

avis & rapport

Agir pour un mécénat culturel de proximité des entreprises franciliennes

12 déc. 2023

Rapport et avis présentés au nom de la commission
Culture et communication
par **Marie-Odile LEFORT-HAAG** et **Michel LE BEC**

Avis n°2023-25

présenté au nom de la commission Culture et communication
par **Marie-Odile LEFORT-HAAG** et **Michel LE BEC**

Agir pour un mécénat culturel de proximité des entreprises franciliennes

12 déc. 2023



Avis n° 2023-25
présenté au nom de la commission Culture et communication
par **Marie-Odile LEFORT-HAAG** et **Michel LE BEC**

12 décembre 2023

Agir pour un mécénat culturel de proximité des entreprises franciliennes

Certifié conforme

Le président

Éric BERGER

Le Conseil économique, social et environnemental régional d'Île-de-France

Vu :

- Le code général des collectivités territoriales et notamment l'art. L1111-4 sur les compétences partagées entre les communes, les départements, les régions et les collectivités à statut particulier en matière de culture, de sport, de tourisme, de promotion des langues régionales et d'éducation populaire, l'art. L4221-1 relatif aux compétences du conseil régional et l'art. L4241-1 relatif aux missions du Conseil économique, social et environnemental régional auprès du conseil régional ;
- Le code général des impôts et notamment l'art. 238 bis relatif à la réduction d'impôt accordée au titre des dons faits par les entreprises et à leurs obligations déclaratives, ainsi que l'art. 222 bis relatif aux obligations déclaratives des organismes bénéficiaires, complétés par les instructions fiscales réunies dans le BOI-BIC-RICI-20-30 : « *Réductions d'impôts - Mécénat ou réduction d'impôt pour les dons en faveur des œuvres et organismes visés à l'article 238 bis du CGI* », ainsi que le rescrit fiscal BOI-RES-BIC-000129 publié le 21 juin 2023 : « *Modalités d'établissement du reçu fiscal devant être délivré par les organismes bénéficiaires de dons et versements ouvrant droit à la réduction d'impôt prévue à l'article 238 bis du code général des impôts* » ;
- Le code du patrimoine, art. L143-1 à L143-15 relatifs à la Fondation du patrimoine ;
- La loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, JORF du 24 juillet 1987 ;
- La loi n° 90-559 du 4 juillet 1990 créant les fondations d'entreprise et modifiant les dispositions de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat relative aux fondations, JORF du 6 juillet 1990 ;
- La loi n° 91-772 du 7 août 1991 relative au congé de représentation en faveur des associations et des mutuelles et au contrôle des comptes des organismes faisant appel à la générosité publique, JORF du 10 août 1991 ;
- La loi n° 96-559 du 24 juin 1996 portant diverses mesures en faveur des associations, JORF du 25 juin 1996 ;
- La loi n° 2003-709 du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, dite « loi Aillagon », JORF du 2 août 2003 ;
- La loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, JORF du 5 août 2008 ;
- La loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations, JORF du 13 avril 2000 ;
- La loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises, dite loi « PACTE », JORF du 23 mai 2019 et notamment l'art. 169 modifiant la définition de la société telle qu'inscrite dans l'art. 1833 du Code civil ;
- La loi n° 2019-1479 du 28 décembre 2019 de finances pour 2020, JORF du 29 décembre 2019 ;
- La loi n° 2020-1721 du 29 décembre 2020 de finances pour 2021, JORF du 30 décembre 2020 ;
- La loi n° 2021-875 du 1^{er} juillet 2021 visant à améliorer la trésorerie des associations, JORF du 2 juillet 2021 ;
- La loi n° 2021-1109 du 24 août 2021 confortant le respect des principes de la République, JORF du 25 août 2021 ;
- La loi n° 2022-217 du 21 février 2022 relative à la différenciation, la décentralisation, la déconcentration et portant diverses mesures de simplification de l'action publique locale, JORF du 22 février 2022, notamment l'art. 209 précisé par le décret n° 2022-1682 du 27 décembre 2022 et la circulaire interministérielle du 19 juillet 2023 relatifs à l'expérimentation de la mise à disposition de fonctionnaires dans le cadre d'un mécénat de compétences ;
- La loi n° 2022-1726 du 30 décembre 2022 de finances pour 2023, JORF du 31 décembre 2023 ;

- L'ordonnance n° 2005-856 du 28 juillet 2005 portant simplification du régime des libéralités consenties aux associations, fondations et congrégations, de certaines déclarations administratives incombant aux associations et modification des obligations des associations et fondations relative à leurs comptes annuels, JORF du 29 juillet 2005 ;
- Le décret n° 2004-692 du 12 juillet 2004 relatif à l'habilitation de certains organismes à recevoir des dons et à délivrer aux donateurs des attestations ouvrant droit à réduction d'impôt et complétant le livre des procédures fiscales, JORF du 16 juillet 2004 ;
- Le décret n° 2009-540 du 14 mai 2009 portant sur les obligations des associations et des fondations relatives à la publicité de leurs comptes annuels, JORF du 16 mai 2009 ;
- Le décret n° 2019-504 du 22 mai 2019 fixant les seuils de la déclaration préalable et d'établissement du compte d'emploi annuel des ressources collectées auprès du public par les organismes faisant appel public à la générosité, JORF du 24 mai 2019 ;
- Le décret n° 2019-531 du 27 mai 2019 relatif aux modalités de transmission à l'administration fiscale sur un support électronique des informations relatives aux dons et versements effectués par une entreprise pour un montant de plus de 10 000 euros au cours d'un exercice, JORF du 29 mai 2019 ;
- Le décret n° 2022-813 du 16 mai 2022 modifiant le décret n° 2009-158 du 11 février 2009 relatif aux fonds de dotation, JORF du 17 mai 2022 ;
- L'arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière, JORF du 31 janvier 1989 ;
- La délibération du Conseil régional n° CR 2017-084 du 6 juillet 2017 : *Pour une politique régionale ambitieuse de valorisation du patrimoine*, complétée des délibérations de la Commission permanente n° CP 2017-547 du 2 novembre 2017 précisant les modalités de mise en œuvre du label « Patrimoine d'intérêt régional » élargies par la délibération n° CP 2018-244 du 30 mai 2018 qui en fixe le règlement d'intervention en vigueur ;
- La délibération de la Commission permanente n° 2019-316 du 3 juillet 2019 renouvelant la convention de partenariat entre la Région Île-de-France et la Fondation du patrimoine pour le soutien au patrimoine non protégé, prolongée par avenants n° CP 2020-266 du 1^{er} juillet 2020, n° CP 2021-261 du 22 juillet 2021, n° CP 2023-186 du 5 juillet 2023 et n° CP 2023-413 du 17 novembre 2023 ;
- La délibération du Conseil régional n° CR 2020-015 du 5 mars 2020 : *Pour une politique du patrimoine renforcée : mise en œuvre des premières assises franciliennes du patrimoine* ;
- La délibération du Conseil régional n° CR 2022-019 du 19 mai 2022 : *Approbation du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs d'Île-de-France 2022-2028* ;
- La délibération du Conseil régional n° CR 2022-029 du 19 mai 2022 : *Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation d'Île-de-France 2022-2028* ;
- La délibération de la Commission permanente n° 2023-120 du 29 mars 2023 : *Politique de soutien à l'entrepreneuriat et au développement des TPE-PME*, approuvant la convention de partenariat entre la Région et la Chambre de commerce et d'industrie Paris Île-de-France 2023-2028 ;
- La délibération de la Commission permanente n° 2023-142 du 29 mars 2023 : *Charte francilienne pour l'engagement citoyen des entreprises* ;
- La délibération du Conseil régional n° CR 2023-022 du 24 mai 2023 : *Projet de fusion-absorption du Comité régional du tourisme au sein de Choose Paris Region* ;
- Le rapport et l'avis du Conseil économique, social et environnemental régional d'Île-de-France n° 2017-14 du 25 octobre 2017 : *Les métiers d'art au service du développement et du rayonnement de l'Île-de-France* (Franck STAUB) ;
- L'avis du Conseil économique, social et environnemental régional d'Île-de-France n° 2019-04 du 14 mars 2019 : *Les moyens de lutter contre les disparités territoriales en matière d'accès à la culture* (Saleha GHERDANE).

Considérant :

- La spécificité historique du « mécénat à la française », à savoir que le mécénat privé se doit d'accompagner les grandes politiques publiques mises en œuvre par l'État ;
- L'importance de la loi dite « Aillagon » et de ses adaptations pour la mise en place d'un mécénat privé structuré, encadré, en faveur, entre autres, des politiques culturelles publiques ;
- Les compétences exercées par la Région pour le développement économique et culturel du territoire ;
- L'importance des aides et dispositifs mis en place par le Conseil régional en faveur de la culture et du patrimoine, dans lesquels le mécénat n'intervient pas ;
- Le rôle de la culture dans le développement local, l'attractivité des territoires et la cohésion sociale ;
- L'attention croissante des Franciliens pour le patrimoine local, qui participe à la richesse du territoire et de leur cadre de vie ;
- L'attractivité des événements et lieux de culture franciliens pour les touristes nationaux et internationaux ;
- La nécessité d'entretenir les savoir-faire des artisans d'art afin de conserver les compétences de ces métiers ;
- La prise en compte de plus en plus importante, par les entreprises, leurs dirigeants et leurs collaborateurs, de leur impact sur l'environnement dans lequel ils vivent et exercent leur activité ;
- Les possibilités offertes par la législation sur le mécénat, qui permettent à chaque entreprise de réaliser un mécénat cohérent avec son identité, sa culture, sa taille, son chiffre d'affaires et ses objectifs, dans le respect de la réglementation fiscale : 96 % des entreprises mécènes en 2021 sont des très petites et moyennes entreprises (TPE-PME)¹ ;
- La méconnaissance de l'accessibilité du mécénat et de ses leviers de mise en œuvre, tant pour les entreprises qui souhaitent s'engager, que par les élus locaux et porteurs de projets culturels qui pourraient en bénéficier ;
- L'intérêt particulier du mécénat de compétences pour la valorisation des savoirs et savoir-faire des salariés des entreprises, au bénéfice des acteurs culturels ;
- L'intégration croissante du mécénat dans le plan de financement de nombreux projets artistiques, culturels et patrimoniaux, qu'ils soient portés par des élus locaux, des organismes publics, des associations ou des acteurs privés ;
- Les marges de développement importantes du mécénat d'entreprise en Île-de-France : seules 3,46 % des entreprises dont le siège se situe sur le territoire régional se sont engagées dans au moins une opération de mécénat en 2020² (4,6 % en France) ;
- Les expériences inspirantes repérées par le Cese sur le territoire francilien et en dehors, la multiplicité des acteurs présents et leur professionnalisation progressive.

Émet l'avis suivant :

Vingt ans après l'adoption de la loi « Aillagon », le mécénat n'est plus un acte réservé aux grandes fortunes ou aux très grandes entreprises. **TPE et PME constituent aujourd'hui les principales forces motrices d'un mécénat territorial qui s'est considérablement développé au plan national ces dernières années**, en convergence avec l'essor de la responsabilité sociétale des entreprises.

L'Île-de-France connaît un foisonnement de propositions culturelles : festivals, spectacle vivant, expositions et salons, métiers d'art, arts de la scène, création audiovisuelle, patrimoine matériel et

¹ D'après *Le baromètre du mécénat d'entreprise en France – Edition 2022*, Association pour le développement du mécénat industriel et commercial (Admical), réalisé avec l'Ifop (source des données : DGIFP).

² D'après *Le baromètre du mécénat d'entreprise en France – Edition 2022*, op. cit.

immatériel, etc., qui s'accompagne **d'un besoin croissant de ressources des acteurs publics, associatifs et privés des arts, de la culture et du patrimoine** – malgré la progression constante de la part des collectivités territoriales dans le financement de la culture.

La région présente des marges de développement certaines dans la mobilisation des TPE et PME, particulièrement sensibles au mécénat dans le champ culturel. Les auditions menées par le Ceser confirment que **la Région Île-de-France peut jouer un rôle déterminant dans un travail nécessaire de pédagogie, d'incitation et de coordination des acteurs**. L'enjeu n'est pas de répliquer un modèle unique sur l'ensemble du territoire régional, ni de multiplier les nouveaux dispositifs, mais plutôt de rechercher, au travers des actions que la Région mène déjà, les leviers sur lesquels son impulsion pourrait être décisive pour amplifier des dynamiques locales déjà à l'œuvre.

En somme, **une Région facilitatrice et « tiers de confiance »** qui contribue, en aidant à fédérer les initiatives publiques et privées dans le soutien à la création et à la diffusion artistique et culturelle, à inventer une Île-de-France plus solidaire.

Article 1 : Systématiser l'information aux entreprises franciliennes pour démultiplier le potentiel de mécènes en Île-de-France

Le Ceser considère que **la collectivité régionale, cheffe-de-file des politiques de développement économique, constitue le niveau d'intervention pertinent pour organiser la diffusion d'une information en direction des acteurs économiques et des entreprises du territoire**, afin de les entraîner dans une dynamique collective de développement du mécénat au bénéfice des projets locaux dans le champ culturel, artistique et patrimonial.

Il s'agit de **lever les idées reçues des chefs d'entreprise, notamment ceux des TPE-PME, sur le mécénat**, qui est accessible à toutes les entreprises, quels que soient leur taille, leur secteur d'activité et leur chiffre d'affaires.

Cette démarche permettrait de **partager les impacts positifs du mécénat pour les entreprises, leurs dirigeants et leurs salariés**, afin de :

- consolider l'ancrage local de l'entreprise en participant à des projets utiles au territoire,
- valoriser l'image de marque de l'entreprise,
- entretenir la cohésion, attirer et fidéliser les collaborateurs par le levier de la diffusion artistique et culturelle,
- partager et faire reconnaître des savoir-faire particuliers,
- resserrer les liens avec les fournisseurs, prestataires et clients, et les relations avec les élus des collectivités territoriales autour de projets d'intérêt général.

Article 2 : Encourager les entreprises à intégrer, dans leur stratégie de responsabilité sociétale et territoriale, le soutien à l'accès du plus grand nombre aux arts, à la culture et à la découverte du patrimoine, dans le respect des spécificités et de l'esprit qui fondent le mécénat

La création par le Conseil régional, au printemps 2023, d'une « Charte francilienne pour l'engagement citoyen des entreprises » à destination des acteurs économiques lauréats d'une aide régionale, constitue l'un des leviers de cette mobilisation : **le Ceser propose qu'un axe relatif au mécénat culturel soit développé dans le cadre de l'offre de service aux entreprises concernées par cette Charte**, puis transcrit dans le modèle de compte-rendu d'exécution et intégré dans la stratégie de valorisation des bonnes pratiques inscrite dans la délibération régionale.

Article 3 : Encourager les bénéficiaires potentiels à faire appel au mécénat

Le Ceser recommande que la Région, acteur important du soutien aux associations et aux collectivités territoriales en matière de culture, complète son action **en informant systématiquement les associations artistiques et culturelles, les gestionnaires de salles et les propriétaires de biens patrimoniaux, publics et privés, qui ont un projet correspondant**

aux critères d'éligibilité du mécénat, sur leur possibilité d'y recourir en faisant appel prioritairement au tissu local des TPE-PME.

Cette communication, sous la forme d'un guide pratique réalisé par la Région avec ses partenaires et les organisations agissant comme tête de réseau en Île-de-France pour les arts, la culture et le patrimoine, pourra par exemple leur être transmise à l'occasion de l'attribution d'aides régionales.

Il ne s'agit pas de substituer des fonds privés issus du mécénat au soutien essentiel de la puissance publique, mais d'accompagner les acteurs culturels dans l'élargissement de leurs soutiens en complétant les financements de l'État et des collectivités territoriales, au bénéfice de l'accès à la culture d'un plus grand nombre de Franciliens.

Article 4 : Faciliter l'intermédiation entre mécènes et bénéficiaires

Mécènes, responsables associatifs, dirigeants de fonds de dotation, chefs d'entreprises et élus locaux se rejoignent dans l'expression du besoin d'une **plateforme dématérialisée de mise en relation des entreprises et des porteurs de projets éligibles au mécénat**. Ce service est largement identifié comme une des conditions de la territorialisation du mécénat et de son accessibilité aux TPE-PME comme aux petites structures culturelles – les grandes entreprises et les grands établissements culturels disposant déjà de ressources propres dédiées.

Le Ceser propose que la Région, à l'appui des compétences et de l'expérience du programme Île-de-France Smart Services, réalise cette plateforme pour :

- fournir des informations fiables et pratiques sur le mécénat d'entreprise,
- identifier les acteurs, intermédiaires et interlocuteurs régionaux du mécénat culturel de proximité en région Île-de-France,
- encourager les partenariats entre les TPE-PME et acteurs locaux,
- offrir des opportunités de formation, de mentorat et de développement de compétences pour les entreprises intéressées par le mécénat de proximité, etc.

Article 5 : Prolonger l'engagement de la Région pour la culture et le patrimoine auprès de mécènes issus du territoire régional

Dans ce cadre, **la Région pourrait parrainer des projets à partir des dispositifs qu'elle anime** : sites labellisés Patrimoine d'intérêt régional, artistes lauréats du Fonds régional des talents émergents (FoRTE) ou de l'Île des Chances.

Elle pourrait également **attirer l'attention de mécènes potentiels sur le patrimoine dont elle assure ou participe à la gestion** (domaine de Villarceaux, Maison-musée Jean Cocteau, futur site Barbet-de-Jouy) **ainsi que sur les organismes associés à la Région** dans le champ de la culture (Orchestre national d'Île-de-France, Chœur Vittoria, Fonds régional d'art contemporain, Fonds régional d'acquisition pour les musées).

Article 6 : Favoriser la mobilisation collective d'entreprises

Les chefs d'entreprise engagés dans le mécénat expriment le besoin de se retrouver dans un cadre d'échanges dans lequel ils peuvent se reconnaître, pour partager leurs expériences, affiner leur démarche et s'associer pour lever des fonds pour des projets culturels de plus grande ampleur.

C'est pourquoi le Ceser, à l'appui des initiatives repérées dans d'autres territoires, encourage la Région à **soutenir l'émergence de « clubs d'entreprises mécènes »**, qu'ils soient généralistes ou thématiques, selon le territoire ou la nature des projets, **pour favoriser les dynamiques d'engagement collectif**.

Pour cela, elle peut s'appuyer sur les conventions de partenariat signées avec les chambres et organismes consulaires franciliens et les fédérations professionnelles, mais aussi sur les réseaux dont elle est à l'initiative ou dans lesquels elle est impliquée : Réseau Île-de-France Entreprises, Club ETI Île-de-France, entreprises accompagnées par l'agence de promotion et d'attractivité *Choose Paris Region*.

Article 7 : Structurer un écosystème régional favorable au mécénat

Les chefs d'entreprises qui souhaiteraient s'engager sont en recherche d'un espace d'accompagnement par leurs pairs : beaucoup ne transforment pas l'essai, en particulier les dirigeants de TPE-PME qui manquent d'appui pour structurer individuellement leurs actions de mécénat.

Le Ceser engage la Région à **créer, en s'adjoignant les compétences d'organisations spécialisées, un « incubateur régional de mécénat » sous la forme d'un programme d'accompagnement des entreprises** composé de sessions de formation et de partage d'expériences. Il s'agit également de promouvoir une déontologie du mécénat qui respecte la création artistique et culturelle, à partir notamment des principes énoncés dans la *Charte éthique du mécénat culturel* diffusée par le ministère de la Culture. Ces entreprises pourraient ensuite rejoindre et nourrir les forces d'un club de mécènes.

Cette fonction d'incubateur pourrait être adossée au futur « laboratoire d'innovation sociale » annoncé dans le cadre de la réhabilitation du site Barbet-de-Jouy, propriété de la Région, en relation avec les missions de l'Agence de promotion et d'attractivité régionale.

Le Ceser relaie par ailleurs l'intérêt d'un dispositif similaire pour les élus locaux et les services des collectivités en charge de la culture et du patrimoine, qui pourrait être discuté dans le cadre de la Conférence territoriale de l'action publique (CTAP). Aux termes de l'art. L1111-9-1 du CGCT, la CTAP « *comprend au moins une commission thématique dédiée à la culture* » et « *au moins une fois par an, inscrit [à son ordre du jour] un débat sur la politique en faveur de la culture* ».

Article 8 : Valoriser l'engagement des entreprises mécènes

Les entreprises franciliennes seront d'autant plus nombreuses à s'engager dans des actions de mécénat si cet engagement pour l'intérêt général est reconnu et valorisé. C'est pourquoi le Ceser propose :

- **De promouvoir des projets culturels locaux cofinancés par le mécénat de proximité dans la communication et les publications régionales** : développer le « faire-savoir » et la communication positive, à partir notamment de la parole des bénéficiaires de ces opérations de mécénat, constitue un levier puissant pour encourager davantage d'entreprises à s'engager à leur tour dans des actions de mécénat de proximité ;
- **D'organiser un évènement annuel pour valoriser l'engagement sociétal des entreprises en faveur de la culture et du patrimoine** (type « Semaine du mécénat »), relayé par des opérations locales de mise en relation directe pour permettre aux TPE-PME, aux associations et aux élus locaux en charge de la culture et du patrimoine de se rencontrer et de discuter d'opportunités de collaboration ;
- **De créer un label et un kit de communication pour les entreprises franciliennes qui participent à des opérations de mécénat bénéficiant au rayonnement culturel de la Région Île-de-France**. Les entreprises bénéficiaires s'engageraient à favoriser – dans le cadre réglementaire en vigueur – des contreparties à leur don utiles aux Franciliens (par ex. : don utilisé par le bénéficiaire sous la forme d'une réduction tarifaire pour faciliter l'accès aux événements culturels).

Article 9 : Soutenir en ingénierie les collectivités et les acteurs culturels dans leur recherche d'entreprises mécènes

Le Ceser renouvelle la recommandation exprimée dans son avis relatif aux moyens de lutter contre les disparités territoriales en matière d'accès à la culture, de **financer des postes « d'assistants culturels territoriaux » pour accompagner le développement et consolider les actions portées par les structures culturelles publiques et privées du territoire** – particulièrement dans les zones rurales et de grande couronne, moins bien dotées.

Cet apport en ingénierie répond aussi aux enjeux de la recherche de mécènes, en aidant les structures concernées à bien qualifier leurs besoins, à adapter leurs démarches et demandes au tissu économique local à partir d'un diagnostic territorial. Il serait par ailleurs fort utile pour favoriser la coordination des interventions des acteurs publics (départements, Région, services déconcentrés de l'État, dont la direction régionale des affaires culturelles) et privés.

Cet avis a été adopté :

Suffrages exprimés : 144

Pour : 139

Contre : 0

Abstentions : 5

Ne prend pas part au vote : 0

rapport

Agir pour un mécénat culturel de proximité des entreprises franciliennes

12 déc. 2023

Rapport présenté au nom de la commission
Culture et communication
par **Marie-Odile LEFORT-HAAG** et **Michel LE BEC**



Agir pour un mécénat culturel de proximité des entreprises franciliennes

Rapport présenté
au nom de la commission Culture et communication
par **Marie-Odile LEFORT-HAAG** et **Michel LE BEC**

12 décembre 2023

Abstract

Vingt ans après l'adoption de la loi « Aillagon », le mécénat n'est plus un acte réservé aux grandes fortunes ou aux très grandes entreprises. **TPE et PME constituent aujourd'hui les principales forces motrices d'un « mécénat territorial » qui s'est considérablement développé au plan national ces dernières années**, en convergence avec l'essor de la responsabilité sociétale des entreprises : à bas bruit, ce mécénat de proximité tisse des liens de solidarité à l'échelle des territoires.

La mobilisation de la générosité privée au service de l'intérêt général, dans l'accompagnement des politiques publiques, constitue **une des réponses au besoin de financement croissant des acteurs publics, associatifs et privés des arts, de la culture et du patrimoine** – domaines auxquels le mécénat des TPE-PME se révèle particulièrement sensible.

L'Île-de-France présente des marges de développement certaines et les auditions menées par le Ceser dans le cadre de l'élaboration de ce rapport confirment que **la Région peut jouer un rôle déterminant dans un travail nécessaire de pédagogie, d'incitation et de coordination des acteurs**.

Des points de convergence apparaissent pour **proposer au Conseil régional de nouveaux modes d'intervention** – appuyés sur les compétences de la collectivité dans le domaine de la culture, du développement économique et du tourisme – dont il pourrait s'emparer pour développer l'engagement des entreprises en faveur des arts, de la culture et du patrimoine.

Ils fondent les recommandations proposées par le Ceser pour **inscrire cette participation dans une responsabilité partagée de l'attractivité de l'Île-de France**, pour le plus grand bénéfice de ses habitants et de ses visiteurs.

L'enjeu n'est pas de répliquer un modèle unique sur l'ensemble du territoire régional, ni de multiplier les nouveaux dispositifs, mais plutôt de rechercher, au travers des actions que la Région Île-de-France mène déjà, **les leviers sur lesquels son impulsion pourrait être décisive** pour amplifier des dynamiques locales déjà à l'œuvre.

En somme, **une Région facilitatrice et « tiers de confiance »** qui contribue, en aidant à fédérer les initiatives publiques et privées dans le soutien à la création et à la diffusion artistique et culturelle, comme dans la valorisation du patrimoine, à inventer une Île-de-France plus solidaire.

Sommaire

Introduction.....	4
1 Le mécénat d'entreprise se développe dans l'accompagnement des politiques publiques	6
1.1 Des pratiques historiques encadrées par la réglementation.....	6
1.1.1 L'intérêt général au cœur des critères d'éligibilité des organismes bénéficiaires.....	6
1.1.2 La maîtrise des contreparties, garantie du caractère désintéressé du don.....	9
1.1.3 Un dispositif fiscal incitatif, tout particulièrement dans le champ de la culture	10
1.1.4 Des obligations de transparence pour les mécènes et les bénéficiaires.....	11
1.2 Les TPE-PME sont au cœur du développement d'un mécénat « de proximité ».....	12
1.3 La culture constitue un domaine attractif pour le mécénat des TPE-PME.....	14
1.4 L'Île-de-France connaît un foisonnement culturel qui interroge les limites budgétaires de la puissance publique.....	15
2 Le mécénat d'entreprise tisse des liens de solidarité et de proximité à l'échelle des territoires	19
2.1 Pour les organismes bénéficiaires	19
2.1.1 Financer des dispositifs nouveaux en faveur de l'accès à la culture pour tous	19
2.1.2 Consolider son intégration territoriale.....	20
2.1.3 Répondre à des besoins spécifiques pour améliorer la qualité des projets	20
2.1.4 Le mécénat se professionnalise et appelle un besoin d'accompagnement	20
2.2 Pour les entreprises et les entrepreneurs	21
2.2.1 La réduction fiscale « Aillagon » n'est pas la seule motivation des mécènes	21
2.2.2 Aligner la politique de mécénat avec les valeurs de l'entreprise.....	21
2.2.3 Renforcer son ancrage local	22
2.2.4 Partager les savoir-faire de l'entreprise et enrichir les compétences des collaborateurs	22
2.2.5 Soutenir et préserver l'excellence des métiers d'art	23
2.2.6 Attirer, fédérer et fidéliser les collaborateurs de l'entreprise	24
2.2.7 Inscrire le mécénat dans la stratégie RSE de l'entreprise	25
2.3 Pour les collectivités territoriales, les élus et les habitants	26
2.3.1 Compléter les budgets publics consacrés à la culture et au patrimoine	26
2.3.2 Développer la coopération entre les forces vives du territoire	27
2.4 Pour les acteurs du tourisme	28
2.5 Pour une « déontologie » de la relation mécénale	28
3 Expériences inspirantes pour l'action publique en Île-de-France	31
3.1 Associer les entreprises et les citoyens à la réhabilitation du patrimoine en péril : l'expérience de la Fondation du patrimoine en Île-de-France.....	31
3.2 Renforcer les synergies : le mécénat collectif territorial et l'expérience des « clubs de mécènes » en Île-de-France	34
3.3 Intégrer le mécénat d'entreprise dans l'organisation de la collectivité territoriale : l'expérience de la Fondation Essonne Mécénat.....	37
3.4 Accompagner les bénéficiaires, les élus et les entreprises : l'expérience de l'agence IngénierY.....	38
3.5 Développer le mécénat de compétences dans la fonction publique territoriale : l'expérience du Département de Seine-Saint-Denis	39

Conclusion	42
Remerciements	43
Liste des membres de la commission Culture et communication	44
Glossaire	45
Bibliographie.....	46
Annexes.....	50
Cartographie du mécénat d'entreprise dans les territoires, Admical, novembre 2022.	50
<i>Charte du mécénat culturel</i> , 3 ^{ème} édition, ministère de la Culture, juillet 2020.....	51

Introduction

S'inscrivant dans la continuité de la création de la Fondation de France en 1969, sous l'impulsion d'André MALRAUX et de la première loi d'encadrement et d'encouragement au mécénat, adoptée en 1987, **la loi « Aillagon » votée par le Parlement en 2003 offre un cadre propice à la mobilisation de la générosité privée au service de l'intérêt général**, jetant les bases d'une philanthropie « à la française ».

Dans l'imaginaire collectif, le mécène est associé à un personnage public et puissant accordant sa protection financière et sociale à un artiste pour le seul bénéfice de celui-ci. **Le mécénat recouvre aujourd'hui une grande variété d'interventions**, en numéraire, mais aussi en compétences ou en nature, inscrites dans un cadre juridique précis et adossées à un mécanisme fiscal favorable.

Ces dispositions ont encouragé un essor indéniable du mécénat en France. On estime ainsi que 3,6 milliards d'euros ont été consacrés en 2021 au mécénat d'entreprise¹ (contre 3,5 en 2019, avant la crise sanitaire du Covid-19), dont 2,3 milliards d'euros de dons déclarés à l'administration fiscale ; **les entreprises franciliennes représentent près de 60 % du total de ces dons**, en raison de la concentration des sièges sociaux des très grandes entreprises dans la région. **Le secteur culturel est l'un des domaines les plus favorisés par les mécènes** : il capte 22 % du montant total des dons d'entreprises, prioritairement versés pour soutenir le spectacle vivant, la création cinématographique et audiovisuelle, la réhabilitation ou la valorisation du patrimoine bâti mais aussi du patrimoine mobilier, naturel, voire immatériel.

Le développement du mécénat s'inscrit dans le contexte plus large de **l'émergence d'une « conscience » du patrimoine local**, pour les particuliers mais aussi pour les entrepreneurs et les entreprises, soucieuses de s'inscrire dans une identité territoriale dans laquelle la culture joue un rôle central. En témoignent la création de nombreuses associations locales pour rapprocher la culture du territoire mais aussi soutenir, présenter, développer des projets de restauration du patrimoine – et l'institution par la loi d'une « Fondation du patrimoine » en 1996, dont l'action est aujourd'hui prolongée par la « mission Bern pour la sauvegarde du patrimoine en péril » et la mise en place du loto du patrimoine. Les collectivités territoriales ont pris des responsabilités accrues dans ce domaine, prenant la mesure de la nécessité de la protection de leur patrimoine culturel, qui fait souvent la richesse du territoire et auquel les citoyens sont attachés : rachat et gestion directe de sites à forte valeur patrimoniale, soutien à la création et à la diffusion artistique et culturelle, au spectacle vivant, aux festivals, aux résidences d'artistes, etc. La Région Île-de-France a ainsi fait le choix de développer et diversifier sa politique culturelle, complétée depuis 2017 par des dispositifs particuliers de soutien au patrimoine, dont le label « Patrimoine d'intérêt régional », vecteur d'un tourisme de proximité.

Le mécénat n'est pas un acte réservé aux grandes fortunes ou aux très grandes entreprises : **96 % des entreprises mécènes en 2021 sont des très petites (TPE) et moyennes entreprises (PME), qui constituent aujourd'hui les principales forces motrices d'un mécénat territorial** qui s'est considérablement développé ces dernières années, en convergence avec l'essor de la Responsabilité sociétale des entreprises (RSE)². **Les possibilités offertes par la réglementation permettent à chaque entreprise de réaliser un mécénat sur mesure**, en cohérence avec son identité, sa culture, sa taille, son chiffre d'affaires ou encore ses objectifs. Le mécénat est ainsi accessible à toutes les entreprises, de tous les secteurs d'activité. Il n'est pas non plus réservé aux bénéficiaires du secteur privé : ainsi la part des établissements et structures publiques bénéficiaires

¹ Les chiffres présentés dans cette introduction sont issus de l'édition 2022 du [Baromètre du mécénat d'entreprise en France](#), réalisé par l'association Admical, d'après une enquête conduite par l'Ifop en juillet 2022 et les données issues des déclarations des entreprises assujetties à l'impôt sur les sociétés pour 2020 transmises par la direction générale des finances publiques (DGFiP), avec le soutien de Pro Bono Lab, 10^{ème} édition, novembre 2022.

² Bien que le terme consacré soit désormais celui de « Responsabilité sociétale des organisations » (RSO), pour étendre la prise de compte de leurs impacts sociaux et environnementaux à tous les organismes publics et privés, le rapport utilisera le terme de Responsabilité sociétale des entreprises (RSE), qui correspond à un cadre législatif et réglementaire défini en droit français.

des opérations de mécénat s'accroît-elle régulièrement pour atteindre près d'un tiers des bénéficiaires en 2020.

Riche de culture et d'un grand nombre d'entreprises, **l'Île-de-France présente des marges de développement très importantes : seules 3,46 % des entreprises dont le siège se situe sur le territoire régional se sont engagées dans une opération de mécénat en 2020.** C'est le point de départ de la réflexion conduite au sein de la commission Culture et communication du Ceser : comment la Région Île-de-France, cheffe de file des politiques de développement économique sur le territoire régional et volontariste dans le soutien à la culture et à la valorisation du patrimoine, peut-elle favoriser le développement d'un mécénat de proximité qui participe à l'attractivité du territoire ?

Le rapport s'attachera, dans un premier temps, à **rappeler le cadre juridique du mécénat**, à la fois pour le distinguer et l'inscrire dans les différentes formes d'action des entreprises en direction du territoire (notamment : le parrainage ou la responsabilité sociétale des organisations et des entreprises) puis de **repérer, à l'appui des auditions organisées par le Ceser et d'expériences repérées sur le territoire régional, les freins et dérives potentielles** ainsi que la place que peuvent prendre les acteurs publics et privés dans son développement en faveur du secteur culturel.

Les points de vue qui se sont exprimés à l'occasion de ces auditions se veulent représentatifs des différentes parties-prenantes des opérations de mécénat : celui d'une fondation mise en place par l'État, d'une association qui conseille les acteurs publics et les entreprises pour concrétiser leurs projets de mécénat, d'un club d'entreprises mécènes, d'un fonds de dotation d'entreprise et d'associations bénéficiaires. La commission s'est attachée à croiser ces regards avec celui des acteurs publics concernés : services déconcentrés de l'État et élus ou représentants des trois niveaux de collectivités territoriales franciliennes : communes, départements et région.

Des points de convergence apparaissent pour **proposer à la Région Île-de-France de nouveaux modes d'intervention**, appuyés sur les compétences qu'elle exerce dans le domaine de la culture, du développement économique et du tourisme, dont elle pourrait s'emparer pour développer l'engagement des entreprises en faveur des arts et du patrimoine. Ils fondent les recommandations proposées par le Ceser pour **inscrire cette participation dans une responsabilité partagée de l'attractivité de l'Île-de France, pour le plus grand bénéfice de ses habitants et de ses visiteurs.**

1 Le mécénat d'entreprise se développe dans l'accompagnement des politiques publiques

1.1 Des pratiques historiques encadrées par la réglementation

Le terme « mécénat » – qui rend hommage à la personnalité de l'homme politique romain Caius Maecenas³, célèbre pour avoir consacré sa fortune et son influence à promouvoir les arts et les lettres – se définit comme « *le soutien matériel 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*⁴ ».

S'inscrivant dans la continuité de la création de la Fondation de France en 1969⁵ et de la première loi d'encadrement et d'encouragement au mécénat adoptée en 1987⁶, **la loi « Aillagon »⁷, votée par le Parlement en 2003, a doté la France d'une des législations les plus généreuses en la matière.**

Concrètement, ce « soutien » peut se manifester sous trois formes :

- **le don en numéraire (pratiqué par 88 % des entreprises mécènes en 2021)⁸**, caractérisé par le versement, ponctuel ou répété, d'une somme d'argent au bénéficiaire,
- **le don en nature (pratiqué par 25 % des entreprises mécènes en 2021)**, qui consiste en un apport de biens mobiliers ou immobiliers au bénéficiaire (à titre d'illustration : le don de matériaux de construction pour la réhabilitation d'un site patrimonial, ou le don d'un local à une association),
- **le mécénat de compétences (pratiqué par 15 % des entreprises mécènes en 2021)**, qui correspond à la mise à disposition gratuite de personnels, pendant leur temps de travail, ou à la réalisation de prestations de l'entreprise afin d'accompagner l'organisme bénéficiaire dans la réalisation de ses projets d'intérêt général.

Ce don ouvre droit, sous certaines conditions, à un dispositif de déduction fiscale sanctuarisé par la loi « Aillagon » et régulièrement précisé par la réglementation fiscale. Son application s'interprète à travers deux points essentiels que doit obligatoirement respecter toute action de mécénat : **la notion d'intérêt général** et **la maîtrise des contreparties**.

1.1.1 L'intérêt général au cœur des critères d'éligibilité des organismes bénéficiaires

Si la notion d'« intérêt général » ne fait l'objet d'aucune définition dans la loi, l'administration fiscale a développé en doctrine les critères cumulatifs permettant, lorsqu'ils sont satisfaits, d'identifier les organismes et les projets éligibles au mécénat :

- L'organisme bénéficiaire doit avoir **une gestion désintéressée** : son activité ne doit pas procurer d'avantages matériels ou financiers particuliers à ses dirigeants ou à ses membres ;
- **Son activité doit être non-lucrative** (ou, tout du moins, la part d'activité lucrative ne doit pas être prépondérante) : ainsi, les conditions d'exercice de l'activité de l'organisme doivent être différentes de celles proposées par une entreprise du secteur lucratif ;
- **L'organisme ne doit pas fonctionner au profit d'un cercle restreint de personnes.**

³ Caius Maecenas, dont le nom francisé est Mécène (vers 70 av. J.-C.-8 av. J.-C.). Source : [Wikipedia](#), consulté le 9 novembre 2023.

⁴ [Arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière](#), JORF du 31 janvier 1989.

⁵ [Décret du 9 janvier 1969 portant reconnaissance de la Fondation de France comme d'utilité publique](#), JORF du 15 janvier 1969.

⁶ [Loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat](#), JORF du 24 juillet 1987.

⁷ [Loi n° 2003-709 du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations](#), JORF du 2 août 2003.

⁸ [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, novembre 2022, op. cit.

L'objet social de l'organisme, ou le projet ouvert au mécénat, doit par ailleurs **s'inscrire dans un ou plusieurs des domaines considérés comme d'intérêt général par l'article 238 bis du code général des impôts (CGI)** : *« les œuvres ou organismes d'intérêt général ayant un caractère 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 »*⁹.

Enfin, pour être éligible au dispositif particulier du mécénat, **les dons doivent être consentis à une œuvre ou un organisme pourvu de la personnalité morale et exerçant ses activités en France** (ou dans l'Espace économique européen sur conditions précisées par la réglementation fiscale).

Peuvent ainsi être concernés :

- les associations loi de 1901, les fondations et associations bénéficiant de la reconnaissance d'utilité publique ainsi que leurs fondations abritées (cf. encadré p. 7),
- l'État, les collectivités territoriales et leurs établissements publics¹⁰ et généralement toutes les personnes morales de droit public, tels les Groupements d'intérêt public (GIP), mais aussi les musées bénéficiant de l'appellation « Musée de France »,
- la plupart des monuments historiques privés (pour leurs travaux de restauration sur les parties protégées, ou leurs travaux d'accessibilité aux personnes handicapées),
- les organismes dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale la diffusion du spectacle vivant ou l'organisation d'expositions d'art contemporain (à l'exclusion des organismes constitués en sociétés, exception faite des sociétés de capitaux dont le capital est entièrement public),
- certains établissements de recherche ou d'enseignement publics ou privés agréés par le ministère chargé de l'Enseignement supérieur et de la recherche.

Les dons versés à un particulier (par exemple : un artiste) directement par une entreprise sont donc exclus du champ du mécénat.

Il convient de souligner enfin que les organismes constitués en sociétés ne sont pas éligibles au mécénat, y compris ceux s'inscrivant dans des statuts de type coopératif¹¹ (Sociétés coopératives d'intérêt collectif – SCIC – ou Sociétés coopératives de production – SCOP) qui sont des organismes à but lucratif (au sens fiscal du terme).

⁹ CGI, [art. 238 bis](#).

¹⁰ Aux termes de l'[art. 28 de l'instruction fiscale 4 C-5-04](#), BOI du 13 juillet 2004.

¹¹ [Question écrite au Gouvernement de Bruno STUDER, député du Bas-Rhin](#), attribuée au ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, publiée au JORF du 16 mai 2023 (en attente de réponse à la date du 9 novembre 2023).

Fondations et fonds de dotation : de quoi parle-t-on ?

Les associations « loi de 1901 », reconnues d'utilité publique ou non, ne sont pas les seuls organismes privés éligibles au mécénat. Trois formes de fondations sont actuellement actives dans le champ culturel : la fondation reconnue d'utilité publique, la fondation sous égide et la fondation d'entreprise – auxquelles s'ajoute le fonds de dotation.

La fondation est définie comme « l'acte par lequel une ou plusieurs personnes physiques ou morales décident l'affectation irrévocable de biens, droits ou ressources à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général et à but non lucratif »¹².

La fondation reconnue d'utilité publique peut être créée par une ou plusieurs personnes physiques et/ou morales de droit privé ou de droit public. La demande de création est instruite par le ministère de l'Intérieur et soumise à l'avis des ministères de tutelle au regard des domaines d'intervention inscrits dans l'objet social de la fondation. Sa durée peut être illimitée. Elle n'existe et ne peut agir qu'à partir du moment où elle est reconnue d'utilité publique par le ministère de l'Intérieur, après avis du Conseil d'État. La dotation initiale, d'un montant minimum de 1,5 million d'euros (fractionnable et échelonnable sur dix ans maximum) est obligatoire, irrévocable et intangible ; elle ne peut être constituée essentiellement de fonds publics. Ce type de fondation bénéficie d'une grande capacité juridique et financière : elle peut recevoir des donations, legs et dons issus du mécénat, peut posséder tout type de biens, y compris des immeubles de rapport, et placer librement ses capitaux mobiliers disponibles.

Également appelée **fondation « sous égide »**, une fondation peut être « abritée », dans le cadre d'une relation contractuelle, par une fondation dite « abritante » : elle en bénéficie alors des mêmes avantages (fiscaux, notamment) bien que son périmètre et son objet social ne puissent excéder ceux fixés par les statuts de la fondation « abritante ».

Personne morale à but non lucratif, **la fondation d'entreprise** peut être fondée par une ou plusieurs personnes morales de droit privé, limitativement énumérées par la loi¹³ : sociétés civiles et commerciales, Établissements publics à caractère industriel et commercial (EPIC), coopératives, institutions de prévoyance et mutuelles. Sa constitution est soumise à autorisation préfectorale avec dépôt des statuts et publication au Journal officiel et sa durée est d'au moins cinq ans. Elle peut être financée par « flux » sur la base d'un programme d'action pluriannuel d'au moins 150 000 euros par période de cinq ans. Elle peut recevoir des subventions publiques et des dons des salariés de l'entreprise fondatrice ou des filiales intégrées, leur ouvrant droit à réduction d'impôt dans les dispositions du CGI. Elle est gérée par un conseil d'administration comprenant deux-tiers au plus de représentants de l'entreprise ou des entreprises fondatrices incluant des représentants du personnel, et au moins un tiers de personnes qualifiées extérieures.

Le fonds de dotation est l'affectation irrévocable d'un patrimoine en vue de sa capitalisation, dont les revenus sont utilisés pour soutenir une œuvre d'intérêt général, directement ou par redistribution à d'autres personnes morales à but non lucratif¹⁴. Personne morale à but non lucratif, il peut être fondé par une ou plusieurs personnes physiques et/ou morales, privées ou publiques (à l'exception de l'État). Il se crée par déclaration en préfecture, avec dépôt des statuts et publication au Journal officiel. Sa durée est définie par ses statuts et la constitution de son conseil d'administration est libre (minimum trois membres). Il doit bénéficier d'une dotation initiale obligatoire comprise entre 15 000 et 30 000 euros ; les statuts doivent indiquer si cette dotation est consommable (auquel cas le fonds peut être assujéti à l'impôt sur les sociétés) ou non. À cette dotation peuvent s'ajouter des dons et legs, les revenus des activités autorisées par les statuts, les produits issus d'un appel à la générosité publique (sur autorisation administrative). Aucun fonds public, de quelque nature qu'il soit, ne peut être versé à un fonds de dotation, sauf dérogation ministérielle exceptionnelle accordée pour une œuvre ou un programme d'actions déterminé, au regard de son importance.

Source : Admical, [Tableau comparatif des véhicules juridiques dédiés au mécénat](#), septembre 2023.

¹² Art. 18 de la [loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat](#), JORF du 24 juillet 1987.

¹³ [Loi n° 90-559 du 4 juillet 1990 créant les fondations d'entreprise et modifiant les dispositions de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat relatives aux fondations](#), JORF du 6 juillet 1990.

¹⁴ Art. 140 de la [loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie](#), JORF du 5 août 2008 ; [décret n° 2022-813 du 16 mai 2022 modifiant le décret n° 2009-158 du 11 février 2009 relatif aux fonds de dotation](#), JORF du 17 mai 2022.

Il n'existe pas de « label » permettant de garantir aux organismes qu'ils répondent aux critères d'intérêt général tel que l'entend l'administration fiscale – et qu'ils sont, de ce fait, bien éligibles au mécénat et en capacité d'émettre des reçus de dons ouvrant droit à déduction fiscale. Des initiatives ont été prises au sein du mouvement associatif – on peut citer par exemple le Comité de la Charte du don en confiance¹⁵ ou le label IDEAS¹⁶, pour les structures les plus importantes. **Cette qualification découle d'un « autodiagnostic » mené par l'organisme bénéficiaire**, qu'il apparaît très important de bien documenter afin de pouvoir répondre à un contrôle éventuel de l'administration fiscale qui peut le remettre en cause, même *a posteriori*. L'organisme bénéficiaire s'expose alors à une amende fiscale, et l'entreprise mécène encourt un risque de perdre l'avantage fiscal dont il a bénéficié.

Pour répondre à l'incertitude des bénéficiaires et des mécènes, **il est possible d'interroger les services fiscaux dans le cadre de la procédure dite de « rescrit fiscal »**¹⁷, par laquelle l'administration se prononce sur la situation du bénéficiaire au regard des critères d'intérêt général inscrits dans la réglementation. Cette procédure n'a pas de caractère obligatoire pour engager des démarches de recherche de mécénat, et une entreprise mécène ne peut pas l'exiger d'un organisme bénéficiaire ; elle peut en revanche contribuer à sécuriser le don pour les deux parties.

1.1.2 La maîtrise des contreparties, garantie du caractère désintéressé du don

Le principe du mécénat repose sur le don à un organisme d'intérêt général sans attendre en retour de contrepartie équivalente. Ainsi, **l'acte de don, comme son montant, ne peuvent être conditionnés à l'octroi de contreparties exigées par l'entreprise mécène vis-à-vis de l'organisme bénéficiaire.**

Toutefois, **la doctrine fiscale admet que ce principe puisse faire l'objet d'exceptions**, dès lors qu'il existe une « disproportion marquée » entre le montant du don et celui de la contrepartie offerte par le bénéficiaire au donateur. Sur ce fondement, **le ministère de la Culture recommande que le montant total des contreparties ne dépasse pas 25 % maximum du montant du don.**

Ces contreparties peuvent être matérielles (par exemple : mise à disposition d'espace, de places/entrées gratuites pour les collaborateurs de l'entreprise mécène) **ou immatérielles** (par exemple : organisation d'un événement à destination des salariés, visibilité du nom de l'entreprise/marque et de la nature du soutien sur les supports de communication du bénéficiaire ou dans la communication institutionnelle de l'entreprise mécène).

Toutes les contreparties doivent faire l'objet d'une valorisation. Elle doit être effectuée par l'organisme bénéficiaire et non par l'entreprise mécène. S'agissant des contreparties immatérielles, l'administration fiscale a défini des règles précises pour en calculer la valeur, qui dépend notamment de la portée géographique du projet soutenu au titre du mécénat (dimension locale, régionale, nationale ou internationale).

Le mécénat ne doit en conséquence pas se confondre avec le parrainage, qui diffère en trois points : l'intention du donateur, les contreparties attendues du don et le régime fiscal. Contrairement au mécénat, le parrainage « *s'inscrit dans une démarche commerciale avec pour objectif de tirer un avantage direct au profit de l'entreprise* »¹⁸. La réglementation l'assimile à une opération de communication commerciale ou publicitaire, tandis qu'une opération de mécénat découle d'une intention libérale, sans vocation commerciale ou publicitaire. Autrement dit : **l'opération de mécénat a pour objectif de soutenir un projet d'intérêt général, de manière désintéressée et menée distinctivement des activités lucratives ou des intérêts commerciaux de l'entreprise.**

¹⁵ Plus d'informations sur [le site internet du Comité de la Charte du Don en confiance](#).

¹⁶ Plus d'informations sur [le site internet de l'association IDEAS](#).

¹⁷ La demande doit être déposée [sur le portail internet impots.gouv.fr](#).

¹⁸ Audition de Yann QUEINNEC, délégué général de l'association Admical, par la commission Culture et communication du Ceser, le 6 avril 2023.

1.1.3 Un dispositif fiscal incitatif, tout particulièrement dans le champ de la culture

Si les conditions du don respectent les critères fixés par la réglementation fiscale et si l'organisme bénéficiaire est éligible, alors ce don ouvre droit, pour l'entreprise mécène, à certains avantages fiscaux.

Pour le calcul de la réduction d'impôts, l'entreprise mécène doit d'abord procéder à la valorisation de ses dons en nature ou en compétence. Les biens et prestations de service donnés sont valorisés à leur coût de revient, c'est-à-dire les coûts supportés par l'entreprise pour acquérir ou produire le bien ou la prestation objet du don. Pour chaque collaborateur mis à disposition, ce coût correspond à la somme de sa rémunération et des charges sociales¹⁹.

Pour les entreprises, la réduction d'impôt est égale à 60 % du montant du don effectué (en numéraire, en compétence ou en nature), **jusqu'à deux millions d'euros de dons annuels (au-delà, la réduction d'impôt s'établit à 40 %)**²⁰.

Cet avantage est plafonné dans la limite d'un montant de dons total annuel équivalent à 0,5 % du chiffre d'affaires (hors taxes) ; en cas de dépassement de ce plafond, il est possible de reporter l'excédent de réduction d'impôt au titre des cinq exercices suivants. Les petites entreprises atteignaient très rapidement ce **plafond** exprimé en pourcentage de leur chiffre d'affaires : **pour faciliter le mécénat des TPE-PME, le législateur a créé, par la loi de finances pour 2019²¹, un mode de calcul « alternatif » sous la forme d'un plafond de 20 000 euros, montant fixé par la loi de finances pour 2020²².**

L'administration propose un formulaire automatisé²³ permettant aux entreprises mécènes de calculer le montant de la réduction d'impôt auquel elles peuvent prétendre fonction du montant des dons accordés.

Des mesures de majoration de déduction fiscale ont été prises pour stimuler le mécénat d'entreprise dans le champ des arts, de la culture et du patrimoine, en faveur de :

- **L'acquisition d'œuvres originales d'art contemporain** par les entreprises (sous réserve que les œuvres ainsi acquises soient exposées dans un lieu ouvert au public ou aux salariés de l'entreprise pendant toute la période ouvrant droit à déduction fiscale) ;
- **L'acquisition d'instruments de musique par les entreprises, destinés à être prêtés** à titre gratuit à des interprètes professionnels ou aux étudiants des conservatoires ;
- **La diffusion du spectacle vivant** au bénéfice d'organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée (cf. p. 5), ayant pour activité principale la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque, ou l'organisation d'expositions d'art contemporain (disposition étendue aux sociétés dont le capital est entièrement détenu par l'État ou un ou plusieurs établissements publics nationaux, seul(s) ou conjointement avec une ou plusieurs collectivités territoriales – voir aussi p. 27) ;
- **Le financement par une entreprise de l'acquisition d'un bien culturel** reconnu « trésor national » ou « œuvre d'intérêt patrimonial majeur », **au profit d'une collection publique ;**
- **Les travaux de restauration et d'accessibilité du public des monuments historiques privés** (sous réserve que le monument qui en bénéficie soit conservé par son propriétaire et ouvert au public pendant au moins dix ans).

¹⁹ Source : entreprendre.service-public.fr, consulté le 9 novembre 2023.

²⁰ Instruction fiscale n° BOI-BIC-RICI-20-30-20 : [BIC - Réductions d'impôts - Mécénat ou réduction d'impôt pour les dons en faveur des œuvres et organismes visés à l'article 238 bis du CGI - Détermination de la réduction d'impôt](#).

²¹ [Loi n° 2018-1317 du 28 décembre 2018 de finances pour 2019](#), JORF du 30 décembre 2018.

²² [Loi n° 2019-1479 du 28 décembre 2019 de finances pour 2020](#), JORF du 29 décembre 2019.

²³ Cerfa n° 15438*07 : [Réduction d'impôt mécénat \(article 238 bis du code général des impôts\) : fiche d'aide au calcul](#).

1.1.4 Des obligations de transparence pour les mécènes et les bénéficiaires

Un simple accord verbal entre l'entreprise mécène et l'organisme bénéficiaire du don peut suffire pour conclure une opération de mécénat. Le ministère de la Culture recommande néanmoins d'établir **une convention de mécénat** pour éviter toute incertitude quant à la nature et l'étendue des obligations et engagements à la charge des parties-prenantes – particulièrement si le don est associé à des contreparties, auquel cas la convention doit en préciser la valeur. Le ministère de la Culture propose [un modèle de convention](#) adapté au mécénat d'entreprise.

Plusieurs dispositions légales et réglementaires ont été prises pour **encadrer la transparence des opérations de mécénat et réguler le dispositif de déduction fiscale associé**, reposant tant sur les entreprises mécènes que sur les organismes bénéficiaires. Elles tiennent compte, notamment, des recommandations de la Cour des comptes, dans un rapport²⁴ publié fin 2018 commandé par l'Assemblée nationale pour dresser le bilan de l'effort public consacré au mécénat d'entreprise.

Ainsi, les entreprises mécènes sont soumises à une obligation de déclaration aux services fiscaux²⁵, à partir de 10 000 euros de dons et de versements au cours d'un même exercice fiscal. Cette déclaration doit être transmise sur un support électronique²⁶ dans le même délai que celui prévu pour le dépôt de la déclaration de résultats, c'est-à-dire dans les trois mois suivants la clôture de l'exercice²⁷. Elle comprend obligatoirement le montant, la nature et la date de chaque don effectué, l'identification du ou des organismes bénéficiaires et la valeur des contreparties accordées. À défaut de déclaration, l'entreprise encourt une amende de 1 500 euros.

Pour que l'entreprise mécène puisse justifier du montant du don, l'organisme bénéficiaire est tenu de lui délivrer un reçu fiscal ; depuis le 1^{er} janvier 2022²⁸, **le bénéfice de la réduction d'impôt est strictement conditionné à la production, par l'entreprise mécène, de ce reçu fiscal**²⁹, qui doit être établi pour chaque don, sur la base du modèle édité par l'administration fiscale³⁰.

Par ailleurs, la loi confortant les principes de la République, adoptée en 2021³¹, soumet **les organismes bénéficiaires à une nouvelle obligation déclarative pour tous les dons reçus à compter du 1^{er} janvier 2021 ayant donné lieu à la délivrance d'un reçu fiscal**. Les formes de cette déclaration diffèrent selon que l'organisme bénéficiaire soit soumis ou non au dépôt d'une déclaration fiscale³² mais, dans tous les cas, elle doit comprendre le montant cumulé des dons et versements perçus ayant donné lieu à l'émission d'un reçu fiscal et le nombre de reçus, attestations ou tous autres documents délivrés au cours de l'exercice. La déclaration doit être effectuée dans les mêmes délais que la déclaration de résultats des entreprises, soit dans les trois mois suivant la clôture de l'exercice comptable.

²⁴ [Le soutien public au mécénat des entreprises : un dispositif à mieux encadrer](#), Cour des comptes, sur la base d'une enquête demandée par la commission des finances, de l'économie générale et du contrôle budgétaire de l'Assemblée nationale, novembre 2018.

²⁵ CGI, [art. 238 bis](#).

²⁶ Cerfa N° 15252*09 : [Réductions et crédits d'impôt \(millésime 2023\)](#) - actualisé chaque année [sur le portail internet impots.gouv.fr](#).

²⁷ Décret n° 2019-531 du 27 mai 2019 relatif aux modalités de transmission à l'administration fiscale sur un support électronique des informations relatives aux dons et versements effectués par une entreprise pour un montant de plus de 10 000 euros au cours d'un exercice, JORF du 29 mai 2019, codifié dans [l'art. 49 septies X](#) de l'annexe II du CGI.

²⁸ [Loi n° 2021-1109 du 24 août 2021 confortant le respect des principes de la République](#), JORF du 25 août 2021, art. 19 codifié dans [l'art. 222 bis du CGI](#).

²⁹ Rescrit fiscal BOI-RES-BIC-000129 – [Modalités d'établissement du reçu fiscal devant être délivré par les organismes bénéficiaires de dons et versements ouvrant droit à la réduction d'impôt prévue à l'article 238 bis du code général des impôts](#).

³⁰ Cerfa n° 16216*01 : [Reçu des dons et versement effectués par les entreprises au titre de l'article 238 bis du code général des impôts](#).

³¹ [Loi n° 2021-1109 du 24 août 2021 confortant le respect des principes de la République](#), JORF du 25 août 2021, art. 19 codifié dans [l'art. 222 bis du CGI](#), op.cit.

³² Source : portail internet [impôts.gouv.fr](#), consulté le 9 novembre 2023.

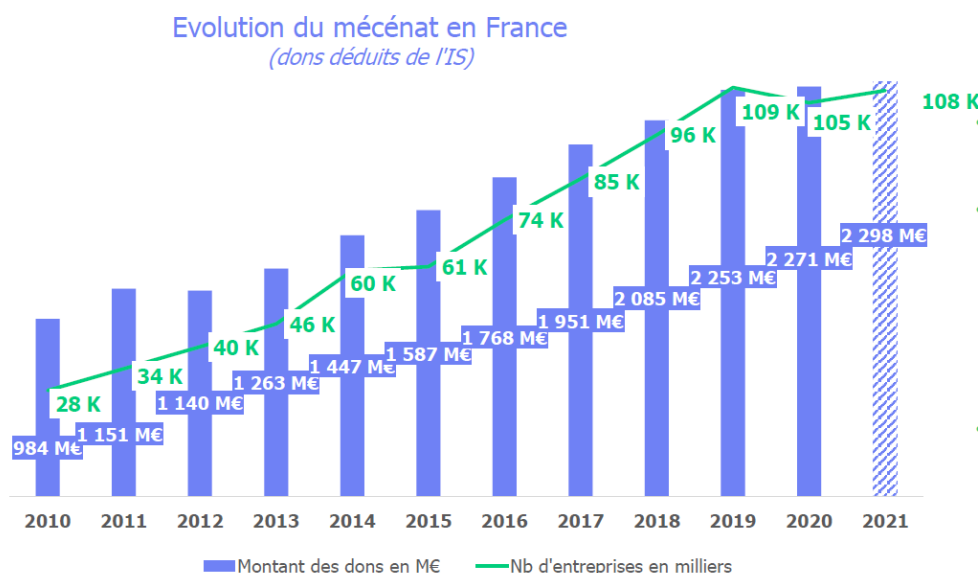
Enfin, **les associations, fondations, fonds de dotation et les organismes bénéficiaires de dons** (de particuliers ou de personnes morales) ouvrant droit à un avantage fiscal aux donateurs **doivent assurer la publicité et la certification de leurs comptes annuels** dès lors qu'ils perçoivent, au cours d'un même exercice :

- un montant total de dons supérieur à 153 000 euros³³,
- un montant total de subventions (en numéraire) pour plus de 153 000 euros de la part de l'État, des collectivités territoriales, des autorités administratives ou des établissements publics à caractère industriel et commercial³⁴.

La Cour des comptes a la charge de l'exercice du contrôle du respect de ces obligations.

1.2 Les TPE-PME sont au cœur du développement d'un mécénat « de proximité »³⁵

En 2021, on estime que 3,6 milliards d'euros ont été consacrés au mécénat d'entreprise, dont **2,3 milliards d'euros de dons déclarés**, soit 1,4 milliard d'euros de réductions d'impôts accordées aux entreprises (estimation sur la base du taux de déduction fiscale de 60 % du montant des dons versés, cf. p. 9).



Source : [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, novembre 2022, op. cit.

Depuis 2010, le montant total des dons a été multiplié par 2,3 et le nombre d'entreprises mécènes par 3,8. Si la crise sanitaire née du Covid-19 a pu affecter cette progression (la moitié des entreprises mécènes a dû réduire son budget, notamment chez les PME et les ETI, mais l'autre moitié évoque l'opportunité d'avoir redéfini ses axes d'intervention ou d'avoir amplifié ses actions), la majorité des entreprises se montre plus optimiste pour l'avenir : 19 % envisagent une augmentation de leur budget consacré au mécénat (soit + 9 points par rapport à 2020), 74 % considèrent qu'il restera stable (+ 2 points) et seulement 4 % qu'il sera diminué ou supprimé (- 12 points). Il est difficile de présumer de l'impact final, sur le mécénat d'entreprise, de la crise inflationniste amorcée depuis l'été 2021 – mais ces données confirment l'engouement d'un nombre croissant d'entrepreneurs et d'entreprises pour le mécénat.

³³ Décret n° 2019-504 du 22 mai 2019 fixant les seuils de la déclaration préalable et d'établissement du compte d'emploi annuel des ressources collectées auprès du public par les organismes faisant appel public à la générosité, JORF du 24 mai 2019.

³⁴ Décret n° 2009-540 du 14 mai 2009 portant sur les obligations des associations et des fondations relatives à la publicité de leurs comptes annuels, JORF du 16 mai 2009.

³⁵ Les données présentées dans ce chapitre sont issues de l'édition 2022 du [Baromètre du mécénat d'entreprise en France](#) réalisé par l'association Admical (op. cit.) et de la présentation de son délégué général, M. Yann QUEINNEC, à la commission Culture et communication du Ceser le 6 avril 2023.

En 2020, la **contribution moyenne des entreprises ayant déclaré des dons s'établit à 21 700 euros** environ au plan national. Cette évaluation cache **de fortes disparités selon la taille des entreprises et leur secteur d'activité**. Ainsi :

- Parmi l'ensemble des TPE assujetties à l'impôt sur les sociétés en 2020, seules 3,3 % ont déclaré avoir réalisé au moins un don sur le même exercice (soit un peu moins de 70 000 entreprises), pour un montant médian de 1 000 euros ;
- Parmi l'ensemble des PME concernées, 23,5 % ont déclaré avoir réalisé au moins un don sur le même exercice (soit près de 31 500 entreprises), pour un montant médian de 4 700 euros environ ;
- Pour les ETI : 49 % ont déclaré avoir réalisé au moins un don sur le même exercice (soit près de 3 500 entreprises), pour un montant médian de 53 600 euros environ ;
- Enfin, parmi l'ensemble des Grandes entreprises (GE), 87 % ont déclaré avoir réalisé au moins un don sur le même exercice (soit près de 250 entreprises), pour un montant médian de 1,02 million d'euros ;
- Au global, la part des dons d'un montant inférieur à 5 000 euros progresse rapidement (46 % des dons déclarés en 2021, + 10 points par rapport à 2020) – confirmant l'engagement croissant des TPE-PME (voir aussi p. 13).

Les entreprises du secteur du commerce sont les plus mobilisées : elles représentent 28 % du total des entreprises mécènes et 39 % du montant total des dons en 2020, **suivies par les entreprises relevant des activités financières et d'assurance** (5,5 % des mécènes pour 16 % des dons) **et de l'industrie** (près de 10 % des mécènes pour 13 % des dons) ; 14 % des entreprises mécènes relèvent du secteur de la construction pour près de 5 % du montant total des dons – à rapporter à l'augmentation progressive du mécénat en faveur du patrimoine (cf. p. 14).

Ces chiffres indicatifs sont à regarder avec précaution, car partiels :

- d'une part, seuls les dons dont le montant total est supérieur à 10 000 euros par exercice sont soumis à obligation déclarative,
- d'autre part, cette obligation déclarative ne vaut que si l'entreprise concernée a bien recours au dispositif de déduction fiscale prévu par la loi « Aillagon » ; or, selon l'Admical, plus d'un tiers des entreprises mécènes indique ne pas activer ce mécanisme de réduction d'impôt.

Le territoire francilien suit la progression du mécénat constatée au plan national. Il accueille 18,5 % des entreprises mécènes, représentant près de 60 % du total des dons versés au titre du mécénat en 2020 au plan national, en raison essentiellement de la concentration des sièges sociaux d'un grand nombre de GE dans la région. Pourtant, **l'Île-de-France présente des marges de développement très importantes : seules 3,46 % des entreprises assujetties à l'impôt sur les sociétés dont le siège se situe sur le territoire régional se sont engagées dans une opération de mécénat en 2020**, alors que la moyenne nationale s'établit à 4,6 % et que d'autres régions sont bien plus mobilisées encore.

En 2020

19 340 entreprises mécènes
(vs 18 307 en 2019)

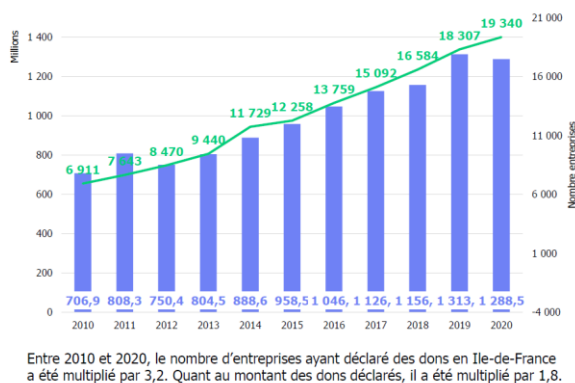
Soit 18,5 % des entreprises mécènes en France

1,289 Md € de dons déclarés
(vs 1,313 Md € en 2019)

Représentent 56,7 % du total des dons déclarés par les entreprises mécènes en France

Don moyen : 66 622 €
(vs 71 736 € en 2019)

3,5 % des entreprises en Île-de-France sont mécènes (4,6 en France).



Région	%
Pays-de-la-Loire	8,94
Bretagne	6,54
Centre Val-de-Loire	5,97
Nouvelle Aquitaine	5,57
Grand Est	5,49
BFC	5,42
AURA	5,38
Normandie	4,81
Occitanie	4,18
Hauts-de-France	3,70
IDF	3,46
PACA	2,75
DOM	2,25
Corse	1,68

Données relatives à l'Île-de-France issues du [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, nov. 2022, op. cit.

Si les grandes entreprises semblent dominer le monde du mécénat par le montant moyen de leurs dons, **les entreprises de moins de 100 salariés constituent 96 % des entreprises mécènes en 2020**. L'implication des TPE et PME va croissante, ces dernières constituant **les principales forces motrices d'un mécénat territorialisé**.

On note également qu'à peine 5 % des TPE-PME mécènes ont exploité le plafond alternatif de 20 000 euros prévu par la réglementation fiscale (cf. p. 9), signe d'un besoin de communication et d'accompagnement accru de ces structures pour l'optimisation de leur démarche de mécénat.

Le Ceser considère que la collectivité régionale, cheffe-de-file des politiques de développement économique, constitue le niveau d'intervention pertinent pour **organiser la diffusion d'une information en direction des acteurs économiques et des entreprises du territoire**, afin de les entraîner dans une dynamique collective de développement du mécénat au bénéfice des projets locaux dans le champ culturel, artistique et patrimonial. Il s'agit de **lever les idées reçues des chefs d'entreprise, notamment des TPE-PME, en partageant les impacts positifs du mécénat pour les entreprises, leurs dirigeants et leurs salariés**.

1.3 La culture constitue un domaine attractif pour le mécénat des TPE-PME

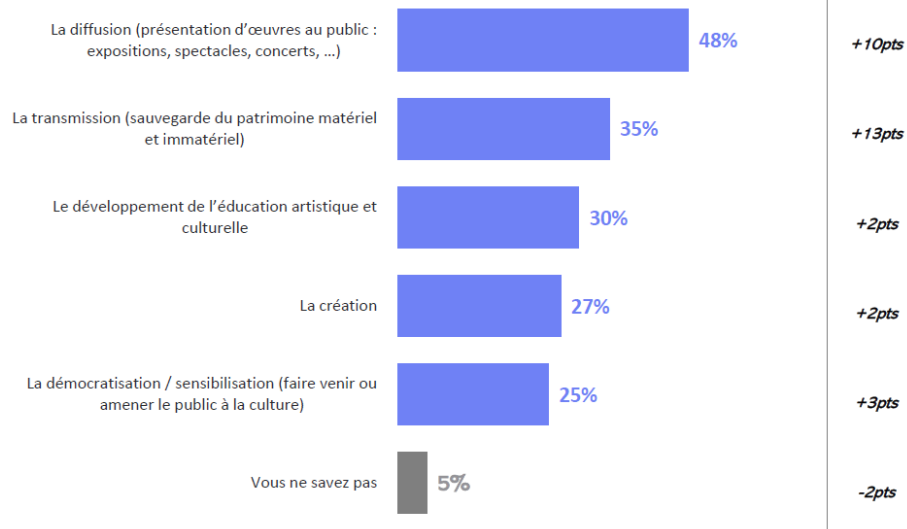
Plus que jamais, la crise sanitaire du Covid-19 a souligné le rôle essentiel de la culture dans nos sociétés. Plus précisément, elle a révélé le rôle central des arts et de la culture comme vecteurs de lien social. **La culture représente 37 % des actions de mécénat des entreprises** (en forte progression : + 11 points par rapport à 2020) et capte **22 % du montant total des dons en 2021**, après les actions relevant du domaine éducatif mais devant l'action sociale. Le montant médian des dons alloués par les entreprises mécènes de la culture est de 7 500 euros ; **48 % d'entre elles donnent moins de 5 000 euros**.

33 % des PME et 46 % des ETI mécènes en 2021 sont des mécènes culturels, deuxième domaine d'action dans lequel ces catégories d'entreprises orientent leur don, après le sport.

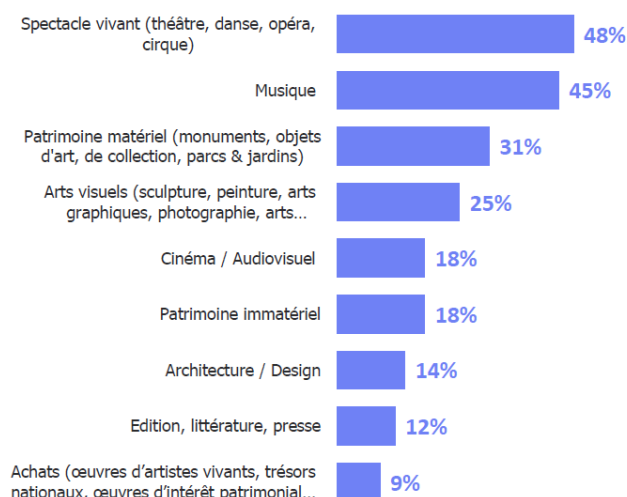
Les entreprises mécènes culturelles privilégient le soutien à la diffusion artistique et culturelle, qui représente 48 % des actions mécénées en 2021 (+ 10 points par rapport à 2019), dominées par le spectacle vivant et la musique pour lesquels ces mécènes s'engagent en priorité, et auxquels ils consacrent les budgets les plus élevés.

La sauvegarde et la transmission du patrimoine apparaissent comme leur deuxième préoccupation avec 35 % des actions soutenues par les entreprises mécènes de la culture en 2021 (en forte progression de + 13 points). L'émergence d'une « conscience » du patrimoine local, pour les particuliers mais aussi pour les entrepreneurs et les entreprises, soucieuses de s'inscrire dans une identité territoriale – et la structuration locale de l'action de la Fondation du patrimoine (cf. p. 30), parmi d'autres opérateurs, accompagnent cet engouement.

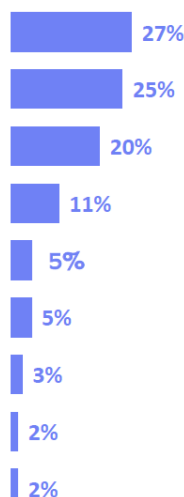
Dans le domaine du mécénat culturel, en faveur de quelle(s) grande(s) action(s) votre entreprise s'engage-t-elle ?



Dans le mécénat culturel, dans quel(s) sous-domaine(s) votre entreprise s'engage-t-elle en priorité ?



En 2021, dans votre budget de mécénat culturel, quel est le pourcentage consacré à chacun de ces sous-domaines ?



Source : « Focus Culture » du [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, nov. 2022, op. cit.

1.4 L'Île-de-France connaît un foisonnement culturel qui interroge les limites budgétaires de la puissance publique

L'offre culturelle constitue l'un des facteurs majeurs de l'attractivité de la région Île-de-France, qui concentre de nombreux équipements culturels – dont de grands établissements de rayonnement national international : au total, **près de 6 400 lieux, équipements ou espaces labellisés maillent le territoire francilien**³⁶, ce qui place la région parmi les mieux pourvues au plan national avec la Nouvelle-Aquitaine et Auvergne-Rhône-Alpes.

- Sur les 66 musées labellisés que compte le pays, près des deux tiers sont situés en Île-de-France dont 25 à Paris. Au total, en 2019, ces musées ont attiré 38,7 millions de visiteurs, dont les trois quarts dans des établissements parisiens ;
- La région compte par ailleurs 20 monuments et domaines nationaux gérés par le Centre des monuments nationaux, qui ont totalisé 5 millions de visites dont 89 % à Paris. Elle accueille aussi 3 900 monuments historiques, inscrits ou classés, dont un tiers sont ouverts au public ;

³⁶ Source : [Portrait culturel de l'Île-de-France](#), Atlas Culture des territoires, ministère de la Culture, consulté le 10 novembre 2023.

- L'Île-de-France rassemble plus de 2 500 lieux de visite, de spectacle, ou de documentation et de lecture accueillant du public, dont un sur cinq se situe à Paris. Elle concentre 29 % de l'ensemble des établissements dédiés aux arts du spectacle et près d'un tiers des théâtres. Elle compte un peu plus de 300 cinémas, dont plus de 90 % sont situés dans des zones urbaines et denses ;
- Enfin, la région rassemble plus du quart des établissements d'éducation et de formation artistique et culturelle.

Ce taux d'équipement nourrit **un foisonnement de propositions artistiques et culturelles en Île-de-France** : festivals, spectacle vivant, expositions et salons, métiers d'art, arts de la scène, création audiovisuelle, patrimoine matériel et immatériel, etc., **soutenues par un niveau de dépenses publiques important de la part de l'État et des collectivités territoriales** qui se partagent l'exercice de la compétence « culture »³⁷.

Les collectivités territoriales sont devenues le principal financeur de la culture et cette tendance est en progression constante depuis dix ans. Comme le pointe le Sénat : *« Désormais, près de 70 % de l'investissement public en faveur du secteur culturel, soit 9,5 milliards d'euros (dépenses de fonctionnement et d'investissement intégrées), procèdent des collectivités. C'est singulièrement le cas dans le domaine du spectacle vivant. »*³⁸

Ainsi, en plus des dépenses d'intervention directe de l'État, **le Conseil régional d'Île-de-France alloue en 2023 un budget de 100 millions d'euros à sa politique culturelle** (incluant le soutien à la réhabilitation et à la valorisation du patrimoine local), dont 48 % au titre des dépenses d'investissement (autorisations de programme) et 52 % au titre des dépenses de fonctionnement (autorisations d'engagement)³⁹.

Qui plus est, l'inscription d'un volet consacré à la culture dans le Contrat de plan État-Région (CPER) 2021-2027 permet de projeter le financement partagé de plus de 60 opérations sur l'ensemble du territoire francilien, représentant **250 millions d'euros consacrés au patrimoine, à la création et à l'enseignement supérieur culturel et artistique**.

*« Pour autant, complète le Sénat, si cet exercice conjoint [de la compétence « culture »] favorise une émulation et une mobilisation des collectivités pour développer les projets culturels à l'échelle de leur territoire, il les rend vulnérables aux conjonctures défavorables et au risque de désengagement cumulatif. »*⁴⁰

Raison pour laquelle un nombre croissant d'acteurs du patrimoine, de la création et de la diffusion artistique et culturelle, qu'ils soient publics, associatifs ou privés :

- connaît **des besoins de financement croissants**, tout particulièrement au regard de *« l'extension indéfinie de la notion de patrimoine »*⁴¹,
- et cherche à **diversifier l'origine de ses ressources**, en faisant appel au mécénat mais aussi au parrainage, au financement participatif ou à des prestations rémunérées.

Le mécénat d'entreprise constitue une des réponses à cette double problématique. Il est aussi un levier de mobilisation des entreprises au service de l'intérêt général. Pourtant, les entreprises franciliennes sont encore trop peu nombreuses à se mobiliser (cf. p. 12). Les auditions du directeur

³⁷ [Art. L111-4 du code général des collectivités territoriales](#) relatif aux compétences partagées entre les communes, les départements, les régions et les collectivités à statut particulier en matière de culture, de sport, de tourisme, de promotion des langues régionales et d'éducation populaire.

³⁸ Exposé des motifs de la [proposition de loi visant à développer l'attractivité culturelle, touristique et économique des territoires via l'ouverture du mécénat culturel aux sociétés publiques locales](#), déposée au Sénat le 25 octobre 2022 par Sylvie ROBERT, sénatrice d'Ille-et-Vilaine et plusieurs de ses collègues, et adoptée en première lecture par le Sénat le 15 juin 2023.

³⁹ [Délibération n° CR 2022-076 : Projet de budget pour 2023](#), adoptée par le Conseil régional d'Île-de-France le 13 décembre 2022.

⁴⁰ Exposé des motifs de la [proposition de loi visant à développer l'attractivité culturelle, touristique et économique des territoires via l'ouverture du mécénat culturel aux sociétés publiques locales](#), op.cit.

⁴¹ [Bilan de la décentralisation de l'inventaire général du patrimoine culturel](#), rapport conjoint N° 14-123/14-065/01 de l'inspection générale de l'administration et de l'inspection générale des affaires culturelles, janvier 2015.

régional des affaires culturelles d'Île-de-France⁴² (DRAC) et de la délégation francilienne de la Fondation du patrimoine⁴³, éclairent les raisons de cette situation :

- Le territoire régional est très hétérogène, entre concentration métropolitaine et grande ruralité et des départements denses ou très étendus : **ces inégalités territoriales se traduisent par des différences dans les opportunités des entreprises à s'engager dans le mécénat**, car elles trouvent plus facilement des projets à soutenir en zone dense où se polarise l'offre culturelle ;
- La région concentre **un patrimoine « prestigieux »** à rayonnement national ou international, qui a tendance à attirer les dons les plus importants et à **focaliser l'attention des mécènes au détriment du patrimoine local, rural ou non-protégé** ;
- Les GE, particulièrement nombreuses en Île-de-France, se dotent d'outils internalisés de gestion de leurs opérations de mécénat (fonds de dotation ou fondation d'entreprise) lesquels, à mesure de leur développement, initient **leur propre politique de mécénat à partir d'axes de travail particuliers**. La DRAC Île-de-France a adapté son accompagnement pour s'adapter à cette donne territoriale, en renonçant à pourvoir le poste de « correspondant régional mécénat », relais de la mission ministérielle Mécénat, au profit d'un travail par entrées thématiques porté par ses conseillers culturels (par exemple : dans le cadre du programme régional « Culture et Santé ») ;
- Enfin, **le sentiment « d'appartenance » à l'Île-de-France, en tant qu'identité territoriale, semble plus difficile à faire vivre** que dans d'autres régions.

Paradoxalement, **ces contraintes sont une chance pour mobiliser l'énergie des TPE-PME, parce qu'elles ne s'inscrivent pas dans ces logiques** : ainsi, **les TPE-PME mécènes orientent leurs dons à 80 % sur des projets locaux ou de niveau régional**, contre 49 % pour les grandes entreprises qui privilégient des projets de niveau national voire international⁴⁴. Si leur contribution en valeur est plus modeste que celle des ETI et GE, leur participation, financière ou en nature, est souvent décisive pour de nombreux projets culturels et patrimoniaux locaux.

La Région Île-de-France, interlocutrice à la fois de nombreuses PME et d'associations ou établissements culturels, est légitime à agir. Si le mécénat n'intervient pas directement dans les aides et dispositifs mis en place par la Région en faveur de la culture⁴⁵ – *modulo* le partenariat noué avec la délégation régionale d'Île-de-France de la Fondation du patrimoine (cf. p. 32) – la Région n'en méconnaît pas le principe. On peut citer plusieurs initiatives, dans le champ culturel ou non :

- Le festival Solidays, historiquement soutenu par le Conseil régional d'Île-de-France, est bien connu des mécènes, au point que l'association organisatrice a annoncé se doter prochainement d'un fonds de dotation⁴⁶. Plusieurs entreprises de toutes tailles sont partenaires du festival, comme la RATP, la Macif, Taxis G7, Velib Métropole, etc. ;
- Les résidences d'artistes des « Ateliers Médicis », à Clichy-sous-Bois et Montfermeil, mobilisent le mécénat de la Fondation Bettencourt-Schueller aux côtés des financements publics du Conseil régional et des autres collectivités territoriales concernées ;
- L'Orchestre national d'Île-de-France (ONDIF), organisme associé à la Région Île-de-France dont elle est le premier soutien financier, mobilise le mécénat de particuliers mais aussi du cabinet d'avocats Norma et de la Banque populaire Rives de Paris⁴⁷ ;
- La Région Île-de-France appelle les entreprises à accompagner des sportifs de haut-niveau issus du territoire régional, « *à travers un soutien financier ou encore par l'insertion professionnelle* »⁴⁸ et organise des journées « Athlètes & Entreprises » pour favoriser leur mise en relation.

⁴² Audition de Laurent ROTURIER, directeur régional des affaires culturelles d'Île-de-France, et de Carole SPADA, directrice régionale adjointe, par la commission Culture et communication du Ceser Île-de-France, le 22 juin 2023.

⁴³ Audition de Hervé LANCELOT, délégué régional Île-de-France de la Fondation du patrimoine, et de Geoffroy LOPIN, adjoint au délégué régional chargé du mécénat d'entreprise, par la commission Culture et communication du Ceser Île-de-France, le 11 mai 2023.

⁴⁴ *Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022*, Admical, nov. 2022, op. cit.

⁴⁵ Audition de Véronique MÉLY, directrice de la Culture de la Région Île-de-France, par la commission Culture et communication du Ceser Île-de-France, le 5 octobre 2023.

⁴⁶ Source : [site internet de Solidays](#), consulté le 13 novembre 2023.

⁴⁷ Source : [site internet de l'ONDIF](#), consulté le 13 novembre 2023.

⁴⁸ Dépliant *Mécénat, formation, insertion professionnelle : soutenir un athlète, un pari gagnant*, éditée par la Région Île-de-France dans le cadre des « Rencontres Athlètes et entreprises de la Région Île-de-France » organisées le 29 novembre 2023 à l'Hôtel de Région.

La Région pourrait prolonger son engagement pour la culture et le patrimoine auprès de mécènes issus du territoire régional, en parrainant des projets à partir des dispositifs qu'elle anime (sites labellisés Patrimoine d'intérêt régional, artistes lauréats du Fonds régional des talents émergents ou de l'Île des Chances) ou **en attirant leur attention sur le patrimoine dont elle assure ou participe à la gestion** (domaine de Villarceaux, Maison-musée Jean Cocteau, futur site Barbet-de-Jouy) **ainsi que sur les organismes associés dans le champ de la culture** (Chœur Vittoria, Fonds régional d'art contemporain, Fonds régional d'acquisition pour les musées).

Le mécénat n'est pas réservé ni aux grandes entreprises, ni aux grands établissements culturels. Sensible aux enjeux locaux et à l'action culturelle, les TPE-PME constituent un vivier de développement du mécénat culturel, tout particulièrement en Île-de-France.

2 Le mécénat d'entreprise tisse des liens de solidarité et de proximité à l'échelle des territoires

Les points de vue qui se sont exprimés à l'occasion des auditions réalisées par le Ceser se veulent représentatifs des différentes parties-prenantes des opérations de mécénat : celui d'une fondation mise en place par l'État, d'une association qui conseille les acteurs publics et les entreprises pour concrétiser leurs projets de mécénat, d'un club d'entreprises mécènes, d'un fonds de dotation d'entreprise et d'associations bénéficiaires. Le Ceser s'est attaché à croiser ces regards avec celui des acteurs publics concernés : services déconcentrés de l'État et élus ou représentants des trois niveaux de collectivités territoriales franciliennes : communes, départements et région. Ces expressions permettent de **cartographier l'intérêt du mécénat pour chacune de ces parties-prenantes**.

2.1 Pour les organismes bénéficiaires

Les associations et établissements culturels, qu'ils soient publics ou privés, entrent souvent dans une recherche de mécènes pour **développer de nouvelles sources de financement**. S'il s'agit souvent de répondre à une baisse des subventions publiques, **cette recherche connaît bien d'autres motivations : développer son réseau, se faire connaître de nouveaux publics, s'adjoindre de nouvelles compétences, tester / initier un nouveau projet, etc.**

2.1.1 Financer des dispositifs nouveaux en faveur de l'accès à la culture pour tous

Ainsi les acteurs culturels peuvent-ils se tourner vers des mécènes pour **financer un projet original qui ne rentre pas nécessairement dans les appels à projets initiés par les financeurs publics**. En prise directe avec leur territoire, les acteurs culturels, en particulier les associations, ne manquent pas de créativité pour **imaginer des dispositifs innovants qui favorisent l'accès de tous à la culture et aux pratiques artistiques**. Ils favorisent ainsi, en complément de l'action publique, le développement d'actions culturelles de proximité – **notamment dans les territoires périphériques moins bien dotés en équipements et moyens humains**. La région compte un tissu associatif présent au plus fin du territoire, jusque dans les quartiers sensibles et dans les plus petits villages, qui joue un rôle significatif en termes de cohésion sociale et de vie économique ; à titre d'illustration, 23,6 % des associations nouvellement créées entre 2020 et 2023 en Île-de-France s'inscrivent dans le champ culturel⁴⁹.

On peut citer, à titre d'exemple, l'action en Essonne de l'Association pour le rayonnement de l'opéra de Massy⁵⁰ (AROM), laquelle, dans un contexte de rareté des financements publics, participe à réunir des fonds pour financer des actions qui ne relèvent pas du « cœur de métier » de l'Opéra (production et organisation de représentations). Ainsi, sur les deux dernières saisons, l'AROM a soutenu plusieurs initiatives :

- contribution au tarif étudiant (1 500 places sur deux saisons, dans toutes les catégories),
- remise d'un prix aux lauréats du Jeune Chœur de l'Opéra de Massy,
- financement d'une enquête de publics (1500 avis recueillis),
- soutien au programme « Demos » avec l'organisation d'un concert de l'orchestre d'enfants (90 enfants bénéficiaires),
- spectacle hors-les-murs : « Bus Opéra » (6 représentations) qui permet une action de proximité culturelle mais aussi d'amener des représentations dans les entreprises.

⁴⁹ Répartition des créations d'associations des trois dernières années, in [Associations en région : repères et chiffres-clés 2023 : Île-de-France](#), 16^{ème} édition, Recherches & Solidarités, à partir des données du Répertoire national des associations sur la période 2020-2021 à 2022-2023, avec le soutien de l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (Injep) et en coopération avec Le Mouvement associatif, septembre 2023.

⁵⁰ Audition de Bruno MALECAM, président de l'Association pour le Rayonnement de l'Opéra de Massy, et d'Elise SOREL, chargée de mission au sein de l'équipe de l'Opéra de Massy, par la commission Culture et communication du Ceser Île-de-France, le 6 juillet 2023.

Le mécénat peut aussi **agir comme levier de renouvellement et d'organisation de la rencontre des publics**, en élargissant, notamment par le biais des contreparties (cf. chapitre 1.1.2 p. 8 ainsi qu'en p. 24), le public habituel des salles de lecture, de cinéma, de théâtre, des expositions, etc.

2.1.2 Consolider son intégration territoriale

Il contribue à **inscrire les acteurs et établissements culturels dans le territoire, en renforçant leurs liens avec les acteurs économiques locaux, dans une dynamique de réseau**. À titre d'illustration :

- La Ferme du Buisson⁵¹, scène nationale située à Noisiel (Seine-et-Marne), a accueilli à la rentrée 2023 un rassemblement du réseau « Entreprendre en Seine-et-Marne » pour un débat croisé sur les clichés autour de la culture et de l'entreprise : cette intervention, en suscitant des réactions de part et d'autre, permet de raconter une histoire commune autour de la notion de territoire ;
- L'AROM propose des *masterclass* sous la forme de conférences-débats pour les chefs d'entreprises (ex. : « le dirigeant : chef d'orchestre de l'entreprise »), une action autofinancée par l'association qui lui permet de se faire connaître et d'élargir ses prospects⁵².

2.1.3 Répondre à des besoins spécifiques pour améliorer la qualité des projets

Le mécénat d'entreprise n'est pas que financier ; il peut se manifester sous la forme d'un don de biens, de la réalisation d'une prestation de services ou la mise à disposition de temps de travail de collaborateurs. Les acteurs culturels ont intérêt à utiliser toute la palette offerte par les possibilités de la réglementation sur le mécénat, afin d'optimiser leurs recherches : refaire un site internet, créer une billetterie en ligne, réaliser des dossiers de demande de subvention, analyser ses publics, etc.

Les experts entendus en audition par le Ceser insistent sur l'importance de **bien identifier ses besoins avant d'engager une recherche de mécènes⁵³, afin de se tourner vers les bons interlocuteurs susceptibles d'y répondre et d'éviter des incompréhensions décevantes**. En cela, la recherche de mécènes peut aussi constituer l'occasion, pour l'organisme qui s'y engage, de structurer le ou les projets ouverts au mécénat : **il est reconnu qu'un projet de qualité est un élément du succès de la démarche, pour les deux parties**.

2.1.4 Le mécénat se professionnalise et appelle un besoin d'accompagnement

Nombre d'acteurs culturels s'interrogent sur leur éligibilité au mécénat, ce d'autant que la pratique, relativement simple, s'inscrit dans une réglementation complexe. Dans ce parcours, l'obtention d'un rescrit fiscal par l'administration fiscale, bien qu'il ne soit pas une obligation, peut constituer un sésame rassurant pour attirer des mécènes. C'est une démarche assez complexe que les acteurs ont quelque fois du mal à appréhender ; en déposant un rescrit mal rédigé ou mal documenté, l'association prend le risque de se voir refuser l'habilitation de délivrer des reçus fiscaux. **Aussi le Ceser propose-t-il d'accompagner les acteurs culturels, en particulier les associations, en développant un guide et des formations pour solliciter cet avantage**. Cette communication, sous la forme d'un guide pratique réalisé par la Région avec ses partenaires et les organisations agissant comme tête de réseau en Île-de-France pour les arts, la culture et le patrimoine, pourra leur être transmise à l'occasion de l'attribution d'aides régionales.

Enfin, il faut souligner **la difficulté, exprimée par de nombreux acteurs culturels, de pouvoir dédier des moyens humains à la recherche de mécènes, dans un contexte budgétaire contraint**. Les organismes qui y parviennent soulignent également leur difficulté à attirer les compétences requises : les « métiers » du mécénat sont en voie de professionnalisation et

⁵¹ Lire aussi : [Public foule, public nuée : une nouvelle conception des publics ? L'expérience de la Ferme du Buisson](#), par Vincent ECHES, directeur de la Ferme du Buisson, article pour le site internet du Syndicat national des entreprises artistiques et culturelles (Syndecac), publié le 3 septembre 2019.

⁵² Audition de Bruno MALECAMP, président de l'AROM, le 6 juillet 2023.

⁵³ Audition de Yann QUEINNEC, délégué général de l'Admical, le 6 avril 2023.

demandent de maîtriser, autour de qualités relationnelles avérées, les enjeux des acteurs culturels, les politiques publiques culturelles et l'univers de l'entreprise, ses intérêts et besoins (cf. p. 38-39).

2.2 Pour les entreprises et les entrepreneurs

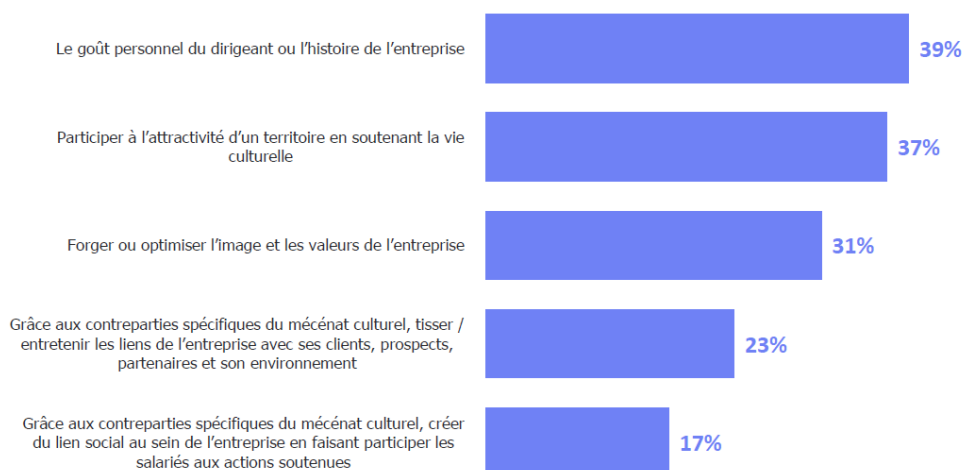
2.2.1 La réduction fiscale « Aillagon » n'est pas la seule motivation des mécènes

Le dispositif fiscal incitatif créé par la loi « Aillagon » ne semble pas être la motivation principale des entreprises mécènes : ainsi, un tiers d'entre elles n'ont pas effectué en 2021 les démarches leur ouvrant droit à la réduction d'impôt sur les sociétés prévue par le CGI (72 % des entreprises mécènes en 2021, en baisse de 7 points par rapport à 2020)⁵⁴.

S'agissant des TPE-PME mécènes, à peine 5 % d'entre elles exploitent le plafond alternatif de 20 000 euros prévu par la réglementation fiscale (cf. p. 9), loin des préoccupations d'optimisation fiscale. Les raisons qui amènent une entreprise à s'engager dans une action de mécénat sont donc à rechercher ailleurs.

Si le choix du mécénat culturel semble d'abord marqué par l'inclination du chef d'entreprise, **la participation à l'attractivité du territoire et la valorisation de l'image de marque de l'entreprise** sont fréquemment invoquées :

Qu'est-ce qui attire en priorité votre entreprise vers le mécénat culturel plutôt qu'un autre domaine de mécénat ?



Source : « Focus Culture » du [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, nov. 2022, op. cit.

2.2.2 Aligner la politique de mécénat avec les valeurs de l'entreprise

Les entreprises croient dans leur utilité sociale et en leur capacité à « faire bouger les choses » en mobilisant intelligemment les moyens dont elles disposent. Les entreprises et les bénéficiaires se retrouvent autour de valeurs communes, et s'engager, pour une entreprise, c'est traduire ses valeurs en actes. Le choix par l'entreprise mécène de la cause culturelle et d'un projet artistique renvoie aux valeurs qu'elle souhaite défendre et à l'image qu'elle souhaite afficher. **Les entreprises mécènes veulent agir sur et pour leur territoire, d'où une forte attirance pour les initiatives locales, particulièrement pour les TPE-PME** (cf. chapitre 1.2 p. 11 à 13).

Cette aspiration à participer à l'intérêt général rejoint la définition de l'entreprise telle qu'actualisée par la loi PACTE en 2019 : « La société est gérée dans son intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité »⁵⁵. Les évolutions de la

⁵⁴ [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, nov. 2022, op. cit.

⁵⁵ [Art. 1833 du code civil](#), tel que modifié par la [loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises](#), dite loi « PACTE », JORF du 23 mai 2019.

pratique du mécénat d'entreprise témoignent d'une recherche de mise en cohérence, qui passe par **l'alignement avec les valeurs de l'entreprise, première motivation de la démarche de mécénat** (49 % des entreprises mécènes en 2022)⁵⁶, toutes tailles d'entreprises et tous domaines d'intérêt général confondus.

2.2.3 Renforcer son ancrage local

L'entreprise mécène renforce son ancrage territorial et s'assure d'une meilleure visibilité en associant son don à un projet local utile au territoire. Localement cela permet aux entreprises de sortir d'un anonymat relatif, d'accroître leur notoriété, de faire connaître leurs métiers ou leurs savoir-faire spécifiques, de se rendre visible dans le territoire où vivent leurs salariés, leurs clients, leurs fournisseurs et leurs partenaires. Les auditions menées par le Ceser témoignent de la sensibilité des chefs d'entreprise à être reconnus localement, à accompagner la vie publique et à bénéficier d'un accès direct aux élus locaux⁵⁷.

En affirmant leur soutien à des projets culturels d'intérêt général, les entreprises mécènes culturelles font appel au sentiment de responsabilité que chacun éprouve pour ce qui constitue « un bien commun culturel de proximité ». En ce sens, on peut parler d'un « **acte de citoyenneté culturelle** », qui se manifeste par la contribution à la conservation d'un bien culturel régional ou au rayonnement d'une initiative culturelle locale.

Les entreprises franciliennes seront d'autant plus nombreuses à s'engager dans des actions de mécénat si cet engagement est reconnu et valorisé. C'est pourquoi le Ceser propose d'organiser un événement annuel pour valoriser l'engagement des entreprises en faveur de la culture et du patrimoine, et de **créer un kit de communication pour les entreprises franciliennes qui participent à des opérations de mécénat bénéficiant au rayonnement culturel de la Région Île-de-France.**

2.2.4 Partager les savoir-faire de l'entreprise et enrichir les compétences des collaborateurs

Le Baromètre Admical constate une progression du lien entre l'activité de l'entreprise et le choix du ou des domaines d'intervention de sa politique de mécénat (29 % des entreprises en 2021, soit une progression de + 9 points par rapport à 2019)⁵⁸ traduisant **le souhait des mécènes de valoriser leurs produits, leurs savoir-faire et les compétences de leurs collaborateurs.**

Le don en nature, qui constitue l'une des trois formes du mécénat (cf. p. 5), est souvent réduit au don de denrées alimentaires ou aux fournitures en surplus – mais **la réalité de cette générosité est bien plus diverse que dans l'imaginaire collectif** : cela peut aller du prêt d'un véhicule par une entreprise de transport public pour un bus itinérant présentant des représentations théâtrales et musicales dans des zones rurales, à la création d'une charte graphique ou d'un site internet, à la fourniture d'un buffet pour une présentation d'un spectacle ou le vernissage d'une exposition, le prêt de matériel de sonorisation et d'éclairage pour un spectacle théâtral en plein air, etc. Cette forme de mécénat en nature, peu utilisée par les entreprises mécènes, peut répondre aux besoins opérationnels de nombreux acteurs culturels en levant des freins au développement de leurs projets. Mais il repose à la fois sur une traduction claire de ces besoins (cf. p. 19) et une mise en relation efficace des chefs d'entreprise avec les acteurs culturels – enjeu auquel la création d'une plateforme dématérialisée pourrait répondre en partie (voir aussi p. 33).

Le mécénat de compétences permet à une entreprise de mettre ses collaborateurs à la disposition d'un organisme d'intérêt général, lesquels vont mobiliser à son profit leurs compétences ou leur

⁵⁶ [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, nov. 2022, op. cit.

⁵⁷ Audition de Bruno MALECAMP, AROM, le 6 juillet 2023, op. cit ; audition de Brigitte VERMILLET, vice-présidente du Conseil départemental de l'Essonne en charge du patrimoine, de la stratégie et la valorisation des Domaines départementaux, présidente de la Fondation Essonne Mécénat, et de Fanny MALVEZIN, directrice du mécénat et des partenariats du Département de l'Essonne, par la commission Culture et communication du Ceser Île-de-France, le 6 juillet 2023.

⁵⁸ [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, nov. 2022, op. cit.

force de travail au travers de missions précises, qui peuvent aller d'une demi-journée par semaine à plusieurs mois à temps plein. Cette mise à disposition se fait sur le temps de travail, dans des conditions fiscales favorables pour l'entreprise. **25 % des entreprises mécènes en 2021 déclarent envisager de développer le mécénat de compétences, et 52 % d'entre elles le pratiquent depuis moins de trois ans**, signe du dynamisme de cette forme d'engagement⁵⁹. Il reste néanmoins plus fréquent dans les ETI et GE, qui disposent d'un nombre de salariés plus conséquent à mobiliser, que dans les PME (12 %). Un certain nombre de bonnes pratiques sont à adopter. La définition de la mission constitue une étape clef dans le processus de mécénat de compétences. Il appartient à chacun des acteurs de définir clairement ses besoins et ses attentes pour trouver ensemble la meilleure façon de les satisfaire. C'est à cette condition que le mécénat de compétences peut jouer un rôle structurant pour l'organisme bénéficiaire comme pour l'entreprise mécène.

Les organismes d'intérêt général trouvent ainsi les compétences dont ils ont besoin pour mener à bien leurs actions au plus près des réalités de terrain : pour 70 % d'entre eux, il s'agit de missions mobilisant les expertises techniques et/ou les compétences humaines des salariés impliqués⁶⁰ ; pour 30 %, il s'agit de missions de parrainage ou de tutorat. La quasi-totalité des organismes ayant accueilli un salarié en mécénat de compétences se disent satisfaits (97 %) et prêts à renouveler l'expérience (98 %).

Le mécénat de compétences n'est pas à sens unique : l'entreprise en bénéficie aussi. 57 % des salariés ayant participé à un projet d'intérêt général dans le cadre d'un mécénat de compétences en 2021 considèrent qu'ils ont acquis de nouvelles compétences professionnelles⁶¹. 37 % des salariés concernés estiment que cette expérience les a remotivé dans leur travail et 78 % d'entre eux estiment que leur compréhension des valeurs de l'entreprise et leur attachement à celle-ci ont augmenté au terme de leur mission d'intérêt général.

Il offre aussi **un cadre de découverte de l'engagement, notamment dans le secteur associatif** : pour 42 % des salariés concernés en 2021, il s'agissait même d'une première expérience.

2.2.5 Soutenir et préserver l'excellence des métiers d'art

Comme le relevait déjà le Ceser dans son rapport relatif aux métiers d'art en Île-de-France⁶², **le mécénat constitue l'opportunité d'engager des projets de restauration du patrimoine faisant appel aux savoir-faire particuliers des artisans et entreprises des métiers d'art** – chantiers qui souvent ne pourraient pas voir le jour sans une mobilisation conjointe de la puissance publique et de la générosité privée. Une entreprise de métiers d'art peut à la fois être mobilisée comme prestataire sur un chantier, ou bien assurer des missions de conseils voire assurer l'exécution directe des travaux en se positionnant elle-même comme mécène de compétences.

Ces opérations de mécénat contribuent à **préserver, transmettre et valoriser des savoir-faire français d'exception**. Les parties-prenantes (bénéficiaires et mécènes) s'engagent ainsi à accompagner ces savoirs et s'ancrer dans une vraie proximité avec les artisans d'exception. Cela permet de mettre en avant la maîtrise de leur savoir-faire, leur intelligence dans l'utilisation et la manipulation de la matière, ainsi que leur univers créatif pour aboutir à un projet et participer à la conception d'une œuvre commune à plusieurs métiers. C'est aussi l'occasion de **faire participer le grand public à la découverte de ces métiers** (les contreparties peuvent par exemple être mobilisées sous la forme de visites de chantier pour les habitants).

Le mécénat d'entreprise dans le champ patrimonial permet également de **soutenir l'insertion professionnelle des jeunes dans la filière « métiers d'art » en leur permettant de participer à des opérations valorisantes**. Le chantier de reconstruction de la flèche de la basilique de Saint-Denis en est un témoignage emblématique : les études préalables au projet puis à l'installation

⁵⁹ [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, nov. 2022, op. cit.

⁶⁰ [Baromètre du mécénat de compétences 2020](#), 2^{ème} édition, étude réalisée pour l'Alliance pour le mécénat de compétences par l'Ifo, janvier 2021.

⁶¹ [Baromètre du mécénat de compétences 2020](#), Alliance pour le mécénat de compétences, janvier 2021, op. cit.

⁶² [Les métiers d'art au service du développement et du rayonnement de l'Île-de-France](#), rapport et avis n° 2017-14 du Ceser Île-de-France, présenté par Franck STAUB, adopté le 25 octobre 2017.

du chantier, de nature technique et juridique, ont été largement financées par le mécénat financier, de compétences ou, en nature, apporté par des entreprises privées ou publiques – et le chantier accueille un centre de formation aux métiers d'art⁶³.

Pour certains donateurs, c'est même un critère important de leur soutien : à titre d'illustration, le Crédit Agricole Île-de-France, qui fête en 2023 le dixième anniversaire de son fonds de dotation pour le mécénat, fait de « *la valorisation des jeunes talents* », dans tous les domaines, l'un des critères fondamentaux de sa décision de soutenir un projet⁶⁴. Il a ainsi choisi de soutenir la restauration du « Pont aux boules d'or » du Domaine de Méréville (Essonne), confié par le Département, qui en est le propriétaire, au studio de création du plasticien Jean-Michel Othoniel, au regard de l'organisation d'un « chantier-école » de dorure d'extérieur pour les apprentis accueillis par l'entreprise chargée de cette prestation. Il a également apporté son soutien financier à la restauration du Bosquet de la Reine dans les jardins du Château de Versailles, confié à une jeune paysagiste.

2.2.6 Attirer, fédérer et fidéliser les collaborateurs de l'entreprise

Selon le *Baromètre du mécénat de compétences* 2020⁶⁵, 66 % des Français trouvent « légitime » que les entreprises proposent à leurs salariés de s'impliquer dans des causes qu'elles soutiennent ; cet engagement progresse particulièrement chez les jeunes : 83 % des moins de 35 ans partagent cette vision de l'entreprise (+ 8 points par rapport à 2018).

Levier d'attractivité des talents, l'engagement de l'entreprise en faveur de l'intérêt général participe à développer le sentiment d'appartenance à l'entreprise, aux valeurs que celle-ci revendique, incarnées par une action concrète d'engagement en faveur de projets qui ont du sens. Le mécénat participe au **sentiment de fierté des collaborateurs** et renforce leur engagement professionnel. **Moteur d'émulation en interne**, la participation aux actions de mécénat de l'entreprise peut contribuer à renforcer la cohésion d'équipe.

Ces aspirations peuvent être satisfaites à la fois dans :

- **L'association des collaborateurs au repérage des projets et à la décision.** À titre d'illustration, le Crédit Agricole Île-de-France accorde une importance centrale au *sourcing* interne des projets par les élus et collaborateurs de ses agences et caisses locales, sur la base de leur connaissance du territoire, de leur expérience personnelle ou professionnelle. La gouvernance de leur fonds de dotation s'organise autour de trois instances, qui rassemblent des élus et des collaborateurs représentatifs de la diversité territoriale et fonctionnelle de l'entreprise, selon un principe paritaire : une commission de détection formule un premier avis, un comité d'instruction « challenge » les projets retenus puis le conseil d'administration prend la décision finale et fixe le montant du don :
- **La participation concrète des collaborateurs au projet mécéné** (en mécénat de compétences ou non). C'est le sens de la proposition initiée par Act'Art⁶⁶, opérateur culturel du Département de Seine-et-Marne : l'association cible des entreprises représentatives du tissu économique seine-et-marnais, particulières dans leur savoir-faire, leur production ou leur histoire, pour leur proposer d'accueillir une équipe artistique le temps de quelques semaines. Ces artistes s'immergeront dans le quotidien de l'entreprise pour questionner ses équipes, salariés comme direction, sur une thématique qui lui est propre (son identité, sa production, les matières premières utilisées, etc.), ou au contraire en abordant un imaginaire, une utopie. Ces témoignages donneront lieu à une restitution artistique, éphémère et ponctuelle, permettant à l'entreprise de réunir ses salariés, leurs familles, ses clients, prestataires, partenaires et sous-traitants pour se rendre visible autrement. Ce dispositif est testé entre septembre et décembre 2023 avec l'entreprise Stil, dont les ateliers sont situés à Vaulx-le-Pénil ;

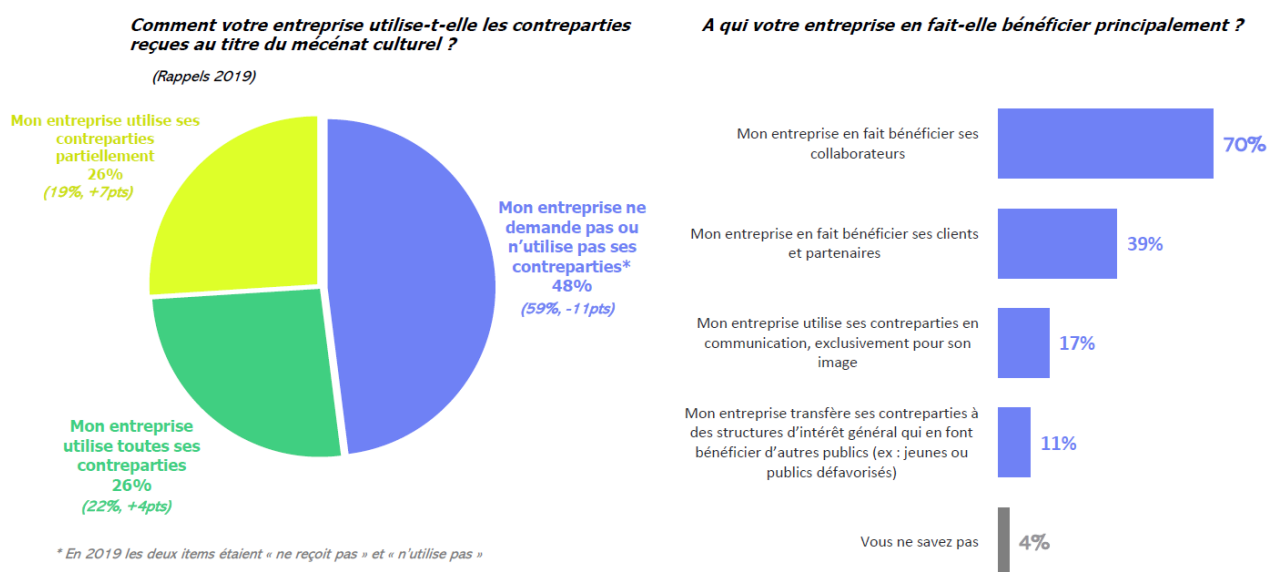
⁶³ [Un écosystème pour reconstruire la flèche de la basilique de Saint-Denis](#), *Le Journal du Grand Paris*, publié le 30 décembre 2022.

⁶⁴ Audition de Guillaume VANTHUYNE, président du Crédit Agricole Île-de-France et, à ce titre, président du fonds de dotation Crédit Agricole Île-de-France Mécénat ; et de Edgard de RICHEMONT, responsable du mécénat, par la commission Culture et communication du Ceser Île-de-France, le 13 juin 2023.

⁶⁵ *Baromètre du mécénat de compétences 2020*, Alliance pour le mécénat de compétences, janvier 2021, op. cit.

⁶⁶ Audition de Jean-Christophe SCHMITT, directeur adjoint de l'association Act'Art, par la commission Culture et communication du Ceser Île-de-France, le 20 juin 2023.

- **L'utilisation des contreparties** : exposition d'œuvre d'art dans les locaux de l'entreprise, accès à la billetterie gratuit ou à tarif préférentiel, etc. **Les mécènes culturels, dont la moitié seule déclare demander ou utiliser des contreparties à leur don, en font bénéficier leurs collaborateurs en priorité** (70 % des entreprises mécènes de la culture en 2021), devant leurs clients et partenaires (39 %) ; 11 % préfèrent les transférer à des structures d'intérêt général qui en font bénéficier d'autres publics. Outre la visibilité sur leurs supports de communication, **les contreparties les plus fréquentes accordées par les organismes bénéficiaires relèvent de la billetterie** (43 % des contreparties utilisées par les mécènes culturels en 2021) ou de contreparties « sur mesure » (21 %) : visite exclusive d'un lieu pour les collaborateurs de l'entreprise, activités organisées pour des publics spécifiques, rencontres avec les artistes, etc. Ces éléments confirment l'intérêt du mécénat culturel pour le renouvellement des publics des établissements culturels (cf. p. 18-19) comme la volonté de nombreux chefs d'entreprise de **favoriser l'accès de leurs collaborateurs aux pratiques artistiques et culturelles**.



Source : « Focus Culture » du [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, nov. 2022, op. cit.

2.2.7 Inscrire le mécénat dans la stratégie RSE de l'entreprise

La Responsabilité sociale ou sociétale des entreprises (RSE) est définie par la Commission européenne comme « *l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes* »⁶⁷.

La RSE est devenue un élément fondamental de la stratégie des entreprises. Lorsqu'elle est menée de manière efficace et cohérente avec l'identité et les enjeux de l'entreprise, elle permet d'adresser un message fort à la fois aux clients, aux collaborateurs et à l'ensemble des parties prenantes. Son développement, qui n'est plus réservé aux grands groupes, constitue une fenêtre d'opportunité pour développer le mécénat d'entreprise. Ainsi, parmi leurs axes de progression, **29 % des entreprises mécènes en 2021 évoquent la volonté d'inscrire le mécénat dans leur stratégie RSE**⁶⁸.

Il ne faut cependant pas confondre ces deux cadres d'action, lesquels relèvent d'intentions, de réalités et de cadres juridiques différents. Autrement dit : « *le mécénat consiste à apporter son soutien, de façon désintéressée, à un projet d'intérêt général ; la RSE opère d'une stratégie d'entreprise et répond à la volonté de ses dirigeants de diminuer les impacts sociaux et environnementaux de son activité, ou tout du moins de la rendre plus acceptable* »⁶⁹. Plus précisément : « *en aucun cas, le mécénat ne peut venir compenser le manque de respect d'une*

⁶⁷ [Livre vert - Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises](#), Commission européenne, N° COM(2001) 366, juillet 2001.

⁶⁸ [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, nov. 2022, op. cit.

⁶⁹ Audition de Bruno MALECAMP, AROM, 6 juillet 2023.

obligation de gestion des risques environnementaux, sociaux et de gestion liés à l'activité de l'entreprise. La dimension volontaire de la RSE est le terrain le plus propice aux articulations vertueuses avec les actions de mécénat. Elles doivent cependant respecter aussi des principes essentiels : ne pas abuser des contreparties attendues des soutiens accordés en est un, de même que celui de ne pas transformer une association soutenue en faire-valoir. »⁷⁰

Il serait même plus à propos d'évoquer **le concept de Responsabilité territoriale des entreprises** (RTE), notion émergente qui intègre à la RSE l'enjeu du territoire, entendu comme l'organisation en commun d'un espace de vie plutôt qu'un espace délimité par la géographie. En effet, *« force est de constater que la RSE, d'une manière générale, n'est pas de nature territoriale, même si certains de ses aspects peuvent avoir une dimension spatiale de proximité ; dans une logique de RTE, l'entreprise est à l'écoute des besoins de son territoire qu'elle perçoit dans sa globalité et non seulement à travers le prisme de ses propres activités »⁷¹.*

Le mécénat et la RSE / RTE convergent vers une même finalité, celle de contribuer à la construction d'une société plus juste et plus durable par une dynamique d'engagement, portée par une préoccupation des enjeux du bien commun et un souci de conciliation de l'intérêt général et des intérêts particuliers. **La dimension « concrète » et « visible » des opérations de mécénat dans le champ culturel peut aussi répondre au désir d'association des collaborateurs à la stratégie RSE de leur entreprise :** ainsi, près de la moitié des salariés méconnaît la démarche RSE de son entreprise, et seuls 21 % des salariés sont associés à son élaboration, alors que 70 % sont volontaires pour s'impliquer davantage⁷².

La création par le Conseil régional, au printemps 2023, d'une « Charte francilienne pour l'engagement citoyen des entreprises »⁷³ à destination des acteurs économiques lauréats d'une aide régionale, pourrait venir en appui de cette mobilisation : **le Ceser propose qu'un axe relatif au mécénat culturel soit développé dans le cadre de l'offre de service aux entreprises concernées par cette Charte,** puis transcrit dans le modèle de compte-rendu d'exécution et intégré dans la stratégie de valorisation des bonnes pratiques inscrite dans la délibération régionale.

2.3 Pour les collectivités territoriales, les élus et les habitants

2.3.1 Compléter les budgets publics consacrés à la culture et au patrimoine

Les élus locaux manifestent un intérêt croissant pour le recours au mécénat, dans **une situation générale de raréfaction de l'argent public nourrie d'un recul de l'autonomie fiscale des collectivités territoriales,** alors que les sollicitations se multiplient et, dans le domaine du patrimoine, les charges d'entretien des propriétés publiques s'accroissent. La décision du Conseil départemental de l'Essonne de créer une fondation s'inscrit dans ce contexte (cf. chapitre 3.3 p. 37-38). Et l'Association des maires d'Île-de-France (AMIF) témoigne d'une vraie demande des élus du bloc communal⁷⁴, au vu des budgets requis pour boucler le budget de certains projets.

Le mécénat n'est d'ailleurs pas réservé à des organismes bénéficiaires relevant du secteur privé (associations et fondations en tête) ; ainsi **la part des établissements et structures publiques bénéficiaires des opérations de mécénat s'accroît-t-elle régulièrement** pour atteindre près d'un tiers des bénéficiaires au plan national en 2020 (+ 4 points par rapport à 2019)⁷⁵.

⁷⁰ Tribune collective : « Le mécénat d'entreprise : un levier sûr et efficace de partage de valeurs », Revue Lamy Droit des affaires, supplément au n° 196 : *Mécénat et RSE : la grande confusion ?*, Lamy Liaisons, octobre 2023.

⁷¹ [Dynamiques collectives de transitions dans les territoires](#), étude-action réalisée par Le Labo de l'économie sociale et solidaire sous le pilotage d'Odile KIRCHNER, ancienne déléguée interministérielle à l'économie sociale et solidaire, janvier 2021.

⁷² [Enquête de l'Observatoire Salariés et entreprises responsables](#), 4^{ème} édition, réalisée par Des Enjeux et des Hommes avec ekodev, en partenariat avec l'institut Occurrence, janvier 2020.

⁷³ [Délibération n° CP 2023-142 – Charte francilienne pour l'engagement citoyen des entreprises](#), adoptée par la commission permanente du Conseil régional d'Île-de-France le 29 mars 2023

⁷⁴ [Comment les communes peuvent-elles d'appuyer sur le mécénat pour financer la rénovation de leur patrimoine ou leurs projets culturels ?](#), compte-rendu de la séance de la commission Culture et patrimoine de l'Association des maires d'Île-de-France du 17 novembre 2022.

⁷⁵ [Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Édition 2022](#), Admical, nov. 2022, op. cit.

Cette progression confirme l'intérêt grandissant de leurs dirigeants pour des formes de financements articulant ressources publiques et privées.

De plus en plus de collectivités mettent en place des stratégies nouvelles pour développer le mécénat d'entreprise :

- qu'elles soient internalisées, en se dotant d'une structure propre de gestion : à titre d'illustration, Metz Mécènes Solidaires, Fondation territoriale de la Vienne ou, en Île-de-France, la Fondation Essonne Mécénat, créée à l'initiative du Conseil départemental de l'Essonne (cf. chapitre 3.3 p. 37-38),
- ou qu'elles s'appuient sur des partenaires, par exemple avec les souscriptions locales organisées par la Fondation du patrimoine (voir le chapitre 3.1 p. 30 à 32).

Pour Arnaud PÉRICARD, vice-président de l'AMIF en charge de la culture et du patrimoine : « **Le mécénat est un bon dispositif complémentaire à l'action publique ; il faut penser en termes de réussites collectives** »⁷⁶. Le maire de Saint-Germain-en-Laye (Yvelines) cite en exemple la reconstruction du Grand bassin du domaine national de Saint-Germain-en-Laye (propriété de l'État), dont le plan de financement (État, Région Île-de-France, Département des Yvelines et Ville de Saint-Germain-en-Laye) a pu compter sur quelques grands mécènes (Suez) mais aussi les apports d'entreprises locales et d'habitants.

Une proposition de loi d'initiative sénatoriale⁷⁷, en cours d'examen par l'Assemblée nationale, vise d'ailleurs à faciliter le recours des Sociétés publiques locales (SPL) au mécénat culturel d'entreprise, dans le cadre juridique existant fixé par le CGI :

- en supprimant la condition de présence de l'État (ou d'un établissement public de l'État) dans l'actionnariat des sociétés concernées par le régime fiscal du mécénat : ainsi, les SPL constituées uniquement de collectivités locales et de leurs établissements publics deviendraient-elles éligibles au mécénat d'entreprise,
- en complétant la liste des activités d'intérêt général éligibles au régime fiscal du mécénat (cf. p. 6) pour y ajouter « *l'accès du public au patrimoine* » et « *la gestion d'un musée de France* », objet confié à plusieurs SPL sur le territoire dans leurs missions culturelles ou de soutien à l'attractivité touristique.

2.3.2 Développer la coopération entre les forces vives du territoire

Le mécénat ne représente pas qu'une modalité de financement : **c'est un levier de développement local et une source d'investissement pour enrichir l'offre culturelle du territoire** au service des habitants. La restauration, l'entretien et la mise en valeur des monuments (bâtiments et abords, parcs, etc.) qui présentent un intérêt historique ou artistique, répondent souvent à des demandes des citoyens ou d'associations locales, soucieux de l'engagement de la puissance publique dans l'amélioration de l'environnement dans lequel ils vivent.

« *Pour la collectivité, selon Arnaud PÉRICARD, c'est aussi faire la preuve de sa capacité à mobiliser et à faire consensus autour de projets d'intérêt général* ». Le mécénat contribue ainsi à **faire émerger des modèles coopératifs et participatifs**, reconfigurant les projets culturels avec la participation des acteurs économiques et des citoyens.

Les acteurs partagent des enjeux de développement local, de proximité, d'équité territoriale et d'accès à tous aux pratiques culturelles, qui peuvent s'incarner dans le choix des contreparties, directes ou indirectes (cf. p. 8) : par exemple, le financement de billets gratuits ou à tarifs réduits pour des publics éloignés de la culture.

⁷⁶ Audition d'Arnaud PÉRICARD, maire de Saint-Germain-en-Laye, conseiller départemental des Yvelines et vice-président de l'Association des maires d'Île-de-France en charge de la culture et du patrimoine, par la commission Culture et communication du Ceser Île-de-France, le 3 octobre 2023.

⁷⁷ [Proposition de loi visant à développer l'attractivité culturelle, touristique et économique des territoires via l'ouverture du mécénat culturel aux sociétés publiques locales](#), op. cit.

2.4 Pour les acteurs du tourisme

Le mécénat d'entreprise et l'organisation de souscriptions auprès des particuliers participent au **renouvellement de l'intérêt des habitants pour les espaces d'attractivité culturelle de proximité**. Selon les responsables de la Fondation Essonne Mécénat : « *Les opérations de dévoilement ou d'inauguration sont autant d'occasions de manifester la fierté des entreprises auprès de leurs salariés et partenaires. Le patrimoine agit comme un « objet relationnel » avec le territoire et ses acteurs et le mécénat participe à renforcer son attractivité*⁷⁸ ».

Élus locaux et acteurs du tourisme perçoivent, dans la structuration d'une politique d'appel au mécénat d'entreprise, l'occasion de **générer des financements complémentaires pour valoriser des sites culturels, développer leur attractivité et l'offre touristique liée à ces sites**⁷⁹. Le dispositif de subvention des projets touristiques par la Région Île-de-France montre ses limites avec la sous-consommation chronique des budgets annuels du Fonds régional de soutien au tourisme (FST), plaidant pour la création de nouveaux modes complémentaires et innovants de soutien aux acteurs du tourisme. C'est aussi l'opportunité de **renforcer les liens entre les entreprises locales, particulièrement les TPE-PME et les acteurs du tourisme implantés sur le territoire régional**.

La fusion entre le Comité régional du tourisme (CRT) et l'Agence de développement économique *Choose Paris Region*, mise en œuvre par le Conseil régional d'Île-de-France à l'été 2023⁸⁰, peut représenter une opportunité pour encourager le mécénat d'entreprise, sous réserve de **développer une vision commune, partagée, sur la place du mécénat dans la politique d'attractivité régionale**. Cette vision gagnerait à être portée par une cellule dédiée au sein de la nouvelle entité et travaillée en transverse avec les différents services et organismes régionaux concernés.

2.5 Pour une « déontologie » de la relation mécénale

La structuration d'une politique publique de soutien au mécénat d'entreprise a fait débat dès l'adoption de la loi « Aillagon » en 2003 : certains considèrent que le mécénat est une forme de solidarité et d'engagement citoyen, en faveur de l'intérêt général, d'autres soupçonnent que le mécénat est un prétexte pour réduire les subventions publiques qui garantissent la pluralité et la qualité des projets.

Vingt ans après, **le bilan de l'application de la loi « Aillagon » montre que « le mécénat accompagne les politiques publiques de l'État et des collectivités territoriales, mais ne les remplace pas**⁸¹ ».

Pour Admical, **le mécénat ne constitue pas « une niche fiscale [...] puisqu'il augmente les ressources des acteurs de l'intérêt général, non celles des mécènes** (le mécénat reste une dépense pour l'entreprise). » Autrement dit : « *en favorisant le mécénat, l'État a accepté de ne plus avoir le monopole de l'intérêt général, et de partager le financement du bien commun avec les personnes privée, entreprises et particuliers*⁸² ».

Sur le terrain, les responsables de la Fondation Essonne Mécénat témoignent que « *le mécénat a permis une plus grande acceptabilité dans la prise de décision en diminuant le « reste-à-charge » à rechercher, mais il n'empêche pas la collectivité d'investir : les élus ont bien saisi l'attachement des Français à leur patrimoine et l'importance de leur offrir un cadre de vie préservé* ».

S'il ne faut pas nier les cas marginaux de dérive ou de détournement du mécénat pour servir d'autres objectifs, qui « *abîment la confiance* » selon Admical, « *ils ne sont pas du tout représentatifs de ce qui se fait sur les territoires*⁸³ ». **Le risque d'optimisation fiscale d'une part, ou de censure des**

⁷⁸ Audition de Brigitte VERMILLET et de Fanny MALVEZIN, Fondation Essonne Mécénat, le 6 juillet 2023.

⁷⁹ Contribution de la commission Tourisme du Cese Île-de-France.

⁸⁰ [Délibération n° CR 2023-022 – Projet de fusion-absorption du Comité régional du tourisme au sein de Choose Paris Region](#), adoptée par le Conseil régional d'Île-de-France le 24 mai 2023.

⁸¹ Audition de Laurent ROTURIER et Carole SPADA, DRAC Île-de-France, le 22 juin 2023.

⁸² Source : [site internet de l'association Admical](#), consulté le 9 novembre 2023.

⁸³ Audition de Yann QUEINNEC, Admical, le 6 avril 2023.

œuvres d'autre part, apparaît très limité dans le contexte qui intéresse ce rapport : il s'agit de dons de faible montant, pour des projets locaux et les sollicitations sont souvent inverses (ce sont les acteurs culturels et les élus qui démarchent les entreprises) ; **une vigilance particulière sur les enjeux éthiques doit néanmoins s'exercer**, au regard des possibilités ouvertes de dérives.

Plus il y aura d'entreprises mécènes, plus le risque de dépendance des bénéficiaires et d'orientation des projets par les donateurs privés se réduira : il y a donc tout intérêt à encourager la démocratisation et la territorialisation du mécénat. C'est bien la faible participation des entreprises au mécénat, concentré sur les seules grandes entreprises, qui renchérit la concurrence entre les bénéficiaires potentiels.

Les auditions réalisées par le Ceser convergent pour exprimer **le besoin d'une communication positive sur l'impact des opérations de mécénat pour le territoire**, en donnant la parole aux bénéficiaires finaux de l'action mécénée plutôt qu'aux organisations ou aux mécènes donateurs : c'est la parole la plus concrète et démonstrative – et la moins potentiellement biaisée aux yeux du grand public. La Région Île-de-France pourrait y participer : le Ceser propose de **promouvoir des projets culturels locaux cofinancés par le mécénat de proximité dans la communication et les publications régionales**.

Pour créer la confiance, *« l'enjeu de la gouvernance des opérations de mécénat est essentiel : pour éviter les déconvenues, les incompréhensions et sortir des représentations, pour travailler à la mise en relation des mécènes et des bénéficiaires, pour s'assurer que chacun se sente représenté et pris en compte, il faut coconstruire et partager la décision »*⁸⁴.

De nombreuses organisations bénéficiaires et leurs mécènes appliquent d'ores et déjà ces principes. Les relations entre l'Opéra de Massy et l'AROM illustrent ces précautions partagées :

- L'association des mécènes ne participe pas à la gouvernance de l'Opéra de Massy – et réciproquement. Ainsi, l'AROM n'intervient pas sur la politique de l'Opéra de Massy (programmation, politique tarifaire, etc.). Et c'est le Conseil d'administration de l'AROM qui décide de la stratégie de mécénat, des actions et formats qu'elle met en œuvre, en fonction des besoins et opportunités ;
- Une convention d'engagements réciproques encadre de manière très précise les rapports entre les deux parties, en particulier les flux financiers strictement limités à l'achat de prestations (par exemple la « commande » de représentations passée par l'AROM à l'Opéra de Massy, dans le cadre de l'action itinérante « Bus Opéra » financée par le mécénat).

Pour accompagner cette « déontologie du mécénat », le ministère de la Culture propose une Charte du mécénat culturel⁸⁵ (cf. annexe 2 p. 51) qui s'adresse à tous les acteurs du mécénat, qu'ils soient mécènes ou bénéficiaires, pour les aider à :

- clarifier leur approche du mécénat (par rapport au parrainage, notamment),
- respecter les règles et les bonnes pratiques en la matière,
- consolider et sécuriser leur relation partenariale et leurs engagements respectifs,
- promouvoir une vision éthique et déontologique de cette relation,
- se positionner comme un acteur responsable.

Dans le prolongement de cette initiative, les organisations faisant appel à la générosité publique, réunies au sein de la Coordination générosités, ont lancé en octobre 2022 **une Charte de déontologie du mécénat d'entreprise**⁸⁶, construite autour d'une exigence de respect mutuel entre mécène et porteur de projet.

⁸⁴ Audition de Yann QUEINNEC, Admical, le 6 avril 2023.

⁸⁵ [Charte du mécénat culturel](#), 3^{ème} édition, ministère de la Culture, juillet 2020.

⁸⁶ [Charte de déontologie du mécénat d'entreprise](#), Coordination générosités (Admical, Comité de la Charte du don en confiance, Les entreprises pour la cité, Le Mouvement associatif, France générosités, Institut des dirigeants d'associations et de fondations, Association française des fundraisers, IDEAS, Centre français des fonds et fondations), octobre 2022.

Le Ceser constate un intérêt convergent pour le mécénat :

- **des entreprises, qui bénéficient d'un contexte social, fiscal, et légal favorable, et peuvent trouver dans le mécénat un levier de valorisation de leur utilité sociale auprès de leurs collaborateurs et de leur écosystème,**
- **des acteurs culturels et du patrimoine, publics et privés, pour lesquels le mécénat représente un potentiel de diversification de leurs ressources et l'occasion d'approcher de nouveaux publics comme de s'adjoindre de nouvelles compétences,**
- **et des élus des collectivités territoriales, pour lesquels le mécénat permet de faire vivre les biens communs culturels au bénéfice des habitants.**

Les expériences menées par des acteurs franciliens du mécénat (en Essonne, Seine-et-Marne, Seine-Saint-Denis et dans les Yvelines) documentent des pistes pour inspirer la structuration d'une politique régionale de soutien au développement du mécénat d'entreprise en faveur des politiques publiques culturelles.

3 Expériences inspirantes pour l'action publique en Île-de-France

3.1 Associer les entreprises et les citoyens à la réhabilitation du patrimoine en péril : l'expérience de la Fondation du patrimoine en Île-de-France

La Fondation du patrimoine présente la forme juridique originale d'une fondation privée créée par la loi en 1996⁸⁷ (dont les dispositions, plusieurs fois modifiées pour actualiser la gouvernance et les outils d'intervention de la Fondation, ont depuis été insérées dans le code du patrimoine⁸⁸).

Initialement conçue en vue de mobiliser des moyens de financement nouveaux pour favoriser la réhabilitation du patrimoine rural non protégé au titre des Monuments historiques, **l'action de la Fondation s'est progressivement élargie et concerne désormais tous les territoires (y compris l'outre-mer) et tous les types de patrimoines :**

- patrimoine bâti : musées, théâtres, demeures, lieux de culte, monuments aux morts, moulins, fabriques, fontaines, ouvrages d'art, etc.,
- patrimoine naturel : parcs et jardins, paysage, milieux naturels, espèces en danger et biodiversité,
- patrimoine mobilier : tableaux, statuaire, tapisseries, etc.,
- patrimoine industriel et de transport,
- patrimoine immatériel : savoir-faire, archives, lieux de mémoire, etc.

Le fonctionnement de la Fondation repose sur un partage de compétences et de responsabilités entre un réseau de 950 bénévoles et une équipe de 80 permanents salariés répartis sur toute la France, complétée par des jeunes volontaires en Service civique, des stagiaires et des collaborateurs dans le cadre de conventions de mécénat de compétences. **En Île-de-France, la Fondation est représentée au niveau régional et dans chacun des huit départements**, maillés par un réseau de 48 bénévoles épaulés par trois chargés de mission et trois collaborateurs mis à disposition par des entreprises mécènes.

Le label de la Fondation du patrimoine

La loi permet à la Fondation du patrimoine de délivrer un label aux propriétaires privés (particuliers ou société civile immobilière) d'un site bâti ou non-bâti non protégé et non classé, pour la conduite d'un programme de travaux extérieurs (façade, toiture, menuiseries extérieures, etc.) destiné à en favoriser la conservation ou la mise en valeur.

Pour être éligible, ce bien doit présenter des qualités architecturales ou paysagères distinctives et être situé dans une commune de moins de 20 000 habitants, dans un site patrimonial remarquable⁸⁹ ou un site classé au titre du code de l'environnement. Le label n'entraîne pas l'obligation d'ouvrir le bâtiment labellisé au public ; en revanche, celui-ci doit impérativement être visible, pour l'essentiel, depuis la voie publique.

Le programme de travaux doit être validé par un architecte des Bâtiments de France relevant d'une Unité départementale de l'architecture et du patrimoine (UDAP), service déconcentré du ministère de la Culture. Le propriétaire est libre du choix de l'entrepreneur qui réalisera les travaux, dès lors que les prescriptions de l'architecte des Bâtiments de France sont respectées. Le label est attribué pour cinq ans au cours desquels les bénévoles de la Fondation et l'architecte des Bâtiments de France peuvent effectuer des visites pour valider les résultats des travaux.

L'attribution du label permet au propriétaire de bénéficier d'une déduction fiscale à hauteur de 50 % du montant des travaux et d'une aide financière de la Fondation du patrimoine à hauteur de 2 % de la valeur des travaux.

⁸⁷ [Loi n° 96-590 du 2 juillet 1996 relative à la « Fondation du patrimoine »](#), JORF du 3 juillet 1996.

⁸⁸ Code du patrimoine, [art. L143-1 à L143-15](#).

⁸⁹ Au sens de la [loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine](#)

Reconnue d'utilité publique, la Fondation offre aux porteurs de projets et aux donateurs (particuliers, entreprises, fonds de dotation et d'autres fondations), une garantie de sécurité et une transparence financière. **En un peu plus de vingt ans d'existence, elle est devenue un acteur central de la générosité publique en faveur du patrimoine** : depuis 1996, la Fondation a accompagné plus de 35 000 projets de restauration (en 2022 : 1 936 sites soutenus et 45 000 donateurs mobilisés).

En complément de la délivrance d'un agrément fiscal (cf. encadré p. 30), la Fondation mobilise plusieurs formes d'intervention pour accompagner les propriétaires publics et privés :

- **L'organisation de collecte de dons** : collectivités locales, organismes publics, associations non lucratives et particuliers propriétaires peuvent demander le lancement d'une collecte de dons auprès de la Fondation du patrimoine. La collecte permet de compléter le plan de financement d'un projet de restauration (en moyenne 15 % du plan de financement). Au-delà de la mobilisation de fonds, l'organisation de la campagne d'appel au don permet de réunir et fédérer « le grand public » autour du projet : habitants, nouveaux arrivants, touristes, acteurs économiques locaux, associations... Tous les types de patrimoine peuvent être aidés, qu'ils soient ou non déjà protégés au titre des Monuments historiques. Les donateurs bénéficient d'une réduction d'impôt dans le cadre des dispositions du CGI (cf. p. 9). Le montant collecté est versé au propriétaire à la fin des travaux, une fois leur qualité et leur conformité certifiées en concertation avec les architectes des Bâtiments de France ;
- **L'appel au mécénat d'entreprise** : des partenariats sont noués dès le début des années 2000 avec quelques grands groupes, rejoints par de nombreux « grands mécènes » à la faveur de la visibilité offerte à la mission d'intérêt général de la Fondation avec le lancement de la « Mission Bern » en 2017, puis l'émotion née de l'incendie de la cathédrale Notre-Dame de Paris en avril 2019. Ce mécénat d'entreprise s'organise de trois manières possibles : des programmes thématiques nationaux, la participation directe d'une entreprise à une collecte particulière et la participation à un club de mécènes (cf. p. 33-34) ;
- **Des aides sur fonds propres**, constitués de dons et de subventions des collectivités territoriales et de l'attribution annuelle par l'État d'une fraction du produit des successions en déshérence. Ils permettent, outre le fonctionnement de l'institution, le financement du label, l'abondement de certaines collectes et la participation à la dotation de prix et concours.

Dans tous les cas, « *la participation de la puissance publique fait partie des critères d'approche des dossiers proposés à la Fondation* », comme le précise le délégué régional Île-de-France de la Fondation⁹⁰.

La mission « Bern » et le « loto du patrimoine »

En 2017, le président de la République confie à Stéphane Bern une mission d'identification des sites patrimoniaux en très grande fragilité et le charge de proposer des financements innovants pour participer à leur sauvetage. Chaque année, depuis 2018, 118 sites régionaux et départementaux (soit plus de 700 sites à ce jour dont 53 en Île-de-France) sont sélectionnés pour recevoir des subventions issues des recettes du « loto du patrimoine » et des jeux « Mission patrimoine », portés par la Française des jeux. Ces fonds sont confiés en gestion à la Fondation, qui peut organiser, si nécessaire, des collectes d'accompagnement en lien avec les propriétaires. Cette opération rencontre un grand succès et participe à attirer l'attention du grand public sur la situation du patrimoine en péril.

Quelques projets financés dans ce cadre en Île-de-France :

- les murs à pêches de Montreuil (Seine-Saint-Denis),
- les écuries de Richelieu à Gennevilliers (Hauts-de-Seine),
- la halle John-Fitzgerald-Kennedy à Sarcelles (Val-d'Oise),
- la chapelle des hôpitaux de Saint-Maurice (Val-de-Marne), etc.

⁹⁰ Audition de Hervé LANCELOT et Geoffroy LOPIN, Fondation du patrimoine, 11 mai 2023.

Dans le prolongement de la décentralisation de l'inventaire général du patrimoine culturel de l'État vers les régions en 2004⁹¹, **le Conseil régional d'Île-de-France, conscient de la valeur du patrimoine local qui participe à la richesse du territoire et du cadre de vie de ses habitants, décide en 2016 de faire de la réhabilitation, de la sauvegarde et de la valorisation du patrimoine local une des priorités de sa politique culturelle.** De nouveaux dispositifs sont créés, avec une attention particulière aux bâtiments ou ensembles non protégés au titre des Monuments historiques « présentant un intérêt patrimonial avéré et représentatif de l'Île-de-France », incarnée par le label « Patrimoine d'intérêt régional⁹² », attribué à ce jour à 213 sites⁹³. L'attribution de ce label permet d'apporter une aide en investissement pour la restauration de ce patrimoine labellisé et une aide en fonctionnement pour sa valorisation.

Dans ce cadre, le Conseil régional lance deux initiatives :

- **un appel au financement participatif avec l'opération « Sauvons nos monuments »**, initiée conjointement avec la start-up « Dartagnans » et *Le Parisien* : deux campagnes seront organisées en 2019 et 2021,
- **un dispositif d'encouragement au mécénat populaire et d'entreprise**, avec la signature en octobre 2017 d'une première **convention de partenariat avec la délégation Île-de-France de la Fondation du patrimoine**, renouvelée en 2019 et prolongée depuis par avenants annuels⁹⁴.

Ce partenariat s'organise au profit du patrimoine non protégé au titre des Monuments historiques, de préférence localisé dans les territoires périphériques de la région. La convention signée entre la Région Île-de-France et la Fondation du patrimoine alloue un montant annuel, plafonné à 300 000 euros, à un dispositif de cofinancement permettant de verser, sur délibération du Conseil régional, une subvention à des porteurs de projet sélectionnés par la Fondation, à raison d'un euro financé par la Région pour un euro collecté par la Fondation dans le cadre des campagnes de souscription qu'elle organise, avec une limite de 30 000 euros maximum par projet.

La complexité de ce dispositif « un pour un », l'information restée partielle auprès des porteurs de projets – en particulier à cause de la crise sanitaire – l'impossibilité du cumul des aides inscrit dans la convention, la « concurrence » de fait entre ce dispositif et les aides prévues au titre du label régional aboutissent à **un succès relatif du partenariat, qui se traduit par une sous-consommation du budget alloué par la Région.** Les évolutions du périmètre d'action de la Fondation du patrimoine et de ses outils d'intervention, depuis la signature de la première convention de partenariat, et le bilan du label « Patrimoine d'intérêt régional », conduisent les partenaires à renégocier les termes de cette convention (en cours à la date de rédaction de ce rapport).

Pour le Ceser, **un effort de coordination reste indispensable pour répondre à la « profusion des patrimoines »**⁹⁵. Les actions initiées par la Région gagneraient à s'articuler dans une logique de cofinancement et d'interventions croisées, dans laquelle la puissance publique doit conserver un rôle central. Il y aurait tout intérêt à additionner efforts et compétences au service de projets communs pour infuser avec souplesse des dispositifs prenant en compte, non seulement le patrimoine, mais l'ensemble du champ culturel.

⁹¹ Art. 95 de la [loi n° 2004-809 du 13 août 2004 relative aux libertés et responsabilités locales](#), JORF du 17 août 2004.

⁹² [Délibération du Conseil régional n° CR 2017-084 du 6 juillet 2017 – Pour une politique régionale ambitieuse de valorisation du patrimoine](#), complétée des délibérations de la commission permanente [n° CP 2017-547 du 2 novembre 2017](#) précisant les modalités de mise en œuvre du label « Patrimoine d'intérêt régional » élargies par la délibération [n° CP 2018-244 du 30 mai 2018](#) qui en fixe le règlement d'intervention en vigueur.

⁹³ Source : [portail internet de la Région Île-de-France](#), consulté le 22 novembre 2023.

⁹⁴ [Délibération de la commission permanente n° 2019-316 du 3 juillet 2019](#) renouvelant la convention de partenariat entre la Région Île-de-France et la Fondation du patrimoine pour le soutien au patrimoine non protégé, prolongée par avenants [n° CP 2020-266 du 1^{er} juillet 2020](#), [n° CP 2021-261 du 22 juillet 2021](#), [n° CP 2023-186 du 5 juillet 2023](#) et [n° CP 2023-413 du 17 novembre 2023](#).

⁹⁵ MELOT, Michel. « L'inventaire général : le chemin vers la décentralisation », *L'Observatoire*, vol. 45, no. 2, 2014, pp. 10-15.

3.2 Renforcer les synergies : le mécénat collectif territorial et l'expérience des « clubs de mécènes » en Île-de-France

Selon les mots du directeur de la DRAC Île-de-France : « *La question de l'animation de réseau et de la mise en relation des mécènes et bénéficiaires potentiels est centrale*⁹⁶ ».

Les entreprises qui souhaitent se lancer dans une démarche de mécénat cherchent à identifier des projets de qualité qu'ils peuvent soutenir. Les organismes bénéficiaires, particulièrement ceux disposant de moyens limités, sont aussi en quête d'interlocuteurs pour présenter des projets au mécénat d'entreprise. Pour le vice-président de l'AMIF en charge de la culture et du patrimoine : « *En Île-de-France, les départements agissent diversement, la Région a ses propres dispositifs – et aux côtés des collectivités il y a des entreprises qui pourraient venir en soutien dans des actions de mécénat qui ne connaissent pas les projets qu'ils pourraient soutenir*⁹⁷ ! ».

Mécènes, responsables associatifs, dirigeants de fonds de dotation, chefs d'entreprises et élus locaux : les experts entendus en audition par le Ceser se rejoignent dans l'expression du besoin d'une **plateforme dématérialisée de mise en relation des entreprises et des porteurs de projets éligibles au mécénat** – à l'image de la plateforme internet développée par le ministère des Sports et le Comité d'organisation des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, à travers laquelle les entreprises, même les plus petites, peuvent apporter leur parrainage à des athlètes. Pourquoi ne pas faire de même dans le secteur culturel ?

Ce service est largement identifié comme une des conditions de la territorialisation du mécénat et de son accessibilité aux TPE-PME comme aux petites structures culturelles – les grandes entreprises et les grands établissements culturels disposant déjà de ressources propres dédiées. **Le Ceser propose que la Région, à l'appui des compétences et de l'expérience du programme Île-de-France Smart Services, réalise cette plateforme** pour encourager les partenariats entre les TPE-PME et acteurs locaux de la culture et de la valorisation du patrimoine.

L'analyse de la situation du territoire francilien (cf. p. 16) plaide pour la **structuration d'un « mécénat collectif territorial »**, forme d'action qui implique la participation de plusieurs entreprises à des projets d'intérêt général. Il vise à renforcer les liens entre les acteurs économiques et sociaux d'un même territoire, à valoriser leur engagement citoyen et à contribuer au développement local. Plusieurs formats et véhicules juridiques sont possibles pour ces regroupements : il peut s'agir d'associations, de fondations, de fonds de dotation, de clubs ou de cercles de mécènes, autour d'une thématique, d'un secteur ou d'un projet commun. **Cette forme d'action collective apparaît particulièrement adaptée aux TPE-PME compte tenu des ressources limitées qu'elles peuvent consacrer au mécénat** : pourquoi ne pas se regrouper pour gagner en efficacité, donner plus et donner mieux, « en circuit court » ? Les avantages sont multiples :

- **Miser sur l'intelligence collective** : les entrepreneurs et entreprises engagées cherchent rapidement à « *quitter leur solitude de mécène*⁹⁸ » et à trouver un cadre d'échange dans lequel ils peuvent se reconnaître, pour partager leur expérience et affiner leurs démarches ;
- **Attirer des entreprises** qui ne sont pas encore engagées dans le mécénat ;
- **Mutualiser les ressources et les réseaux pour démultiplier la force d'action sur le territoire**, au-delà de l'addition des forces de chacun, en augmentant le capital disponible pour des opérations intermédiaires ;
- **Éviter les « doublons »** et favoriser l'accès des petits projets au mécénat, en permettant notamment de **soutenir des acteurs culturels ou des propriétaires de patrimoine dans des petites collectivités dont l'activité économique est faible** ;
- **Harmoniser les pratiques** : le regard collectif et la gouvernance partagée (même peu formalisée) réduit le risque d'abus ou de confusion entre mécénat et parrainage, dans l'esprit de la *Charte du mécénat culturel* (cf. p. 29 et annexe 2 p. 51) : quelle que soit la taille des entreprises membres du club, c'est le collectif qui attribue le financement.

⁹⁶ Audition de Laurent ROTURIER et Carole SPADA, DRAC Île-de-France, le 22 juin 2023.

⁹⁷ Audition d'Arnaud PÉRICARD, AMIF, le 3 octobre 2023.

⁹⁸ Audition de Guillaume VANTHUYNE et Edgard de RICHEMONT, Crédit Agricole Île-de-France, le 13 juin 2023.

C'est pourquoi le Ceser, à l'appui des initiatives repérées dans les territoires (cf. cartographie en page suivante), encourage la Région à **soutenir l'émergence de « clubs d'entreprises mécènes »**, qu'ils soient généralistes ou thématiques, selon le territoire ou la nature des projets, **pour favoriser ces dynamiques d'engagement collectif**. Pour cela, elle peut s'appuyer sur les conventions de partenariat signées avec les chambres et organismes consulaires franciliens et les fédérations professionnelles, mais aussi sur les réseaux dont elle est à l'initiative ou dans lesquels elle est impliquée : Réseau Île-de-France Entreprises, Club ETI Île-de-France, entreprises accompagnées par l'agence de promotion et d'attractivité *Choose Paris Region*.

L'implication de la collectivité régionale dans cette dynamique permettrait également de **faire concorder ces actions avec les priorités de l'action publique**, en proposant à ces collectifs de mécènes **d'ajouter leur soutien à celui déjà apporté par la Région** (cf. p. 17) ou **de participer à des programmes à impact** en complément de la puissance publique.

Dans cet esprit, et pour structurer cette dynamique, **le Ceser engage la Région à créer, en s'adjoignant les expertises nécessaires présentes sur le territoire** (Admical, DRAC, mission Mécénat du ministère de la Culture, Centre français des fonds et fondations, etc.) **un « incubateur régional de mécénat⁹⁹ »** sous la forme d'un programme d'accompagnement des entreprises composé de sessions de formation et de partage d'expériences. Cette fonction d'incubateur pourrait être adossée au futur « *laboratoire d'innovation sociale¹⁰⁰* » annoncé dans le cadre de la réhabilitation du site Barbet-de-Jouy, propriété de la Région, en relation avec les missions de l'agence de promotion et d'attractivité régionale.



Cartographie des collectifs recensés en France par Admical, issue de la présentation de Yann QUEINNEC, délégué général de l'association, lors de son audition par la commission Culture et communication du Ceser Île-de-France, le 6 avril 2023.

⁹⁹ Pour répondre à ce besoin, Admical a lancé un « incubateur » cofinancé le ministère chargé de la Cohésion des territoires, sous la forme d'un parcours accompagné d'une durée de six à huit mois qui permet de définir pas à pas, de manière collégiale, les éléments fondateurs du futur collectif (vision, mission, fonctionnement, gouvernance, modèle économique, animation, etc.) en partant d'un diagnostic de territoire préalable. Deux projets ont été accompagnés par Admical en 2022 : la création de la « Fondation territoriale de la Vienne » avec le Conseil départemental, et le cercle de mécènes « Mece'Nantes » en Pays-de-la-Loire.

¹⁰⁰ Source : [Lifting en vue pour l'ancien siège de la région Île-de-France](#), *Les Échos*, publié le 12 mai 2023.

Le club « Mécènes du patrimoine » animé par la délégation francilienne de la Fondation du patrimoine

La Fondation du patrimoine a rapidement recherché le moyen de fidéliser ses donateurs, et plus particulièrement les entreprises. Des « cercles de grands donateurs » et des « clubs de mécènes » vont ainsi voir le jour dans les délégations territoriales les plus actives. Ils assurent une continuité de moyens non négligeables permettant d'abonder les projets soutenus par la Fondation.

Ces clubs régionaux se sont rapidement transformés en clubs départementaux, de pays, voire thématique – à titre d'illustration dans l'Orne (18 entreprises participantes), la Manche (11 entreprises), la Sarthe (12 entreprises), la Vendée (10 entreprises), etc.

La délégation francilienne de la Fondation du patrimoine anime depuis novembre 2019 un club régional qui regroupe six entreprises contributrices à hauteur de 5 à 10 000 euros annuels chacune, soit un budget collectif moyen de 30 000 euros par an pour soutenir des projets de restauration du patrimoine sur le territoire.

Le club n'a pas de statut juridique : c'est une forme d'organisation collective basée sur l'engagement des entreprises et des entrepreneurs – chaque entreprise étant par ailleurs signataire d'une convention individuelle avec la Fondation du patrimoine qui permet notamment d'encadrer les flux financiers. Chacun reste donc libre de sa participation.

La participation au club repose avant tout sur des bases affinitaires. Si le club n'a pas établi de « grille d'analyse » de candidats potentiels ou de prospects, les membres sont attachés à un certain nombre de points communs qui les rassemblent :

- des entreprises « à taille humaine » plutôt que des grands groupes, pour faire vivre « une ambiance club »,
- des chefs d'entreprise propriétaires de leurs entreprises, qui ont un intérêt réel pour la préservation et la transmission du patrimoine,
- un cercle d'entreprises équilibré, plutôt orienté PME, dont les membres peuvent se sentir « à égalité ».

La délégation régionale de la Fondation du patrimoine réunit les membres du club une à deux fois par an dans un site original et examine à cette occasion une dizaine de projets (immobiliers ou mobiliers) qu'elle a sélectionné, soumis au vote pour définir collectivement ceux pour lesquels ils souhaitent placer les fonds donnés au titre du club.

Financement du projet de restauration en intégralité :

- statue de « Buffon assis dans son fauteuil » au Jardin des Plantes (Paris 5),
- « statuette de femme » de Paul-Léonard Durrouseau au Théâtre national de Chaillot (Paris 16),
- tapisseries et mobilier de la maison-atelier du peintre Jean Lurçat (Paris 14).

Participation à des opérations de restauration ou des collectes plus larges :

- petit théâtre du château de la Roche-Guyon (Val-d'Oise),
- « Porte Dorée » du château de Fontainebleau (Seine-et-Marne),
- halle médiévale de Milly-la-Forêt (Essonne),
- grand orgue du prieuré de Sainte Mathilde à Vanves (Hauts-de-Seine),
- temple protestant du Raincy (Seine-Saint-Denis).

Comparés à ceux d'autres clubs actifs en province, les résultats du club régional Île-de-France apparaissent relativement modestes : ceci peut s'expliquer par les spécificités intrinsèques du territoire francilien (cf. p. 17) et par le nombre relativement faible des entreprises participantes, à mettre en regard des moyens disponibles de la délégation régionale de la Fondation du patrimoine pour son animation.

3.3 Intégrer le mécénat d'entreprise dans l'organisation de la collectivité territoriale : l'expérience de la Fondation Essonne Mécénat

La décision de création d'une fondation par le Conseil départemental de l'Essonne¹⁰¹ s'inscrit dans un contexte marqué par :

- **L'accroissement des charges d'entretien des domaines publics propriétés du Département**, dont un certain nombre de sites d'intérêt patrimonial majeur : les domaines de Chamarande, de Méréville, de Misery ou de Montauger, ou encore la Maison-atelier Foujita, le musée français de la Photographie à Bièvres, etc. ; or, le modèle de la collecte « un bien : une souscription » (cf. p. 31) apparaissait insuffisamment adapté au volume des investissements à consentir et à leur durée qui peut s'étaler sur une dizaine d'années ;
- **La situation particulière du Domaine de Méréville**, acheté par la collectivité en 2000 en échange avec les élus locaux et avec l'appui du ministère de la Culture pour le sauver d'un projet de transformation en complexe hôtelier de luxe : l'accord trouvé en 2015 par la majorité départementale pour engager sa rénovation reposait sur **un engagement à rechercher un mode de financement innovant pour l'entretenir et le rouvrir au public**, et ce de manière pérenne ;
- **Des études qui ont révélé la faible fréquentation du patrimoine essonnien par les habitants** du département : l'exécutif élu en 2015 cherche alors à mettre en œuvre une politique de soutien au patrimoine qui favorise son appropriation par les Essonnais.

Le Département s'est rapproché de la Fondation du patrimoine pour créer une fondation départementale « abritée » (cf. p. 7), lancée en juin 2017 sous le parrainage de Stéphane Bern. Administrée par un comité exécutif composé de sept élus départementaux, dont le président du Conseil départemental, d'un représentant de la Fondation du patrimoine et d'une personnalité qualifiée (architecte des Bâtiments de France), la Fondation repose sur une petite équipe rattachée aux services du Département.

La Fondation peut ainsi percevoir des dons (de 10 à plusieurs dizaines de milliers d'euros) de particuliers ou d'entreprises mais aussi bénéficier de mécénat de compétences (ingénierie / conseil en complément de l'intervention des équipes du Département). **Essonne Mécénat oriente sa prospection vers les PME du territoire départemental.** Les donateurs ont le choix d'une contribution fléchée sur un projet ou un site, ou d'un don au titre de la Fondation qui utilise les fonds récoltés selon les priorités définies par le conseil exécutif d'Essonne Mécénat et les besoins/avancées des projets en accord avec la volonté du mécène. La Fondation a récemment engagé un travail sur une nouvelle grille de contreparties pour les donateurs : visite de site, visite de chantier, cadeau lié à la nature du projet mécéné, prêt d'une œuvre d'art du Fonds départemental d'art contemporain, etc. en fonction du montant de leur don.

Depuis son lancement, Essonne Mécénat a permis de « lever » un peu plus de 500 000 euros pour trois projets terminés sur cinq engagés, ce qui représente en moyenne **10 à 15 % de leur plan de financement** :

- la restauration du jeu de l'oie du Domaine départemental de Chamarande, dont il ne reste que trois exemplaires de ce type en France, rouvert au public en juin 2018,
- le « pont potager », une des anciennes « fabriques paysagères » du Domaine de Méréville, inauguré à l'occasion des Journées du patrimoine en 2022,
- le « Pont aux boules d'or », recréé par l'artiste Jean-Michel Othoniel d'après les plans originaux du Domaine de Méréville, inauguré en juin 2023 (voir aussi p. 23),
- un nouvel espace muséal et l'acquisition de cinq œuvres pour la maison-atelier Foujita,
- la restauration hydro-écologique des bassins et miroirs d'eau de Méréville, qui doit s'achever fin 2023 et qui préfigurerait le début du chantier de restauration du château à partir du 1^{er} trimestre 2024 (projet qui fera également l'objet d'une souscription publique).

¹⁰¹ Audition de Brigitte VERMILLET et de Fanny MALVEZIN, Fondation Essonne Mécénat, le 6 juillet 2023.

L'initiative a inspiré d'autres services du Département dans la recherche de partenaires : hors du champ de la Fondation, la collectivité a noué des partenariats d'entreprise au service de sa politique culturelle – par exemple le festival « Essonne en scène » accueilli dans le parc du Domaine de Chamarande. Pour Brigitte VERMILLET, vice-présidente du Conseil départemental de l'Essonne en charge du patrimoine, de la stratégie et la valorisation des Domaines départementaux, présidente de la Fondation Essonne Mécénat : *« ces partenaires peuvent aussi se retrouver demain dans le cadre de la Fondation : c'est un cercle vertueux qu'il s'agit de nourrir à partir de toutes les opportunités qu'offrent l'action publique de la collectivité ».*

La décision du Conseil départemental de se doter d'un véhicule juridique autonome, bien qu'elle ne s'imposât pas juridiquement puisque les collectivités territoriales ont la capacité de collecter des fonds en propre (cf. p. 6) pour financer des projets d'intérêt général, est perçue comme source d'équilibre : **il garantit aux donateurs une certaine « étanchéité » avec les décisions du Conseil départemental – mais pour des projets qui sont bien priorités par l'assemblée départementale.** *« Cette distinction permet aussi de bien séparer les relations entre la Fondation perceptrice de dons d'entreprises locales, et le Conseil départemental en tant qu'acheteur public ou attributaire de subventions¹⁰² »,* précise Fanny MALVEZIN, directrice du mécénat et des partenariats du Département de l'Essonne.

Le choix de statut de fondation « abritée » par la Fondation du patrimoine a permis à Essonne Mécénat *« de profiter de bénéficier d'un accompagnement technique, d'une sécurité juridique, d'un cadre d'échange de pratiques, mais aussi de s'associer la crédibilité et la légitimité d'une institution déjà reconnue ».* Cet appui (par ex. pour l'émission des reçus de dons pour les petits donateurs) permet à Essonne Mécénat de se concentrer sur la prospection et la relation aux entreprises mécènes. *« La collectivité ne regrette pas ce choix, malgré des frais de gestion qui, bien que raisonnables en comparaison avec d'autres dispositifs intermédiés, ne sont pas neutres dans le budget de la Fondation et qu'il a fallu expliquer aux élus départementaux. »*

Le Département de l'Essonne identifie, parmi les leviers du développement du mécénat des entreprises franciliennes, **un appui de la Région, chargée de la compétence « Développement économique », pour informer et mobiliser le tissu économique régional en faveur d'un dispositif « gagnant/gagnant ».**

3.4 Accompagner les bénéficiaires, les élus et les entreprises : l'expérience de l'agence IngénierY

Les conseillers culturels de la DRAC ou les services des UDAP dans le champ patrimonial peuvent accompagner les associations, les collectivités et les propriétaires de biens patrimoniaux dans le montage de financement ; cette expertise ne peut néanmoins pas répondre à toutes les demandes. Selon sa directrice, la Fondation Essonne Mécénat est par exemple *« très régulièrement sollicitée par des associations essonniennes voire par d'autres services du Département ; elle ne peut pas répondre à tout mais cette expérience témoigne autant d'une motivation des collectivités et des associations, que d'un besoin d'ingénierie grandissant¹⁰³ ».*

En particulier, **les petites structures, publiques ou privées, ne disposent pas d'une surface suffisante ou des ressources nécessaires pour prospecter des entreprises et capter des fonds issus du mécénat.** Du côté des maires franciliens, *« le morcellement des aides et le manque de lisibilité des dispositifs de soutien proposés par les collectivités rend leur accès difficile. [...] L'argent se fait rare et réunir des budgets nécessitent aujourd'hui une ingénierie plus fine dans laquelle le mécénat a sa part¹⁰⁴ ».*

¹⁰² Voir le décryptage juridique proposé par Admical dans le [Guide Mécénat et collectivités – Mobilisez les mécènes de votre territoire !](#)

¹⁰³ Audition de Brigitte VERMILLET et de Fanny MALVEZIN, Fondation Essonne Mécénat, le 6 juillet 2023.

¹⁰⁴ Audition d'Arnaud PÉRICARD, AMIF, le 3 octobre 2023.

À l'occasion de la conférence pour les financeurs de la culture en Île-de-France, coorganisée par la DRAC et l'AMIF en mai 2023¹⁰⁵, Joséphine KOLLMANNBERGER, vice-présidente du Conseil départemental des Yvelines déléguée à la culture, a présenté les services de l'agence départementale « IngénierY ». Rattachée aux services départementaux, elle accompagne aujourd'hui plus de 76 communes rurales, qui n'ont pas accès à l'ingénierie nécessaire, dans le montage de leurs dossiers afin de bénéficier d'aides dans leurs projets de restauration du patrimoine¹⁰⁶.

Selon l'AROM¹⁰⁷, ce type de soutien en ingénierie répondrait aussi aux enjeux de la recherche de mécènes, en **aidant les structures concernées à bien qualifier leurs besoins, à adapter leurs démarches et demandes au tissu économique local à partir d'un diagnostic territorial**. Pour l'AMIF, il serait par ailleurs fort utile pour favoriser la coordination des interventions des acteurs publics et privés.

C'est pourquoi **le Ceser recommande à la Région Île-de-France de financer des postes « d'assistants culturels territoriaux » pour accompagner le développement et consolider les actions portées par les structures culturelles publiques et privées du territoire** – particulièrement dans les zones rurales et de grande couronne, moins bien dotées.

3.5 Développer le mécénat de compétences dans la fonction publique territoriale : l'expérience du Département de Seine-Saint-Denis

Dans le secteur public, le mécénat de compétence est moins connu et moins utilisé ; pourtant, quelques collectivités territoriales commencent à y recourir, que ce soit pour accueillir des collaborateurs d'entreprise en soutien de leurs politiques publiques – ou pour mettre à disposition leurs propres agents auprès d'organismes à but non lucratif pour la réalisation de leurs missions d'intérêt général, en résonnance avec les compétences exercées par la collectivité.

Dans un cas comme dans l'autre, **une vigilance particulière est requise quant aux situations de conflit d'intérêt potentiel** lors de la mise à disposition du salarié d'entreprise vers la collectivité, ou de la collectivité vers l'organisme bénéficiaire.

La mise à disposition directe auprès de la collectivité n'est pas clairement encadrée, mais des coopérations sont possibles. Ainsi, la Ville de Saint-Germain-en-Laye a adhéré à l'association « Culture en Laye », lancée au printemps 2022, dont l'objectif est d'organiser des actions de soutien aux publics éloignés notamment par la distribution de billets à tarifs réduits pour des événements culturels locaux (« Opéra en plein air », festivals « Concerts en Laye majeur » et « Saint-Germain en live », inscriptions au conservatoire de musique, etc.) financés à partir d'actions et de fonds issus du mécénat. Sa forme juridique d'association loi de 1901 a permis à cette structure de bénéficier d'un mécénat de compétences de la BNP pour réaliser ses missions. Pour le maire, *« l'appui d'un collaborateur expérimenté, que ce soit pour le management d'équipe ou de projets culturels, représente une vraie "valeur ajoutée" pour l'association et pour le territoire »*¹⁰⁸.

La mise à disposition de fonctionnaires auprès d'organismes à but non lucratif, dans les conditions du mécénat de compétences, s'inscrit dans le cadre d'une expérimentation de politiques publiques lancée pour cinq ans par la loi dite « 3DS » adoptée en février 2022¹⁰⁹.

¹⁰⁵ [Les financeurs de la culture à la rencontre des projets communaux](#), *Le Journal du Grand Paris*, publié le 25 mai 2023.

¹⁰⁶ Voir le [site internet de l'agence IngénierY](#), consulté le 16 novembre 2023.

¹⁰⁷ Audition de Bruno MALECAMP, président de l'AROM, le 6 juillet 2023.

¹⁰⁸ Audition d'Arnaud PÉRICARD, maire de Saint-Germain-en-Laye, le 3 octobre 2023.

¹⁰⁹ Art. 209 de la [loi n° 2022-217 du 21 février 2022 relative à la différenciation, la décentralisation, la déconcentration et portant diverses mesures de simplification de l'action publique locale](#), JORF du 22 février 2022, précisé par le [décret n° 2022-1682 du 27 décembre 2022](#) et la [circulaire interministérielle du 19 juillet 2023](#) relatifs à l'expérimentation de la mise à disposition de fonctionnaires dans le cadre d'un mécénat de compétences.

En la matière, **le Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis avait mené une expérience innovante : le programme « Agent-e-s solidaires »**¹¹⁰ lancé en octobre 2020, offre la possibilité à tous les agents, quel que soit leur statut (fonctionnaire, contractuel, apprenti ou stagiaire), leur catégorie et leur cadre d'emploi, de s'engager jusqu'à deux jours par mois avec maintien de salaire, au service d'associations du territoire conventionnées avec le Département (à l'exception des associations œuvrant dans les champs culturel et politique). En échange, l'association s'engage à accueillir et former ces « agents solidaires ». Pour Stéphane TROUSSEL, président du Conseil départemental : *« ce dispositif permet de répondre non seulement aux besoins de renforts humains des associations sur le territoire, mais aussi au fort désir d'engagement des agents du département »*¹¹¹.

Le dispositif d'expérimentation né de la loi « 3DS » et de ses textes d'application agrément de règles spécifiques le régime de droit commun du mécénat de compétences :

- Ainsi, les fonctionnaires de la fonction publique de l'État et de la fonction publique territoriale entrant dans le champ de cette expérimentation peuvent être mis à disposition pour la conduite ou la mise en œuvre de projets d'intérêt général, sous réserve que ceux-ci répondent à leurs missions statutaires : si cette disposition peut être considérée comme une forme de protection des agents concernés, elle conditionne grandement le choix de la mission qui fait l'objet de la mise à disposition ;
- Cette forme de mise à disposition est soumise à contrôle préalable dans les mêmes conditions que celles effectuées à l'occasion du départ d'un fonctionnaire vers le secteur privé¹¹² et peut donc, selon l'emploi occupé par le fonctionnaire, être étudiée par la Haute autorité pour la transparence de la vie publique ;
- La liste des organismes pouvant bénéficier de ce dispositif est à ce jour limitée par la réglementation (œuvres ou organismes répondant à la définition inscrite dans le CGI, cf. p. 6, ainsi que les fondations et associations reconnues d'utilité publique – les fondations d'entreprise sont exclues) ; pour les organismes de droit privé, seuls ceux contribuant à la mise en œuvre d'une politique publique et pour l'exercice des seules missions de service public qui leur sont confiées, peuvent bénéficier de ce cadre expérimental ;
- Cette forme expérimentale de mise à disposition ne peut excéder dix-huit mois, renouvelables dans la limite de trois ans au maximum ;
- Elle doit être prononcée par arrêté de l'autorité territoriale, après accord de l'agent et de l'organisme d'accueil ; l'assemblée délibérante doit en être préalablement informée ;
- Elle peut être effectuée à titre gratuit mais, dans ce cas, elle est considérée comme une subvention¹¹³ en nature pour l'organisme bénéficiaire et doit faire l'objet de toutes les formalités afférentes à une demande de subvention et à son compte-rendu d'exécution, en plus des formalités requises pour la mise à disposition.

[Des modèles adaptés de convention de mécénat de compétences](#) (prévoyant les cas de mise à disposition à titre gratuit ou contre remboursement) sont proposés par le ministère de Transformation et de la Fonction publique.

Pour le législateur, cette expérimentation veut *« permettre à la fois aux fonctionnaires d'exercer leurs compétences dans un environnement différent et d'enrichir leurs parcours et de répondre aux attentes des associations et fondations reconnues d'utilité publique »*¹¹⁴. Pourtant, les contraintes qu'elle emporte, tant pour les collectivités que pour les organismes bénéficiaires, font

¹¹⁰ Description du programme sur [le site internet du Département de Seine-Saint-Denis](#), consulté le 16 novembre 2023.

¹¹¹ Cité par *La Gazette des communes* : [Mécénat de compétences : une source d'innovation](#), publié le 11 février 2022.

¹¹² Conditions définies aux art. 18 à 25 du [décret n° 2020-69 du 30 janvier 2020 relatif aux contrôles déontologiques dans la fonction publique](#), JORF du 31 janvier 2020.

¹¹³ Au sens de la [loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations](#), JORF du 13 avril 2000.

¹¹⁴ [Circulaire du 19 juillet 2003 relative à l'expérimentation du mécénat de compétences dans la fonction publique de l'État et la fonction publique territoriale](#), op. cit.

qu'« aujourd'hui, notre dispositif [« Agent·(e)·s solidaires »] ne pourrait pas fonctionner dans le cadre de la loi 3DS », selon le directeur général des services du Département de Seine-Saint-Denis¹¹⁵.

Il est encore trop tôt pour vérifier l'efficacité des dispositions inscrites dans cette expérimentation, appelée à se terminer en 2027 ; pour autant, la piste de l'ouverture du mécénat de compétences aux agents de la fonction publique ne manque pas d'intérêt, aussi bien pour les agents concernés que leur administration ou collectivité et l'organisme bénéficiant de leurs compétences.

¹¹⁵ Cité par *La Gazette des communes* : [Mécénat de compétences : une source d'innovation](#), publié le 11 février 2022.

Conclusion

La mobilisation de la générosité privée au service de l'intérêt général, dans l'accompagnement des politiques publiques, constitue **une des réponses au besoin de financement croissant des acteurs publics, associatifs et privés des arts, de la culture et du patrimoine.**

Les TPE-PME et les ETI, sensibles au mécénat dans le domaine culturel, sont au cœur du développement d'un mécénat d'entreprise de proximité utile à tous

L'Île-de-France présente des marges de développement certaines ; pour le Ceser, la Région, cheffe-de-file des politiques de soutien au développement économique, d'attractivité du territoire et compétente pour le soutien à la culture et au patrimoine, est le bon niveau pour **organiser un nécessaire travail de pédagogie, d'incitation et de coordination des acteurs.**

L'enjeu n'est pas de répliquer un modèle unique sur l'ensemble du territoire régional, ni de multiplier les nouveaux dispositifs, mais plutôt de **rechercher, au travers des actions que la Région mène déjà, les leviers sur lesquels son impulsion pourrait être décisive** pour amplifier des dynamiques locales déjà à l'œuvre :

- participer à une communication positive pour encourager le mécénat d'entreprise, en misant sur l'expérience des publics,
- proposer des espaces de formation et d'intermédiation entre les entreprises et les organismes bénéficiaires, en lien avec les chambres consulaires et les organisations professionnelles,
- favoriser le passage à l'action collective des parties-prenantes : acteurs culturels, collectivités et mécènes,
- soutenir les acteurs en ingénierie territoriale pour améliorer la qualité des projets culturels soutenus par le mécénat et rééquilibrer les possibles entre les territoires.

En somme, **une Région facilitatrice et « tiers de confiance »** qui contribue, en aidant à fédérer les initiatives publiques et privées dans le soutien à la création et à la diffusion artistique et culturelle, comme dans la valorisation du patrimoine, à inventer une Île-de-France plus solidaire.

Remerciements

Nous tenons à remercier chaleureusement les personnes auditionnées qui, par leurs expériences et leurs expertises, nous ont aidés à mieux appréhender les enjeux du mécénat d'entreprise en faveur des arts, de la culture et du patrimoine.

Les qualités et fonctions des personnes citées le sont au moment de leur audition par la commission.

- **Association Admical** : Yann QUEINNEC, délégué général ;
- **Fondation du patrimoine** : Hervé LANCELOT, délégué régional Île-de-France ; Geoffroy LOPIN, adjoint au délégué régional Île-de-France, chargé du mécénat d'entreprise ;
- **Caisse régionale de Crédit Agricole mutuel de Paris et d'Île-de-France** : Guillaume VANTHUYNE, président et, à ce titre, président du fonds de dotation Crédit agricole Île-de-France Mécénat ; Edgard de RICHEMONT, responsable du mécénat ;
- **Direction régionale des affaires culturelles d'Île-de-France** : Laurent ROTURIER, directeur régional ; Carole SPADA, directrice régionale adjointe ;
- **Association Act'Art** : Jean-Christophe SCHMITT, directeur adjoint ;
- **Association pour le rayonnement de l'Opéra de Massy** : Bruno MALECAMP, président ;
- **Conseil départemental de l'Essonne** : Brigitte VERMILLET, vice-présidente en charge du patrimoine, de la stratégie et la valorisation des domaines départementaux, présidente de la Fondation Essonne Mécénat ;
- **Département de l'Essonne** : Fanny MALVEZIN, directrice du mécénat et des partenariats ;
- **Région Île-de-France** : Véronique MÉLY, directrice de la Culture ; Stéphanie TOURÉ, directrice adjointe ; Julie FAURE, conservatrice du patrimoine ;
- **Association des maires d'Île-de-France** : Arnaud PÉRICARD, maire de Saint-Germain-en-Laye, conseiller départemental des Yvelines et vice-président de l'AMIF en charge de la culture et du patrimoine.

Nous remercions également **les membres des commissions Tourisme et développement économique du Ceser Île-de-France** pour leurs contributions à ce rapport.

Liste des membres de la commission Culture et communication

Patrick ARACIL
Président de la commission

Marie-Odile LEFORT-HAAG
Michel LE BEC
Co-rapporteurs

Sophie AGUIRRÉ

Anne-Marie MASURE

Nathalie AMASSE

Valérie NOËL-NORMAND

Évelyne CIRIEGI

Isabelle QUINCE

Isabelle DELEU

Céline RECCHIA

Véronique DISSAT

Nicole ROUX

Sylvie EFTYMIADES

Marinette SOLER

Françoise ÉTIENNE-BOUNIOR

Huong TAN

Hélène GANCHOU

Clément TORPIER

Karen GANILSY

Dominique TOULAT

Saleha GHERDANE

Brigitte WAINTRAUB

Anne-Marie LAZARINI

Chargé de mission : Olivier BOURHIS.

Glossaire

AMIF	Association des maires d'Île-de-France
AROM	Association pour le rayonnement de l'Opéra de Massy
CCI	Chambre de commerce et d'industrie
CGI	Code général des impôts
CGCT	Code général des collectivités territoriales
Ceser	Conseil économique, social et environnemental régional
CPER	Contrat de plan État-Région
CRT	Comité régional du tourisme
DRAC	Direction régionale des affaires culturelles
EPIC	Établissement public à caractère industriel et commercial
ETI	Entreprise de taille intermédiaire
GE	Grande entreprise
GIP	Groupement d'intérêt public
ONDIF	Orchestre national d'Île-de-France
PME	Petite et moyenne entreprises
RSE	Responsabilité sociétale des entreprises
RTE	Responsabilité territoriale des entreprises
SPL	Société publique locale
TPE	Très petite entreprise
UDAP	Unité départementale de l'architecture et du patrimoine

Bibliographie

Textes législatifs et réglementaires

- Code civil, [art. 1833](#) relatif à la définition et aux objectifs de la société ;
- Code général des impôts, [art. 238 bis](#) relatif à la réduction d'impôt accordée au titre des dons faits par les entreprises et à leurs obligations déclaratives et [art. 222 bis](#) relatif aux obligations déclaratives des organismes bénéficiaires ;
- Code du patrimoine, [art. L143-1 à L143-15](#) relatifs à la Fondation du patrimoine ;
- [Loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat](#), JORF du 24 juillet 1987.
- [Loi n° 90-559 du 4 juillet 1990 créant les fondations d'entreprise](#) et modifiant les dispositions de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat relatives aux fondations, JORF du 6 juillet 1990 ;
- [Loi n° 91-772 du 7 août 1991 relative au congé de représentation en faveur des associations et des mutuelles et au contrôle des comptes des organismes faisant appel à la générosité publique](#), JORF du 10 août 1991 ;
- [Loi n° 96-559 du 24 juin 1996 portant diverses mesures en faveur des associations](#), JORF du 25 juin 1996 ;
- [Loi n° 2003-709 du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations](#), dite « loi Aillagon », JORF du 2 août 2003 ;
- [Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie](#), JORF du 5 août 2008.
- [Loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations](#), JORF du 13 avril 2000 ;
- [Loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises](#), dite loi « PACTE », JORF du 23 mai 2019 ;
- [Loi n° 2019-1479 du 28 décembre 2019 de finances pour 2020](#), JORF du 29 décembre 2019 ;
- [Loi n° 2020-1721 du 29 décembre 2020 de finances pour 2021](#), JORF du 30 décembre 2020 ;
- [Loi n° 2021-875 du 1^{er} juillet 2021 visant à améliorer la trésorerie des associations](#), JORF du 2 juillet 2021 ;
- [Loi n° 2021-1109 du 24 août 2021 confortant le respect des principes de la République](#), JORF du 25 août 2021 ;
- [Loi n° 2022-217 du 21 février 2022 relative à la différenciation, la décentralisation, la déconcentration et portant diverses mesures de simplification de l'action publique locale](#), JORF du 22 février 2022 ;
- [Loi n° 2022-1726 du 30 décembre 2022 de finances pour 2023](#), JORF du 31 décembre 2023 ;
- [Ordonnance n° 2005-856 du 28 juillet 2005 portant simplification du régime des libéralités consenties aux associations, fondations et congrégations, de certaines déclarations administratives incombant aux associations, et modification des obligations des associations et fondations relatives à leurs comptes annuels](#), JORF du 29 juillet 2005 ;
- [Décret n° 2004-692 du 12 juillet 2004 relatif à l'habilitation de certains organismes à recevoir des dons et à délivrer aux donateurs des attestations ouvrant droit à réduction d'impôt et complétant le livre des procédures fiscales](#), JORF du 16 juillet 2004 ;
- [Décret n° 2009-540 du 14 mai 2009 portant sur les obligations des associations et des fondations relatives à la publicité de leurs comptes annuels](#), JORF du 16 mai 2009 ;
- [Décret n° 2019-504 du 22 mai 2019 fixant les seuils de la déclaration préalable et d'établissement du compte d'emploi annuel des ressources collectées auprès du public par les organismes faisant appel public à la générosité](#), JORF du 24 mai 2019 ;
- [Décret n° 2019-531 du 27 mai 2019 relatif aux modalités de transmission à l'administration fiscale sur un support électronique des informations relatives aux dons et versements effectués par une entreprise pour un montant de plus de 10 000 euros au cours d'un exercice](#), JORF du 29 mai 2019.
- [Décret n° 2022-813 du 16 mai 2022 modifiant le décret n° 2009-158 du 11 février 2009 relatif aux fonds de dotation](#), JORF du 17 mai 2022 ;
- [Décret n° 2022-1682 du 27 décembre 2022 relatif à l'expérimentation de la mise à disposition de fonctionnaires dans le cadre d'un mécénat de compétences](#), JORF du 28 décembre 2022 ;

- [Arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière](#), JORF du 31 janvier 1989 ;
- [Circulaire interministérielle du 19 juillet 2023 relative à l'expérimentation du mécénat de compétences dans la fonction publique de l'État et la fonction publique territoriale](#).
- Instructions fiscales réunies dans le BOI-BIC-RICI-20-30 – [Réductions d'impôts - Mécénat ou réduction d'impôt pour les dons en faveur des œuvres et organismes visés à l'article 238 bis du code général des impôts](#), consulté le 7 novembre 2023 ;
- Rescrit fiscal BOI-RES-BIC-000129 – [Modalités d'établissement du reçu fiscal devant être délivré par les organismes bénéficiaires de dons et versements ouvrant droit à la réduction d'impôt prévue à l'article 238 bis du code général des impôts](#), publié le 21 juin 2023.

Délibérations du Conseil régional d'Île-de-France

- [Délibération du Conseil régional n° CR 2017-084 du 6 juillet 2017 – Pour une politique régionale ambitieuse de valorisation du patrimoine](#), complétée des délibérations de la commission permanente [n° CP 2017-547 du 2 novembre 2017](#) précisant les modalités de mise en œuvre du label « Patrimoine d'intérêt régional » élargies par la délibération [n° CP 2018-244 du 30 mai 2018](#) qui en fixe le règlement d'intervention en vigueur ;
- [Délibération de la commission permanente n° 2019-316 du 3 juillet 2019](#) renouvelant la convention de partenariat entre la Région Île-de-France et la Fondation du patrimoine pour le soutien au patrimoine non protégé, prolongée par avenants [n° CP 2020-266 du 1^{er} juillet 2020](#), [n° CP 2021-261 du 22 juillet 2021](#), [n° CP 2023-186 du 5 juillet 2023](#) et [n° CP 2023-413 du 17 novembre 2023](#) ;
- [Délibération du Conseil régional n° CR 2020-015 du 5 mars 2020 – Pour une politique du patrimoine renforcée : mise en œuvre des premières assises franciliennes du patrimoine](#) ;
- [Délibération du Conseil régional n° CR 2022-019 du 19 mai 2022 – Approbation du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs d'Île-de-France \(SRDTL\) 2022-2028](#) ;
- [Délibération du Conseil régional n° CR 2022-029 du 19 mai 2022 – Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation d'Île-de-France \(SRDEII\) 2022-2028](#) ;
- [Délibération de la commission permanente n° 2023-120 du 29 mars 2023 – Politique de soutien à l'entrepreneuriat et au développement des TPE-PME](#), approuvant la convention de partenariat entre la Région Île-de-France et la Chambre de commerce et d'industrie Paris Île-de-France pour la période 2023-2028 ;
- [Délibération de la commission permanente n° 2023-142 du 29 mars 2023 – Charte francilienne pour l'engagement citoyen des entreprises](#) ;
- [Délibération du Conseil régional n° CR 2023-022 du 24 mai 2023 – Projet de fusion-absorption du Comité régional du tourisme au sein de Choose Paris Region](#).

Rapports et avis du Ceser Île-de-France

- Conseil économique, social et environnemental régional d'Île-de-France, rapport et avis n° 2017-14 – [Les métiers d'art au service du développement et du rayonnement de l'Île-de-France](#), présenté par Franck STAUB, 25 octobre 2017 ;
- Conseil économique, social et environnemental régional d'Île-de-France, avis n° 2019-04 – [Les moyens de lutter contre les disparités territoriales en matière d'accès à la culture](#), présenté par Saleha GHERDANE, 14 mars 2019.

Enquêtes, études et rapports

- Admical, d'après une enquête conduite par l'Ifop et les données transmises par la direction générale des finances publiques (DGFiP), avec le soutien de Pro Bono Lab – [Baromètre du mécénat d'entreprise en France 2022](#), 10^{ème} édition, novembre 2022 ;
- Admical – [Plaidoyer 2020-2022 - Encourager l'engagement des entreprises : un levier essentiel de la relance](#), novembre 2020 ;
- Alliance pour le mécénat de compétences, d'après une étude réalisée par l'Ifop – [Baromètre du mécénat de compétences 2020](#), 2^{ème} édition, janvier 2021 ;
- Assemblée nationale - [Les nouvelles formes du mécénat culturel](#), rapport d'information présenté par Michel HERBILLON, député du Val-de-Marne, au nom de la commission des affaires culturelles et de l'éducation, février 2012 ;

- Centre français des fonds et fondations – [Rapport d'activité 2022 - Pour que rien n'arrête l'audace](#), 2023 ;
- Cour des comptes – [Le soutien public au mécénat des entreprises : un dispositif à mieux encadrer](#), novembre 2018 ;
- Fondation du patrimoine – [Rapport d'activité 2022 - Sauver, partager, transmettre](#), 2023 ;
- Inspection générale de l'administration – [Fondations abritantes et abritées : un modèle porteur de sens, de bonnes pratiques, des contrôles parfois perfectibles](#), rapport n° 22082-R, janvier 2023 ;
- Ministère de la Culture – [Les dépenses culturelles des collectivités territoriales de 2015 à 2020](#), juillet 2023 ;
- Ministère de la Culture – [Chiffres-clés - Statistiques de la culture et de la communication - Edition 2022](#), décembre 2022 ;
- Ministère de la Culture – [Patrimostat - Fréquentation des patrimoines - Edition 2023](#), août 2023 ;
- Observatoire de la philanthropie de la Fondation de France, en partenariat avec le Bureau des associations et fondations du ministère de l'Intérieur et des Outre-mer – [Les fondations et fonds de dotation en France - Enquête nationale 2021-2022](#), 6^{ème} édition, juillet 2023 ;
- Observatoire des politiques culturelles, avec l'appui du département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture – [Baromètre 2023 – Budgets et choix culturels des collectivités](#), octobre 2023 ;
- Paris Île-de-France Capitale Économique, avec le soutien de la Métropole du Grand Paris et de la Chambre de commerce et d'industrie Paris Île-de-France – [Culture et industries créatives, un atout économique, social et territorial pour le Grand Paris](#), avril 2023 ;
- Premier ministre – [La philanthropie à la française](#), rapport établi par Sarah EL HAÏRY, députée de Loire-Atlantique et Naïma MOUTCHOU, députée du Val-d'Oise, février 2020.

Articles

- NICOLAS, Yann. [« Pratiques locales de mécénat culturel »](#), *Culture études*, vol. 4, no. 4, 2009, pp. 1-8 ;
- MELOT, Michel. [« L'inventaire général : le chemin vers la décentralisation »](#), *L'Observatoire*, vol. 45, no. 2, 2014, pp. 10-15 ;
- SAOUDI, Messaoud. [« Le mécénat culturel. Vers la fin de l'exception culturelle française ? »](#), *Gestion & Finances Publiques*, vol. 2, no. 2, 2018, pp. 87-91.

Revue de presse

- [Le mécénat collectif en région Hauts-de-France : paroles de mécènes](#), *Le Mag Admical* (date de publication non précisée) ;
- [Mécénat des collectivités : un nouveau souffle pour le développement territorial](#), *Le Mag Admical* (date de publication non précisée) ;
- [Mécénat de compétences : une réponse à la quête de sens au travail ?](#), *Le Figaro*, publié le 17 janvier 2019 ;
- [Sauvegarde du patrimoine : à vos risques et périls](#), *UFC Que Choisir*, publié le 20 mai 2021 ;
- [Mécénat de compétences : une source d'innovation](#), *La Gazette des communes*, publié le 11 février 2022 ;
- [L'Admical lance un incubateur de mécénat collectif](#), *Les Échos*, publié le 17 mars 2022 ;
- [Financer ses projets grâce au mécénat](#), *La Gazette des communes*, publié le 20 juillet 2022 ;
- [Mécénat de compétence dans le secteur public : une expérience innovante en Seine-Saint-Denis](#), *actu-juridique.com*, publié le 21 novembre 2022 ;
- [Essonne : une fondation abritée pour porter la politique culturelle du département](#), *actu-juridique.com*, publié le 23 novembre 2022 ;
- [Mécénat de compétences : entre stratégie et bonnes pratiques](#), *carenews.com*, publié le 21 décembre 2022 ;
- [Hauts-de-Seine : un exemple de mécénat territorial](#), *actu-juridique.com*, publié le 27 décembre 2022 ;
- [Un écosystème pour reconstruire la flèche de la basilique de Saint-Denis](#), *Le Journal du Grand Paris*, publié le 30 décembre 2022 ;
- [Le don de plus en plus présent dans l'économie française](#), *Le Monde*, publié le 22 janvier 2023 ;

- [La philanthropie à l'échelle des territoires](#), *Le nouvel Économiste*, publié le 23 février 2023 ;
- Soutenir l'Opéra de Massy : un atout pour l'entreprise, *Le Républicain de l'Essonne*, n° 4069, semaine du 9 au 15 mars 2023 (non disponible en ligne) ;
- [Dossier : protéger le patrimoine pour faire rayonner le Val-d'Oise](#), *Val-d'Oise – le magazine du Département*, n°22, mars-avril 2023 ;
- [Mécénat senior : un levier de fin de carrière « très efficace »](#), *Ouest-France*, publié le 16 avril 2023 ;
- [Le mécénat de compétences fait son entrée dans la fonction publique territoriale](#), *La Gazette des communes*, publié le 10 mai 2023 ;
- [Tribune : Pour une plus grande présence de la culture en entreprise](#), *FigaroVox*, publié le 11 mai 2023 ;
- [Lifting en vue pour l'ancien siège de la région Île-de-France](#), *Les Échos*, publié le 12 mai 2023 ;
- [Les financeurs de la culture à la rencontre des projets communaux](#), *Le Journal du Grand Paris*, publié le 25 mai 2023 ;
- [Mécénat : le temps du développement et des mutations](#), *CultureCommunication*, n° 210, juin 2013 ;
- [Dans les Opéras, la mouise en scène](#), *Libération*, publié le 6 juin 2023 ;
- [L'Île-de-France unifie sa task force attractivité et tourisme avant les Jeux Olympiques](#), *94citoyens.com*, publié le 21 juillet 2023 ;
- [La mise à disposition des agents territoriaux en dix questions](#), *La Gazette des communes*, publié le 19 septembre 2023 ;
- [Mécénat de compétences : une circulaire donne le calendrier à suivre](#), *La Gazette des communes*, publié le 8 août 2023.

Documentation et guides pratiques

- Admical, [Guide Mécénat et collectivités – Mobilisez les mécènes de votre territoire !](#) (date de publication inconnue) ;
- Admical, [Tableau comparatif des véhicules juridiques dédiés au mécénat](#), septembre 2023 ;
- Coordination générosités (Admical, Comité de la Charte du don en confiance, Les entreprises pour la cité, Le Mouvement associatif, France générosités, Institut des dirigeants d'associations et de fondations, Association française des fundraisers, IDEAS, Centre français des fonds et fondations), [Charte de déontologie du mécénat d'entreprise](#), octobre 2022 ;
- France générosités, Admical et le Centre français des fonds et fondations, [Fiche pratique : Les contreparties au mécénat](#), septembre 2023 ;
- Ministère de la Culture, [Charte du mécénat culturel](#), 3^{ème} édition, juillet 2020 ;
- Secrétariat d'État chargé de l'Économie sociale et solidaire et de la Vie associative, [Guide pratique du mécénat de compétences](#), novembre 2021 ;
- Secrétariat d'État chargé de l'Économie sociale et solidaire et de la Vie associative, [Le mécénat 2023-2024 : un dispositif simple et attractif pour réussir vos partenariats](#), septembre 2023.

Autres

- [Intervention d'Olivia GRÉGOIRE](#), ministre déléguée auprès du ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, chargée des Petites et moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, en ouverture du Mécènes Forum 2023, organisé les 2 et 3 octobre 2023 à Lyon ;
- [Public foule, public nuée : une nouvelle conception des publics ? L'expérience de la Ferme du Buisson](#), par Vincent ECHES, directeur de la Ferme du Buisson, article pour le site internet du Syndicat national des entreprises artistiques et culturelles (Syndeac), publié le 3 septembre 2019.

Sitographie

- [Association Admical](#) pour le développement du mécénat des entreprises et des entrepreneurs ;
- [Portail « Mécénat »](#) du site internet du ministère de la Culture ;
- [Portail « Patrimoines & inventaire »](#) du site internet de la Région Île-de-France ;
- [Fondation du patrimoine](#).

Annexes

Cartographie du mécénat d'entreprise dans les territoires, Admical, novembre 2022.

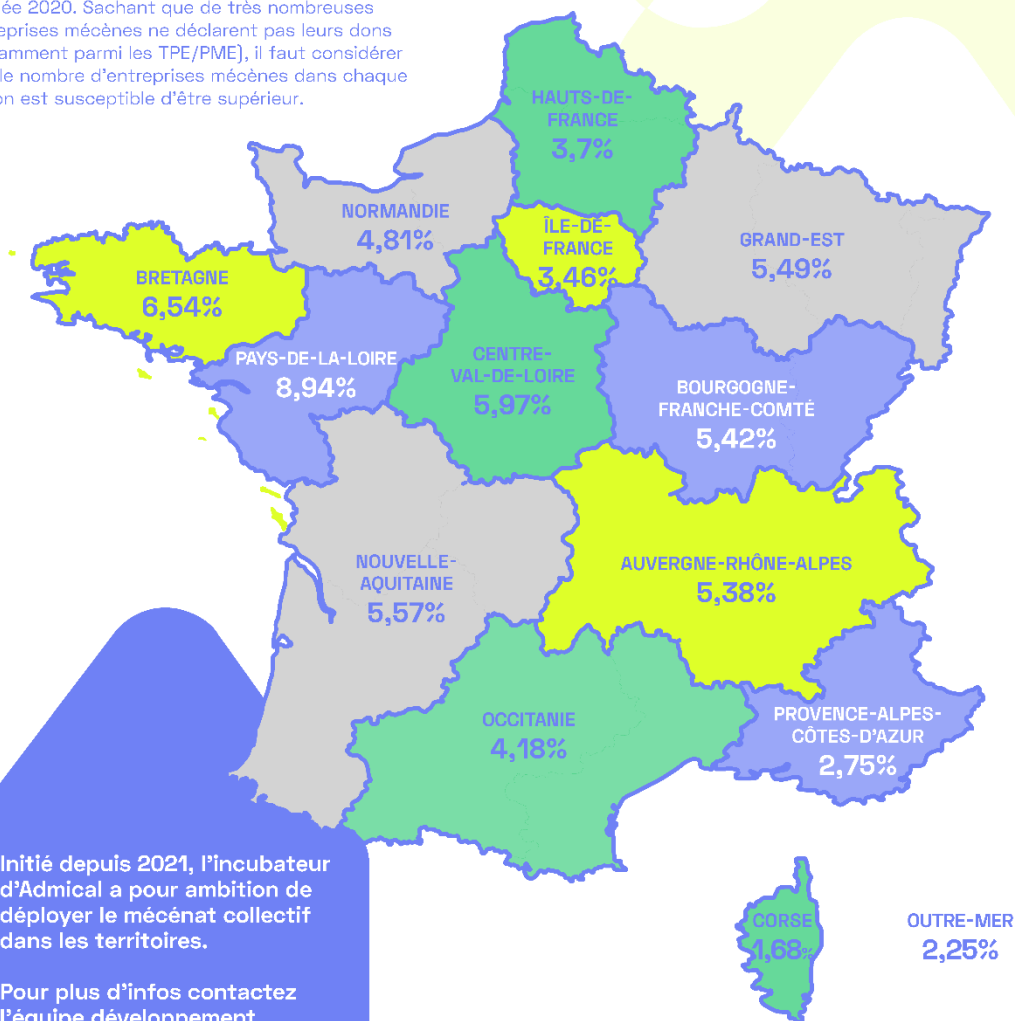
Le mécénat dans les territoires

La part des entreprises mécènes par région reste stable, malgré une grande disparité selon les régions

Note de lecture : les chiffres ci-dessous représentent le taux d'entreprises mécènes ayant déclaré leurs dons auprès de l'administration pour l'année 2020. Sachant que de très nombreuses entreprises mécènes ne déclarent pas leurs dons (notamment parmi les TPE/PME), il faut considérer que le nombre d'entreprises mécènes dans chaque région est susceptible d'être supérieur.

9%

Au global, Admical estime à 9% le nombre d'entreprises mécènes en France pour un montant de dons d'environ 3,6 milliards d'euros.



Initié depuis 2021, l'incubateur d'Admical a pour ambition de déployer le mécénat collectif dans les territoires.

Pour plus d'infos contactez l'équipe développement

mbaudin@admical.com

CONCEPTION GRAPHIQUE Anthony Bonnicot

CHARTRE DU MECENAT CULTUREL

(3^e édition, juillet 2020)

Préambule

Les lois n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat et n° 2003-709 du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations ainsi que les évolutions de la législation dans ces domaines ont doté la France d'un ensemble de dispositions juridiques et fiscales particulièrement propices au développement de la générosité privée au profit d'œuvres et d'organismes reconnus d'intérêt général.

Les mesures introduites par les dernières lois de finances visent à encadrer la dépense fiscale liée au mécénat des grandes entreprises et à donner de la marge au développement du mécénat des plus petites entreprises grâce à l'introduction en 2019 d'un plafond minimal de 10 000 € de versements, porté à 20 000 € en 2020. En effet, si les petites entreprises restent largement majoritaires parmi les entreprises mécènes, leur engagement dans le mécénat reste fragile. L'insertion d'un plafond alternatif de dons leur permet donc d'augmenter significativement leur capacité de mécénat. Ainsi, une entreprise avec un chiffre d'affaire hors taxes d'un million d'euros ne pouvait donner que 5 000€ au titre du mécénat (plafond des 0.5% CA HT). Désormais, elle pourra donner 20 000 €. Par ailleurs, le mécénat a été étendu aux dons en faveur de la présentation au public d'œuvres audiovisuelles (loi de finances 2019) et des activités des formations musicales de la société nationale Radio France (loi de finances 2020).

Dans le domaine culturel, grâce aux dispositions de droit commun et aux mesures spécifiques contenues dans la loi, les entreprises, les fondations, les fonds de dotation, les associations de mécènes et les particuliers sont de plus en plus nombreux à apporter leur soutien, au plan national ou territorial, à des organismes publics et privés œuvrant à la sauvegarde et à l'enrichissement du patrimoine, au soutien à la création et à la diffusion artistiques, à la recherche en histoire des arts, à l'enseignement et à l'éducation artistiques et culturels, à l'accès de tous les publics à la culture et au rayonnement culturel de notre pays.

Le ministère de la Culture (MC) souhaite accompagner cette dynamique en favorisant, par la publication de la présente charte, une application de la législation conforme à ses principes fondamentaux, dans le respect tout à la fois du bien commun, des spécificités des organismes culturels et des prérogatives des mécènes.

Il entend par là favoriser la participation des citoyens à la vie culturelle.

À titre liminaire, il est précisé que ce document ne saurait avoir valeur de doctrine fiscale opposable, seule la direction générale des finances publiques (DGFiP) étant habilitée à établir la doctrine en la matière.

Distinction entre mécénat et parrainage

Le ministère de la Culture rappelle que :

Le **mécénat** se définit comme un soutien matériel ou financier apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne morale pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général.

Le **parrainage** se définit quant à lui comme un soutien matériel apporté par une entreprise à une manifestation, une personne, un produit ou une organisation, en vue d'en retirer un bénéfice direct. Il se distingue essentiellement du mécénat par la nature et le montant des contreparties.

À la différence du mécénat, les opérations de parrainage sont destinées à promouvoir l'image du « parraineur » dans un but commercial. Le parrainage constitue une charge comptablement et fiscalement déductible. Ses modalités et son champ d'application sont définis par l'article 39-1-7° du code général des impôts (CGI).

Formes du mécénat et du parrainage

a. Mécénat

Pour les entreprises, le mécénat peut prendre trois formes : mécénat financier, mécénat en nature, mécénat de compétence.

Ces trois formes peuvent être combinées dans une même opération.

En revanche, un même projet précisément défini ne peut à la fois faire l'objet d'un mécénat de la part d'une entreprise et d'une transaction commerciale (échanges de biens et de services contre rémunération) avec la même entreprise. Concrètement, une entreprise ne saurait être à la fois mécène et fournisseur ou prestataire sur un même projet.

Le mécénat financier est un don en numéraire, ponctuel ou faisant l'objet de versements successifs.

Le mécénat **en nature** ou **de compétence** consiste à apporter non pas des financements en numéraire mais des moyens (produits ou services) à la cause que l'entreprise mécène entend soutenir. L'évaluation du mécénat en nature (remise de biens, de produits ou de technologie) et du mécénat de compétence (réalisation d'une prestation de service à titre gratuit ou mise à disposition de personnels avec leur savoir-faire) doit suivre deux règles :

- Être effectué par celui qui aide ou qui donne (et non par l'organisme bénéficiaire),
- Être estimé au regard de la perte d'argent que l'aide représente pour celui qui la fournit (et non au regard des dépenses évitées à l'organisme bénéficiaire). Il s'agit donc du coût exact supporté par l'entreprise à raison du don qu'elle effectue et non du manque à gagner.

Dans une opération de mécénat de compétence prenant la forme d'une prestation de service à titre gratuit ou d'une mise à disposition gratuite de salariés, le coût de revient à retenir dans la base de calcul de la réduction d'impôt correspond, pour chaque salarié mis à disposition, à la somme de sa rémunération et des charges sociales y afférentes dans la limite de trois fois le montant du plafond mentionné à l'article L. 241-3 du code de la sécurité sociale.

Toute opération de mécénat de compétence doit faire l'objet d'une convention préalable comportant un chiffrage et un calendrier précis des prestations apportées par le mécène. Dans ce

cadre, le versement de l'entreprise mécène doit être mentionné sans précision relative à la TVA (TTC ou HT). Il convient pour l'organisme bénéficiaire d'effectuer un suivi régulier de la réalisation de l'opération et d'obtenir du mécène une certification détaillée de la valorisation de celle-ci.

Dans le respect de l'esprit de la législation, le MC recommande aux organismes culturels de concentrer leur recherche de mécénat en nature ou de compétence sur des projets et activités présentant un caractère d'intérêt général culturel marqué. Les besoins relevant de l'administration générale doivent demeurer l'exception.

Pour les particuliers, le mécénat peut prendre la forme, toutes conditions étant par ailleurs remplies, de versements de sommes d'argent, de dons en nature, de versements de cotisations, de l'abandon de revenus ou de produits ou de la renonciation aux remboursements de frais engagés par les bénévoles dans le cadre de leur activité (sous réserve de l'absence de contrepartie).

Le mécénat en nature recouvre notamment la remise d'un objet d'art ou de tout autre objet de collection présentant un intérêt artistique ou historique. Le mécénat de compétence évoqué pour les entreprises n'est pas reconnu en matière de mécénat des particuliers.

b. Parrainage

Le parrainage peut également revêtir les trois mêmes formes (en numéraire, en nature et de compétence). Le parrainage en nature ou de compétence est valorisé au prix commercial des prestations.

Lorsque le parrainage est effectué en numéraire, le bénéficiaire établit une facture relative à la prestation réalisée en contrepartie de la somme versée, avec mention de la TVA. Lorsque le parrainage est effectué par la remise d'un bien et/ou l'exécution d'une prestation de service, cet acte s'analyse comme un échange. Le cas échéant, le bénéficiaire émet une facture d'un montant égal à celui du bien ou de la prestation fournie avec mention de la TVA au taux d'une opération publicitaire et l'entreprise partenaire émet une facture au titre de la fourniture du bien ou du service au taux de TVA qui lui est propre.

Une entreprise ne peut être à la fois parraineur et mécène d'un même projet.

Eligibilité au mécénat

a. Régime fiscal du mécénat

Fiscalement, ses modalités et son champ d'application sont définis :

- pour le mécénat des entreprises : par les articles 238 bis, 238 bis-0 A et 238 bis AB du CGI ;
- pour le mécénat des particuliers : par les articles 200, 795 et 978 du CGI.

Le don consenti à un organisme éligible au mécénat n'est pas déductible fiscalement dès lors qu'il ouvre droit à réduction d'impôt, à l'exception du dispositif prévu à l'article 238 bis AB du CGI en faveur des entreprises, pour lequel le prix d'acquisition d'une œuvre originale d'artiste vivant ou d'un instrument de musique constitue une charge fiscalement déductible.

Pour le mécénat des particuliers, l'organisme doit délivrer un justificatif au donateur (reçu fiscal) comportant toutes les mentions figurant sur le modèle de reçu fixé par arrêté du 26 juin 2008.

Pour le mécénat des entreprises, la délivrance de ce « reçu fiscal » est facultative. Il appartient toutefois à l'entreprise d'apporter la preuve qu'elle a effectué un don qui satisfait aux conditions prévues à l'article 238 bis du CGI.

b. Le cas des personnes physiques

Les personnes physiques (artistes, par exemple) ne peuvent bénéficier de dons ouvrant droit à avantage fiscal, ni de la part d'entreprises ni de particuliers.

Néanmoins, ils peuvent recevoir des subventions (bourses, prix) de fondations ou de fonds de dotation dont l'objet social stipule cette faculté.

c. Principaux organismes susceptibles de bénéficier du mécénat dans le domaine culturel

Sous réserve de vérification au cas par cas, peuvent être éligibles au régime fiscal du mécénat :

- L'État, les collectivités locales et leurs établissements publics,
- Les organismes d'intérêt général¹ ayant un caractère culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique ou à la diffusion de la culture, de la langue ou des connaissances scientifiques françaises (en particulier les associations « loi 1901 », fondations et associations reconnues d'utilité publique, fondations d'entreprises),
- Les fondations et associations reconnues d'utilité publique qui peuvent recevoir des dons et versements pour le compte des organismes visés ci-dessus,
- Les fonds de dotation,
- Les musées de France (au sens de la loi n°2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France),
- La Fondation du patrimoine ou les fondations ou associations reconnues d'utilité publique et agréées, en vue de subventionner les travaux de conservation, de restauration ou d'accessibilité des immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques,
- Les organismes dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques, audiovisuelles et de cirque ou l'organisation d'expositions d'art contemporain (à l'exclusion des organismes constitués en sociétés, exception faite, pour le mécénat des entreprises mentionné à l'article 238 bis e du CGI, des sociétés de capitaux dont le capital est entièrement public),
- La société nationale Radio France au titre du financement des activités des formations musicales dont elle assure la gestion et le développement,
- Les établissements d'enseignement supérieur, de recherche ou d'enseignement, artistique, publics ou privés agréés, d'intérêt général à but non lucratif,
- Les organismes qui ont pour objet la sauvegarde, contre les effets d'un conflit armé, des biens culturels mentionnés à l'article 1er de la Convention du 14 mai 1954 pour la protection des biens culturels en cas de conflit armé, dont le siège est situé dans un État membre de l'Union européenne ou dans un autre État ayant conclu avec la France une convention d'assistance administrative en vue de lutter contre la fraude et l'évasion fiscales, sous réserve que l'État français soit représenté au sein des instances dirigeantes avec voix délibérative,
- Certains organismes agréés dont le siège est situé dans un État membre de la Communauté Européenne ou dans un État partie à l'Espace économique européen ayant conclu avec la France

¹ La condition d'intérêt général implique que l'activité de l'œuvre ou de l'organisme ne soit pas lucrative, que sa gestion soit désintéressée et que son fonctionnement ne profite pas à un cercle restreint de personnes. La réalisation d'activités lucratives accessoires, susceptibles d'être sectorisées, ne s'oppose pas à ce que le secteur non lucratif prépondérant puisse être financé par le mécénat.

une convention fiscale contenant une clause d'assistance administrative en vue de lutter contre la fraude ou l'évasion fiscale.

- Les organismes dont l'activité consiste à collecter des fonds au profit d'un tiers ne sont pas éligibles au régime fiscal du mécénat. Cela étant, les versements effectués auprès de l'organisme collecteur peuvent ouvrir droit aux avantages fiscaux prévus aux articles 200, 238 bis et 978 du CGI lorsque l'organisme bénéficiaire du don est lui-même éligible et à la condition que le don reste individualisé dans un compte spécial jusqu'à sa remise effective au bénéficiaire final. Le reçu fiscal doit être délivré par cet organisme bénéficiaire final.

d. Restriction concernant les fonds de dotation

Le MC souligne que la vocation d'un fonds de dotation est d'attirer des fonds privés et qu'aucun moyen public, de quelque nature qu'il soit, ne peut lui être apporté.

Il peut être dérogé à cette interdiction, à titre exceptionnel, pour une œuvre ou un programme d'actions déterminé, au regard de son importance ou de sa particularité. Les dérogations sont accordées par arrêté conjoint des ministres chargés de l'économie et du budget.

e. Dons levés par des plateformes de financement participatif

Les dons levés par des plateformes de financement participatif sur internet ouvrent droit aux avantages fiscaux du mécénat sous réserve de l'éligibilité des organismes bénéficiaires selon les conditions décrites à l'article 3a ci-dessus.

Il est rappelé que le statut protecteur « d'intermédiaire en financement participatif » créé pour les plateformes de prêt par l'ordonnance n° 2014-559 du 30 mai 2014 relative au financement participatif est utilisable par les plateformes de dons qui le souhaitent.

f. Rescrit fiscal et sanctions applicables (pour les opérations de mécénat uniquement)

En principe, l'organisme bénéficiaire du don doit apprécier, au regard des dispositions légales, s'il remplit ou non les conditions d'éligibilité au régime fiscal du mécénat.

La délivrance de « reçus dons aux œuvres » relève donc de sa seule responsabilité.

Cela étant, pour sécuriser juridiquement le dispositif applicable en matière de dons, l'article L. 80 C du livre des procédures fiscales (LPF) a instauré une procédure de rescrit fiscal dont les modalités pratiques sont mentionnées aux articles R*80 C-1 à R*80 C-4 du LPF précité. Cette procédure permet aux organismes d'intérêt général de s'assurer auprès de la Direction des finances publiques du département où leur siège est établi, préalablement à la délivrance de reçus fiscaux, qu'elles relèvent bien de l'une des catégories mentionnées aux articles 200 ou 238 bis du CGI.

L'avis donné par l'administration, de par son caractère opposable, constitue une garantie pour le mécène comme pour le bénéficiaire, sous réserve que la situation réelle de l'organisme soit identique à celle exposée dans la demande.

Par ailleurs, l'article L. 80 CB du LPF ouvre aux organismes de bonne foi, non satisfaits de la première réponse de l'administration, la possibilité de solliciter un second examen de leur demande, à la condition de ne pas invoquer d'éléments nouveaux. En outre, les organismes qui délivrent sciemment des reçus fiscaux permettant à un contribuable d'obtenir indument une réduction d'impôt mécénat sont passibles d'une amende, conformément aux dispositions de l'article 1740 A du CGI. Le taux de l'amende est égal à celui de la réduction d'impôt en cause et s'applique aux sommes mentionnées sur les documents délivrés au contribuable. Enfin, l'article 1378 octies du CGI prévoit une procédure de suspension du bénéfice des avantages fiscaux pour les dons effectués au profit de certains organismes, lorsque le contrôle de leurs comptes par la

Cour des comptes révèle une non-conformité entre les objectifs poursuivis et les dépenses engagées ou en cas de refus de certification des comptes par un commissaire aux comptes.

Obligation déclarative des entreprises

Les entreprises qui effectuent au cours d'un exercice plus de 10 000 € de dons et versements ouvrant droit à réduction d'impôt doivent déclarer à l'administration fiscale le montant et la date de ces dons et versements, l'identité des bénéficiaires ainsi que la valeur des biens et services octroyés en contrepartie (formulaire 2069-RCI-SD).

La valeur des biens et services à déclarer par l'entreprise versante reprend celle mentionnée dans la convention de mécénat. Il s'agit des contreparties octroyées et non des contreparties consommées. Par exception, les contreparties rétrocédées à des organismes éligibles au mécénat ne sont pas à déclarer par l'entreprise mécène.

Dans le cadre de conventions de mécénat pluriannuelles, les entreprises mécènes doivent déclarer chaque année une part égale de la valeur globale des contreparties octroyées telles que définies dans la convention de mécénat (par ex. un tiers chaque année dans le cas d'une convention triennale).

Devoir de transparence des organismes bénéficiaires

Les associations et fondations doivent assurer, dans des conditions déterminées par décret en Conseil d'État, la publicité par tous moyens et la certification de leurs comptes annuels au-dessus d'un montant de subventions publiques et/ou de dons ouvrant droit à avantage fiscal de 153 000 euros par an. Cette disposition étend une obligation de tenue d'une comptabilité pour ces organismes.

Les fonds de dotation doivent adresser chaque année à l'autorité administrative, qui s'assure de la régularité de leur fonctionnement, un rapport d'activité auquel sont joints les comptes annuels, et, le cas échéant, le rapport du commissaire aux comptes.

Tous les organismes publics et privés bénéficiaires de mécénat s'engagent par ailleurs à tenir à la disposition de leur autorité de tutelle ou des membres de leur Conseil d'administration qui en feraient la demande le détail des contreparties obtenues par tout mécène, dans le respect des clauses de confidentialité auxquelles l'organisme bénéficiaire aurait accepté de souscrire à la demande de ses partenaires.

Conformément à l'article L. 111-8 du code des juridictions financières, la Cour des comptes peut contrôler la conformité des dépenses engagées par un organisme faisant appel à la générosité publique aux objectifs poursuivis par l'appel à la générosité publique ainsi que la conformité entre les objectifs d'un organisme bénéficiant de dons ouvrant droit à un avantage fiscal et les dépenses financées par ces dons, lorsque le montant annuel de ceux-ci excède le seuil de 153 000 euros.

Lorsque, à l'issue du contrôle, la Cour des comptes constate la non-conformité des dépenses engagées aux objectifs poursuivis par l'appel à la générosité publique ou la non-conformité des dépenses financées par les dons ouvrant droit à un avantage fiscal aux objectifs de l'organisme, elle assortit son rapport d'une déclaration explicite en ce sens. Lorsque le ministre chargé du budget reçoit de la Cour des comptes ladite déclaration, il peut suspendre de tout avantage fiscal

les dons, legs et versements effectués au profit de cet organisme en application de l'article 1378 octies du CGI.

Formalisation des engagements au titre du mécénat

Il est recommandé à tout organisme bénéficiaire de mécénat de signer, avec chacun de ses mécènes, une convention fixant les engagements réciproques des parties (objet de la convention, nature et montant du don, modalités du règlement, contreparties, le cas échéant, accordées, clairement définies et valorisées, communication, droits photographiques, résiliation, durée, litiges, élection de domicile...). La convention de mécénat doit être signée par l'autorité responsable de l'organisme bénéficiaire et dans le cas d'un organisme doté d'un conseil d'administration, dans les conditions prévues par ses statuts ou par le décret statutaire de l'établissement.

Affectation des contributions

L'organisme bénéficiaire d'un mécénat s'engage à utiliser l'intégralité de la contribution apportée par son partenaire dans le respect des clauses de la convention signée avec ce dernier. La convention doit ainsi également préciser que, si le don n'est pas intégralement utilisé dans le cadre de l'opération objet de la convention, le reliquat doit être affecté à d'autres actions culturelles menées par l'organisme bénéficiaire et éligibles au dispositif fiscal du mécénat.

Exclusivité

Sauf accord entre les parties, aucune exclusivité ne peut être réservée à une entreprise ou fondation mécène par un organisme bénéficiaire de mécénat.

Contreparties

Le mécénat suppose qu'un don, quelle que soit sa forme (versement en numéraire, remise d'un bien, prestation de service ou mise à disposition de personnels), procède d'une intention libérale de la part du donateur. En principe, l'organisme bénéficiaire ne doit accorder aucune contrepartie au donateur à raison du don effectué.

L'octroi de contreparties au mécène est toutefois admis sous certaines conditions.

A Contreparties accordées aux particuliers :

Il est admis que la remise de menus biens ne remette pas en cause l'éligibilité des versements au bénéfice de l'avantage fiscal lorsque la valeur des biens remis par l'organisme présente une disproportion marquée avec le montant du don versé (rapport de 1 à 4 entre la valeur du bien et le montant du don) sans pouvoir excéder le montant de 69 €.

B Contreparties accordées aux entreprises :

Le bénéfice du mécénat ne sera pas remis en cause s'il existe une disproportion marquée entre

les sommes données et la valorisation des contreparties accordées par l'organisme bénéficiaire des dons.

Toutes les contreparties matérielles et immatérielles doivent être identifiées et valorisées par l'organisme bénéficiaire qui accorde les contreparties et non par l'entreprise mécène.

Dans un souci de traitement équitable de leurs partenaires et de transparence, il est donc recommandé aux organismes bénéficiaires d'établir un barème de la valeur des contreparties proposées aux mécènes, et de l'actualiser. Dans le cas d'organismes régis par un conseil d'administration, il est préconisé que ce barème soit préalablement approuvé par celui-ci.

- Les contreparties matérielles sont valorisées au prix de vente public du bien ou du service. Lorsque le bien ou le service reçu en contrepartie ne fait pas l'objet d'une offre commerciale de la part de l'organisme bénéficiaire, il doit être valorisé à son coût de revient.
- Les contreparties immatérielles, y compris l'apposition du logo et du nom ou de la marque commerciale de l'entreprise mécène ou encore le nom ou le logotype de sa fondation, sur tout support d'information ou de communication, doivent également être valorisées.

La valorisation de ces contreparties ne doit pas dépasser en tout état de cause 10 % du montant du don (5 % si le rayonnement de l'organisme bénéficiaire se situe dans un cadre régional).

Si l'association du nom de l'entreprise mécène aux opérations réalisées par l'organisme bénéficiaire ne remet pas en cause l'intention libérale caractérisant le mécénat, cette opportunité n'a toutefois pas vocation à admettre dans le cadre du mécénat des prestations publicitaires réalisées par les organismes bénéficiaires qui relèvent des dispositions relatives au parrainage.

Dans le cadre de conventions pluriannuelles, l'organisme bénéficiaire doit être attentif au cadencement de la consommation réelle des contreparties par le mécène, ce niveau de consommation devant conserver une cohérence raisonnable avec le montant des dons versés annuellement.

- Réserve quant à l'utilisation des contreparties

Les contreparties accordées à une entreprise dans le cadre d'une opération de mécénat ne peuvent être utilisées par celle-ci dans le cadre d'une opération visant à promouvoir son image ou ses produits dans un but commercial (par exemple, mises à disposition d'espaces à titre gratuit utilisées pour le lancement de nouvelles collections ou de nouveaux modèles).

Recommandations du ministère de la Culture

Selon une pratique communément admise et en vigueur dans le secteur culturel, l'éligibilité des versements des entreprises au bénéfice de l'avantage fiscal n'est pas remise en cause si la valeur des contreparties matérielles et immatérielles ne dépasse pas 25% du montant du don (ou 5% dans le cas d'un mécénat en faveur de l'acquisition, pour une collection publique, d'un trésor national ou d'une œuvre d'intérêt patrimonial majeur). Le ministère de la Culture recommande que la valorisation des contreparties immatérielles (apposition du logo et du nom ou de la marque commerciale de l'entreprise sur tout support d'information ou de communication) soit déterminée à un niveau forfaitaire (en valeur absolue) et ne dépasse pas en tout état de cause 10% du montant du don, l'organisme bénéficiaire devant cependant veiller à ce que l'octroi d'autres contreparties à caractère matériel (billetterie, mise à disposition d'espaces...) ne se fasse pas au détriment de l'exercice de ses missions d'intérêt général.

Transparence et confidentialité dans les relations avec le partenaire

Dans le respect des principes développés ci-dessus, l'organisme bénéficiaire et le partenaire s'accordent sur la nature et la forme de la communication développée autour du projet faisant l'objet du partenariat. Le mécène s'engage à soumettre à l'organisme bénéficiaire pour validation expresse et préalable toute forme et tout support de communication concernant l'opération.

L'organisme bénéficiaire s'engage à respecter la confidentialité, sous réserve des obligations légales, réglementaires et comptables, de tous les documents et informations échangés avec ses partenaires dans la préparation ou l'exécution d'une convention.

L'organisme bénéficiaire garantit au partenaire une transparence totale sur le déroulement du projet et sur l'utilisation qui sera faite de sa contribution.

Spécificité des relations avec le mécène

Le MC recommande aux organismes bénéficiaires de veiller tout particulièrement à valoriser l'engagement de leur mécène dans toutes les actions de communication relatives aux projets soutenus, et notamment dans les relations avec la presse et les médias.

Au-delà des engagements pris à cet égard par l'organisme bénéficiaire dans le cadre de conventions relatives à des projets spécifiques, la relation avec le mécène doit refléter le caractère de libéralité attaché à la notion de mécénat.

Il est rappelé que la valorisation de l'engagement du mécène ne doit pas s'apparenter à une prestation de publicité.

Restrictions relatives à la nature ou à la situation des partenaires et conflits d'intérêts

a. Législation sur la publicité du tabac et des alcools

L'organisme bénéficiaire veillera à ce qu'aucune action de mécénat ne se trouve en contradiction avec les lois en vigueur sur le tabac et les alcools.

Toute opération de parrainage ou de mécénat est interdite lorsqu'elle est effectuée par les fabricants, les importateurs ou les distributeurs de produits du tabac ou lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, des produits du tabac et des ingrédients définis par la loi.

Les producteurs ou distributeurs de boissons alcooliques peuvent organiser des opérations de mécénat. Dans ce cas, le nom – et non une marque commerciale – de l'entreprise mécène, peut figurer sur les différents supports de communication.

b. Organisations politiques et syndicales

De même, il est recommandé à l'organisme bénéficiaire de mécénat de n'établir aucun accord avec des organisations politiques ou syndicales françaises ou étrangères.

c. Organisations à caractère religieux

Pour toute convention de mécénat avec des organisations à caractère religieux, il est recommandé que l'organisme bénéficiaire s'engage à faire en sorte qu'aucune des contreparties qu'il serait amené à accorder ne puisse heurter la sensibilité personnelle de ses visiteurs ou de ses agents, et que ce contrat ne puisse être assimilé en aucune manière à une démarche de prosélytisme.

d. Situation fiscale, sociale et commerciale des partenaires

Le mécénat pouvant générer des avantages fiscaux, le MC recommande de refuser la conclusion de toute convention de mécénat avec une personne physique ou morale pour laquelle un doute raisonnable existerait quant à la régularité de sa situation relative aux droits fiscal, social, commercial et de la concurrence ainsi qu'au droit pénal. Dans le doute, l'organisme bénéficiaire se doit de saisir les services du MC.

e. Réputation et légalité des activités des partenaires

D'une manière plus générale, le mécénat reposant sur le principe d'une association d'images institutionnelles entre deux partenaires, l'organisme bénéficiaire prend l'engagement :

- de rechercher si nécessaire toute information susceptible de l'éclairer quant à la nature précise des activités d'un partenaire potentiel et quant à la manière dont ce dernier est perçu par le milieu où il exerce habituellement ses activités;
- de ne pas passer d'accord de mécénat avec des partenaires dont les investigations ci-dessus auraient démontré qu'il subsisterait un doute réel quant à la légalité des activités exercées, ou qu'une association d'image avec lui puisse être préjudiciable à l'image de l'organisme bénéficiaire.

f. Incompatibilités

Dans le cadre d'une opération de mécénat, l'entreprise mécène ne peut en aucun cas exercer une activité commerciale de vente de produits ou de services à l'occasion d'une mise à disposition d'espaces.

De même, l'organisme bénéficiaire n'autorisera aucune activité artistique dans le cadre d'une mise à disposition d'espaces, si celle-ci lui semble incompatible avec l'objet social de l'organisme bénéficiaire ou avec son image.

g. Impartialité de l'organisme bénéficiaire

L'organisme bénéficiaire doit mettre tout en œuvre pour éviter qu'un mécène qui serait en passe de devenir son fournisseur ou son prestataire soit avantage par rapport à d'autres opérateurs dans une procédure de mise en concurrence. De la même manière, pour certains projets particulièrement sensibles (par exemple, la mise en place d'un schéma de sécurité des œuvres de musée), l'organisme bénéficiaire se réserve la possibilité de refuser le mécénat d'entreprises dont l'activité serait susceptible de laisser planer un doute quant à l'impartialité du choix des fournisseurs. Dans un esprit voisin, l'organisme bénéficiaire se réserve la possibilité de ne pas accepter le mécénat d'une entreprise qui participerait (ou aurait participé récemment) à une mise en concurrence préalable à la passation d'un marché public, que l'objet du mécénat éventuel ait un lien direct ou non avec l'objet du marché.

De même, l'organisme bénéficiaire se réserve la possibilité de ne pas recevoir du mécénat de la part d'entreprises opératrices sur le marché des œuvres d'art, de telle sorte que ne puisse jamais être mise en doute l'intégrité des transactions que l'organisme bénéficiaire pourrait être amené à conduire avec elles dans le cadre de sa politique d'acquisition d'œuvres d'art.

h. Relations entre personnels et partenaires

Conformément aux textes applicables à la fonction publique pour les agents titulaires ou non titulaires, il est rappelé que l'organisme bénéficiaire veille tout particulièrement à ce que ses agents n'entretiennent avec les mécènes aucun rapport susceptible de les conduire à méconnaître leurs obligations de discrétion, de probité et de neutralité.

Ainsi les agents de l'organisme bénéficiaire ne doivent en aucun cas accepter d'un mécène des cadeaux ou libéralités ayant pour but de favoriser leurs relations avec l'organisme bénéficiaire, ou pour les agents d'en tirer un avantage ou un profit personnel.

Toutefois un organisme bénéficiaire peut être amené à facturer à son partenaire les heures supplémentaires dues à ses personnels pour l'organisation et le déroulement de manifestations prévues dans le cadre de la convention liant les deux parties. Ce type de prestations ainsi que les frais techniques afférents à l'organisation de ces manifestations doivent en règle générale faire l'objet de conventions spécifiques.

Les personnels concernés ne peuvent être mobilisés que sur la base du volontariat et ne pourraient être contraints à participer à un événement de relations publiques organisé par un mécène dont, pour des raisons personnelles, ils désapprouveraient les buts et missions

Risque d'abus de bien social

Dans ses rapports avec les entreprises, l'organisme bénéficiaire prend toutes les dispositions possibles pour qu'à aucun moment ne puisse lui être reproché le fait d'avoir contribué à un abus de bien social, c'est-à-dire à un acte contraire ou sans rapport avec « l'intérêt de l'entreprise » avec laquelle il s'associe.

En conséquence, il s'assure que toute relation contractuelle avec une entreprise partenaire s'inscrira :

- soit dans le cadre du mécénat d'entreprise, donnant lieu à avantage fiscal selon les modalités définies à l'article 238 bis du CGI, ainsi qu'à des contreparties d'image quantitativement limitées ;
- soit dans le cadre du parrainage, c'est-à-dire d'une dépense réalisée par l'entreprise en vue d'en tirer un bénéfice direct.

Dans le cas d'une opération de mécénat d'entreprise ou de fondation, la personne morale qui signe la convention et effectue le don à l'organisme bénéficiaire est seule bénéficiaire des contreparties octroyées.

Ainsi par exemple, l'organisme bénéficiaire veille à ce que la dénomination qu'il choisit de faire figurer sur des supports pérennes (cartel d'une œuvre, inscription sur une plaque, ...) ou temporaires (affiches, programmes d'information, dossiers de presse, bannières, ...) est bien celle de la personne morale qui lui verse les fonds, représentée par sa raison sociale, son logo, ou toute autre appellation notoirement représentative de l'identité de l'entreprise ou de son activité industrielle ou commerciale.

Les conditions détaillées de l'exercice de cette pratique de citation font l'objet de négociations à chaque fois particulières, mais toujours encadrées par des principes généraux d'octroi de contreparties validées par l'autorité responsable de l'organisme bénéficiaire.

Il est par ailleurs rappelé que tout actionnaire a droit, dans les conditions et délais déterminés par décret en Conseil d'Etat, d'obtenir communication du montant global, certifié par les commissaires aux comptes, s'il en existe, des versements effectués en application des 1 et 4 de l'article 238 bis

du code général des impôts ainsi que de la liste des actions nominatives de parrainage, de mécénat en application de l'article L.225-115 du code de commerce.

Indépendance artistique et intellectuelle

L'organisme bénéficiaire est maître de son projet artistique, culturel, et intellectuel.

Une entreprise ou un particulier qui apporterait son soutien à un projet culturel dans le cadre d'une opération de mécénat ne saurait exiger d'intervenir sur le contenu artistique et intellectuel de ce projet.

Respect des bâtiments, des œuvres et des personnes

L'organisme bénéficiaire veillera à ce que les contreparties qu'il pourra être amené à accorder dans le cadre d'un accord de mécénat ne puissent en aucune manière mettre en péril la sécurité des bâtiments, des œuvres, de son personnel et des usagers.

Respect de l'image de l'organisme

L'organisme bénéficiaire s'engage à ne pas s'associer avec une entreprise, une fondation ou un particulier susceptible de nuire à son image. L'organisme bénéficiaire veille à ce que l'utilisation de son nom par les entreprises et fondations, dans le cadre de leur politique de communication, ne porte pas atteinte à son image ou sa réputation.

Respect de la propriété littéraire et artistique

L'organisme bénéficiaire est particulièrement attentif au respect des textes réglementant la propriété littéraire et artistique dans les engagements pris avec le mécène, notamment en matière de diffusion et de communication. Si l'opération soutenue par un mécène inclut une création artistique ou littéraire, le titulaire des droits d'auteur doit être clairement identifié.

Appellation d'espaces

L'organisme bénéficiaire s'interdit de débaptiser un espace dont l'appellation serait « consacrée par l'histoire » pour lui donner le nom d'une entreprise ou d'un donateur individuel en remerciement d'un acte de mécénat particulièrement important.

Si un espace n'a pas d'appellation historique, l'autorité responsable de l'organisme bénéficiaire peut cependant donner à un espace le nom d'un donateur en remerciement d'un acte de mécénat particulièrement important, et ce pour une durée nécessairement limitée dans le temps.

Accessibilité des espaces

L'organisme bénéficiaire veille à ce que les contreparties qu'il est amené à accorder à une entreprise dans le cadre d'un accord de mécénat n'entravent en aucun cas l'accès du public.

Si cet accès devait néanmoins être temporairement perturbé ou interrompu, l'organisme bénéficiaire s'engage à déployer tous les moyens nécessaires pour informer le public sur la nature et la durée des restrictions d'accès.

Gêne visuelle ou sonore

Si, dans le cadre d'une opération de mécénat, l'organisme bénéficiaire était amené à accepter une contrepartie entraînant une gêne visuelle ou sonore conséquente pour son voisinage immédiat, l'organisme bénéficiaire s'engage :

- à tout faire pour en limiter la portée au maximum ;
- à en informer au préalable les instances représentatives du dit voisinage ;
- à mettre en œuvre les moyens d'information nécessaires quant à la nature et la durée de la gêne occasionnée.

Recours à des prestataires extérieurs dans la recherche de mécènes

Conformément à sa propre pratique, le MC recommande aux organismes culturels faisant appel à des prestataires extérieurs pour la recherche de mécènes, de régler les prestations de ceux-ci de manière forfaitaire, sur la base d'un cahier des charges détaillé, en ouvrant la possibilité d'un intéressement aux résultats dans le seul cas où les objectifs fixés au prestataire seraient dépassés.

Application de la charte

L'ensemble des organismes culturels sous tutelle du MC, ainsi que les organismes territoriaux et les structures de droit privé bénéficiant du soutien du MC et les organismes de droit privé à la gouvernance desquels le MC est associé appliquent la présente charte dont le respect est suivi par le Secrétariat général du MC (mission du mécénat et mission fiscalité), en liaison avec les directions régionales des affaires culturelles.

Tout acteur du développement du mécénat culturel peut par ailleurs décider d'adhérer à la présente charte et d'annexer la présente charte à ses conventions de mécénat.

