

LES DOSSIERS ASSOCIATIFS
ÉDITÉS PAR ASSURANCEMOSQUEE.FR

7 SOLUTIONS POUR FINANCER SON ASSOCIATION

Découvrez Notre Guide Pratique



Offert par assurancemosquee.fr
Cet exemplaire ne peut être vendu

SOMMAIRE

1 OPTIMISER SON FONCTIONNEMENT

Et recruter de nouveaux membres !

2 OPTIMISER SON CAPITAL HUMAIN

Passer le cap du numérique

3 LES DONS DE PARTICULIERS

3 milliards d'euros par an !

4 LA FINANCE ALTERNATIVE

Les nouveaux moyens de donner et de recevoir

5 RENFORCER SA VISIBILITÉ

Etre mieux vu pour toucher plus de monde

6 LES DONS D'ENTREPRISES

3,5 milliards d'euros par an

7 LES SUBVENTIONS PUBLIQUES

Une source de financement pour près d'une association sur deux en France

DOSSIER ASSOCIATION n°1

GENERER DES FONDS POUR VOTRE ASSOCIATION

La recherche de fonds occupe souvent une grande part de l'activité des associations. Qu'il s'agisse de combler un vide pour assurer leur fonctionnement et donc leur viabilité, de financer un projet... malgré les bonnes volontés et le côté désintéressé du monde associatif, l'argent reste le nerf de la guerre pour 46% des dirigeants associatifs. Si des associations s'en sortent mieux que d'autres, c'est qu'elles utilisent les moyens. A travers ce document, assurancemosquee.fr vous présentes quelques solutions simples et réalisables.



OPTIMISER SON FONCTIONNEMENT

Recruter des membres

De nombreuses associations parfois fréquentées par des centaines de personnes sous-estiment le poids financier d'une cotisation mensuelle. Plus une association a d'adhérents, plus elle peut obtenir de cotisations et donc se renforcer. Un nombre élevé d'adhérents est un signe d'attachement de ceux-ci à l'association. Leurs cotisations assurent des revenus fixes qui permettent de mieux appréhender le budget.

Les associations en quête de stabilité financière et de développement doivent donc mener des campagnes de recrutement de membres.

La préférence à la mensualisation

Mensualiser une cotisation annuelle revient à diviser le montant de la cotisation annuelle par 12, soit le nombre de mois dans une année. Cette opération revêt au moins deux avantages : un **coût indolore pour l'adhérent**, car en divisant par douze une cotisation annuelle, son budget mensuel n'est pas perturbé. La demande de paiement en plusieurs fois est récurrente chez les sympathisants du monde associatif. Le deuxième avantage est d'ordre **psychologique** puisque dans notre inconscient, 5 € restera toujours plus petit que 60 €, quand bien même 5 € versés tous les mois font 60 € par an. Que l'adhérent paye en une ou douze fois, c'est la même somme d'argent qui a été déboursée, mais avec une approche différente, moins contraignante. Dans le cadre d'une mensualisation, une augmentation de cotisation passe presque inaperçue.

Nombre d'adhérents	Montant de la cotisation mensuelle			Somme collectée annuellement		
	5 €	10 €	15€	600 €	1 200 €	1 800 €
10	5 €	10 €	15€	600 €	1 200 €	1 800 €
20	5 €	10 €	15€	1 200 €	2 400 €	3 600 €
50	5 €	10 €	15€	3 000 €	6 000 €	9 000 €
100	5 €	10 €	15€	6 000 €	12 000 €	18 000 €
200	5 €	10 €	15€	12 000 €	24 000 €	36 000 €
500	5 €	10 €	15€	30 000 €	60 000 €	90 000 €

OPTIMISER SON CAPITAL HUMAIN

Auparavant, quand on devenait membre d'une association, on devait remplir un long formulaire, payer par chèque ou en espèce contre un reçu. Cela avait un coût financier, car tous ces papiers, l'association devait les imprimer avec une imprimante qu'elle devait acheter, les classer dans des classeurs qu'elle devait acheter, et enfin ranger ces classeurs dans des armoires qu'elle devait à encore trouver. Il y avait notamment un coût humain puisque les inscriptions et tout le travail administratif nécessitaient des permanences qui prenaient beaucoup de temps aux bénévoles.

PASSEZ A L'ERE DU NUMERIQUE

La révolution du numérique a chamboulé ces pratiques désormais d'un autre temps. Avec le numérique, vous avez simplement besoin d'une connexion internet et d'un terminal, ordinateur de bureau ou portable, voire simplement un smartphone. Des solutions logicielles existent pour la gestion des associations, certains sont gratuits, d'autres sont payant en offrant de plus grandes possibilités.

Avec le numérique, fini les mois de retard dans la gestion quand un bénévole est malade ou en déplacement, fini les dossiers perdus dans les classeurs, tout est informatisé. Un secrétaire n'est plus obligé de se rendre à des permanences, il peut tout gérer de chez lui après le travail, et le trésorier peut de chez lui vérifier qui a payé ou non. Bien sûr, il y aura toujours des permanences et des papiers, mais il y en aura beaucoup moins, ce qui se traduira par une économie de la trésorerie et de votre équipe de bénévole qui n'a plus à courir.

Graphique 8 : CE QUI AIDERAIT LES ASSOCIATIONS À TIRER LE MEILLEUR PARTI DU NUMÉRIQUE



Source : Enquête Opinion des Responsables Associatifs 2016.

Lecture : 49% de l'ensemble des responsables interrogés estiment qu'une meilleure connaissance des outils numériques existants aiderait leur association.

TRESORERIE EN LIGNE

La révolution numérique a également facilité les moyens de paiement. Avant, un trésorier devait s'enquérir des cotisations, maintenant il n'a qu'à suivre les prélèvements automatiques via l'application de son smartphone. Cela semblait impossible avant, d'une part parce que les frais de prélèvement étaient élevés, et d'autre part parce que la simple édition d'un mandat de prélèvement impliquait une démarche longue et coûteuse en terme de temps. Or, des solutions ont été pensées pour les associations qui peuvent désormais louer des terminaux de carte bancaire ou émettre des mandats de prélèvement dans la simplicité la plus totale. Cette simplification bancaire est une véritable aubaine pour les associations qui peuvent ainsi en quelques clics collecter les euros qui leur manque pour leur bon fonctionnement.

En passant le cap du numérique, vous êtes disposés à répondre aux attentes et aux besoins de plus de monde.

Il n'existe pas de formule exacte pour déterminer le budget d'une association. En effet, il y a plus d'un million d'associations sur le territoire national, toutes ont un objet, des objectifs, des capacités et des effectifs différents. Néanmoins, il est admis qu'une association en bonne santé est une association dont les frais de fonctionnement sont couverts par les cotisations. En d'autre terme, le ratio cotisation sur frais de fonctionnement doit approcher au plus possible le chiffre 1, faute de quoi les responsables doivent envisager d'autres solutions.

LES DONNÉS DES PARTICULIERS : 3 MILLIARDS D'EUROS PAR AN

Pour financer ses projets, une association ne peut pas compter sur ses seules cotisations mais devra faire appel à la générosité des tierces personnes, que l'on appelle communément « un don ». En terme technique, un don à une association est la remise matérielle d'un bien ou d'une somme d'argent à celle-ci sans contrepartie. La législation française distingue les dons manuels, les donations et les legs, que toutes les associations ont le droit d'accepter sans autorisation. Néanmoins, en cas de dons de biens immeubles, de donation et de legs, il convient de s'orienter vers un juriste pour être au fait des spécificités réglementaires.

LE DON MOYEN



44%

des Français donnent au moins une fois par an
(vs 46% en 2017)



70%

des donateurs ont maintenu le montant de leurs dons au cours des dernières années
(vs 69% en 2017)



53%

des Français donnent 50 euros ou moins
(vs 52% en 2017)



42%

des Français donnent 50 euros et plus
(vs 43% en 2017)

Les français sont un peuple généreux, c'est ce que nous apprennent les chiffres. Le rapport de France Générosités 2018 nous renseigne sur les nouvelles réalités du don, à savoir qu'en 2017, **42% des français** ont effectués au moins 50 € de dons, distribuant plus de **3 milliards aux associations**.

La tendance laisse apparaître un recul des dons par chèques malgré sa prépondérance, au profit des espèces et des moyens de paiement numériques.

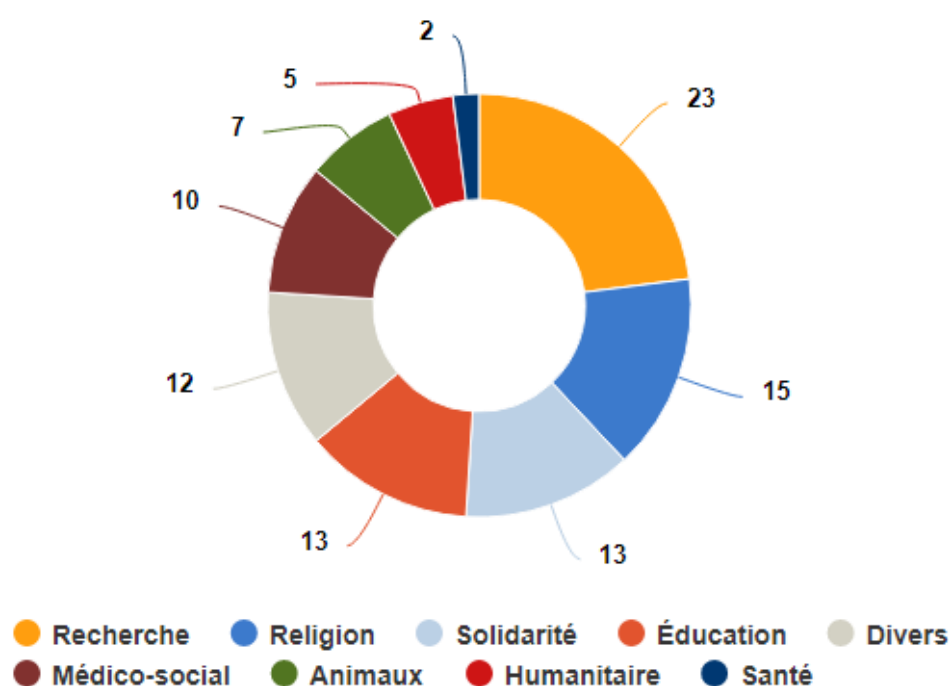
Les causes privilégiées sont l'aide et la protection de l'enfance, la lutte contre l'exclusion et la pauvreté, l'aide aux personnes âgées et le soutien à la recherche médicale. Ce rapport laisse apparaître également que l'efficacité des actions menées, la nature de la cause et la transparence financière sont des facteurs qui incitent au don. Un don sur six est effectué sur internet et un **quart des donateurs a moins de 35 ans**.

LEGS ET DONATIONS

Les legs, souvent sous-estimés par les associations, représentent selon Recherche & Solidarité près d'1 milliard d'euro par an. Toutes les associations peuvent recevoir des donations et legs qui doivent être déclarés en préfecture. Dans certains cas, il faudra une autorisation préalable des autorités préfectorale. Néanmoins, les legs constituent un transfert vers les associations et/ou fondations d'un montant d'**un milliard d'euros par an**.

Les legs s'orientent vers la recherche et la religion

RÉPARTITION DES LEGS PAR ACTIVITÉ DES BÉNÉFICIAIRES, EN %



LES NOUVELLES PRATIQUES DU DON : FINANCE ALTERNATIVE ET DONS NUMERIQUES

La finance alternative désigne les échanges de fonds entre individus en dehors du cadre bancaire. Développée après la crise bancaire de 2008, elle a d'abord concerné le monde de l'entrepreneuriat avec le principe de financement participatif. Depuis quelques années, les services offerts par la finance alternative, notamment le **crowdfunding** et les **cagnottes en ligne**, se sont ouverts aux associations. En France, le marché de la finance alternative augmente de 400 millions d'euros chaque année depuis 4 ans pour atteindre **1,4 milliard d'euros en 2018**, et 736 millions d'euros de dons ont été effectués via ces plateformes.

LE CROWDFUNDING, LE FINANCEMENT PARTICIPATIF

Le premier pan du financement alternatif est le financement participatif, plus communément appelé crowdfunding. Il s'agit d'un appel de fonds à partir de la description d'un projet précis au moyen d'une plate-forme en ligne permettant de recueillir de nombreux apports de petits montants. Pour les associations, ce financement prend la forme d'un don ou d'un prêt. En 2018, **402 millions d'euros de dons** ont été effectués par ce moyen.

Pour une association, faire appel au financement participatif revêt de nombreux avantages : cela permet une meilleure visibilité de votre projet, de développer la notoriété de votre association, de recruter des nouveaux donateurs et donc d'obtenir un financement rapide.

Il y a de nombreuses plateformes dédiées à cette opportunité, néanmoins le cabinet AIDF vous en recommande trois : **HelloAsso**, **Gofundme** et **Generosity**, spécialement dédiées aux projets solidaires. Notez que vous avez la possibilité d'enregistrer votre projet dans plusieurs plateformes. Si vous souhaitez élargir vers d'autres plateformes, vérifiez si elles sont labellisées. Il existe deux labels, le label Financement Participatif du ministère de l'économie et le label Croissance verte.

LES CAGNOTTES EN LIGNE

Les cagnottes en ligne constituent le second pan de la finance alternative. En France, **330 millions d'euros de dons** ont été effectués par ce moyen en 2018. C'est un moyen simple et efficace pour les petites associations qui n'ont ni le temps ni les moyens d'organiser des grandes collectes de fonds. Aujourd'hui, le secteur des cagnottes en ligne est en pleine expansion, et le leader du marché, fondé en 2009 basé par une étudiante pour récupérer les petites sommes qu'elle prêtait, est désormais utilisé par dix millions d'utilisateurs chaque année, lesquels ont fait transiter plus d'**1,1 milliard d'euros** en 2017.

Avec cette méthode simple, facile et rapide à mettre en place, vous pouvez inviter vos amis, les membres de votre famille et votre entourage à participer à votre projet.

NOM	SITE INTERNET	FRAIS DE VIREMENT
Cagnotte	Cagnotte.me	0 %
Cotizup	cotizup.com	0 %
Colleo	colleo.fr	0 %
Kwendoo	kwendoo.com	< 2 000 € : 3,9 % > 2 000 € : 2,9 %
Leetchi	leetchi.com	< 2 000 € : 4,0 % > 2 000 € : 2,9 %
LePotCommun.fr	lepotcommun.fr	< 2 000 € : 4% > 2 000 € : 3,5%
OnParticipe.fr	Onparticipe.fr	3,9% par don
Papayoux	papayoux.com	0 %
Paypal	Paypal.com	Consulter site
Pikari	pikari.fr	0%
Wipliz	wipliz.com	< 2 000 € : 2 € > 2 000 € : 4 €

NOS CONSEILS :

Comparez les différentes plateformes pour définir la plus avantageuse pour vous

Vérifiez la crédibilité d'une plateforme en vous renseignant sur sa labellisation

Estimez votre campagne en comparant les projets similaires au votre

Priorisez HelloAsso, Gofundme et Generosity

DON PAR SMS

D'autres pratiques du don, autrefois inaccessibles, se sont démocratisées. Parmi celles-ci, on trouve le don par SMS, légalisé depuis 2016 et la loi pour une République numérique. Le principe est on ne peut plus simple : un donateur envoie le montant de son don à un numéro à cinq chiffres, vous recevez ce montant qui est débité de sa facture. Avec les chaînes de messagerie instantanée, c'est un moyen de recevoir beaucoup d'argent très facilement.



Pour disposer d'un numéro spécial à cinq chiffres, la démarche est assez simple et peu coûteuse. Il faut tout d'abord remplir un dossier (lien [ici](#)) à adresser à l'AFMM, Association Française du Multimédia Mobile, seule autorité habilitée à donner un accord. Celle-ci facture 700 € HT les frais de dossiers et 300 € la redevance annuelle.

Un donateur souhaitant effectuer un don n'a qu'à envoyer un SMS au numéro que lui a transmis l'association. Le montant du don est prélevé directement sur sa facture téléphonique, et l'opérateur se charge d'effectuer le versement à l'association choisie.

Notez que les dons sont limités à 50€ et plafonnés à 300€ par mois par personne, ce qui est un gage de sécurité pour le donateur.

DON GRATUIT

Une idée révolutionnaire qui a vu le jour en 2014, celle de faire un don, même quand on n'a pas d'argent. L'idée peut paraître farfelue, pourtant cela existe réellement : **aujourd'hui des donateurs peuvent faire un don à une association sans envoyer d'argent**. Le principe est simple, c'est un jeune de 17 ans qui l'a posé. Comme nous vous le disions un peu plus haut, l'ère du numérique a fait boussculer les tendances à la consommation. Ainsi, de plus en plus de personnes ont délaissé leurs téléviseurs pour leur smartphone, et regardent des vidéos en ligne au lieu des programmes des chaînes traditionnelles. C'est l'idée de télévision connectée. Pour la simple plate-forme YouTube, 81% des français connectés à Internet s'y rendent au moins une fois par mois, soit 37 millions de personnes. Au niveau mondial, les chiffres sont énormes : 1,8 milliards de personnes regardent chaque jour plus d'un milliard d'heures de vidéos, soit 114 000 ans par jour ! Tant de passage ne pouvait laisser indifférents les annonceurs publicitaires qui sont des milliers à dépenser chaque jour des millions d'euros sur les plateformes vidéo pour que leurs publicités soient regardées, vous savez juste avant le début de votre vidéo préférée. Pour la seule plateforme YouTube, les analystes estiment que la publicité rapporte près de **15 milliards de dollars par an**.

Partant du fait que regarder des vidéos rapporte à YouTube, un jeune de 17 ans s'est dit qu'il était possible que cela rapporte aux associations. C'est ainsi qu'il a créé la plateforme Godeed, sur le même principe que YouTube : vous regardez des vidéos, les annonceurs payent pour placer leurs publicités, sauf qu'au lieu que la manne financière enrichisse la marque au logo rouge, elle finance des associations.

Toutes les associations peuvent adhérer au projet, pour cela il suffit de contacter Godeed [ici](#).

NOS CONSEILS :

L'économie numérique a bouleversé nos modes de vie, de consommation, elle a donc logiquement impacté notre manière de distribuer nos dons. Si les associations fréquentées par des anciennes générations peuvent se suffire des chèques et d'espèces, elle doivent se confronter à des frais de traitement.

Les études démontrent que les jeunes sont de plus en plus nombreux à donner. Il faut donc adapter ses outils de captage de dons en conséquences. Organiser des cagnottes, des dons par sms renforcera votre capital sympathie auprès de la jeunesse et véhiculera le nom de votre association sur la toile du web. Une visibilité peu coûteuse et qui peut rapporter beaucoup d'argent en peu de temps.

RENFORCER SA VISIBILITE LOCALE : LES ACTIVITES LUCRATIVES

Contrairement à une idée reçue, les associations à but non-lucratif peuvent, sous certaines conditions et dans certaines limites, fournir des prestations de service ou vendre des produits, sans que cela remette en cause leur caractère non lucratif.

Pour que l'association conserve son caractère d'organisme sans but lucratif et demeure exonérée des impôts commerciaux, elle doit remplir les conditions suivantes :

- sa gestion doit être désintéressée
- ses activités commerciales ne doivent pas concurrencer le secteur privé
- les activités non lucratives doivent rester prépondérantes.

En cas d'enquête de l'administration fiscale, l'association doit justifier que ses activités lucratives présentent une utilité sociale. Le montant maximal collecté par les activités lucratives d'une association sans but lucratif est fixé chaque année par les autorités financières. Pour 2019, il s'élève à 62 510 €. Autrement, dit, vous avez la possibilité d'organiser des activités de vente et de prestation de service pour votre association à hauteur de 62 510 €¹, au-delà le montant des sommes collectées est imposable.

KERMESSES

Désignant traditionnellement la fête de l'Eglise, les kermesses se sont démocratisées et se sont imposées dans le paysage scolaire et associatif français. Qu'on l'appelle « fête l'association », « festival de l'association » ou qu'on conserve son appellation, une kermesse offre l'avantage d'attirer un maximum de personnes et est souvent, pour nombre d'associations, l'évènement de l'année qui permet de combler un vide budgétaire ou de financer une activité. Les kermesses sont un moment propice au recrutement de nouveaux membres.

Certaines des associations assurées par notre cabinet font rentrer plus 30 000 € dans leur trésorerie via l'organisation de leur grande kermesse annuelle.

Pour les modalités d'organisation, prenez contact avec les autorités municipales.

¹ Service-public.fr Rubrique Association, consulté le 11 février 2019

VIDE-GRENIERS

Les marchés aux puces font partie de notre culture. Très appréciés durant la saison estivale, ils sont des lieux de rencontre fréquentés parfois par des dizaines de milliers de personnes. En organisant un marché aux puces ou un vide grenier, vous avez la possibilité de :

- collecter des objets à vendre par vos membres et bénévoles
- distribuer des stands aux particuliers pour qu'ils puissent vendre leurs objets
- organiser la restauration sur place (sandwiches, frites, boisson, café)

Soit trois sources de financement pour un même événement. Les marchés aux puces selon leur taille rapportent plusieurs milliers d'euros.

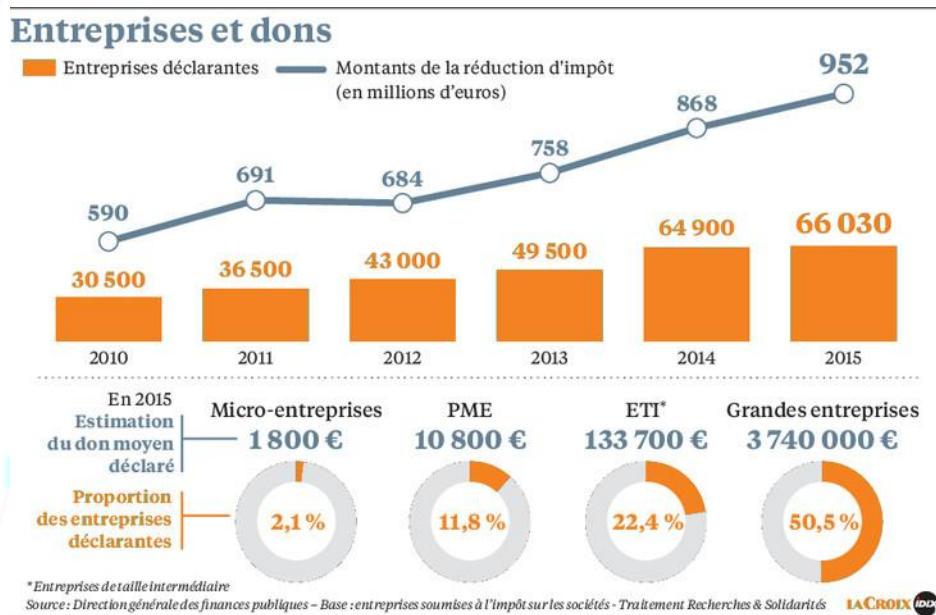
NOS CONSEILS AIDF :

N'hésitez pas à participer au maximum de rencontres associatives au niveau local pour faire connaître vos associations (rencontre mairie, conseil départemental, journées portes ouvertes, etc.)

Multipliez les initiatives locales pour renforcer votre présence et votre ancrage dans le monde associatif : devenez indispensable !

LES DONNS DES ENTREPRISES : 3,5 MILLIARDS D'EUROS PAR AN

Selon les chiffres d'Admical, organisme d'utilité publique ayant pour objet le développement du mécénat, plus de 120 000 entreprises ont effectué des actions de financement d'association, pour un montant avoisinant les **3,5 milliards d'euros en 2017**². Pour mieux cerner l'importance des dons en provenance des entreprises, il faut rajouter à ce chiffre déjà faramineux les 73 % de chefs d'entreprises et cadres dirigeant mécènes à titre personnel, soit 300 000 entrepreneurs pour un budget d'environ 200 millions d'euros par an. Pour résumer **120 000 entreprises françaises donnent plus que la totalité des particuliers en France.**



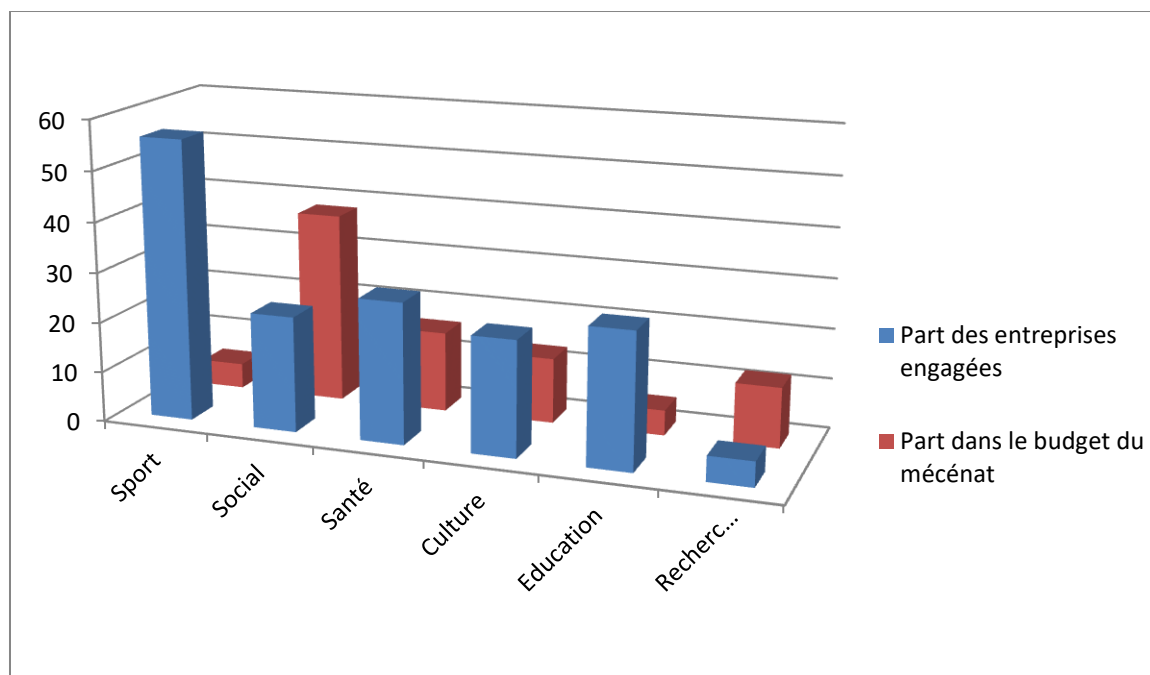
Si les entreprises se montrent autant généreuses, c'est avant tout pour des raisons économiques et commerciales, les entreprises n'hésitant pas à faire valoir leur image auprès des associations afin d'**assurer leur publicité et payer moins d'impôts**. Il existe trois manières de donner pour les entreprises : **le mécénat, le don en nature et le sponsoring.**

² Recherches et Solidarités

MECENAT

Le mécénat est le 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. A lui seul, il représente **3 milliards d'euros** en France. Lors des cinq dernières années, le mécénat d'entreprise a été multiplié par deux. C'est là une source de financement non négligeable pour votre association.

Contrairement aux idées reçues, les grandes entreprises sont celles qui donnent le plus : avec une moyenne de don supérieure à 3 millions d'euros, elles représentent 60% de tout le mécénat. Les études divergent concernant la part des différents domaines soutenus. Néanmoins, il ressort que les petites entreprises sont plus enclines à reverser aux associations sportives, les grandes entreprises préférant **la santé, le social et la solidarité internationale**. La culture, l'éducation, la recherche scientifique et l'enseignement supérieur, ainsi que l'environnement sont également des secteurs où les mécènes sont très présents. Selon Admical, les motivations des mécènes sont **l'envie d'être utile, de transmettre des valeurs, et de rendre à la société ce qu'elle leur a donné**. Ils aiment "sentir qu'ils font bouger des choses" du fait de leur contribution personnelle, c'est pourquoi ils sont davantage attirés par des opérations dans lesquelles leur contribution participe dans une proportion non négligeable au projet, et par les initiatives locales. Enfin, les plus impliqués d'entre eux **engagent dans leur démarche de mécénat leur cercle familial, amical et professionnel**.



DON EN NATURE

De nombreuses entreprises n'hésitent pas à faire des dons en nature aux associations : entreprise de BTP qui fournit des palettes de matériau ou ses ouvriers pour un chantier, magasin qui distribue ses invendus, etc. N'hésitez pas à demander aux entrepreneurs de votre réseau un don en nature !

SPONSORING

Le sponsoring, ou partenariat, est un soutien financier ou matériel apporté à un événement par un partenaire annonceur en échange de différentes formes de visibilité de nature publicitaire liées à un événement. C'est cette publicité qui fait toute la différence entre le sponsoring et le mécénat. Les autorités fiscales la considérant comme une contrepartie, la fiscalité relative au sponsoring diffère de celle du mécénat. Cette publicité peut être un emplacement sur un maillot de football, sur un calendrier, sur votre site web, ou sur un panneau publicitaire, et permet à l'entreprise partenaire de faire sa publicité tout en défiscalisant une partie de ses dépenses. Le sponsoring représente énormément d'argent, l'Association Européenne du Sponsoring (ESA) considérant qu'il atteint **26 milliards d'euros** en 2014 pour l'Union Européenne. Les associations peuvent tirer profit de cette manne.

Lorsque vous envisagez d'organiser un événement où un grand nombre de personnes est attendu, prenez contact avec des éventuels sponsors. Elaborez un dossier de sponsoring dans lequel vous penserez à :

- **Présenter votre association** : ses responsables, son historique, son objet, ses activités, ses parrains, et tous les éléments se portant garant de votre crédibilité.
- **Présenter votre projet de partenariat** : une description concise contenant les informations pratiques telles que le lieu, la date, la durée, comment vous comptez faire la promotion ainsi que vos objectifs en termes de recettes.
- **Mettre en avant les opportunités du partenariat** : afin de convaincre l'entreprise de devenir votre partenaire. Pour cela, n'hésitez pas à mettre en avant votre popularité.

Contrairement à la cotisation, le sponsoring peut donner droit à certains avantages fiscaux, que le donateur soit une personne physique ou morale (entreprise). A ce sujet, ne manquez pas notre **dossier Association n°2 : « Comment défiscaliser vos rentrées d'argent »**

SUBVENTIONS PUBLIQUES

Fortes de 16 millions de bénévoles et de 2 millions de salariés, les associations sont une véritable force économique de la nation. Les chiffres du CNRS sont sans appel : le secteur associatif en France représente 85 milliards d'euros, soit 3,2% du PIB³, et la somme de toutes les heures de bénévolat effectuées en France équivaut à un peu plus d'un million d'emplois. Les pouvoirs publics ont bien compris cette réalité économique et sociale, et s'appuient souvent sur ces dernières pour relayer leur politique publique. Ainsi toutes les associations, excepté les associations culturelles, peuvent prétendre à l'obtention de subventions publiques pour leur fonctionnement ou pour le développement de leur projet. Parfois, ce sont même les collectivités qui lancent des appels à projet et recherchent ainsi le concours et le partenariat des associations.

La large gamme de subventions au niveau national, régional, départemental, municipal et même européen représente une manne financière considérable puisqu'elle atteint chaque année plus de **40 milliards d'euros**⁴ distribuées aux associations française. Pour les seules subventions ministérielles, la loi de finance 2019 prévoit une **enveloppe de 5,3 milliards d'euros**⁵ répartis entre les différents ministères et distribués à 70 100 associations, soit une moyenne de 76 000 € par subvention pour un montant médian de 5 100 €.

Outre les nombreuses subventions européennes dédiées aux associations, l'Union Européenne via son Fond Structurel Européen (FSE) octroie dans le cadre de sa politique européenne de larges subventions aux associations dont le montant atteint pour la période 2014-2020 la somme de **6 milliards d'euros**⁶, dont 1,634 milliard d'euros pour la lutte contre la précarité.

Si toutes les associations peuvent prétendre à ces subventions, peu se lancent dans les démarches. Ainsi, 7% des associations reçoivent 70% des subventions. Pour tout savoir sur les demandes de subventions, ne manquez pas notre **dossier Association n°3 : « Comment obtenir des subventions »**.

³ Revue internationale de l'économie sociale, n° 332

⁴ ibid

⁵ Liste des associations subventionnées, jaune budgétaire loi de finance 2019

⁶ Rapport LMA-FSE de janvier 2015