



CHARTRE ETHIQUE DES MECENATS ET DES PARRAINAGES

PREAMBULE

La Charte éthique des mécénats et des parrainages (ci-après désignés ensemble « partenariats ») a pour objectif de poser les fondements de la relation entre la VILLE DE PARIS et les mécènes et les parrains (ci-après désignés ensemble « partenaires »).

La Charte définit un ensemble de valeurs partagées entre la VILLE DE PARIS et les personnes physiques ou morales (notamment : entreprises, fondations, particuliers) désireuses de soutenir des projets d'intérêt général et/ou d'intérêt public local sous la forme du mécénat ou du parrainage. Les actions des partenaires doivent être conformes aux principes mis en œuvre par la VILLE DE PARIS. Chaque mécénat et parrainage constitue un engagement libre entre le partenaire et la VILLE DE PARIS, fondé sur une vision partagée pour mettre en œuvre une action particulière, dans le respect mutuel des droits et devoirs de chacun.

La VILLE DE PARIS mène une politique ambitieuse, à la mesure de l'urgence climatique, sociale et démocratique, en plaçant les Parisiennes et les Parisiens au cœur de son action. Afin d'amplifier les effets de ses engagements, la VILLE DE PARIS souhaite accroître l'implication de toutes les forces vives de son territoire pour promouvoir un modèle de développement respectueux des valeurs qu'elle porte haut, au premier rang desquelles le respect des droits humains et de leur dignité, la promotion de l'intérêt général et des valeurs du service public, le bien-être animal, la préservation du patrimoine, la végétalisation et la préservation de la biodiversité, une ville inclusive, solidaire, ouverte, une ville adaptée aux changements climatiques et résiliente. La VILLE DE PARIS considère notamment que les mécènes et les parrains peuvent accompagner ses choix, notamment lorsque le partenaire met en œuvre, ou s'attache à le faire, ces principes dans ses activités ou sa politique entrepreneuriale de responsabilité sociale et environnementale.

Dans ce contexte, outre l'objectif de diversification des sources de financement de certains projets et événements, la VILLE DE PARIS entend nouer des partenariats - mécénats et parrainages - dans l'objectif, notamment, de :

- ▶ promouvoir ses valeurs dans l'ensemble de ses politiques publiques ;
- ▶ préserver le patrimoine historique des Parisiennes et des Parisiens ;
- ▶ rendre la Ville toujours plus inclusive, accueillante, accessible et solidaire ;
- ▶ adapter la Ville au changement climatique, protéger la biodiversité et développer la nature en ville ;

- ▶ privilégier les acteurs du commerce équitable issus de l'économie sociale et solidaire et qui utilisent des produits issus de l'agriculture biologique ;
- ▶ développer l'accès à la culture sous toutes ses formes à tous les publics ;
- ▶ permettre l'accès du plus grand nombre à une activité physique ou sportive ;
- ▶ rester à l'avant-garde en matière artistique, scientifique, technologique ;
- ▶ soutenir la mobilisation citoyenne par l'implication des Parisiennes et des Parisiens dans des projets fédérateurs partagés ;
- ▶ favoriser la création d'emploi et l'insertion professionnelle, particulièrement des Parisiennes et des Parisiens éloigné.e.s de l'emploi.

Les partenaires de la VILLE DE PARIS doivent agir conformément aux valeurs rappelées par la Charte. La VILLE DE PARIS se réserve ainsi le droit de refuser la contribution d'un mécène ou d'un parrain qui agirait en contradiction avec ces valeurs.

La mise en œuvre de la Charte constitue un cercle vertueux, consolidé par la VILLE DE PARIS avec ses partenaires, qui nécessite des objectifs partagés entre les parties. Ainsi, les partenaires de la VILLE DE PARIS s'engagent à intégrer systématiquement la dimension déontologique dans leurs activités et leur mise en œuvre. La VILLE DE PARIS s'engage à approfondir le dialogue avec les partenaires pour renforcer les valeurs d'exemplarité, d'éthique et de transparence du partenariat et sa cohérence avec les engagements de la collectivité.

La VILLE DE PARIS ne contractera en aucun cas avec des partenaires dont l'activité est illégale. De même, la Ville de Paris s'interdira de nouer des partenariats avec des personnes morales ou physiques défaillantes en tant que redevables de la collectivité. Sont concernées ici les débiteurs de la VILLE DE PARIS, sous quelque nature et quelque forme que ce soit.

Il est précisé que la Charte ne saurait avoir valeur de doctrine fiscale opposable, seule la Direction générale des finances publiques étant habilitée à établir la doctrine en la matière.

La présente Charte ne concerne pas les marchés de partenariat mentionnés à l'article L.1112-1 du code de la commande publique.

Elle ne concerne également pas les offres de concours aux opérations de travaux publics de la VILLE DE PARIS pour lesquelles la contribution volontaire de l'offrant est directement ou indirectement intéressée par l'opération.

En outre, les conventions innommées de type partenarial ne rentrent pas dans le champ d'application de la Charte. Cependant, l'esprit de la Charte peut être repris dans le cadre de la mise en œuvre de cette typologie de conventions.

I – DISTINCTION ENTRE MECENAT ET PARRAINAGE

La VILLE DE PARIS peut conclure une convention de mécénat ou de parrainage avec toute entreprise ou fondation établie en France ou à l'étranger. Toute personne physique peut également devenir mécène de la VILLE DE PARIS, quels que soient sa nationalité et le montant de son don numéraire.

1.1 - Terminologie

Le mécénat, tel que défini dans l'arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière, désigne « *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 ».

Le mécénat constitue un don désintéressé, un acte philanthropique ou un soutien matériel de nature financière ou technique, librement apporté par une entreprise ou un particulier, sans contrepartie directe, à un organisme dont l'activité présente un intérêt général.

Le parrainage (également appelé *sponsoring*) est défini par l'arrêté du 6 janvier 1989 précité comme le « *soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct* ».

Ainsi, à la différence du mécénat, les opérations de parrainage sont destinées à promouvoir l'image du parrain dans un but commercial et à permettre d'identifier sa marque. Elles constituent un investissement dans la stratégie de communication du parrain. Le parrainage constitue une charge comptablement et fiscalement déductible. Ses modalités et son champ d'application sont définis par l'article 39-1-7° du code général des impôts (CGI).

Le parrainage (promotion de l'image du parrain) se distingue donc du mécénat (don désintéressé). En conséquence, le parrain ne bénéficie pas des mêmes avantages fiscaux que le mécène. Les avantages fiscaux consentis aux mécènes entreprises et particuliers sont prévus par le CGI, en particulier ses articles 200 et 238 bis.

1.2 – Formes du mécénat et du parrainage

Il existe 3 formes de mécénat ou de parrainage, déterminées par la nature du soutien du partenaire au projet :

- ▶ Le mécénat ou le parrainage financier, relatif à un soutien en numéraire, ponctuel ou faisant l'objet de versements successifs, à intervalles réguliers ou non.
- ▶ Le mécénat ou le parrainage en nature, relatif à un apport de biens ou de produits de toute nature (matériel, immatériel, corporel ou financier) hors contribution en numéraire.
- ▶ Le mécénat ou le parrainage de compétences, relatif à la réalisation d'une prestation de services à titre gratuit ou à une mise à disposition à titre gracieux de personnel avec leur savoir-faire pendant leur temps de travail.

Ces trois formes de partenariats peuvent être combinées dans un même projet. En revanche, un opérateur économique ne peut être à la fois parrain et mécène d'un même projet.

1.3 – Conformité au dispositif

Les actions de mécénat et de parrainage sont mises en œuvre en toute transparence dans un cadre juridique sécurisé, qui procure toutes les garanties nécessaires pour se conformer aux lois et règlements.

En effet, les dons des mécènes ne peuvent être admis que dans le cadre des dispositions issues de la loi n° 2003-709 du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, conformément aux dispositions du code général des impôts, dont en particulier ses articles 200 et 238 bis.

Les dépenses engagées par les parrains sont, aux termes du code général des impôts, en particulier du 7° de l'article 39-1, déductibles du revenu imposable du parrain « *lorsqu'elles sont engagées dans l'intérêt direct de l'exploitation* ». Les dépenses engagées dans le cadre

d'opérations de parrainage sont destinées à promouvoir l'image et l'identification de la marque de l'entreprise. Le parrainage répond donc explicitement à une démarche commerciale. Ses retombées doivent être quantifiables et proportionnées à l'investissement réalisé. Cette condition est considérée comme remplie lorsque :

- ▶ Le parrain bénéficie d'actions de promotion de son identité et/ou de son image de marque par toute forme de support physique ou dématérialisé (affiches, annonces de presse, effets médiatiques, etc.).
- ▶ Les dépenses engagées sont en rapport avec les avantages attendus par le parrain. Les dépenses de parrainage sont des charges déductibles du bénéfice net de l'entreprise.

II - PRINCIPES APPLICABLES AUX PARTENAIRES

La Charte formalise un cadre d'intervention, ainsi que les règles régissant les relations de la VILLE DE PARIS avec les partenaires.

Les partenariats sont mis en œuvre dans une convention qui fixe les engagements respectifs des parties (contenu des actions arrêté par la VILLE DE PARIS, nature et montant du mécénat ou du parrainage, définition et valorisation des contreparties...) et présente toutes les garanties nécessaires au respect des valeurs portées par la VILLE DE PARIS.

2.1 – Ethique des partenaires

Les actions de mécénat et de parrainage doivent s'inscrire dans le respect des valeurs de la République et de la VILLE DE PARIS et dans le cadre de la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique.

Non exclusivité

Les actions de mécénat et de parrainage sont ouvertes à tous, sous réserve de respecter les conditions mentionnées supra.

Si une action de mécénat ou de parrainage fait l'objet à titre exceptionnel d'une exclusivité, celle-ci doit être strictement limitée dans le temps, dans l'espace et dans le secteur d'activité concerné.

Conduite du projet

La VILLE DE PARIS se réserve le droit de refuser, à sa discrétion, une action de mécénat ou de parrainage qui, indépendamment des valeurs portées par l'opérateur économique, ne répond pas aux finalités qu'elle s'est données.

Les partenaires s'engagent à n'interférer ni dans la définition du contenu du projet soutenu, ni dans le choix des intervenants concourant à sa mise en œuvre. Ils s'engagent également à ne pas solliciter de la Ville de PARIS un engagement commercial de quelque nature que ce soit, notamment lorsque les actions de mécénat et de parrainage des partenaires sont susceptibles d'interférer avec des contrats de la commande publique (marchés publics et contrats de concession)

Situation fiscale, sociale et commerciale

La VILLE DE PARIS s'engage à ne conclure une convention qu'avec des partenaires régulièrement immatriculés et/ou enregistrés et/ou déclarés auprès des organismes

compétents. La VILLE DE PARIS pourra solliciter des informations visant à établir leur conformité réglementaire et s'interdit de contracter avec des tiers pour lesquels un doute sérieux existerait quant à la régularité de leur situation relative aux droits fiscal, social, commercial et de la concurrence, ainsi qu'au droit pénal.

Légalité des activités et réputation

La VILLE DE PARIS s'efforcera de s'informer sur la nature précise des activités du mécène ou parrain potentiel dans le secteur concerné. La VILLE DE PARIS s'abstiendra de contracter avec un partenaire pour lequel subsisterait un doute quant à la légalité des activités. La VILLE DE PARIS se réserve en outre le droit de refuser tout don ou apport dont l'origine n'est pas clairement identifiée.

La VILLE DE PARIS s'abstiendra également de contracter avec des partenaires susceptibles de nuire à son image ou mis en cause dans le domaine du respect des droits humains ou du bien-être animal, des valeurs, notamment, d'inclusivité, de solidarité, d'égalité des usagers, de défense de l'environnement, de service public, notamment déontologiques, de respect du patrimoine ou de santé publique.

Abus de bien social

La VILLE DE PARIS fera ses meilleurs efforts pour prendre toutes les dispositions possibles pour qu'il ne puisse lui être reproché le fait d'avoir contribué à un abus de bien social par un partenaire, c'est-à-dire à un acte contraire ou sans rapport avec l'intérêt du mécène ou du parrain et ce, d'une part en fonction des éléments objectifs portés à sa connaissance, et, d'autre part, sans que la VILLE DE PARIS ne puisse s'immiscer dans la gestion du partenaire concerné. Le partenaire est le seul bénéficiaire des contreparties octroyées. Dans sa communication sur l'opération, la VILLE DE PARIS veillera à ce que la dénomination figurant sur les supports de communication soit bien celle du mécène ou du parrain, représentée par sa raison sociale, son logo ou toute autre appellation notoirement représentative de l'identité du partenaire.

Organismes politiques, organisations syndicales et organismes religieux

La VILLE DE PARIS s'interdit de contracter avec des organismes politiques ou organisations syndicales françaises ou étrangères.

La VILLE DE PARIS s'interdit également de contracter avec des organismes religieux, notamment afin d'éviter que ces liens ne puissent être assimilés à une démarche de prosélytisme, contraire au principe de laïcité, exception faite des projets portant sur l'entretien ou la restauration de lieux culturels patrimoniaux à la charge de la VILLE DE PARIS.

La VILLE DE PARIS s'appuie sur l'évaluation de l'intégrité des tiers qu'elle élabore afin d'examiner la probité des partenaires envisagés.

2.2 - Prévention des conflits d'intérêts

La VILLE DE PARIS accorde une importance particulière à la prévention des risques de manquement à la probité et de conflit d'intérêts et attend des mécènes et parrains qu'ils s'impliquent pleinement dans la prévention de toute forme de risque d'atteinte à la probité, comme la corruption ou le favoritisme, susceptibles de naître des relations nouées avec les élus et agents de la VILLE DE PARIS à l'occasion de leurs actions de mécénat ou de parrainage.

Mécénat, parrainage et marchés publics

La VILLE DE PARIS apporte une vigilance particulière aux actions de mécénat et de parrainage qui sont susceptibles d'interférer avec des contrats de la commande publique (marchés publics et contrats de concession).

Dans le cadre de la phase préalable à la mise en concurrence ou de la mise en concurrence préalable à la passation d'un contrat de la commande publique, le comité stratégique et le comité opérationnel en charge des partenariats au sein de la VILLE DE PARIS seront attentifs à éviter tout risque de conflit d'intérêts et d'atteinte à la probité.

Durant l'exécution d'un marché public, la VILLE DE PARIS peut nouer un partenariat avec un mécène ou un parrain, qui serait par ailleurs titulaire d'un contrat de la commande publique de la collectivité, dès lors que ce partenariat n'est conditionné à aucun engagement commercial passé, présent ou futur, autre que le partenariat en question, entre la VILLE DE PARIS et le partenaire.

Relations entre partenaires et agents

La VILLE DE PARIS veille à ce que ses agents n'entretiennent avec les partenaires aucun rapport susceptible de les conduire à méconnaître leurs obligations de discrétion, de probité, d'impartialité et de neutralité. Les élus, leurs collaborateurs et les agents de la VILLE DE PARIS doivent refuser tout cadeau, invitation ou libéralité émanant d'un partenaire ayant pour but de favoriser sa relation avec la VILLE DE PARIS ou d'en tirer un avantage ou un profit personnel.

Afin de se prémunir des risques de conflit d'intérêts, les agents en charge des relations avec les partenaires remplissent une attestation sur l'honneur de non conflit d'intérêts annexée à la présente Charte, et la remettent au référent déontologie et laïcité de leur direction ainsi qu'à leur supérieur hiérarchique.

Les partenaires s'engagent à se prémunir contre toute implication de leur part, de celle de leurs employés et commettants, susceptibles de relever des articles 432-10 à 433-2 et 433-4 du code pénal relatifs aux manquements au devoir de probité tels que notamment la concussion, la corruption, le trafic d'influence, la prise illégale d'intérêts, les atteintes à la liberté d'accès et à l'égalité des candidats dans les marchés publics et les contrats de concession, ou encore la soustraction et le détournement de biens. A cet égard, la VILLE DE PARIS indique aux partenaires qu'elle désapprouve l'octroi de tout cadeau, invitation ou libéralité à l'attention des élus, collaborateurs et agents avec lesquels ils sont en relation.

III – VALORISATION DES APPORTS DES PARTENAIRES

La valorisation des apports en nature et en compétences des partenaires relève de leur responsabilité (et non de celle de la VILLE DE PARIS).

La valorisation doit être estimée au regard des apports réels, en nature et/ou en compétences du partenaire. Il s'agit donc du coût exact supporté par le partenaire à raison du soutien qu'il apporte, et non du manque à gagner que ce partenariat représente pour lui.

3.1 - Valorisation du mécénat

Le soutien en nature et en compétences du mécène doit être valorisé pour les besoins du calcul de la réduction d'impôt et de la réintégration extracomptable.

Le mécène s'engage à valoriser les dons en nature ou en compétences conformément à la réglementation fiscale en vigueur. À tout moment, il devra, sur simple demande de la VILLE DE PARIS, être en mesure de justifier la valorisation sincère et étayée des actions de mécénat mises en œuvre quand ces dernières ne prennent pas la forme d'un apport en numéraire. En particulier, il lui sera demandé de justifier toute réévaluation du montant de l'apport effectué par rapport à l'estimation initialement formulée dans la convention afférente conclue avec la VILLE DE PARIS.

Valorisation du mécénat en nature

Valorisation des dons de biens matériels :

- ▶ Biens inscrits dans un compte d'immobilisation : la valorisation du bien est égale à la valeur vénale ou résiduelle si celui-ci a fait l'objet d'amortissement du bien à la date du soutien effectué.
- ▶ Marchandises figurant dans un compte de stock ;
 - Biens acquis à titre onéreux : la valorisation du bien est égale à son coût de revient, c'est-à-dire au prix d'achat minoré des diverses remises qui ont pu être faites mais majorés des frais de transport, de manutention et autres coûts directement engagés pour l'acquisition des biens et des coûts d'emprunt.
 - Biens produits par l'entreprise elle-même : la valorisation du bien est égale à son coût de revient, c'est-à-dire au coût d'achat des matières et fournitures consommées, augmenté de toutes les charges directes ou indirectes de production et des coûts d'emprunt engagés. Concernant les denrées alimentaires, la valeur prise en compte est celle nette comptable, c'est-à-dire après prise en compte des provisions fiscalement déductibles.

Valorisation de la mise à disposition de moyens :

- ▶ Prêt d'un bien immobilier : la valorisation du bien est égale à la valeur locative calculée au prorata de la surface mise à disposition et du temps d'occupation.
- ▶ Prêt de matériel : la valorisation du bien est égale à la valeur locative du matériel.

Cas des particuliers :

Pour les particuliers, le mécénat peut prendre la forme de versements de sommes d'argent, de dons en nature, de versements de cotisations, de l'abandon de revenus ou de produits ou de la renonciation aux remboursements de frais engagés par les bénévoles dans le cadre de leur activité (sous réserve de l'absence de contrepartie).

Valorisation du mécénat en compétences :

Prestations de service : la valorisation du service est égale au coût de revient de l'opération.

Prêt de main d'œuvre : la valorisation du service est égale au salaire annuel chargé du salarié (salaire annuel brut majoré des charges sociales et fiscales patronales) au *prorata temporis*.

Cas des particuliers : le mécénat de compétences évoqué pour les entreprises n'est pas reconnu en matière de mécénat des particuliers.

3.2 - Valorisation du parrainage

Le parrainage peut également revêtir les trois mêmes formes de soutien : en numéraire, en nature et de compétences.

Lorsque le parrainage est effectué en numéraire, le bénéficiaire établit une facture relative à la prestation réalisée en contrepartie de la somme versée, avec mention de la TVA.

Le parrainage en nature ou de compétences est valorisé au prix commercial des prestations. Lorsque le parrainage est effectué par la remise d'un bien et/ou l'exécution d'une prestation de service, cet acte s'analyse comme un échange. Le cas échéant, la VILLE DE PARIS émet une facture d'un montant égal à celui du bien ou de la prestation fournie, avec mention de la TVA au taux d'une opération publicitaire, et l'entreprise partenaire émet une facture au titre de la fourniture du bien ou du service au taux de TVA qui lui est propre.

Le parrainage évoqué pour les entreprises n'est pas reconnu pour les particuliers.

IV – CONTREPARTIES ACCORDEES AUX MECENES ET AUX PARRAINS

Le détail des contreparties est précisé et valorisé dans la convention de mécénat ou de parrainage conclue à cet effet. La VILLE DE PARIS ne proposera aucune contrepartie susceptible de nuire à la conduite des missions de service public ou à l'image de la VILLE DE PARIS. Les mécènes et parrains s'engagent à informer la VILLE DE PARIS des actions de communication envisagées autour des actions soutenues avant leur mise en œuvre. Ils veillent également à leur cohérence tant avec l'action soutenue qu'avec les valeurs et principes mentionnés dans la présente Charte. La VILLE DE PARIS se réserve le droit de suggérer toute modification, y compris une suppression, partielle ou totale, tant sur le fond que sur la forme, aux projets de communication autour des actions soutenues par les partenaires que lui soumettent ces derniers.

4.1 - Règles applicables aux mécènes

Le mécénat suppose que le soutien apporté par le partenaire, quelle que soit sa forme (versement en numéraire, remise d'un bien, prestation de services ou mise à disposition de compétences), procède d'une intention libérale de la part du mécène. En principe, la VILLE DE PARIS n'est pas tenue d'accorder de contrepartie au mécène à raison du soutien effectué. L'octroi de contreparties au mécène est toutefois admis dans les conditions suivantes :

- ▶ Entreprise ou fondation : en plus des déductions fiscales, la VILLE DE PARIS peut accorder au mécène des contreparties en communication ou des contreparties matérielles (notamment mise à disposition gracieuse d'espaces) correspondant à un maximum de 25 % de la valeur totale de la contribution versée ou 5 % dans le cas de trésors nationaux.
- ▶ Particulier: la VILLE DE PARIS peut accorder des contreparties correspondant à un maximum de 25 % de la valeur totale de la contribution versée et dans la limite forfaitaire de 73 euros pour les contreparties matérielles.

La VILLE DE PARIS propose, en fonction des projets, une grille de contreparties. Ces contreparties sont définies dans la limite du plafond toléré par l'administration fiscale et de façon à garantir un traitement équitable des mécènes :

- ▶ Les contreparties matérielles sont valorisées au prix de vente public du bien ou du service. Le bien ou le service reçu en contrepartie doit être valorisé à son coût de revient.
- ▶ Les contreparties immatérielles, y compris l'apposition du logo et du nom ou de la marque commerciale du mécène ou du parrain, ou le nom ou logotype de sa fondation, sur tout support d'information ou de communication, doivent également être valorisées. La valorisation de ces contreparties ne doit pas dépasser 10 % du montant du don.

Les contreparties accordées à un mécène dans le cadre d'une opération de mécénat ne peuvent être utilisées par le mécène dans le cadre d'une opération visant à promouvoir son image ou ses produits dans un but commercial.

4.2 - Règles applicables aux parrains

En raison de son caractère commercial, le détail des contreparties accordées aux parrains sera indiqué dans la convention de parrainage afférente à chaque opération.

4.3 – Grille de référence des contreparties

La VILLE DE PARIS a élaboré une grille de contreparties, afin de garantir un traitement équitable des partenaires. Le détail des contreparties apportées est précisé et valorisé dans la convention de partenariat conclue à cet effet.

A titre indicatif, la grille de contreparties, destinée à évoluer, est jointe à la présente Charte. Elle pourra être modifiée sans que cela n'ait d'incidence sur le contenu de la Charte.

V – GOUVERNANCE DES PARTENARIATS

5.1 - Orientation stratégique des recherches de partenaires

Afin de garantir le respect de la présente Charte et des valeurs qu'elle porte, un comité stratégique, composé de la Maire de Paris ou de ses représentants, de la Secrétaire Générale ou de son représentant, des directeurs travaillant à la mise en place des partenariats ou leurs représentants, est chargé de définir les grandes orientations des recherches de mécènes et parrains à l'échelle de la VILLE DE PARIS.

Ce comité stratégique identifie les projets prioritaires dans la recherche de financements externes et valide les propositions des directions opérationnelles, tant en termes de recherche que de contractualisation. Cette instance se réunit une fois par trimestre.

Ce comité stratégique est assisté d'un comité de pilotage, réunissant les agents chargés de la mise en place des partenariats à l'échelle des directions. Il permet de mutualiser les outils et les ressources et de fédérer les directions sur le sujet des partenariats, autour d'une démarche unique. Ce comité de pilotage se réunit autant de fois que nécessaire sous l'impulsion de la direction de l'information et de la communication (DICOM).

Les membres du comité stratégique, agents, élus et collaborateurs, complètent une attestation sur l'honneur de non conflit d'intérêts qu'ils remettent au représentant de la DICOM qui est chargé d'assurer le secrétariat de ce comité.

5.2 - Validation des partenariats

Le comité stratégique valide la mise en place des partenariats. Cette validation s'applique pour les mécénats et les parrainages financiers, en nature ou en compétences. Après accord du comité stratégique, les directions sont autorisées à finaliser la mise en place de ces partenariats, notamment en termes de conventionnement, de versement des fonds ou de mise à disposition des produits ou des compétences. La coordination de ces actions est assurée par le comité de pilotage.

Le principe des partenariats est validé par le comité stratégique et ces derniers sont formalisés par des conventions. Les engagements de la VILLE DE PARIS et de ses partenaires potentiels, ainsi que l'exécution des conventions, sont suspendus à l'approbation de ces dernières par le Conseil de Paris et l'autorisation donnée à la Maire de Paris de les signer.

ANNEXE

Grille indicative de référence de contreparties

Montant du soutien Valorisation du soutien	Contreparties matérielles	Contreparties de communication
<p style="text-align: center;">10 k€</p> <p>Montant de contreparties : 2500€ dont : -communication (30%) : 750€ -matérielles (70%) : 1750€</p>	<p>-Invitations / Laissez-passer pour une exposition ou un évènement -Goodies / catalogues (si goodies / catalogues)</p>	<p>-Mention du soutien sur la page de l'opération (site que faire) -page partenaires dans le dossier de presse numérique</p>
<p style="text-align: center;">25 k€</p> <p>Montant de contreparties : 6250€ dont : -communication (30%) : 1875€ -matérielles (70%) : 4375€</p>	<p>-Invitations / Laissez-passer pour une exposition ou un évènement -Goodies / catalogues (si goodies / catalogues) - Accès coulisses (visites des expositions en dehors des horaires d'ouverture : visite de lieux inédits en présence d'un conférencier / visites de chantier)</p>	<p>-Mention du soutien sur la page de l'opération (site que faire) -page partenaires dans le dossier de presse* -Logo sur la page du projet pour une durée de 1 an - Mention ou logo sur la signalétique d'information</p>
<p style="text-align: center;">50 k€</p> <p>Montant de contreparties : 12500€ dont : -communication (30%) : 3750€ -matérielles (70%) : 8750€</p>	<p>-Invitations / Laissez-passer pour une exposition ou un évènement -Goodies / catalogues (si goodies / catalogues) - Accès coulisses (visites des expositions en dehors des horaires d'ouverture : visite de lieux inédits en présence d'un conférencier / visites de chantier) -Privatisation des espaces de la Ville de Paris (Hôtel de Lauzun / Salons de l'Hôtel de Ville)</p>	<p>-Mention du soutien sur la page de l'opération (site que faire) -Logo sur la page du projet pour une durée de 1 an - Mention ou logo sur la signalétique d'information -Page partenaire dans le dossier de presse de l'opération -Mention ou logo sur certains supports à destination des publics (goodies, dépliant, brochure, aide à la visite, application ...) -Mention ou logo dans le communiqué de presse de l'opération -Logo sur les supports d'affichage de l'opération (affiche, MUI ...) selon l'opération* -Logo sur l'espace de réservation en ligne / les coupe-file</p>
<p style="text-align: center;">100 k€</p> <p>Montant de contreparties : 25000€ dont : -communication (30%) : 7500€ -matérielles (70%) : 17500€</p>	<p>-Invitations / Laissez-passer pour une exposition ou un évènement -Goodies / catalogues (si goodies / catalogues) - Accès coulisses (visites des expositions en dehors des horaires d'ouverture : visite de lieux inédits en présence d'un conférencier / visites de chantier) -Privatisation des espaces de la Ville de Paris (Hôtel de Lauzun / Salons de l'Hôtel de Ville) -Activation pour valoriser l'image de la marque : rencontre avec les équipes ...</p>	<p>-Mention du soutien sur la page de l'opération (site que faire) -Logo sur la page du projet pour une durée de 1 an - Mention ou logo sur la signalétique d'information -Page partenaire dans le dossier de presse de l'opération -Mention ou logo sur certains supports à destination des publics (goodies, dépliant, brochure, aide à la visite, application ...) -Mention ou logo dans le communiqué de presse de l'opération -Logo sur les supports d'affichage de l'opération (affiche, MUI ...) selon l'opération* -Logo sur l'espace de réservation en ligne / les coupe-file - Mention ou logo sur la signalétique événementielle (teaser, totem, ballon ...) - Mention dans la newsletter des partenaires</p>
<p style="text-align: center;">200 k€</p> <p>Montant de contreparties : 50000€ dont : -communication (30%) : 15000€ -matérielles (70%) : 35000€</p>	<p>-Invitations / Laissez-passer pour une exposition ou un évènement -Goodies / catalogues (si goodies / catalogues) - Accès coulisses (visites des expositions en dehors des horaires d'ouverture : visite de lieux inédits en présence d'un conférencier / visites de chantier) -Privatisation des espaces de la Ville de Paris (Hôtel de Lauzun / Salons de l'Hôtel de Ville) -Activation pour valoriser l'image de la marque : rencontre avec les équipes ...</p>	<p>-Mention du soutien sur la page de l'opération (site que faire) -Logo sur la page du projet pour une durée de 1 an -Mention ou logo sur la signalétique d'information -Page partenaire dans le dossier de presse de l'opération -Mention ou logo sur certains supports à destination des publics (goodies, dépliant, brochure, aide à la visite, application ...) -Mention ou logo dans le communiqué de presse de l'opération -Logo sur les supports d'affichage de l'opération (affiche, MUI ...) selon l'opération* -Logo sur l'espace de réservation en ligne / les</p>

		coupe-file - Mention ou logo sur la signalétique événementielle (teaser, totem, ballon ...) - Mention dans la newsletter des partenaires Affichage sous le titre « Partenaire principal » ou « Partenaire exclusif » de l'opération** - Mise en une dans la page partenaires avec logo et texte de présentation - Mention du soutien dans un post LinkedIn dédié - Mention du soutien dans la newsletter de la Ville de Paris
300 k€ Montant de contreparties : 75000€ dont : - communication (30%) : 15000€ - matérielles (70%) : 35000€	- Invitations / Laissez-passer pour une exposition ou un événement - Goodies / catalogues (si goodies / catalogues) - Accès coulisses (visites des expositions en dehors des horaires d'ouverture : visite de lieux inédits en présence d'un conférencier / visites de chantier) - Privatisation des espaces de la Ville de Paris (Hôtel de Lauzun / Salons de l'Hôtel de Ville) - Activation pour valoriser l'image de la marque : rencontre avec les équipes ...	- Mention du soutien sur la page de l'opération (site que faire) - Logo sur la page du projet pour une durée de 1 an - Mention ou logo sur la signalétique d'information - Page partenaire dans le dossier de presse de l'opération - Mention ou logo sur certains supports à destination des publics (goodies, dépliant, brochure, aide à la visite, application ...) - Mention ou logo dans le communiqué de presse de l'opération - Logo sur les supports d'affichage de l'opération (affiche, MUI ...) selon l'opération* - Logo sur l'espace de réservation en ligne / les coupe-file - Mention ou logo sur la signalétique événementielle (teaser, totem, ballon ...) - Mention dans la newsletter des partenaires Affichage sous le titre « Partenaire principal » ou « Partenaire exclusif » de l'opération** - Mise en une dans la page partenaires avec logo et texte de présentation - Mention du soutien dans un post LinkedIn dédié - Mention du soutien dans la newsletter de la Ville de Paris - Espace de prise de parole dans un article contextuel à l'évènement dans le « A Paris » - magazine distribué aux parisiens

*

Pour les opérations à fort potentiel de rayonnement (Nuit Blanche, Paris Plages, 14 juillet...), la présence du logo sur l'affiche est proposée à partir de 100 000€ et la page partenaire du dossier de presse est print & numérique à partir de 25 000 € (en dessous de 25 000 € elle n'est que numérique).

Pour les opérations à potentiel de rayonnement plus modeste (Expositions de l'Hôtel de Ville, festivités du 31 décembre ...), la présence du logo sur l'affiche est proposée à partir de 50 000 € et la page partenaire du dossier de presse est print & numérique à partir de 25 000 € (en dessous de 25 000 € elle n'est que numérique).

**

L'intitulé dépendra du nombre de partenaires sur l'opération.

L'exclusivité sectorielle est garantie de fait, quel que soit le montant.