

## Associations et fédérations du 21<sup>ème</sup> siècle : au bord de la rupture numérique ?

[Pour obtenir l'étude complète : cliquer ici](#)

Au sein d'un monde économique et d'une société qui se digitalisent - 70 % des entreprises du CAC 40 vont mettre en place des réseaux sociaux d'entreprises en 2013 et 80 % des internautes français consultent régulièrement les réseaux sociaux - les associations et fédérations doivent s'approprier les outils, les pratiques et la culture du monde connecté.

L'enjeu économique et social de cette rupture numérique est en effet majeur : malgré son hétérogénéité, le tissu des organisations à but non lucratif représente 5% du PIB de la France, emploie près de 2 millions de salariés et mobilise 16 millions de bénévoles.

Toutes les associations et les fédérations ont besoin de pérenniser leur organisation et leurs actions : elles doivent assurer leur financement, le recrutement et la formation de leurs salariés et de leurs bénévoles, faire connaître et promouvoir leurs actions en mobilisant leurs membres. Elles doivent également répondre à une concurrence accrue de la part des pouvoirs publics, d'acteurs privés, mais également entre elles.

Pour cela, le numérique leur **ouvre un champ d'opportunités** :

- **Développement de leurs ressources financières**, face à la raréfaction des financements publics et à la montée de la concurrence sur la collecte des fonds privés. Le potentiel est majeur : 70% des français utilisent internet pour acheter et seulement 3% des dons se font en ligne. Les outils et pratiques numériques permettent de gagner en efficacité et de réduire les coûts de collecte des fonds. Ils aident également à étendre et à mieux qualifier la base des donateurs et à introduire une relation plus transparente avec eux notamment sur l'utilisation des fonds.
- **Recrutement et gestion des talents**. Avec 37 milliards d'euros de salaires versés par an, les associations et fédérations importantes sont des employeurs significatifs. Pour bénéficier des meilleurs talents et d'un indispensable renouvellement générationnel, elles doivent, à l'instar des entreprises, investir les principaux canaux de recrutement, aujourd'hui numériques. De plus, pour retenir et développer les compétences, ces organismes doivent intégrer les usages de formation et de communication interne sur les réseaux sociaux comme leviers de performance pour les organisations et leurs collaborateurs.
- **Mobilisation, communication et fidélisation de leurs membres**. Les associations et les fédérations de toute taille peuvent investir les espaces numériques et renforcer les connexions au sein et vers le groupe. En plus du gain en précision et en impact dans la communication interne, les médias numériques permettent de repenser le rôle de chacun dans l'organisation pour donner plus de valeur aux actions individuelles.

Les associations et les fédérations entretiennent naturellement une culture du réseau et une agilité d'organisation qui devraient favoriser l'adoption des usages numériques et collaboratifs.

Toutefois, les projets liés à la rupture numérique dépassent la problématique d'outils techniques, souvent déjà utilisés, pour devenir de vraies opportunités de revisiter les pratiques et les méthodes d'échanges entre les équipes.

Le numérique est un vecteur de changements culturels que l'organisation doit être prête à prendre en compte pour réussir à créer une dynamique positive entre ses membres et avec ses effectifs internes : « *c'est aussi la raison pour laquelle un accompagnement en matière de communication, de mobilisation et de formation des membres de la fédération ou de l'association est indispensable pour la réussite de ces projets* » précise Jean-Marie Vinas, directeur du cabinet Hâ-Hâ & Associés. « *Effectivement, pour créer de la valeur, les leviers numériques transforment la façon de pratiquer. A ce titre, ils doivent être accompagnés tant en termes d'impacts immédiats que de pratiques de management* » ajoute Louis-Alexandre Louvet directeur chez ISlean consulting.

En préalable à ces projets de transformation, les associations et les fédérations doivent définir leur stratégie, évaluer le risque d'une absence de modernisation et engager des projets par étapes, en privilégiant le pragmatisme dans leurs choix initiaux et dans leurs actions.

Ainsi, la rupture numérique est plus une réinvention culturelle qu'un changement technique. « *Associations et fédérations constituent les premiers réseaux sociaux de la société civile. Qui peut mieux qu'elles transposer cet ADN de partage et de collaboration dans le monde numérique ?* » conclut Louis-Alexandre Louvet.

### **Méthodologie**

Cette étude a été réalisée de janvier à avril 2013 par Louis-Alexandre Louvet, directeur chez **ISlean consulting**, avec la contribution de Jean-Marie Vinas, fondateur de **Hâ-Hâ & Associés**, cabinet de conseil en communication de changement et d'influence.

L'étude s'appuie sur un panorama international des problématiques et des solutions, une revue documentaire issue de sources européennes et mondiales : enquêtes, études ou rapports (NTEN / Non Profit Technology Network, Institut Montaigne, sondages TNS...), parutions universitaires et de recherches (CNRS, John Hopkins University, Centre d'Analyse Stratégique...), publications de grandes associations (European Fundraising Association Survey, CPCA, Recherches et Solidarités, France générosités...), ainsi qu'à partir des informations publiques disponibles sur les sites internet des associations citées.

### **A propos d'ISlean consulting**

---

ISlean consulting est un cabinet de conseil en stratégie, Lean management et organisation des systèmes d'information. ISlean consulting accompagne les dirigeants et les responsables métiers ou SI pour définir et mettre en place des organisations productives, principalement dans les domaines où les systèmes d'information sont au cœur de la production de valeur. Le cabinet est organisé de manière à mobiliser rapidement selon les besoins, ses propres équipes et des sociétés et partenaires experts qualifiés, partageant les mêmes valeurs. ISlean consulting s'engage auprès de ses clients, de la conception à la concrétisation des projets, et l'obtention effective des résultats.

[www.islean-consulting.fr](http://www.islean-consulting.fr)

### **Contact**

---

Louis-Alexandre Louvet  
Directeur - ISlean consulting  
Tél : + 33 (0)6-63-81-33-00  
Mail : [communication@islean-consulting.com](mailto:communication@islean-consulting.com)

[Pour obtenir l'étude complète : cliquer ici](#)