

Paris le 03/12/2015

Mutations de l'engagement et des relations entre individu et collectif

Les débats sur le devenir des associations se focalisent bien souvent sur l'évolution de leurs ressources financières. Le sujet est évidemment crucial mais il ne doit pas faire oublier qu'il existe une autre ressource essentielle pour de très nombreuses associations : l'activité des bénévoles.

L'engagement bénévole n'est pas seulement une ressource productive pour les organismes qui l'accueillent, il participe également à la vitalité de la société civile et de l'espace public. Il constitue un puissant antidote aux tentations de repli sur la seule sphère privée. Il contribue à tisser les fils d'une sociabilité du quotidien dont les effets sont bénéfiques y compris pour les bénévoles eux-mêmes, comme l'ont montré les études sur la participation sociale des aînés et celles sur « l'intérêt d'être bénévole » menées par la Fonda avec le CERLIS et le Crédit Mutuel.

Le bénévolat mérite donc d'être pleinement reconnu et encouragé. Mais promouvoir le bénévolat suppose d'en connaître la situation présente et les grandes tendances.

Une accélération des mutations, qui appelle des réponses pratiques et rapides

1- Réfutons l'idée d'une montée de l'individualisme

Au contraire, le nombre de bénévoles ne cesse de progresser depuis le début des années 2000. Entre 2010 et 2013, il a crû de 14% en France. On compte aujourd'hui 16 millions de participations bénévoles en France. Le volume de temps consacré à l'engagement augmente lui aussi de 4% par an environ. En revanche, le bénévolat reste très lié à la catégorie socioprofessionnelle : les cadres moyens et supérieurs s'engagent davantage que les autres.¹

2- La force de cette capacité d'engagement n'empêche pas l'affaiblissement des grandes organisations collectives qui ont structuré l'engagement tout au long du XIX^e.

L'individu cherche à s'émanciper de son héritage social et familial, et prend de la distance vis-à-vis des institutions et des corps intermédiaires qui étaient auparavant mandatés pour le représenter et l'encadrer.

> **Faible taux de syndicalisation** (7.8 % en France en 2010 selon l'OCDE, contre 21.7 % en 1970)

> **Affaiblissement de l'Eglise** (on estime que 60 % des français sont catholiques, dont 10 % de pratiquants, et 30 % d'athées).

¹ Viviane Tchernonog, Le Paysage associatif, 2014, Dalloz

> **Crise de légitimité du politique et des partis politiques** : selon le Baromètre de la confiance du CeviPOF² publié en 2015 :

- seuls 8.4 % des français accordent leur confiance aux partis politiques
- contre 63.3% au maire de leur commune.
- Les associations quant à elle recueillent la confiance de 70 % des français.

> **Les grandes fédérations associatives** elles aussi peinent à jouer leur rôle de médiation entre proximité et échelon national. De ce fait les innovations peinent à dépasser le local.

> **Le renouvellement des dirigeants** est une question sensible (27 % des présidents ont plus de dix ans d'ancienneté) Dans l'enquête menée par La Fonda, 63% estiment que les associations ne savent pas renouveler leur organisation et leur gouvernance.

Plus précisément, les difficultés de renouvellement des structures dirigeantes, l'insuffisante représentation des femmes, des jeunes, ou d'une pluralité de personnes et un pouvoir souvent peu partagé au sein de l'association, constituent, pour près des trois-quarts des répondants, des faiblesses de l'action associative.³

Nouveaux ressorts de l'engagement

> **Multi-appartenance de l'individu**, qui évolue simultanément à différentes échelles territoriales, et sur le web. Il s'implique donc dans différentes structures, et moins qu'un zapping, on peut y voir la traduction d'un désir de mobilité dans un monde devenu très mobile.

> **Individu qui cherche à concilier trajectoire personnelle et action collective**, développement de compétences, prise de responsabilité, constitution d'un réseau et utilité de son engagement, mesurable et mesurée.

> **Le ressort de l'engagement aujourd'hui : créer des liens et se sentir utile**⁴. Il souhaite voir les résultats de son implication, mesurer le changement, célébrer les victoires.

Les bénévoles considèrent que la rencontre et le partage d'une cause commune sont généralement les principaux vecteurs de l'engagement (61,2% et 57,6%). En revanche, concernant leur propre engagement, ils préfèrent d'abord mettre en avant leur volonté d'être utile aux autres et à la société (67,8%).

> **Influence des pairs** : à l'autorité des pères se substitue l'influence des pairs. La cooptation est un facteur essentiel. Dans près de 50% des cas (49.8 %), le facteur déclencheur de l'engagement résulte d'une sollicitation par un membre de l'association⁵

Chez les jeunes : acquérir de l'expérience, prendre des responsabilités, certes ... Mais Les premières motivations à s'engager sont beaucoup plus altruistes : citoyenneté, de don de soi, et d'engagement au service des autres et notamment auprès des plus fragiles⁶. Cela n'exclut pas que la participation à une activité bénévole soit motivée par le souhait d'acquérir des compétences, une expérience, une légitimité professionnelle.

² Baromètre de la Confiance, CEVIPOF, édition 2015

³ Enquête « Quel regard les associations portent-elles sur l'avenir ? » conduite par la Fonda en 2011 auprès de 1256 responsables associatifs

⁴ Etude Fonda Cerlis Crédit Mutuel, « Intérêts d'être bénévole », novembre 2011

⁵ Etude Fonda Cerlis Crédit Mutuel, « Représentations de l'engagement bénévole », novembre 2013

⁶ Note d'analyse du Conseil d'analyse stratégique « Développer, accompagner, valoriser le bénévolat », septembre 2011

Chez les séniors : Jean Viard a mis en lumière l'apparition d'une quatrième génération, les séniors actifs, qui à la soixantaine, ont encore 15 à 20 ans de vie active devant eux et ne souhaitent pas laisser dépérir leur capital bien qu'ils n'aient plus d'objectif de carrière. Ils ont encore un parcours de vie devant eux, qui peut prendre la forme du bénévolat. C'est pour les associations une ressource à ne pas négliger : en 2015, la France compte 16 millions de personnes âgées de 60 ans ou plus. En 2030, ces dernières pourraient constituer une population de 20 millions d'individus.

3- Nouvelles formes d'engagement

> **L'augmentation du nombre de participations bénévoles** s'accompagne d'une redéfinition des modalités de l'engagement. Moins qu'un engagement régulier, les bénévoles proposent désormais des apports ponctuels, des coups de mains occasionnels. On constate aussi une évolution des formes d'engagement vers un bénévolat d'action.

> **Le bénévolat des jeunes est celui qui connaît la plus forte progression** ces dernières années, avec celui des actifs. Les seniors sont donc loin d'avoir le monopole de l'engagement associatif. Le taux d'engagement bénévole est d'ailleurs plus important chez les étudiants (40%) que chez les retraités (37%) dont la progression dans le bénévolat est la plus faible ces dernières années⁷.

> **Le salarié associatif**, un engagé également : Si certaines associations ne comportent que des bénévoles, plus de 180 000 d'entre elles ont des salariés. Au total, ces dernières emploient 1.8 millions de salariés ce qui représentent 8% des salariés en France. Dans certains territoires ruraux, les assos sont parmi les plus gros employeurs.

> **Essor du numérique**, qui donne du pouvoir d'agir aux individus. Les lanceurs d'alerte n'ont plus aujourd'hui aucun problème pour diffuser l'information. Une **nouvelle forme de mobilisation citoyenne, les pétitions en ligne** : en une semaine, on peut réunir des centaines de milliers de signatures, ce qui était impossible il y a dix ans. Pour le sociologue Alain Mergier, leur essor correspond à une mutation profonde de l'engagement. Avant, s'engager c'était sacrifier quelque chose. Aujourd'hui, l'engagement est mû par un nouveau moteur : l'indignation. Ainsi, les pétitions permettent à chacun d'acter très simplement son indignation. En cela, elles contribuent à **cartographier les limites de l'inacceptable**. D'autre part, l'acte de cliquer est souvent **le prélude ou le complément à un engagement hors ligne**. Ainsi, lors des marches pour le Climat de septembre 2014, lorsqu'on a demandé aux manifestants « qui marchait pour la première fois ? », un bon tiers a levé le bras.

4- Conséquences pour les organisations

Malgré les tentations, « ce type de phénomène ne s'administre pas ». La responsabilité se trouve dans les associations et les organisations de la société civile, qui ne tiennent pas leur légitimité des pouvoirs publics.

> Les organisations ne font pas suffisamment **de travail de réflexion sur elles-mêmes**, sur la permanence de leur projet à la lumière d'un environnement changeant, sur la pertinence de l'action qu'elles mènent à la lumière des objectifs qu'elles se fixent. Il existe des poussées d'engagement fortes, comme après le 11 janvier ou la crise des migrants, à convertir en engagement durable. Par exemple, il faut inscrire la pétition en ligne dans une véritable stratégie à 360°. La pétition est un outil parmi une multitude d'outils pour

⁷ Etude de France bénévolat, 2014

s'engager. Le lien avec les médias, les députés, les mobilisations hors ligne est essentiel. Change.org comme Avaaz peuvent accompagner les associations pour définir cette stratégie.

> **Réfléchir en termes de création de valeur pour les territoires** : argumenter sur le type de valeur que les organisations créent (les entreprises en prennent conscience, avec la RSE et la gestion des externalités). Par exemple, peu savent que le budget macro des associations s'élève à 85 milliards d'euros soit 3.5% du PIB (plus que les secteurs de l'agriculture et de l'industrie agroalimentaire réunis !). Les associations génèrent d'importantes externalités positives : elles rendent les territoires attractifs en développant des loisirs, des activités sportives et culturelles qui sont des moteurs du tourisme. Elles proposent aussi des services aux actifs (crèches, aide à la personne) favorisant l'implantation des entreprises. Enfin, la valorisation monétaire du bénévolat représente 1.5% du PIB.

> **Réfléchir en terme de création de valeur pour les bénévoles** : Il faut montrer ce que signifie le sens civique de l'engagement : on peut avoir prise sur les choses. Se fixer des objectifs, les situer dans un calendrier, évaluer les résultats et les effets de l'action entreprise restent encore le meilleur moyen de montrer que l'action collective donne à l'engagement de chacun un véritable effet de levier. L'engagement est une problématique qui devient commune à l'entreprise : avant, l'engagement bénévole suscitait de la méfiance (futur syndiqué, il manquera de temps pour son travail, ...). Aujourd'hui, il est de plus en plus reconnu, et synonyme de compétences : sens des responsabilités, capacité à piloter un projet, à animer une équipe, ...

> **Penser des parcours, par exemple** : entrée par le projet, puis prise de responsabilité progressive. **Implique une véritable stratégie de « gestion des richesses humaines »** ; mais cela implique également de cesser de distinguer l'intérieur de l'extérieur : ouvrir votre univers, le rendre poreux à des gens et des organisations susceptibles d'interagir avec vous.

En guise de conclusion

Une invitation à réfléchir en deux temps :

- 1) Quelle est votre contribution à l'intérêt général dans votre territoire ?
- 2) En fonction des enjeux identifiés pour répondre à cette première question, quelles alliances rechercher avec d'autres acteurs de l'intérêt général (communauté d'action) pour avoir des projets motivants ?

Le problème n'est pas de faire se rencontrer l'offre et la demande d'engagement, mais d'adapter les cadres aux nouveaux ressorts de l'engagement.

La question n'est pas tant de savoir quelle place on fait aux jeunes et aux seniors, mais comment les seniors et les jeunes s'enrichissent les uns et les autres. Le mentorat réciproque est essentiel !

S'appuyer sur le numérique pour se donner toutes les chances de diversifier les publics

Charlotte Debray
Déléguée générale

Créée en 1981, la Fonda a puissamment contribué à la reconnaissance des associations par les pouvoirs publics. Elle est aujourd'hui centrée sur ses fonctions de laboratoire d'idées.

La Fonda mobilise des expertises de tous horizons pour valoriser le fait associatif, dans ses multiples dimensions : démocratiques, économiques, sociales ou sociétales. Elle s'est également donnée pour mission d'éclairer et d'accompagner les responsables associatifs pour développer leur vision stratégique et leur capacité d'initiative.

A la Fonda, nous observons chaque jour la contribution massive des acteurs associatifs à la transformation de la société. Pour les aider à jouer pleinement ce rôle, nous animons depuis 2010 un exercice participatif de prospective : de la veille à l'innovation, il s'agit d'une prospective participative, au service du changement. Nous menons également des enquêtes, études, groupes de travail, ateliers ludiques, rencontres-débats, publications, et animons différents centres de ressources en ligne.

En croisant les regards et les pratiques, en se faisant plateforme d'intelligence collective, en bousculant les conformismes de pensée, la Fonda a pour ambition de préparer le terrain pour l'expérimentation comme pour la décision politique.

La Fonda est reconnue d'utilité publique.

Pour en savoir plus sur la Fonda :

www.fonda.asso.fr

Pour soutenir la Fonda :

Devenir membre à titre individuel: <http://fonda.asso.fr/Devenir-membre-de-la-Fonda.html>

S'abonner à la Tribune Fonda : <http://fonda.asso.fr/S-abonner-a-la-tribune-Fonda-en.html>

Faire de votre structure un partenaire associé : <http://fonda.asso.fr/Devenir-partenaire-associe-de-la.html>

