

“opinionway pour



Impact de la Tech sur le milieu associatif : entre enjeux, défis et opportunités

Rapport d'étude – Décembre 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie

Etude réalisée auprès...



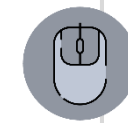
...d'un échantillon de **201 associations**.



L'échantillon a été interrogé **par téléphone sur système CATI** (Computer Assisted Telephone Interview).



... d'un échantillon de **207 d'entreprises de la Tech** interrogées via le réseau de la Fondation RAISE



L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré **en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 18 novembre au 9 décembre 2024**.



Questionnaire
RAISE 2024



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 6,9 points au plus pour un échantillon de 200 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Enquête OpinionWay pour RAISE »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Note de lecture

Les **différences significatives** (significativité à 95%) entre la cible des associations et la cible des entreprises sont présentées sous la forme suivante :

  Écart significativement **supérieur/inférieur** par rapport à l'autre cible

Les **écarts significatifs** (significativité à 95%) des sous-catégories ont été examinés par rapport aux résultats de l'ensemble de la cible. Ces écarts sont signalés dans le rapport de la façon suivante :

- significativement **supérieur** à l'ensemble → *Sous-cible* : **XX%**
- significativement **inférieur** à l'ensemble → *Sous-cible* : **XX%**



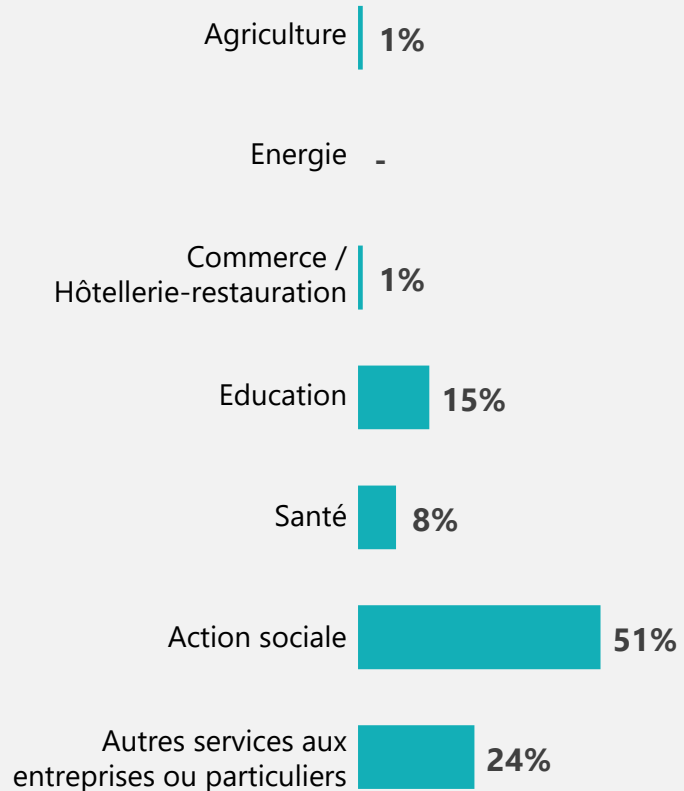
Le profil des répondants



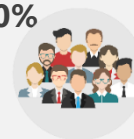
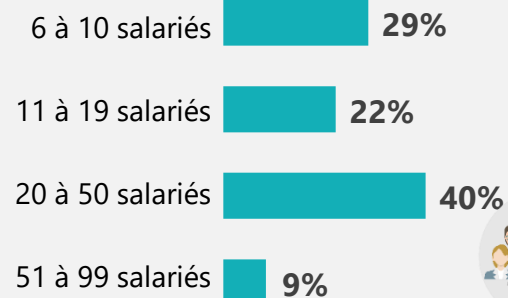
“ Profil des associations



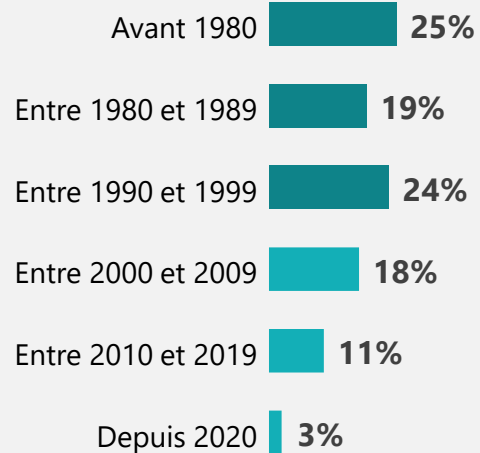
Secteur d'activité



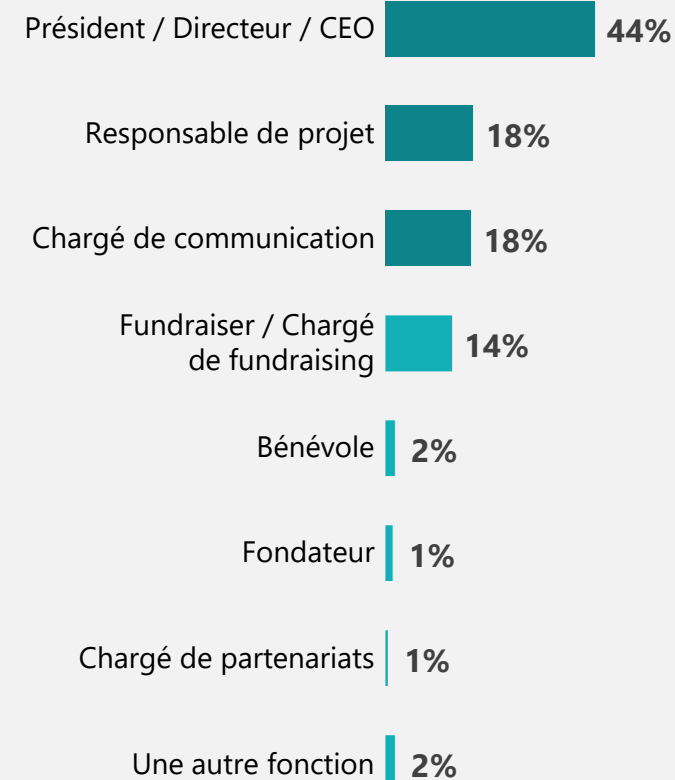
Taille salariale



Date de création

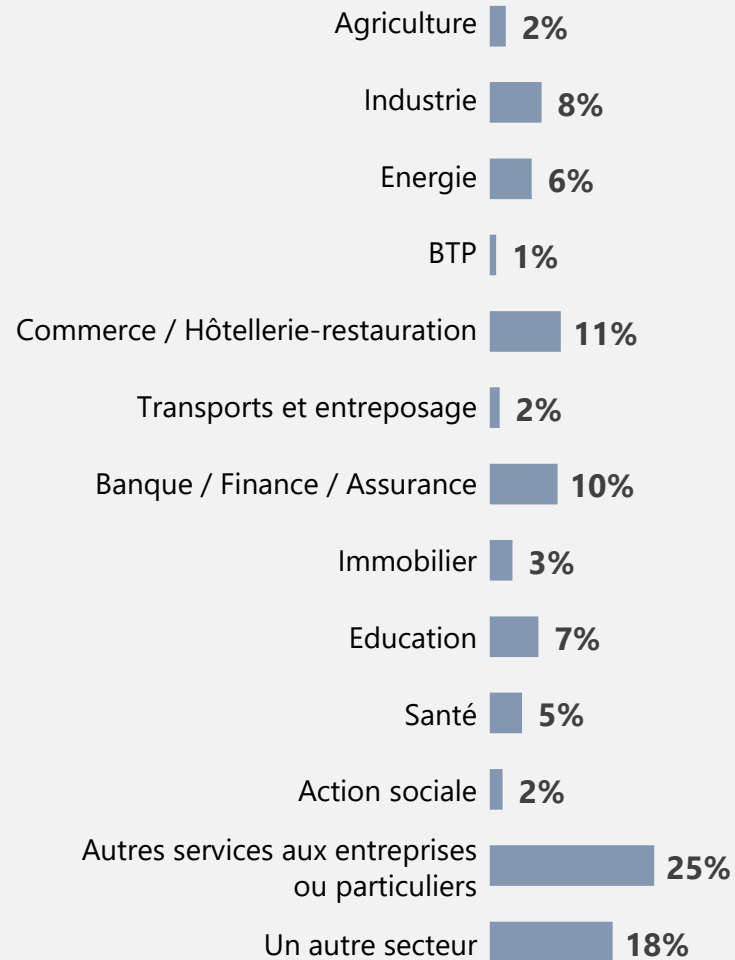


Fonction

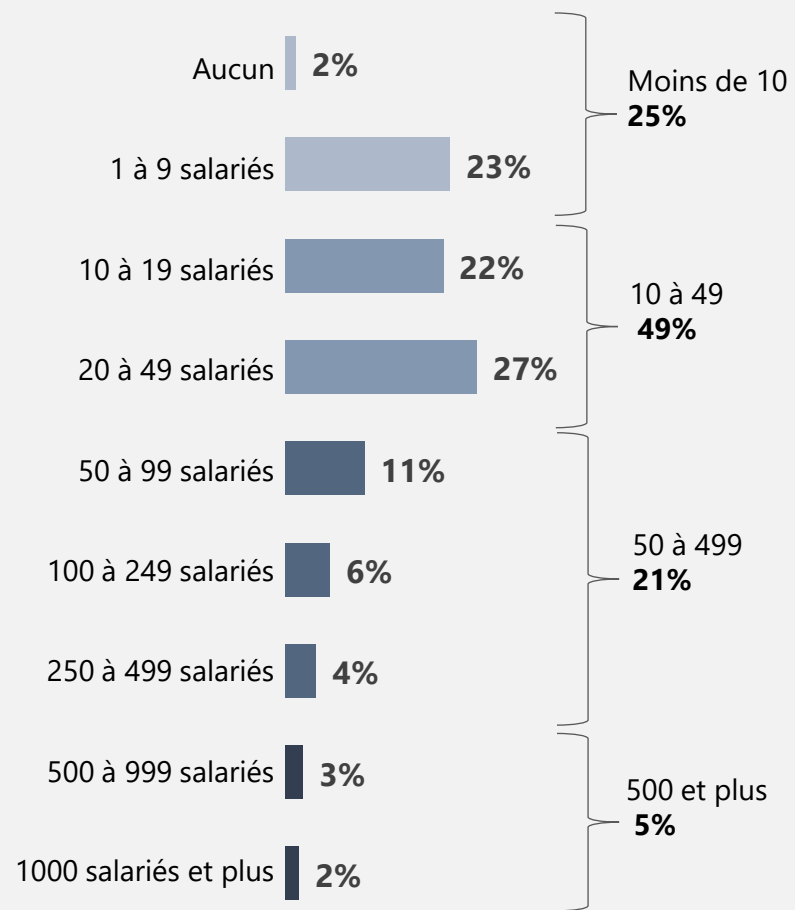


“ Profil des entreprises

Secteur d'activité

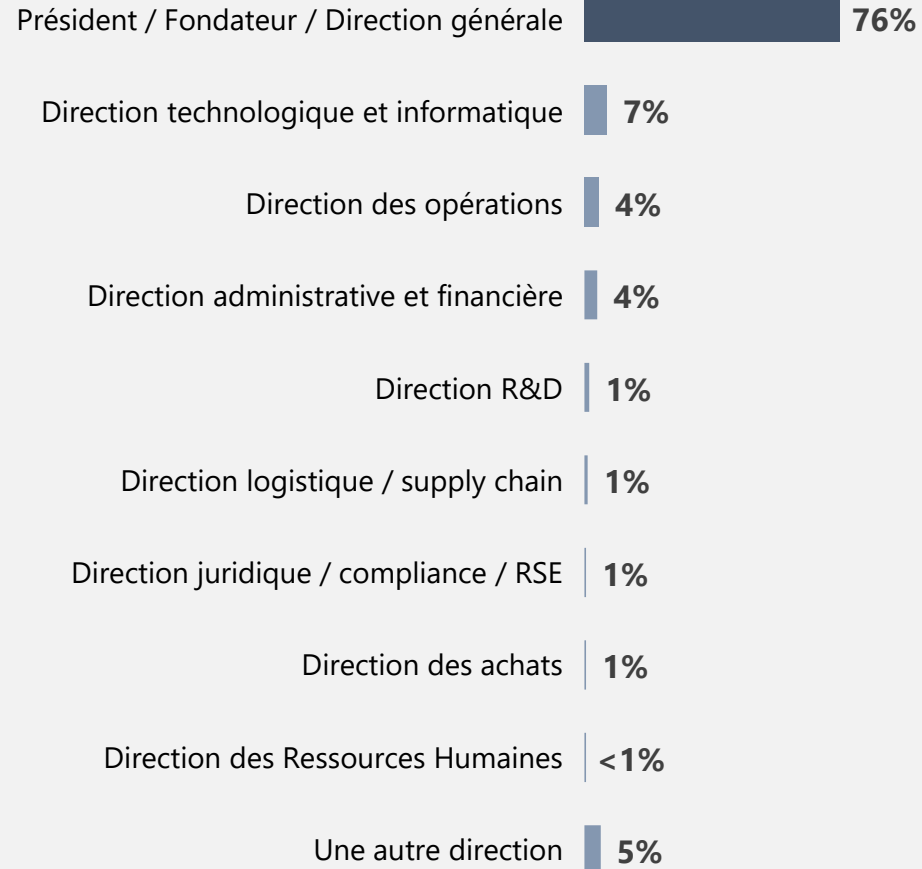


Taille salariale

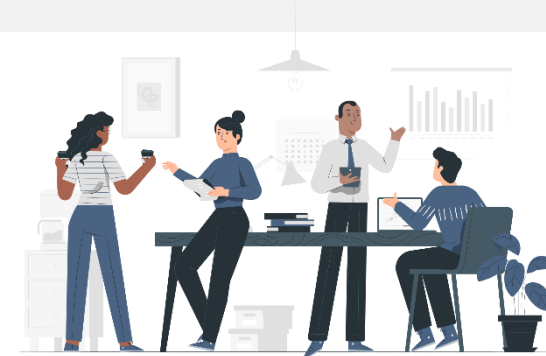
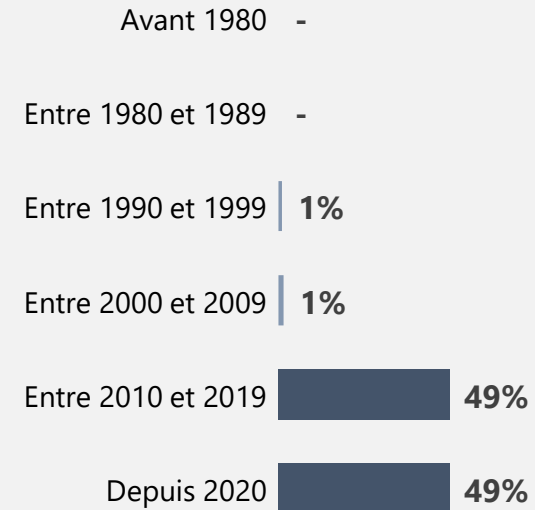


“ Profil des entreprises

A quelle direction êtes-vous rattaché(e) ?



Date de création





L'analyse





01

La gouvernance : un rôle essentiel pour la mission de l'association

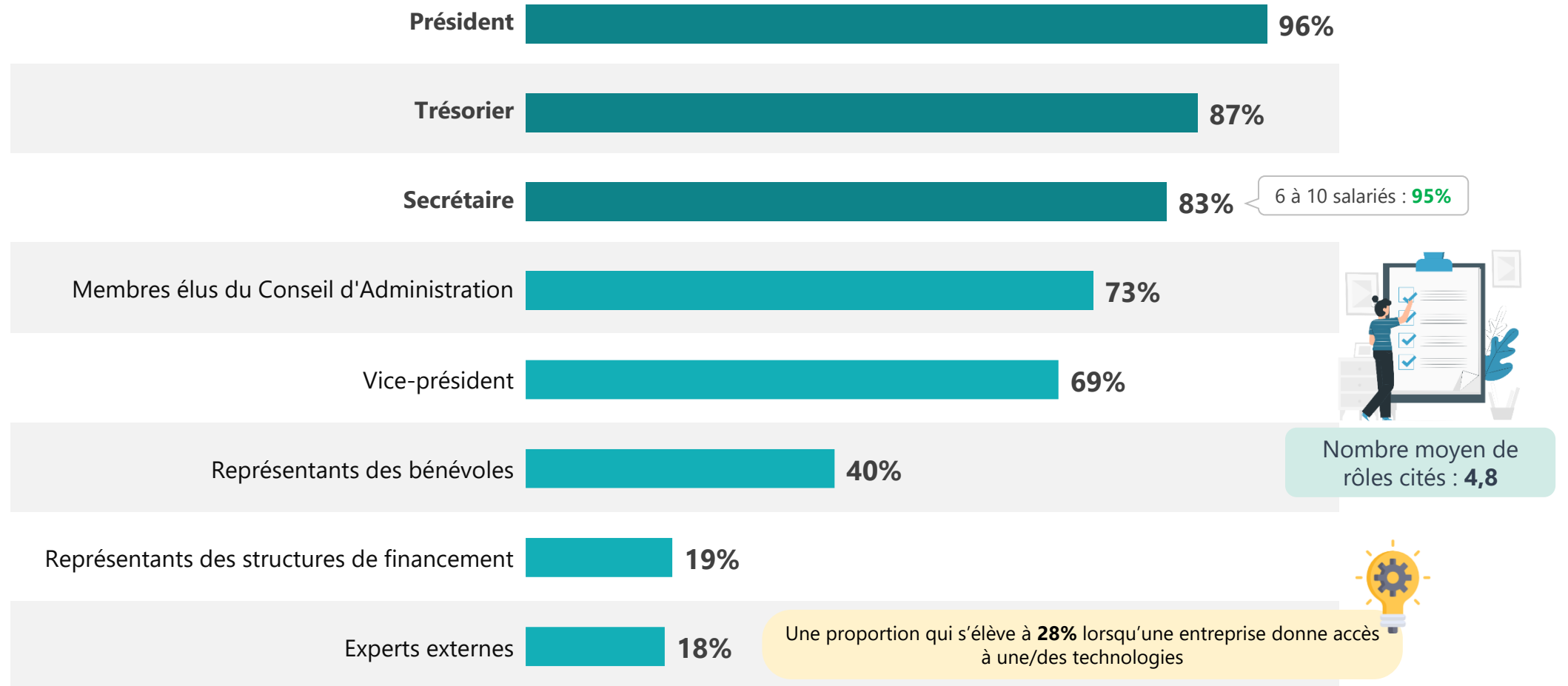




Avec en moyenne 5 rôles attribués, les associations sont principalement composées d'un président, un trésorier et un secrétaire, ainsi que d'un conseil d'administration et un vice-président.

Q5 : Qui compose la gouvernance de votre association ?

Base : associations (201) – Plusieurs réponses possibles

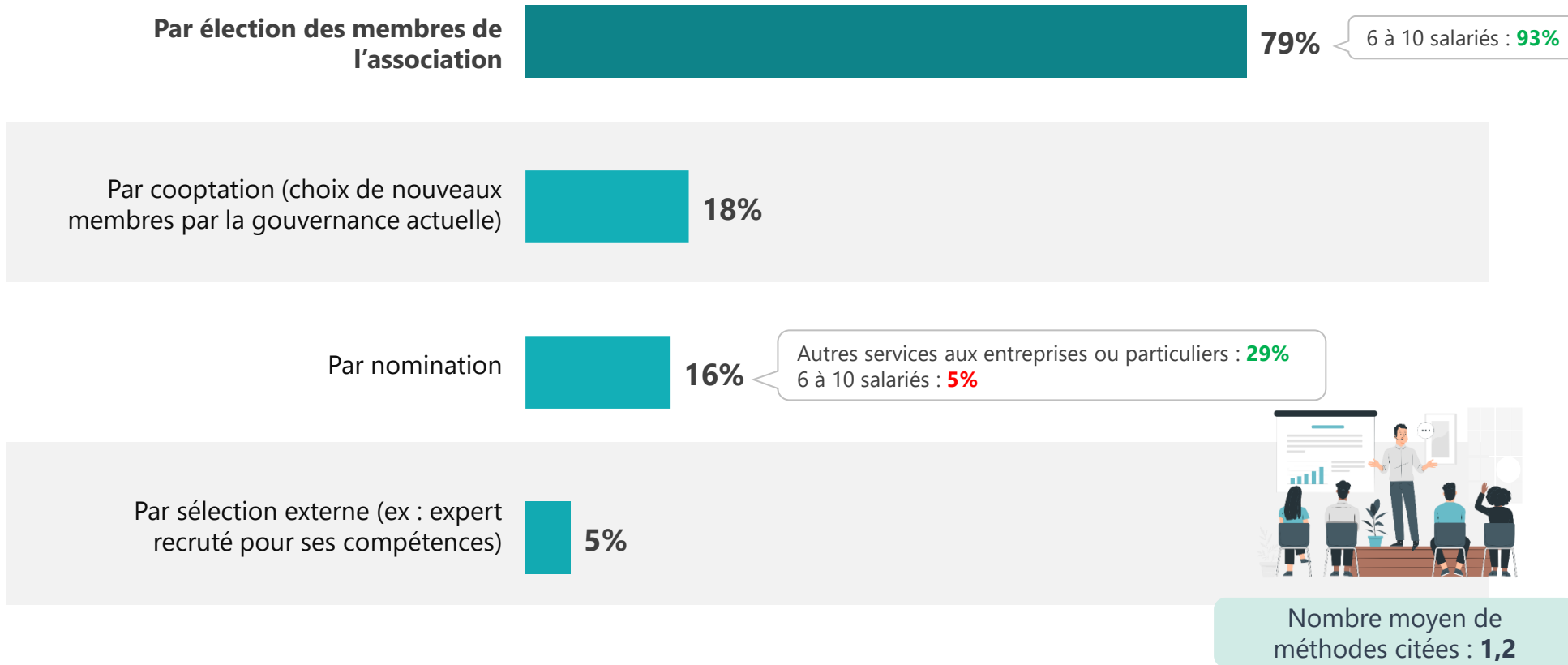




La composition de la gouvernance incombe le plus souvent aux membres de l'association, bien qu'1 association sur 5 recourt à la cooptation.

Q6 : Comment sont **choisis les membres de la gouvernance** ?

Base : associations (201) – Plusieurs réponses possibles

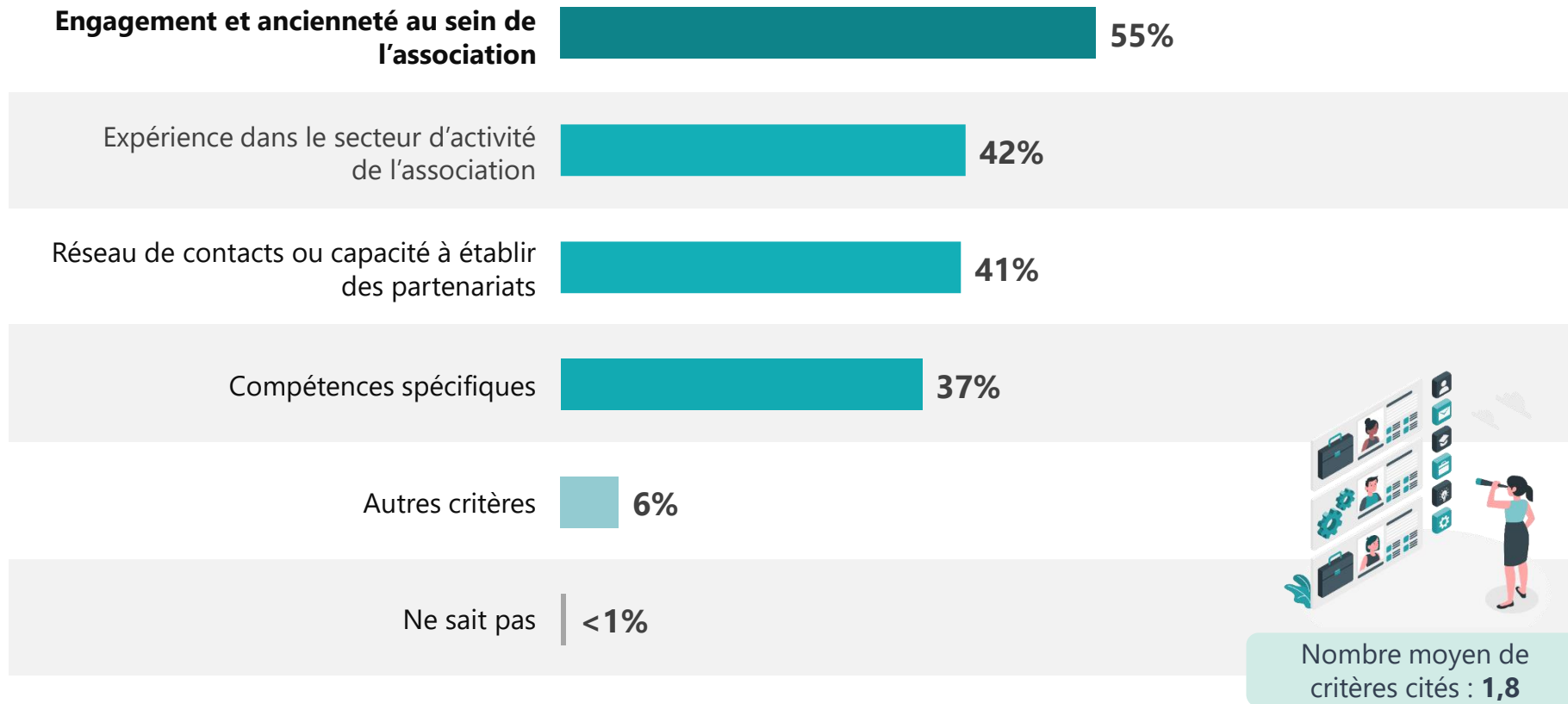




La sélection des membres élus repose surtout sur leur engagement et leur ancienneté dans l'association, et dans un second temps sur leur expérience, leur réseau et leurs compétences.

Q7 : Sur la base de quels critères sont sélectionnés les membres de la gouvernance ?

Base : associations (201) – Plusieurs réponses possibles

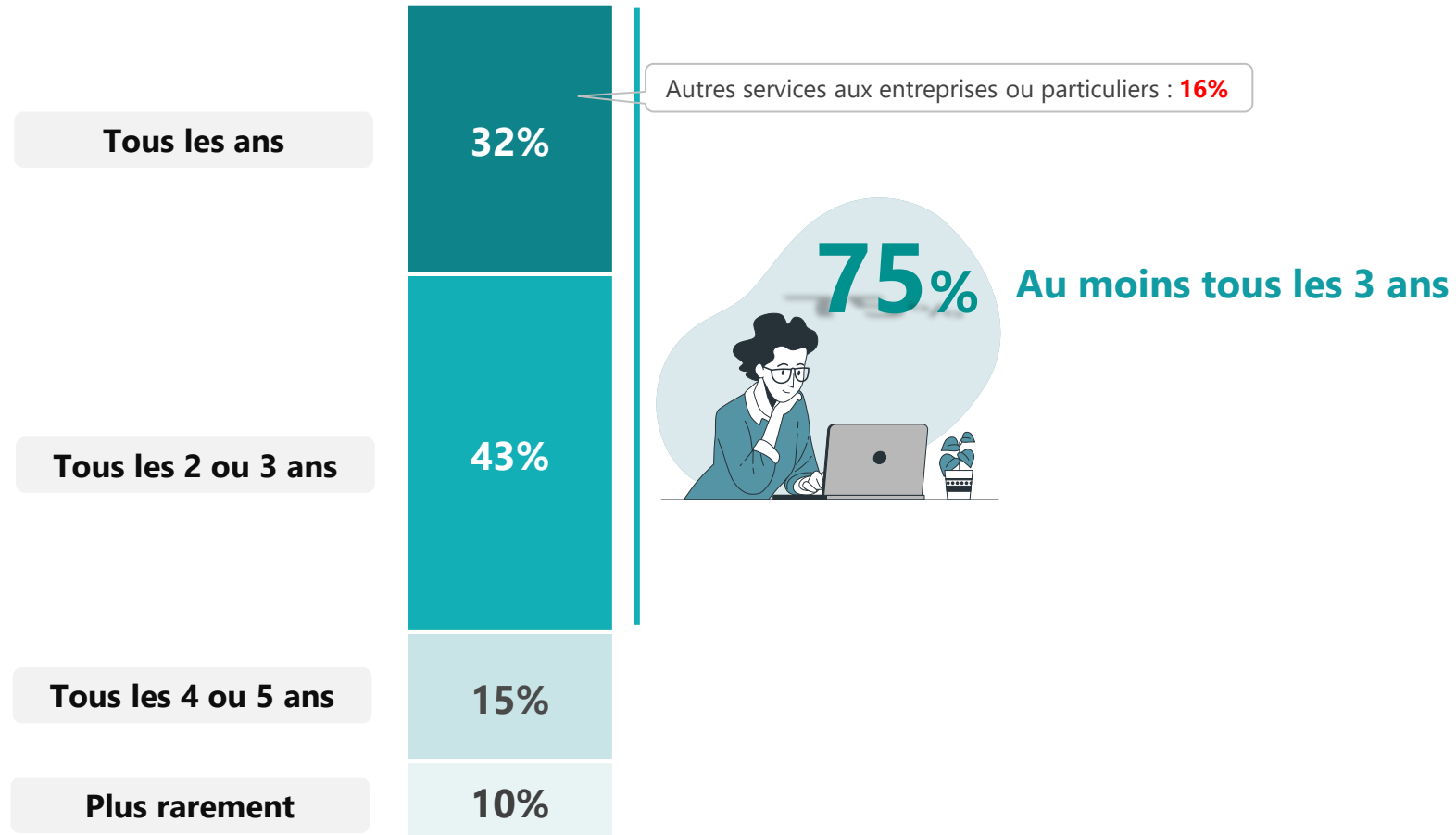




Le renouvellement de la gouvernance est prévu au moins tous les 3 ans dans les $\frac{3}{4}$ des associations, dont $\frac{1}{3}$ qui le fait tous les ans.

Q8 : A quelle fréquence la composition de la gouvernance est-elle renouvelée ?

Base : associations (201)

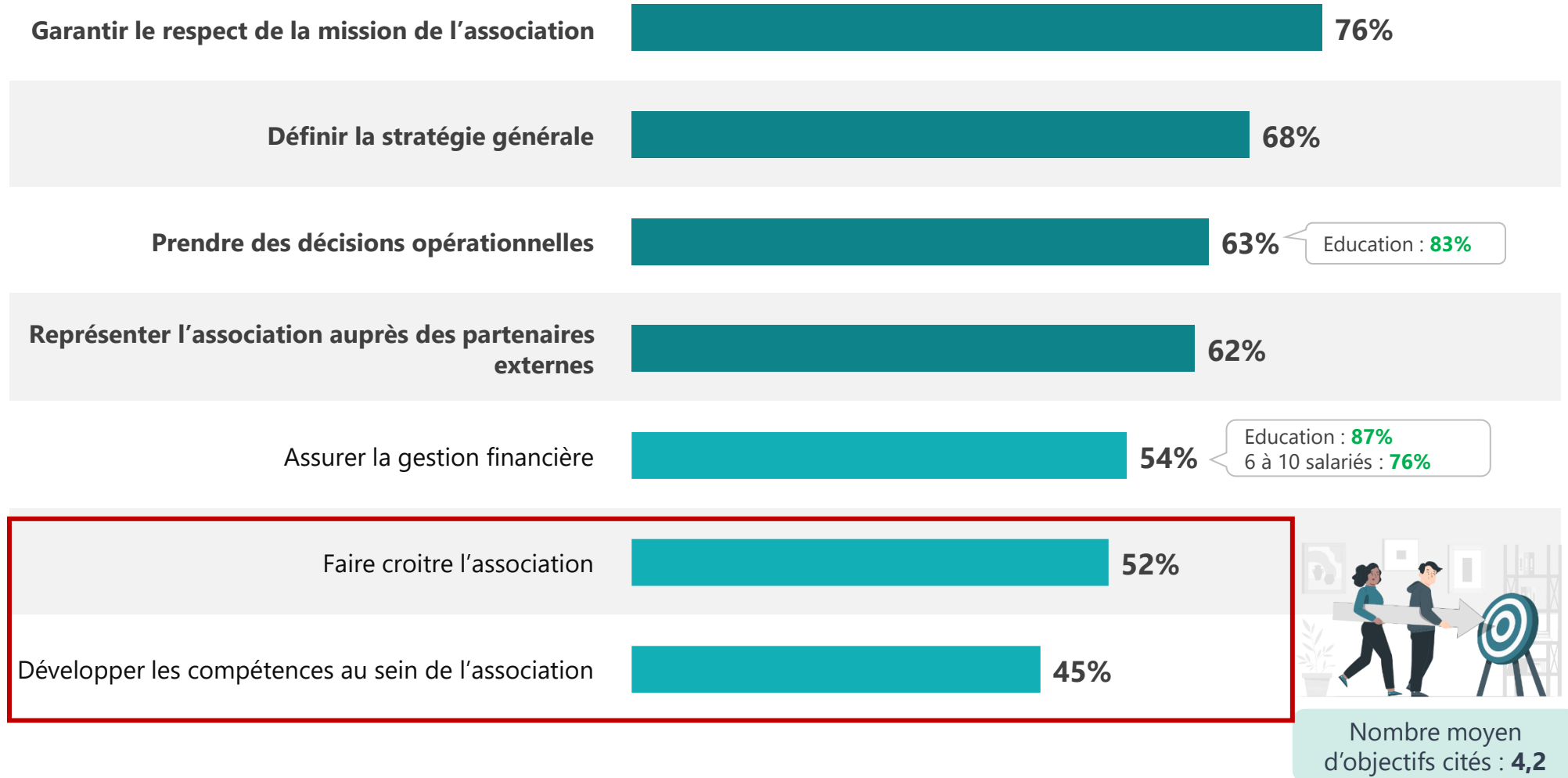




Si la gouvernance garantit d'abord la bonne marche de l'association, seule la moitié estime que son rôle est d'assurer la croissance ou développer des compétences.

Q9 : Quels sont les principaux objectifs de la gouvernance ?

Base : associations (201) – Plusieurs réponses possibles

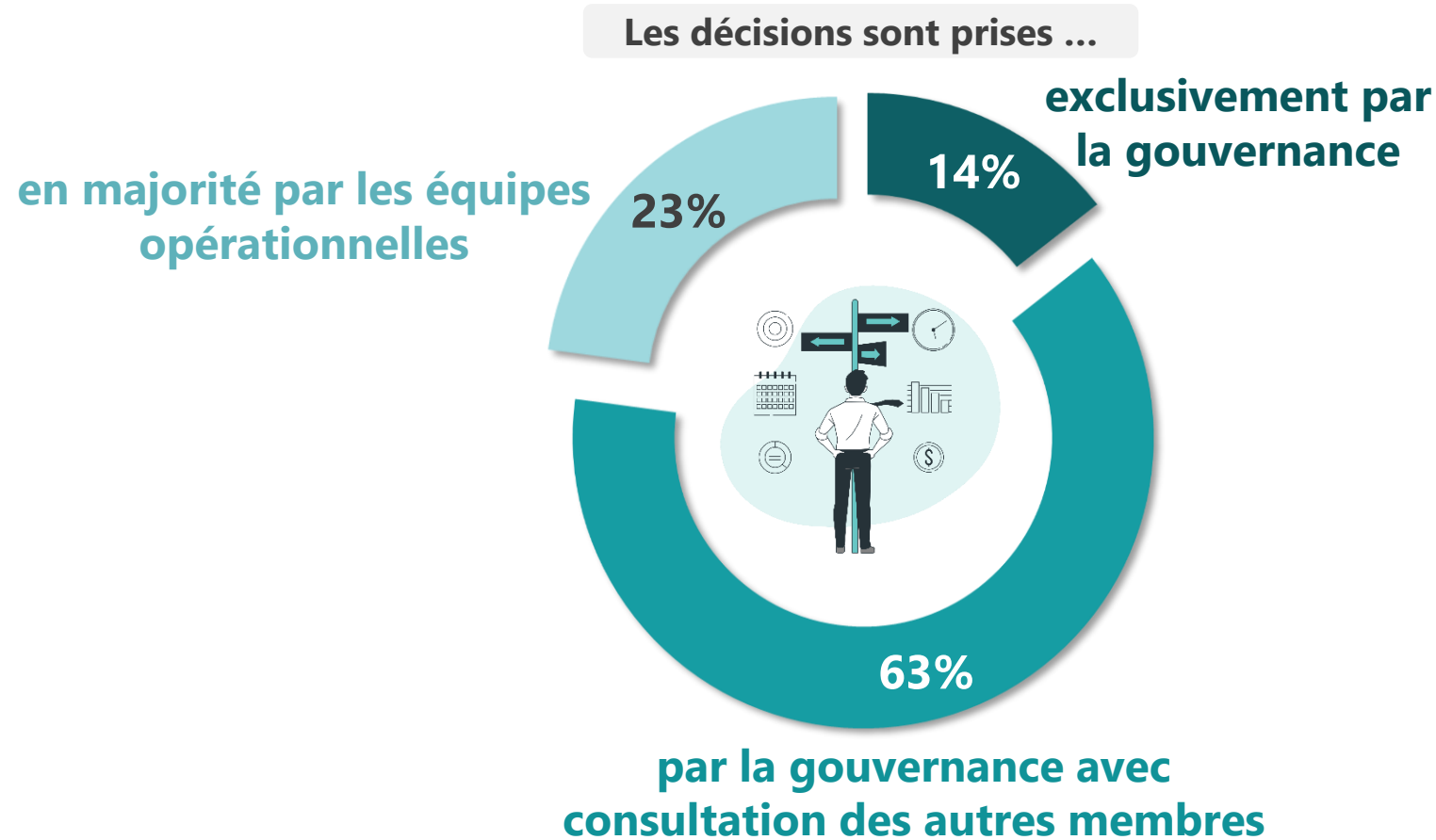




Pour autant, la gouvernance n'a pas les pleins pouvoirs : les 2/3 prennent leurs décisions en consultant les membres de l'association, et 1/4 se réfère même majoritairement aux choix des équipes opérationnelles.

Q10 : Dans quelle mesure la gouvernance contribue-t-elle aux **choix stratégiques de l'association** ?

Base : associations (201)





02

La collaboration Associations et
Entreprises de la tech : satisfaisante
et enrichissante pour tous





La moitié des associations ont déjà collaboré avec des entreprises privées, une proportion qui s'élève à 6/10 côté entreprises. Si les associations mettent en avant les compétences reçues, les entreprises ont davantage à l'esprit les projets conjoints, les dotations financières et la présence du dirigeant au conseil d'administration.

Parlons maintenant des liens entre votre [association](#) et [les entreprises privées](#).

Q11 : Avez-vous déjà **collaboré** avec une entreprise privée [association] dans le cadre de la mission de votre association [entreprise] ?

Base : ensemble – Plusieurs réponses possibles



Associations (201)

Entreprises (207)

30%

Oui, apport de compétences
(gestion financière, ressources humaines,
marketing, ...)

15%

24%

Oui, vous avez créé des projets ensemble
(événements, ...)

35%

20%

Oui, accès à des technologies
(outils, logiciels, ...)

18%

1 à 9 salariés : 6%

52%

6%

Oui, vous avez reçu [fourni] des
dotations financières

22%*

62%

5%

Oui, une [votre] entreprise ou son dirigeant
siège au conseil d'administration de votre
[d'une] association

12%

1 à 9 salariés : 46%

48%

Non, vous n'avez aucun lien

38%

Collaboration

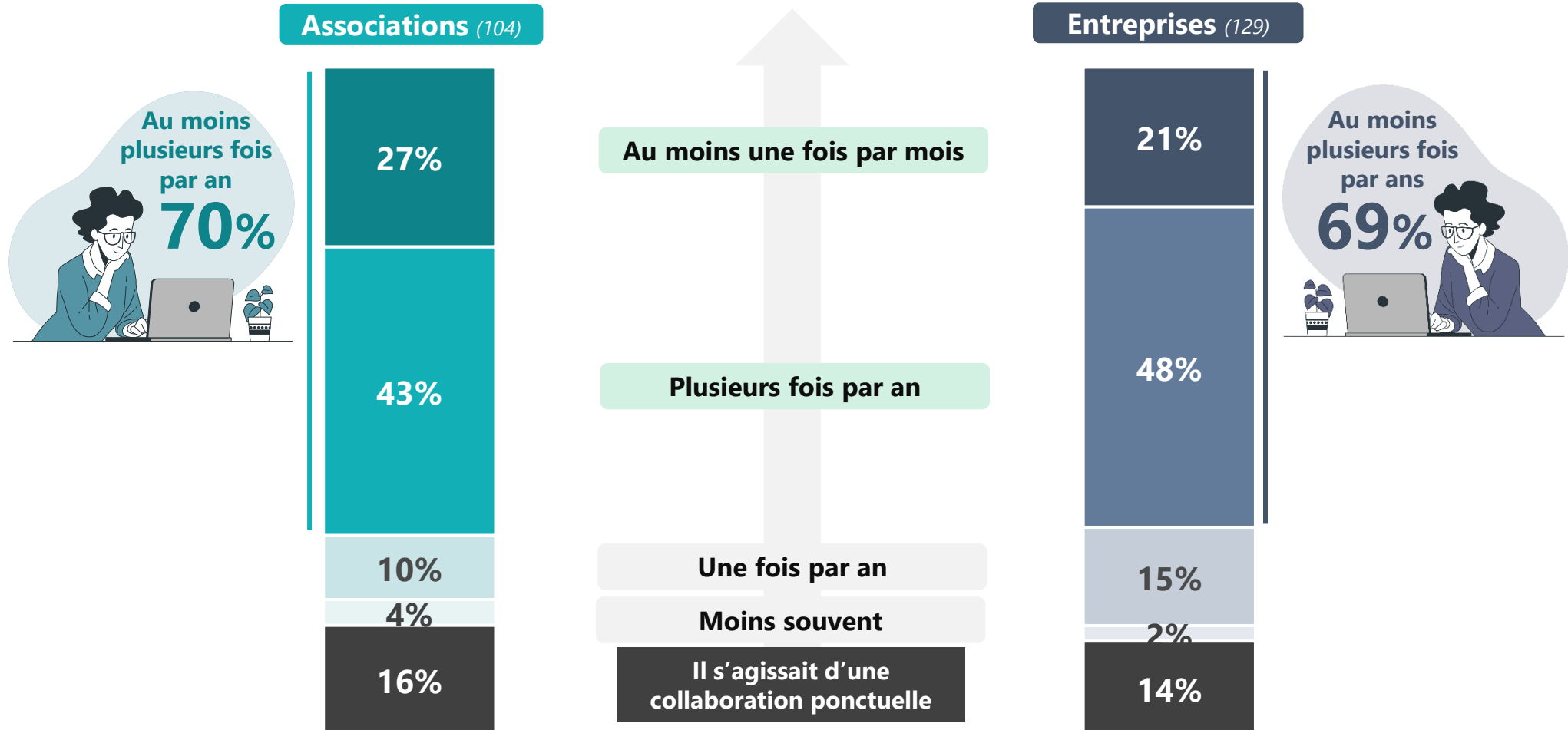
Collaboration



Une collaboration régulière entre associations et entreprises, 7/10 s'associant plusieurs fois par an, dont 1/4 au moins une fois par mois.

Q12 : A quelle fréquence **collaborez-vous** avec ces entreprises [associations] ?

Base : collaborent avec des entreprises / des associations





Les associations déclarent majoritairement des collaborations de très longue durée, la moitié datant de plus de 10 ans, alors que les entreprises restent en-dessous des 5 ans. Cette différence s'explique par l'ancienneté de chaque structure (68% des associations ayant été créées avant 2000 vs 98% des entreprises créées depuis 2010).

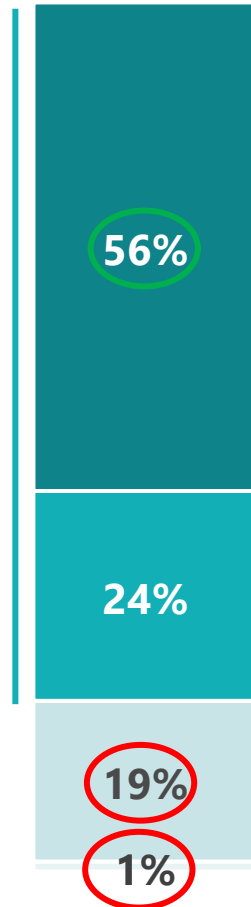
Q13 : Depuis combien de temps collaborez-vous avec des entreprises privées [associations] ?

Base : collaborent régulièrement avec des entreprises / des associations



80%
Plus de 5 ans

Associations (87)



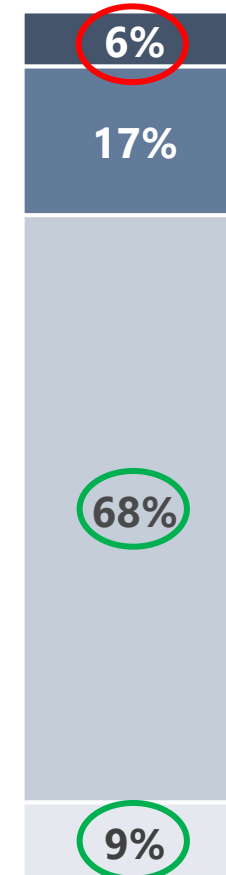
Plus de 10 ans

Entre 5 et 10 ans

Entre 1 et 5 ans

Moins de 1 an

Entreprises (111)



23%
Plus de 5 ans

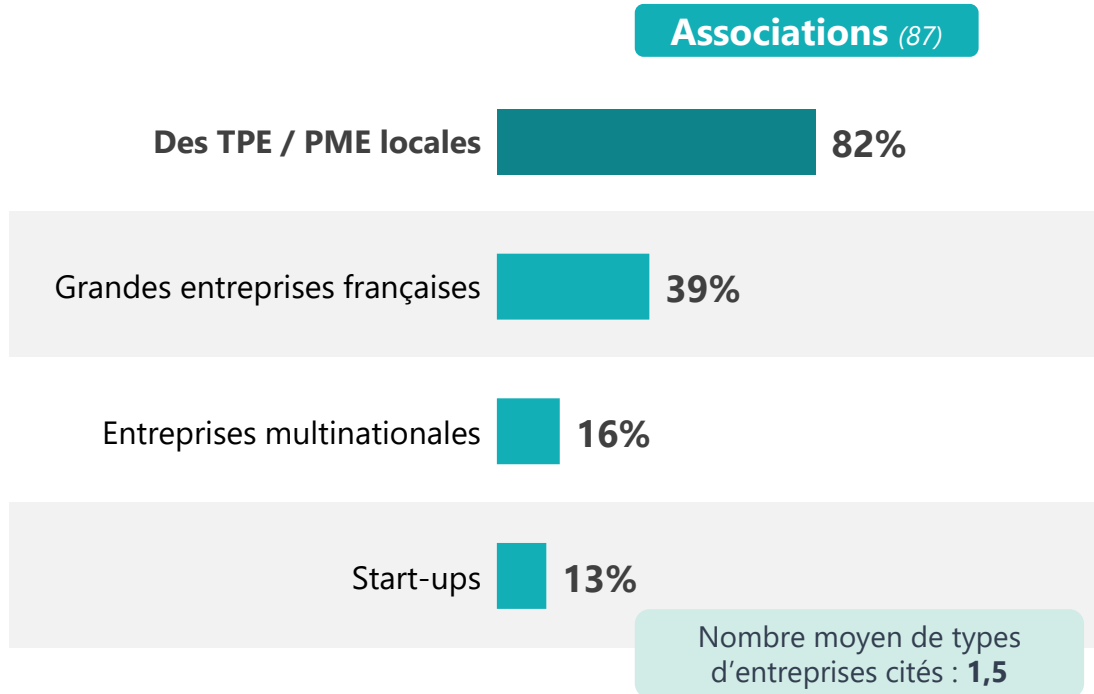


Côté associations, les partenariats sont réalisés en grande majorité avec des petites ou moyennes entreprises locales. Côté entreprises, ce sont les associations à visée caritatives, humanitaires ou environnementales qui sont plébiscitées.

Q14 : Avec quels **types d'entreprises** collaborez-vous ?

Base : associations qui collaborent régulièrement (87) – plusieurs réponses possibles

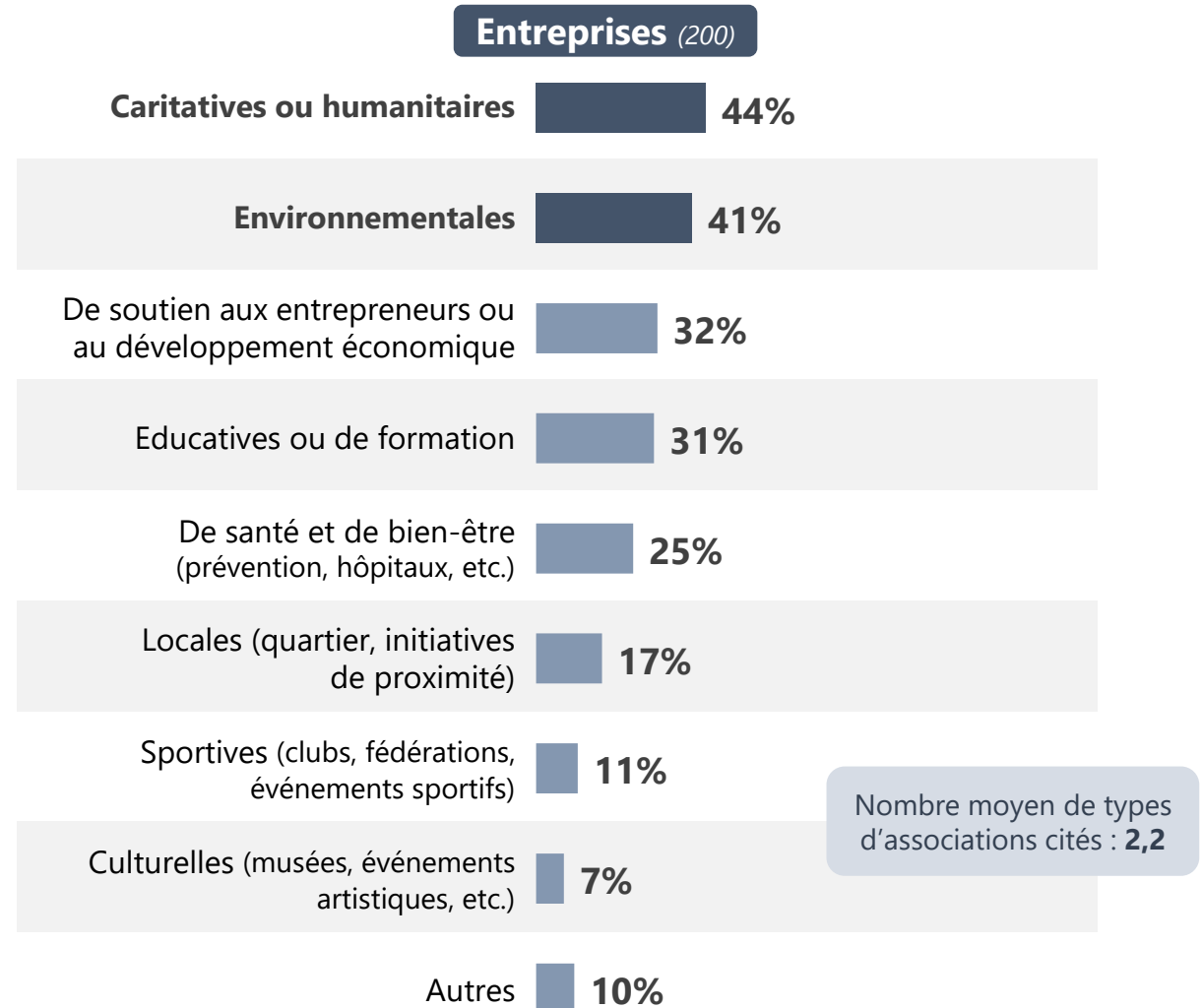
Associations (87)



Q14 : Avec quels **types d'associations** collaborez-vous ?

Base : entreprises qui collaborent régulièrement (111) – plusieurs réponses possibles

Entreprises (200)

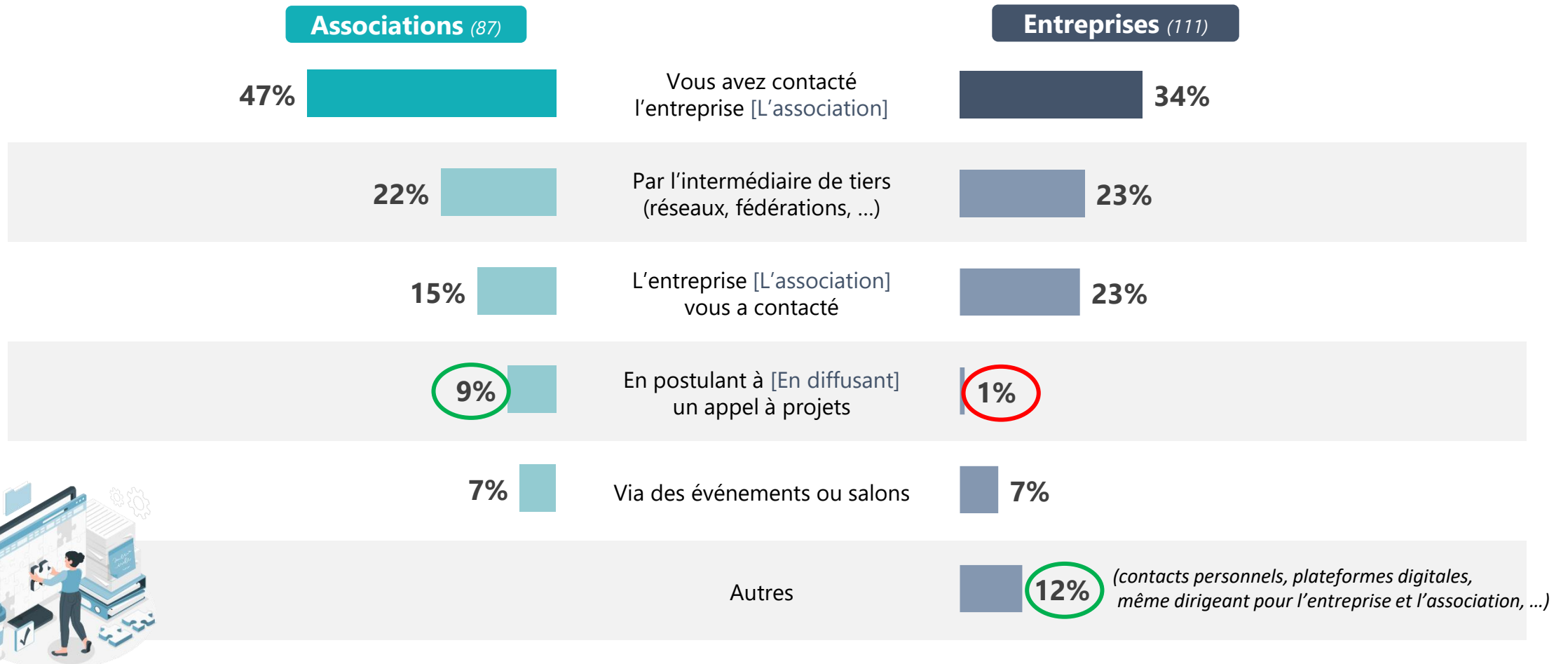




Les associations sont elles-mêmes à l'initiative de la moitié des collaborations, 1/3 pour les entreprises. L'intervention de tiers (réseaux, fédérations) est également source d'1/4 des collaborations. Les associations mettent également sur les appels à projets, moins utilisés côté entreprises.

Q15 : Comment **cette collaboration a-t-elle débuté ?**

Base : collaborent régulièrement avec des entreprises / des associations

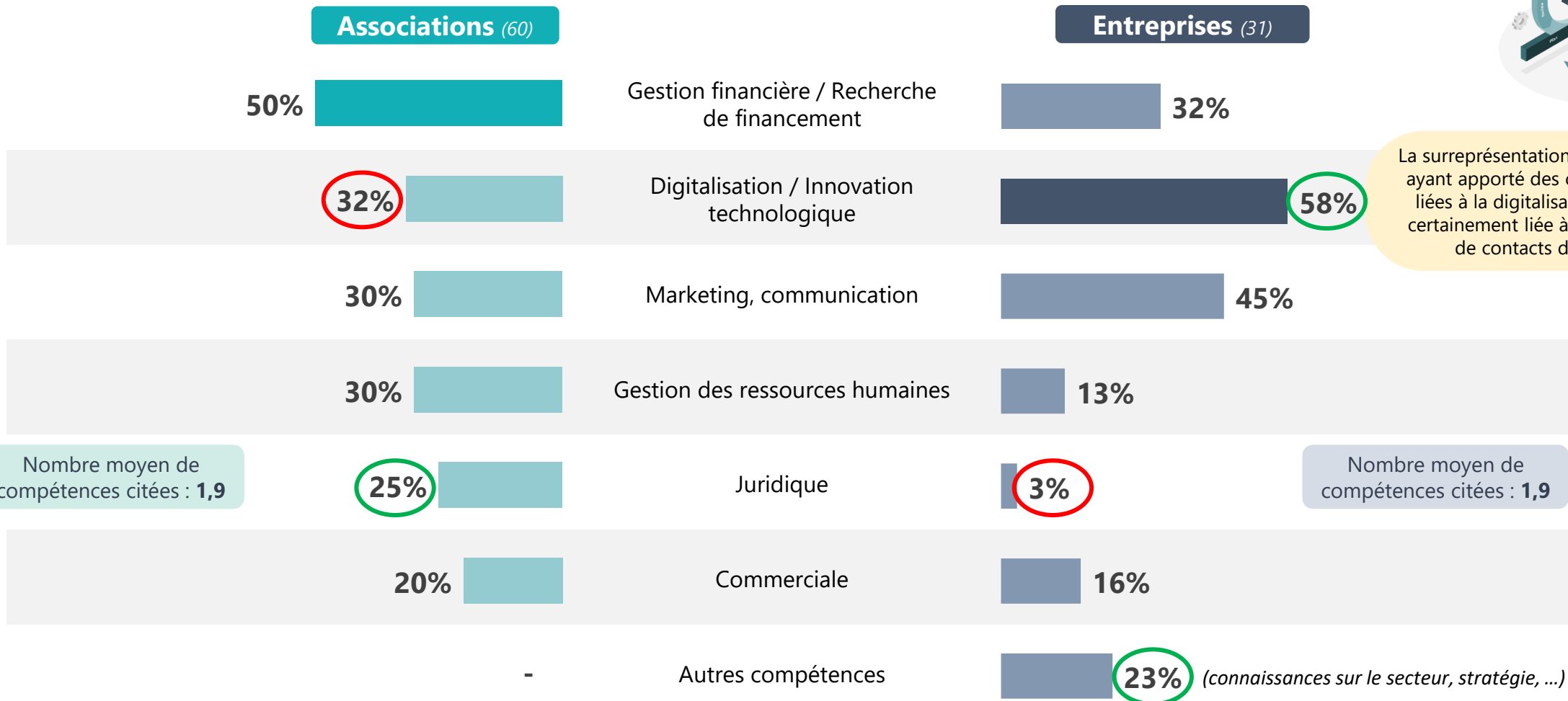




Sans surprise, la moitié des associations ont bénéficié de conseils concernant la gestion financière. Elles notent également particulièrement un apport de compétences juridiques, pourtant moins mentionné par les entreprises qui estiment avoir surtout contribué aux compétences digitales et technologiques.

Q16 : De quelles **compétences** avez-vous bénéficié ? Quelles **compétences** avez-vous apportées à l'association ?

Base : ont bénéficié de compétences / ont apporté des compétences – Plusieurs réponses possibles



La surreprésentation d'entreprises ayant apporté des compétences liées à la digitalisation est très certainement liée à l'échantillon de contacts de Raise

Nombre moyen de compétences citées : 1,9

Nombre moyen de compétences citées : 1,9



Si les associations retiennent principalement de cette collaboration les ressources apportées par les entreprises, ces dernières en retirent surtout des enrichissements internes : valeurs, culture d'entreprise, RSE et engagement des employés.

Q17 : Quels sont les principaux bénéfices que vous tirez de cette collaboration ?

Base : collaborent régulièrement avec des entreprises / des associations – Plusieurs réponses possibles

Associations (87)

Des ressources supplémentaires pour les projets 57%

Renforcement des compétences de l'équipe 38%

Mise en réseau et nouveaux contacts 38% **29%**
Item comparable

Meilleure visibilité de l'association 37%

Des actions plus innovantes 23%

Autres bénéfices 1%

Aucun bénéfice -

Nombre moyen de bénéfices cités : 1,9



Entreprises (111)

Renforcement des valeurs et de la culture d'entreprise 55%

Contribution à la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) 41%

Renforcement de la motivation et de l'engagement des employés 40%

Opportunités de communication et de visibilité (presse, réseaux sociaux, etc.) 34%

Mise en réseau et nouveaux contacts 29% **38%**
Item comparable

Création de liens avec la communauté locale 28%

Meilleure image de l'entreprise 22%

Avantages fiscaux 5%

Autres bénéfices 5%

Aucun bénéfice 5%

Nombre moyen de bénéfices cités : 2,7



Si 4 associations sur 10 et 1/3 des entreprises n'identifient aucun défi à leur collaboration, pour les autres, le manque de ressources représente le principal obstacle. En parallèle, les associations mentionnent également les contraintes administratives, alors que les entreprises s'inquiètent de l'efficacité des actions menées conjointement.

Q18 : Et quels sont les principaux défis rencontrés dans cette collaboration ?

Base : collaborent régulièrement avec des entreprises / des associations – Plusieurs réponses possibles

Associations (87)

Entreprises (111)

20%

Manque de ressources pour atteindre les objectifs

32%

18%

Contraintes administratives

9%

10%

Manque de compréhension mutuelle (enjeux, objectifs, valeurs, disponibilité, ...)

8%

10%

Difficulté à mesurer l'impact des actions menées ensemble

17%

9%

Difficulté à trouver des partenaires de confiance

9%

9%

Absence de retours concrets ou de bénéfices tangibles

12%

Nombre moyen de défis cités : 1,3

2%

Potentiel de dégradation d'image en cas de lien avec une entreprise confrontée à une crise de réputation / Risque de réputation en cas de mauvaise gestion des projets par l'association

6%

Nombre moyen de défis cités : 1,6

Non concerné

Manque de clarté ou de structure dans les projets proposés par les associations

13%

Autres défis

5%

40%

Aucun défi

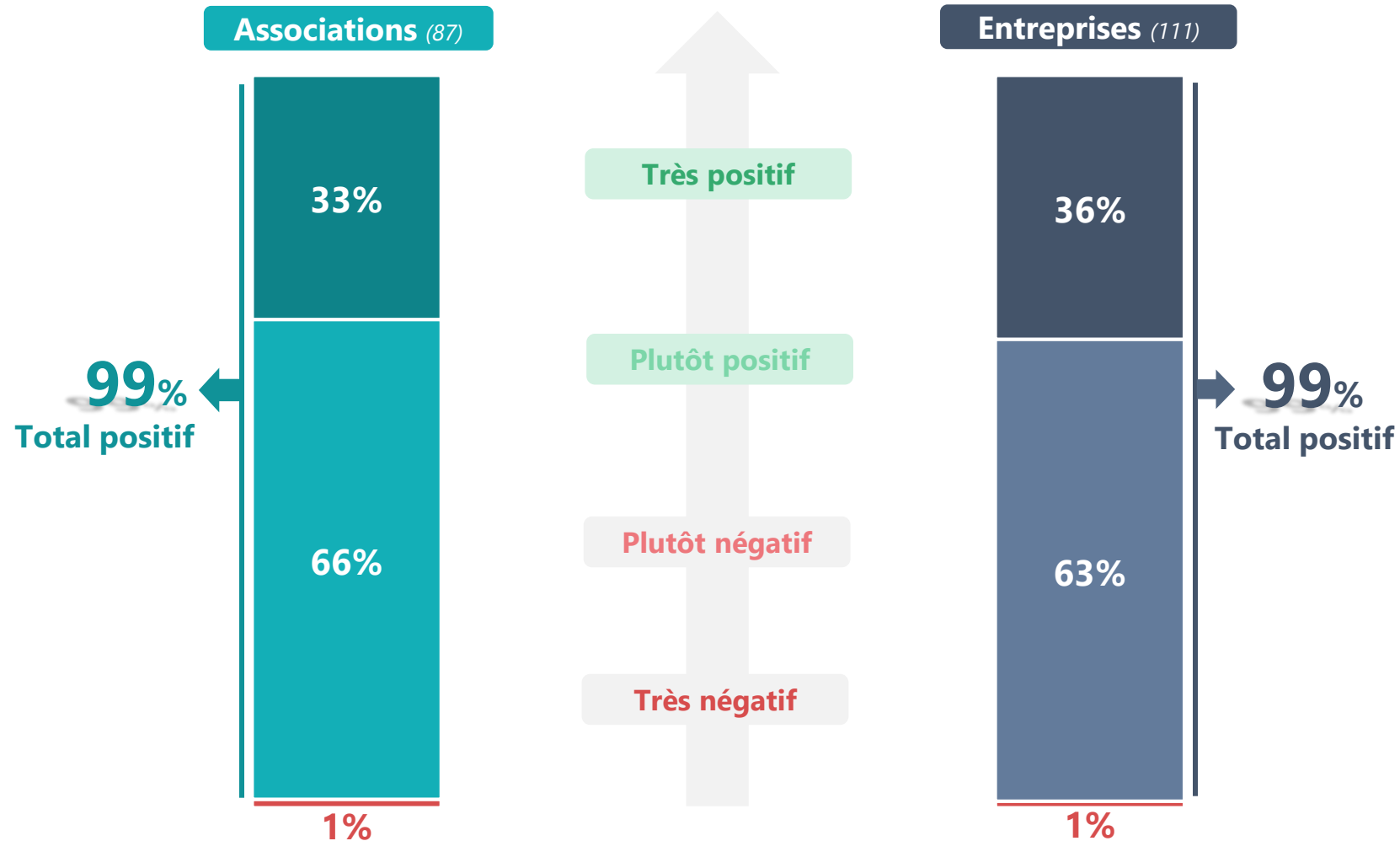
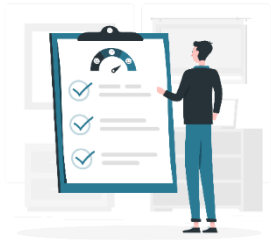
33%



Le bilan de cette collaboration est extrêmement satisfaisant, autant pour les associations que pour les entreprises : la quasi-totalité en retient un impact positif, dont 1/3 très positif.

Q19 : Dans quelle mesure estimez-vous que cette collaboration a un **impact positif** [sur votre entreprise] **sur les actions** de votre association?

Base : collaborent régulièrement avec des entreprises / des associations

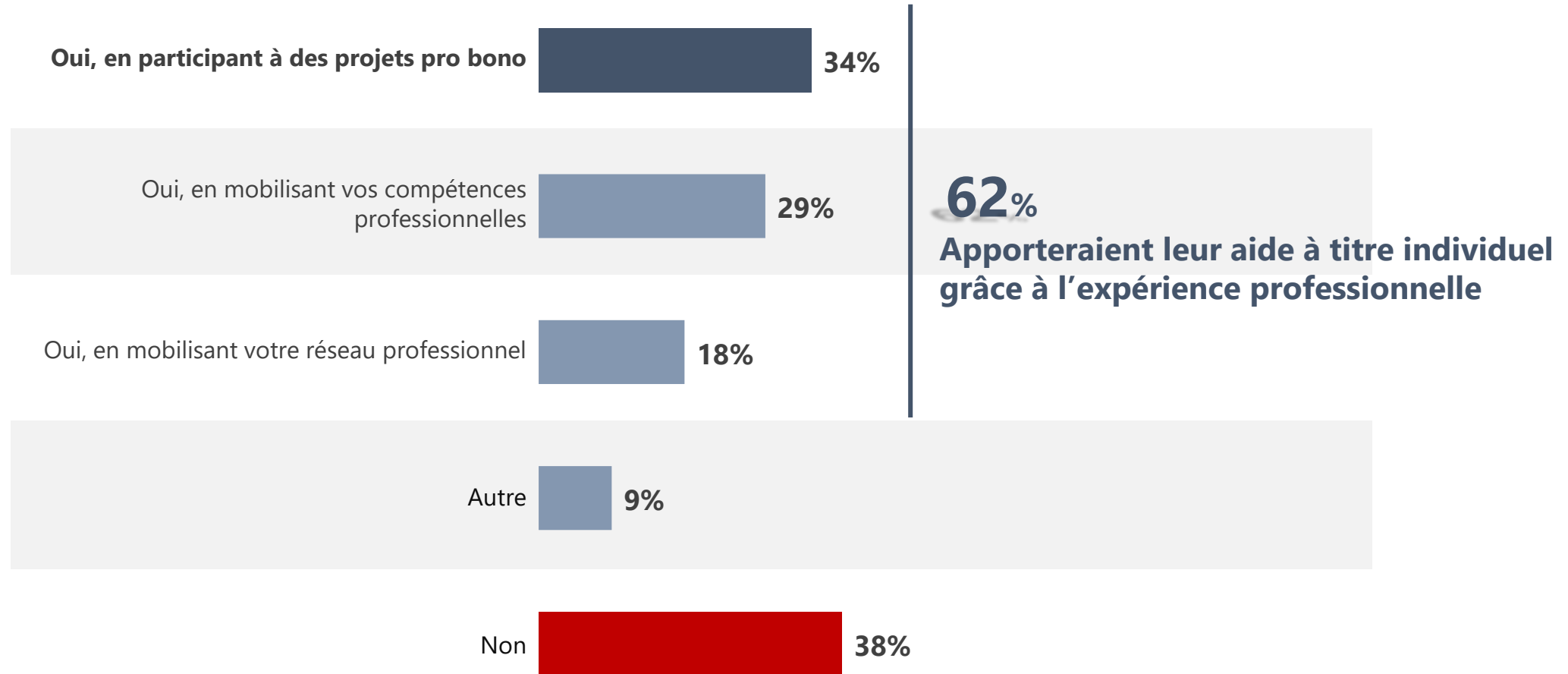




D'un point de vue plus personnel, 6 entreprises sur 10 soutiennent des associations à titre individuel en mettant à profit leur expérience professionnelle, notamment en participant à des projets pro bono ou en mobilisant leurs compétences professionnelles.

Q27. Au-delà de votre entreprise, apportez-vous votre aide à des associations à titre individuel grâce à votre expérience professionnelle ?

Base : entreprises (207) – Plusieurs réponses possibles

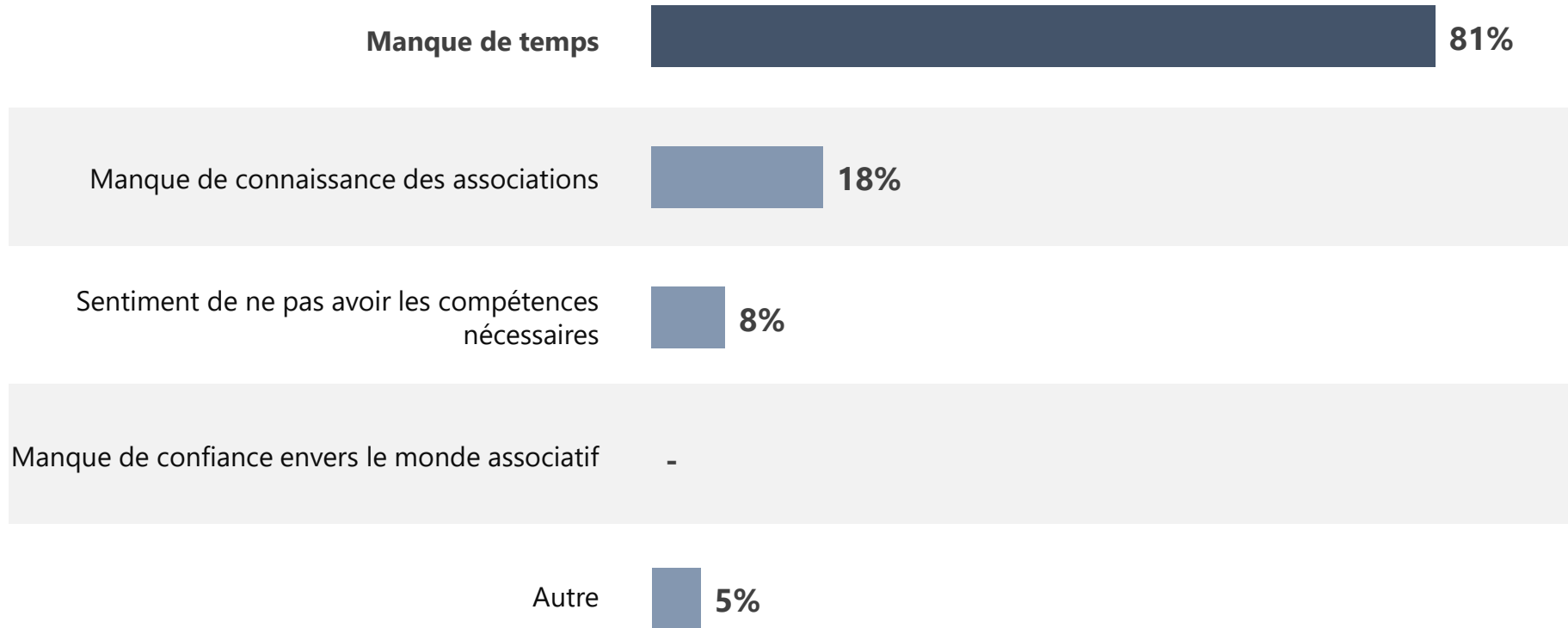




Le manque de temps justifie pour la grande majorité des entreprises de ne pas pouvoir mettre leurs compétences professionnelles au service des associations à titre personnel. Le manque de connaissance du secteur associatif freine également 1 entreprise sur 5.

Q28. Pour quelle(s) raison(s) n'apportez-vous pas votre aide à des associations ?

Base : entreprises qui n'apportent pas leur aide à titre individuel (79) – Plusieurs réponses possibles

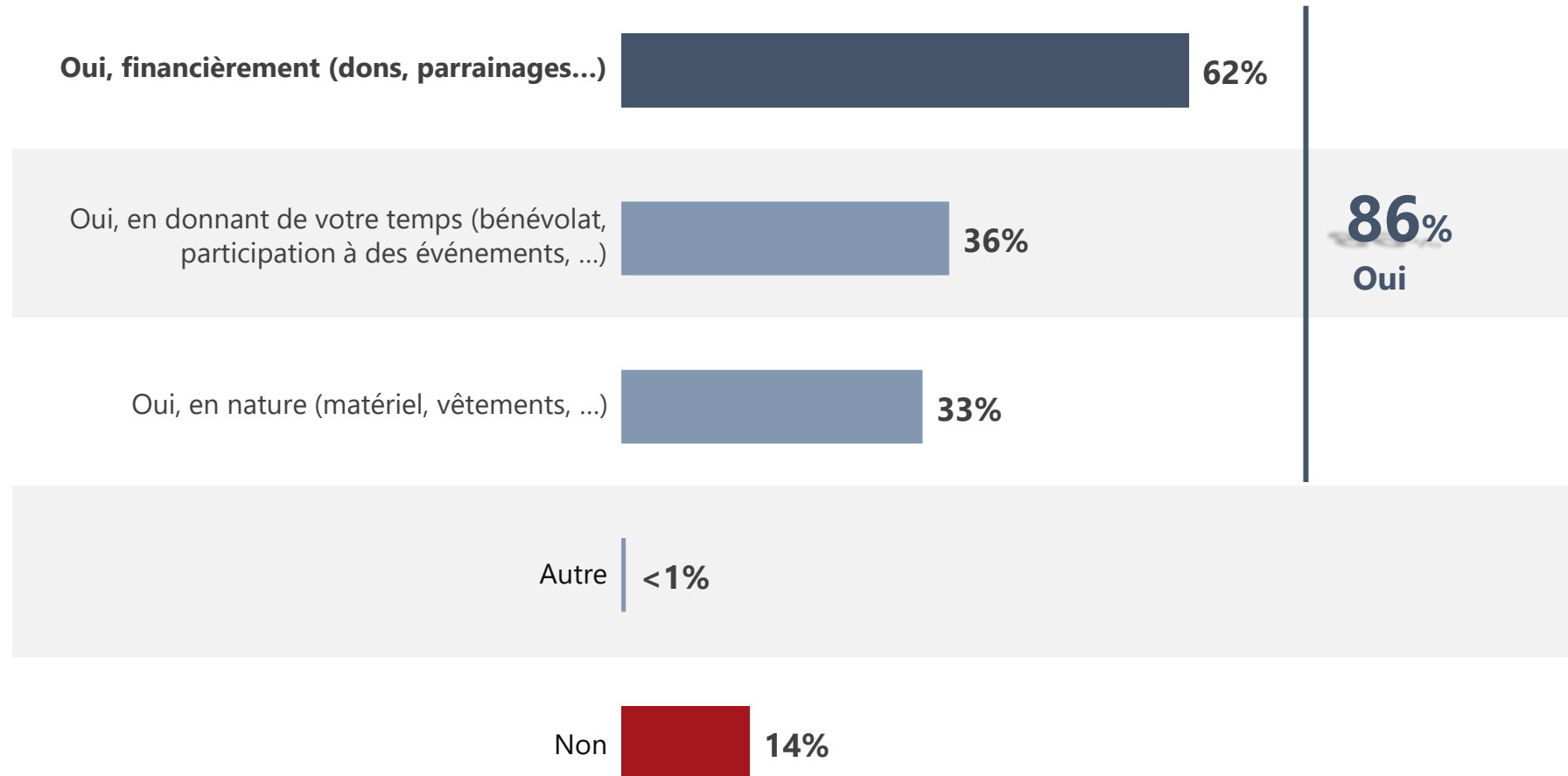




En revanche, 9 entreprises sur 10 soutiennent des associations indépendamment de leur activité professionnelle, surtout financièrement.

Q29. Et à titre individuel, soutenez-vous des associations indépendamment de votre activité professionnelle ?

Base : entreprises (207) – Plusieurs réponses possibles





03

La non-collaboration des associations et entreprises : une opportunité manquée

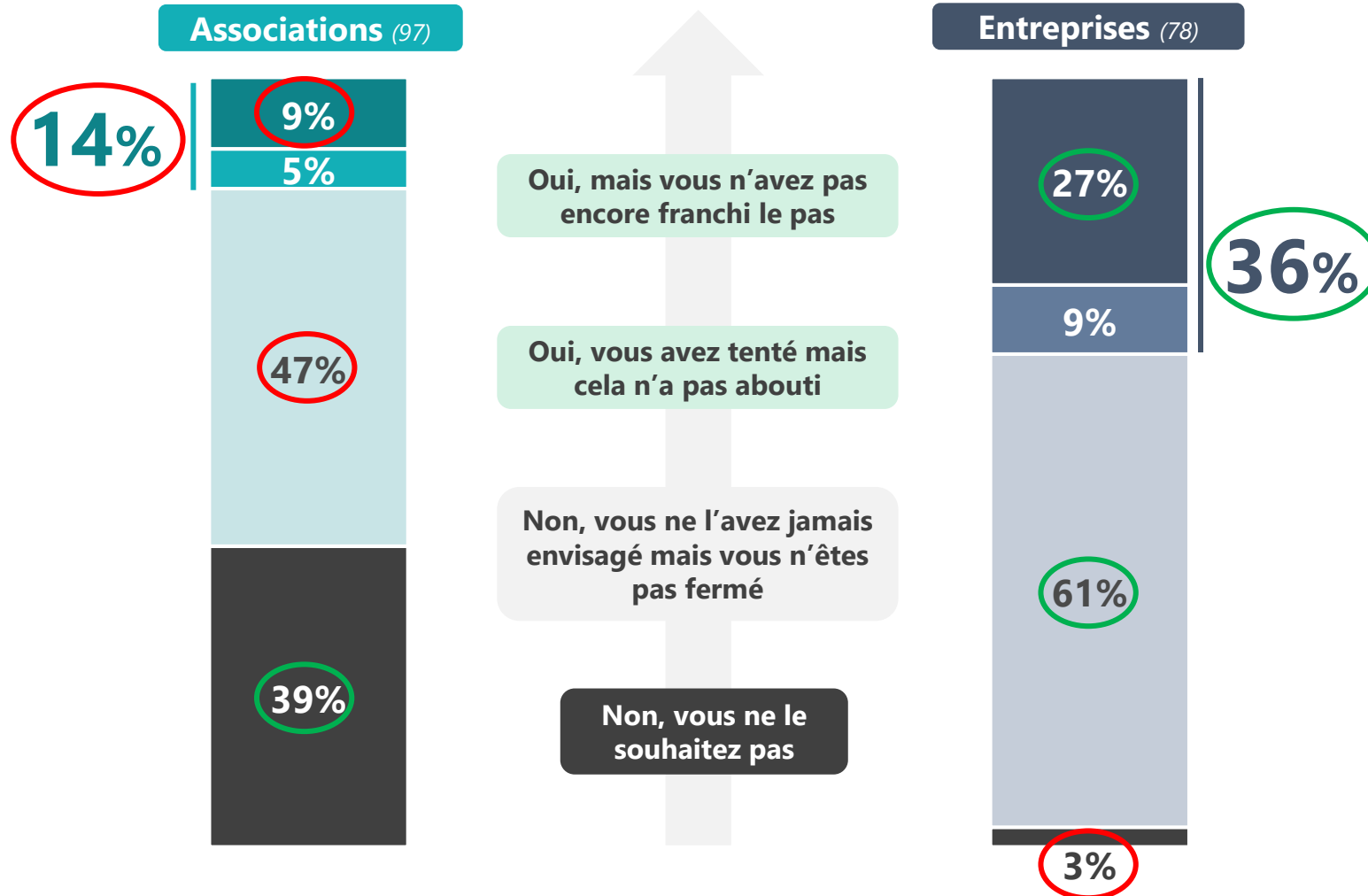




Concernant désormais ceux qui n'ont pas collaboré ensemble, les cibles démontrent deux niveaux d'enthousiasme : si 97% des entreprises envisagent un partenariat, l'ont tenté ou n'y sont pas fermées, les associations sont plus mesurées (61%).

Q20 : Avez-vous déjà envisagé de **collaborer avec des entreprises privées** ? ... avec des associations ?

Base : n'ont pas collaboré avec une entreprise / avec une association

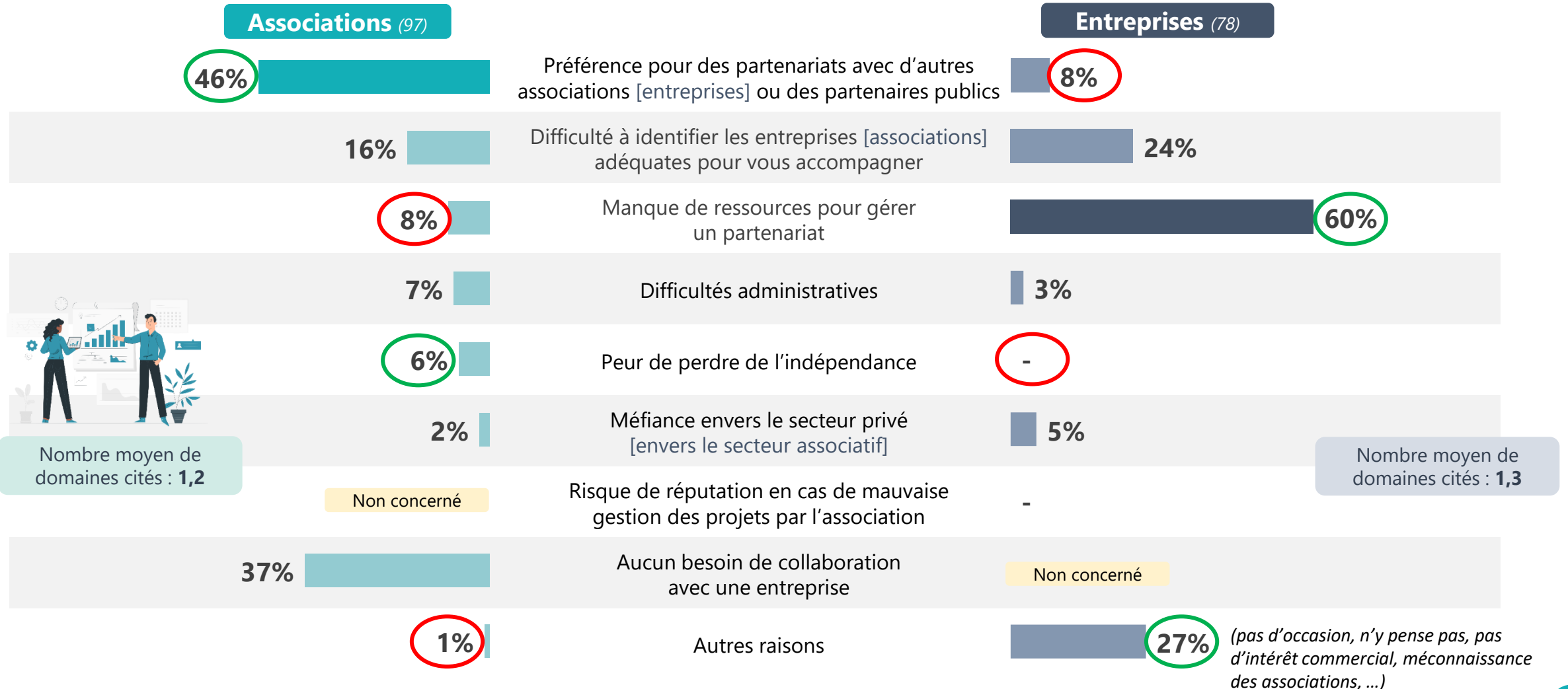




Les associations sont notamment moins enclines à collaborer avec des entreprises qu'avec d'autres associations ou partenaires publics, et redoutent plus que l'autre cible de perdre leur indépendance. A l'inverse, l'obstacle principal des entreprises est le manque de ressources pour gérer ce partenariat.

Q21 : Pour quelle(s) raison(s) ne collaborez-vous pas avec les entreprises privées [avec les associations] ?

Base : n'ont pas collaboré avec une entreprise / avec une association – Plusieurs réponses possibles





Cette absence de collaboration représente une opportunité manquée pour les deux cibles : les entreprises identifient l'apport de compétences comme le premier soutien qu'elles pourraient fournir, de même que les associations qui les placent en priorité de leurs besoins. Pour autant, 4 associations sur 10 n'envisagent aucun soutien intéressant pour elles.

Q22 : Quels **types de soutien seraient les plus pertinents** pour vous si vous deviez collaborer avec une entreprise ? Quels **types de soutien** pourriez-vous apporter si vous deviez collaborer avec une association ? Base : n'ont pas collaboré avec une entreprise / avec une association – Plusieurs réponses possibles



Associations (97)

Entreprises (78)



Apport de compétences /
Mécénat de compétences



Support en communication
et visibilité



Accès à un réseau /
un écosystème



Accès à des outils et
solutions technologiques



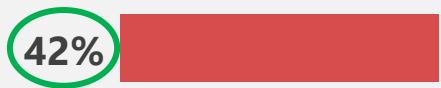
Nombre moyen de types
de soutien cités : 1,4

1%

Autres types de soutien

5%

Nombre moyen de types
de soutien cités : 1,7



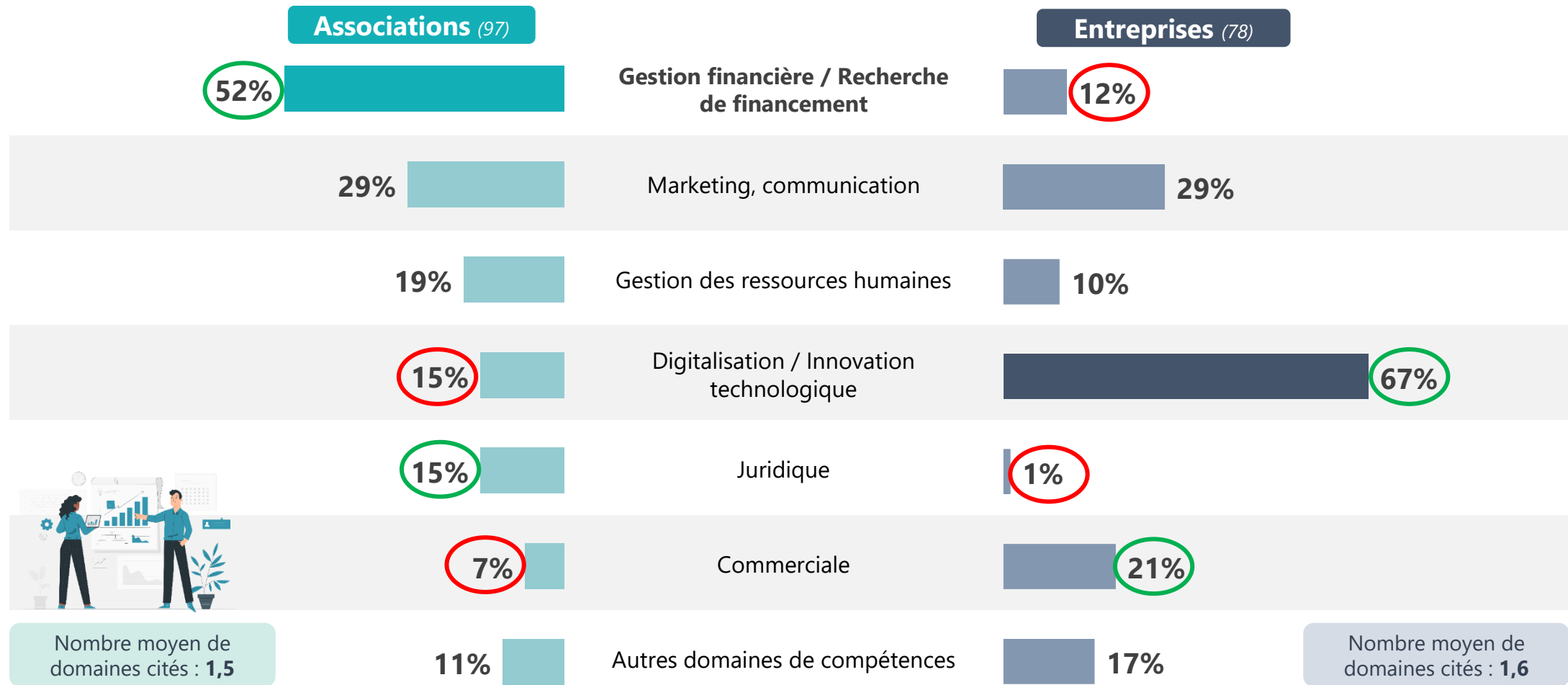
Aucun soutien pertinent





Quelques disparités sont en revanche observées sur les domaines de compétences : alors que les associations espèrent recevoir de l'aide sur la gestion financière et la partie juridique, les entreprises envisagent surtout de transmettre des compétences en digitalisation et techniques commerciales.

Q23 : Y a-t-il des **domaines de compétences** dans lesquels des experts pourraient vous aider ? Dans quels domaines de compétences pourriez-vous aider une association ? Base : n'ont pas collaboré avec une entreprise / avec une association – Plusieurs réponses possibles





04

La digitalisation, un enjeu essentiel et source de valeur

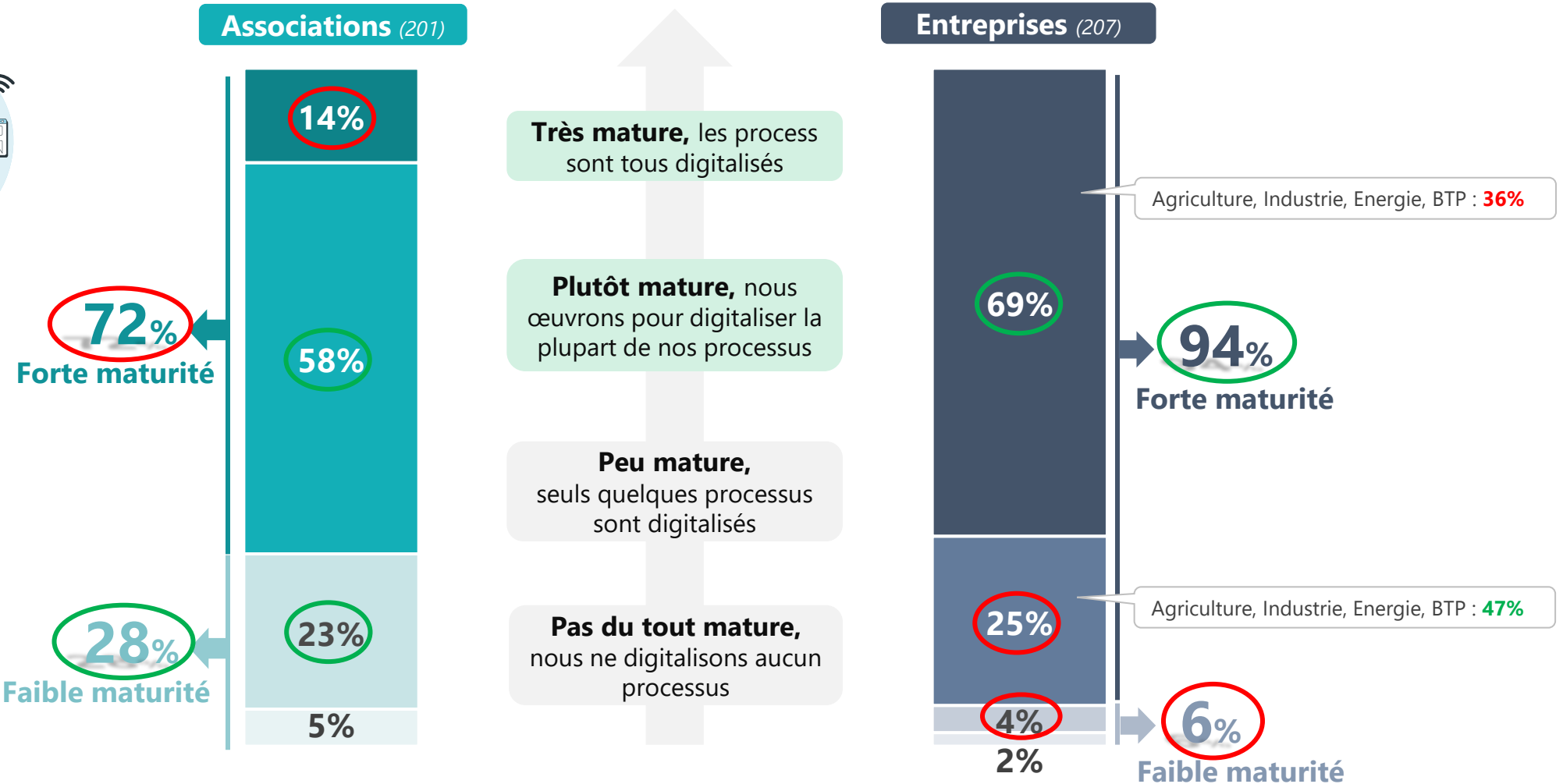




Les deux cibles se jugent matures concernant la digitalisation de leur organisation, davantage côté entreprises (la quasi-totalité est mature, dont 7/10 très avancées), mais tout de même 3/4 des associations également.

Q24 : Comment évalueriez-vous le niveau de maturité digitale de votre association [entreprise] ?

Base : ensemble





Les deux cibles s'accordent sur l'avantage principal d'une collaboration dans le secteur de la tech : l'augmentation de la visibilité de l'association. Au-delà de cet aspect, les associations prévoient d'améliorer leur cybersécurité (bien que plus d'1/3 n'identifie aucun avantage), alors que les entreprises du secteur espèrent permettre d'agir sur la gestion des données, l'automatisation des tâches et la simplification des dons en ligne.

Q25. La collaboration avec une entreprise du secteur technologique pourrait-elle aider votre association à :

Q25E. Pensez-vous que la collaboration avec une association pourrait aider l'association à : Base : ensemble – Plusieurs réponses possibles

Associations (201)

Entreprises (207)



35% Augmenter votre visibilité 42%

24% Renforcer votre présence numérique 30%

22% Approfondir la formation sur les aspects digitaux 23%

21% Disposer d'outils / logiciels couteux 14%

21% Améliorer votre cybersécurité 6%

19% Améliorer la gestion des données / CRM 28%

17% Automatiser des tâches répétitives 36%

14% Renforcer l'engagement de vos donateurs / bénévoles 19%

12% Simplifier les dons / cotisations en ligne 20%

37% Aucun 17%

Nombre moyen de réponses citées : 2,9

Nombre moyen de réponses citées : 2,6

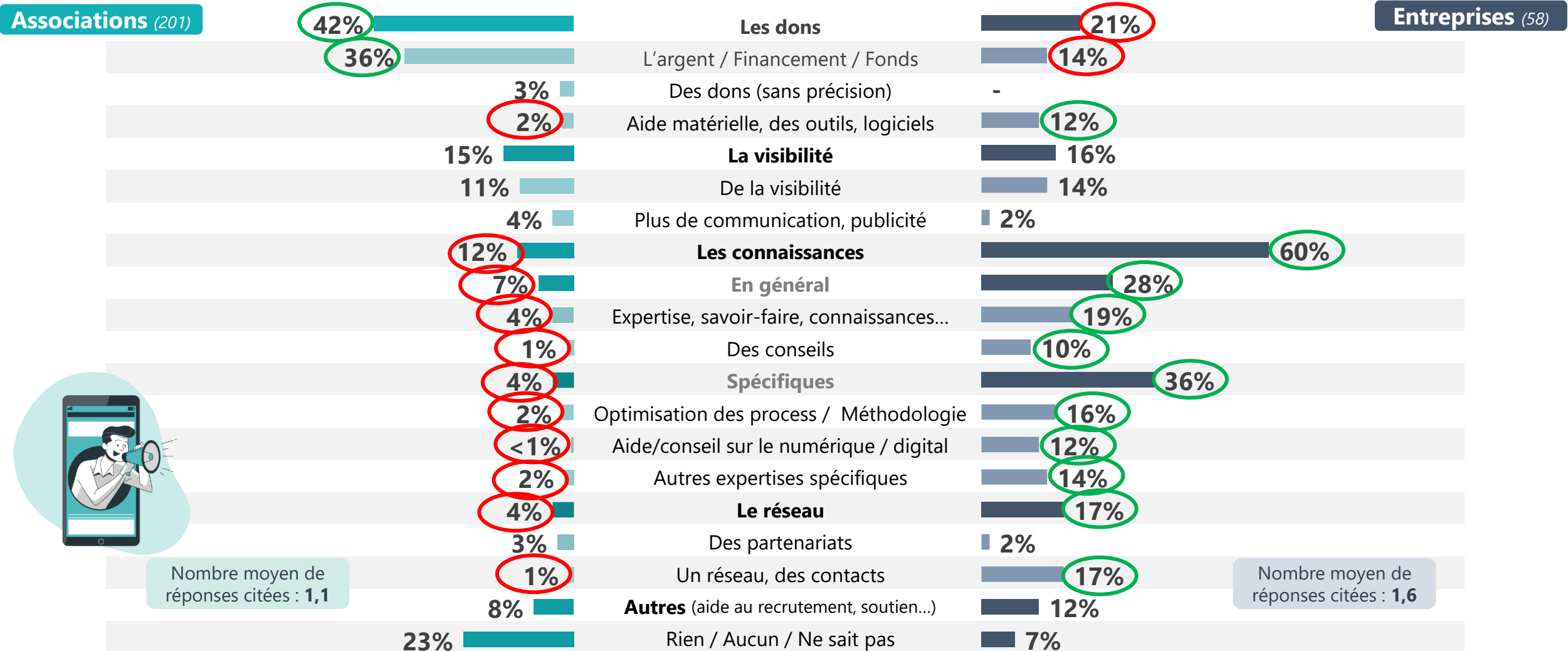


Enfin, les associations attendent surtout des dons (principalement financiers) afin de faire grandir leur organisation, alors que les entreprises prévoient plutôt un apport de connaissances et de réseau.

Q26 : Pour finir, qu'est-ce qu'une entreprise pourrait vous apporter de plus afin de faire grandir votre association ? Que pensez-vous pouvoir apporter de plus à une association afin de la faire grandir ? Base : ensemble – Question ouverte – Les réponses de la cible Entreprises sont affichées hors non-répondants

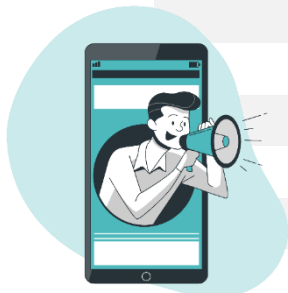
Associations (201)

Entreprises (58)



Nombre moyen de réponses citées : 1,1

Nombre moyen de réponses citées : 1,6





La synthèse





Les chiffres clés

Collaboration

52% des associations et
62% des entreprises

Ont déjà collaboré avec l'autre cible

Compétences transmises

Les associations ont surtout bénéficié de compétences sur la **gestion financière** et la **digitalisation**.

Les entreprises ont principalement apporté des compétences sur la **digitalisation** et le **marketing et communication**.

Bénéfices de la collaboration

57% des associations retiennent l'**augmentation des ressources** pour leurs projets.

Les entreprises retirent surtout des **avantages internes** : **valeurs, culture d'entreprise, RSE et engagement des employés**.

Satisfaction de la collaboration

99% des deux cibles retiennent un **impact positif** de leur partenariat,

Dont **1/3 très positif**.

Non-collaboration

86% des **associations n'ont jamais envisagé de collaborer** avec des entreprises, dont **39% ne le souhaitent pas**.

En revanche, **88%** des entreprises **envisagent un partenariat ou n'y sont pas fermées**.

Raisons de la non-collaboration

46% des associations **préfèrent collaborer avec d'autres associations ou partenaires publics**.

60% des entreprises **manquent de ressources** pour gérer le partenariat.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

vo
tre
con
tact

Stéphane Lefebvre-Mazurel

Directeur Général Adjoint, Directeur du pôle B2B, SmartCity & Inside

Tel. +33 1 81 81 83 48 / +33 6 76 92 66 43
slefebvre@opinion-way.com