



MDAV
Maison Départementale
des Associations de Vendée

Les usages du numérique dans les associations vendéennes

*Une multiplicité de pratiques pour
des besoins variés*

Observatoire de la vie associative –
Janvier 2017



Sommaire

I.	Introduction	1
a)	Méthodologie	1
b)	Profils des répondants.....	1
II.	Adaptation(s) au numérique.....	6
a)	Équipements et outils	6
b)	Les projets et le numérique	10
c)	Stratégie(s) face au numérique	11
d)	Les réseaux sociaux	14
III.	Impacts des outils numériques sur les associations	20
IV.	Les différentes formes du numérique associatif.....	24
a)	Les secteurs pas inégaux devant le numérique	24
b)	Des zones plus ou moins en difficultés	27
c)	Des difficultés exprimées différemment selon les besoins	32
V.	Conclusion.....	34
VI.	Annexes	36
a)	Synthèses de l'usage du numérique par secteur	36
b)	Tableaux complémentaires des réponses.....	38

Table des illustrations

Figure 1: Nombre de répondants par secteur.....	2
Figure 2 : L'équipement numérique des associations vendéennes en 2016.....	6
Figure 3 : Le niveau d'équipement en fonction du budget.....	7
Figure 4 : Les outils numériques utilisés par les associations.....	9
Figure 5 : Les logiciels utilisés par les associations.....	9
Figure 6 : Les projets numériques des associations.....	11
Figure 7 : Représentation de l'influence du numérique par rapport aux objectifs de la communication.....	13
Figure 8 : Les fréquences de consultation et de publication sur Facebook.....	15
Figure 9 : Fréquences de consultation et de publication sur Facebook selon la (les) personne(s) en charge.....	17
Figure 10 : Le bilan numérique des associations en fonction de leur niveau d'équipement ..	22
Figure 11 : Le fonctionnement informatique des associations vendéennes.....	26
Figure 12 : Les difficultés des associations vendéennes par zone géographique.....	29
Figure 13 : L'âge des personnes impliquées dans les associations vendéennes selon les zones géographiques.....	30
Figure 14 : L'âge et les difficultés humaines face au numérique par zone géographique	31
Tableau 1 : Profils des répondants par secteur.....	3
Tableau 2 : Influence positive (en %) du numérique par rapport aux objectifs de la communication.....	13
Tableau 3 : Répartition des réponses en fonction des réseaux sociaux.....	14
Tableau 4 : L'existence des réseaux sociaux selon les secteurs.....	18
Tableau 5: La progression sur les réseaux sociaux en fonction de l'âge des personnes impliquées dans l'association.....	19
Tableau 6 : L'impact du numérique sur les associations.....	21
Tableau 7 : Quelques caractéristiques de l'usage du numérique par secteur d'activités	25
Tableau 8 : Le niveau d'équipement en fonction des difficultés exprimées	33

I. Introduction

a) Méthodologie

Lors de l'envoi du questionnaire, les courriers ont été envoyés au plus grand nombre de personnes possibles, et dans des domaines variés :

- aux adhérents de la MDAV
- aux membres de l'annuaire des associations
- au CDOS (Comité Départemental Olympique et Sportif), pour une rediffusion aux comités départementaux ensuite
- à l'UDAF (Union Départementale des Associations Familiales), pour une rediffusion aux fédérations et aux associations du mouvement familial
- aux Points d'Appui de la Vie Associative de Vendée pour une rediffusion aux associations de leur territoire
- aux autres fédérations : FVUC (Fédération Vendéenne des Unions Commerciales), Offices de Tourisme de Vendée, FCF Vendée, APEL...

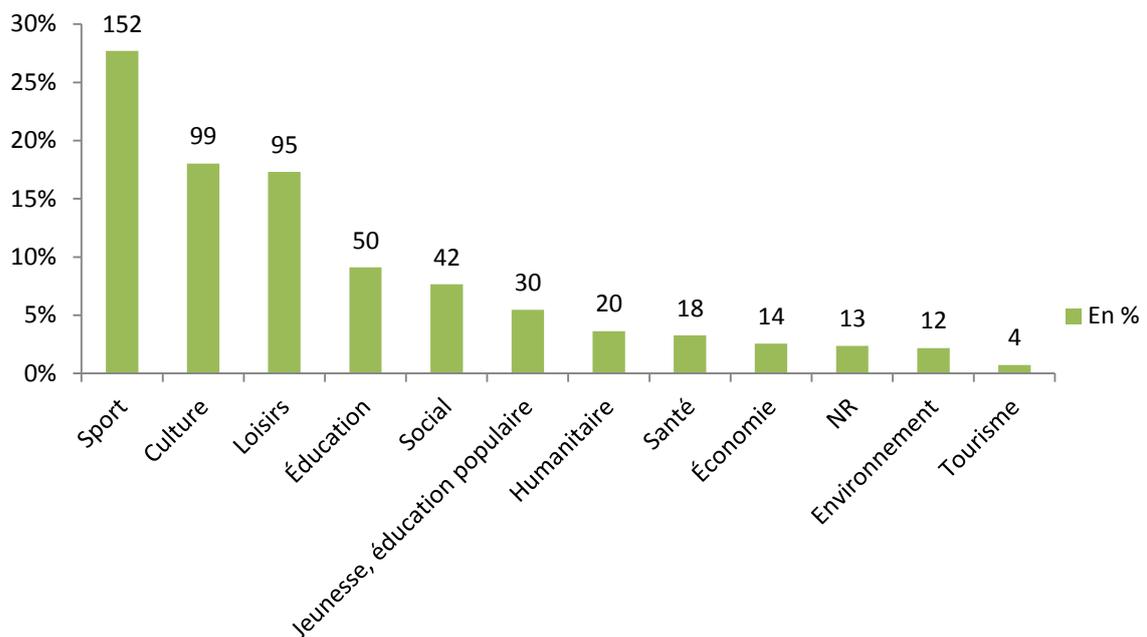
b) Profils des répondants

Avant de débiter l'analyse des résultats, un point sur les répondants s'avère nécessaire. Grâce à ces 549 réponses, nous pouvons comparer les résultats par rapport à l'enquête « Contexte et perspectives des Associations en Vendée » menée par l'Observatoire¹. La répartition qui se dégage apparaît cohérente avec les résultats mis en avant lors de cette précédente enquête. Comme le montre la Figure 1, même si les secteurs ont été affinés, **le sport et la culture sont toujours les principaux secteurs**, devant les loisirs, l'éducation et le social.

¹ « Contexte et perspectives des Associations en Vendée », novembre 2015, MDAV. Pour la consulter en ligne : <http://www.mdavendee.fr/vie-des-assos/observatoire/enquetes-mdav/>

La prégnance des associations non-employeuses parmi les répondants reste très forte (70%), alors que les associations avec salariés sont majoritairement de très petites structures employeuses (moins de 5 salariés). Toutefois, bien que les structures salariées plus importantes soient moins courantes, elles restent toutefois représentées. Parmi elles, on retrouve en particulier 11 associations comportant plus de 50 salariés.

Figure 1: Nombre de répondants par secteur



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 152 associations, soit 28%, sont issues du secteur du sport.

Remarque : les associations qui n'ont pu être reclassées sont affichées sous le terme « NR » (non renseigné).

Après ce constat, il n'est donc pas surprenant que les associations aux faibles budgets (moins de 10 000€) soient majoritaires (60%). Le Tableau 1 détaille ces chiffres par secteur, où des disparités apparaissent rapidement (cf. Les secteurs pas inégaux devant le numérique).

Tableau 1 : Profils des répondants par secteur

	Sport	Culture	Loisirs	Éducation	Social	Jeunesse	Humanitaire	Santé	Économie	Environnement	Tourisme	Total général
Budgets												
Moins de 10 000€	80	71	63	27	14	14	12	8	3	11		303
De 10 000€ à 50 000€	44	15	15	6	4	2	3	1	4		2	96
De 50 001€ à 75 000€	8	4	2	2	1		2	2	1		1	23
De 75 001€ à 150 000€	12	2	4	2	1	2			3			26
De 150 001€ à 500 000€	2	1	1	4	9	5		2	1	1	1	27
Plus de 500 000€			1	2	9	3		3				18
Total général	146	93	86	43	38	26	17	16	12	12	4	493
Age moyen des personnes impliquées												
Moins de 25 ans	10	4	2	2		3						21
De 26 à 40 ans	70	15	17	34	3	13	2	5	6			165
De 41 à 65 ans	56	57	44	14	25	9	12	10	6	6	4	243
Plus de 65 ans	14	21	29		13	4	6	3	2	5		97
Total général	150	97	92	50	41	29	20	18	14	11	4	526
Nombre d'adhérents												
Moins de 10	4	8	7	5		3	1	4	1		1	34
Entre 10 et 30	29	27	21	15	10	10	4	1	1	3		121
Entre 31 et 50	20	21	24	9	6	2	2	3	3	4		94
Entre 51 et 100	33	23	20	5	8	5	7	3	4		2	110
Plus de 100	64	17	22	10	15	8	4	6	3	4	1	154
Je ne sais pas		2		2	2	2	2	1	1			12
Total général	150	98	94	46	41	30	20	18	13	11	4	525

Ce tableau est aussi l'occasion de comparer l'âge des personnes dans les associations (partie verte). Cependant, des précautions sont à prendre face à ces résultats : la formulation « personnes impliquées » a certainement été interprétée différemment (même s'il n'y a eu que 12 non réponses). Cette question n'avait qu'un but indicatif, et l'objectif de départ était de mesurer l'âge des personnes en interne à l'association. Ces précautions prises, **on observe l'absence des jeunes de moins de 25 ans (dont les causes sont régulièrement discutées) mais aussi une moindre présence des retraités.** Ces remarques vont dans le sens d'une enquête de France Bénévolat et Recherches et Solidarités. Dans une perspective comparatiste sur la période 2010-2016, les éléments dégagés permettent d'aller plus loin : *« la proportion des Français de moins de 35 ans bénévoles en associations progresse très régulièrement au cours des trois enquêtes. Alors que celle des plus de 65 ans se tasse régulièrement confirmant la fausse idée reçue qu'il n'y aurait que des retraités parmi les bénévoles »*². Nous retrouvons alors la prédominance des actifs expérimentés (plus de 40 ans) et des jeunes retraités dans notre Tableau 1.

Enfin, le dernier élément concerne le nombre d'adhérents. Il est réparti équitablement entre les associations : la moitié en compte plus de 50, l'autre moins (cf. partie bleue du Tableau 1). Là encore, des différences sont visibles entre les secteurs, puisque l'activité est déterminante dans ce nombre. En effet, certaines associations vivent grâce (et pour) leurs adhérents (le sport par exemple), tandis que d'autres sont ouvertes à tout public et ne nécessitent pas une adhésion pour profiter de leurs activités (la culture ou l'humanitaire).

Les chiffres concernant les bénévoles (absents du tableau) apportent un complément d'information. Les enquêtés déclarent moins de 15 bénévoles pour une majorité (54%), ce qui n'est pas surprenant : **de multiples associations vivent avec peu de bénévoles, puisqu'elles sont plutôt tournées vers leurs adhérents**, les bénévoles n'étant présents que de temps à autre pour aider ponctuellement.

² « L'évolution de l'engagement bénévole associatif en France, de 2010 à 2016 », mars 2016, France Bénévolat. Pour la lire en ligne, cliquez [ici](#) ou retrouvez-la sur le site www.francebenevolat.org.

A ce propos, la confusion entre adhérents et bénévoles existe dans le langage courant, ce qui a pu influencer la réponse des enquêtés. Selon une synthèse d'enquête menée par France Bénévolat, « *la distinction majeure entre adhésion et bénévolat est que la première est définie par un cadre juridique, alors que le bénévolat est par définition totalement libre de tout statut. Le bénévole est celui qui donne de son temps sans y être contraint et sans rémunération. L'adhérent est celui qui donne son accord* »³. Finalement, l'adhésion sous-entend souvent le paiement d'une cotisation (ce qui n'est pas nécessairement obligatoire) mais aussi une implication variable dans l'association. En effet, les associations se plaignent parfois du phénomène de « passager clandestin »⁴, où les adhérents vont profiter des services de l'association sans pour autant s'impliquer davantage⁵.

³ « Adhérents et bénévoles : proximités et différences », décembre 2012, France Bénévolat.

⁴ Mancur Olson, « Logique de l'action collective », PUF, 1978. Il y décrit le « *free rider problem* », où une personne profite d'avantages sans s'être investi dans la cause.

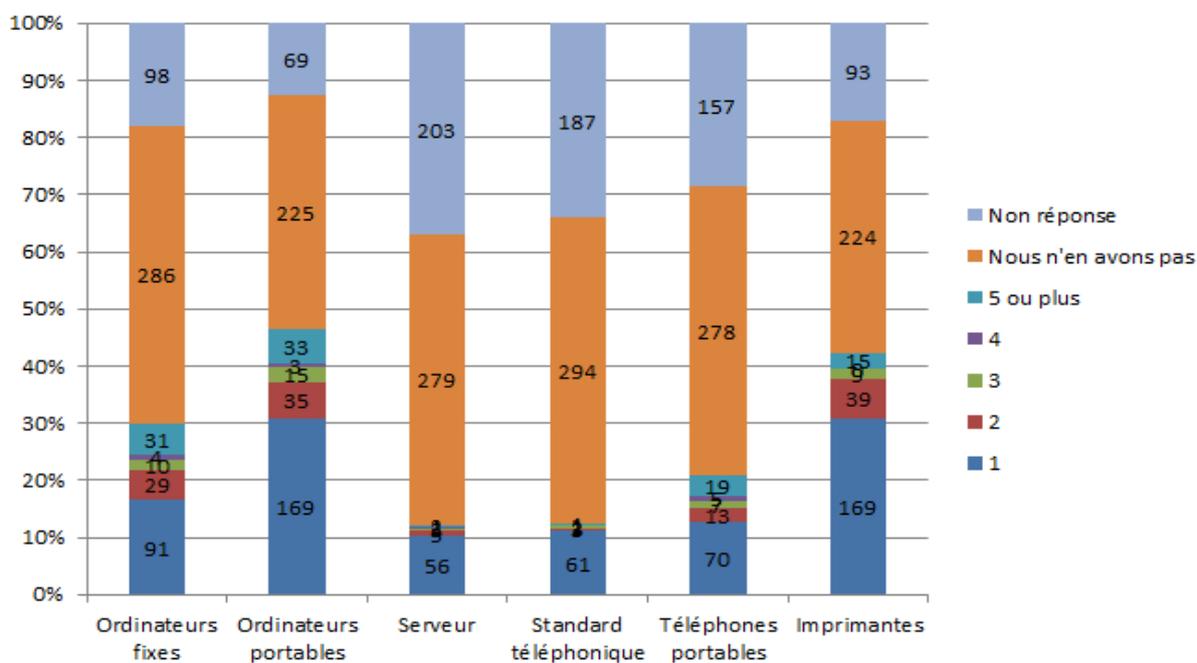
⁵ Pour en savoir plus, *ibid.*, consultable en ligne [ici](#) ou sur le site www.francebenevolat.org.

II. Adaptation(s) au numérique

a) Équipements et outils

Dans cette première partie, l'objectif est de faire un état des lieux de l'équipement des associations vendéennes en termes d'outils numériques. La première étape concerne donc le matériel informatique, représenté dans la Figure 2 ci-dessous.

Figure 2 : L'équipement numérique des associations vendéennes en 2016



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 91 associations déclarent avoir 1 ordinateur. Cela représente 17% des réponses à cette question sur les ordinateurs fixes.

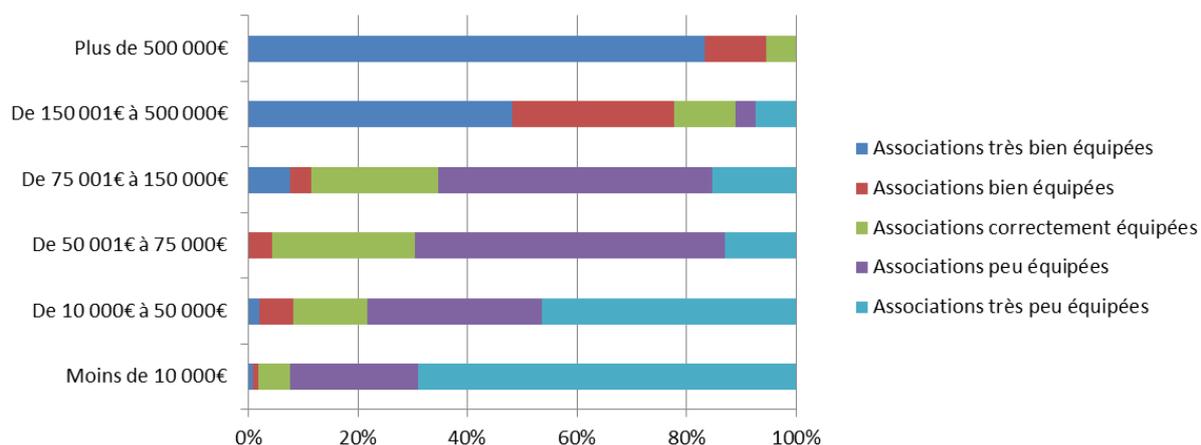
Pour commencer, **on peut souligner l'absence d'équipement parmi les associations vendéennes** (en orange). Les non-réponses, tout du moins une partie, peuvent sûrement être assimilées à l'absence d'équipement propriété de l'association. Il est difficile d'expliquer autrement un nombre si élevé de non-réponses, mis à part pour le serveur, peut-être méconnu (et souvent considéré comme inutile) des petites structures. Il est nécessaire de souligner la place des outils personnels dans l'organisation : ils ne pouvaient pas être

déclarés par les enquêtés dans le questionnaire, alors que c'est une modalité d'organisation courante.

L'ordinateur, et surtout le portable, est l'équipement le plus répandu avec les imprimantes. Comme indiqué en préambule, ce sont les petites associations qui prédominent parmi les répondants, ce qui explique ce faible niveau d'équipement. Certaines associations possèdent malgré tout plusieurs fois le même équipement. Il est à noter que les serveurs et les standards téléphoniques ne sont pas nombreux, à l'exception des associations plus importantes.

Ainsi, **plus l'association a de moyens financiers, plus elle est équipée en matériel informatique**. La Figure 3 démontre quand même la présence d'un minimum d'équipement pour tous. Une grille permettant d'évaluer le niveau d'équipement des associations, avec le budget de l'association détermine que **plus le montant du budget augmente, plus l'équipement augmente aussi**. Ce sont donc les associations avec des budgets conséquents qui sont les mieux équipées.

Figure 3 : Le niveau d'équipement en fonction du budget



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 70% des associations de moins de 10 000€ de budget sont très peu équipées.

En complément de cet équipement matériel, la question de la sauvegarde des données a souffert d'un taux de non-réponse élevé. Il a sûrement manqué des modalités pour

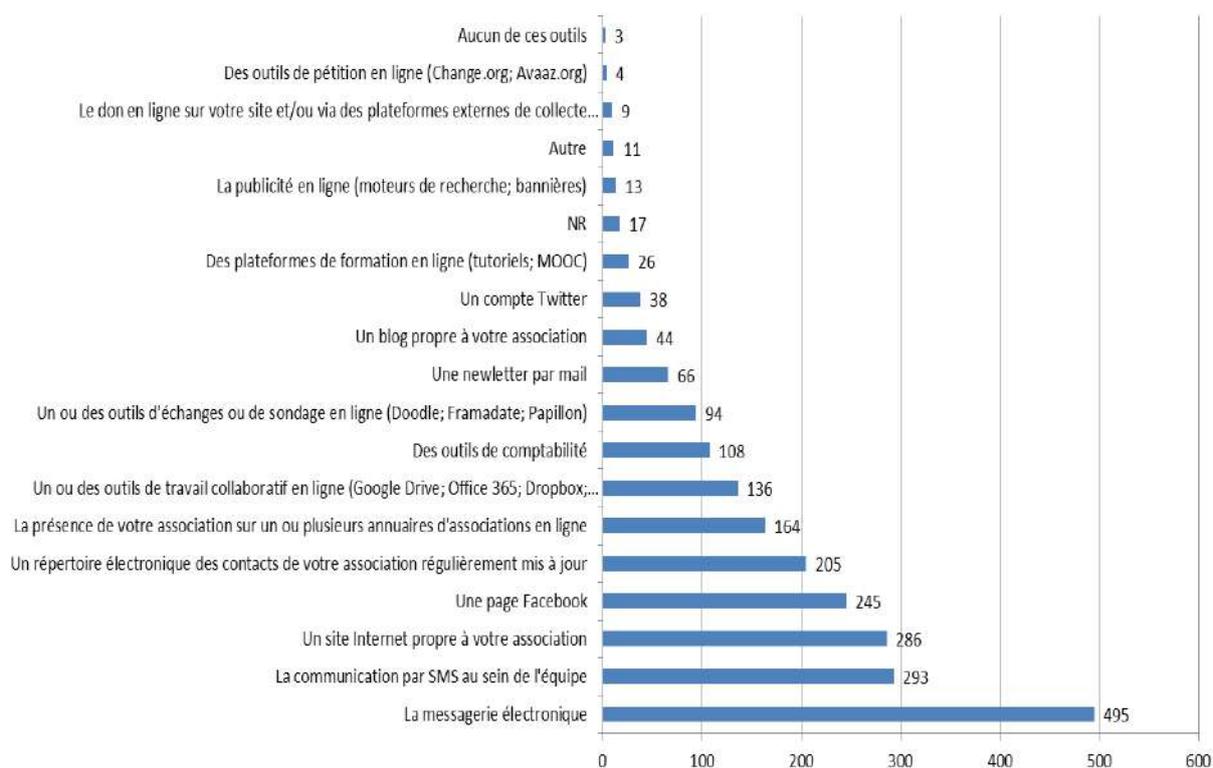
répondre à cette question. La modalité « chaque ordinateur est indépendant » n'a pas été comprise de la même manière par tous, il aurait donc fallu en ajouter d'autres comme « ordinateur(s) personnel(s) » ou « un seul ordinateur associatif accessible par tous » (pour les petites associations). Il aurait aussi été judicieux de séparer serveur, cloud et réseau.

Cependant, les réponses obtenues tendent vers une sauvegarde sur un disque dur externe ou une clé USB, ce qui revient au même mode de fonctionnement. D'autres fonctionnent avec une indépendance totale des ordinateurs entre eux. Finalement, ces deux types de sauvegarde correspondent au faible niveau d'équipement noté plus haut : les nombreuses petites associations n'ont parfois pas de locaux et les ordinateurs portables sont donc privilégiés. Là encore, rappelons que le matériel utilisé n'est parfois même pas la propriété de l'association, mais celle d'un de ses membres actifs.

Ces réponses mettent quand même en lumière une question importante : **qu'en est-il de la sécurité et la protection des données ?** En effet, toutes ces informations, parfois sensibles ou confidentielles, liées à l'association et ses adhérents, doivent être protégées, plus encore lorsque l'ordinateur est accessible librement. Bien que ce ne soit pas central dans le fonctionnement associatif, les citoyens sont de plus en plus concernés par la question des données personnelles, et le monde associatif n'échappera pas à cette problématique.

Ensuite, après avoir abordé la question du matériel, venons-en aux logiciels et autres outils dont se servent les associations vendéennes. Au-delà des chiffres bruts, il est intéressant de comparer l'utilisation du mail, très largement en tête, et celle d'un client de messagerie (cf. Figure 4 et Figure 5). Il existe un différentiel d'un peu plus d'une centaine de personnes (495 utilisent la « messagerie électronique » - 382 utilisent un logiciel « Mail »). Cette différence s'explique sûrement par le fait qu'avec une seule adresse à gérer, il n'est pas utile de passer par un client de messagerie. Une partie d'entre eux serait susceptible d'être intéressée mais ils ne connaissent pas les logiciels comme Microsoft Outlook ou Mozilla Thunderbird. L'envie (ou l'obligation) de bien séparer les différentes « vies » (professionnelle, personnelle et associative) joue aussi un rôle.

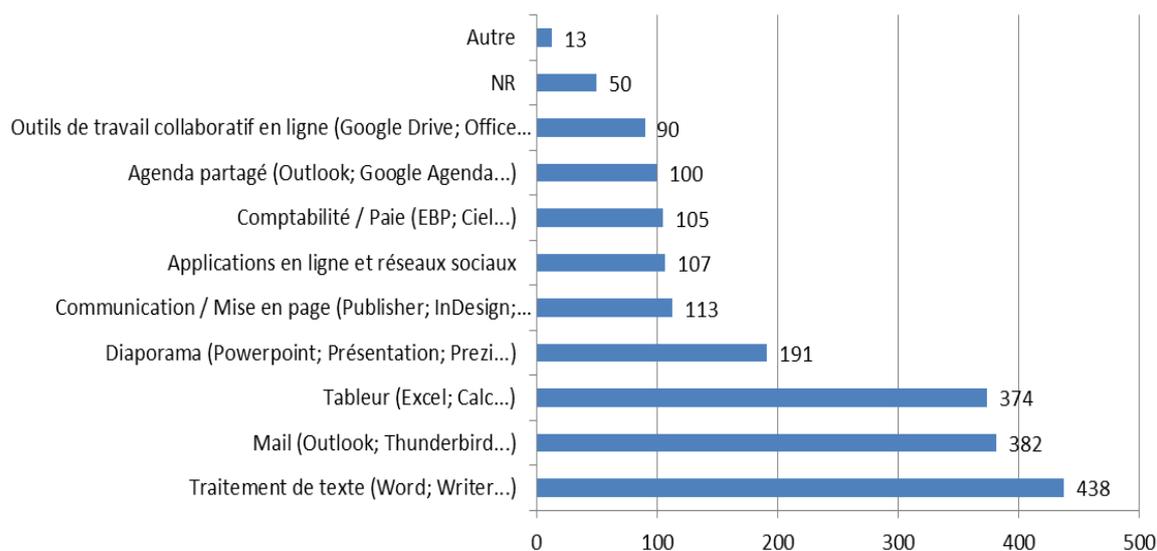
Figure 4 : Les outils numériques utilisés par les associations



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 495 associations utilisent une messagerie électronique.

Figure 5 : Les logiciels utilisés par les associations



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 438 associations utilisent un logiciel de traitement de texte.

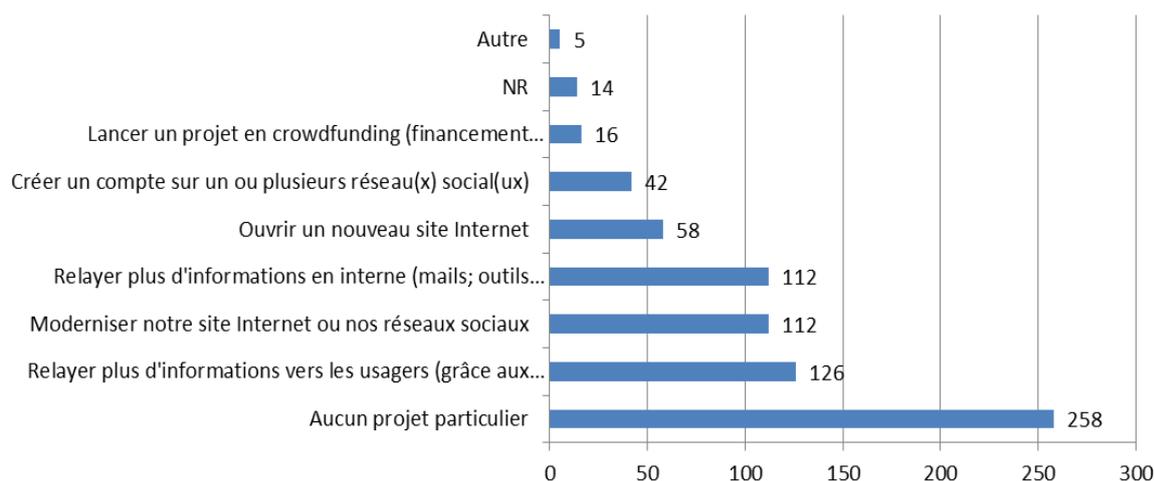
On remarque également un écart entre les outils collaboratifs en ligne (136 utilisent « un ou des outils de travail collaboratif en ligne » - 90 utilisent des logiciels « d'outils de travail collaboratif en ligne »). 46 enquêtés savent qu'ils sont disponibles dans l'association mais ne les utilisent pas. Nous ne pouvons ici qu'en supposer les raisons : ne sont-ils pas directement concernés ? N'en ont-ils pas besoin ? ou simplement pas envie ? Peut-être utilisent-ils uniquement un seul des outils comme l'agenda ? Leur manque-t-il de la formation pour savoir utiliser ces outils ?

b) Les projets et le numérique

Ce graphique et le suivant (cf. Figure 6) confirment **le faible développement du financement participatif chez les répondants**. 16 projets seulement se dégagent parmi les répondants. Alors que les subventions publiques sont en baisse, les associations s'intéressent aux financements privés. Cependant, l'importance de cette forme de financement n'est pas encore intégrée. Ce sont pourtant des opportunités intéressantes qui peuvent s'avérer bénéfiques, et pas seulement en termes financiers (image, réputation, etc.).

Lorsque l'on compare avec le niveau d'équipement, les associations très peu équipées n'ont, sans surprise, aucun projet particulier en vue, du moins financier, mis à part une mise à jour du site Internet. Elles déclarent en effet vouloir relayer plus d'informations en interne et en externe.

Figure 6 : Les projets numériques des associations



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 258 associations n'ont pas de projet particulier.

Un dernier élément peut être ajouté à cette partie : on note une corrélation directe entre équipement et efficacité. **Plus l'association est équipée, plus elle a de chances d'être satisfaite de l'efficacité du numérique sur son fonctionnement.** Cet élément *a priori* logique n'est pas si évident : même si une association est peu équipée, elle peut être très satisfaite de l'efficacité de ces outils s'ils sont en adéquation avec leurs besoins. Aucune corrélation ne serait alors apparue puisque peu importe le niveau d'équipement, les associations auraient été satisfaites. Cette réponse permet donc de supposer que le niveau d'équipement n'est pas un choix mais plutôt une contrainte subie pour certains répondants peu équipés.

c) Stratégie(s) face au numérique

Une fois le bilan sur l'équipement et les outils numériques réalisé, il s'agit maintenant de se concentrer sur les stratégies (plus ou moins formelles et conscientes d'ailleurs) mises en place par les répondants. Lorsque les enquêtés répondent à la question sur l'objectif principal de leur communication, leurs réponses sont partagées. Environ un tiers n'utilisent que la communication en interne tandis que les deux autres tiers envisagent une communication tournée vers l'extérieur, soit pour augmenter le nombre d'adhérents, soit pour diffuser leurs informations. **La communication semble quand même se concentrer sur l'association (dirigeants, bénévoles, membres) et son développement en interne.**

Le Tableau 2 permet de mettre en avant le pourcentage de satisfaction quant aux effets positifs du numérique sur des critères liés à la communication de l'association. Par exemple, les répondants sont plutôt plus satisfaits que les autres des résultats en termes d'implication des bénévoles et des adhérents. Et lorsqu'ils visent les citoyens en général, ils sont plus positifs en termes d'image (plus de 80%) et de participation (entre 50% et 70%) que les autres (pointe sur les deux courbes bleus de la Figure 7).

Il est toutefois à noter que la satisfaction se situe régulièrement sous les 70%. Cela signifie que **toutes les associations ne réussissent pas à atteindre leurs objectifs avec les outils numériques**, mais nous reviendrons sur ces difficultés dans la dernière partie de cette enquête (cf. Les différentes formes du numérique associatif).

En revanche, lorsqu'il s'agit du gain en efficacité (71,5%) et en transparence (84,3%), les avis sont nettement positifs, peu importe les objectifs. La Figure 7 le montre très bien, avec les courbes rose et marron qui, par rapport aux autres, sont stables et élevées. A l'inverse, quand on parle d'augmentation de bénévoles / adhérents, largement plus de la moitié des enquêtés sont d'accord pour ne pas attribuer d'effets au numérique (courbe rouge). Dans le Tableau 2, on remarque que ce sont les seuls critères où la satisfaction ne dépasse pas les 50%.

Sans surprise, ceux qui orientent leur communication uniquement en interne n'ont aucun réseau social. Pour les autres, on observe une sorte de cercle vertueux : **plus les objectifs visent une population large, plus les réseaux sociaux sont développés ; et plus les réseaux sociaux sont développés, plus la progression d'abonnés sur les réseaux sociaux est notable pour les enquêtés.**

Tableau 2 : Influence positive (en %) du numérique par rapport aux objectifs de la communication

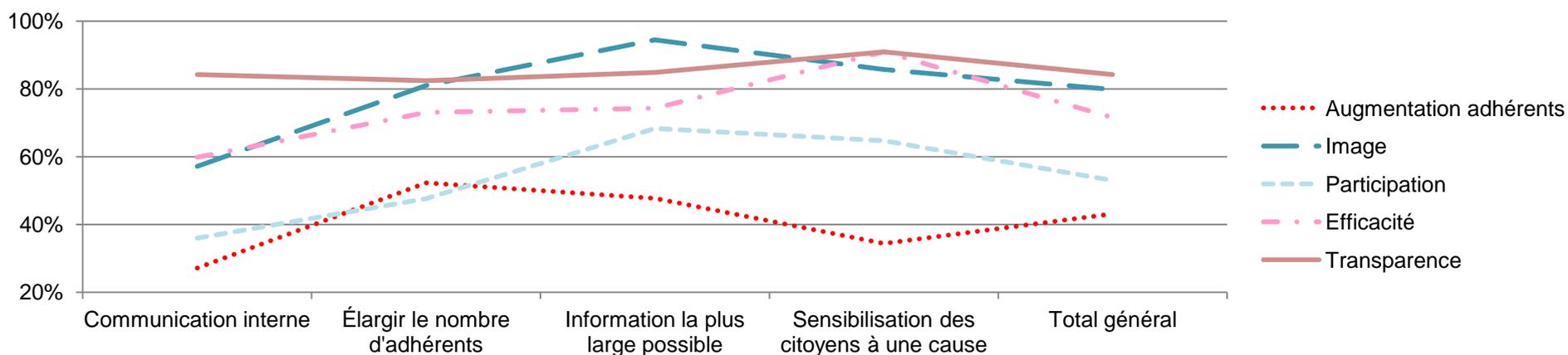
	Augmentation adhérents	Augmentation bénévoles	Implication adhérents	Implication bénévoles	Image	Efficacité	Participation	Transparence
Elle vise exclusivement ses membres (dirigeants, bénévoles, adhérents)	27,1%	19,3%	57,0%	60,7%	57,1%	59,8%	35,9%	84,2%
Au-delà de ses membres, elle vise à élargir le nombre de ses bénévoles et de ses adhérents	52,3%	36,4%	62,7%	71,5%	81,0%	73,0%	47,6%	82,4%
Au-delà de l'association, elle vise l'information la plus large possible des citoyens	47,7%	35,3%	66,2%	67,6%	94,5%	74,3%	68,3%	84,8%
Total général	43,1%	31,1%	62,6%	68,0%	79,8%	71,5%	53,0%	84,3%

Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 27,1% des associations ayant pour objectif principal la communication interne ont noté un effet positif sur l'augmentation des adhérents.

Remarque : les faibles effectifs expliquent l'absence de la dernière modalité concernant la sensibilisation à une cause dans ce tableau.

Figure 7 : Représentation de l'influence du numérique par rapport aux objectifs de la communication



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

d) Les réseaux sociaux

Ce lien entre objectifs de la communication et réseaux sociaux nous permet d'introduire cette partie consacrée à l'usage des réseaux sociaux. Le premier élément marquant est **l'absence pour une large majorité d'associations de ces réseaux sociaux**. Les raisons de cette absence ne seront pas détaillées ici, puisqu'une enquête complémentaire serait nécessaire. Dès lors, **les réponses en ont donc été impactées puisqu'elles se limitent à 228 répondants**.

Étrangement, lorsque l'on compare ces résultats avec la première question, on observe une différence de 17 réponses : 245 avaient affirmé avoir un compte Facebook (question 1 sur les outils utilisés), alors que seuls 228 répondants déclarent avoir un (ou plusieurs) réseau(x) social(ux) (question 9 sur l'utilisation des réseaux sociaux). Peut-être est-ce dû à une confusion entre compte personnel et compte associatif, ou à la distance entre le répondant et la gestion du compte associatif, ou bien encore une confusion sur le terme « réseaux sociaux », la différence restant toutefois minime.

Tableau 3 : Répartition des réponses en fonction des réseaux sociaux

Avez-vous un compte :	Facebook	Twitter	Google +	Youtube	Autres	Total
Oui	216	37	54	39	24	370
Non	6	93	81	84	93	357
Non réponse	6	98	93	105	111	413

Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 216 associations déclarent avec un compte sur Facebook.

Comme attendu, **Facebook est le réseau social le plus plébiscité loin devant les autres**, comme il l'est pour les particuliers. En plus d'être plus répandu, ce réseau social a plus d'impact car plus de « prospects » y sont inscrits. Le système de « Page » est aussi bien connu et développé, ce qui facilite son utilisation. Twitter n'est pas si courant en compte associatif mais sans doute présent à titre individuel avec un usage plus prudent pour l'association. Google+ et YouTube sont plus propices à une communication de l'association, mais nettement moins réputés et familiers. D'une manière générale, plus l'association a de bénévoles, plus elle est susceptible d'avoir un compte sur un réseau social. Cette connexion

n'apparaît que passé le cap des 100 adhérents : tant que le nombre d'adhérent est faible, l'intérêt d'un réseau social l'est aussi.

Tous réseaux confondus, les consultations sont assez régulières (cf. Figure 8) pour Facebook au moins. En effet, étant donné l'absence de compte sur les autres réseaux, les chiffres sont logiquement de plus en plus faibles, ce qui rend l'analyse peu probante. Un dernier paramètre a pu affecter la qualité des réponses, la méconnaissance des chiffres demandés : on peut savoir que son association a une page sans pour autant en connaître les détails.

Figure 8 : Les fréquences de consultation et de publication sur Facebook



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 67 associations (soit 31%) consultent leur page Facebook 1 fois par semaine ou moins.

Les associations consultent leurs réseaux sociaux plus souvent qu'ils ne publient, tous supports confondus. Presque la moitié des répondants publient toutefois toutes les semaines, notamment sur Facebook (cf. Figure 8). Facebook est d'ailleurs bien « concurrencé » par le site Internet de l'association, qui n'est pas un réseau social en tant que tel, mais qui peut tout à fait suffire pour communiquer. Cette théorie permet d'expliquer en partie l'absence de page Facebook, puisqu'un site demande déjà du temps et des moyens pour s'en occuper.

Si l'on rapproche cette supposition des profils dégagés dans la première partie, il n'est pas étonnant que des associations aux effectifs limités manquent de ressources. D'ailleurs, parmi ceux qui n'ont pas de réseaux sociaux, deux cas se dégagent : ceux qui n'ont pas de

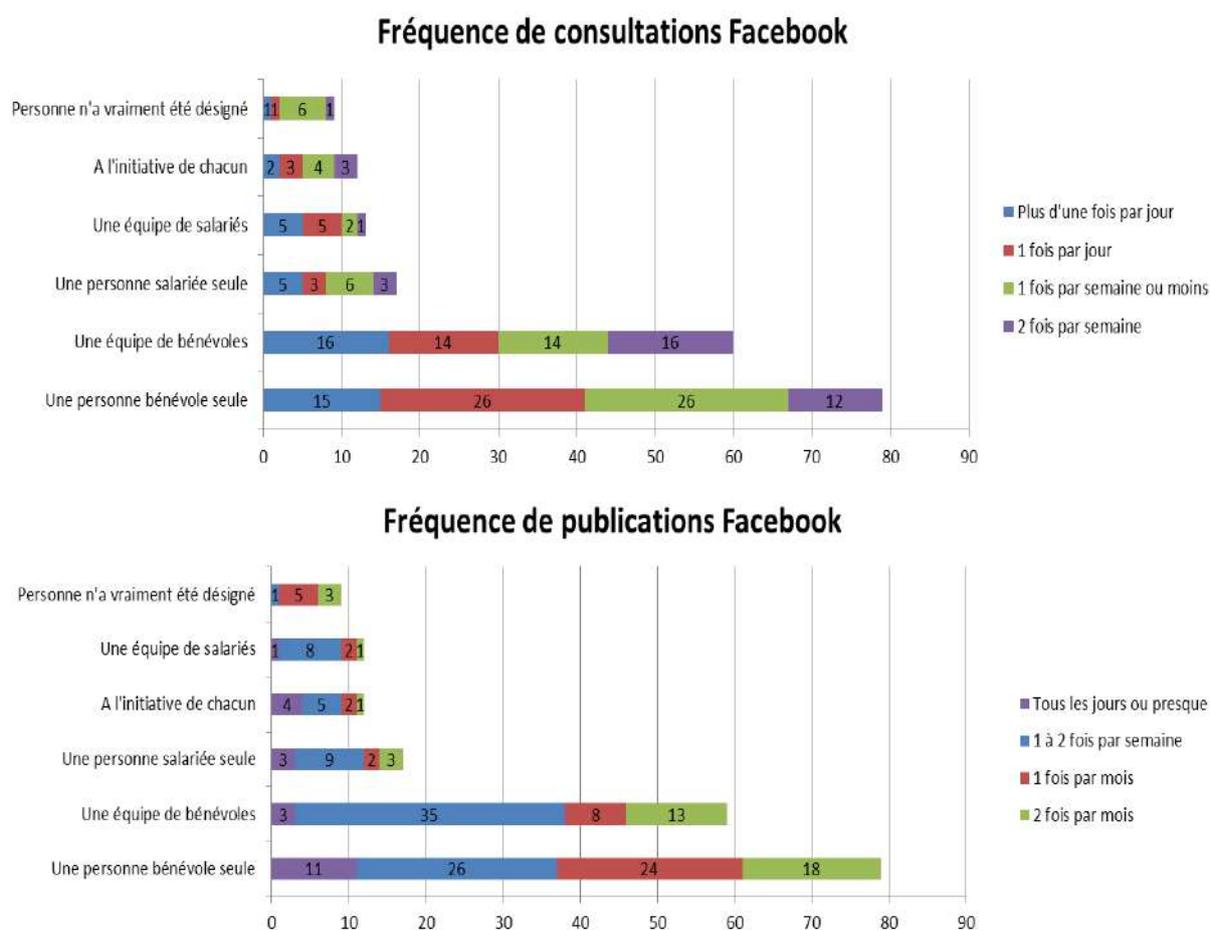
difficulté d'un côté (et qui donc n'ont pas besoin d'un compte), et ceux qui se plaignent d'un manque de moyens (financier, humain et matériel) de l'autre (mais qui souhaiteraient avoir un compte).

Pour ce qui concerne la « maintenance » de Facebook (une analyse plus approfondie des autres réseaux est « risquée », puisqu'il y a moins de 50 réponses), les bénévoles sont la solution largement privilégiée par les associations. Mais ce résultat est à comparer aux profils des répondants. Avant la barre symbolique des 100 adhérents, soit personne n'est désigné soit c'est à l'initiative de chacun (souvent une personne bénévole). En-dessous de 15 bénévoles, la situation est similaire. Mais au-dessus de ces seuils, une équipe de bénévoles prend rapidement le relais pour gérer ces réseaux sociaux. Enfin, des salariés sont assignées à cette gestion lorsque l'association possède plus de 100 bénévoles.

Naturellement, lorsque personne n'est désigné, la fréquence de publication chute (cf. Figure 9). Le faible nombre de salariés (moins de 20 associations sont concernées) rend les pourcentages peu exploitables, mais ils laissent penser que les salariés sont plus actifs sur Facebook que les bénévoles : est-ce une surreprésentation statistique qui cache la réalité ? Sans dénigrer l'implication et la qualité du travail bénévole, il pourrait être envisagé qu'une personne salariée désignée pour s'occuper en partie des réseaux sociaux soit plus efficace qu'une personne bénévole qui ne les gère que sur son temps libre. En tout cas, le constat semble être le même pour les publications, même si les bénévoles restent actifs eux aussi. Bien que notre hypothèse sur l'efficacité des salariés ne puisse être confirmée, dans les faits, très peu de salariés associatifs consacrent du temps à la gestion des réseaux sociaux (cf. Figure 9), au profit ou au détriment des bénévoles.

Mais peu importe le mode de fonctionnement choisi, il faut noter les bons chiffres de la progression des abonnés : **113 associations (sur les 191 qui ont répondu) considèrent avoir une « forte » ou une « bonne » progression**, contre seulement 4 qui parlent d'une dégression.

Figure 9 : Fréquences de consultation et de publication sur Facebook selon la (les) personne(s) en charge



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 11 associations n'ont qu'une personne bénévole seule qui publie sur la page Facebook tous les jours ou presque.

Une autre donnée est intéressante dans l'analyse : parmi les 152 associations déclarant vouloir informer l'ensemble des citoyens 71 n'ont aucun réseau social (même constat pour ceux qui veulent sensibiliser). Malgré l'existence éventuelle d'un site Internet, une activité dans d'autres médias ou une communauté « réelle » mobilisée, cela paraît tout de même surprenant quand on connaît l'importance des réseaux sociaux aujourd'hui. **Il semble alors paradoxal de déclarer vouloir une ouverture sur l'ensemble des citoyens mais d'être absent d'une des plateformes qui permet d'en toucher le plus.** Ces chiffres sont confirmés lorsque l'on croise la volonté de renforcer la visibilité / notoriété et la présence sur les réseaux sociaux : près de la moitié d'entre eux n'ont pas de réseaux sociaux.

La remarque est aussi valable pour les associations qui veulent attirer de nouveaux adhérents / bénévoles (97 sur 165). L'importance des réseaux sociaux dans le recrutement est néanmoins plus marginale. En effet, le recrutement s'effectue dans un territoire proche et les réseaux sociaux ne sont peut-être pas le moyen le plus direct vers celui-ci (même s'il est toujours intéressant d'être facilement accessible sur les réseaux sociaux pour se faire connaître). En revanche, ce chiffre est nettement plus cohérent pour ceux qui souhaitent garder leur communication en interne, voire communiquer avec leurs adhérents.

Même si nous reviendrons plus en détail sur l'influence du secteur sur la manière d'appréhender le numérique, nous allons traiter ici son lien avec l'utilisation des réseaux sociaux. Même dans des secteurs a priori prédisposés comme la culture ou le sport (sujets de communication nombreux et réguliers), le nombre important d'associations sans réseau social est à noter.

Tableau 4 : L'existence des réseaux sociaux selon les secteurs

	Non	En %	Oui	En %	Total général
Sport	75	49%	77	51%	152
Culture	59	60%	40	40%	99
Loisirs	68	72%	27	28%	95
Éducation	33	66%	17	34%	50
Social	24	57%	18	43%	42
Jeunesse, éducation populaire	17	57%	13	43%	30
Humanitaire	8	40%	12	60%	20
Santé	11	61%	7	39%	18
Économie	5	36%	9	64%	14
Environnement	10	83%	2	17%	12
Tourisme	1	25%	3	75%	4
Total général	311	58%	225	42%	536

Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 75 associations sportives n'ont pas de réseau social (49%).

Remarque : les non-réponses ont été supprimées du tableau.

Une analyse fine confirme le fait que les loisirs surtout, mais aussi la culture, l'éducation ou l'environnement ne sont pas présents sur les réseaux sociaux. Toutefois, cette analyse nuance la relation avec le sport : les associations sportives n'ont pas plus de réseaux sociaux que les autres, mais elles connaissent une progression soutenue du nombre d'abonnés. Cela

signifie que les associations sportives qui ont des réseaux sociaux sont performantes dans ce domaine.

En revanche, **il n'existe pas de rapport entre le secteur d'activité et la consultation / publication sur les réseaux sociaux**. Toutes les questions concernant les compétences des bénévoles et des salariés entrent ici en jeu.

En ce qui concerne le critère de l'âge, les moins de 40 ans ouvrent un compte sur un réseau social plus spontanément qu'après 65 ans. D'ailleurs, les personnes de plus de 65 ans déclarent moins une progression sur les réseaux sociaux que les autres. En revanche, les 26 - 40 ans remarquent plus souvent une « bonne » progression, voire une « forte » progression (cf. Tableau 5 ci-dessous).

Tableau 5: La progression sur les réseaux sociaux en fonction de l'âge des personnes impliquées dans l'association

	Moins de 25 ans	De 26 à 40 ans	De 41 à 65 ans	Plus de 65 ans	Total général
En forte progression	2	6	5		13
En bonne progression	6	42	48	3	99
En faible progression	4	30	33	7	74
En dégression		3	1		4
Pas de réseaux sociaux	5	76	144	86	311
Total général	17	157	231	96	501

Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 6 associations dont les personnes impliquées ont entre 26 et 40 ans enregistrent une forte progression sur leurs réseaux sociaux.

Remarque : les non-réponses ont été supprimées du tableau.

Les effets de génération sont clairs, mais la « fracture du numérique » régulièrement évoquée ne semble toucher que les plus anciens membres associatifs. Ceux qui sont encore en activité semblent donc plus repérer l'intérêt des réseaux sociaux, et savent aussi peut-être mieux s'en servir et à meilleur escient, alors que tout cela peut paraître flou pour les retraités, qui n'ont pas forcément eu l'occasion de les utiliser dans d'autres cadres privés ou professionnels.

III. Impacts des outils numériques sur les associations

Après s'être attaché à montrer les différentes adaptations des associations au numérique, il s'agit maintenant d'en démontrer les effets. La première interrogation vient de l'absence de corrélation entre le niveau d'équipement et la satisfaction de l'usage du numérique. Si le niveau d'équipement n'influe pas sur la satisfaction liée au numérique, alors ce n'est peut-être que **le signe d'une adéquation avec les besoins**, comme nous l'avions déjà remarqué auparavant (cf. Équipements et outils). D'ailleurs, les répondants qui n'ont pas de projet sont les plus satisfaits du numérique (un peu plus d'un tiers des répondants). Ils ne cherchent donc pas à développer leurs outils, contrairement aux insatisfaits, plutôt ouverts aux réseaux sociaux et site Internet. Cela s'explique éventuellement par le fait qu'**ils ont trouvé leur « bonne » formule pour le numérique, alors que les autres la cherchent encore.**

Une large majorité est satisfaite (63%) de l'usage du numérique dans l'association, mais la part des insatisfaits n'est pas négligeable. Les deux tiers des enquêtés pensent qu'une formation sur le numérique serait utile, dont un tiers de manière certaine. Les associations semblent dans l'ensemble concernées par les outils numériques, avec plus ou moins de difficultés cependant, et plus ou moins rapidement.

Nous sommes partis du postulat que les outils numériques n'avaient pas d'impact négatif à proprement parler, mais au pire une inutilité, ce qui est le cas pour un tiers d'entre eux. C'est pourquoi les modalités de réponse se limitent à une échelle sur le positif dans le Tableau 6. Nous avons effectué un total intermédiaire pour pouvoir le comparer avec le résultat « aucun effet particulier ». La comparaison est également effective pour les non-réponses (1 enquêté sur 5), qui rassemblent ceux qui ignorent la réponse (les critères sont parfois difficilement mesurables) et ceux qui n'ont pas remarqué d'effet non plus. **La moitié des répondants a quand même un avis positif sur ces outils en général, mais qui peut fortement varier selon les critères.**

Tableau 6 : L'impact du numérique sur les associations

Impact du numérique	Implication des bénévoles	Augmentation des bénévoles	Implication des adhérents	Augmentation des adhérents	Image	Participation	Efficacité	Transparence	Total
Très positif	36	15	23	18	69	26	34	64	285
Positif	138	52	89	58	153	77	129	170	866
Plutôt positif	137	66	164	107	140	123	148	149	1034
Total "positif"	311	133	276	183	362	226	311	383	2185
Aucun effet particulier	150	302	170	246	94	203	127	74	1366
Total réponses	461	435	446	429	456	429	438	457	3551
Non-réponses	88	114	103	120	93	120	111	92	841
Total général	549	549	549	549	549	549	549	549	4392

Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 36 associations considèrent que le numérique a eu un impact « très positif » sur l'implication des bénévoles.

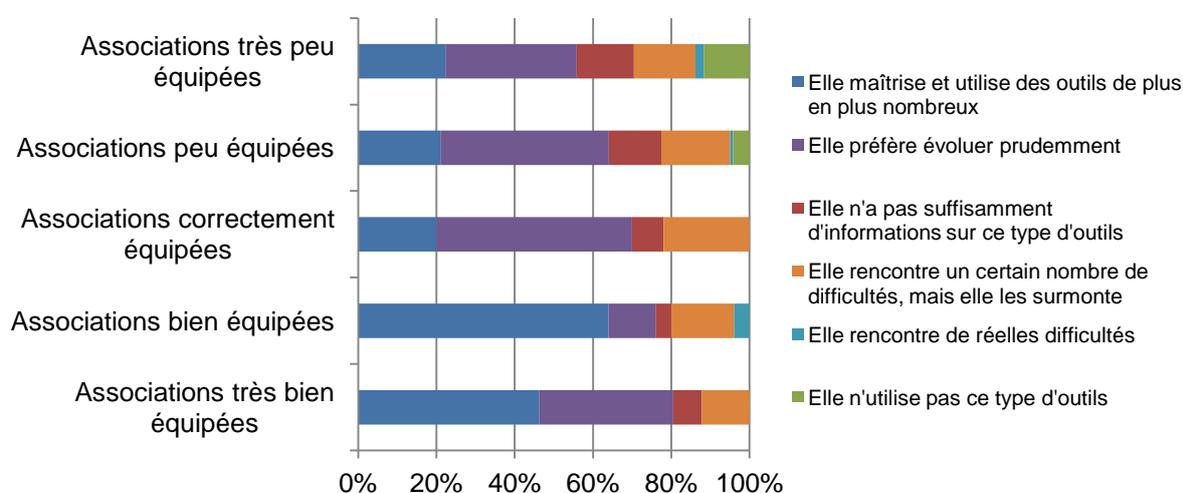
Les modalités avec le moins de réponses sont aussi les plus difficiles à quantifier objectivement, ce qui se vérifie avec l'augmentation du nombre de bénévoles ou la participation du public. Les réponses se basent donc sur des impressions. D'ailleurs, ceux qui n'ont pas répondu à la première n'ont la plupart du temps pas répondu aux autres, peut-être par peur de trop s'avancer ou de se tromper.

Pour ce qui est des critères qui ont été le plus impactés par ces outils numériques, on retrouve le partage et la transparence, l'image (réponses « très positif » et « positif » plus nombreuses) puis l'efficacité et l'implication des bénévoles ensuite (réponses « positif » nombreuses). De manière plus mesurée, ces outils ont eu un impact « plutôt positif » sur les adhérents, en termes d'implication et d'effectif.

Ce bilan succinct de l'impact du numérique peut être précisé grâce à d'autres croisements. Les associations qui fonctionnent avec une seule personne à la gestion des réseaux sociaux (bénévole ou salariée) ont plutôt tendance à être insatisfaites, tandis que celles qui travaillent en équipe sont plutôt satisfaites. En plus de générer de la satisfaction, ce travail en équipe sous-entend une implication et des compétences partagées dans l'association.

Cette observation est confirmée par la relation très forte entre la satisfaction du numérique et le bilan de l'usage global du numérique. Sans réelle surprise, ceux qui « maîtrisent » ou « évoluent prudemment » sont plus satisfaits. Ceux qui n'utilisent pas ou pas suffisamment, ou bien encore ceux qui déclarent des difficultés sont insatisfaits. Et cette (non) satisfaction n'a aucune liaison avec la situation financière, ce qui paraît logique puisque ce sont des associations très différentes qui ont répondu, et qui n'ont donc pas les mêmes besoins.

Figure 10 : Le bilan numérique des associations en fonction de leur niveau d'équipement



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 61 associations très peu équipées (23%) affirment maîtriser et utiliser des outils de plus en plus nombreux.

Au contraire, la relation avec le niveau d'équipement est intéressante à regarder de plus près dans la Figure 10 ci-dessus. Toutefois, la prédominance des associations très peu équipées cache en partie les connexions, d'où l'utilisation des pourcentages. En effet, les associations les plus équipées sont celles qui utilisent le plus d'outils, alors que celles qui évoluent prudemment sont nettement moins équipées. Le manque d'informations a aussi

un impact sur le sentiment à l'égard du numérique. Enfin, la modalité « maîtrise et utilise... » pouvait laisser penser que même des associations moins équipées, mais en développement, pouvaient y répondre, alors qu'il y a une corrélation négative entre les deux.

IV. Les différentes formes du numérique associatif

a) Les secteurs pas inégaux devant le numérique

Après l'avoir évoqué succinctement à plusieurs reprises, l'influence du secteur sur le numérique, au sens large du terme, est conséquente. Tout d'abord, **le lien est étroit entre secteurs et équipement** (cf. Tableau 7, partie bleue) : les secteurs les mieux équipés sont le sanitaire et social puis l'éducation tandis que les moins équipés sont le sport, la culture et les loisirs. Comme nous l'avions supposé précédemment, les besoins de chaque secteur diffèrent (le sport aurait moins besoin d'équipements numériques que le social) mais aussi les budgets qui leur sont attribués⁶.

Effectivement, **la corrélation est toujours très forte entre secteur et budget** (cf. Tableau 7, partie verte). L'analyse des modalités permet de confirmer notre hypothèse : la culture et les loisirs ont de faibles budgets. Il leur est donc plus difficile d'accéder aux outils numériques, alors que le sport a plutôt des budgets plus conséquents, mais sûrement pour d'autres postes de dépenses que le numérique (maillots, ballons, terrains, etc.). Le sanitaire et social est lui clairement surreprésenté parmi les associations à gros budgets et a donc les moyens (et les besoins) d'être équipés⁷.

⁶ Nous avons déjà mis ce lien en avant lors d'une précédente enquête : « Contexte et perspectives des Associations en Vendée », novembre 2015, MDAV. Pour la consulter en ligne : <http://www.mdavendee.fr/vie-des-assos/observatoire/enquetes-mdav/>

⁷ *Ibid.* Nous avons apporté quelques éléments d'explications, notamment en raison du coût des services et du nombre de personnes concernées.

Tableau 7 : Quelques caractéristiques de l'usage du numérique par secteur d'activités

	Sport	Culture	Loisirs	Sanitaire et social	Éducation	Jeunesse, éducation populaire	Économie et tourisme	Environnement	Total général
Objectifs de la communication									
Sensibilisation à une cause	3	7	1	20	3	1	1	3	39
Information la plus large possible	31	40	23	29	14	16	6	3	162
Élargir le nombre d'adhérents	67	28	30	16	20	4	7	2	174
Communication interne	48	22	32	15	12	9	4	4	146
Total général	149	97	86	80	49	30	18	12	521
Budgets									
Moins de 10 000€	80	71	63	34	27	14	3	11	303
De 10 000€ à 50 000€	44	15	15	8	6	2	6		96
De 50 001€ à 75 000€	8	4	2	5	2		2		23
De 75 001€ à 150 000€	12	2	4	1	2	2	3		26
De 150 001€ à 500 000€	2	1	1	11	4	5	2	1	27
Plus de 500 000€			1	12	2	3			18
Total général	146	93	86	71	43	26	16	12	493
Équipements									
Associations très bien équipées	1	1	3	17	10	6	2	1	41
Associations bien équipées	2	3	3	13	1	1	2		25
Associations correctement équipées	16	10	5	10	2	5	4		52
Associations peu équipées	55	18	28	20	9	3	4	3	140
Associations très peu équipées	78	67	56	20	28	15	6	8	278
Total général	152	99	95	80	50	30	18	12	536

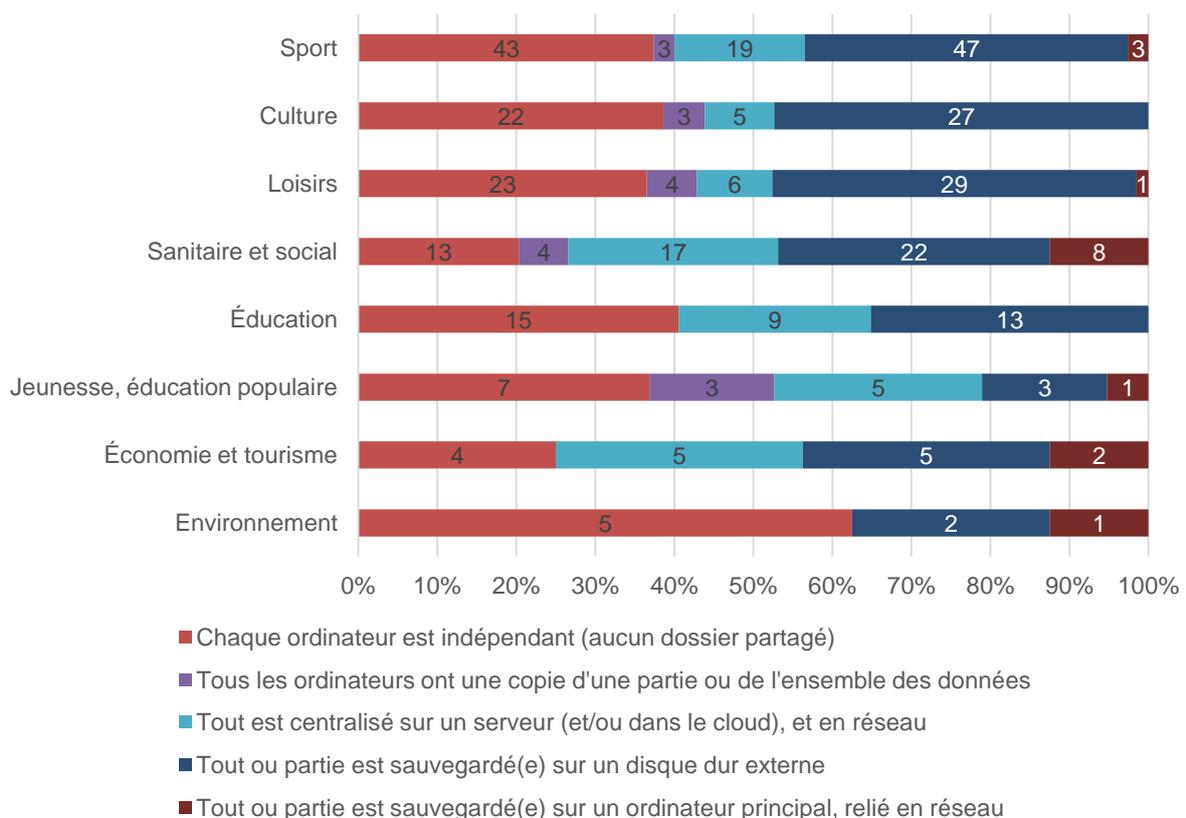
Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : Parmi les associations sportives, 3 visent à sensibiliser à leur cause, 80 ont un budget de moins de 10 000€ et 1 est très bien équipée.

Remarque : les totaux généraux varient en fonction du nombre de non réponses.

Alors qu'il ne semble pas avoir de lien entre le secteur et les logiciels utilisés ou l'organisation quotidienne (ce qui n'est pas dérouterant en soi), les résultats sont plus faciles à établir pour les moyens de sauvegarde. Pour corroborer les hypothèses des tris à plat, les non-réponses ont été mises de côté dans la Figure 11 ci-dessous. Et cela met en évidence le fait que la culture a tendance à ne pas répondre à la question, donc à avoir un autre mode de fonctionnement que ceux proposés dans le questionnaire (ordinateur personnel ?). Les secteurs du sanitaire et social, éducation, jeunesse et économie sont eux plutôt en réseau et/ou avec un serveur. Cela confirme bien l'idée de besoins plus importants en termes d'équipements et d'utilisation du numérique. Les loisirs et le sport ont eux un mode de fonctionnement plus simple, avec des ordinateurs indépendants et des sauvegardes sur HDD ou USB. Là encore, cela valide notre supposition : ces secteurs ne sont pas soumis à une obligation d'équipements.

Figure 11 : Le fonctionnement informatique des associations vendéennes



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : Parmi les associations sportives, 43 (soit 37%) fonctionne avec des ordinateurs indépendants.

Remarque : Les trois dernières lignes doivent être regardées avec précaution, leurs totaux étant inférieurs à 30.

Le dernier croisement que nous n'avons pas traité dans le Tableau 7 concerne les objectifs de la communication. Ce croisement est intéressant car il fait apparaître **des stratégies très différentes selon les secteurs** : le sport (et l'éducation dans une moindre mesure) vise à élargir son nombre d'adhérents, tandis que la culture, le sanitaire et social et la jeunesse éducation populaire sont nettement plus orientés vers l'ensemble de la société. Enfin, les loisirs (et plus faiblement le sport) ne s'adressent qu'aux membres de leurs associations.

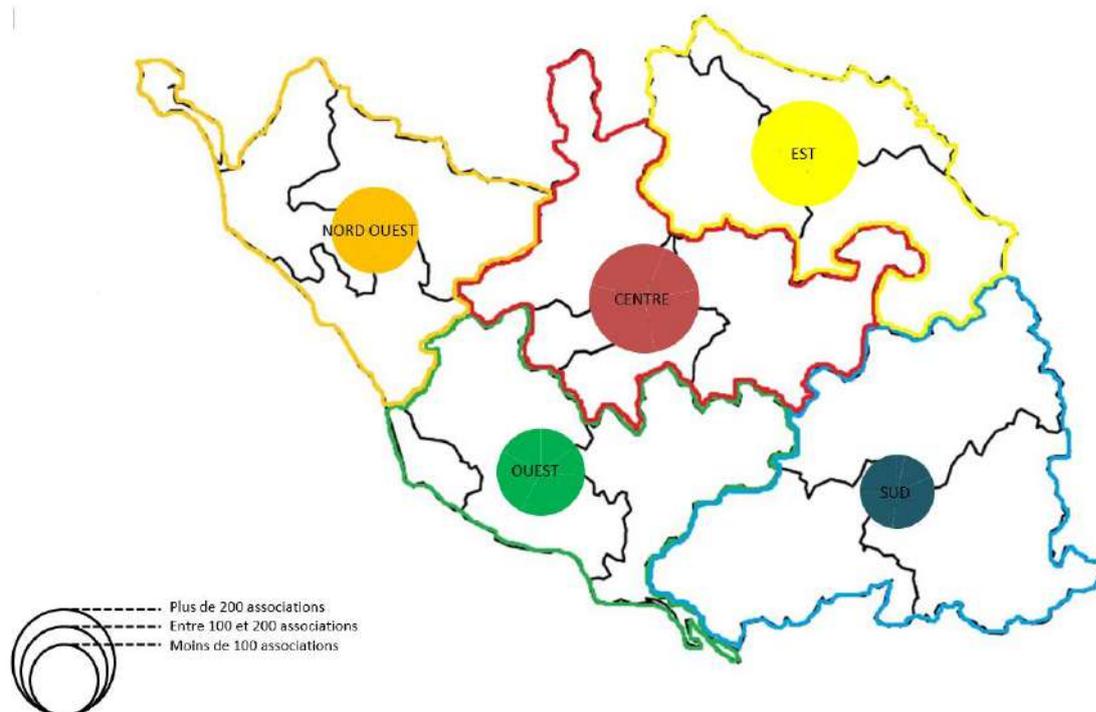
Il est étonnant en revanche que la satisfaction de l'usage du numérique ne soit pas liée aux secteurs, alors que l'équipement et la stratégie le sont. Finalement, **dans tous les secteurs, il y a des (in)satisfaits, répartis à peu près équitablement**. Il n'apparaît pas de relation non plus avec le bilan sur le numérique : cela confirme que ces questions dépassent le cadre du secteur et sont transversales aux associations, et qu'il faut aller en chercher les raisons ailleurs.

Un dernier élément incite à pousser l'analyse plus loin : **les difficultés face au numérique et les secteurs ne sont pas liés tandis que les corrélations entre le matériel et le budget sont fortes. Ce constat est donc partagé entre toutes les associations**, peu importe le secteur. Les explications sont alors à chercher ailleurs.

b) Des zones plus ou moins en difficultés

Puisque les secteurs n'expliquent pas toutes les difficultés, c'est une autre variable qui exerce son effet. **Cette variable est la zone géographique d'implantation de l'association**. La connexion entre les deux se confirme quand les cantons sont regroupés par zone géographique. En effet, il a été nécessaire d'effectuer un regroupement des cantons, pour des raisons statistiques et méthodologiques. Il faut cependant être prudent et vigilant avec ce regroupement, le danger de cette manipulation étant de créer des relations artificielles entre deux variables. Nous avons donc pris un certain nombre de précautions, notamment en regroupant uniquement des zones proches de tailles homogènes et de formes régulières. La répartition n'est certainement pas parfaite, mais elle nous semble cohérente avec le

territoire vendéen et notre base de données. Nous avons donc séparé les zones de la manière suivante :



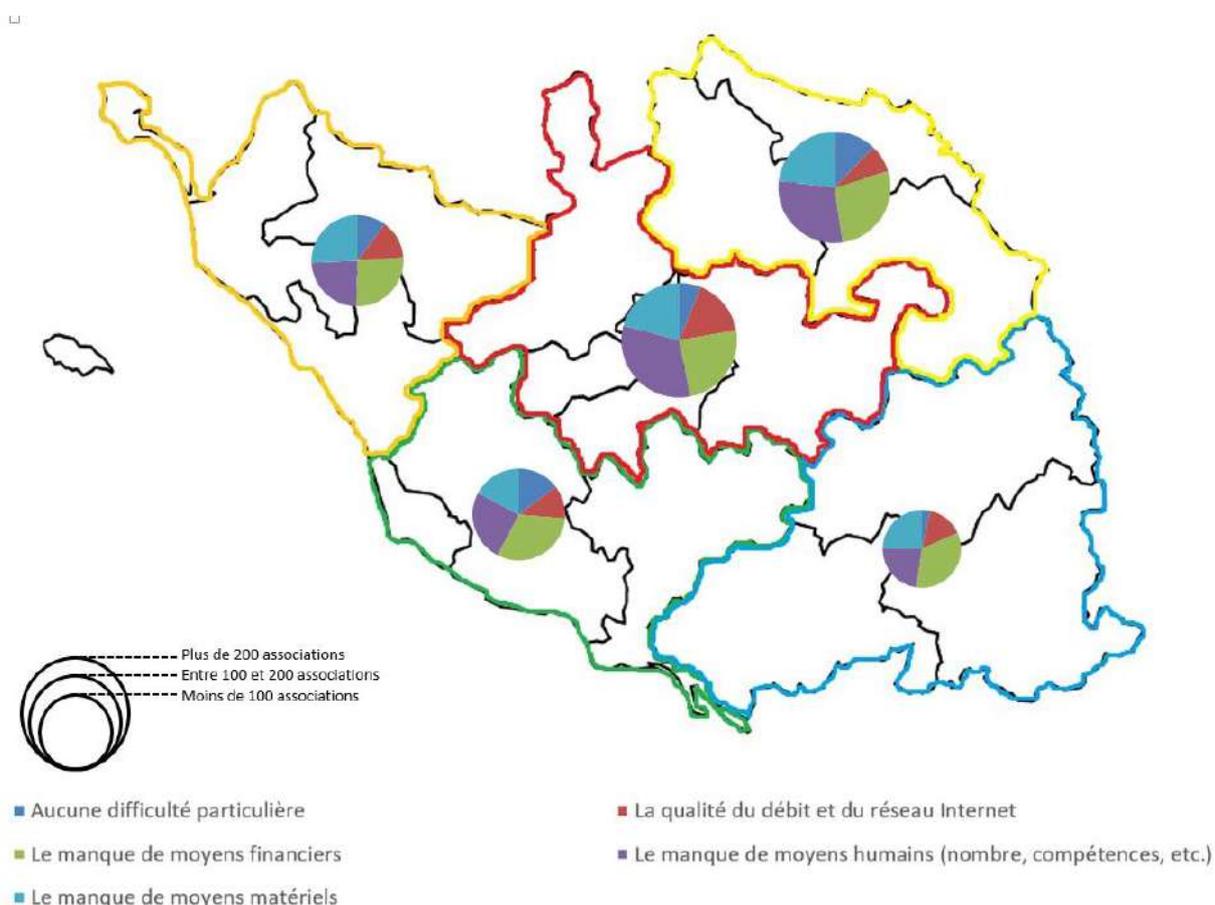
Les réponses ont été beaucoup plus nombreuses à la Roche sur Yon qu'ailleurs, ce qui gonfle la zone Centre à 310 associations. À l'inverse, les réponses ont été nettement moins nombreuses dans le Sud, avec seulement 120 associations. Ces disparités dans le nombre de réponses reflètent déjà des inégalités de territoire.

Une fois cela évoqué, il est possible de se concentrer sur les résultats :

- L'est et l'ouest de la Vendée ont plus tendance qu'ailleurs à ne pas déclarer de difficultés (zone bleu foncé sur la Figure 12), contrairement au centre et au sud.
- L'ouest déplore un manque de financement, mais pas de moyens matériels ou d'autres contraintes.
- L'est ne souffre pas du tout du réseau mais de manque de moyens humains et matériels.
- Le sud semble très touché par des questions financières (zone verte sur la Figure 12) non pas pour le recrutement mais pour l'achat de matériel (zone bleu clair) ainsi que par des contraintes stratégiques et techniques.

- Le nord-ouest est aussi plus concerné par un manque de moyens matériels que par un manque de personnes, même si elles peuvent être un frein pour le développement du numérique (contraintes managériales).

Figure 12 : Les difficultés des associations vendéennes par zone géographique

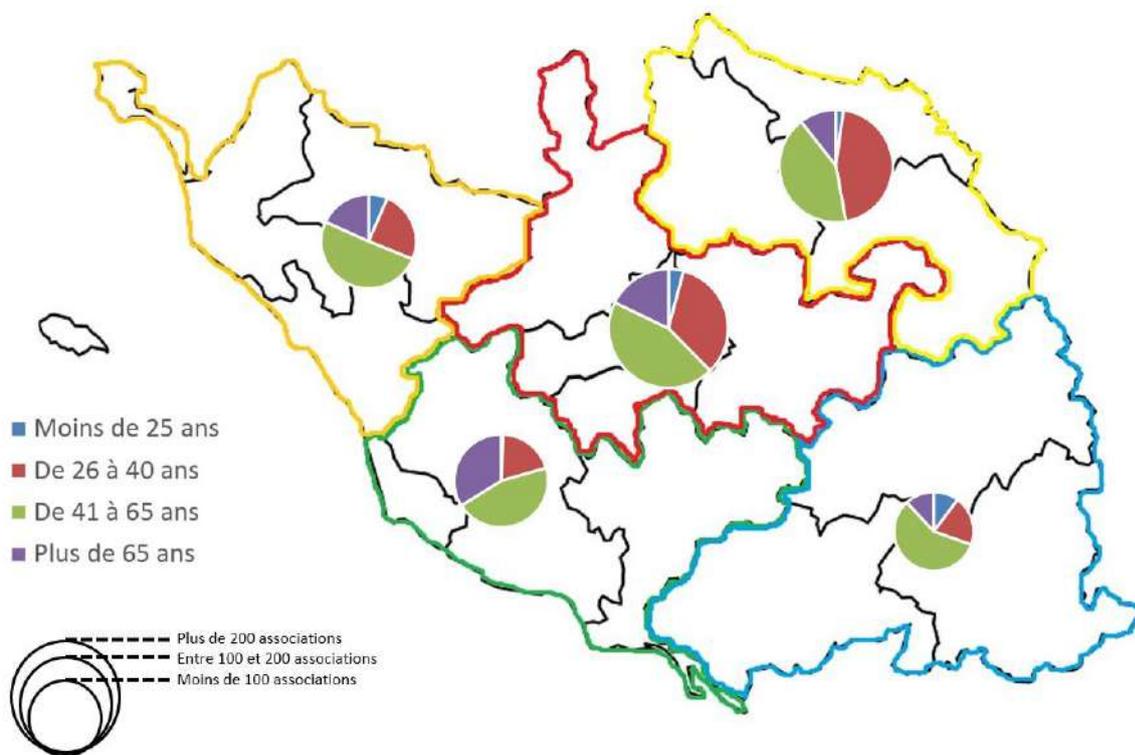


- Pour finir sur ces constats rapides, le centre a une liaison très forte avec un manque de moyens financiers et matériels mais pas de contraintes techniques ou de réseau. Là encore, ce ne sont pas les compétences humaines qui posent problème.

Le cœur du problème reste donc budgétaire dans la plupart des secteurs, soit pour financer du matériel, soit pour recruter des personnes. On pourrait se demander si dans les secteurs où le manque de matériels est noté, l'évaluation des compétences est déjà faite. Si ce n'est pas le cas, il est alors probable qu'un manque de compétences se fasse sentir pour utiliser le nouveau matériel, et que des formations soient à envisager.

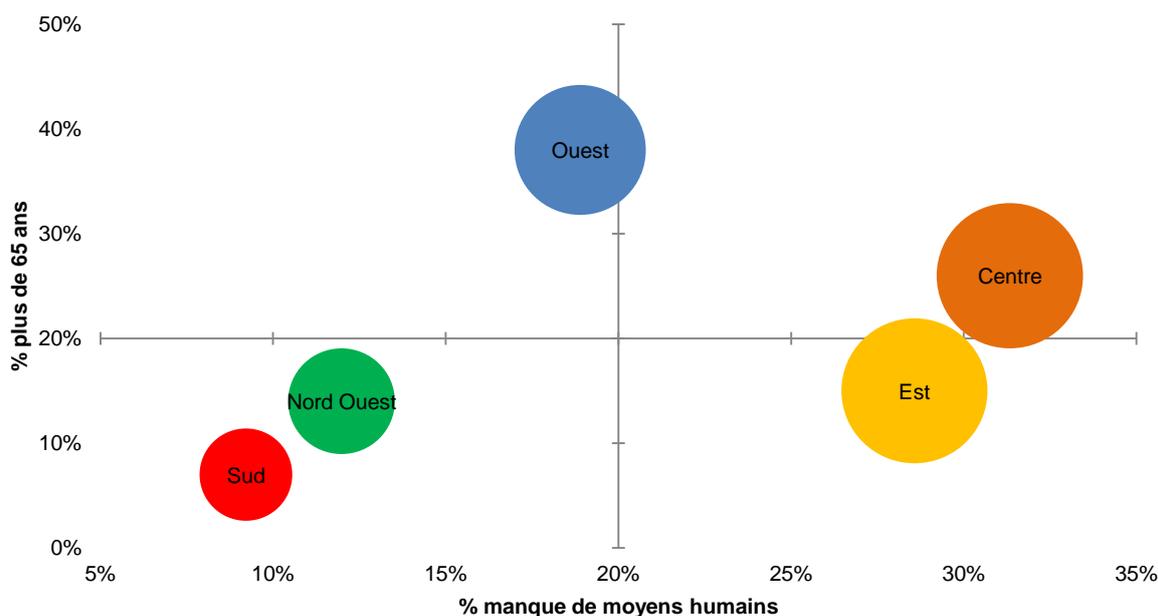
Un autre facteur ressort : l'âge des personnes impliquées dans les associations (tout en prenant des précautions statistiques). Les effectifs sont faibles pour les moins de 25 ans, mais il semblerait avoir une attraction avec le sud et une répulsion avec l'ouest. Cette répulsion s'expliquerait par le type de population vivant aux Sables d'Olonne notamment, où on retrouve des retraités. Effectivement, les plus de 65 ans sont surreprésentés dans l'ouest et très sous représenté dans l'est. Ces différences générationnelles peuvent être représentées graphiquement :

Figure 13 : L'âge des personnes impliquées dans les associations vendéennes selon les zones géographiques



Les 26 à 40 ans se révèlent très présents dans les associations de l'est et aussi du centre, mais très peu dans l'ouest, le sud et le nord-ouest. A l'inverse, les 41-65 sont eux plus impliqués dans les associations du nord-ouest et du sud que les autres zones, et moins dans le centre et l'est.

Figure 14 : L'âge et les difficultés humaines face au numérique par zone géographique



Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : Les associations du Sud de la Vendée ont 7% de personnes impliquées âgées de plus de 65 ans et déclarent à 9% un manque de moyens humains.

Remarque : La taille des bulles dépend du nombre d'associations dans la zone géographique.

Des éléments émergent, notamment dans la Figure 14, et permettent d'aller plus loin dans la réflexion sur la « **fracture numérique** ». En effet, ce terme doit être questionné plus en profondeur tant il est flou. **Si cette « fracture » était nette, nous devrions alors observer l'ouest en haut à droite du graphique.** Étant une zone à population âgée (et donc éloignée du numérique), il lui manquerait donc des moyens humains pour gérer les outils numériques dans les associations. Or l'ouest n'est pas la zone la plus en difficulté du point de vue des compétences humaines, comparée avec le centre et l'est, des régions plus jeunes. On pourrait opposer le fait que ces personnes âgées se rendent plus disponibles, mais c'est de moins en moins le cas⁸. Et même en étant disponibles, cela n'impacte pas leurs compétences numériques. **Il faut donc être prudent avec les catégorisations, notamment d'âge, puisque d'autres critères, comme le niveau de diplômes, les trajectoires biographiques, etc., ont une influence sur l'usage du numérique.**

⁸ Nous l'avons déjà évoqué, les associations ne sont pas pleines de retraités, bien au contraire. Les enquêtes récentes de France Bénévolat et Recherches & Solidarités démontrent un désengagement progressif des plus âgés, qui se tournent vers des solidarités familiales par exemple.

c) Des difficultés exprimées différemment selon les besoins

Les besoins en numérique sont très différents selon les associations et rendent donc complexe l'analyse du numérique et ses composantes. Un exemple : d'une part, plus de la moitié de ceux qui ne déclarent aucune difficulté ont moins de 10 000€ de budget. D'autre part, 1/3 des associations de moins de 10 000€ de budget déclarent un manque de moyens. Lorsque l'on rassemble les réponses sur la situation économique « bonne santé » et « très bonne santé », les associations déclarent quand même un manque de moyens financiers. Les perceptions varient selon la taille, le budget ou le secteur de l'association.

Ainsi, bien que le manque de moyens financiers décroît lorsque budget s'agrandit, l'investissement parfois nécessaire pour le numérique est trop lourd, quand bien même l'association se dit en bonne santé financière. **Et ce n'est pas qu'une question d'investissement matériel mais aussi de compétences, puisque les déclarations sur le manque de moyens humains subit la même tendance.**

Logiquement, **il existe une relation forte entre les difficultés face au numérique et la satisfaction de l'usage du numérique.** Effectivement, les insatisfaits déclarent plus un manque de moyens humains et matériels, avec les contraintes techniques qui vont de pair. Il semblerait que les satisfaits cherchent à améliorer leur organisation qui leur convient déjà, puisqu'ils notent des « difficultés » pour le réseau Internet et les moyens financiers pour acheter du meilleur matériel par exemple en vue de leur développement.

Le dernier croisement indiqué dans le Tableau 8 concerne les liens entre les difficultés exprimées et le niveau d'équipement de l'association : on constate qu'il y a une répulsion entre bon équipement et absence de difficulté, et attraction entre le faible équipement et celle-ci. En effet, selon nos constats précédents, **les associations déjà mieux équipées que les autres en veulent toujours plus.**

Cela se confirme par leur remarque négative sur la qualité du débit et du réseau ainsi que des contraintes techniques dues aux évolutions trop rapides. En parallèle, ils ne déplorent

pas de manque de moyens humains ou matériels. Pour les associations correctement équipées, on retrouve cette affinité avec le réseau Internet, mais avec un manque de moyens humains, plutôt que de budgets, de matériels ou de stratégie.

Pour les associations moins équipées (la majorité), les profils sont presque inversés entre « peu » et « très peu ». Les « peu équipées » sont plus proches de contraintes budgétaires, stratégiques et techniques et plutôt éloignées du manque de personnel ou de matériels, tandis que les « très peu équipées » sont touchées par un manque de moyens matériels et humains. Cette analyse paradoxale laisse penser que 2 profils d'associations « très peu équipées » se dégagent : d'un côté des associations qui souffrent de cette situation et de l'autre des associations avec peu de besoins donc satisfaites.

Tableau 8 : Le niveau d'équipement en fonction des difficultés exprimées

Niveau d'équipement des associations	++	+	=	-	--	Total général
Aucune difficulté particulière	6	1	8	19	43	77
La qualité du débit et du réseau Internet	17	10	15	22	35	99
Le manque de moyens financiers	18	13	19	61	110	221
Le manque de moyens humains (nombre, compétences, etc.)	17	11	24	54	111	217
Le manque de moyens matériels	9	6	16	40	106	177
Les contraintes managériales (équipes réticentes à l'utilisation, attribution des tâches, etc.)	6	1	7	15	30	59
Les contraintes stratégiques (intérêt et utilité limités pour l'association)	5	1	2	13	22	43
Les contraintes techniques (choix des outils, évolutions trop rapides, etc.)	12	5	11	33	44	105
Total général	90	48	102	257	501	998

Source : enquête « Les usages du numérique dans les associations vendéennes », juin 2016, MDAV.

Note de lecture : 6 associations très bien équipées n'ont aucune difficulté particulière.

Remarque : « ++ » correspond à « très bien équipées » ; « + » correspond à « bien équipées » ; « = » correspond à « correctement équipées » ; « - » correspond à « peu équipées » ; « -- » correspond à « très peu équipées ».

V. Conclusion

Le numérique dans les associations est donc un sujet vaste et complexe. Nous avons essayé de le décomposer en plusieurs **facteurs** pour simplifier son analyse :

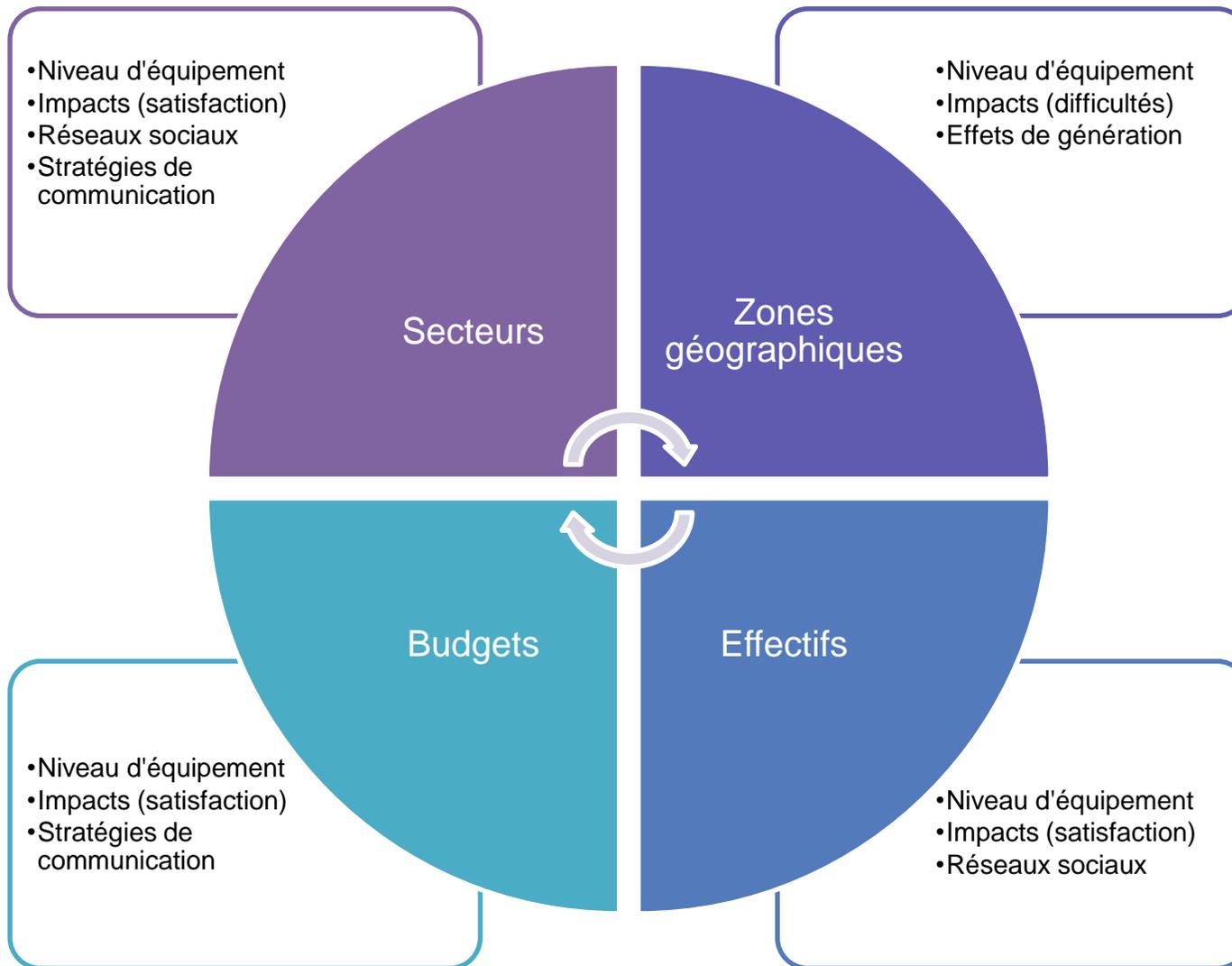
- le niveau d'équipement
- les stratégies de communication
- les réseaux sociaux
- les impacts (satisfaction liée à l'image, l'efficacité, l'implication, etc.)
- les effets de génération

Et grâce à l'analyse de ces facteurs, nous avons identifié des **variables d'influence** :

- les secteurs d'activité
- les zones géographiques
- les budgets
- les effectifs

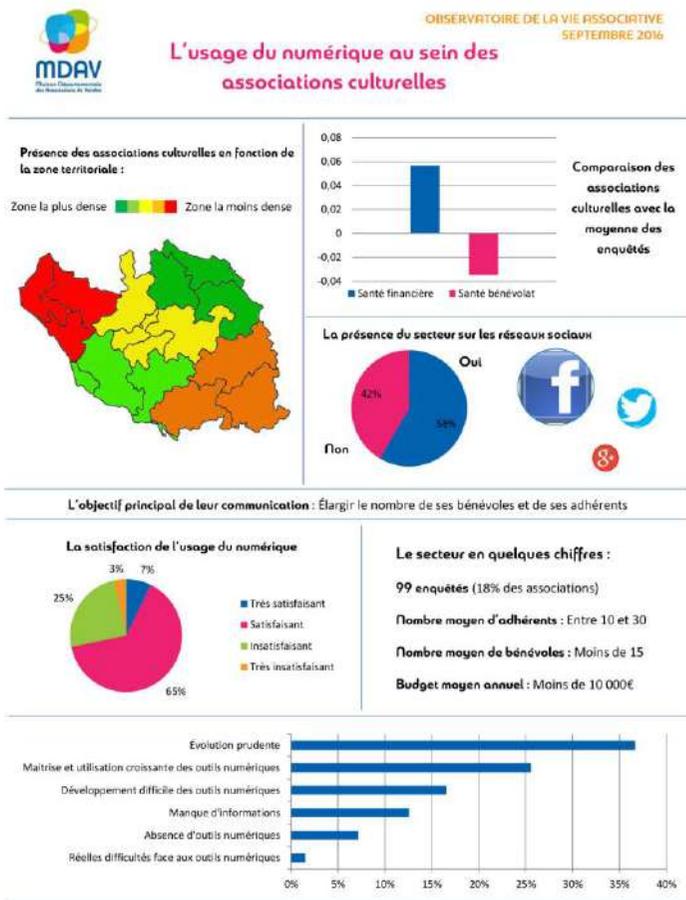
Toutes ces notions s'entremêlent les unes avec les autres et **il n'existe pas une explication unique** aux usages du numérique dans les associations vendéennes. Comme nous avons tenté de le démontrer tout au long de cette enquête, chaque élément est imbriqué dans un autre. La décomposition permet donc de détailler les effets de chaque variable, mais il faut garder à l'esprit que la compréhension doit rester globale.

Ces découpages restent subjectifs, et ils ne donnent qu'une vision de la réalité, qui peut être schématisé ci-contre. **Chaque variable influence les autres**, comme le montrent les flèches sur le schéma : les secteurs ne sont pas également répartis dans les zones du territoire, les budgets ne sont pas les mêmes en fonction du secteur, etc. **Et ensuite, chaque variable influence également les facteurs** : le niveau d'équipement n'est pas le même selon les zones géographiques, les effectifs, les budgets et le secteur d'activités, etc. Tous ces éléments ont été détaillés tout au long de cette enquête, ce schéma permettant les de synthétiser.

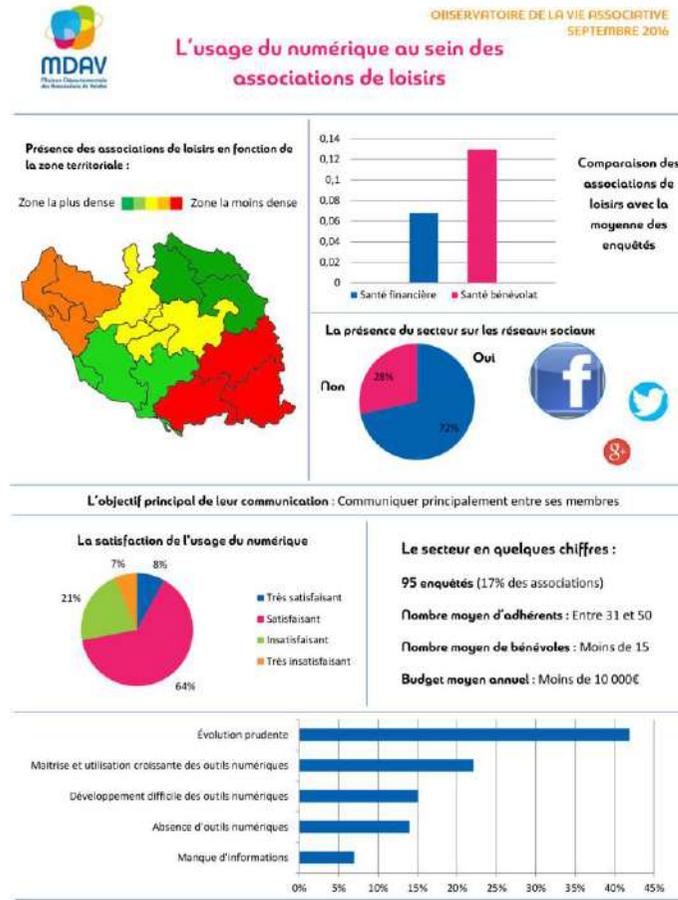


VI. Annexes

a) Synthèses de l'usage du numérique par secteur

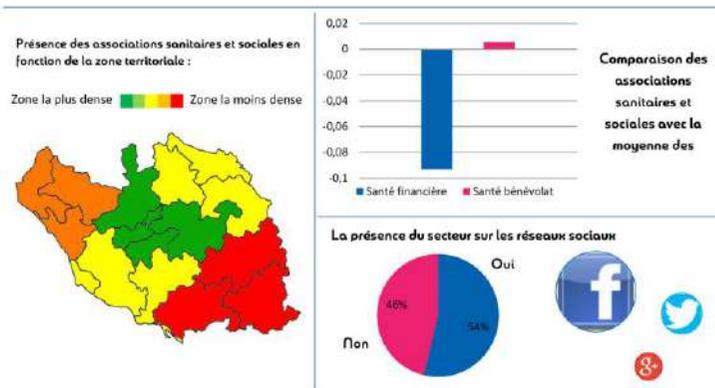


Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site de la MDAV : <http://www.mdavendee.fr/vie-des-asso/observatoire/>



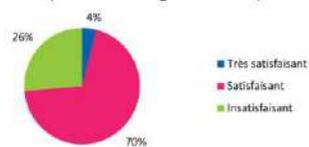
Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site de la MDAV : <http://www.mdavendee.fr/vie-des-asso/observatoire/>

L'usage du numérique au sein des associations sanitaires et sociales



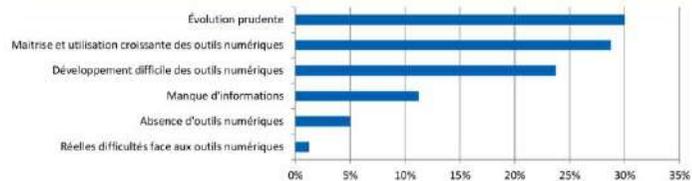
L'objectif principal de leur communication : Élargir le nombre de ses bénévoles et de ses adhérents

La satisfaction de l'usage du numérique



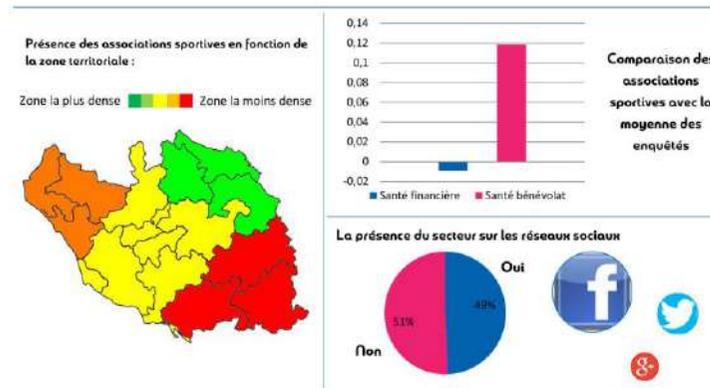
Le secteur en quelques chiffres :

80 enquêtes (15% des associations)
Nombre moyen d'adhérents : Plus de 100
Nombre moyen de bénévoles : Entre 15 et 49
Budget moyen annuel : Moins de 10 000€



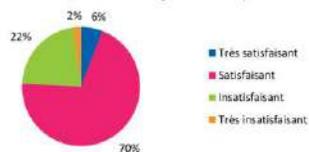
Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site de la MDAV : <http://www.mdavendee.fr/vie-des-assos/observatoire/>

L'usage du numérique au sein des associations sportives



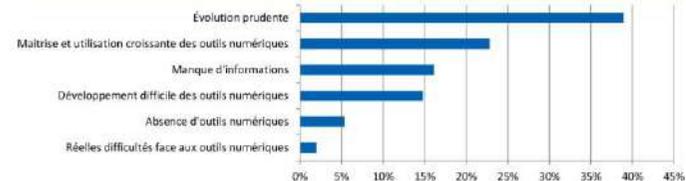
L'objectif principal de leur communication : Élargir le nombre de ses bénévoles et de ses adhérents

La satisfaction de l'usage du numérique



Le secteur en quelques chiffres :

152 enquêtes (28% des associations)
Nombre moyen d'adhérents : Plus de 100
Nombre moyen de bénévoles : Moins de 15
Budget moyen annuel : Moins de 10 000€



Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site de la MDAV : <http://www.mdavendee.fr/vie-des-assos/observatoire/>

b) Tableaux complémentaires des réponses

Parmi ces types de matériel informatique, de combien disposez-vous de :

	Ordinateurs fixes	Ordinateurs portables	Imprimantes	Standard téléphonique	Serveur
1	91	169	169	61	56
2	29	35	39	3	5
3	10	15	9	2	3
4	4	3	0	1	1
5 ou plus	31	33	15	1	2
Nous n'en avons pas	286	225	224	294	279
Non renseigné	98	69	93	187	203
Total général	549	549	549	549	549

Au regard de l'objet de votre association, quels sont les objectifs de la communication ?

	Total
Au-delà de ses membres, elle vise à élargir le nombre de ses bénévoles et de ses adhérents	177
Au-delà de l'association, elle vise l'information la plus large possible des citoyens	164
Elle vise exclusivement ses membres (dirigeants, bénévoles, adhérents)	152
Au-delà de l'information, elle vise la sensibilisation des citoyens à une cause, pour les convaincre	40
Non renseigné	16
Total général	549

Quelles difficultés éventuelles rencontre votre association dans la mise en place et dans l'utilisation de ces outils numériques ?

	Total	En %
Le manque de moyens financiers	221	21
Le manque de moyens humains (nombre, compétences, etc.)	217	20,6
Le manque de moyens matériels	177	16,8
Les contraintes techniques (choix des outils, évolutions trop rapides, etc.)	105	10
La qualité du débit et du réseau Internet	99	9,4
Aucune difficulté particulière	86	8,2
Les contraintes managériales (équipes réticentes à l'utilisation, attribution des tâches, etc.)	59	5,6
Non renseigné	45	4,3
Les contraintes stratégiques (intérêt et utilité limités pour l'association)	43	4,1
Total général	1052	100

Quels sont vos projets numériques pour les mois à venir ?

	Somme	En %
Aucun projet particulier	258	34,7
Relayer plus d'informations vers les usagers (grâce aux réseaux sociaux; à du référencement; de la publicité; etc.)	126	17,0
Moderniser notre site Internet ou nos réseaux sociaux	112	15,1
Relayer plus d'informations en interne (mails; outils collaboratifs; formations; etc.)	112	15,1
Ouvrir un nouveau site Internet	58	7,8
Créer un compte sur un ou plusieurs réseau(x) social(ux)	42	5,7
Lancer un projet en crowdfunding (financement participatif en ligne)	16	2,2
Non renseigné	14	1,9
Autre	5	0,7
Total général	743	100

Quelle est votre fréquence de publications sur ces réseaux sociaux ?

	Facebook	Twitter	Google+	Youtube	Autres	Newsletter	Site	Total
Tous les jours ou presque	30	8	8	1	2	1	14	64
2 fois par mois	41	5	5	8	5	5	36	105
1 à 2 fois par semaine	89	12	7	3	3	6	45	165
1 fois par mois	51	12	13	16	10	20	54	176
Total intermédiaire	211	37	33	28	20	32	149	510
Nous n'avons pas de compte / page	7	90	91	90	89	83	27	477
Non renseigné	10	101	104	110	119	113	52	609
Total général	228	1596						

Combien de fois allez-vous consulter ces outils numériques ?

	Facebook	Twitter	Google +	Youtube	Autres	Total
2 fois par semaine	38	4	7	5	4	58
Plus d'une fois par jour	51	10	14	2	3	80
1 fois par jour	60	11	9	6	7	93
1 fois par semaine ou moins	67	12	24	26	10	139
Total intermédiaire	216	37	54	39	24	370
Nous n'avons pas de compte	6	93	81	84	93	357
Non renseigné	6	98	93	105	111	413
Total général	228	228	228	228	228	1140

Au bilan, vous diriez plutôt, concernant votre association aujourd'hui :

	Total
Elle préfère évoluer prudemment	195
Elle maîtrise et utilise des outils de plus en plus nombreux	136
Elle rencontre un certain nombre de difficultés, mais elle les surmonte	88
Elle n'a pas suffisamment d'informations sur ce type d'outils	67
Elle n'utilise pas ce type d'outils	38
Non renseigné	17
Elle rencontre de réelles difficultés	8
Total général	549

Estimez-vous que l'usage du numérique dans votre association est :

	Total
Satisfaisant	318
Insatisfaisant	122
Non renseigné	56
Très satisfaisant	36
Très insatisfaisant	17
Total général	549

Du point de vue économique et financier, vous diriez que votre association vous paraît :

	Total
En très mauvaise santé	4
En mauvaise santé	40
En très bonne santé	61
En bonne santé	440
Total général	545

Pensez-vous qu'une formation relative à l'utilisation du numérique serait utile, à destination des administrateurs et/ou salariés de votre association ?

	Total
Non	52
Non renseigné	55
Probablement pas	82
Oui, certainement	174
Oui, peut-être	186
Total général	549

Du point de vue du bénévolat, vous diriez que votre association vous paraît :

	Total
En très mauvaise santé	14
En très bonne santé	22
En mauvaise santé	124
En bonne santé	377
Total général	537

Quel est l'âge approximatif moyen des personnes impliquées dans votre association ?

	Total
Moins de 25 ans	21
Plus de 65 ans	100
De 26 à 40 ans	167
De 41 à 65 ans	249
Total général	537

Quel est le budget annuel approximatif de votre association ?

	Total
Plus de 500 000€	18
De 50 001€ à 75 000€	23
De 75 001€ à 150 000€	26
De 150 001€ à 500 000€	27
De 10 000€ à 50 000€	97
Moins de 10 000€	312
Total général	503

Quel est le nombre total de salariés dans votre association ?

	Total
20 à 50 salariés	7
Plus de 50 salariés	11
10 à 19 salariés	16
6 à 9 salariés	16
3 à 5 salariés	28
1 à 2 salariés	86
Nous n'avons pas de salarié	370
Total général	534

Quel est le nombre total d'adhérents dans votre association ?

	Total
Je ne sais pas	12
Moins de 10	36
Entre 31 et 50	96
Entre 51 et 100	116
Entre 10 et 30	122
Plus de 100	154
Total général	536

Quel est le nombre total de bénévoles dans votre association ?

	Total
Je ne sais pas	7
Plus de 100	24
Entre 50 et 100	35
Entre 15 et 49	171
Moins de 15	279
Total général	516

Quelles difficultés éventuelles rencontre votre association dans la mise en place et dans l'utilisation de ces outils numériques ?

Étiquettes de lignes	Total
Le manque de moyens financiers	221
Le manque de moyens humains (nombre, compétences, etc.)	217
Le manque de moyens matériels	177
Les contraintes techniques (choix des outils, évolutions trop rapides, etc.)	105
La qualité du débit et du réseau Internet	99
Aucune difficulté particulière	77
Les contraintes managériales (équipes réticentes à l'utilisation, attribution des tâches, etc.)	59
Les contraintes stratégiques (intérêt et utilité limités pour l'association)	43
Total général	998

