

Les associations tentent de s'adapter à la baisse des subventions

Face à la baisse des financements publics, les associations ont dû, au cours des vingt dernières années, adapter leur modèle économique pour intégrer de nouvelles ressources privées (mécénat, produit-partage, vente de produits et services, finance solidaire, social impact bonds, etc.). La législation a toujours tenté de prendre en compte les nouvelles pratiques.

Les politiques publiques de rigueur et l'évolution de la réglementation européenne en matière d'aides d'État ont imposé un contrôle strict des subventions (1). Ces dernières font souvent l'objet d'une convention fixant les obligations respectives de l'association et du financeur (2). Leur montant a été réduit de manière significative et elles tendent à être remplacées par des procédures d'appels à projets soumises aux règles de la commande publique.

Les bienfaits du mécénat

Heureusement, depuis 2003, la France est dotée d'un dispositif fiscal attractif incitant les particuliers et les entreprises à soutenir les associations d'intérêt général. Le développement des outils numériques permet aujourd'hui aux petites associations de collecter des dons de manière peu coûteuse grâce aux plateformes en ligne de financement participatif. En outre, l'évolution technologique des services de paiement permet aux entreprises commerciales de proposer à leurs clients ou à leurs salariés le mécanisme de l'arrondi solidaire consistant à verser des microdons. L'arrivée en 2008 (3) des fonds de dotation dans le



paysage des organismes sans but lucratif a permis aux associations simplement déclarées de se doter d'un outil de collecte de donations et de legs. Enfin, ces dernières années, associations et entreprises ont également pu mesurer les bienfaits du mécénat de compétence en plein développement (mise à disposition de personnel et de moyens par des entreprises).

Diversification des ressources

À côté du mécénat, les associations ont été amenées à développer des partenariats avec les entreprises dans le cadre de parrainages (sponsoring), activité fiscalement lucrative (4). Suivant la même logique de diversification des ressources, certaines ont entrepris d'exercer des activités de ventes de marchandises ou de prestations de services dans un cadre fiscal sécurisé par l'administration depuis 1998. Elles peuvent ainsi financer une partie de leurs activités non lucratives

structurellement déficitaires. Ces activités sont développées en interne, dans le cadre de la franchise d'impôts commerciaux ou d'une sectorisation fiscale, ou en externe, à travers une filialisation. Il est ainsi de plus en plus courant que des associations contrôlent et gèrent une filiale commerciale (ex. : une société par actions simplifiée). De grandes associations ont même mis en place des montages juridiques et fiscaux permettant d'attirer des investisseurs dans leurs filiales tout en gardant leur contrôle (actions de préférence, société en commandite par actions...).

Nouveaux mécanismes

La recherche de nouveaux financements impose parfois des restructurations se traduisant par des fusions, groupements de moyens ou coopérations. Par ailleurs, les associations bénéficient des outils de la finance solidaire (agrément Esus) et

sont visées par deux nouveaux dispositifs privés et publics en faveur de l'innovation sociale, ainsi que certains fonds d'investissement. Les solutions sous forme d'apport associatif, de prêt ou de garantie de prêt peuvent néanmoins apparaître exigeantes et sélectives. En revanche, le mécanisme des titres associatifs, réformé par la loi ESS de 2014, demeure peu fréquent en pratique car les investisseurs trouvent le produit peu attractif en raison des conditions de remboursement. Enfin, il est encore trop récent pour apprécier l'efficacité du nouveau mécanisme de financement par contrat à impact social (social impact bond). L'expérience permettra de vérifier si ce mode de financement est adapté aux enjeux. De manière plus insolite, il existe des associations qui

travaillent sur des projets de financement en crypto-monnaie. Reste que si l'imagination des porteurs de projets est sans limite pour pallier le désengagement de la puissance publique, certaines missions ne pourront toutefois jamais être correctement assurées sans investissement public, politique et financier.

Sarah Bertail et Emmanuel Sadorge,
avocats, Delsol avocats

- (1) Loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations, art. 10 ; code du commerce art. L.612-4 et D.612-5 ; loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, art. 4-1.
(2) Circulaires du 18 janvier 2010 et du 29 septembre 2015.
(3) Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, art. 140.
(4) BOI-BIC-RICI-20-30-10-20-§ 150.



Témoignage **LÉA THOMASSIN**, directrice générale de HelloAsso

Les petites associations ont besoin de fédérer dans la durée une communauté de donateurs

Quelle a été l'évolution de votre activité par rapport au financement associatif ?

Il y a neuf ans, au début des réseaux sociaux, nous avons commencé par le projet Mail For Good. Nous proposons aux associations d'améliorer leur visibilité par les e-mails. Puis, avec HelloAsso, nous avons proposé des outils numériques gratuits pour la collecte de dons et de cotisations, la gestion de campagnes de financement participatif ou pour la billetterie d'événements. Aujourd'hui, nous travaillons sur un système de flashcode pour contrôler les billets à l'entrée des événements et améliorer le comptage et les justificatifs. Un autre projet vise à faciliter la gestion des ventes de produits et services. Le but est de soulager les bénévoles quant aux aspects logistiques très chronophages de ces activités.

Le mécénat semble également se démocratiser ?

Il y a plusieurs années, les opérations de collecte de dons étaient essentiellement menées par les grandes associations caritatives et ONG. Elles seules pouvaient financer des campagnes de communication très coûteuses, réalisées par voie de presse, d'affichage ou de streetfundraising... Face à la baisse des financements publics, les associations, tous secteurs confondus, se sont mises à rechercher d'autres sources de financement. Grâce aux nouveaux outils numériques, une petite association peut aujourd'hui lancer une campagne de crowdfunding. On assiste à une « démocratisation » des pratiques d'appels de fonds.

Quels sont les défis à venir ?

Le financement du fonctionnement. Il reste difficile de pérenniser l'emploi de permanents. Au-delà du financement par projet, les petites associations ont besoin de fédérer dans la durée une communauté de donateurs, un cercle de fidèles qui contribuent régulièrement avec des petits versements (5 euros ou 10 euros par mois). Un autre défi majeur est d'acquiescer les codes et les compétences pour développer les ressources privées. Comment convaincre une PME de réaliser du mécénat de compétence ? Il faut mieux sensibiliser sur les solutions existantes, former et accompagner.

En savoir plus

www.helloasso.com