L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF EN IDF - QUELLE LUMIÈRE AU BOUT DU TUNNEL ?

Grande enquête Unapei Île-de-France

"Une association sans membre actif est vide de sens"

Unapei
Ile-de-France

Introduction

L'engagement associatif n'est pas un enjeu nouveau pour les structures non-lucratives et d'intérêt général. Les difficultés que rencontrent les associations – baisse continue du nombre des adhérents, non-renouvellement des instances de gouvernance, faible participation aux Assemblées Générales, etc. – ne le sont pas davantage. **Elles constituent les symptômes de profondes mutations, vécues par notre secteur, mutations structurelles, organisationnelles que culturelles.** Ces difficultés ne sont pas non plus l'apanage du secteur médico-social ou du monde du handicap. **Dans son ensemble, c'est tout l'associatif qui y est confronté et qui s'organise quotidiennement pour trouver des solutions.**

L'engagement associatif n'est pas non plus seulement une question de survie pour les associations. Comme le sous-titre de l'étude l'exprime, « une association sans membre actif est vide de sens [1] », il s'agit surtout de savoir quel type de société nous souhaitons construire ; **les associations jouent un rôle dans la vie des territoires, dans l'expression des valeurs et aspirations démocratiques, et dans la participation de l'ensemble des citoyens.** Cela est encore plus le cas aux yeux des français et des françaises, qui expriment en 2024, un niveau de défiance particulièrement élevé vis-à-vis des institutions et des organisations politiques (70%), un taux presque inversement proportionnel vis-à-vis des associations [2].

Il existe déjà nombre d'études statistiques et sociologiques sur le sujet. Chaque année, Recherches & Solidarités, publie un état des lieux chiffré de la France engagée [3] qui fait autorité dans le domaine. L'INJEP, sur la base du baromètre annuel de la DJEPVA, fait de même en se spécialisant sur l'engagement des moins de 30 ans [4]. Autant de données qui nous permettent d'observer objectivement l'évolution de la situation, et mieux comprendre les aspirations et les attentes des (potentiels) engagés. Pour autant, aucune étude du même ordre existe au niveau du mouvement parental. **Est-on réellement plus enclin à s'engager lorsqu'on est concerné par la cause ? Quelles sont les attentes et les besoins des familles accompagnées par les associations du mouvement ? Pourquoi certaines adhèrent et d'autres non ? Sur quoi appuyer pour susciter l'envie de s'engager, passivement ou activement ?** Face à ce constat et ces questions, et dans la continuité des travaux de fond lancés par l'Unapei avec le chantier Origami Engagement, le Conseil d'Administration de l'Unapei Île-de-France a souhaité s'emparer du sujet et contribuer à l'ensemble des réflexions. Avec le soutien et la mobilisation des associations franciliennes, une enquête a été lancée et diffusée au second semestre 2024. Celle-ci est à la base de la note de positionnement qui va suivre.

Pour mener ce travail, notre méthodologie a mêlé :

- Une analyse de la littérature et des productions existantes
- Un volet quantitatif via une enquête statistique auprès de l'ensemble des personnes qui gravitent au sein des associations (397 retours) : adhérents, non-adhérents, bénévoles de terrain, bénévoles de gouvernance, représentants en CVS ou dans des groupes de travail divers, mécénats de compétences, etc. (Octobre 2024 – Janvier 2025)
- Un volet qualitatif via des entretiens semi-directifs (8 entretiens) avec des répondants au questionnaire statistique (Décembre 2024 – Janvier 2025)

L'ensemble des données recueillies est disponible. Enfin, selon le taux de réponse, plusieurs départements ont des rapports statistiques propres.

> *"L'engagement associatif et le bénévolat en faveur du handicap et des personnes accueillies sont des valeurs démocratiques indispensables à mettre en oeuvre et pas seulement une occupation pour passer sa retraite."*
>
> Répondant n°203 (Yvelines - 78)

[1] Extrait des verbatims de l'enquête statistique. Répondant n°61 (Paris – 75)
[2] SciencesPo CEVIPOF, "En quoi les français ont-ils confiance aujourd'hui ?", 2024, lien : https://www.sciencespo.fr/cevipof/sites/sciencespo.fr.cevipof/files/BConf_V15_Extraction1_modif.pdf
[3] Recherches & Solidarités, IEDH, « La France bénévole en 2024 », Mai 2024, lien : https://recherches-solidarites.org/wp-content/uploads/2024/11/La-France-benevole-2024-27-mai.pdf
[4] INJEP « Etat d'esprit et engagement des jeunes en 2024 », 2024/13, lien : https://injep.fr/publication/etat-desprit-et-engagement-des-jeunes-en-2024/

Enquête « L'engagement associatif : Quelle lumière au bout du tunnel ? »

Objectifs de l'enquête

Ce travail d'enquête et de terrain n'est pas absolu. Cela n'a pas valeur à apporter toutes les réponses que les associations du réseau Unapei Île-de-France peuvent se poser. Cela n'a pas non plus valeur à réinventer ce que ces-dernières font déjà très bien. Au contraire. Ce travail a pour objectifs de :

- Dresser un **état des lieux de la relation des familles**, engagées ou non, **avec l'association** qui accompagne leur proche
- Poser quelques **bases de compréhension sur le sujet de l'engagement associatif** pour sortir des idées reçues communément admises, rarement étayées objectivement mais source d'inertie et de découragement
- Mieux **comprendre le pourquoi de l'engagement et du non-engagement des familles.** Les constats vis-à-vis de la situation des associations sont connus mais le pourquoi individuel et collectif est moins bien identifié
- **Partager les pratiques des uns et des autres pour inspirer et faire réseau**, même si ces pratiques, prises seules et décorrélées de leur contexte, ne changeront pas forcément la donne pour ceux qui souhaiteront s'en emparer

Cette enquête fait partie d'un travail plus global pour ériger l'engagement et la vie associative en priorité, et contribuer aux réflexions déjà menées par le niveau national du mouvement. Journées Régionales dédiées, journées de formation administrateurs, ateliers d'intelligence collective, outils pratiques, etc. Autant de rendez-vous complémentaires proposés pour mettre les acteurs associatifs autour de la table.

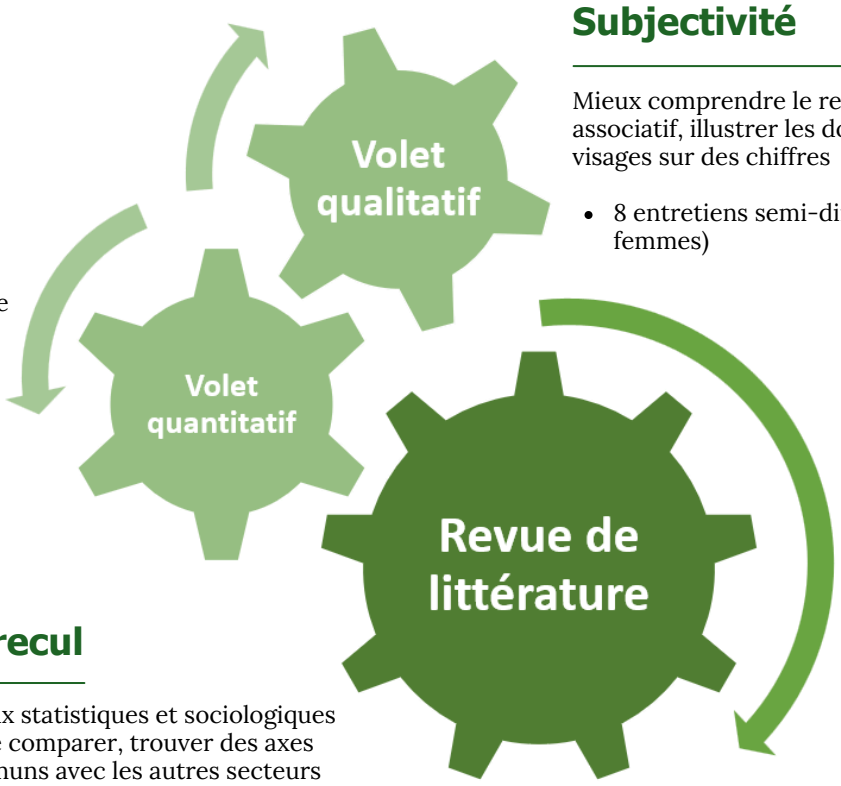
La méthodologie de travail et de l'enquête

Deux approches complémentaires ont permis la construction de l'enquête entre fin 2024 et début 2025 : d'octobre à janvier, une enquête statistique auprès de l'ensemble des personnes gravitant dans et autour des associations, avec un questionnaire en ligne. A cette approche s'ajoute, entre décembre et février, une démarche d'entretiens individuels avec des engagés (administrateurs) volontaires.

Objectivité

Dresser un état des lieux chiffrés et poser des bases de compréhension

- 397 réponses à un questionnaires en ligne



Subjectivité

Mieux comprendre le ressorts de l'engagement associatif, illustrer les données et mettre des visages sur des chiffres

- 8 entretiens semi-directifs (4 hommes / 4 femmes)

Prendre du recul

S'enrichir des travaux statistiques et sociologiques existants, pouvoir se comparer, trouver des axes d'amélioration communs avec les autres secteurs

- Recherches sociologiques, IFOP, INJEP, FONJEP, Recherches & Solidarités, CREDOC, IEDH, CEVIPOF, etc.

Objectiver les difficultés et poser les constats du pourquoi – Volet quantitatif

La recherche sociologique s'accompagne bien souvent d'un travail de déblayage statistique. Même s'il est possible de faire dire tout et son contraire à des chiffres, lorsqu'on les décontextualise et qu'on ne les compare pas, ceux-ci nous apportent une première base de travail nécessaire, que l'on pourra mieux comprendre grâce aux entretiens. Ainsi, une première appréhension du sujet au sein du réseau régional a été réalisée pour :

- Dresser un **état des lieux de la relation qu'entretiennent les familles** engagées ou non **avec l'association** accompagnant leur proche
- **Laisser la parole aux familles**, de manière anonyme et sans pouvoir identifier telle ou telle association pour éviter l'autocensure
- **Recueillir des données préliminaires et réaliser des statistiques** sur les motivations et démotivations à l'engagement

Le questionnaire a été transmis aux responsables associatifs pour diffusion plus large à toutes les personnes concernées entre le 3 octobre 2024 et le 18 janvier 2025. Cela a permis de récolter 397 retours, avec un ratio équilibré entre les personnes engagées (57%) et les personnes non-engagées (43%), nous permettant d'avoir un panel représentatif . En fonction du profil du répondant, celui-ci était amené à répondre au minimum à 8 questions (fermées) et au maximum à 12, maximisant les chances de récupérer suffisamment de données ; plus un questionnaire est long et ouvert, moins les répondants potentiels iront jusqu'au bout.

Enfin, l'enquête telle que menée n'a pas intégré les associations tutélaires du réseau. L'engagement associatif est un enjeu tout aussi prégnant pour ce type de structures, mais se pose dans des termes et des considérations différentes. Cela devra faire l'objet d'un travail spécifique et complémentaire.

Faire parler les chiffres et comprendre les apparentes contradictions – Volet qualitatif

Le sujet de l'engagement associatif est un sujet de société mais aussi une question touchant au ressenti et à l'histoire de chacun. Dès lors, un questionnaire en ligne perd la dimension subjective fondamentale qui permet de faire parler les chiffres, les illustrer, voire comprendre les apparentes contradictions des répondants. Il ne faut jamais négliger le delta entre ce que pensent les répondants et ce qu'ils font réellement, ni vouloir tout expliquer par des considérations rationnelles.

Ainsi, une approche plus qualitative a été réalisée, via des 8 entretiens (4 femmes et 4 hommes) semi-directifs entre décembre 2024 et février 2025 pour :

- **Saisir l'aspect subjectif et individuel de l'engagement associatif** et de la relation d'un engagé avec son association
- **Croiser les points de vue et les constats**, identifier les leviers d'action, les priorités, et les obstacles des uns et des autres
- Faire parler les chiffres et **mettre des visages sur des données brutes**
- **Faire remonter les pratiques du terrain**, qu'elles soient jugées efficientes ou pas, pour faire réseau

Ce volet n'a pas de valeur représentative au contraire du travail quantitatif expliqué précédemment. Il s'agit davantage d'avoir une approche globale pour éviter les angles morts.

Les entretiens ont été réalisés avec des administrateurs volontaires, sur la base d'un guide d'entretien en trame de support. Chaque entretien[1] a duré entre 1h15 et 2h, en présentiel ou en visioconférence.

[1] Pour s'approcher de la représentativité, le chiffre des retours (l'échantillon) importe peu. L'important est la représentation de chaque cible : genre, âge, profils, département, … Par exemple, le faible taux de retour des personnes venant de l'Essonne ne disqualifie pas le travail global ; les retours de ces-derniers ne s'écartant par exemple pas des répondants venant des Yvelines (département le plus représenté). Le nombre d'associations du réseau présentes dans le78 et le 91 varie de 2 à 10. Par comparaison, l'étude annuelle de Recherches & Solidarités a récolté, en 2024, 3 920 retours de bénévoles, équivalent à environ 300 réponses par région.

Unapei Île-de-France

Enquête « L'engagement associatif : Quelle lumière au bout du tunnel ? »

Les points saillants de l'étude

Tout au long de l'enquête, plusieurs éléments sont ressortis comme des points sur lesquels les structures associatives devraient davantage travailler, autant du côté des potentiels futurs engagés, que des engagés actuels, soit pour les fidéliser, soit pour leur donner envie de s'engager davantage (en participant à un groupe de travail ou en s'engageant en tant qu'administrateur par exemple).

Communiquer

Régulièrement sur les activités associatives, sur les besoins d'engagement, sur les possibilités, etc.

Individualiser

Pour créer des liens de proximité et dépasser le sentiment de ne rien avoir à apporter

Incarner

Les valeurs associatives et la cause du handicap par des actions concrètes

Impliquer

En proposant plusieurs formes d'engagement et en rendant tout le monde ambassadeur (adhérents, bénévoles, professionnels, administrateurs, etc.) de l'association

Militer

Au sens de citoyenneté : tous acteurs de la société de demain !

Territorialiser

En tant qu'acteurs d'un territoire et de dynamiques locales

Rationaliser

Par des outils de suivi des engagements, des adhésions, etc.

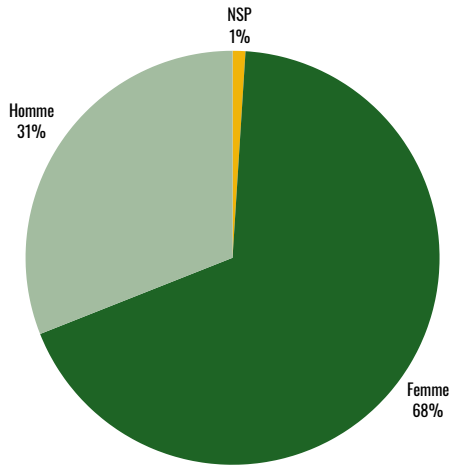
L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF EN IDF - QUELLE LUMIÈRE AU BOUT DU TUNNEL ?

Grande enquête Unapei Île-de-France

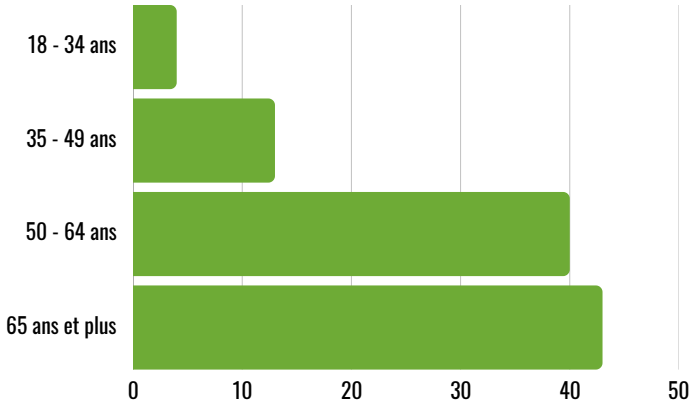
QUI SONT LES RÉPONDANTS ?

397

Vous êtes (H/F)

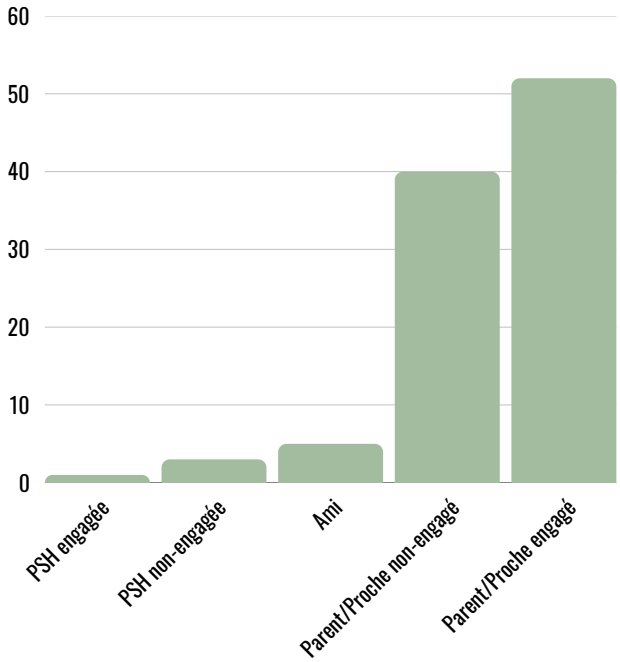


Votre âge (en %)



Yvelines (78)	32%
Hauts-de-Seine (92)	20%
Seine-et-Marne (77)	18%
Paris (75)	10%
Val de Marne (94)	10%
Val d'Oise (95)	6%
SSD (93)	2%
Essonne (91)	2%

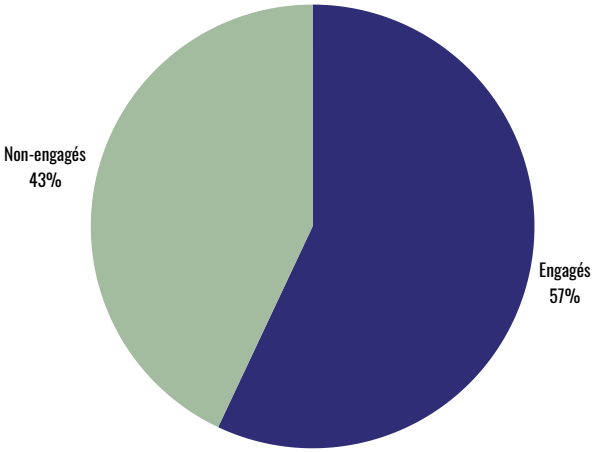
Vous êtes (en %)



L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF EN IDF - QUELLE LUMIÈRE AU BOUT DU TUNNEL ?

Grande enquête Unapei Île-de-France

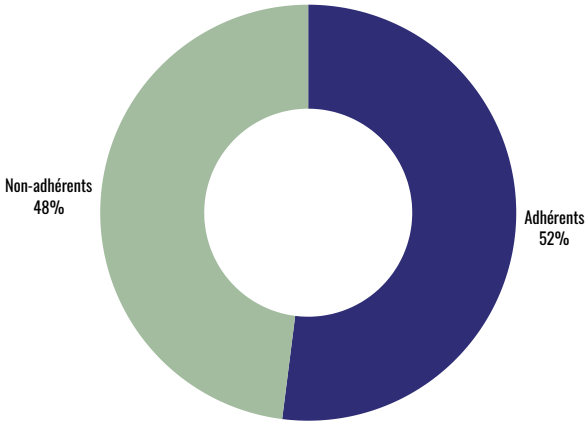
Part Engagés / Non-engagés



Ces chiffres englobent toutes les formes d'engagement possibles, des plus passives (dons et adhésion) aux plus actives (bénévolat, gouvernance, etc.).

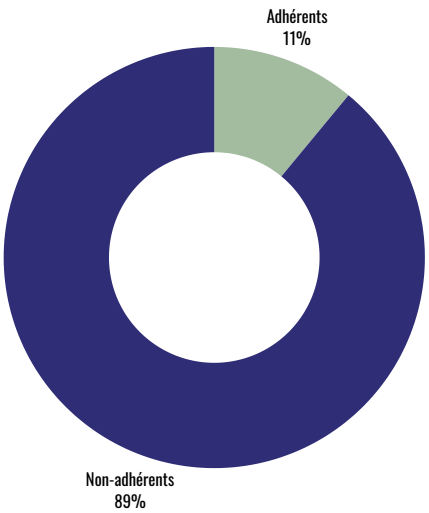
Lecture : *57% des répondants ont au moins un engagement avec l'association.*

Part Adhérents / Non-adhérents



Lecture : *48% des répondants n'adhèrent pas à l'association mais cela ne les empêche pas forcément de s'engager par d'autres moyens.*

Part des adhérents parmi l'ensemble des engagés des association (CVS, bénévoles, etc.)



Lecture : *Parmi les 57% d'engagés, 89% le sont a minima par l'adhésion à l'association.*

71% des répondants ont connu l'association parce que celle-ci accompagne leur proche.

Être engagé dans l'association ne veut pas dire y adhérer mécaniquement même si elle reste la première forme d'engagement identifiée !

Sur le non-engagement des familles : Pourquoi le fait d'être concerné par la cause de mobilise-t-il pas ?

Avant tout, il est nécessaire de préciser que la question posée n'est pas complète. Pour aller jusqu'au bout de la réflexion, il vaudrait mieux demander : **pourquoi la cause seule ne suffit-elle plus à mobiliser même les personnes concernées ?**

Globalement et objectivement, le taux d'engagement en France, tous secteurs confondus, est relativement bon. Contrairement aux idées reçues, les français s'engagent toujours autant dans les associations ; environ 12,5 millions de bénévoles en 2024 et 148 000 volontaires[1]. Les jeunes (15-49 ans) s'engagent de plus en plus[2]. La confiance exprimée par l'ensemble de la population dans les associations et les fondations a augmenté de 4 points en 2024, et plus spécifiquement, la confiance accordée aux associations du secteur médico-social handicap reste stable (68% de confiance exprimée)[3]. Malgré les incertitudes économiques, l'instabilité politique, et les scandales dans le secteur associatif, la générosité des français (don) reste également[4] stable . Pour autant, les associations font toujours état d'importantes difficultés liées à l'engagement et la vie associative. Alors, comment l'expliquer ?

- En 1975, le CREDOC relevait la création annuelle de 20 000 associations[5], contre 73 120 en 2024
- L'engagement des deux tranches d'âges les plus jeunes (15-34 ans et 35-49 ans) augmente significativement quand celui des 65 ans et plus baisse en continu depuis 2010, en passant de 38% à 23%
- L'engagement devient de plus en plus ponctuel. En 2024, 24% des français donnaiennt du temps dans les associations. Seuls 9% donnaient du temps chaque semaine, 8% chaque mois et 7% ponctuellement au cours de l'année, contre respectivement 13%, 6% et 5% en 2010

Globalement, la cause défendue reste la deuxième motivation à l'engagement en 2024 (53%), derrière le souhait d'être utile et d'agir pour les autres (85%). Le taux de motivation est même en augmentation par rapport à 2022 (+5pt) ! Mais cela signifie aussi que la cause défendue est plus importante que l'attachement éventuel que l'on peut porter à l'association qui doit l'incarner, d'autant plus que cette incarnation repose en grande partie sur le travail de communication réalisé. Les deux volets de l'enquête montrent deux faiblesses du secteur associatif médico-social : **savoir se mettre en valeur et adopter une communication régulière, stratégique et ciblée qui illustre ce que telle ou telle forme d'engagement (l'adhésion ou le don par exemple) a permis de réaliser en action concrète (1), et structurer une animation de communauté auprès des engagés qui permette de créer un sentiment d'appartenance à un collectif (2).**

49% des familles non-engagées souhaiteraient une communication régulière sur les activités réalisées par l'association, les possibilités et les besoins d'engagement, etc.

La cause et le sens restent des facteurs facilitant la mobilisation des familles. Se sentir concerné demeure un aspect efficient pour favoriser l'engagement des personnes. Cependant, prise seule, la cause ne suffit pas à franchir le pas de l'adhésion ou du don, même si ces deux formes d'engagement sont les plus passives dans le sens où elles ne demandent pas de temps ou d'énergie particulière.

"C'est pas facile de parler d'attractivité pour une association qui est dans l'accueil des personnes en situation de handicap. [...] Le regard a beaucoup changé mais quand même. Alors leur dire qu'on est une association, c'est pas sexy [...]. La communication, on n'a pas forcément le budget pour ça. On a le site internet, on peut en parler aux amis mais on a vite fait le tour finalement. [...] Dire association, ça donne pas envie, ça sonne comme travailler avec une bougie et trois bouts de ficelle."

Administratrice (Paris - 75)

---

[1] Recherches & Solidarité, "La France associative en mouvement", 2024, lien : https://www.associations.gouv.fr/IMG/pdf/la-france-associative-10-10-2024.pdf
[2] Recherches & Solidarités et IEDH, "La France Bénévole en 2024", 2024, lien : https://recherches-solidarites.org/wp-content/uploads/2024/11/La-France-benevole-2024-27-mai.pdf
[3] Le Don en Confiance, "Baromètre de la confiance dans les Associations et Fondations en 2024", 2024, lien : https://www.donenconfiance.org/759_p_44235/barometre-de-la-confiance.html
[4] France Générosités, "Chiffres clés de la générosité", 2023, lien : https://www.francegenerosites.org/chiffres-cles/
[5] MOREAU BERNARDEAU Denis, HELY Matthieu, "La sphère de l'engagement associatif, un monde de plus en en plus sélectif", 2007, lien : https://laviedesidees.fr/La-sphere-de-l-engagement-associatif-un-monde-de-plus-en-plus-selectif#page

L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF EN IDF - QUELLE LUMIÈRE AU BOUT DU TUNNEL ?

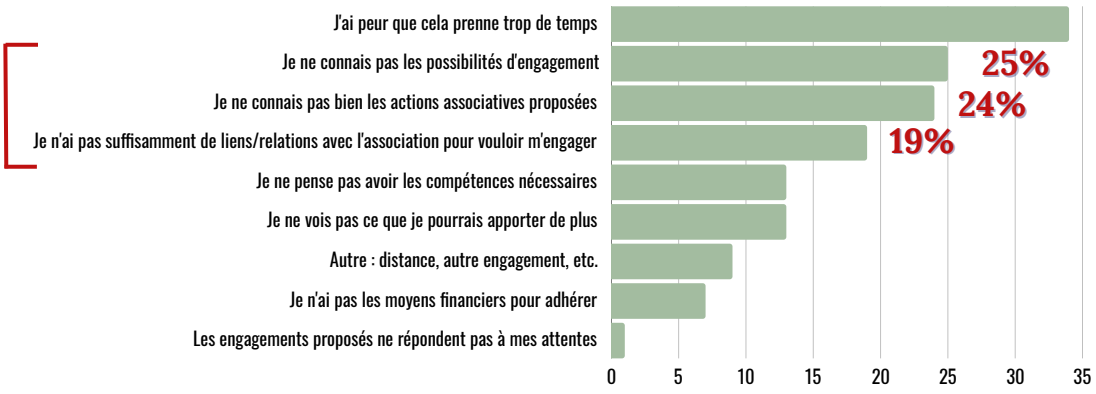
Grande enquête Unapei Île-de-France

POURQUOI LES FAMILLES NE S'ENGAGENT-ELLES PAS ?

169 ←

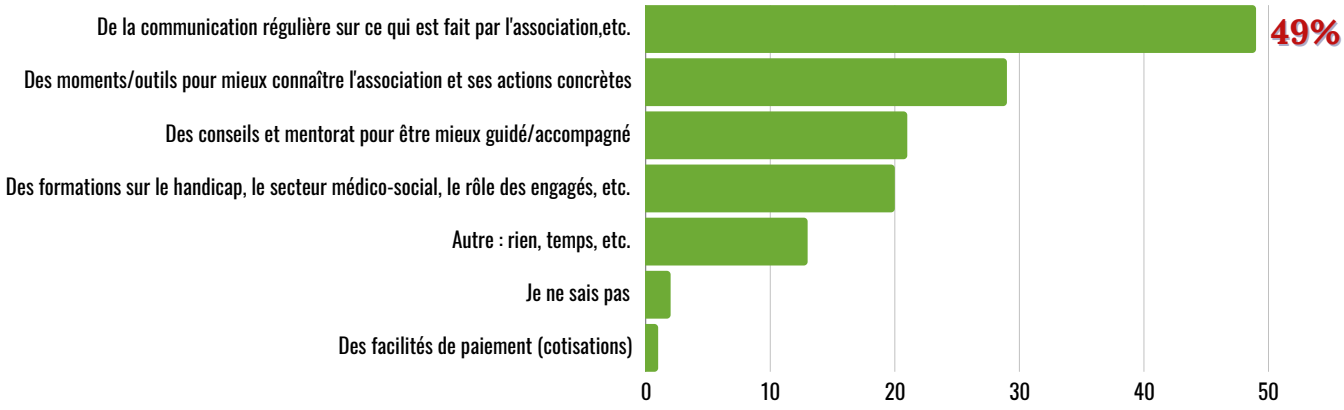
Pourquoi ne vous engagez-vous pas ?

Plusieurs réponses possibles



Qu'est-ce qui vous donnerait envie de vous engager ?

Plusieurs réponses possibles



49% des familles estiment qu'une communication régulière et ciblée leur donnerait davantage envie de s'engager. Le manque de communication et de liens entre les associations et les parents, adhérents ou non, constituent les principaux freins* à l'engagement !

*Le manque de temps n'est pas une raison retenue lorsqu'on parle par exemple uniquement de l'adhésion ou du don.

Cet enjeu est d'autant plus important que cela ne pose pas seulement la question d'avoir ou pas un site internet, régulièrement alimenté, ou des réseaux sociaux. **Cela pose la question du ciblage et de l'objectif** : qui reçoit quels types de communication ? A quelle fréquence ? Quelles communications pour entretenir des liens de proximité avec les familles ? ...

Les différents entretiens du volet qualitatif ont montré deux types de difficultés inhérentes aux associations gestionnaires, en plus de celle de savoir comment se mettre en valeur :

- Pour les gestionnaires de petite taille : trouver le temps, et donc aussi le budget, pour développer la communication auprès des familles et se rendre plus attractifs
- Pour les gestionnaires de moyenne et grande taille : instaurer une communication ciblée qui permettrait aux familles de s'intéresser à l'association au-delà de l'établissement ou du service qui accompagne leur proche. Autrement dit, que la délégation de service public ne soit plus pensée comme un synonyme de "piloté par l'Etat"

Et même parmi les familles engagée, l'enjeu de la communication et du partage des informations reste important. A la question "Qu'aimeriez-vous de plus de la part de l'association ?", 28% répondent "Plus d'informations sur les activités de l'association". C'est presque deux fois plus que sur l'ensemble du secteur associatif et dans tout le territoire français.

"Je sens l'association très éloignée du FAM où est ma fille"

Répondante n°59 (Hauts-de-Seine - 92)

Les répondants font également état d'un faible sentiment de proximité ou d'appartenance à leur association, autant du côté des familles qui ne s'engagent pas, que des familles qui s'engagent déjà et qui aimeraient avoir davantage le sentiment de faire partie d'une *communauté*. Il y a donc deux aspects à prendre en compte : **le sentiment d'être identifié et reconnu par l'association (niveau individuel) et le sentiment de faire partie d'un groupe (niveau collectif).**

54% des familles engagées trouvent de la satisfaction dans les contacts et les rencontres avec d'autres engagés. C'est la première source d'épanouissement dans l'engagement !

Finalement, c'est **toutes les valeurs associatives, et l'origine même du mouvement parental qui est recherché par les familles**, qu'elles en aient conscience ou non : **proximité, solidarité, soutien, etc.** Parmi les familles engagées, les actions les plus souhaitées sont aussi celles qui permettent de créer des échanges : 55% aimeraient participer à des formations ou des sensibilisation (ex : Cafés des Familles), 33% aimeraient bénéficier de davantage de conseils (ex : permanences administratives ou juridiques), 31% avoir plus d'accompagnement et d'échanges avec d'autres engagés (ex : évènements festifs). Ces chiffres montrent également la nécessité pour les associations d'adopter une démarche proactive et "d'aller vers". L'augmentation constante du nombre d'associations depuis les années 1970 ont permis de développer considérablement l'offre existante. **Le sens et la cause sont toujours des éléments essentiels de l'engagement, encore faut-il désormais les susciter (et les entretenir).**

"Les familles sont consommatrices oui. Mais en même temps... Est-ce qu'on fait beaucoup pour les faire adhérer et les impliquer ? Je vais prendre un exemple [...] Nous, on a une brochure qu'on donne aux parents au premier rendez-vous. Quand ils viennent pour le premier rendez-vous, c'est plutôt "ouf, je vais peut-être avoir mon enfant qui va être suivi". Ça marque plus quand on les associe à des projets de fond. Nous on a récupéré des adhérents au moment de l'AMI 50 000 solutions de l'ARS qui demandait à associer les parents."

Administrateur (Val d'Oise - 95)

Unapei Île-de-France

Enquête « L'engagement associatif : Quelle lumière au bout du tunnel ? »

Pourquoi certaines familles s'engagent-elles dans l'association ? Une question essentielle mais peu posée

L'engagement associatif est régulièrement pensé sous le prisme du négatif et du manque. On pourrait même dire qu'il est trop régulièrement pensé avec l'expression "c'était mieux avant". Dès lors, **comment adopter une démarche de transformation et d'évolution si on reste figés sur l'image (parfois idéalisée) de ce qui était au moment de la construction des associations du mouvement ?**

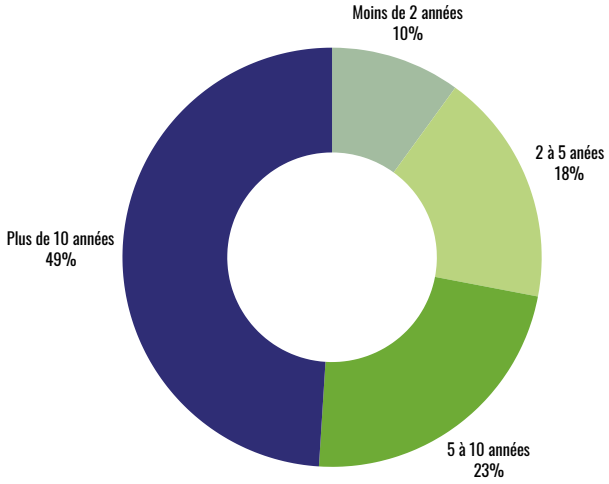
La question la plus essentielle ne concerne pas les familles qui ne s'engagent pas (encore) mais plutôt celles qui vous ont rejoint : **"Pourquoi êtes-vous avec nous ?"**. Bien souvent, elles ne le savent pas vraiment. Le questionnaire a permis de faire remonter de nombreux "Je ne sais pas", "C'est évident", "Cela me paraît logique". Questionner ces familles, c'est aussi savoir ce qu'il faut faire pour les fidéliser dans le temps, et éviter de s'épuiser à renouveler sans cesse votre base d'engagés. Autant de données cruciales qui feront le cocktail de l'engagement des familles qui ne vous ont pas encore rejoint.

Il est important de préciser qu'à cette question, nous intrégrons toutes les formes d'engagement, y compris les plus passives, à savoir l'adhésion et le don. Ce qui ne signifie pas que les 57% de répondants engagés (soit 228 personnes) sont tous adhérents ; certains sont bénévoles par exemple ou représentants en CVS mais n'adhèrent pas à l'association. L'adhésion reste cependant la forme privilégiée d'engagement, à 89%, seulement 25 répondants sont des engagés non-adhérents.

Être engagé n'a pas la même signification pour tout le monde mais tous les engagés se rejoignent pour dire que cela commence par l'adhésion.

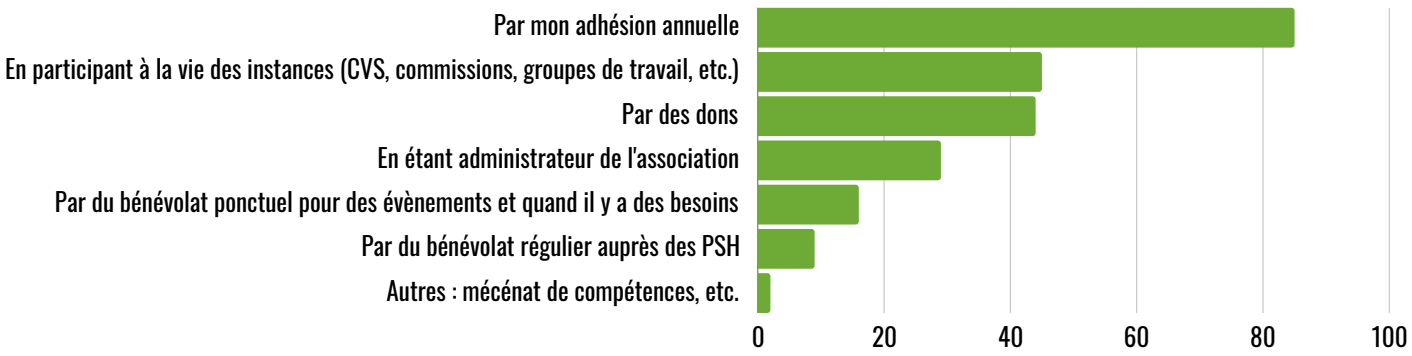
Sur les 57% d'engagés, 89% le sont au moins par l'adhésion.

Ancienneté de votre engagement



Comment vous engagez-vous ?

Plusieurs réponses possibles



"L' engagement et l' adhésion me semblent indissociables"

Répondant n°237 (Seine Saint-Denis - 93)

L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF EN IDF - QUELLE LUMIÈRE AU BOUT DU TUNNEL ?

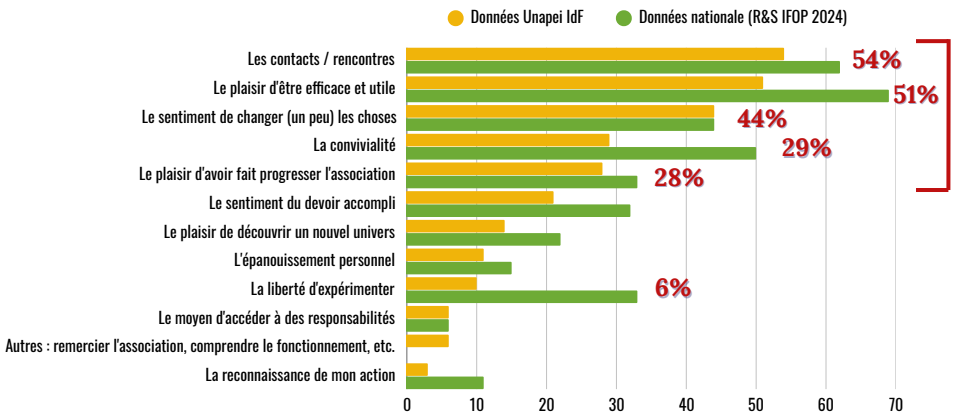
Grande enquête Unapei Île-de-France

ET POURQUOI D'AUTRES FAMILLES S'ENGAGENT-ELLES ?

228

Qu'appréciez-vous dans votre engagement actuel ?

Plusieurs réponses possibles / En comparaison avec les données nationales



Les liens sociaux et l'utilité sociale sont les principales sources de satisfaction.

Participer activement et agir (le plaisir d'être efficace et utile / le sentiment de changer les choses) constituent des sources de motivation et de satisfaction.

Pour autant, la prise de responsabilités ne séduit pas (6%), ce qui **pose des questions sur l'attractivité des modes de gouvernance les plus répandus.** Au-delà de l'enjeu du renouvellement des instances de gouvernance, **la question de la recherche et de l'expérimentation de nouveaux modes de participation se pose** : pratiques plus horizontales, organisations participatives, période d'immersion pour les potentiels administrateurs, mentorat et binoma, etc. Comme toutes les autres formes d'engagement, l'attractivité du Conseil d'Administration se travaille en continu, et non seulement lorsqu'il y a un besoin :

- Pour montrer aux potentiels administrateurs leur légitimité et la valeur ajoutée de leur participation
- Pour construire des fiches de mission claires leur permettant de se projeter dans la fonction
- Pour les sensibiliser et les outiller de manière pratique
- Pour recueillir leurs attentes et leurs besoins, et pouvoir ainsi mieux y répondre
- ...

Être utile et pouvoir agir pour changer les choses sont importants : cela demande un travail de valorisation pour que chacun puisse se rendre compte de son impact concret !

"Je me suis engagée pour changer les choses de l'intérieur. Ça bouge et c'est satisfaisant. On ne casse pas mais on fait connaître [le secteur]. Je suis contente d'avoir accompagné cela. C'est une riche expérience intellectuelle, émotionnelle, personnelle. C'est grisant."

Administratrice (Hauts-de-Seine - 92)

L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF EN IDF - QUELLE LUMIÈRE AU BOUT DU TUNNEL ?

Grande enquête Unapei Île-de-France

Être dans l'action concrète, s'engager pour les autres et pour les valeurs, s'engager pour s'épanouir et se réaliser : un équilibre à trouver !

Agir et être dans l'action		S'engager avec les autres		S'engager pour soi	
Le plaisir d'être efficace et utile	51%	Les contacts et les rencontres avec les autres engagés	51%	Le plaisir de découvrir un nouvel univers	14%
Le sentiment de changer (un peu) les choses	44%	Le convivialité	29%	L'épanouissement personnel	11%
Le plaisir d'avoir fait progresser l'association	28%			La liberté de tester des solutions et de prendre des initiatives	10%
Le sentiment du devoir accompli	21%			Le moyen d'accéder à des responsabilités	6%
				La reconnaissance de mon action	3%

"Je me sens héritière de l'engagement que les autres ont porté avant moi dans ce champ d'action. J'agis comme "témoin" qui doit transmettre aussi à la génération suivante : une éthique, des valeurs, un engagement, une compréhension du système et de ses enjeux, une présence..."

Répondante n°238 (Seine et Marne - 77)

"Ça permet de mettre ma trace dans la société [...]. Je veux avoir ma place dans l'évolution de la société"

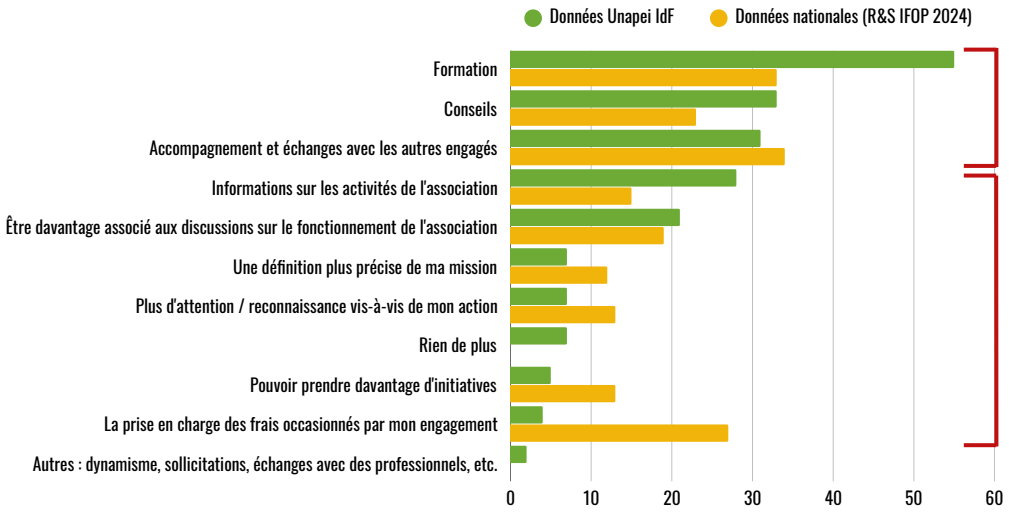
Administrateur (Yvelines - 78)

L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF EN IDF - QUELLE LUMIÈRE AU BOUT DU TUNNEL ?

Grande enquête Unapei Île-de-France

Qu'aimeriez-vous de plus de la part de l'associations ?

Plusieurs réponses possibles / En comparaison avec les données nationales



Des actes de développement pour l'association et les engagés : montée en compétences, services rendus et renforcement des liens

Des sources d'insatisfaction moins exprimées mais bien présentes qui doivent interpeller les associations (signaux faibles)

Les trois premières attentes des engagés rejoignent l'origine du "fait associatif" : accompagnement, soutien, échanges, ...

"De la mutualisation des connaissances des gens engagés sur tous les sujets : compréhension de l'écosystème juridique et financier du monde du handicap, relations des chargés de la protection avec les juges de tutelle, comptabilisation du bénévolat, bref mise en commun de toutes ces questions qu'on se pose et que l'on doit réinventer."

Répondante n°380 (Seine et Marne - 77)

"Je pense que les familles adhèrent parce qu'il y a un sentiment collectif, qu'il y a une part d'informel. [...] On est dans des trucs à taille humaine."

Administrateur (Seine Saint-Denis - 93)

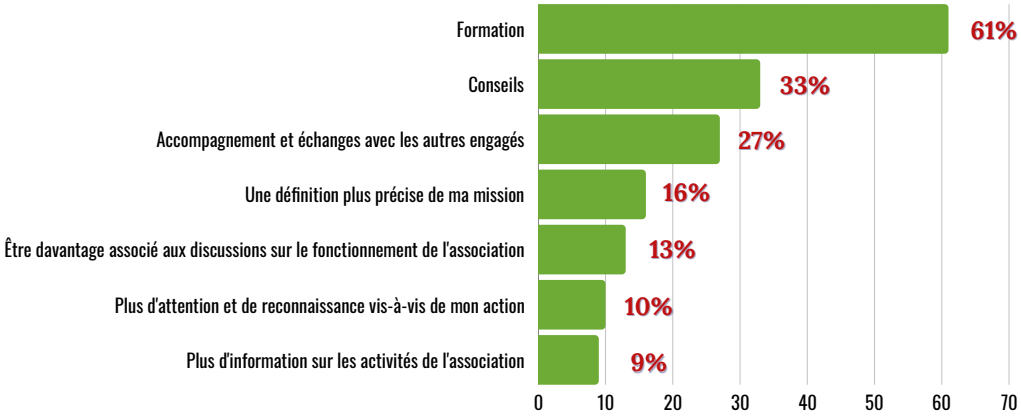
Les engagés font état d'un véritable besoin d'accompagnement, que cela soit via des formations et des sensibilisations (55%), du conseil (33%) et/ou des échanges avec d'autres engagés (31%). Pour les deux premiers besoins, cela dépasse même largement les chiffres nationaux, tous secteurs associatifs confondus, respectivement de 33% et 23%. Cette spécificité peut s'expliquer par la technicité du secteur médico-social handicap. Les proches et les familles recherchent d'abord des réponses et du soutien, mais aussi à mieux comprendre et naviguer dans ce secteur. Un axe de développement possible pour attirer et fidéliser les adhérents.

L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF EN IDF - QUELLE LUMIÈRE AU BOUT DU TUNNEL ?

Grande enquête Unapei Île-de-France

QUE PENSENT LES ADMINISTRATEURS DE LEUR ENGAGEMENT ?

Ce que les administrateurs attendent de leur association



61% des administrateurs manifestent un besoin de formation pour se sentir davantage à l'aise lorsqu'il faut prendre des décisions.

Si on se penche spéficiquement sur les administrateurs, le besoin d'accompagnement est encore plus marqué, démontrant qu'il n'est pas seulement nécessaire de trouver de nouveaux administrateurs pour renouveler les instances et les diversifier, mais aussi de travailler à la fidélisation et à la montée en compétences de ceux déjà en place. Les difficultés liées au renouvellement des Conseils d'Administration, et **la technicité du secteur poussent de nombreuses associations à chercher des compétences avant des volontés de participer**. Pour autant de nombreuses pratiques permettent de pallier les éventuels lacunes des administrateurs ; pratiques qui participent à leur accueil et leur fidélisation : période d'immersion, mentorat et binoma, formations et sensibilisations, outillage, etc. Cela est d'autant plus nécessaire que le volet qualitatif a permis de montrer qu'**aucun administrateur n'avait bénéficié d'un parcours d'intégration pour qu'ils se sentent légitimes et compétents rapidement.**

En revenant aux éléments expliquant le non-engagement des familles, on retrouve à 13% la réponse "je ne pense pas avoir les qualités/compétences nécessaires" et encore à 13% la réponse "je ne vois pas ce que je pourrais apporter de plus". Cela démontre une forme d'autocensure. Ces-dernières peuvent avoir des compétences et des appétences particulièrement utiles aux associations : communication et graphisme, animation de communautés et de réunions, développement évènementiel, gestion de projet, etc.

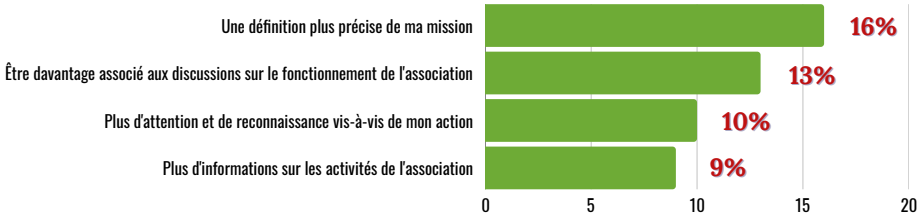
"Je lui ai dit "je ne sais rien faire", je n'ai pas de compétences particulières, je n'ai pas été DRH ou contrôleur de gestion. [...] J'ai appris sur le tas. [...] Longtemps, je me suis abstenue de me manifester au cours du Conseil d'Administration parce que j'avais peur d'être à côté de la plaque et d'être en décalé."

Administratrice (Paris - 75)

L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF EN IDF - QUELLE LUMIÈRE AU BOUT DU TUNNEL ?

Grande enquête Unapei Île-de-France

Ce que les administrateurs attendent de leur association



Des signaux faibles qui expriment un certain malaise et qu'il ne faut pas négliger.

L'autocensure est l'une des causes menant au manque de candidatures au poste d'administrateur, tout autant que le manque d'attractivité des modes de gouvernance traditionnels déjà développé précédemment. Pour les conseils d'administration et les administrateurs en place, cela a des conséquences palpables : difficultés à renouveler les instances, difficultés à diversifier les profils au risque de créer de l'entre-soi, essoufflement voire épuisement des membres en fonction, démotivation, etc.

"Aujourd'hui, je ressens une forme d'essoufflement. Je trouve que, sur cet engagement bénévole, il y a une limite qu'on atteint vu les responsabilités et sans reconnaissance autre que celle des pairs."

Administrateur (Val d'Oise - 95)

Tout comme les familles en général, les administrateurs expriment des difficultés vis-à-vis du fonctionnement même de l'association dans laquelle ils sont engagés, moindres mais bien présentes : sur la définition de la mission d'administrateur, sur les discussions internes, sur la reconnaissance de leurs actions et sur les activités réalisées. **Ces difficultés exprimées sont relatives à l'association en elles-mêmes, au sens de l'associativité, et non seulement aux engagés. Ils constituent des signaux faibles ; prémices d'un malaise à venir plus important et qu'il ne faut donc pas négliger.** Cela est d'autant plus important que ces difficultés sont soulignées par des membres investis et impliqués dans le fonctionnement de leur association, dans les projets en cours et à venir, et qui ont, en général, les contacts en interne pour mieux s'orienter en cas d'interrogation, etc.

Il n'y a pas de grand écart entre les difficultés exprimées par les familles en général, actives ou non, et les administrateurs. Le malaise ressenti peut se résumer ainsi : "quelle est ma place et mon rôle dans cette organisation ? Quelle est la vision partagée ?"

"Il faut que ce soit clair au niveau des valeurs qu'on défend. Si on veut s'engager, il faut que les valeurs exprimées par l'association soit en cohérence avec nos actions, ce qu'on pense, notre façon de fonctionner. [...] Dans un système associatif, il faut vraiment qu'il y ait une éthique, qu'il y ait des valeurs et qu'on les incarne sinon il n'y a pas d'engagement."

Administratrice (Paris - 75)

L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF EN IDF - QUELLE LUMIÈRE AU BOUT DU TUNNEL ?

Grande enquête Unapei Île-de-France

POURQUOI LES ADHÉRENTS ONT-ILS PASSÉ LE CAP DU BULLETIN D'ADHÉSION ?

203 ←

L'adhésion n'est pas systématique parmi l'ensemble des engagés. Cela reste le premier mode d'engagement à 89%, et le premier pas identifié par une majorité pour soutenir une association. Cependant, les adhérents et les donateurs, aussi essentiels sont-ils à la pérennisation des associations et à l'incarnation de leur esprit démocratique, ne sont pas forcément considérés comme des "personnes engagées".

Pourquoi adhérez-vous à l'association ?

Plusieurs réponses possibles

57% des adhérents ont passé le cap d'abord pour des raisons subjectives et émotionnelles : par principe et pour remercier l'ensemble des acteurs de l'association.

Au-delà de faire vivre l'esprit associatif et l'histoire parentale des structures, l'adhésion est aussi un sujet particulièrement pragmatique : le nombre fait la force face aux pouvoirs publics et aux financeurs. C'est d'ailleurs généralement le premier argument invoqué lorsque les membres souhaitent motiver de nouvelles familles.
Pour autant, "soutenir et faire avancer la cause devant les pouvoirs publics" ne représente que 10% des réponses, contre 57% pour tous les aspects plus personnels et émotionnels : remercier et reconnaître le rôle essentiel des associations et des personnes impliquées (bénévoles, administrateurs et professionnels).

Une ouverture possible serait donc du côté du **rôle de chaque acteur impliqué dans le quotidien des associations, et éventuellement des établissements et services.** Les entretiens ont montré qu'unanimement, pour les interviewés, les parents ne voient pas suffisamment le rôle des associations, voire les confondent avec le secteur public. Elles ne connaîtraient le nom des associations que par l'établissement ou le service qui accompagne leur proche. Dans ce contexte, **les professionnels**, qu'ils soient cadres ou non, **pourraient jouer un rôle essentiel d'ambassadeur de proximité de l'association... Encore faut-il qu'eux-mêmes soient sensibilisés au mouvement parental et associatif.**

"En soutien de l'action de l'association et en particulier auprès de l'établissement [nom de l'ESMS]"

Répondante n°131 (Val d'Oise - 95)

Finalement, qu'est-ce que "l'engagement" ? Un mot-valise trop peu souvent défini

Dans cette étude, le mot engagement est roi. Il est aussi très large car il recouvre toutes les formes de participation connues des associations : don, adhésion, mécénat de compétences, bénévolat de terrain, bénévolat de gouvernance, coups de main ponctuels, participation à des groupes de travail ou des comités, etc. Seul le volontariat en Service Civique n'est pas pris en compte ; ce mode d'engagement n'ayant pas d'intérêt dans cette étude.

Définir l'engagement n'est pas chose facile. C'est d'ailleurs la question qui a demandé le plus de temps de réflexion aux interviewés. Comme expliqué précédemment, **pour susciter l'engagement des personnes, il faut créer un subtil cocktail mélangeant l'action concrète** ("agir et être dans l'action"), les valeurs ("s'engager avec les autres") **et l'épanouissement personnel** ("s'engager pour soi"). Pour "être engagé", selon les répondants et les interviewés, il faut aussi répondre à ces trois critères. L'engagement n'est pas un "don de soi". Il n'est pas non plus totalement désintéressé, que les engagés en aient conscience ou pas. L'engagement, c'est aussi du plaisir : de développer ses compétences, de se confronter à un nouvel univers, de faire des rencontres enrichissantes, de se sentir utile aux autres et à la société, d'exprimer sa citoyenneté, … **Mais surtout, plaisir de faire collectif.**

"Avec l'engagement, il y a une notion de durée et de soutien à une cause importante. […] C'est quelque chose auquel on croit et on le met en action. On met en action nos convictions."

Administratrice (Paris - 75)

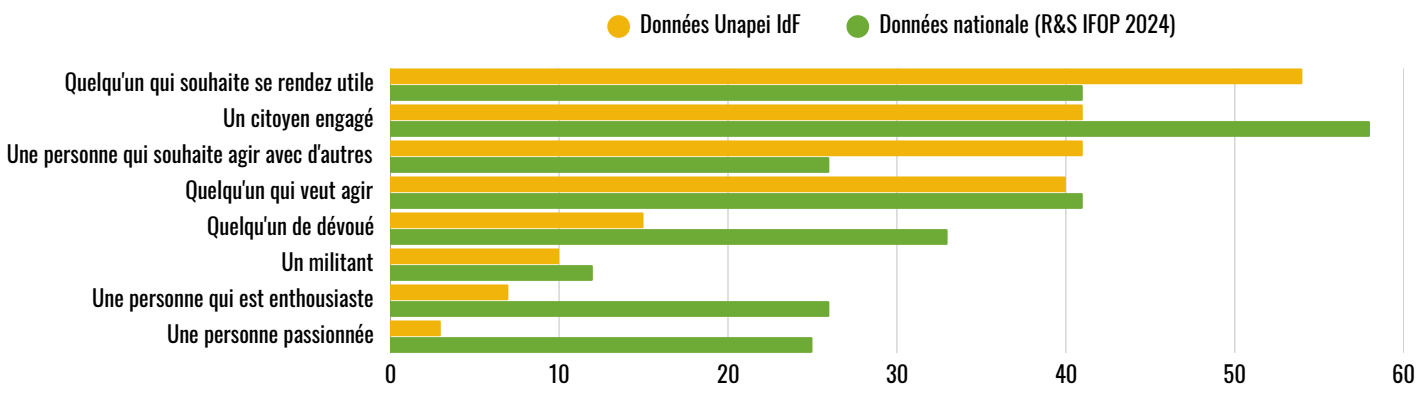
"S'engager quelque part, c'est prendre une position, c'est agir. C'est essayer d'agir, de faire avancer les choses. Et si on veut faire évoluer les choses, il faut s'engager."

Administratrice (Val de Marne - 94)

Si tous les répondants s'accordent à dire que l'engagement commence par l'adhésion, tous ne disent pas que l'adhésion suffit à être engagé. L'enquête relève que l'engagement est d'abord compris comme un moyen de participer activement, de "militer" au sens d'exprimer sa citoyenneté, et de se rendre coacteur de la société de demain.

Selon vous, les termes "adhérents, bénévoles, donateurs, …" renvoient à :

Plusieurs réponses possibles



L'engagement est d'abord compris comme une forme de participation active et collective : être utile, être citoyen, agir avec les autres.

Conclusion

Les réflexions menées dans le cadre des différents rendez-vous régionaux (journées régionales, formations, ateliers d'intelligence collective, webinaires, etc.), et les résultats des deux volets de cette enquête ont permis de mieux cerner la problématique de l'engagement associatif, et de construire un état des lieux précis et centré uniquement sur la situation des associations adhérentes en Île-de-France. Le réseau francilien est particulièrement diversifié, autant dans les typologies d'associations, dans leur taille, dans leur histoire que dans leur mode de fonctionnement.

Cette étude a permis de réunir de nombreuses voix anonymes, autant adhérentes que non-adhérentes, qui ont pu s'exprimer sur ce qu'ils attendaient de leur association. Les études sur l'engagement associatif ne manquent pas mais celle-ci est la première qui se centre spécifiquement sur le mouvement parental. Est-ce qu'être personnellement concerné par une cause favorise l'engagement associatif ? A cette question, nous ne pouvons pas apporter de réponse tranchée : le sens et la cause sont toujours des facteurs facilitant l'engagement, mais cela ne suffit plus. La baisse continue du nombre d'adhérents, la difficulté à renouveler les instances de gouvernance, le faible taux de participation aux Assemblées Générales, ... Autant de symptômes d'un problème plus global que l'on peut résumer ainsi : **comment les associations peuvent-elles se réinventer et s'adapter aux évolutions sociétales ?**

Les faits sont là : les chiffres nationaux de l'engagement sont plutôt bons, les formes de participation directe se développent de plus en plus (ex : Assemblées et Conventions Citoyennes) et les dispositifs d'engagement se multiplient pour ouvrir les associations à de nouveaux publics qui ne sont pas forcément concernés par la cause. **Se réinventer, ce n'est pas forcément innover ou recréer des activités**. Au contraire, le volet statistique et les entretiens qualitatifs ont montré que les attentes et **les axes d'amélioration se situaient davantage dans l'incarnation des valeurs qui ont permis la fondation des associations** : militantisme et citoyenneté, soutien et solidarité, accompagnement et proximité, communication et échanges.

Les constats et l'état des lieux réalisés, il nous reste maintenant le plus gros morceau du chantier : **organiser les conditions d'émergence d'une marque de l'engagement associatif**, et développer des projets qui nous permettent de susciter l'envie de participer chez les familles.

> *"Le temps associatif est un temps long. On ne travaille pas du tout de la même manière donc il faut faire attention à ce qu'on amène et comment on l'amène."*
>
> Administrateur (Val d'Oise - 95)

“Le militantisme est politique et touche au regard et quand il y a conviction, le regard des autres importe peu.”

Unapei
Ile-de-France

Unapei
Ile-de-France

85 rue La Fayette, 75009 Paris
Site internet : unapeiidf.org

Suivez-nous sur :

Cette étude a été conduite par :
Salomé Heurtebise, Déléguée Régionale de l'Unapei Île-de-France
Avec le soutien et la participation de l'ensemble des associations franciliennes adhérentes