

PRÉSENTATION DES COMPTES 2014

En 1967, la RTBF crée l'asbl « Opérations de Solidarité 48.81.00 » dont la mission est d'organiser et de gérer une récolte de dons en faveur des personnes handicapées et des jeunes en difficulté. En 2003, les campagnes deviennent annuelles et se regroupent sous l'appellation de « CAP48 ».

Depuis 2013, CAP48 s'est associée à la grande opération Viva for Life, organisée par VivaCité en faveur des enfants âgés de 0 à 6 ans et de leurs familles vivant sous le seuil de pauvreté. CAP48 se charge d'organiser la récolte de fonds ainsi que de l'octroi et le suivi des financements aux associations actives sur ce terrain.

L'exercice 2014 se termine avec des rentrées totales de 6.976.257€ qui correspondent à la somme récoltée à l'occasion des campagnes CAP48 du mois d'octobre et de Viva for Life du mois de décembre.

Les dépenses totales sont de 7.131.720€. L'association a mobilisé des fonds propres, pour un montant de 155.463 € pour le financement de projets prioritaires identifiés par les jurys.

Au cours de cet exercice, les frais administratifs représentent 13.24 % du total des rentrées.

Le montant total des dons en faveur de la campagne CAP48 est de 4.739.469€, et de 2.236.788 € pour la campagne Viva for Life. Ces recettes se répartissent comme suit :

- Réseau des bénévoles : 1.274.018 €
- Dons et legs : 3.236.154€
- Partenariats et événements divers : 2.446.085 €

Ces fonds ont été affectés à la mission sociale de l'opération à hauteur de 4.603.502 €.

Ils ont ainsi permis de financer **93 associations dans le secteur du handicap et de l'aide à la jeunesse**, et **51 associations dans le cadre de Viva for Life**, afin de renforcer leurs actions sur le terrain de la petite enfance en pauvreté. Des financements ont également été octroyés au projet « **Ecoles Accessibles** » (520.000€) et au projet de recherche médicale concernant la **polyarthrite chez l'enfant et le jeune adulte** (315.000€).

En complément de la récolte de fonds, CAP48 assure une seconde mission statutaire : l'information et la sensibilisation du public, ainsi que la création de campagnes de grande envergure afin de contribuer à une meilleure inclusion des personnes handicapées et des jeunes en difficulté dans la société. En 2014, cette mission « **Sensibilisation** » représente 11.03 % des rentrées.

Les chiffres présentés ci-dessus sont les comptes définitifs validés par l'Assemblée Générale. Ils ont fait l'objet d'une vérification par le réviseur de CAP48.