



Ligue du Grand Est
de Tennis de Table

Sponsoring et Mécénat

Formation Flash



Présenté par



Guillaume KRATZ

Manager du Développement et de la Performance



Ugo FRANZETTI

Agent de Développement Territorial

La présentation d'aujourd'hui

Points de discussion

- 1 Qu'est ce que le **Sponsoring**
- 2 Qu'est ce que le **Mécénat**
- 3 Les **différences** entre Sponsoring et Mécénat
- 4 **Elaborer une stratégie, démarcher, contractualiser**
- 5 **Exemples** dossiers de Sponsoring
- 6 **Questions/Réponses**

Le Sponsoring

UNE OPÉRATION PROMOTIONNELLE

Définition : **Sponsoring** ou **Parrainage**



SOUTIEN (FINANCIER, MATÉRIEL ET/OU TECHNIQUE)

apporté par une entreprise à une manifestation, à une personne ou à une organisation en vue d'en retirer un **bénéfice directe**.



ACTION DE COMMUNICATION

visant à **associer** une entreprise à une manifestation, à une personne ou à une organisation, en vue d'atteindre des **objectifs** en terme de **notoriété**, **d'image**, de **vente** ou de **relation publique**.



CONTRAT D'AFFAIRE

unissant réciproquement une entreprise et une association dans une relation de "**donnant-donnant**", conclu sur un **principe de contrepartie**. Cet accord permet à l'association d'augmenter la part de ses recettes (*Partenariat financier*), de diminuer ses dépenses (*Partenariat matériel*).

LE SPONSOR ACHÈTE UNE PRESTATION DE SERVICE



Sponsor

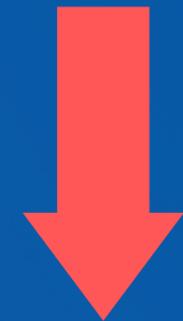


**Prestation
1000€**



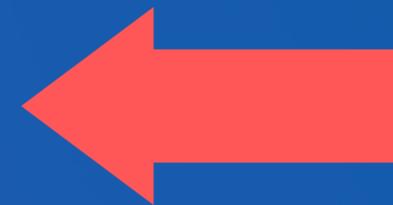
Club

Achat d'une prestation de communication ou de publicité = facture



Retour sur investissement

= principe de contrepartie



**Publicité annuelle
(panneau, flocage, etc)**

L'entreprise, en attente de rentabilité

OBJECTIF DE NOTORIÉTÉ

Objectif cognitif (faire connaître), touche à l'information et la connaissance sur l'entreprise et/ou ses produits/services

OBJECTIF D'IMAGE

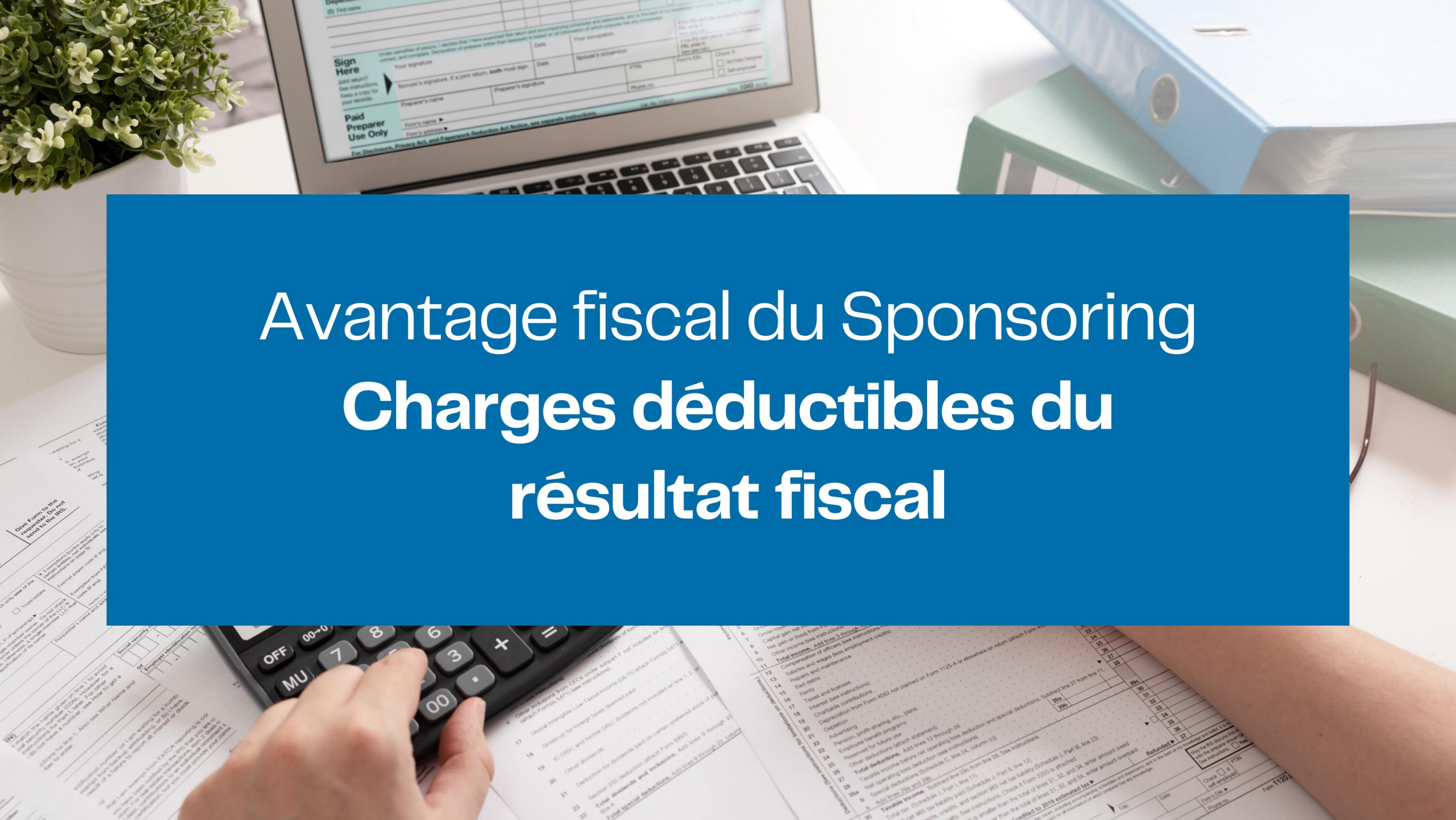
Objectif affectif (faire aimer une marque, un produit, un service), mise en perspective des valeurs d'une entreprise avec l'évènement ou le club.

OBJECTIF DE VENTE

Possibilité à une entreprise de commercialiser et diffuser ses produits directement.

OBJECTIF DE RELATION PUBLIQUE

Permet à une entreprise d'entretenir, lors d'un évènement, ses relations à la fois en interne (salariés) et en externe (client).



Avantage fiscal du Sponsoring Charges déductibles du résultat fiscal

AVANTAGE FISCAL DU SPONSORING

» CHARGES DÉDUCTIBLES DU RÉSULTAT FISCAL

Montant du Sponsoring

1 000 €

+	CA	1 000 000 €
-	Dépenses	900 000 €
=	Résultat Fiscal	100 000 €
»	Résultat fiscal - montant sponsoring	99 000 €
	IS à 15 %	14 850 €
	Avantage fiscal retiré	150 €

Coût du Sponsoring pour l'entreprise

850 €

Exemple d'une convention de parrainage (sponsoring).

MODÈLE : CONVENTION DE PARRAINAGE

Entre les soussignés

Représenté par [Madame/Monsieur Prénom NOM], en sa qualité de [fonction], dûment habilité(e),

Ci-après dénommé « le Bénéficiaire »

D'une part,

Et,

La société [NOM -préciser la forme juridique, le numéro siret et l'activité,
Adresse]

Représentée par [Madame/Monsieur Prénom NOM], en sa qualité de [fonction],

Ci-après dénommée « le Parrain »

PRÉAMBULE

Le Bénéficiaire et le Parrain ont pour objectif commun le projet (ci-après dénommé le Projet) de [décrire le projet].

DANS CE CADRE, ENTRE LES PARTIES, IL A ÉTÉ CONVENU ET ARRÊTÉ CE QUI SUIT

Article 1 – Objet de la convention

La présente convention (ci-après la « Convention ») a pour objet de définir :

- les modalités du soutien apporté par le Parrain au Bénéficiaire pour parvenir à mettre en œuvre le projet décrit ci-dessus ;
- les prestations consenties par le Bénéficiaire en contrepartie du soutien apporté par le Parrain.

Article 2 – Obligations du Parrain

Article 3 – Obligations du Bénéficiaire

Article 4 - Modalités de règlement de la contribution financière

4-1 Modalités de versement du soutien en numéraire

Conformément à l'article 2 des présentes, les versements sont effectués sous forme de [X] virements de XX euros (montant euros en lettre) TTC, dus respectivement aux dates suivantes : [X].

4-2 Facturation des prestations dans le cas des opérations de parrainage

En contrepartie de la somme convenue à l'article 2 et versée par le Parrain, le Bénéficiaire établit une facture TTC relative à la prestation.

Article 5 – Obligations des Parties

Dans le cadre du présent contrat, les Parties s'engagent mutuellement à accomplir leurs obligations telles qu'elles sont définies dans la présente Convention.

Article 6 – Modifications

La présente Convention ne peut être modifiée que par un document écrit et signé par les deux Parties.

Article 7 – Durée de la Convention

Fait à Paris, le _____ en deux exemplaires originaux

Pour le Parrain
Prénom, NOM, fonction
Lu et approuvé

Pour le Bénéficiaire
Prénom, NOM, fonction
Lu et approuvé



Le Mécénat

UN DON, SANS CONTREPARTIE

Définition : Mécénat



SOUTIEN (FINANCIER, MATÉRIEL ET/OU TECHNIQUE)

apporté par une entreprise à une manifestation, à une personne ou à une organisation présentant un intérêt général **sans attendre de contrepartie directe**.



NOTION DE DON

Le don peut prendre différentes formes : financière, en nature (moyens matériels), technologique ou de compétences.

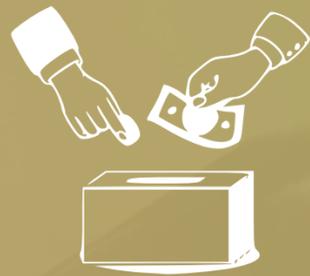


NOTION DE DISCRÉTION

MÉCÉNAT



Les **sommes versées** par les entreprises au titre du **mécénat** constituent des **dons**.



~~PRINCIPE DE CONTREPARTIE~~ MAIS...

TOUTEFOIS...

LA RÈGLE DES 25 %



L'entreprise peut bénéficier d'une **contrepartie**, dès lors qu'il existe une **disproportion marquée** entre le **don** et la **contrepartie** (prestation rendue).

MONTANT DE LA CONTREPARTIE
LIMITÉE À 25 %
DU MONTANT DU DON

Les types de mécénat

Le mécénat des personnes morales (entreprises)

- une entreprise va apporter son soutien à une association ou à un projet
- **déduction fiscale de 60% du montant du don**
- possibilité d'apposer son nom (sans message publicitaire)
- possibilité d'avoir des contreparties disproportionnées (limité à 25% du don)

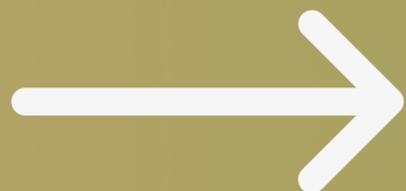
Le mécénat des personnes physiques (particuliers)

- un individu va apporter son soutien à une association ou à un projet
- **déduction fiscale de 66% du montant du don** (limite de 20% du revenu imposable)
- possibilité d'avoir des contreparties disproportionnées (limité à 25% du don)

LE SPONSOR ACHÈTE UNE PRESTATION DE SERVICE



Mécène



**Don
1000€**

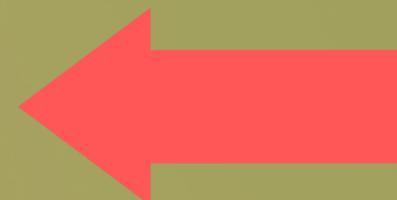


Club

Réduction fiscale de 60% (entreprises) ou de 66% (particuliers)
= reçu de don (CERFA)

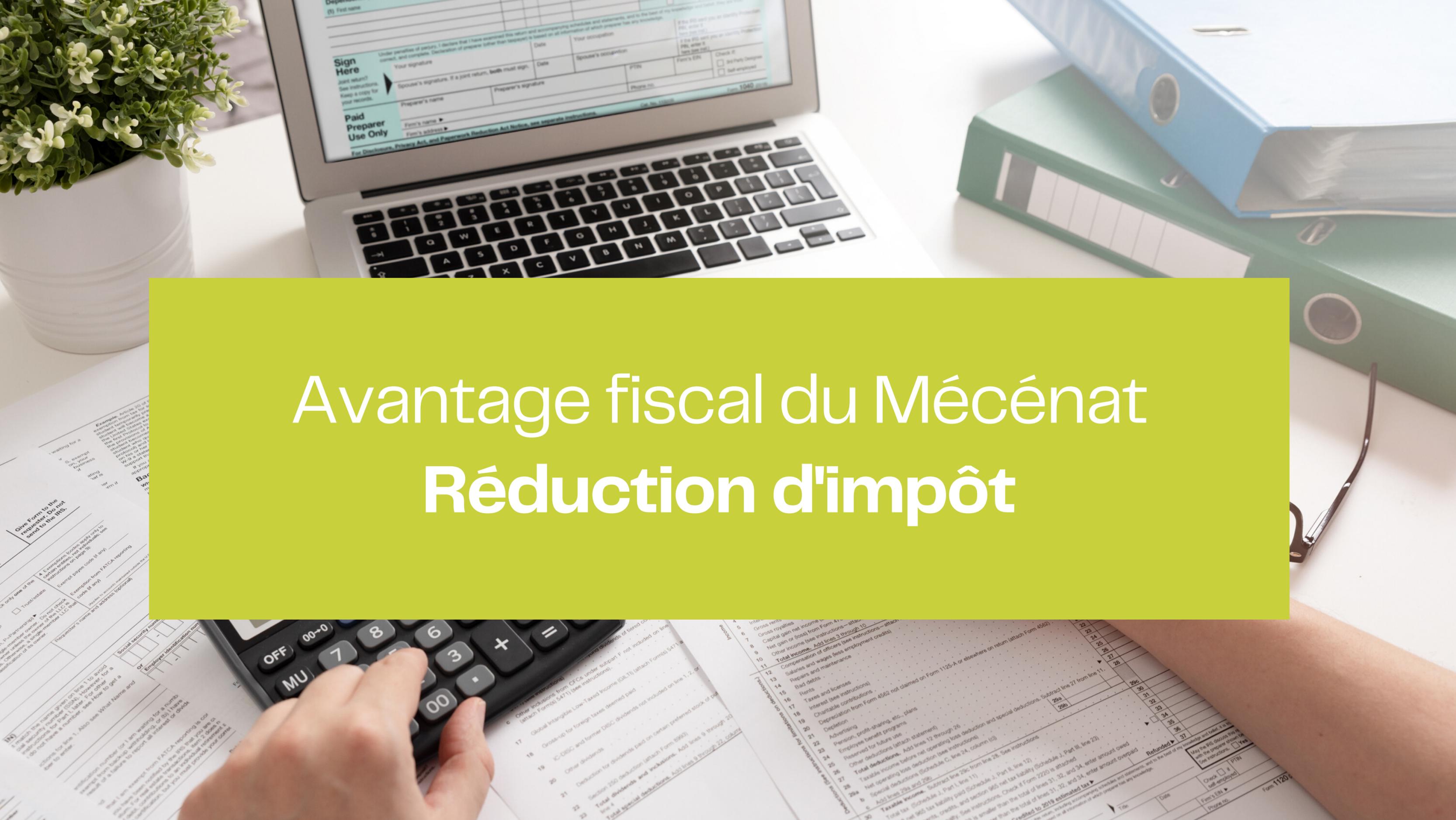


Absence de contrepartie



**Panneau ou remerciements
(logo, nom)**

sauf disproportion marquée à hauteur de 25% du don, soit 250€

A desk setup for tax preparation. In the background, a laptop displays a tax form with a 'Sign Here' section. To the left is a potted plant with small white flowers. To the right is a light blue binder. In the foreground, a hand is using a black calculator over a printed tax form. The central text is overlaid on a green rectangular background.

Avantage fiscal du Mécénat Réduction d'impôt

AVANTAGE FISCAL DU MÉCÉNAT

Montant du Don

1000€

+	Recettes	1 000 000€
-	Dépenses	900 000€
-	Charges déductibles	0€
=	Résultat Fiscal	100 000€
	IS à 15 %	15 000€
-	Réduction d'impôt	600€
=	Impôt à payer	14 400€
	Avantage fiscal retiré	600€

Coût du Mécénat pour l'entreprise

400



Sponsoring Vs Mécénat

Les différences Sponsoring Vs Mécénat

Sponsoring

Acte commercial

Donne lieu à une facturation

Charge déductible du résultat fiscal

Contrepartie (notion d'équivalence)

Mécénat

Don

Donne lieu à un reçu fiscal (CERFA)

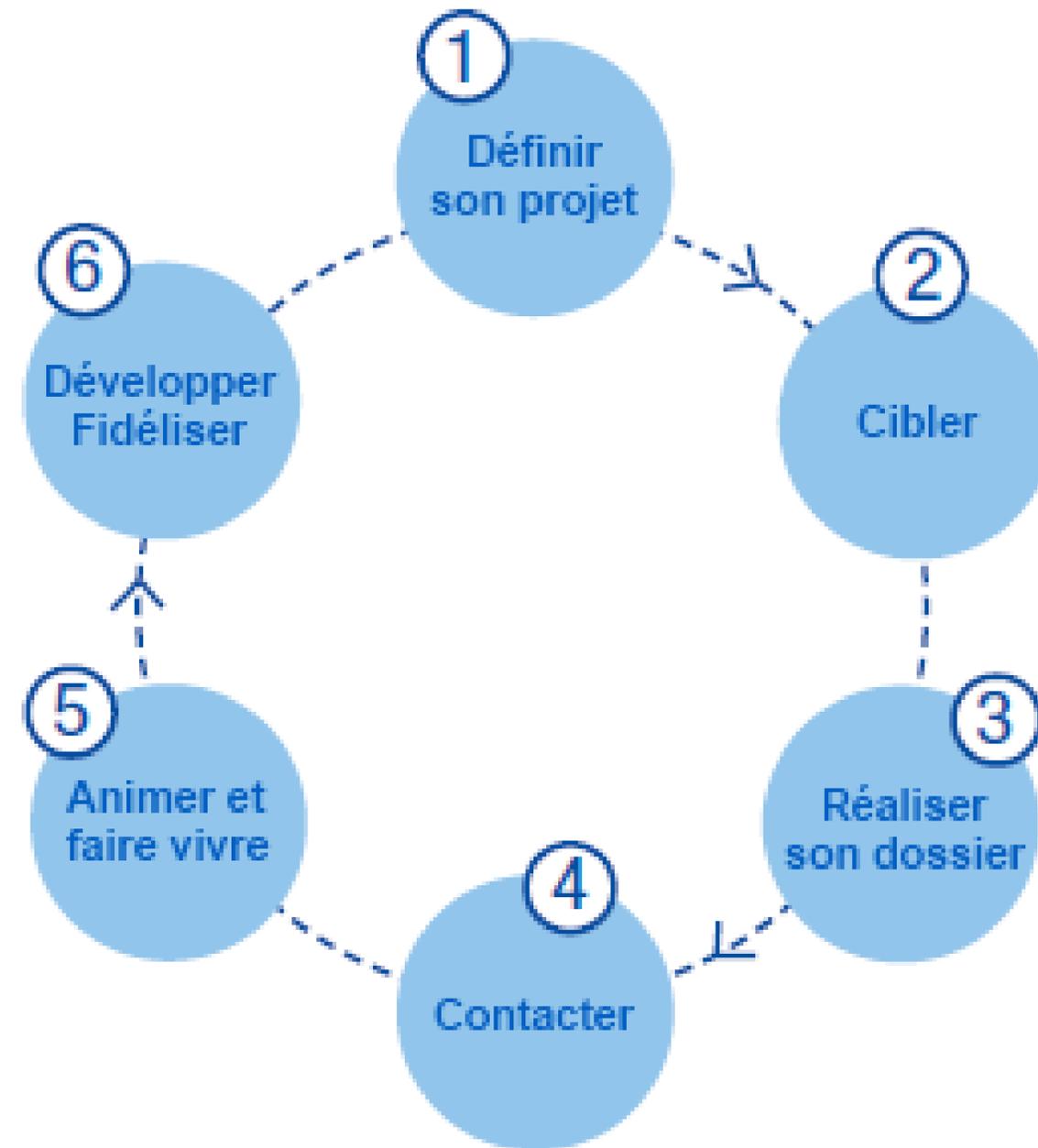
Réduction d'impôt

Absence de contrepartie (sauf disproportion marquée)

Les différences Sponsoring Vs Mécénat

	AUCUN DON	PARRAINAGE	MÉCÉNAT
Versement au profit du club	0€	1 000€	1 000€
Bénéfice fiscal avant dépense	100 000€	100 000€	100 000€
Bénéfice fiscal après dépense	100 00€	99 000€	100 000€
Impôt sur les sociétés (33,1/3%)	33 333€	32 997€	33 333 - 600 = 32 733€
Avantage Fiscal retiré	0€	336€	600€
Coût pour l'entreprise	0€	664€	400€

La démarche pour les associations



Avant de contacter les entreprises, il faut penser :

- à identifier les forces et les faiblesses au sein de votre association**
- à définir la vision et les valeurs de votre association**
- Trouver une personne motivée dans votre club**
- à identifier les projets pour lesquels vous recherchez des fonds**
- à réaliser un budget prévisionnel pour chaque projet ?**

Avant de contacter les entreprises, il faut penser :

-  **à définir votre offre et les contreparties que vous souhaitez proposer**
-  **à identifier des entreprises capables de soutenir vos projets**
-  **à réaliser un dossier de présentation**
-  **à rédiger un modèle de convention de partenariat ou de mécénat ?**



Le dossier
Partenaires/mécènes

Réaliser son dossier **Clair, précis et concis**

Répondre aux questions :

 **Qui êtes vous ? Votre association, votre engagement et vos valeurs...**

 **Quel est le projet pour lequel vous sollicitez l'entreprise ? (images, expériences passées, des chiffres...)**

 **Pourquoi l'entreprise devrait-elle devenir sponsor, mécène ?**

Le plan du dossier

Clair, précis et concis

soigner l'esthétique

1. La couverture/page de garde

2. Le corps du dossier

- **Présentation brève et synthétique de l'association**
- **Présentation du projet**
- **L'intérêt du sponsor/mécène à soutenir le projet**
- **Vos supports de communication**
- **Formulation d'offres de sponsoring ou de mécénat**
(différents niveaux avec des contreparties ajustées)

3. Une page avec vos coordonnées

Comment **démarcher** un Sponsor, Mécène ?

LOCALEMENT



**BOUCHE À
OREILLE**



**PAR SECTEURS
D'ACTIVITÉS**







Ligue du Grand Est
de Tennis de Table

Merci !

De votre attention

Ligue du Grand Est de Tennis de Table