



MISSION D'INFORMATION DE LA COMMISSION DE LA CULTURE,
DE L'ÉDUCATION ET DE LA COMMUNICATION
SUR LE MÉCÉNAT CULTUREL¹

**LE MÉCÉNAT CULTUREL :
OUTIL INDISPENSABLE DE LA VITALITÉ CULTURELLE**

Rapport d'information n° 691 (2017-2018) de M. Alain Schmitz,
sur le mécénat culturel

Les constats

1. Un dispositif particulièrement attractif

En dépit de la création par décret de la Fondation de France en 1969, du rôle joué par l'association Admical à partir de 1979 pour développer le mécénat d'entreprise en France, de la loi du 23 janvier 1987 sur le développement du mécénat, puis de la loi du 4 juillet 1990 créant les fondations d'entreprises, notre pays souffrait, au **tournant des années 2000**, d'un **réel retard** en matière de pratique du mécénat par rapport aux pays anglo-saxons (États-Unis et Royaume-Uni en particulier), qui tenait autant à la tradition colbertiste française qu'au manque d'attractivité des dispositifs alors en place. Dans ce contexte, l'ambition de **la loi du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations**, dite loi « Aillagon », a été double : d'une part, **sécuriser la pratique du mécénat**, c'est-à-dire la rendre licite et légitime, et, d'autre part, **encourager son développement** par le biais d'incitations fiscales particulièrement attractives, pour les entreprises et les particuliers.

Qualifiée de « *miracle* » par Jean-Jacques Aillagon, cette loi ne saurait être réduite à un arsenal de dispositions fiscales, même si elle a effectivement permis à la France de combler son retard en lui offrant un **dispositif parmi les plus incitatifs en Europe**, puisqu'elle met en place non seulement un mécanisme de réduction d'impôt, et non de déduction du revenu imposable, mais prévoit aussi des taux globalement supérieurs à la moyenne européenne. Elle a d'ailleurs joué le rôle de **modèle pour d'autres législations**.

Elle vise aussi à **affirmer la capacité de chaque individu à procéder à l'arbitrage de l'intérêt général**, au même titre que l'État et les collectivités publiques, en l'autorisant à affecter une somme d'argent à des causes qu'il juge prioritaires ou estimables. Elle a d'ailleurs favorisé une évolution des mentalités et de l'image du mécénat.

Les principales dispositions de la loi Aillagon

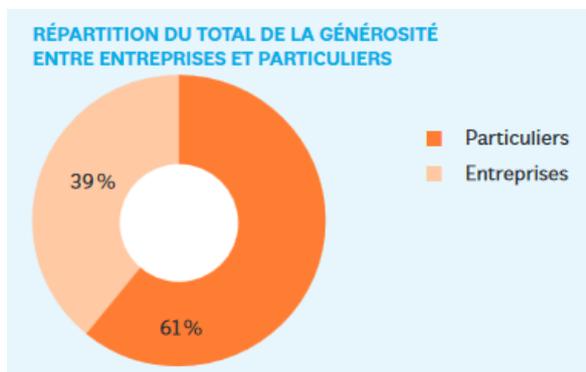
La loi a renforcé les mesures pour inciter les **particuliers** au mécénat (article 200 du code général des impôts). Elle a porté la réduction d'impôt à **66 % du montant du don dans la limite de 20 % du revenu imposable** de l'année de versement du don avec la possibilité d'étaler cet avantage fiscal sur cinq ans en cas de dépassement du seuil annuel pour permettre la constitution ou l'augmentation de la dotation d'une fondation.

Elle a renforcé les dispositions pour encourager le mécénat des **entreprises** (article 238 *bis* du code général des impôts). Elle a porté la réduction d'impôt à **60 % du montant du don dans la limite d'un taux unique de 0,5 % du chiffre d'affaires** de l'année du versement du don avec la possibilité d'étaler cet avantage fiscal sur cinq ans en cas d'exercice déficitaire. Elle a rendu possibles les contreparties sans lien direct avec la valeur du don reçu (25 % maximum) ;

Elle a enfin opéré une simplification du régime des fondations : elle a assoupli les règles concernant leur constitution et leur fonctionnement et a allégé et simplifié leur fiscalité. Elle a autorisé les dons des salariés d'une entreprise à la fondation d'entreprise de cette dernière.

¹ Cette mission d'information est composée de : Mme Maryvonne Blondin, présidente ; M. Alain Schmitz, rapporteur ; Mmes Céline Boulay-Espéronnier, Catherine Dumas, MM. André Gattolin, Jean-Raymond Hugonet, Mme Françoise Laborde, MM. Laurent Lafon, Jean-Pierre Leleux, Mmes Colette Mélot, Marie-Pierre Monier, Sylvie Robert et Dominique Vérien.

La France dispose également d'un certain nombre de **dispositifs spécifiques**, à l'image de celui mis en place par la loi du 4 janvier 2002 relative aux musées de France pour **faciliter l'acquisition de trésors nationaux** et contribuer à leur maintien sur le territoire français. Ce dispositif octroie une réduction d'impôt de **90 % du montant du versement** pour tous les dons réalisés en faveur de l'achat par l'État ou toute autre personne publique d'un trésor national. Il existe également un dispositif destiné à **encourager les entreprises à faire l'acquisition d'œuvres d'art contemporain ou d'instruments de musique**, fondée sur la possibilité de déductions fiscales.



Source : Panorama national des générosités, Fondation de France

Même si les dons émanent des entreprises ou des particuliers, **l'État est, de fait, le premier contributeur des actions de mécénat** du fait de la perte de recette fiscale. Il est donc nécessaire que leur réalisation soit **strictement encadrée** pour **éviter que des dérives puissent survenir**. Chargée d'assurer la promotion et la diffusion de l'information relative au dispositif fiscal pour le mécénat et les fondations et de contribuer à ses évolutions, la mission dédiée au mécénat mise en place au sein du ministère de la culture a beaucoup œuvré ces dernières années pour la diffusion de bonnes pratiques, en élaborant notamment une **charte du mécénat culturel**. La question des contreparties est essentielle et il paraît fondamental que celles qui sont octroyées puissent être facilement quantifiables.

Mécénat et Parrainage, des formes de soutien des entreprises à ne pas confondre

Le **mécénat** est un **soutien matériel ou financier** apporté à une œuvre ou à une personne morale pour l'exercice **d'activités présentant un caractère d'intérêt général, sans contrepartie directe** de la part du bénéficiaire, sauf à ce qu'elle soit **limitée** et **disproportionnée** par rapport au montant du soutien. Il s'agit donc d'une action à **caractère philanthropique**.

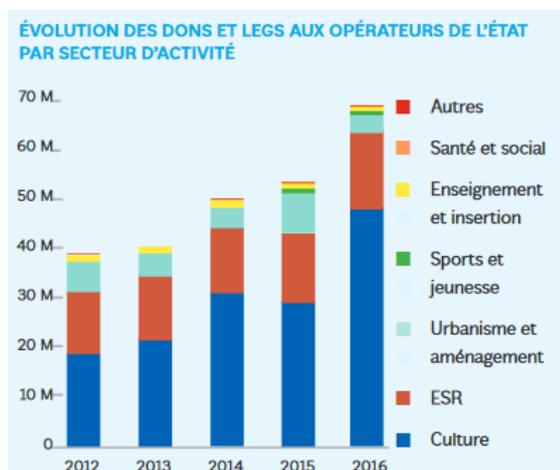
Le **parrainage** est un **soutien matériel** apporté par une entreprise à une manifestation, une personne, un produit ou une organisation en vue d'en retirer un **bénéfice direct**. Il s'inscrit dans une **démarche commerciale** de l'entreprise. Les dépenses de parrainage sont assimilables à des dépenses de nature publicitaire. Elles sont considérées comme une charge comptablement et fiscalement déductible. Ses modalités et son champ d'application sont définis par l'article 39-1-7° du code général des impôts.

2. La culture, un bénéficiaire important, passé désormais au second plan

La dépense fiscale s'est beaucoup accrue depuis la mise en place du mécanisme, puisqu'elle est passée de 150 millions d'euros en 2005 à 930 millions d'euros en 2016, avec une forte progression aux alentours des années 2010-2011, preuve du succès du dispositif.

Si la loi du 1^{er} août 2003 a été portée par le ministre de la culture de l'époque, les **actions culturelles** ne semblent **plus les principales bénéficiaires des dispositions mises en place par cette loi**. Le baromètre 2016 du mécénat d'entreprise réalisé par l'association Admical révèle que **les actions du champ social les auraient désormais supplantées** (29 % des entreprises mécènes pour 22 % du budget total), même si elles conserveraient la deuxième place (24 % des entreprises mécènes, entre 13 % et 15 % du budget total, soit environ 500 millions d'euros), plus ou moins à égalité avec le sport (48 % des entreprises mécènes, 12 % du budget total). Viendraient ensuite les domaines de la santé, de l'environnement, de la solidarité internationale et de la recherche. Une étude de la Fondation de France

d'avril 2018 dressant le panorama des générosités fait toutefois apparaître que les dons et legs aux opérateurs culturels auraient particulièrement cru ces dernières années, en raison notamment d'un soutien renforcé à quelques grands établissements patrimoniaux nationaux.



Source : Panorama national des générosités, Fondation de France

Même dans le domaine culturel, les auditions ont montré que **les donateurs privilégient les projets à forte composante sociale**, tels ceux qui visent à faciliter l'accès à la culture des jeunes ou des publics empêchés, notamment dans les secteurs de la préservation du patrimoine bâti et paysager, la musique et les musées.

Ces évolutions tiennent largement au **pooids croissant accordé aux salariés** des entreprises ou, pour certains grands groupes, aux actionnaires dans le choix des projets soutenus, mais aussi à la montée en puissance du principe de **responsabilité sociétale des entreprises (RSE)**. L'engagement des entreprises dans une démarche de mécénat, longtemps lié à la seule volonté du dirigeant, s'inscrit à présent dans une démarche globale de l'entreprise vis-à-vis de ses salariés et de son environnement. Ceci explique aussi que **le mécénat se porte plus volontiers vers des projets de proximité**. Les entreprises soutiennent très majoritairement des projets locaux ou régionaux, plus propices aux interactions, et pour lesquels leur aide paraît faire la différence. Les mécènes orientent également davantage leur soutien vers les actions qui laissent des traces tangibles (préservation du patrimoine, acquisition d'œuvres pour les

collections des musées), auxquelles leur nom peut être plus facilement associé, qu'en direction des projets jugés éphémères (spectacle vivant, soutien à des expositions temporaires).

3. Une manne essentielle pour les acteurs culturels dans la période actuelle

L'**équilibre des acteurs culturels** est **fragilisé** ces dernières années par la **baisse des financements publics**. Aujourd'hui exsangues en lien avec la baisse continue des dotations de l'État, les collectivités territoriales, qui prennent en charge la large majorité des dépenses culturelles, ne sont plus forcément en mesure, si ce n'est de maintenir, tout au moins d'accroître leurs budgets culturels.

Le recours à une **combinaison de financements publics et de financements privés** apparaît aujourd'hui nécessaire pour garantir la pérennité des projets culturels et éviter, pour les acteurs culturels, les conséquences brutales des retraits de certains de leurs financeurs, dont le risque ne peut être écarté dans la période actuelle. La diversification des ressources figure d'ailleurs depuis plusieurs années parmi les objectifs demandés par l'État à ses opérateurs. Le **maintien des dispositifs destinés à encourager le mécénat des entreprises comme des particuliers** revêt un **enjeu considérable pour l'avenir du financement de la culture**.

Dans tous les domaines du champ culturel, les ressources provenant du mécénat sont considérées comme indispensables :

- les **musées** mettent en avant l'importance du soutien apporté par les mécènes et leurs sociétés d'amis pour **l'enrichissement de leurs collections** ou la **modernisation de leurs espaces** d'exposition, face à la baisse des subventions de l'État et en particulier des crédits d'acquisition des œuvres ;

- pour le **spectacle vivant**, les ressources issues du mécénat peuvent constituer un moyen de financer **l'émergence** et les **créations plus risquées**, dans un contexte où les budgets publics sont

généralement reconduits d'une année sur l'autre et profitent majoritairement aux mêmes bénéficiaires ;

– dans le domaine du **patrimoine**, la récente mission confiée à Stéphane Bern a montré la **nécessité de trouver de nouvelles ressources** pour en financer la restauration. Les recettes qui devraient être tirées du Loto du patrimoine, estimées à 20 millions d'euros, ne suffiront pas à couvrir les besoins. Les ressources provenant du mécénat et du financement participatif sont donc appelés à jouer un rôle croissant en matière de restauration du patrimoine, même si des doutes sont parfois émis sur la capacité du financement participatif à lever des fonds suffisants, en dehors de quelques opérations. Il est néanmoins essentiel en termes de communication pour accroître la visibilité des projets. C'est aussi pour répondre à cette crise du financement que la question de rendre payant l'accès aux cathédrales a pu être posée d'autant, qu'à la différence du mécénat, il s'agirait d'une ressource intégralement financée par les visiteurs et en aucune manière par l'État, qui pourrait être utilisée, par exemple, pour rembourser les mensualités d'emprunts souscrits pour financer des opérations de restauration du patrimoine religieux. Si la possibilité d'étendre le dispositif fiscal applicable aux trésors nationaux aux opérations de restauration des monuments historiques majeurs a pu être avancée, elle pourrait **engendrer des effets d'éviction sur les dons aujourd'hui réalisés pour la protection du patrimoine**, au détriment par exemple des opérations portées par la Fondation du patrimoine ;

– des appels aux dons sont également organisés dans le domaine de l'archéologie, pour soutenir les fouilles ou la valorisation du patrimoine archéologique.

Cette recherche de nouveaux financements a conduit à la **professionnalisation des équipes en charge de la recherche de mécènes** au sein des acteurs culturels et la mise en place, pour certains d'entre eux, de **fonds de dotation**. Il n'en demeure pas moins que cette recherche apparaît aujourd'hui d'autant plus aisée que les acteurs culturels jouissent d'un rayonnement important. Le Château de Versailles, qui fait appel au mécénat depuis le début du

20^e siècle – on se souvient du million de dollars donné par Rockefeller dans les années 1920 –, le musée du Louvre et l'Opéra de Paris parviennent même à attirer les donateurs étrangers.

4. L'apparition de nouvelles pratiques qui interpellent

Les années récentes ont été marquées par la **création, par plusieurs grands groupes industriels français, de fondations culturelles qui portent leur nom**, à l'image de la Fondation Louis Vuitton dédiée à la création contemporaine. Compte tenu de la mission d'intérêt général dans le domaine de la culture remplie par ces fondations, elles ont pu prétendre au bénéfice du dispositif fiscal en matière de mécénat. Cette pratique interpelle cependant au regard tant des moyens financiers de ces grands groupes que des gains qu'ils en retirent en termes d'image de marque. Il paraît en effet extrêmement difficile d'évaluer le niveau exact des contreparties en termes de revenus et d'image. Le fait que l'ensemble de ces groupes n'ait pas forcément fait le choix de solliciter l'application du mécanisme fiscal soulève d'autant plus d'interrogations sur le caractère véritablement généreux de l'action réalisée. Même si ces grands groupes n'ont pas cessé de pratiquer le mécénat culturel comme ils le faisaient par le passé, les sommes qu'ils donnent aux autres établissements culturels sont proportionnellement moins importantes, ce qui génère des inquiétudes, compte tenu de la concurrence que leurs fondations culturelles peuvent aussi créer.

Il faut néanmoins reconnaître que l'action de ces fondations culturelles est bénéfique tant pour l'offre culturelle que pour le rayonnement culturel de la France. Elles disposent de moyens financiers sans égal parmi les opérateurs de l'État, ce qui leur permet d'organiser des projets inédits.

Il pourrait être envisagé d'encadrer leur utilisation du dispositif fiscal relatif au mécénat, soit en fixant un plafond à la réduction d'impôt, soit en réduisant le taux de la réduction d'impôt, mais le risque serait alors qu'un tel encadrement ait des effets dissuasifs sur la création de telles fondations dans notre pays, qui ne sont pas une mauvaise chose en soi.

Les conclusions de votre mission d'information

1. Le mécénat n'a pas vocation à compenser le désengagement de l'État

L'augmentation des recettes provenant du mécénat ne doit **pas servir de prétexte à une baisse des subventions de l'État et des collectivités territoriales**. L'effort public doit se maintenir à un niveau raisonnable par rapport aux capacités budgétaires des collectivités publiques et à notre ambition en matière culturelle.

A cet égard, le choix de l'État de faire appel à des souscriptions pour un certain nombre de projets menés dans le domaine culturel, par exemple pour certains projets de restauration du domaine du château de Versailles, même si cette remarque paraît pouvoir s'appliquer pour tout projet concernant un monument historique appartenant à l'État, est une source d'inquiétude. Il crée de réels effets d'éviction en ce qui concerne d'autres projets, qui ne jouissent de surcroît pas du même pouvoir d'attraction. **Un certain nombre des missions de l'État dans le domaine de la culture sont d'ordre régalien : leur financement ne saurait être délégué à la sphère privée dans ces conditions.**

2. Un manque de données problématique

Dans leur rapport consacré aux crédits de la mission « culture » du projet de loi de finances pour 2017, nos collègues Vincent Eblé et André Gattolin avaient déjà déploré « *l'information insuffisante concernant la part de la réduction d'impôt au titre des dons contribuant à soutenir le secteur culturel* ». En effet, aucun service de l'État n'est en mesure d'apporter des précisions à l'heure actuelle, ni sur la répartition par taille des entreprises mécènes, ni sur la répartition par domaine des projets soutenus.

Le rapport de la commission des finances recommandait qu'une enquête soit conduite chaque année par les services du ministère chargé du budget et les instances représentatives du mécénat et des fondations, tels Admical, le Centre français des fonds et fondations ou la Fondation de France pour **mieux cerner la répartition du mécénat déductible entre les différents**

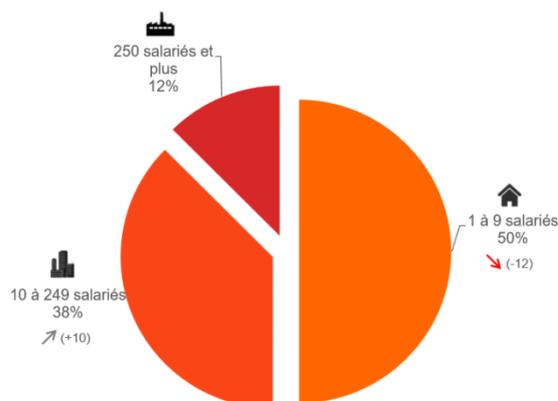
domaines. Ils demandaient également que la répartition de la dépense fiscale entre les différentes **formes de fonds et fondations** et en fonction de la **nature, publique ou privée, de l'organisme soutenu** soit identifiée.

Sans connaissance précise des effets du dispositif sur le secteur culturel, il paraît en effet extrêmement **délicat d'évaluer correctement l'efficacité de la dépense fiscale et d'engager une réflexion sur son éventuelle évolution**.

3. Un potentiel de dons qui peut encore être accru

Dans le volet consacré au mécénat culturel de son baromètre 2016 du mécénat des entreprises, l'association Admical indique que 70 % des entreprises de taille intermédiaire (ETI) et des très grandes entreprises soutiendraient des actions dans le domaine culturel, preuve qu'elles jouent aujourd'hui un rôle essentiel dans le mécénat culturel.

Base entreprises mécènes dans le domaine de la culture (n=100)



Source : Admical

Au regard de l'importance de la proximité géographique dans la décision de pratiquer le mécénat, il semblerait que la part des très petites entreprises (TPE), et surtout celle des petites et moyennes entreprises (PME) dans le mécénat culturel pourrait être accrue. Le fait que les versements effectués pour des dons ne soient pris en compte dans le calcul de la réduction d'impôt que dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires constitue aujourd'hui un frein à aller au-delà pour un grand nombre d'entre elles, alors que ce plafond ne constitue pas un

problème pour les grandes entreprises, dont le montant des dons reste très éloigné.

Fixer un plafond distinct en fonction de la taille de l'entreprise serait susceptible de faire perdre à cette loi emblématique ce qui fait sa force, à savoir sa clarté et sa simplicité, sans oublier le risque constitutionnel qui est opposé selon lequel une différenciation du taux selon la taille de l'entreprise ne serait pas en corrélation directe avec l'objectif du dispositif de mécénat, qui est soutenir le financement d'actions d'intérêt général. Rien n'empêche en revanche de **maintenir le plafond à 0,5 %**, mais d'autoriser à ce qu'il ne s'applique pas lorsque **le montant annuel des dons reste inférieur à un certain niveau**. Instaurer une franchise fixée, par exemple, à 10 000 euros, pourrait être une solution.

Des dispositions pourraient également être prises pour **développer le mécénat des particuliers**. Aujourd'hui, le montant des contreparties qu'une structure récipiendaire peut octroyer à un **particulier donateur** ne peut pas dépasser 25 % du montant du don, dans la **limite maximale de 65 €, quel que soit le montant du don**, contrairement aux entreprises pour lesquelles le niveau des contreparties n'est pas plafonné. Non seulement cette règle est de nature à freiner les dons des particuliers qui pourrait être supérieur à 260 €, mais la distinction qui existe entre les particuliers et les entreprises ne semble pas se justifier pleinement.

4. Le nécessaire développement du mécénat territorial

La tradition centralisatrice de notre pays a sans doute freiné jusqu'ici le développement du mécénat territorial. Les **entreprises semblent désormais plus mûres pour cette évolution**, compte tenu de leur attrait pour des projets de proximité, même si les fondations territoriales leur donneront nécessairement moins de visibilité, puisqu'elles y œuvrent en commun pour un projet.

Il est important que l'ensemble des territoires se saisisse de cette problématique pour éviter que les inégalités culturelles ne puissent se creuser.

Compte tenu des partenariats noués par le ministère de la culture avec les chambres de commerce et d'industrie France, le

Conseil supérieur du notariat, le Conseil supérieur de l'ordre des experts comptables, le Conseil national des barreaux, il est important que **les DRAC**, qui, en théorie, disposent toutes de correspondants mécénat, **jouent un rôle moteur pour fédérer les acteurs locaux et animent des rencontres pour faciliter la création de réseaux entre le monde de la culture et le monde de l'entreprise**. Les pratiques, selon les DRAC, semblent aujourd'hui très disparates sur ce point. La taille de certaines des nouvelles régions peut être un obstacle, qui explique que le ministère ait demandé, dans certaines régions, à ce que plusieurs correspondants mécénat soient maintenus pour couvrir plus facilement l'ensemble du territoire.

Mais, ce sont surtout **les collectivités territoriales qui doivent se saisir de cette question** à bras le corps. Il ressort des auditions que la **création de clubs de mécènes pourrait tout à fait intéresser les entreprises** au-delà même des bénéficiaires que leur soutien à des actions à caractère philanthropique et structurantes pour le territoire pourrait apporter à leur image, à la fois interne et externe. En effet, participer à un club de mécènes est aussi un moyen pour une entreprise de développer son réseau et de tisser des liens avec d'autres entreprises susceptibles de devenir des partenaires de confiance. C'est sans doute l'une des raisons pour lesquelles une majorité d'entreprises finance aujourd'hui des actions dans le domaine sportif. Cet argument pourrait tout à fait porter également pour des actions culturelles puisque **la culture, à l'image du sport, est un domaine qui rassemble**.

Compte tenu de leurs compétences en matière économique, les **régions** ont évidemment un rôle d'impulsion à jouer pour accompagner la recherche de financements. Mais on constate que c'est surtout à l'échelle des **métropoles** et des **grandes agglomérations** que cette question est aujourd'hui traitée, avec la création d'un certain nombre de **fonds de dotation**. L'échelle du département serait toutefois tout à fait appropriée pour correctement défendre un projet de territoire.

L'intérêt de se doter de tels outils est multiple. D'une part, il peut être rassurant pour les mécènes car sa **gestion est distincte de celle de la collectivité**, même si la formule du club de mécènes est parfois préférée car elle permet aux mécènes d'avoir la main sur les projets sélectionnés. D'autre part, il permet, à l'échelle du territoire, **d'éviter la concurrence** entre les différents acteurs culturels dans la recherche de dons, d'assurer une certaine **péréquation** des dons recueillis entre les différentes zones d'un territoire et de garantir une certaine **solidarité** entre les différents projets portés. Les grandes entreprises sont souvent plus enclines à soutenir les actions menées par les grands établissements culturels qui génèrent une visibilité maximale. Les **projets menés par les grands établissements** intégrés à un fonds de dotation peuvent **attirer des dons qui peuvent profiter à d'autres projets menés par de plus petits établissements**.

Pour qu'un fonds de dotation attire les mécènes, il faut toutefois qu'il y ait suffisamment d'entreprises sur le territoire et que les projets sélectionnés soient attractifs. Il doit s'agir de **projets qui font sens pour le territoire** et qui sont éventuellement susceptibles de participer à son développement économique. Un panachage entre des projets de différentes tailles et intervenant dans différents domaines peut permettre d'attirer davantage une diversité d'entreprises.

Le **mécénat des particuliers** paraît aussi être une voie que les collectivités territoriales n'ont pas jusqu'ici véritablement investie, alors que les citoyens sont pourtant sensibles aux enjeux de territoire.

5. Une multiplicité des régimes de fonds et fondations qui peut se révéler dissuasive

Les fondations représentent un levier d'action important pour développer la pratique du mécénat dans notre pays. Outre quatre régimes de fondations spécialisées (la fondation de coopération scientifique, la fondation partenariale, la fondation universitaire et la fondation hospitalière), la France compte aujourd'hui **quatre régimes de fondation généralistes** différents :

- la **fondation d'utilité publique** (FUP), créée par la loi du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, personne morale à laquelle un patrimoine est affecté de manière irrévocable pour la réalisation d'une œuvre d'intérêt général ;
- le **fonds de dotation** (FDD), créé par la loi du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, personne morale à laquelle un patrimoine est affecté de manière irrévocable en vue de sa capitalisation, et dont les revenus de la capitalisation sont utilisés pour réaliser ou soutenir une œuvre d'intérêt général ;
- la **fondation d'entreprise** (FE), créée par la loi du 4 juillet 1990 créant les fondations d'entreprise, se traduit par le versement de fonds par une ou plusieurs entreprises à une personne morale en vue de la réalisation d'une œuvre d'intérêt général ;
- la **fondation abritée ou sous égide**, ne dispose pas de la personnalité morale, mais consiste en l'affectation irrévocable d'un patrimoine à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général *via* une fondation abritante, par exemple une fondation d'utilité publique, l'Institut de France ou la Fondation de France.

Depuis leur mise en place en 2008, les **fonds de dotation** ont connu une **croissance rapide**, au point de représenter la moitié des fonds et fondations créés en France, sans toutefois être dotés dans les mêmes proportions. Le succès de cet instrument s'explique par la simplicité de la procédure requise pour sa création, le niveau modeste de la mise de fonds demandée (150 000 euros sur cinq ans), l'autonomie qu'il offre aux fondateurs dans le choix du mode de gouvernance, et la possibilité qui est offerte de le transformer en fondation d'utilité publique une fois le montant nécessaire à la création de ce type de fondation atteint (1,5 million d'euros).

Le régime de la **fondation d'utilité publique** est notamment critiqué pour son **caractère excessivement contraignant**, qui mériterait d'être revu, car la France continue à accuser un véritable retard en matière de fondations par rapport à l'Allemagne ou au Royaume-Uni.

6. Des inquiétudes fortes autour des récentes réformes fiscales

L'entrée en vigueur du **prélèvement à la source** à partir du 1^{er} janvier 2019 et la **transformation de l'impôt sur la fortune (ISF) en impôt sur la fortune immobilière (IFI)** par la loi de finances pour 2018 ont des **conséquences dramatiques sur le niveau des dons**. Les premières analyses effectuées au début du mois de juillet laissent apparaître des **baisses dans le niveau des collectes de l'ordre de 60 %**.

Même si l'impact du **prélèvement à la source** devrait être **temporaire**, l'**attentisme** qu'il a suscité chez les particuliers aurait pu être moins fort si de réels efforts avaient été entrepris pour communiquer sur le fait que les dispositions fiscales continueront à s'appliquer, y compris l'année de la mise en place de cette nouvelle procédure.

Même si le principe de la déductibilité des dons a été maintenu, les **conséquences de l'IFI**, en revanche, devraient être **plus durables**. En effet, l'ISF a joué un rôle non négligeable dans l'apparition de grands donateurs, qui ont créé de grandes fondations sur le modèle anglo-saxon. Le fait que certains contribuables soient désormais exonérés d'IFI pourrait les inciter à renoncer définitivement à donner.

Ces évolutions inquiètent d'autant plus qu'elles interviennent quelques mois à peine après la **disparition de la dotation d'action parlementaire** – plus connue sous le nom de « réserve parlementaire » – dont le rôle était indispensable pour financer des actions culturelles au niveau local et pallier les baisses de subvention des collectivités territoriales.

Il paraît important de trouver les moyens de **contrer les effets de ces réformes sur le secteur de la philanthropie**.

7. Soutenir le développement du mécénat de compétences

La législation en matière de mécénat autorise également les entreprises à mettre à la disposition d'une structure des salariés volontaires qui interviennent sur leur temps de travail. Cette forme de mécénat, désignée sous le nom de « mécénat de compétences », tend à se développer, que ce soit pour la prestation de services (réalisation d'une tâche déterminée) ou pour le prêt de main d'œuvre.

Elle soulève cependant un certain nombre de difficultés d'ordre déontologique susceptibles de nuire à son développement, notamment en ce qui concerne son articulation avec les règles de la commande publique. Plusieurs craintes sont en effet émises. D'abord est mentionné le risque, pour une entreprise, de survaloriser le coût des compétences d'un salarié : Bercy semble toutefois minimiser ce risque du fait de sa capacité à vérifier qu'aucun abus ne serait survenu. Ensuite est évoqué le risque qu'une entreprise, qui aurait apporté ses compétences dans le cadre du mécénat, puisse être privilégiée par la suite à l'occasion d'un appel d'offres lancé suite à un marché public. Enfin la législation ne permet pas à une entreprise d'apporter son soutien au titre du mécénat de compétences à un artiste qui répondrait à une commande publique, sauf à compromettre le respect des règles de la commande publique. Dans tous les cas, il ne semblerait pas inutile que l'État diffuse des informations plus précises sur le mécénat de compétences et l'usage qui peut en être fait.



Commission de la culture, de l'éducation
et de la communication



<http://www.senat.fr/commission/cult/index.html>
Téléphone : 01.42.34.23.23 - secretariat-afcult@senat.fr

Présidente de la mission
d'information :

Maryvonne Blondin
Sénatrice du Finistère
(Socialiste et républicain)



Rapporteur :

Alain Schmitz
Sénateur
des Yvelines
(Les Républicains)

