



La France bénévole 2018

Franchir le pas

15^{ème} édition – Avril 2018

Sous la direction de Cécile BAZIN, Isabelle PERSOZ et Jacques MALET

avec la participation de

Yaël COLLET, Jean-Pierre COUDOUY, Pascal DREYER, Marie DUROS, Pascal LOVICONI,

Guillaume PLAISANCE, Dominique THIERRY, André VERCHERE

Un grand merci à nos experts et partenaires

- Yaël COLLET, salariée pendant de nombreuses années sur les questions liées à l'engagement associatif dans une grande association humanitaire, administratrice du Centre des Jeunes Dirigeants de l'Economie Sociale, membre du comité d'experts de R&S.
- Pascal DREYER, auteur de *Etre bénévole aujourd'hui* et de plusieurs ouvrages sur le handicap et l'habiter, ancien rédacteur en chef de la revue *Gérontologie et société* (Caisse nationale d'assurance maladie), coordinateur d'un réseau de recherche, administrateur de R&S.
- Marie DUROS, responsable de la communication de R&S.
- Pascal LOVICONI, consultant et formateur à *Compétence Bénévolat*, structure qui appuie les associations et les fondations dans leur projet stratégique, les collectivités dans leur promotion des initiatives citoyennes, ainsi que les ONG à l'international, membre du comité d'experts de R&S.
- Isabelle PERSOZ, fondatrice-présidente de Tous bénévoles, membre du comité d'experts de R&S, Jean-Pierre COUDOUY, chargé de mission.
- Guillaume PLAISANCE, consultant-bénévole chez Passerelles & Compétences, auteur chez FYP Editions (« *L'Engagement* ») spécialisé dans la gouvernance associative et membre du comité d'experts de R&S.
- Dominique THIERRY, président d'honneur de France Bénévolat, membre du comité d'experts de R&S.
- André VERCHERE, ancien président de France Bénévolat Nantes Atlantique, administrateur d'AGEPLA, groupement d'employeurs au service des associations, membre du comité d'experts de R&S.

Sommaire

Introduction	4
Chapitre I – Partir d’un état des lieux... ..	5
Chapitre II – S’engager sur le net	8
I – L’apport de notre partenaire <i>Tous Bénévoles</i>	8
II – Portrait des utilisateurs du site.....	9
III – L’approche sur le site	10
IV – Les missions recherchées	11
V – Les motivations des utilisateurs du site	12
VI – Les implications souhaitées.....	14
VII – Une multiplicité de profils.....	15
1. <i>Les candidats en recherche de missions ponctuelles</i>	15
2. <i>Les candidats en recherche de missions régulières</i>	17
3. <i>Les candidats en recherche de missions à exercer depuis leur domicile</i>	18
4. <i>Les profils des candidats selon le type de missions recherchées</i>	19
VIII - A grands traits... ..	20
1. <i>Du côté des hommes</i>	21
2. <i>Du côté des femmes</i>	21
3. <i>Du côté des moins de 35 ans</i>	21
4. <i>Du côté des plus de 65 ans</i>	22
IX – De multiples leviers pour faciliter l’engagement	22
1. <i>Le point de vue de Tous Bénévoles</i>	22
2. <i>Le point de vue de France Bénévolat</i>	23
Chapitre III – Aider à franchir le pas : l’opération Tous Unis Tous Solidaires	24
I – Le point de vue des « <i>bénévoles d’un jour</i> ».....	24
II – Le point de vue des associations.....	26
III – Quels enseignements ?	27

Introduction

Les Français sont de plus en plus nombreux à vouloir agir pour les autres et à se rendre utiles. Certains le font dans un cadre organisé (politique, religieux, syndical, municipal...), d'autres sur un mode informel, auprès d'une ou plusieurs personnes, en dehors du cadre familial, comme par exemple dans son voisinage.¹ Cette présentation se consacre au bénévolat en association.

De nombreux facteurs concourent à stimuler ces « *envies d'agir* ». Parmi eux, citons l'environnement institutionnel et les différentes formes d'encouragement impulsées au niveau national : valorisation des acquis de l'expérience, service civique, réserve citoyenne, congés solidaires... Au plan local, les traditionnels forums des associations et autres rencontres sont complétés ici ou là, par des initiatives plus innovantes, comme certaines plateformes portées par des collectivités, ou comme l'opération *Tous Unis Tous Solidaires* présentée dans cette publication, initiée par un collectif d'associations et accompagnée par la Métropole de Lyon.

Toutes les générations sont visées. Pour les plus jeunes, les sensibilisations à la vie associative commencent à se développer dans les collèges et les lycées. Depuis la rentrée 2017, les étudiants peuvent valoriser leurs activités associatives au sein de leur parcours universitaire, celles-ci peuvent même les aider à acquérir leur diplôme². Les actifs peuvent eux, croiser des démarches d'engagement lancées par leur employeur dans le cadre d'une politique de mécénat ou plus largement dans le cadre d'une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises. Pour les seniors, de plus en plus de caisses de retraite prennent le relais et tentent d'accompagner les retraités et futurs retraités dans une « *reconversion* » dans le bénévolat. Chacun pourra faire appel à ses lectures et à ses propres expériences pour allonger cette liste des initiatives lancées pour encourager le bénévolat.

Ici, comme sur bien des plans, Internet apparaît comme un facilitateur et un accélérateur. Les associations peuvent s'appuyer sur leur propre site et sur les réseaux sociaux pour proposer des missions bénévoles. Des offres de bénévolat sont en ligne sur les sites d'associations dédiées comme *Tous Bénévoles*, *France Bénévolat*, *Bénénova*, ou sur des plateformes comme *Diffuz*.

Pourtant, nombre de personnes se déclarent volontaires pour donner de leur temps, mais ne savent pas comment faire et quoi faire. Beaucoup de bonnes intentions restent sans suite, alors que le bénévolat demeure, ces dernières années, le premier sujet de préoccupation des associations, devant les aspects financiers.

Cette nouvelle édition de ***La France bénévole*** vise à les accompagner dans leurs réflexions. Elle part d'une présentation chiffrée des comportements des Français (chapitre I), analyse le comportement des « *candidats au bénévolat* » à partir des résultats d'une enquête originale et inédite auprès des utilisateurs du site *Tousbenevoles.org* (chapitre II) et s'appuie sur l'opération *Tous Unis Tous Solidaires* pour aborder le « *passage à l'acte* » (chapitre III).

Cette publication s'appuie sur plusieurs enquêtes réalisées la même année, en 2016 :

- Enquête auprès de 1.157 utilisateurs du site *Tousbenevoles.org*
- Evaluation de l'opération *Tous Unis Tous Solidaires* (octobre 2016)
- Enquête IFOP, pour France Bénévolat et Recherches & Solidarités, auprès de 3.156 Français
- Enquête R&S dans le cadre du Baromètre d'Opinion des Bénévoles 2016, auprès de 6.667 bénévoles

¹ Pour l'ensemble de ces acteurs, voir ***La France bénévole*** – 13^{ème} édition Juin 2016.

² En application de la loi 2017-86 relative à l'égalité et à la citoyenneté et du décret 2017-962 relatif à la reconnaissance de l'engagement. Sur ce sujet, voir Raphaëlle Guillet, *Les engagements bénévoles des étudiants et la réussite universitaire*, mémoire de Master 2 en Sciences de l'éducation <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01632602/document>

Chapitre I – Partir d’un état des lieux...

En étroite coopération avec France Bénévolat, selon ce rythme désormais bien construit (2010-2013-2016), une enquête auprès des Français (IFOP) permet l’observation des Français qui *donnent du temps gratuitement*³ ou *pourraient donner du temps gratuitement* dans le cadre d’une association. Elle sera actualisée en 2019.

En 2016, 25% des Français donnaient du temps à une association (23% en 2010 et 24,6% en 2013). Cette proportion, en augmentation, varie de 21% chez les moins de 35 ans à 35% chez les plus de 65 ans, et donne un léger avantage aux hommes (27% contre 23%). Mais elle se différencie surtout, très largement, selon le niveau de formation, passant de moins de 20% chez celles et ceux qui n’ont pas ou peu de diplômes, à plus de 30% parmi celles et ceux qui ont un diplôme d’enseignement supérieur.

A partir de ce socle correspondant donc à un Français sur quatre, quelle est la marge de progression ?

Elle nous est indiquée à partir des personnes qui ont déjà donné du temps à une association (15% des Français), qui ont cessé de le faire et qui pourraient se reprendre au jeu. Cette marge peut également se construire à partir de celles et ceux qui donnent du temps hors association (14%), prouvant ainsi leur intérêt pour les autres, et bien sûr à partir de celles et ceux qui n’ont encore jamais donné du temps gratuitement et qui pourraient un jour franchir le pas.

Un tableau récapitule les différentes situations, selon la photographie de l’ensemble des Français, prise en 2016.

Les Français et le bénévolat en 2016

	Ensemble	Hommes	Femmes	< 35 ans	35-49 ans	50-64 ans	≥ 65 ans
Bénévoles en association	25%	27%	23%	21%	25%	22%	35%
Anciens bénévoles en association	15%	15%	14%	10%	13%	16%	22%
Bénévoles hors association	14%	13%	15%	15%	15%	15%	9%
Anciens bénévoles hors association	9%	9%	10%	9%	7%	11%	12%
N’ont jamais été bénévoles	37%	36%	38%	45%	40%	36%	22%
Ensemble des Français	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête IFOP 2016 pour France Bénévolat et Recherches & Solidarités.

Au regard de cette situation, nous allons observer trois groupes de Français : ceux qui donnaient du temps à une association et qui ne le font plus en 2016 (15% - deuxième ligne du tableau), ceux qui donnent du temps, hors associations, en 2016, et qui pourraient être tentés d’en faire partie (14% - troisième ligne), et les Français qui n’ont jamais donné de temps (37% - cinquième ligne) et qui pourraient s’engager un jour.

Tous ne sont pas concernés et le bénévolat n’est pas une fin en soi. Il faut bien sûr tenir compte de la diversité des comportements humains, du contexte moral et politique (effet du terrorisme sur les consciences), de la situation économique et sociale qui plonge certains dans des difficultés qui les mettent hors de situation de s’impliquer dans une association.

Il s’agit ici d’imaginer le potentiel d’engagement, et pour cela d’observer à la fois les freins avancés et les raisons qui pourraient jouer comme de véritables leviers. L’enquête IFOP indique pourquoi ces Français ont cessé de donner du temps ou pourquoi ils n’en ont jamais donné à une ou plusieurs associations, et quelles sont les raisons qui pourraient les pousser à s’engager.

³ Dès lors que près de 15% des bénévoles ne se reconnaissent pas vraiment dans cette dénomination, ces enquêtes comportent une expression neutre et factuelle.

Un premier groupe correspond aux Français ayant déjà donné du temps à une association. Ils sont 15%. Pour aller à l'essentiel, indiquons que **13% pourraient reprendre cet engagement** :

- avec un peu plus de temps libre (5%),
- ou sur une opportunité dans une association dans laquelle l'intéressé ou un de ses proches est adhérent (3%),
- ou sur la sollicitation d'une association (3%),
- ou encore si de graves difficultés interviennent dans un domaine où l'on pense être efficace (2%).

Au total, 13% des Français, aujourd'hui non engagés, pourraient redevenir des bénévoles actifs. Il est heureux de constater que seulement 2% des Français, en moyenne, ayant cessé cet engagement n'envisagent vraiment plus de donner du temps gratuitement. Pour une large part, cette proportion s'explique par des raisons liées à l'âge, puisque 6% des Français de plus de 65 ans sont dans ce cas.

Un deuxième groupe rassemble 14% de nos concitoyens qui donnent du temps gratuitement hors associations. Il est donc possible que ces personnes, sensibles aux autres et ainsi engagées, soient un jour tentées de donner du temps dans une association, rappelant que ce n'est pas une fin en soi, mais une simple hypothèse. Celle-ci peut être confortée si les associations montrent la valeur ajoutée du cadre organisé qu'elles proposent et offrent une certaine souplesse dans le parcours bénévole.

Pour ce qui concerne les Français qui n'ont jamais donné du temps à une association (37%), la démarche est plus délicate et il convient d'être prudent quant aux pronostics. Dans cet esprit, nous ne retiendrons que celles et ceux qui indiquent qu'ils ne se sont pas engagés, *parce que l'occasion ne s'est pas présentée*. Ils représentent 11% des Français, cette proportion variant logiquement de 16%, chez les moins de 35 ans, à 7%, chez les plus de 65 ans.

Un tableau récapitulatif présente la proportion des Français, issus de ces trois groupes, qui constitue le potentiel, du moins théorique : 13% au titre de celles ou ceux qui ont déjà eu une expérience bénévole en association, 14% au titre de celles ou ceux qui donnent du temps gratuitement hors associations, et 11% au titre de celles ou ceux qui semblent déterminés à franchir le pas, si l'occasion se présente.

Potentiel théorique de candidats au bénévolat

	Ensemble	Hommes	Femmes	< 35 ans	35-49 ans	50-64 ans	≥ 65 ans
Ont donné du temps en association et pourraient reprendre	13%	14%	12%	10%	12%	14%	14%
Donnaient du temps hors association en 2016	14%	13%	15%	15%	15%	15%	9%
N'ont jamais donné de temps mais pourraient être tentés (1)	11%	10%	12%	16%	11%	8%	7%
Potentiel sur l'ensemble des Français	38%	37%	39%	41%	38%	37%	30%

Source : Enquête IFOP 2016 pour France Bénévolat et Recherches & Solidarités. (1) Parce que l'occasion ne s'est pas présentée.

Nous parvenons ainsi à ce potentiel théorique de l'ordre de 38% des Français.⁴ Dans le tableau, on remarquera que cette proportion varie assez peu selon le genre, mais assez fortement selon la tranche d'âge.

- **Chez les moins de 35 ans**, le potentiel est supérieur à 40% : il se compose de **10% des personnes avec un passé de bénévoles** et qui pourraient se relancer, de **15% de cette génération engagée hors associations**, soit au gré des rencontres et des opportunités, soit par choix, lorsque ces jeunes considèrent l'association comme une organisation un peu trop rigide.

⁴ Selon une approche différente, à partir des adhérents associatifs non bénévoles (18% des Français), et des personnes donnant à une association sans adhérer (22%), affichant des caractéristiques et des attitudes sociales proches de celles des bénévoles, nous parvenons à un potentiel théorique de l'ordre de 40%. **Cette France mobilisable** – En partenariat avec la MACIF – Mai 2017.

En effet, les modes de vie et de fonctionnement dans lesquels cette génération s'inscrit (co-working, colocation, cohabitation) et le mythe de l'autoentrepreneur de la Silicon valley, viennent en télescopage face à toutes les organisations sociales traditionnelles comme le couple, la famille, le travail salarié. A la différence des entreprises qui sont confrontées de manière massive à ces ruptures en termes de comportements, et qui sont contraintes de s'adapter, rares sont les associations à s'être saisies du sujet.

Au-delà de la forme de l'organisation, cette génération met davantage en avant l'action ou le projet à accompagner, ou encore le défi à relever. Et la mise en relation est largement facilitée par Internet. Du reste, dans notre enquête 2016 auprès des bénévoles, nous avons constaté que 14% des moins de 35 ans (11% en moyenne) se sont engagés dans le bénévolat via Internet.

Par ailleurs, chez les moins de 35 ans, on note une forte corrélation entre les engagements au sein des associations et en dehors de celles-ci. Par exemple, plus les jeunes sont bénévoles, plus ils utilisent Internet pour lire les opinions des autres, pour signer des pétitions ou encore pour diffuser leur propre opinion (DJEPVA – INJEP, 2016). Cette spirale positive de l'engagement renforce l'idée selon laquelle les autres engagements peuvent conduire à terme au bénévolat.

De plus, comme indiqué dans le tableau, on peut imaginer que **16% des moins de 35 ans**, n'ayant jamais donné de temps gratuitement, pourraient se lancer, *si l'occasion se présente*.

- **Au-delà de 65 ans**, le potentiel semble certes moins important (30%), mais il est réel, compte tenu de la disponibilité des intéressés. Dans une proportion non négligeable (**14%**), ils ont connu une expérience associative et n'écartent pas l'idée de la reprendre. Dans une proportion de **9%**, ils donnent du temps hors association, et la curiosité et le temps libéré pourraient les pousser vers l'une d'entre elles. Surtout s'ils n'hésitent pas à interroger la toile, pour rechercher des projets portés par une association : nous avons noté que dans une proportion, certes modeste mais non négligeable, 6% des bénévoles de plus de 65 ans se sont engagés via Internet.

Beaucoup de personnes de cette génération sont attachées à préserver une grande liberté acquise au terme de leur vie professionnelle. Pour les convaincre de franchir le pas de l'engagement, les associations doivent les rassurer, et leur montrer qu'elles ne la perdront pas.

Ce potentiel est donc important et variable selon le profil de « ces bénévoles en puissance ». Comment aider les associations toujours prêtes à accueillir de nouvelles ressources ? Comment accompagner ces personnes en recherche de l'engagement qui leur correspond ? Des structures en charge cette intermédiation, comme France Bénévolat, déploient, dans la durée, une palette diversifiée de moyens adaptée aux territoires, aux âges et aux postures des bénévoles potentiels. Cette convergence de moyens permet d'atteindre ces différentes cibles. Internet occupe désormais une place importante qui nous a été donnée d'étudier de plus près au travers de deux démarches : l'une nationale avec l'association *Tous Bénévoles*, et l'autre locale, avec l'opération *Tous Unis Tous Solidaires* lancée en 2015 à Lyon. Ces deux démarches sont riches d'enseignements pour observer les comportements des « candidats au bénévolat », les atouts et les limites de ce qui n'est bien sûr qu'un outil, aussi novateur et facilitateur soit-il.



Les associations trouveront quelques témoignages, « bonnes pratiques » ou autres idées inspirantes dans les passages précédés de cette icône.

Chapitre II – S’engager sur le net

I – L’apport de notre partenaire *Tous Bénévoles*

L’association *Tous bénévoles* a interrogé les utilisateurs de son site, en 2016, pour mieux les connaître et mieux cerner leurs parcours et leurs attentes. Les résultats de cette enquête sont riches d’enseignements pour mieux comprendre comment les personnes déterminées et de bonne volonté franchissent le pas de l’engagement.

Ils permettent de dresser le portrait des utilisateurs du site et de suivre leur parcours : leurs intentions avant d’entrer sur le site (ont-ils ou non une idée précise de ce qu’ils viennent chercher, viennent-ils d’abord consulter les offres ou ont-ils besoin d’être accompagnés), le type et la forme de missions qu’ils souhaiteraient mener, en tenant compte de leurs disponibilités, de leurs motivations.

***Tous Bénévoles** est une des associations de référence du bénévolat en France, reconnue pour ses outils innovants et performants.*

*Avec plus de 750 000 visiteurs par an de ses sites web (www.tousbenevoles.org, www.jeunebenevole.org) et de son application mobile (*Benevol’app*), elle permet à des milliers de bénévoles en quête d’une mission en France de trouver celle qui correspond à leurs souhaits et à leur disponibilités. Convaincue de l’importance de l’engagement des jeunes, elle a développé à leur intention un site spécifique jeunebenevole.org, qui leur propose, outre des missions adaptées, des informations, des conseils et des témoignages sur le bénévolat et le volontariat.*

Tous Bénévoles accompagne au quotidien ses associations adhérentes dans leur recherche de bénévoles et leur donne accès à près de 20 000 profils bénévoles. En outre, son récent partenariat avec LinkedIn met en valeur leurs offres de bénévolat de compétence auprès d’un public ciblé.

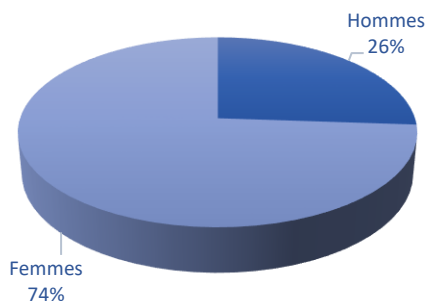
Elle les accompagne également dans leur professionnalisation avec sa série de Guides et son programme AlphaB consacré à l’accompagnement scolaire, l’alphabétisation, la lutte contre l’illettrisme et les ASL.

Enfin, Tous Bénévoles propose aux entreprises de les accompagner dans les actions qu’elles souhaitent mener en faveur de l’engagement de leurs salariés.

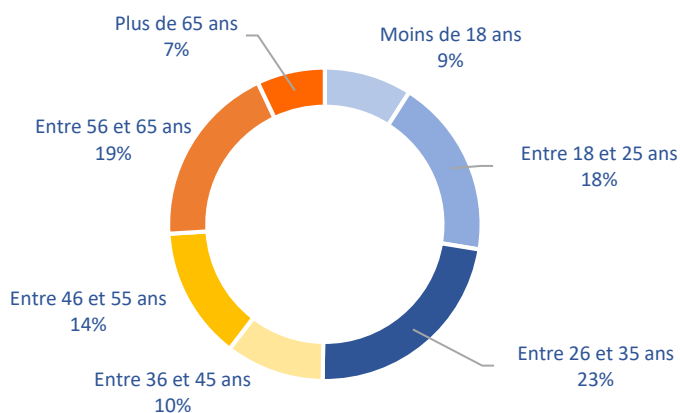
II – Portrait des utilisateurs du site

Quelles sont les caractéristiques des personnes qui se rendent sur le site *Tousbenevoles.org*, dans l'objectif de trouver une mission qui leur corresponde ?

La plupart sont des femmes.



La moitié a moins de 35 ans.



Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site *Tousbenevoles.org*

Deux raisons pourraient expliquer cette forte propension des femmes à utiliser ainsi Internet pour trouver une opportunité d'engagement : d'une part, de nombreuses femmes se sentent moins bien accueillies dans les associations, le contact via Internet leur semble donc plus facilitant ; d'autre part, leur moindre disponibilité et leur grande attirance pour les actions concrètes leur semblent mieux satisfaites par des projets associatifs très précis et assez souvent limités dans le temps, qu'elles peuvent plus facilement trouver sur Internet.

Concernant l'âge, le site est fréquenté par toutes les générations, y compris les plus de 65 ans qui sont de plus en plus nombreux à surfer sur la toile⁵. Ils en font cependant des usages plus ciblés, pour s'informer, pour communiquer avec leurs proches ou pour des usages pratiques. Ils semblent toutefois moins attirés par ces mises en relation numériques que les plus jeunes pour lesquels la démarche est devenue naturelle. Pour ces derniers, en effet, les outils numériques sont au cœur de leurs relations avec les uns et les autres, et avec le monde. Les applications définissent fortement leurs usages et leurs manières de vivre.

La structure par âge des utilisateurs du site qui laisse une large place aux plus jeunes, donne quelques explications à la répartition par activité.

Activité : de notables différences entre hommes et femmes

	Ensemble	Hommes	Femmes
Salarié-e	31%	26%	32%
Etudiant-e	21%	14%	24%
Indépendant-e	4%	6%	3%
En recherche d'emploi/sans emploi	16%	19%	15%
Retraité-e ou pré retraité-e	21%	27%	19%
Autre	6%	8%	6%
Total	100%	100%	100%

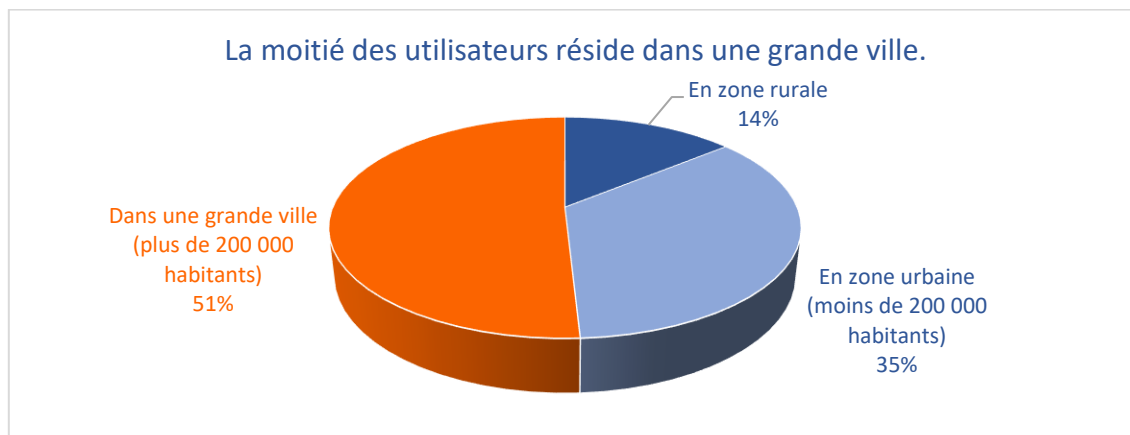
Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site *Tous Bénévoles*

Il n'est pas étonnant en effet de trouver 21% d'étudiants parmi les utilisateurs de la plateforme, dès lors que 27% d'entre eux ont moins de 26 ans (cf le graphique précédent). On retiendra également de cette répartition, des

⁵ Pour lutter contre les idées reçues sur les seniors et le digital <https://www.blogdumoderateur.com/seniors-digital-connexion/>

différences notables entre les hommes, plus âgés et plus souvent retraités (27% des hommes contre 19% des femmes) et les femmes, plus jeunes et plus nombreuses à être encore en études (24% contre 14% des hommes).

La forte présence des étudiants parmi les utilisateurs (21%), ainsi que la concentration des offres en ville, expliquent que seuls 14% des utilisateurs résident en zone rurale.

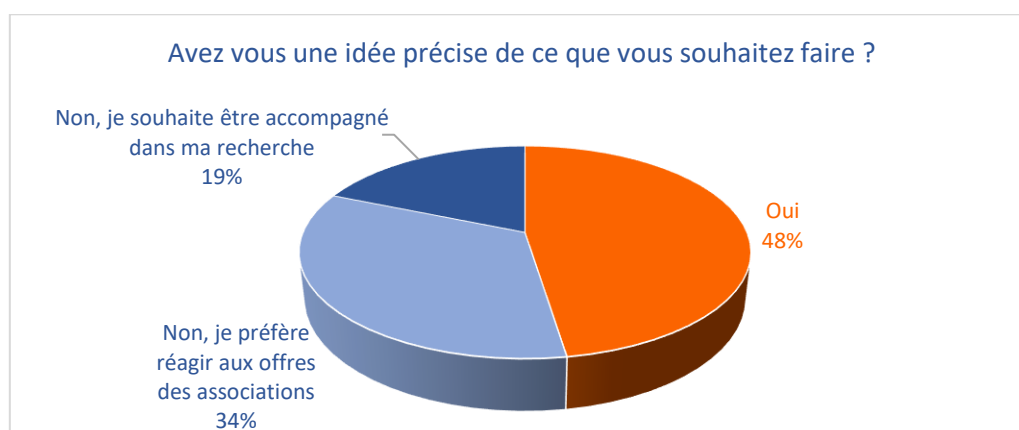


Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site Tous Bénévoles

La faible proportion d'utilisateurs du site en milieu rural peut aussi être rapprochée des différences pointées par l'enquête IFOP 2016, sur la proportion de bénévoles parmi les Français : à partir d'une moyenne de 25% de bénévoles associatifs, le ratio varie, en corrélation avec l'urbanisation, de 26,4% dans les communes de moins de 2.000 habitants, à moins de 23% en région Ile-de-France. Les candidats au bénévolat trouvent plus facilement une association dans laquelle s'engager, dans les villages où les habitants connaissent mieux le tissu associatif, et échangent facilement entre eux. Sans parler des zones rurales qui demeurent non couvertes ou mal couvertes par Internet.

III – L'approche sur le site⁶

L'accroche de la page d'accueil de *Tousbenevoles.org* est claire « *Vous cherchez à aider, nous vous aidons à trouver ! Deux possibilités : rechercher parmi les missions⁷ disponibles ou créer votre profil de bénévole pour être contacté par les associations* ». Quelle est la démarche, quel est l'état d'esprit de celles et ceux qui optent pour la première possibilité et qui recherchent une mission bénévole ? La question leur a été posée.



Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site Tousbenevoles.org

⁶ Pour chacun des paragraphes à suivre (III à VI), seule l'approche globale sera présentée. Le lecteur trouvera ensuite, à partir du paragraphe VII, une déclinaison selon différents critères, tels que le genre et l'âge.

⁷ Ce terme de « mission » semble tout particulièrement approprié, dans la mesure où il fait avant tout référence à un projet, certes porté par une association, mais sans le poids institutionnel que certains redoutent (plus particulièrement parmi les jeunes, les femmes et les moins diplômés), et avec un sous-entendu de relative brièveté qui rassure.

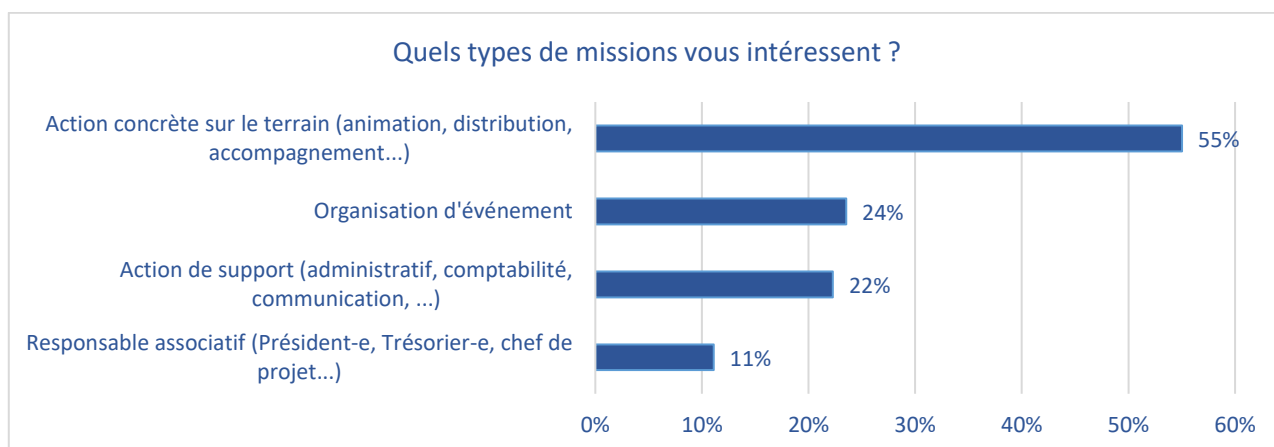
Près d'un visiteur sur deux a une idée précise et s'appuie sur le moteur de recherche pour sélectionner le type de mission, éventuellement le lieu, les horaires... Un tiers préfèrent parcourir les offres des associations et sélectionner celle(s) de leur choix. L'intérêt de l'outil numérique pour faciliter les mises en relation n'est donc plus à démontrer : il suffit d'emblée à 80% des visiteurs. Ce succès des plateformes s'inscrit dans cette ère de la contribution que traverse l'engagement contemporain qui se caractérise par de nouvelles exigences : soutenir une structure, apporter sa contribution à un projet, selon son emploi du temps et non selon les besoins de la structure.

A leurs côtés, 20% ne s'en contentent pas et souhaiteraient être accompagnés dans leur recherche : ils voudraient être guidés dans l'utilisation du site⁸, dans la présentation des offres, dans la définition des missions qui leur correspondent... Ils viennent ici s'ajouter aux candidats au bénévolat qui ne connaissent pas ce site ou d'autres plateformes équivalentes, à celles et ceux qui n'y ont pas accès ou à celles et ceux qui ne savent pas les utiliser.

Les besoins en accompagnement des personnes en recherche de missions bénévoles restent réels, tout comme ils le sont de la part des associations pour définir et présenter leurs offres de bénévolat. Et c'est dire si le rôle d'intermédiation est précieux, qu'il soit exercé en face à face, à l'occasion de permanences tenues par des associations comme *France Bénévolat* ou via des démarches en ligne accompagnées, de la part de *Tous Bénévoles* ou *Benenova*, par exemple.

IV – Les missions recherchées

Quatre types de missions, communes à la plupart des associations, étaient proposés dans l'enquête : l'action de terrain, l'action support, les responsabilités et l'évènementiel.



Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site *Tousbenevoles.org*. Plusieurs réponses possibles.

Plus de la moitié des visiteurs du site sont à la recherche d'une action concrète, dans le droit fil des attentes exprimées par les bénévoles ces dernières années. « Action », « efficacité », « résultats »... sont des mots qui résonnent aujourd'hui dans la tête de nombreux bénévoles, notamment des plus jeunes, très présents parmi les visiteurs du site.

Ils sont particulièrement à la recherche, d'actions concrètes, « palpables », avec d'autres personnes, en dehors de leur environnement immédiat, sans pour autant en être éloigné (exemple des jardins partagés). Venu pour contribuer à un projet, à une structure, nombreux sont ceux qui souhaitent saisir l'impact de leur action, si possible rapidement. L'action concrète y répond, plus encore lorsqu'elle place le bénévole au contact direct des bénéficiaires.

L'organisation d'évènements, détachée ici de l'action concrète mais restant dans la mise en pratique, attire à elle seule, un quart des utilisateurs. Elle est aussi plus attractive pour celles et ceux qui sont à la recherche d'engagements ponctuels et conviviaux. Les missions dites « supports », exercées au sein de l'association ou à distance sur un ordinateur, ont un peu moins de succès (22%).

⁸ Les initiateurs de plateforme tentent sur ce point de guider au mieux leurs utilisateurs avec une foire aux questions, une vidéo, un chatbot... Ces moyens techniques restent parfois insuffisants pour les moins initiés.

Enfin, parce qu'elles sont plus exigeantes et demandent plus de disponibilités, les responsabilités sont peu recherchées par le biais du site. De leurs côtés, les associations s'attachent le plus souvent à proposer ces postes à des bénévoles en place ou via le bouche à oreille. Internet n'est pas le moyen le plus utilisé par elles, pour ce type de fonctions.

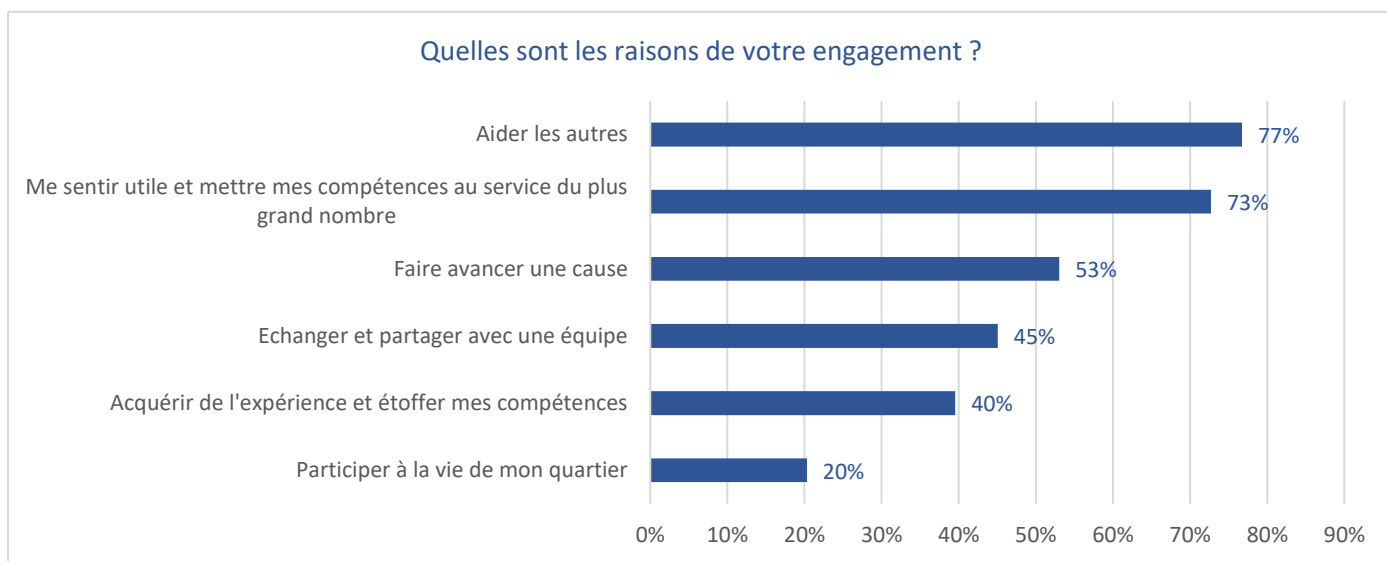
On ne s'étonnera donc pas que parmi les visiteurs du site *TousBenevoles.org*, un sur dix se déclare à la recherche de responsabilités bénévoles. Ceci n'interdit en rien un beau parcours à venir pour ces utilisateurs. En effet, l'enquête 2016 menée par Recherches & Solidarités auprès des bénévoles⁹ a montré que celles et ceux qui se sont engagés via Internet, ne se différencient pas, au fil du temps, par l'intensité de leur engagement, et par l'exercice des responsabilités.



Pour être attractive, une mission de bénévolat nécessitant une part importante de responsabilité doit être présentée avec précision. Il est important que l'association définisse le terme de responsabilité et que la mission soit clairement présentée. Celui-ci peut être interprété de différentes manières et à différents niveaux. Une responsabilité vis-à-vis de qui ? Des bénéficiaires ? De l'équipe en place ? Le terme « *responsabilité* » est trop brut et peut faire peur, notamment chez les jeunes. Enfin, il est également important que l'association laisse la possibilité à toute personne motivée de s'engager sur ce type de mission, quelle que soit l'expérience professionnelle par ailleurs. Pour rassurer et attirer des candidats, l'association doit se concentrer sur le fait que toute expérience a de la valeur.

V - Les motivations des utilisateurs du site

Six principales sources de motivations étaient proposées aux participants à l'enquête, pour décrire leur volonté de s'engager. Ils pouvaient en retenir plusieurs.



Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site *Tousbenevoles.org*

Viennent largement en tête les deux motivations consistant à *aider les autres* et à *se sentir utile* : sans surprise, ces deux thèmes, dépassant 70% chez les candidats bénévoles, se retrouvent également en tête, et très détachés, chez les bénévoles (enquête R&S 2016). Ceci montre bien le souci, parmi les utilisateurs du site, qui ne se dément pas parmi les bénévoles engagés, de privilégier l'action concrète.

En troisième position et en retrait (53%), parmi celles et ceux qui souhaitent s'engager, *le souhait de faire avancer une cause* mobilise plus de la moitié des répondants, tout comme il mobilise plus de la moitié des bénévoles en action (55% en moyenne dans l'enquête 2016 menée par R&S auprès des bénévoles). Cette notion s'attache un peu plus à

⁹ Résultats de cette enquête publiés dans *La France bénévole 2016*, en ligne sur www.recherches-solidarites.org.

l'association et à ses objectifs généraux : certes moins prégnante que les deux premières, elle mobilise largement et doit être considérée comme clairement complémentaire.

Environ 45% des répondants se disent motivés par *l'échange et le partage avec une équipe*. Il est nettement plus partagé, ici, que parmi les bénévoles engagés dans une association (31% dans l'enquête R&S 2016). Est-ce parce que les candidats au bénévolat recherchent aussi l'enrichissement de leurs relations et que les occasions d'actions collectives leur font parfois défaut ? Est-ce parce que les bénévoles dans leur ensemble savent que les réalités associatives ne développent pas toujours le travail collectif ?

Toujours est-il que cette différence peut être considérée comme positive, dans la mesure où cette plus forte motivation pour l'action en équipe de la part des candidats au bénévolat préfigure une évolution de l'ensemble des bénévoles. On note d'ailleurs une progression de cette volonté des bénévoles à agir en équipe, entre 2010 et 2016, à partir des résultats de l'enquête IFOP auprès des Français.

On trouve une deuxième différence sensible, concernant *le souhait d'acquérir de l'expérience et d'étoffer ses compétences*, entre les utilisateurs du site qui sont 40% à mettre en avant cette motivation, et les bénévoles en action qui ne sont que 20% dans ce cas, mais en très forte progression entre 2010 et 2016. Cette différence peut s'expliquer par le fait que l'utilisation d'un site marque le souhait de se mobiliser pour une action précise, et que, presque par définition, celle-ci présuppose un savoir-faire. Elle vient également de l'attention que portent plus particulièrement les jeunes et les « nouveaux bénévoles », plus nombreux parmi les utilisateurs de la plateforme, aux enseignements qu'ils peuvent tirer de leurs engagements associatifs. Cette différence vient, à son tour, donner un signal positif, concernant l'évolution en cours de la démarche d'engagement bénévole.



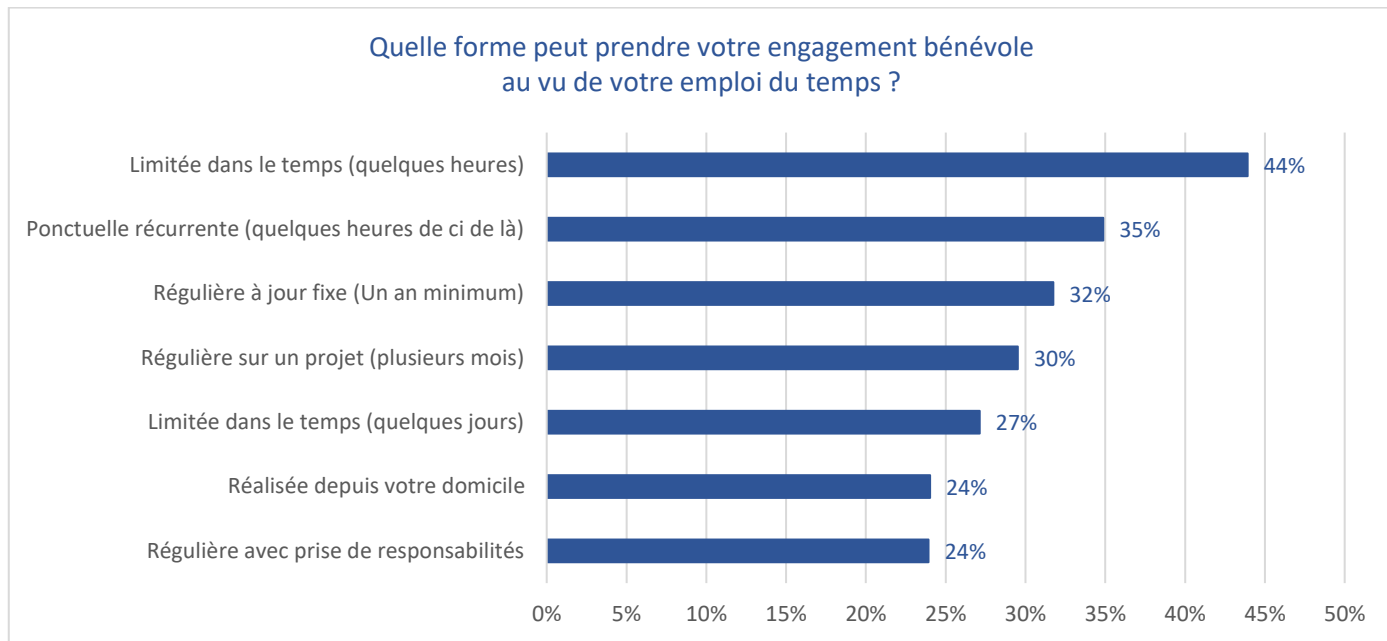
La diversité des types de motivations est à un fait à prendre en compte par les associations qui recherchent des bénévoles. A chaque structure de s'interroger : ne vit-elle pas dans l'idéologie que certaines motivations sont "nobles" et d'autres non ? Ce qui l'amène dans son quotidien à faire un tri entre les "vrais" candidats et les autres ... Mais ce faisant, l'association en recherche ne rétrécit-elle pas la largeur de sa porte d'accueil ? Ne peut-elle pas évoluer et accueillir plus de "candidats" en se centrant davantage sur le partage des valeurs, des fondamentaux du projet associatif et des affinités quant aux manières de travailler collectivement ?

N'auraient-elles pas intérêt à développer les missions à plusieurs pour proposer des engagements moins lourds et donc accessibles à un plus grand nombre de personnes ? Notamment pour ou avec des seniors attirés légitimement de plus en plus par les voyages et mobilisés par leurs proches, qui hésitent parfois à s'engager ou qui cherchent à réduire leur activité bénévole.

Par ailleurs, une fois le pas franchi, comment faire pour maintenir le bénévolat dans le temps ? Beaucoup d'associations se posent la question et peuvent trouver des réponses dans les leviers nouveaux de valorisation de ces engagements (VAE, Passeport Bénévole, etc.). Certes, ils reposent sur un intérêt personnel pour le bénévole, mais ils n'entament en rien la force des valeurs portées par l'association dans laquelle il est engagé.

VI – Les implications souhaitées

Elles sont étroitement liées au temps dont disposent les personnes en recherche d'action bénévole. La principale distinction concerne l'engagement ponctuel (sur des temps plus ou moins longs, répétés ou non) et l'engagement régulier qui suppose un investissement plus important. S'ajoute une autre forme d'engagement, facilitée par le numérique et un peu moins dépendante de la notion de temps : l'action à distance depuis son domicile, sur un temps choisi. Ces différentes formes ne s'excluent pas forcément et les répondants pouvaient apporter plusieurs réponses.



Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site *Tousbenevoles.org*

Les missions les plus recherchées prennent quelques heures (44% des répondants). Rien d'étonnant à cela, dans la mesure où cette option présente le double avantage d'être peu contraignante au premier degré et de pouvoir être considérée comme un essai, que l'on transformera ou pas. Rien d'étonnant non plus dans un monde de très intenses sollicitations personnelles, professionnelles, commerciales, dans lequel chacun, toutes générations confondues, estime devoir tout concilier et faire des choix.

Viennent ensuite les missions ponctuelles récurrentes (35%) et les missions régulières à jour fixe d'un an minimum (32%), dans des proportions assez proches, peut-être parce qu'elles nécessitent des disponibilités assez voisines et s'inscrivent de façon identique dans un planning.

Les missions « *sur projet* » pouvant s'établir sur plusieurs mois recueillent 30% de réponses, et les missions ponctuelles de quelques jours, 27%. L'une et l'autre nécessitent une plus grande disponibilité, soit dans la durée, le temps de la mise en œuvre d'un projet, soit sur plusieurs jours consécutifs.

L'engagement à distance a moins de succès auprès des visiteurs du site (24%), dont on vient de voir les fortes motivations à agir de manière concrète et « *avec les autres* ». Précisons tout de même que parmi eux, beaucoup peuvent ignorer les modes d'organisation des associations, lesquels ne font du reste pas encore une grande place à cette forme d'action.

Conscients que la prise de responsabilités nécessite un temps d'adaptation et d'intégration dans l'association, ils sont aussi moins nombreux à rechercher ce type d'engagement via le site (24%). Mais ceci peut être considéré comme particulièrement encourageant, de par la volonté exprimée, et le souhait d'être ambitieux, pourvu que les personnes concernées soient bien au fait des réalités associatives et disposent des qualités requises pour réussir.

Au bilan, si les missions recherchées le sont avant tout sur des temps courts, les utilisateurs du site sont aussi ouverts aux différentes formes d'engagements proposées dans les associations, y compris les actions à distance et l'exercice de responsabilités pour un quart d'entre eux.

VII – Une multiplicité de profils

Il est utile de passer en revue les différents profils de candidats au bénévolat. L'enquête le montre, ils sont de tous âges et de tous horizons. Leurs attentes peuvent être différentes, que ce soit sur le type et la durée des missions, que ce soit en termes de motivations.

Cette variété de profils montre qu'un site comme *Tousbenevoles.org* rejointe par quelques autres ces dernières années, attirent de nombreux candidats au bénévolat et s'inscrivent désormais comme un moyen très utile pour franchir le pas de l'engagement et/ou tester de nouvelles formes d'actions bénévoles dans un parcours bénévole aux multiples facettes.

Toujours dans l'objectif de guider les structures de mises en relation entre associations et candidats au bénévolat, et les associations en recherche de bonnes volontés, des analyses plus précises permettent de pointer les publics « cibles » selon les formes d'implication souhaitées et selon les types de mission recherchés. Ces enseignements peuvent conduire les associations à proposer des missions en meilleure adéquation avec les attentes des bénévoles dans leurs diversités, à construire des campagnes de communication plus ciblées, à rechercher des profils de bénévoles spécifiques... Ce sont aussi autant d'enseignements qui peuvent guider les structures de mises en relation entre bénévoles et associations, dans leurs démarches et dans les fonctionnalités de leurs supports, numériques ou autres.

Plusieurs profils de candidats au bénévolat ont été retenus à partir des analyses croisées des résultats de l'enquête de Tous Bénévoles : selon le type de missions recherchées (ponctuelles, régulières ou à distance) et selon le type d'actions souhaitées (action de terrain, organisation d'évènements, actions « supports », responsabilités administratives). Pour caractériser chacun de ces profils, les tableaux suivants indiquent les dominantes qui s'y rattachent et ce qui les distinguent des autres. Par exemple, parmi les candidats en recherche de missions ponctuelles, présentés ci-dessous, trouve-t-on plus d'hommes ou de femmes ? Une génération est-elle plus représentée ? Ont-ils des disponibilités, des motivations particulières ? Quelles missions recherchent-ils en priorité ?...

1. Les candidats en recherche de missions ponctuelles

Le tableau suivant présente les traits distinctifs des personnes qui recherchent des missions ponctuelles sur le site *Tousbenevoles.org*, en distinguant les missions isolées de quelques heures ou de quelques jours ou encore les missions répétées de quelques heures ponctuellement. Pour chacun, il est indiqué les groupes dominants et ce qui les différencie des autres profils, lorsque différences il y a.

Utilisateurs du site en recherche de :	Une implication de quelques heures	Une implication de quelques jours	Des implications récurrentes (quelques heures de ci de là)
<i>Profil les plus concernés</i>	Femmes 15-35 ans Etudiants et salariés	Femmes 15-18 ans Etudiants	Femmes 15-25 ans Etudiants et salariés
<i>Disponibilités</i>	Soir et week-end	Soir et vacances	Soir et week-end
<i>Missions recherchées</i>	Actions concrètes, évènementiel	Responsable associatif, chef de projet	Evènementiel
<i>Motivations</i>	Sans différences notables par rapport aux autres implications recherchées		Moins nombreuses
<i>Approche en entrant sur le site</i>	Souhaitent plus souvent être accompagnés		

Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site *Tousbenevoles.org*. **Lecture :** Elle se fait verticalement. A titre d'exemple, les personnes qui souhaitent donner quelques heures de leur temps à une action bénévole sont plus souvent des femmes, plus souvent des personnes de 15 à 35 ans, des étudiants ou des salariés. Elles privilégient le soir ou le week-end, des actions concrètes ou l'organisation d'évènements...

Ces trois types d'implication dans des missions courtes attirent davantage les femmes et les jeunes. Il est donc assez logique de trouver plus d'étudiants. Leur emploi du temps, que certains partagent avec de jeunes enfants, outre leurs études ou une activité professionnelle, les conduit à rechercher des missions le soir ou le week-end. Il en est de même pour les salariés qui doivent composer avec leurs horaires de travail. Ils peuvent trouver dans le bénévolat l'occasion de créer du lien social et de s'investir en dehors du travail ; de leurs côtés, les associations peuvent s'appuyer sur des compétences et des connaissances utiles, dès lors que les missions qu'elles proposent sont compatibles avec leurs contraintes horaires.

Les implications de quelques jours intéressent plus les lycéens et les étudiants qui peuvent mettre à profit leurs vacances. Le terme « mettre à profit » a ici tout son sens car ils sont plus nombreux à venir chercher des responsabilités dans les associations, pour se forger des expériences, renforcer leurs compétences et trouver le moyen de faire leurs preuves.

Celles et ceux qui recherchent une implication de quelques heures de-ci de-là présentent des motivations moins plurielles par rapport aux autres candidats au bénévolat. Ils pensent trouver plus facilement dans l'évènementiel la réponse à leurs attentes et à leurs disponibilités (soir et week-end).

Les personnes en recherche de missions courtes, quelle que soit la durée et la fréquence, souhaitent plus souvent être accompagnées dans leurs recherches : manquent-elles d'expérience si l'on considère que bon nombre de bénévoles commencent par une activité ponctuelle qui peut s'inscrire dans la durée, au fil du temps ? L'offre de missions est-elle plus réduite ?...



Lorsqu'une association propose du bénévolat de courte et de longue durée, il peut être utile de vérifier que ceux qui communiquent sur ces besoins le valorisent de la même manière. Sur le terrain, il n'est pas rare de rencontrer des associations qui valorisent plus le bénévolat de longue durée car il serait pour les "vrais" candidats. Si c'est le cas, cela ne risque-t-il pas de réduire l'attractivité de l'association pour les plus jeunes, dont une partie ne peut s'engager longtemps pour cause de contraintes de mobilité ?

Inversement, il ne s'agit pas de dévaloriser ceux qui s'engagent régulièrement sur la durée. Il s'agit de valoriser tout type d'engagement, de prendre en compte chaque phase de vie et de l'anticiper dans la phase de recrutement et de fidélisation. Exemple : une association dont la mission ne tourne qu'avec des étudiants sait que cela ne se fera que sur un ou deux ans maximum et anticipera la phase de recrutement et de renouvellement.

L'association qui accueille ces bénévoles a un rôle majeur à jouer en termes, d'une part, de valorisation (comment évalue-t-on l'apport de ces bénévoles à notre structure, à notre action, à notre projet associatif, à nos bénéficiaires ?) et, d'autre part, de communication auprès de ceux-ci. Il est crucial que les bénévoles prennent conscience de leur contribution au processus global, autrement dit, dans quelle mesure ils ont été un maillon de la chaîne.

2. Les candidats en recherche de missions régulières

Cette approche concerne les personnes en recherche de missions régulières, là encore en distinguant trois formes : implication à jour fixe, sur projet ou avec prise de responsabilités.

<i>Utilisateurs du site en recherche d'une :</i>	implication régulière à jour fixe	implication régulière sur un projet (plusieurs mois)	implication régulière avec prise de responsabilités
<i>Profil les plus concernés</i>	46 -75 ans Indépendants et retraités	46 - 65 ans En recherche d'emploi et retraités Vivant en milieu rural	Hommes 65-75 ans En recherche d'emploi, indépendants, retraités Vivant en milieu rural
<i>Disponibilités</i>	En journée	En soirée et urgence	En journée et urgence
<i>Missions recherchées</i>	Responsable associatif, chef de projet		
<i>Motivations</i>	Sans différences notables par rapport aux autres implications recherchées	Plus nombreuses	
<i>Approche en entrant sur le site</i>	Ont plus souvent une idée précise de la mission qu'ils recherchent		

Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site Tous Bénévoles. **Lecture :** Elle se fait d'une manière verticale. A titre d'exemple, celles et ceux qui recherchent une implication régulière à jour fixe sont plus souvent des personnes de plus de 46 ans et préfèrent des interventions en journée.

Les personnes concernées sont plus âgées que celles qui recherchent des missions ponctuelles. Elles ont souvent plus de 46 ans et, comme les dirigeants associatifs en place, elles sont plus âgées lorsqu'elles recherchent des responsabilités. Comme les dirigeants en place également, et contrairement aux deux autres types de missions régulières, ce souhait de responsabilités concerne plus souvent les hommes.

Logiquement, en raison de leur âge, on trouve une plus forte proportion de retraités parmi ces candidats. Les personnes en recherche d'emploi se distinguent sur des missions sur projets ou avec prise de responsabilités. Comme en témoignent de nombreuses associations, elles souhaitent mettre au service des autres une plus grande souplesse dans leur emploi du temps et conserver une vie sociale. Elles viennent également parfois chercher des expériences et des compétences qui peuvent leur être utiles dans un cadre professionnel.



Ces candidats au bénévolat méritent attention : une mission bénévole peut être l'occasion pour une personne en recherche d'emploi de rompre sa solitude, de ne pas perdre pied, surtout si cette situation est soudaine et/ou se prolonge dans le temps. C'est aussi un moyen de développer d'autres compétences, puis de s'en prévaloir auprès d'employeurs potentiels. Pour l'association, c'est l'occasion d'avoir à disposition une personne bénéficiant d'expériences et a priori disponible sur un projet et une période donnée. Même si cette personne est susceptible de quitter précipitamment l'association lorsqu'elle retrouve un emploi, cela ne l'empêche pas d'être présente régulièrement sur un temps donné.

Sans opposer le bénévolat « *des villes* » et celui « *des campagnes* », car on peut résider en milieu rural et choisir de s’investir pour des actions qui se situent près de son lieu de travail, observons ici que vivre à la campagne semble encourager à s’engager sur des projets et à prendre des responsabilités. Est-ce en réponse à l’« offre de bénévolat » et aux besoins des associations rurales qui correspondent davantage à des missions régulières, dans la durée ?

Prêts à s’engager dans la durée, à s’impliquer sur des projets et/ou avec des responsabilités, ils se montrent plus motivés que les autres candidats au bénévolat, ils sont aussi plus souvent prêts à se mobiliser pour des situations d’urgence. Ils sont aussi plus ambitieux dans les missions qu’ils recherchent et ils ont plus souvent une idée précise lorsqu’ils se rendent sur la plateforme.

3. Les candidats en recherche de missions à exercer depuis leur domicile

Cette autre forme de bénévolat met l’accent sur le lieu de l’intervention, hors de l’espace de vie de l’association.

	Utilisateurs du site en recherche d’interventions bénévoles exercée depuis le domicile
<i>Profil les plus concernés</i>	Femmes 26 – 35 ans Salariés Vivant en milieu rural
<i>Disponibilités</i>	Le soir
<i>Missions recherchées</i>	Actions supports (administratif, comptabilité, communication, ...) et responsable administratif
<i>Motivations</i>	Sans différences notables par rapport aux autres implications recherchées
<i>Approche en entrant sur le site</i>	Souhaitent plus souvent être accompagnés

Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site Tousbenevoles.org

Ces interventions à distance, rendues possibles par le numérique, constituent une réelle opportunité pour les personnes confrontées à des contraintes de temps ou de mobilité. Le profil des candidats le confirme : il s’agit plus souvent de femmes, de personnes de 26 à 35 ans parmi lesquelles de jeunes parents, de personnes en activité salariée ou vivant à la campagne pour lesquelles les déplacements peuvent être contraignants.

Ces personnes sont plutôt disponibles le soir, elles ont bien cerné le type de missions qu’elles pouvaient exercer à distance (actions supports, responsabilités administratives). Elles ont plus souvent besoin d’être accompagnées, possiblement par manque d’expérience en raison de leur jeune âge et parce que ce type de missions restent peu répandus.



Les personnes s’engageant sur ce type de mission ne recherchent pas a priori l’aspect collectif mais plutôt la possibilité de se rendre utile sur un mode souple et flexible (de chez eux, quand ils veulent). Néanmoins, c’est un niveau d’engagement qui nécessite quand même un accueil de la part de l’association, un suivi et des règles claires, ainsi que la participation, quand c’est possible, à des moments de convivialité. Plusieurs missions peuvent être proposées sans être en lien direct avec le cœur de métier de l’association mais ayant une conséquence positive sur l’association : traduction, webmaster, web-ambassadeurs, graphistes etc...

4. Les profils des candidats selon le type de missions recherchées

Sont regroupées dans ce même tableau, les spécificités des candidats au bénévolat, selon les 4 types de missions proposés par l'enquête.

<i>Utilisateurs du site en recherche de :</i>	Action concrète sur le terrain	Organisation d'évènements	Actions « support »	Responsabilités (élus, chef de projet...)
<i>Profil</i>	15-25 ans Etudiants	15-18 36-45 ans Indépendants	36-45 ans Indépendants	Hommes 36-45 ans En recherche d'emploi Vivant en milieu rural
<i>Disponibilités</i>	Moins disponibles en journée dans la semaine		Sans différences notables	
<i>Motivations</i>	Aider les autres	Une cause La vie de quartier Les échanges avec les autres	Sans différences notables par rapport aux autres implications recherchées	Echanges avec les autres Compétences au service des autres
<i>Types d'implication souhaitée</i>	Limitée et isolée (quelques heures)	Limitée (quelques heures) isolée ou de temps en temps	A domicile	Régulières ou ponctuelles sur quelques jours
<i>Approche entrant sur le site</i>	Souhaitent être accompagnés	Souhaitent être accompagnés ou répondre aux offres	Sans différences notables par rapport aux autres implications recherchées	Ont une idée précise

Source : Enquête auprès de 1 157 utilisateurs du site Tous Bénévoles. **Lecture :** Elle se fait d'une manière verticale. A titre d'exemple, les personnes recherchant une action concrète sur le terrain ont plutôt moins de 25 ans, sont peu disponibles en journée dans la semaine, souhaitent avant tout aider les autres et aimeraient être accompagnés.

Cette enquête confirme l'attrance des jeunes pour les actions concrètes et leur volonté d'agir pour les autres. Souvent en études, ils sont peu disponibles dans la journée en semaine, ils recherchent plus souvent des implications limitées dans le temps, comme une sorte de « test », d'« initiation », de « découverte » avant d'aller plus loin, et de s'engager vraiment.

L'organisation d'évènements attire les plus jeunes (15-18 ans) et aussi la génération des « 36 – 45 ans ». Ce type de missions, souvent ponctuelles, en soirée ou le week-end, répond à leurs contraintes d'emploi du temps (moins disponible en journée et en semaine), à leur souhait d'agir pour une cause (souvent objet d'un évènement particulier pour la faire valoir ou pour collecter de l'argent), pour la vie de leur quartier. Ils sont aussi motivés par l'action collective et la convivialité qu'ils peuvent trouver dans ce type de missions. Lorsqu'ils recherchent ce type de missions, en l'occurrence sur un site dédié comme *TousBenevoles.org*, ils consultent les offres en espérant directement trouver leur bonheur et/ou elles voudraient être accompagnés pour y parvenir plus facilement. Ils viennent moins souvent avec une idée précise des missions qu'elles souhaitent trouver.



La jeunesse est un vivier pour ce genre de missions. Les associations ne doivent donc pas hésiter à proposer voire à oser déléguer de manière plus régulière les organisations d'événements. Certains lycées ou universités proposent des modules pour dédier du temps à des projets. Une opportunité à saisir pour une démarche dans laquelle tout le monde trouve son compte, l'étudiant et les responsables de l'association.

Les actions « supports » semblent mobiliser davantage les « 36 - 45 ans », des personnes exerçant une activité indépendante, peut-être pour mettre leurs compétences et expériences au service d'une association : par exemple des compétences professionnelles précises de la part d'un juriste, d'un comptable ou encore des aptitudes de manager ou de gestionnaire développées dans le cadre professionnel. Comme on l'a vu, ce type d'actions se prête bien à des interventions à domicile, facilitant l'engagement des personnes peu disponibles, et élargissant le cercle des bénévoles.

Les profils des personnes en recherche de responsabilités sont davantage marqués. Ce sont plus souvent des hommes, des « 36 – 45 ans », des demandeurs d'emploi, des personnes habitant en milieu rural. Ces caractéristiques sociologiques ont déjà été abordées précédemment. Ces personnes ne semblent pas particulièrement soumises à des contraintes d'emploi du temps. Elles sont surtout plus motivées par les échanges avec les autres et par la mise à disposition de leurs compétences. Ce sont là deux arguments qui mériteraient d'être mis en avant dans les offres de missions proposées par les associations.



La diversité des profils et des attentes des candidats au bénévolat devrait encourager les associations à rechercher des complémentarités entre eux. Par exemple, entre les jeunes plus intéressés par une mission le week-end ou en soirée dans la semaine, de préférence ponctuelle et les retraités prêts à s'impliquer dans la durée ou à jour fixe, plutôt en journée du lundi au vendredi.

Les associations ont longtemps raisonné à partir du seul groupe que constituent leurs bénévoles et qu'elles mobilisent quand c'est nécessaire. Aujourd'hui, l'on devrait aussi penser en termes de « flux », de « processus ». La complémentarité évoquée ici crée un parcours : le bénévole appartient à un processus d'engagement, au sens où il prend le relais des bénévoles indisponibles, par exemple. Cela renforce le sentiment d'appartenance et accroît la fidélité.

VIII - A grands traits...

Cette approche complémentaire reprend les principales caractéristiques des Français, selon le genre, et selon deux générations bien tranchées, jusqu'à 35 ans et à partir de 65 ans. Pour chaque « portrait », on rappellera la proportion de Français bénévoles en association observée en 2016 (enquête IFOP), on présentera la marge de progression estimée, selon un potentiel théorique, et l'on observera le comportement de ces Français lorsqu'ils passent à l'acte, grâce à l'enquête menée auprès des candidats bénévoles, utilisateurs du site *Tousbenevoles.org*.

Ces portraits sont en fait des « stéréotypes » et doivent être lus comme tels, pour faire ressortir les spécificités des uns par rapport aux autres. Il ne s'agit bien sûr pas d'en faire une généralité.

1. Du côté des hommes

Dans une proportion de 27%, ils sont aujourd'hui bénévoles dans au moins une association. Au-delà, 14% l'ont déjà été et pourraient reprendre leur engagement, 13% donnent aujourd'hui du temps gratuitement, hors associations, et 10% n'ont jamais donné du temps mais *attendent une occasion pour le faire*.

Lorsqu'ils cherchent cette occasion, notamment en fréquentant un site de mise en relation, ils ont une idée précise de ce qu'ils recherchent, dans une forte proportion (53%) et ils estiment être suffisamment disponibles pour accepter une mission à caractère régulier. Ils n'hésitent pas à se dire prêts à prendre des responsabilités, notamment en qualité d'élus au sein d'un bureau ou d'un conseil d'administration.

2. Du côté des femmes

Un peu moins disponibles, elles ne sont aujourd'hui que 23% à donner du temps dans l'une d'entre elles, et assez souvent de façon occasionnelle. En complément, le potentiel que nous avons identifié se compose de 12% d'entre elles, ayant momentanément cessé leur action en association, notamment pour des raisons familiales, et pourraient se laisser à nouveau tenter par un engagement. Dans une assez forte proportion (15%), elles donnent du temps pour les autres, hors associations, et pourraient un jour le faire au sein de l'une d'entre elles. Enfin, au sein du groupe de celles qui n'ont jamais encore donné du temps gratuitement, 12% indiquent qu'elles souhaiteraient une opportunité pour ce faire.

Lorsqu'elles naviguent sur un site comme *Tousbenevoles.org*, elles sont nombreuses (35%) à préférer réagir aux offres proposées, et environ 20% à souhaiter un accompagnement pour les aider à trouver la mission qui pourra leur convenir.

Sans surprise, compte tenu des difficultés qu'elles rencontrent en termes de disponibilités, elles préfèrent des missions limitées à quelques heures (48% contre 32% parmi les hommes), et si possible des actions qu'elles pourront réaliser depuis leur domicile, pour un quart d'entre elles. Par rapport aux hommes, elles attendent plus souvent qu'on leur propose une action concrète, éventuellement pour un événement. Elles ne sont pas plus souvent motivées qu'eux pour des missions à caractère administratif, mais elles sont bien moins nombreuses (9% contre 16%) à postuler pour exercer des responsabilités.

3. Du côté des moins de 35 ans

Ils n'ont pas encore forcément croisé une association qui leur propose un projet à leur convenance, et ils sont généralement un peu plus tentés d'agir sur un mode informel, entre pairs. De ce fait, ils ne sont que 21% à œuvrer bénévolement dans une association, mais la marge de progression, du moins au plan théorique, nous semble considérable, dépassant 40% de cette génération.

Cette proportion se compose de 10% des Français de moins de 35 ans, ayant déjà vécu une expérience associative en qualité de bénévole, par exemple au cours de leurs études, et l'ayant vécu de telle manière qu'ils seraient prêts à la reprendre. En outre, et dès lors que ce mode d'action leur convient assez bien, 15% d'entre eux agissent hors association, auprès d'une commune, d'une école ou sur un mode informel. Motivés par l'action solidaire, ils pourraient être tentés de s'engager, aussi, au sein d'une association. De plus, leur jeune âge fait qu'ils sont nombreux à n'avoir encore jamais donné du temps gratuitement, et il s'en trouve 16%, pour affirmer qu'ils sont prêts à franchir le pas, pour peu qu'une occasion se présente.

Ils sont particulièrement nombreux à fréquenter les sites de mise en relation, et particulièrement agiles pour rechercher l'engagement, occasionnel ou régulier qui leur permettra de *donner du sens* à leur parcours de vie. Près de la moitié d'entre eux ont déjà une idée précise de ce qu'ils recherchent (46%), un tiers environ préfère se laisser guider par les offres qu'ils consulteront, et environ 20% souhaitent être accompagnés dans leur recherche, et dans le choix de certaines offres.

De par leur faible disponibilité et leur mobilité, liées à leurs études et à la montée en puissance de leur vie professionnelle et familiale, ils privilégient clairement les missions courtes et occasionnelles. Bien habitués au numérique, ils sont proportionnellement plus nombreux (28% contre 24% en moyenne), à accepter le principe d'une mission réalisée à domicile. Ils privilégient les actions concrètes, sur le terrain (63% contre 55% en moyenne), sans négliger pour autant l'événementiel, les missions à caractère administratif et les responsabilités.



Les sociologues de l'engagement nous rappellent que les jeunes générations sont particulièrement sensibles au fait d'être acceptés avec leur individualité, ce qui les caractérise personnellement. Si une association communique en mettant cela de côté et en ne valorisant que la dimension collective, elle risque de ne pas aider le jeune "candidat" à franchir le pas.

Par ailleurs, les moins de 35 ans ont des exigences de plus en plus fortes en termes de vie professionnelle, notamment pour l'équilibre entre leur vie privée et leur profession, ceci pour consacrer du temps à des loisirs et à des engagements. Ainsi, les associations se doivent d'intégrer ce paramètre dans leur Projet associatif, et le faire éventuellement évoluer en conséquence.

4. Du côté des plus de 65 ans

Leur parcours et leur plus grande disponibilité expliquent qu'ils soient proportionnellement les plus nombreux (35%) à vivre un engagement bénévole au sein d'une association. De plus, ils sont également nombreux (14%) à chercher à reprendre cet engagement, parfois interrompu pour des raisons professionnelles. Même si cette proportion n'est que de 9% de cette génération, il ne faut pas négliger celles et ceux qui sont aujourd'hui actifs hors associations et qui pourraient également pousser la porte d'une association pour donner du temps. Même si leur temps libre n'est pas extensible et même si les proches, les voyages et les loisirs supposent quelques arbitrages, cette hypothèse peut être retenue.

Enfin, il se trouve 7% des personnes de cette génération, n'ayant pas encore donné du temps gratuitement, et disposés à le faire, pour peu qu'une opportunité se présente. Aussi, en faisant l'addition des bénévoles en action dans une association (35%) et de ce potentiel estimé à 30% environ, on parvient presque aux deux tiers de cette génération.

Même s'ils ne sont pas les plus assidus sur les sites de mise en relation, ces plus de 65 ans savent ce qu'ils recherchent dans une forte proportion de 60%, et sont très peu nombreux (9%) à souhaiter être accompagnés. Leur disponibilité les conduit à privilégier des missions dans la durée, si besoin avec des responsabilités. On notera avec intérêt qu'ils sont proportionnellement plus nombreux (37% contre 22% en moyenne) à se dire prêts à exercer une mission « transversale » (administration, comptabilité, communication...)

IX – De multiples leviers pour faciliter l'engagement

Développer l'offre accessible sur Internet est indispensable, mais en agissant sur tous les leviers disponibles. Une recherche sur Internet peut permettre de trouver directement une mission, mais aussi d'obtenir nombre d'informations qui prépareront utilement la rencontre avec une association.

1. Le point de vue de *Tous Bénévoles*

Pour l'association *Tous bénévoles* dont l'objet est de mettre en relation entre des personnes désireuses de s'engager dans le bénévolat et des associations à la recherche de bénévoles, cette enquête offre à toutes les associations en recherche de bénévoles, une meilleure connaissance des candidats au bénévolat, dans leur diversité et surtout dans la diversité de leurs aspirations.

Au-delà des pistes qui peuvent être tracées pour rapprocher l'offre et la demande, les résultats de cette enquête mettent en évidence l'importance d'un suivi humain et de qualité. Cette attente est largement exprimée dans les commentaires laissés par les candidats au bénévolat. Elle ressort également de la part de celles et ceux qui n'ont pas trouvé de mission qui leur correspond et dont la plupart souhaiteraient être recontactés.

Ce besoin de suivi vaut aussi pour les associations. Elles sont souvent en attente d'aide dans le recrutement de leurs équipes : critères de sélections, définitions des missions, communication... *Tous Bénévoles* prend en compte ce besoin de suivi et une nouvelle dynamique se met en place pour orienter les candidats bénévoles sur toute la France, notamment grâce à des permanences téléphoniques.

2. Le point de vue de *France Bénévolat*

Le double coup de zoom de *La France Bénévole 2018* est très intéressant, tant sur la place des plateformes que sur la place du bénévolat ponctuel. Mais le passage à l'acte d'environ 15 millions de Français potentiellement bénévoles... « qui pourraient si » est beaucoup plus complexe (ceux qui ont fait et qui ne font plus, ceux qui font mais hors associations, ceux qui n'ont jamais fait mais...). Il s'agit d'abord de problèmes de représentations :

Un point commun récurrent à toutes ces catégories est la très faible connaissance de la diversité associative : les Français ont une très bonne opinion des associations mais ne les connaissent pas (« *Bonne opinion par défaut* » indiquait J. P. Delevoye). Ils les réduisent trop souvent à quelques très grandes associations. Dans nos très nombreuses actions, particulièrement diversifiées de promotion de l'engagement associatif, notre premier message est de montrer la diversité associative, avec des exemples (« *on peut tout faire, ou presque !* »). Quand on entend : « *On peut aussi faire cela !* », c'est gagné !

Le premier moyen d'encourager au bénévolat est la sollicitation de personne à personne (voir résultats de l'enquête IFOP). C'est le « *j'ai besoin de toi* » de l'Abbé Pierre ou le « *le bénévole contagieux* » de France Bénévolat... auquel nous ajoutons maintenant ... « *qui a les yeux qui brillent !* » Le bénévole déjà engagé est le meilleur ambassadeur de l'association !

Il faut vaincre également les représentations de la compatibilité : vie professionnelle / vie familiale / engagement associatif pour « *les actifs* » ; solidarité familiale (parfois écrasante) / solidarité externe pour les retraités. Le discours doit être centré sur l'équilibre de vie.

Du coup, les descriptions de missions peuvent parfois avoir des effets dissuasifs et pourraient faire fuir les bonnes volontés. C'est bien à l'association de trouver la mission compatible avec les disponibilités et les durées du bénévole potentiel, pas l'inverse ; des démarches comme celles de *Benenova* sont très intéressantes, car elles vont très souvent permettre de faire une première expérience bénévole à partir de missions bien structurées à durée limitée.

Bien sûr, les plateformes ont toute leur place (www.francebenevolat.org reçoit plus de 500 000 visites par an !). Nous considérons que c'est un outil indispensable, et le plus souvent complémentaire :

- Certaines personnes font ainsi *leur marché* directement, d'autres ont besoin de conseil physique en plus : *le bénévolat, c'est de l'humain pas que du digital !* Elles attendent un échange avec l'association : se sentir attendu et entendu...
- Le premier contact est souvent essentiel : *on ne recrute pas un bénévole, on aide une personne... de « bonne volonté », à s'engager*

Chapitre III – Aider à franchir le pas : l'opération Tous Unis Tous Solidaires

L'opération Tous Lyonnais Tous Solidaires, initiée en juin 2015, a été renouvelée en 2016, à l'échelle et avec le soutien de la Métropole de Lyon, sous le nom de Tous Unis Tous Solidaires. Elle s'est tenue tout au long du mois d'octobre 2016 et a été renouvelée au mois de mars 2018.

Portée par un collectif de 16 puis 18 associations, elle vise à :

- « *Rendre possible la rencontre entre les citoyens qui souhaitent découvrir le bénévolat et les nombreuses propositions qui existent dans la métropole de Lyon, dans tous les secteurs (sport, culture, action sociale, collectifs informels d'échanges, ...)* ;
- *Mobiliser tous les relais possibles pour toucher un public de citoyens « non-initiés » dans toute la métropole ;*
- *Mettre en lumière cette dynamique de générosité pour « ré-enchanter » une actualité nationale marquée par les drames et le contexte de crise. »*

Pendant un mois les associations qui le souhaitent proposent aux citoyens de venir *tester le bénévolat*, au travers d'une action concrète et sans engagement pour la suite. Au préalable, ces associations informées et accompagnées par le collectif, mettent en ligne des offres de bénévolat, uniques ou répétées dans le mois, d'une durée variable, à des jours et horaires définis.

Les habitants de la Métropole sont invités à se rendre sur le site pour choisir l'expérience ou les expériences qui les tentent, avec un moteur de recherches par thématique, par date et par ville. Les offres sont localisées sur une carte pour faciliter les recherches.

En 2016, sur 127 associations de la Métropole inscrites sur le site, 79 ont publié ensemble 618 offres de bénévolat. La plupart ont mené l'opération jusqu'à son terme : 58 ont accueilli au moins un « *bénévole d'un jour* ». Au total, près de 500 expériences bénévoles ont pu être menées grâce à l'opération.

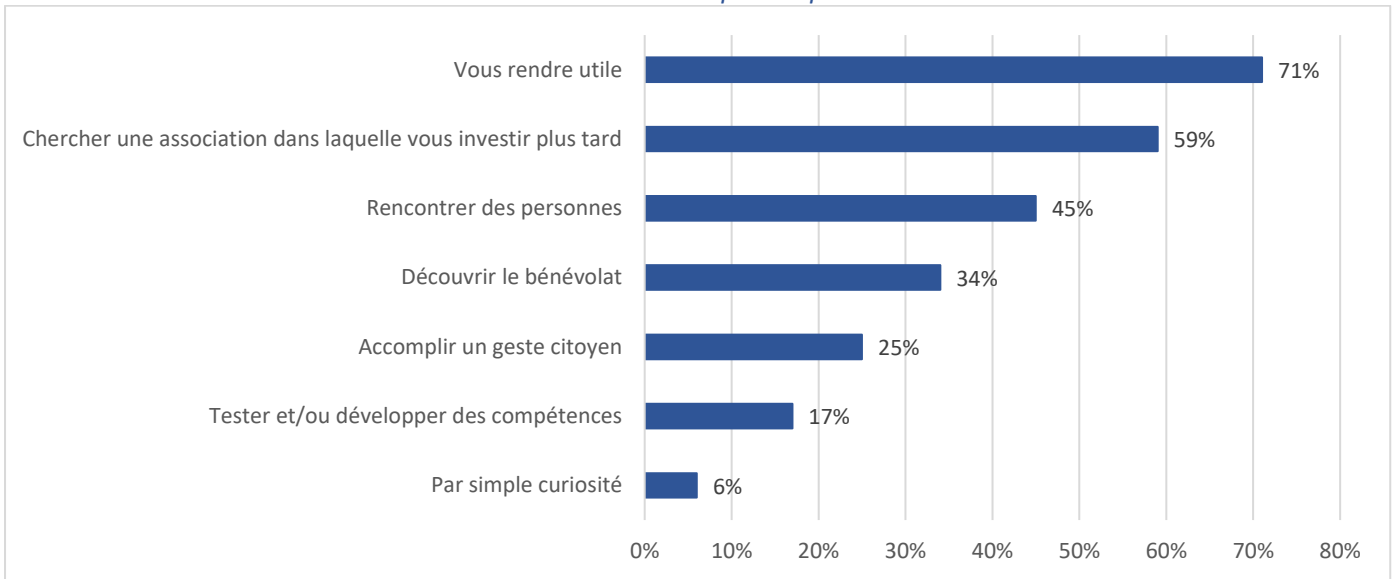
Au-delà ces quelques chiffres, deux courtes enquêtes ont été menées, au terme de l'opération, auprès des associations et auprès des « *bénévoles d'un jour* ». Elles ont été renouvelées six mois après, en avril 2017. Ces deux enquêtes, à six mois d'intervalle, ont permis de mettre en avant les effets observés au regard des objectifs fixés et les effets induits. Elles ont également pointé quelques conditions favorables et quelques marges de progression.

I – Le point de vue des « *bénévoles d'un jour* »

Interrogés au terme de l'opération, en novembre 2016, 96% des « *bénévoles d'un jour* » se sont dits satisfaits de leur participation à l'opération. Ils portent un jugement quasi unanimement positif sur l'accueil qu'ils ont reçu dans les associations. Il est un peu plus nuancé concernant l'expérience qui leur était proposée : 59% l'ont trouvée intéressante, 32%, plutôt intéressante ; mettant ici le doigt sur l'adéquation parfois délicate entre l'offre et la demande de bénévolat.

En ce qui concerne les motivations des habitants à participer à l'opération, elles correspondent bien aux objectifs que s'est fixé le collectif organisateur : 59% cherchent une association dans laquelle s'investir et 34% souhaitent découvrir le bénévolat.

Qu'est-ce qui vous a donné envie de participer à cette opération Tous Unis Tous Solidaires ?
Plusieurs réponses possibles



Source : Enquête de novembre 2016 auprès des habitants de la Métropole ayant participé à l'opération Tous Unis Tous Solidaires

On retrouve également dans ces réponses, les ressorts bien connus du bénévolat : se rendre utile, rencontrer d'autres personnes, accomplir un geste citoyen et acquérir des compétences.

L'opération a permis à la plupart de répondre à leurs attentes, puisque pour 70% des participants, l'expérience qu'ils ont menée les a encouragés à donner du temps dans la même association. Et, interrogés six mois plus tard, 46% sont toujours bénévoles dans cette même association. Ils sont 20% à être engagés ailleurs et 8% recherchent une association qui leur correspond mieux.

Autrement dit, six mois après leur expérience bénévole dans le cadre de l'opération, près de la moitié des répondants sont restés actifs dans la même association et les deux tiers ont toujours une activité bénévole.

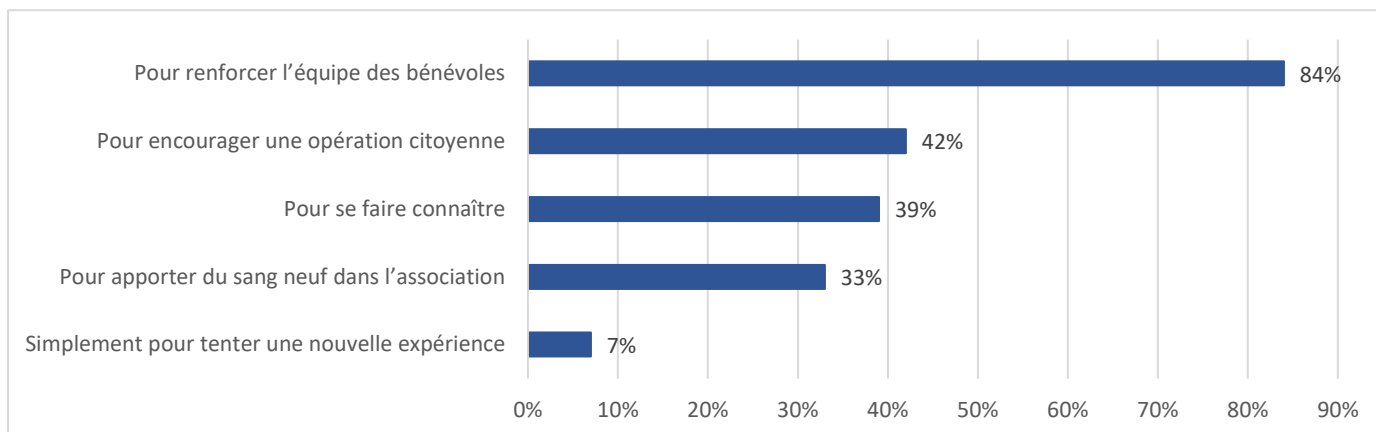
Rien n'interdit de penser qu'au sein du tiers restant, nombre de personnes franchiront le pas d'une association ou d'un collectif, à une prochaine occasion. Nombreux sont ceux d'ailleurs à se dire prêts à participer à la prochaine édition, qu'ils aient ou non trouvé l'association dans laquelle s'engager à l'occasion de l'édition 2016. Certains pensent peut-être à « tester » une autre expérience pour s'engager davantage ou pour connaître un autre univers qui leur conviendrait mieux.

Mais, rappelons que l'opération n'est pas seulement l'occasion de trouver l'association dans laquelle s'investir (59% des répondants). Les bénévoles veulent avant tout se rendre utile (71%), rencontrer d'autres personnes (45%) ou encore accomplir un geste citoyen (25%). Ils peuvent être tentés de renouveler l'expérience, dans cet esprit.

II – Le point de vue des associations

Les représentants des associations ont également été interrogés, dès la fin de l'opération et six mois plus tard. La plupart motivaient, logiquement, la participation de leur association par la recherche de bénévoles (84% d'entre eux), mais environ 40% avaient aussi, bien perçu le caractère citoyen de la démarche et la visibilité qu'elle leur offrait.

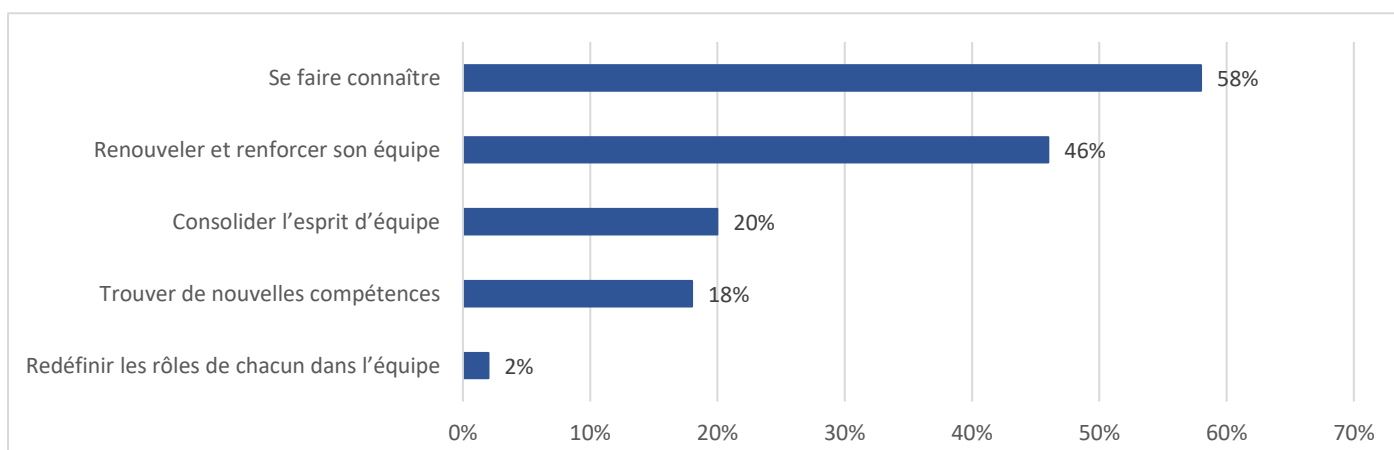
Pourquoi votre association a-t-elle choisi de participer à l'opération ? *Plusieurs réponses possibles*



Source : Enquête de novembre 2016 auprès des associations ayant participé à l'opération Tous Unis Tous Solidaires

Les motivations des associations, exprimées ci-dessus, ont trouvé écho dans les réponses apportées six mois plus tard, sur les effets observés sur l'association.

Selon vous, cette opération a-t-elle permis à votre association de (plusieurs réponses possibles) :



Source : Enquête de novembre 2016 auprès des associations ayant participé à l'opération Tous Unis Tous Solidaires

Pour près de la moitié des associations, l'opération a permis de renforcer l'équipe de bénévoles, parfois même de trouver de nouvelles compétences (18%). Il faut cependant noter, au-delà de ce graphique, qu'un quart des associations n'a pas reçu de candidats, montrant là encore, les difficultés de faire correspondre l'« offre » et la « demande » de bénévolat.

Parmi les effets observés, les retombées en termes de notoriété ont été plus largement observées qu'elles n'étaient attendues (la notoriété est source de motivation pour 39% des associations participantes et un retour positif pour 58% d'entre elles). Et dans une association sur cinq, prendre la décision de participer, trouver les expériences susceptibles d'intéresser des habitants, voir comment les présenter, s'organiser pour accueillir les bénévoles d'un jour... ont été autant d'occasions d'échanges qui ont consolidé l'esprit d'équipe dans l'association.

Au bilan, la satisfaction des associations est partagée avec celle des « bénévoles d'un jour » : dans 75% des cas, l'accueil des bénévoles s'est bien ou très bien déroulé et près de 90% des associations sont prêtes à renouveler l'opération. Les difficultés rencontrées portent sur l'utilisation du site qui a présenté quelques défaillances et sur l'organisation en interne que nécessite l'opération (choix et présentation des expériences, répartition des rôles et disponibilités).

III – Quels enseignements ?

Sur le plan matériel, une opération comme *Tous Unis Tous Solidaires* nécessite la mise en place d'un site Internet simple et convivial, tant pour les associations qui souhaitent proposer des expériences que pour les candidats au bénévolat. La participation doit pouvoir se faire facilement, sans démarche préalable compliquée ou conditions strictes.

Une opération ponctuelle comme celle-ci a besoin d'une grande visibilité auprès des habitants pour les encourager à participer nombreux. Elle doit donc pouvoir s'appuyer sur une campagne de communication grand public active, à l'échelle de l'ensemble du territoire, avec l'aide des mairies. Des entreprises, des écoles et des universités peuvent être des relais très efficaces auprès des salariés et des étudiants.

Le site doit proposer une grande diversité d'expériences et pour cela s'appuyer sur une large participation de la part des associations. Avec, pour celles qui le souhaitent, un accompagnement pour définir les missions et les rendre attractives, pour s'organiser en interne et tirer profit des effets fédérateurs que peut produire l'opération. Certaines peuvent même saisir l'opportunité pour porter une réflexion sur la définition des tâches et l'organisation interne de l'association. Il est cependant important de laisser chaque association s'approprier l'opération selon ses attentes et ses capacités.

Cette opération *Tous Unis Tous Solidaires* bénéficie en outre de deux atouts importants :

- Le portage par un collectif d'associations permet de tirer bénéfice des expériences répétées, tant pour parfaire l'opération chaque année, que pour tisser des coopérations entre membres, sur d'autres sujets. Au-delà de l'opération grand public, *Tous Unis Tous Solidaires* est un bel exemple de mutualisation et de coopération interassociatives. Elle est d'autant plus exemplaire qu'elle porte sur un sujet sur lequel les associations se considèrent trop souvent « concurrentes ». Elles sont dans le collectif, sur un pied d'égalité et l'option a été choisie de ne pas faire figurer le nom de l'association comme critère de recherche, pour ne pas privilégier les grandes associations qui bénéficient d'une forte notoriété nationale.
- L'appui de la collectivité qui porte essentiellement sur la campagne de communication est un élément essentiel pour la notoriété de l'opération. Menée à grande échelle, elle donne plus de chances aux habitants de franchir ce pas de l'engagement bénévole. La participation de la Métropole de Lyon sur cette opération crée des liens avec les membres du collectif, favorise le dialogue et renforce sa connaissance du secteur associatif.

Si l'investissement peut paraître pour les uns et les autres parfois important, notamment dans les semaines qui précèdent, et si des marges de progression peuvent toujours être pointées, il faut souligner les potentialités d'une telle opération, à nos nombreux égards : dans les relations entre la collectivité et les associations, entre les associations et fondations¹⁰, pour l'association elle-même, en gagnant en visibilité et en bénéficiant des effets potentiellement induits, pour leurs équipes qui peuvent se renforcer et anticiper les changements à opérer, et bien sûr pour les personnes, qui ne seraient pas forcément venus directement.

¹⁰ L'opération a bénéficié du soutien d'une fondation.

Un « Baromètre d'Opinion des Bénévoles » au service des associations

Une utile mutualisation de moyens

Depuis 2016, cette enquête nationale annuelle est mise à la disposition des réseaux associatifs pour dialoguer avec leurs propres bénévoles et disposer d'un état des lieux interne. Ils peuvent ainsi tirer les enseignements des témoignages de leurs bénévoles et de leurs éventuelles spécificités, pour alimenter leurs réflexions sur l'accueil et l'animation de leurs bénévoles.

Un partenariat équilibré

L'intérêt **pour les associations partenaires** :

- Contribuer à l'amélioration de la connaissance sur les comportements bénévoles en renforçant le panel national et en permettant de mener des analyses fines selon différents critères : le genre, l'âge, l'intensité de l'engagement, le profil des associations...
- Disposer d'un outil de dialogue avec leurs bénévoles.
- Obtenir des résultats concernant leur propre réseau, pouvant être rapprochés des tendances nationales pour mettre en avant certaines spécificités. S'appuyer sur des repères récents et pertinents pour adapter leurs stratégies d'accueil et d'animation des bénévoles.
- Bénéficier des avantages de la mutualisation avec des coûts partagés, limités pour les associations et les fondations à ceux liés l'exploitation de leur propre enquête.

L'intérêt **pour R&S** :

- Diversifier l'origine de ses répondants, élargir son panel national et rendre possible des recherches approfondies, selon les profils des bénévoles.
- Répondre à sa vocation d'agir au service de toutes les formes de solidarités, en mettant à la disposition des associations et des fondations, un outil largement expérimenté et étalonné depuis une dizaine d'années
- Renforcer ses partenariats avec les acteurs du monde associatif et élargir le cercle de ses lecteurs.

Déjà une dizaine de partenaires en deux ans :

Grâce à une diffusion soutenue et à une bonne participation, **l'AFM-Téléthon, l'Association des Paralysés de France, la fédération des Banques alimentaires, la Croix Rouge française, Habitat & Humanisme, les petits frères des Pauvres, Vacances & Familles, ECTI, France Nature Environnement, la Société Protectrice des Animaux** et la **Fondation Abbé Pierre** ont réuni un panel représentatif qui a été traité et analysé, au regard des résultats nationaux.

RECHERCHES & SOLIDARITES, un réseau d'experts au service de toutes les formes de solidarités.

Association sans but lucratif, R&S s'est donné pour objectif d'apporter aux acteurs et aux décideurs les informations les plus récentes sur le secteur associatif notamment, avec une préoccupation de complémentarité par rapport aux travaux qui sont menés et publiés par ailleurs.

Elle s'appuie sur des données provenant d'organismes officiels et sur ses enquêtes annuelles pour produire des publications nationales, régionales et départementales qui sont en libre accès sur www.recherches-solidarites.org. R&S réalise également, en lien avec des partenaires de plus en plus nombreux (réseaux associatifs, services déconcentrés de l'Etat, conseils généraux, associations nationales...) des travaux spécifiques sur le bénévolat, la vie associative.