

A woman with curly brown hair, wearing a white and black striped t-shirt and light-colored pants, is sitting cross-legged on a grey fur rug. She is looking at a laptop and holding a piece of paper. In the background, there is a blue armchair, a small round wooden table with a vase of red flowers, and a large window showing greenery outside. A large orange wavy graphic element is on the right side of the image.

L'essentiel sur les sources de financement des associations.

Sommaire

Introduction

- Des associations davantage en difficultés qu'auparavant 06
- Vers une diversification des sources de financement 06

CHAPITRE 1 :

Le point sur les sources de financement traditionnelles des associations

- Panorama des principales sources de financement des associations 10
- Et le digital dans tout ça ? 12

CHAPITRE 2 :

10 idées et conseils à appliquer dans sa recherche de financements

- Exploiter tout le potentiel de son site internet 16
- Récolter plus de dons par le biais d'outils numériques 17
- Le don par SMS : une pratique qui se démocratise 18
- Fidéliser ses donateurs 18
- Devenir un média à part entière 18
- Surfer sur la tendance du sport en entreprise 19
- Organiser autant d'événements que possible 19
- Bien monter son dossier de subvention 20
- Attirer davantage de sponsors et de partenaires 21
- Bénéficier des avantages des solutions en ligne dédiées aux associations 22
- Bonus : Google pour les associations 23
- Pour aller plus loin 24

CHAPITRE 3 : Récapitulatif des outils de financement en ligne

- Outils en ligne 25
- Réseaux sociaux 25
- Autres 25

Conclusion : que retenir ?

- Les clés de la réussite 28

À propos de Joinly

Un financement de plus en plus délicat.

Introduction

Des associations davantage en difficultés qu'auparavant

Depuis ses débuts, la finance solidaire n'a eu de cesse **de se transformer**, tant dans ses modes de collecte de ressources que dans la nature des projets associatifs qu'elle permet de financer. **La baisse structurelle des subventions publiques** accordées chaque année aux associations françaises, couplée à un manque grandissant de leur stabilité financière a cependant rebattu les cartes. Cette mutation a pour principale conséquence de placer ces structures **dans une situation d'urgence** jamais rencontrée auparavant et d'altérer ainsi considérablement la santé financière de ces dernières. Effectivement, et depuis de nombreuses années, les associations françaises se reposent en grande partie sur les ressources financières issues des collectivités publiques, qu'il s'agisse de l'État, des régions, des départements, des communes et communautés de communes et même de l'Union Européenne. **Elles dépendent donc largement de ces subventions publiques**, condition sine qua non à leur survie.

Vers une diversification des sources de financement

Dès lors, il est nécessaire, pour les 1 300 000 de structures associatives en France, **de se diversifier et de voir au-delà des leviers de financement traditionnels** que sont les cotisations, les dons ou les événements. L'avènement du numérique est une bonne nouvelle en cela, car celui-ci apporte son lot de possibilités et d'opportunités inconnues ou encore inconcevables il y a peu.

Dans notre livre blanc **L'essentiel sur les sources de financement des associations**, nous allons vous fournir toutes les sources et tous les leviers qu'une association peut activer afin de récolter plus de fonds et ainsi garantir sa stabilité financière, malgré la baisse générale des allocations destinées aux associations. Alors, **quelles sources de financement les associations doivent-elles privilégier en 2020 ?**

La France associative en 2019



Entre **1,35 et 1,45M** d'associations françaises en **activité en 2019**



9 associations sur 10 fonctionnent sans salarié



125 000 structures se trouvent dans une situation très difficile



41% des responsables associatifs se montrent inquiets face aux finances de leur association

CHAPITRE 1

Le point sur les sources de financement traditionnelles des associations.

En 2020, de multiples moyens de financement existent pour les associations loi 1901 **qui souhaitent faire face à leurs difficultés de trésorerie**. Certains sont récents et innovants, d'autres plus traditionnels. Pour continuer d'exercer leurs activités, les associations se doivent donc de redoubler d'efforts afin de s'auto-financer et de tirer leur épingle du jeu.

Il est ainsi nécessaire de réunir l'ensemble des moyens de financement les plus importants **dans un panorama complet** qui pourra vous servir de feuille de route pour financer au mieux vos futurs projets.

Le point sur les sources de financement traditionnelles des associations

Panorama des principales sources de financement des associations

Les cotisations associatives

Les acteurs de l'économie sociale et solidaire connaissent bien les cotisations annuelles, dont l'utilité première est de supporter les charges fixes de l'association et de **contribuer au fonctionnement quotidien de cette dernière**. La cotisation n'est versée qu'une seule fois dans l'année par les adhérents, généralement à la rentrée : c'est en quelque sorte un droit d'entrée pour ceux-ci, qu'ils soient nouveaux ou habitués. Néanmoins, le versement d'une cotisation doit être prévue et encadrée par les statuts de l'organisme en question.

Les subventions publiques

Provenant de l'Union Européenne, de l'État ou des collectivités territoriales, **les subventions publiques représentent une part conséquente du financement des associations**. On distingue **généralement les subventions directes** (une aide financière) **des subventions indirectes** (des moyens humains ou matériels). Pour être octroyées, ces aides publiques doivent auparavant être examinées par le biais d'un dossier de subvention.

Les dons

Le don privé est depuis longtemps **un moyen pour l'association d'accroître ses recettes** et d'investir dans les divers projets qui lui tiennent à cœur sans se mettre à découvert. Il repose sur la volonté d'un particulier (un membre de l'association, un sympathisant ou même un inconnu) d'aider financièrement une structure (une association, une fondation, un organisme de charité etc.) en particulier. Généralement, **un particulier donne pour montrer son engagement ou son soutien** auprès d'une cause que l'association bénéficiaire défend.

Les partenariats

Très implantés dans le milieu du sport amateur (sponsoring), **les partenariats représentent un levier de financement intéressant**, dans la mesure où ils comportent des bienfaits à la fois pour l'entreprise et l'association loi 1901. Ils sont de ce fait indispensables à la (sur)vie de ces structures. La recherche poussée de nouveaux partenariats prend donc tout son sens pour celles-ci !

Les événements

Bien connu des associations, les événements caritatifs permettent de récolter des fonds à moindre coût. Il peut s'agir de soirées, de repas,

de loteries, de spectacles ou encore de concours par équipe. En plus d'être efficaces, **ils permettent aux adhérents de se rapprocher**, autour d'une manifestation bien souvent festive et à l'ambiance bon enfant.

Le mécénat financier

Plus confidentiel car se destinant principalement aux associations à portée culturelle et artistique, le mécénat est cependant intéressant pour l'organisation qui a la chance d'en bénéficier. D'ailleurs, pour être éligible à ce type de financement, **la structure doit être à but non lucratif et reconnue d'intérêt général**. Le mécénat peut être réalisé par des entreprises privées, des fondations d'entreprise ou encore des particuliers.

Les fonds propres

Les associations peuvent bien entendu financer une partie de leur fonctionnement ou de leurs activités **grâce à leur apport en fonds propres**. La plupart du temps, ces fonds propres proviennent des bénéfices réalisés les années précédentes ou de particuliers (un bénévole, un membre ou un sympathisant de l'association, par exemple). La recherche de fonds propres reste une obligation pour de nombreuses associations françaises.

Les prêts bancaires

Les organisations associatives françaises utilisent le prêt pour financer leurs investissements ou leurs projets à moyen et long terme. Il s'agit dans ce cas d'un outil financier bien venu pour ces dernières. Les prêts bancaires sont généralement attribués aux associations par des établissements bancaires ou de crédit.

Les fonds d'investissements solidaires

Parfois publics et parfois privés, **les fonds d'investissement solidaires sont peu nombreux et relativement peu connus**. Ces fonds représentent néanmoins un bon moyen de financer son association à moindre coût. Ils font partie des soutiens financiers dont on ne pense pas forcément aux premiers abords !

- Provenant de l'UE, de l'État
- ou des collectivités territoriales,
- les subventions publiques représentent
- une part conséquente du financement.



Et le digital dans tout ça ?

En 2019, la majorité des associations (55%) se positionnaient comme en progrès en ce qui concerne **leur maturité numérique**. Et pour 23% d'entre elles (toujours en 2019), **l'objectif de leur présence sur le web était la recherche de financements**. Les associations voient le digital comme étant capable de leurs apporter des solutions de financement, même pour les non-initiés à Internet et à tout l'écosystème du web. Et elles ont raisons : l'univers d'Internet regorge d'outils et de dispositifs permettant de récolter des fonds et d'augmenter ses recettes.

Les plateformes de crowdfunding

Derrière ce mot qui peut vous paraître barbare se cache un concept né il y a seulement quelques années : **le financement participatif**. Celui-ci s'applique plutôt aux entreprises mais il se trouve qu'il est parfaitement adapté aux besoins des associations. Pourquoi donc ? Parce que ces plateformes web permettent de **mobiliser facilement des particuliers provenant du monde entier autour d'un projet associatif**, le tout pendant une période donnée. Le crowdfunding n'est pas une parfaite alternative à d'autres outils de financement : il doit plutôt être vu comme étant une solution complémentaire. Pour une association, le financement apporté prend généralement la forme d'un don, avec ou sans contrepartie du bénéficiaire.

Autre atout indéniable du financement participatif : **la visibilité du projet**. En effet, le crowdfunding permet de mettre facilement en lumière la ou les missions présentées et donc, in fine, l'association qui porte le projet. Aussi, le financement participatif permet de **rendre le projet porté plus professionnel** aux yeux des internautes. Être présent sur de telles plateformes donne également une image moderne et attrayante à la structure en question. C'est un vrai plus ! Enfin, l'une des grandes forces de cette forme de financement réside dans **sa capacité d'adaptation** : l'association intéressée peut ainsi se permettre d'activer ce levier quel que soit son besoin ou son projet !

Les boutiques en ligne

Une part grandissante des organisations à but non lucratif franchissent le pas et vendent leurs propres équipements et produits dérivés en ligne. En tant qu'association, **posséder une boutique en ligne est un vrai plus sur le plan financier**.

Voici les atouts d'une boutique en ligne pour son association :

- Permet d'écouler les stocks restants
- Ajoute de la visibilité aux produits mis en vente
- La vente peut se réaliser n'importe où, n'importe quand
- Fait connaître et met en valeur l'associatio
- Représente une source de revenus non négligeable

Des solutions proposent la création de boutiques en ligne pour les associations

De nombreuses solutions destinées aux associations, comme **Joinly**, incluent désormais **des fonctionnalités de création et d'administration de boutiques en ligne**. En permettant une vente sécurisée, rapide et à distance, les boutiques en ligne permettent aux associations de maximiser leurs revenus liés aux produits dérivés. Un véritable outil de financement, donc.

Les outils de don en ligne

Les campagnes d'appels aux dons fonctionnent essentiellement pour les associations à forte utilité sociale. Ces dernières, si elles sont habilitées à recevoir des dons privés, **peuvent maintenant collecter leurs dons en ligne**. À la clé ? Une collecte bien plus facile et rapide des fonds grâce au paiement en ligne. Le don étant plus simple à réaliser, les associations qui utilisent ces services récoltent généralement plus de dons et améliorent donc leur santé financière !

Les réseaux sociaux

Sur les réseaux sociaux, on discute, on se divertit, on s'informe et désormais, on paie. Eh oui, il faut désormais mentionner les réseaux sociaux lorsqu'on parle de financement des associations. Déjà omniprésents dans notre société, **ces derniers se font maintenant une place de choix dans le monde des paiements** (par exemple, Facebook Pay a été mis en service en novembre 2019 et a pour but d'uniformiser les paiements des diverses applications Facebook). Toujours Facebook, la firme américaine a lancé en 2017 **un outil de don en ligne assez simple d'utilisation**, et surtout gratuit. Nul doute que ses concurrents feront de même dans un futur proche ! Nous allons vous en raconter plus à ce sujet dans la deuxième partie de notre livre blanc.

Pour 23% des associations,
leur présence sur le web
est uniquement guidée par
la recherche de financements.



CHAPITRE 2

Comment augmenter les recettes de son association ?

10 idées et conseils à appliquer dans sa recherche de financements

Après vous avoir présenté en quelques mots la plupart des leviers de financement existants en 2020, concentrons-nous à présent sur **la marche à suivre** pour utiliser au mieux le potentiel de ces derniers. Vous vous demandez comment appréhender l'ensemble de ces formes de financement alors que vous venez de les découvrir en lisant ce livre blanc ? Découvrez-ci-dessous **nos conseils, quelques bonnes pratiques ainsi que les outils que nous vous recommandons** d'utiliser dans l'optique d'augmenter les recettes de votre organisation associative.

Bien entendu, ces conseils ne peuvent pas correspondre à toutes les associations : ils dépendent en effet de la nature et de la taille de votre association, de la volonté et des compétences de votre équipe ainsi que de la maturité numérique de votre structure !

10 idées et conseils à appliquer dans sa recherche de financements

Après vous avoir présenté en quelques mots la plupart des leviers de financement existants en 2020, concentrons-nous à présent sur **la marche à suivre** pour utiliser au mieux le potentiel de ces derniers. Vous vous demandez comment appréhender l'ensemble de ces formes de financement alors que vous venez de les découvrir en lisant ce livre blanc ? Découvrez-ci-dessous **nos conseils, quelques bonnes pratiques ainsi que les outils que nous vous recommandons** d'utiliser dans l'optique d'augmenter les recettes de votre organisation associative.

Bien entendu, ces conseils ne peuvent pas correspondre à toutes les associations : ils dépendent en effet de la nature et de la taille de votre association, de la volonté et des compétences de votre équipe ainsi que de la maturité numérique de votre structure !

Exploiter tout le potentiel de son site internet

Vous ne vous en rendez peut-être pas compte mais vous êtes assis sur une mine d'or : **le site internet de votre association qui est probablement sous-exploité** ! Effectivement, posséder un site internet est une belle opportunité pour votre structure car vous pouvez transformer celui-ci en véritable relai de votre communication, et donc en partie de vos recherches de financements.

Mais comment faire ? **Il n'y a pas de secret : communiquez** ! Relayez sur celui-ci vos projets du moment à l'aide d'une remise en contexte et de plusieurs photos. Cela renforcera les bienfaits de votre action sociale sur la société aux yeux de votre public ! Et ce dernier sera donc **logiquement plus enclin à vous soutenir financièrement** lors de vos campagnes d'appels aux dons ou à participer à vos différents événements, par exemple.

Si vous utilisez une solution de paiement en ligne **comme Joinly ou PayPal** pour gérer vos inscriptions, vos événements ou vos dons, vous pouvez **directement intégrer ces collectes en ligne sur votre site web**. Cela permettra de multiplier les points de contacts entre votre association et l'ensemble de votre communauté.

En d'autres mots : le site internet de votre structure doit **être l'outil central de votre communication**. Celui-ci pourra ainsi montrer tout son potentiel de séduction et vous aider à coup sûr dans votre démarche de recherche de nouveaux fonds.

Récolter plus de dons par le biais d'outils numériques

Le don occupe une place centrale dans l'écosystème du financement solidaire actuel. Vous pensiez avoir fait le tour des possibilités d'augmenter les dons récoltés par votre association ? Détrompez-vous ! Si vous êtes une association **habilitée à recevoir des dons** de la part de votre public, alors ce qui suit devrait vous intéresser. Il s'agit d'une sélection d'outils en ligne gratuits.

Proposer le don en ligne à l'aide d'une solution

Devenu incontournable car désormais très utilisé par les associations loi 1901, le don en ligne permet à ces dernières **de récolter davantage de fonds** grâce à sa simplicité. Parmi ces solutions, on distingue les services uniquement spécialisés dans le don (**iRaiser, MicroDon, Gooded**) des solutions d'inscription et de paiement en ligne plus complètes proposant un module ou une fonctionnalité de don en ligne (**Joinly, HelloAsso, AssoConnect**). C'est une manière très simple de récolter davantage de dons !

Les plateformes de crowdfunding et de cagnotte en ligne ne sont pas en reste. Citons pêle-mêle **Kickstarter, Indiegogo, Ulule** pour les outils de financement participatif et PayPal, Leetchi, Le Pot Commun ou encore les petits nouveaux **Lydia et Lyf Pay** (applications mobiles) pour les services de cagnotte en ligne.

Tous ces outils ne sont cependant **pas uniquement destinés à l'économie sociale et solidaire** et ne sont pas du tout optimisés pour répondre aux besoins des associations. Cela les empêche d'être de véritables alternatives aux solutions spécialement destinées aux associations citées un peu plus haut.

Le don made in Facebook

Facebook a lancé en 2017 un outil de dons permettant aux organisations à but non lucratif de récolter des fonds directement via le réseau social. Même si l'arrivée de cette fonctionnalité a été accompagnée de nombreuses polémiques, force est de constater qu'elle est **rapidement devenue essentielle pour un certain nombre d'associations**. Pour nous, il s'agit d'une manière intéressante d'élargir votre public habituel, **grâce à la puissance et à la viralité de Facebook**. On vous l'avait dit : les réseaux sociaux s'intéressent de plus en plus aux dons !



Social Impact : la puissance de YouTube au service des associations

De la même manière que Facebook, YouTube participe à l'effort solidaire en proposant aux associations françaises, qu'elles soient petites ou grandes, **un programme taillé pour répondre à leurs besoins de visibilité** : Social Impact. Ayant pour objectif d'accroître l'impact des associations sur le monde, **Social Impact** permet à celles-ci de toucher une audience internationale et ainsi de faire connaître au plus grand nombre leurs actions et leur quotidien. **Le programme vous permet surtout de récolter des dons grâce à la mise en place de boutons** apparaissant à la fin des vidéos et renvoyant vers vos pages de dons en ligne ou le site internet de votre association. Bien entendu, pour pouvoir profiter des atouts du programme, vous devez être présent sur YouTube et avoir publié quelques vidéos.

Choisir la simplicité avec PayPal

Pour réaliser un paiement sur **PayPal**, il suffit simplement de posséder un compte sur la plateforme et d'avoir l'adresse e-mail du destinataire de la transaction. Dès lors, vos donateurs répondant à ces deux conditions peuvent tout à fait utiliser ce service de paiement **pour soutenir les projets de votre association, si vous le souhaitez**.

En tant qu'association, vous pouvez aller plus loin **en intégrant directement PayPal à votre site internet** et en autorisant le don récurrent. Pour rappel, PayPal est présent dans plus de 200 pays et permet des transactions dans plus de 25 devises monétaires.

Le don par SMS : une pratique qui se démocratise

Toujours concernant les dons, voici le don par SMS, rendu possible en France depuis 2016. Depuis cette date, **les opérateurs téléphoniques peuvent proposer ce service à leurs associations clientes**. Il suffit ensuite à l'association de communiquer le numéro sur lequel le donateur peut envoyer son don. Le don est ainsi directement prélevé sur la facture de téléphone de ce dernier, qui n'a aucune autre information personnelle à communiquer. L'opérateur téléphonique reverse ensuite le montant des dons à l'association.

Immédiat et simple d'utilisation, **le don par SMS est adapté aux faibles montants** (de 2 à 20 €). La législation limite les dons à 50€ avec un plafond mensuel de 300€ par personne. Voyez le don par SMS comme une **nouvelle façon de développer leurs ressources** et d'élargir ou de rajeunir votre public de donateurs.

Fidéliser ses donateurs

Peu d'associations réceptrices de dons ont conscience de l'importance de fidéliser leurs donateurs une fois le premier don effectué. La mise en place d'un **programme de dons récurrents** peut être une solution. Sur le papier, la promesse est très intéressante : donner la possibilité aux personnes intéressées par votre associations de **donner automatiquement et à intervalles réguliers** (de manière mensuelle, trimestrielle ou annuelle). Pour l'association, ce programme est l'assurance de bénéficier tout au long de l'année d'une source de revenus sûre et régulière. Pour donner envie à vos donateurs d'y souscrire, **mettez en place un programme de fidélité qui saura récompenser la générosité** de ces derniers ! Sans aucun doute une bonne astuce pour fidéliser vos donateurs. Attention tout de même : vous devrez régulièrement informer vos donateurs et être en mesure de régler les problèmes de paiement relatifs aux carte bancaires, le cas échéant.

Vous pouvez également envoyer des demandes par e-mail à vos anciens donateurs à chaque nouvelle campagne de dons. Ayant déjà donné, ces personnes seront **plus susceptibles d'être intéressées par votre message** qu'une personne choisie au hasard.

Devenir un média à part entière

N'attendez plus que la presse et les médias toquent à votre porte. **Prenez les devants en devenant votre propre média** ! Mais comment s'y prendre ? C'est plus simple que vous ne le pensez ! Vous pouvez devenir un média en instaurant la diffusion mensuelle ou bimensuelle d'un magazine d'asso. Celui-ci pourra par exemple promouvoir votre activité et **votre rôle dans le dynamisme associatif local**.

1. Création

Avant tout, vous devez **définir une ligne éditoriale claire**. Pour cela, écrivez noir sur blanc **quelles thématiques de contenu** vous souhaitez proposer à vos lecteurs et celles que vous ne souhaitez pas proposer. C'est un gage de cohérence. Pour la création et l'agencement de votre contenu, **appuyez-vous sur vos bénévoles** et surtout, sur ceux qui ont la fibre poétique ! Bref, mobilisez l'ensemble de votre équipe sur ce sujet.

2. Impression

Pour imprimer votre magazine, **passer un partenariat avec une entreprise d'imprimerie** que vous connaissez déjà ou avec laquelle vous avez déjà travaillé dans le passé : vous en retirerez des bénéfices. Concernant le nombre de tirages, celui-ci est à votre entière appréciation, selon la taille de votre communauté. Nous vous conseillons néanmoins de commencer par quelques dizaines de tirages, histoire d'appréhender sans angoisse les premières réactions de votre public. Eh oui, on ne sait jamais !

3. Diffusion

Pour effectuer la distribution de votre magazine, **démarchez les services publics de votre localité** (la mairie, la Poste, le Centre des Finances Publiques, la Caisse d'Allocations Familiales etc.) pour que ces derniers puissent **mettre en avant vos numéros sur leurs comptoirs ou leurs bureaux d'accueil**. Bien entendu, mettez systématiquement en vente vos magazines lors des différents événements organisés par votre association. Enfin, **demandez à vos bénévoles d'en parler autour d'eux** : ça ne coûte rien !

Pour donner envie aux lecteurs d'acheter votre prochain numéro, vous pouvez aussi **publier de courts résumés dans la rubrique « Actualités » de votre site internet** ou du blog de votre association, si vous en possédez un. Cette simple action aura au moins le mérite d'attirer les intéressés, de leur montrer l'existence de votre magazine et de fournir du contenu récent à votre site internet.

Surfer sur la tendance du sport en entreprise

Saviez-vous que **certaines associations sportives louent leurs locaux aux entreprises** du coin pendant les créneaux inutilisés par leurs équipes et leurs sections ? Très tendance, **le sport en entreprise connaît un engouement sans précédent** depuis plusieurs années déjà. Une fédération a même été créée (la Fédération Française du Sport en Entreprise, souvent abrégée en FFSE) afin de promouvoir cette forme de pratique sportive qui détonne avec les standards habituels. Les entreprises elles-mêmes souhaitent proposer plus d'activités sportives à leurs salariés, **gage d'une meilleure productivité** et d'un environnement de travail souvent apaisé.

Alors si vous êtes une association sportive, vous pouvez par exemple **louer une partie de vos terrains** (ou le gymnase dans lequel vous résidez) à une entreprise locale qui souhaite organiser une activité physique lors de sa pause déjeuner ou plutôt une journée de team-building. De plus en plus d'entreprises se montrent effectivement intéressées à l'idée de collaborer avec une structure. Pour ces dernières, il s'agit d'une **solution simple et économique d'accéder à un terrain de sport**. Pour les clubs, ce système est intéressant dans la mesure où ils peuvent désormais **accroître leurs revenus** simplement en louant une partie de leurs terrains **lors des créneaux traditionnellement inutilisés** (par exemple, le matin et entre midi et deux heures en semaine). Sans sortir de leur zone de confort, en quelque sorte !

Organiser autant d'événements que possible

Nous vous en avons parlé plus haut : **les événements sont un bon moyen de recueillir des fonds** pour votre structure. Vous le savez : dans la vie d'une association, il y a de nombreuses occasions d'organiser un événement caritatif : la rentrée de septembre, la période de Noël, les vacances de Pâques, la fin de saison (pour les associations sportives) etc. **Tout est prétexte à organiser une manifestation** ! En plus de rassembler l'ensemble de vos membres et de vos bénévoles (ce qui est toujours sympathique), **les**

événements d'asso favorisent le financement de votre association. Effectivement, vos participants pourraient succomber à l'enthousiasme général régnant dans votre événement **et seront ainsi plus enclin à soutenir votre association en donnant** ou en dépensant les produits que vous avez mis en vente. À vous de savoir en profiter !

Attention : avant de faire l'annonce de votre événement auprès de vos membres et de votre communauté, **vous devez calculer votre retour sur investissement**. Si vous estimez qu'un événement va vous coûter plus cher qu'il ne va vous rapporter, vous pouvez l'annuler, même si rapporter de l'argent n'est généralement pas la fonction première d'un événement caritatif de ce type. Essayez de trouver un juste milieu ! **C'est à vous et à votre équipe de bénévoles d'arbitrer**. Autre point clé : mettre systématiquement en avant l'objectif poursuivi derrière l'organisation de vos manifestations. **Ceci donnera de la valeur et de l'épaisseur à celles-ci**, ce qui vous sera grandement utile notamment sur les réseaux sociaux !

Enfin, la communication de votre événement est la condition sine qua non à sa réussite. Eh oui : de nos jours, **c'est la clé de la réussite de votre manifestation**. Et c'est à ce moment-là que rentrent en jeu les réseaux sociaux. Leur force de frappe est telle qu'il est impensable de ne pas les utiliser pour promouvoir vos événements. Utilisez les réseaux sociaux **en respectant les bonnes pratiques de chaque réseau afin de performer au mieux**. Gardez en tête que les principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Snapchat) **sont tout à fait complémentaires**. Si vous envoyez une newsletter chaque mois à vos adhérents, profitez-en également pour partager l'événement à venir sur ce canal-ci, **les newsletters provenant d'associations étant généralement très lues et appréciées**.

Enfin, ne sous-estimez pas non plus les méthodes qui ont fait leurs preuves durant des dizaines d'années : **la communication physique** ! La presse locale et régionale, les partenaires de votre association, les affiches et flyers **ainsi que le bouche-à-oreille provenant de vos bénévoles** sont autant de méthodes qui vous permettront de promouvoir votre événement à moindre coût !

Bien monter son dossier de subvention

Les associations à la recherche de subventions connaissent bien évidemment l'importance du dossier dans l'octroi d'une subvention. Sans lui : aucune subvention n'est octroyée. Alors pour mettre toutes les chances de votre côté, votre dossier doit bien évidemment être complet, mais aussi optimisé.

1. **Portez une attention particulière à la rédaction et à la mise en page de votre dossier :** Soyez attentif à votre orthographe, votre syntaxe et sur les mots que vous employez. Votre demande doit être fluide et compréhensible par les décideurs. La présentation de votre dossier doit donner envie de le lire et découvrir davantage votre association. Dans la même idée, assurez-vous de bien répondre à toutes les questions.
2. **Renseignez-vous impérativement auprès de la collectivité sollicitée,** ne serait-ce que pour connaître le modèle de dossier à déposer (un modèle Cerfa ou bien un modèle spécifique à la collectivité). Cela vous donnera aussi des éléments sur les pièces à fournir qui accompagneront le dossier, la date limite de dépôt des demandes et enfin les critères d'attribution (ceux-ci sont déterminés à l'avance par la collectivité sollicitée). Bien entendu, assurez-vous que votre demande concerne bien l'organisme en question et pas un autre : on peut parfois s'y perdre.
3. **Rassemblez un maximum d'informations aidant à la prise de décision :** Un dossier complet avec des informations détaillées et utiles sur le projet et la volonté de la structure **attirera toujours plus l'œil** qu'un dossier manquant de précision et d'exactitude. Soyez donc généreux en termes d'éléments communiqués. N'hésitez pas, par exemple, **à fournir un plan d'action détaillé**. N'oubliez pas non plus de mettre en avant des données chiffrées (votre budget prévisionnel, par exemple). Celles-ci permettront aux décideurs de se faire une idée de la crédibilité et de la pertinence de votre demande. Enfin, cerise sur le gâteau : **vous pouvez faire une courte présentation de votre équipe**, accompagnée d'un historique de votre activité ou de votre palmarès si vous êtes une association sportive. Ne sous-estimez pas votre potentiel de séduction !

Attention : il est obligatoire de tenir une comptabilité précise (un bilan, un compte de résultat et une annexe) au-delà de 153 000€ de subventions perçues. Ces comptes seront d'ailleurs publiés au Journal officiel des associations et des fondations d'entreprise (JOAFE).

Des exceptions pour les associations sportives

De par leur nature, les associations sportives peuvent bénéficier de subventions supplémentaires. Encore faut-il qu'elles soient au courant ! Les clubs agréés peuvent en effet **bénéficier d'une subvention accordée par le CNDS** (Centre national pour le développement du sport). Dans ce cadre, les Comités et les Liges peuvent également bénéficier d'aides financières de la part de l'État, notamment.

Effectuer une veille pour se tenir informé de l'arrivée de nouvelles subventions

Enfin, et même si cela n'est pas intrinsèquement lié à votre dossier de subvention, il est essentiel **de rester au courant de l'arrivée de nouvelles subventions**. Il n'est pas rare en effet qu'une collectivité territoriale décide de mettre une nouvelle subvention en place à destination des associations locales, par exemple. Pour effectuer cette veille, nous vous conseillons de **vous renseigner de manière fréquente** (à chaque rentrée et début d'année) auprès de votre commune, de votre département, de votre région, et enfin auprès de votre fédération. Passer à côté d'une subvention à laquelle vous êtes éligible serait une bien mauvaise opération pour votre trésorerie !

Attirer davantage de sponsors et de partenaires

Partenaires, mécènes, sponsors... Comment davantage les attirer en tant qu'association ? C'est une question que bien des organisations à but non lucratif se posent. Vous le savez : conclure des partenariats représente une opportunité unique d'accroître ses recettes, encore plus s'il s'agit d'une collaboration à long terme.

Soignez votre dossier de partenariat

Cela va de soi : vous devez rédiger **un contenu pertinent mais qui va à l'essentiel** : l'objectif et la description de vos projets à venir, le budget demandé et les différentes expositions et retombées médiatiques que vous proposez à vos futurs partenaires. Bref, réunissez dans ce document toutes les informations concernant le projet à financer et votre association. Proposez aussi une présentation originale de votre structure ! Cela pourra permettre aux organismes visés de s'intéresser profondément à votre association, voire de s'y identifier. Enfin, n'oubliez pas que **le dossier de partenariat est avant tout la vitrine de votre association** : la rédaction et la présentation de votre dossier doivent donc être soignées. Continuez ici de [découvrir tout ce qu'il faut savoir sur le dossier de partenariat de votre association](#).

Ciblez les organismes qui pourraient être intéressés par votre projet

Vous ne devez pas diffuser votre dossier à n'importe quelle entreprise ou organisme de financement. Il est recommandé de **sélectionner les entités qui pourraient se montrer intéressées** par les actions solidaires de votre structure. Dans ce cas, un de vos bénévoles peut tout à fait démarcher une par une les organismes que vous aurez préalablement identifiés. Des entreprises que vous jugez comme étant en accord avec les valeurs que votre organisation porte et défend, par exemple. En suivant ce conseil, vous mettrez toutes les chances de votre côté de **conclure davantage de partenariats** et donc de bénéficier d'une nouvelle source de revenus garantie chaque année.

Entretenez vos partenaires actuels

En termes de contact une fois un partenaire signé, nous vous conseillons **d'avoir une relation particulière avec celui-ci**, quelle que soit sa notoriété locale ou régionale. Vous pouvez, par exemple, **l'inviter (lui et son équipe)** à votre prochain repas d'association. Rajoutez également l'ensemble de vos partenaires à la liste de diffusion de vos vœux de début d'année. Une manière de leur montrer que vous les considérez et que ces collaborations vous satisfont entièrement.



Bénéficier des avantages des solutions en ligne dédiées aux associations

Nous avons déjà parlé de ces outils un peu plus haut dans ce livre blanc. **Ces solutions de gestion en ligne**, qui se destinent à la fois aux clubs et aux organisations associatives, représentent le présent et l'avenir de la gestion associative. Elles permettent aux associations de **mettre en place l'inscription et le paiement en ligne** des cotisations, des dons et des événements. Elles proposent aussi des modules de comptabilité, de gestion des membres **ou encore de boutiques en ligne**.

Quels bénéfices pour les associations qui utilisent ces solutions ?

À la clé pour les structures qui ont franchi le cap ? **Une gestion vraiment simplifiée des inscriptions** tout au long de l'année grâce à la suppression des tâches de traitement des bulletins d'adhésion et des chèques de cotisations ! Les bénévoles, qui étaient auparavant chargés de ces missions, sont de leur côté **davantage détendus** car les rushes liés aux périodes d'inscription (la rentrée, les vacances scolaires etc.) n'ont plus lieu. **Les adhérents**, quant à eux, peuvent désormais s'inscrire à leur association ou à ses événements en seulement quelques clics sans se déplacer, **depuis chez eux**. Enfin, puisque le paiement en ligne a lieu directement à la suite de l'inscription, **cela évite les potentiels impayés**, ce qui garantit donc à l'association **une trésorerie en meilleure santé**. C'est également un gain de financement direct pour l'organisation en question.

Plus de temps à consacrer à la recherche de financements

Mais quelle est la corrélation entre la gestion facilitée des inscriptions et le gain de temps que permettent ces solutions **avec la recherche de nouvelles sources de financement**, qui est l'objectif de ce livre blanc ?

Les heures de travail économisées par les bénévoles permettent désormais à ces derniers de **consacrer plus de temps à la recherche de nouveaux partenaires ou de nouvelles idées de revenus** pour leur association. Ces outils de gestion permettent également à leurs utilisateurs **d'augmenter sensiblement leur nombre d'adhérents**. Effectivement, une inscription en ligne est bien plus simple et rapide à réaliser qu'une inscription traditionnelle, où il faut se déplacer pour remplir un formulaire papier et **penser à prendre son chéquier**. Celle-ci a donc tendance à moins rebuter les intéressés. Et par ricochets, plus d'adhérents signifient logiquement plus de recettes pour l'association.

Bonus

Google pour les associations, un dispositif inédit à destination des structures françaises

Certes, cette offre intéressera davantage les grosses associations. Mais le programme **Google pour les associations** mérite quand même que l'on parle de lui. Comme son nom l'indique, il s'agit d'un programme imaginé par Google permettant aux associations françaises éligibles **d'augmenter leur impact sur Internet**. Par quels moyens ? En faisant connaître au monde entier leur projet et leur action sociale grâce aux outils Google et en diffusant gratuitement des publicités sur le célèbre moteur de recherche.

Gratuité de certains outils de la galaxie Google

Pour créer ce programme, Google est parti du constat suivant : peu d'associations peuvent se permettre de miser sur Internet et de faire de la publicité en ligne, au vu du coût et du temps que cela demande. Le géant du web s'est ainsi donné comme objectif d'aider et d'accompagner les structures associatives **dans leur communication digitale**. Cela passe notamment par la gratuité, pour les associations, de la suite bureautique de Google appelée **G Suite** (qui comprend entre autres un logiciel de traitement de texte, un logiciel tableur et un logiciel de présentation), le programme de YouTube pour les associations (**appelé Social Impact**) dont nous vous avons parlé ci-dessus ainsi qu'un ensemble de fonctionnalités réservées aux participants du programme sur les services de cartographie **Google Maps et Google Earth**.

Lancer gratuitement des campagnes de communication digitale avec Google Ad Grants

Chaque association inscrite au programme bénéficie également de **Google Ad Grants**, un programme qui lui permet de diffuser gratuitement des annonces publicitaires sur Google (via l'outil Google Ads) **pour l'équivalent de 9 000€ par mois** ! Cela signifie que l'entreprise américaine vous offre la possibilité de positionner les pages de votre site web ou de votre collecte de **dons dans les tout premiers résultats de recherche de Google**. Plutôt intéressant !

De telles publicités permettront à votre structure d'attirer plus de donateurs, d'augmenter le nombre de visiteurs sur votre site web, de sensibiliser les internautes au projet de votre association et enfin, pourquoi pas, de recruter de nouveaux bénévoles ou de nouveaux salariés.

Avec ce programme, Google vous propose **d'atteindre un niveau de notoriété unique** sur votre secteur grâce à une visibilité sur Internet boostée et inédite. Il s'agit donc d'une très belle opportunité pour votre structure, qu'elle soit sportive, culturelle ou humanitaire. Alors si vous en avez l'occasion, ne passez pas à côté de **pouvoir (enfin) apparaître dans les premiers résultats** du moteur de recherche le plus utilisé au monde grâce à **Google Ad Grants** !

Pour vérifier **si vous êtes éligible à ce programme très intéressant de Google** et ainsi entamer la procédure de validation le cas échéant, [cliquez-ici](#) !

Pour aller plus loin

Il existe un type d'événement que les associations organisent encore très peu. Ce sont les brocantes et vide-greniers. Pourtant, ces derniers peuvent se révéler être **une source de nouveaux revenus** non négligeable pour les organisations qui franchissent le pas. Parmi **les principales raisons** d'organiser une brocante ou un vide-greniers en tant qu'association, citons **le gain en visibilité et en notoriété** de la structure en question, la diversification de ses sources de revenus et enfin le fait de **partager un bon moment avec ses membres**, tout en participant à l'animation de la vie associative locale.

Pour organiser de tels événement, nous vous recommandons d'utiliser MyBrocante. Cette solution permet aux associations (comme aux entreprises ou à d'autres organismes, d'ailleurs) **d'organiser une brocante ou un vide-greniers entièrement en ligne**. Grâce à **MyBrocante**, les associations peuvent donc désormais proposer la réservation et le paiement des stands en ligne !

Attention cependant à la réglementation en vigueur pour ce type de manifestation. Les brocantes et vide-greniers sont en effet considérés comme **une vente au déballage** et sont donc soumis aux obligations légales s'appliquant à cette forme de vente. De nombreuses informations doivent être notamment déclarées auprès de la mairie concernée avant la tenue de l'événement. Retrouvez [plus d'informations à ce sujet ici](#).



Récapitulatif des outils de financement en ligne

Outils en ligne

AssoConnect
Joinly
Goodee
Google Ad Grants
HelloAsso
iRaiser
Le Don en ligne
MicroDon
PayPal
Prizle
VerticalSoft
Weezevent
Yapla

Réseaux sociaux

Facebook Social Good
Instagram - Sticker de don
YouTube - Social Impact

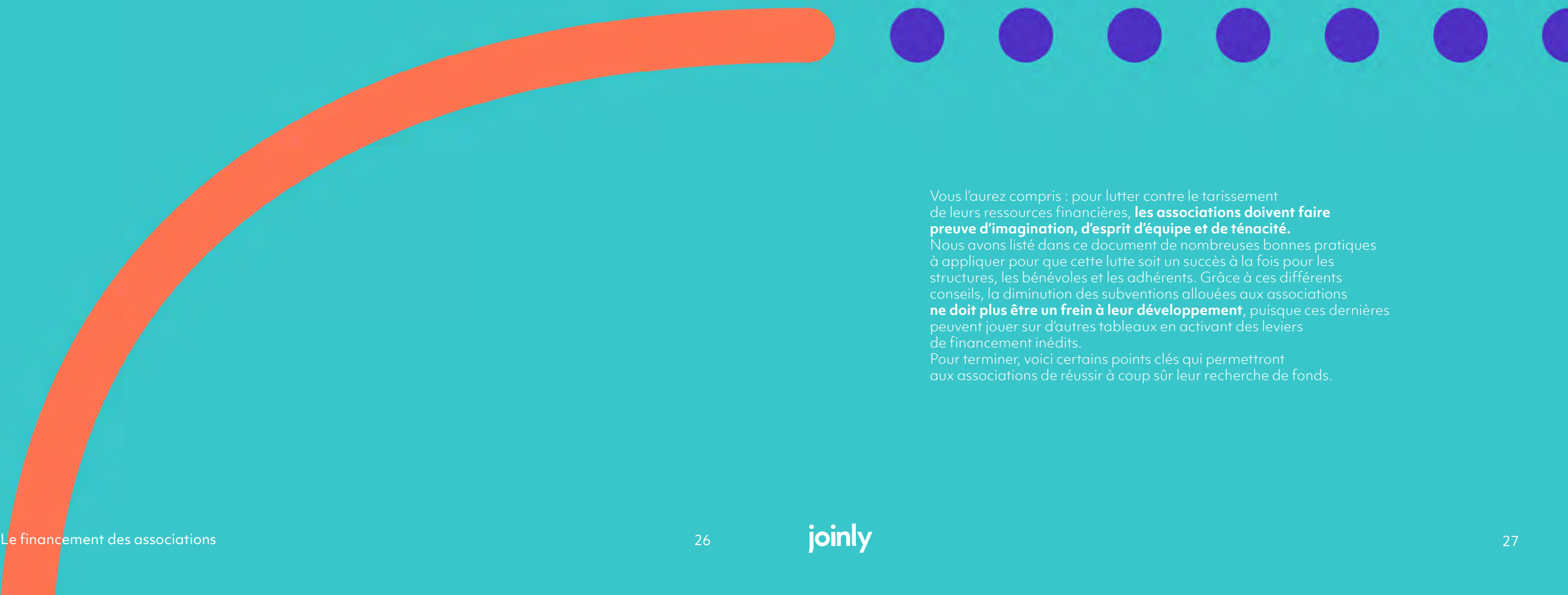
Autres

GiveWP (plug-in WordPress)
Lilo (moteur de recherche)



Conclusion

Que retenir ?



Vous l'aurez compris : pour lutter contre le tarissement de leurs ressources financières, **les associations doivent faire preuve d'imagination, d'esprit d'équipe et de ténacité.** Nous avons listé dans ce document de nombreuses bonnes pratiques à appliquer pour que cette lutte soit un succès à la fois pour les structures, les bénévoles et les adhérents. Grâce à ces différents conseils, la diminution des subventions allouées aux associations **ne doit plus être un frein à leur développement**, puisque ces dernières peuvent jouer sur d'autres tableaux en activant des leviers de financement inédits. Pour terminer, voici certains points clés qui permettront aux associations de réussir à coup sûr leur recherche de fonds.

Conclusion : que retenir ?

Les clés de la réussite

Mobiliser ses équipes

Une association, c'est une équipe soudée de responsables, de salariés, de bénévoles et d'adhérents. Ceux-ci gravitent tous autour de votre association. Vous avez compris où nous voulons en venir : la recherche de financements pour son association est **un vrai travail d'équipe**. Mobilisez donc l'ensemble des décideurs et des volontaires pour mener à bien cette mission si importante pour l'avenir de votre structure.

Être curieux et faire preuve de créativité

Les outils que nous vous avons présenté plus haut dans ce livre blanc sont des moyens et non des fins en soi. Vous ne devez donc pas tout miser sur le fait qu'ils ont été créés pour ça : **ils ne feront pas tout à votre place**. Un outil ou une solution en ligne, ça se pilote, ça se gère et ça se suit. C'est donc à vous de faire preuve d'imagination et de créativité sur ce point. Aussi, **soyez attentifs à l'arrivée de nouveaux services** sur le marché. Histoire de ne pas passer à côté d'une source de financement qui pourrait bien fonctionner !

Instaurer une vraie culture du numérique

Une fois éduquée au digital et à vos problématiques de financement, **votre équipe pourra être force de proposition** et sera plus rapidement compétente lorsqu'il s'agira de gérer et de piloter sur la durée un nouvel outil numérique. Pour cela, parlez régulièrement à vos salariés et à vos bénévoles des bienfaits du numérique et pensez aux formations !

Allier l'utile à l'agréable grâce aux réseaux sociaux

Recherches de financements et réseaux sociaux vont de pair. N'hésitez donc pas à utiliser les réseaux sociaux pour relayer vos actions de recherche de fonds pour votre association. Vous pouvez y **présenter votre volonté d'obtenir des financements** d'une manière décalée, voire humoristique. La puissance des réseaux sociaux (et dans ce cadre surtout Facebook) permettra à votre structure associative de décupler sa visibilité sur Internet et donc, probablement, d'obtenir plus de succès dans cette démarche !

À propos de Joinly

Joinly est une solution d'inscription et de paiement en ligne destinée aux associations qui souhaitent simplifier leur gestion. Le service s'appuie sur une plateforme digitale entièrement pensée pour répondre à leurs besoins si spécifiques. Joinly permet donc aux associations de **dématérialiser entièrement leurs processus d'inscription** par le biais de collectes simples à créer, qu'il s'agisse de cotisations ou d'inscriptions à des événements sportifs et festifs.

Côté financement, Joinly propose aux associations de **digitaliser en quelques clics leurs campagnes d'appels aux dons** en permettant une récolte sécurisée de ceux-ci en ligne. **Une manière simple et agréable d'accroître leurs revenus** et de financer leurs projets à venir par les dons de leur communauté.

Joinly propose deux offres à ses utilisateurs : un service sans abonnement avec des fonctionnalités réduites et des frais sur les transactions réalisées en ligne, et un service avec abonnement pour profiter pleinement de toutes les possibilités et des meilleures fonctionnalités de la solution.

Le service, clé en main, est autant plébiscité **pour sa facilité d'utilisation que pour son ergonomie intuitive**. En 2020, les équipes de Joinly souhaitent continuer d'améliorer le quotidien des associations françaises et de **promouvoir le sport associatif à grande échelle**, en facilitant notamment son accès au plus grand nombre.

Alors, **vous nous rejoignez ?**



Contactez-nous !



joinly.com



hello@joinly.com



Joinly / WeWork
198 Avenue de France
75013 Paris

