Formation

Trouver des financements privés

Partenariat/Mécénat/Sponsoring

Barbara CLOUTÉ

2023

L'Association française des Fundraisers

Accompagnement et professionnalisation des acteurs du fundraising et de l'intérêt général

32ème anniversaire

1002 adhérents

1 groupe régional
proposant des rencontres réseau, afterwork, conférence…

603 personnes formées

Partage d'expérience
Ethique
Innovation
Formation

Objectifs de la formation

- Avoir une vision globale du mécénat et du sponsoring
- Connaître les règles juridiques et fiscales en fonction du type de partenariat (sponsoring ou mécénat)
- Connaître les avantages et inconvénients de chaque dispositif au service du développement de son projet
- Connaître les grandes étapes d'un processus de recherche de financements privés

Planning

- 9h00
  - Introduction - AFF
  - Définition des termes / loi sur le mécénat et le sponsoring
  - Chiffres clés
  - Motivations d'une entreprise partenaire
  - Définir sa stratégie
    - SWOT + Pyramide de don
    - Projet
    - Contreparties
- 11h00 – Pause café –
- 11h30
  - Plan d'Action
    - Approche
    - Le rendez-vous
    - Négocier l'accord
    - Animation de la relation
  - Questions réponses

 Copyright BC_ 2023

Mécénat vs sponsoring

Quelles différences à votre avis ?

Définition des termes

MECENAT

- Définit par l'arrêté du 6 janvier 1989 comme un

« 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 ».

- Depuis 2003, la loi dite Aillagon a considérablement encouragé le mécénat en permettant 60% de défiscalisation

- C'est-à-dire?
  Un don en numéraire, en nature ou en compétences, à un organisme avec une « disproportion marquée » entre les sommes données et la valorisation de la prestation rendue.

CONTREPARTIES

- **Entreprises** : réduction d'impôt de 60% du montant du don dans la limite du 0,5% du chiffre Affaires HT (loi du 1er août 2003) : attention évolutions de ces dispositions avec LDF 2020 !
- **Particuliers** : réduction d'impôt de 66% du montant du don dans la limite de 20% de l'IR
- **Contreparties** : Rien n'interdit les contreparties indirectes. Notion de disproportion marquée

 Copyright BC_ 2023

Définition des termes

SPONSORING ou PARRAINAGE

- **« soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct** » (arrêté du 6 janv. 1989)

- **Distinction mécénat/ parrainage :**

- **Pas de déduction fiscale possible**
- **Le sponsoring fait l'objet d'une facturation soumise à la TVA**

 Copyright BC_ 2023

Quelques exemples de parrainage à Bordeaux

Stade Matmut Atlantique
Naming vendu +/-2 millions d'€/an
pendant 10 ans

ARKEA ARENA
Contrat de Naming sur 10 ans
Montant confidentiel

 Copyright BC_ 2023

Quelques exemples de parrainage

Caisse d'Epargne sponsor du COS, des équipes de France de Hand, de Basket (Esprit Basket) avec affichage en grand du logo sur les maillots des équipes (face avant), ainsi que sur les lieux des matchs, sur les com, les RS

Objectif : développer la notoriété sur les CSP +

Incarner les valeurs de l'entreprises

Quelques exemples de parrainage ou sponsoring

Société Générale
Partenaire du rugby pro et amateur depuis 1984

 Copyright BC_ 2023

Et bien sûr les Jeux Olympiques et leur florilège de sponsors !!!

Benjamin Daviet, champion paralympique aux Jeux Paralympiques de Pyeongchang 2018, est lui aussi accompagné par quelques sponsors dont EDF, Toyota, Somfy, Le Grand Bornand, Greenweez, Atomic, Armée des Champions, le Coq Sportif, Oakley, Endur'activ, Swix ou encore Vaudou Sport.

« En tant qu'athlète il est important de travailler main dans la main avec le partenaire. Athlète et marque doivent être en cohérence dans leurs discours, leurs identités et leurs valeurs et travailler ensemble dans le même sens pour faire avancer le partenariat. Si on travaille ensemble, l'impact de nos actions sera démultiplié » nous précisait il y a quelques mois Benjamin Daviet.

 Copyright BC_ 2023

PROGRAMME DES PARTENAIRES OLYMPIQUES

airbnb · Alibaba Group · Allianz · Atos · Bridgestone · Coca-Cola · 蒙牛 · intel · Omega · Panasonic · P&G · Samsung · Toyota · Visa

Dernières actualités

Beijing 2022 — 18 Nov. 2022

La technologie de Panasonic, source d'émerveillement sur les sites de Beijing 2022

Beijing 2022 — 18 Nov. 2022

Le soutien apporté par les partenaires TOP aux athlètes mis en avant aux Jeux de Beijing 2022

Beijing 2022 — 9 Nov. 2022

Alibaba dévoile une "influenceuse virtuelle" pour Beijing 2022

Actualités du CIO — 07 Nov. 2022

Le vote pour le prix Visa est désormais ouvert aux fans qui peuvent choisir les meilleurs moments d'amitié, d'acceptation et d'inspiration aux Jeux de Beijing 2022

Le Coq Sportif dévoile sa nouvelle collection pour l'Equipe de France Olympique et Paralympique

ACTUS | JEUX OLYMPIQUES | MARQUES | MODE - LIFESTYLE | PARIS 2024

Par Alexandre Bailleul - Le 4 octobre 2021

Ce matin, Le Coq Sportif a dévoilé la nouvelle collection de l'Equipe de France qui sera portée lors des prochains Jeux Olympiques d'hiver de Pékin 2022.

Quelques exemples de parrainage et mécénat

Le programme Kinder+Sport soutien différents programmes, en partenariat avec les Fédérations françaises (Hand, Basket, Athlétisme), différentes initiatives en parrainage (dotations matériels) ou en mécénat (Village Kinder depuis 10 ans a accueilli 8000 enfants défavorisés)

Montant annuel 1,8 M€

 Copyright BC_ 2023

Quelques exemples de mécénat

La fondation Société Générale : mécénat financier de 40 k€ en 2020 à l'association Drop de Béton pour le développement du « ProxiRugby

Axe : sport et insertion socio-professionnelle des jeunes principalement dans QPV

Drop de Béton
Le rugby au coeur de la vie

ACCUEIL L'ASSOCIATION NOS ACTIONS MÉDIAS

SOCIETE GENERALE

FONDATION SOLIDARITE SOCIETE GENERALE
Fondation d'entreprise

 Copyright BC_ 2023

Quelques exemples de mécénat

En 2008, la Fondation LACOSTE a développé en partenariat avec les Apprentis d'Auteuil et la Fondation Robert Abdesselam, le programme Tennis-Ecole permettant chaque année depuis à **400 jeunes de jouer au tennis** régulièrement.

Chiffres clés

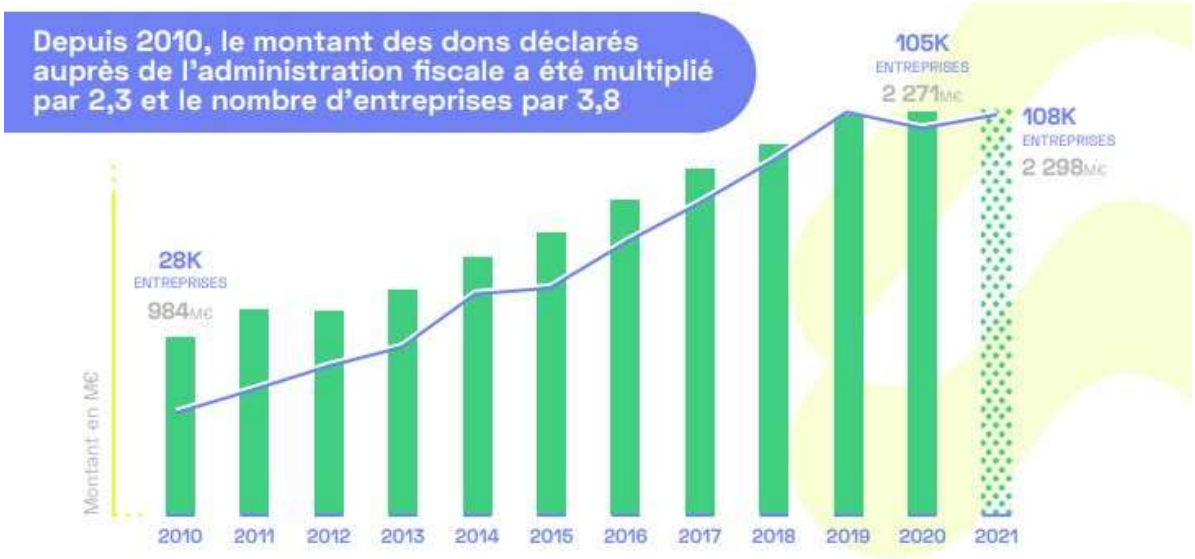
Baromètre du mécénat d'entreprise
Chiffres clés de Admical

- **PAR QUI ET COMBIEN ?**

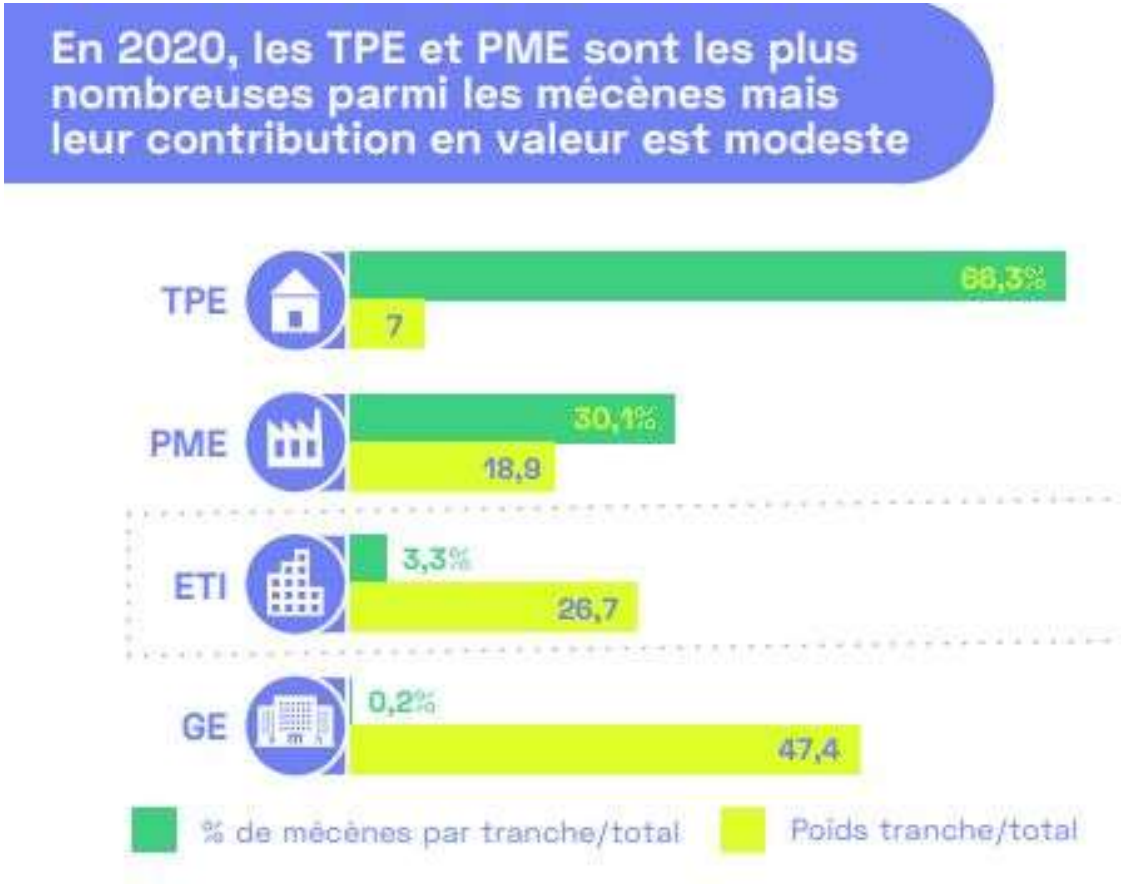
9% **des entreprises françaises, pour un volume de dons évalué à**

3,6 Mds€ (seulement 2,1 Md€ dons déclarés)

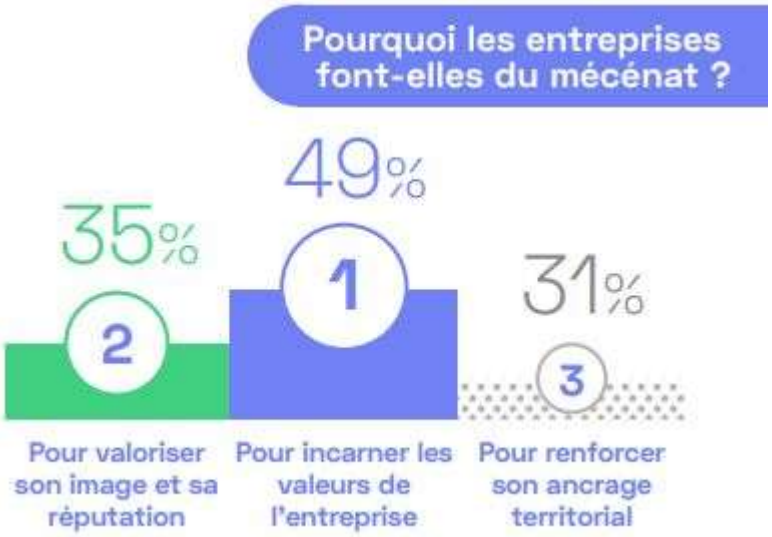
108 k entreprises mécènes**, majoritairement le fait de TPE (66%)/PME (30%)**



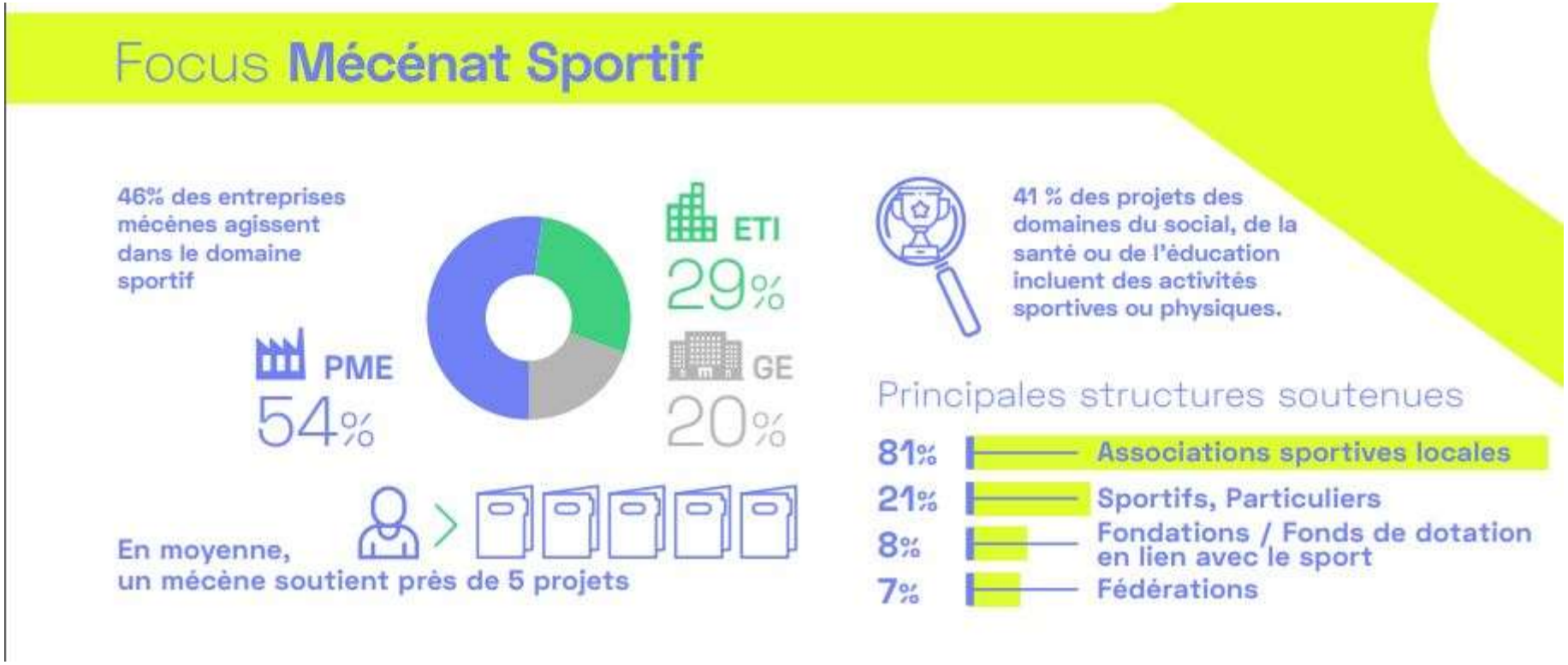
Baromètre du mécénat d'entreprise
Chiffres clés (Admical 2020)



Baromètre du mécénat d'entreprise
Chiffres clés (Admical 2020)



Baromètre du mécénat d'entreprise
Chiffres clés (Admical 2020)



Source – Baromètre du mécénat d'entreprise 2022 - Admical

Autres tendances et chiffres-clés

- Hausse du **mécénat de proximité**
- **Mécénat financier**, le mode le plus choisi (78%)
- Une baisse du mécénat de compétences dans les grandes entreprises
- L’utilisation du dispositif fiscal : seules 45 % l’utilisent !
- Plus l’entreprise est petite, moins elle utilise la déduction fiscale.

 Copyright BC_ 2023

Le mécénat,
des visages multiples

Les différents mécènes

- **Grand donateur, philanthrope**
- **Grand public (appel à don, crowdfunding)**
- **Entreprise**
- **Fondations**
  - **Propress spécifiques, Délais à respecter,**
    Dimensions et critères définis, financement fléché
- **Fonds de dotation**

 Copyright BC_ 2023

Les différents types de mécénat

- **Mécénat financier :** Soutien financier direct

- **Mécénat en nature :** Remise d'un bien (équipements sportifs), de marchandises (produits alimentaires), mise à disposition de matériel ou de locaux (bail gratuit)

- **Mécénat de compétences :** Mise à disposition gratuite de salariés rémunérés par le mécène, prestations de services non rémunérées

Ces différents types de mécénat sont <u>cumulables</u> !

 Copyright BC_ 2023

Pourquoi une entreprise donne-t-elle ?

Les enjeux du mécénat pour une entreprise

- **Soutenir un projet, une activité d**'intérêt général
- **Fédérer** ses collaborateurs
- Améliorer **son image et la réputation** de son entreprise
- Promouvoir **ses valeurs**
- Incarner et valoriser **une politique RSE ou DD**
- Bénéficier **d'échanges d'expertises et de compétences**
- Favoriser son **ancrage territorial**
- Développer son **réseau**
- **EN DERNIER -** Bénéficier d'une **défiscalisation**

 Copyright BC_ 2023

_Témoignage Christine Le Gal, Fondation PSG_____

Christine Le Gal, présidente de la Fondation Paris Saint-Germain

Le sport, un domaine au coeur de l'approche éducative

L'action de la Fondation PSG est destinée aux enfants, adolescents et jeunes adultes. En quoi le sport est-il un domaine particulièrement adapté pour toucher cette cible ?

Les questions d'éducation et de respect sont au cœur même de notre activité. Le respect est une des valeurs fondamentales du sport. Les sports collectifs obéissent à des principes de vivre ensemble, de respect des règles, que nous souhaitons transmettre aux jeunes. En plaçant le sport au cœur de l'approche éducative, la Fondation vise l'épanouissement des enfants et leur accompagnement vers la réussite.

 Copyright BC_ 2023

Bien se connaître pour définir sa stratégie

Les étapes nécessaires à la mise en place d'une stratégie adaptée

Elaborer sa stratégie

Mieux se connaitre

Pourquoi du mécénat?

Projets et contreparties

 Copyright BC_ 2023

1. Le mécénat, est-ce pour moi ?

- Que doit être le fundraising pour une association ?

Une activité au service de la **stratégie de développement** de votre organisation, basée sur des **outils** et des **méthodologies**

- Pour qui ? Critères essentiels pour **l'éligibilité** :

Le bénéficiaire doit être un organisme **d'intérêt général**

- Activité non lucrative
- Gestion désintéressée
- Ne pas agir pour un cercle restreint

 Copyright BC_ 2023

1. Le mécénat, est-ce pour moi ?

- **Rescrit fiscal** recommandé mais non obligatoire
- Un organisme peut, s'il le souhaite, demander à la direction des finances publiques du département où son siège social est établi, s'il relève bien des catégories éligibles au mécénat.
- Cela lui garantira une sécurité juridique en cas de contrôle ultérieur
- La demande doit être **écrite** et, en principe, **préalable** à la date d'expiration du délai dont vous disposez pour déclarer

 Copyright BC_ 2023

1. Le mécénat, est-ce pour moi ?

Demande de rescrit fiscal

- L'organisme qui entend bénéficier de la garantie prévue à l'article L. 80 C du livre des procédures fiscales doit en faire la demande auprès de l'administration fiscale. Cette demande doit être présentée selon un modèle fixé par voie réglementaire.
- L'auteur de la demande doit être clairement identifié et habilité par l'organisme.
- Cette demande doit comporter une présentation précise et complète de l'activité exercée par l'organisme ainsi que toutes les informations nécessaires à l'administration pour apprécier si celui-ci relève de l'une des catégories mentionnées aux articles 200 et 238 bis du code général des impôts.
- Elle doit être adressée, par pli recommandé avec demande d'avis de réception, à la direction des services fiscaux du siège de l'organisme. Elle peut également faire l'objet d'un dépôt contre décharge.
- L'administration fiscale **a 3 mois pour se prononcer**. Au-delà, le bénéficiaire peut se prévaloir d'une réponse positive tacite.

 Copyright BC_ 2023

2. Mieux se connaître

- Qui êtes-vous ? Quelle vision portez-vous ?
- Que faites-vous ?
- Pourquoi vous avez besoin de moyens ?
- En quoi êtes-vous les mieux placés pour répondre au besoin ?
- Quelles sont les garanties que vous assurez ?
- En quoi êtes-vous différents des autres ? Pourquoi-vous?
- Pourquoi avez-vous besoin du donateur ? Que lui proposez-vous ?
- Quel sera l'impact de son don ? Quels seront ses bénéfices ?

 Copyright BC_ 2023

2. Mieux se connaître

OUTILS

- **Tableau SWOT**
- **Vision/ Missions/ Valeurs** (bloc identitaire)
- **Plan stratégique à 3 ou 5 ans** (ou voulez-vous être dans le futur ?)
- **Case for support** (dossier présentation projets)
- **Benchmark**
- **Bilan des actions** menées depuis la création de votre organisation

 Copyright BC_ 2023

2. Mieux se connaître

Tableau **SWOT** (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

	ATOUTS	**HANDICAPS**
INTERNE	**Forces**	**Faiblesses**
EXTERNE	**Opportunités**	**Menaces**

 Copyright BC_ 2023

3. Evaluer ses besoins

- Quels objectifs ?
- Quels projets ?
- Quels besoins ? Numéraires ? Humain ? Nature?

 Copyright BC_ 2023

3. Evaluer ses besoins

- **Combien sommes-nous capables de collecter ?**
- **Un outil à votre disposition : la pyramide de don**

50 000	1	50 000	50 000	60%
25 000	2	50 000	100 000	
12 500	4	50 000	150 000	
6 000	8	48 000	198 000	40%
3 000	16	48 000	246 000	

 Copyright BC_ 2023

Exemple pyramide de dons pour une campagne objectif : 40 K€

Montant du don en euros	Nombre de dons nécessaires	Total dons	Nombre de prospects nécessaires
Campagne grand donateur			
5 000	4	20 000	16
3 000	3	9 000	12
Total	7	29 000	28
Campagne financement participatif	220	11 000	1 000

 Copyright BC_ 2023

4. Formuler son offre

- Construire son offre
- Rencontrer tous les porteurs de projet en interne
- Se constituer un portefeuille de projets à financer
- Classer les projets par thématiques pour mieux cibler les mécènes potentiels
- Construire un discours adapté

 Copyright BC_ 2023

Un bon projet bien habillé…

Quels sont pour vous les éléments importants ?

1. Le document projet

- Synthétique
- Sans jargon
- Structuré

- Illustré
- Chiffré

- Contextualisé
- Impactant

- A plusieurs niveaux de lecture

TRAME PROJET
Nom
Thématiques secondaires
Populations cibles (directes et indirectes)
Partenaires opérationnels et financiers
Contexte et justification du projet
Objectif global
Objectifs spécifiques
Principales activités / œuvres
Principaux résultats escomptés
Principaux indicateurs de succès
Risques
Mécénat en nature potentiel
Mécénat de compétence potentiel
Budget prévisionnel (grandes masses + Frais de gestion)
Equipe projet et profils

 Copyright BC_ 2023

2. Contreparties (en fonction du type de parter

A ne pas négliger !!

- **Facteurs qualitatifs et différenciants** de votre partenariat
- De réels **atouts pour la pérennisation** de votre relation
- **Avant consenties à 25%** en valeur du don obtenu : mais maintenant garder en tête la notion de **disproportion marquée** entre le don et la valeur des contreparties (matérielles et immatérielles)
- **A co-construire** avec votre interlocuteur mais **à préparer avec votre structure**

Attention depuis 2020, toute entreprise qui fait un **don à partir de 10k€ doit déclarer les contreparties** dont elle bénéficie. La valorisation de ces contreparties incombent à la structure bénéficiaire qui doit avoir en tête la notion de disproportion marquée pour que cela ne soit pas requalifié en sponsoring !

 Copyright BC_ 2023

2. Contreparties

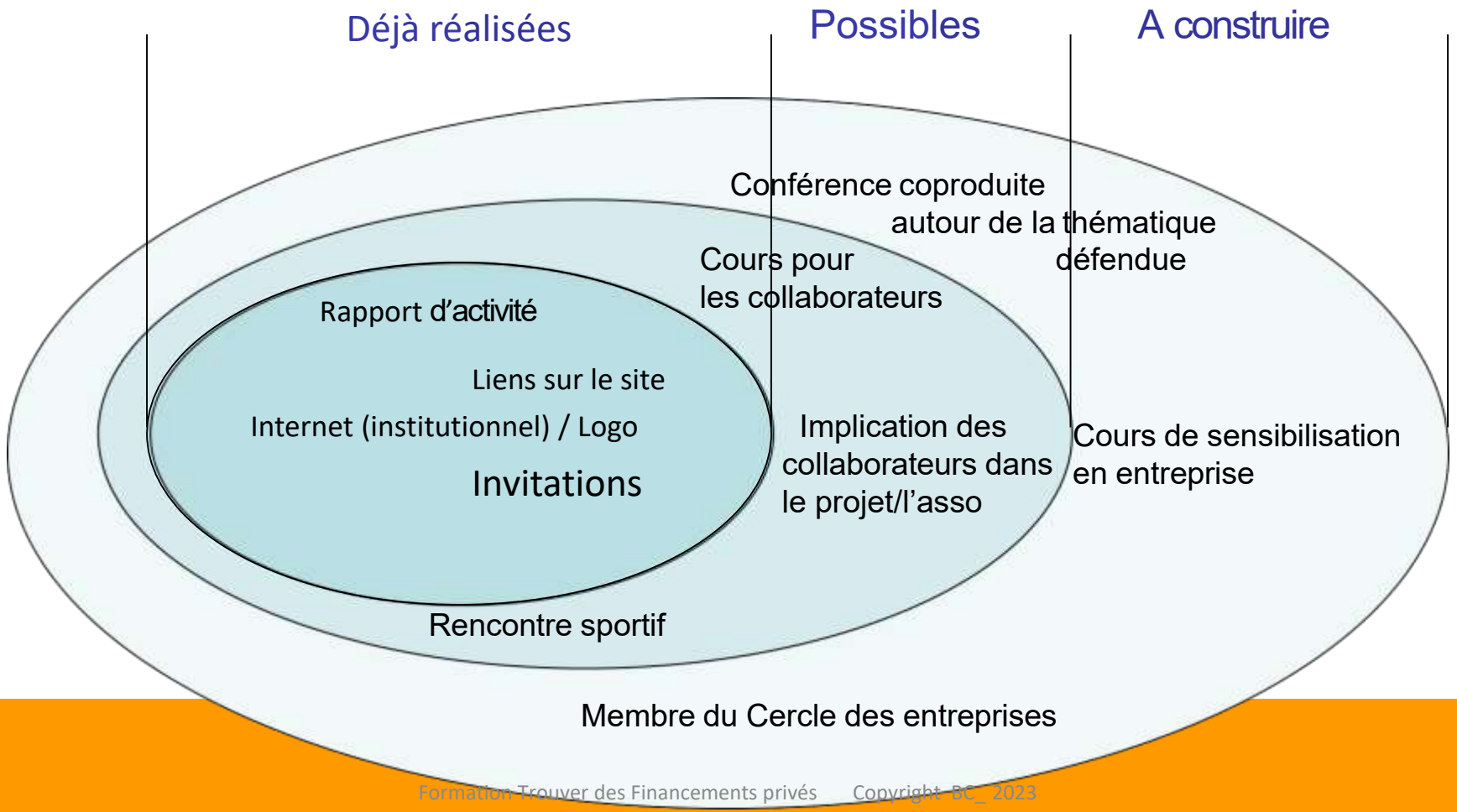
- **Que pouvez-vous proposer à votre partenaire**
  - **Visibilité : logo, mention de remerciements**

    Pour le mécénat, elle se limite à la simple mention du nom/logo du donateur, quels que soient le support et la forme, à l'exception de tout message publicitaire
  - **Participation à des événements privés ?**
  - **Intégration dans vos instances ?**
  - **Co-construction d'actions spécifiques ?**
  - **Activités dédiées aux salariés ? Etc..**

 Copyright BC_ 2023

2. Elaborer une grille de contreparties

- **Faire le point des contreparties envisageables (exemples)**



2. Quelques exemples

- https://www.cnsaintcyprien.com/page/1397820-le-partenariat-et-si-nous-en-parlions

- https://tucsports.com/partenaire/

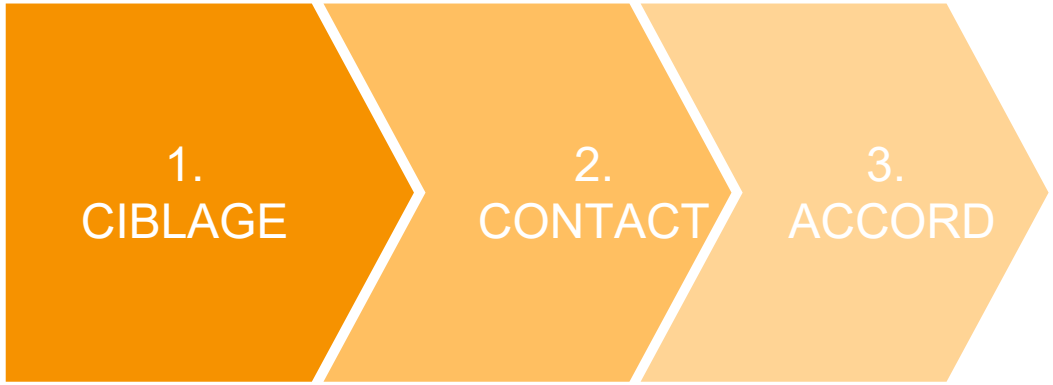
 Copyright BC_ 2023

Plan d’action

Elaborer et mettre en œuvre son plan d’actions

Plan d'action

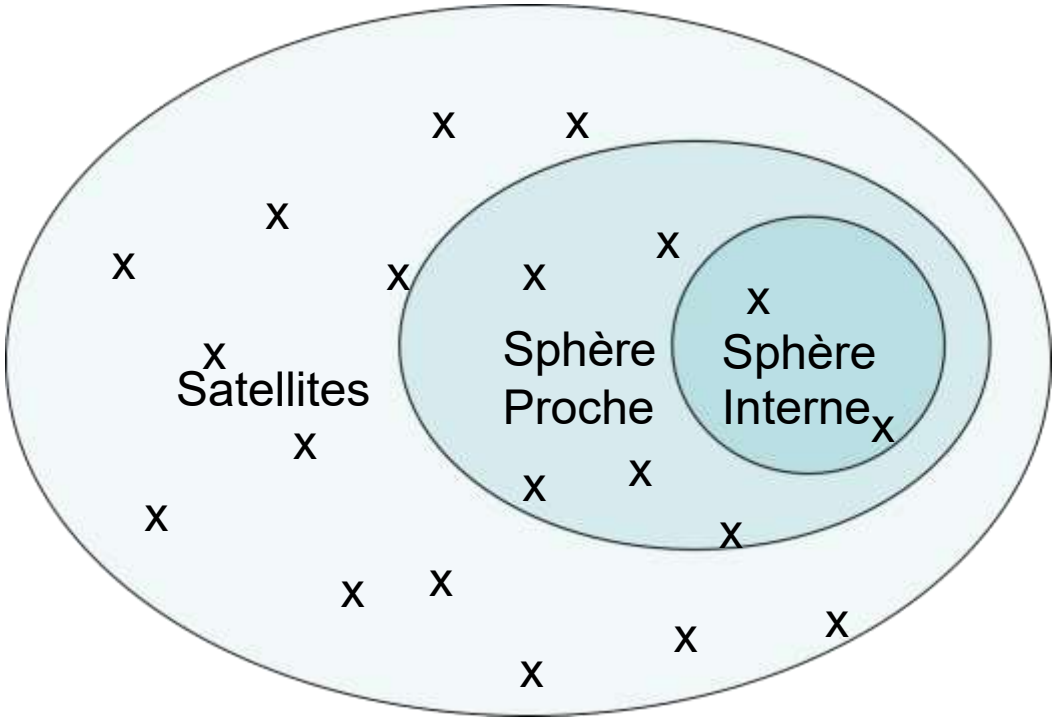
- **…maintenant que vos besoins sont formulés et que votre offre est construite**



 Copyright BC_ 2023

1. Ciblage

- **Par où commencer?**



Anciens partenaires
Fournisseurs
Prestataires de service
Employeurs de collègues
Voisins
Famille
/Amis
Mécènes de vos thématiques
Etc.

 Copyright BC_ 2023

1. Ciblage

- Définir différents **critères de sélection**
  - Proximité avec la cause
  - Proximité géographique
  - Proximité de réseaux
  - Capacité financière

 Copyright BC_ 2023

1. Ciblage

- **Se constituer sa base de données (type tableau Excel)**

	Proximité cause	Proximité réseaux	Proximité géo	Capacité financière	Total	
Entp1	4	2	5	3	14	
Entp2	1	5	4	4	14	
EntpX	3	4	4	3	14	

Objectif – le chemin le plus court vers mon objectif : obtenir une première entreprise mécène

 Copyright BC_ 2023

1. Ciblage

- Où trouver l'information pour construire et optimiser sa base de données ?
  - Mots clés sur Google
  - Réseau social pro : linkedin
  - Annuaires diverses (type Admical, CFF, FdF…)
  - Chambres de Commerce et prescripteurs
  - Réseaux thématiques de professionnels (cluster éco du territoire)
  - Actualités
  - Bouche à oreille et proches
  - Partenaires d'autres structures semblables
  - Forums et salons
  - Annuaire annuel des 500 entreprises édité par La Tribune Aquitaine avec Sud Ouest
  - Site http://objectifaquitaine.latribune.fr/

 Copyright BC_ 2023

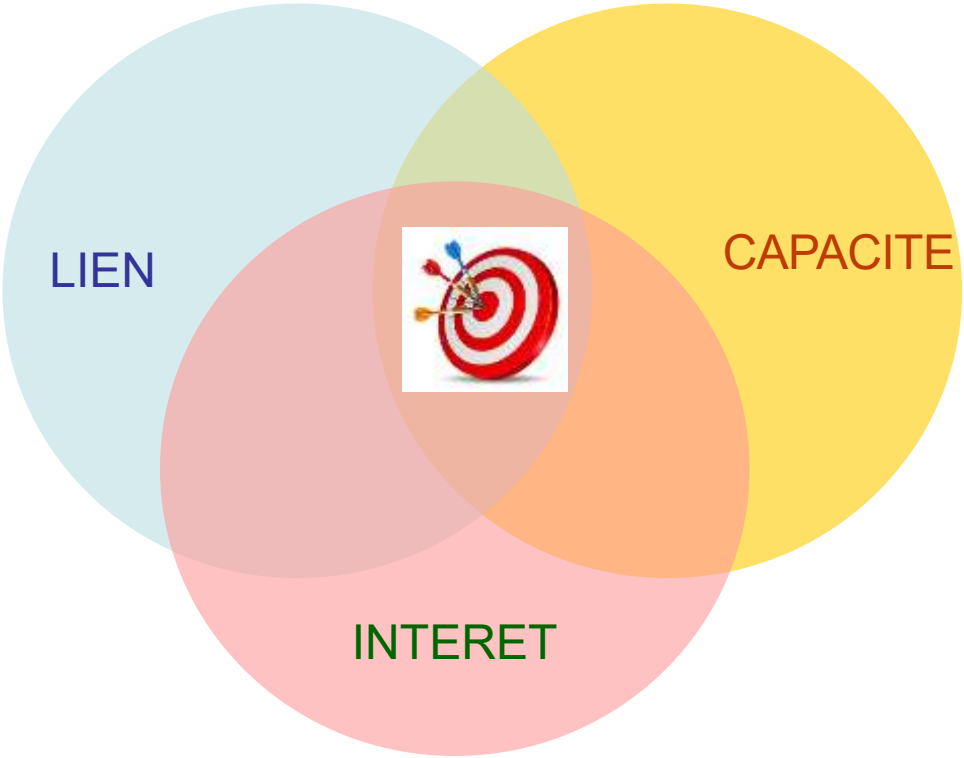
1. Ciblage

- Identifier la bonne personne
- Directeur de la communication
- Directeur Marketing
- Directeur Responsabilité Sociétale des Entreprises ou Développement Durable
- Directeur Général
- Directeur des Ressources Humaines
- Délégué Général de Fondation
- Filiale vs. Siège

- ATTENTION AUX VOIES DE GARAGE !

 Copyright BC_ 2023

1. Ciblage LIC - Lien Intérêt Capacité



 Copyright BC_ 2023

Maintenant que votre base de données est prête, lancez-vous !

2. Démarrage : comment établir le premier contact ?

- **Moyens**
  - Mail : Susciter l'intérêt en peu de lignes
  - Téléphone : 3 min pour convaincre!
  - Courrier : bien définir le niveau hiérarchique
  - Contact direct : réseau

→ **Choisir les différents outils et supports de prospection** (argumentaire…)

→Penser à mettre en place des outils de suivi (tableau excel)

→ **Planifier votre prospection** pour obtenir des rendez-vous

 Copyright BC_ 2023

2. Démarrage : comment établir le premier contact ?

 Copyright BC_ 2023

2. L’email

- Objet clair
- Référence à une personne que ce contact connaît (si possible)
- Première phrase explicite
- Invitation à une rencontre
- Signature claire

 Copyright BC_ 2023

Association X// Entreprise X– Partenariat autour d'un projet…

M. ou Mme X bonjour,

Suite aux conseils de M. ou Mme Y, je me permets de vous contacter pour vous proposer de travailler ensemble autour d'un projet de…
2 phrases Qui vous êtes + votre projet …

Nous souhaitons travailler avec des entreprises qui comme l'entpX partagent nos valeurs.

Auriez-vous 30 minutes à nous accorder dans les prochaines semaines pour un rendez-vous afin de découvrir en détail les intérêts/ actions menées/ enjeux traversés par votre entreprise, et vous exposer nos missions?

Dans l'attente de votre retour, je reste à votre à votre disposition pour plus d'information si nécessaire

Sincèrement,

 Copyright BC_ 2023

2. Le rendez-vous

- Utiliser les **supports préparés et personnalisés**
- Prévoir **1 H** d'entretien **maximum**
- **Venir à deux** : « l'authentique » et le négociateur
- **Echange / écoute / compréhension / adaptation**

 Copyright BC_ 2023

2. Le rendez-vous

- **Définir LES OBJECTIFS des 2 parties**
  - **Motivations du partenaire :**

    quelles sont-elles ?

    qui rencontrez-vous?

    la Direction ou l'opérationnel ?
  - **Motivations de votre structure**

    quelles sont-elles ?
- **Evaluer leurs intérêts,**
- **Definir des intérêts communs potentiels**

ATTENTION ne jamais repartir sans rien à la fin d'un rendez-vous!

 Copyright BC_ 2023

2. Le rendez-vous : DEMANDER

- Formuler votre besoin
- Poser directement la question
- Attendre la réponse même si cela prend du temps
- Prévenir la personne qui vous accompagne de l'importance de la DEMANDE
- Laisser votre interlocuteur formuler une réponse complète
- Valider oralement les engagements (ou non) pris juste avant dans la réponse
- Rappeler ces engagements plus tard dans un email

 Copyright BC_ 2023

3. L’accord

A formaliser dans CONVENTION DE PARTENARIAT : Numéraire ou nature
Non obligatoire **mais recommandé** pour éviter les litiges avec le fisc et les deux parties - **À faire valider par un juriste**

- Préambule
- Objet de l’accord
- Obligations des parties
- Forme du don du donateur
- Durée de l’accord
- Résiliation
- Droits d’utilisation et propriété intellectuelle
- Confidentialité
- Dispositions diverses (avenant, cession, nullité, évolution de l’accord, élection de domicile, litiges…)

 Copyright BC_ 2023

4. Mise en œuvre du partenariat

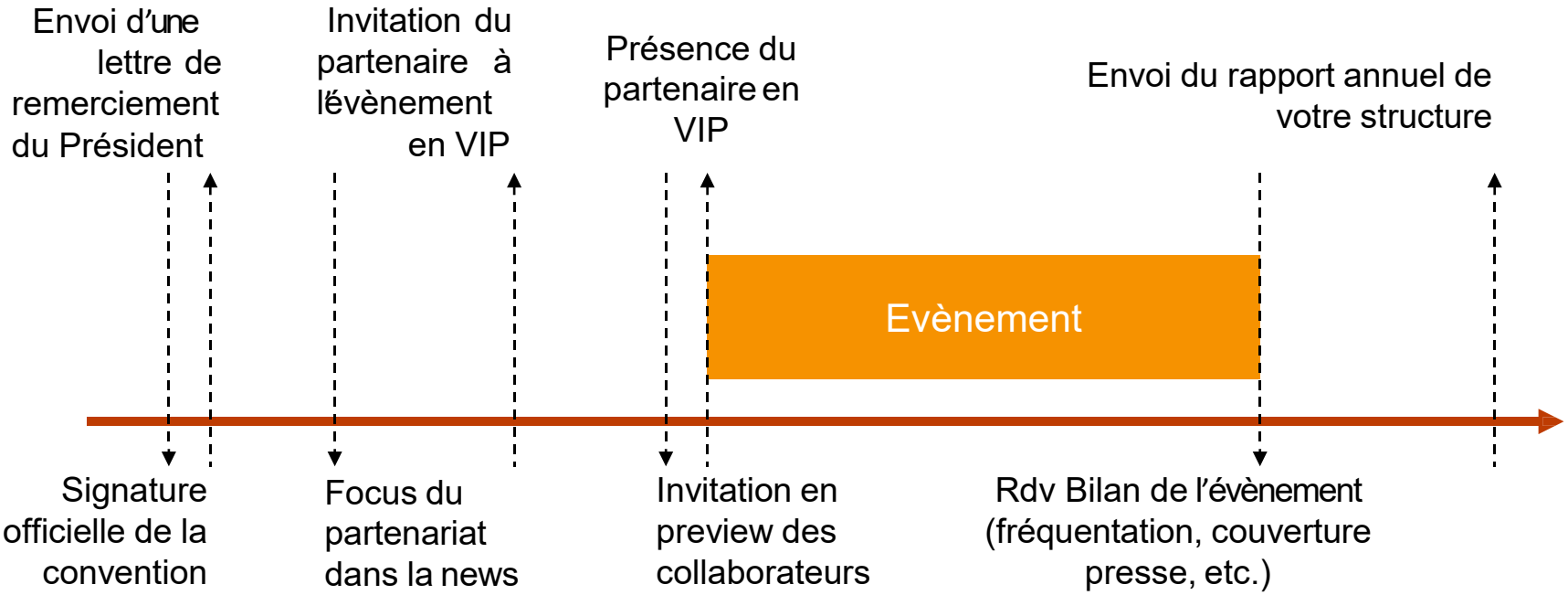
Facteurs clés de succès d'un partenariat :

- **Compréhension, conseil et écoute**
- **Pas un « tiroir caisse »**
- **Transparence**
- **Respect des engagements**
- **Suivi du partenariat (information, rapport, evaluation, mesure d'impact…)**
- **Disponibilité et réactivité**
- **Rencontre**
- **Points d'amélioration à apporter au partenariat**
- **La relation ainsi entretenue évoluera au fil du temps**

 Copyright BC_ 2023

4. Mise en œuvre du partenariat

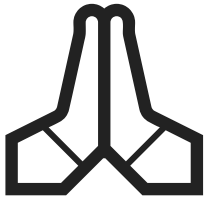
- **Exemple d'une relation partenariale suivie sur 1 an**



 Copyright BC_ 2023

Et ne JAMAIS oublier de dire…

MERCI !



A VOUS DE JOUER !

Travail de réflexion autour de votre propre projet /structure

- Qui êtes vous ?
- Votre SWOT
- Quel projet vous proposez ?
- Quel est votre besoin ?
- Pourquoi vous soutenir, en quoi c’est important, urgent ?
- Que proposez-vous comme valeur ajoutée ?
- Qui pourraient vous soutenir… ?

 Copyright BC_ 2023

POUR RESUMER

To do – Or Not !

✔ TO DO 😊

- identifier ses forces et faiblesses / besoins
- proposer un PROJET clair et synthétique
- faire un ciblage logique et cohérent
- étudier et contacter le prospect
- suivre son plan d'actions (calendrier)
- venir en rdv préparé avec des outils
- être à deux en rdv
- s'adapter lors de la négociation
- écouter / comprendre / conseiller
- construire ensemble
- être transparent tout au long du projet
- communiquer sur le partenariat
- créer un lien fort dans le temps (rdv, invitation)
- apporter une valeur ajoutée
- considérer de façon égale tous les mécènes
- être réactif et professionnel
- l'impliquer dans le projet

✕ NOT TO DO ☹

- envoyer un dossier long et non adapté (fondation)
- proposer un projet non travaillé
- faire du mailing dans tous les sens
- solliciter que pour de l'argent (entreprise)
- demander uniquement pour le budget de fonctionnement
- imposer un projet sans écouter
- ne pas respecter les contreparties
- oublier d'envoyer le reçu fiscal
- ne pas le prévenir en cas de turn over d'équipe
- ne pas faire de suivi
- ne pas remercier

 Copyright BC_ 2023

Sites ressources

- http://www.fundraisers.fr/
- http://www.admical.org/
- http://www.centre-francais-fondations.org
- http://www.associations.gouv.fr/IMG/pdf/mecenat_guide_juridique.pdf
- http://www.ambition-mecenat.org/
- http://www.lrset.org/uploads/GED/finance/Fiche_pratique_Mecenat.pdf
- https://recruteurs.apec.fr/Recrutement/Observatoire-de-l-emploi/Les-etudes-Apec-par-thematique/Metiers-et-competences/Referentiel-des-metiers-du-fundraising
- https://partenariatassociationsentreprises.wordpress.com/boite-a-outils/
- http://portail-shn.creps-pdl.fr/
- https://www.associatheque.fr/fr/fichiers/bao/fiche-conseil-rescrit-fiscal-special-mecenat-format.pdf

 Copyright BC_ 2023

MERCI !

barbara.cloute@hotmail.fr