

## Sondage « Les Français et le financement des associations » : 3 questions à Jean Pierre Vercamer

---



*Jean Pierre Vercamer est associé Deloitte, en charge de l'audit des associations.*

*A l'occasion de la publication des résultats du sondage « Les Français et le financement des associations » mené par CSA pour le Crédit Coopératif et Deloitte et In Extenso, il commente les résultats de cette étude.*

**A la question : "d'une manière générale, avez-vous tout à fait confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas confiance du tout dans les associations ?" (page 3), 71% des français interrogés déclarent avoir confiance. Êtes-vous surpris par ce résultat ?**

Non. Je considère qu'il s'agit d'un bon score. C'est le résultat d'une confiance qui se mérite et a été obtenue sur le long terme. Le respect de plus en plus marqué du donateur sans qui rien ne pourrait se faire, la pression du financeur public réclamant plus largement un compte rendu sur la manière dont les fonds octroyés ont été utilisés, la prise de conscience que la confiance du financeur s'acquiert par une information encore renforcée, non seulement sur le plan financier mais aussi en termes de qualité des prestations rendues, ont contribué à l'obtention de ce pourcentage.

Une autre lecture consisterait à considérer que le résultat n'est pas extraordinaire, un petit tiers des personnes interrogées étant dans une situation de méfiance à l'égard des associations. Cela ne veut pas forcément dire qu'elles ont à reprocher des actes de malveillance, des dérapages ou indécroissances dans la gestion des associations. Cette méfiance peut peut-être tout simplement résulter d'un manque d'informations et de communication, les moyens techniques, humains et financiers n'étant pas forcément au même niveau que les sociétés du CAC 40. Une analyse précise permettrait sans aucun doute de comprendre les domaines où des améliorations doivent encore être apportées.

**Les raisons évoquées à la question "Pourquoi n'avez-vous jamais exercé d'activité bénévole dans une association ?" (page 8) vous semblent-elles légitimes ?**

Le bénévolat s'exprime par une participation au fonctionnement de l'association, sur un plan administratif ou opérationnel, sans contrepartie. Cette logique émane souvent de la rencontre d'une absence de moyens financiers dans l'association et de la volonté de personnes de mettre leur temps et leurs compétences gratuitement à disposition de l'association ; ceci étant le reflet d'une volonté personnelle, d'une conviction, et d'un attachement aux objectifs de tel ou tel organisme sans but lucratif. L'acceptation de n'obtenir aucune contrepartie financière conduit à se contenter d'une satisfaction personnelle et de laisser "parler son cœur". Dès lors, nous pouvons comprendre que 18% des personnes interrogées ne souhaitent pas intégrer le rang des bénévoles si l'unique motivation de ces personnes demeure le salaire.

D'autres réponses : "l'occasion ne s'est pas présentée", "je ne sais pas à qui m'adresser", "je n'ai pas de qualification particulière" dénotent une information insuffisante sur le bénévolat, les possibilités d'intervention, voire l'étendue des besoins. Si cette information s'améliore significativement, la communication sur le bénévolat peut être encore optimisée.

22% n'ont jamais exercé d'activité bénévole. Ce résultat confirme la pression de la vie professionnelle qui demande toujours plus de productivité et rentabilité, et laisse peu de temps aux activités personnelles. Le bénévolat a par exemple peu bénéficié ces dernières

années de la mise en place des 35 heures, sensée libérer davantage de temps extraprofessionnel.

Peut-être y aurait-il matière à innover dans ce domaine et obtenir une valorisation du bénévolat dans le cadre des fins de carrière professionnelle de plus en plus compliquées : équivalent de trimestres de cotisations à la Sécurité Sociale, utilisation dans un compte Epargne Temps, service civil ... ?

**Le sondage interroge les Français sur les progrès que pourraient réaliser les associations pour améliorer leur fonctionnement (page 24). Que vous inspirent les réponses obtenues ?**

86% des personnes interrogées sont d'accord avec le fait que « *les associations devraient améliorer la qualité des informations qu'elles diffusent sur leurs comptes auprès de leurs adhérents et de leurs financeurs* ». Cela révèle indéniablement l'existence de zones d'ombre ou d'améliorations qui peuvent encore être réalisées. Je considère personnellement que beaucoup de chemin a déjà été parcouru ces 10 dernières années: sur le plan financier, les nombreuses procédures de contrôle ont apporté une présence et un encadrement qui ont profité à la notoriété du secteur. C'est peut être sur le plan « marketing », dans la communication sur les performances de l'association en matière de prestations rendues que le défi reste à relever.

84% des Français considèrent que "*les associations devraient gérer de façon plus efficace leurs ressources*". Le souci premier des associations est d'abord d'avoir des ressources à gérer avant de savoir les gérer plus efficacement.

Je ne peux sur ce thème qu'encourager les associations à développer des outils et des procédures afin d'optimiser les ressources qui leur sont confiées. Rentabilité ou optimisation de la gestion de trésorerie ne veulent pas dire abandon du critère de non lucrativité, mais capacité à dégager des ressources supplémentaires à employer dans des périodes financièrement plus tendues.

"*Les associations devraient mieux veiller au bon fonctionnement de leurs instances de décision et de contrôle comme l'Assemblée Générale des adhérents et le Conseil d'Administration*" pour 84% des Français. Beaucoup d'efforts ont été consentis depuis quelques années pour respecter les principes de bonne gouvernance. Les efforts doivent continuer. La prise en compte de l'ensemble de ces principes et le taux de réussite de leur mise en œuvre constitue indéniablement la clé du succès de l'association en matière d'image et de notoriété.