

Charte du mécénat culturel

Préambule

Les lois n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat et n° 2003-709 du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations ainsi que les évolutions de la législation dans ces domaines ont doté la France d'un ensemble de dispositions juridiques et fiscales particulièrement propices au développement de la générosité privée au profit d'œuvres et d'organismes reconnus d'intérêt général.

Dans le domaine culturel, grâce aux dispositions de droit commun et aux mesures spécifiques contenues dans la loi, les entreprises, les fondations, les fonds de dotation, les associations de mécènes et les particuliers sont de plus en plus nombreux à apporter leur soutien, au plan national ou territorial, à des organismes publics et privés œuvrant à la sauvegarde et à l'enrichissement du patrimoine, au soutien à la création et à la diffusion artistiques, à la recherche en histoire des arts, à l'enseignement et à l'éducation artistiques et culturels, à l'accès de tous les publics à la culture et au rayonnement culturel de notre pays.

Le ministère de la Culture et de la Communication (MCC) souhaite accompagner cette dynamique sans précédent en favorisant, par la publication de la présente charte, une application de la législation conforme à ses principes fondamentaux, dans le respect tout à la fois du bien commun, des spécificités des organismes culturels et des prérogatives des mécènes.

Il entend par là favoriser la participation des citoyens à la vie culturelle.

A titre liminaire, il est précisé que ce document ne saurait avoir valeur de doctrine fiscale opposable, seule la direction générale des finances publiques (DGFIP) étant habilitée à établir la doctrine en la matière.

1. Distinction entre **mécénat** et **parrainage**

Le ministère de la Culture et de la Communication rappelle que :

Le mécénat se définit comme un soutien matériel ou financier apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne morale pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général.

Le parrainage se définit quant à lui comme 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 se distingue essentiellement du mécénat par la nature et le montant des contreparties.

A la différence du mécénat, les opérations de parrainage sont destinées à promouvoir l'image du « parraineur » dans un but commercial.

Le parrainage constitue 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 (CGI).

2. **Formes** du mécénat et du parrainage

a. **Mécénat**

Pour les entreprises, le mécénat peut prendre trois formes : mécénat financier, mécénat en nature ou mécénat de compétence.

Ces trois formes peuvent être combinées dans une même opération.

En revanche, un même projet précisément défini ne peut à la fois faire l'objet d'un mécénat de la part d'une entreprise et d'une transaction commerciale (échanges de biens et de services contre rémunération) avec la même entreprise. Concrètement, une entreprise ne saurait être à la fois mécène et fournisseur ou prestataire sur un même projet.

Le mécénat financier est un don en numéraire, ponctuel ou faisant l'objet de versements successifs.

Le mécénat en nature ou **de compétence** consiste à apporter non pas des financements en numéraire mais des moyens (produits ou services) à la cause que l'entreprise mécène entend soutenir. L'évaluation du mécénat en nature (remise de biens, de produits ou de technologie) et du mécénat de compétence (mise à disposition de personnels avec leur savoir-faire) doit suivre deux règles :

- être effectué par celui qui aide ou qui donne (et non par l'organisme bénéficiaire),
- être estimé au regard de la perte d'argent que l'aide représente pour celui qui la fournit (et non au regard des dépenses évitées à l'organisme bénéficiaire). Il s'agit donc du coût exact supporté par l'entreprise à raison du don qu'elle effectue et non du manque à gagner.

Toute opération de mécénat de compétence doit faire l'objet d'une convention préalable comportant un chiffrage et un calendrier précis des prestations apportées par le mécène. Dans ce cadre, le versement de l'entreprise mécène doit être mentionné sans précision relative à la TVA (TTC ou HT). Il convient pour l'organisme bénéficiaire d'effectuer un suivi régulier de la réalisation de l'opération et d'obtenir du mécène une certification détaillée de la valorisation de celle-ci.

Dans le respect de l'esprit de la législation, le MCC recommande aux organismes culturels de concentrer leur recherche de mécénat en nature ou de compétence sur des projets et activités présentant un caractère d'intérêt général culturel marqué. Les besoins relevant de l'administration générale doivent demeurer l'exception.

Pour les particuliers, le mécénat peut prendre la forme, toutes conditions étant par ailleurs remplies, de versements de sommes d'argent, de dons en nature, de versements de cotisations, de l'abandon de revenus ou de produits ou de la renonciation aux remboursements de frais engagés par les bénévoles dans le cadre de leur activité (sous réserve de l'absence de contrepartie).

Le mécénat en nature recouvre notamment la remise d'un objet d'art ou de tout autre objet de collection présentant un intérêt artistique ou historique.

Le mécénat de compétence évoqué pour les entreprises n'est pas reconnu en matière de mécénat des particuliers.

b. Parrainage

Le parrainage peut également revêtir les trois mêmes formes (en numéraire, en nature et de compétence). Le parrainage en nature ou de compétence est valorisé au prix commercial des prestations.

Lorsque le parrainage est effectué en numéraire, le bénéficiaire établit une facture relative à la prestation réalisée en contrepartie de la somme versée, avec mention de la TVA.

Lorsque le parrainage est effectué par la remise d'un bien et/ou l'exécution d'une prestation de service, cet acte s'analyse comme un échange. Le cas échéant, le bénéficiaire émet une facture d'un montant égal à celui du bien ou de la prestation fournie avec mention de la TVA au taux d'une opération publicitaire et l'entreprise partenaire émet une facture au titre de la fourniture du bien ou du service au taux de TVA qui lui est propre.

Une entreprise ne peut être à la fois parraineur et mécène d'un même projet.

3. **Éligibilité** au mécénat

a. Régime fiscal du mécénat

Fiscalement, ses modalités et son champ d'application sont définis :

- pour le mécénat des entreprises :
par les articles 238 bis, 238 bis-0A, 238 bis-0 AB et 238 bis AB du Code Général des Impôts (CGI) ;
- pour le mécénat des particuliers :
par les articles 200, 795 et 885-0 V bis A du CGI.

Le don consenti à un organisme éligible au mécénat n'est pas déductible fiscalement dès lors qu'il ouvre droit à réduction d'impôt, à l'exception du dispositif prévu à l'article 238 bis AB du CGI en faveur des entreprises, pour lequel le prix d'acquisition de l'œuvre constitue une charge fiscalement déductible.

Pour le mécénat des particuliers, l'organisme doit délivrer un justificatif au donateur (reçu fiscal) comportant toutes les mentions figurant sur le modèle de reçu fixé par arrêté du 26 juin 2008.

Pour le mécénat des entreprises, la délivrance de ce « reçu fiscal » est facultative. Il appartient toutefois à l'entreprise d'apporter la preuve qu'elle a effectué un don qui satisfait aux conditions prévues à l'article 238 bis du CGI.

b. Le cas des personnes physiques

Les personnes physiques (artistes, par exemple) ne peuvent bénéficier de dons ouvrant droit à avantage fiscal, ni de la part d'entreprises ni de particuliers. Néanmoins, ils peuvent recevoir des subventions (bourses, prix) de fondations ou de fonds de dotation.

c. Principaux organismes susceptibles de bénéficier du mécénat dans le domaine culturel

Sous réserve de vérification au cas par cas, peuvent être éligibles au régime fiscal du mécénat :

- L'État, les collectivités locales et leurs établissements publics,
- Les organismes d'intérêt général¹ ayant un caractère culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique ou à la diffusion de la culture, de la langue ou des connaissances scientifiques françaises (en particulier les associations « loi 1901 », fondations et associations reconnues d'utilité publique, fondations d'entreprises),
- Les fondations et associations reconnues d'utilité publique qui peuvent recevoir des dons et versements pour le compte des organismes visés ci-dessus,
- Les fonds de dotation,
- Les musées de France (au sens de la loi n°2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France),
- La Fondation du patrimoine ou les fondations ou associations reconnues d'utilité publique et agréées, en vue de subventionner les travaux de conservation, de restauration ou d'accessibilité des immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques,
- Les organismes dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale la diffusion du spectacle vivant ou l'organisation d'expositions d'art contemporain (à l'exclusion des organismes constitués en sociétés, exception faite, pour le mécénat des entreprises mentionné à l'article 238 bis e du CGI, des sociétés de capitaux dont le capital est entièrement public),

¹ La condition d'intérêt général implique que l'activité de l'œuvre ou de l'organisme ne soit pas lucrative, que sa gestion soit désintéressée et que son fonctionnement ne profite pas à un cercle restreint de personnes. La réalisation d'activités lucratives accessoires, susceptibles d'être sectorisées, ne s'oppose pas à ce que le secteur non lucratif prépondérant puisse être financé par le mécénat.

- Les établissements d'enseignement supérieur, de recherche ou d'enseignement artistique, publics ou privés agréés, d'intérêt général à but non lucratif,
- Certains organismes agréés dont le siège est situé dans un État membre de la Communauté Européenne ou dans un État partie à l'Espace économique européen ayant conclu avec la France une convention fiscale contenant une clause d'assistance administrative en vue de lutter contre la fraude ou l'évasion fiscale.

Les organismes dont l'activité consiste à collecter des fonds au profit d'un tiers ne sont pas éligibles au régime fiscal du mécénat. Cela étant, les versements effectués auprès de l'organisme collecteur peuvent ouvrir droit aux avantages fiscaux prévus aux articles 200, 238 bis et 885-0 V bis A du CGI lorsque l'organisme bénéficiaire du don est lui-même éligible et à la condition que le don reste individualisé dans un compte spécial jusqu'à sa remise effective au bénéficiaire final. Le reçu fiscal doit être délivré par cet organisme bénéficiaire final.

d. Restriction concernant les fonds de dotation

Le MCC souligne que la vocation d'un fonds de dotation est d'attirer des fonds privés et qu'aucun moyen public, de quelque nature qu'il soit, ne peut lui être apporté.

Il peut être dérogé à cette interdiction, à titre exceptionnel, pour une œuvre ou un programme d'actions déterminé, au regard de son importance ou de sa particularité. Les dérogations sont accordées par arrêté conjoint des ministres chargés de l'économie et du budget.

e. Dons levés par des plateformes de financement participatif

Les dons levés par des plateformes de financement participatif sur internet ouvrent droit aux avantages fiscaux du mécénat sous réserve de l'éligibilité des organismes bénéficiaires selon les conditions décrites à l'article 3a ci-dessus.

Il est rappelé que le statut protecteur « d'intermédiaire en financement participatif » créé pour les plateformes de prêt par l'ordonnance n° 2014-559 du 30 mai 2014 relative au financement participatif est utilisable par les plateformes de dons qui le souhaitent.

f. Rescrit fiscal et sanctions applicables (pour les opérations de mécénat uniquement)

En principe, l'organisme bénéficiaire du don doit apprécier, au regard des dispositions légales, s'il remplit ou non les conditions d'éligibilité au régime fiscal du mécénat.

La délivrance de « reçus dons aux œuvres » relève donc de sa seule responsabilité.

Cela étant, pour sécuriser juridiquement le dispositif applicable en matière de dons, l'article L. 80 C du livre des procédures fiscales (LPF) a instauré une procédure de rescrit fiscal dont les modalités pratiques sont mentionnées aux articles R*80 C-1 à R*80 C-4 du LPF précité. Cette procédure permet aux organismes d'intérêt général de s'assurer auprès de la Direction des finances publiques du département où leur siège est établi, préalablement à la délivrance de reçus fiscaux, qu'elles relèvent bien de l'une des catégories mentionnées aux articles 200 ou 238 bis du CGI.

L'avis donné par l'administration, de par son caractère opposable, constitue une garantie pour le mécène comme pour le bénéficiaire, sous réserve que la situation réelle de l'organisme soit identique à celle exposée dans la demande.

Par ailleurs, l'article L. 80 CB du LPF ouvre aux organismes de bonne foi, non satisfaits de la première réponse de l'administration, la possibilité de solliciter un second examen de leur demande, à la condition de ne pas invoquer d'éléments nouveaux.

Enfin, si les reçus fiscaux n'ont pas été délivrés en conformité avec les dispositions légales, les organismes sont passibles d'une amende égale à 25 % des sommes indûment mentionnées sur les reçus, conformément aux dispositions de l'article 1740 A du CGI.

En outre, l'article 1378 octies du CGI prévoit une procédure de suspension du bénéfice des avantages fiscaux pour les dons effectués au profit de certains organismes, lorsque le contrôle de leurs comptes par la Cour des comptes révèle une non-conformité entre les objectifs poursuivis et les dépenses engagées ou en cas de refus de certification des comptes par un commissaire aux comptes.

4. Le devoir de transparence des organismes bénéficiaires

Les associations et fondations doivent assurer, dans des conditions déterminées par décret en Conseil d'État, la publicité par tous moyens et la certification de leurs comptes annuels au-dessus d'un montant de subventions publiques et/ou de dons ouvrant droit à avantage fiscal de 153 000 euros par an. Cette disposition étend une obligation de tenue d'une comptabilité pour ces organismes.

Les fonds de dotation doivent adresser chaque année à l'autorité administrative, qui s'assure de la régularité de leur fonctionnement, un rapport d'activité auquel sont joints les comptes annuels, et, le cas échéant, le rapport du commissaire aux comptes.

Tous les organismes publics et privés bénéficiaires de mécénat s'engagent par ailleurs à tenir à la disposition de leur autorité de tutelle ou des membres de leur Conseil d'administration qui en feraient la demande le détail des contreparties obtenues par tout mécène, dans le respect des clauses de confidentialité auxquelles l'organisme bénéficiaire aurait accepté de souscrire à la demande de ses partenaires.

Conformément à l'article L. 111-8 du code des juridictions financières, la Cour des comptes peut contrôler la conformité des dépenses engagées par un organisme faisant appel à la générosité publique aux objectifs poursuivis par l'appel à la générosité publique ainsi que la conformité entre les objectifs d'un organisme bénéficiant de dons ouvrant droit à un avantage fiscal et les dépenses financées par ces dons, lorsque le montant annuel de ceux-ci excède le seuil de 153 000 euros.

Lorsque, à l'issue du contrôle, la Cour des comptes constate la non-conformité des dépenses engagées aux objectifs poursuivis par l'appel à la générosité publique ou la non-conformité des dépenses financées par les dons ouvrant droit à un avantage fiscal aux objectifs de l'organisme, elle assortit son rapport d'une déclaration explicite en ce sens. Lorsque le ministre chargé du budget reçoit de la Cour des comptes ladite déclaration, il peut suspendre de tout avantage fiscal les dons, legs et versements effectués au profit de cet organisme en application de l'article 1378 octies du CGI.

5. **Formalisation** des engagements au titre du mécénat

Il est recommandé à tout organisme bénéficiaire de mécénat de signer, avec chacun de ses mécènes, une convention fixant les engagements réciproques des parties (objet de la convention, nature et montant du don, modalités du règlement, contreparties, le cas échéant, accordées, clairement définies et valorisées, communication, droits photographiques, résiliation, durée, litiges, élection de domicile...). La convention de mécénat doit être signée par l'autorité responsable de l'organisme bénéficiaire et dans le cas d'un organisme doté d'un conseil d'administration, dans les conditions prévues par ses statuts ou par le décret statutaire de l'établissement.

6. **Affectation** des contributions

L'organisme bénéficiaire d'un mécénat s'engage à utiliser l'intégralité de la contribution apportée par son partenaire dans le respect des clauses de la convention signée avec ce dernier. La convention doit ainsi également préciser que, si le don n'est pas intégralement utilisé dans le cadre de l'opération objet de la convention, le reliquat doit être affecté à d'autres actions culturelles menées par l'organisme bénéficiaire et éligibles au dispositif fiscal du mécénat.

7. **Exclusivité**

Sauf accord entre les parties, aucune exclusivité ne peut être réservée à une entreprise ou fondation mécène par un organisme bénéficiaire de mécénat.

8. Contreparties

Le mécénat suppose qu'un don, quelle que soit sa forme (versement en numéraire, remise d'un bien, prestation de service ou mise à disposition de personnels), procède d'une intention libérale de la part du donateur. En principe, l'organisme bénéficiaire ne doit accorder aucune contrepartie au donateur à raison du don effectué.

Toutefois, l'association du nom de l'entreprise mécène aux opérations réalisées par l'organisme bénéficiaire ne remet pas en cause l'intention libérale caractérisant le mécénat. Cette opportunité n'a toutefois pas vocation à admettre dans le cadre du mécénat les prestations publicitaires réalisées par les organismes bénéficiaires et qui relèvent des dispositions relatives au parrainage.

Toutes les contreparties matérielles et immatérielles doivent être identifiées dans le cadre de la convention de mécénat, y compris l'apposition du nom ou de la marque commerciale de l'entreprise mécène ou encore le nom ou le logotype de sa fondation, sur tout support d'information ou de communication.

Les contreparties matérielles sont valorisées au prix commercial pratiqué au public.

En conséquence, la valorisation des contreparties accordées par l'organisme devra être effectuée à la valeur pour laquelle elles auraient été commercialisées.

Le bénéfice du mécénat ne sera remis en cause que s'il n'existe pas une disproportion marquée entre les sommes données et la valorisation des contreparties rendues par l'organisme bénéficiaire des dons.

Dans un souci de traitement équitable de leurs partenaires et de transparence, il est recommandé aux organismes bénéficiaires d'établir un barème de la valeur des contreparties proposées aux mécènes, et de l'actualiser. Dans le cas d'organismes régis par un conseil d'administration, il est préconisé que ce barème soit préalablement approuvé par celui-ci.

Recommandations du ministère de la Culture et de la Communication

Selon une pratique communément admise et en vigueur dans le secteur culturel, l'éligibilité des versements des entreprises au bénéfice de l'avantage fiscal n'est pas remise en cause si la valeur des contreparties matérielles et immatérielles ne dépasse pas 25% du montant du don (ou 5% dans le cas d'un mécénat en faveur de l'acquisition, pour une collection publique, d'un trésor national ou d'une œuvre d'intérêt patrimonial majeur).

Toutes les contreparties matérielles et immatérielles sont dûment valorisées, y compris l'apposition du nom ou de la marque commerciale de l'entreprise mécène ou encore le nom ou le logotype de sa fondation, sur tout support d'information ou de communication.

Le ministère de la Culture et de la Communication recommande que la valorisation de cette dernière contrepartie soit déterminée à un niveau forfaitaire (en valeur absolue) et ne dépasse pas en tout état de cause 10% du montant du don, l'organisme bénéficiaire devant cependant veiller à ce que l'octroi d'autres contreparties à caractère matériel (billetterie, mise à disposition d'espaces...) ne se fasse pas au détriment de l'exercice de ses missions d'intérêt général. Pour les particuliers la valeur des contreparties ne doit pas excéder 25% du montant du don mais est plafonnée à un montant fixé par l'administration fiscale (65 euros actuellement).

9. **Transparence et confidentialité** dans les relations avec le partenaire

Dans le respect des principes développés ci-dessus, l'organisme bénéficiaire et le partenaire s'accordent sur la nature et la forme de la communication développée autour du projet faisant l'objet du partenariat. Le mécène s'engage à soumettre à l'organisme bénéficiaire pour validation expresse et préalable toute forme et tout support de communication concernant l'opération.

L'organisme bénéficiaire s'engage à respecter la confidentialité, sous réserve des obligations légales, réglementaires et comptables, de tous les documents et informations échangés avec ses partenaires dans la préparation ou l'exécution d'une convention.

L'organisme bénéficiaire garantit au partenaire une transparence totale sur le déroulement du projet et sur l'utilisation qui sera faite de sa contribution.

10. **Spécificité** des relations avec le mécène

Le MCC recommande aux organismes bénéficiaires de veiller tout particulièrement à valoriser l'engagement de leur mécène dans toutes les actions de communication relatives aux projets soutenus, et notamment dans les relations avec la presse et les médias.

Au delà des engagements pris à cet égard par l'organisme bénéficiaire dans le cadre de conventions relatives à des projets spécifiques, la relation avec le mécène doit refléter le caractère de libéralité attaché à la notion de mécénat.

Il est rappelé que la valorisation de l'engagement du mécène ne doit pas s'apparenter à une prestation de publicité.

11. Restrictions relatives à la nature ou à la situation des partenaires et conflits d'intérêt

a. Législation sur la publicité du tabac et des alcools

L'organisme bénéficiaire veillera à ce qu'aucune action de mécénat ne se trouve en contradiction avec les lois en vigueur en France, et en particulier avec la législation sur la publicité du tabac et des alcools.

Le mécénat pour un fabricant de tabac est interdit dès lors que la marque de produits tabagiques est portée à la connaissance du public. En revanche, le nom de l'entreprise mécène, dès lors qu'il n'évoque pas une marque de tabac, peut être porté à la connaissance du public.

Les producteurs ou distributeurs de boissons alcooliques peuvent organiser des opérations de mécénat. Dans ce cas, le nom – et non une marque commerciale – de l'entreprise mécène, peut figurer sur les différents supports de communication.

b. Organisations politiques et syndicales

De même, il est recommandé à l'organisme bénéficiaire de mécénat de n'établir aucun accord avec des organisations politiques ou syndicales françaises ou étrangères.

c. Organisations à caractère religieux

Pour toute convention de mécénat avec des organisations à caractère religieux, il est recommandé que l'organisme bénéficiaire s'engage à faire en sorte qu'aucune des contreparties qu'il serait amené à accorder ne puisse heurter la sensibilité personnelle de ses visiteurs ou de ses agents, et que ce contrat ne puisse être assimilé en aucune manière à une démarche de prosélytisme.

d. Situation fiscale, sociale et commerciale des partenaires

Le mécénat pouvant générer des avantages fiscaux, le MCC recommande de refuser la conclusion de toute convention de mécénat avec une personne physique ou morale pour laquelle un doute raisonnable existerait quant à la régularité de sa situation relative aux droits fiscal, social, commercial et de la concurrence ainsi qu'au droit pénal. Dans le doute, l'organisme bénéficiaire se doit de saisir les services du MCC.

e. Réputation et légalité des activités des partenaires

D'une manière plus générale, le mécénat reposant sur le principe d'une association d'images institutionnelles entre deux partenaires, l'organisme bénéficiaire prend l'engagement :

- de rechercher si nécessaire toute information susceptible de l'éclairer quant à la nature précise des activités d'un partenaire potentiel et quant à la manière dont ce dernier est perçu par le milieu où il exerce habituellement ses activités;
- de ne pas passer d'accord de mécénat avec des partenaires dont les investigations ci-dessus auraient démontré qu'il subsisterait un doute réel quant à la légalité des activités exercées, ou qu'une association d'image avec lui puisse être préjudiciable à l'image de l'organisme bénéficiaire.

f. Incompatibilités

Dans le cadre d'une opération de mécénat, l'entreprise mécène ne peut en aucun cas exercer une activité commerciale de vente de produits ou de services à l'occasion d'une mise à disposition d'espaces.

De même, l'organisme bénéficiaire n'autorisera aucune activité artistique dans le cadre d'une mise à disposition d'espaces, si celle-ci lui semble incompatible avec l'objet social de l'organisme bénéficiaire ou avec son image.

g. Impartialité de l'organisme bénéficiaire

L'organisme bénéficiaire doit mettre tout en œuvre pour éviter qu'un mécène qui serait en passe de devenir son fournisseur ou son prestataire soit avantagé par rapport à d'autres opérateurs dans une procédure de mise en concurrence. De la même manière, pour certains projets particulièrement sensibles (par exemple, la mise en place d'un schéma de sécurité des œuvres de musée), l'organisme bénéficiaire se réserve la possibilité de refuser le mécénat d'entreprises dont l'activité serait susceptible de laisser planer un doute quant à l'impartialité du choix des fournisseurs.

Dans un esprit voisin, l'organisme bénéficiaire se réserve la possibilité de ne pas accepter le mécénat d'une entreprise qui participerait (ou aurait participé récemment) à une mise en concurrence préalable à la passation d'un marché public, que l'objet du mécénat éventuel ait un lien direct ou non avec l'objet du marché.

De même, l'organisme bénéficiaire se réserve la possibilité de ne pas recevoir du mécénat de la part d'entreprises opératrices sur le marché des œuvres d'art, de telle sorte que ne puisse jamais être mise en doute l'intégrité des transactions que l'organisme bénéficiaire pourrait être amené à conduire avec elles dans le cadre de sa politique d'acquisition d'œuvres d'art.

h. Relations entre personnels et partenaires

Conformément aux textes applicables à la fonction publique pour les agents titulaires ou non titulaires, il est rappelé que l'organisme bénéficiaire veille tout particulièrement à ce que ses agents n'entretiennent avec les mécènes aucun rapport susceptible de les conduire à méconnaître leurs obligations de discrétion, de probité et de neutralité.

Ainsi les agents de l'organisme bénéficiaire ne doivent en aucun cas accepter d'un mécène des cadeaux ou libéralités ayant pour but de favoriser leurs relations avec l'organisme bénéficiaire, ou pour les agents d'en tirer un avantage ou un profit personnel.

Toutefois un organisme bénéficiaire peut être amené à facturer à son partenaire les heures supplémentaires dues à ses personnels pour l'organisation et le déroulement de manifestations prévues dans le cadre de la convention liant les deux parties. Ce type de prestations ainsi que les frais techniques afférents à l'organisation de ces manifestations doivent en règle générale faire l'objet de conventions spécifiques.

Les personnels concernés ne peuvent être mobilisés que sur la base du volontariat et ne pourraient être contraints à participer à un événement de relations publiques organisé par un mécène dont, pour des raisons personnelles, ils désapprouveraient les buts et missions.

12. Risque d'abus de bien social

Dans ses rapports avec les entreprises, l'organisme bénéficiaire prend toutes les dispositions possibles pour qu'à aucun moment ne puisse lui être reproché le fait d'avoir contribué à un abus de bien social, c'est à dire à un acte contraire ou sans rapport avec « l'intérêt de l'entreprise » avec laquelle il s'associe.

En conséquence, il s'assure que toute relation contractuelle avec une entreprise partenaire s'inscrira :

- soit dans le cadre du mécénat d'entreprise, donnant lieu à avantage fiscal selon les modalités définies aux articles 238 bis et 238 bis-0 AB du CGI, ainsi qu'à des contreparties d'image quantitativement limitées ;
- soit dans le cadre du parrainage, c'est à dire d'une dépense réalisée par l'entreprise en vue d'en tirer un bénéfice direct.

Dans le cas d'une opération de mécénat d'entreprise ou de fondation, la personne morale qui signe la convention et effectue le don à l'organisme bénéficiaire est seule bénéficiaire des contreparties octroyées.

Ainsi par exemple, l'organisme bénéficiaire veille à ce que la dénomination qu'il choisit de faire figurer sur des supports pérennes (cartel d'une œuvre, inscription sur une plaque, ...) ou temporaires (affiches, programmes d'information, dossiers de presse, bannières, ...) est bien celle de la personne morale qui lui verse les fonds, représentée par sa raison sociale, son logo, ou toute autre appellation notoirement représentative de l'identité de l'entreprise ou de son activité industrielle ou commerciale.

Les conditions détaillées de l'exercice de cette pratique de citation font l'objet de négociations à chaque fois particulières, mais toujours encadrées par des principes généraux d'octroi de contreparties validées par l'autorité responsable de l'organisme bénéficiaire.

13. Indépendance artistique et intellectuelle

L'organisme bénéficiaire est maître de son projet artistique, culturel, et intellectuel.

Une entreprise ou un particulier qui apporterait son soutien à un projet culturel dans le cadre d'une opération de mécénat ne saurait exiger d'intervenir sur le contenu artistique et intellectuel de ce projet.

14. Respect des **bâtiments, des œuvres et des personnes**

L'organisme bénéficiaire veillera à ce que les contreparties qu'il pourra être amené à accorder dans le cadre d'un accord de mécénat ne puissent en aucune manière mettre en péril la sécurité des bâtiments, des œuvres, de son personnel et des usagers.

15. Respect de **l'image de l'organisme**

L'organisme bénéficiaire s'engage à ne pas s'associer avec une entreprise, une fondation ou un particulier susceptible de nuire à son image.

L'organisme bénéficiaire veille à ce que l'utilisation de son nom par les entreprises et fondations, dans le cadre de leur politique de communication, ne porte pas atteinte à son image ou sa réputation.

16. Respect de la **propriété littéraire et artistique**

L'organisme bénéficiaire est particulièrement attentif au respect des textes réglementant la propriété littéraire et artistique dans les engagements pris avec le mécène, notamment en matière de diffusion et de communication.

Si l'opération soutenue par un mécène inclut une création artistique ou littéraire, le titulaire des droits d'auteur doit être clairement identifié.

17. **Appellation** d'espaces

L'organisme bénéficiaire s'interdit de débaptiser un espace dont l'appellation serait « consacrée par l'histoire » pour lui donner le nom d'une entreprise ou d'un donateur individuel en remerciement d'un acte de mécénat particulièrement important.

Si un espace n'a pas d'appellation historique, l'autorité responsable de l'organisme bénéficiaire peut cependant donner à un espace le nom d'un donateur en remerciement d'un acte de mécénat particulièrement important, et ce pour une durée nécessairement limitée dans le temps.

18. **Accessibilité** des espaces

L'organisme bénéficiaire veille à ce que les contreparties qu'il est amené à accorder à une entreprise dans le cadre d'un accord de mécénat n'entravent en aucun cas l'accès du public.

Si cet accès devait néanmoins être temporairement perturbé ou interrompu, l'organisme bénéficiaire s'engage à déployer tous les moyens nécessaires pour informer le public sur la nature et la durée des restrictions d'accès.

19. **Gêne** visuelle ou sonore

Si, dans le cadre d'une opération de mécénat, l'organisme bénéficiaire était amené à accepter une contrepartie entraînant une gêne visuelle ou sonore conséquente pour son voisinage immédiat, l'organisme bénéficiaire s'engage :

- à tout faire pour en limiter la portée au maximum ;
- à en informer au préalable les instances représentatives du dit voisinage ;
- à mettre en œuvre les moyens d'information nécessaires quant à la nature et la durée de la gêne occasionnée.

20. **Recours à des prestataires extérieurs** dans la recherche de mécènes

Conformément à sa propre pratique, le MCC recommande aux organismes culturels faisant appel à des prestataires extérieurs pour la recherche de mécènes, de régler les prestations de ceux-ci de manière forfaitaire, sur la base d'un cahier des charges détaillé, en ouvrant la possibilité d'un intéressement aux résultats dans le seul cas où les objectifs fixés au prestataire seraient dépassés.

21. Application de la charte

L'ensemble des organismes culturels sous tutelle du MCC, ainsi que les organismes territoriaux et les structures de droit privé bénéficiant du soutien du MCC et les organismes de droit privé à la gouvernance desquels le MCC est associé appliquent la présente charte dont le respect est suivi par le Secrétariat général du MCC (sous-direction des affaires juridiques et mission du mécénat), en liaison avec les directions régionales des affaires culturelles.

Tout acteur du développement du mécénat culturel peut par ailleurs décider d'adhérer à la présente charte.

Paris, le 1^{er} décembre 2014