



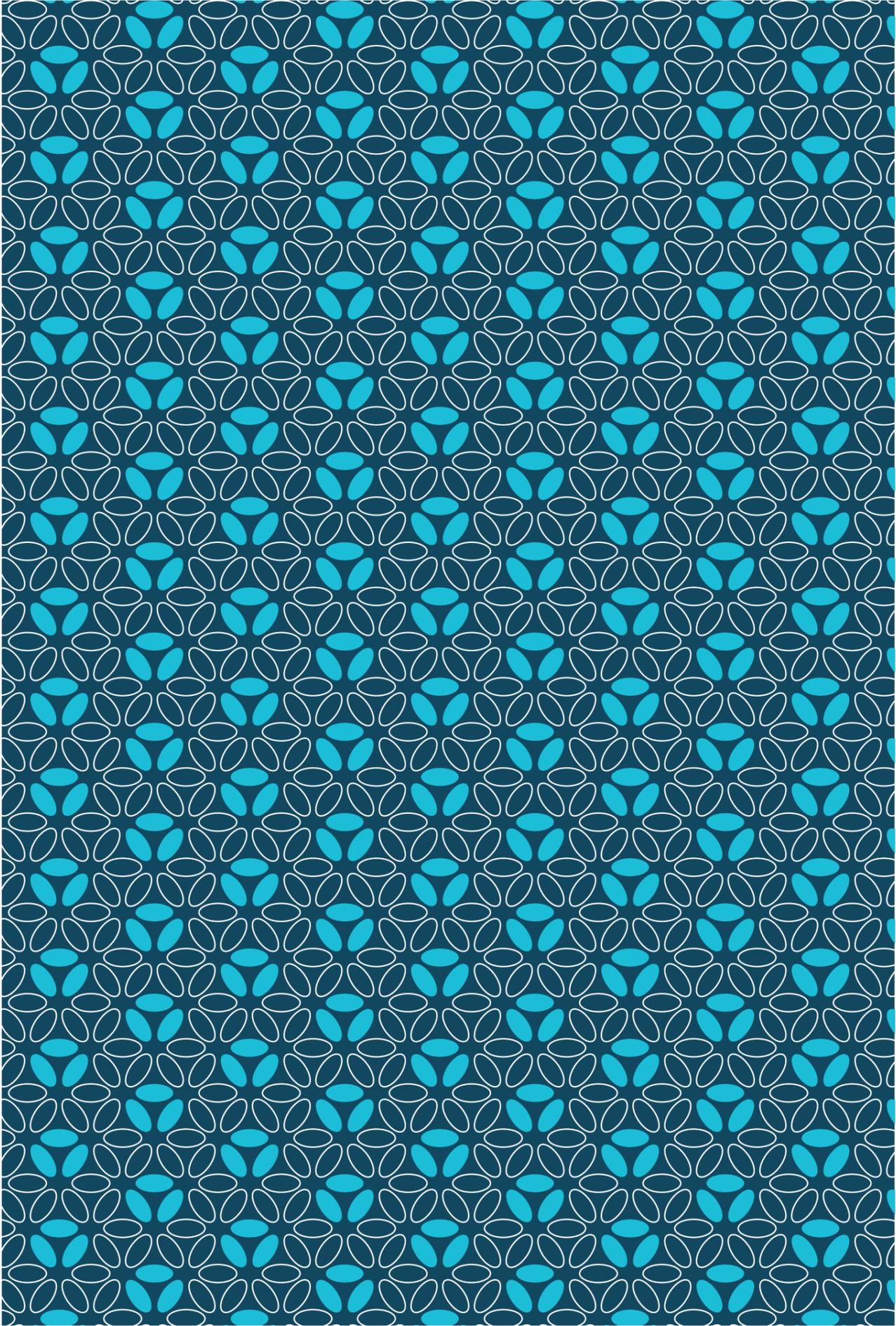
Rapport ObSoCo

Décembre 2021

# L'engagement des Français face aux pratiques numériques des associations

[ O B S O C O ]

  
bouygues  
TELECOM



# Préface

**Le tissu associatif français et en particulier les 1,3 million d'associations** qui contribuent à son dynamisme, vit avec peu de financements et fonctionne essentiellement grâce à l'engagement de ses bénévoles. Ses capacités de digitalisation pour gagner en visibilité et en efficacité sont limitées et concurrencées par l'économie sociale et solidaire (plus moderne, plus digitalisée, et dont les statuts permettent un financement plus performant). La crise sanitaire a en outre challengé les associations sur leurs modes de fonctionnement.

**Convaincu de la richesse actuelle** et à venir de ce que permet la digitalisation du tissu associatif pour l'ensemble de la société – à travers notamment la mise en place d'une plateforme de recrutement pour les bénévoles –, Bouygues Telecom a commandité une étude sur le rapport des Français et des associations aux pratiques numériques.

**Le volet grand public** (approche quantitative) vise à comprendre le rapport des Français aux associations, leurs velléités/niveaux d'engagement, les freins au bénévolat, l'accessibilité des associations et l'attente de solutions de mise en relation avec ces dernières. Le volet associatif (volet quantitatif et qualitatif auprès de responsables d'association) se donne pour objectif de mesurer et comprendre les niveaux de connaissance et d'engagement dans les usages numériques, le niveau de conscience des enjeux liés à la digitalisation du monde associatif, l'évaluation des freins à la transition numérique et l'appétence pour les solutions digitales proposées par Bouygues Telecom.



»» **Le monde associatif a le vent en poupe.** Dans un contexte de défiance généralisée à l'égard de nombreux acteurs publics et privés, l'image des associations apparaît très positive. Pour le grand public, elles jouent un rôle indispensable dans/pour la société – notamment dans le domaine de la lutte contre l'exclusion sociale – et elles impactent de manière décisive les causes qu'elles défendent. 74 % des personnes interrogées estiment que l'action des associations et des fondations a un impact décisif sur les causes qu'elles défendent.

**22 %**

**des Français** sont personnellement impliqués dans la vie associative

**Cette image positive des associations se retrouve au niveau des envies et perspectives**

de contribution financière ou d'engagement personnel. Près de la moitié des Français sont des donateurs réguliers et 22 % des Français sont personnellement impliqués dans la vie associative. De concert, le grand public

et les associatifs témoignent d'une montée en intensité de l'engagement bénévole au cours des dernières années. Cette dynamique d'engagement – qui n'a pas vraiment été freinée par la crise sanitaire – est de bon augure pour l'avenir : 3 Français sur 10 actuellement non engagés aspirent à gonfler les rangs des bénévoles. Et l'envie de s'engager concerne au premier chef les plus jeunes comme l'atteste le rajeunissement du profil des bénévoles constaté par les responsables d'association et comme le confirme également l'enquête menée auprès du grand public qui relève une disposition à s'engager chez 73 % des 18-24 ans.

**Aussi importantes soient-t-elles, ces envies de participer à la vie associative sont néanmoins affaiblies** par de réelles difficultés à passer à l'action (pour le grand public) et à recruter de nouveaux bénévoles (pour les associatifs) – difficulté partiellement renforcée par la crise sanitaire. Les bénévoles potentiels mettent en avant le manque de temps mais déplorent aussi le déficit de connaissance et d'accessibilité des associations. Symétriquement, les responsables d'association regrettent la complexité à recruter des personnes motivées ou des profils spécifiques.

**63 %**

**des responsables associatifs** interrogés ont rencontré des difficultés lors de l'usage ou de la mise en place d'outils numériques

**Cet écart entre l'offre et la demande d'engagement bénévole pose la question**

de l'utilisation des outils digitaux. Si 7 responsables d'association sur 10 indiquent qu'ils communiquent régulièrement sur les réseaux sociaux, seuls 36 % des Français estiment que la présence des associations sur ces réseaux est adaptée. En outre, près de la moitié des associatifs interrogés admettent avoir un usage trop limité des outils numériques pour le recrutement des bénévoles, en partie parce qu'ils ne savent pas

comment toucher le grand public et/ou que leur association n'a pas les compétences suffisantes pour le faire.

**Un consensus existe** sur l'importance pour les associations d'adopter les outils numériques pour leur activité. Malgré des avancées notables – en particulier dans le domaine des réseaux sociaux, des solutions de stockage et des logiciels de comptabilité –, pour une majorité (58 %) d'associations, la transition numérique est encore en cours. Ainsi, 63 % des responsables associatifs interrogés ont rencontré des difficultés lors de l'usage ou de la mise en place d'outils



numériques. Le manque de ressources financières et humaines (ressources bénévoles adaptées) et les inerties organisationnelles et générationnelles contribuent largement à expliquer ces complications.

### **Dans ce contexte, les solutions proposées depuis**

**le mois d'octobre 2021 par Bouygues Telecom** rencontrent un vif intérêt, tant du côté des Français que des responsables d'association. La plateforme numérique de recrutement des bénévoles suscite l'intérêt de 8 Français sur 10 et est jugée utile par 65 % des associations. Cette plateforme rapproche les bénévoles et les associations en permettant au plus grand nombre de s'engager pleinement dans des missions de bénévolat proche de chez eux et adaptées à leur emploi du temps. Celle-ci permettrait de régler la discordance entre l'offre et la demande d'engagement en facilitant l'accès, la visibilité et la valorisation des associations et des ressources bénévoles. Une majorité de responsables d'association sont également intéressés par une offre dédiée (accès à internet, galet 4G, accès à une base de données de bénévoles, service de gestion...) et sont aussi demandeurs de dispositifs de formation et d'accompagnement en particulier pour l'acquisition d'un logiciel CRM.

### **Ces marques d'intérêt confirment les attentes à l'égard d'un accompagnement à la transition numérique**

via des technologies, des interfaces et une offre servicielle adaptée au profil de chaque association ; un accompagnement à la transition numérique qui peut contribuer de manière décisive à revivifier le tissu associatif par une meilleure allocation des ressources financières, organisationnelles et bénévoles.

## Sommaire

**1**

**Une perception très positive du rôle des associations dans la société.**

P. 08

**2**

**Des envies de contribuer et de s'engager.**

P. 10

**3**

**L'inadéquation entre l'offre et la demande d'engagement.**

P. 16

**4**

**Une inadéquation qui pose la question de l'utilisation des outils digitaux.**

P. 19

**5**

**Une transition numérique encore en cours dans la majorité des associations.**

P. 22

**6**

**Des freins importants au processus de digitalisation.**

P. 26

**7**

**Une forte appétence pour les solutions digitales côté grand public et associations.**

P. 31

**8**

**Méthodologie**

P. 37

1

# Une perception très positive du rôle des associations dans la société

2

3

## Les Français interrogés jugent très positivement

le rôle des associations dans la société qu'ils estiment indispensables et fondamentales à 80 %.

4

## Non seulement les associations ont un rôle important

à jouer pour des sujets aussi majeurs que l'exclusion sociale mais leur action est considérée comme efficace puisque 74 % des personnes interrogées estiment que « l'action des associations et des fondations a un impact décisif sur les causes qu'elles défendent ».

5

## Une efficacité qui, en prime, est jugée supérieure à celle de l'Etat

par 69 % des Français interrogés. Cette plus grande efficacité de l'action associative sur l'action publique montre à quel point la dynamique associationniste apparaît comme vertueuse et performante dans sa capacité à (re)créer du lien, de la solidarité et des buts communs autour d'activités partagées dans une société de plus en plus fragmentée et divisée.

6

7

8



## Chiffres clés

80%

**des Français** pensent « qu'il est nécessaire que les associations et fondations existent »

69%

**des Français** reconnaissent que, « sur bien des points, les associations et fondations sont plus efficaces que l'Etat »

74%

**des Français** considèrent que l'action des associations et des fondations a un impact décisif sur les causes qu'elles défendent

# Des envies de contribuer et de s'engager

## Cette image positive des associations

se retrouve dans les envies d'engagement. Près de la moitié (45 %) des Français interrogés – davantage les populations senior/retraités, diplômées et aisées – sont des donateurs réguliers.

## Outre le financement des associations par les dons,

plus de deux Français sur dix (22 %) sont par ailleurs personnellement impliqués dans une association. Si on retrouve une surreprésentation des diplômés et des personnes disposant de revenus aisés – ainsi que des habitants de l'agglomération parisienne –, ce sont ici les plus jeunes qui font preuve de la plus grande implication (35 % des 18-24 ans sont engagés dans une association contre 14 % des 45-54 ans).

## Le poids de la jeunesse

dans l'engagement bénévole est confirmé par l'analyse des responsables d'association dont près de 8 sur 10 disent voir une évolution du profil des personnes qui s'engagent, en particulier dans le sens d'un rajeunissement – 75 % pensent ainsi que le profil des personnes qui s'engagent dans le milieu associatif est plus jeune qu'auparavant dont 34 % très jeune.

Les entretiens auprès des responsables d'associations confirment que les nouveaux bénévoles qui rejoignent les associations tendent à se rajeunir depuis plusieurs années et en particulier depuis la crise sanitaire. Un rajeunissement parfois vecteur de nouvelles compétences digitales.



## Cette dynamique d'engagement apparaît en outre plutôt homogène dans la population

et gagne en intensité sur les dernières années : 53 % des individus impliqués dans une association s'estiment ainsi plus engagés qu'auparavant contre 19 % seulement qui témoignent du mouvement inverse.

Les entretiens auprès de responsables associatifs montrent un paysage contrasté, entre transformation de la nature de l'engagement (plus temporaire, incertain, circonstancié, ciblé et flexible) et accroissement des ressources bénévoles, souvent en lien avec un travail d'accueil et d'insertion réalisé par les associations. Il existe une envie de participer en tant qu'acteur du changement à son niveau/échelle à travers une démarche solidaire ancrée dans la durée sur la base d'une recherche de concret et d'associations « à taille humaine » dans laquelle on mesure la satisfaction de constater par soi-même les résultats de son action.





Le paysage est tout aussi contrasté quand on adopte le point de vue qualitatif. La crise sanitaire a pu amplifier des difficultés de recrutement en poussant au désinvestissement, au repli sur soi et à la perte de liens avec les bénévoles, mais aussi être l'occasion d'une véritable « bulle de générosité » avec un afflux de demandes d'aide à l'occasion notamment du premier confinement dans un esprit de solidarité et d'entraide - dynamique qui est retombée depuis. L'incertitude sur la reprise des activités habituelles concrètes en présentiel constitue bien souvent un défi majeur de remobilisation à court/moyen terme pour un grand nombre d'associations.

**Outre les énergies bénévoles existantes** et malgré la crise sanitaire, les perspectives d'engagement sont aussi au beau fixe. Plus de 3 Français sur 10 qui ne sont actuellement pas impliqués dans une association aspireraient à s'engager en tant que bénévoles. On retrouve là encore les 18-24 ans en tête de cette aspiration (74 % font part de leur désir de s'engager contre seulement 30 % des 65-75 ans).



## Chiffres clés

22%

**des Français sont personnellement impliqués** dans une association

Ce chiffre monte à

35%

chez les 18-24 ans

75%

**des responsables d'association** ont le sentiment que le profil des personnes qui s'engagent est plus jeune qu'auparavant

53%

**des individus impliqués** dans une association s'estiment plus engagés qu'auparavant

34%

**des Français aimeraient s'engager** en tant que bénévoles dans une association



## Témoignages

« **Quand les gens viennent vers nous** c'est pour avoir une relation de proximité – ils veulent s'investir et s'impliquer et avoir quelque chose de concret en face en termes de "je peux mesurer mon impact", "je suis dans l'action et je ne fais pas un don noyé dans la masse pour une grosse ONG". On bénéficie de cette image d'association à taille humaine donc il va y avoir une continuité dans l'engagement. »

**CHARLOTTE,**  
41 ans, Directrice Générale, secteur  
humanitaire et éducation populaire,  
35 salariés



« **On aide beaucoup les étudiants** dans leur fin de parcours quand ils ont des mémoires à faire, ils choisissent souvent notre association et certains d'entre eux ont envie de continuer, pas 10 ans bien sûr, mais on a comme ça un turn over d'étudiants qui est très intéressant parce qu'ils nous apportent leur savoir-faire. On a notamment des étudiants en communication qui nous ont beaucoup aidé au niveau de flyers et d'affiches. Ils nous ont ouvert à des plateformes de collecte de fonds qu'on ne connaissait pas du tout. Maintenant j'ai un bénévole qui gère les plateformes de collecte car il a été en contact avec des étudiants qui lui ont expliqué comment faire. »

**ROMANE,**  
63 ans, Présidente,  
secteur santé,  
pas de salarié



« **Le covid a fortement impacté notre effectif** soit par lassitude, soit parce qu'ils ont perdu le lien ou ont été malades. On n'a pas les chiffres exacts mais peut être qu'on est qu'à la moitié de l'effectif ; on est en phase de réinscription. »

**LUC,**  
67 ans, Délégué Général,  
secteur culture et jeunesse,  
5 salariés

« **Avant notre public était un peu plus âgé,** aujourd'hui il y a un peu plus de jeunesse, des actifs, des moins de 30 ans qui viennent donner leur temps pour des actions. Il y a une tendance au rajeunissement depuis 4-5 ans. »

**DANIELLE,**  
72 ans, Présidente,  
secteur humanitaire,  
pas de salarié

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8

# L'inadéquation entre l'offre et la demande d'engagement.

## Malgré leur envie de s'engager,

3 Français sur 10 désireux de contribuer à la vie associative éprouvent des difficultés à s'engager.

**Deux obstacles majeurs** viennent entraver cette dynamique en faveur de l'engagement bénévole : le manque de temps (pour 54 %) et le déficit de connaissance des associations à proximité du domicile (pour 21 %).

## Outre le manque de temps et de connaissance,

la difficulté à s'engager tient aussi au manque d'accessibilité des associations, 52 % des personnes considèrent qu'il est compliqué de s'engager mettent en avant la complexité pour trouver l'association qui leur convient vraiment.

Si l'offre d'engagement ne rencontre pas facilement sa demande, la réciproque est également vraie. En effet, 7 responsables d'association interrogés sur 10 éprouvent des difficultés à recruter de nouveaux bénévoles, particulièrement des personnes motivées (28%) ou des profils spécifiques (27%).



## Chiffres clés

29%

des Français qui aimeraient s'engager dans une association en tant que bénévoles éprouvent des difficultés à le faire

EN CAUSE :

54%

Le manque de temps

21%

Le déficit de connaissance

70%

des responsables d'association éprouvent des difficultés à recruter de nouveaux bénévoles

EN PARTICULIER POUR...

28%

Rentrer en contact avec les personnes motivées

27%

Recruter des profils spécifiques



## Témoignages

**« Je n'ai jamais trouvé de bénévoles compétents. Celle qui nous fait le site internet, qui est graphiste, il y a des changements de RGPD dont elle est au courant ; un bénévole qui soit de ce niveau de compétences, je ne suis pas du tout sûre que je trouverais, et j'ai cherché... »**

**LUCIE,**  
54 ans, fondatrice,  
secteur santé,  
1 salarié

**« C'est très compliqué aujourd'hui de recruter de nouveaux membres, surtout depuis la pandémie. Il y a eu beaucoup de casse parce que des gens sont partis pour d'autres activités, des gens qui avaient un travail qui leur prenait trop de temps, des gens qui ont arrêté de venir avec la pandémie et ne se sont pas réinscrits. Il y a un vrai problème de recrutement, ce qui est étonnant car beaucoup de jeunes sont enclins à être dans le don de soi. »**

**DANIELLE,**  
72 ans, Présidente,  
secteur humanitaire,  
pas de salarié

**« Dans le bénévolat, il nous manque des personnes spécialisées dans les recherches de financement car le nerf de la guerre c'est vraiment l'argent qui nous fait défaut. Donc il nous faudrait une personne bénévole qui nous trouve des possibilités de financement auprès de fondations, d'appel à projets, où on peut établir des dossiers et les déposer en temps et en heure avec tout ce qui faut pour obtenir des aides. »**

**SARAH,**  
44 ans, Coordinatrice de projets,  
secteur social,  
2 salariés



# Une inadéquation qui pose la question de l'utilisation des outils digitaux

Seuls 36 % des Français jugent que la présence des associations sur les réseaux sociaux est adaptée quand 18 % l'estiment insuffisante – un pourcentage qui monte à 35 % chez les 18-24 ans et à 44 % chez les étudiants dont on a vu les velléités d'engagement.

**Pourtant, 70% des associations** communique régulièrement (plusieurs fois par semaine) sur les réseaux sociaux. Moins que la fréquence d'utilisation, ce sont donc les modalités et les finalités de cette communication ainsi que la nature des publics ciblés qui sont ici en cause.

**Autre caractéristique révélatrice** d'une inadéquation entre offre et demande, près de la moitié (47 %) des responsables d'association admettent avoir un usage trop limité des outils numériques pour le recrutement des bénévoles. Elles privilégient leur réseau d'adhérents et de bénévoles pour recruter (35%), ou ne savent pas comment toucher le grand public (25%) ou que leurs membres ne disposent pas des compétences digitales pour le faire (23 %).

Les entretiens avec les responsables d'association confirment que cet usage trop limité vient le plus souvent d'une méconnaissance des outils existants et/ou d'une capacité à recruter via d'autres canaux (bouche à oreille, réseau associatif, presse locale et journaux municipaux...). En revanche, l'investissement dans des outils numériques à des fins de recrutement est souvent couronné de succès et constitue une ressource précieuse, en particulier pour toucher de nouveaux profils ou de nouveaux publics qui ne sont pas dans les « cercles habituels ».



## Chiffres clés

**36%**

**des Français** jugent que la présence des associations sur les réseaux sociaux est adaptée

**70%**

**des responsables d'association** estiment que leur structure communique régulièrement sur les réseaux sociaux

**47%**

**des responsables d'association** admettent avoir un usage trop limité des outils numériques pour le recrutement des bénévoles



## Témoignages

« **On a refondu entièrement nos campagnes de recrutement**, nos principaux outils, le site internet, on a travaillé sur le référencement, on a mis en place des campagnes Facebook AdWords et on convertit les prospects en phoning – ils sont rappelés par un téléacteur qui est en prestation chez nous – et ça nous assure entre 800 et 1000 nouveaux parrains dans l'année... On a été beaucoup plus proactif et ça a été payant. »

**CHARLOTTE**,  
41 ans, Directrice Générale,  
secteur humanitaire  
et éducation populaire,  
35 salariés

« **Pour le recrutement des bénévoles**, on utilise plutôt la presse locale et les petits journaux des mairies qui sont un vecteur intéressant. »

**RAYMOND**,  
73 ans, Président,  
secteur humanitaire,  
2 salariés

« **C'est une vitrine, ça nous permet d'annoncer des événements**. On fait des bannières sur notre Facebook "recherche bénévoles pour notre association", les gens likent mais ne s'engagent pas pour autant. »

**LUCIE**,  
54 ans, fondatrice,  
secteur santé,  
1 salarié



# Une transition numérique encore en cours dans la majorité des associations

**Il existe un véritable consensus** quant à l'importance pour les associations d'adopter les outils numériques dans l'exercice de leur activité. 88 % des responsables d'association interrogés considèrent ainsi que l'adoption des nouvelles technologies numériques est capitale pour assurer l'exercice de leur activité.

Les responsables d'association interviewés ont conscience des multiples enjeux numériques auxquels est confronté le monde associatif : indispensable modernisation, gain de temps et d'efficacité organisationnelle, visibilité, communication, maintien du lien à distance entre adhérents/bénévoles, valorisation du bénévolat dans un parcours d'engagement, etc.

**Si la prise de conscience de l'enjeu digital est bel et bien présente**, la transition numérique est encore en chemin du côté des associations. Ainsi, 58 % des responsables d'association interrogés estiment que le passage à la digitalisation est en cours – quand un tiers pensent que leur association s'est pleinement

emparée des possibilités offertes par les technologies numériques et 9 % se sentent à l'écart de la transition numérique.

**Ce passage à la digitalisation** s'observe dans de nombreux domaines, qu'il s'agisse de la très forte présence des associations sur les réseaux, en particulier Facebook et LinkedIn (mais aussi, dans une moindre mesure, Twitter) – essentiellement à des fins de communication/visibilité ou pour organiser des événements –, mais aussi du Cloud et des solutions de stockage en ligne ainsi que des logiciels de comptabilité.

**Si les logiciels de création/montage vidéos**, les logiciels CRM et les applications mobiles constituent des fonctionnalités digitales moins utilisées par les associations, ces outils sont jugés utiles par plus d'un tiers des associatifs interrogés.



## Chiffres clés

88%

**des responsables d'association** considèrent qu'il est important d'adopter les nouvelles technologies dans l'exercice de leur activité

86%

**des associations** disposent d'une page, d'un compte Facebook

58%

**des responsables d'association** estiment que le passage à la digitalisation est en cours dans leur association

DONT

13%

**des associations** disposent d'une application mobile et 34 % la jugeraient utile

43%

**des associations disposent d'un logiciel** de CRM et 37 % le jugeraient utile



## Témoignages

« **On a besoin de se numériser**, les associations souvent fonctionnent un peu à l'ancienne car on n'a pas les compétences pour le faire. Les associations de demain ne seront pas les mêmes que celles d'aujourd'hui. Une ouverture vers le numérique c'est "oui mais comment?"... On a besoin d'être plus visible, on a 43 ans d'existence et il y a des gens qui n'ont encore jamais entendu parler de nous. »

**ROMANE**,  
63 ans, Présidente,  
secteur santé,  
pas de salarié

« **Il y a un rapport chronophage/ temps gagné**. On ne rechigne pas à développer un outil s'il est prouvé qu'il va nous faire gagner du temps ou vraiment nous apporter des donateurs supplémentaires. Dans ce cas-là, je dirais même qu'on peut investir du temps en se disant que l'on pourrait même payer quelqu'un pour monter cet outil, si c'est rentable après. »

**LUCIE**,  
54 ans, fondatrice,  
secteur santé,  
1 salarié

« **Sans le numérique, la vie associative n'aura plus lieu d'être dans quelques temps**. C'est la possibilité d'affirmer qui on est, d'être présent, avec une mission d'éducation aux médias et au numérique. C'est indissociable des citoyens aujourd'hui, on ne peut pas être à côté... Le numérique permet de garder la trace de l'engagement et de le valoriser dans le temps, notamment pour les jeunes qui s'engagent pour des causes variées mais parfois limitées dans le temps. Que quelqu'un s'engage dans une association pour un an et aille faire autre chose l'année d'après ça me pose aucun souci, tant qu'il y a une trace, mais s'il n'y en a pas, c'est là que ça devient compliqué car on perd les gens, les gens papillonnent et n'arrivent pas à s'engager. »

**ALEXANDRE**,  
39 ans, Secrétaire Général,  
secteur éducation populaire,  
90 salariés

« **Il y a 5 ans, l'association avait 10 ans de retard en matière de digitalisation**. On a fait un grand bond en avant en 5 ans et un autre avec le confinement où les gens éloignés par principe (ou pas) du numérique ont été obligés de s'y mettre. »

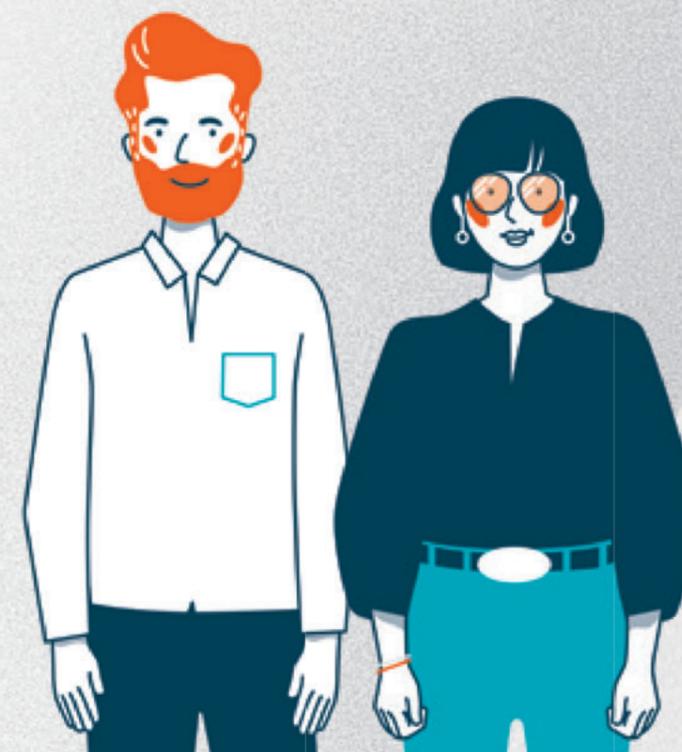
**ALEXANDRE**,  
39 ans, Secrétaire Général,  
secteur éducation populaire,  
90 salariés

« **J'utilise Zoom depuis le confinement**, on a basculé tous nos ateliers en ligne pour les adultes pendant un an et demi. Dès le lendemain du premier confinement, j'étais prête parce que je faisais déjà les réunions d'équipe en ligne, mais je n'avais encore jamais fait d'ateliers en ligne. Ça s'est très bien passé. »

**LUCIE**,  
54 ans, fondatrice,  
secteur santé,  
1 salarié

« **On a pris le parti de digitaliser notre socle de production**. Toute la gestion des parrainages à l'international ou de proximité, se fait exclusivement via notre logiciel CRM qu'on a customisé et qui accueille, recense, réalise toutes les opérations du quotidien de nos équipes de professionnels. »

**CHARLOTTE**,  
41 ans, Directrice Générale,  
secteur humanitaire  
et éducation populaire,  
35 salariés



# Des freins importants au processus de digitalisation

**La transition numérique en cours dans une majorité d'associations** se heurte à de nombreux obstacles. **Ainsi, 63 % des responsables associatifs interrogés admettent avoir rencontré des difficultés lors de l'usage ou de la mise en place d'outils numériques** (création ou refonte du site internet, développement d'une application, mise en place d'une solution de stockage en ligne...) dont 45 % à plusieurs reprises.

Les entretiens mettent en avant les difficultés des responsables d'associations face à l'enjeu d'adaptabilité permanente aux mutations technologiques, à la complexité d'utilisation des outils digitaux et au manque de compétences techniques en interne. Les difficultés d'appropriation de certains logiciels, la complexité à respecter/adapter la réglementation RGPD mais aussi la mauvaise définition des besoins - qui ne permettent pas aux salariés/adhérents/bénévoles de s'approprier les outils - sont également des obstacles importants au progrès de la digitalisation.

## L'importance des freins à la digitalisation est accentuée par le manque de ressources

financières et humaines qui constituent les deux enjeux immédiats phares, structurants et clés, pour respectivement 57 % et 19 % des responsables d'association interrogés. Autant de ressources manquantes qui viennent restreindre les possibilités de digitalisation. À titre d'exemple, le coût constitue de loin le premier obstacle à l'acquisition d'un outil de gestion de type logiciel CRM.

Outre l'enjeu budgétaire, les responsables d'association pointent du doigt le caractère chronophage de la transition numérique, particulièrement quand elle dépend d'une ou quelques personnes au sein de l'association.

Les entretiens montrent également que l'inertie et les résistances des cultures organisationnelles et professionnelles constituent un obstacle majeur à la transition numérique dans les associations. Qu'il s'agisse d'une éthique professionnelle bénévole indépendante, d'une résistance au numérique comme outil de contrôle et d'évaluation ou d'une appréhension face à des changements organisationnels trop profonds (car modifiant les places/rôles de chacun), ces résistances viennent entraver les processus de digitalisation. De fait, la transition numérique peut parfois se faire « dans la douleur ». Mais les résistances peuvent également être levées progressivement en « donnant des preuves (de l'utilité et du sens) ».





## Chiffres clés

63%

**des responsables associatifs** admettent avoir rencontré des difficultés lors de l'usage ou de la mise en place d'outils numériques

57%

**des responsables associatifs** estiment que l'enjeu immédiat le plus important pour leur association réside dans leur financement

34%

**des responsables associatifs** dont l'association n'a pas de logiciel de CRM ne peuvent pas y recourir car ils sont trop onéreux



## Témoignages

« **Quand les besoins sont mal définis** – c'est ce qui s'est passé avec notre base Wordpress –, il y a un développement qui est complètement à côté de la plaque et, du coup, une incapacité des gens à s'approprier l'outil. »

**JUSTINE,**  
44 ans, co-fondatrice, secteur environnement,  
*pas de salarié*

« **On essaie avec nos petits moyens** mais on n'a pas toujours les compétences en face. On a eu la chance de faire nos deux AG entre les deux confinements en présentiel mais, s'il avait fallu les faire en numérique, je n'aurais pas eu les compétences pour le faire. »

**ROMANE,**  
63 ans, Présidente, secteur santé,  
*pas de salarié*

« **On n'a pas de logiciel de planning et de suivi de projets.** J'ai essayé mais je n'ai pas trouvé ça pratique. Je pense que c'est le temps de formation ou d'utilisation et de mise en place qui était trop important... »

**SARAH,**  
44 ans, Coordinatrice de projets, secteur social,  
*2 salariés*

« **On n'a pas la compétence numérique suffisante en interne,** on se fait accompagner sur un certain nombre de sujets. C'est très difficile pour nous, ça évolue tout le temps, trop vite, les choses sont instables, ça nous met dans une forme d'insécurité à cause de la technicité... Nous, petites structures sans compétences en interne, on se sent très en insécurité par rapport au digital. Concrètement, on n'a même pas le temps de se poser car on n'a pas acquis et fait rouler un truc qu'il y a déjà une nouvelle version et qu'on est obligé de passer à autre chose. On est toujours en train de s'adapter et c'est très lourd humainement et professionnellement. »

**CHARLOTTE,**  
41 ans, Directrice Générale,  
secteur humanitaire  
et éducation populaire,  
*35 salariés*





## Témoignages

« On a déjà passé beaucoup de temps (trois ans) à convaincre de la nécessité d'expérimenter une base de données commune pour normaliser la saisie des données, pour les agréger et disposer d'indicateurs nationaux. C'est un travail de conviction très long car ce n'est pas la culture. Il y a des réticences parce que le secteur aujourd'hui vit assez difficilement une exigence d'évaluation qui semble excessive et très chronophage. Il faut défendre les plus-values : gagner du temps, accroître la communication avec les partenaires, les structures et les bénévoles, constituer la mémoire de l'association... Il faut donner des preuves de la pertinence de l'introduction de nouveaux outils. »

**LUC,**  
67 ans, Délégué Général,  
secteur culture et jeunesse,  
5 salariés



# Une forte appétence pour les solutions digitales côté grand public et associations

**La plateforme d'accès numérique aux associations** suscite une forte appétence chez près de **8 Français sur 10 (77%)** disposés à s'engager.

**Une appétence massive pour une des solutions phares** proposées par Bouygues Telecom que l'on retrouve symétriquement côté associations. **La plateforme de recrutement est en effet un outil jugé « utile » par 65% des responsables d'association.**

**Outre la plateforme,** près de 8 responsables d'associations sur 10 jugent qu'une offre dédiée leur serait utile et plus d'un sur deux (53%) envisageraient d'y souscrire. **Le galet 4G suscitent également un intérêt particulier.**



Outre la recherche de profils spécifiques adaptés à leurs besoins, les responsables d'associations sont en quête de praticité et d'accessibilité. Certains soulignent également l'intérêt de développer des plateformes de collecte de dons, de recherche de financements et de valorisation de l'engagement bénévole qui s'adaptent à la pluralité des parcours d'engagements (beaucoup plus flexibles et circonstanciés qu'auparavant).



» **La difficulté à mettre en place certains outils numériques** exprimée par les associatifs génère également un réel intérêt pour les dispositifs de formation et d'accompagnement (pour 78 % des responsables d'association) en particulier pour l'acquisition d'un logiciel de CRM (cité par 51 % des individus ayant exprimé un besoin d'accompagnement pour leur association).

Le volet qualitatif montre que ce besoin en formation peut aller des usages les plus basiques aux plus complexes, ou encore au respect de la législation en matière de données personnelles via des formations dédiées.

Les entretiens réalisés montrent que les responsables d'association sont également en attente :

- D'un accompagnement par des fondations, avec une mise à disposition de personnels compétents pour aider à mettre en place des usages/outils digitaux dans le cadre de mécénats de compétence,
- D'une aide financière des fondations, pour financer l'association et ses projets/initiatives,
- D'une aide à la constitution d'outils de gestion interne (bases de données, comptabilité analytique, CRM...), avec l'édification d'un cahier des charges rigoureux et d'un inventaire exhaustif des ressources, des usages et des possibilités de développement sur-mesure de l'association,
- D'un accompagnement juridique, pour répondre aux problématiques administratives de l'association.



## Chiffres clés

**77%**

**des Français qui aimeraient s'engager** dans une association pourraient envisager de s'inscrire sur une plateforme d'accès numérique aux associations

**78%**

**des responsables d'associations** jugent qu'une offre dédiée leur serait utile

**65%**

**des responsables d'association** jugent utile une plateforme numérique pour recruter de nouveaux bénévoles

**53%**

**Pourraient y souscrire**



## Témoignages

« **Je cherche de nouveaux bénévoles** pour certaines délégations et pour créer des délégations là où on est présent. Mais, comme on n'a personne pour coordonner, il faut que je trouve la plateforme qui ne me fasse pas trop de travail et qui soit facilement accessible pour que je puisse expliquer rapidement aux délégations comment elles gèrent de leur côté. »

**JUSTINE,**  
44 ans, co-fondatrice,  
secteur environnement,  
*pas de salarié*

« **Pour la base de données, ça serait bien de pouvoir faire un cahier des charges,** nous aider à structurer ce projet. Ce qui pourrait nous aider, c'est soit quelqu'un qui accepte de le faire à un tarif défiant toute concurrence soit dans le cadre d'un mécénat. Après, comme toutes les associations d'intérêt général, pour tout don on délivre un reçu fiscal ce qui peut être intéressant pour un particulier ou une entreprise qui peut le déduire de ses impôts. »

**SARAH,**  
44 ans, Coordinatrice de projets,  
secteur social, *2 salariés*



« **Une plateforme de bénévoles ça m'intéresse** car c'est quand même le nerf de la guerre aujourd'hui. »

**DANIELLE,**  
72 ans, Présidente,  
secteur humanitaire,  
*pas de salarié*

« **Pourquoi pas une aide au recrutement de bénévoles,** des gens qui puissent recruter pour nous parce qu'ils auraient déjà une approche de nos besoins et des publics qu'il faut cibler. »

**ROMANE,**  
63 ans, Présidente,  
secteur santé,  
*pas de salarié*

« **Je crois beaucoup à l'accompagnement par des structures de RSE,** c'est-à-dire des entreprises qui mettent à disposition du personnel. On l'a déjà eu pour des formations Excel, c'est comme ça qu'on a formé la trésorière à Excel. Ça ne coûte rien à l'association parce qu'on ne peut pas se permettre de prendre dans le budget de l'association. Moi je vois bien un accompagnement par une entreprise ou une fondation qui pourrait nous mettre à disposition du personnel sur un temps et qui pourrait aider à former des bénévoles pour gérer nos réserves d'adhérents de manière plus structurée/numérique, en donnant une demi-journée par mois ou tant d'heures par semaine pour m'aider parce que je n'ai ni le temps ni les compétences ... Cela pourrait nous aider à monter un projet, à chercher d'abord les appels à projet, à monter les dossiers, à rechercher des fonds et, éventuellement, après, à nous accompagner pour nous mettre le pied à l'étrier et faire fonctionner ces nouveaux outils... »

**ROMANE,**  
63 ans, Présidente, secteur santé,  
*pas de salarié*



## Témoignages

« Pour les retours d'expérience, on a mis en place des questionnaires Google mais à un moment il faut prendre un papier et un crayon pour regrouper les résultats qu'il y a eu sur le programme, pour les femmes à tel endroit puis le programme pour les femmes à tel autre... L'outil Excel j'apprécierais beaucoup de le connaître un peu mieux parce que je pense que ça permettrait de faire des outils qui pourraient servir à mes interlocuteurs. »

**LUCIE,**  
54 ans, fondatrice, secteur santé,  
1 salarié

« En formation, il y a vraiment beaucoup de choses qui existent, et ce n'est pas si cher que cela, on met les utilisateurs à niveau régulièrement... Mais beaucoup de nos outils ont un usage très spécifique à notre structure et donc c'est surtout ces adaptations-là qui posent problème.

**CHARLOTTE,**  
41 ans, Directrice Générale,  
secteur humanitaire  
et éducation populaire,  
35 salariés

« Des formations au numérique, ça pourrait intéresser des gens qui sont moins à l'aise que d'autres. Des choses basiques qui ne sont pas toujours évidentes pour eux. »

**DANIELLE,**  
72 ans, Présidente,  
secteur humanitaire,  
pas de salarié



# Méthodologie de l'étude



Étude en 2 phases (quantitative et qualitative) conduite et réalisée par l'ObSoCo.

### PHASE QUANTITATIVE

#### 1. Volet « Grand public »

Interrogation en ligne de 1000 personnes issues d'un échantillon représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans, selon la méthode des quotas (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle du répondant après stratification géographique) ;

*Étude menée sur le panel  
Respondi du 14 au  
27 septembre 2021.*

#### 2. Volet « associatifs »

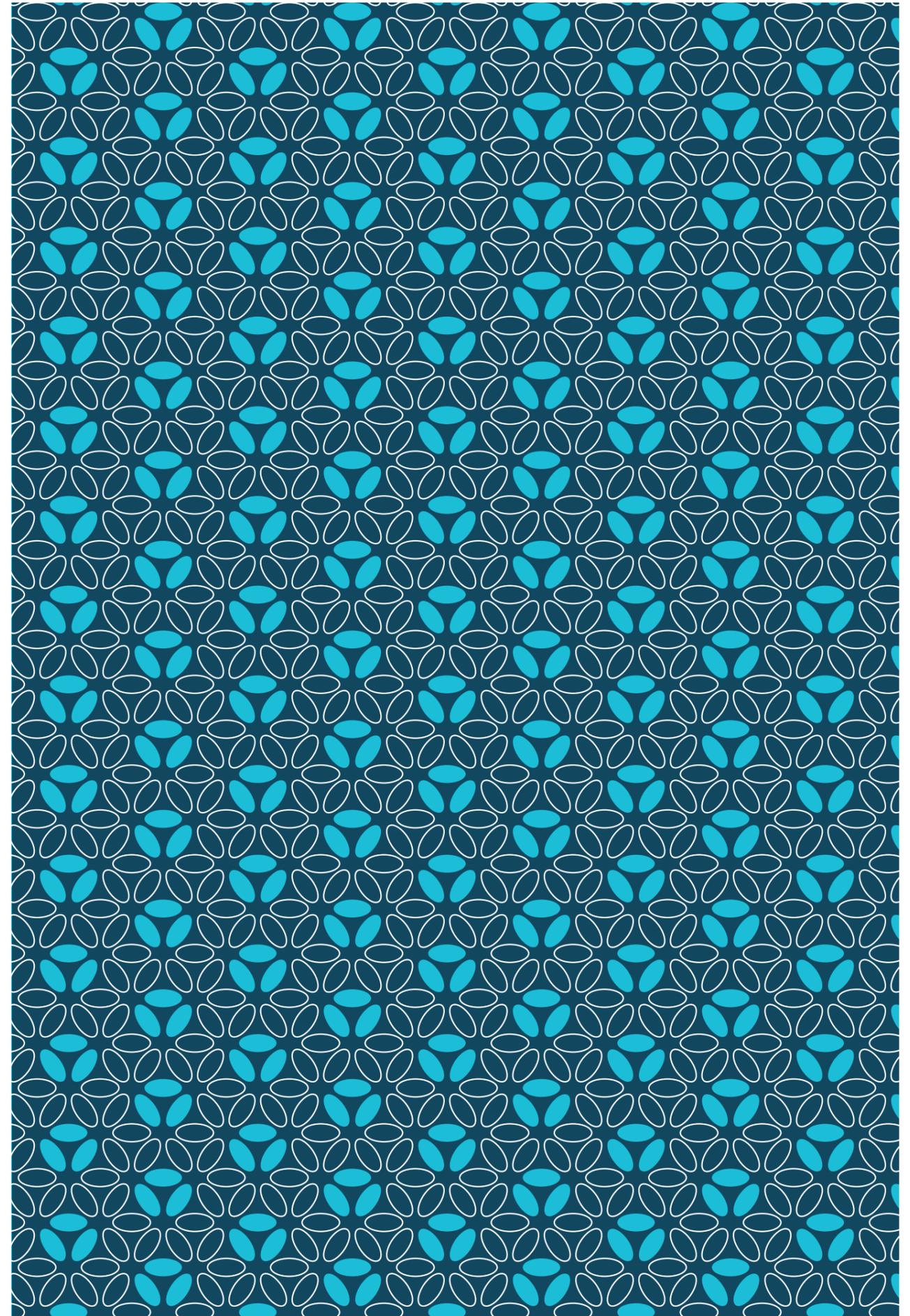
Interrogation en ligne de 86 responsables d'associations chargés de la mise en place et de l'usage des outils numériques ;

*Étude menée sur le panel  
Respondi du 24 septembre  
au 15 octobre 2021.*

### PHASE QUALITATIVE

Entretiens individuels\* réalisés à distance (via Zoom) du 9 septembre au 7 octobre 2021 auprès de 11 responsables d'association chargés de la mise en place et de l'usage des outils numériques dans différents secteurs (environnement, santé, humanitaire, social, culture et jeunesse, éducation populaire).

\* Les prénoms des verbatims cités dans ce rapport sont des pseudos de manière à garantir l'anonymat des interviewés.



[OBSOCO

