

Le mécénat environnemental



Mémoire de stage effectué à la Direction de l'Environnement et de l'Aménagement du Logement



Master 2 Management et Financement de Développement Durable

Année : 2010/2011

Stage effectué du 1er Mars 2011 au 31 Juillet 2011
Par Hercule Fedna Gina

Tutrice de stage : VERNEYRE Laure
Tuteur pédagogique : Paul Rosele Chim

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier avant tout mon Père qui, avec son précieux aide et son soutien, m'a permis de réaliser ce stage dans de bonnes conditions.

Un grand merci à Laure VERNEYRE qui m'a donné l'opportunité d'effectuer mon stage au sein de son service, mais aussi pour ses nombreux conseils et son encadrement durant toute cette période.

Je remercie tous ceux qui ont contribué à la concrétisation de ce mémoire et m'ont apporté leurs conseils dont le personnel de la DEAL : Josiane SUBIRAT, Isabelle VALMONT- GASTARRIET, Marie-Noel GISSELBRECHT, Annie CARPENTIER, Rémy CHARRIER et Philippe APPRIOU pour leurs aides et leurs conseils.

Je remercie également tous ceux qui m'ont accordé un entretien: M. Colombani, George CUISSOT, Michel HUET, Vincent Bertus, Laurent Garnier; sans oublier les associations et chefs d'entreprises qui ont participé à mon enquête.

Je remercie également Ferdinand HERCULE pour son soutien, Gislène ATELUS, Daniel HORTH, Pascaline SAINDOR.

Enfin, je remercie mon directeur de mémoire Paul ROSELE CHIM .

Le mécénat environnemental

CITATION:

Jacques Rigaud : « le mécénat d'entreprise doit être un des éléments du langage de l'entreprise, une des voies par lesquelles elle décide de dialoguer avec la société, de se définir par rapport à elle ».

INTRODUCTION GENERALE

Le mécénat environnemental

A la fin de mon cursus universitaire de master professionnel de Management et Financement de Développement Durable, dans le but de valider mon année mais surtout d'acquérir une expérience professionnelle, j'ai choisi d'effectuer un stage d'une durée de cinq mois au sein d'une administration déconcentrée de l'État.

Après avoir envoyé un nombre important de lettres de candidature de stage et de Curriculum Vitae dans l'Ile de Cayenne, j'ai reçu un avis positif de la Direction de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement de Guyane (DEAL).

Mes candidatures de stage se sont orientées principalement vers des administrations et non vers des entreprises. En effet j'aspire, et cela depuis toujours, à travailler dans le secteur public. Le désir de contribuer à l'intérêt collectif m'attirait davantage vers le secteur public que celui du privé. C'était donc tout naturellement que je me suis tournée avant tout vers ces structures pour ma recherche de stage.

Durant mes recherches et relances auprès des administrations, je me suis rendue compte, qu'il était extrêmement difficile d'obtenir un stage dans le secteur que je recherchais. Plusieurs administrations semblaient être intéressées par ma candidature, mais opposaient systématiquement un refus par contraintes budgétaire.

Cette période de recherche de stage m'a bien mise en situation réelle et j'ai pu identifier tous les rudiments du marché du travail, et compris de façon concrète ce que signifiait la notion: « savoir se vendre ».

J'ai reçu entretemps un avis favorable de la part de la DEAL, au sein de la Mission Pilotage Stratégie du Développement Durable.

Qu'est-ce que la DEAL?

Cette question m'était souvent posée lorsque j'expliquais à mon entourage le lieu où j'effectuais mon stage; c'est pour cette raison que j'ai trouvé bon d'apporter un éclairage sur la DEAL.

Les directions régionales de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DREAL) sont des services déconcentrés régionaux du ministère de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement. Elles sont mises en place progressivement, depuis le 1er mars 2009 dans le cadre de la Révision générale des politiques publiques (RGPP) et résultent de la fusion des directions régionales de l'équipement (DRE ou encore Directions Départementales de l'Équipement), des directions régionales de l'environnement (DIREN) et des directions régionales de l'industrie, de la recherche et de l'environnement (DRIRE). En conséquence, les DRE, DIREN et DRIRE disparaissent.

Dans les DOM, les directions de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DEAL) sont effectives depuis le 1er janvier 2011. En Guyane, elle regroupe les services de la DIREN (environnement), de la DRIRE (industrie/environnement à l'exception du pôle économique), de la DDE (équipement à l'exception des phares et balises), de la DAF (pour le service police

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

des eaux) et le bureau de la réglementation de la préfecture. La DEAL s'inscrit résolument comme un acteur majeur en Guyane dans les domaines :

- du développement de l'offre de logement,
- de l'aménagement équilibré des territoires,
- du développement et de l'entretien et de l'exploitation des infrastructures de transport,
- de la gestion durable du milieu naturel et des ressources,
- de la prévention des risques naturels et technologiques,
- de la sécurité énergétique,
- de l'évolution des modes de gouvernance des projets structurants

J'ai été contacté par Laure Verneyre chef de service de la Mission Pilotage Stratégique du Développement Durable nouvellement créé.

Les objectifs de la fiche de stage étaient d'élaborer des stratégies en vue de contacter et d'informer les différents acteurs (entreprises, associations et établissements publics) susceptibles d'être intéressés par des actions portant sur le mécénat environnemental en Guyane.

Bien qu'ayant peu de connaissance sur le mécénat, ce travail m'a tout de suite intéressé car il rentrait non seulement dans les perspectives de mes ambitions professionnelles mais était également en adéquation avec ma formation. En effet, ce stage m'a permis d'une part de travailler dans une administration publique, et d'autre part travailler sur un sujet ayant rapport avec le développement durable donc mettre en pratique l'enseignement que j'avais reçu durant mon cursus universitaire en master 2 de Management et Financement de Développement Durable à l'Université des Antilles et de la Guyane.

Après m'être informé sur le sujet, et plus j'avancais dans ma mission, des questions me vinrent à l'esprit :

- La Guyane a-t-elle les qualités requises pour créer un partenariat suffisamment solide entre les différents acteurs économiques dans le but de réaliser des actions d'intérêt général de façon désintéressée ? Si telle était le cas, ces actions contribueraient donc au développement économique, social et environnemental de la Guyane.
- Les entreprises Guyanaises sont-elles prêtes à intégrer le mécénat dans leurs stratégies interne et externe?
- Les associations locales sont-elles disposées à accepter ce type de partenariat avec les entreprises ?
- Comment les administrations publiques pourront promouvoir et encourager les actions de mécénat environnemental localement ?

Tout au long de ce mémoire de stage, nous tenterons donc de répondre à la problématique suivante :

Le mécénat est-il une opportunité pour la promotion d'un développement durable en Guyane et à quelles conditions?

Afin de répondre à cette question, je présenterai dans une première partie, le contexte réglementaire et les modalités de mise en œuvre des actions de mécénat environnemental. Puis, dans une deuxième partie, j'exposerai les pratiques professionnelles que j'ai vécu dans le cadre de mon stage à la DEAL. Et enfin, j'analyserai les obstacles et les pistes de solution d'un mécénat environnemental à l'échelle régionale.

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

CHAPITRE I: PARTIE THEORIQUE

INTRODUCTION

Contrairement aux idées reçues, le mécénat a un très long passé derrière lui. Il ne fit pas son apparition dans les années 80 avec l'apparition de l'arrêté du 6 janvier 1989 « relatif à la terminologie économique et financière » qui donne l'une des premières définitions du mécénat, mais bien plus tôt. A ces débuts, il n'avait pas toutes ces réglementations et ces avantages accordés aux mécènes. C'est en fait un très long et difficile cheminement que le mécénat fit pour obtenir la place qu'elle commence à occuper aujourd'hui dans notre société.

Qu'est-ce que le mécénat?

Selon une définition utilisée par l'arrêté du 6 janvier 1989 " relatif à la terminologie économique et financière " (JO du 31 janvier 1989), le mécénat est un "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". Ce soutien s'effectue par le versement de don qui peut être en numéraire, en nature ou encore en compétence. Il doit être distingué du sponsoring ; le mécénat représente un service rendu à la communauté, et l'obligation de résultats n'est pas de même nature, car le résultat n'a pas une valeur aussi contraignante que pour le sponsor.

Nous pouvons nous poser les questions suivantes:

Comment pratiquait-on le mécénat jadis? Comment expliquer la vulgarisation de ce terme? Quelles sont les différentes formes de mécénat qui ont été créées? Quelles sont les formalités que doivent remplir les bénéficiaires, les donateurs et les projets pour toutes actions de mécénat?

Nous tenterons de répondre à ces questions, en présentant dans une première partie, l'origine et les raisons de la popularisation du mécénat. Puis dans une seconde partie, nous apporterons une définition détaillée du mécénat que nous confronterons à la notion de sponsoring, et nous expliciterons les différentes formes de mécénat. Ensuite nous montrerons, les fondements d'éligibilités des projets de mécénat. Et enfin, pour finir ce premier chapitre nous analyserons les procédés de défiscalisation accordée aussi bien aux particuliers qu'aux entrepreneurs.

I. ORIGINE ET DEVELOPPEMENT DU MECENAT

1.1 Origine

Afin de comprendre pourquoi le mot mécénat s'est ainsi popularisé, et pour quelles raisons nous accordons actuellement, un si grand intérêt à ces actions, nous devons faire un retour en arrière sur les circonstances de l'arrivée de cette notion, les conditions de son évolution et raison de son expansion.

Le terme mécénat trouve son origine à Rome au premier siècle avant JC. Il est formé à partir du nom de l'ami personnel et du ministre de l'empereur Auguste : Maecena dont le nom francisé est Mécène.

Qui était Mécène?

Caius Cilnius Maecenas était un chevalier et un homme politique romain. Il prit naissance vers 69 avant Jésus-Christ et mourut en l'an 8 avant Jésus-Christ. Ami personnel de l'empereur Auguste, il encouragea les arts en aidant les poètes de l'époque : Horace, Virgile et Propertius. Mæcenas était considéré comme un protecteur des écrivains, des artistes, et des savants du fait des nombreux dons qu'il accorda à ces derniers afin de les encourager dans leurs œuvres. Il était devenu célèbre pour avoir consacré sa fortune et son influence à promouvoir les arts et les lettres. Le terme de mécène est depuis resté attaché à son action.

La pratique du mécénat apparaît véritablement en Europe lors de la Renaissance. C'est plus précisément au XVI^e siècle et tout particulièrement en Italie que s'est développée cette pratique.

Les toutes premières actions de mécénat prenaient la forme la plus simple: celle qui consistait à acheter les œuvres d'un artiste contemporain vivant. Le mécène était donc une personne puissante qui contribuait à promouvoir les pratiques artistiques. Les mécènes étaient des amateurs d'arts et de littérature. Ils étaient à l'origine des princes et des personnalités célèbres qui disposaient d'une richesse suffisante pour soutenir leur passion. Seuls ceux qui disposaient d'une richesse suffisamment grande pouvaient donc prétendre être mécène. Le mécénat était pratiqué par de riches familles.

Le mécénat européen, jadis profondément inséré dans la sphère publique, était dominé par l'État avec une influence profonde des religions. Le mécénat américain relevait plus de source privée, qui se développa dans un pays de construction libérale ; ce qui donna naissance au mécénat d'entreprise tel que nous l'appréhendons aujourd'hui. Il existe donc un écart prononcé entre la pratique du mécénat en Europe et dans les pays Anglo-saxons.

Ce point majeur du mécénat européen explique en partie le retard de l'Europe en matière de mécénat d'entreprise.

1.2 Développement du mécénat

Ainsi dès l'avènement de l'ère industrielle du XIX^{ème} siècle, les entreprises ont commencé à soutenir des œuvres charitables à caractère social. Ce mécénat des entreprises s'est ensuite développé et s'est diversifié pour devenir aujourd'hui une source privilégiée de financement des actions d'intérêt général.

Le mécénat d'entreprise n'a émergé dans la société française que relativement récemment. Néanmoins on voit apparaître une vraie prise de conscience pour l'écologie. En effet, les politiques ont pris conscience qu'il fallait agir face aux crises environnementales. Pour se faire, ils ont créé:

- la Journée Mondiale de l'Environnement du 5 juin tout les ans et ce depuis 1972;
- les différents sommets de la terre et protocole;
- le Grenelle de l'environnement;
- la Semaine du Développement Durable en 2003 qui se renouvelle tout les ans;
- l'Année internationale de la biodiversité en 2010;
- l'Année internationale des forêts en 2011.

Le combat en faveur de l'écologie et du développement durable nécessite, la mobilisation des énergies de l'ensemble des acteurs de la société et pas seulement des pouvoir publics. Les objectifs à atteindre sont connus pour l'essentiel : la préservation de la biodiversité, la réduction des gaz à effets de serre, les économies d'énergie, le développement des énergies renouvelables, la préservation des sources d'eau, la réduction des pollutions diffuses, la protection des paysages, etc...

Mais les moyens à mettre en œuvre pour y parvenir sont plus difficiles à maîtriser. Parmi ces moyens, le mécénat constitue un atout pour l'environnement. Ainsi, entreprises, associations et pouvoirs publics ont tous un rôle à jouer pour une croissance durable.

Le mécénat d'entreprise peut être une opportunité pour l'environnement. Le mécénat d'entreprise en faveur de l'écologie et du développement durable est en train de se développer. Cela est du à un engouement pour la préservation de l'environnement ; de plus les réticences qui se manifestaient de la part des acteurs de l'environnement et des entreprises, sont en train de s'estomper.

II. DEFINITION

2.1 Comparaison entre le mécénat et le parrainage

Le mécénat peut facilement être confondu avec le sponsoring. Néanmoins il existe de nombreuses nuances qui nous aident à dissocier ces deux termes. Pour se faire, il nous suffit de les comparer.

Tout d'abord, prenons la définition dans un dictionnaire. Selon le du Petit Larousse, le mécénat est: « une protection, un soutien financier accordés à des activités culturelles, scientifiques, sportives ». Cette définition est incomplète, nous reprenons donc la définition administrative du mécénat, qui désigne le mécénat comme étant « un soutien matériel apporté sans contrepartie direct de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activité présentant un intérêt général». Deux termes sont à retenir dans cette définition: « sans contrepartie direct» et «activité présentant un intérêt général».

Puis comparons-la à celle du parrainage. Selon la définition du Larousse, le sponsoring est l'activité « d'un commanditaire qui finance des activités à des fins publicitaires ».

La distinction se situe au niveau de la contrepartie. En effet, le principe du mécénat est une absence totale de contrepartie au don. Si c'est le cas, c'est-à-dire s'il existe une contrepartie, cette dernière ne doit pas apporter une controverse aux critères du don. Le mécène ne cherche donc pas de contrepartie à son don car sa démarche est dans une intention libérale, alors que le parrain s'engage dans une opération de nature commerciale dans le but d'en tirer un profit.

Contrairement au mécénat, le parrainage est défini comme un soutien matériel en vue d'en retirer une contrepartie directe équivalente à son don. Il sert à promouvoir un produit ou une marque. Le sponsoring est de ce fait considéré comme la vente d'un espace publicitaire, une prestation de service et, ne peut pas s'apparenter à un don. Dans le cas du sponsoring, l'association parrainée est considérée comme prestataire de services rendus au sponsor.

2.2 Les grandes formes de dons mécénat

Les modalités qui s'offrent à une entreprise soucieuse de poursuivre sa politique de mécénat sont nombreuses.

Les dons ne sont pas forcément financiers car on en distingue plusieurs formes :

- le mécénat financier : il peut s'agir de cotisations, de subventions, d'apports en numéraire ;
- le mécénat en nature: son versement peut, dans ce cas, consister en la remise d'un bien inscrit sur le registre des immobilisations, de marchandises en stock, en l'exécution de prestations de services, en la mise à disposition de moyens matériels, personnels ou techniques... ;
- le mécénat technologique: on mobilise la technologie disponible ou utilisée par l'entreprise au bénéfice d'un bénéficiaire d'intérêt général il consiste à mobiliser le

Le mécénat environnemental

savoir-faire, le métier de l'entreprise au bénéfice de partenaires culturels ou du monde de la solidarité ;

- le mécénat de compétence: il consiste à mettre à la disposition d'une structure éligible au mécénat, de personnel, à titre gracieux ; cette forme de mécénat met certaines compétences des salariés de l'entreprise au service des projets soutenus, sous forme de mise à disposition de personnel, de prêt de main-d'œuvre, d'accompagnement dans le montage du projet...
- le mécénat associé : le mécénat associé est basé sur le principe d'une mobilisation des salariés en faveur d'une œuvre d'intérêt général qui se traduit la plupart du temps par un engagement financier. L'entreprise alloue à son tour un montant au moins égal à ce que les salariés sont prêts à verser.
- le partenariat média ou les médias mécènes : elle concerne les entreprises dont l'activité se situe dans le domaine de la communication, de la presse, des arts et du spectacle, dans le cadre d'une coproduction avec l'organisme mécène.
- le mécénat partagé : sensibiliser le grand public à nos actions et à des valeurs partagées en s'engageant à reverser un pourcentage de vos ventes sur un ou plusieurs produits ou services.
- le mécénat de fidélisation : il s'agit de Proposer aux membres de votre programme de fidélisation de reverser tout ou partie de leurs points cadeaux aux petits débrouillards.
- le mécénat d'événement : consiste à inviter les spectateurs, visiteurs de la société à faire un don aux petits débrouillards lors d'évènements (manifestation, salons, concerts).

Les quatre premier types de mécénat (financier, en nature, de compétence et technologique) sont les formes principales du mécénat.

Avec une combinaison de ses formes de mécénat, on voit apparaître d'autres types de mécénat telle que:

- le mécénat mixte qui combine le mécénat financier et le mécénat en nature;
- le mécénat « croisé » qui regroupe différents objectifs d'intérêt général (la solidarité, l'environnement, la culture,..).

Le mécénat environnemental

Tableau 1 : Récapitulatif des différentes formes de mécénat

FORME DE MECENAT	MANIFESTATIONS
Financier	Cotisations, subventions ou apports en numéraire
Technologique	Mobilisation de savoir-faire, prestation de service ou totalement gratuite
De compétence	Mise à disposition de l'expertise des salariés
En nature	Mise à disposition de moyens matériels et techniques
Associé	Mobiliser et s'associer avec les collaborateurs de la société autour de dons pour des projets associatifs
Partagé	La société sensibilise le grand public à des actions et à des valeurs partagées en s'engageant à réserver un pourcentage de ses ventes sur un ou plusieurs produits
Médiat	Offrir un encart à l'association
De fidélisation	Proposer aux membres du programme de fidélisation de la société de reverser tout ou partie de leurs points cadeaux à l'association
D'évènement	Inviter les spectateurs, les visiteurs de la société à faire un don à l'association

III. PROJETS ELIGIBLES AU MECENAT

Les dons n'ouvrent droit à réduction d'impôt que si l'association et le don respectent certaines conditions.

Pour qu'un projet soit éligible au mécénat, le projet et le porteur de projet doivent donc remplir un certain nombre de critères définis dans des textes juridiques.

3.1 Cas généraux

Pour être éligible au mécénat, le don ne doit pas être suivi de contrepartie directe et l'activité soutenue doit concourir à un intérêt général.

A. Le domaine d'activité

1) Sont éligibles au mécénat des activités d'intérêt général

Selon la définition administrative, «le mécénat est un soutien matériel ou en nature apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activité présentant un intérêt général ».

Le mécénat suppose donc la réunion de quatre critères :

- l'absence de contrepartie;
- l'apport d'un soutien matériel ou en nature;
- être au bénéfice d'une œuvre ou d'une personne;
- l'exercice d'activités d'intérêt général.

Comment définir ce dernier critère?

Afin de déclarer, par les services fiscaux, des activités d'intérêt général trois conditions sont à remplir.

Premièrement, les activités des associations doivent être caractérisées d'activités à but non lucratif (BNL) c'est à dire que les activités doivent être non concurrentielle.

Afin qu'elle soit qualifiée d'association à BNL, l'association devra regrouper cinq caractéristiques:

- si l'association a une activité économique, celle-ci doit entrer strictement dans le cadre de l'activité générale désintéressée de l'association et contribuer par sa nature et non simplement financièrement à la réalisation de ce projet ;
- la gestion de l'association ne doit procurer aucun avantage matériel direct ou indirect aux fondateurs, dirigeants et membres de l'association ;
- la réalisation d'excédents de recettes ne doit pas être systématiquement recherchée ;
- lorsqu'ils en existent, les excédents doivent être réinvestis dans l'œuvre elle-même;
- l'œuvre doit présenter une utilité sociale en assurant la couverture des besoins qui ne sont pas pris en compte par le marché.

Le mécénat environnemental

Ensuite, la gestion de l'association doit être faite de façon désintéressée en l'occurrence:

- l'organisme est géré et administré à titre bénévole par des personnes n'ayant, elles-mêmes ou par personne interposée, aucun intérêt direct ou indirect dans les résultats de l'exploitation ;
- l'organisme ne procède à aucune distribution directe ou indirecte de bénéfice, sous quelque forme que ce soit ;
- les membres de l'association ne peuvent en aucun cas s'attribuer ou se répartir les biens de l'association, sous réserve du droit de reprise des apports.

Si ces 3 conditions sont réunies, le caractère désintéressé de la gestion est avérée.

Enfin, l'association ne doit pas fonctionner pour un cercle restreint de personnes.

Par exemple, les associations doivent servir les intérêts d'une ou plusieurs familles ou entreprises, faire connaître les œuvres de quelques artistes ou les travaux de certains chercheurs...

La notion d'intérêt général suppose donc que l'organisme n'ait pas un caractère lucratif, que sa gestion soit désintéressée, et qu'il ne fonctionne pas au profit d'un cercle restreint de personnes.

2) Sont éligibles au mécénat les organismes à caractères spécifiques

Selon la loi, sont seuls éligibles au mécénat « les organismes à caractères 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 ». Afin de bénéficier un éventuel don de mécénat, l'organisme doit œuvrer dans ces différents domaines d'activités.

Philanthropique:

Les associations ayant pour but de venir en aide à ceux de leurs membres qui sont dans le besoin, les comités chargés de recueillir les fonds pour les victimes d'un sinistre.

Éducatif :

Les associations de parents d'élèves, les associations familiales créent en vue de venir en aide aux établissements d'enseignements privés.

Scientifique :

Les organismes ayant pour but d'effectuer certaines recherches d'ordre scientifique ou médical.

Social ou familial :

Les organismes qui concourent à la protection de la santé publique sur le plan de la prophylaxie ou de la thérapeutique, des organismes d'action sociale en particulier dans l'insertion des organismes ayant pour but d'héberger à prix modique des jeunes gens, des clubs de troisième âge.

Humanitaire :

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

Les organismes dont l'activité consiste à secourir les personnes qui se trouvent en situation de détresse et de misère en leur venant en aide pour les besoins indispensables et en favorisant leur insertion et leur promotion sociale.

Sportif :

Les organismes ayant pour vocation de promouvoir la pratique du sport non professionnel.

Culturel :

Les organismes dont l'activité est consacrée, à titre prépondérant, à la création, à la diffusion ou à la protection des œuvres d'art et de l'esprit sous leurs différentes formes. Les organismes concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique ont pour objet d'assurer la sauvegarde, la conservation et la mise en valeur des biens immobiliers appartenant au patrimoine artistique national, régional ou local.

Environnement :

Les organismes concourant à la défense de l'environnement naturel exercent leur activité dans un ou plusieurs domaines suivants : lutte contre la pollution et les nuisances, prévention des risques naturels et technologiques, préservation de la faune, de la flore et des sites, préservation des milieux et des équilibres naturels, amélioration du cadre de vie en milieu urbain ou ruraux.

B. Lieu d'exercice du projet

Selon le guide pratique juridique et fiscal a été élaboré par le responsable de la Mission Mécénat d'Entreprise du ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de la Mer en collaboration, les organismes qui sont éligibles au mécénat sont « les organismes d'intérêt général dont une partie au moins de l'activité est conduite en France (Métropole, les départements d'outre-mer et les eaux territoriales françaises) ».

3.2 Cas particuliers

On peut distinguer trois cas particuliers au principe d'éligibilité des activités au mécénat:

- le lieu géographique des organismes bénéficiaires,
- leurs structures,
- l'existence de contrepartie.

Le mécénat environnemental

A. Concernant la localisation de l'organisme bénéficiaire

Sont éligibles au mécénat les organismes d'intérêt général dont une partie au moins de l'activité est conduite en France (Métropole, les départements d'outre-mer et les eaux territoriales françaises).

Il existe néanmoins deux catégories d'organismes qui peuvent déployer leurs activités hors de la France sans remettre en question leurs caractères d'intérêt général: les organismes humanitaires et les organismes concourant à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises.

B. S'agissant des structures des organismes

Les associations régies par la loi de 1901 ne sont pas seules éligibles au régime du mécénat. Il existe d'autres bénéficiaires telles que les collectivités territoriales, les établissements publics, les établissements d'enseignement supérieur ou artistique, les organismes de développement économique, les organismes culturels et de bienfaisance, les groupements d'intérêt public, les personnes physiques, les groupements d'intérêt économique, les fondations d'entreprises, les sociétés commerciales et les partis politiques.

Ces organismes peuvent recevoir des dons mécènes uniquement pour financer des activités d'intérêt général.

Il convient de souligner que les organismes constitués en sociétés telles que SA, SCOOP, SARL, etc..., qui sont des organismes à but lucratif (au sens fiscal du terme) ne sont pas éligibles au mécénat.

C. L'existence de contrepartie

Si l'absence de contrepartie offerte au donateur est le critère qui permet de distinguer le mécénat du parrainage, l'administration fiscale admet toutefois l'existence d'une contrepartie. L'entreprise mécène peut bénéficier de certains services ou de certains biens de la part de l'organisme soutenu à condition qu'il existe une disproportion marquée entre la valeur du don et celle des services ou biens obtenus. Cette contrepartie constitue un avantage pour le donateur en plus de la réduction d'impôt. La valeur de cette contrepartie doit demeurer dans un rapport de 1 à 4 avec le montant du don (c'est-à-dire qu'elle ne doit pas dépasser 25 % de la valeur du don).

IV. LES ENTREPRISES ELIGIBLES AU MECENAT

4.1 Entreprises concernées

Les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés selon un régime réel d'imposition, quelle que soit la nature de leur activité, sont celles qui peuvent bénéficier du système du mécénat. Les entreprises qui sont exonérées d'impôt partiellement ou temporairement par application d'un abattement sur le montant du résultat imposable, peuvent profiter de l'avantage fiscal qu'offre le mécénat.

Ne sont pas concernées les entreprises exonérées de l'impôt sur les sociétés en vertu d'une disposition particulière et les micros entreprises. Ces dernières sont des sous-catégories, des très petites entreprises (TPE).

Les entreprises individuelles et les professions libérales ont le choix entre bénéficier, à titre privé, d'une réduction de l'impôt sur le revenu de 66 % de leur don dans la limite de 20 % du revenu imposable ou, à titre professionnel, d'une réduction de 60 % dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires, pour les seuls dons sans contrepartie qui apparaissent dans la comptabilité. Ce choix est indivisible pour une année.

4.2. Territorialité des entreprises

Le bénéfice de la réduction d'impôt est exclusivement réservé aux contribuables domiciliés fiscalement en France au sens de l'article 4B du code général des impôts.

En Europe, une jurisprudence de la Cour de Justice de la Communauté Européenne (décision de la Cour du 27 janvier 2009, Hein Persche contre Finanzamt Lüdenscheid, C-318/07) considère que limiter l'avantage fiscal du mécénat aux dons effectués au profit d'organismes d'intérêt général établis sur le territoire national constitue une entrave à la liberté de circulation des capitaux.

L'application de cette décision dans les législations des États européens pourrait permettre aux entreprises européennes de bénéficier des avantages fiscaux de chacun de leur pays dès lors que les organismes bénéficiaires étrangers s'inscrivent dans les mêmes critères d'éligibilité que ceux des organismes bénéficiaires du pays de l'entreprise.

Ainsi, une entreprise française pourrait bénéficier de l'avantage fiscal en France pour un don à une association d'intérêt général européenne qui répondrait aux mêmes conditions que celles de l'article 238 bis. Inversement, une entreprise européenne pourrait bénéficier de l'avantage fiscal de son pays pour un don à une association française dès lors que celle-ci répond aux conditions d'éligibilité du pays de l'entreprise.

V. DEFISCALISATION ET REGLEMENTATION

5.1 Taux de défiscalisation

Dès lors que des organismes répondent aux critères définis dans les parties II et III, les dons qui reçoivent les bénéficiaires ouvrent droit à une réduction d'impôt pouvant atteindre 90% de la somme du don. Le taux de défiscalisation varie en fonction des structures bénéficiaires et des donateurs.

A. Les particuliers

Pour les particuliers, le donateur bénéficie d'une réduction d'impôts égale à 66 % du montant du don, dans la limite de 20 % de son revenu imposable (art 200 du Code général des impôts). Au-delà de 20%, l'excédent est reporté sur les cinq années suivantes.

B. Les entreprises

Pour les entreprises, elles bénéficient d'une réduction d'impôt égale à 60 % du montant du don, dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires (art 238 bis du Code général des impôts).

La réduction d'impôt peut monter jusqu'à 90 % dans le cas de versements effectués pour l'acquisition, par l'État ou toute autre personne publique, d'un trésor national se trouvant sur le sol français ou d'un bien culturel d'intérêt majeur situé à l'étranger. S'il s'agit d'une acquisition pour son propre compte, l'entreprise peut alors déduire 40 % de ses dépenses.

Le donateur et le bénéficiaire doivent suivre un certain nombre de procédures afin de rendre plus formel et plus facile la réduction d'impôt.

5.2 Évolution des textes de loi

Dans l'évolution historique du mécénat, nous avons vu les causes du retard de l'Europe et plus précisément de la France en matière de mécénat. Ici, nous montrerons comment ce retard s'est caractérisé et comment via les textes de lois, la France a pu rattraper son retard.

Plusieurs lois depuis les années 1980 ont fait évoluer le cadre juridique du mécénat. La dernière en date étant la loi du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, qui instaure une nouvelle structure: le fonds de dotation. Mais celle qui a le plus marqué la législation du mécénat était la loi Aillagon de 2003. Cette dernière a profondément allégé la fiscalité et les démarches pour la création de fondations, et de ce fait, elle a incité les entrepreneurs à reconsidérer leur stratégie interne et externe de communication.

Le mécénat environnemental

Nous allons donc distinguer deux grandes phases d'évolutions des textes de loi en faveur du mécénat:

- les lois d'avant 2003
- les lois d'après 2003

A. Avant la loi du 1er août 2003: la France en retard

Selon l'article 7 de la loi n°87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, « les entreprises qui achètent, à compter du 1er juillet 1987, des œuvres originales d'artistes vivants et les inscrivent à un compte d'actif immobilisé peuvent déduire du résultat imposable de l'exercice d'acquisition et des dix-neuf années suivantes, par fractions égales, une somme égale au prix d'acquisition ».

Cette disposition de l'article fut une énorme avancée pour avantager fiscalement les entreprises mécènes.

Le poids de l'État dans les traditions et l'histoire de France a longtemps constitué un frein au développement du mécénat et des fondations. Les améliorations de la fiscalité du mécénat réalisées dans le passé pour remédier à notre retard, notamment avec la loi de juillet 1987 sur le mécénat, ont été réelles. Mais, jusqu'à la loi du 1er août 2003, elles restaient trop faibles et trop rares pour permettre une réelle expansion des dons de mécénat, car la pression fiscale demeurait toujours forte.

Deux chiffres-clés illustrent cet état de fait: aux États-Unis, le mécénat et la philanthropie représentent 2,1% du PIB (217 Md€). En France, selon les données disponibles, 15% des citoyens font des dons, et le nombre d'entreprises investies dans le mécénat ou dans le parrainage ne dépasse pas deux milles. Le mécénat et la philanthropie doivent ainsi représenter à peine 0,1% du PIB en France, vingt fois moins qu'aux USA.

Nous parlerons en trois paragraphes de la situation antérieure à la loi Aillagon:

- Situation du mécénat des particuliers ;
- Situation du mécénat et du parrainage des entreprises ;
- Les comparaisons internationales.

1) Situation du mécénat des particuliers

Avec l'article 200 du code général des impôts avant qu'il ne fut modifié par l'adoption de la loi du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, les dons que les particuliers effectuent au profit d'œuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère notamment philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel, ouvraient droit à une réduction d'impôt égale à 50 % du montant des sommes versées, retenues dans la limite d'un plafond égal à 10 % du revenu imposable.

Toutefois, pour les personnes qui effectuaient des dons au profit d'un organisme sans but lucratif, qui procèdent à la fourniture gratuite de repas à des personnes en difficulté, qui contribuent à favoriser leur logement ou qui procède à titre principal à la fourniture de soins à

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

des personnes en difficulté, le taux de la réduction d'impôt était porté à 60 % dans la limite d'un plafond de versements fixé à 407 € pour l'imposition des revenus de 2002.

D'après l'étude sur "La générosité des Français" établie en 2001 sous l'égide de la Fondation de France, qui constitue quasiment la seule source de données disponibles sur le mécénat des particuliers, les dons déclarés sont passés, entre 1994 et 2000, de 766 à 914 M€.

Le nombre de donateurs reste également très faible : en 2000, les donateurs ne représentaient que 15% des foyers fiscaux et 29% des foyers imposables (selon les sources du ministère de l'Économie et des Finances). L'analyse de l'Observatoire de la générosité et du mécénat le confirme : même en considérant qu'un quart des foyers donateurs ne déclarent pas leurs dons, "il y aurait au minimum 70% de foyers imposables ne donnant réellement pas, du moins sous forme de chèque ou virement, à une quelconque association" (étude sur "La générosité des Français", 2001).

2) Situation du mécénat et du parrainage des entreprises

Concernant le mécénat d'entreprise, les données sont plus favorables. On constate un ralentissement très net dès l'an 2000, qui s'est renforcé en 2001 et 2002 en raison du problème économiques. Au total, le mécénat d'entreprise, dans les domaines principaux que sont la culture, la solidarité et l'environnement, aurait représenté selon l'ADMICAL (Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial) environ 341 millions d'euros en 2000, soit seulement 0,02% du PIB. Le nombre des entreprises actives dans ces domaines serait également peu élevé : moins de deux milles ont été recensées par l'annuaire de l'ADMICAL.

Par ailleurs, une très grande majorité d'entreprises continue à utiliser le parrainage de préférence au mécénat, pour des raisons fiscales. Jusqu'à la loi du 1^{er} août 2003, le régime du parrainage était en effet plus avantageux en raison d'une absence d'un taux de plafond par rapport au chiffre d'affaires, et de l'existence de contreparties proportionnelles à la dépense.

3) Les comparaisons internationales

Si l'on compare la situation antérieure à 2003 du mécénat français avec celles des autres pays occidentaux, on peut constater que le régime français du mécénat restait peu avantageux et donc peu incitatif, notamment pour ce qui concerne les dons importants. Aux États-Unis, le mécénat et la philanthropie ont apporté au secteur non lucratif environ 217 milliards d'euros en 2001, soit 2,1% du PIB. La France avait en ce domaine un réel retard, notamment parce que le droit ne prévoyait aucun mécanisme permettant de favoriser les dons importants à des fondations et à des associations.

B. Avec la loi du 1^{er} Août 2003

Le mécénat environnemental

Avec la loi du 1^{er} Août 2003, la France se dote d'un dispositif parmi les plus attractifs. Dans un souci d'efficacité et de simplicité, le législateur a été choisi pour privilégier des dispositifs déjà existants, et pour porter l'essentiel de l'effort sur deux articles importants :

- l'article 200 du Code général des impôts pour les particuliers ;
- l'article 238 bis du Code général des impôts pour les entreprises.

1) Dons des particuliers : un régime attractif pour toutes les catégories de revenus

Avec la création de ce type de don c'est un régime attractif pour toutes les catégories de revenus qui a été instauré.

Tableau 2 : Comparaison internationale des avantages fiscaux du mécénat

PAYS	NIVEAU DE L'AVANTAGE	PLAFONNEMENT DE L'AVANTAGE
FRANCE	Situation antérieure : réduction de 50% d'impôt (60% pour une cause particulière : restauration et hébergement d'urgence). Loi du 1er août 2003 : réduction d'impôt de 60% pour tous les dons.	Situation antérieure : plafond du don égal à 10% du revenu imposable. Loi du 1er août 2003 : plafond doublé à 20% du revenu imposable, avec report de l'excédent sur cinq ans.
GRANDE-BRETAGNE	Réduction inférieure à 40% en moyenne (18% de réduction d'impôt, et déduction du revenu de 100% = avantage proportionnel au taux de l'imposition).	Pas de plafond.
ETATS-UNIS	Réduction inférieure à 50% en moyenne (déduction de 100% du revenu avant impôt = avantage proportionnel au taux de l'imposition).	20% à 50% + report de l'excédent sur les cinq années suivantes.
ALLEMAGNE	Réduction inférieure à 50% en moyenne (déduction de 100% = avantage proportionnel au taux de l'imposition).	20.452 € par an + 307 000 € avec report sur dix ans.
ITALIE	Réduction inférieure à 50% en moyenne (déduction de 100% du revenu, + réduction d'impôt de 19%).	2 à 30%
GRECE	Réduction inférieure à 50% en moyenne (déduction de 100% = avantage proportionnel au taux de l'imposition).	2.896 €

Le mécénat environnemental

CANADA	Réduction d'impôt de 16 à 29%.	75,00%
ESPAGNE	Réduction d'impôt de 25%.	10,00%

L'article 1er de la loi du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations améliore sensiblement ce dispositif :

- il étend, sous certaines conditions, le bénéfice de la réduction d'impôt aux fondations d'entreprise;
- il porte de 10 % à 20 % le plafond des versements éligibles à la réduction d'impôt de droit commun;
- il réduit les taux d'impôt, qui passe de 50 % à 60 % de la valeur du don;
- il introduit un mécanisme de report sur cinq ans des dons qui, en raison de leur importance, n'ont pas pu bénéficier de la réduction d'impôt l'année du versement pour la totalité de leur montant.

En introduisant une réduction d'impôt de 60% plafonnée à 20% du revenu imposable, et en donnant lieu à une possibilité de report de l'excédent du don sur cinq ans, la France dispose désormais d'un régime comparable à celui de la plupart des pays étrangers en matière de plafonnement, tout en disposant d'un taux à la moyenne.

De fait, le régime de déduction à 100% sur le montant des revenus imposables, en vigueur dans certains pays, équivaut en réalité à une réduction d'impôt inférieure à 60%.

Par ailleurs, l'article 55 de la loi de finances rectificative pour 2003 n° 2003-1312 du 30 décembre 2003, rehausse de 60 % à 66 % le taux des particuliers de la réduction d'impôt pour les versements réalisés au profit d'organismes ayant pour objet l'aide aux personnes en difficulté.

Le mécénat environnemental

Tableau 3 : Mécénat des entreprises : des avantages quasiment doublés

PAYS	MECENAT DES ENTREPRISES
FRANCE	Situation antérieure : déduction des dons du résultat imposable dans la limite de 2,25 à 3,25 pour mille du chiffre d'affaires en fonction de la nature de l'organisme bénéficiaire. Loi du 1er août 2003 : réduction sur l'impôt sur les sociétés égale à 60 % des dons aux œuvres d'intérêt général, dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires.
ALLEMAGNE	Déduction du résultat imposable dans la limite de 5 % des résultats ou de 0.2% du chiffre d'affaires augmenté des salaires versés.
ESPAGNE	Déduction du résultat imposable des dons de biens du patrimoine historique espagnol ou d'œuvres d'art aux fondations dans la limite de 30 % du bénéfice imposable et de 10 % pour les autres dons (à compter de 2002, la limite a été portée à 15 % pour les dons à des fondations et organismes limitativement énumérés sur des programmes prioritaires du mécénat).
ROYAUME-UNI	Déduction du bénéfice des dons aux fondations (action de charité).
ITALIE	Déduction du résultat imposable : - dans la limite de 2 % du bénéfice imposable ; - dans la limite de 25 % du bénéfice imposable s'agissant de biens protégés donnés à l'État ; - sans plafond pour les dons à un organisme à but non lucratif (ONLUS), dans le cas de calamité publique ou événements extraordinaires.
PORTUGAL	Déduction du résultat imposable : - augmentée de 20% ou 30% sur agrément, dans la limite de 0,6% du chiffre d'affaires ; - augmentée de 20%, sans plafond, pour les dons aux administrations ou aux organismes gouvernementaux, et pour les organismes privés déclarés "d'un intérêt culturel supérieur".
BELGIQUE	Déduction du résultat imposable dans la limite de 5 % du bénéfice net, sans pouvoir dépasser 500.000 €.
ETATS-UNIS	Déduction du résultat imposable dans la limite de 10 %.

[En introduisant dans la loi du 1er août 2009 une réduction d'impôt de 60% de l'impôt sur les sociétés,](#) la France a doublé l'avantage consenti aux entreprises. Par rapport aux autres pays, qui appliquent tous une déduction du résultat imposable à 100%, il s'agit d'une révolution. Par ailleurs, le plafond par rapport à un chiffre d'affaires a été doublé et unifié, ce qui apporte davantage de souplesse et de simplicité, notamment pour les Petites et Moyennes Entreprises (PME).

Autre point à souligner : celui des fondations d'entreprise.

Les fondations d'entreprise ont été créées par la loi n° 90-559 du 4 juillet 1990. Il s'agit de « personnes morales à but non lucratif créées en vue de la réalisation d'une œuvre d'intérêt

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

général, par une société civile ou commerciale, un établissement public industriel et commercial, une coopérative, une institution de prévoyance ou une mutuelle ».

Auparavant, la loi interdisait à ces organismes de faire appel à la générosité publique et donc de recevoir des dons et legs (article 19-8 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat). Le champ d'application de l'article 200 est élargi pour les fondations d'entreprises avec la loi Aillagon de 2003.

En effet, la loi du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, offre désormais aux fondations d'entreprise la possibilité de recevoir des dons mécénat de la part des salariés de l'entreprise fondatrice (article 11) et par les salariés des entreprises du groupe, au sens de l'article 223 A du code général des impôts, auquel appartient l'entreprise fondatrice (article 12).

Dès que cette possibilité leur est désormais offerte, l'article 1er de la loi Aillagon étend les avantages fiscaux aux sommes versées au profit des fondations d'entreprise.

Les fondations d'entreprise ouvrent droit à la réduction d'impôt pour tout don de mécénat qui leur est affecté :

- si leur objet entre dans la liste de ceux énumérés à l'article 200 du code général des impôts (cf. DB 5 B 3311 n° 8 et suivants) ;
- et à condition qu'elles soient d'intérêt général au sens de ce dispositif, ce qui suppose que la fondation n'exerce pas d'activité lucrative, que sa gestion soit désintéressée et qu'elle ne fonctionne pas au profit d'un cercle restreint de personnes (cf. DB 5 B 3311 n°12 à 14). A cet égard, il est précisé que lorsqu'une fondation, au même titre d'ailleurs que tout autre organisme sans but lucratif, exerce à la fois des activités lucratives et des activités non lucratives et remplit les conditions autorisant leur sectorisation (cf. BOI 4H-1-99 et 4H-6-01), les dons qui lui sont affectés ouvrent droit à la réduction d'impôt prévue à l'article 200 du code général des impôts, à la condition expresse que ceux-ci soient affectés directement et exclusivement au secteur non lucratif.

La réduction d'impôt est accordée aux seuls salariés des entreprises fondatrices ou des entreprises du groupe (selon l'article 223 A du code général des impôts), car seules ces personnes sont habilitées à faire des dons aux fondations d'entreprises. Sont par conséquent exclues toutes les autres personnes, y compris les anciens salariés des entreprises concernées.

5.3 Les moyens de défiscalisation

A. Dons en numéraire

Concernant les dons en numéraire, l'organisme bénéficiaire délivre un reçu fiscal du montant du don à l'entreprise et aux particuliers pour que cette dernière puisse bénéficier de la réduction d'impôt.

B. Dons en nature

Ce type de don se concrétise par l'offre de l'entreprise d'un bien à un organisme. Pour que l'entreprise puisse bénéficier de la réduction d'impôt, l'organisme bénéficiaire lui délivre un reçu fiscal du montant du don.

La valeur du don est établie de la manière suivante :

- si le bien est neuf, la valorisation est effectuée au prix d'achat (mentionné sur la facture d'achat) ou au coût de revient de production pour le donateur (qui fournit alors une reçu fiscal du montant du don certifiée par son expert-comptable ou son commissaire aux comptes).
- si le bien est d'occasion, la valorisation est effectuée à la valeur nette comptable du bien au bilan de l'entreprise donatrice, cette valorisation doit être faite par l'expert-comptable ou le commissaire aux comptes de l'entreprise.

C. Mécénat de compétence

Cela consiste en la mise à disposition de compétences (dans le domaine de la communication, de la gestion, des ressources humaines, de l'informatique, etc....) de technique ou de savoir-faire, sans contrepartie et se traduit soit par la réalisation de prestations de services soit par la mise à disposition de personnel.

Selon l'administration fiscale, « une entreprise qui met gratuitement un de ses salariés à disposition d'une association, quelques heures par semaine peut bénéficier de la réduction d'impôt » prévue à l'article 238 bis du CGI.

Le don sera alors évalué à son prix de revient, c'est-à-dire la rémunération du salarié en question et ses charges sociales.

Le mécénat environnemental

D. Mécanisme de report

Afin de favoriser les dons d'un montant élevé, le 5° du I de l'article 1er de la loi du 1er août 2003 (voir annexe 6) autorise le report des sommes qui, en raison de leur importance, n'ont pas pu bénéficier de la réduction d'impôt au titre de l'année de leur versement, sur les cinq années suivant celle de la réalisation du don.

Ainsi, lorsque les dons consentis excèdent, l'année du versement, la limite annuelle de 20% du revenu imposable du donateur, l'excédent doit être reporté successivement sur l'année suivante et, le cas échéant, sur celles qui suivent, jusqu'à la cinquième année.

Les sommes reportées, qu'elles proviennent ou non de dons réalisés au profit d'organismes venant en aide aux personnes en difficulté, ouvrent droit, avec les dons de l'année concernée, à la réduction d'impôt de 60 % dans la limite de 20 % du revenu imposable. Les excédents reportés sont pris en considération avant les versements de l'année. En outre, les excédents les plus anciens sont retenus en priorité.

5.4 Les obligations

A. Transparence des associations

Pour accroître la confiance des entreprises, les associations doivent impérativement apporter une transparence de leurs comptes. La loi a accompagné le régime du mécénat d'un renforcement de la publicité et du contrôle des comptes des associations.

1) Établir des comptes annuels

Les associations et fondations qui font appel à des dons privés, et qui émettent des reçus fiscaux, doivent tenir un compte d'emploi des ressources annuel à la disposition des donateurs afin de leurs présenter l'utilisation des fonds.

Au-dessus d'un montant annuel de 153 000 euros de dons, les associations et les fondations bénéficiaires doivent établir des comptes annuels comprenant un bilan, un compte de résultat et une annexe.

Elles doivent également assurer la publicité de ces comptes annuels et du rapport du commissaire aux comptes sur le site internet des Journaux officiels.

2) Conformité entre l'objet du don et son affectation

Lorsque les donateurs affectent leur don à un projet précis, les associations sont tenues de respecter cette volonté. Le cas échéant, le commissaire aux comptes vérifie, dans la comptabilité de l'association, que l'affectation éventuelle du donateur a bien été prise en compte par l'association ou la fondation. Si les fonds n'ont pas été totalement utilisés à la fin

Le mécénat environnemental

de l'exercice, ils doivent être clairement identifiés et reportés aux budgets dédiés pour les années ultérieures.

B. Établir un contrat de mécénat

(Voir annexe 4)

Il n'existe pas de contrat type, il est nécessaire qu'apparaissent :

- la définition des contractants;
- la définition du projet, c'est-à-dire qu'il faut qu'il y ait l'objectif du partenariat avec une date limite d'exécution fixée;
- les obligations du mécène : lorsque le soutien est financier, les parties doivent mentionner le montant du don; lorsque le soutien est en nature, ils doivent mentionner dans le contrat si le don est la mise à disposition de matériel, de personnel, de locaux;
- les obligations du bénéficiaire : l'association doit mentionner le nom du mécène;
- l'annulation : l'association s'engage à rembourser l'entreprise si elle décide de ne pas réaliser le projet ou de ne plus faire participer l'entreprise;
- les modalités de résiliation;
- la durée de l'engagement;
- les contreparties éventuelles (qui ne doivent pas dépasser les 25% du montant du don);
- les dates de réalisation, de paiement, de mise à disposition.

Établir une convention de mécénat entre les parties n'est pas obligatoire mais est fortement conseillé.

CONCLUSION

Les enjeux environnementaux sont devenus prioritaires et urgents ; si bien que les problématiques pour la préservation de notre planète ont envahi le champ de la politique, et s'étendent au secteur privé. Cette prise de conscience générale conduit l'ensemble des acteurs à interroger sur les moyens d'agir pour favoriser une croissance durable. Parmi ces moyens, le mécénat s'avère être un excellent outil. C'est en parti pour cela qu'on accorde actuellement un si grand intérêt au mécénat environnemental. L'activité de mécénat est donc une opportunité pour les pouvoirs publics, les associations et les acteurs privés à combiner leurs efforts pour stimuler une croissance durable.

Afin de favoriser les actions de mécénat en France, plusieurs lois ont vu le jour depuis les années 1980. Ces lois ont amélioré considérablement le cadre juridique et fiscal du mécénat. La dernière en date étant la loi du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, instaure une nouvelle structure, le fonds de dotation. Mais celle qui a le plus marqué la législation du mécénat était la loi Aillagon de 2003. Cette dernière a profondément allégé la fiscalité et les démarches à la création de fondations, et de ce fait, elle a incité les entrepreneurs à reconsidérer leur stratégie interne et externe de communication. C'est avec cette loi du 1er août 2003 que la France a pu rattraper son retard en termes d'incitations fiscales au mécénat, par rapport à ses voisins européens ; elle a permis d'encourager, de dynamiser et de donner un nouvel élan au mécénat d'entreprise. Aujourd'hui les conditions juridiques et fiscales encadrant le mécénat permettent à ce dernier de se développer davantage.

L'article 1er de la loi n° 2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations et l'article 55 de la loi de finances rectificative pour 2003 améliorent sur différents points les dispositions actuelles (voir annexe 6):

- les entreprises mécènes disposent d'une réduction d'impôt sur les sociétés égale à 60 % des montants du don, dans la limite de 0,5% de son chiffre d'affaires total hors taxe. ;
- les particuliers voient leur taux de défiscalisation augmenté de 60 à 66 % du montant du don et le taux de plafonnement, passant de 10% à 20 % du revenu imposable.

Le mécénat "Environnemental, culturel, humanitaire" bénéficie depuis la loi du 1er août 2003 d'un dispositif fiscal incitatif et peut être un moyen de valoriser l'image interne et externe de l'entreprise. Ces avantages qui ne sont pas à négliger ont en effet permis aux entreprises qui le souhaitaient d'investir dans des actions de mécénat.

**CHAPITRE II: OBJECTIF ET DEROULEMENT DU
STAGE A LA DEAL**

INTRODUCTION

Dans un schéma manichéen, les pouvoirs publics serviraient l'intérêt général, l'entreprise serait animée par la seule quête du profit, le secteur bénévole ou non marchand apporterait une dimension morale face aux logiques publique et privée.

La réalité est un peu différente. En effet, face aux impératifs budgétaires, les pouvoirs publics sont contraints de faire des choix et doivent gérer avec rigueur les fonds publics. C'est, en partie, pour cette raison qu'ils ont confié au secteur bénévole des champs de leur intervention parce que les associations étaient plus pertinentes pour répondre aux attentes de certains publics. Il est aussi moins coûteux de déléguer certaines actions plutôt que de les prendre en charge directement. Des associations de plus en plus nombreuses se sont créées pour répondre à la demande sociale. L'offre associative a évolué et elle s'est développée. Les associations se sont professionnalisées. Un projet associatif altruiste, désintéressé, répondant à une demande sociale bien identifiée, ne suffit plus. Les fonds publics n'étant pas extensibles à l'infini, les associations doivent apporter la preuve qu'elles sont de bons gestionnaires et rendre des comptes à leurs financeurs. Une certaine forme de concurrence s'est développée entre des associations aux objets parfois très similaires. Certaines se sont tournées vers les entreprises pour compléter le financement de leurs activités. Les fonds privés restent très minoritaires dans le financement de la vie associative en France (7 % du total) et en Europe, à l'exception du Royaume-Uni (12 %), contre 18 % aux États-Unis.

L'engagement de l'entreprise peut prendre de multiples facettes. L'objet de notre communication est d'étudier l'une des formes que peut revêtir la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE), son engagement au service de la société, par le soutien qu'elle apporte aux associations, directement et indirectement, par le biais du mécénat. Ce soutien constitue l'une des facettes de l'engagement global des entreprises.

Dans ce second chapitre, nous aborderons les circonstances qui ont entouré le cadre de mon stage à la DEAL. J'évoquerai dans une première partie les objectifs qui m'étaient fixés. Puis je décrirai, dans une seconde partie, les moyens utilisés à la réalisation de ces objectifs. Dans une troisième partie j'analyserai les résultats recueillis. Ensuite j'expliquerai les difficultés que j'ai pu rencontrer. Et enfin j'exposerai quelques pistes de solutions qui pourront éventuellement remédier à certains dysfonctionnements.

I. OBJECTIFS

Dans le cadre de mon stage, j'avais pour mission d'élaborer des stratégies en vue de contacter et d'informer les différents acteurs (entreprises, associations et établissements publics) susceptibles d'être intéressés par des actions portant sur le mécénat environnemental en Guyane. Cela n'était pas évident car les acteurs impliqués c'est-à-dire les entreprises, associations et les établissements publics étaient pour la plupart très peu informés sur le sujet. Par conséquent les entreprises mécènes de Guyane et les porteurs de projet demandant un financement de mécénat étaient quasi- inexistants. En effet, il y avait très peu d'action mécénat sur le territoire.

1.1 Identifier les acteurs

Il n'y avait pas de base de données qui répertoriait les différents acteurs concernés. La Guyane ne disposait pas de ces informations car il y avait eu très peu d'action de mécénat.

Introduire le mécénat en Guyane signifiait donc partir avec peu d'information concernant le mécénat de Guyane à sa disposition. J'avais pour mission d'identifier les acteurs qui auraient pu être intéressés par des actions portant sur le mécénat environnemental.

Après avoir identifié les acteurs potentiels qui seraient amenés à s'impliquer dans des éventuels projets d'intérêt général financés par des dons de mécénat, il fallait les répertorier par la suite.

1.2 Établir un répertoire de contact

Ce répertoire de contact avait pour but de rassembler toutes ses informations que j'avais pu recueillir.

Ce regroupement était nécessaire pour la réalisation d'une base de données comportant les entreprises motivées et les porteurs de projets. Ainsi ces répertoires contribuaient à la réalisation d'un réseau local d'acteurs impliqués ou intéressés par des activités de mécénat, mais aussi à la rédaction d'une plaquette globale présentant les différentes offres à destination des entreprises et des associations.

Il était nécessaire d'établir les répertoires des deux parties concernées : les donateurs (qui sont les entreprises) et les porteurs de projet (qui sont les associations, les établissements publics) pour poursuivre dans les meilleures conditions les missions qui m'avaient été attribuées durant ces cinq mois de stage.

Le mécénat environnemental

1.3 Rédiger un document interne à la DEAL

Ce document devait comporter toutes les recherches et les informations que j'avais pu recueillir durant ce stage.

Il fallait y introduire:

- le cadre réglementaire c'est-à-dire le cadre juridique et fiscal du mécénat;
- les modalités de mise en œuvre des actions de mécénat environnemental ;
- un récapitulatif des enjeux du mécénat et des actions à mener par la DEAL pour construire une stratégie de développement du mécénat environnemental en Guyane.

1.4 Accompagner un montage de projet

Cette dernière mission dépendait de l'évolution et du déroulement des trois premières missions.

Le temps qui m'était imparti et la progression de mes actions ne m'ont malheureusement pas permis d'accomplir cette action.

II. METHODES

Dans le but de réaliser mes missions, j'ai dû mettre en place un certain nombre de stratégie.

2.1 Listing des acteurs

Afin de répertorier les différents acteurs potentiels à des actions de mécénat, il était indispensable de faire préalablement la prospection de chacun des protagonistes concernés.

Ces derniers étaient les donateurs potentiels, et les potentiels bénéficiaires. J'ai du créer deux répertoires bien distincts:

- l'un destiné à répertorier les différents bénéficiaires c'est-à-dire les associations et établissements publics;
- et dans l'autre lister les potentiels donateurs privés uniquement (car on se concentrait davantage au mécénat d'entreprise et non particulier).

A. Répertoire des associations

Établir un répertoire des associations me semblait être le plus simple à réaliser car les données me paraissaient plus accessibles. J'ai donc commencé par prospecter.

Le mécénat environnemental

1) Via internet

Mon premier réflexe fut d'aller sur le site de Blada.com. Ce dernier, qui est connu par la majorité de la population guyanaise, comporte une rubrique de répertoire des associations de Guyane. Plus de 290 associations y sont répertoriées. Pour chacune d'entre elles, y figure une présentation les concernant: leur siège social, leur coordonnées, leur objet, etc.

Les structures qui avaient comme objet social d'agir dans le domaine de l'environnement, de l'éducation, de la culture, de la solidarité, de la recherche, ou encore de l'éducation étaient retenues pour figurer dans mon répertoire. Cette présentation succincte des associations sur cette page web, m'a ainsi permis d'identifier les associations qui remplissaient les critères d'éligibilité au mécénat, celles qui concouraient donc à un intérêt générale.

2) Via la DEAL

Je ne pouvais pas me contenter des informations recueillies sur Blada car elles constituaient pour la plupart des données qui n'avaient pas été actualisées.

Ma tutrice de stage, m'a suggéré de contacter la Chargée de mission promotion du Développement Durable et des démarches partenariales à la DEAL. Ces fonctions lui permettent de travailler avec et pour les associations de Guyane.

Elle disposait d'un listing composé d'une cinquantaine d'associations. Je pouvais compléter cette liste par celle obtenu sur blada.

3) Via la DDJCS

La Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports (DDJCS) de la GUYANE est composée d'une équipe de 25 personnes. Cette structure dispose de plusieurs services dont le Pôle Associatif Jeunesse Agrément des associations.

J'ai contacté le responsable de ce service afin de m'entretenir sur sa fonction et son travail avec les associations, et user de ses relations avec les associations pour me mettre en contact avec certaines d'entre elles.

Malheureusement, je n'ai pas pu obtenir les informations souhaitées du fait de quelques problèmes logistiques que rencontraient la DDJCS à cette période.

B. Répertoire des entreprises

A l'exemple de la démarche partenariale engagée depuis 2005 avec le Ministère de la Culture et de la Communication pour promouvoir le mécénat culturel auprès des PME/TPE, l'ACFCI (Assemblée des Chambres Françaises du Commerce et de l'Industrie) a signé avec le Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement Durable et de la Mer une charte pour le développement du mécénat environnemental (voir annexe 3). Cette charte a été signée le 25 mai 2010 entre la Secrétaire d'État chargée de l'Écologie Chantal Jouanno et le président de l'ACFCI de l'époque : Jean-François Bernardin. Cette charte a vocation, comme c'est le cas HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable
Année 2011

Le mécénat environnemental

pour le mécénat culturel, à se décliner en conventions entre CCI et DREAL / DIREN afin de faciliter les rapprochements entre entreprises et porteurs de projet.

Cette charte m'a conduit à contacter « un correspondant mécénat environnemental » à la Chambre de Commerce et d'industrie de la Guyane (CCIG). J'ai donc, avec les orientations de ma tutrice de stage, envoyé un courrier au responsable du Service Développement Durable de la CCIG, dans le but d'avoir un entretien sur le sujet du mécénat d'entreprise en Guyane à une demande.

De plus cette structure s'avérait être un partenariat nécessaire pour rentrer en contact avec les entrepreneurs de Guyane.

Avec un répertoire d'entreprise de Guyane fournis par la CCIG, j'ai donc pu dresser ma liste d'entreprises mécènes potentiels. Je n'ai néanmoins retenu que les entreprises ayant au moins 10 salariés, car elles paraissaient, à mon sens, les plus aptes financièrement à accorder des dons de mécénat.

2.2 Enquête

La réalisation d'une enquête auprès des acteurs me semblait le meilleur moyen de recueillir des informations nécessaires dans le but d'établir une base de données répertoriant les entreprises mécènes potentiels et les projets à caractère d'intérêt général.

Ainsi mon enquête ciblait les potentiels donateurs et les potentiels bénéficiaires; d'où la nécessité d'effectuer deux questionnaires bien distincts:

- l'un à destination des entreprises mécènes potentielles,
- l'autre à destination des potentiels bénéficiaires.

A. Associations

1) Préparation de l'enquête

Dans ce projet d'enquête, j'avais pour objectif de répondre à la problématique suivante : quelles associations auraient un engouement pour des actions de mécénat et seraient éligibles ?

Cette enquête avait pour but de mieux cerner les attentes, les besoins et les connaissances des associations en matière de mécénat. La définition de mes objectifs et le choix de l'échantillon était quasiment établi. L'étape suivante était la rédaction du questionnaire d'enquête.

2) Réalisation de l'enquête

La phase de rédaction était essentielle dans la réussite de ce projet d'enquête car un bon questionnaire me permettait de faire un bon traitement. Lors de la rédaction, je devais donc me concentrer sur les seuls objectifs assignés à l'enquête. Ce sont ces objectifs qui ont guidé la rédaction. Afin d'obtenir les réponses à mes questions, j'avais dû réaliser un questionnaire qui répondrait à mes interrogations. J'ai regroupé mes questions en trois parties (voir annexe 2):

- Le profil de l'association : Établir un profil de l'association me permettait d'obtenir les informations nécessaires pour réaliser une fiche d'identité de chacune des associations interrogées. Cette première partie devait être courte mais complète ; il ne suffisait donc

Le mécénat environnemental

pas de rechercher les coordonnées des associations, mais également de savoir comment était organisée l'association, qu'elles étaient ses champs d'activités et ses moyens d'agir.

- Leurs connaissances en termes de mécénat : Cette deuxième partie devait m'informer sur les connaissances et l'intérêt qu'elles avaient pour le mécénat.
- La nature et les sources de leurs financements : Cette troisième partie me permettait de voir les différentes formes de partenariat que l'association avait pu faire en termes de financement, mais aussi ses convictions pour un éventuel partenariat avec le secteur privé. Cette dernière partie avait donc pour but de connaître les relations que les associations avaient avec le secteur public et privé.

3) La collecte des réponses

Plusieurs techniques de recueil existent et sont utilisées en fonction du contexte et des contraintes liées à l'enquête. J'ai opté pour une collecte via internet. Les données recueillies ont été dépouillées grâce au logiciel d'enquêtes en ligne : Mon enquête en ligne. En effet, en prenant en compte les contraintes de temps, la collecte par internet me paraissait le meilleur compromis entre les avantages et les contraintes. Cette décision finale me semblait privilégier avant tout la fiabilité des données recueillies. J'ai donc mis sur un site d'enquête en ligne le questionnaire. Ensuite j'ai envoyé par mail une invitation à l'ensemble des associations et établissements publics que j'avais répertoriés. Seules les personnes ayant reçu un mail d'invitation pouvaient participer à l'enquête.

B. Entreprises

L'enquête destinée aux entreprises a pratiquement pris la même tournure que celle destinée aux associations. J'appréhendais un manque d'intérêt de la part des entreprises à participer à cette enquête, c'est pour cette raison que j'ai procédé différemment dans le fond.

1) Préparation de l'enquête

L'objectif de cette enquête différait bien évidemment de celle des associations. Les interviewés n'étaient pas des potentiels bénéficiaires mais donateurs. Il fallait donc inciter les entreprises à répondre à nos questions. Ce questionnaire avait pour but de répondre à la question suivante : quelles entreprises auraient la capacité financière et l'engouement pour être mécène?

2) Réalisation de l'enquête

Les questions devaient être pertinentes et éveiller une motivation de la part des entreprises, sans pour autant leurs donner le sentiment d'un engagement contraignant. D'où toute la difficulté de l'élaboration de ce questionnaire. La phase de rédaction était tout autant importante pour recueillir le maximum de réponse.

J'ai établi quatre parties dans ce questionnaire (voir annexe 1):

- Le profil de l'entreprise : cette première partie avait pour but de me dresser un profil de l'entreprise, d'identifier et garder contact avec les entreprises qui seraient

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

éventuellement intéressé par des actions de mécénat, mais aussi par celles qui n'éprouvaient pas le désir d'être mécène. Le profil devait nous indiquer l'intérêt qu'avait l'entreprise pour les actions d'intérêt général. Cette première partie devait également être courte et pas trop précise car elle ne devait pas donner l'impression aux entreprises qu'on enquêtait sur leurs activités économiques et financières.

- Leurs connaissances en termes de mécénat : Cette deuxième partie devait nous informer sur les connaissances qu'elles avaient pour le mécénat.
- La RSE : Cette troisième partie nous permettait de nous faire une idée des préoccupations des entreprises sur leurs responsabilités sociales.
- La communication : Cette dernière partie avait pour but de connaître les moyens de communication externe et interne que les entreprises utilisaient.

J'ai par la suite demandé conseil au chef du Service Développement Durable à la CCIG, en lui soumettant le questionnaire. Ce choix de lui soumettre le questionnaire à destination des entreprises était à mon sens judicieux, car il me paraissait le plus qualifié pour me donner des conseils afin de mieux cibler les entreprises. En effet, il côtoyait les entrepreneurs, et donc savait comment les inciter à répondre à une enquête.

3) La collecte des réponses

J'ai utilisé le même procédé que pour l'enquête des associations, à savoir la collecte via internet.

2.3 Rédaction

Rédiger un document interne à la DEAL qui récapitulerait les enjeux du mécénat, me conduisait à faire une synthèse sur le cadre réglementaire et sur les modalités de la mise en œuvre des actions de mécénat. Pour aboutir à cette synthèse, j'ai entrepris de nombreuses recherches sur le mécénat environnemental. Afin d'avoir une vision assez large du sujet, j'ai commencé par faire des recherches sur internet. Puis j'ai compris très vite que mes recherches via internet ne suffiraient pas, j'ai donc élargi mes investigations en bibliothèque ainsi qu'après des professionnels qui ont eu l'occasion de travailler dans le cadre d'actions de mécénat.

Chaque source d'information s'avérait nécessaire. Internet constituait une source de données plus accessible que les autres sources; mais il m'offrait des informations très générales, et peu développées à mon sens. Je disposais donc avec internet d'un grand nombre d'information qui répondaient à mes interrogations sur le sujet, à savoir: l'origine du mécénat, son évolution historique, sa définition et toute sa réglementation fiscale et juridique. Mais plus je recherchais des informations précises, plus j'étais confrontée à la difficulté de trouver les réponses à mes questions.

Les informations du web sur des domaines précis étaient rares voire inexistantes et parfois inaccessibles. Par exemple, internet ne pouvait me donner une réponse détaillée sur les problématiques spécifiques que rencontrent certaines régions Françaises en matière de mécénat. En effet, seuls les professionnels pouvaient apporter ces réponses grâce à leurs expériences.

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

III. TRAITEMENT DES DONNEES

Avec le répertoire établi, j'ai envoyé des invitations à participer à l'enquête à :

- 93 structures (associations et établissements publics principalement) de Guyane qui œuvrent pour la préservation et la protection de l'environnement, l'éducation à l'environnement et au développement durable, ou à caractère socioculturel, susceptibles d'être des bénéficiaires de dons mécénats ;
- 194 entreprises de plus de 10 salariés.

Ces questionnaires avaient pour objectifs d'identifier:

- les entreprises mécènes et celles susceptibles de l'être ;
- les organismes ayant des projets éligibles au mécénat en suspens faute de financements et souhaitant faire un partenariat avec des entreprises mécènes.

Je n'ai eu que 15% de retour de réponse au questionnaire des associations. Soit 14 associations sur 93 ont participé à l'enquête, contre 3% pour les entreprises. En voyant des taux de retour de questionnaire si faibles, j'ai effectué des relances téléphoniques et par mails aussi bien vers les associations que vers les entreprises.

3.1 Analyse pour les bénéficiaires

A. Taux de participation des associations

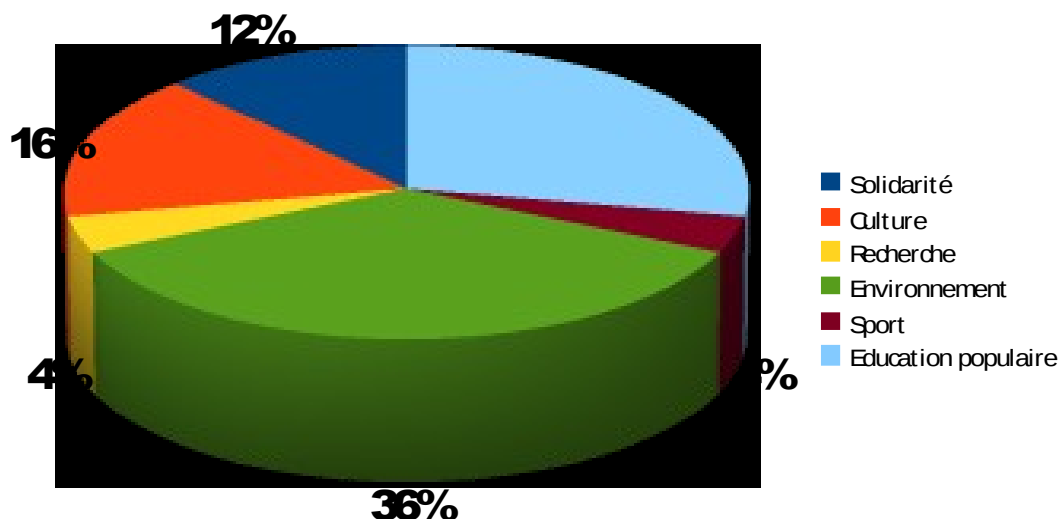
Tableau 4 : Taux de participation des associations

		Effectifs	Pourcentage
Associations bénéficiaires potentiels	Organismes sollicités	93	100%
	Réponses recueillies	14	15%

Le mécénat environnemental

B. Domaine d'activité

Graphique 1: Secteur d'activité des associations



36% des sondés affirment agir dans le domaine de l'environnement. Ce résultat était satisfaisant car j'avais intentionnellement sollicité les associations qui œuvraient dans le domaine de l'environnement. En enquêtant sur le mécénat environnemental en Guyane, il était donc judicieux de choisir comme échantillon les organismes agissant sur le champ de l'environnement.

C. Connaissances du mécénat

Graphique 2 : Connaissance du mécénat des potentiels bénéficiaires de don

43% des organismes interrogés (soit 6 structures) affirment connaître parfaitement le mécénat. Ces derniers disent pouvoir faire la différence entre le mécénat et le parrainage et être au courant des avantages fiscaux entourant le mécénat. 7% arrivent à différencier le mécénat du sponsoring, mais ignorent l'existence des avantages fiscaux accordés aux donateurs. 21% des structures ne font pas la différence entre le mécénat et le sponsoring; et 29% ignorent totalement ce qu'est le mécénat. La moitié des associations et établissements publics interrogés sont très peu, voir pas du tout informés sur le sujet. Une lacune qui met à mal la création d'un réseau local de mécénat. Cette méconnaissance des structures sur le mécénat explique en partie les décisions de partenariat avec le secteur privé.

D. Sources de financement et projet de partenariat avec le secteur privé

Le mécénat environnemental

Tableau 5 : Source de financement et demande de financement des associations

	Parrainage	Mécénat	Autres financements privés
Nature des financements	3	2	10
	21,00%	14,00%	71,00%
Demande de financement	6	13	2
	43,00%	93,00%	14,00%

Après avoir donné une définition du mécénat aux associations, 13 associations affirment être intéressées et envisagent créer un partenariat mécénat, contre 2 qui ont pu bénéficier des dons mécénat. Soit une augmentation de 11 associations qui projettent de créer un partenariat avec une entreprise mécène. Ces chiffres montrent que l'information est un facteur essentiel à la création de partenariat mécénat. Une simple définition sur le mécénat, a permis de susciter un engouement de la part des potentiels bénéficiaires de don mécénat.

3.2 Analyse pour les entreprises

A. Taux de participation

Tableau 6 : Participation générale des entreprises

		Effectifs	Pourcentage
Entreprises	Organismes sollicités	194	100%
	Réponses recueillies	78*	39,00%

Les 78 réponses recueillies correspondent aux 6 retours de réponse du questionnaire, mais aussi aux 72 réponses que j'ai pu recueillir lors des relances téléphoniques et par mails.

Le taux de retours du questionnaire est de 3% pour les entreprises, soit 6 entreprises ont accepté de me retourner le questionnaire complété.

En voyant ce taux si faible de réponse, j'ai effectué 90 relances téléphoniques.

Tableau 7 : Réponses des 90 entreprises

	Effectifs	Pourcentage
--	-----------	-------------

Le mécénat environnemental

Pas intéressées	72	37,00%
Injoignables	6	3,00%
Ultérieurement	12	6,00%

En effectuant 90 relances, j'ai pu obtenir 72 entreprises ne affirmant n'avoir pas participé à l'enquête car elles ne souhaitent pas être mécènes et n'envisageaient pas de l'être ; 12 entreprises promirent d'y répondre ultérieurement (dont 2 ont participé à l'enquête) et 6 restèrent injoignables.

Ces 72 entreprises ne souhaitent pas participer à l'enquête car elles n'étaient pas intéressées. Afin de recueillir d'avantage de réponse, j'ai profité lors des relances téléphoniques de réaliser une petite enquête constituée de trois 3 questions :

- Pourquoi n'avez-vous pas répondu au questionnaire ?
- Quelles sont vos connaissances en matière de mécénat environnemental ?
- Souhaiteriez-vous être mécènes ?

Ces trois questions résumaient certes le questionnaire, mais apportaient les principales réponses attendues.

Les raisons de ce refus étaient principalement dues à la situation financière des entreprises: beaucoup sont confrontées à des difficultés financières et préfèrent consacrer leur budget à augmenter leur rentabilité avant d'accorder des dons.

Nombreuses sont celles qui ignoraient ce que signifiait être mécènes; et beaucoup avaient une idée assez arrêté sur le sujet. Il n'était pas évident de présenter par téléphone aux entreprises, les avantages que pouvait apporter le mécénat, car elles interrompaient la conversation lorsque je les expliquais que pour être mécène cela consistait à accorder des dons ; de plus je n'appelais pas toujours au bon moment car elles étaient souvent occuper et ne pouvais m'accorder que quelques minutes.

Les analyses de résultat ne concernent que les 6 réponses aux questionnaires.

Le mécénat environnemental

B. Connaissances du mécénat

Graphique 3 : Connaissance du mécénat des potentiels donateurs

Tout comme chez les associations et les établissements publics, nombreuses sont les entreprises qui méconnaissent voire ignorent ce qu'est le mécénat. Elles ont des idées bien arrêtées sur le sujet. Les relances n'ont fait que confirmer ces chiffres.

B. Investissement Socialement Responsable (ISR)

Définition: l'ISR est une approche consistant à prendre systématiquement en compte les trois dimensions que sont l'environnement, le social/sociétal et la gouvernance (ESG) en plus des critères financiers usuels.

Sur les six retours de questionnaire obtenus, seules deux entreprises interrogées affirment pratiquer l'ISR. Ces dernières affirment faire de la Responsabilité Socialement Responsable (RSE) en prenant en compte les critères intra-financiers (qui sont la rentabilité et le profit), mais également les critères extra-financiers (en l'occurrence les critères de gouvernance, éthique, social et environnemental).

Encore ici, ce résultat n'est pas significatif. En effet, il y a malheureusement de la part des entrepreneurs une méconnaissance de la RSE.

Sur les quatre entreprises affirmant ne pas pratiquer d'ISR, deux entreprises expliquent ne pas pratiquer l'ISR car elles ignorent totalement comment se manifestent ce type d'investissement.

C. Investissements et partenariat

Tableau 8 : Investissements et partenariat des entreprises

	Parrainage	Mécénat
Actions des entreprises	4	2
Projets d'actions des entreprises	5	1

Le mécénat environnemental

La décision d'investir des entreprises dépend essentiellement de la recherche de profit. Nombreuses sont les entreprises qui peinent à rentabiliser leurs activités, et leur préoccupation est de survivre aux difficultés financières rencontrées en investissant avant tout dans le processus de production. Ces entreprises sont pour la plus part âgées de moins de 5 ans. Elles ne peuvent se permettre de faire du mécénat car leur budget ne leurs permet pas.

D. Raisons

Graphique 4 : Motifs d'un non engagement mécénat de la part des entreprises

D'après les réponses recueillis lors de l'enquête, 2 entreprises affirment ne pas être mécènes car elles préfèrent consacrer leurs investissements à des actions de parrainage ; 3 ne sont pas mécènes pour cause de difficultés budgétaires.

Les entreprises ne pratiquent pas de mécénat à causes de leur situation financière. Nombreuses sont celles qui font face à des difficultés financières, et consacrent leur budget pour améliorer leur situation.

Celles qui ont une bonne trésorerie, ne sont pas mécènes car elles ignorent les avantages qu'offrent ce dernier ; elles ont, en effet, pour la plupart une idée assez arrêtée de ce partenariat.

3.4 Taux de participation générale

Avec un taux de participation si bas, l'analyse de mes résultats ne peut être considérée comme significative de la réalité.

Tableau 9 : Participant de l'enquête

		Effectifs	Pourcentage
Associations bénéficiaires potentiels	Organismes sollicités	93	100%
	Retour des réponses	14	15%

Le mécénat environnemental

Entreprises	Organismes sollicités	194	100%
	Retour des réponses	6	39,00%

IV. DIFFICULTES RENCONTREES

J'ai été confronté à de nombreuses difficultés pour la réalisation des enquêtes. En effet, effectuer une enquête auprès des associations et des entreprises n'était pas chose aisée.

4.1 Contacter les interviewés

Il fallait tout d'abord avoir les coordonnées de chacun des acteurs interviewés ; d'où la création d'un répertoire de contact.

Malheureusement je ne m'étais pas assurée de l'exactitude des informations que j'avais recueillies concernant les coordonnées des associations et entreprises. Bien que ces répertoires m'aient été donnés par les différents organismes (CCIG, DEAL,...) ils y comportaient de nombreuses erreurs dans les coordonnées. Très peu de contacts figurant dans la liste avaient les bonnes coordonnées.

Ce n'est qu'après avoir envoyé les mails d'invitation que je me suis rendu compte de l'inexactitude des informations qui étaient en ma possession. Afin de remédier à cela j'ai cherché dans l'annuaire et sur internet les bons coordonnées de mes cibles.

J'ai tiré la conclusion qu'il y avait fort longtemps que ces répertoires n'avaient été actualisés.

Je n'ai pas pu rentrer en contact avec des chefs d'entreprises, malgré mon insistance.

Il m'était plus facile de rencontrer des présidents d'association que des responsables d'entreprises.

4.2 Recueillir les données

Je devais être persévérante et insister sans cesse par des rappels auprès des entreprises et des associations concernées à participer à mon enquête. Plus ces dernières tardaient à répondre à mon invitation et plus je n'étais pas en mesure d'avancer dans mon travail.

Malheureusement le temps m'était compté. Le site sur lequel j'avais mis en ligne le questionnaire était payant et limiter quant à sa durée de disponibilité en ligne. En effet, je ne disposais que d'un mois pour recueillir mes données. Au-delà de cette échéance, je n'avais plus accès au site. D'où mon empressement pour recueillir au plus vite les réponses. Malgré avoir mentionné un délai de quinze jours pour retourner les réponses, les protagonistes tardaient et attendaient le dernier moment pour y répondre.

CONCLUSION

Apporter des conclusions sur mon travail est un exercice quelque peu paradoxal, puisque on ne peut surtout pas envisager une telle étape finale.

En effet, le travail conduit pendant près de cinq mois dans le cadre de mon stage demeure encore largement ouvert et se prête mal à une phase conclusive tant les champs qui restent à approfondir ou à expertiser demeurent nombreux.

Aussi, ce rapport de stage mérite d'être présenté et perçu à la fois comme une première étape, une contribution à la réflexion et à l'action éventuel de la DEAL à introduire et développer le mécénat sur le territoire Guyanais. Ce chapitre II peut aussi être présenté comme une tentative pour répondre au mieux et ce, dans un court laps de temps à la mission qui m'était confiée.

Mes actions m'ont permis d'identifier les obstacles et les freins au développement du mécénat environnemental dans notre département.

Elles sont le fruit du travail d'analyse et d'identification. Elles visent à apporter des solutions à certains problèmes signalés et à certains freins au développement relevés.

En analysant, les méthodes utilisées à la réalisation de mes missions, et des résultats obtenus, j'ai réalisé que les moyens n'étaient pas appropriés.

La Guyane dispose de nombre atouts mais est fragilisée par son jeune système économique. Dans ce scénario, le meilleur moyen était avant tout d'informer les différents acteurs.

CHAPITRE III: MECENAT EN GUYANE

INTRODUCTION

La Guyane dispose d'un grand nombre de caractéristique et se distingue des autres départements d'Outre-mer. Tous les Départements et Territoires d'Outre-mer sont insulaires, excepter la Guyane, qui est enclavée dans le continent sud-américain. Sa localisation géographique lui confère une énorme ressource en termes de biodiversité.

La Guyane est le plus grand département français, la plus grande région de France et d'Europe avec ses 83 534 km². Elle est presque aussi grande que le Portugal et la Belgique, et fait 1/6 de la France métropolitaine. C'est également le département français le plus boisé. En effet 96% du territoire est recouvert d'une forêt équatoriale. Cette dernière fait partie des plus riches et des mieux préservés du monde.

La forêt tropicale recouvrait plus de 16 millions de km² au début de ce siècle. Seule la moitié a survécu. La moitié de cette forêt restante est située dans trois pays: le Brésil, le Zaïre et l'Indonésie. On n'est pas sans le savoir que la déforestation continue à un rythme extrêmement soutenu: environ 180 000 km² de forêt sont déboisés tous les ans.

Les forêts tropicales représentent moins d'un dixième des terres émergées, néanmoins elles abritent plus de la moitié des espèces vivantes sur terre. D'où l'importance de préserver la forêt amazonienne de Guyane.

Avec ses 8,1 millions d'hectares, la forêt recouvre environ 97,3% du territoire. On recense en Guyane plus de 5 500 espèces végétales et plus de 1 300 essences d'arbres différents.

Un seul hectare de la forêt guyanaise concentre plus de 100 essences d'arbres. A titre de comparaison, seulement 10 à 15 essences d'arbres sont concentré en France. La Guyane est aussi l'un des plus grands réservoirs animalier du monde.

Ce territoire qui a mauvaise réputation à cause de son passé: le bague, les nombreuses épidémies (paludisme) et beaucoup de méconnaissance qui contribue à alimenter cette mauvaise réputation, dispose d'une très grande richesse de biodiversité. Ainsi, ce département a une double mission d'ordre écologique:

- sanitaire, c'est-à-dire protéger sa population de tous les risques de pollution,
- mais aussi préserver son écosystème.

Nombreuses sont les associations qui ont été créées dans le but d'agir dans le cadre de l'environnement. Néanmoins, elles sont confrontées à un obstacle: le financement.

Pour la plupart, elles agissent uniquement grâce au financement de l'État. Dans le chapitre précédent, nous avons vu, à travers les résultats de l'enquête, que les associations dépendaient pour la plupart des subventions de l'Etat.

Une baisse de ces financements conduit inéluctablement à une baisse de leur activité. D'où la nécessité de chercher d'autres sources de financement.

Le mécénat environnemental

Avec le mécénat d'entreprise, les associations ont cette opportunité d'avoir d'autres ressources que celle de l'État, mais elles peuvent surtout créer un partenariat avec les entreprises pour agir en commun sur une seule et même cause: l'environnement et le développement durable.

Nous avons vu dans le second chapitre les moyens utilisés afin d'introduire des actions de mécénat et de créer un réseau local, mais également, les difficultés rencontrées pour mener à bien cette mission.

Nous pouvons nous poser la question suivante : Les difficultés rencontrées lors de l'accomplissement de nos missions étaient-elles liées aux méthodes utilisées, ou d'un point de vue plus général aux spécificités de la Guyanaise?

Tout au long de ce chapitre, nous tenterons de répondre à cette problématique en montrant tout d'abord dans une première partie les limites et les contraintes à l'échelle locale. Enfin, nous essayerons d'y apporter des solutions avec l'intelligence économique.

I. LIMITES ET CONTRAINTES A L'ECHELLE REGIONALE

La Guyane est un département qui est très peu développé économiquement. Il y a beaucoup à faire. L'État reste encore omniprésente dans de nombreuses activités. Beaucoup d'entreprises sont créées, mais peu arrivent à maturité et peu arrivent à survivre sur le long terme. Son secteur privé est très fragilisé.

1.1 Difficultés économiques des entreprises locales

L'économie de la Guyane est fortement dépendante de l'Hexagone et de l'industrie spatiale (CSG). Il existe peu de lignes aériennes directes à destination des autres pays de l'Amérique du Sud, mis à part le Brésil.

A. Création d'entreprises en 2010: comparaison régionale

Depuis une dizaine d'années la création d'entreprises en Guyane ne cesse de progresser. Le tissu productif se renouvelle nettement plus rapidement qu'en moyenne nationale. Cette dynamique est portée par le développement des activités tertiaires mais aussi par l'industrie, ce qui constitue une spécificité guyanaise. Elle place la région au 11ème rang des régions françaises pour le taux de création d'entreprises.

Tableau 10 : Création d'entreprises en 2010: comparaison régionale

	Nombre d'entreprises créées	Taux de création (%)	Démographie	Part de la population par régions
France métropolitaine	601 571	96,7	63136180	97,13%
Guadeloupe	5 511	0,89	407 400	0,63%
Guyane	1 936	0,31	226820	0,35%
Martinique	4 886	0,79	399600	0,61%
Réunion	8 133	1,3	830000	1,28%
France	622 037	100	65000000	100%

Source: SIRENE- INSEE, 2010

L'INSEE a recensé en Guyane 1 936 créations d'entreprises en 2010. Si l'on compare ces données à la démographie des départements, on constate que proportionnellement à sa démographie, la Guyane crée autant d'entreprises que les autres régions d'outre-mer. La Guyane représente 0,31% des créations d'entreprises françaises et 0,35% de la population française.

Le mécénat environnemental

Malheureusement, malgré cette dynamique, cette situation tend à devenir mauvaise dans le temps. Sur le long terme, on constate une déperdition du nombre d'entreprises.

B. Taille des entreprises Guyanaises

Selon l'INSEE, au 1^{er} janvier 2008, on dénombre plus de 9300 établissements en Guyane. Parmi eux, 71% exercent leur activité dans le secteur tertiaire, dont 41% dans le commerce. Près de 70% n'emploient pas de salarié, et seulement 5% en ont plus de dix.

Tableau 11 : Nombre d'entreprises par secteur et taille au 1^{er} janvier 2008

	Aucun salarié	1 à 5 salariés	6 à 9 salariés	10 à 19 salariés	20 salariés et plus	Ensembles
Industries agricoles et alimentaires	172	54	11	9	5	251
Industries des biens de consommations	183	54	11	1	2	251
Industrie automobile	2	0	0	0	0	2
Industries des biens d'équipement	153	60	16	9	6	244
Industries des biens intermédiaires	238	63	28	17	19	371
Energie	55	19	1	2	5	82
Construction	1052	344	58	46	43	1543
Commerce	1838	655	131	61	25	2710
Transports	377	120	30	27	15	569
Activités immobilières	188	31	6	3	3	231
Services aux entreprises	1061	335	67	43	40	1546
Services aux particuliers	612	221	41	27	9	910
Education, santé, action sociale	473	89	22	13	5	602
Total	6404	2051	422	258	177	9312

Source: SIRENE- INSEE

Le mécénat environnemental

Selon l'INSEE, en 2010 plus de 95% des entreprises employaient moins de 10 salariés, et près de 2% avaient au moins 20 salariés. Cette démographie des entreprises guyanaises montrent à quelle point que ces dernières ont peu de poids individuellement dans l'économie du département.

C. Taux de survie des entreprises créées en 2002 et 2006

Tableau 12 : Taux de survie des entreprises créées en 2002 et 2006

	Année 2010	
Région	Guyane	France
Génération 2002		
Survie à 3 ans	63,50%	67,00%
Survie à 5 ans	53,80%	53,00%
Génération 2006		
Survie à 3 ans	64,30%	62,30%
Survie à 5 ans	///	///

/// : Absence de donnée.

Source: SIRENE- INSEE

Selon l'INSEE, en Guyane sur 100 entreprises créées en 2002 seules 63 ont au moins trois ans d'existences et 53 vivent plus de 5 ans. Ces chiffres montrent que près de la moitié des jeunes entrepreneurs font faillites au bout de cinq ans d'existences.

Tableau 13 : Taux de pérennité des entreprises artisanales selon le secteur d'activité en 2006

	Taux (%) de pérennité à		
Domaines d'activités	1 an	2 ans	3 ans
Industrie manufacturière, industries extractives et autres	91.6	79.2	68.8
Construction	93.9	80.7	65.8
Commerce et réparation	90.9	81.0	69.3
Transport et entreposage	97.0	93.8	86.9
Hébergement et restauration	92.6	79.9	66.5
Information, communication	86.4	72.1	63.7

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

Activités immobilières	100.0	97.0	70.2
Activité spécialisées, scientifiques et techniques et activités de services administratifs et de soutien	91.6	80.7	64.7
Administration publique et enseignement	98.0	91.3	84.6
Autres activités de services	91.4	78.0	68.1
Ensemble	92.9	80.5	67.2

Source: SIRENE- INSEE

Le mécénat environnemental

Tableau 14 : Taux de pérennité du secteur innovant selon le secteur d'activité en 2006

Domaines d'activités	Taux (%) de pérennité à		
	1 an	2 ans	3 ans
Industrie manufacturière, industries extractives et autres	92.6	83.4	61.8
Commerce et réparation	89.8	60.5	39.4
Information, communication	89.1	77.6	63.6
Activité spécialisées, scientifiques et techniques et activités de services administratifs et de soutien	100	91.9	78
Autres activités de services	89.7	79.6	50.8
Ensemble	89.4	77.5	62.8

Source: SIRENE- INSEE

Ces tableaux nous montrent que durant l'année 2006, la durée de vie des jeunes entreprises artisanales était beaucoup plus élevée que celle des nouvelles entreprises innovantes.

Le secteur d'activité concernant les entreprises innovantes qui peine à dépasser le cap des trois ans d'existences est la branche du commerce et de la réparation. En effet, seules 50% d'entre elles atteignent leur troisième anniversaire.

Ces chiffres nous montrent que malgré la motivation de la population à entreprendre, il existe néanmoins une fragilité du système économique de la Guyane qu'il n'est pas à négliger:

- En Guyane, 88% des nouvelles entreprises créées pendant le premier semestre de 2006 n'ont aucun salarié. La quasi totalité en ont moins de 10. Les très petites entreprises sont plus nombreuses dans les départements d'Outre-mer qu'en moyenne nationale. Seulement 8% des créations possèdent 1 à 2 salariés et 4% 3 salariés et plus. Chaque année, mille entreprises nouvelles voient le jour. La plupart sont des très petites entreprises individuelles qui démarrent leur activité le plus souvent sans salarié. Les entreprises sans salariés parviennent plus difficilement à survivre sur le long terme;
- De faibles ressources. Une des difficultés principales est l'accès au crédit bancaire pour des entreprises souvent très peu capitalisées. La plupart des entreprises créées démarrent avec de faibles moyens et parfois même avec les seules ressources personnelles du dirigeant. Or les moyens mis au départ jouent un rôle important dans la pérennité du projet. L'expérience professionnelle du créateur constitue également un élément important.
- La stratégie commerciale de l'entreprise et le choix des marchés conditionnent les chances de succès. Par exemple, les entreprises qui répondent le plus souvent à la commande publique sont moins fragiles que celles qui s'adressent à une clientèle de particuliers ou d'entreprises.

Le mécénat environnemental

Pour pouvoir être mécène, les entreprises doivent au préalable acquérir une stabilité financière; mais sachant les difficultés que rencontrent les entreprises de Guyane (sur la pérennité des entreprises et leur situation financière) ces dernières ont d'autres priorités: se battre pour leur survie.

Ces données nous expliquent, d'un point de vue macroéconomique, les raisons qui poussent les entreprises à être réticentes compte à l'action d'un développement de mécénat sur le territoire.

1.2 SPECIFICITES DES ASSOCIATIONS

Il est difficile d'avancer un chiffre avec certitude sur le nombre d'associations en activité car on connaît la date de naissance d'une association mais on ne connaît généralement pas la date de fin d'activité ou de mise en sommeil.

Néanmoins la DDJCS, a travers une enquête, a estimé entre 3 000 et 4 000 associations en activité en Guyane.

Tout comme pour les entreprises, le nombre d'associations créées reste élevé et peu d'entre elles sont réellement actives.

Graphique 5 : Evolution des créations des associations en Guyane

Source : Journal officiel. Traitement R&S.

On constate entre 2007 et 2010, une augmentation du nombre des créations des associations en Guyane passant respectivement de 244 à 290 associations.

Ici encore, nous constatons un dynamisme des actions d'intérêt général en Guyane.

Tableau 15 : Répartition en 10 grands thèmes, des inscriptions des associations créées au cours des 3 dernières années

Inscription des créations par thème en %	Guyane	France métropolitaine
Culture	24,7	22,6
Sports	14,7	15,3
Loisirs	13,8	13,9
Social	5,3	7,8
Santé	4,9	4,2
Education, formation	4,2	5,9

Le mécénat environnemental

Economie	4,4	4,7
Aide à l'emploi, développement local	4,4	2,6
Environnement	4,5	3,8
Autres	19,8	19,2
Total	100	100

Source : Journal officiel. Traitement R&S.

L'environnement a encore une petite part dans les activités des associations. Seules 4,5% des associations créées agissent dans le domaine de l'environnement. Ce secteur est loin derrière la culture (24,7%), les sports (14,7%) ou encore les loisirs (13,8%).

Le mécénat environnemental

Graphique 6 : Le financement public majoritaire

Sources : Comptes et administrations. 2010

Seuls 3% des ressources associatives sont financés par les entreprises. Cette petite part de financement des entreprises, s'explique par la situation que rencontrent les entrepreneurs mais aussi par le fait que les associations font peu appel à un partenariat avec le privé et se tournent de préférence vers le secteur public.

Un autre facteur peu expliquer une si faible participation des entreprises dans le ressources des associations: selon une étude réalisée en 2010 (par l'opinion des responsables associatifs - Enquête 2010 réalisée du 15 juin au 9 juillet auprès de 1774 responsables), 64% des associations affirment disposer de moyens financiers suffisants ou à peu près, et n'éprouvent pas le désir de faire appel au financement des entreprises.

Si la situation semble s'améliorer, la différence est considérable, selon que l'association emploie des salariés ou non.

II. INTELLIGENCE ECONOMIQUE : SOLUTION ET PERSPECTIVE

Pour que tout projet soit bien réalisé il faut agir progressivement. L'introduction d'un réseau mécénat en Guyane n'échappe pas à cette règle.

En France métropolitaine, le mécénat a connu des débuts difficiles. Néanmoins, certaines structures ont permis de faire face à ces difficultés. Je pense au législateur qui a progressivement codifié les règles de cette nouvelle loi, celle du 1er août 2003. Je pense aussi aux acteurs de la vie associative, mais aussi aux acteurs de la vie d'entreprise en l'occurrence les Chambres de Commerce et d'Industrie.

En prenant en compte les spécificités économiques et sociales de la Guyane, le meilleur moyen d'intégrer un réseau local de mécénat est de procéder par la stratégie de l'intelligence économique.

En quoi consiste cette stratégie ?

Par définition, l'intelligence économique est un système de surveillance de l'environnement de l'entreprise (clients, fournisseurs, sous-traitants, concurrents, partenaires, organismes publics, organismes de normalisation, ...) afin d'en détecter les menaces et les opportunités. Elle se fonde sur la recherche et la collecte systématique, continue et rigoureuse d'informations de différentes natures (scientifique, technique, sociale, commerciale, réglementaire, économique, ...) provenant de sources diverses et ensuite sur le tri, l'analyse, la diffusion et enfin l'exploitation de ces informations. Ces informations doivent aider l'entreprise à prendre des décisions stratégiques et à renforcer sa position concurrentielle.

En adoptant cette définition à notre sujet nous pouvons dire :

L'intelligence économique est un système de surveillance de l'environnement des associations (projets et moyens d'actions) et des entreprises locales (partenariats) afin d'en détecter toutes opportunités et menaces concourent à mener à bien la création d'un réseau local de mécénat et le développement d'entreprises mécènes.

Ainsi quatre étapes stratégiques seront nécessaires à suivre:

- la recherche et la collecte d'informations ;
- l'analyse et la validation des informations ;
- l'utilisation des informations.

Le mécénat environnemental

1.1. La recherche et la collecte d'informations

En présentant les spécificités des entreprises et des associations (CHAPITRE 3, I), mais aussi en analysant les données statistiques de l'enquête réalisée lors de mon stage (CHAPITRE 2, III), nous disposons des informations qui nous permettent de mieux comprendre les causes de tant de réserves de la part des associations et des entreprises. Cette première étape est donc accomplie grâce au travail réalisé durant mon stage.

1.2. L'analyse et le traitement de l'information

Cette étape consiste à interpréter de façon intelligente toutes les données statistiques recueillies précédemment. En traitant ces informations, nous avons constaté qu'il existait de nombreux obstacles au bon déroulement de la création et le développement d'activité mécénat sur le territoire. Parmi ces obstacles: les entreprises qui sont très fragiles financièrement et les associations qui sollicitent peu, voir pas du tout les entreprises dans leur projet.

1.3. L'utilisation des informations

L'introduction du mécénat n'a pas pu se faire sans établi au préalable un réseau de communication et d'information entre ces trois acteurs.

La démarche première de la DEAL pour inciter des actions de mécénat selon moi est donc d'informer les acteurs concernés des opportunités que pourraient leur apporter un partenariat mécénat.

Lors de l'enquête réalisée dans le cadre de mon stage, j'ai constaté la distance entre une structure associative et une entreprise : une différence de langage et le peu de connaissances que l'un a de l'autre.

En ayant peu de résultat satisfaisant pour l'enquête que j'ai réalisé, j'ai pris conscience qu'il était préférable d'élaborer une double stratégie: la création de réseaux et le développement de la proximité.

A. Créer un véritable réseau

La création de réseaux conduira à un échange entre ces deux mondes (associatif et entreprise) qui se connaissent mal. Ensuite, pour que le secteur de l'entreprise soit pénétré par cette notion de mécénat et de l'intérêt qu'il représente, il est essentiel à mon avis, que la DEAL conforte sa présence dans les réseaux économiques. Avec les dispositions législatives, la DEAL sera amenée de se rapprocher de ces réseaux.

Le mécénat environnemental

La convention qui a été signée avec les Chambres de commerce et de l'industrie, la large diffusion dans les Chambres de la notion de mécénat, contribuent aujourd'hui à ce nouveau dialogue et à cette expression que l'on voit se développer.

B. Développer une proximité

Le mécénat de proximité existe. C'est sur le terrain que se passent les choses, et le pilier du développement de la proximité est un axe prioritaire du développement du mécénat. Selon une étude réalisée par l'INSEE, 88% des nouvelles entreprises créées en Guyane pendant le premier semestre de 2006 n'avaient aucun salarié. Les très petites entreprises (TPE) sont plus nombreuses dans le département qu'en moyenne nationale. Près 8% des créations possèdent 1 à 2 salariés et 4% 3 salariés et plus. Chaque année, mille entreprises nouvelles voient le jour. Ces chiffres montrent que pour la plupart se sont des très petites entreprises individuelles qui démarrent leur activité le plus souvent sans salarié.

Cette dynamique que connaît la Guyane nous montrent qu'il faut cibler non seulement les entreprises de plus de 10 salariés, mais aussi celles composées de moins de 10 salariés. Une meilleure collaboration avec la CCIG, doit être créée. La CCIG devra être l'intermédiaire entre la DEAL et les entreprises. Lors des campagnes d'information, des rencontres avec les différents acteurs et des éventuelles enquêtes que la DEAL réalisera, cette dernière saura comment s'adresser à ces entrepreneurs avec les conseils de la CCIG.

La DEAL devra également collaborer avec la DJSC pour une meilleure approche avec le monde associatif sur le volet socioculturel.

C. Etablir une communication

Les associations se sentent parfois, ainsi que je l'ai rencontré lors de l'enquête, bien à l'aise dans le renouvellement durable, des subventions publiques. Il y a en effet des structures qui sont peu disposées à se lancer dans le mécénat. Certaines expliquent que : « dans le fond, on vit bien avec nos subventions, pourquoi aller chercher ailleurs ». Cette réticence trouve son écho chez les acteurs économiques qui tiennent parfois aussi un langage qui tend à dire : « c'est à l'État d'y pourvoir, aux collectivités territoriales », ou encore « je suis une jeune entreprise, et je ne peux me permettre de faire des dons de mécénat d'un grand montant ».

Il est primordial de se défaire de quelque idée fautive :

- Ainsi informer les entreprises qu'il n'y a pas que les dons financiers mais aussi en nature avec un échange mutuel possible et que les dons peuvent être de tout montant. Et leur inculquer que le mécénat peut constituer un moyen de communication.
- Expliquer aux porteurs de projet que les petits projets peuvent aussi faire l'objet de soutien matériels ; et qu'ils ne seront pas contraints de donner une contrepartie financière pour que ça marche (sauf éventuellement pour des structures à forte rayonnance comme le parc amazonien).

Le mécénat environnemental

D'où la nécessité d'informer aux principaux intéressés des nombreux avantages et opportunités qu'offre un tel partenariat.

Mon optimisme naturel m'amène à constater que face à ces réticences, existe d'importants facteurs positifs de développement de réseau mécénat. Le facteur fiscal en est un. La législation apporte des réductions non négligeables, 66 % pour les particuliers, 60 % pour l'entreprise. Cette incitation est significative.

Il faut donc, informer les entreprises des avantages qu'elles pourront avoir en étant mécènes. Mais ce qu'il convient de retenir à mon sens, c'est qu'au delà des bonifications fiscales, le mécénat trouve sa véritable place en tant que réponse à une stratégie de développement des actions environnementales en Guyane. En impliquant les PME mais aussi les TPE à ce projet, on obtiendra un investissement de tous les acteurs dans l'entreprise. C'est à travers cette approche et dans le respect de la créativité des projets à soutenir que pourront se nouer les meilleures partenariats de mécénat à condition qu'elles s'inscrivent dans la durée.

CONCLUSION

Pour conclure ce chapitre, nous pouvons dire que la Guyane dispose de nombreux atouts à un développement des actions de mécénats.

Pour comprendre les motivations des entreprises et expliquer leur engagement ou leur manque d'engagement social et environnemental, il faut se placer aussi bien à un niveau macroéconomique (quel intérêt peut avoir l'entreprise à intervenir ?) qu'à un niveau plus microéconomique (n'est-ce pas le choix de certains individus plus concernés au sein des entreprises ?).

Le mécénat a une double dimension. Il intéresse l'entreprise, car il s'inscrit dans une stratégie de communication. Les dépenses qu'il occasionne sont une charge d'exploitation ou une immobilisation amortissable. Le mécénat est aussi un partenariat. Il s'inscrit dans une politique de participation.

Les motivations des entreprises ne sont pas désintéressées. Leur engagement n'est pas dû uniquement à une prise de conscience de leur responsabilité vis-à-vis de la société, mais s'inscrit aussi dans une stratégie de communication. Associer son nom ou sa marque à une image positive est une manière de gagner ou de fidéliser des clients. Pour l'entreprise, c'est aussi un moyen de motiver son personnel, valorisé par l'engagement de son entreprise, surtout s'il a été directement impliqué dans l'action.

Néanmoins, elle reste freinée par des obstacles tels que :

- ❖ La fragilité économique et l'instabilité financière des entreprises :
 - les entreprises pèsent individuellement peu : une part très importante des entreprises locales ont moins de 10 salariés, soit près de 95% des entreprises sont concernées ;
 - elles sont menacées par leur vulnérabilité : près de la moitié des entreprises créées ne survivent pas après trois ans d'existence. Leur priorité n'est pas d'accorder des dons mais d'investir dans la production ;
 - leur méconnaissance sur le mécénat alimente leurs désintérêts pour ce sujet.

Le mécénat environnemental

- ❖ Il existe également différence de langage entre les entreprises et les associations et les fausses idées reçues.
- ❖ Une absence de communication et d'échange entre les politiques et les professionnels responsable de développer le mécénat.

Tous ces facteurs contribuent à des réticences de la part des entrepreneurs et des porteurs de projet. Il est donc nécessaire de faire une campagne d'information sur le mécénat et d'établir des rencontres avec les différents acteurs : associations, entreprises, DEAL, CCIG, organismes de l'environnement,...

En traitant les informations que j'ai pu recueillir, et en les exploitants à bon escient, la Guyane aura aussi son réseau de mécénat.

CONCLUSION GENERALE

Comme je l'espérais lors de mes recherches, ce stage au sein de la DEAL m'a permis de nouer avec le secteur administratif de l'environnement. J'ai ainsi pu exploiter mes connaissances dans ce domaine et les utiliser en regard de l'enseignement reçu durant mon cursus universitaire. Ce stage m'a incontestablement permis de développer mes compétences dans ces domaines et constitue un véritable tremplin pour ma carrière professionnelle. En effet, grâce à ce stage, j'ai pu ajouter plusieurs références à mon expérience professionnelle. Ce qui constitue un atout dans mes futures démarches de recherche d'emploi.

Pendant ce stage, où l'on m'a demandé de mener à bien plusieurs missions, j'ai vraiment été considéré comme une employée à part entière. De plus, la confiance que m'a accordée ma tutrice de stage m'a permis de travailler avec elle en autonomie et dans des conditions de travail réel.

Je retiendrai aussi de ce stage l'importance des relations humaines dans l'administration. Il est nécessaire que l'ambiance de travail soit la meilleure possible pour arriver à des résultats efficaces. De même que les rapports avec le public et d'autres structures sont primordiaux.

Effectuer un stage au sein d'une administration, m'a procuré un grand nombre de satisfactions d'ordre professionnel. Mon travail au sein de la DEAL durant les cinq mois de stage a :

- permis d'augmenter mes expériences professionnelles ;
- facilité mon accès aux professionnel et ainsi élargi mon réseau de contact ;
- permis d'identifier et d'analyser un certains nombres de problèmes que j'ai pu rencontrer durant ce travail pour essayer de les résoudre.

Le mécénat environnemental

ANNEXE

ANNEXE 1 : Questionnaire d'enquête destiné aux entreprises

ENTREPRISES MECENES POTENTIELLES

Dans une perspective de développement du mécénat en Guyane, la DEAL (Direction de l'Environnement de l'Aménagement et du Logement) réalise une enquête auprès des entreprises. Ce questionnaire a pour objectif de mieux cerner les attentes et les connaissances des entreprises en matière de mécénat. Nous remercions les entreprises des quelques minutes qu'elles nous consacreront pour remplir ce questionnaire.

Définitions:

« Le mécénat est le soutien 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 » s'étendant aux champs de la culture, de la solidarité et de l'environnement.

Attention, il ne faut pas confondre MECENAT et PARRAINAGE.

Le mécénat est assimilé à un don ouvrant droit à réduction d'impôt, le parrainage à une opération de publicité imposable.

I. PROFIL DE L'ENTREPRISE

1. Identification de l'entreprise

Nom de l'entreprise (raison sociale):

Adresse:

Code postal :

Ville:

Tél:

Fax:

E-mail:

2. Année de création de l'entreprise

3. A quel besoin a répondu la création de l'entreprise ?

4. Domaine d'activité

II. CONNAISSANCES DU MECENAT

1. Connaissez-vous le mécénat?

Oui Un peu Non

2. Faites-vous clairement la différence entre le mécénat et le sponsor?

Oui Un peu Non

3. Êtes-vous au courant des avantages fiscaux dont disposent les entreprises mécènes?

Oui Un peu Non

4. Connaissez-vous des entreprises mécènes en Guyane?

Oui Un peu Non

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

Si oui, lesquelles?

5. Connaissez-vous des associations qui ont bénéficié de don mécénat?

Oui Non

Si OUI, lesquelles?

7. Aimeriez-vous avoir plus d'information sur le mécénat?

Oui Non

9. Si OUI sous quelle forme?

Par brochure Courrier électronique Par entretien Autre (précisez) :

10. Seriez-vous intéressé par un éventuel séminaire d'information, de formation et d'apport théorique d'une journée sur le mécénat présenté par la DEAL?

Oui Non

III. RESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISES (RSE)

1. Pratiquez-vous la RSE?

Oui Non

2. Pratiquez-vous l'ISR (Investissement Socialement Responsable)?

Oui Non

3. Si OUI, ses investissements sont-ils liés:

A la gouvernance A l'environnement Au social

4. Si NON, pourquoi?

IV. LA COMMUNICATION

1. Sous quelle forme faites-vous la publicité?

TV Presse Radio Affichage Autre (précisez) :

2. Pratiquez-vous le sponsoring?

Oui Non

3. Si OUI, quelles associations, établissements publics avez-vous parrainés?

4. Quelles activités avez-vous parrainées?

5. Êtes-vous mécène?

Oui Non

Si NON passez à la question 11

6. Si OUI, quels domaines avez-vous soutenus?

Mécénat culturel Mécénat de solidarité Mécénat de recherche
Mécénat de l'environnement

7. Quelle(s) association(s) avez-vous soutenue(s)?

8. Votre soutien de don est-il uniquement financier?

Oui Non

9. Si non, sous quelle autre forme pratiquez-vous le mécénat?

Mécénat en nature Mécénat de compétence Autres (précisez)

10. Pour quelle raison avez-vous pratiqué le mécénat?

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

Notoriété

Valorisation de l'image de l'entreprise

Souci de l'environnement social

avec de nouveaux acteurs

Politique de communication interne

Politique de communication externe

Autres (précisez):

Rencontre

11. Pour quelles raisons votre entreprise n'est-elle pas mécène?

Pas d'intérêt pour le mécénat en général

Préférence pour le sponsoring

Baisse du " budget mécénat "

Peu de connaissances sur le mécénat

Autre (précisez)

12. Souhaitez-vous être mécène?

Oui Non Éventuellement

13. Si OUI, quelles activités aimeriez-vous soutenir?

Mécénat culturel Mécénat de solidarité Mécénat de l'environnement

Mécénat de recherche Autre (précisez) :

14. Si NON, pourquoi?

MERCI D'AVOIR REPONDU A CE QUESTIONNAIRE

Le mécénat environnemental

ANNEXE 2 : Questionnaire d'enquête destiné aux associations

ASSOCIATIONS BENEFICIAIRES POTENTIELLES AUX DONS MECENES

Dans une perspective de développement du mécénat en Guyane, la DEAL (Direction de l'Environnement de l'Aménagement et du Logement) réalise une enquête auprès des associations. Ce questionnaire a pour objectif de mieux cerner les attentes, les besoins et les connaissances des associations en matière de mécénat. Nous remercions les associations des quelques minutes que vous consacrerez pour remplir ce questionnaire.

Définitions:

« Le mécénat est 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 » s'étendant aux champs de la culture, de la solidarité et de l'environnement.

Attention, il ne faut pas confondre MECENAT et PARRAINAGE.

Le mécénat est assimilable à un don ouvrant droit à réduction d'impôt, le parrainage à une opération de publicité imposable.

I. PROFIL DE L'ASSOCIATION

1. Nom de l'association :
2. Objet social :
3. A quel besoin à répondu la création de l'association?
4. Secteur d'activité:
la solidarité la culture la recherche l'environnement le sport
 l'éducation populaire Autre (précisez) :
5. Coordonnées:
Adresse:

Tél:

Courriel :
6. Président de l'association:
7. N° SIRET:
8. N° d'agrément:
9. Nombre de bénévoles:
10. Nombre de salariés:
11. L'association est-elle:
National Départementale Locale
Régionale Budget de l'association:
12. Votre association est-elle reconnue d'utilité publique?
Oui Non

Le mécénat environnemental

II. CONNAISSANCES DU MECENAT

1. Connaissez-vous le mécénat?
Oui Un peu Non
2. Faites-vous clairement la différence entre le mécénat et le sponsor?
Oui Un peu Non
3. Êtes-vous au courant des avantages fiscaux dont disposent les entreprises mécènes?
Oui Un peu Non
4. Connaissez-vous des entreprises mécènes en Guyane?
Oui Un peu Non
5. Si oui, lesquelles?
6. Connaissez-vous des associations qui ont pratiqué le mécénat?
Oui Non
7. Si OUI, lesquelles?
8. Aimerez-vous avoir plus d'information sur le mécénat?
Oui Non
9. Si OUI sous quelle forme?
Par brochure courrier électronique Par entretien Autre
(précisez) :
10. Seriez-vous intéressé par un éventuel séminaire d'information, de formation et d'apport théorique d'une journée sur le mécénat présenté par la DEAL?
Oui Non

III. NATURE ET ORIGINE DES FINANCEMENTS:

1. Comment financez-vous vos activités?
Via des subventions Par du sponsoring Via le mécénat
Autres financements publics Autres
financements privés
2. Quels est le pourcentage de vos financements privés (cotisations, sponsors, mécénat, recette d'activités privées,...)?
3. Seriez-vous intéressé par un partenariat avec une entreprise?
Oui Non
4. Si NON pourquoi?

Le mécénat environnemental

5. Si OUI, quelle forme de partenariat souhaiteriez-vous établir?

Parrainage

Mécénat financier

Mécénat en nature

Mécénat de compétence

Autre, précisé :

6. Envisagez-vous de faire du mécénat?

Oui

Non

7. Si OUI, quelle(s) entreprise(s) aimeriez-vous solliciter :

8. Si NON pourquoi?

MERCI D'AVOIR REPONDU A CE QUESTIONNAIRE

Le mécénat environnemental

ANNEXE 3 : Charte pour le développement du mécénat culturel



ASSEMBLÉE DES CHAMBRES FRANÇAISES
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

**DEUXIEME CHARTE NATIONALE POUR
LE DEVELOPPEMENT DU MECENAT CULTUREL
ENTRE
LE MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION
ET LE
L'ASSEMBLEE DES CHAMBRES FRANÇAISES DE COMMERCE ET
D'INDUSTRIE**

- Le Ministre de la Culture et de la Communication,
Monsieur Frédéric MITTERRAND,

D'une part,

Et,

- Le Président de l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie,
Monsieur Jean-François BERNARDIN,

D'autre part,

Préambule

La diversité de la culture française est le fait de la société tout entière. L'entreprise y occupe le rang primordial de créateur de richesses et d'activités qui nourrissent l'économie. Cette

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

économie est constituée d'hommes et de femmes qui produisent, consomment, s'adonnent à des loisirs et partagent des activités créatrices et culturelles qui les rassemblent.

L'attrait du territoire national et la bonne santé de l'industrie française du tourisme reposent en grande partie sur la haute qualité de son patrimoine culturel, qu'il soit ancien ou récent, qu'il soit physique ou immatériel. En complément de l'intervention de l'Etat et des collectivités, la conservation et le développement de ce patrimoine ne peuvent plus aujourd'hui se concevoir sans la participation de tous, individus et entreprises.

A l'enjeu économique de la culture s'ajoute l'atout qu'elle représente dans l'ère de la connaissance et de l'intelligence. Dans la compétition internationale, la culture est plus que jamais un facteur d'attractivité de la France et de ses territoires, pour tous ceux qui veulent y travailler, investir et déployer leurs talents.

Les Chambres de commerce et d'industrie, vecteurs du développement économique, l'ont compris. Elles partagent l'idée que l'attractivité des territoires est essentielle à la réussite économique. Ainsi considèrent-elles que le mécénat culturel peut être un facteur de compétitivité et d'excellence. C'est pourquoi elles se sont rapprochées des milieux culturels, ont créé des clubs et des fondations d'entreprise, ont œuvré au soutien d'actions artistiques innovantes...

Dans ce contexte très favorable, le ministère de Culture et de la Communication a souhaité renforcer ses liens sur le terrain avec les Chambres de commerce et d'industrie afin que celles-ci contribuent, à ses côtés, au développement de relations de partenariat en sensibilisant les entreprises, et particulièrement les PME, à la démarche du mécénat culturel. A cette fin, une Charte pour le développement du mécénat a été signée, le 15 mars 2005, pour une durée de trois ans, entre le ministre de la Culture et de la Communication et le président de l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'industrie.

Les objectifs fixés étaient les suivants :

- procéder à la désignation d'un « correspondant mécénat » dans chacune des Chambres de commerce et d'industrie (CCI) ;
- faire connaître auprès des entrepreneurs les dispositifs incitatifs de la loi du 1er août 2003 ainsi que les avantages du mécénat culturel ;
- favoriser les contacts entre les CCI et les acteurs culturels de leurs territoires et communiquer les meilleures expériences de partenariat.

Ces objectifs ont été en partie atteints :

- Soixante-quinze (75) « correspondants mécénat », élus ou collaborateurs, ont déjà été nommés dans les CCI ;
- des contacts entre les CCI et les directions régionales des affaires culturelles ont été instaurés : 35 conventions territoriales ont été signées avec les DRAC et plusieurs autres sont en préparation ;
- un dossier de présentation de la loi du 1er août 2003 et de ses avantages a été proposé par la quasi-totalité des CCI dans leurs revues à destination de leurs entreprises ressortissantes et de leurs partenaires ; quatre encarts de la revue nationale des CCI, L'Inter consulaire, dédiés à des actions exemplaires de mécénat locales ou régionales ont été produits par l'ACFCI et largement diffusés ;
- la participation de l'ACFCI au Salon du Patrimoine culturel au Carrousel du Louvre à Paris a permis de faire connaître au grand public, lors des éditions 2007, 2008 et 2009, des

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

opérations partenariales CCI/acteurs culturels en faveur du mécénat (Espace musical haut-normand pour le soutien à la restauration et l'achat d'instruments de musique prêtés à de jeunes interprètes ; opération « Cluny 2010 » ; opération « Adoptez un livre » des bibliothèques de la ville de Compiègne qui a débouché sur deux conventions de mécénat) ;

- un document d'information « Mécénat culturel : mettez votre entreprise sur le devant de la scène ! », élaboré en commun en 2007 par l'ACFCI, la mission du mécénat du ministère de la Culture et de la Communication, la DRAC et la CRCI de Picardie et l'Ordre des experts-comptables, continue de faire l'objet d'une très large diffusion auprès des PME-PMI ;
- des réunions annuelles ont été organisées par la mission du mécénat et l'ACFCI pour coordonner l'action des correspondants mécénat des CCI et de ceux du réseau rencontres ont été organisées en région, par les DRAC, la mission du mécénat et les CCI, pour certaines avec d'autres partenaires institutionnels du ministère ou des CCI (experts-comptables, notaires, avocats ...) afin de mettre en relation acteurs économiques et responsables et porteurs de projets culturels ;
- des prix annuels ont été institués en Picardie et Midi-Pyrénées pour valoriser les PME-PMI ayant engagé des démarches de mécénat exemplaires...

Prenant acte du développement important du mécénat culturel en France depuis la mise en œuvre de la loi du 1er août 2003 et soucieux de soutenir cette évolution, le ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie ont décidé d'un commun accord de poursuivre l'action ainsi engagée.

Il a donc été convenu entre les parties de signer, pour les cinq années à venir, une deuxième charte nationale pour le développement du mécénat culturel en poursuivant les actions déjà engagées et en développant de nouveaux objectifs.

Il a été décidé ce qui suit :

Article 1. Relayer au plan régional et départemental le protocole national

Pour assurer une meilleure application des engagements pris dans le cadre du présent protocole national, des conventions pour le développement du mécénat culturel seront, dans toute la mesure du possible, signées par les DRAC et les CRCI et CCI dans les départements et les régions où ces conventions, prévues par le précédent protocole national en date du 15 mars 2005, n'auraient pas encore été conclues. Le réseau consulaire jugera de l'échelon pertinent pour signer ces conventions et mettre en œuvre les actions.

Article 2. Poursuivre la diffusion auprès des chefs d'entreprises des dispositifs incitatifs de la loi du 1er août 2003 et des avantages du mécénat culturel

L'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie et la mission du mécénat de la direction générale des médias et des industries culturelles du ministère de la Culture et de la Communication s'engagent à produire dès le 1er semestre 2010 au moins un nouveau document d'information sur le mécénat culturel à l'intention des PMEPMI.

Il pourra s'agir :

- soit d'un « kit mécénat » en format papier et/ou numérique présentant la législation en vigueur et ses modalités d'application dans le domaine culturel ;

Le mécénat environnemental

- soit d'un ouvrage rassemblant des témoignages de dirigeants de PME-PMI dont la démarche de mécénat est particulièrement exemplaire, suivis d'annexes pratiques sur la législation et son application.

Ces deux projets pourraient également être menés en parallèle, sous réserve de la disponibilité des financements nécessaires. Ces publications sont appelées à faire l'objet de rééditions avec mises à jour pendant la durée de la présente charte.

Article 3. Promouvoir le mécénat collectif

Afin de soutenir de manière durable et renforcée le financement de la vie culturelle et de la sauvegarde du patrimoine, les CCI sont invitées à promouvoir, en liaison avec les directions régionales des affaires culturelles, les outils d'organisation collective du mécénat d'entreprise sur leurs ressorts territoriaux, voire en interdépartemental ou en interrégional. A ce titre, la mise en place de « pôles mécénat » régionaux ou interrégionaux, fondés sur le principe de mutualisation des moyens d'action, sera encouragée. Les Chambres de Commerce et d'Industrie et les DRAC seront, par ailleurs, amenées à mieux faire connaître les différentes formes du mécénat, en numéraire mais aussi en nature ou en compétence.

En fonction de la nature et de l'importance des projets, ces initiatives pourraient prendre par exemple la forme de clubs d'entreprises informels ou associatifs, de fondations reconnues d'utilité publique, de fondations abritées, de fondations d'entreprise ou de fonds de dotation.

Article 4. Organiser des rencontres et des événements de nature à favoriser la promotion du mécénat culturel

Les correspondants « mécénat » des CCI et des directions régionales des affaires culturelles poursuivront leurs efforts pour organiser, de préférence dans des lieux culturels ou de patrimoine et éventuellement en collaboration avec leurs homologues des autres institutions partenaires du ministère de la Culture et de la Communication (experts-comptables, notaires...), des rencontres et événements de nature à favoriser le rapprochement entre les acteurs et porteurs de projets culturels régionaux et locaux et les responsables d'entreprises susceptibles d'être intéressés par le mécénat culturel. Ils associeront leurs efforts pour assurer la plus large communication à ces rencontres à l'échelle locale, régionale ou nationale. Ces rencontres territoriales pourront sous certaines conditions avoir des implications et des développements au niveau international (notamment dans les régions frontalières).

Article 5. Sensibiliser au mécénat les réseaux d'écoles des CCI

Le réseau consulaire est le deuxième formateur national après l'Education nationale. Il gère de nombreux réseaux d'établissements d'enseignement supérieur (Ecoles Supérieures de Commerce, Ecoles de Gestion des Cadres, filières de « bachelors »...).

Ces étudiants, futurs cadres ou chefs d'entreprise, pourraient être utilement sensibilisés aux avantages du mécénat culturel pour en devenir en temps opportun des prescripteurs. Par ailleurs, si les directeurs d'établissements le souhaitent, les compétences des étudiants pourraient être mobilisées ponctuellement dans le cadre d'accords de partenariat avec les DRAC afin de travailler de façon opérationnelle à l'ingénierie de projets : communication sur des campagnes de mécénat, enquêtes sur les pratiques locales de mécénat, voire recherche de fonds.

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

Article 6. Animer la Charte et favoriser les échanges d'expériences

L'ACFCI et la mission du mécénat sont chargées de l'animation et du suivi d'application de la présente charte.

L'ACFCI et la mission du mécénat favoriseront notamment les échanges d'expériences entre les correspondants « mécénats » des CCI et ceux des directions régionales des affaires culturelles, voire ceux des autres institutions partenaires du ministère de la Culture et de la Communication (notaires, experts-comptables...) par l'organisation de réunions annuelles d'information et d'échanges de vues et par tous les autres moyens de communication qui seront jugés utiles (forums, intranets de communauté, médias presse, guides des bonnes pratiques). Il s'agit de permettre aux acteurs concernés de s'appuyer sur un réseau formel ou informel auquel ils participeront activement.

Article 7. Appui

Les correspondants « mécénat » des CCI auront la possibilité de saisir la mission du mécénat sur toutes questions relatives à la législation en vigueur, à son application et aux pratiques du mécénat.

Article 8. S'assurer de la réalisation des objectifs du présent protocole

Le suivi et l'animation de la présente convention seront effectués dans le cadre d'une concertation régulière entre les parties. La mission du mécénat et l'ACFCI procéderont chaque année, à l'automne, au recensement des différentes actions menées en région dans le cadre de l'application du présent protocole et en assureront la communication auprès de leurs institutions respectives.

Article 9. Durée

La présente charte est conclue pour une durée de cinq années à compter de sa signature, renouvelable par accord exprès entre les parties.

Fait à Paris le 20 avril 2010
En deux exemplaires originaux

Le Président de
l'Assemblée des Chambres Françaises
de Commerce et d'Industrie

Le Ministre de la Culture et de la
Communication

Jean-François BERNARDIN

Frédéric MITTERRAND

Le mécénat environnemental

Le mécénat environnemental

ANNEXE 4 : Exemple de base de contrat de mécénat

ENTRE LES SOUSSIGNES :

· Nom et coordonnées de l'organisme bénéficiaire du mécénat, nom de la personne représentant l'organisme.

D'une part,

ET

· Nom et coordonnées de l'entreprise mécène

D'autre part,

IL EST ARRETE CE QUI SUIT :

ARTICLE 1 : Objet du contrat

L'Entreprise apporte son soutien en (date) à (description détaillée de l'action ou des actions faisant l'objet de la présente convention).

ARTICLE 2 : Acte de mécénat

2.1 Montant :

L'Entreprise mettra à la disposition de (nom de la structure bénéficiaire) une somme s'élevant à (montant en chiffres et en lettres) conformément à l'objet du présent contrat précisé à l'Article 1.

2.2 Echancier :

Préciser le calendrier de versement de la somme – versement global ou échelonné.

ARTICLE 3 : L'organisme bénéficiaire émettra un « reçu fiscal » au titre du présent don.

ARTICLE 4 : Contreparties de l'acte de mécénat

Préciser ici les contreparties, limitées à 25 % du montant du don, telles qu'elles ont été négociées entre les deux parties. Ce qui suit est donné à titre d'exemple.

4.1 : Diffusion de l'image de l'Entreprise sur les supports de communication de la structure.

Préciser en détail la nature des contreparties : présence du logo (programmes, catalogues, site Internet, etc...) et autres messages.

4.2 : Accès privilégié aux manifestations

Préciser les entrées offertes à l'Entreprise : nombre, dates, etc...)

4.3 : Mise à disposition d'espaces

Préciser les conditions de la mise à disposition d'espace).

ARTICLE 5 : Annulation de l'événement

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

En cas d'annulation de l'événement visé à l'article 1, les sommes versées par le parraineur lui sont restituées dans (indiquer le délai). (Il est souhaitable que l'association souscrive une assurance contre le risque d'annulation de la manifestation ; et bien préciser qui paie les assurances nécessaires).

ARTICLE 6 : Durée de la présente convention

Préciser la durée de la convention, fixée à partir de la date de signature.

ARTICLE 7 : Litige

Ce qui suit est donné à titre d'exemple

7.1 : En cas de litige s'élevant en relation avec l'exécution du présent contrat, les parties s'obligent à une phase préliminaire de conciliation pendant une période d'un mois.

7.2 : Au cas où aucune solution amiable ne pourrait intervenir au cours de la phase de conciliation précitée, les parties conviennent de soumettre tout litige pouvant survenir à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution du présent contrat, au Tribunal (préciser lequel) auquel il est fait attribution de juridiction par les présentes.

Fait à xxxxx, le xxxxx:

En deux exemplaires originaux

Signature des représentants des deux parties

Le mécénat environnemental

ANNEXE 5 : Code Général des Impôt, CGI- Article 200

Code général des impôts

Article 200

Modifié par Décret n°2008-294 du 1er avril 2008 - art. 1

1. Ouvrent droit à une réduction d'impôt sur le revenu égale à 66 % de leur montant les sommes prises dans la limite de 20 % du revenu imposable qui correspondent à des dons et versements, y compris l'abandon exprès de revenus ou produits, effectués par les contribuables domiciliés en France au sens de l'article 4 B, au profit :

a) De fondations ou associations reconnues d'utilité publique sous réserve du 2 bis, de fondations universitaires ou de fondations partenariales mentionnées respectivement aux articles L. 719-12 et L. 719-13 du code de l'éducation et, pour les seuls salariés des entreprises fondatrices ou des entreprises du groupe, au sens de l'article 223 A, auquel appartient l'entreprise fondatrice, de fondations d'entreprise, lorsque ces organismes répondent aux conditions fixées au b ;

b) D'œuvres ou d'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, notamment à travers les souscriptions ouvertes pour financer l'achat d'objets ou d'œuvres d'art destinés à rejoindre les collections d'un musée de France accessibles au public, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises ;

c) Des établissements d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique publics ou privés, d'intérêt général, à but non lucratif ;

d) D'organismes visés au 4 de l'article 238 bis ;

e) D'associations culturelles et de bienfaisance, ainsi que des établissements publics des cultes reconnus d'Alsace-Moselle ;

f) D'organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée et qui ont 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, à la condition que les versements soient affectés à cette activité. Cette disposition ne s'applique pas aux organismes qui présentent des œuvres à caractère pornographique ou incitant à la violence.

Ouvrent également droit à la réduction d'impôt les frais engagés dans le cadre d'une activité bénévole et en vue strictement de la réalisation de l'objet social d'un organisme mentionné aux deuxième à septième alinéas, lorsque ces frais, dûment justifiés, ont été constatés dans les comptes de l'organisme et que le contribuable a renoncé expressément à leur remboursement.

1 bis. Pour l'application des dispositions du 1, lorsque les dons et versements effectués au cours d'une année excèdent la limite de 20 %, l'excédent est reporté successivement sur les années suivantes jusqu'à la cinquième inclusivement et ouvre droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions.

1 ter Le taux de la réduction d'impôt visée au 1 est porté à 75 % pour les versements effectués au profit d'organismes sans but lucratif qui procèdent à la fourniture gratuite de repas à des personnes en difficulté, qui contribuent à favoriser leur logement ou qui procèdent, à titre HERCULE Fedna Gina

Le mécénat environnemental

principal, à la fourniture gratuite des soins mentionnés au 1° du 4 de l'article 261 à des personnes en difficulté. Ces versements sont retenus dans la limite de 488 euros à compter de l'imposition des revenus de l'année 2007. Il n'en est pas tenu compte pour l'application de la limite mentionnée au 1.

La limite de versements mentionnée au premier alinéa est relevée chaque année dans la même proportion que la limite supérieure de la première tranche du barème de l'impôt sur le revenu de l'année précédant celle des versements. Le montant obtenu est arrondi, s'il y a lieu, à l'euro supérieur.

2. Les fondations et associations reconnues d'utilité publique peuvent, lorsque leurs statuts ont été approuvés à ce titre par décret en Conseil d'Etat, recevoir des versements pour le compte d'œuvres ou d'organismes mentionnés au 1.

La condition relative à la reconnaissance d'utilité publique est réputée remplie par les associations régies par la loi locale maintenue en vigueur dans les départements de la Moselle, du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, lorsque la mission de ces associations est reconnue d'utilité publique.

Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions de cette reconnaissance et les modalités de procédure déconcentrée permettant de l'accorder.

2 bis. Ouvrent également droit à la réduction d'impôt les dons versés à la " Fondation du patrimoine " ou à une fondation ou une association qui affecte irrévocablement ces dons à la " Fondation du patrimoine ", en vue de subventionner la réalisation des travaux prévus par les conventions conclues en application de l'article L. 143-2-1 du code du patrimoine entre la " Fondation du patrimoine " et les propriétaires des immeubles, personnes physiques ou sociétés civiles composées uniquement de personnes physiques et qui ont pour objet exclusif la gestion et la location nue des immeubles dont elles sont propriétaires.

Les immeubles mentionnés au premier alinéa du présent 2 bis ne doivent pas faire l'objet d'une exploitation commerciale.

Le donateur ou l'un des membres de son foyer fiscal ne doit pas avoir conclu de convention avec la " Fondation du patrimoine " en application de l'article L. 143-2-1 précité, être propriétaire de l'immeuble sur lequel sont effectués les travaux ou être un ascendant, un descendant ou un collatéral du propriétaire de cet immeuble. En cas de détention de l'immeuble par une société mentionnée au premier alinéa, le donateur ou l'un des membres de son foyer fiscal ne doit pas être associé de cette société ou un ascendant, un descendant ou un collatéral des associés de la société propriétaire de l'immeuble.

Les dons versés à d'autres fondations ou associations reconnues d'utilité publique agréées par le ministre chargé du budget dont l'objet est culturel, en vue de subventionner la réalisation de travaux de conservation, de restauration ou d'accessibilité de monuments historiques classés ou inscrits, ouvrent droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions.

3. Ouvrent également droit à la réduction d'impôt les dons, prévus à l'article L. 52-8 du code électoral versés à une association de financement électoral ou à un mandataire financier visé à l'article L. 52-4 du même code qui sont consentis à titre définitif et sans contrepartie, soit par chèque, soit par virement, prélèvement automatique ou carte bancaire, et dont il est justifié à l'appui du compte de campagne présenté par un candidat ou une liste. Il en va de même des dons mentionnés à l'article 11-4 de la loi n° 88-227 du 11 mars 1988 modifiée relative à la transparence financière de la vie politique ainsi que des cotisations versées aux partis et groupements politiques par l'intermédiaire de leur mandataire.

Le mécénat environnemental

4. (abrogé).

5. Le bénéfice des dispositions du 1, du 1 ter et du 2 bis est subordonné à la condition que soient jointes à la déclaration des revenus des pièces justificatives, répondant à un modèle fixé par un arrêté attestant le total du montant et la date des versements ainsi que l'identité des bénéficiaires. A défaut, la réduction d'impôt est refusée sans proposition de rectification préalable.

Toutefois, pour l'application du 3, les reçus délivrés pour les dons et les cotisations d'un montant égal ou inférieur à 3 000 euros ne mentionnent pas la dénomination du bénéficiaire. Un décret en Conseil d'Etat détermine les modalités d'application de cette disposition.

6. Par dérogation aux dispositions du premier alinéa du 5, le bénéfice de la réduction d'impôt est accordé aux contribuables qui transmettent la déclaration de leurs revenus par voie électronique, en application de l'article 1649 quater B ter, à la condition que soient mentionnés sur cette déclaration l'identité de chaque organisme bénéficiaire et le montant total des versements effectués au profit de chacun d'entre eux au titre de l'année d'imposition des revenus.

L'identité du bénéficiaire n'est pas mentionnée pour les dons et cotisations versés à des organismes visés au e du 1 et au 3 lorsque, dans ce dernier cas, les versements sont d'un montant égal ou inférieur à 3 000 euros.

La réduction d'impôt accordée est remise en cause lorsque ces contribuables ne peuvent pas justifier des versements effectués par la présentation des pièces justificatives mentionnées au premier alinéa du 5.

7. Abrogé

NOTA:

Modifications effectuées en conséquence de l'article 55-3° de la loi n° 2003-1312 du 30 décembre 2003 et de l'article 2-I-1° de la loi n° 2007-1822 du 24 décembre 2007.

Le mécénat environnemental

Annexe 6 : Articles de la loi d'Aillagon

LOI n° 2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations (1)

NOR : MCCX0300015L

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Article 1

I. - L'article 200 du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Dans le premier alinéa du 1, le taux : « 50 % » est remplacé par le taux : « 60 % » et le taux : « 10 % » est remplacé par le taux : « 20 % » ;

2° Le a du 1 est ainsi rédigé :

« a) De fondations ou associations reconnues d'utilité publique et, pour les seuls salariés des entreprises fondatrices ou des entreprises du groupe, au sens de l'article 223 A, auquel appartient l'entreprise fondatrice, de fondations d'entreprise, lorsque ces organismes répondent aux conditions fixées au b ; »

3° Après le sixième alinéa du 1, il est inséré un f ainsi rédigé :

« f) D'organismes sans but lucratif qui procèdent à la fourniture gratuite de repas à des personnes en difficulté, qui contribuent à favoriser leur logement ou qui procèdent, à titre principal, à la fourniture gratuite des soins mentionnés au 1° du 4 de l'article 261 à des personnes en difficulté. » ;

4° Au septième alinéa du 1, le mot : « sixième » est remplacé par le mot : « septième » ;

5° Après le 1, il est inséré un 1 bis ainsi rédigé :

« 1 bis. Pour l'application des dispositions du 1, lorsque les dons et versements effectués au cours d'une année excèdent la limite de 20 %, l'excédent est reporté successivement sur les années suivantes jusqu'à la cinquième inclusivement et ouvre droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions. » ;

6° Le 4 est abrogé ;

7° Au 5, les mots : « des 1 et 4 » sont remplacés par les mots : « du 1 ».

II. - Les dispositions du I s'appliquent aux dons et versements effectués à compter du 1er janvier 2003.

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

III. - L'article L. 80 C du livre des procédures fiscales est ainsi rétabli :

« Art. L. 80 C. - L'amende fiscale prévue à l'article 1768 quater du code général des impôts n'est pas applicable lorsque l'administration n'a pas répondu dans un délai de six mois à un organisme qui a demandé, dans les mêmes conditions que celles prévues à l'avant-dernier alinéa du 2° de l'article L. 80 B, s'il relève de l'une des catégories mentionnées aux articles 200 et 238 bis du code général des impôts.

« Un décret en Conseil d'Etat précise les conditions d'application du présent article . »
Article 2

L'article 757 du code général des impôts est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Ces dispositions ne s'appliquent pas aux dons manuels consentis aux organismes d'intérêt général mentionnés à l'article 200. »
Article 3

Après l'article 4 de la loi no 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, il est inséré un article 4-1 ainsi rédigé :

« Art. 4-1. - Les associations et fondations reconnues d'utilité publique, les associations qui ont pour but exclusif l'assistance, la bienfaisance, la recherche scientifique ou médicale ainsi que tout organisme bénéficiaire de dons de personnes physiques ou morales ouvrant droit, au bénéfice des donateurs, à un avantage fiscal au titre de l'impôt sur le revenu ou de l'impôt sur les sociétés doivent assurer, dans des conditions déterminées par décret en Conseil d'Etat, la publicité par tous moyens et la certification de leurs comptes annuels au-dessus d'un montant de dons de 153 000 EUR par an. »
Article 4

Dans l'article 18-1 de la loi no 87-571 du 23 juillet 1987 précitée, les mots : « cinq ans » sont remplacés par les mots : « dix ans ».
Article 5

I. - Au III de l'article 219 bis du code général des impôts, la somme : « 15 000 EUR » est remplacée par la somme : « 50 000 EUR ».

II. - Les dispositions du I sont applicables à l'impôt sur les sociétés dû au titre des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2003.
Article 6

I. - L'article 238 bis du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Le 1 est ainsi rédigé :

« 1. Ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60 % de leur montant les versements, pris dans la limite de 5 du chiffre d'affaires, effectués par les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés au profit :

« a) D'œuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à la mise en valeur
HERCULE Fedna Gina
Master 2 Management et Financement du Développement Durable
Année 2011

Le mécénat environnemental

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, notamment quand ces versements sont faits au bénéfice d'une fondation d'entreprise, même si cette dernière porte le nom de l'entreprise fondatrice. Ces dispositions s'appliquent même si le nom de l'entreprise versante est associé aux opérations réalisées par ces organismes ;

« b) De fondations ou associations reconnues d'utilité publique ou des musées de France et répondant aux conditions fixées au a, ainsi que d'associations culturelles ou de bienfaisance qui sont autorisées à recevoir des dons et legs et des établissements publics des cultes reconnus d'Alsace-Moselle. La condition relative à la reconnaissance d'utilité publique est réputée remplie par les associations régies par la loi locale maintenue en vigueur dans les départements de la Moselle, du Bas-Rhin et du Haut-Rhin lorsque la mission de ces associations est reconnue d'utilité publique. Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions de cette reconnaissance et les modalités de procédure permettant de l'accorder ;

« c) Des établissements d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique, publics ou privés, à but non lucratif, agréés par le ministre chargé du budget ainsi que par le ministre chargé de l'enseignement supérieur ou par le ministre chargé de la culture ;

« d) Des sociétés ou organismes publics ou privés agréés à cet effet par le ministre chargé du budget en vertu de l'article 4 de l'ordonnance no 58-882 du 25 septembre 1958 relative à la fiscalité en matière de recherche scientifique et technique ;

« e) D'organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale l'organisation de festivals ayant pour objet la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque, à la condition que les versements soient affectés à cette activité. Cette disposition ne s'applique pas aux organismes qui présentent des œuvres à caractère pornographique ou incitant à la violence.

« Les organismes mentionnés au b peuvent, lorsque leurs statuts ont été approuvés à ce titre par décret en Conseil d'Etat, recevoir des versements pour le compte d'œuvres ou d'organismes mentionnés au a.

« Lorsque la limite fixée au premier alinéa est dépassée au cours d'un exercice, l'excédent de versement peut donner lieu à réduction d'impôt au titre des cinq exercices suivants, après prise en compte des versements effectués au titre de chacun de ces exercices, sans qu'il puisse en résulter un dépassement du plafond défini au premier alinéa.

« La limite de 5 du chiffre d'affaires s'applique à l'ensemble des versements effectués au titre du présent article.

« Les versements ne sont pas déductibles pour la détermination du bénéfice imposable. » ;

2° Les 2, 3 et 5 sont abrogés.

II. - 1. L'article 200 bis du même code est ainsi rédigé :

« Art. 200 bis. - La réduction d'impôt prévue à l'article 238 bis est imputée sur l'impôt sur le revenu dû au titre de l'année au cours de laquelle les dépenses ont été réalisées. L'excédent

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

éventuel est utilisé pour le paiement de l'impôt sur le revenu dû au titre des cinq années suivant celle au titre de laquelle elle est constatée.

« Un décret fixe les obligations déclaratives et les modalités d'imputation des dispositions du présent article. »

2. Après l'article 220 D du même code, il est inséré un article 220 E ainsi rédigé :

« Art. 220 E. - La réduction d'impôt définie à l'article 238 bis est imputée sur l'impôt sur les sociétés dû au titre de l'exercice au cours duquel les dépenses ont été réalisées. L'excédent éventuel est utilisé pour le paiement de l'impôt sur les sociétés dû au titre des cinq exercices suivant celui au titre duquel elle est constatée.

« Un décret fixe les obligations déclaratives et les modalités d'imputation des dispositions du présent article . »

III. - Les articles 238 bis A et 238 bis AA du même code sont abrogés.

IV. - L'article 238 bis AB du même code est ainsi modifié :

1° Les deuxième et troisième alinéas sont ainsi rédigés :

« La déduction ainsi effectuée au titre de chaque exercice ne peut excéder la limite mentionnée au premier alinéa du 1 de l'article 283 bis, minorée du total des versements mentionnés au même article .

« Pour bénéficier de la déduction prévue au premier alinéa, l'entreprise doit exposer dans un lieu accessible au public le bien qu'elle a acquis pour la période correspondant à l'exercice d'acquisition et aux quatre années suivantes. » ;

2° Après le troisième alinéa, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Sont également admises en déduction dans les conditions prévues au premier alinéa les sommes correspondant au prix d'acquisition d'instruments de musique. Pour bénéficier de la déduction, l'entreprise doit s'engager à prêter ces instruments à titre gratuit aux artistes-interprètes qui en font la demande. » ;

3° Dans la deuxième phrase du quatrième alinéa, après les mots : « de l'œuvre », sont insérés les mots : « ou de l'instrument ».

V. - Les dispositions des I à IV s'appliquent aux versements effectués au cours des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2003.

VI. - Les excédents de versement constatés au cours d'exercices antérieurs à ceux ouverts à compter du 1er janvier 2003 et qui n'ont pas été déduits du résultat imposable peuvent donner lieu à réduction d'impôt, dans les conditions prévues au huitième alinéa du 1 de l'article 238 bis du code général des impôts, au titre des cinq exercices suivant leur constatation.

VII. - Le 1 de l'article 223 O du code général des impôts est complété par un e ainsi rédigé :

Le mécénat environnemental

« e) Des réductions d'impôt dégagées par chaque société du groupe en application de l'article 238 bis. »

Article 7

L'article 1469 du code général des impôts est complété par un 5° ainsi rédigé :

« 5° Il n'est pas tenu compte de la valeur locative des œuvres d'art acquises par les entreprises dans le cadre des articles 238 bis AB et 238 bis-0 AB. »

Article 8

L'article 788 du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Le II est ainsi rédigé :

« II. - Pour la perception des droits de mutation par décès, il est effectué un abattement sur la part nette de tout héritier, donataire ou légataire correspondant à la valeur des biens reçus du défunt, évalués au jour du décès et remis par celui-ci à une fondation reconnue d'utilité publique répondant aux conditions fixées au b du 1 de l'article 200 ou aux sommes versées par celui-ci à une association reconnue d'utilité publique répondant aux conditions fixées au b du 1 de l'article 200, à l'Etat ou à un organisme mentionné à l'article 794 en emploi des sommes, droits ou valeurs reçus du défunt. Cet abattement s'applique à la double condition :

« 1° Que la libéralité soit effectuée, à titre définitif et en pleine propriété, dans les six mois suivant le décès ;

« 2° Que soient jointes à la déclaration de succession des pièces justificatives répondant à un modèle fixé par un arrêté du ministre chargé du budget attestant du montant et de la date de la libéralité ainsi que de l'identité des bénéficiaires.

« L'application de cet abattement n'est pas cumulable avec le bénéfice de la réduction d'impôt sur le revenu prévue à l'article 200. » ;

2° Il est complété par un III ainsi rédigé :

« III. - A défaut d'autre abattement, à l'exception de celui mentionné au II, un abattement de 1 500 EUR est opéré sur chaque part successorale. »

Article 9

L'article 1727 A du code général des impôts est complété par un 5 ainsi rédigé :

« 5. Lorsque la convention prévue au premier alinéa de l'article 795 A prend fin dans les conditions définies par les dispositions types mentionnées au même alinéa, l'intérêt de retard est calculé à compter du premier jour du mois suivant celui au cours duquel la convention a pris fin. »

Article 10

Le I de l'article 794 du code général des impôts est ainsi rédigé :

« I. - Les régions, les départements, les communes, leurs établissements publics et les

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

établissements publics hospitaliers sont exonérés des droits de mutation à titre gratuit sur les biens qui leur adviennent par donation ou succession affectés à des activités non lucratives. »

Article 11

Le dernier alinéa de l'article 19-8 de la loi no 87-571 du 23 juillet 1987 précitée est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Elle peut toutefois recevoir des dons effectués par les salariés de l'entreprise fondatrice. »

Article 12

Le dernier alinéa de l'article 19-8 de la loi no 87-571 du 23 juillet 1987 précitée est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Elle peut également recevoir des dons effectués par les salariés des entreprises du groupe, au sens de l'article 223 A du code général des impôts, auquel appartient l'entreprise fondatrice. »

Article 13

Après l'article L. 432-9 du code du travail, il est inséré un article L. 432-9-1 ainsi rédigé :

« Art. L. 432-9-1. - Les salariés sont informés de la politique de l'entreprise concernant ses choix de mécénat et de soutien aux associations et aux fondations. »

Article 14

I. - Dans le premier alinéa de l'article 238 bis-0 A du code général des impôts, les mots : « avant le 31 décembre 2006 » sont supprimés.

II. - Après le premier alinéa du même article , il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Cette réduction d'impôt est également applicable, après avis motivé de la commission prévue à l'article 7 de la loi no 92-1477 du 31 décembre 1992 précitée, aux versements effectués en faveur de l'achat des biens culturels situés en France ou à l'étranger dont l'acquisition présenterait un intérêt majeur pour le patrimoine national au point de vue de l'histoire, de l'art ou de l'archéologie. »

III. - Le d de l'article 238 bis-0 AB du même code est complété par les mots : « , d'un service public d'archives ou d'une bibliothèque relevant de l'Etat ou placée sous son contrôle technique ».

Article 15

L'article L. 111-8 du code des juridictions financières est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« La Cour des comptes peut contrôler, dans des conditions prévues par un décret en Conseil d'Etat, la conformité entre les objectifs des organismes visés à l'article 4-1 de la loi no 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat et les dépenses financées par les dons ouvrant droit, au bénéfice des donateurs, à un avantage fiscal au titre de l'impôt sur le revenu ou de l'impôt sur les sociétés. »

Article 16

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

Le dernier alinéa de l'article 11 de la loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association est supprimé.

Article 17

Après l'article 79 du code civil local, sont insérés trois articles 79-I à 79-III ainsi rédigés :

« Art. 79-I. - Les associations ayant fait l'objet d'un retrait de capacité juridique ou d'une dissolution sont radiées du registre des associations par le tribunal d'instance. Il en est de même des associations pour lesquelles le tribunal d'instance constate qu'elles ont cessé toute activité et ne possèdent plus de direction depuis plus de cinq ans.

« Art. 79-II. - Chaque fois qu'une disposition législative ou réglementaire prévoit qu'une activité peut se développer dans le cadre d'une association déclarée constituée sur le fondement de la loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association, il y a lieu de lire cette référence comme visant également les associations inscrites constituées sur le fondement du code civil local.

« Art. 79-III. - L'ensemble des droits et avantages attribués aux associations reconnues d'utilité publique bénéficie également aux associations régies par le code civil local dont la mission aura été reconnue d'utilité publique conformément au I de l'article 80 de la loi de finances pour 1985 (n° 84-1208 du 29 décembre 1984). »

Article 18

L'article 77 du code civil local est ainsi rédigé :

« Art. 77. - Sont fixées par décret les mesures d'exécution des articles 55 à 79-I, notamment en vue de préciser les modalités d'instruction des demandes d'inscription et de tenue du registre des associations, ainsi que pour définir les conditions dans lesquelles les associations peuvent être radiées du registre des associations en application de l'article 79-I. »

Article 19

I. - Le second alinéa de l'article 61 du code civil local est ainsi rédigé :

« L'autorité administrative peut faire opposition contre l'inscription lorsque les buts de l'association sont contraires aux lois pénales réprimant les crimes et délits ou lorsque l'association aurait pour but de porter atteinte à l'intégrité du territoire et à la forme républicaine du Gouvernement. »

II. - L'article 63 du même code est ainsi rédigé :

« Art. 63. - L'opposition doit être formée dans un délai de six semaines à compter de la communication de la déclaration. Passé ce délai, le tribunal inscrit l'association sur le registre prévu à cet effet. »

Article 20

I. - Au début de l'article 21 du code civil local, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

« Les associations peuvent se former librement. »

II. - A l'article 25 du même code, les mots : « ayant la capacité juridique » sont supprimés.

III. - L'article 42 du même code est ainsi rédigé :

« Art. 42. - Lorsque l'association est dans l'impossibilité de faire face au passif exigible avec son actif disponible, la direction doit requérir l'ouverture de la procédure de redressement ou de liquidation judiciaires. En cas de retard dans le dépôt de la demande d'ouverture, les membres de la direction auxquels une faute est imputable sont responsables envers les créanciers du dommage qui en résulte. Ils sont tenus comme débiteurs solidaires. »

IV. - L'article 54 du même code est ainsi rédigé :

« Art. 54. - Seul le patrimoine affecté à l'association non inscrite garantit les dettes contractées au nom de cette association. Toutefois, l'auteur d'actes juridiques accomplis envers les tiers au nom d'une telle association est tenu personnellement ; si ces actes sont accomplis par plusieurs personnes, celles-ci sont tenues comme débiteurs solidaires. Pour le surplus, il y a lieu d'appliquer les règles régissant la société civile en participation. »

Article 21

La loi locale du 19 avril 1908 sur les associations, l'ordonnance locale du 22 avril 1908 prise pour l'application de la loi du 19 avril 1908 sur les associations, l'article 23, le dernier membre de phrase du second alinéa de l'article 33, le deuxième alinéa de l'article 43, l'article 44, l'article 77 et la seconde phrase du premier alinéa de l'article 78 du code civil local régissant le droit des associations dans les départements du Haut-Rhin, du Bas-Rhin et de la Moselle sont abrogés.

Article 22

L'article 302 bis KD du code général des impôts est ainsi rédigé :

« Art. 302 bis KD. - 1. Il est institué, à compter du 1er juillet 2003, une taxe sur la publicité diffusée par voie de radiodiffusion sonore et de télévision.

« 2. La taxe est assise sur les sommes, hors commission d'agence et hors taxe sur la valeur ajoutée, payées par les annonceurs aux régies pour l'émission et la diffusion de leurs messages publicitaires à partir du territoire français.

« Elle est due par les personnes qui assurent la régie de ces messages publicitaires.

« Elle est déclarée et liquidée :

« - pour les opérations réalisées au cours du premier semestre 2003, sur la déclaration déposée en juillet 2003 en application du 1 de l'article 287 ;

« - pour les opérations suivantes, sur une déclaration mentionnée au 1 de l'article 287.

« Cette déclaration est déposée avant le 25 du mois suivant la fin de chaque trimestre civil ou, pour les redevables placés sous le régime simplifié d'imposition prévu à l'article 302 septies

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

A, avant le 30 avril de chaque année ou, sur option, pour ceux de ces redevables dont l'exercice comptable ne coïncide pas avec l'année civile, dans les trois mois de la clôture de l'exercice.

« La taxe est acquittée lors du dépôt de ces déclarations.

« 3. Le tarif d'imposition par palier de recettes semestrielles perçues par les régies assujetties est fixé comme suit pour le premier semestre 2003 :

« 1° Pour la publicité radiodiffusée :

Vous pouvez consulter le tableau dans le JO

n° 177 du 02/08/2003 page 13277 à 13281

« 2° Pour la publicité télévisée:

Vous pouvez consulter le tableau dans le JO

n° 177 du 02/08/2003 page 13277 à 13281

« 4. Le tarif d'imposition par palier de recettes trimestrielles perçues par les régies assujetties est fixé comme suit à compter du troisième trimestre 2003 :

« 1° Pour la publicité radiodiffusée :

Vous pouvez consulter le tableau dans le JO

n° 177 du 02/08/2003 page 13277 à 13281

« 2° Pour la publicité télévisée :

Vous pouvez consulter le tableau dans le JO

n° 177 du 02/08/2003 page 13277 à 13281

« 5. La taxe est recouvrée et contrôlée selon les procédures et sous les mêmes sanctions, garanties et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. Les réclamations sont présentées, instruites et jugées selon les règles applicables à cette même taxe. »

Article 23

L'article L. 3323-6 du code de la santé publique est ainsi rédigé :

« Art. L. 3323-6. - Le ou les initiateurs d'une opération de mécénat peuvent faire connaître leur participation par la voie exclusive de mentions écrites dans les documents diffusés à l'occasion de cette opération ou libellées sur des supports disposés à titre commémoratif à

HERCULE Fedna Gina

Master 2 Management et Financement du Développement Durable

Année 2011

Le mécénat environnemental

l'occasion d'opérations d'enrichissement ou de restauration du patrimoine naturel ou culturel.
»

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Paris, le 1er août 2003.

Jacques Chirac
Par le Président de la République :

Le Premier ministre,
Jean-Pierre Raffarin

Le ministre de l'intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales,
Nicolas Sarkozy

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie,
Francis Mer

Le ministre de la culture et de la communication,
Jean-Jacques Aillagon

Le ministre délégué au budget et à la réforme budgétaire,
Alain Lambert

(1) Travaux préparatoires : loi no 2003-709.

Assemblée nationale : Projet de loi no 678 ;
Rapport de M. Laurent Hénart, au nom de la commission des finances, no 690 ;
Discussion et adoption le 1er avril 2003.

Sénat : Projet de loi, adopté par le l'Assemblée nationale, no 234 (2002-2003) ;
Rapport de M. Yann Gaillard, au nom de la commission des finances, no 278 (2002-2003) ;
Avis de M. Philippe Nachbar, au nom de la commission des affaires culturelles, no 279 (2002-2003) ;
Discussion et adoption le 13 mai 2003.

Assemblée nationale : Projet de loi, modifié par le Sénat, no 834 ;
Rapport de M. Laurent Hénart, au nom de la commission des finances, no 993 ;
Discussion et adoption le 16 juillet 2003.

Sénat: Projet de loi, adopté avec modification par l'Assemblée nationale, no 413 (2002-2003) ;
Rapport de M. Yann Gaillard, au nom de la commission des finances, no 415 (2002-2003) ;
Discussion et adoption le 21 juillet 2003.

Le mécénat environnemental

Le mécénat environnemental

LISTE DES TABLEAUX ET GRAPHIQUES

Liste des tableaux

T1 : Récapitulatif des différentes formes de mécénat	(page 14)
T2 : Comparaison internationale des avantages fiscaux du mécénat	(page 23)
T3 : Mécénat des entreprises : des avantages quasiment doublés	(page 25)
T4 : Taux de participation des associations	(page 39)
T5 : Sources de financement et projet de partenariat privé	(page 41)
T6 : Taux de participation générale des entreprises	(page 41)
T7 : Part de réponses des 90 entreprises	(page 42)
T8 : Investissements et partenariat des entreprises	(page 44)
T9 : Taux de participation générale	(page 49)
T10 : Création d'entreprises en 2010: comparaison régionale	(page 51)
T11 : Nombre d'entreprises par secteur, taille des entreprises au 1 ^{er} janvier 2008	(page 52)
T12 : Taux de survie des entreprises créées en 2002 et 2006	(page 53)
T13 : Taux de pérennité des entreprises artisanales en 2006	(page 54)
T14 : Taux de pérennité du secteur innovant selon le secteur d'activité en 2006	(page 55)
T15 : Répartition en 10 grands thèmes, des inscriptions des associations créées au cours des 3 dernières années	(page 57)

Liste des graphiques

G1 : Domaine d'activité des associations	(page 40)
G2 : Connaissances du mécénat des associations	(page 40)
G3: Connaissances du mécénat des entreprises	(page 43)
G4 : Motifs d'un non engagement mécénat de la part des entreprises	(page 45)
G5 : Evolution des évolutions des associations	(page 56)
G6 : Les ressources des associations	(page 58)

Le mécénat environnemental

BIOGRAPHIE

- Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement Durable et de la Mer
Mécénat d'entreprise pour l'environnement et le développement durable. *Mécénat d'entreprise pour l'environnement et le développement durable Guide pratique juridique et fiscal*, Paris, 2010, 130 p.
- *L'actualité du mécénat d'entreprise*. ADMICAL. 4 numéros par an [anciennement *La Lettre du mécénat*]
- *L'encouragement au mécénat culturel*. – Paris, Sénat, mars 2003 [coll. "Les documents de travail du Sénat", série "Législation comparée", n° LC 120]
- *Les Actes des Assises internationales du mécénat d'entreprise. Vingt ans de mécénat d'entreprise, bilan et perspectives*.- Paris, ADMICAL, septembre 1999, 48 pages.
- *Le mécénat de compétences. Une forme innovante de partenariat entre salariés, entreprises et associations*.- Paris, ADMICAL, octobre 2003.
- *Répertoire du mécénat d'entreprise. Culture, Solidarité, Environnement. 2004*.- Paris, ADMICAL, avril 2004, 584 pages.
- *Un nouvel élan pour le mécénat culturel. Loi du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations. Mesures pour les entreprises et les fondations*.- Paris, ministère de la Culture et de la Communication, janvier 2004.
- Brébisson (Guy de).- *Le mécénat*.- Paris, Presses universitaires de France, 1993 [coll. "Que sais-je ?"]
- Chauveau (Alain) et Rose (Jean-Jacques Rose).- *L'entreprise responsable*.- Paris, Editions d'organisation, 2003.
- Almeida (Nicole d').- *L'entreprise à responsabilité illimitée. La citoyenneté d'entreprise en questions*.- Paris, éditions Liaisons, 1996 [préf. Jean Matteoli ; coll "Communication / Innovation"]
- Besançon (Thierry).- *Les nouveaux enjeux du mécénat européen. Anticiper, maîtriser, pratiquer les stratégies citoyennes des entreprises*.- Paris, Editions Juris-Services, 1994.
- Marianne Eshet et Nicolas Simon, *Le Mécénat valeur actuelle*, Gallimard, 2009.
- *Tableaux "Economiques Régionaux" (TIR)*, Guyane, INSEE, 2009-2010, pp 108-133.
- *Tableaux "Economiques Régionaux" (TIR)*, Guyane, INSEE, 2006-2007,
- *Tableaux "Economiques Régionaux" (TIR)*, Guyane, INSEE, 2008-2009,
- ADMICAL, Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial [en ligne]. Disponible sur <http://www.admical.org>
- Légifrance.gouv.fr *LE SERVICE PUBLIC DE LA DIFFUSION DES DROITS* [en ligne]. Disponible sur <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000791289&dateTexte>
- *Plan pour la relance du mécénat et des fondations* [en ligne]. Disponible sur <http://www.admical.org/editor/files/mecenat171202raffarin.pdf>. Paris, le 17 décembre 2002
- Wikipédia l'encyclopédie libre, [en ligne]. Disponible sur <http://fr.wikipedia.org/wiki/Mécénat>
- Wikipédia l'encyclopédie libre, [en ligne]. Disponible sur http://fr.wikipedia.org/wiki/Intelligence_économique
- Observatoire fondation de France, [en ligne]. Disponible sur <http://www.fondationdefrance.org/Outils/Mediatheque/Etudes-de-l-Observatoire>

Le mécénat environnemental

- Recherche et Solidarité, *Les associations en Guyane, repères et chiffres clés*, [en ligne]. Disponible sur Novembre 2010 <http://www.recherches-solidarites.org/media/uploads/pdf/arf-assoguyane2010.pdf>