

La baisse des financements publics, les tensions économiques et la prise en compte du développement durable par les entreprises sont autant de raisons d'orienter le créateur vers un concours à la création et/ou de l'éclairer sur le fonctionnement du mécénat. Dans les deux cas, ses qualités personnelles et son savoir-faire sont essentiels.

Point sur ce qu'il ne faut pas omettre dans le conseil à ce stade ●●●●●

MÉCÉNAT ET CONCOURS À LA CRÉATION : COMMENT S'Y PRENDRE ?

Outils et Ressources

mécénat : un soutien fortement réglementé

► Qu'est-ce que le mécénat ?

L'arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière définit le mécénat comme « le soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général ». Si les notions centrales de cette définition - soutien, absence de contreparties et intérêt général - conservent toute leur valeur, le développement du mécénat en France doit beaucoup aux mesures incitatives apportées par la loi du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, et à ses avancées successives.

Le mécénat se traduit par le versement d'un don (en numéraire, en nature ou en compétence) à un organisme pour soutenir une œuvre d'intérêt général. Si le bénéficiaire est éligible au mécénat déductible, le don ouvre droit, pour les donateurs, à des avantages fiscaux. Par ailleurs, l'entreprise donatrice peut maintenant bénéficier de certaines contreparties en communication et relations publiques, **Pour le mécénat des particuliers, les contreparties, strictement limitées, sont symboliques !**

Ce soutien matériel qui implique tout apport financier et/ou en nature (produit, services, main-d'œuvre) suppose, en effet, qu'une « disproportion marquée » entre les sommes données et la valorisation en termes d'image ou de

ventes soit assurée. La structure qui apporte son soutien n'attend pas, en retour, de contrepartie équivalente.

➔ Source : www.associations.gouv.fr et <http://doc.impots.gouv.fr>

à savoir

Le mécénat doit être clairement distingué du parrainage, terme assimilable à l'anglais *sponsoring*. Les dépenses engagées dans le cadre d'opérations de parrainage sont destinées à promouvoir l'image de marque, les produits et les services de l'entreprise. Le parrainage répond donc à une démarche commerciale explicitement calculée et raisonnée, sa retombée doit être quantifiable et proportionnée à l'investissement initial.

► Quel type de mécénat ?

Le mécénat peut être financier, mais il peut aussi prendre la forme de dons en nature ou de mise à disposition de compétences professionnelles du personnel. On parle alors de mécénat en nature, mécénat technologique, mécénat de compétences (un collaborateur de l'entreprise mécène apporte une partie de son savoir et de son temps au bénéficiaire), partenariat média (une agence de com-

munication réalise la maquette du journal de l'association, un imprimeur reproduit ce journal en 1 000 exemplaires).

On parle encore de mécénat sans contrepartie directe (mais de contrepartie d'image) lorsque le nom du mécène figure sur les opérations réalisées par l'organisme ayant bénéficié du don, quels que soient le support et la forme, à l'exception de tout message publicitaire.

➔ Source : <http://crd.irma.asso.fr>

FOCUS

... sur musique et mécénat

Les entreprises peuvent désormais admettre en déduction les sommes correspondant au prix d'acquisition d'instruments de musique.

Pour bénéficier de la déduction, l'entreprise doit s'engager à prêter ces instruments à titre gratuit aux interprètes qui en font la demande.

Pour en savoir +

Consulter « Associations culturelles et mécénat d'entreprise - Comment aborder la recherche de partenariats privés » CNAR OPALE 2008

@ www.bretagne-mecenat.fr

FOCUS

... sur RSE et développement durable

■ L'application au monde de l'entreprise du développement durable est la RSE : responsabilité sociale des entreprises ou responsabilité sociétale des entreprises.

Elle affirme la responsabilité des entreprises, au-delà de la recherche de croissance et de rentabilité, dans les domaines suivants : environnement, pratiques commerciales, développement local, citoyenneté, gouvernance et ressources humaines. Elle affiche des préoccupations à l'égard des salariés, actionnaires, clients, fournisseurs et de la société civile dont les ONG sont les porte-parole.

■ « Le rôle civique que l'entreprise se doit d'honorer dans son environnement n'échappe plus à personne. De nos jours, il est donc devenu nécessaire et légitime pour l'entreprise de s'intéresser aux problèmes de la cité. Les entreprises auxquelles vous êtes fidèles apportent-elles une réelle contribution à notre société, à notre environnement ? Vérifiez-le ! » : c'est ce qu'on peut lire sur la page d'accueil du site « Entreprise citoyenne » @ www.entreprise-citoyenne.com

■ De son côté, l'Observatoire sur la responsabilité sociétale des entreprises souhaite créer un site internet dédié à la valorisation des pratiques sociales innovantes autour de 7 thématiques : égalité professionnelle, seniors, intégration des jeunes, handicap, santé, conditions de travail, employabilité. Ce site permettra d'identifier les meilleures pratiques en la matière. @ www.orse.org
☎ 01 56 79 35 00

■ Novethic est un centre de ressources sur la responsabilité sociétale des entreprises. Créée en 2001, c'est une filiale de la Caisse des dépôts qui s'adresse aux investisseurs, aux entreprises, aux associations et aux ONG. On y trouve de nombreuses références dont un article sur le mécénat environnemental.

➔ Source : www.novethic.fr

■ Enfin, une mission mécénat d'entreprise du ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de la Mer accompagne les porteurs de projets dans leur démarche de mécénat. Des correspondants sont présents sur tout le territoire national.
@ www.developpement-durable.gouv.fr

► L'éligibilité au mécénat

Avant de s'engager dans une démarche de recherche de mécénat, il convient de vérifier que l'organisme est éligible au mécénat ouvrant droit, pour le donateur, à un avantage fiscal.

à savoir

Les personnes physiques (artistes, par exemple) ne peuvent bénéficier du mécénat en régie directe des entreprises ni du mécénat des particuliers. Néanmoins, elles peuvent recevoir des subventions de fondations d'entreprises ou de fondations reconnues d'utilité publique.

COMMENT FAIRE ? ... pour vérifier si une structure est éligible

1. Vérifier si le bénéficiaire potentiel est un organisme d'intérêt général

Cette condition est remplie si :

- L'activité est non lucrative, c'est-à-dire non concurrentielle. Il est important de noter que l'assujettissement de l'activité à la TVA et autres impôts commerciaux exclut du champ de l'éligibilité au mécénat les structures culturelles autres que celles ayant pour objet de présenter au public des œuvres de spectacle vivant et d'organiser des expositions d'art contemporain.

Toutefois, l'activité d'un organisme peut être « sectorisée ». Dans ce cas, les activités non assujetties à la TVA peuvent être compatibles avec des actions de mécénat.

Il convient de souligner enfin que ne sont pas éligibles au mécénat les organismes constitués en sociétés telles que SA, SCOP, SARL, etc., qui sont des organismes à but lucratif (au sens fiscal du terme).

- La gestion est désintéressée.

- L'activité ne profite pas à un cercle restreint de personnes.

Sur les critères d'appréciation du caractère non lucratif et de la gestion désintéressée d'un organisme sans but lucratif (notamment une association loi 1901) et sur la sectorisation des activités, il faut se référer à l'instruction fiscale 4 H-5-06 n° 208 du 18 décembre 2006.

2. Mesurer si l'œuvre ou la manifestation est bien d'intérêt général

Cette condition est remplie si, selon l'article 39-1 7° du CGI (Code général des impôts), ces manifestations ou œuvres sont « de caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social,

humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises, lorsqu'elles sont exposées dans l'intérêt direct de l'exploitation ».

3. S'assurer qu'un organisme peut bénéficier du mécénat déductible

- En principe, ce sont les organismes recevant des dons qui apprécient s'ils remplissent ou non les conditions pour bénéficier de dons de particuliers. Le système est purement déclaratif. La délivrance de « reçus dons aux œuvres » relève donc de leur seule responsabilité. Ce n'est que dans le cadre d'un contrôle fiscal que les services fiscaux détermineront si le reçu a été émis à bon droit. Dans le cas où un organisme a délivré à tort un reçu, il encourt une amende égale à 25 % du montant du don. En revanche, le contribuable de bonne foi ne voit pas sa réduction d'impôt remise en cause.

- Aux termes de la loi du 1^{er} août 2003, un organisme peut cependant demander, s'il le souhaite, à la direction des services fiscaux du département où son siège social est établi, s'il relève bien des catégories bénéficiant du mécénat. Cette demande de « rescrit fiscal » doit être formulée par écrit, en fournissant tous éléments utiles pour apprécier l'activité de l'organisme. Les modalités en sont définies par l'instruction fiscale 13 L-5-04 n° 164 du 19 octobre 2004. Un formulaire est disponible. Cette disposition vise à assurer aux organismes d'intérêt général ainsi qu'aux donateurs une plus grande sécurité juridique.

Voir aussi à ce sujet : BOI 5 B-27-05, n° 168 du 13 octobre 2005

► Le devoir de transparence des organismes bénéficiaires

Les organismes bénéficiaires de dons de personnes physiques ou morales 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 dons de 153 000 € par an. Cette disposition étend une obligation de tenue d'une comptabilité non seulement pour toutes les associations et fondations, mais aussi pour tout organisme public.

à savoir

Les collectivités territoriales jouent un rôle majeur en matière de soutien à la culture. Les entreprises sont en contact régulier avec ces collectivités. Il y aura donc un grand intérêt à associer les collectivités à une démarche locale de mécénat. Elles sont par ailleurs éligibles au mécénat.

La Cour des comptes est désormais en charge de l'exercice des contrôles.

En cas de doute, vérifiez auprès de l'administration fiscale que l'organisme peut recevoir des dons éligibles aux réductions d'impôt et émettre des reçus fiscaux !

Pour en savoir +

@ www.mecenat.culture.gouv.fr
et sur le site @ www.impots.gouv.fr,
rubrique « contacts » : les coordonnées des « correspondants associations » des services fiscaux (finances publiques) par département pour des réponses opposables aux questions posées.

► Mécénat et fiscalité

Les avantages fiscaux du mécénat encouragent l'appel aux entreprises locales pour soutenir les projets associatifs.

L'éventail des professionnels concernés est large : des commerces de proximité aux artisans, aux supermarchés et aux PME locales ou régionales, qu'elles soient industrielles, commerciales ou de services, sans oublier bien sûr les partenaires « habituels » que sont les compagnies d'assurances ou les banques.

à savoir

Au plan comptable, les dépenses de mécénat doivent être comptabilisées en charges d'exploitation au compte 6238 « Divers ». La création d'un sous-compte (62381 par exemple) « Dépenses de mécénat » pour bien les distinguer des dépenses de publicité/parrainage est aussi recommandée.

La loi n° 2003-709 du 1^{er} août 2003

Cette loi a modernisé les incitations fiscales au financement privé des activités associatives par la générosité. En effet, tout en renforçant significativement les incitations aux dons des particuliers, cette loi a doublé l'avantage fiscal consenti aux entreprises qui soutiennent des associations d'intérêt général ; une opportunité pour ces dernières de mieux travailler, dans la durée, avec leur environnement économique local.

La loi du 21 août 2007

Depuis le 20 juin 2007 et la loi n° 2007-1223 du 21 août 2007

en faveur du travail, de l'emploi et du pouvoir d'achat, le redevable peut imputer sur l'impôt de solidarité sur la fortune, dans la limite de 50 000 €, 75 % du montant des dons en numéraire et dons en pleine propriété de titres de sociétés admis aux négociations sur un marché réglementé français ou étranger effectués au profit :

- des établissements de recherche ou d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique publics ou privés, d'intérêt général, à but non lucratif ;
- des fondations reconnues d'utilité publique répondant aux conditions fixées au a) du 1 de l'article 200 ;
- des entreprises d'insertion et des entreprises de travail temporaire d'insertion mentionnées aux articles L. 322-4-16-1 et L. 322-4-16-2 du Code du travail ;
- des associations intermédiaires mentionnées à l'article L. 322-4-16-3 du même code ;
- des ateliers et chantiers d'insertion mentionnés à l'article L. 322-4-16-8 du même code ;
- des entreprises adaptées mentionnées à l'article L. 323-31 du même code ;
- de l'Agence nationale de la recherche.

➔ Source : <http://crd.irma.asso.fr>

BON À SAVOIR

Ce qu'en dit le Code des impôts

Depuis la loi du 1^{er} août 2003, le dernier alinéa de l'article 238 bis 1 a du Code général des impôts est très clair :

« Ces dispositions s'appliquent même si le nom de l'entreprise versante est associé aux opérations réalisées par ces organismes. » Ainsi, « le bénéficiaire du dispositif en faveur du mécénat ne sera remis en cause que s'il n'existe pas une disproportion marquée entre les sommes données et la valorisation de la « prestation » rendue par l'organisme bénéficiaire des dons » (instruction fiscale 4 C-5-04 n° 51).

► Les règles non écrites

Quels que soient leur motivation ou leur niveau d'engagement dans les projets associatifs, les partenaires sont sensibles aux gestes de valorisation, intégrés dans la communication, sur un support (panneautage d'un stade, nom ou logo du mécène sur des affiches, programmes, plaquette, etc.) ou orale (remerciements au cours d'une manifestation).

En fonction des activités que l'association développe (sportives, culturelles, sociales, humanitaires), elle doit cibler les entreprises les plus proches de ses valeurs, de son public, de son histoire, etc. et donc les plus propices à s'engager sur son projet associatif !

COMMENT FAIRE ? ... pour préparer une convention de mécénat

La convention de mécénat n'est pas obligatoire. En théorie, un simple accord de volonté entre les parties suffit. Il n'existe donc pas de modèle type de convention de mécénat, mais il est vivement conseillé d'établir une convention écrite car l'absence d'écrit entraîne une incertitude quant à la nature et l'étendue des obligations mises à la charge des partenaires.

Certaines clauses sont cependant essentielles même si plusieurs contrats peuvent être impliqués (don manuel, prêt, location, prêt de main-d'œuvre...) dans la convention.

■ Définition des cocontractants

La convention doit déterminer les partenaires et à quel titre ils agissent.

■ Objet de la convention

Il peut être précisé la raison de l'engagement ou les objectifs poursuivis.

■ Définition du projet

Le projet doit être décrit : il peut s'agir d'une exposition, d'une opération humanitaire, d'une manifestation sportive... avec une date limite d'exécution fixée.

■ Obligations du mécène

Lorsque le soutien est financier, il est nécessaire de vérifier que :

- le bénéficiaire a la capacité de recevoir ce don ;
- le mécène a la capacité d'effectuer ce don ;
- le montant total du don et l'échéancier des versements seront mentionnés.

Lorsque le soutien est en nature, plusieurs situations sont envisageables :

- mise à disposition de matériel ;

- mise à disposition de locaux ;
- mise à disposition de personnel.

■ Obligations du bénéficiaire

Il est utile d'indiquer les modalités d'intervention du bénéficiaire aux différentes étapes du projet, ainsi que de définir les contreparties qu'il propose à son mécène.

■ Droits d'auteur

■ Exclusivité ou copartenance

Le mécène peut exiger d'être le partenaire exclusif de l'opération soutenue ou accepter la pluralité des mécènes sous réserve de donner son accord sur leur choix.

Dans le cadre du mécénat, il faudra être prudent quant à cette notion d'exclusivité et son écriture dans la convention, sous peine de voir requalifier le contrat par l'administration fiscale en raison d'une relation quasi commerciale.

Il est essentiel de définir le champ de l'exclusivité.

■ Durée de la convention

La convention peut être prévue pour la préparation de l'opération ou pour une période définie. Le renouvellement de la convention peut être envisagé à une date précise.

■ Assurances

La convention indiquera sur quel partenaire pèse la charge des assurances qui couvrent la responsabilité civile, les biens ou encore le risque d'annulation de la manifestation.

■ Signature

Enfin, les parties doivent signer et dater le contrat qui est fait en autant d'exemplaires que de contractants.

PAROLE D'EXPERT

Le contexte socio-économique mondial a favorisé le développement des relations associations/entreprises en France. Du mécénat à la prestation de services, toutes les formes de partenariats ont connu une croissance importante depuis une dizaine d'années. Quatre parcours complémentaires se distinguent : le mécénat, les pratiques responsables, l'innovation sociétale et la coopération économique.

Historiquement le plus ancien, le parcours mécénat s'est profondément transformé : d'un mécénat philanthropique désincarné, il est devenu mécénat partenarial impliqué. Loin d'une action « coup de cœur » sans lien avec l'entreprise, il s'agit pour elle de définir com-

ment contribuer utilement au bien commun. Son implication, pour être légitime, doit s'incarner dans le prolongement de son activité et de ses valeurs.

La relation entre l'association et l'entreprise doit être équilibrée. L'engagement n'est pas un acte « gratuit », et l'entreprise doit pouvoir le valoriser. Mobiliser ses collaborateurs autour d'un projet partagé, favoriser l'ancrage territorial, renforcer le dialogue avec ses clients, contribuer à l'innovation... autant de pistes pour faire du mécénat une relation à forte valeur ajoutée partagée.

*Charles-Benoît HEIDSIECK
Président-fondateur
de l'association Le RAMEAU*

► La résiliation d'une convention

Le mécène peut se réserver le droit de contrôler à tout moment la bonne exécution du contrat.

Résiliation

Deux situations peuvent entraîner sa résiliation :

- le non-respect de ses engagements par l'une des parties ;
- la cessation d'activités de l'une des deux parties.

Il faut alors prévoir le sort des obligations réciproques, le rembour-

sement des sommes versées, les dommages et intérêts éventuels.

Litige

En cas de litige concernant l'exécution du contrat, une phase de concertation et de médiation peut être envisagée.

Tribunaux compétents

La définition du tribunal compétent se fait en fonction du siège social des parties, de la nature de la convention et du montant de la demande.

📍 Source : ADMICAL www.admical.org

OÙ TROUVER L'INFO ?

■ **ADMICAL** (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial)
16, rue Girardon - 75018 Paris
☎ 01 42 55 20 01

■ **Fondation de France**
Service Conseil en mécénat d'entreprise
40, avenue Hoche - 75008 Paris
☎ 01 44 21 31 00

■ **Fondation du Sport**
40, rue La Pérouse - 75116 Paris
☎ 01 44 17 80 06
@ www.fondationdusport.org

■ **Fondation du Sport Français**
La Fondation du Sport Français (FSF) est née au Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) et a vu le jour en 2011. Elle rassemble le mouvement paralympique, la Fondation Véolia, la Mutuelle des Sportifs et la Fondation Française des Jeux. La FSF se fixe comme mission principale de promouvoir le sport comme vecteur de lien social, afin de soutenir, développer et faciliter :

- L'insertion sociale et professionnelle dans et par le sport.
- La prévention de la santé par le sport.
- La promotion du sport pour les handicapés.
- La prévention de la violence et des incivilités en milieu sportif.
- L'accompagnement et le soutien aux sportifs de haut niveau.
- Les valeurs de l'olympisme sont le support intellectuel et moral de l'Association de Préfiguration de la Fondation du Sport Français.

■ **IMS - Entreprendre pour la Cité**
141, avenue de Clichy
75017 Paris
☎ 01 43 87 52 52
@ www.imsentreprendre.com/

■ **Les « correspondants mécénat »** des DRAC, sont là pour conseiller et orienter. Voir la rubrique « contacts » du site : @ www.culture.gouv.fr

■ **Mission du mécénat**
du ministère de la Culture et de la Communication/délégation au développement et aux affaires internationales
3, rue de Valois - 75001 Paris
☎ 01 40 15 83 97 ou 79 15
⇒ mission-mecenat@culture.gouv.fr

■ **Mission mécénat d'entreprise**
Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de la Mer
Commissariat général au développement durable
Délégation au développement durable
3, place de Fontenoy - 75007 Paris
☎ 01 40 81 34 69
@ www.mecenat.developpement-durable.gouv.fr

■ **Le Rameau**
Le RAMEAU a pour vocation de favoriser la création d'intérêts partagés entre les associations et les entreprises. Passerelle opérationnelle entre ces deux mondes, son double objectif est d'aider les associations à piloter leur projet de développement et d'améliorer l'efficacité des actions sociétales des entreprises.
@ www.lerameau.fr

Les concours de jeunes créateurs : s'engager pour gagner

Ouverts à tous ou à des publics bien précis - femmes, jeunes, entreprises innovantes... -, il en existe de très nombreux, aux niveaux national ou local. L'intérêt principal d'un concours, hormis l'aspect financier, c'est de pouvoir rencontrer des spécialistes, chefs d'entreprises ou investisseurs, recueillir avis et conseils, redé-

L'y engager, c'est assurer au créateur une médiatisation qui peut lui valoir l'intérêt d'un banquier ! finir un marché, préciser un business plan... Autant d'avancées concrètes, qui aident à valider un projet.

Même si tous les concurrents ne sont pas gagnants, chacun d'entre eux pourra tester son projet, soigner son carnet d'adresses et attirer des investisseurs. À condition de respecter quelques principes de base et de mettre toutes les chances de son côté.

Alors, pour bien choisir, il faut éplichter les règlements. Certains concours s'adressent par exem-

Inutile de courir tous les lièvres à la fois ; agricoles, services... les thématiques ne manquent pas. Et pourquoi ne pas l'inviter à commencer par un concours régional, plus accessible ! ple aux candidats accompagnés par un réseau local, incubateur ou pépinière. D'autres décernent des prix dans de nombreuses catégories...
Source : <http://emploi.france5.fr>

FOCUS

... sur Cré@cap 1^{er} concours national de création d'entreprises en produits bio ou éco-responsables (19/10/10)

La Cap, Cap@cités, Agrobio Périgord, Arbio Aquitaine, CCI 24, CMA 24, Conseil général 24, Conseil régional, Innovalis Aquitaine, INPI, IUT Pgx, Institut du goût du Périgord, Lycée agricole du Périgord, Oseo, Périgord Initiatives, Périgord Développement... organisent le concours Cré@cap.

Deux catégories sont récompensées : « Innovation technique ou produit » et « Organisation éco-responsable de l'entreprise ». Une dotation globale de plus de 40 000 € a été partagée entre les deux gagnants pour le concours 2010.

➔ pepiniere.capacites@agallo-perigueux.fr
@ www.creacap.fr

COMMENT FAIRE ? ... pour convaincre mécènes et jurys de concours

Les conseils que vous pouvez donner au créateur

1. Comprendre qui finance quoi et pourquoi

Le simple fait de développer une activité artistique ne suffit plus à justifier d'un appui ou d'un financement. Comme pour les subventions ou les financements européens, il faut connaître les priorités des structures sollicitées et connaître les règles du jeu qui sont les leurs. La démarche de recherche de fonds auprès d'une entreprise est cependant fondamentalement différente de la recherche d'une subvention publique (...). L'entreprise n'est nullement tenue de financer la culture ; si elle le fait, c'est parce qu'elle y trouve un intérêt. Il est donc essentiel de comprendre cet intérêt et d'y adhérer. Les sites internet, les rapports d'activités sont utiles pour cela, de même que la presse économique.

2. Y consacrer le temps nécessaire

Agir un an avant la date de réalisation du projet et ne pas hésiter à rencontrer les chefs d'entreprises de façon informelle dans les cercles qu'ils fréquentent : unions patronales, associations d'entrepreneurs, etc., pour le mécénat.

3. Préparer un bon dossier

Un dossier clair et précis s'impose, quel que soit le destinataire. Il faut l'inciter à le ficeler, comme s'il s'adressait à des investisseurs : la description précise du projet, l'originalité du projet, la cible (public), le rayonnement géographique, l'étude de marché et le plan de financement doivent y figurer. Mais on peut ajouter d'autres éléments, comme une présentation multimédia ou des documents

en annexe (photos, plaquettes, références clients, etc.). Dans le cadre de la recherche de mécénat, la nature des contreparties offertes à l'entreprise (logo de l'entreprise sur les outils de communication du projet culturel, mise à disposition d'un quota d'entrées gratuites pour le personnel, soirée privée, etc.) devra être clairement mentionnée. Dans tous les cas, il faut être capable de s'appuyer sur une approche analytique de l'activité et/ou de sa structure.

4. Séduire ses interlocuteurs

Jury pour un concours, chef d'entreprise pour la recherche de mécénat, cette étape est la plus importante. L'oral d'un concours permet de juger la motivation du candidat, et la communication avec un dirigeant d'entreprise doit déboucher sur une relation de confiance car c'est l'envie de s'engager qu'il va falloir susciter. Alors, invitez le créateur dans les deux cas à bien se préparer, en soignant la présentation dans toutes ses dimensions (tenue, diction, anecdotes et fluidité de l'exposé), et pour ce faire, n'hésitez pas à lui conseiller de s'appuyer sur un support multimédia et, *a minima*, de s'appuyer sur un plan, même sommaire !

5. Gérer les retombées

Les dotations des concours sont rarement importantes. Il s'agit avant tout de coups de pouce : il est fréquent que des lauréats bénéficient d'un suivi dans un réseau d'accompagnement, ou du parrainage d'un chef d'entreprise. Rien n'interdit de faire fructifier ces appuis (communication, lettres de recommandation...), avant de déposer les statuts...

Pour en savoir +

Consulter « Associations culturelles et mécénat d'entreprise, comment aborder la recherche de partenariats privés ? », CNAR Culture, OPALE

@ www.culture-proximite.org, @ www.culture.gouv.fr, @ www.mecenat.culture.gouv.fr et @ www.associations.gouv.fr

OÙ TROUVER L'INFO ?

■ Jeune chambre économique française (JCEF)

9-11, rue Alasseur 75015 - Paris

☎ 01 53 58 52 50

✉ actions@jcef.asso.fr

@ www.jcef.fr

Bénéficiaires : entreprise, collectivité, association et individu européen de tout secteur d'activité.

Plusieurs catégories : « individuel et respect des personnes », « communautaire » (entreprise dans la cité et respect de l'environnement) et « international - business/affaires ».

Procédure : 2 dossiers d'inscription distincts selon le profil du candidat, « projets en émergence ou en création » ou « projets en développement ». Dossiers à télécharger sur @ www.jcef.fr

Clôture des candidatures : troisième trimestre 2011.

Prix : prise en charge de l'accompagnement du porteur de projet, stand sur un salon.

Nombre de bénéficiaires : 5.

Informations susceptibles d'être modifiées pour la prochaine édition.

■ Association Concours Talents (ACT), en partenariat avec le Réseau des boutiques de gestion (RBG)

14, rue Delambre - 75014 Paris

☎ 01 53 34 12 90

✉ info@concours-talents.com

@ www.concours-talents.com

Bénéficiaires : entreprises créées un an avant la date d'inscription au concours (et au plus tard au 31 mars de l'année en cours) de tout domaine d'activité et ayant bénéficié d'un accompagnement dispensé par un organisme d'aide à la création d'entreprises.

Plusieurs catégories : « Talents de l'innovation technique et technologique », « Talents de l'artisanat et du commerce », « Talents de l'économie sociale », « Talents des services », « Talents des dynamiques rurales », « Talents des services à la personne ».

Procédure : inscription sur inscription.concours-talents.com. Des correspondants en boutique de gestion peuvent également accompagner l'inscription.

Candidatures : Sélections régionales, puis sélection nationale.

Prix régionaux : en moyenne 1 600 € en numéraire et en nature. Il y a un lauréat par catégorie et parfois des prix spéciaux par région.

Prix nationaux : entre 4 000 et 10 000 € en numéraire.

Des prix spéciaux nationaux sont également prévus.

Nombre de bénéficiaires : entre 10 et 15 lauréats nationaux + 100 lauréats régionaux.

OÙ TROUVER L'INFO ?

■ Association Concours Talents (ACT)

14, rue Delambre - 75014 Paris

☎ 01 53 34 12 90

⇒ info@concours-talents.com

@ www.talentsdescites.com

Bénéficiaires : porteurs de projets de moins de 40 ans et jeunes entreprises (de moins de 3 ans) installées dans les quartiers de la politique de la Ville.

2 catégories de prix : « Émergence » pour les porteurs de projets et « Création » pour les jeunes entreprises.

Procédure : candidature sur inscription.talentsdescites.com

Prix régionaux : 1 500 € pour les lauréats de la catégorie « Émergence », 3 000 € pour ceux de la catégorie « Création ».

Prix nationaux : chaque lauréat reçoit 7 000 €. Un « Grand Prix » et « Mention spéciale » recevront en plus un prix d'une valeur de 5 000 €.

Nombre de bénéficiaires :

15 au niveau national et une quarantaine au niveau régional.

■ APCE et Ordre des experts-comptables

14, rue Delambre - 75014 Paris

@ www.creacc.com et

@ www.apce.com

Bénéficiaires : créateurs se trouvant dans la phase précédant l'immatriculation de leur entreprise et jeunes entreprises immatriculées depuis moins de 6 mois.

■ Prix Guy Crescent

Appel à projets 2011

Fondation Geodis

Cap West

7/9, allée de l'Europe

92615 Clichy Cedex

⇒ fondation@geodis.com

@ www.fondationgeodis.org

Bénéficiaires : créateurs ou dirigeants d'entreprise en situation de handicap et associations ou organismes sans but lucratif dont les projets sont portés par des personnes handicapées.

Procédure : 2 appels à projets par an. Le premier du 25 janvier au 25 mars 2011, le second du 25 août au 25 octobre 2011. Formulaire à disposition sur le site dans la rubrique « Appel à projet ».

Prix : pour chaque appel à projets, un (ou des) prix, de l'ordre de 5 000 à 30 000 €.

Nombre de bénéficiaires : non déterminé à l'avance.

OÙ TROUVER L'INFO ?

■ Fondation de France Initiatives solidaires et création d'emplois

40, avenue Hoche - 75008 PARIS

☎ 01 44 21 31 96

✉ emploi@fdf.org

@ www.fondationdefrance.org

Bénéficiaires : porteurs de projets associatifs ou coopératifs. La Fondation de France soutient uniquement les initiatives collectives développant une activité porteuse d'utilité sociale sur son territoire.

Clôture des candidatures : 2 sessions par an (25 mars et 9 septembre 2011).

Prix : subventions de 5 000 € à 30 000 € par projet.

■ Programme Jeun'ESS

Objectifs généraux

Le Programme Jeun'ESS s'est donné trois objectifs principaux, constituant les trois axes de son intervention :

- promouvoir l'ESS auprès des jeunes, leur donner envie de s'y investir ;
- valoriser les initiatives des jeunes et leur donner une juste place ;
- favoriser l'intégration des jeunes dans les entreprises de l'ESS et notamment dans leur gouvernance.

Nature des projets éligibles : première action de l'AXE 2

Lancement d'un appel à projets pour valoriser des initiatives remarquables portées par des jeunes.

■ Fondation de la deuxième chance

Tour Bolloré

31-32, quai de Dion-Bouton
92811 Puteaux Cedex

☎ 01 46 96 44 33

✉ c.dupont-cordelier@bollore.net

@ www.deuxiemechance.org

Bénéficiaires : personnes âgées de 18 à 60 ans ayant traversé de lourdes épreuves de vie, aujourd'hui en situation de grande précarité mais manifestant une réelle volonté de rebondir.

La Fondation ne finance pas les créations d'activités artistiques.

Procédure : la dotation peut être sollicitée une fois que le candidat a effectué des demandes de cofinancement auprès des acteurs « traditionnels » de financement.

Prix : soutien financier et humain pour mener à bien un projet professionnel réaliste et durable (formation qualifiante, création ou reprise d'entreprise).

Un comité d'agrément se réunit 6 fois par an.

Montant : dotation en moyenne de 6 000 à 8 000 € sur 2 ans.

Nombre de bénéficiaires : environ 600 chaque année.

OÙ TROUVER L'INFO ?

■ Fondation

Raoul Follereau

31, rue de Dantzig - 75015 PARIS
01 53 68 98 98

✉ ruralite@raoul-follereau.org
@ www.raoul-follereau.org

Bénéficiaires : personnes en situation de précarité, porteurs d'un projet de création ou de reprise d'activité, situées en zone rurale (communes de moins de 2 500 habitants). La subvention ne peut être accordée qu'en accompagnement d'un emprunt bancaire.

Procédure : c'est en plus d'un accompagnement humain et technique que la Fondation propose un soutien financier. Effectuer la demande de subvention directement auprès de la Fondation, et avant l'installation.

Clôture des candidatures : une commission d'attribution se réunit chaque mois.

Prix: subvention « Coup de pouce », dont le montant est défini au cas par cas.

■ Le Phare 2010

Accede Provence
Euromed Marseille
École de Management
Domaine de Luminy - BP 911
13288 Marseille Cedex 9
☎ 04 91 82 78 35

✉ lephare@euromed-management.com
@ www.accede-provence.com

Bénéficiaires : porteurs de projets, demandeurs d'emploi des régions du Sud de la France (Corse, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées et PACA), étudiants du Bassin méditerranéen.

Clôture des candidatures :

5 janvier 2011 pour les candidats étrangers, 1^{er} février 2011 pour les candidats français.

Prix : dotation globale de 25 000 €.

Nombre de bénéficiaires : 6.

Remarque : ce concours concerne uniquement les régions Corse, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées et Provence-Alpes-Côte d'Azur. ■

Pour en savoir +

Liste des concours nationaux et régionaux :
@ www.aides-entreprises.fr

Cette fiche est pour l'essentiel réalisée sur la base d'extraits sélectionnés sur les sites du ministère de la Culture et de la Communication, du ministère de la Jeunesse, et de l'APCE.