

La recherche de fonds privés

Le modèle économique des festivals ne peut plus reposer uniquement sur les recettes propres (billetterie, adhésions, merchandising, recettes des bars et de la restauration...) et les subventions publiques.

L'équilibre financier des festivals passe aujourd'hui par la diversification des sources de financement, notamment grâce à la collecte de fonds privés : sponsoring, mécénat, crowdfunding...

Au-delà de l'aspect purement économique, les partenariats privés offrent d'autres avantages :

- Renforcer son lien au territoire en travaillant avec les acteurs économiques locaux,
- Renforcer son lien aux citoyens, à ses publics, sa communauté,
- Profiter des compétences ou de services que le festival ne pourrait pas se payer,
- Travailler sur son projet, sa vision à long terme et ses valeurs.

○ Le mécénat

Principe du mécénat

Le mécénat est un soutien financier, matériel et/ou humain apporté par un particulier ou une entreprise à une oeuvre ou à une activité d'intérêt général sans contrepartie directe.

Les dons de mécénat donnent droit à une réduction d'impôt pour le donateur (loi Aillagon du 1er août 2003) selon ces calculs :

- Le mécène est un particulier : 66 % de réduction d'impôt, dans la limite de 20 % du montant imposable.
- Le mécène est une entreprise : 60 % de réduction d'impôt (puis 40% au delà de 2 millions d'euros de dons sur un exercice comptable), dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires HT ou d'un plafond annuel de 20 000 €.

Bénéficiaires

Une organisation qui souhaite recevoir des dons de mécénat et donc délivrer un reçu fiscal aux mécènes peut vérifier son éligibilité auprès de l'administration fiscale.

Les conditions sont remplies si :

- l'activité n'est pas lucrative,
- elle ne profite pas à un cercle restreint de personnes,
- la gestion est désintéressée.

A noter que ne sont pas d'intérêt général les SA, SARL, SCOP, SCIC, etc. qui sont des organismes à but lucratif.

L'administration dispose d'un délai de six mois pour répondre à la demande de l'organisme, à compter de la réception d'un dossier complet.

Lorsque l'administration n'a pas répondu dans un délai de six mois, la demande est réputée tacitement acceptée.

Qui peut être mécène ?

- Les entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés.
- Les particuliers soumis à l'impôt sur le revenu.

Différentes formes de mécénat

- Le mécénat financier : don en numéraire, le plus facile à valoriser.
- Le mécénat en nature : don de biens immobilisés, fourniture de marchandises en stock, exécution de prestations de services. Dans ce cas l'apport de l'entreprise devra être valorisé au prix de revient et non au prix de vente habituel de la prestation apportée.
- Le mécénat de compétences consiste en la mise à disposition gratuite de savoir-faire (mise à disposition d'un ou plusieurs salariés d'une entreprise). Dans ce cas, la valeur du don équivaut au coût du salarié (salaire brut + cotisations sociales). Le mécénat de compétences peut durer jusqu'à 3 ans depuis la loi finances 2024.

Le mécénat indirect

En régie indirecte, les fondations, fonds de dotation et clubs de mécènes peuvent apporter une dotation financière à un organisme reconnu d'intérêt général pour contribuer au financement d'un projet spécifique. Ces structures sont à solliciter en réponse à un appel à projet ou en candidature libre.

Fondation : « acte par lequel une ou plusieurs personnes physiques ou morales décident de l'affectation irrévocable de biens, droits ou ressources à la réalisation d'une oeuvre d'intérêt général et à but non lucratif » (article 18 de la loi du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat).

Le fonds de dotation : association créée dans le but de mener et financer des activités d'intérêt général, et/ou de redistribuer des fonds au profit d'un organisme sans but lucratif accomplissant des oeuvres et missions d'intérêt général.

Les contreparties

Il est possible de délivrer des contreparties désintéressées au mécène, dans le respect du principe de la disproportion marquée et dans la limite de 25 % de la valeur du don. Si le mécène est un particulier, la valeur de la contrepartie ne doit pas dépasser 73 €.

On peut proposer des contreparties matérielles :

- Invitations, visites guidées, accès VIP, vernissage...
- Ateliers de médiation, de sensibilisation...
- Rencontres avec les équipes, artistes...
- Prestation de services : privatisation, hébergement...
- Produits dérivés, dédicaces...

Ou des contreparties symboliques :

- Association du logo valorisable entre 0 et 10% de la valeur du don selon le rayonnement du projet et de son plan de communication. Le logo doit être celui de l'entreprise mécène plutôt que celui d'une marque ou d'un produit et sans message publicitaire.
- Hommage symbolique : mur de mécènes, titre honorifique...
- Diffusion des rapports d'activité, des dossiers et revues de presse...
- Cooptation au CA et droit de vote selon les statuts de l'association ; participation aux groupes de travail...

Une convention de mécénat n'est pas obligatoire, mais il est préférable d'en établir une pour bien définir la valeur des contreparties et se protéger par rapport à l'administration fiscale.

LES FRAIS DES BÉNÉVOLES

Le renoncement au remboursement des frais engagés personnellement par les bénévoles dans le cadre de leur activité associative peut leur permettre de bénéficier d'une réduction d'impôt sur le revenu. (Article 41 de la loi n°2000-627 du 6 juillet 2000.)

Les frais doivent être engagés dans le cadre d'une activité bénévole, en vue strictement de l'objet social de l'association, et en l'absence de toute contrepartie pour le bénévole.

○ Les autres types de financements privés

Le sponsoring

Le parrainage ou sponsoring est un apport financier, matériel et/ou humain apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct : publicité, visibilité, trafic.

Le parrainage sert à la promotion des produits et de la marque de l'entreprise. C'est une prestation de service, il répond à une démarche commerciale explicitement calculée. Sa retombée doit être quantifiable et proportionnée à l'investissement initial.

Il faut bien le distinguer du mécénat qui est un acte philanthropique.

Le financement participatif

Le financement participatif (crowdfunding) est un outil de financement alternatif qui fait appel à des ressources financières auprès des internautes ou personnes physiques ou morales, afin de financer un projet. Tout le monde peut faire une collecte de crowdfunding : association, particulier, auto-entrepreneur, entreprise...

Cette méthode permet de récolter des fonds auprès d'un large public via des plateformes en ligne de financement participatif. Il en existe beaucoup : thématiques culture, régionales... Certaines prennent une commission sur les dons, d'autres non. Les dons peuvent donner lieu à des contreparties symboliques : t-shirt, tote-bags, badges, passeport, visite de chantier, rencontre avec les équipes... Si la structure bénéficiaire est reconnue d'intérêt général, elle peut délivrer un reçu fiscal sous réserve de bien respecter la disproportion marquée entre la valeur du don et celles des contreparties désintéressées délivrées.

Le crowdfunding permet de développer sa communauté et sera recommandé pour financer un projet précis, plutôt que le fonctionnement du festival.

Le micro-don

Un micro-don est un don de très faible montant. Il peut représenter seulement quelques centimes, le but étant de viser un maximum de nouveaux donateurs.

Le micro-don peut passer par un « produit-partage » : il s'agit d'un produit dont une part du prix est reversée à un organisme partenaire. Ça peut être un produit déjà existant ou un produit spécialement créé pour l'opération. Un festival peut par exemple travailler avec un artisan pour créer un produit à son effigie (produit alimentaire...).

Le micro-don peut également passer par l'arrondi en caisse : il permet aux clients d'un magasin d'arrondir le montant de leurs achats à l'euro supérieur lors de leur passage en caisse. La différence est intégralement reversée aux associations partenaires de l'enseigne.

Le Produit Partage ou l'Arrondi peuvent être mis en œuvre sous forme de mécénat ou de sponsoring dans le strict respect des modalités d'application de la réglementation en vigueur.

○ Aborder la recherche de financements privés

Bâtir sa stratégie

- Vérifier son éligibilité au mécénat (cf. p.1).
- Définir sa charte éthique pour la recherche de financement privés, elle devra être concertée et partagée par toute l'équipe : on y pose les fondamentaux, ses valeurs, sa vision du projet, ses missions et ambitions, les ouvertures et limites aux relations partenariales...
- Constituer une commission Ressources/mécénat pour établir une ligne de conduite, concerter les fondamentaux et mobiliser les parties prenantes aux enjeux de la recherche de fonds privés.
- Identifier ses besoins et ses ressources.
- Construire son modèle économique et chiffrer les ambitions de collecte.
- Valider ses grandes cibles, ses méthodes de collecte, leur gestion, saisonnalité et durée.

Préparer l'opérationnel

- Rechercher les partenaires potentiels : définir son coeur de cible : intérêt pour la cause, capacité à donner, degré de proximité...
 - Regarder du côté de ses prestataires : le mécénat ou le sponsoring peuvent permettre de faire des économies sur des charges déjà existantes.
 - Privilégier les acteurs économiques de votre territoire qui sont sensibles à leur impact.Près de 10 % des entreprises sont mécènes et 88 % d'entre elles privilégient les projets de territoire*.
 - Pensez aussi à développer le mécénat des particuliers en sensibilisant votre premier cercle (équipes, bénévoles, famille, prestataires, fournisseurs...).
- Définir et valoriser les contreparties existantes, possibles et à créer. Plus elles sont immersives, plus elles répondront à un besoin direct de vos partenaires et mécènes.
- Affûter son argumentaire et préparer la dynamique de discussion. Élaborer le plan de communication et de collecte : cible, supports, canaux, fréquence, partenariats médias, coopérations...
- Représenter le projet et son appel à soutien en réseaux et événements.

Passer à l'action

- Sensibiliser d'abord auprès de son premier cercle, notamment pour les campagnes de crowdfunding.
- Aller rencontrer les entreprises. Pour cela, il faut :
 - bien les connaître : sites internet, rapports d'activités...et réfléchir aux attentes qu'elles pourraient avoir,
 - être en capacité d'informer sur les modalités pratiques du mécénat,
 - familiariser l'entreprise avec la culture et ses enjeux (économiques, mais aussi éducatifs et sociaux).
- Animer les partenariats : contractualiser, délivrer les contreparties et le reçu fiscal, poursuivre les échanges, continuer à informer, fidéliser, etc. Et dire merci !

LE SAVIEZ-VOUS ?

Tous les mécènes ne défiscalisent pas ! La défiscalisation n'est donc pas l'argument principal à présenter aux potentiels mécènes, il y a beaucoup d'autres raisons qui poussent les entreprises à être mécènes :

- contribuer à l'intérêt général,
- participer aux initiatives,
- exprimer et incarner les valeurs de l'entreprise,
- fédérer clients, fournisseurs, prospects
- favoriser la cohésion d'équipe,
- valoriser l'image et la réputation de l'entreprise,
- développer de nouvelles relations avec les acteurs du territoire,
- contribuer à la médiation culturelle de l'entreprise...

*Baromètre du mécénat 2024 - ADMICAL.

🔗 Ressources

Guides

[Guide du mécénat 2019-2020](#), Ministère de l'éducation et de la jeunesse.

[Foire aux questions sur le mécénat](#), Opale.

Sites ressource

[L'ADMICAL](#) - le portail du mécénat.

[Le site Mécénat](#) du Ministère de la Culture.

[Association Française des Fundraisers](#)

[France Générosités](#) - syndicat professionnel des associations et fondations faisant appel à la générosité du public.

Les fondations

[Liste des fondations](#) œuvrant pour les projets culturels sur le site d'Opale.

[Centre Français des Fonds et Fondations](#)

Plateformes de crowdfunding

Proarti : plateforme au service des projets culturels

<https://www.proarti.fr/>

Kengo : plateforme bretonne. Il faut atteindre 70 % du financement pour valider la campagne et recevoir les dons..

<https://kengo.bzh/>

Kisskissbankbank : axée culturel et artistique. Palier à 100 %.

<https://www.kisskissbankbank.com/>

Helloasso : offre plusieurs outils pour les associations (billetterie, cotisations...). Pas de palier et rémunération à 0 %.

<https://www.helloasso.com/>

Ulule : plateforme généraliste, palier à 100 %.

<https://fr.ulule.com/>

Remerciements : Emilie Blanquaert, Culture & Mécénat

Edition : Mars 2025