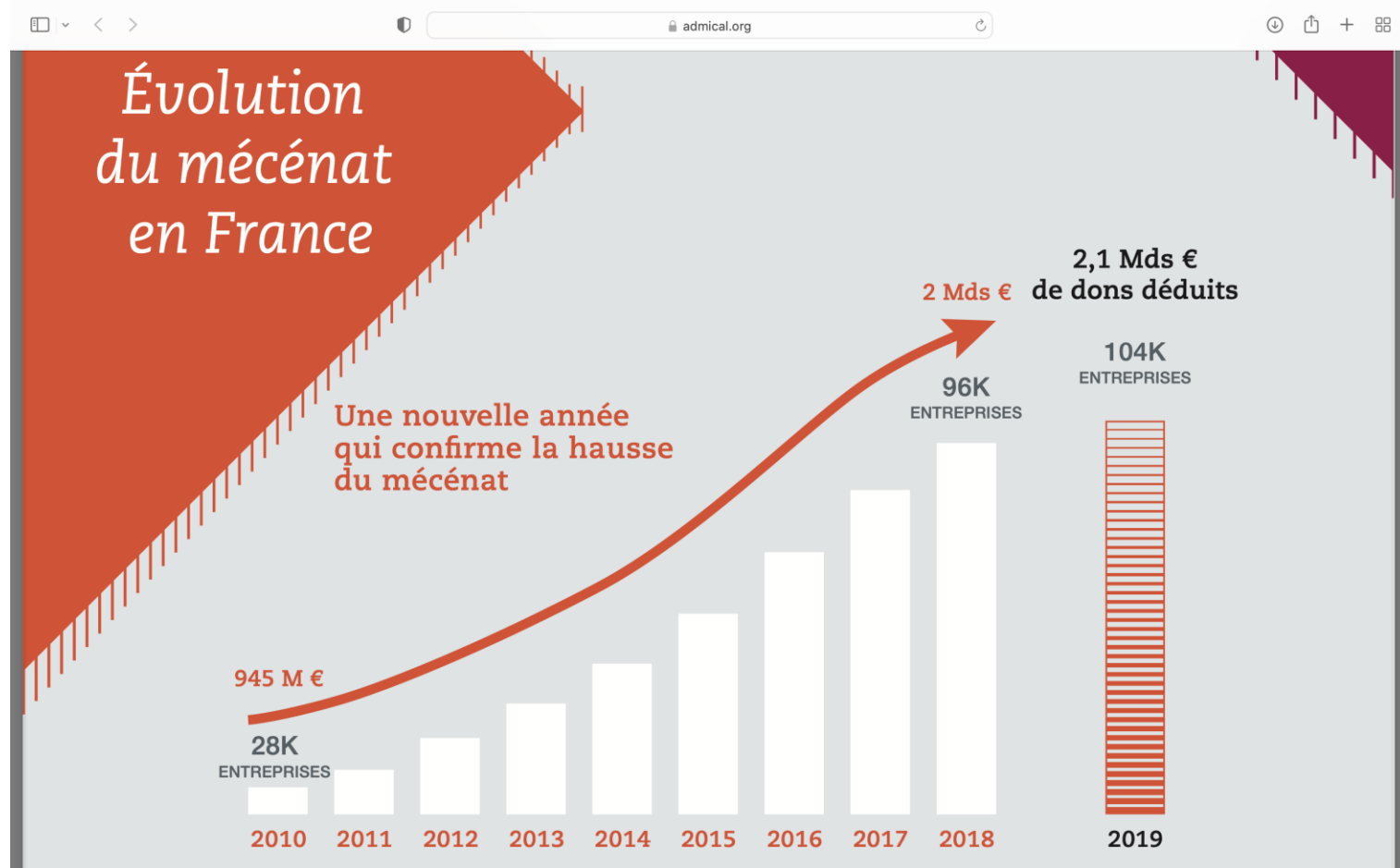
Blogs, réseaux sociaux

Organiser le pôle mécénat et communiquer efficacement

- Distribution des rôles (salariés, bénévoles, comité de pilotage)
- Un plan d'action opérationnel: « du rodage à la vitesse de croisière » il faut compter une année
- Mobiliser l'entreprise sur le long terme : » des fiançailles au mariage... »
- Initier une communication spécifique pour remercier les partenaires et les fidéliser
 - **Communication éditoriale**
 - **Communication digitale**
 - **Relations presse, relations publiques, événements**
- Savoir remercier : mini reportages (print ou digital)
- Savoir valoriser : des témoignages de bénéficiaires, « la presse en parle »
- Savoir partager :



Le mécénat en France : évolutions, tendances et perspectives

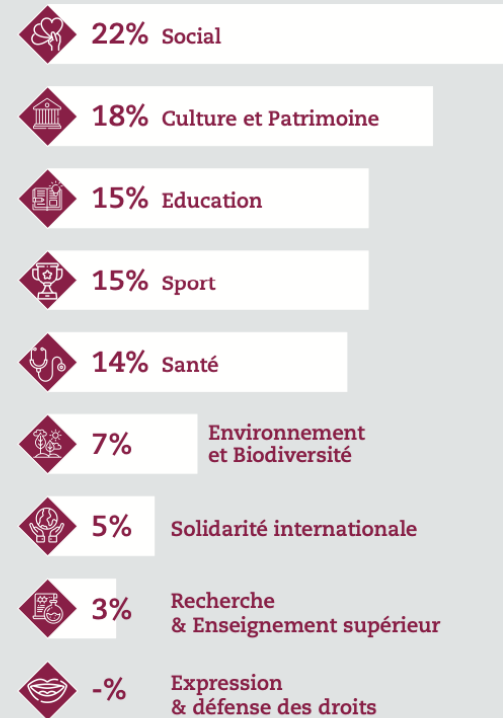


Evolution du mécénat en France (source Admical)

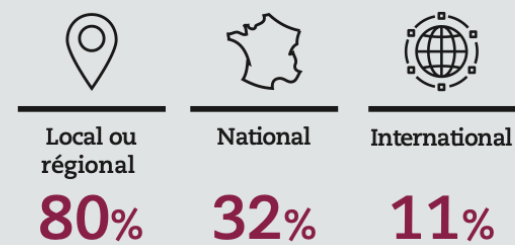


Les trois domaines prioritaires restent inchangés

PART DU BUDGET MÉCÉNAT



Les mécènes privilégient des projets au niveau

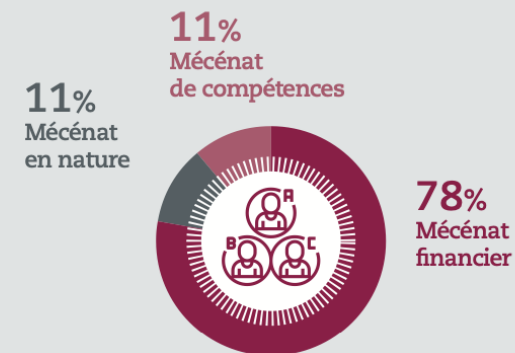


Types de structures soutenues

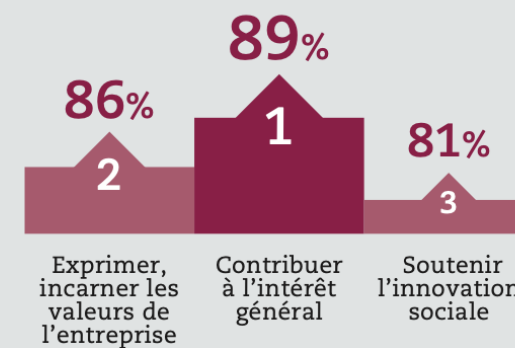
PART DU BUDGET MÉCÉNAT



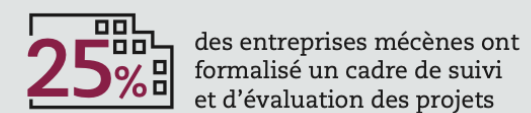
Part des différentes formes de mécénat dans le budget global



Pourquoi les entreprises font-elles du mécénat ?

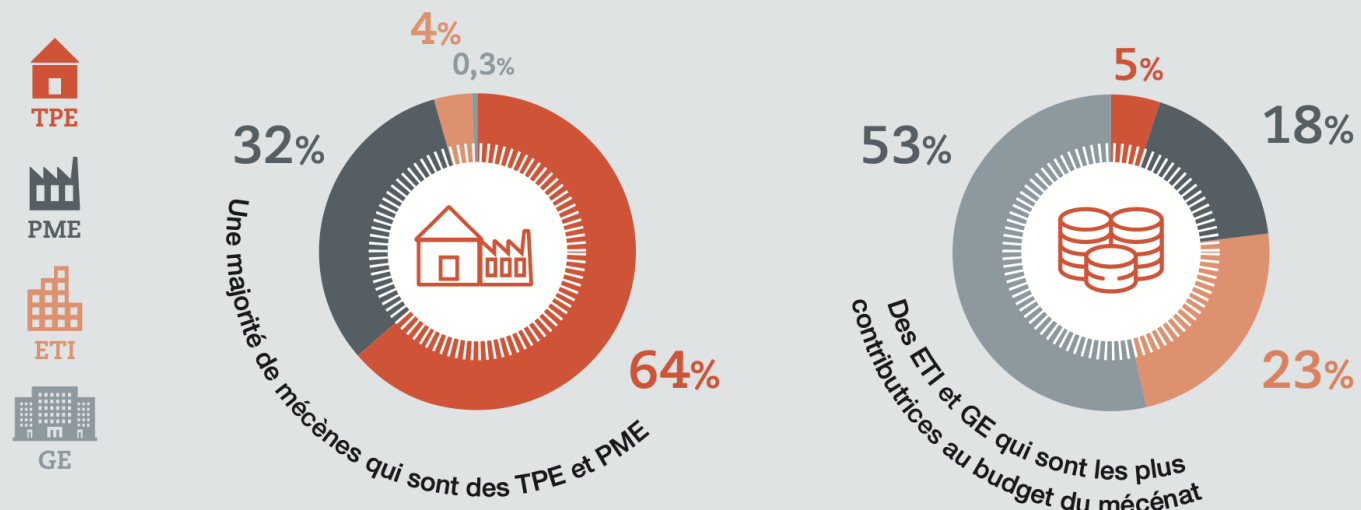


Des acteurs qui se professionnalisent



Pratique des entreprises mécènes en 2019 (source Admical)

En 2018, le mécénat d'entreprise, c'est



Dons médians des



TPE

800 euros



PME

4 135 euros



ETI

42 668 euros



GE

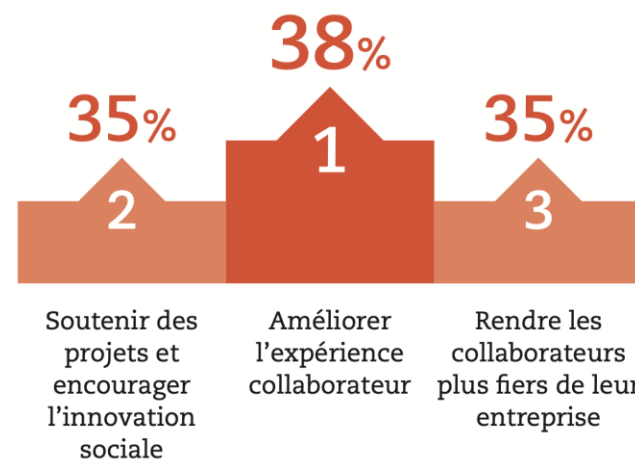
849 907 euros

**Profil des entreprises engagées dans le mécénat
(source Admical)**

Focus Mécénat de compétences

Les raisons d'engagement des entreprises

 **21%**
d'entreprises
mécènes engagées



 **40%**
accordent
entre 2 et 5 jours par an
à chaque collaborateur

Le mécénat de compétences séduit de plus en plus les entreprises (source Admical)

Le mécénat dans les territoires



*Le mécénat dans les territoire (source Admical)
Environ 9% d'entreprises mécènes pour un budget de 3 à
3,5 milliards d'euros*

Le mécénat en région a « le vent en poupe »

- TPE et PME sont les principales forces motrices d'un mécénat qui s'est considérablement développé ces dernières années en région
- 96 % des entreprises mécènes en France sont TPE/PME
- Au coeur de ce mécénat : un territoire à valoriser. Avec la création de "missions", "pôles", "clubs" dédiés au mécénat, la tendance est véritablement au collectif.
- L'entreprise devient un véritable acteur de la solidarité territoriale, multiplication des clubs d'entreprises mécènes
- Développement de missions de mécénat au sein de collectivités pour renforcer les actions sur le maillage territorial : alliances collectivités /entreprises/associations
- Les CCI organisent des rencontres avec des entreprises mécènes pour valoriser leur expérience terrain
- Les Fondations de Grandes Entreprises laissent une grande autonomie à leurs « antennes régionales » : sélection des projets, budgets alloués,...
- Au delà de sa vocation économique, les TPE/ PME témoignent d'un engagement aujourd'hui approuvé et sollicité par l'ensemble des acteurs du territoire (publiques, para-publique, associatifs) et de la société civile

Prospection et activation de son réseau



Se tenir informé

Identifier les sources d'information

Lister les points de rencontre

Identification des partenaires

Être proactif

- Se constituer un réseau
- Solliciter les organismes relais

S'organiser

Fichier entreprises
Dossier de partenariat

Comment identifier ses partenaires ?





Les motivations de l'entreprise mécène

1. Contribuer à l'intérêt général
2. Exprimer, incarner les valeurs de l'entreprise
3. Construire des relations avec les acteurs du territoire
4. Valoriser l'image et la réputation de l'entreprise
5. Développer de nouvelles relations avec ses partenaires
6. Cohésion interne de l'entreprise



Répondre à un appel à projet d'une Fondation (Régie indirecte)

- Fondation statué pour 5 ans avec possibilité de proroger 3 ou 5 ans : on est dans le temps long
- Annonce claire de l'objet social : handicap, environnement, éducation,...on ne déroge pas à son engagement initial
- Un budget précis et irrévocable à la baisse (30 000 euros au moins)
- La Fondation c'est pérenne, c'est conforme à l'objet social
- Une gouvernance maîtrisée : 2 tiers de salariés de l'entreprise + un tiers d'experts
- Les PME et petites entreprises (mécénat de proximité) fonctionnent en régie directe. Plus aléatoire mais davantage d'opportunité de prospection`

La prospection : comment activer son réseau ?

1^{er} cercle : relation professionnelle, ami, membre de votre famille au sein d'une entreprise peut vous mettre en relation directe avec un décideur d'entreprise, encore mieux un responsable mécénat ou RSE

2^{ème} cercle : relation professionnelle, famille ou ami qui a un contact au sein d'une entreprise et qui peut faire une mise en lien

3^{ème} cercle : pas de contact direct ou indirect, prospection « dans le dur »

La technique « approche réseau » : ne rien demander mais faire valider son projet par un décideur et obtenir un rendez-vous



Les sources d'information

- **Les CCI**
- **Les clubs d'entreprises mécènes**
- **Les experts comptables**
- **Les notaires**
- **Les DRAC (directions régionales des affaires culturelles)**
- **Les DREAL (directions régionales de l'environnement, de l'aménagement et du logement)**
- **Les DLA (Dispositif local d'accompagnement)**
- **Les CRESS (Chambres régionales d'économie sociale et solidaire)**

Bien se connaître pour bien «vendre» son projet à l'entreprise



Exprimer son identité et son positionnement

BESOIN

VISION

MISSION

VALEURS / PRINCIPES D'ACTION

Vous permettra l'élaboration de textes de présentation institutionnels concis, cohérents et percutants (court, moyen, long)

Les points de rencontre

Histoire

Métier/ Savoir Faire

Valeurs

Territoire

Public

Taille/budget

Partager une vision, un rêve de développement partagé

Dossiers mécénat et fiches-projet

Des outils de communication pour expliquer, rassurer et convaincre



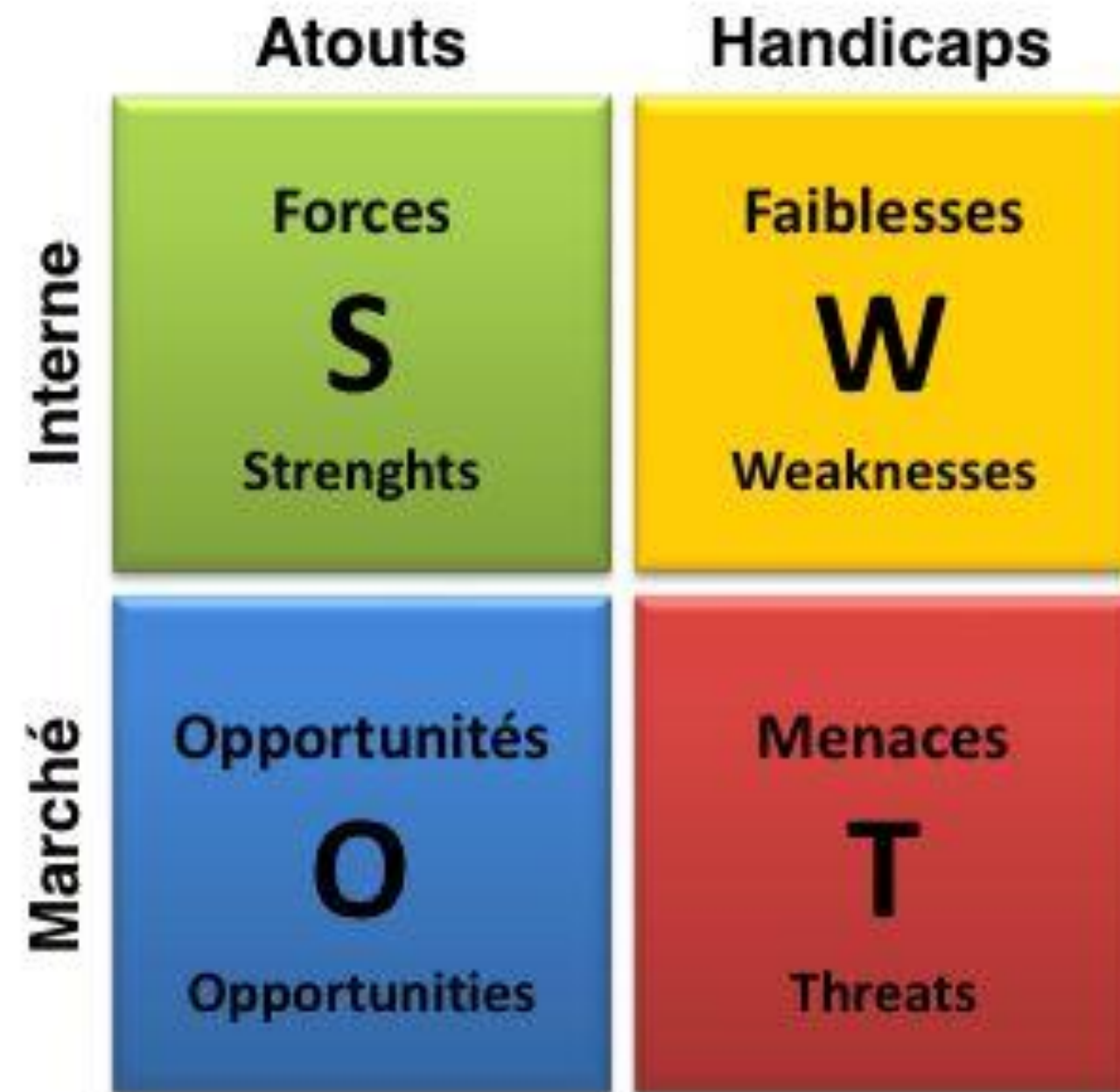
Le dossier de partenariat et les fiches-projet

Objectif : expliquer, rassurer et convaincre

Qui ?
Quoi ?
Où ?
Quand,
Comment ?

Donner envie de partager votre projet et de vous rencontrer





© www.piloter.org

*Réalisation d'un SWOT et d'un
argumentaire / expression d'une vision*

Identifier 3 ou 4 projets à soutenir au sein de votre structure (mécénat financier, nature ou compétence)

*Identifier environ 5 entreprises pour lancer la prospection mécénat de votre structure :
entreprises locales, Fondation,...*

Production d'une fiche-projet



**Pour aller plus loin,
Coorace propose**

*La formation « Mécénat et financements privés » de
Coorace Formation.*

*En IDF, l'accompagnement à **l'évaluation de l'utilité
sociale et territoriale** pour créer un document de
rapport d'impact à destination des mécènes*

Nous suivre



Abonnez-vous à la newsletter



Visitez notre site web :
<https://coorace-idf.fr/>



Contactez-nous :
contact@coorace-idf.org



Suivez notre page LinkedIn



merci !

et rendez vous au prochain épisode

