

N° 03 - Décembre 2007

Le magazine du Responsable  
comptable administratif financier

# GÉRER

<b>Évènement</b> Simplification administrative, encore une loi	<b>Entretien</b> Thierry Hollocou Savoir prendre des risques en toute prudence	<b>Focus sur...</b> Fiscalité de l'innovation
---	--	--

**Dossier** Le mécénat : une niche fiscale pour les PME

Lamy  
une marque Wolters Kluwer

www.pragmalex.fr

## Dossier

## Mécénat, mode d'emploi

Le champ du mécénat d'entreprise offre un vaste choix. Initiative du dirigeant ou action concertée des salariés, l'investissement de la société se traduit dans sa communication tant interne qu'externe.

## Les domaines du mécénat

Le champ d'action du mécénat est très large. Si le secteur social arrive en tête de liste, l'ensemble des secteurs de la vie civile sont concernés : solidarité, recherche, enseignement, environnement, sport, humanitaire, etc. Souvent, la société se tourne vers une activité qui lui sera utile. Une entreprise du BTP choisira un monument historique à rénover qui lui permettra de montrer à des prospects toutes les facettes de ses compétences. Dans un contexte de pénurie de l'emploi, des entreprises du BTP optent pour l'action sociale. « Aider à l'insertion sociale dans des quartiers difficiles peut permettre à ces entreprises de faire la promotion de leurs métiers, et par là même de trouver de nouvelles sources de main d'œuvre », souligne Stéphane Couchoux, avocat associé du cabinet Bignon Lebray & Associés et responsable du département « Fondation d'entreprise ». Ainsi, les sociétés optent pour des secteurs qui leur sont proches, où elles ont des compétences, un savoir-faire : par exemple, dans le

cadre de l'année Vauban, la société Lorillard, entreprise de construction, a remplacé gracieusement les fenêtres du fort Vauban de la Conchê. « Il nous arrive régulièrement de solliciter les entreprises pour qu'elles aident nos artistes dans leur production, précise la galeriste Madga Danysz. Récemment, c'est la société Clairefontaine qui a répondu à notre appel pour approvisionner en papier une jeune artiste installée à New York qui préparait une exposition de dessin. »

Le mécénat est aussi l'occasion d'incarner l'identité de la société. En participant à la restauration d'un vitrail de la cathédrale de Chartres, la société Lorillard a pris un engagement cohérent : « Cette cathédrale est un



Madga Danysz,  
Galeriste

**LES SOCIÉTÉS OPTENT POUR DES SECTEURS QUI LEUR SONT PROCHES, OÙ ELLES ONT DES COMPÉTENCES, UN SAVOIR-FAIRE**

symbole dans le bâtiment et l'architecture, notre cœur de métier » analyse Loïc Bréhu, président de l'entreprise.

## L'initiative mécène

L'initiative personnelle du dirigeant est souvent à l'origine de l'opération de mécénat. Ses goûts vont déterminer le domaine où s'exercera l'investissement de l'entreprise. « Il est évi-

## Un dispositif spécifique pour l'art contemporain

Le législateur a mis en place un régime pour les entreprises qui font l'acquisition d'œuvres d'art contemporain (CGI, art. 238 bis AB). Le cadeau fiscal prend la forme d'un « amortissement » de l'œuvre d'art. L'entreprise déduit les sommes investies de son résultat par fractions égales pendant cinq ans, l'exercice d'acquisition et les quatre années suivantes. L'avantage est plafonné et ne peut excéder au titre de chaque exercice la limite de 5% du chiffre d'affaires de l'entreprise. En contrepartie de cette déduction, l'entreprise doit présenter

l'œuvre acquise au public. Cette dernière condition a été récemment assouplie (L. fin. rect. 30 déc. 2005, n° 2005-1720, JO 31 déc., p. 20654). Il suffit désormais que l'œuvre soit exposée dans un lieu ouvert aux salariés et aux clients comme les salles d'accueil, de réunion, les halls, les couloirs.

« Autre avantage fiscal, une entreprise qui investit dans l'art contemporain peut récupérer la TVA. C'est un point qui ne doit pas être négligé et l'avantage nettement par rapport au particulier », précise Magda Danysz, fondatrice et

directrice de la galerie d'art contemporain Magda Danysz. Les œuvres sont également exclues de l'assiette de la taxe professionnelle. Pour la galeriste, « les dispositions fiscales sont mal connues des sociétés et encore sous-utilisées. C'est en général, nous marchands qui en informons les dirigeants lorsqu'ils se présentent à la galerie. Le régime de faveur ne détermine pas l'acte d'achat. En revanche, une fois connu, il n'est pas rare qu'au lieu d'acheter une œuvre, le dirigeant en achète finalement deux ».