



# LE MÉCÉNAT ET LE SPONSORING: DIFFÉRENCES ET RÈGLES APPLICABLES

Les clubs peuvent avoir recours au mécénat ou au sponsoring. Ce sont deux concepts distincts qui ont des conséquences différentes, tant pour celui qui verse que pour celui qui reçoit.

Le mécénat, c'est un soutien apporté au club par une personne physique ou une entreprise sans contrepartie ou avec une contrepartie dont la valeur est sans rapport avec le montant du soutien apporté.

Le sponsoring ou parrainage s'inscrit dans une toute autre logique. C'est un soutien apporté au club par une entreprise qui cherche à en retirer un bénéfice en rapport avec son versement.

## A/ Les règles applicables au mécénat

Lorsqu'une entreprise apporte son soutien financier à une association sans en attendre une contrepartie, elle peut bénéficier d'une réduction d'impôt qui appelle les commentaires suivants

### a) Les entreprises concernées

Il s'agit des sociétés ou des entreprises individuelles quelle que soit leur activité.

### b) L'absence de contrepartie

Il doit s'agir d'un véritable don. C'est-à-dire d'un versement sans contrepartie pour l'entreprise.

Ce principe général comporte toutefois deux exceptions :

- certaines contreparties symboliques sont admises
- l'entreprise peut demander que son nom soit mentionné par le club lors des compétitions par exemple ou sur les différentes publications du club. Cette mention ne remet pas en cause le bénéfice de la réduction. Cette tolérance

s'applique tant qu'il y a une disproportion marquée entre le montant du don et la valeur de la prestation correspondant à la mention du nom de l'entreprise par l'association.

*Attention : Si le don s'accompagne d'une obligation pour le club de mentionner le nom du donateur et que la valeur de cette prestation rendue par le club n'est pas très éloignée de celle du don compte tenu de la nature du support et du public qui en a connaissance, la réduction d'impôt ne peut pas s'appliquer. Il s'agit en effet alors d'une prestation de publicité qui suit le régime décrit plus loin pour les opérations de sponsoring.*

### c) La réduction d'impôt

Les dons faits par des entreprises ouvrent droit à une réduction d'impôt pour l'entreprise égale à 60 % du montant des sommes versées retenues dans la limite de 5 pour mille du chiffre d'affaires hors taxes de l'entreprise. En contrepartie, les versements ne sont pas déductibles du bénéfice imposable. Cette réduction d'impôt s'impute sur l'impôt dû. Si elle excède l'impôt, l'excédent est reportable au titre de l'un des cinq exercices suivants.

*Ex : une entreprise dirigée par un ancien joueur du club décide de verser une somme de 10000 € au club de Y afin de l'aider. L'entreprise « la SAX » demande en contrepartie que son nom soit mentionné sur la revue du club et sur son calendrier. Bien entendu, la valeur de cette contrepartie (le prix d'une publicité dans la revue et dans le calendrier sont respectivement de 200 et 300 €) est bien inférieure à la somme versée au club. La SAX pourra bénéficier d'une réduction d'impôt sur les sociétés égale à :  $10000 \times 60\% = 6000$  €, si 10000 € est une somme inférieure à 5 pour 1000 de son chiffre d'affaires hors taxes.*



## LE MÉCÉNAT ET LE SPONSORING: DIFFÉRENCES ET RÈGLES APPLICABLES

### B/ Les règles applicables au sponsoring

Le sponsoring est une démarche très différente du mécénat. Il ne s'agit plus d'un don fait au club mais d'une somme versée en contrepartie d'une prestation effectuée par un club au profit d'une entreprise.

Le club s'engage à réaliser des prestations précises, telles que des prestations de communication (représentation du logo de l'entreprise sur les billets, divers supports supplémentaires, etc.), ou des prestations de publicité (panneau dans le stade, encart dans des publications, etc.) ou diverses prestations telles que la remise de places offertes, d'objets, etc.

Le prix réclamé par le club est justifié par la valeur des prestations rendues.

A titre d'exemples :

a) Une association sportive amateur est qualifiée pour jouer un tour de Coupe de France contre un club professionnel. La rencontre devient de ce fait un événement médiatique. Pour profiter de l'événement une entreprise de la région verse une somme de 40 000 €. En contrepartie, des panneaux publicitaires à son nom sont installés dans l'axe des caméras des télévisions. La contrepartie ne peut être assimilée à un don de l'entreprise. Il s'agit d'une opération publicitaire.

b) Une entreprise de boissons soutient financièrement une grande manifestation festive. Sa marque phare apparaît sur l'ensemble des supports de communication et la manifestation est utilisée dans les slogans publicitaires de l'entreprise. En contrepartie, l'organisme organisateur accorde à l'entreprise une exclusivité de vente de cette boisson pendant la manifestation. Le versement a pour

contrepartie un objet commercial manifeste. Il s'agit de sponsoring.

Ces opérations dites de sponsoring appellent les observations suivantes :

#### 1. Pour l'ENTREPRISE

Il s'agit d'une dépense déductible de son résultat imposable au même titre qu'une dépense de publicité.

La TVA facturée par le club au titre de cette prestation est également déductible par l'entreprise dans les conditions de droit commun.

L'entreprise doit être en mesure de fournir une facture délivrée par le club pour justifier la nature de sa dépense. Enfin, l'entreprise doit justifier que la dépense faite à l'occasion du sponsoring n'est pas excessive par rapport à l'importance de la contrepartie attendue.

#### 2. Pour le CLUB

Pour le Club, la prestation de sponsoring est une prestation commerciale. Cette prestation doit donc être soumise à la TVA au taux de 19,6%. Cette TVA doit être mentionnée sur la facture délivrée à l'entreprise.

*Attention : Si en y incluant ses prestations de sponsoring, le club n'excède pas le seuil de 60 000 € d'opérations à caractère commercial (buvette, sponsoring, ...), les prestations de sponsoring ne doivent pas être soumises à la TVA. En effet, l'application de la franchise est obligatoire. Il n'y a pas d'option possible. La TVA ne doit donc pas être mentionnée sur la facture délivrée à l'entreprise*