



ACTUALITÉS

Association

02/10/2014

Communication : le virus du numérique touche les associations

Le développement du numérique dans les associations et les nouvelles formes de mobilisation citoyenne : tel est l'objet de la démarche « recherche-action » menée par Recherches & Solidarités en réponse à l'appel à projets relatif aux subventions attribuées pour l'année 2013 au moyen du FDVA national au titre des études (v. JA n° 487/2013, p. 8). Entre impacts et pistes de progression, retour sur l'utilisation du numérique par les associations.

Enjeux et leviers du numérique

S'il y avait un message que les associations devraient garder en fond d'écran, il pourrait ressembler à celui-ci : le numérique doit être utilisé comme un outil au service du projet associatif. Partant, la stratégie de développement des outils numériques doit nécessairement passer par une définition des besoins. Pour autant, si des difficultés persistent dans l'utilisation de ces outils – manque de temps (54 %), de savoir-faire (43 %), de moyens financiers et matériels (38 %) –, certaines pistes de progression émergent. Ainsi, il est important de miser sur l'accompagnement, la pédagogie des porteurs d'outils, le partage des connaissances, l'évaluation d'impact, ou encore la coopération entre associations.

Utilisation du numérique

Quelle que soit la taille ou l'activité de l'association, il apparaît que l'outil numérique le plus utilisé est la messagerie électronique (94 %), suivie par le site Internet (69 %) et les SMS au sein de l'équipe (51 %). Les applications Smartphone (4 %) principalement utilisées par les plus grosses associations, les outils de pétition en ligne (3 %) et le don participatif (2 %) se classent quant à eux en queue de peloton. En revanche, il n'est pas exclu qu'une plus large utilisation de ces outils se produise dans le futur. Par ailleurs, le principal intérêt de ces outils reste sans conteste la communication, que ce soit en interne (87 %), avec les adhérents (81 %) ou en externe pour se faire connaître (69 %). Quant à l'âge, il ne constitue pas une limite, bien au contraire : les seniors communiquent autant que les jeunes par messagerie avec les membres et/ou les interlocuteurs de l'association.

Il apparaît également que la communication associative se décline en quatre axes :

- la communication « autocentrée » (13 %), ciblant exclusivement les membres de l'association, qui fait appel à des moyens de communication internes (messagerie, SMS, répertoire électronique et site Internet) ;
- la communication « attractive » (31 %), visant à recruter de nouveaux bénévoles ou adhérents, qui utilise outre les sites Internet, messagerie, SMS, annuaire, la newsletter et Facebook ;
- la communication « grand public » (37 %), diffusant l'information la plus large auprès des citoyens, qui se caractérise par une utilisation plus fréquente que la moyenne des sites Internet, de Facebook, de la newsletter et des outils de partage comme Doodle.
- la communication « militante » (14 %), qui utilise davantage les nouveaux outils tels que Twitter, le don en ligne, le don participatif ou la pétition en ligne.

Impacts du numérique

En définitive, la communication numérique produit des effets positifs en termes d'image, de notoriété, de crédibilité. Les outils numériques participent ainsi au développement de la mobilisation citoyenne et des donateurs au travers notamment du micro-don et du don participatif. Les retombées sont également importantes en termes de mobilisation (adhérents, élus, citoyens) et d'implication des bénévoles. Néanmoins, l'augmentation du nombre ne parvient pas à produire de retombées positives. En outre, en matière de gouvernance, les outils numériques favorisent la transparence, l'information et les échanges internes ainsi que la participation plus active des dirigeants.

Attention toutefois au retour de vague qui pourrait exclure les membres non connectés, submerger les bénévoles lors du traitement des mails ou abonder d'informations les utilisateurs.

Eve Benazeth

Source :
[Recherches & Solidarités, « Développement du numérique dans les associations et nouvelles formes de mobilisations citoyennes », rapp. final du 30 juin 2014](#)