

Le numérique au service des associations et de la mobilisation citoyenne

Note de synthèse

Les enjeux sont forts pour les associations : apprivoiser, maîtriser et partager les outils numériques pour muscler leur projet, rendre leurs actions plus efficaces, promouvoir ou défendre leurs causes, accueillir de nouveaux adhérents, développer le bénévolat et la collecte de fonds...

Ils le sont tout autant pour la société dans son ensemble. Parce qu'un bon usage du numérique renforce l'action des associations, elles-mêmes facteurs de cohésion sociale et de mobilisation citoyenne. Aussi parce qu'il donne à chacun le pouvoir d'agir et suscite de nouveaux comportements solidaires.

Avoir conscience de ces enjeux, faire connaître les difficultés que peuvent rencontrer les associations, leur éviter certains pièges déjà identifiés, mettre en avant les besoins d'accompagnement sont autant d'enseignements utiles que les acteurs et les décideurs du monde associatif trouveront dans cette étude¹.

Une large palette d'utilisations et un fort potentiel de développement

L'usage du numérique s'est largement répandu ces dernières années, dans les associations. En témoignent sept bénévoles sur dix, déclarant communiquer par mail avec les autres membres de leur association, et plus de six sur dix affirmant utiliser Internet dans le cadre de leurs missions (recherches, compte-rendus, veille...). De ce point de vue, les seniors ne sont pas en reste, loin de là, lorsqu'ils exercent des responsabilités. Les différences entre les générations ne persistent plus que sur l'usage des réseaux sociaux pour relayer les projets de l'association : une proportion qui décline avec l'âge depuis 79% des 18-25 ans, jusqu'à 20% des plus de 65 ans.

Globalement, les outils servant à la gestion, au fonctionnement et à la communication "*grand public*" sont connus et assez largement utilisés et certains sont même devenus incontournables. Les plus récents comme le financement participatif, les pétitions, les dons et la publicité en ligne, les applications smartphone, Twitter (moins présent que Facebook dans le milieu associatif), sont encore peu utilisés mais ils aiguissent la curiosité de beaucoup de dirigeants et de bénévoles, qui se disent prêts à se lancer demain.

Les associations qui collectent des fonds auprès du public sont encouragées en cela par les donateurs. Le dialogue sur Internet et la façon dont elles se présentent sur leur site pèsent de plus en plus chaque année, dans la confiance qu'ils leur accordent. Plus largement, le succès du financement participatif (650 000 contributeurs ayant permis de financer 32 300 projets avec succès pour plus de 78 millions d'euros en 2013) montre l'intérêt que les Français portent à ces nouvelles formes de dons qui fleurissent sur la toile.

¹ Sur ce sujet comme sur tant d'autres, il est difficile de parler pour l'ensemble du secteur associatif, riche de sa diversité. Aussi, le lecteur trouvera dans l'étude, les résultats détaillés des enquêtes, selon les différents critères propres aux associations (taille et secteur d'activités), aux bénévoles (genre, âge, niveau de diplôme, responsabilités associatives, intensité de l'engagement) et aux donateurs (âge, montant annuel des dons, niveau de vie ressenti).

Les marges de progression sont donc réelles, mais elles ne doivent pas être une fin en soi. L'enjeu pour les associations n'est pas, en effet, de recourir au maximum d'outils, mais de parvenir à faire le meilleur usage de ceux qui correspondent le mieux à leur projet associatif et à leurs objectifs.

Effets avérés sur l'image de l'association, plus nuancés sur la mobilisation citoyenne

Pour les responsables d'association, le numérique permet avant tout de se faire connaître, de communiquer, et de renvoyer une image attractive : plus de visibilité, donc plus de notoriété et de crédibilité, vis-à-vis du grand public et surtout vis-à-vis des partenaires financiers publics et privés.

Viennent ensuite les effets sur les objectifs de mobilisation, qu'il s'agisse des adhérents, des bénévoles dirigeants ou des bénévoles d'animation, ou qu'il s'agisse de l'ensemble des citoyens. Pour ce qui est des bénévoles, un décalage important demeure entre les attentes et les espoirs mis dans de tels outils pour attirer les bénévoles, et les résultats obtenus pour le moment dans les associations.

Constats partagés en termes de gouvernance

Le numérique peut faciliter et accélérer le partage des informations et la prise de décision, par une participation plus active des dirigeants - notamment de ceux qui ont peu de disponibilité. Il peut encourager la participation d'un plus grand nombre de bénévoles, voire d'adhérents, sur des sujets auparavant traités dans les seules instances de décisions. Il a assurément contribué à faire évoluer les associations en matière de transparence et d'organisation.

Mais il implique aussi quelques risques : exclure les membres « *non connectés* » de l'association, et décourager certains autres, devant le temps passé à la lecture des documents et devant leurs messageries, qui peuvent avoir le sentiment de perdre un peu le sens de leur action et s'éloigneraient peu à peu. D'une manière générale, pour les utilisateurs du numérique, l'abondance de l'information, la rapidité - voire l'immédiateté - des échanges peuvent aussi limiter la réflexion, la prise de distance par rapport aux sujets, réduire les débats et la construction d'une réflexion collective.

Des obstacles parfois difficiles à surmonter

Parmi eux, le **manque de temps** arrive en tête. Quels sont les objectifs recherchés ? Quels sont les outils les mieux adaptés ? Quels sont les impacts attendus ? Comment utiliser les outils retenus ? Comment les partager ? Quand et comment les renouveler ?... Autant de sujets qui nécessitent beaucoup de disponibilité et parfois des **moyens financiers et matériels** (cité par 38% des dirigeants).

Le **savoir-faire technique** qui doit s'acquérir en permanence, au rythme des évolutions jugées « *trop rapides* », est souvent cité, de même qu'est mise en avant la nécessité d'un « *temps de rodage et d'initiation* ». Ne sont pas négligées les difficultés pour apaiser les craintes de certains (sur la confidentialité notamment) et les efforts nécessaires pour **faire accepter les changements**, au plan individuel, comme au plan collectif (revoir les modes de fonctionnement de l'association, redéfinir des missions...).

Ces difficultés se présentent à des degrés divers selon les associations, sans épargner celles qui sont « hyper connectées » et celles qui ont construit leur projet associatif autour du numérique.

Des précautions à prendre et des moyens d'agir

Les témoignages provenant des associations, les réponses de leurs responsables, des bénévoles et des donateurs, ainsi que l'expérience de ceux qui proposent de nouveaux outils aux associations ou les accompagnent au quotidien, livrent des orientations utiles :

- Le numérique ne peut être considéré comme une fin en soi. Au contraire, il doit être perçu comme **un des outils au service du projet associatif** et doit être décliné en cohérence avec lui. A chaque projet, sa stratégie digitale.

- La diversité des situations et des besoins, d'une association à l'autre, exclut de reproduire systématiquement des schémas et des pratiques. **Définir au préalable les besoins**, appréhender l'état d'esprit au sein de l'association, et anticiper certaines résistances qui pourraient s'avérer désastreuses, sont également des conditions nécessaires pour garantir la réussite du projet et la cohésion des équipes.

- **Ne pas négliger l'évaluation** : pas seulement à travers les indicateurs de fréquentation, et des statistiques des réseaux sociaux, mais surtout sur l'impact des outils mis en place au regard des objectifs fixés clairement au préalable, et au regard du *projet associatif* lui-même.

- **Partager les connaissances au sein des associations** pour élargir le cercle des initiés et impliquer le plus largement possible les acteurs de l'association, salariés et bénévoles. Cela permet aussi de renforcer l'impact du numérique et de tirer bénéfice des effets induits : consolider l'esprit d'équipe, éveiller la curiosité et susciter l'envie d'acquérir de nouvelles compétences, de se former... Devenir, comme en bien d'autres domaines, un lieu d'apprentissage.

- **Encourager aussi les mutualisations entre associations** pour permettre à certaines d'éviter les erreurs des autres, ainsi que les pièges qui auront été détectés par les « *pionniers* ». Initier ou accompagner la création d'outils communs et de plateformes, comme le font certaines collectivités locales.

- Le savoir-faire technique indispensable et la nécessaire appréhension globale du sujet, en référence au projet associatif et aux objectifs fixés, justifient **des moyens d'accompagnement et des démarches pédagogiques**, y compris de la part de ceux qui mettent en œuvre de nouveaux outils. Certaines associations ont pu faire appel à de bonnes volontés compétentes (un bénévolat ponctuel d'expertise, par exemple) ; d'autres, à la formation professionnelle lorsqu'elles sont employeurs ; d'autres encore ont pu s'appuyer sur leurs têtes de réseau lorsqu'elles sont fédérées ; d'autres aussi au mécénat de compétences ou d'autres enfin à un prestataire, sous réserve d'un budget ... Mais dans leur grande majorité, les responsables associatifs se sentent assez seuls face aux questions et aux difficultés.

Etude en ligne sur www.recherches-solidarites.org

Cette recherche-action a été menée à l'initiative du ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports, dans le cadre de l'appel à projets 2013 du Fonds de Développement de la Vie associative. Pilotée par l'équipe de Recherches & Solidarités et plusieurs membres de son comité d'experts, elle a fait l'objet de plusieurs enquêtes quantitatives et qualitatives préparées et organisées au sein d'un large comité de pilotage dans lequel étaient représentés :

- l'Association Française des Fundraisers, la Fédération nationale Familles rurales, Fédération Asso 1901, la Croix-Rouge française, l'AFM-Téléthon, Pro bono Lab, Anciela, Jeveuxaider.com, l'opération « Voisin-Age » portée par les Petits frères des Pauvres, UNICEF France, Arizuka, Helloasso,

- le Mouvement associatif (CPCA), avec ses représentations en Lorraine (Pôle Lorrain d'Utilité Sociale), en Bretagne et en Rhône-Alpes, ainsi qu'à Paris (Carrefour des associations parisiennes).