

C'est pas simple !

DIVERSIFIER SES SOURCES DE FINANCEMENTS AUPRÈS DE PARTENAIRES PRIVÉS *On vous aide.*

Avec le soutien de



Agir pour
l'innovation
sociale

Fondation



unccas



L'UNCCAS remercie les CCAS de Rochefort, Poitiers, Bron, Herblay et Alençon pour leur participation au groupe de travail sur l'essaimage et les outils du pôle Innovation sociale, ainsi que pour la relecture de la première version de la présente fiche-outil. Nous remercions également les CCAS de la Voulte-sur-Rhône, Pessac et la ville de Lille de partager leurs actions inspirantes et leurs conseils, ainsi que l'UDCCAS des Bouches-du-Rhône.

Ont contribué pour l'UNCCAS : Jeanne Malassis et Florence Angier.

Contact : innovation@unccas.org

Les besoins sociaux augmentent et se diversifient tandis que les ressources publiques se contractent. Si pour l'heure les budgets des CCAS/CIAS semblent globalement se maintenir¹, la poursuite de certains dispositifs peut à terme être menacée tandis que les marges de manœuvre sont de plus en plus restreintes pour le montage et la concrétisation de nouveaux projets.

Il s'agit alors pour les CCAS d'innover dans leur manière de faire, afin d'une part de répondre au mieux aux besoins de la population (besoins qu'il est important d'identifier et d'analyser, ce à quoi l'Analyse des Besoins Sociaux - l'ABS - s'attache) et d'autre part d'optimiser leurs moyens, notamment en ciblant leurs actions, en portant une attention particulière aux démarches d'évaluation, mais aussi en développant les logiques préventives, en diversifiant leurs partenariats et les sources de financement de leurs projets.

Plusieurs leviers consistant à diversifier et optimiser les moyens, particulièrement financiers, peuvent être étudiés : contractualisation pluriannuelle, mutualisation de services supports, étude de l'efficacité de la délégation de la gestion d'établissement ou de service à un tiers ou au contraire gestion en interne, etc. Parmi ces leviers, le recours à des financeurs privés, notamment via la réponse à des appels à projet semble se développer².

De nombreuses fondations et associations proposent en effet des soutiens financiers pour des projets sociaux ou médico-sociaux, le plus souvent sous forme d'appel à projet. Dans ce contexte, plusieurs CCAS nous ont fait part de leur besoin de soutien et de leur "manque de moyens et de temps" dans la réponse à ces appels à projet. La demande spontanée de subvention auprès d'acteurs privés semble quant à elle être une pratique encore peu exploitée.

S'ils ont peu recours aux financements privés, les CCAS n'en restent pas moins des incubateurs de projets, susceptibles de se tourner vers de potentiels financeurs extérieurs et ou nouveaux pour l'établissement public.

Loin d'y voir une solution miracle, le recours à des financements privés ou participatifs peut aussi être une manière de fédérer la population et les acteurs locaux autour d'une cause, d'un projet, mais aussi de les sensibiliser.

Ce document propose des clés et des repères pour aider les CCAS/CIAS à monter un dossier, valoriser leurs actions et obtenir des financements, à la fois dans la réponse aux appels à projet d'acteurs privés mais aussi, de manière plus ascendante en proposant à des acteurs privés d'être associés à tel ou tel projet porté par le CCAS.

¹ En effet "Si la baisse des dotations de l'État envers les collectivités territoriales pèse sur l'ensemble de l'action de celles-ci, y compris sur l'action sociale, des CCAS/CIAS interrogés en 2016 [15 CCAS et 2 CIAS] indiquaient ne pas encore subir entièrement l'impact de la baisse des dotations. Celle subie par les collectivités de rattachement ne s'était pas encore traduite par une baisse de budget des CCAS/CIAS". Cela est notamment dû au fait que les efforts des collectivités se sont majoritairement portés sur les dépenses d'investissement, ce sur quoi l'action des CCAS/CIAS repose peu (Source : Étude UNCCAS-INET (septembre 2016) - Contingence des moyens financiers et progression de la demande sociale : quelles conséquences pour les CCAS/CIAS, page 35)

² Nous n'aborderons ici que le cas de la réponse à des appels à projets d'acteurs privés. En effet, ceux des acteurs publics ou parapublics ne constituent pas en soi une nouvelle source de financement, mais plutôt un changement du mode de financement. Il semblerait d'ailleurs pour ces derniers, à l'image de certaines critiques à l'endroit des appels à projet issus en son temps de la loi Hôpital, Patients santé et territoires par exemple, qu'ils aient parfois tendance à brider les porteurs d'initiatives.

Les ressources du CCAS/CIAS

Selon l'article R. 123-25 du CASF et l'article 1566 du CGI

LES RESSOURCES NON AFFECTÉES À UNE ACTION PRÉCISE

- La subvention communale. Elle constitue l'apport prépondérant et obligatoire au fonctionnement de tous les CCAS.
- Les subventions d'exploitation et les participations.
- Les dons, legs ou sponsors.
- Le tiers du produit des concessions de terrains dans les cimetières.
- Au moins un tiers du produit des impôts perçus par la commune sur les cercles et maisons de jeux (cela concerne principalement les communes ayant un casino sur leur territoire)
- L'organisation d'évènements au profit du CCAS et de ses usagers (ex : brocante).

4

LES RESSOURCES LIÉES AUX SERVICES ET AUX ACTIONS GÉRÉS PAR LE CCAS/CIAS

- Les versements effectués par les organismes d'assurance maladie, d'assurance vieillesse, les caisses d'allocations familiales ou par tout autre organisme ou collectivité au titre de leur participation financière aux services et aux établissements gérés par le CCAS.
- Les participations de divers organismes publics, parapublics ou privés au financement de certaines actions et prestations (département, caisses de retraite, associations, fondations, mutuelles,...) suite à la réponse à un appel à projet ou au gré des dépôts de candidature hors appel.
- Les dons, legs ou sponsors.
- La participation des usagers au financement de la prestation assurée.
- Le produit des prestations remboursables.



La réponse à un appel à projet d'un organisme privé à but non lucratif (type Fondation)

Bien que beaucoup de CCAS et CIAS soient rodés à l'exercice de la réponse à des appels à projet, nous présenterons ici quelques éléments méthodologiques, conseils et autres remarques utiles, qui sans être exhaustifs, ont vocation à éclairer ou faciliter les pratiques des élus et/ou responsables de CCAS. Quitte à rappeler quelques fondamentaux au passage.

Quand répondre à un appel à projet ?

Une fois que l'on a l'information : ne pas attendre. Il peut toujours manquer une information au dernier moment. Prendre le temps nécessaire à la rédaction.

Attention à la temporalité des appels à projet par rapport à celle du CCAS (échanges internes et avec le CA, délibération, ...).

Éviter de répondre le dernier jour de l'appel à candidature au cas où il y aurait un problème dans l'envoi des documents, il y aurait une pièce manquante au dossier ou bien une quelconque erreur qui serait constatée après envoi.

Reco

- Avant toute chose, vérifier les conditions d'éligibilité. Certains organismes ne soutiennent pas les établissements publics.
- Être toujours prêt à envoyer des pièces complémentaires généralement demandées : un RIB, le budget prévisionnel global du CCAS, une délibération, les comptes du CCAS, etc.
- Anticiper les demandes de signatures par les élus, etc.
- Faire une veille des appels à projet (ils ont tendance à être dans la même période de l'année), par exemple mettre en place des rappels sur son agenda.
- Pour chaque action/projet du CCAS, préparer une fiche synthétique la présentant. Il restera alors, si un appel à projet correspond, à la mettre à jour et à l'étayer au regard des demandes du financeur.
- Éventuellement faire des demandes spontanées à des financeurs potentiels.

Comment présenter le projet ?

Quelles questions se poser à l'écriture du projet ?

La présentation du projet doit comporter différents points :

- le **contexte** d'émergence

Quels sont les contextes/constats général et local ? (Par exemple, la parution d'une loi et de ses décrets d'application, une échéance particulière...) A quel(s) besoin(s) l'action répondra ? Qui a identifié le besoin ? Est-ce que l'action s'inscrit dans le cadre d'une politique publique ?

- Le(s) **public(s)** destinataire(s) et le territoire concerné

- Les **objectifs** (généraux et opérationnels)

Quels sont les résultats à atteindre, les effets escomptés ? (Attention, les indicateurs d'évaluation, quantitatifs et qualitatifs sont à définir dès l'écriture des objectifs).

- Les **moyens** (humains, financiers et matériels)

- Sa **description synthétique et logique** (par exemple par étapes de construction dans le temps ou par objectif)

Quels sont les acteurs concernés par le projet ? À quel(s) degrés ? À quelle(s) étape(s) ? Qui le pilote ? Qui est l'interlocuteur privilégié ? Une fois l'action mise en place, qui fait quoi ? Concernant l'action en elle-même (la mise en œuvre du projet) : en quoi consiste-elle ? Est-ce une action évolutive ? Quels sont les points de vigilance ? Dans quelle durée et suivant quelles étapes est-il prévu d'atteindre les résultats escomptés ?

- Sa **temporalité** (peut être décrit dans la partie description)

Les questions à se poser : quelle est la date de mise en œuvre prévue ? Quelles sont les principales étapes de construction du projet ? Combien de temps va durer l'action ? Quelles sont les conditions de "survie" de l'action ? Prévoir un retroplanning détaillé.

- Le **budget** - présenté de manière plus ou moins détaillée selon la volonté du financeur. Attention : Il doit être équilibré entre les dépenses et les recettes. Il est préférable d'y inclure le montant de la demande de subvention. Les cofinanceurs envisagés doivent être quant à eux de préférence nommés (il est possible de préciser si la réponse est en attente ou validée)

Les questions à se poser : quelles sont les dépenses les plus significatives ? Le cas échéant, quelles pratiques tarifaires pour les bénéficiaires seront appliquées (gratuité, tarif unique, tarifs modulés selon un barème, etc.) ? Quelles seront les règles de répartition des charges indirectes ? Y aura-t-il des contributions volontaires en nature ?

Ces derniers points néanmoins importants ne sont généralement pas indispensables :

- Les **outils d'évaluation** prévus (à court et long terme)

La question à se poser, en lien avec les objectifs : qu'est-ce qui me permettra de qualifier mon action de réussie ? Qu'est-ce qui me permettra de dire que ces objectifs sont atteints ? Qui évalue ?

- Les **outils de communication** et des supports illustrant le projet

- Un paragraphe sur l'**intérêt pour le financeur** de soutenir cette action

Attention, les organismes privés (associations, Fondations, entreprises, etc.) ont des critères et des valeurs qui leurs sont propres. Renseignez-vous auparavant sur l'organisme en question afin de vous assurer que les objectifs de celui-ci sont en concordance avec ceux du CCAS, et que la présentation de votre dossier est en cohérence avec ceux-ci.

Les points de vigilance dans la présentation du projet

Attention à :

- donner un titre représentatif du projet et qui "donne envie" ;
- faire attention au résumé : il doit représenter la singularité du projet ;
- l'organiser de manière logique, synthétique et clair ;
- ne pas multiplier les annexes ;
- ne pas oublier de donner les coordonnées complètes (adresse + téléphone + adresse mail) de la structure porteuse, de l'établissement ou service concerné et du référent du projet ;
- ne pas hésiter à reprendre le champ lexical des appels à projet, en intégrant leurs "mots-clés" dans le dossier de réponse.

Reco

Lorsque le dossier présentant un projet est rédigé, ne pas hésiter à le faire lire par une personne extérieure. Cela permet de voir s'il est clair, de mettre en lumière les éventuelles incohérences, de voir s'il manque des informations essentielles, etc.



Les dons et legs des particuliers et des entreprises

La législation

Le CCAS/CIAS est habilité par la Loi à bénéficier de dons et legs de particuliers et d'entreprises³, en contrepartie de quoi les donateurs peuvent bénéficier des déductions fiscales (le CCAS/CIAS étant assimilé à un "organisme d'intérêt général ayant un caractère (...) social"⁴).

Toutefois, le bénéfice de déductions fiscales pour les donateurs se fait sous réserves de conditions :

- tout d'abord, le versement doit être effectué à titre gratuit, sans contrepartie directe ou indirecte au profit du donateur ;
- ensuite, **l'activité soutenue par le donateur est fonction de l'activité du CCAS/CIAS (et non de sa forme juridique ou de l'activité pour laquelle le don a été dédié)**. L'activité du CCAS/CIAS ne doit pas être lucrative (dans le sens "non concurrentiel" selon l'administration fiscale) et sa gestion doit être désintéressée (ce qui est présumé pour les collectivités publiques).
- enfin, le CCAS/CIAS ne doit pas agir au profit d'un cercle restreint de personnes (les missions et la géographie primant sur le nombre de personnes).
- Un don versé à un CCAS/CIAS n'est éligible à la réduction d'impôt que si l'ensemble des conditions précitées est rempli.

Le don ou legs peut se faire pour un projet précis, une catégorie de projet ou une cause. Étant libre et non contraint, c'est le donateur qui choisit.

Concernant les particuliers

Le don d'un particulier ouvre droit à une réduction d'impôt de 66 % de son montant dans une limite globale de 20 % du revenu imposable⁵. La réduction est de 75 % du montant du don effectué en faveur des organismes fournissant des aliments ou des soins gratuits aux personnes en difficulté ou favorisant leur logement, dans la limite de 530 euros⁶.

À cette fin, le CCAS/CIAS remet au donateur le reçu fiscal de dons aux œuvres (le formulaire CERFA n°11580*03). Une fois complété, ce formulaire sera transmis par le donateur aux services des impôts. Le bénéficiaire a quant à lui obligation de numéroté et d'archiver une copie de ces reçus.

Les dons et legs faits aux CCAS/CIAS sont parfois assortis de charges et de conditions, par exemple à l'affectation ou à l'entretien du bien donné ou légué (par exemple l'entretien d'un bien immobilier, d'un jardin, un terrain légué afin que le CCAS y construise une résidence pour personnes âgées, une épicerie sociale, etc.). **Dès lors que le don ou le legs est subordonné à des conditions et charges pour le CCAS, ce dernier devra examiner attentivement les clauses de l'acte notarié.**

Au cas où les conditions ne sont pas suffisamment explicites ou trop rigoureuses, le CCAS doit rester prudent et préférer refuser le don ou le legs. En effet, **l'acceptation est définitive et le CCAS sera tenu d'exécuter toutes les charges et conditions prévues.**

³ Selon les articles L.123-8 et R.123-25 du code de l'action sociale et des familles

⁴ Selon le b) de l'alinéa 1 de l'article 200 du code général des impôts

⁵ Selon l'alinéa 1 de l'article 200 du code général des impôts.

⁶ Selon l'alinéa 1 ter de l'article 200 du code général des impôts.



Attention !

Concernant les entreprises

Reco

Le mécénat (au profit d'un intérêt général) peut prendre la forme d'un soutien financier, logistique (la mise à disposition de biens), de compétences (mise à disposition d'un salarié volontaire sur son temps de travail au profit d'un intérêt général), technique en nature, ou encore de relation média.

Concernant les entreprises, les dons effectués au CCAS, en espèces, en nature ou de compétences, sont déductibles des impôts sur les bénéfices des entreprises, à hauteur de 60 % du montant des versements⁷, dans la limite de 0.5 % de son chiffre d'affaire hors taxes⁸. La délivrance d'un reçu fiscal aux entreprises n'est pas obligatoire, contrairement aux particuliers.

Le mécénat social "*constitue un acte libre qui permet de financer des projets d'intérêt général. Il repose uniquement sur l'engagement des deux parties. Il n'est donc pas possible pour l'entreprise mécène d'exiger une contrepartie publicitaire [contrairement au sponsoring] de la part du bénéficiaire. Le recours aux entreprises peut s'inscrire dans un projet de territoire visant à développer l'engagement et la responsabilité sociale des entreprises tout en leur permettant d'affirmer des valeurs et de renforcer leur image auprès des citoyens*".⁹

Il est toutefois possible d'associer le nom ou le logo de l'entreprise mécène à l'opération. Attention toutefois à ce que les sommes versées par l'entreprise et la contrepartie soient disproportionnées de manière marquée.

La ville de Pessac (62 500 habitants, troisième ville de la Gironde et de la métropole de Bordeaux), dans le cadre d'une stratégie de recherche de mécénat et de partenariats privés, a mis en place en 2016 au sein de ses services une Mission dédiée et transversale (travaillant avec 12 directions) et pilotée par une Chargée de mission à temps plein. Au vu des soutiens obtenus en 2017 (première année expérimentale de prospection), l'expérience sera reconduite en 2018 et les années suivantes. Une page du site internet de la ville y est dédiée : <http://www.pessac.fr/mecenat.html>. Dans sa communication, la ville a souhaité mettre en lumière en 2017, 12 actions relatives à des domaines de compétences concernés par le droit au recours au mécénat (culture/patrimoine, environnement, jeunesse, solidarité/citoyenneté, sport). Il y en a 14 en 2018 (intégration de la thématique Éducation). Chacune de ces actions fait l'objet d'une fiche de présentation qui précise aussi l'usage qui sera fait des apports du mécénat et qui détaille également au dos de cette fiche les "*remerciements*" concrets (les contreparties) offerts par la ville en échange d'un soutien. En 2017, 2 actions pilotés par le CCAS figuraient dans cette sélection. Il y en a 3 en 2018.

Les retombées d'une campagne d'appel aux legs se font à moyen ou long terme ; le temps que les personnes cibles connaissent le CCAS et ses activités, soient convaincues de leur volonté de donner, et ce jusqu'au décès.

⁷ Selon l'alinéa 1 de l'article 238 bis du code général des impôts.

⁸ La défiscalisation est néanmoins possible sur 5 ans.

⁹ Source : Source : Étude UNCCAS-INET (septembre 2016) - Contingence des moyens financiers et progression de la demande sociale : quelles conséquences pour les CCAS/CIAS, page 38

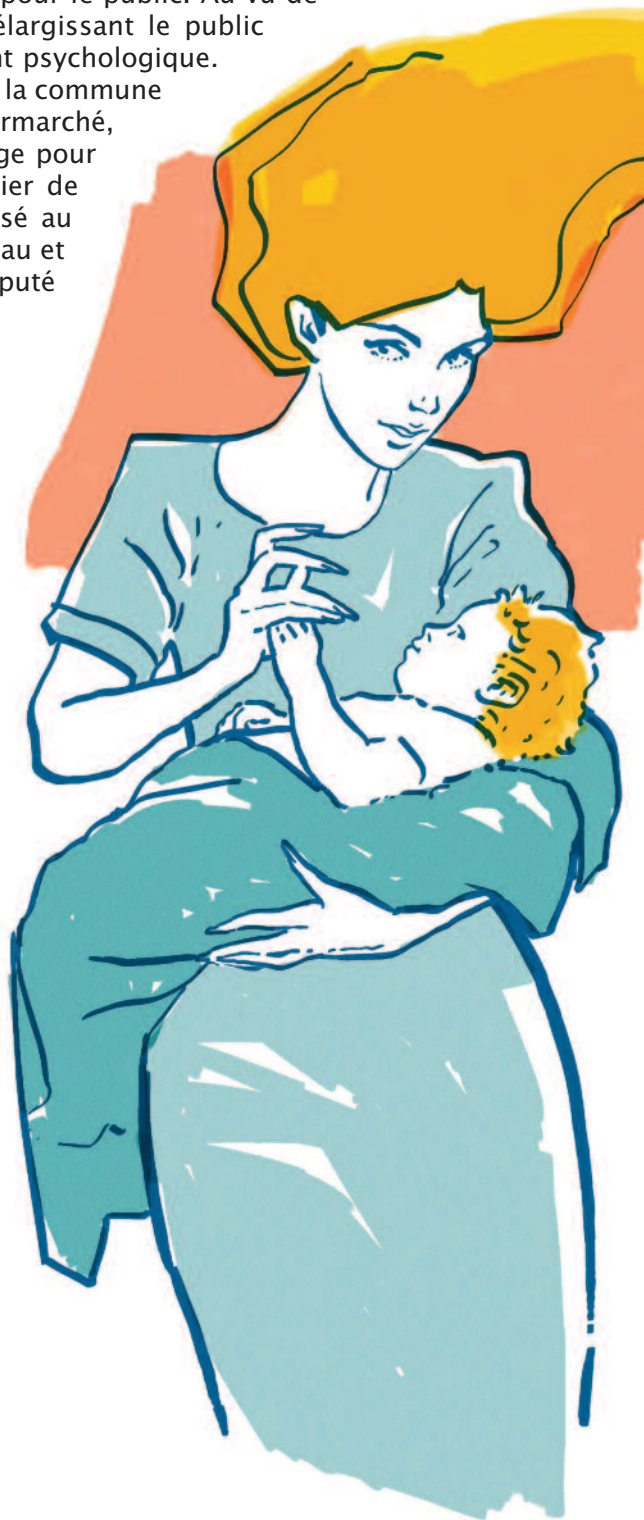
L'action conjointe du CCAS de La Voulte sur Rhône (5100 habitants) et du Centre Social Pierre Rabhi, intitulée "*Moi, Femme et Maman*", qui consiste en des ateliers de socio-esthétique pour un public de femmes, menés de 2016 à 2017, s'est avérée très pertinente pour le public. Au vu de ses impacts positifs, l'action se prolonge et s'améliore en élargissant le public accompagné et en proposant entre autres un accompagnement psychologique. Pour financer les nouvelles perspectives de l'action, le maire de la commune ainsi qu'une travailleuse sociale du CCAS ont démarché un supermarché, avec qui ils avaient déjà été en lien dans le cas d'un parrainage pour un minibus. Cela leur a permis d'obtenir un mécénat financier de 2 000 euros. Le directeur de l'entreprise a également proposé au CCAS de faire connaître les actions de ce dernier dans son réseau et de travailler sur des perspectives d'emploi pour ce public. Un député a quant à lui aussi proposé son soutien.

Reco

Avant toute démarche de recherche de mécène, il est primordial de définir le sens de la politique de recherche et le positionnement du CCAS vis-à-vis de son territoire et des autres acteurs locaux. Les premiers convaincus d'une telle démarche doivent être le/la maire et le/la vice-Président(e) du CCAS.

Cibler les entreprises à solliciter au regard de la nature du projet. Commencer par les cercles de connaissances, de partenaires. Ceux-ci seront ensuite des intermédiaires vers de potentiels donateurs moins proches.

Attention, afin éviter tout risque de conflit d'intérêt, le CCAS/CIAS doit éviter de relayer directement, indirectement et exclusivement une offre de prestation à but lucratif. Aussi, pour respecter un principe de transparence, s'il appose quelque part le nom ou le logo d'une entreprise mécène ou donatrice ou tout autre élément impliquant l'image et la notoriété du donateur, le CCAS/CIAS doit garder une traçabilité de sa campagne de sollicitation de don/mécénat avec par exemple une liste de l'ensemble des acteurs sollicités.



Les dons en nature

Produits alimentaires et de première nécessité (dons d'agriculteurs, de commerçants, etc.) ; matériel médical, etc.

À titre d'exemple, l'épicerie sociale d'un CCAS en région parisienne est gracieusement fournie par une enseigne de grande distribution qui bénéficie d'un dégrèvement fiscal de 60 % pour des produits alimentaires donnés entre 3 et 6 jours avant leur date limite de consommation, ou pour des produits de puériculture.

La mise à disposition

Prêt de véhicule, de locaux, ...

Par exemple le CCAS du Pellerin bénéficie pour son service de transport solidaire du prêt d'un minibus et du financement du carburant, par un supermarché. Des locaux privés (associatifs ou non) peuvent aussi être prêtés au CCAS pour des actions.

Le mécénat de compétences

L'entreprise mécène transfère gratuitement des compétences vers la structure soutenue, par le biais de salariés, volontaires et intervenant sur leur temps de travail.

Le mécénat technique en nature

Par exemple, une agence de communication réalise gracieusement une plaquette de communication d'un projet.

Le mécénat de relation média

Par exemple un magazine fournit gracieusement un espace publicitaire.

Reco

Présenter aux entreprises un argumentaire solide et des objectifs clairs du mécénat par rapport au budget du projet.

Attention à l'angle d'approche des donateurs. Il est préférable de ne pas les solliciter sous l'angle "*nous manquons d'argent*" mais de leur donner envie de s'investir à vos côtés. Ils vont agir pour développer des activités qui leur font écho et non pour combler vos difficultés financières. C'est une coopération. Cibler un projet pour en faire l'objet de l'appel à dons facilite l'adhésion. Il s'agit de ne pas présenter le projet auprès d'un donateur comme la réponse à un appel à projet.

Certains mécènes potentiels peuvent se montrer réfractaires à l'idée de financer une collectivité publique. Il s'agit alors de les rassurer par exemple sur la finalité du projet pour les bénéficiaires, en précisant que le projet vient en complément des actions obligatoires du CCAS et n'entre pas en concurrence mais en complément de ce qui existe sur le territoire.

Proposer aux mécènes des contreparties (attention à la disproportion marquée). Attention à ne pas se lancer dans une recherche de mécène sans prendre en compte les coûts (mobilisation de personnel, frais de communication...). Cette démarche peut demander beaucoup d'énergie.

Les écueils à éviter : porter seul le projet et ne pas avoir de budget de départ.

Faire une campagne d'appel aux dons et aux legs avec l'aide des outils de l'UNCCAS !

Si l'action des CCAS sur leurs communes est très variée, celle-ci n'en demeure pas moins peu ou mal connue. Souvent cantonné dans les esprits à la distribution d'aides d'urgence, il paraît alors important de commencer votre communication par décrire ce qu'est un CCAS, énumérer les établissements et services gérés par celui de votre commune, voire la variété des métiers représentés, etc. L'idée est de rendre plus parlante, plus concrète son action au quotidien auprès de la population et en lien avec ses partenaires. L'idéal est ensuite de cibler concrètement un/des projets qui aboutiront grâce aux soutiens.

L'UNCCAS propose aux acteurs locaux un dépliant pour inviter les particuliers et entreprises à soutenir par un don ou un legs le CCAS/CIAS, téléchargeable sur notre site internet :
<http://www.unccas.org/soutenez-votre-ccas>



12

Reco

Dans la communication, préciser qui lève les fonds ? la commune ? le CCAS ? un de ses ESMS ? Décrire, de manière courte et synthétique dans les outils de communication du CCAS et/ou de la ville (type magazine communal, flyers, site internet), ou encore via la presse locale ce qu'est un CCAS/CIAS (ses compétences, à qui il s'adresse, détailler les services et établissements gérés, population couverte, nombre d'emplois générés sur le territoire, etc.). En profiter pour rappeler que comme pour une association, il est possible de lui faire un don ou un legs, et que celui-ci est déductible des impôts.

Pour aller plus loin

<http://www.centre-francais-fondations.org/> : accès à un annuaire des fonds et dotations, à un mode d'emploi à destination des porteurs de projet, ou encore à une base d'appels à projet.

<http://www.francegenerosites.org> : études sur les dons et le bénévolat, baromètres...

<http://admical.org/> : informations juridiques et pratiques sur le mécénat et la réponse d'appel à projets, les chiffres du mécénat, ou encore accès à un Répertoire des mécènes.

La procédure de réception d'un don ou legs pour les CCAS

■ Phase d'engagement

- L'acceptation du don relève des attributions du président en sa qualité d'ordonnateur des dépenses et recettes du CCAS. Il s'agit d'une acceptation à titre conservatoire ;
- le don ne devient effectif qu'après acceptation définitive par le conseil d'administration sous la forme d'une délibération.

■ Phase d'encaissement du don en elle-même

- Elle relève cette fois non plus de l'ordonnateur mais du comptable¹⁰ ;
- l'autre possibilité est de créer une régie de recette¹¹ et de nommer un régisseur (avec l'avis conforme du comptable).

Le comptable public a besoin de pièces justificatives, pour le suivi des opérations comptables et la vérification de leur régularité, variant en fonction de la nature des opérations.

Sur les dons, l'annexe citée à l'article D 1617-19¹² du code général des collectivités¹³ établit la liste suivante de pièces justificatives pour les dépenses liées à des dons et notamment :

- la décision de l'assemblée délibérante ou de l'ordonnateur ;
- la copie de l'acte de disposition à titre gratuit ;
- si le don est susceptible d'entraîner des dépenses pour la collectivité, le comptable doit en être avisé. De même, si le don est fait sous condition, c'est à dire si la somme reçue doit être affectée nécessairement à telle ou telle action du CCAS. Si tel n'est pas le cas, il faut demander si possible, une lettre manuscrite du donateur indiquant que ce don est fait sans condition.

Attention !

Par ailleurs le CCAS/CIAS doit isoler les versements au sein de sa comptabilité et s'assurer qu'ils sont utilisés conformément à leur objet : l'intégration suit une procédure comptable spécifique selon la nature du don, son utilisation et son affectation prévue ou non par le donateur. La valeur prise en compte à la date d'entrée dans le patrimoine est la valeur vénale du bien, c'est-à-dire le prix présumé qu'accepterait d'en donner un acquéreur éventuel dans l'état où se trouve le bien. S'agissant des dons matériels : en cas d'acceptation, le bien donné fait l'objet d'une entrée en patrimoine et pour les équipements, d'un amortissement.

■ Déduction fiscale pour les donateurs

L'avantage fiscal est quant à lui subordonné à la production d'un certificat. Il appartient alors au comptable public destinataire des versements d'établir ce reçu fiscal au nom de chaque donateur¹⁴.

¹⁰ Lui seul est habilité à manipuler les fonds publics et donc il est le seul à pouvoir recevoir matériellement un don en argent (et pas le président, en vertu du principe de la comptabilité publique de séparation des fonctions d'ordonnateur et de comptable).

¹¹ La régie est créée par délibération du conseil d'administration (ou arrêté du président s'il a reçu délégation du CA en la matière), la nomination du régisseur relevant d'un arrêté du président.

¹² Voir points 52111 et 52121 de l'annexe I du code général des impôts.

¹³ Cet article fixe les pièces justificatives à fournir auprès du comptable pour l'exécution des opérations comptables.

¹⁴ Source : Ministère de l'économie et des finances, réponse à la question écrite n°21274

Le financement participatif (ou crowdfunding) : un mode de collecte qui a le vent en poupe

Le décret n° 2015-1670 du 14 décembre 2015¹⁵ a ouvert l'accès au financement participatif aux collectivités territoriales et à leurs établissements publics pour des projets culturels, éducatifs, sociaux ou solidaires, c'est-à-dire des projets d'intérêt public. La collectivité levant des fonds par ce biais doit conventionner un mandat avec la plateforme de financement participatif qu'elle utilise, mais n'a plus besoin de passer par des procédures de marché public. Le choix de plateforme doit cependant obéir aux règles de mise en concurrence classique.

Les intermédiaires en financement participatif (IFP), appelés des "plateformes de financement participatifs" sont en principe contrôlés par l'ACPR et immatriculée à l'ORIAS, le Registre Unique Des intermédiaires en Banques, Assurances et Finances¹⁶.

Les modes de financement des collectivités via les plateformes sont le don (avec ou sans contrepartie) et le prêt (avec ou sans intérêt).

Pour chaque projet concerné par un appel à don ou prêt via cet outil, un montant à atteindre permettant de concrétiser le projet est annoncé, pour un temps donné. Chaque contributeur donne la somme qu'il souhaite (un montant indicatif peut-être proposé).

Au-delà de l'aspect source de financement en tant que tel, le financement participatif permet aussi et surtout d'impliquer les habitants, de fédérer les acteurs locaux, de (mieux) faire connaître un ou des services du CCAS, de promouvoir la collectivité... La qualité de la communication avec les habitants est donc primordiale puisque l'idée est de les convaincre. "Le public doit sentir que son rôle est essentiel pour faire aboutir un projet"¹⁷. Pour cela, il est rappelé que **ce type de financement constitue un "complément et non quelque chose qui se substitue. Il faut que cela serve à enrichir un projet existant ou à créer un projet qui ne pourrait pas exister sans"** afin qu'il ne soit pas perçu comme un "impôt indirect", ce qui serait purement contre-productif.

Reco

Pour communiquer de manière la plus efficace sur un projet qui fait l'objet d'un financement participatif, et multiplier les chances d'obtenir les fonds escomptés, utilisez au mieux les réseaux sociaux, appuyez-vous sur des relais de partenaires, la presse locale, etc. Et ce d'autant plus que la durée de levée de fonds est relativement courte (entre 2 et 3 mois environ). Cependant, attention à ne pas sous-estimer les moyens humains et financiers qu'une telle mobilisation nécessite, bien qu'indispensable.

Un slogan accrocheur peut "booster" la communication sur le projet.

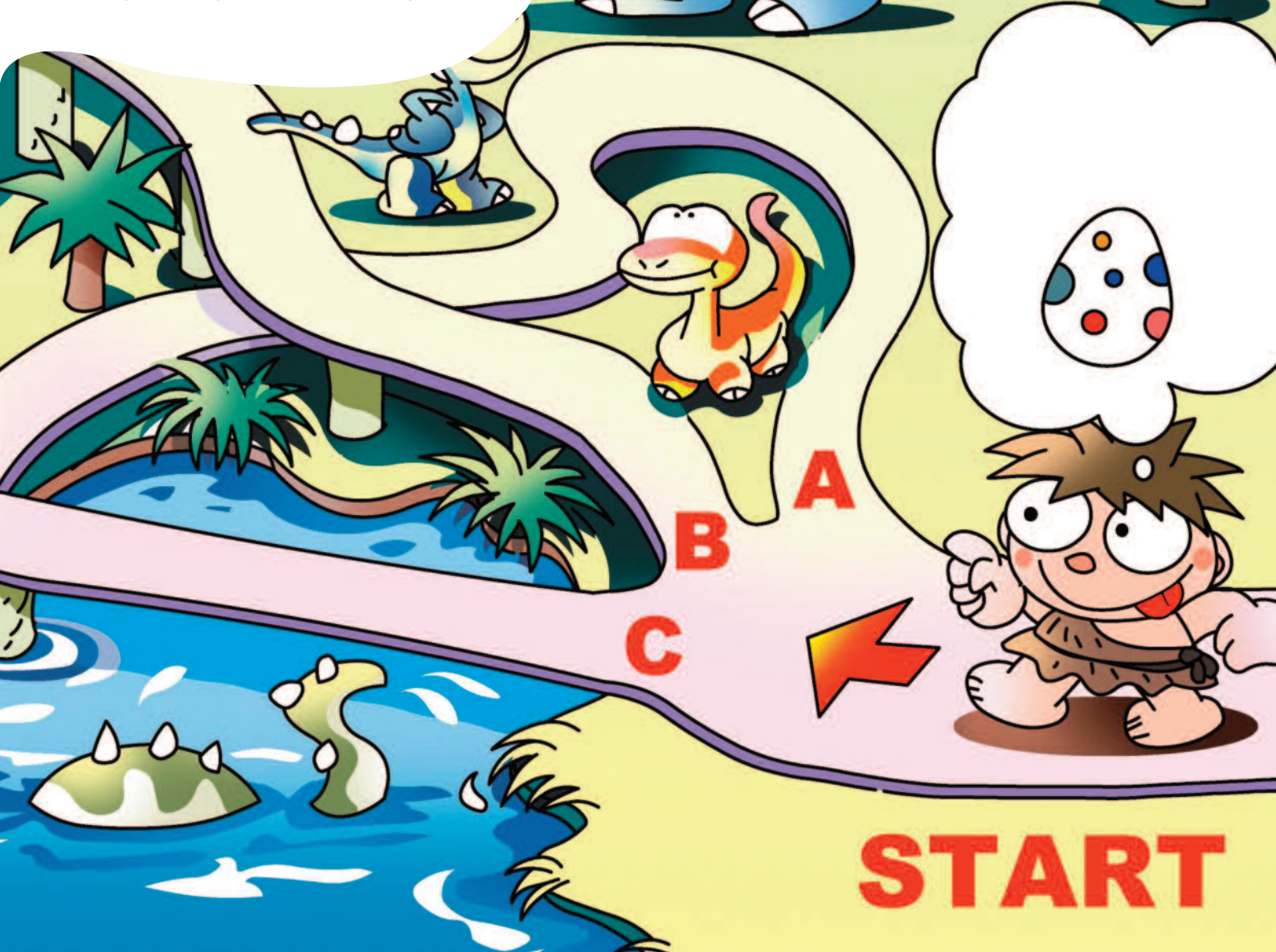
¹⁵ Source : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000031629578&categorieLien=id> (page consultée en juillet 2017)

¹⁶ Conformément à l'ordonnance n°2014-559 du 30 mai 2014

¹⁷ Article publié le 11/03/2016 par Gabriel Zignani dans La Gazette des Communes : Les collectivités à l'heure du crowdfunding

La communication autour du financement participatif peut être aussi un objectif majeur du recours à ce mode de collecte. En effet, bien que très médiatisé, son recours n'est pas forcément rentable (frais de personnels mobilisés, coûts éventuels des supports de communication, mobilisation des bénévoles, etc.). Il peut néanmoins apporter de la notoriété au CCAS (ou à un projet ou service spécifique). Enfin, le recours au financement participatif n'a pas vocation à perdurer dans le temps. Les habitants ont tendance à se mobiliser pour une action en particulier, une fois, mais pas lorsque les opérations se multiplient.

Par exemple, la ville de Lille (237 000 habitants) a mené en 2015 une campagne nommée "#AdopteUnAnimal" pour financer sous forme de dons la restauration de la grande verrière de son Musée d'histoire naturelle qui avait subi un dégât des eaux. Près de 12 000 euros ont été récoltés contre les 7 000 euros espérés, ce qui lui a permis de faire aboutir le projet et d'en développer d'autres, connexes. En contrepartie, chaque mécène pouvait devenir "parrain" de l'un des animaux naturalisés de la collection, ce qui a permis de fédérer une communauté d'utilisateurs autour du projet du musée. Le ton ludique et décalé de cette campagne a fortement mobilisé les habitants.



LE SPONSORING (OU LE PARRAINAGE)

Le sponsoring est à distinguer du mécénat social. **C'est un soutien financier ou matériel qui ne se fait pas dans le cadre d'une action philanthropique mais dans une perspective commerciale.** Le sponsor sera clairement identifié dans l'opération de sponsoring. Il aura des retombées notamment en termes de visibilité auprès du public, des habitants, sur ses produits et/ou ses valeurs. Il peut aussi demander à participer à des événements. L'investissement de l'entreprise doit être proportionnel à la contrepartie attendue.

Aussi, **la forme et le traitement fiscal du sponsoring sont différents.** Pour l'entreprise sponsor, les sommes versées au titre du sponsoring sont intégralement déductibles des charges d'exploitation, sous certaines conditions. Par exemple, l'investissement doit être proportionnel à la contrepartie attendue en termes de retombées publicitaires. En cas de contrôle, l'entreprise doit prouver un *"intérêt direct pour son exploitation"*¹⁸. Il ne doit pas en effet s'agir d'une simple opération de générosité, ce qui est le cas pour une opération de mécénat.

Pour le transport des personnes âgées dans le cadre des activités de son Centre Social Pierre Rabhi et du service animation seniors, le CCAS de La Voulte-sur-Rhône (5 100 habitants) a fait appel à une entreprise qui elle-même démarché les entreprises locales pour devenir sponsors d'un minibus, en contrepartie d'encarts publicitaires dessus. L'accord est pour 5 ans, lors desquels le CCAS assure uniquement les frais d'entretien et d'assurance du véhicule. Au-delà, le CCAS peut faire le choix d'acheter le minibus à moindre coût. Dans ce cas, le minibus, se déplaçant dans la ville, fait comme un *"panneau publicitaire roulant"*. Les attentes en termes de retombées économiques sont significatives (au même titre que n'importe quel achat d'espace publicitaire), contrairement à l'exemple de l'action *"Moi, femme et maman"* pour laquelle le supermarché mécène a des retombées assez minimales en termes de visibilité auprès de la population.

¹⁸ Selon l'article 39-1-7* du Code général des impôts.



L'INNOVATION SOCIALE : UN LEVIER POUR L'OBTENTION DE FINANCEMENTS

Dans le contexte de restriction budgétaire, un projet socialement innovant pourra accroître les chances d'attirer l'attention du financeur et d'être retenu.

Les critères de l'innovation sociale

- Réponse à un **besoin social** peu satisfait et clairement identifié* :
 - à l'issue de l'Analyse des besoins sociaux ;
 - et/ou suite à un diagnostic spécifique.
- Prise en compte **des réalités et spécificités du territoire** en termes de typologie de la population, de ressources existantes ou mobilisables et des usages*.
- Un mode de gouvernance associant diverses parties prenantes et notamment participatif (bénéficiaires, partenaires...)* :
 - projet qui vient en rupture par rapport à l'existant sur le territoire ou par rapport aux pratiques habituelles ;
 - recours à une diversité de financements ;
 - projet issu d'un processus ascendant ;
 - génération d'autres effets positifs (sociaux, économiques, environnementaux...).

Attention !

Attention, le projet répondant à un besoin social identifié sur un territoire, bien qu'innovant sur ce dernier, ne le sera pas forcément ailleurs.

L'essaimage : gain de temps et gage de qualité

Essaimer une action, c'est avant tout l'adapter à son territoire, c'est-à-dire s'inspirer d'une action existante en l'adaptant à la typologie de sa population, aux réponses existantes, aux tissus social, médico-social, économique et repérer les acteurs mobilisables. Essaimer permet de "*ne pas partir de zéro*". Il ne s'agit pas de faire du "*copier-coller*" d'une action.

Malheureusement, les financeurs, par le biais des appels à projet, ont parfois tendance à vouloir soutenir des actions novatrices uniquement dans le sens "*jamais vues ailleurs*". Bien que cela puisse être l'objet d'une action très pertinente sur votre territoire, ce n'est pas parce qu'elle a été déployée ailleurs qu'elle ne peut pas prendre sens sur celui-ci. Nous vous conseillons alors de présenter le contexte de naissance de votre projet dans le sens "*a déjà fonctionné ailleurs*" et "*innovant pour notre territoire*" (quelles sont les adaptations à votre territoire et en quoi celles-ci sont novatrices).

* critères principaux

