L’arrondi solidaire : donner les centimes de sa paie

ADP, spécialiste des services pour la gestion de la Paie et des Ressources Humaines lance en France le premier programme de « Payroll Giving ».

Baptisé « l’Arrondi Solidaire », ce dispositif a pour principe de collecter des micros-dons par prélèvement sur le bulletin de paie des centimes d’euros du net à payer.

2 associations opérant dans le domaine du micro crédit bénéficient de cette initiative : ADIE et PlanetFinance.

voir ici la présentation vidéo du dispositif

1% pour la planète

Vu ici sur le site développement durable, une information sur l’association américaine 1% FOR THE PLANET (site en français accessible ici), qui vise à récolter des fonds au profit d’ONG très variées en taille, régions, et natures d’interventions. Parmi les 1 800 associations référencées :

- L’Association pour la Sauvegarde du Léman, voir le site ici
- le WWF allemand voir le site ici
- Le Wild Salmon Center voir le site ici

- Tchendukua (Ici et Ailleurs) voir le site ici
- etc.

Les entreprises partenaires (1 500) sont elle-mêmes très diverses, par exemple (pour ne citer que des exemples français) :

- Les champagnes Dosnon voir le site ici
- Les coursiers verts voir le site ici
- L'hôtel Plazza Athénée voir le site ici
- Tradhetic (traduction) voir le site ici
- etc.

1% FTP a fait le constat que la philanthropie d'entreprise représente 10% de 1% des ventes totales aux états-unis, soit seulement 4% du total des montants récoltés.

Un montant dont profitent faiblement (à hauteur de 2% seulement) les associations opérant dans le secteur de l'environnement, à un moment où les besoins en la matière vont grandissant.

Chaque entreprise partenaire s'engage à verser 1% de son CA, somme qui sera reversée aux associations de son choix, une somme forfaitaire étant retenue pour assurer la gestion de 1% FTP (par exemple, 200$ pour une entreprise dont les revenus sont de 100 000$).

Une boutique en ligne permet également d'acheter directement auprès de certains membres (ici)

Facebook : plateforme de

vente de charité

(lu ici sur cnet)

Les charity gifts : une nouvelle offre de Facebook, annoncée vendredi 28/8/09 à la Social Good Conference, par Randi Zuckerberg (Marketing Director de Facebook).

Cette offre est pour l'instant proposée sous forme de test, limitée à 4 associations (RED, Kiva, Toms, et le WWF).

Elle va leur permettre d'être associées à des cadeaux dont la valeur unitaire va de 5 à 10 $

A partir de son compte Facebook, il sera ainsi possible d'offrir ces cadeaux à ses amis, la recette allant aux associations associées à chaque objet.

Cette opération est un test pour le moment limité aux 4 associations citées, mais il est prévu de l'étendre, l'objectif étant selon Facebook de donner aux utilisateurs la possibilité de soutenir les causes auxquelles ils tiennent.

Cette offre se situe dans la continuité de ce qui avait été organisé durant 48 heures au printemps 2009 à l'occasion du 200 millionième membre de Facebook (voir ici). Les « charity gifts » pourraient ainsi devenir un des produits leaders du site.

Les finances solidaires restent une valeur stable (baromètre Finansol)

Vu sur le site de Novethic, un compte-rendu du baromètre 2008 de l'épargne solidaire, réalisé par Finansol.

Stabilisation à 1,6 milliard d'euros de l'encours (1,7 en 2007) , mouvement qui s'explique par diverses évolutions :

- -20% pour les OPVCM et l'épargne salariale
- +28% pour les livrets d'épargne solidaire
- +23% pour les actions non cotées

Plus de détails ici sur le site de novethic

Ou encore ici pour télécharger le rapport complet sur le site de Finansol

---

Un guide pratique sur le mécénat d'entreprises

Edité par le ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative, ce guide vise à encourager et aider la concrétisation de partenariats entre les associations et les entreprises.

Les associations y trouveront un accompagnement dans la diversification et sécurisation de leur ressources, tandis que les entreprises, petites et grandes, découvriront les atouts du mécénat en terme d'image, de défiscalisation, de management, et de responsabilité sociale.

Le guide peut être téléchargé sur le site du ministère, en cliquant ici

_

_

_

Pour info, le sommaire du guide :

CARACTÈRES GÉNÉRAUX

- Définitions
- Limite avec le parrainage
- Base légale
- Enjeux intérêts
- Les différentes formes de mécénat

DISPOSITIF FISCAL

- Le principe
- Modalités pratiques
- Les conditions d'éligibilité des associations
- Les conditions appliquées aux entreprises

MISE EN OEUVRE

- Une convention
- Du coté de l’association
- Chez le mécène

EXEMPLES DE MÉCÉNAT PARRAINAGE

BOITE À OUTILS :ANNEXES

- Modèle de convention de mécénat
- Présentation de L’association
- Présentation du projet
- Plan de financement
- Modèle de demande d’autorisation de délivrer des reçus fiscaux
- Modèle de reçu fiscal de dons
- Relevé de solde d’impôt sur les sociétés 2572
- Formulaire fiscal mécénat 2069-M-SD
- Schéma d’analyse fiscale

Partenariats entreprises / associations

On retrouvera avec intérêt sur ce thème le rapport de synthèse (novembre 2007) de la table ronde organisée en juin 2007 par l’association le RAMEAU :

Le bilan des partenariats

- 334 partenariats recensés, impliquant principalement les grands acteurs
- les actions sont diverses, et ne consistent pas seulement en le versement d’un chèque (financement de programmes, don en nature ou en prestation, apport de

compétences, sensibilisation en entreprise)

- l'implication des salariés est un facteur essentiel, souvent à l'origine d'un partenariat
- Pour les associations, le poids financier est faible (2,5% du budget) mais en augmentation.
- Pour les entreprises, une moyenne de 0,2% du chiffre d'affaires (à comparer à 2% aux Etats-Unis). Mais cet effort reste concentré sur quelques entreprises.
- La relation entreprise/association ne va pas de soi :
  – Certaines associations sont dans une posture d'opposition
  – Les modes de gouvernance et de fonctionnement sont différents
  – peu de passerelles existent entre les « deux mondes »
- La relation reste à construire :
  – du point de vue de l'entreprise, si la notion de Responsabilité Sociale devient progressivement acquise dans son principe, les modalités de sa mise en oeuvre en sont à leur balbutiement
  – Les associations doivent trouver quelle peut être leur valeur ajoutée dans un projet de partenariat

Les enjeux pour les associations

- Le poids du secteur associatif augmente (budget, impact social)
- De ce fait, la pression sur les associations augmente et nécessite de leur part encore plus de transparence, de professionnalisme, ainsi qu'une visibilité à long terme
- La crise par ailleurs fragilise les ressources habituelles (dons privés, subventions), ce qui justifie la recherche de nouvelles formes de financement des actions

Les enjeux pour les entreprises

- La pression des consommateurs, des actionnaires et des marchés financiers, des futurs recrutés, sensibles à

l'engagement des marques
- Les collaborateurs impliqués dans les associations seraient plus productifs que leurs collègues *[sur les facteurs de productivité : à rapprocher d'une récente étude australienne montrant que l'utilisation de Facebook sur son lieu de travail augmente la productivité de 9% !!]*
- Les projets menés permettent de tisser des liens avec le tissu local, de retirer des pratiques innovantes

On retrouvera à ce sujet sur le site de l'ORSE le rapport de 2005, toujours d'actualité, sur l'analyse des partenariats stratégiques ONG – Entreprises

Les facteurs de succès

Chaque partenariat est unique, et sera un succès si certaines conditions sont remplies :

- Il doit correspondre à un enjeu réciproque
- Le projet doit être clairement identifié
- La transparence et la compréhension mutuelle doivent être privilégiées
- Les processus de gestion mis en oeuvre doivent être maitrisés
- Les engagements doivent être formalisés
- Les actions doivent être suivies et évaluées

- Le contexte actuel amène à cet égard à une situation contradictoire : Autant la nécessité d'une plus grande responsabilité sociale des entreprises apparaît chaque jour plus nécessaire, autant la crise limite les marges de manoeuvre et les moyens qui peuvent être dégagés pour mettre en oeuvre cette responsabilité dans la réalité.

On retrouvera les résultats de l'enquête ADMICAL-CSA de février 2009, sur le mécénat face à la crise, dont un enseignement important est que si le mécénat dans la durée

n’est pas remis en cause, on constate une évolution des pratiques :

- Développement du mécénat de compétences
- Sont privilégiés des secteurs tels que la solidarité ou la recherche au détriment de la culture et du sport

[question de vocabulaire : peut-on assimiler le mécénat au partenariat évoqué plus haut ?]

- Après avoir interrogé les citoyens et les entreprises dans le cadre de l’observatoire des partenariat, Le troisième volet de l’étude ARPEA est en cours, et les associations peuvent répondre jusqu’au 24 avril à un questionnaire en ligne sur le site de la CPCA

- Une des questions à suivre sera l’impact des fonds de dotation :

  - Seront-ils considérés comme un pur outil de défiscalisation ?
  - Faciliteront-ils la mise en oeuvre de partenariats tels qu’ils ont été évoqués ?

Epargne solidaire (Generali via veosearch)

un mailing reçu récemment :

Offre déjà ancienne (décembre 2008), qui se situe dans le même

esprit que l'offre de Don et Santé, évoquée dernièrement ici, mais il s'agit cette fois ci de la compagnie d'assurance elle-même qui propose ce type de contrat, avec possibilité pour l'assuré de verser un don complémentaire à celui de l'assureur, en choisissant une association (parmi 3).

Le site lancé à cette occasion se présente sous la forme d'un blog, et dans un « esprit 2.0 » de dialogue avec le client et ses communautés.

La comparaison du site « solidaire » avec le site institutionnel est tout à fait édifiante de ce point de vue, les chartes graphiques et les fonctionnalités étant assez différentes.

- **Le site institutionnel :**

- **Le site solidaire :**

Don et Santé : Une mensualité offerte à une association

Lien sur le site de « Don et Santé » : Nouveau partenariat à vocation locale, initiée par un courtier en assurances (LOGAM Finance, à Orléans).

- Le souscripteur à une mutuelle choisit une association parmi celles référencées. Cette association recevra de la part

du courtier l'équivalent du montant d'une mensualité.

- Les associations actuellement sont dans l'ensemble plutôt locales, comme l'indique cette liste, relevée sur le site à la date du 7 mars 2009 (susceptible d'évolution) :

Merci : vendre pour la bonne cause

Présenté comme le *premier concept store caritatif*, encore peu de détails sur cette nouvelle boutique parisienne, lancée par les fondateurs de Bonpoint. (le site de la boutique ici)

Quelques informations sur le site de Prestigium, site magasine dédié à la mode

La fondation « Merci » recueillera les bénéfices dégagées par la vente des produits, et les reversera au profit d'associations opérant à Madagascar.

Une initiative à suivre.

On trouvera sur le -vaste- sujet des formes juridiques possibles, sur le site Maecenas un comparatif intéressant sur les trois formes : association, fonds de dotation, fondation.

---

de nouveaux prestataires pour de nouveaux donateurs

AGENCE-LIMITE

- Vu « en passant », cet agence déjà connue, qui apporte une réflexion intéressante sur les nouveaux outils disponibles, et les nouveaux comportements des donateurs sur internet.

  - Son blog
  - Une réflexion sur les donateurs en ligne

OLOZIM

- Et, toujours dans la série « multiplions les sources sans augmenter les frais de collecte », un nouveau projet de portail solidaire, OLOZIM, concept pas encore opérationnel, mais présenté en ligne par son animateur.

(Au lieu de gagner des smiles ou des maximiles échangeables en don, l'internaute en fait profiter directement « son » association)

11/02/2009 :
A noter que ce projet s'apparente à l'offre de l'agence B2D1 , décrite ici sur le site de Marie-Claire