

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	7
PREMIÈRE PARTIE : DÉFINITIONS ET ENCADREMENT JURIDIQUE	9
Définitions	11
Le sponsoring ou parrainage	11
Le mécénat	12
Organismes spécifiques	14
L'association sans but lucratif (ASBL)	14
La fondation privée	17
La fondation d'utilité publique	19
Les fonds	21
DEUXIÈME PARTIE : LES INCITANTS FISCAUX	23
Le tax shelter	25
Le mécénat et le sponsoring	30
Le mécénat : les libéralités déductibles	30
Le sponsoring	33
Les donations et les dations d'œuvres d'art	34
L'achat d'œuvres d'art par des entreprises	36
TROISIÈME PARTIE : MOTIVATIONS, MÉCANISMES	
D'INTERVENTION ET DOMAINES D'INTERVENTION	37
Motivations	39
Personnes	39
Entreprises	40
Mécanismes	42
Les contreparties directes du sponsoring et du mécénat	42
Les retombées indirectes	45
Les acteurs culturels	47
Domaines	48
QUATRIÈME PARTIE : LES PRINCIPAUX ACTEURS	51
Les investisseurs spécialisés	53
Les <i>business angels</i>	56
Les banques et les investisseurs non spécialisés	57

La publicité	59
Les professionnels du mécénat	61
Les principaux mécènes	63
Les grandes fondations œuvrant dans le secteur culturel	64
Les groupes d'entreprises	68
Les clubs d'entreprises	74
Les donateurs individuels	74
Les bénéficiaires du mécénat culturel	75
CONCLUSION	77
NOTES	79
ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE	81
GLOSSAIRE	83