

Guide technique : Organisateur > Les partenaires > Les partenaires

## Les partenaires

Évaluez la faisabilité économique de votre projet culturel. S'il apparaît que les dépenses engendrées par l'organisation de votre manifestation ne sont pas couvertes par les recettes propres (billets d'entrées, buvette, vente de programmes, autres revenus annexes) vous vous mettez à la recherche de partenaires publics et/ou privés.

Il vous faudra les identifier et maîtriser la rédaction des dossiers de demande de subvention ou de partenariat en fonction de chaque interlocuteur en faisant ressortir les enjeux que vous pouvez partager avec eux.

Guide technique : Organisateur > Les partenaires > Partenaires publics

## Les partenaires publics

### [Accès aux sous-titres :](#)

[L'État](#)

[Le Ministère de la Culture et de la Communication](#)

[La Direction Générale de la Création Artistique](#)

[Les Directions Régionales des Affaires Culturelles](#)

[Les collectivités territoriales : Régions, Départements et Communes](#)

[Les Agences régionales](#)

[L'ONDA](#)

[La SACEM, la SACD, l'ADAMI](#)

---

### [L'État](#)

L'État intervient pour ne pas laisser les activités artistiques livrées aux lois du marché et à la générosité des mécènes. La France a pu parfois faire figure « d'exception culturelle » car son soutien aux activités culturelles révélait un caractère volontariste. L'État intervient par l'intermédiaire du ministère et de sa direction de la création artistique, par ses services déconcentrés que sont les DRAC et par plusieurs offices et agences nationales.

[Haut de page](#)

### [Le Ministère de la Culture et de la Communication](#)

Le Ministre de la Culture et de la Communication a pour mission de « rendre accessibles au plus grand nombre les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de français, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, et de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit qui l'enrichissent » ([www.culture.gouv.fr](http://www.culture.gouv.fr)).

[Haut de page](#)

### [La Direction Générale de la Création Artistique](#)

Elle a été créée en janvier 2010 dans le cadre de la réforme de l'administration centrale du Ministère de la Culture (*décret n° 2009-1393* du 11 novembre 2009 relatif aux missions et à l'organisation de l'administration centrale du Ministère de la Culture et de la Communication). Elle définit, coordonne et évalue la politique de l'État relative aux arts du spectacle vivant et aux arts plastiques, soutient la création artistique et son renouvellement dans toutes ses formes d'expressions et d'esthétiques. Favorise la diffusion des œuvres et l'accès du plus grand nombre aux productions artistiques. Mène une politique d'acquisition et de conservation patrimoniale dans le domaine des arts plastiques et du spectacle vivant. Elle subventionne directement le fonctionnement et l'équipement en intégralité des théâtres nationaux.

[Haut de page](#)

## Les Directions Régionales des Affaires Culturelles

Ces services déconcentrés du Ministère de la Culture et de la Communication sont présents dans chaque région depuis 1977. Les Directions Régionales sont chargées de mettre en œuvre, sous l'autorité du préfet de région et des préfets de département, la politique culturelle définie par le gouvernement. Elles exercent également une fonction de conseil et d'expertise auprès des partenaires culturels et des collectivités territoriales dans tous les secteurs d'activité du Ministère de la Culture. Les DRAC participent à la structuration du secteur économique de la culture. C'est au niveau déconcentré que le Ministère aide financièrement les Centres Dramatiques Régionaux, des Centres Dramatiques Nationaux, des Scènes Nationales et conventionnées. Elles apportent aides et conseils aux entreprises culturelles et soutiennent les propositions artistiques les plus talentueuses faites au public. Les conseillers des pôles thématiques de chaque DRAC pourront vous renseigner sur les aides octroyées et les conditions d'accès et les procédures de sollicitation.

[Haut de page](#)

## Les collectivités territoriales : Régions, Départements et Communes

Elles bénéficient de la « clause de compétence générale » qui leur permet d'agir dans tous les domaines de l'action publique dans la mesure où est en jeu un intérêt public local (code général des collectivités territoriales). C'est le cas de la culture. Le projet de loi sur la réforme des collectivités propose la suppression de la clause de compétence générale pour les Régions et les Départements, mais laisse la place à des exceptions, dont la culture.

Le financement croisé des projets artistiques, c'est-à-dire la participation de tous les échelons de collectivités à l'élaboration et au financement des politiques et des projets culturels n'est donc pas remise en question.

Toutes les collectivités mettent en œuvre des dispositifs d'accompagnement de la création et de la diffusion artistique qui leur sont propres. Toutes les collectivités ont le souci de l'aménagement culturel de leur territoire et de l'irrigation culturelle des zones où l'offre est faible. Dans la mesure du possible, tenez-en compte. Ces aides sont en général mobilisables pour des associations ou des initiatives municipales. Les sites Internet des collectivités auxquelles vous êtes rattachés vous renseigneront sur les types d'aides, les conditions et critères à remplir pour en obtenir.

L'instruction d'un dossier peut prendre du temps. Il passe devant des commissions avant d'être soumis à l'assemblée délibérante. Souvent, des dates butoirs sont à respecter pour l'envoi des candidatures. Vous rédigerez le dossier (souvent un dossier type téléchargeable) en veillant à satisfaire au mieux les critères de la collectivité dans le respect de la réalité de votre projet. L'argumentation peut être différente selon chaque collectivité, mais le budget prévisionnel doit être unique, les collectivités échangent souvent et il serait fâcheux qu'elles n'aient pas les mêmes données budgétaires. Lors d'une première demande, il vous sera certainement demandé de

fournir les statuts de l'association, la liste des membres du CA, le dernier compte-rendu du CA, le compte de résultats du dernier exercice, une copie des notifications des autres aides publiques obtenues... Proposez à la personne chargée d'instruire votre dossier de lui présenter de vive voix votre projet.

[Haut de page](#)

## [Les Agences régionales](#)

Leurs missions sont très différentes d'un territoire à l'autre. En tout état de cause, elles peuvent vous être utiles, ne serait-ce qu'en matière de conseils, de ressources et d'expertise. N'hésitez pas à les informer et peut-être à les impliquer dans votre entreprise.

[Haut de page](#)

## [L'ONDA](#)

[L'Office National de Diffusion Artistique](#) apporte une garantie financière sur le déficit à des structures de diffusion pluridisciplinaires qui ont une action permanente dans le cadre d'une mission de service public. L'aide de l'ONDA peut être sollicitée pour l'accueil de spectacles hors de leur région de production pour lesquels un risque financier est associé à un risque artistique. Son action est de plus en plus orientée sur les échanges internationaux.

[Haut de page](#)

## [La SACEM, la SACD, l'ADAMI](#)

La [SACEM](#) a mis en place une série de programmes d'aides spécifiques aux musiques actuelles dont des aides aux festivals, des aides aux lieux de diffusion, des aides à la production.

De même, la [SACD](#) soutient des actions de création, de diffusion ou de formation à caractère collectif, c'est-à-dire regroupant ou favorisant plusieurs auteurs.

[L'ADAMI](#) apporte son aide financière aux projets d'action artistique favorisant l'emploi, le développement de carrière et la promotion des artistes interprètes professionnels.

[En savoir + sur les relations avec les sociétés d'auteurs](#)

[Haut de page](#)

Guide technique : Organisateur > Les partenaires > Partenaires privés

## Les partenaires privés

Les aides privées consistent en deux types d'interventions que la législation fiscale traite de manière distincte : le mécénat et le parrainage. Dans les deux cas, l'intérêt fiscal que peut en retirer le donateur ou sponsor n'est pas sa seule motivation. Il s'agit davantage d'affirmer les valeurs d'une entreprise, de communiquer différemment sur son image auprès du public ou des partenaires, ou encore de renforcer la cohésion d'une équipe autour d'un projet différent.

---

[Accès aux sous-titres :](#)

[Le mécénat](#)

[Le parrainage](#)

---

### Le mécénat

Il se définit comme le « soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activité présentant un caractère d'intérêt général ». Il se traduit par le versement d'un don en numéraire, en nature ou en compétences. Le don ouvre des droits en matière fiscale pour les donateurs si le bénéficiaire est éligible au mécénat déductible. La loi du 1er août 2003 prévoit notamment que le montant des dons d'entreprises à des initiatives culturelles est déduit à 60% de l'impôt sur les sociétés. Les dons reçus doivent faire l'objet d'un reçu fiscal (Cerfa n°11580) établi par le bénéficiaire afin que le donateur puisse faire valoir ses droits à déduction. Si vous avez un doute sur la capacité de votre association à recevoir des dons et établir des reçus fiscaux, vous aurez recours à la « procédure de rescrit » ([www.impot.gouv.fr](http://www.impot.gouv.fr)).

Le mécénat ne rentre pas dans le champ d'application de la TVA.

Le mécénat n'a pas pour vocation de promouvoir les produits et les marques, mais de valoriser l'image institutionnelle de l'entreprise auprès de ses salariés, de ses clients, partenaires économiques, leader d'opinion ou actionnaires. L'ouverture de l'entreprise à des activités qui se situent hors de son champ de travail habituel, permet d'introduire de nouvelles valeurs dans l'entreprise et de favoriser son intégration dans son environnement qu'il soit social, culturel, humain ou naturel ([www.admical.org](http://www.admical.org) et [www.mecenat.culture.gouv.fr](http://www.mecenat.culture.gouv.fr)).

[Haut de page](#)

### Le parrainage (sponsoring)

Il se définit comme un « soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct ». Il y a donc une contrepartie qui peut comprendre par exemple : des insertions publicitaires sur les supports de communication ou dans le programme de la soirée, un quota de billets d'entrée, un espace VIP...). Il s'agit bien d'un échange de nature commerciale dont l'objectif pour le parrain est avant tout de faire connaître son entreprise et ses

produits. Comme dans tout échange commercial, les retombées doivent rester proportionnées à l'investissement initial. Cette opération entre dans le champ d'application de la TVA et constitue dépense déductible du résultat au titre de charges d'exploitation.

[Haut de page](#)