

## L'ASSOCIATION AU CŒUR DU TERRITOIRE



**MARS 2018**

Cécile BAZIN – Jacques MALET

Avec la participation de Frédérique Pfrunder, Marie DUROS, Patrick Bonneau,  
Christian Cascio et l'équipe du Rameau

## En guise d'introduction

*Lors des élections régionales de 2016, le réseau des Mouvements associatifs en région a largement porté les enjeux de vie associative autour d'une formule : « Que seraient nos territoires sans les associations ». Il n'est pas étonnant dès lors que plusieurs d'entre eux aient souhaité s'investir fortement dans cette nouvelle étude de Recherches et Solidarités sur l'inscription de l'association dans son territoire. Au-delà du nombre de bénévoles, du nombre de structures ou des chiffres de l'emploi, le regard des dirigeants associatifs est éclairant pour mieux qualifier toute la richesse de l'apport associatif au cœur d'un territoire. Nous regrettons bien souvent que la vie associative ne soit pas valorisée autant qu'elle le devrait ; mais cela commence certainement par la prise de conscience et la formalisation par les acteurs eux-mêmes des effets de leurs actions. Plus largement, cette observation et cette analyse plus fines sont des enjeux pour construire une politique de vie associative ambitieuse ; ces aspects font partie des discussions en cours au niveau national ; il est indispensable qu'ils rencontrent aussi un écho dans les échanges avec les collectivités territoriales, partenaires incontournables de l'action associative. Là encore, cette étude vient apporter des éléments d'appréciation précieux sur l'existant et les marges de progrès à mettre en œuvre.*

**Frédérique Pfrunder, déléguée générale du Mouvement associatif.**

Le **Mouvement associatif** est le porte-voix des dynamiques associatives. Son ambition est de favoriser le développement d'une force associative utile et créative. [www.lemouvementassociatif.org](http://www.lemouvementassociatif.org)

Le RAMEAU tient tout d'abord à souligner la qualité et l'intérêt de cette nouvelle étude de R&S « L'association dans son territoire » qui apporte un éclairage très utile sur la manière dont les associations se positionnent sur leur territoire. Ces résultats viennent à la fois préciser ceux de l'enquête 2016 « Associations & partenariats », ceux du plan quinquennal 2013-2017 d'études de l'Observatoire des partenariats (1) et ceux issus du réseau des pionniers des alliances en territoire (2). Il est donc pertinent de croiser ces différents angles d'observation.

**Charles-Benoît Heidsieck, président fondateur**

Le **RAMEAU**, laboratoire de recherche sur les alliances innovantes au service du bien commun, a pour vocation d'éclairer les décideurs sur la dynamique de co-construction, et d'aider les organisations à se saisir de l'opportunité de ces nouvelles alliances. [www.lerameau.fr](http://www.lerameau.fr)

Cette publication réunit les résultats de l'enquête d'opinion des responsables associatifs menée en 2017, sur le thème de « l'association dans son territoire ». Elle a été préparée par l'équipe de Recherches & Solidarités, avec la participation étroite de **Patrick Bonneau** et **Christian Cascio**, membres de son Comité d'experts.

**Christian CASCIO** est directeur du Carrefour des Associations Parisiennes, structure ressource de l'ESS qui accompagne et forme près de 3000 associations et porteurs de projets par an. Il a été journaliste et producteur de télévision engagé sur les actions de la société civile et du développement durable.

**Patrick BONNEAU** a été président de la Conférence permanente des coordinations associatives (CPCA) de Poitou-Charentes. Il est administrateur du Mouvement associatif de la région Nouvelle Aquitaine et administrateur de R&S.

---

<sup>1</sup> Rapport d'études PHARE 2013-2017 sur les fragilités et la co-construction territoriale (Observatoire des partenariats, février 2018)

<sup>2</sup> Centre de ressources numériques « Co-construction territoriale », co-animé par le CGET et Le RAMEAU - <https://coconstructionterritoriale.wordpress.com>

## Avant-propos

Sont présentés dans ce document les résultats de la dernière enquête d'opinion des responsables associatifs sur le thème de « *l'association dans son territoire* ». Les questions posées visent à :

- Observer les effets directs et indirects des actions menées par les associations, au-delà de leur objet et de leur cœur d'activité,
- Voir comment ces multiples effets sont perçus au sein de l'association et de la part de ses différents interlocuteurs,
- Mesurer le déficit de connaissance, traduit par les responsables d'associations comme un déficit de Reconnaissance,
- Montrer combien les associations s'inscrivent dans le territoire, en tissant de nombreux partenariats,
- Mettre en avant les coopérations qui font le plus défaut.

En fait, prendre connaissance de l'existant et surtout des marges de progression, sur ces différents sujets : connaissance et prise de conscience du rôle des associations dans le territoire par les différentes parties prenantes, partenariats utiles...

Ces résultats sont présentés de manière globale (selon notre pondération permettant de refléter la réalité associative), pour servir de repères ; puis selon le profil des associations (secteur d'activité et taille exprimée selon le budget annuel) et selon l'environnement dans lequel elles agissent (rayon d'action et spécificités rural/urbain). Chacun pourra, qu'il soit acteur, décideur ou observateur, examiner les différences liées à la diversité du tissu associatif et analyser finement les marges de progression.

Il s'agit ici de l'expression des responsables associatifs, de leur ressenti par rapport aux situations qu'ils rencontrent. Leur perception est peut-être influencée par différents facteurs, elle peut être ponctuellement orientée par des circonstances ou un contexte particulier. Les réponses en miroir des différents interlocuteurs des associations appelleraient certainement quelques nuances. Quoi qu'il en soit, les réponses des dirigeants associatifs méritent une attention toute particulière dès lors qu'elles sont l'expression de leur vécu, de leur ressenti et in fine d'un déficit de reconnaissance qui peut être corrigé. Ces résultats d'enquête commentés par plusieurs membres du comité d'experts de R&S, devraient apporter quelques pistes de réflexion et d'action.

### Méthodologie

Une vague nationale d'enquête a permis de donner une nouvelle fois la parole aux dirigeants bénévoles. Cette vague nationale, représentative de l'ensemble du territoire, a permis d'interroger 1 204 responsables d'association, entre le 11 avril et le 19 mai 2017. Les résultats ont été traités selon la méthode des quotas, appliquée aux variables de secteurs d'activité et de taille d'associations. Ils ont été publiés dans le cadre de la quinzième édition de *La France associative en mouvement* (Septembre 2017).

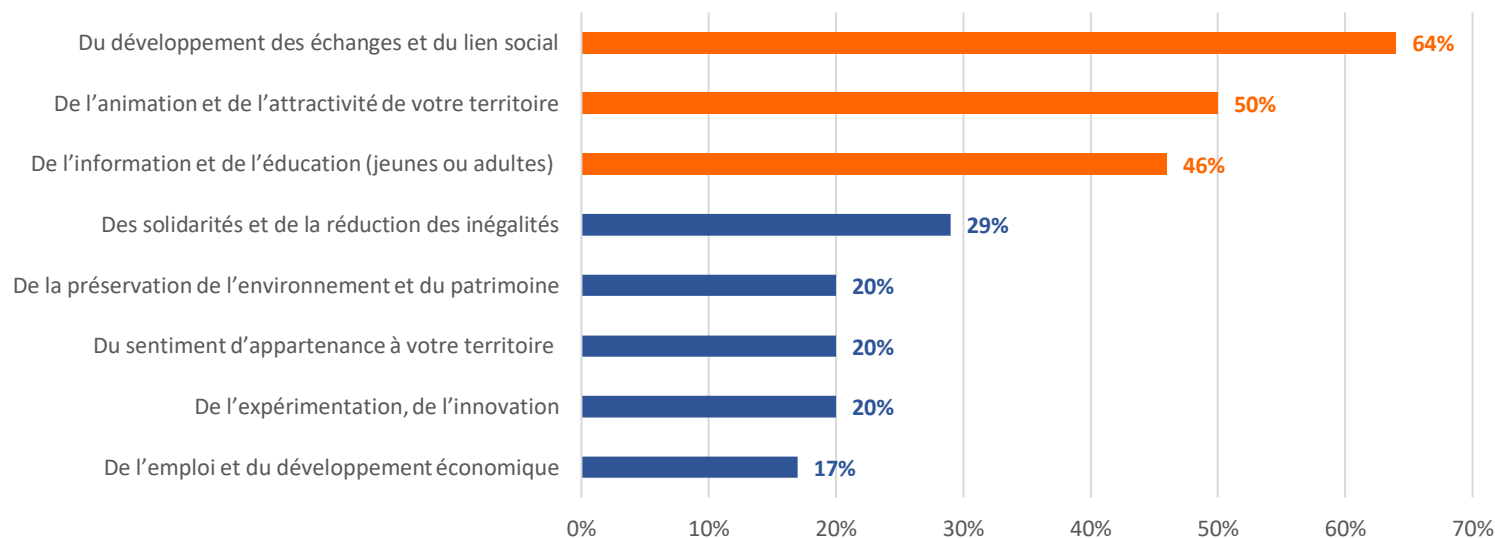
Pour la première fois, cinq enquêtes régionales ont été construites sur la base des mêmes questions, en partenariat avec le CESER et le Mouvement associatif, en Bretagne et en Nouvelle Aquitaine, avec la Direction régionale en charge de la vie associative et le Mouvement associatif, en Auvergne-Rhône-Alpes, et en partenariat avec la CRESS et le Mouvement associatif en Ile-de-France.

Ces différentes enquêtes ont également permis de consulter les responsables sur les relations établies, développées ou souhaitées, avec différents partenaires actifs sur leur territoire. L'ensemble des références disponibles pour cette approche correspond à 4 210 témoignages. Ils ont pu être observés en fonction de nombreux critères relatifs aux associations correspondantes : taille selon le budget annuel, secteur d'activité, espace géographique dans lequel se déroule l'action de l'association, situation en milieu rural ou en milieu urbain.

## I - Quels rôles jouent les associations dans les territoires ?

D'une manière générale, les associations sont connues pour le service qu'elles rendent, la cause qu'elles défendent, l'activité qu'elles proposent... Mais leurs actions et leurs impacts sur le territoire vont bien au-delà, comme en témoigne ce large panel de dirigeants associatifs, interrogés en 2017.

Graphique 1 - Diriez-vous que votre association joue un rôle en faveur de :



Source : Enquête nationale 2017 auprès de 4210 responsables associatifs. Résultats pondérés au regard de la taille et du secteur d'activité des associations.

### Paroles d'experts

“ Le rôle premier perçu par les associations presque « Tous secteurs confondus » est bien celui de la contribution au renforcement des liens sociaux. Ceci constituerait en quelque sorte « l'archétype » de l'action associative.

Ceci explique aussi le sentiment largement éprouvé par les français de l'utilité des associations et de leur excellente image de marque dans le grand public.”

**Patrick Bonneau**

Les deux tiers des dirigeants, toutes associations confondues, considèrent qu'elles ont un rôle dans « le développement des échanges et du lien social ». Et environ la moitié estiment qu'elles contribuent à « l'animation et l'attractivité de leur territoire », ainsi qu'à « l'information, l'éducation et la formation ». C'est dire combien ces trois dimensions sont largement partagées au sein des associations, bien au-delà de leur objet même.

### Paroles d'experts

“ Selon l'étude PHARE-Institutions de l'Observatoire des partenariats (OpinionWay-Comisis, novembre 2016), 76% des maires considèrent que leur territoire est entré dans une dynamique de co-construction pour répondre collectivement aux enjeux de leur territoire. Ils attribuent à chacun – citoyens, associations, entreprises & Collectivités territoriales – des rôles spécifiques en fonction de la légitimité d'action qu'ils perçoivent. Leurs attentes en matière de contribution de chacun à l'intérêt général sont ainsi ciblées. Concernant les associations, elles sont pleinement en cohérence avec la façon dont les associations voient leur rôle selon cette présente étude. Il y a donc une forte convergence entre les attentes des maires et la réponse que pensent y apporter les associations. Ces résultats confirment la forte capacité des associations à être à l'écoute de leur territoire, et à savoir y répondre en cohérence avec les besoins qu'elles y captent.” **Le RAMEAU**

Outre ces résultats d'ensemble, il est utile d'observer les différences selon les caractéristiques des associations et leur territoire d'intervention.

### Rôles des associations dans les territoires selon leur secteur d'activité

Tableau 1 - Diriez-vous que votre association joue un rôle en faveur :

	Social	Santé	Humanitaire	Culture	Environnement	Sport	Loisirs	Jeunesse éduc pop
Du développement des échanges et du lien social	64%	46%	42%	71%	53%	69%	68%	70%
De l'animation et de l'attractivité de votre territoire	23%	13%	8%	68%	51%	65%	64%	54%
De l'information et de l'éducation (jeunes ou adultes)	34%	34%	36%	56%	57%	53%	22%	75%
Des solidarités et de la réduction des inégalités	68%	50%	78%	22%	21%	22%	20%	46%
De l'expérimentation, de l'innovation	24%	19%	7%	42%	34%	6%	14%	31%
Du sentiment d'appartenance à votre territoire	17%	12%	9%	33%	36%	26%	19%	26%
De la préservation de l'environnement	7%	4%	8%	18%	89%	10%	18%	18%
De l'emploi et du développement économique	34%	18%	15%	16%	33%	18%	11%	25%

Sources : Enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. Lecture : 64% des responsables associatifs du secteur social estiment que leur association joue un rôle dans le développement des échanges et du lien social ; ils sont 46% dans le secteur de la santé. Les résultats les plus élevés sont en bleu dans le tableau.

Une lecture horizontale du tableau réserve peu de surprises. Par rapport à l'ensemble des associations, les impacts dominants des associations dans leur territoire sont liés à leur activité même et à leur objet. Par exemple, aux yeux de leurs responsables, les associations culturelles, sportives, de loisirs et d'éducation populaire sont plus nombreuses à jouer un rôle en matière de lien social et d'animation du territoire. Les associations des secteurs social, santé et humanitaire, en faveur des solidarités.

On notera toutefois que le thème de « *information et éducation* » est cité par plus d'un dirigeant sur cinq, quel que soit l'activité de son association : au plus bas dans les loisirs (22%), au plus haut dans l'éducation populaire (75%). Ce qui montre que le secteur associatif est souvent perçu par ses acteurs, comme un lieu d'apprentissage, une école de la vie.

Une lecture verticale livre des enseignements intéressants. Secteur par secteur, on peut voir comment les responsables des associations perçoivent le rôle de leur association, bien au-delà de son cœur d'activité. Quelques exemples : les dirigeants du secteur de l'environnement sont nombreux à mesurer les effets de leur association en matière de lien social (53%), d'emploi et d'activité économique (33%), deux thèmes qui semblent a priori assez éloignés de leurs actions.

## Rôles des associations dans les territoires selon leur taille

Tableau 2 - Diriez-vous que votre association joue un rôle en faveur :

	< 10 000 euros	De 10 000 à 50 000 €	De 50 000 à 75 000 €	De 75 000 à 150 000 €	De 150 000 à 500 000 €	> 500 000 €
Du développement des échanges et du lien social	62%	64%	67%	70%	72%	57%
De l'animation et de l'attractivité de votre territoire	44%	53%	56%	58%	56%	41%
De l'information et de l'éducation (jeunes ou adultes)	39%	48%	56%	63%	61%	52%
Des solidarités et de la réduction des inégalités	27%	28%	34%	43%	48%	64%
De l'expérimentation, de l'innovation	14%	16%	21%	26%	34%	36%
Du sentiment d'appartenance à votre territoire	21%	23%	27%	33%	27%	22%
De la préservation de l'environnement et du patrimoine	18%	14%	18%	21%	20%	17%
De l'emploi et du développement économique	9%	14%	24%	28%	39%	49%

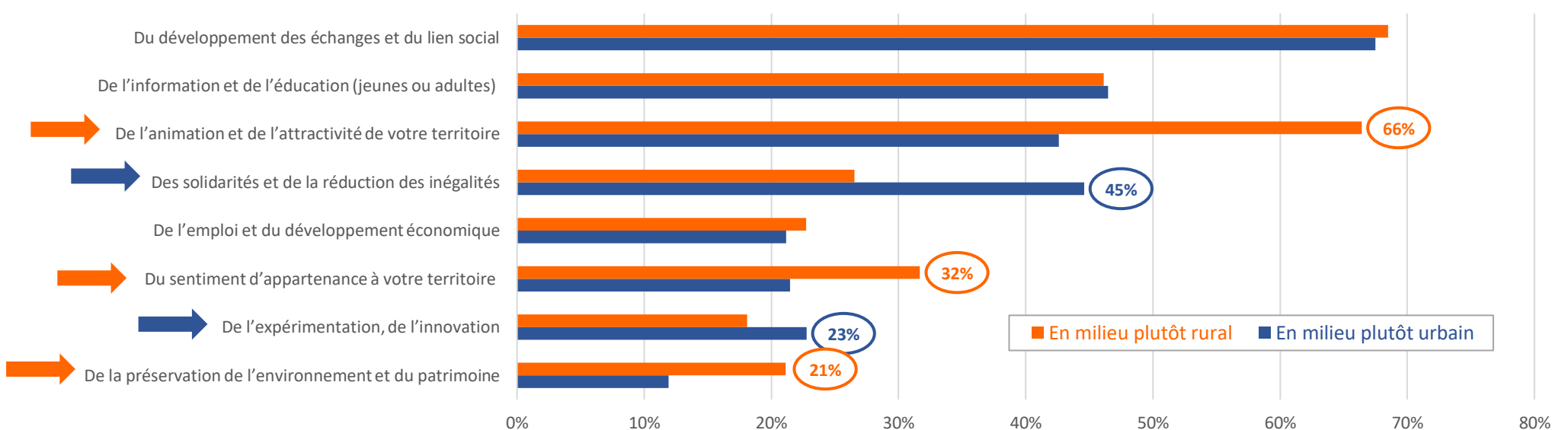
Sources : Enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. Lecture : 62% des responsables de petites associations (budget inférieur à 10 000 €) estiment que leur association joue un rôle dans le développement des échanges et du lien social ; ceux des associations les plus importantes (budget supérieur à 500 000 €) sont 57%.

Les réponses des responsables des plus petites associations, dont le budget annuel est inférieur à 10 000 €, qui représentent environ 70% des 1,3 million d'associations, montrent combien ce maillage territorial est utile : en termes de lien social pour 62% de leurs dirigeants, d'animation pour 44%, d'information et d'éducation pour 39%... et pour près de 10% aussi en termes économiques. D'après leurs responsables, malgré de faibles moyens, les petites associations jouent un rôle important et ceci dans de multiples domaines de la vie sociale.

Cependant, plus les associations disposent de moyens, ici financiers, plus elles sont en capacité d'agir et de multiplier leurs effets sur le territoire. Cette corrélation se vérifie en ce qui concerne les solidarités et la réduction des inégalités, l'expérimentation et l'innovation, et, logiquement, l'emploi et le développement économique au regard du nombre de salariés. S'agissant du développement du lien social, de l'animation des territoires et du sentiment d'appartenance, cette corrélation s'observe également assez bien, mais se limite aux budgets inférieurs à 500 000 €. Les plus grosses associations sont un peu en retrait de ce point de vue. Relevant souvent du secteur sanitaire et social, leurs dirigeants concentrent en effet leurs efforts et leurs réponses sur les sujets touchant à la solidarité (64%).

## Rôles des associations dans les territoires selon leur territoire d'implantation

Graphique 2 - Diriez-vous que votre association joue un rôle en faveur :



Sources : Enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. Lecture : 66% des responsables des associations implantées en milieu rural considèrent qu'elles jouent un rôle dans l'animation et l'attractivité du territoire, ils sont un peu plus de 40% lorsque leur association est implantée en milieu urbain.

L'action des associations en milieu rural est bien plus souvent ancrée dans le territoire qu'en milieu urbain ; ceci en termes d'animation, d'attractivité, de sentiment d'appartenance et aussi en termes de préservation et de protection.

En ville, les dirigeants mettent plus l'accent sur les solidarités pour répondre à des besoins, non pas plus aigus, mais plus répandus en raison de la densité de population. Ils évoquent plus souvent aussi les effets de leurs actions en matière d'expérimentation et d'innovation. Ces caractéristiques s'expliquent aussi par la taille, significativement plus importante, des associations implantées en milieu urbain.

### Paroles d'experts

“ La distinction du rôle prioritaire des associations selon le territoire est à souligner. Elles savent apporter une réponse adaptée aux fragilités prioritaires de leur territoire : l'attractivité sur les territoires ruraux, et la réduction des inégalités en territoire urbain. Cette réalité structurante du secteur associatif est trop peu mise en avant. Cette capacité à la fois à réduire les fragilités et à faire émerger de nouveaux moteurs de croissance et d'emploi, adaptée à la spécificité de leur territoire, est l'une des grandes valeurs ajoutées des associations. Les solutions à mettre en place ne peuvent pas être partout les mêmes, et les associations savent parfaitement prendre en compte cette réalité territoriale. Cet atout est souligné à la fois dans le rapport d'études PHARE-Associations (Etude PHARE-Associations de l'Observatoire des partenariats (OpinionWay-Comisis, novembre 2015)) et dans le référentiel « Co-construction territoriale » (Le RAMEAU, novembre 2016). Les travaux menés avec le CELAVAR et l'Association des Maires Ruraux de France entre 2010 et 2016 sur les territoires ruraux confirment la réalité de terrain de ce positionnement des associations (Note prospective « Enjeux de co-construction des territoires ruraux » (AMRF – CELAVAR – Le RAMEAU, janvier 2016). ” **Le RAMEAU**

## Rôles des associations dans les territoires selon leur rayon d'action

Tableau 3 - Diriez-vous que votre association joue un rôle en faveur :

	Un quartier	Une commune	Plusieurs communes	Un département	Plusieurs départements ou une région	Le territoire national
Du développement des échanges et du lien social	79%	64%	69%	61%	62%	51%
De l'animation et de l'attractivité de votre territoire	48%	58%	58%	41%	49%	27%
De l'information et de l'éducation (jeunes ou adultes)	40%	39%	50%	53%	60%	52%
Des solidarités et de la réduction des inégalités	50%	25%	32%	47%	40%	41%
De l'expérimentation, de la création, de l'innovation...	24%	12%	17%	24%	35%	34%
Du sentiment d'appartenance à votre territoire	32%	22%	27%	19%	28%	15%
De la préservation de l'environnement et du patrimoine	17%	9%	17%	17%	27%	16%
De l'emploi et du développement économique	13%	14%	20%	27%	32%	25%

Sources : Enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. Lecture : 79% des dirigeants dont l'association agit à l'échelle d'un quartier estiment qu'elle joue un rôle en matière de lien social, ils sont 64% quand elle intervient sur le périmètre d'une commune. Les résultats en bleu sont ceux qui se distinguent le plus en positif.

Les associations « de quartier » se distinguent des autres par des effets plus souvent perçus sur les solidarités, le lien social et le sentiment d'appartenance. Cependant, un rayon d'action limité n'interdit pas l'expérimentation et l'innovation (24%).

Par rapport à ces associations de quartier, celles qui ont vocation à intervenir à l'échelle communale ou intercommunale, ont des effets moins affirmés par leurs responsables, à une exception près : l'animation et l'attractivité du territoire. Il est possible que ce soit lié à la communication et à la visibilité des actions qu'elles mènent : elles disposent de plus de moyens (médias, Internet, mairies) qu'une association de quartier et bénéficient encore d'un effet « proximité » attractif.

Coïncidence ou pas, les réponses des responsables d'associations à vocation départementale ou régionale peuvent être rapprochées des compétences respectives du conseil départemental et du conseil régional : les premières pointent davantage les solidarités, quand les secondes portent plus souvent sur le développement économique, l'emploi, d'innovation, d'éducation – formation.

Quant aux associations à vocation nationale, leurs effets sont probablement moins perceptibles et leurs actions s'inscrivent moins dans le territoire. C'est en matière d'innovation et d'expérimentation qu'elles font la différence.

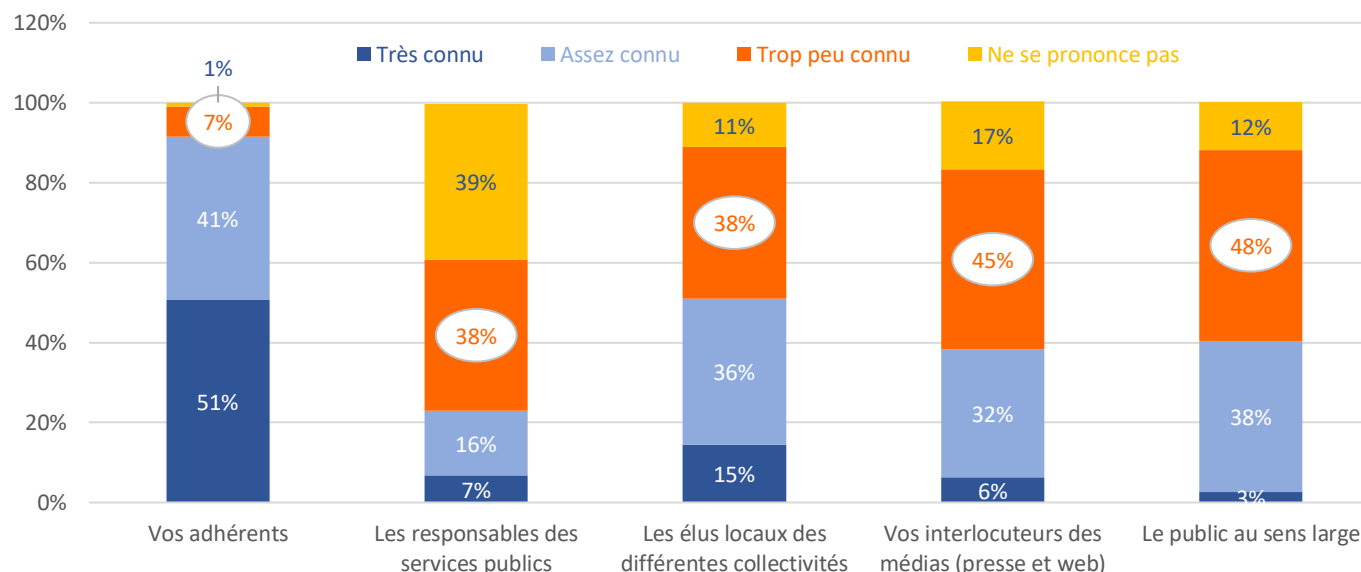


## II – Une méconnaissance jugée trop fréquente

*Précisions méthodologiques : Il est question ici de la perception des rôles des associations par les différentes parties prenantes, en interne (adhérents) et au-delà (responsables des services publics, élus locaux, médias, grand public). Pour des raisons bien compréhensibles, nous avons pris le parti de simplifier la présentation de ce chapitre, en nous limitant au croisement entre les caractéristiques des associations et ces différentes parties prenantes, tous rôles confondus. Les traitements plus sophistiqués, à trois dimensions, rôle par rôle, ont été réalisés mais ils ne sont pas présentés ici. Ils correspondent très exactement à 184 séries de résultats qui pourraient être utiles à certains acteurs et/ou à certains décideurs : cela suppose alors des échanges spécifiques et un travail complémentaire à programmer.*

Dès lors que les dirigeants ont indiqué le rôle de leur association, composite comme on vient de le voir dans le chapitre précédent, celui-ci, dans sa globalité, est-il connu ou trop peu connu en interne, par ses adhérents eux-mêmes et au-delà par différents interlocuteurs ? Un regard tout particulier sera porté sur les réponses qui pointent le manque de connaissance, souvent ressenti par eux comme un déficit de reconnaissance. C'est l'expression de regrets exprimés par les dirigeants, et des souhaits qui sont particulièrement à prendre en compte aujourd'hui.

**Graphique 4 - A votre avis, le rôle de votre association, tel que vous venez de le présenter, est-il connu des personnes suivantes ?**



Les différents rôles joués par les associations semblent assez bien identifiés au sein des associations (51% + 41%).

Ils le sont nettement moins par leurs interlocuteurs : tout particulièrement de la part du grand public (48%), et non loin derrière de la part des médias (45%). Peut-être parce que les dirigeants associatifs comptent sur ces derniers pour les aider à combler ce manque de notoriété.

Viennent ensuite les responsables des services publics et les élus locaux, dans des proportions équivalentes (38%). Si ces regrets sont aussi souvent exprimés, la connaissance du rôle des associations est nettement plus largement ressentie de la part des élus locaux (15% + 36%) que de la part des responsables des services publics (7% + 16%).

Sources : Enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. Lecture : 7% des responsables considèrent que le rôle de leur association n'est pas assez connu de leurs adhérents, 38% qu'il ne l'est pas assez des responsables des services publics et des élus locaux, 45%, des médias et 48%, du public, au sens large.

### Paroles d'experts

*“ Il est dommage de constater dans ce graphique 4 que 45% des acteurs associatifs considèrent que leur rôle n'est pas bien identifié par les médias et 48% considèrent qu'ils ne sont pas lisibles par le grand public. Tout est matière de communication et d'utilisation des outils. Quand on voit dans une étude sur les fondations (Etude Bench Fondations – Agence Limite Janvier 2018), dont on pourrait penser qu'elles ont les moyens de communiquer, que seul un peu plus de la moitié des structures est présente sur les réseaux sociaux, mais que seule une minorité anime régulièrement son/ses compte(s), on peut comprendre que de plus petites structures aient du mal à faire connaître leur rôle. Sans stigmatiser le manque de formation que les acteurs associatifs ont en matière de communication, il apparaît régulièrement que très peu de représentants associatifs savent correctement présenter (voire pitcher) leurs actions et encore moins impliquer leurs interlocuteurs dans leur démarche. Que ce soit avec des partenaires, des bénévoles, le grand public ou avec les médias, tout est affaire de conspiration d'intérêt. D'intérêt général, bien sûr ! ”*

**Christian Cascio**

### Paroles d'experts

*“ Le manque de reconnaissance de l'action associative est un sentiment largement partagée par les associations, notamment celles qui mènent des projets d'innovations sociétales<sup>3</sup>. Il est à noter que les choses évoluent néanmoins depuis quelques années ; que ce soit la vision des maires (cf. étude PHARE-Institutions de l'Observatoire des partenariats – OpinionWay-Comisis - novembre 2016), celle des fondations (cf. 2<sup>ème</sup> étude « Enjeux & pratique des fondations en France » - CFF-Le RAMEAU – octobre 2017), celle des entreprises (cf. étude PHARE-Entreprises - OpinionWay-Comisis – octobre 2015). Plus encore, 69% des français considèrent qu'il existe un « devoir d'alliance » pour inventer des solutions face à l'accroissement des fragilités sur les territoires, et donnent une place structurante aux associations<sup>4</sup>. Avec #FrenchImpact, le Gouvernement vient de doter les territoires d'un levier d'actions pour soutenir l'innovation sociale. Cependant, il est vrai que la juste reconnaissance de l'action de terrain reste un véritable challenge collectif. A titre d'illustration, dans le cadre de la co-construction territoriale, 46% des maires déclarent ne pas savoir encore comment faire concrètement. Les associations sont à la manœuvre, et gageons qu'elles sauront de mieux en mieux faire reconnaître leurs missions structurantes sur les territoires. ”*

**Le RAMEAU**

<sup>3</sup> Livre blanc « L'innovation associative » (GPMA – Le RAMEAU, décembre 2017)

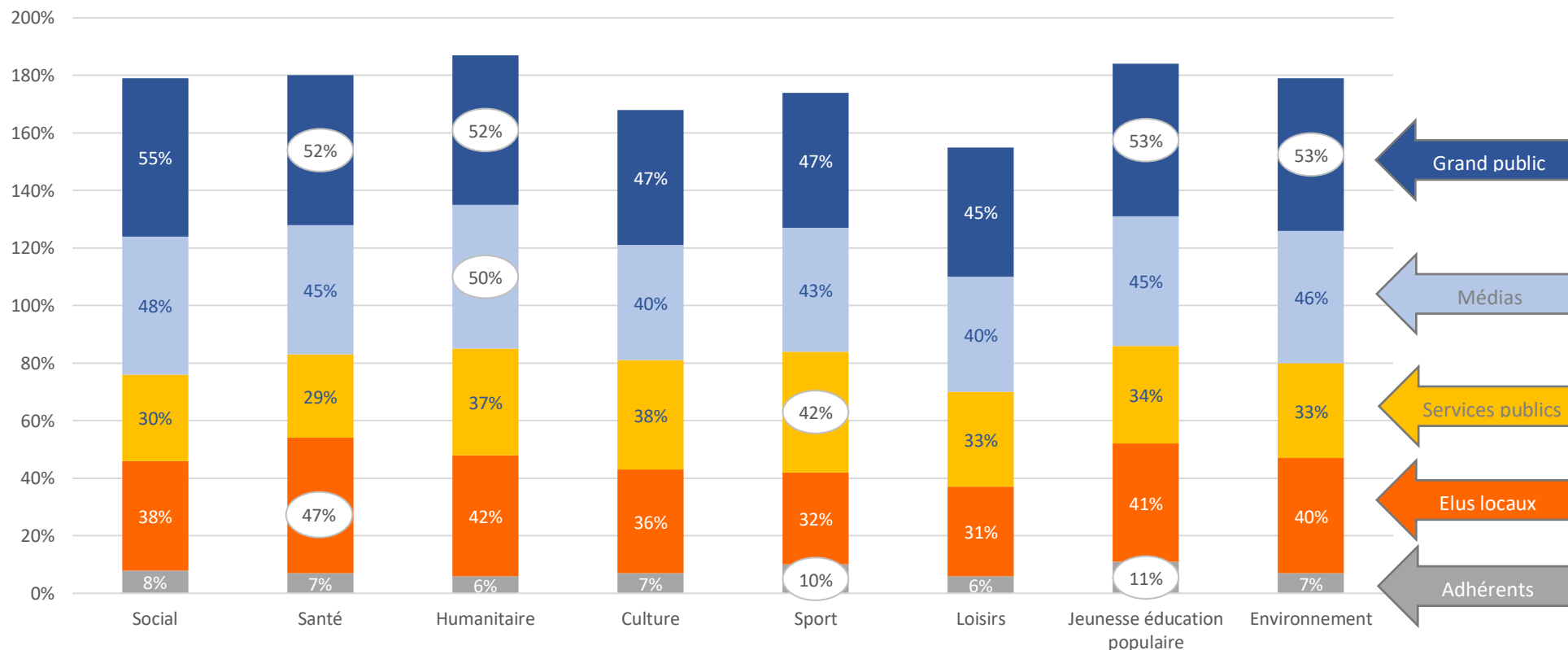
<sup>4</sup> Etude Citoyens de l'Observatoire des partenariats, en 2008, 2012 et 2015.

**Une lecture ciblée des seules réponses « un rôle trop peu connu » selon les différents critères d'analyse, permet de mieux cerner les regrets des dirigeants associatifs. Elle montre que le profil des associations et l'environnement dans lequel elles mènent leurs actions influencent beaucoup leur jugement.**

### Les regrets des dirigeants selon le secteur d'activité des associations

Comme les suivants, ce graphique présente exclusivement la proportion des responsables qui jugent « trop peu connu » le rôle de leur association, selon ses différents interlocuteurs. Celui-ci distingue les associations selon leur secteur d'activité.

**Graphique 5 - Proportion des réponses « Des rôles trop peu connus » de la part des différents interlocuteurs des associations (fléchés à droite) selon le secteur d'activité**



Source : enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. Lecture : 55% des responsables d'associations du secteur social regrettent que leurs rôles ne soient pas assez connus du grand public. Cette proportion, dans le même secteur d'activité, est de 48%, concernant les médias et de 30% concernant les services publics. Les proportions les plus fortes, au regard d'un interlocuteur précis, sont indiquées sur fond blanc.

Ce graphique se lit verticalement lorsque l'on veut prendre connaissance des regrets exprimés dans un secteur déterminé. Mais la lecture la plus intéressante se fait d'une manière horizontale, par comparaison de ces regrets, d'un secteur à l'autre et d'un interlocuteur à l'autre.

Ainsi, comme indiqué dans les pourcentages mis en évidence sur fond blanc, dans le secteur de la santé, les regrets sont plus affirmés en direction des élus locaux (47%) et du grand public (52%).

Dans l'humanitaire, les dirigeants attendent également mieux de la part du public (52%) et des médias (50%), probablement pour qu'ils soient plus sensibilisés aux causes qu'ils défendent et qu'ils leur apportent un plus grand soutien. Peut-être aussi pour mobiliser les bénévoles et les donateurs.

Dans l'environnement, les raisons sont voisines, il s'agit d'informer, d'éduquer, et le soutien du public est aussi important pour se faire entendre auprès des décideurs.

Les dirigeants du sport et de l'éducation populaire pointent ici le comportement « consommateur » de certains de leurs adhérents. Dans le sport, les responsables associatifs ont aussi un jugement plus sévère, concernant les représentants des services publics.

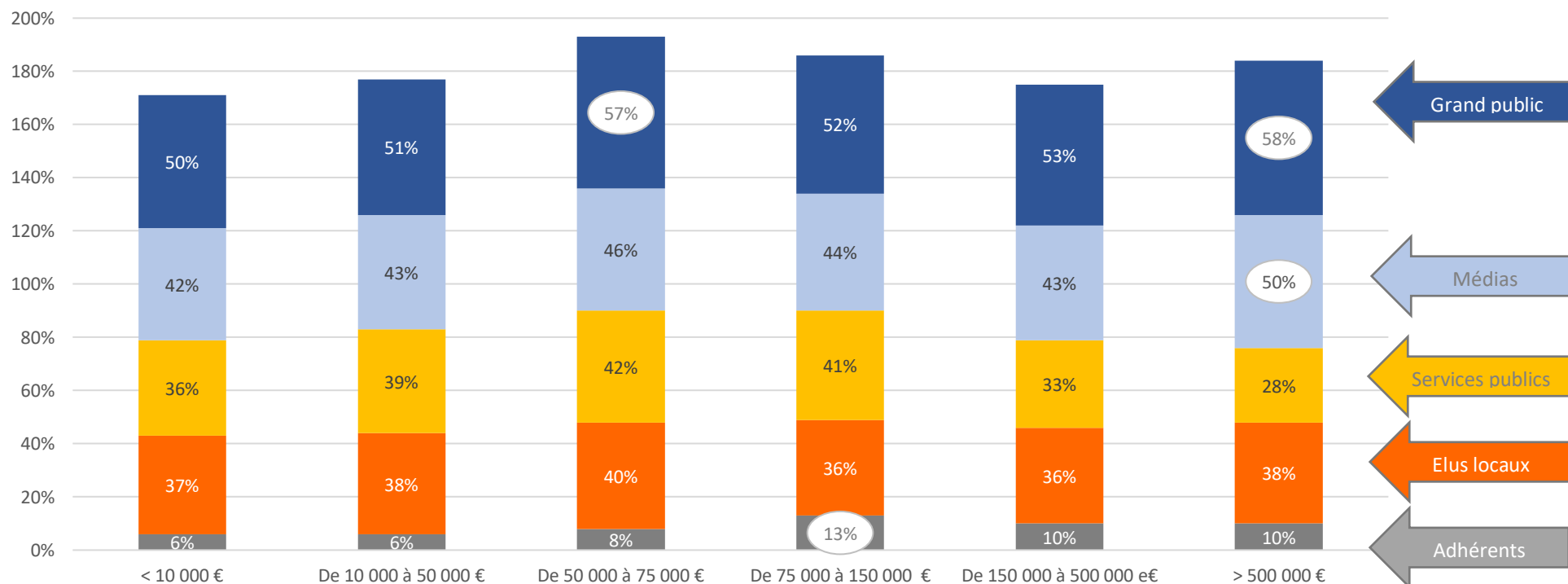
#### *Paroles d'experts*

*“ Si les « services publics » peuvent être assimilés à l'« administration » au sens large du terme, ceux-ci doivent fortement s'interroger sur leurs modalités de contact et sur la qualité des services rendus aux associations. Les reproches souvent faits sur les « lourdeurs administratives » trouvent ici un écho qui doit être intégré dans les réflexions et dans les propositions concernant les relations de partenariat avec les services publics, indispensables à une meilleure efficacité de l'action associative.”*

**Patrick Bonneau**

## Les regrets des dirigeants selon la taille des associations

Graphique 6 - Proportion des réponses « Des rôles trop peu connus » de la part des différents interlocuteurs des associations (fléchés à droite) selon la taille de l'association



Source : enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. Lecture : 50% des responsables de petites association (budget annuel inférieur à 10 000 €) regrettent que son rôle ne soit pas assez connu du grand public. Cette proportion, dans le même secteur d'activité, est de 42%, concernant les médias, et de 36% au regard des services publics.

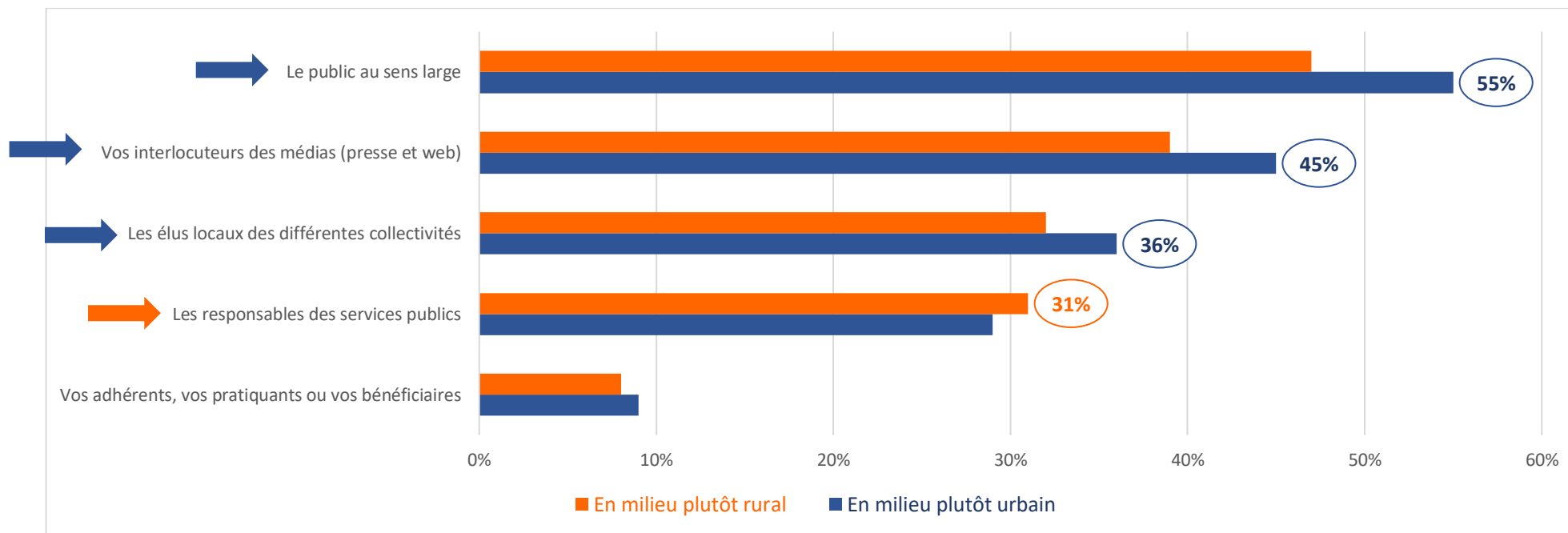
Toujours selon cette lecture horizontale, appuyée sur les proportions qui ressortent indiquées sur fond blanc, les représentants des plus petites associations sont moins en attente que les autres, de reconnaissance en général, sans grande différence entre les budgets annuels inférieurs à 10 000 € et les budgets compris entre 10 et 50 000 €.

Entre 50 et 75 000 €, les regrets sont nettement plus affirmés vis-à-vis des différents interlocuteurs des associations, tout particulièrement de la part de du grand public. Les associations que l'on peut qualifier de taille moyenne (75 000 € à 150 000 €) sont deux fois plus nombreuses que les petites à viser leurs adhérents (13%). Les plus grandes souhaiteraient se tourner plus volontiers vers le grand public et les médias pour obtenir une meilleure reconnaissance.

## Les regrets des dirigeants selon le territoire d'implantation de l'association

Le graphique suivant présente, pour chacun des interlocuteurs des associations, la proportion des responsables insatisfaits, en orange concernant ceux qui agissent en milieu rural et en bleu pour ceux qui se situent en milieu urbain. Ce qui permet de voir aisément les différences.

**Graphique 7 - Proportion des réponses « Des rôles trop peu connus » de la part des différents interlocuteurs des associations selon le territoire d'implantation de l'association**

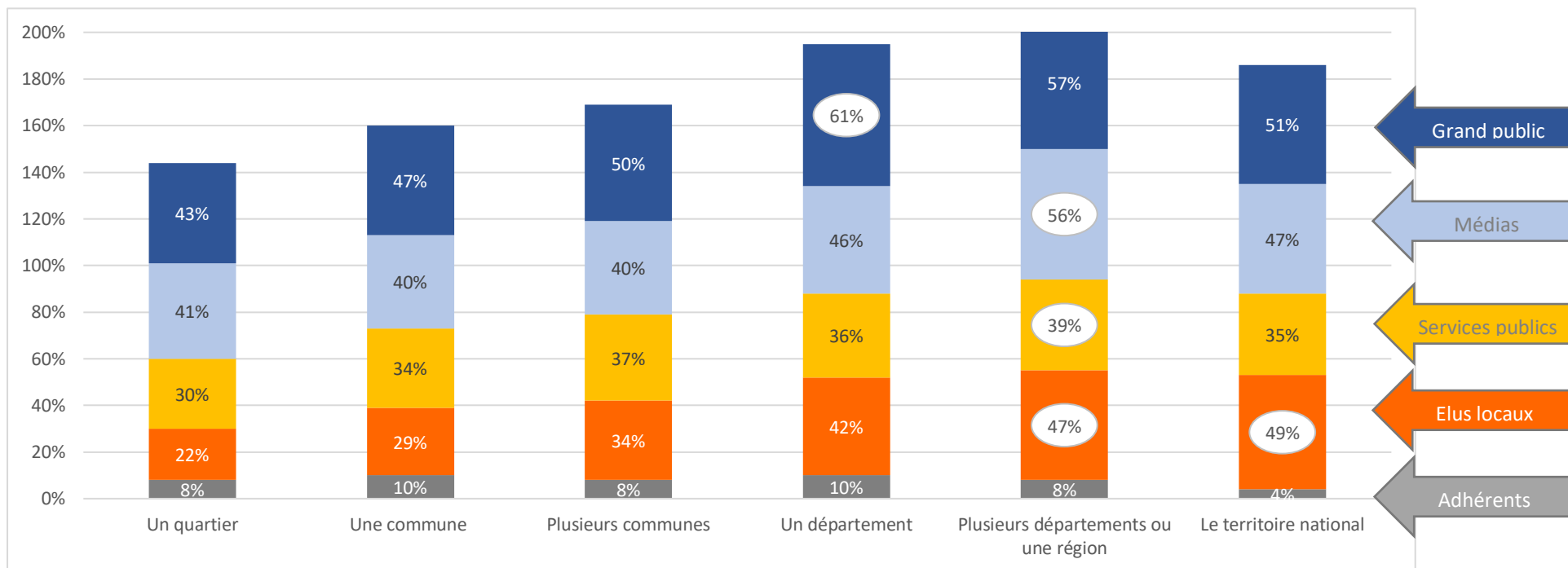


Source : enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. Lecture : 55% des responsables d'associations agissant en milieu urbain regrettent que son rôle ne soit pas assez connu du grand public. Cette proportion est de l'ordre de 48% en milieu rural.

Les attentes sont plus fortes en direction du grand public et des médias, en milieu urbain, là où le tissu associatif est plus étendu et plus dense, ce qui rend la visibilité des associations plus difficile. La différence est notable aussi concernant les élus locaux, avec un vraisemblable effet proximité en faveur des associations situées en milieu rural, qui sont moins nombreuses à revendiquer une meilleure connaissance. En revanche, en milieu rural, les regrets sont un peu plus fréquents (31%) concernant les services publics, souvent géographiquement éloignés.

## Les regrets des dirigeants selon le rayon d'action de l'association

Graphique 8 - Proportion des réponses « Des rôles trop peu connus » de la part des différents interlocuteurs des associations (fléchés à droite) selon le périmètre d'intervention des associations



Source : enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. Lecture : 43% des responsables d'une association agissant au niveau d'un quartier regrettent que son rôle ne soit pas assez connu du grand public. Cette proportion grimpe à 61% au sein des associations agissant sur un périmètre départemental.

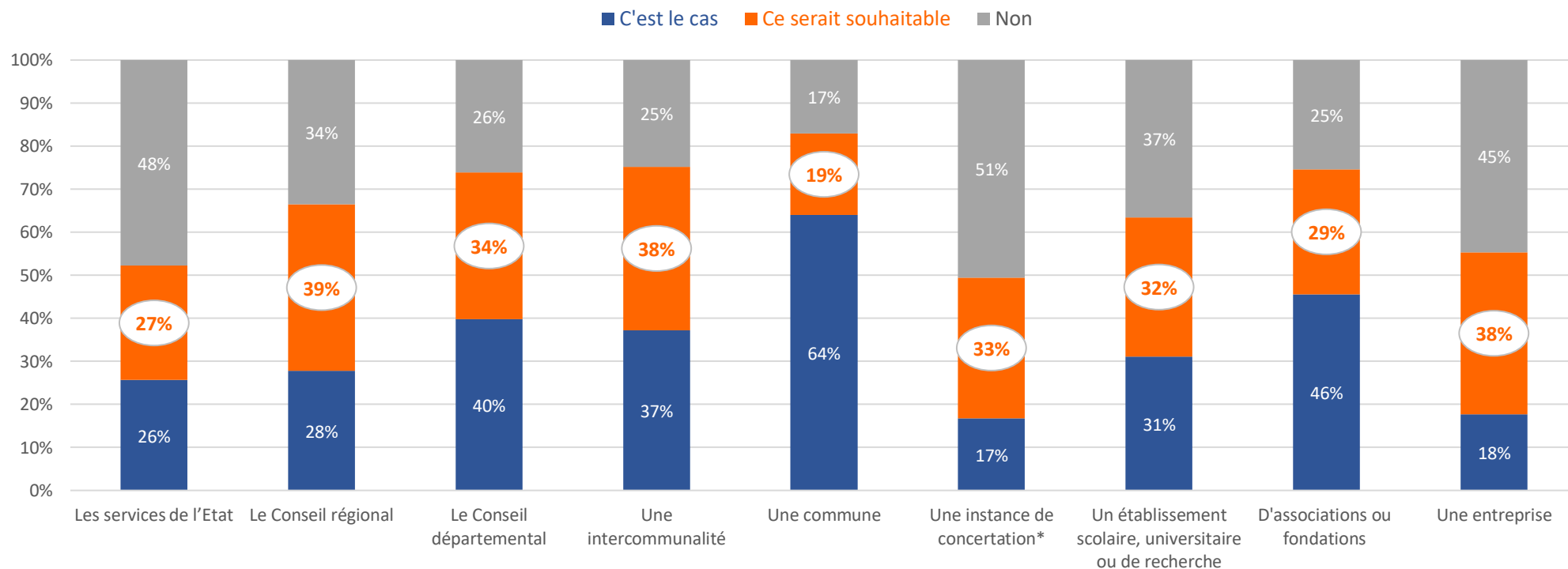
Jusqu'à l'échelle nationale, plus le rayon d'action de l'association est important, plus leurs dirigeants regrettent qu'elle ne soit pas mieux connue et mieux reconnue dans toutes ses dimensions sociales. Lorsqu'elle mène son action au niveau d'un département, les attentes sont plus vivement exprimées en direction du grand public ; à l'échelle régionale, les médias et les services publics sont plus souvent pointés du doigt.

Vis-à-vis des élus locaux, l'effet « proximité » semble progressif : plus le périmètre d'action s'élargit, plus les liens se distendent, plus les attentes sont affirmées. Au point d'être exprimées par un dirigeant associatif sur deux d'une association nationale.

### III - Des attentes affirmées en matière de partenariats

Les résultats de l'enquête de 2016 analysés avec *Le Rameau* ont livré des enseignements intéressants sur les objectifs, les démarches et les leviers inhérents aux pratiques partenariales des associations. Ces nouvelles questions, posées récemment, dressent un état des lieux des coopérations en cours avec les différents partenaires et surtout de celles qui n'ont pas encore vu le jour et qui font défaut aux responsables associatifs. C'est précisément sur ces dernières qu'il convient d'insister dans le graphique suivant.

**Graphique 9 - Avec quels partenaires menez-vous ou souhaiteriez-vous mener vos actions ?**



Source : Enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. \*conseil de développement, conseil de quartier, conseil citoyen... Lecture : 26% des associations mènent aujourd'hui des actions avec les services de l'Etat. Elles sont 27% à souhaiter le faire demain. Ces proportions sont respectivement de 28% et de 39%, pour le Conseil régional.

Un mot d'abord, concernant l'état des lieux et la situation aujourd'hui : conformément aux résultats des enquêtes antérieures menées sur le sujet, les communes sont les premiers partenaires des associations (64%). Viennent ensuite, mais assez loin, les partenariats avec d'autres associations et fondations (46%). Les conseils départementaux (40%) et les intercommunalités (37%) viennent ensuite, devant un dernier groupe constitué des établissements scolaires (31%), des conseils régionaux (28%), des services de l'Etat (26%), des entreprises (18%) et des instances de concertation (17%). La proportion d'associations en partenariat avec ces différentes structures varie de 17% à 64%.



### Paroles d'experts

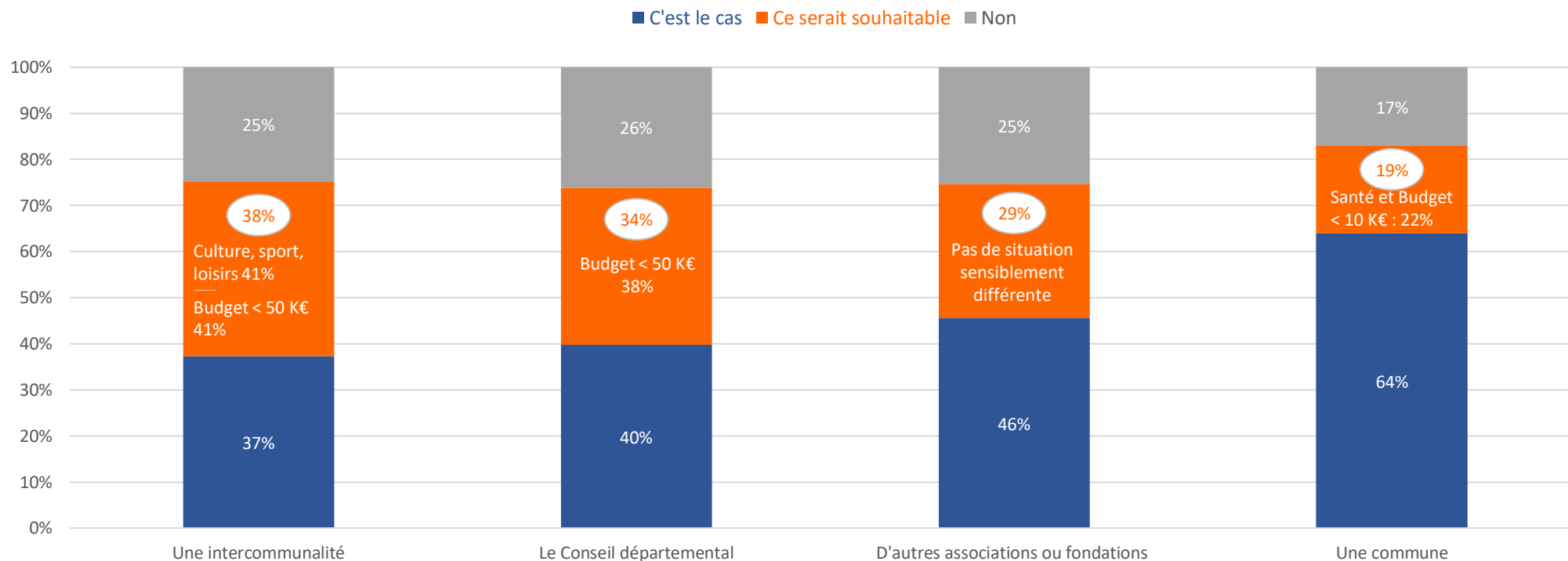
*“ Le graphique montre bien les grandes tendances historiques du partenariat qui met en avant le duo « Commune / département ». Cette relation s’est constituée au fil du temps par une relation privilégiée avec le « Maire » d’une part et le « Conseiller général » aujourd’hui départemental, d’autre part. Deux acteurs de proximité qui ont une bonne connaissance des associations et de leurs dirigeants. Mais « Relation » le plus souvent personnelle qui explique peut-être le fort déficit des « Instances de concertation », structures les moins reconnues des associations. Ce qui constitue tout de même une sorte de paradoxe ! Malgré tous les changements plus ou moins récents dans l’organisation du territoire, cette accroche reste durable, même si certains acteurs comme les Régions semblent faire une percée auprès des associations et pourraient, selon les compétences attribuées, jouer un rôle renforcé dans l’avenir, notamment sur les thématiques de l’environnement, de l’humanitaire ou de la santé. ”*

**Patrick Bonneau**

Ce panorama général dressé, observons de plus près les regrets d’aujourd’hui qui sont autant de souhaits exprimés pour demain : ils doivent être observés au regard de l’existant. Ainsi, dès lors que les coopérations sont particulièrement nombreuses avec les communes (64%), ce que nous pourrions appeler la marge de progression souhaitée (19%) est assez faible, mais significative. Au bilan, on ne trouve que 17% de réponses indifférentes à ce sujet. Le même exercice, pratiqué au regard des partenariats avec les intercommunalités, montre un existant décalé (37%), et des souhaits bien plus fréquents (38%). De sorte que les indifférents ne sont que 25%. Les partenariats avec les instances de concertations constituent un sujet plus complexe, aux yeux des responsables associatifs : elles sont inégalement réparties sur le territoire, fonctionnent d’une façon très différente, lorsqu’elles sont identifiées par les associations. De sorte que les indifférents sont légèrement majoritaires (51%) sur le sujet.

Pour observer en détail ces réponses « Ce serait souhaitable », comme l’expression d’une attente ou d’un besoin non satisfait, nous proposons de les croiser, d’abord, au regard des quatre partenaires les plus fréquents aujourd’hui, ceci pour faciliter la lecture. Cette méthode permet, à partir du résultat global exprimé en matière de souhaits pour demain, d’indiquer s’il varie significativement en positif, éventuellement, selon le secteur d’activité, le budget, le périmètre d’action ou l’implantation en secteur rural ou urbain. C’est l’objet du graphique suivant.

**Graphique 10 - Avec quels partenaires menez-vous ou souhaiteriez-vous mener vos actions ? (ici partenariats les plus fréquemment établis)**



Source : Enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. Lecture : en moyenne, sur l'ensemble du panel, 38% des dirigeants des associations souhaiteraient établir une coopération avec une intercommunalité, ils sont 41% dans les associations sportives, culturelles et de loisirs. Concernant les souhaits de coopérations avec d'autres associations ou fondations, les résultats ne varient pas significativement autour de la moyenne de 29%, selon les différents critères.

Indiquons d'abord que la proportion de dirigeants ne voyant pas l'intérêt d'un partenariat avec une structure intercommunale, avec un conseil départemental ou encore avec une autre association ne varie pas, elle est de l'ordre de 25%. Ceci correspond, d'une part, aux objectifs propres de chaque association, à son mode de fonctionnement, et pour une part aussi, à ses moyens et disponibilités. En toute hypothèse, cela ne doit pas être lu d'une manière négative.

Tout en rappelant bien que les souhaits exprimés doivent être lus au regard de l'existant, reprenons-les ici, en fonction des quatre partenaires proposés. Ils sont, en moyenne, au plus haut (38%), concernant les structures intercommunales, en raison de leur développement et de leur importance croissante dans le paysage administratif. Leurs compétences et leurs moyens sont accrus, ce qui correspond à des enjeux importants pour les associations. De ce point de vue, les attentes sont plus vivement exprimées par les dirigeants de la culture, du sport et des loisirs dont beaucoup ont un budget limité, inférieur à 50 K€.

Les responsables associatifs sont 34% en moyenne, à souhaiter établir des coopérations avec un Conseil départemental, et plus encore (38%), lorsque leur budget annuel est inférieur à 50.000 euros. Si la proportion des souhaits exprimés ne varie pas en fonction des critères, concernant les coopérations avec d'autres associations, il n'en est pas de même pour celles qui ont trait aux communes. Ils sont plus nombreux, d'une part, dans le domaine de la santé, d'autre part, lorsque le budget est inférieur à 10.000 euros.

#### *Paroles d'experts*

*“ Près de 20% des associations (18%) mènent des partenariats avec des entreprises et 38% sont prêtes à le faire. Cela peut sembler rassurant et trop peu à la fois. A l'heure où, face aux nouveaux défis environnementaux, sociaux et sociétaux, nos gouvernants s'interrogent sur la relation « Entreprise et intérêt général », il semble important d'encourager les relations entreprises/associations. On l'a vu dans une de nos dernières études<sup>5</sup>, le nombre de PME déclarant un don aux associations a doublé en 6 ans et leur don moyen a augmenté de 9%. Une autre étude<sup>6</sup> a montré que 78% des français considèrent que, dans les années à venir, les entreprises devraient davantage intervenir sur les sujets liés à l'intérêt général. On a également<sup>7</sup> vu que 46% des entreprises qui ne pratiquent pas le mécénat de compétences souhaiteraient le faire dans un avenir proche. Voilà autant de signes qui devraient à l'avenir inciter les associations désireuses d'augmenter leur impact, à renforcer leurs partenariats avec les entreprises que ce soit en matière de mécénat, de pratiques responsables, de coopération économique et d'innovation sociétale. ”*

*Christian Cascio*

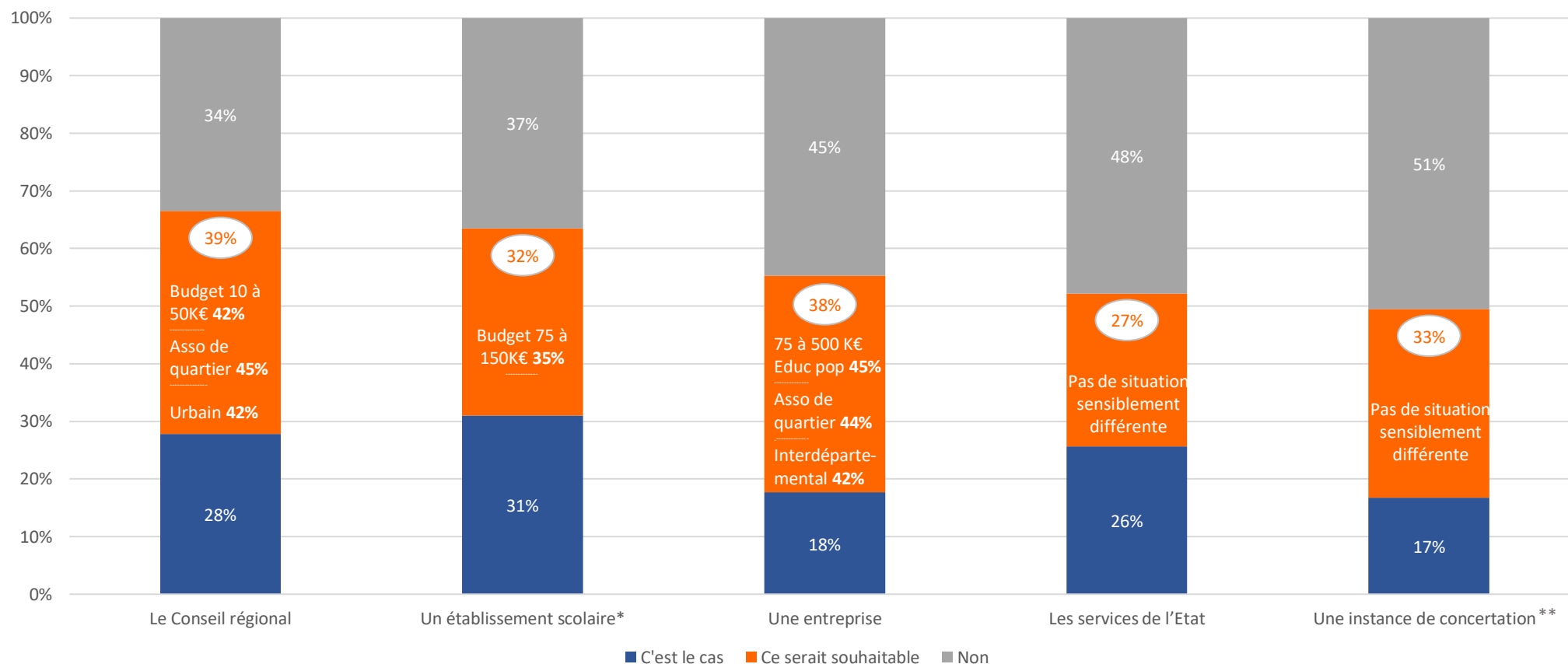
<sup>5</sup> Mécénat Déclarations fiscales des entreprises – janvier 2018

<sup>6</sup> Etude Viavoice pour l'Observatoire d'intérêt général – avril 2017

<sup>7</sup> Panorama du Pro Bono – Pro Bono Lab - 2016

Dans un second graphique, nous prenons en compte les cinq types de partenariats qui sont aujourd’hui un peu moins fréquents. Avec la même préoccupation de mettre en avant la proportion des souhaits exprimés, et la variation de leur fréquence, selon les différents critères relatifs aux associations.

**Graphique 11 - Avec quels partenaires menez-vous ou souhaiteriez-vous mener vos actions ? (ici partenariats les moins fréquemment établis)**



Source : Enquête d'opinion des responsables associatifs 2017. \*Etablissement scolaire, universitaire ou de recherche. \*\* Conseil de développement, conseil de quartier, conseil citoyen... Lecture : en moyenne, sur l'ensemble du panel, 39% des associations souhaiteraient mener des actions avec le Conseil régional. Elles sont 45% parmi les associations de quartier, 42% parmi les associations dont le budget se situe entre 10 000 et 50 000 euros et également 42% si elles sont implantées en milieu urbain.

Examinons d'abord la proportion de celles et ceux que nous avons nommés les indifférents. Tout en rappelant que ce n'est pas un défaut, mais seulement le reflet des objectifs et des enjeux propres à chaque association. La proportion de ces répondants varie de 34%, au regard du Conseil régional, jusqu'à 51%, vis-à-vis d'une instance de concertation, assez souvent mal connue quand elle n'est pas en sommeil.

Tout en invitant le lecteur à observer la proportion de ceux qui souhaitent établir un partenariat, en lien avec l'existant, comment cette proportion évolue-t-elle en fonction des partenaires potentiels, et surtout en fonction des critères propres à chaque association ?

Les attentes les plus nombreuses s'expriment en direction du Conseil régional (39%), plus fréquemment encore en milieu urbain, au sein des associations de quartier, dont le budget annuel se situe entre 10 000 et 50 000 euros. Ces attentes sont presque au même niveau (38% en moyenne), au regard d'un existant assez modeste (18%), vis-à-vis des entreprises. Un nouvel enjeu pour les associations, certes disposant de budgets assez importants (entre 75 000 et 500 000 euros) mais pouvant agir au niveau d'un quartier comme au plan interdépartemental. Les associations d'éducation populaire se distinguent par des attentes plus marquées que dans les autres secteurs d'activité.<sup>8</sup>

#### Paroles d'experts

“ De prime abord, une première lecture de ces résultats peut surprendre si on les compare à ceux de la même étude réalisée l'an dernier, et plus largement sur les différentes études traitant des partenariats dans le secteur associatif. En effet, les écarts peuvent être plus que significatifs, allant jusqu'à un rapport de un à deux sur certaines parties prenantes. Alors comment expliquer ces différences ? Cette apparente contradiction s'explique parfaitement par le fait que le sens et le contexte de la question n'étant pas les mêmes, les associations se réfèrent à des réalités différentes. Cette année, le prisme de l'étude est celui d'un « partenaire d'action » sur le territoire. Cela corrobore l'hypothèse selon laquelle les associations segmentent intuitivement en deux catégories leur « partenaire » : les « partenaires d'action », avec lesquelles elles agissent sur le terrain, et les « partenaires ressources » qui leur donnent les moyens de réaliser leur mission. Le même mot « partenariat » est ainsi utilisé pour traduire des réalités différentes. Selon le contexte, et l'angle de questionnement, il n'est donc pas surprenant que les résultats puissent être aussi significativement différents. Loin de traduire une erreur, ou une difficulté à donner une information fiable sur le sujet, les associations traduisent là la nécessité de clarifier les concepts. En matière de co-construction, la sémantique est fondamentale. Le terme « partenariat » fait partie des mots « valises » qu'il conviendrait de pouvoir définir avec précision pour éviter des inévitables divergences d'interprétation. Cependant, c'est le propre même des concepts en émergence, dont il est difficile de qualifier a priori une réalité qui se construit empiriquement chaque jour. Cette phase d'invention des nouveaux liens entre la diversité des organisations, publiques et privées, est actuellement en cours. Il est donc difficile d'en avoir encore une réalité homogène et parfaitement délimitée. Pour ces concepts qui traduisent une réalité en construction, il faut pouvoir accepter cette incapacité collective à pouvoir « nommer » les choses de manière homogène. Le terme partenariat est loin d'être le seul dans ce cas, la même analyse peut faire sur la notion d'accompagnement.

Dans ce cas, le contexte du questionnement devient un élément structurant de l'analyse. Pour l'illustrer, prenons l'exemple des relations associations – entreprises. Selon l'étude R&S – Le RAMEAU publiée l'an dernier, les associations répondaient qu'elles avaient développé un partenariat avec les entreprises à hauteur de 36% ; ce qui correspond à leur pratique générique (partenariat d'action + partenariat ressources). Lorsque l'étude les questionne cette année sur l'action territoriale, seulement 18% déclarent des partenariats avec les entreprises. Ce double résultat laisse donc à penser que les entreprises ne sont considérées comme des partenaires d'action que pour une association sur deux qui développent des relations avec les entreprises. Pour les autres, ces dernières ne sont que des partenaires « ressources » (financières, humaines au travers du mécénat de compétences, ou logistique au travers des dons en nature). Ces résultats sont parfaitement cohérents avec les observations de terrain, et les autres analyses menées par ailleurs, notamment dans le cadre de l'Observatoire des partenariats. Cet exemple montre combien il est particulièrement important de croiser les données pour mieux en comprendre la portée. ”

**Le RAMEAU**

<sup>8</sup> Le lecteur pourra se reporter à l'étude publiée par Recherches & Solidarités (janvier 2018) sur le mécénat des entreprises, mesuré en fonction de leurs déclarations fiscales au titre de l'impôt sur les sociétés et au regard des enquêtes régulières menées par ADMICAL.

## *D'autres partenaires ?*

La liste proposée a manifestement suffi à la plupart des dirigeants associatifs qui ont participé à l'enquête. Moins d'une centaine d'entre eux ont jugé utile de préciser les autres partenaires avec lesquels ils tissent ou souhaiteraient tisser des relations. Pour être le plus complet possible et peut-être donner quelques idées aux uns et aux autres, en voici l'énumération :

- Des organismes sociaux : Agence régionale de santé, Caisse d'Allocations Familiales, établissements de soin, maisons de retraite, mutuelles, partenaires du monde du handicap, société HLM...
- A l'international : des universités européennes, des pays émergents...
- Dans le monde économique : des chambres consulaires et des centres de formation des apprentis, le conseil de l'ordre des médecins et la chambre des notaires, des aménageurs, des syndicats employeurs, des associations d'entrepreneurs, des comités d'entreprises, des acteurs de l'économie sociale et solidaire...
- D'autres partenaires divers : associations culturelles, églises, journalistes, collectifs citoyens, fédérations associatives...

## Ce que l'on peut retenir

Les résultats de cette enquête illustrent bien les multiples facettes de l'action associative dans le territoire : quelle que soit l'activité exercée par l'association, au service de la population ou d'un groupe d'habitants, elle a très souvent un impact sur l'animation, l'attractivité et le sentiment d'appartenance au territoire. Elle est aussi une école de la vie, un lieu d'apprentissage, un lieu d'expérimentation, d'innovation...

Ces résultats sont aussi l'expression du manque de reconnaissance dont souffrent de nombreux dirigeants associatifs, expression régulièrement observée dans le cadre de nos enquêtes auprès des bénévoles. Ici, l'analyse détaillée, selon les typologies d'associations, montre qu'il s'exprime différemment en direction des interlocuteurs potentiels des associations. Quand le grand public est particulièrement visé par les associations des secteurs de la santé, de l'humanitaire, de l'éducation populaire ou de l'environnement, ou encore par les associations situées en milieu urbain, les services publics sont plus volontiers interpellés par les dirigeants des associations sportives et par celles qui ont un rayon d'action régional (peut-être en lien avec le nouveau découpage régional...).

Ces différences constituent autant de points de vigilance pour les interlocuteurs visés qui peuvent tenter de corriger leur image, et autant de discours à construire pour les responsables associatifs et leurs représentants, pour sensibiliser ces mêmes interlocuteurs. Pour ce faire et plus encore lorsqu'ils souhaitent tisser des coopérations avec eux, les acteurs associatifs doivent construire et adapter le discours pour chaque cible, trouver les bons représentants vers qui le porter, les arguments qui vont convaincre...

En effet, lorsque le rôle d'une association n'est pas suffisamment connu, cela peut venir d'un interlocuteur trop peu attentif, mais aussi d'un déficit de communication de l'association elle-même. Cela veut dire qu'elle interpelle, certes, cet interlocuteur, mais aussi qu'elle doit s'interroger sur sa stratégie propre. Et dès lors qu'elle exprime un regret, c'est qu'elle a identifié un enjeu.

Le raisonnement est le même pour ce qui concerne les coopérations : un déficit exprimé en la matière et vis-à-vis d'un partenaire potentiel traduit un souhait qui peut être satisfait, du moins en partie, par une attitude volontaire de l'association, pour convaincre ce partenaire de l'intérêt du rapprochement et des échanges.

**En lien avec le thème de cette enquête :** Etude « [Associations & partenariats](#) » *Le Rameau* – R&S. Mars 2017.

### **RECHERCHES & SOLIDARITES, un réseau d'experts au service de toutes les formes de solidarités.**

Association sans but lucratif, R&S s'est donné pour objectif d'apporter aux acteurs et aux décideurs les informations les plus récentes, avec une préoccupation de complémentarité utile par rapport aux travaux qui sont menés et publiés par ailleurs.

Elle s'appuie sur des données provenant d'organismes officiels (Journal officiel, ACOSS-URSSAF, Mutualité Sociale Agricole, Direction générale des Finances publiques...) et sur ses enquêtes annuelles pour produire des publications qui sont en libre accès sur [www.recherches-solidarites.org](http://www.recherches-solidarites.org).

R&S réalise également, en lien avec des partenaires de plus en plus nombreux (réseaux associatifs, services déconcentrés de l'Etat, conseils généraux, associations nationales...) des travaux spécifiques sur le bénévolat, la vie associative ou le don d'argent.