

Faire ensemble 2020



21 octobre 2013

Séminaire Partenaires : compte rendu réunion du 18 octobre 2013

Participants : Grégoire Barbot (Fonda), Yannick Blanc (Fonda), Jean-Michel Bloch-Lainé (Uniopss), Hélène Bonvalot (Fonda), Isabelle Chandler (Unapei), Vincent David (Relations d'utilité publique), Charlotte Debray (Fonda), Francine Evrard (CPCA), François Fatoux (ORSE), Benoît Gadjos (Kea-partners), Charles-Benoît Heidsieck (Le Rameau), Yoann Kassi-Vivier (Pro Bono Lab), Bénédicte Menanteau (Admical).

Le travail collectif sur les tendances à l'œuvre a abouti à la formulation de grands enjeux de société, qui seront au cœur des débats lors de l'université (voir le projet de note de présentation de l'université). Les associations seront-elles capables d'alliances pour y répondre ? Cette question sera au cœur de nos travaux.

Quel accompagnement des associations ?

Comment dire aux associations « conservez votre passion, soyez stratégiques et associez-vous avec d'autres » dans un contexte dans lequel les associations de taille moyenne sont désemparées ? A quelle échelle, avec quels outils et quel accompagnement ?

Place des associations dans l'économie sociale

Cet exercice de prospective vient à point nommé dans un contexte de grande incertitude des associations, en particulier dans le secteur sanitaire et social où elles ne savent plus comment se positionner face aux mutuelles, aux coopératives et aux entreprises sociales.

« Avec quels partenaires s'associer, sur la base de quel pacte, et sur quel territoire ? »

Territoire d'action

L'échelon territorial est un sujet de réflexion prégnant pour des têtes de réseau basées à Paris qui pilotent des actions réglementées au niveau départemental ou régional, sans oublier le niveau européen qui est de plus en plus présent dans l'action quotidienne des associations.

« Que faire de nos structures fédératives, des dispositifs construits en 1947, et comment les articuler avec les collectifs informels et éphémères ? »

Identité

« L'histoire et la culture dans certaines associations peuvent constituer des résistances au changement. Faut-il renoncer à cette identité ? »

Au contraire, le groupe de travail Associations et Entreprises de la Fonda a montré que les exemples réussis d'alliances entre acteurs sont ceux fondés sur une affirmation claire de l'identité et du rôle de chaque partie. Ce qui n'empêche pas que les alliances puissent transformer les parties.

La principale force dans l'entreprise est de pouvoir s'appuyer sur son identité ou ses racines.
On peut être réactif et proactif dans les mutations et le changement sans renoncer à son identité.
On peut accompagner le changement sans renoncer à son identité ; on ne peut accompagner le changement si on renonce à son identité.

Alliances et partenariats

Il y a trois niveaux : 1) alliances entre associations dans un même secteur ; 2) alliances avec d'autres acteurs (entreprises, syndicats...) ; 3) croisements entre secteurs et entre thématiques (ex : réseau environnement santé ; action sociale / jeunesse / emploi dans les quartiers populaires ; accueil des migrants / solidarité internationale). Des sujets qui étaient auparavant cloisonnés sont aujourd'hui de plus en plus interconnectés. Pour répondre aux enjeux de société, il est désormais nécessaire de dépasser les logiques sectorielles.

Plusieurs défis pour les associations du secteur médico-social

Vieillesse des adhérents + modification de leurs attentes et investissements

Nécessité de maintenir un esprit pionnier

Nécessité d'accroître la visibilité des associations vis-à-vis de nouveaux publics

Nécessité d'agir au niveau territorial : décentralisation de l'action sociale (mille-feuilles administratif), qui implique de renforcer les capacités de nos associations locales, y compris en termes de lobbying.

Univers du travail en France

Comment réconcilier les salariés avec leur entreprise ? Comment recréer du bien-être au travail ?

Comment rapprocher les jeunes du monde de l'entreprise et leur faire découvrir la valeur travail ?

C'est un terrain d'expérimentation propice pour des alliances entre associations et entreprises.

Individu vs collectif

Quelle est la dynamique des individus au sein même des associations ?

La crise de représentation se traduit au niveau de la parité (faible représentation des femmes dans les instances de pouvoir) et de la participation des exclus (qui est aujourd'hui déficiente au niveau associatif et au niveau des établissements et dispositifs publics). « On n'a pas cherché à créer les conditions d'une véritable participation. »

Condition majeure de la capacité d'alliance

Pour construire des alliances, il ne faut pas se poser en donneur de leçons mais être conscient de ses faiblesses. L'association n'est pas toujours le lieu du bien-être au travail. C'est un lieu de fragilité, peut-être davantage que le monde de l'entreprise. L'association n'est pas dans un modèle vertueux sur la qualité des emplois. Si chacun fait le propre constat des limites de son modèle, il est en capacité d'être à l'écoute de l'autre pour construire un modèle qui s'appuie sur les forces et les faiblesses de chacun.

Il faut se méfier des représentations qui sont la principale cause de non alliance.

Sens du travail et image de l'entreprise

Les salariés dans l'entreprise ont perdu le sens du travail. Les salariés du secteur associatif sont davantage en capacité d'interroger le sens de leur action. L'image de l'entreprise est mauvaise auprès des jeunes de la génération Y. Elle le sera davantage pour la génération Z, qui se construit loin du monde de l'entreprise. S'agit-il *in fine* de l'image de l'entreprise ou de l'image de l'emploi ? Les difficultés d'accès à l'emploi et la qualité de vie au travail influent négativement sur l'image que les

jeunes ont de l'emploi (en entreprise, dans les collectivités publiques, etc.). La représentation qui est aujourd'hui interrogée est celle du triptyque activité / emploi / travail.

Motivations d'un engagement pro bono ?

La cause et les valeurs du projet sont le principal facteur de motivation des jeunes qui s'adressent à Pro Bono Lab : le contact avec le projet les fait rêver. Le système de contrainte qu'ils vivent au niveau professionnel les empêche de rêver. C'est une quête de projection vers l'avenir. L'engagement associatif en pro bono (mécénat de compétences) est vécu comme un travail, ce qui soulève des questions quant au cadre d'implication des jeunes en pro bono : le lieu d'engagement bénévole doit-il être aussi contraignant que le lieu d'implication salariée ?

Quelles valeurs ?

Selon le Baromètre des valeurs perçues et souhaitées par les Français dans l'entreprise et dans la société (18 ans et plus dans la population française, dont 43% ne travaillent pas), les valeurs perçues dans la société française sont 10 valeurs dites négatives, tandis que les valeurs souhaitées sont 10 valeurs positives. Les valeurs perçues dans la société se sont dégradées en 2013 par rapport à 2012. Les valeurs dans l'entreprise se sont également dégradées, en particulier auprès de jeunes (moins de 35 ans). Les valeurs souhaitées dans la société montrent qu'il y a un terreau favorable à l'action, au vu de l'écart entre ce que les gens voient et ce que les gens souhaitent.

Les valeurs souhaitées par les individus en 2012 étaient la famille, l'honnêteté, l'amitié, l'écoute, assumer ses responsabilités, l'humour, le plaisir, le respect, l'adaptabilité, l'autonomie et la générosité. Les valeurs perçues dans la société étaient : le chômage, l'incertitude pour le futur, le gaspillage des ressources, l'insécurité et la violence, la bureaucratie, la corruption, la pauvreté, la pollution de l'environnement et le mépris. Les valeurs souhaitées pour la société en 2012 étaient : l'honnêteté, l'efficacité du gouvernement, le logement à prix abordable, l'accès à l'emploi, la réduction de la pauvreté, l'assistance aux personnes âgées, les droits humains, la justice sociale, la justice, et la qualité de vie.

Le monde de l'association et le monde de l'entreprise ont peut-être en commun une représentation négative de la société qui les entoure. Elles ont en commun des valeurs qu'elles peuvent mutualiser pour inverser la tendance.

Pour toucher d'autres publics (open source, fab labs, économie collaborative...)

Nécessité d'avoir un double langage et de reformuler les enjeux avec un langage moins abstrait pour toucher davantage les jeunes : illustrer les enjeux de questions plus concrètes qui interpellent et valoriser davantage le chemin parcouru pour aboutir à la formulation des enjeux.

Demandes

- Faire des retours sur la note de présentation de l'université : clarté du langage, propositions de reformulation...
- Présentation en plénière du baromètre des valeurs par Benoît Gadjos
- Identifier des intervenants pour les plénières introductives et les ateliers (retours d'expérience d'acteurs ayant intégré les évolutions à l'œuvre et répondu à des besoins sociaux)

Propositions

- 1 document plus pédagogique
- Introduction sur la confiance (cf. Vincent David)
- Introduction sur la coopération, la confiance et le partenariat : élément de différenciation du monde associatif par rapport au monde de l'entreprise (cf. François Fatoux)
- Jacques Leconte, Ecole française de psychologie positive, *La bonté humaine* (cf. Vincent David)
- Donner une place plus visible aux différents acteurs dans la trame du programme
- Participation et interaction avec des personnes non présentes (via Twitter...)