



Mon club - Fiche pratique

Mécénat ou sponsoring ?

Dans le but de développer les ressources privées de votre association, le recours au mécénat constitue désormais un procédé particulièrement adapté, relativement simple et susceptible de séduire une ou des entreprises pour s'investir à vos côtés.

1. Pourquoi le mécénat plutôt que le sponsoring ?

Le sponsoring constitue un « *soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en tirer un bénéfice direct* ». Il s'agit pour le sponsor, le parrain, de promouvoir son image par l'intermédiaire des activités de l'association, dans le cadre d'une prestation de services rémunérée. L'association « facture » alors des prestations à son partenaire.

Le mécénat est assimilé à un don. Le mécène verse de l'argent ou fournit un bien ou un service à l'association, sans contrepartie. Toutefois, ici réside le principal intérêt, il est possible de faire apparaître le nom ou le logo de l'entreprise mécène sur les outils de promotion et de communication du club : sur les panneaux publicitaires de la salle, sur des programmes, sur des tenues sportives, etc. tout en pouvant bénéficier du régime fiscal avantageux du mécénat.

Ce régime permet au mécène d'obtenir une déduction fiscale d'un montant équivalent à 60 % des sommes versées. En clair, pour 1 000 € donnés à votre association, une entreprise locale « récupérerait » 600 € sous forme de réduction de son impôt sur les bénéfices. En réalité, le don ne coûtera ainsi que 400 €, à votre mécène tandis qu'il procurera à votre association un revenu bien plus important ! Les associations sportives ont donc tout intérêt à privilégier ce mode de relation relativement intéressant fiscalement, incitatif et adapté aux problématiques des associations et des entreprises.

A l'inverse, le sponsoring, considéré comme une charge de publicité ordinaire pour l'entreprise, ne fait l'objet d'aucune opération comptable ou fiscale particulière.

2. La signature d'un contrat est recommandée, mais pas obligatoire

La formalisation d'une opération de mécénat, comme de sponsoring, par la rédaction d'un contrat succinct permet de préciser les engagements respectifs de chacun, et ainsi d'éviter tout malentendu ou incompréhension.

Il suffit de préciser dans ce contrat :

- le projet de l'association soutenu par le mécène/sponsor
- la durée de l'accord (limité à une manifestation, à une durée précise)
- le montant de la somme ou la nature de l'aide humaine ou matérielle apportée
- l'engagement de l'association à faire figurer le nom/logo du mécène sur tel ou tel support ou de réaliser telle ou telle prestation au bénéfice du sponsor
- les modalités de cessation ou de résiliation de l'accord