

QUEL USAGE LES ASSOCIATIONS FONT-ELLES DES OUTILS DIGITAUX ?

Les innovations digitales transforment la société rapidement et en profondeur. Le monde associatif n'échappe pas à cette évolution. Les applications numériques peuvent contribuer à améliorer les processus internes et l'impact des projets des associations. Elles permettent d'interagir autrement avec le public et d'innover en matière d'offre et de services. Les données et les algorithmes peuvent aider à réajuster le fonctionnement de l'organisation. Mais quel usage les associations font-elles de ces innovations digitales ? Dans quelle mesure exploitent-elles les outils et les informations digitales pour soutenir leurs actions ?

La Fondation Roi Baudouin souhaite accompagner les associations dans leur transformation digitale. Dans ce cadre et afin de dresser un premier état des lieux, la Fondation a commandé au bureau d'études Profacts une enquête téléphonique auprès de 700 membres de petites et grandes associations qui s'occupent de la stratégie informatique de leur organisation. Les répondants ont été sélectionnés dans un échantillon de 3.500 organisations inscrites sur www.bonnescauses.be.

EN UN COUP D'ŒIL

Les associations reconnaissent l'importance du digital, mais sont demandeuses de davantage de soutien.

Les associations perçoivent l'importance du digital, mais le contenu qu'elles lui donnent dépend de leur **'niveau de maturité'**, autrement dit du degré auquel le digital fait partie intégrante de l'organisation.

87% des associations trouvent que le digital est assez ou très important pour leur organisation. Cet avis est un peu plus répandu parmi les grandes (91%) et très grandes (96%) associations que parmi les plus petites (84%).

Pourtant, **72%** d'entre elles ne se sentent pas (pleinement) engagées dans l'évolution digitale.

Le digital fait partie de la stratégie et/ou de la vision de **61%** des associations. C'est beaucoup plus souvent le cas des très grandes (83%) associations que des grandes (69%) et des petites (53%).

Dans **1 association sur 10**, une personne s'occupe à temps plein des aspects digitaux.

Les associations se heurtent à des **obstacles** pour s'investir (encore) plus dans le digital.

53% d'entre elles ne disposent pas d'assez de moyens pour s'engager dans la voie du digital. Le manque de temps (44%) et d'outils sur mesure (16%) sont aussi ressentis comme des freins.

21% des associations ne jugent pas nécessaire de se 'digitaliser' plus qu'elles ne le font déjà.

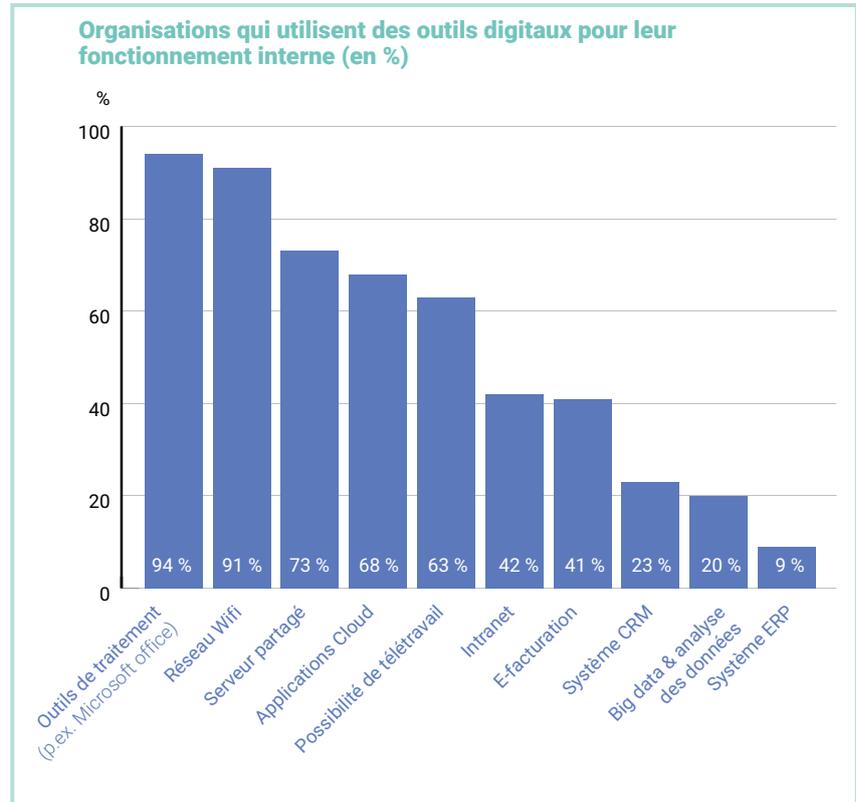
55% disent ne pas posséder suffisamment d'expertise et de connaissances digitales en interne.

Les associations veulent être **soutenues et inspirées** en matière de digitalisation.

FAITS ET ANALYSE

L'UTILISATION D'OUTILS DIGITAUX

Pour leur fonctionnement externe, les associations surfent sur la vague des technologies numériques déjà bien implantées comme l'e-mail (98%), le site internet (92%) et Facebook (85%). Elles sont beaucoup moins nombreuses à utiliser des outils de réunion en ligne (50%) et des plateformes de collaboration en ligne (34%). Seules deux associations sur dix se servent d'outils numériques de collecte de fonds. Les associations ne sont pas non plus des pionnières dans le domaine des technologies émergentes, comme les chatbots (7%). On peut observer une même tendance dans l'utilisation des outils destinés au fonctionnement interne. Il va de soi que toutes les applications n'ont pas la même utilité pour chaque association.



UNE VISION INSPIRANTE OU INSTRUMENTALE

De nombreuses associations ne sont pas assez conscientes des opportunités de croissance que leur offre le digital et en ont une vision purement instrumentale : des applications pratiques qui rendent le fonctionnement plus efficace, qui produisent

davantage de résultats avec moins d'efforts, et qui réduisent les lourdeurs administratives. Si cette connaissance est importante, certaines associations voient aussi la digitalisation comme une source d'inspiration. Elles perçoivent

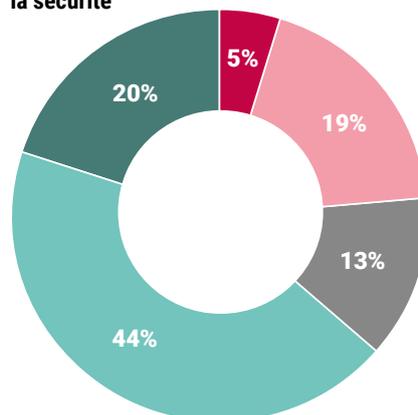
l'impact de ces technologies sur la société et tentent de développer une stratégie et une vision en conséquence. Le niveau de maturité des associations dépend en partie de ces deux façons d'aborder le numérique.

IMPLICATIONS DE L'UTILISATION DES DONNÉES

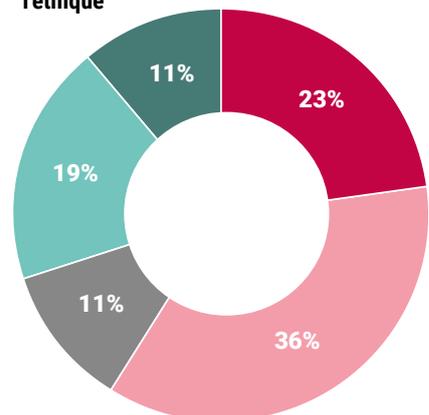
95% des associations utilisent des données : principalement pour satisfaire à des obligations légales, pour faire rapport sur leurs activités et pour réajuster leur fonctionnement. La plupart d'entre elles utilisent pour ce faire des applications de base comme des tableurs. Une majorité (64%) estime que l'utilisation de données comporte des risques pour la sécurité, mais seules 30% perçoivent des risques éthiques liés à cette utilisation.

Implications de l'utilisation de données (en %)

Cela amène des risques sur le plan de la sécurité



Cela amène des risques sur le plan de l'éthique

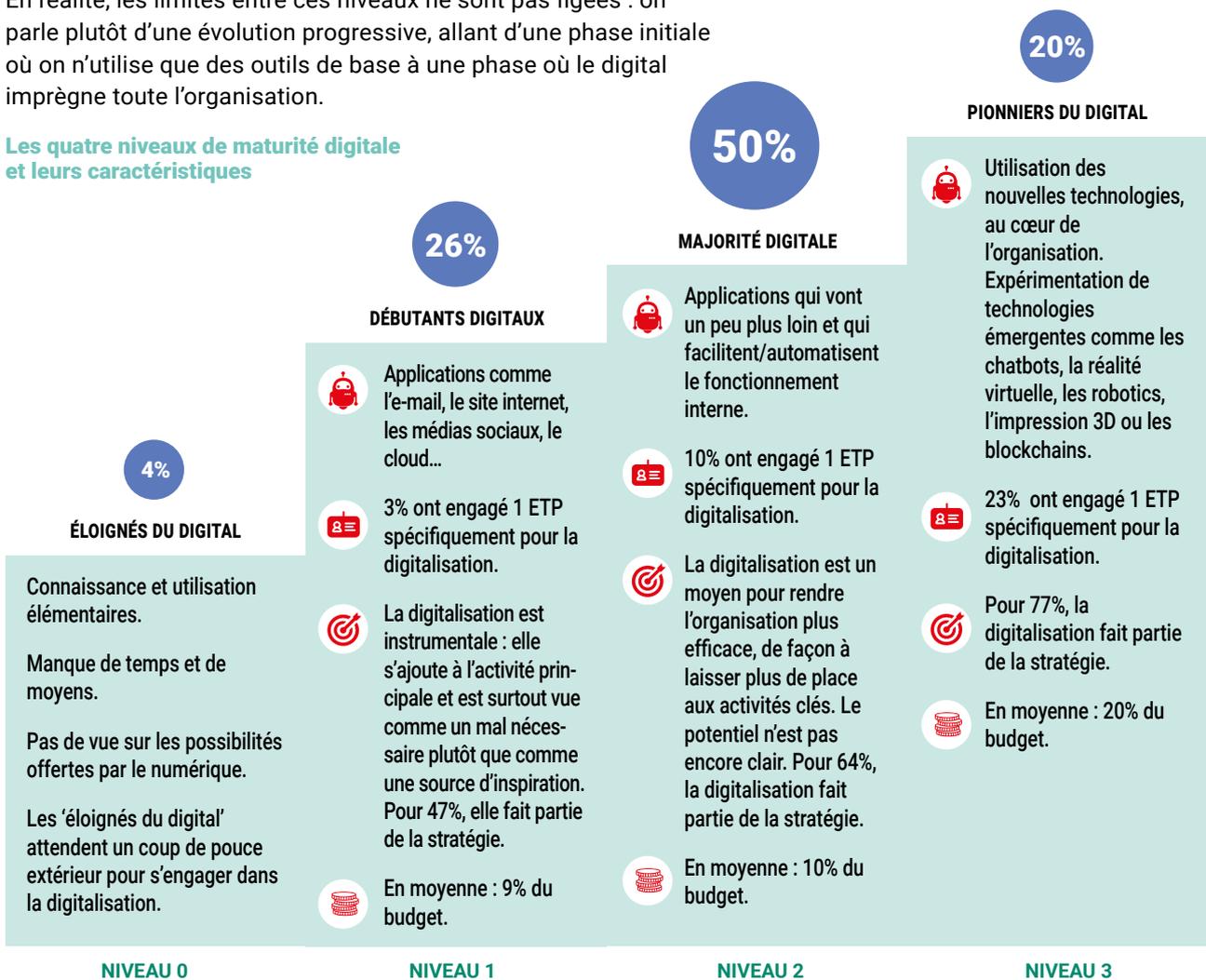


■ Pas du tout d'accord ■ Pas d'accord ■ Ni d'accord ni pas d'accord ■ D'accord ■ Entièrement d'accord

NIVEAU DE MATURITÉ : DES ÉLOIGNÉS AUX PIONNIERS

Les chercheurs distinguent quatre niveaux de maturité digitale. En réalité, les limites entre ces niveaux ne sont pas figées : on parle plutôt d'une évolution progressive, allant d'une phase initiale où on n'utilise que des outils de base à une phase où le digital imprègne toute l'organisation.

Les quatre niveaux de maturité digitale et leurs caractéristiques



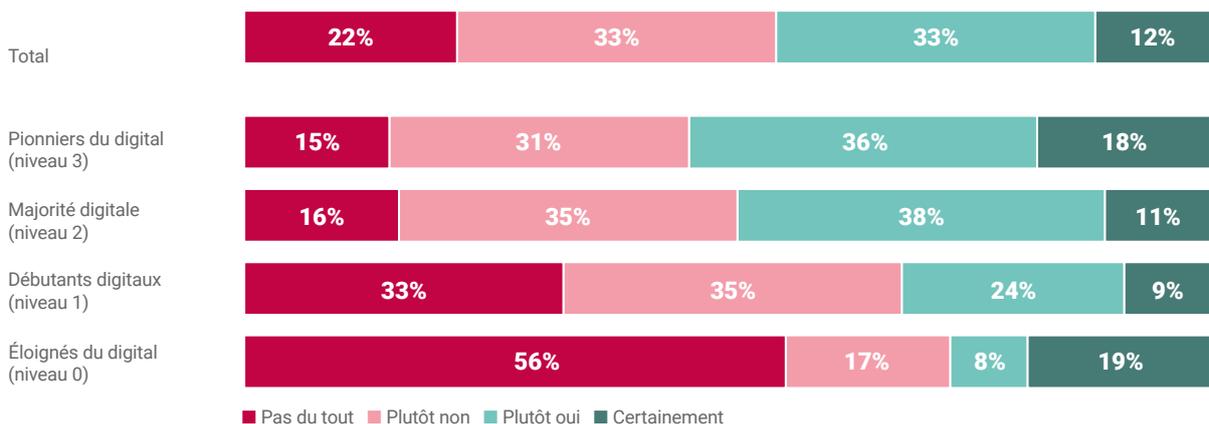
DIFFÉRENCES DE CONNAISSANCES ET D'EXPERTISE SELON LE NIVEAU DE MATURITÉ

Une majorité (55%) d'associations disent avoir des connaissances et une expertise insuffisantes en

matière digitale. C'est plus souvent le cas pour des associations qui se trouvent au niveau 0 (73%) que pour

celles qui se situent au niveau 3 (46%).

Mesure dans laquelle les organisations sont d'accord avec le fait de disposer d'une expertise et de connaissances suffisantes en matière digitale, en fonction de leur niveau de maturité digitale (en %)



PISTES POUR L'AVENIR

À l'exception des 'éloignés du digital', la plupart des associations sont conscientes des possibilités du numérique pour évoluer et se développer. Mais pour faire un bond en avant, elles ont besoin d'un coup de pouce, quel que soit leur niveau de maturité digitale.

Les chercheurs ont proposé aux répondants plusieurs pistes de soutien et ont ensuite examiné les résultats en relation avec le niveau de maturité. Le type d'actions utiles dépend du niveau de maturité propre à une association.

- Les 'éloignés du digital' peuvent surtout tirer profit d'une plus grande **prise de conscience** des avantages du numérique et de leurs besoins spécifiques dans ce domaine. Il peut être utile de les sensibiliser à l'existence d'outils fiables, utiles et abordables et de leur proposer des **'quick wins'** – des applications numériques qui apportent des avantages rapides à l'organisation sans ébranler ses fondements.

- Les 'débutants digitaux' disent avoir besoin d'une maîtrise plus approfondie de l'abc de la digitalisation. On peut leur proposer des outils, principalement des outils 'intelligents' et gratuits, parce que ces organisations sont souvent sous pression financièrement. Elles pourraient aussi profiter d'un **coach en stratégie digitale** qui les guiderait.

- La 'majorité digitale' a beaucoup à gagner d'**exemples de réussites inspirants** et d'une aide pour élaborer une **stratégie digitale**. Ces associations disent aussi rechercher un

accompagnement technique pour les aider à harmoniser leurs outils numériques.

- Les 'pionniers du digital', qui sont déjà convaincus de son utilité stratégique, aimeraient pouvoir s'intégrer davantage dans un **réseau plus large où des connaissances et des expériences pourraient être partagées**. Pour ces associations, il est important de pouvoir faire le pont avec des établissements d'enseignement et de recherche ainsi qu'avec des entreprises privées, et de pouvoir développer des outils avec des organisations déjà plus avancées.

ACTION DE LA FONDATION ROI BAUDOIN

La Fondation soutient la transformation digitale du secteur associatif par différents moyens :

- Soutien financier à des organisations (coupoles) pour des actions en lien avec la digitalisation.
- Bonnescauses.be : une plateforme en ligne pour stimuler l'engagement citoyen en offrant une vitrine aux organisations et des outils de recherche au grand public.
- Data trust des associations : une structure collaborative pour rassembler, protéger et partager toutes les données sur le secteur associatif.

POUR EN SAVOIR PLUS

Le rapport 'Maturité digitale du secteur associatif en Belgique' (Profacts) est disponible sous la forme de slides sur www.kbs-frb.be

Vous y trouverez d'autres publications sur les associations et la digitalisation, dont :

- Baromètre des associations 2018
- Fiche info avec des chiffres sur l'exclusion digitale

Vous trouverez des informations fiables relatives aux associations sur www.bonnescauses.be



Agir ensemble pour une société meilleure

FONDATION ROI BAUDOIN

La Fondation Roi Baudouin a pour mission de contribuer à une société meilleure. La Fondation est, en Belgique et en Europe, un acteur de changement et d'innovation au service de l'intérêt général et de la cohésion sociale. Elle cherche à maximiser son impact en renforçant les capacités des organisations et des personnes. Elle encourage une philanthropie efficace des particuliers et des entreprises.

La Fondation Roi Baudouin est une fondation d'utilité publique. Elle a été créée en 1976, à l'occasion des 25 ans de règne du roi Baudouin.

Merci à la Loterie Nationale et à ses joueurs, ainsi qu'à nos nombreux donateurs pour leur engagement.

Abonnez-vous à notre e-news : www.kbs-frb.be

Suivez-nous sur

