

MECENAT SPONSORING

TRAITEMENT JURIDIQUE ET FINANCIER

PRESENTE PAR

**UNION DES CLUBS
RUGBY AMATEURS FRANÇAIS**



<http://rugby-amateur.com>

VIVRE ENSEMBLE LE RUGBY...

Rédacteur : Claude SOUTADE (UCRAF 2012)

PREAMBULE

Dans l'esprit du public, **mécénat** et **sponsoring** se confondent, le mécène étant une sorte de sponsor chic... Il n'en est rien, et mieux vaut bien distinguer les deux, d'une part pour savoir comment y faire appel, et d'autre part pour savoir comment traiter les recettes dans votre comptabilité.



MECENAT : *sans contrepartie*

Le mécénat est une aide (sous forme d'argent, de biens ou de services) sans contrepartie. Le mécène entend par son action apporter son soutien à une association et valoriser ainsi son image.

Mais, la contrepartie doit être non quantifiable et disproportionnée par rapport à la dépense du mécène. En effet, elle ne doit pas pouvoir être considérée par les services fiscaux comme une prestation de services. L'association conserve alors son caractère désintéressé et l'entreprise donatrice a droit à une déduction fiscale. Si votre association est sectorisée, il faut que vous affectiez ces ressources au secteur non lucratif.

L'instruction fiscale du 17 décembre 2001 a admis que la seule mention du nom du donateur ne remet pas en cause ces dispositions. Elle précise que le nom de l'entreprise peut, par exemple, être mentionné sur les panneaux dans un stade où jouerait l'association sportive bénéficiaire, sur les tee-shirts de l'équipe, à l'entrée d'une salle de spectacle ou sur les programmes, etc. Mais, les activités sponsorisées ne peuvent être pratiquées qu'en amateur. Si les membres de l'association participent à des manifestations ayant une certaine importance, une visibilité relativement grande (notamment les manifestations sportives de nature professionnelle ou les spectacles professionnels), les sommes perçues au titre du mécénat seront considérées comme des recettes publicitaires, donc comme une activité lucrative.

SPONSORING : *une prestation de service*

Le parrainage (ou sponsoring) constitue un échange à titre onéreux : le parrain verse de l'argent, ou fournit un bien ou un service à l'association en échange d'une prestation de communication ou de publicité de la part de celle-ci. Le parrain attend donc en contrepartie de son soutien des retombées directes (en termes d'image) et à

court terme, proportionnelles à son investissement. De son côté, l'association joue vis-à-vis du parrain le rôle d'une agence de communication.

Le sponsoring a des conséquences économiques et publicitaires pour l'entreprise bienfaitrice, car son nom, sa marque, son message vont être largement affichés lors des manifestations de l'association, dans son local, sur son papier à lettre, des brochures, etc., espaces publicitaires qu'elle a acquis auprès de l'association par son parrainage. Le sponsor peut déduire de ses résultats imposables l'intégralité des fonds effectués dans son 'intérêt direct'. Il faut, pour cela, qu'ils soient assimilables à des charges d'exploitation, justifiés par rapport à l'ampleur de la campagne et déduits de l'actif de la société.

A l'inverse du mécénat, l'association est considérée comme prestataire de services rendus au sponsor. Si l'aspect commercial de l'action devient trop important, il peut modifier son statut fiscal et la soumettre aux impôts commerciaux.

TRAITEMENT COMPTABLE ET FISCAL

Le traitement comptable et fiscal dans l'association

Le **MECENAT** s'analyse comme un don. Il peut être affecté à une action précise ou non affectée. L'écriture comptable à la réception du don est la suivante :

5... Banque	xxx €
7581 Dons manuels non affectés	xxx €
OU	
7582 Dons manuels affectés	xxx €

Le don étant, par essence, sans contrepartie, il constitue pour l'association une recette située en dehors du champ d'application des impôts dits 'commerciaux' (TVA, impôts sur les sociétés, taxe professionnelle, etc.)

Le **PARRAINAGE** rémunère en revanche une prestation de publicité ou de communication rendue par l'association au profit de l'entreprise sponsor. La somme d'argent encaissée par l'association ou la valeur du bien ou du service fourni par l'entreprise constitue dès lors une recette à caractère économique ou commercial. Elle doit donner lieu à l'établissement par l'association d'une facture qui comportera, en principe, de la TVA.

L'écriture comptable sera la suivante :

410 Usagers (clients)	xxx €
706 Prestations de services	yyy €
4457 TVA collectée	zzz €

En outre, cette recette entre également dans le champ d'application des autres impôts commerciaux tels que l'impôt sur les sociétés et la taxe professionnelle. Ces impositions ne seront évitées que si l'association démontre sa non-lucrativité sur le fondement de la démarche en trois étapes préconisée dans l'instruction fiscale de septembre 1998 et réunit les conditions d'exonération prévues par le Code général

des impôts (notamment l'article 261-7-1) ou si elle peut faire état, mais uniquement pour la TVA, du bénéfice de la franchise de 27000 € HT ou 76300 € HT.

L'activité de parrainage peut également échapper aux impôts commerciaux si elle contribue ou figure au nombre des activités lucratives accessoires de l'association lorsque les recettes correspondantes n'excèdent pas 338120 €.

Le traitement comptable et fiscal dans l'entreprise

Toute entreprise à droit à une réduction d'impôt sur les bénéfices égale à 60% du montant des dons effectués à une association habilitée à délivrer des reçus de dons. Cette réduction est toutefois limitée à 5 pour mille de son chiffre d'affaires. Si la réduction est supérieure à ce plafond, l'entreprise mécène peut reporter l'excédent sur les années suivantes dans la limite de cinq ans.

Les dons peuvent être passés soit dans les charges d'exploitation (compte 6238 « divers », subdivision du compte « publicité, publication, relations publiques ») soit dans les charges exceptionnelles (compte 6713 « Dons, libéralités »). Mais, les dépenses de mécénat constituent dans tous les cas une charge d'exploitation ordinaire et l'entreprise doit donc passer le montant du don en compte 6238. Néanmoins, pour bien faire apparaître qu'il ne s'agit pas de publicité, c'est-à-dire de sponsoring, il convient de créer un sous-compte (62381 par exemple) « Dépenses de mécénat ». Le résultat comptable de l'exercice tiendra donc compte du don.

En revanche, dans le cas de parrainage, il convient de créer un sous-compte spécifique (62382 par exemple) « Dépenses de parrainage ». Considérées comme des charges de publicité ordinaires de l'entreprise, ces dépenses ne font ensuite l'objet d'aucune opération comptable ou fiscale particulière.

Le contrat, pas obligatoire mais prudent

Le contrat n'est pas indispensable, mais il permet de garder trace des engagements de chacun. Cela permet de s'assurer contre un certain nombre de problèmes qui peuvent naître de malentendu ou d'incompréhension lors de la conclusion de l'accord.

Modèle de contrat de mécénat ou de parrainage

Entre :

L'association (*nom et adresse*)

Et : (*nom et adresse de l'entreprise*)

Il est convenu et décidé ce qui suit :

① **Commun** : Le présent contrat a pour objet de soutenir l'association dans le projet suivant :

(descriptif de l'action ou de la manifestation)

② **Commun** : Le présent contrat à une durée de : *(la durée du contrat peut être limitée à celle d'une manifestation ou être annuelle et renouvelable)*

③ **Commun** : L'entreprise versera à l'association la somme de : ...

et/ou

L'entreprise s'engage à prêter à l'association : ...

Le matériel suivant : ...

et/ou

Le local suivant : ...

et/ou

Le personnel suivant : ...

et/ou

L'entreprise s'engage à réaliser au profit de l'association la prestation

suivante :

④ **Mécène** : L'association s'engage à faire figurer le nom de l'entreprise sur les supports d'information de l'action ou la manifestation *(préciser éventuellement lesquels)*

Sponsor : En contrepartie de la contribution de l'entreprise énoncée à l'article 2, l'association réalisera les prestations publicitaires suivantes : ...

⑤ **Mécène** : L'association s'engage à rembourser l'entreprise mécène si elle décide de ne pas réaliser le projet ou de ne plus y faire participer l'entreprise.

Sponsor : *(s'il y a lieu)* L'association s'engage à respecter l'exclusivité du partenariat avec l'entreprise pendant la durée du contrat

⑥ **Mécène** : Au terme de la manifestation, l'entreprise reprendra les éléments prêtés à l'association.

Sponsor : Les parties au contrat peuvent y mettre fin dans les conditions suivantes : *(préciser les modalités pratiques, les délais, les restitutions éventuelles).*

Date et signature de l'association et de l'entreprise

INCITATION au MECENAT plutôt que PARTENARIAT

Société au chiffre d'affaire de 1 M€ et un bénéfice de 30000 € (plafond de dépense 1 000 000 x 0,5 % = 5000 €)

INCIDENCE d'un PARTENARIAT de 1000 €

	ENTREPRISE		
	Aucun DON	PARRAINAGE Art. 39 17 CGI	MECENAT Art. 28 bis CGI
Dépense au profit d'une association	0	1000 €	
Bénéfice fiscal avant dépense	30000 €		
Bénéfice fiscal après dépense	30000 €	29000 €	30000 €
Impôt sur les sociétés à payer (33,33%)	10000 €	(29000 € x 33,33%) 9667 €	[(10000 - 600 (1000 € x 60%)] = 9400 €
Economie d'impôt	/	333 €	600 €

Le sponsoring est l'attribution d'un espace publicitaire, et à ce titre, il est considéré comme une vente. Contrairement au mécénat, le sponsoring correspond à un soutien financier ou matériel comportant une contrepartie. Il traduit un échange à titre onéreux.

Le mécénat est considéré comme un don, car il n'y a pas d'affichage ostentatoire du mécène et il n'y a pas de contrepartie au versement de la somme d'argent.

Mécénat Particulier : 66% du don limité à 20% du revenu imposable pour l'année. Par contre si le plafond des 20% est dépassé, la loi autorise désormais un étalement de la réduction d'impôts sur 5 ans.

Mécénat Entreprises : 60% du don est déductible de leur impôt sur les sociétés ou sur le revenu limité à 0,5% de leur chiffre d'affaire. Là aussi, le don est reportable sur 5 ans, soit en cas de dépassement du plafond des 5%, soit si l'entreprise n'a pas à payer d'impôts, l'année où elle a fait le don.