



Des associations qui tissent la Toile



Fotolia

Des associations qui tissent la Toile

Sur le web, par courriels, par textos ou sur réseaux sociaux, les associations s'investissent et s'activent avec plus ou moins d'intensité. Mais dans le secteur social, elles ont globalement « une petite longueur d'avance », à en croire une étude que vient de publier Recherches et solidarités.

« ADMR de l'Aube : OPERATION SAKADO » ! Le [tweet](#) n'en dit pas plus. Qui clique sur ce message apprendra pourtant qu'à Troyes, cette association de services à la personne lance un appel aux dons, pour cet hiver, au profit des sans-abri... L'exemple est caractéristique de l'utilisation militante que font les associations sociales et sanitaires des outils numériques, à en croire une étude de Recherches & solidarités. « Dans ce secteur elles ont une petite longueur d'avance », résume Cécile Bazin, directrice de ce réseau associatif d'experts.

Don en ligne

La recherche-action sur le « développement du numérique dans les associations » indique, par exemple, que les organismes sociaux, sanitaires et humanitaires sont 38 % à diffuser une lettre d'information par courriel – contre 30 % pour les associations sportives, ou 29 % dans le champ des

loisirs, de la jeunesse et de l'éducation populaire. Par ailleurs, ils sont 15 % à faire appel aux dons en ligne - contre 2%, par exemple, parmi les associations culturelles ou sportives. Ils sont même 24 % à s'aventurer dans des conférences téléphoniques en ligne – les associations sportives restant, elles, en bas du podium, à 7 %. Les organismes sanitaires et sociaux ne sont toutefois pas toujours les premiers de la Toile : ils ne sont, par exemple, que 29 % à s'exprimer sur Facebook, loin derrière les 40 % recensés parmi les organisations de la culture.

Profil

Cet esprit plutôt pionnier est d'abord lié au profil des associations sociales et sanitaires, souligne Cécile Bazin. Par-delà leur diversité, « elles ont une taille moyenne plus importante, et emploient plus souvent des salariés », notamment par rapport aux associations du sport ou de la culture. Leurs ressources leur permettent de s'engager de manière plus soutenue dans le monde numérique.

Objet

Une seconde explication est à chercher dans l'objet même de ces associations. « Pour défendre une cause, venir en aide aux plus démunis, ou à des personnes malades, on recourt plus facilement aux outils numériques qui permettent de mobiliser les troupes », poursuit Cécile Bazin. Twitter, pétitions en ligne et financements participatifs sont dès lors particulièrement prisés. Et précisément, indique l'étude, « les associations sanitaires, sociales et humanitaires utilisent aujourd'hui, plus que les autres, des outils visant à prendre position, à faire avancer une cause, à collecter des dons ou à organiser des formations à distance ». A contrario, seuls 68 % des responsables associatifs du secteur destinent les outils numériques à « communiquer avec les adhérents », contre 92 % pour leurs homologues des sports.

Risques

Pour toutes les associations néanmoins, le recours aux outils numériques peut présenter des écueils, comme le rappellent les auteurs : « Risque de fracture numérique au sein de l'association, risque en matière de gouvernance si le numérique prend le pas sur les fondamentaux de l'association, risques quant à la confidentialité des données... » Le « tout numérique », en somme, n'est pas une fin en soi ; l'essentiel doit être de « bien partir du projet associatif pour définir des objectifs et choisir les outils les mieux adaptés ».

Animer quotidiennement une page Facebook n'est pas nécessairement utile à une association gestionnaire d'un Ehpad.

[Par Olivier Bonnin](#)

Documents joints :

[Le rapport de Recherches et solidarités](#)

[La synthèse du rapport](#)

