



ASSEMBLEE GENERALE DU 08/09/2021 **ASBL OPERATIONS DE SOLIDARITE 48.81.00**

COMPTES 2020

La RTBF a créé en 1967 l'asbl Opérations de Solidarité 48.81.00 pour organiser et gérer une récolte de dons en faveur des personnes handicapées et des jeunes en difficulté. Depuis 2003, les campagnes deviennent annuelles sous le nom CAP48. En 2013, CAP48 s'associe à la RTBF dans le cadre de Viva for Life pour l'organisation et la gestion des dons du grand public. La présentation des comptes annuels intègre donc l'ensemble des dons collectés par l'asbl durant l'année 2020.

L'exercice 2020 se termine avec des rentrées totales de 16.093.824,31€, qui correspondent à la somme des campagnes CAP48 du mois d'octobre et de Viva for Life du mois de décembre. Les dépenses totales sont de 15.441.411,34€.

L'association compte un bonus pour un montant de 652.413,66 €, qui est mis en réserve pour des projets prioritaires en 2021.

Au cours de cet exercice, les frais administratifs représentent 7,91% du total des rentrées.

Le montant total des dons en faveur de la campagne CAP48 du mois d'octobre 2020 est de 8.002.938,20€, et de 8.090.886,11€ pour la campagne Viva for Life du mois de décembre 2020.

Ces dons se répartissent comme suit :

- Réseau des bénévoles – vente de l'objet : 560.366,48€
- Dons et Legs : 11.705.464,72€
- Partenariats et Events divers : 3.555.390,91€

Ces fonds ont permis de financer 448 projets, pour un montant total de 12.791.837€, dont 135 associations dans le secteur du handicap et de l'aide à la jeunesse, et 151 associations dans le cadre de Viva for Life, afin de renforcer leurs actions sur le terrain de la petite enfance en pauvreté, et 162 associations dans le cadre d'un programme d'urgence lors de la crise Covid. Ont également été financés le projet Ecoles pour tous (420.000€), la recherche médicale concernant la polyarthrite (300.000€), Cap sur le sport (255.000€) et CAP sur l'Or (43.000€).

En complément de la récolte fonds, CAP48 assure une seconde mission statutaire, qui est l'information et la sensibilisation du public, et la création de campagnes de grande envergure afin de contribuer à une meilleure inclusion des personnes handicapées dans la société.

Cette mission « Sensibilisation » représente 8,56% des rentrées.