

Les rendez-vous de l'économie sociale & solidaire

Quatre milliards sept cents millions d'euros (1). À l'heure où les grandes campagnes annuelles d'appel au don des associations et fondations de solidarité battent leur plein, l'estimation récente du montant global des sous versés en 2017 par les particuliers place toujours très haut la générosité financière des Français. Depuis 2001, ce montant a plus que doublé et est encore reparti à la hausse en 2017 (+4,2 %). Si ces sommes ont jusqu'à présent continué de grimper, c'est grâce aux plus de 5 millions de foyers fiscaux qui ont déclaré un don et, plus globalement, aux 44 % de nos concitoyens qui assurent verser leur obole au moins une fois par an (étude Kantar Public - France Générosités). Cependant, quels que soient les indicateurs, déclaratifs ou chiffrés par le fisc, le nombre de donateurs diminue. Pour la première fois en quinze ans, depuis début 2018, le montant total des dons est en baisse de 5 %, déclarée par la Fondation Abbé-Pierre; de 8 %, par le Secours populaire français, et même de 24 %, par les Apprentis d'Auteuil.

Des vents contraires soufflent sur la générosité. Les conséquences de la crise financière de 2008 avaient déjà fait stagner la courbe du nombre de donateurs depuis 2012. L'année 2016 marque un sévère décrochage. La faute à la campagne des présidentielles? Pas vraiment, puisque 2017 a poursuivi cette décrue, compensée jusqu'à aujourd'hui par la hausse du montant moyen des dons. Et 2018 s'annonce donc pire. Un faisceau de causes récentes explique cette moindre générosité: hausse de la CSG sur les pensions de retraite (les plus de 60 ans représentent la moitié des donateurs et 58,4 % du total des dons), transformation de l'impôt sur la fortune en impôt sur la fortune immobilière taxant moins de monde (150 millions d'euros de perte estimée pour 2018), baisse du pouvoir d'achat soulignée par les gilets jaunes, enfin, impact psychologique du passage au prélèvement de l'impôt à la source au 1^{er} janvier (2).

Tapis rouge pour les très riches et les entreprises

Ces vents contraires sont tous issus de décisions gouvernementales prises sans envisager leurs impacts sur des associations, dont les budgets dépendent désormais en majorité des fonds privés (à 52 %, contre 48 % pour les fonds publics). Depuis un an, les réseaux associatifs luttent pour réapparaître sur les radars de l'État. C'est chose faite depuis jeudi dernier. Mais pas vraiment dans le sens envisagé. Le « plan d'action pour une politique de vie associative ambitieuse » du secrétaire d'État à l'Éducation et à la Jeunesse, Gabriel Attal, et le « pacte de croissance de l'économie sociale et solidaire », du haut-commissaire Christophe Itier, misent sur le développement du mécénat et de la philanthropie pour pallier les budgets publics sociaux constamment sabrés. Tapis rouge donc pour les très riches et les entreprises. Une question de justice sociale,



2
MILLIARDS
C'EST, EN EUROS,
LE MONTANT ESTIMÉ
DES DONS SOUS FORME
DE MÉCÉNAT DÉCLARÉS
AU FISC PAR
82 000 ENTREPRISES
EN 2017.

Depuis un an, les réseaux associatifs luttent pour réapparaître sur les radars de l'État. Jean-Claude Moschetti/Réa

ASSOCIATIONS

Du don solidaire à la générosité généralisée

Les actuelles campagnes de collectes s'annoncent difficiles. La majorité mise sur de nouveaux dispositifs pour pallier les coupes claires dans les budgets sociaux.

à entendre Gabriel Attal: « Le gouvernement leur a redonné des marges de manœuvre importantes depuis un an et demi. Il est logique qu'ils redonnent, notamment aux associations et aux fondations. Il faut développer une culture de la philanthropie à la française. » Ce ruisellement devrait passer, pour les fortunés, par l'adaptation d'un dispositif américain, le givng pledge, leur permettant de léguer une grande partie de leur patrimoine de leur vivant, grâce à un aménagement de la fiscalité sur les droits de succession. Les règles du mécénat d'entreprise devraient être assouplies pour faire entrer les TPE dans la danse. Et pas question de restreindre les grands groupes, même si vingt-quatre d'entre eux ont capté 400 des 900 millions d'euros de la ristourne fiscale mécénat en 2016, s'est offusquée la Cour des comptes.

Le patrimoine des particuliers n'est pas oublié par la majorité. Pas celui des plus anciens, qui donnent déjà beaucoup et dont la CSG sur

leurs pensions ne diminuera pas. Mais celui des plus jeunes. Les moins de 30 ans, certes peu fortunés, ont acquis le geste de donner: leur « effort de don » (leur don moyen par rapport à leur revenu moyen) est supérieur à celui des retraités. Les 30-39 ans actifs, moins généreux que leurs cadets, mais qui ont déjà adopté les plateformes de financement participatif, sont le cœur de cible de la « générosité embarquée »: micro-don lors d'un achat, arrondi solidaire à la caisse d'un magasin, ou don après la virgule pour céder quelques centimes sur son salaire.

Exit les 84 % d'associations sans salariés

Le marché de la générosité se structure. Des agences de fundraising épaulent désormais les associations, en compétition entre elles et contre des nouveaux venus: hôpitaux, collectivités locales... Mais la philanthropie a ses limites, comme l'explique Diane

Vioujard, de Coordination SUD, organisation qui fédère des ONG de solidarité internationale: « Organiser des collectes demande des moyens humains, techniques. Les financements issus de la générosité du public sont donc captés essentiellement par les très grandes ONG, celles qui disposent déjà d'un budget au-delà de 15 millions d'euros. » Exit donc les 84 % d'associations sans salariés, dont les budgets n'atteignent jamais ce montant. Et parmi les 16 % d'ONG restant, seules 13 % disposent d'un budget supérieur à 500 000 euros. La philanthropie ne donnera donc qu'aux riches du mouvement associatif. ●

STÉPHANE GUÉRARD AVEC ANASTASIA NICOLAS

(1) « La générosité des Français 2018 », Recherches et Solidarités.

(2) Les contribuables recevront pourtant dès le 15 janvier 2019 un acompte de 60 % au titre de la réduction d'impôt relative au don.

Les rendez-vous de l'économie sociale & solidaire

GESTION

Un label transparent, rempart contre les malversations

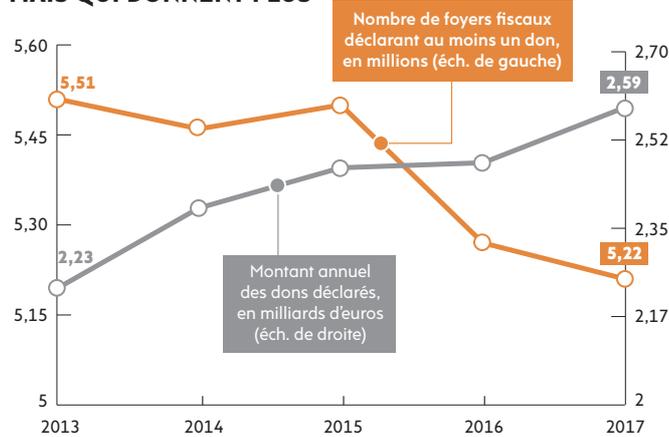
90 grandes organisations d'intérêt général ont été agréées par Don en confiance, organisme chargé de sécuriser les donateurs grâce à l'action de ses 110 contrôleurs bénévoles.

C'est un scandale que les moins de 40 ans ne peuvent pas connaître. Et pourtant, ses répercussions se font encore sentir. À la fin des années 1980, éclatait l'affaire Crozermarie, du nom du président de l'Association pour la recherche sur le cancer, aux dépenses somptuaires en communication et en frais de fonctionnement. De quoi faire fuir les donateurs. « De grandes associations de solidarité comme le Secours catholique, le Secours populaire français ou les Petits Frères des pauvres, ainsi que des fondations se sont émues de la soudaine chute des dons. Elles se sont dit qu'il fallait créer une discipline dans ce secteur, avec des garanties effectives à même d'assurer la bonne utilisation des fonds. Don en confiance est née de là. Depuis, l'association a pris son indépendance », raconte Jean-Pierre Durieu, président de l'organisme labellisateur.

« Il ne s'agit pas de cocher des cases »

Trente ans plus tard, 90 organisations d'intérêt général, réalisant au moins 500 000 euros de collecte par an, sont passées sous les fourches Caudines des 110 contrôleurs bénévoles du label et ont obtenu l'estampille, reconductible tous les trois ans. Le parcours est exigeant. Les contrôleurs, souvent d'anciens cadres de gestion, de la finance, de l'industrie ou de la fonction publique, formés durant six demi-journées à l'application de la charte déontologique, passent les process

DES DONATEURS MOINS NOMBREUX MAIS QUI DONNENT PLUS



SOURCE : LA GÉNÉROSITÉ DES FRANÇAIS EN 2018, RECHERCHES ET SOLIDARITÉS

INFOGRAPHIE

et actions de l'organisation étudiée au tamis des quatre principes et de la quinzaine de critères portés par ce référentiel. Gouvernance bien structurée, désintéressée, respectueuse des statuts et du projet de l'association, ainsi que de son fonctionnement démocratique; rigueur dans la tenue

des comptes et des contrôles internes, dans les procédures d'appel aux dons, dans le fléchage de l'argent récolté; transparence de l'information transmise au public et sur l'utilisation des fonds... Des rencontres avec la direction et le conseil d'administration complètent l'enquête. « Il ne s'agit pas de

cocher des cases, précise Nathalie Blum, directrice de Don en confiance. Nos bénévoles ont l'expérience de prendre en compte la complexité de la vie associative. Notre travail consiste à dire aux donateurs s'il n'y a pas de gaspillage d'argent dans la gestion de la structure et si l'information qui leur est transmise est transparente et sincère. »

Au bout du processus, le rapport rendu par le contrôleur est visé par la commission d'agrément indépendante, dont la labellisation est ensuite validée par le conseil d'administration de Don en confiance. La structure reconnue n'en a pas fini pour autant, puisqu'un rapport triennal assure le respect des bonnes pratiques dans le temps. Et l'association est fortement incitée à produire un « essentiel », document annuel synthétisant la provenance et l'utilisation des dons recueillis. De quoi conforter tous les candidats à la générosité? « Les principaux donateurs et mécènes nous connaissent. Mais nous sommes encore insuffisamment connus du grand public. Les associations labellisées nous disent que 10 % des personnes tentées de leur verser de l'argent leur réclament notre label », admet Jean-Pierre Durieu. Pour l'heure, et selon le dernier baromètre Don en confiance dévoilé en octobre, 55 % des Français font confiance aux associations et fondations faisant appel aux dons. Selon ce sondage Kantar Sofres, les principaux leviers de confiance sont le contrôle et la transparence des actions menées. Exactement la vocation du label. ● S. G.

« La clé du succès, c'est d'établir une relation de proximité »

Pour le responsable du SPF, qui a obtenu environ 30 millions d'euros en 2017 de la participation de ses donateurs, la confiance s'obtient par des initiatives locales et l'engagement des bénévoles. Entretien.

Comment les campagnes de financement du Secours populaire sont-elles mises sur pied?

THIERRY ROBERT L'action du Secours populaire se base sur le bénévolat, nous n'avons donc pas recours aux services de fundraisers. Tout est décidé et se fait en interne. À l'échelle nationale, de grands principes, de grandes orientations sont définis pour chaque collecte. Mais les différentes stratégies sont ensuite mises en place localement par nos fédérations départementales et comités locaux. Nous nous sommes dotés d'un institut de formation pour aider nos bénévoles à être le plus efficace possible, et nous organisons des réunions où les dirigeants et acteurs locaux peuvent échanger sur leurs bonnes pratiques. Notre très forte décentralisation est le gage d'une très grande solidarité populaire. La clé du succès, c'est d'établir une relation de proximité.

Quels types d'opérations menez-vous?

THIERRY ROBERT En premier lieu, nous allons passer un appel aux dons à l'ensemble des donateurs enregistrés dans notre fichier, des personnes fidèles à qui on fait régulièrement appel. Être présent sur le terrain pour en trouver de nouveaux est aussi important, c'est pourquoi nous menons des initiatives populaires, en organisant des lotos, en récoltant des dons dans les stades ou lors d'événements. Les collectes de proximité sont capitales pour récupérer des dons financiers, mais aussi matériels. Et nous lançons également des opérations de type marketing le plus ciblé et le moins cher possible. L'ensemble de nos donateurs reçoivent un courrier les invitant à donner, avec parfois des petits cadeaux pour stimuler leur générosité. Contrairement à d'autres, nous leur adressons des objets légers, comme des autocollants, des cartes postales, un calendrier... Des gestes toujours bien accueillis: nous récoltons



Thierry Robert
Directeur
général
du Secours
populaire
français

beaucoup plus d'argent quand nous avons recours à cette technique.

Et en direction des jeunes publics?

THIERRY ROBERT On réoriente nos campagnes sur le Web via des appels aux dons par mail et les réseaux sociaux. Progressivement, nous basculons vers l'e-marketing, car de plus en plus de donateurs préfèrent être joints de cette façon. Nous leur proposons un prélèvement automatique mensuel pour économiser sur les futures opérations d'appel aux dons. Nous travaillons d'autres volets, comme le don par SMS. Par rapport aux Anglo-Saxons, c'est moins dans notre culture. Les jeunes donnent plutôt de leur temps. Ils préfèrent être dans l'action. Dans nos instances, on laisse donc une grande place à la jeunesse, car c'est en

l'impliquant qu'on saura mieux comment la mobiliser. ●

ENTRETIEN RÉALISÉ PAR
ANASTASIA NICOLAS

Les rendez-vous de l'économie sociale & solidaire



Legs, campagnes d'appel sur le Web... les outils de la philanthropie se sont complexifiés. Photo PQR/Le Républicain lorrain

TRAVAIL

Fundraiser, le nouveau métier de collecteur

Aux côtés de salariés d'associations et de fondations, des agences et des consultants sont apparus pour mettre en place des campagnes sophistiquées.

Trente ans que le métier existe. Mais ce n'est que maintenant qu'il sort de l'ombre. Les premières campagnes d'appel aux dons datent du milieu des années 1980. Organisées par les Restaurants du cœur, Médecins sans frontières ou l'Association française contre les myopathies avec son Téléthon, elles importent de nouvelles méthodes de charité, ou plutôt de philanthropie, venues des pays anglo-saxons. Depuis, des salariés de ces associations se sont spécialisés dans ces techniques de recours à la générosité. Des consultants ont pris leur envol et des sociétés spécialisées interviennent en appui, ou en sous-traitance, à des actions mises en place par les associations de solidarité et les fondations, rejointes plus récemment par des établissements universitaires, de recherche, d'éducation supérieure, culturels, de santé, publics ou privés, ainsi que des collectivités locales.

Aptitude en gestion de base de données et des réseaux sociaux

Impossible pour autant de connaître le nombre de ces professionnels. Ces fundraisers se dénomment responsables du mécénat dans les départements responsabilité sociale et environnementale des entreprises ou dans les fondations, responsables marketing, marketing digital ou communication dans des agences spécialisées, administrateurs, créateurs de spectacle et même dirigeants d'association, bénévoles ou salariés, pour peu qu'ils cherchent des fonds pour développer un programme, une action. « Toutes ces personnes ont pour mission commune d'augmenter les ressources des structures d'intérêt général pour lesquelles elles travaillent, soit en vue de mener une action spécifique pour laquelle les fonds seront fléchés, soit en soutien à l'organisation pour son fonctionnement. Le fundraiser propose une stratégie de collecte en fonction du projet de la structure, de son secteur, de son contexte »,

explique Laurence Losciuto, responsable formation à l'Association française des fundraisers (AFF). Mécénat, legs, dons par prélèvement automatique, collecte de rue, campagne d'appel à la générosité sur le Web, par mail, ou via une plateforme de financement participative, partenariat, organisation d'événements ou de campagnes citoyennes, leurs outils se sont étoffés et complexifiés au fil des années. Des compétences en gestion de base de données et des réseaux sociaux, mais aussi en droit fiscal et de succession, ou en marketing et communication, sont hautement recommandées.

LE TITRE DE DIRECTEUR DE COLLECTE DE FONDS ET DU MÉCÉNAT EST INSCRIT AU REGISTRE DES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES DEPUIS 2015.

La transparence des actions menées et de l'utilisation des fonds

Pas question pour autant de faire n'importe quoi. Certains se sont perdus dans le charity business des années 1990. Un code déontologique a donc vu le jour, porté par l'AFF. Pas question de rémunérations au pourcentage des sous récoltés, ni de conflits d'intérêts entre employeurs, clients et donateurs. En revanche, il promeut les valeurs de générosité, d'altruisme, de bénévolat et de désintéressement de la vie associative, oblige à la transparence des actions menées, des informations transmises et de l'utilisation des fonds, sans faire miroiter monts et merveilles aux organisations pour lesquelles les collecteurs œuvrent. Car voilà la limite du métier. En ce temps de baisse des subventions publiques, la philanthropie fait miroiter la lune. Or « la collecte de dons demande du temps : de l'habilitation à recevoir des dons offrant droit à déduction fiscale à la définition d'une stratégie, sa mise en place jusqu'au versement des premiers sous, il peut s'écouler plus d'un an, prévient Laurence Losciuto. Quant au volume de collecte, il n'est pas extensible et de nouveaux acteurs se lancent. Ce n'est pas une formule magique pour diversifier les revenus des associations. »

STÉPHANE GUÉRARD

MÉCÉNAT

L'essor du bénévolat de compétence

La mise à disposition de savoir-faire à des ONG est une forme de don prônée par Pro Bono Lab.

Au 30^e étage de la tour EDF noyée dans le brouillard, Corinne, Ahkach et Jeanne s'affairent aux côtés de Louise autour de croquis couchés sur des feuilles parsemées de papiers autoadhésifs. La maquette d'une page d'accueil de site web apparaît, avec ses blocs texte et photos schématisés. Bientôt, les propositions émises par ces webdesigner, webmaster et spécialiste marketing et réseaux sociaux nourriront la nouvelle mouture du site de la compagnie Fil de soie. Cette association francilienne de cirque fait appel pour la deuxième fois au mécénat de compétence mis en musique par Pro Bono Lab. Lors de deux jours de novembre dernier, de grands groupes présents dans le quartier d'affaires de La Défense ont proposé à 500 de leurs salariés volontaires de mettre leurs savoir-faire à la disposition d'une vingtaine d'associations afin de développer des projets pour lesquels les compétences leur font défaut.

« Vous avez su vous adapter à nos besoins »

Pour la compagnie Fil de soie, il s'agit de faire évoluer son site web vitrine. Des améliorations impossibles au vu de l'état des forces de l'association, pas épargnée par la fin des contrats aidés et la baisse des subventions. Mais des évolutions nécessaires pour trouver de nouveaux acheteurs de spectacles, diversifier les recettes et tenir l'ambition originelle : faire du cirque un art populaire et de lien social. « Vous avez su vous adapter à nos besoins. Ça va nous aider pour défendre notre projet associatif », se réjouit Margaux Sanglier, médiatrice culturelle de la compagnie. Les bénévoles du jour sourient aussi. « C'est salutaire pour des gens comme nous, qui travaillons dans des grandes entreprises, de sortir d'autres qu'ils font du bénévolat », souligne Jeanne.

Ces conclusions confortent les « entrepreneurs » de Pro Bono Lab. « D'un côté, les compétences sont dans les entreprises, chez les retraités, les étudiants, les réfugiés... De l'autre, les associations n'ont pas les moyens de les avoir, mais en ont besoin pour se développer. Notre fonction est de faire infuser le mécénat et le bénévolat de compétence dans la société, d'autant plus qu'il est reconnu par la loi de 2003. On veut faire prendre conscience aux 69 % de Français qui déclarent déjà mettre leurs qualifications au service d'autres qu'ils font du bénévolat », pointe Sylvain Reymond, directeur général de l'association, qui considère que toute compétence est un bien public. ■ S. G.

Les rendez-vous de l'économie sociale & solidaire

DÉBAT

La philanthropie, un don qui choque ?

Venu des pays anglo-saxons, ce courant de la charité est mis au goût du jour par des magnats, Bill Gates en tête, qui versent une partie de leur fortune à différentes causes humanitaires, environnementales... En France, l'État compte le développer en contrepois à la baisse des budgets publics.

POUR

Notre monde est ultralibéral. Il se doit d'être ultrasocial

La philanthropie est un mot désuet qui peut laisser penser qu'elle est réservée aux classes aisées. Chez Epic, nous parlons de solidarité et de partage. Notre mouvement milite pour que le don devienne un geste quotidien pour lutter contre les inégalités sociales. Nous avons une grande chance car le timing est le bon. Nous arrivons à un moment où les entreprises, qui sont le poumon financier de ce pays, comprennent qu'elles ne peuvent pas seulement se concentrer sur la production de valeur en faveur de leurs actionnaires. Si elles veulent recruter les talents et les retenir, elles doivent aussi exercer un impact positif sur leur écosystème.

Quant aux consommateurs, ils veulent choisir ce qu'ils achètent selon d'autres critères que le prix. Et les nouvelles générations ne mesurent plus la réussite à l'épaisseur de leur portefeuille, mais voient bien que nous ne sommes pas à la hauteur des urgences sociales. La réussite exceptionnelle de C'est qui le patron ?! le démontre.

Notre malchance est que les besoins sociaux n'ont jamais été aussi nombreux. Nous intervenons donc pour trouver les moyens afin de soutenir les actions menées partout dans le monde en faveur des jeunes défavorisés de moins de 25 ans, via des outils innovants qui facilitent les dons. La solidarité ne peut se faire dans la douleur ni dans la complexité. Nous proposons ainsi deux outils pour donner confiance aux donateurs. D'abord, une première plateforme de notation des ONG sur laquelle sont référencées une trentaine d'asso-

Alexandre Mars
Fondateur
d'Epic

ciations et d'entreprises sociales exceptionnelles sélectionnées pour leur fort impact et que nous avons décidé de financer. Notre deuxième plateforme propose et met en place des solutions simples de don, par exemple l'arrondi sur salaire. Les salariés votent collectivement pour des causes qu'ils veulent soutenir et leurs dons sont abondés par leur entreprise. Nous travaillons également avec une grande banque pour la mise en place d'un système d'arrondi au quatrième chiffre après la virgule sur le marché des changes de devises.

Notre monde est ultralibéral. Il se doit d'être ultrasocial. On a besoin des États, mais ils ne peuvent pas tout faire seuls car leurs moyens sont limités. D'un autre côté, les gens veulent agir. Nous leur fournissons les outils pour soutenir des organisations que nous aidons à se développer, notamment en répliquant leur modèle, en partenariat avec les pouvoirs publics.

Nous sommes un mouvement dont le but est de comprendre les aspirations des gens et de leur fournir les moyens de les réaliser.

Près d'une quinzaine de millions de dollars ont déjà été récoltés par Epic et entièrement reversés aux organisations non-gouvernementales (ONG), les 2,5 millions de dollars de frais annuels de fonctionnement étant à ma charge. Au total, 482 600 enfants et jeunes adultes ont vu leurs vies impactées par les ONG que nous accompagnons pour au moins trois ans. Notre objectif est d'aller plus loin. C'est ça ma vision d'entrepreneur. ●

CONTRE

Une idéologie managériale qui se propage à toute la société

Gabriel Attal, secrétaire d'État chargé de la jeunesse, a proposé, le 29 novembre, de répondre aux problèmes de financement des associations par le développement d'une « philanthropie à la française ». Cette proposition est plutôt singulière. Les budgets des fondations d'entreprise du CAC 40 représentent en moyenne 3 % des dividendes versés aux actionnaires. Les fondations françaises distribuent environ 1,5 milliard d'euros, et le mécénat d'entreprise à peu près autant. Cela représente 3 % du budget consolidé des associations. En regard, les subventions publiques aux associations (État plus collectivités) ont diminué de 16 milliards en l'espace de douze ans, et la disparition des contrats aidés représente une diminution supplémentaire de près de 3 milliards d'euros en l'espace de trois ans. Il y a donc beaucoup de chemin à faire, d'autant qu'une partie importante des dépenses des fondations est consacrée à la restauration de l'image des entreprises, comme la RSE, ou à des opérations de marketing. Quand Bernard Arnault met en place la fondation Louis Vuitton au bois de Boulogne, avec 600 millions d'euros de deniers publics (75 % de défiscalisation) pour un budget total de 800 millions, il travaille essentiellement à son image, et non au financement des associations ni même à l'intérêt général.

« *Voler en grand et restituer en petit, c'est la philanthropie* », disait Paul Lafargue. Cette observation n'a rien perdu de son actualité. Faire croire que la philanthropie peut remplacer l'action pu-

Jean-Claude Boual
et **Didier Minot**
Membres
du Collectif des
associations
citoyennes

blique relève de la supercherie. Gabriel Attal connaît-il bien le philanthro-capitalisme à l'américaine qu'il nous propose ? Ce sont les plus grands prédateurs sur les marchés financiers ou sur le Net qui ont développé les mégafondations proposées en exemple. La philanthropie et les affaires y sont intimement mêlées pour promouvoir à la fois l'entreprise et une idéologie managériale qui se propage à toute la société, et développer des politiques publiques-privées à l'échelle mondiale en éliminant les États. La proposition qui nous est faite est tout à fait significative du rêve de capitalisme total (comme totalitaire) caressé par l'équipe gouvernementale.

À côté de ce grand dessein, les minuscules solutions concrètes proposées par Gabriel Attal pour répondre au dramatique problème de l'étranglement de la grande masse des associations sont d'une débiliteé surprenante : 1 000 postes Fonjep (Fonds de coopération de la jeunesse et de l'éducation populaire) par an, 25 millions d'euros pour le Fonds pour le développement de la vie associative, alors que les contrats aidés ont supprimé 250 000 emplois en deux ans... Au-delà de ce triste affichage, la politique d'étranglement de la grande masse des associations se poursuit pour 2019. Les financements significatifs sont réservés aux 10 000 entreprises associatives appelées à devenir des entreprises rentables. Avec l'aggravation brutale de la crise écologique, l'explosion sociale et le recul dramatique de la citoyenneté, cette politique aveugle et contre la société ne peut qu'amener à des catastrophes. ●

Les rendez-vous de l'économie sociale & solidaire

Notre prochain dossier: « Égalité femmes-hommes: derrière les mots, quels actes ? »

- ➔ L'ESS, un secteur en mal de parité : alors que les femmes représentent 67% des salariés, elles n'occupent même pas un tiers des postes de gouvernance.
- ➔ Aides à domicile: un métier précaire très majoritairement féminin.
- ➔ Associations et mutuelles au cœur du combat contre les violences faites aux femmes.

MARDI 8 JANVIER 2019