

1 500 000

associations
en France en 2017

Source : Le paysage associatif
français – Mesures et évolutions,
Viviane Tchernog et Lionel
Prouteau

DÉCRYPTAGE

» Le nombre d'associations actives en France est passé de 1 300 000 en 2011 à 1 500 000 en 2017, soit une croissance moyenne annuelle de 2,4 %. L'augmentation moyenne annuelle du nombre d'associations est ainsi de l'ordre de 33 300. Cette hausse est due à une forte croissance du nombre de petites associations de bénévoles, le nombre d'associations employeuses ayant légèrement baissé depuis 2010, du fait de leurs nombreux regroupements.

La feuille de route gouvernementale pour le développement de la vie associative

Le 29 novembre dernier, le secrétaire d'Etat Gabriel Attal a présenté un plan d'action en faveur de la vie associative. Quinze mesures ont été annoncées pour répondre aux attentes des acteurs du monde associatif.

» Nos associations sont un trésor : sans elles, notre République n'aurait pas tout à fait le même visage », a tenu à rappeler le secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse Gabriel Attal, en préambule de la présentation de la feuille de route gouvernementale pour le développement de la vie associative.

Renforcer l'accompagnement

Fruit de plusieurs mois de travaux avec des représentants du monde associatif, le plan d'action du gouvernement s'articule autour de trois axes. Le premier consiste à mettre en place un appui structurel et un accompagnement renforcé des associations. Pour cela, sept mesures ont été décidées. Parmi elles, il faut citer le **déploiement du dispositif Impact Emploi** qui permet aux associations de moins de 10 salariés de déporter leurs formalités administratives sur l'URSSAF. Il va être élargi aux associations de moins de 20 salariés. Le gouvernement souhaite également **promouvoir les groupements d'employeurs** grâce au lancement d'appels à projets territoriaux et **augmenter de 1 000 unités par an les postes Fonjep** (Fonds de coopération de la jeunesse et de l'éducation populaire) sur les quatre prochaines années. Il s'est également fixé comme objectif de stabiliser la gestion des associations en **facilitant la conservation d'un excédent sur les financements publics** non consommés, constaté à l'issue de l'action, dès lors que l'excédent pourra être qualifié de « raisonnable ».

Développer l'engagement individuel

Autre pilier du plan d'action : valoriser et reconnaître l'engagement individuel. Pour cela trois mesures ont été annoncées.

La première consiste à mieux reconnaître l'engagement tout au long de la vie et notamment en rendant accessible à tous, gratuitement, l'obtention des modules du **Certificat de formation à la gestion associative** (CFGGA). Le gouvernement souhaite aussi étendre le bénéfice du **Compte engagement citoyen** à l'ensemble des bénévoles assumant des responsabilités d'encadrement et prenant une part active à la vie de leur association, leur permettant d'acquérir des crédits pour se former. Enfin, il veut **promouvoir les congés d'engagement** auprès des salariés et **développer le mécénat de compétences**, notamment pour les agents publics. Avec ces mesures, le secrétaire d'Etat souhaite lever les freins à l'engagement qui persistent : « freins culturels, sociaux, économiques, géographiques. »

Miser sur la philanthropie

Le troisième et dernier axe du plan gouvernemental consiste à faire du développement associatif l'affaire de tous. Dans ce cadre cinq mesures ont été prises. Le gouvernement désire développer une **culture française de la philanthropie** et notamment permettre à celui qui veut donner à une institution philanthropique de le faire. Une mission parlementaire sera lancée en 2019 afin d'étudier l'ensemble des modalités de mise en œuvre. Autre mesure importante, le secrétaire d'Etat veut **favoriser les dons des TPE et PME** (la limite des versements éligibles s'élève désormais à 10 000 euros). Il souhaite aussi **que l'engagement des entreprises envers les associations soit reconnu** par un label, dans leurs certifications, notamment de qualité. Pour Gabriel Attal, le monde du lucratif et celui du non-lucratif sont deux mondes complémentaires « *qui ont beaucoup à s'apporter et qui gagneront à travailler davantage ensemble demain.* » ■

Instagram au service des associations

Lancé en 2010, le réseau social Instagram séduit un public de plus en plus large. Il offre aux associations de nouvelles opportunités pour communiquer.

» Le 20 juin dernier, le réseau social Instagram a annoncé avoir franchi le seuil d'un milliard d'utilisateurs actifs par mois dans le monde. Rien qu'en France, on recense 17 millions d'utilisateurs chaque mois, soit environ un Français sur quatre. En moins d'une décennie, le réseau social basé sur le partage de photos a réalisé une ascension fulgurante alors que l'attrait pour Facebook ou Twitter avait tendance à s'essouffler.

Un public plus jeune

« Utiliser Instagram permet aux associations de renouveler et de diversifier leur audience en touchant des donateurs plus jeunes », explique une des porte-paroles du réseau social en France. Une étude publiée en 2014 par l'institut GlobalWebIndex révélait en effet que trois utilisateurs d'Instagram sur quatre avaient moins de 35 ans et que les 16-24 ans représentaient à eux seuls 41 % de tous les utilisateurs de l'application. C'est d'ailleurs cette jeune audience qui a incité l'association Petits Princes, qui réalise les rêves des enfants et des adolescents malades, à y créer un compte en novembre 2018. « Sur Instagram nous publions des photos des rêves exaucés, par exemple lorsque Mehdi a pu visiter le château de Versailles en VIP ou qu'Ambre a pu rencontrer la chanteuse Louane », témoigne Morgan Gicquel, le community manager de l'association. « Nous avons constaté que cela avait incité des jeunes à faire des dons à l'association. Très présents sur Instagram, leur intérêt pour l'association est né via ce réseau social. » Morgan Gicquel utilise également Instagram pour publier des stories, des petites séquences de photos ou de vidéos disponibles pendant 24 heures. « Nous avons publié une story lors de la soirée organisée au Casino de Paris pour célébrer le 7000e rêve réalisé. Nous avons ainsi pu montrer les coulisses



de l'événement. Il y a un fort intérêt du public pour ce type de contenu », a-t-il constaté. Une tendance qui est confirmée par les chiffres. « Il y a 500 millions d'utilisateurs quotidiens des stories dans le monde », indique la porte-parole d'Instagram France, soit un utilisateur sur deux.

Des usages multiples

Pour une association, Instagram offre de nombreuses possibilités. Ainsi l'association La rue tourne, qui effectue des maraudes auprès de SDF et agit pour déconstruire les stéréotypes sur les personnes vivant dans la précarité, publie régulièrement sur son compte des portraits de SDF réalisés par des photographes professionnels. Elle poste également des appels pour des collectes ou pour s'inscrire à une maraude. L'association Bloom, qui œuvre pour protéger l'océan et les espèces marines, utilise Instagram pour relayer ses campagnes. Elle publie ainsi sur le réseau social de nombreux contenus éducatifs (infographies, vidéos) ainsi que des appels à signer ses pétitions. Enfin, l'association CéKeDuBonheur, qui agit pour améliorer le quotidien des enfants hospitalisés, se sert notamment d'Instagram pour lancer des appels au bénévolat ou remercier ses partenaires. Depuis peu, il est également possible de poser des questions à ses abonnés ou de réaliser un sondage.

Des échanges plus spontanés

Pour Morgan Gicquel, « sur Instagram, les échanges sont plus simples, plus spontanés que sur Facebook. Il y est très facile de créer des contacts. » Le community manager de l'association Petits Princes ne manque jamais de mentionner les comptes des célébrités ou des organismes partenaires qui soutiennent l'association. « Cela permet d'augmenter notre visibilité. » Il veille également à poster des photos ou des vidéos de bonne qualité. Car en effet à la différence de Facebook, sur Instagram « ce sont les images qui priment », indique la porte-parole d'Instagram France. Et l'attrait d'Instagram pour les associations devrait encore s'accroître dans les prochains mois. En effet, le réseau social a annoncé qu'une nouvelle fonctionnalité allait prochainement être mise en place dans les stories « pour permettre aux associations de faire un appel aux dons et ainsi récolter des fonds directement depuis Instagram. » ■

FOCUS

QUAND LES CAISSES RÉGIONALES VALORISENT LE TISSU ASSOCIATIF

Cette année encore, plusieurs Caisses régionales vont inciter les associations de leur territoire à participer au jeu concours « J'aime mon asso », via leur vitrine internet et leur page Facebook. L'enjeu ? Une somme d'argent pour soutenir l'action associative locale, qu'elle soit d'ordre culturel, éducatif, sportif ou caritatif. Retour d'expérience du Crédit Agricole Centre-Loire : « En 2018, 473 organisations ont participé au concours. Plus de 43 000 internautes ont voté en ligne pour désigner les cinq gagnantes. Chacune a remporté 300€ sur son compte au Crédit Agricole, indique Nadège Cartei, responsable de la communication. Pour une banque mutualiste, voilà une façon concrète et ludique de soutenir les associations qui animent leur territoire.