

ASSOCIATIONS DE COMMERÇANTS  
*LE GUIDE*



*MOBILISER,  
CRÉER, FORMALISER  
COMMUNIQUER  
ANIMER  
GÉRER*



**CCI VAUCLUSE**



Le Pôle Commerce Tourisme accompagne et met en avant les nombreuses associations de commerçants du Vaucluse dans leurs différents projets et missions. Elle met en place des actions visant à faciliter votre organisation.

Ce guide ludique vise à vous donner les bonnes pratiques, les outils et des exemples concrets pour dynamiser votre association. Il vous offre la possibilité de connaître toutes les étapes et astuces pour créer votre association, la gérer mais aussi pour l'animer et communiquer.

Vous y trouverez :

- Des informations pour tout savoir sur la création et la mise en œuvre d'une gestion associative efficace.
- Les étapes pour fédérer les commerçants, créer votre association, la développer ou encore la relancer.
- Comment mettre en place des actions pour la dynamiser, lancer un programme d'animations.
- Des outils pour communiquer au quotidien et de manière durable.
- Des conseils pour mener à bien vos actions
- Une boîte à outils contenant des modèles de documents de base.
- Ce guide vous accompagnera tout au long de la vie de votre association.



Bernard Vergier  
Président de la CCI de Vaucluse

# SOMMAIRE



## MOBILISER, CRÉER, FORMALISER

La création du projet  
Pourquoi créer ou adhérer à une association de commerçants ?  
Comment créer une association ?



## COMMUNIQUER

Pourquoi communiquer ?  
Comment communiquer ?



## ANIMER

Pourquoi animer ?  
Comment créer une association ?  
Modifier, dissoudre une association



## GÉRER

Modalités de fonctionnement  
Les ressources d'une association  
Assurances, fiscalité et comptabilité  
Les partenaires d'une association



# *MOBILISER, CRÉER, FORMALISER*

Cette rubrique vous permettra d'éviter les erreurs lors du processus de création de votre association. Vous y trouverez les bases de la dynamique et de la formalisation d'une association ainsi que des modèles de documents "clés en main".

# POURQUOI CRÉER OU ADHÉRER À UNE ASSOCIATION DE COMMERÇANTS ?

## POUR MOBILISER, CONVAINCRE, RASSEMBLER ET FÉDÉRER

Une association est une convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun d'une façon permanente leurs connaissances ou leurs activités dans un but autre que de partager les bénéfices (article 1 de la loi du 1er juillet 1901).

### L'intérêt d'une association de commerçants ?

- Être force de proposition pour obtenir une reconnaissance des élus territoriaux et des différents partenaires de la vie économique,
- Représenter, voire défendre les entreprises auprès des collectivités et autres pouvoirs publics, etc...
- Valoriser l'espace économique en responsabilité partagée avec la municipalité (signalétique, places de stationnement, formation, actions de communication, opérations collectives etc.)
- Faciliter la diffusion d'information auprès des membres (internes et externes)
- Rompre l'isolement en facilitant les échanges d'expériences,
- Améliorer la performance de son outil de travail, mutualiser des connaissances et des compétences (outils méthodologiques, mise en commun de réseaux)
- Réaliser des économies d'échelle en effectuant des investissements à coûts partagés (achats de fournitures, mise en commun du personnel, négociation de contrats)

### Les 10 questions à se poser au moment de la création

- Sur quel territoire ?
- Comment fédérer ?
- Quels moyens et méthodes employer ?
- Quel est l'objectif de l'association ?
- Quelle est la typologie des entreprises (commerces, artisans, professions libérales) ?
- Quelles compétences sont nécessaires ?
- Quels moyens financiers (subventions, parrainage...) ?
- Quels activités et services à offrir ?
- Quels sont les résultats attendus ?

## La méthode

- Identifier un leader et constituer un «noyau dur»
- Veiller à faire entrer des entreprises motivées
- Instaurer convivialité, solidarité et entraide
- Délimiter le périmètre pertinent de l'association
- Programmer une relation rapide avec la collectivité
- Décrire les règles de fonctionnement de l'association
- Présenter avec clarté les objectifs
- Déterminer un plan d'action
- Le cas échéant, constituer des commissions par thème
- Prendre les décisions en concertation
- Favoriser la communication entre tous les adhérents
- Communiquer sur les actions réussies
- Présenter annuellement les comptes de l'association
- Mettre en commun des réseaux



## La convivialité, critère de réussite

L'expérience montre que les groupements les plus dynamiques et qui durent dans le temps, sont ceux qui ont su créer un esprit amical entre dirigeants d'une part, et entre tous les adhérents d'autre part : apéritifs, repas, soirées familiales, journées ludiques, etc... Ces moments de détente permettent de mieux se connaître les uns et les autres, de communiquer et d'échanger. La convivialité est en vérité l'un des critères de réussite.

## Recrutement d'un animateur

Pour qu'une association fonctionne au mieux, il conviendra, dès que les ressources financières le permettront, d'envisager le recrutement d'un (e) animateur (trice).

# COMMENT CRÉER UNE ASSOCIATION ?

C'est le dépôt des statuts en Préfecture qui formalise la création de l'association. Elle devient ainsi une personne morale et aura une capacité juridique, c'est-à-dire pour ouvrir un compte bancaire ou demander des subventions, agir au nom du groupe.

## RÉDIGER LES STATUTS

L'acte fondateur d'une association est la signature d'un contrat (statuts de l'association) par au moins 2 personnes, qui les engage les unes par rapport aux autres. Une recherche auprès d'autres associations vous permettra de vous faire une première

idée. Par ailleurs, un modèle de statut vous indiquera, à partir des questions que doit se poser un responsable associatif, le choix des mentions les plus adaptées à votre situation. Ce modèle de statut est pour vous un outil facile d'utilisation qui vous guidera dans la rédaction de vos statuts.

## DÉFINIR LE NOM DE L'ASSOCIATION

Le nom de l'association doit être défini tel qu'il figure dans ses statuts, éventuellement suivi de son logo. Le nom est choisi librement mais vérifiez tout de même s'il n'a pas été déposé à l'INPI. Pensez également à définir un sigle facilement prononçable, facile à retenir et ne se rapprochant pas d'un sigle déjà existant (ex : CCI et CIC).

## ORGANISER L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE CONSTITUTIVE

C'est elle qui adopte les statuts et peut procéder à la désignation du 1<sup>er</sup> Conseil d'Administration et du Bureau.

### Composition

Cette assemblée est convoquée par les personnes à l'initiative de la création de l'association : les fondateurs. La convocation est adressée à toutes les personnes susceptibles de participer à la constitution et au fonctionnement de l'association. Cette invitation doit être relayée par la presse locale.

### Rôle

- Adoption des statuts : les fondateurs présentent aux membres, les statuts qu'ils ont élaborés avant de procéder au vote sur leur rédaction finale.
- Désignation des administrateurs conformément aux statuts.
- Désignation des membres du Bureau : après l'AG constitutive, se tiendra le premier conseil d'administration de l'association au cours duquel les membres du bureau seront élus conformément aux statuts. Ils seront chargés d'effectuer les premières démarches, comme la déclaration de l'association et l'ouverture d'un compte bancaire.

## DÉPOSER VOTRE DÉCLARATION

Cette déclaration se fait à la Direction Départementale de la Cohésion Sociale (DDCS) en Préfecture. Le signataire du dépôt de la déclaration doit être l'une des personnes en charge de l'administration de l'association ou le mandataire qu'elle aura désigné. Les membres ayant le pouvoir d'ouvrir un compte bancaire et de remplir les formulaires doivent être nommés dans le compte rendu de l'assemblée générale.

## Formulaires Cerfa

Deux formulaires Cerfa sont à votre disposition, l'un pour déclarer votre association (Cerfa n°13973\*03), l'autre pour transmettre la liste des personnes en charge de l'administration (Cerfa n°13971\*03). Doit y être joint un exemplaire de vos statuts associatifs signés et paraphés par au moins deux personnes chargées de l'administration de l'association. La déclaration de l'association peut aussi être adressée par lettre recommandée.

### Que doit contenir la déclaration ?

- Titre de l'association tel qu'il figure dans ses statuts, éventuellement suivi de son sigle
- Objet de l'association
- Adresse du siège social
- Nom, profession, domicile et nationalité des personnes en charge de l'administration
- Statuts signés par au moins 2 personnes en charge de l'administration
- Compte-rendu (souvent appelé procès-verbal) de l'assemblée constitutive, signé par au moins 1 personne en charge de l'administration
- Liste des associations membres (en cas d'union ou de fédération d'associations) comprenant le titre, l'objet et le siège de chacune d'entre elles. Un récépissé de déclaration est délivré dans un délai de cinq jours.

### DEMANDER UNE INSERTION AU JO

- La demande d'insertion (payante) de la déclaration au Journal Officiel se fait lors de la déclaration de création de l'association, à l'aide du formulaire Cerfa n°13973\*03.
- Au bout de deux à trois semaines, la direction du Journal Officiel envoie à l'association le numéro contenant l'extrait de déclaration.
- À partir de ce moment-là, l'association est «rendue publique» et devient une personne morale légalement constituée et inscrite au répertoire national des associations (RNA).

## MODIFIER, DISSOUDRE UNE ASSOCIATION

### MODIFICATION DES STATUTS

Au cours de son existence, votre association évoluera (nom, objet, adresse), son équipe (bureau, conseil d'administration) se renouvellera. Chaque modification statutaire, chaque changement dans l'équipe de responsables, devra être déclaré à la DDCS.





### Contenu de la déclaration :

- Le formulaire Cerfa n° 13972\*02 de modification d'une association,
- Un exemplaire du compte-rendu de l'AG extraordinaire qui entérine la modification des statuts,
- Un exemplaire des statuts de l'association mis à jour et signés par au moins deux dirigeants,
- Une enveloppe timbrée à l'adresse du (ou de la) président(e) (ou de la personne chargée de la déclaration).

### DISSOLUTION

Cette démarche, vivement conseillée sans être obligatoire, permet aux dirigeants de l'association de clôturer l'activité de la structure de manière définitive plutôt que de risquer la cessation de paiement ou le dépôt de bilan. On ne peut plus mettre une association en sommeil.

### Contenu de la déclaration :

- Le formulaire Cerfa n° 13972\*02 de modification et dissolution d'une association
- Un exemplaire du compte-rendu de l'AG extraordinaire qui entérine la dissolution et, au besoin, la décision de transférer l'actif restant à une (ou plusieurs) association(s),
- Une enveloppe timbrée à l'adresse du (ou de la) président(e) (ou de la personne chargée de la déclaration).



## À RETENIR

**Le non respect de ces déclarations, qui doivent être effectuées dans les trois mois suivant la prise de décisions, est passible d'amendes.**

**L'annonce (non obligatoire) à faire paraître dans le Journal Officiel des associations est gratuite et le fait d'officialiser cette disparition auprès des tiers vous permettra de limiter votre responsabilité en tant que responsable associatif.**

**Il vous faudra néanmoins conserver les archives de votre association en cas de recherche sur des événements antérieurs.**

**Pour en savoir plus, vous pouvez contacter le greffe des associations qui relève de la Direction Départementale de la Cohésion Sociale (DDCS) à la Préfecture d'Avignon, 28 Boulevard Limbert - 04 88 17 84 84**



# COMMUNIQUER

Une association doit donner l'image d'une véritable union. C'est pourquoi il est important qu'elle instaure des signes de reconnaissance qui sont reproduits sur tous les documents édités par l'association. Il s'agit de communication à long terme qui concerne tout ce qui a trait à l'image de l'association. Elle vise à la fois les adhérents et non adhérents. Il s'agit d'un moyen de se faire connaître par tous.

# POURQUOI COMMUNIQUER ?

La communication pour une association est indispensable afin de faire connaître son actualité, ses événements, ses actions, ses activités, ses entreprises... C'est également une nécessité pour renforcer la confiance réciproque entre les membres et faciliter l'adhésion au projet de l'association. La communication est source de développement pour tout groupement. Communication en direction des entreprises membres, mais aussi des entreprises non adhérentes pour les convaincre de participer à la vie du groupement.

## ÉCHANGER ET MOBILISER LES ADHÉRENTS

L'échange avec les adhérents doit se faire le plus régulièrement possible afin de les impliquer et les informer de l'utilisation des cotisations. Elle crée une synergie entre les différents acteurs.

## COMMUNIQUER AUPRÈS DES CLIENTS ET DES HABITANTS

Diffuser une bonne image de l'association permet de générer une notoriété positive. De nombreux moyens de communication existent. Un journal d'association peut même devenir une source de revenus. Lors des assemblées générales et des manifestations, il est important de penser à prévenir et inviter la presse locale afin de communiquer au mieux. Communiquer, c'est aussi une stratégie pour définir l'identité du groupe.

## INFORMER LES PARTENAIRES

La communication avec les partenaires est aussi importante que celle des adhérents et clients, elle permet d'instaurer une relation solide et durable. Par exemple, le journal interne peut leur être destiné, comme la newsletter...

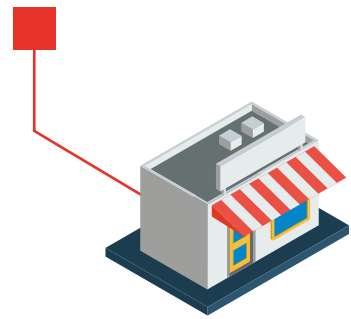
# COMMENT COMMUNIQUER ?

La communication est une démarche vitale pour faire connaître les actions menées par l'association et diffuser une notoriété positive auprès des adhérents, partenaires, clients et habitants. Voici quelques exemples d'outils utilisés pour communiquer.

## COMMUNICATION DURABLE

### Logotype

Signe de reconnaissance et de l'identité de l'association.



## Signalétique

Vitrophanies, panneaux en entrée de ville, affichage.

## Dépliant, plaquette

Outil promotionnel (court, qui ne doit pas dépasser 10 pages) peu coûteux, pour partager les informations pertinentes que l'on veut faire circuler. Il présente plusieurs éléments d'un même ensemble : les activités d'une association, le programme d'une manifestation, la visite d'un lieu...

## Kit d'accueil

Outil important (plus dense qu'un dépliant) pour recruter de nouveaux adhérents et capter des financements de nouveaux partenaires. C'est un document promotionnel détaillé (présentation de l'association, historique, contexte socio-économique, partenariats, animations, communication, perspectives). Il peut être également joint au dossier d'adhésion pour le recrutement de nouveaux adhérents.

## Site web

Aussi bien une vitrine commerciale qu'un site de e-commerce, c'est aujourd'hui un bon moyen de capter la clientèle.

## Répertoire des commerçants

Permet de donner de la visibilité à vos entreprises et d'orienter les clients vers une consommation locale.

## Page Facebook professionnelle

Permet de relayer les actions/promotions mises en place par l'association et donner une raison pour être Fan de la page : bons plans, ventes privées... Mais aussi partager des témoignages, informer sur les produits.

## Blog, Journal de bord de l'association, Dossier d'adhésion

Permet d'avoir les informations utiles sur l'association, son offre de services et d'en faire la promotion.

## Réglementation

La mise en ligne d'un site est soumise à des règles juridiques issues de la loi pour la confiance en l'économie numérique (LCEN), de la loi informatique et libertés, de la

réglementation sur la propriété intellectuelle et sur celle relative à la protection des consommateurs. Certaines informations doivent obligatoirement figurer sur le site : nom de l'association, adresse de son siège social, nom du directeur de la publication. Si le site de l'association collecte ou diffuse des données personnelles des membres de l'association (identité, adresse postale etc.), vous devez obtenir leur autorisation, les informer du droit d'accès, de modification et de suppression de leurs données personnelles et déclarer le site à la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL).

Attention : créer un site internet implique plusieurs questions : Quel objectif ? Pour quel public ? Quel contenu ? Qui s'en charge ?... Il faut également enregistrer le nom de domaine et choisir un mode d'hébergement du site. Attention à bien identifier un responsable qui veille à la régulation des échanges et à l'actualisation des données.

## COMMUNICATION AU QUOTIDIEN

C'est garder le lien tout au long de l'année. Il s'agit de tenir informés les adhérents et non adhérents des activités de l'association et de la vie économique locale.

### Newsletter

Outil simple pour communiquer par courriel de façon régulière sur des informations générales, les évolutions réglementaires, la sécurité des commerces, la promotion des activités, le support d'idées avec vos adhérents et partenaires.

### Journal de l'association

Information mensuelle ou trimestrielle sur l'association destinée aux adhérents ou non.

### Marketing direct

Les mailing/SMS permettent de toucher directement une clientèle ciblée. Cela nécessite un fichier clients et prospects, commun aux commerces.

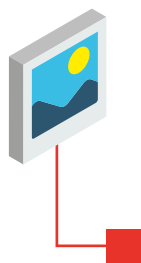
### Moments de convivialité

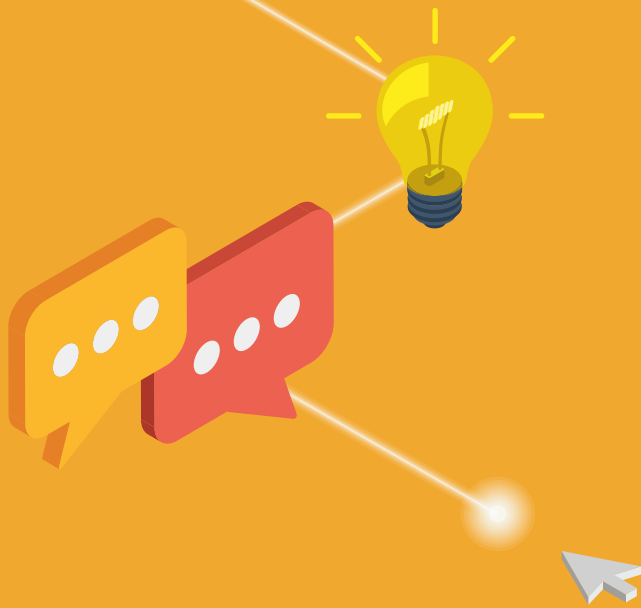
Café, repas réguliers entre adhérents...

## MÉDIAS

### Communiqué de presse et dossier de presse

Ce dernier contient tous les articles de presse concernant votre association et peut être utile pour présenter vos actions auprès des partenaires et des commerçants.





# *ANIMER*

L'objectif principal d'une association est la dynamisation d'un pôle commercial. Elle repose sur la satisfaction de la clientèle et sa fidélisation, mais aussi sur les services précieux que l'association peut rendre aux commerçants. Plusieurs étapes et idées vous sont proposées pour y parvenir.

# POURQUOI ANIMER ?

## FÉDÉRER EN AYANT UN PROJET MOBILISATEUR

La réussite de vos actions dépend du nombre de commerçants participants et également des possibilités de partenariats (Municipalité, Etat, Conseil Départemental, Conseil régional, CCI, banques, sponsors privés, presse...).

## Construire une dynamique de l'espace marchand

La cible de l'association étant les consommateurs et les habitants, l'association doit faire en sorte que :

- Les commerces s'adaptent aux nouvelles données, nouveaux comportements et modes de vie,
- Les villes, les villages et quartiers ne soient plus désertifiés mais actifs et attractifs pour leurs habitants.

# COMMENT ANIMER ?

## LES ÉTAPES À RETENIR

- **Connaître l'environnement : diagnostic sur le commerce et la zone de chalandise qui permettra de déterminer les axes d'actions et de promotion.** Identifier l'offre de services des associations existantes, l'attente des commerçants, des clients, permet d'être plus efficace dans vos actions.
- **Déterminer les objectifs et les stratégies adéquates, facteurs clés pour une meilleure mobilisation, exemples : créer du trafic, promouvoir le commerce, l'artisanat ou les services, cibler une nouvelle clientèle, faire connaître son offre.**
- **Définir un projet adapté : choix du thème, durée de l'animation, moyens humains nécessaires...** Connaître les actions des autres associations et rencontrer les dirigeants. Ils peuvent donner des idées et des conseils précieux sur la vie associative. S'associer à des actions existantes mises en place par exemple par le comité des fêtes ou la ville. Améliorer et enrichir des actions existantes...
- **Communiquer vers les adhérents** (incitation au regroupement, poser une problématique commune).
- **Se rapprocher des partenaires** (présentation d'un projet chiffré et crédible).

- **Mobiliser les commerçants** (présentation du projet et du partenariat).
- **Affiner le projet** avec le noyau actif de l'association et les partenaires
- **Élaborer le plan d'actions** (définition d'un programme d'actions annuel. Le lancement de la première opération doit intervenir très rapidement).
- **Évaluer la réalisation des actions** mises en œuvre dans le but d'en améliorer leur efficacité et de communiquer auprès de vos adhérents.



## À RETENIR

La CCI de Vaucluse dispose de données sur les zones de chalandise et les pôles commerciaux.

Retrouvez «les chiffres clés du commerce», «le baromètre de l'économie» sur [economie.vaucluse.cci.fr](http://economie.vaucluse.cci.fr).

La CCI de Vaucluse peut également vous accompagner dans l'analyse du tissu commercial (définition zone de chalandise, enquête ménages...).

## ÉVÉNEMENTS ET ANIMATIONS

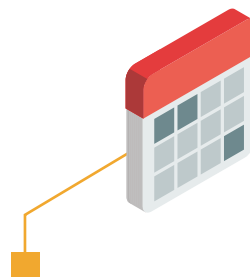
L'association n'est pas dans l'obligation de créer des événements. Cependant, c'est un bon moyen pour mobiliser les commerçants, dynamiser et développer l'activité commerciale. Il faut se rappeler que l'un des objectifs est bien d'augmenter le chiffre d'affaires des commerçants.

### Manifestations traditionnelles

C'est un bon moyen de montrer que le commerce apporte de la dynamique à la ville lors des fêtes de fin d'année, Saint Valentin, Pâques, rentrée des classes...

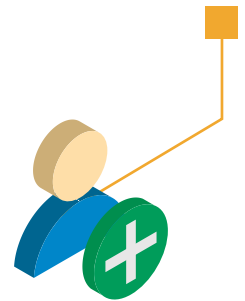
### Manifestations dites «Tirelire»

Elles permettent à l'association de générer des ressources supplémentaires, par exemple, lors des braderies, vides greniers...





## Manifestations ciblées



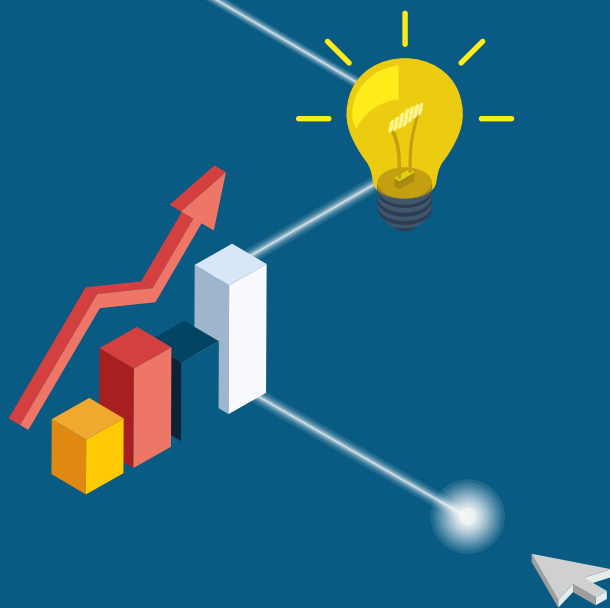
Elles permettent de :

- Couvrir des rues, quartiers ou places éloignés des manifestations habituelles. Par exemple : décoration de vitrines ou de rues couplée à un jeux concours.
- Mobiliser des adhérents non concernés habituellement, tels que les artisans, les cafés, les hôtels et les restaurants (CHR). Exemples : parrainage par un commerçant d'un artisan avec prêt d'une moitié de vitrine pendant une période creuse, appui marketing dans le guide des commerçants et artisans, déjeuner de travail dans les CHR...
- Toucher de nouveaux types de consommateurs tels que les adolescents, les séniors, les nouveaux arrivants...

## Des idées pour dynamiser

- **Chéquier promotionnel** : permet de faire connaître et promouvoir l'ensemble des services et commerces de proximité en bénéficiant d'offres intéressantes.
- **Publicketets (opération couponing)** : consiste à diffuser des bons de réductions, via la GMS, à valoir chez les commerçants participants. Cela favorise la création de passerelle entre la GMS et le commerce de proximité.
- **Carte de fidélité dématérialisée** : vise à fidéliser la clientèle en la récompensant et ce à moindre coût. Depuis l'arrivée d'applications utilisables sur tous les smartphones, ce système gère l'ensemble des cartes de fidélité des commerçants et propose des réductions instantanément auprès de tous les clients.
- **Loto, braderie, jeux concours** sont de bons moyens, dans le cadre des six manifestations annuelles exonérées, d'augmenter les ressources propres de votre association et d'animer une rencontre festive avec un faible budget.
- **Embellissement de l'espace commercial** : la valorisation de l'espace marchand est une étape capitale dans la dynamisation d'une zone commerciale afin de créer du trafic en la rendant plus agréable.

Retrouvez les démarches à accomplir pour une braderie sur <http://vosdroits.service-public.fr/associations/F1813.xhtml> et pour les lotos, loteries sur <http://vosdroits.servicepublic.fr/associations/F21565.xhtml>



# GÉRER

Gérer une association c'est aussi assurer son fonctionnement juridique, gérer les adhésions et leur renouvellement, organiser l'assemblée générale annuelle, réunir son conseil d'administration régulièrement et s'assurer que le bureau et le président de l'association ont bien reçu les mandats nécessaires à leur activité. Le fonctionnement de chacune de ces instances nécessite une préparation soignée :

Envoi des convocations et de l'ordre du jour en temps et en heure et en respectant les règles prévues dans vos statuts ou votre règlement intérieur

Préparer vos réunions (qui doit participer ? qui prend part aux votes ? comment sont prises les décisions – quorum, pouvoirs, majorité ?)

Faire un relevé des décisions actées et diffuser les comptes-rendus aux personnes concernées.

# MODALITÉS DE FONCTIONNEMENT

## L'ASSEMBLÉE GENERALE

### Composition

Tous les membres de l'association, selon les modalités définies dans les statuts.

**L'AG doit être organisée une fois par an. C'est un moment important, elle permet de :**

- Mobiliser en réunissant un maximum de commerçants adhérents
- Communiquer sur le bilan et le projet
- Faire adhérer les participants à un PROJET
- Informer : penser à une mini session par un intervenant
- Communiquer vers les médias, les partenaires
- Fixer le montant de la cotisation

**En fonction des besoins, il existe 3 types d'AG :**

- AG Constitutive qui adopte les statuts et peut procéder à la désignation du 1er CA et du bureau
- AG Ordinaire élit le CA ou bureau (en fonction des règles définies dans statuts) et délibère sur les questions à l'ordre du jour (les états financiers, gestion courante, approbation des comptes annuels).
- AG Extraordinaire qui adopte les modifications de statuts ou la décision de dissolution de l'association.

### Organisation

- **Le compte-rendu** doit être rédigé après chaque assemblée et envoyé à l'ensemble des membres de l'association et participants. C'est le premier outil de communication de l'association.
- **La convocation à l'AG** doit être attractive. Elle est envoyée en général 15 jours avant (se référer aux statuts). Il est important de noter la présence du Maire ou des élus présents et de prévoir un intervenant (sur un sujet d'actualité, pour une information ou une mini session de formation). Prévoir un buffet ou un apéritif et l'annoncer dans la convocation.

- **L'organisation matérielle est tout aussi importante.** Penser à l'adéquation du lieu, la configuration de la salle, la sonorisation pour les orateurs... Utiliser des outils modernes de communication (diaporamas, son, etc.). Pour cela, pensez à prendre des photos, des vidéos de vos événements. Prévoir un déroulé pour une organisation précise et rythmée !

## UN CONSEIL D'ADMINISTRATION

Représentatif de chaque quartier ou rue / représentatif de l'ensemble des activités (équipement de la personne, équipement de la maison, culture et loisirs, services (restauration, coiffure, etc.), artisans, professions libérales.

Il élit le bureau selon les règles et la périodicité fixées par les statuts. Ses compétences peuvent se limiter aux pouvoirs de gestion et d'administration courante ou s'étendre à toutes les décisions pour lesquelles la compétence n'a pas été expressément attribuée à l'assemblée générale.

## UN BUREAU

C'est le noyau dur de l'association. Il gère les affaires courantes ou exécute les délibérations du conseil d'administration et se réunit en général une fois par mois.

**Le Président** est le pilier de l'association. La performance de l'association, des actions et des animations dépend de ses qualités. Son rôle : convoquer et animer les différentes réunions, fixer l'ordre du jour et dates des différentes réunions, coordonner les opérations mises en place, être l'intermédiaire avec les différentes institutions et partenaires et représenter l'association en fonction des modalités fixées dans les statuts.

**Le Vice-Président** seconde et remplace le Président dans ses fonctions si besoin.

**Le Trésorier** recueille les cotisations, tient les comptes et gère les entrées et sorties d'argent.

**Le Secrétaire** élabore et diffuse les comptes-rendus, assure le secrétariat courant, l'organisation matérielle des réunions.



## DES COMMISSIONS

L'association a tout intérêt à se structurer en commissions afin de :

- Faire participer tout le CA
- Déléguer et répartir les tâches
- Optimiser le fonctionnement
- Spécialiser des membres sur des sujets

### Plan d'actions annuel

Le programme de la 1ère année doit être très réaliste. Il doit retenir des projets sur le court terme dont la réussite impactera fortement sur le devenir du groupement. La mobilisation et l'adhésion passent par des résultats tangibles et rapides.

### Des commissions par thème

Après avoir identifié les sujets qui préoccupent l'ensemble des entreprises, il est recommandé de constituer des groupes de travail ou commissions par thème développé, avec un responsable et en déterminant un calendrier.

## L'ASSURANCE DE L'ASSOCIATION

Sil elle n'est pas obligatoire, il est néanmoins important d'en prendre une au nom de l'association car les dirigeants et ses membres sont exposés à des risques variés qui peuvent engager leur responsabilité.

## LES RESSOURCES D'UNE ASSOCIATION

### LES COTISATIONS

C'est souvent la première ressource de l'association. Leur montant n'est pas limité et peut être différent selon les catégories de membres (sauf si les statuts l'y obligent). Le non-paiement de la cotisation peut entraîner l'exclusion.

### LES SUBVENTIONS AUX ASSOCIATIONS

La subvention n'est pas un droit. L'association doit toujours démontrer à la collectivité publique le bien fondé de son projet et l'intérêt local, c'est-à-dire qu'il doit principalement bénéficier au territoire de la collectivité sollicitée pour la subvention.

L'association devra également justifier de l'utilisation des fonds et fournir un compte-rendu financier et un bilan de l'activité, faute de quoi la collectivité peut demander la restitution de la subvention.

## **LES PRODUITS DES MANIFESTATIONS**

Lotos, braderies, tombolas...

## **LES RECETTES PUBLICITAIRES**

Grâce à vos supports de communication tels que le répertoire des commerçants, site web...

## **LE SPONSORING OU PARRAINAGE**

Il s'agit d'une prestation de service qui implique facturation. Il consiste au versement d'une somme d'argent ou à la fourniture d'un bien ou d'un service à l'association en échange d'une prestation de communication ou de publicité.

Attention : en fiscalité et en comptabilité, le sponsoring est considéré comme la vente d'un espace publicitaire et en tant que tel, soumis à l'impôt.

## **LES DONS**

Un don est un avantage (financier, matériel...) reçu sans contrepartie.

## **APPELS À PROJETS**

Les concours et appels à projets présentent de réelles opportunités de financement des associations.

## **LE FINANCEMENT PARTICIPATIF**

Des plateformes proposent aux commerçants et associations de s'appuyer sur la population pour lever des fonds et financer les projets.

# SOURCES

## LES INSTITUTIONS

[www.service.public.fr](http://www.service.public.fr)  
[www.association.gouv.fr](http://www.association.gouv.fr)  
[www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)  
[www.ladocumentationfrancaise.fr](http://www.ladocumentationfrancaise.fr)  
[www.urssaf.fr](http://www.urssaf.fr)  
[www.vaucluse.cci.fr](http://www.vaucluse.cci.fr)

## OUVRAGES

Associations : Mode d'emploi 2009. Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux  
Guide pratique de l'union commerciale : L'essentiel. Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon  
Guide de l'UC. Chambre de Commerce et d'Industrie du Puy de Dôme  
Guide pratique de l'association. Centrederessources44  
Guide des associations. La documentation française

## AUTRES PORTAILS

[www.associationmodeemploi.fr](http://www.associationmodeemploi.fr)  
[www.assistant-juridique.fr](http://www.assistant-juridique.fr)  
Cabinet conseil et formation en Business Développement  
[www.loi1901.com](http://www.loi1901.com)

# RESSOURCES

STATUTS EXEMPLE • MODÈLE RÈGLEMENT INTÉRIEUR  
CONVOCAZIONE ASSEMBLÉE GÉNÉRALE • LES VOTES EN AG  
MODÈLE COMPTE RENDU AG • MODÈLE BULLETIN ADHÉSION  
MODÈLE INVITATION CONSTITUTION • LISTE VIP À INVITER  
MODÈLE POUVOIR • MODÈLE FICHE ACTION  
BILAN ANIMATION COMMERCIALE

*Tous les documents  
en ligne sur*

*[vaucluse.cci.fr/commerce](http://vaucluse.cci.fr/commerce)*

# 6 CONSEILLERS DÉDIÉS À VOTRE TERRITOIRE

CAROLE COUPRIE

Avignon

04 90 14 87 36 • 06 20 61 26 17

ccouprie@vaucluse.cci.fr

---

PASCAL KAPPER

Grand Avignon

04 90 14 10 19 • 06 26 59 35 82

pkapper@vaucluse.cci.fr

---

CORINE BROUSSE - CARLETTO

Pays Cavare et des Sorgues

04 90 14 10 44 • 06 20 61 24 44

cbrousse@vaucluse.cci.fr

---

JEAN-LUC BOUCHET

Comtat Venaissin

04 90 67 70 33 • 06 19 12 82 56

jlbouchet@vaucluse.cci.fr

---

PATRICIA HERRERA

Haut Vaucluse & Enclave des Papes

04 90 14 10 26 • 06 60 75 79 40

pherrera@vaucluse.cci.fr

---

THIBAUT CORNU

Pays d'Apt – Sud Luberon

04 90 14 87 23 • 06 11 79 41 88

tcornu@vaucluse.cci.fr



**CCI VAUCLUSE**