

DOSSIER DE PRÉSENTATION

Grande cause nationale 2014

L'engagement associatif

Présentation synthétique

Sur proposition du Mouvement associatif, c'est « l'engagement associatif » qui a été désigné « Grande cause nationale 2014 » par le Premier ministre, le 14 février dernier.

Dans le contexte économique, social et politique actuel, cette décision est une reconnaissance de l'action au quotidien des associations ; à cette occasion, ce sont toutes les formes d'engagement associatif de millions de personnes de tous âges que Le Mouvement associatif souhaite mettre à l'honneur.

La diversité et la force des associations ainsi que l'importance de leur contribution à la vie en société et à l'économie de notre pays sont méconnues. Qui sait, par exemple, que le nombre d'associations a cru de 19 % entre 2005 et 2011 ? Que l'engagement bénévole représente 1 à 2 % du PIB ? Que 6% des salariés du privé travaillent dans une association ? Que le budget du secteur associatif représente 3,2 % du PIB, et que sa contribution au « bonheur national brut » est encore plus élevée ?

Les actions engagées dans le cadre de la Grande cause 2014 visent à faire prendre conscience à nos compatriotes du rôle fondamental que jouent les associations et les associatifs dans la vie de notre pays.

L'engagement associatif en France

Associations



1,3 millions
d'associations en France



1 Français sur 2
membre d'une association*1

Budget

85 milliards d'euros

3,2 % du PIB

Elles ont contribué à hauteur de 3,2 % au PIB en 2012, autant que l'agriculture et l'industrie agroalimentaire

	nombre d'associations en 2005	nombre d'associations en 2011	pois dans le budget associatif total en 2011
Action caritative et humanitaire	3,7 %	3,9 %	3,3 %
Action sociale, santé	11,3 %	10,3 %	45,1 %
Défense des droits et causes	15,5 %	13,1 %	5,6 %
Éducation, formation, insertion	4,1 %	3,6 %	12,8 %
Sport	24,1 %	24,4 %	10,9 %
Culture	18,6 %	20,5 %	9,7 %
Loisir et vie sociale	17,8 %	20,8 %	6,8 %
Économie et développement local	3,7 %	3,4 %	5,8 %
Total	100 %*2	100 %	100 %

Bénévoles

24 millions
de participations
bénévoles
réalisées par
18 millions
de bénévoles

+ 7 %
de participations
bénévoles entre
2006 et 2011

Volontaires

16 750
jeunes
accueillis en
service civique
dans des
associations
en 2013

Salariés

1,8 millions
de salariés

+ de
1,7
milliards
d'heures
travaillées

*1 1 Français sur 2 de plus de 15 ans – source INSEE

*2 y compris des associations de secteurs non identifiés.

Une campagne pour mettre en lumière la dynamique associative

Sondage après sondage, les Français confirment qu'ils considèrent les associations comme un élément fondamental de la cohésion sociale et de la démocratie. Malgré cette confiance, la diversité des projets associatifs, leur rôle fondamental dans l'économie et l'emploi des territoires sont largement méconnus. Qui sait ainsi que près de 10% de l'emploi privé est associatif ? Qui sait que chaque année, ce sont plus de 18 millions de bénévoles qui s'engagent ? Qui mesure la contribution des dizaines de milliers de volontaires auprès des 1,2 millions d'associations qui composent le territoire ?

Faire mieux connaître la force et la diversité de l'engagement associatif est au cœur des enjeux de la Grande Cause Nationale 2014. C'est tout l'enjeu d'une campagne de communication qui s'appuie sur un calendrier dynamique et resserré dans le temps pour permettre à la campagne de communication d'être visible et massive.

Une campagne réseaux sociaux

Le tissu associatif n'est pas qu'une expression. C'est la réalité vivante d'un monde qui se développe en réseau, par des initiatives foisonnantes se faisant écho les unes aux autres.

Appuyée sur la pratique des réseaux sociaux et sur le relais d'ambassadeurs choisis pour être particulièrement actifs et visibles sur le web, la campagne « réseaux sociaux » est conçue pour générer, à court voir long terme, de nouvelles pratiques citoyennes de mise en avant des associations.

Un nouveau Hashtag est lancé. Il cherche à générer le « buzz » pour faire écho à la campagne.

Une campagne « publicitaire »

Un des outils durables de la campagne de communication « grande cause » est son film. Décliné en version Télévision, Cinéma/Web, Radio, et en affichage, il aborde la question de la diversité du monde associatif à travers le regard pluriel des bénéficiaires de son action. La voix d'une marraine / d'un parrain, reconnaissable du grand public clôture en point d'orgue le spot télévision/cinéma tout en faisant écho à la campagne « réseaux sociaux ».

Pour chaque support, des partenariats sont prévus avec des médias nationaux et locaux (Par exemple pour la Radio, de chaînes comme France Inter ou NRJ jusqu'aux Radio Campus).

Une campagne « éditoriale »

Plus que jamais, la campagne Grande Cause constitue une opportunité unique pour faire connaître et reconnaître la force et la diversité des engagements associatifs.

Ainsi, nous mettons en œuvre une dynamique nouvelle de relations aux médias nationaux et locaux, pour identifier avec les rédactions des thématiques susceptibles de mettre en lumière l'engagement associatif. Les partenariats peuvent se décliner de différentes manières :

- L'intégration dans des lignes éditoriales existantes, à l'image de ces pastilles associatives qui jalonnent le parcours du Tour de France (voir plus bas).
- La construction de dossiers thématiques ou d'émissions ad hoc.

Un exemple : des pastilles associatives dans le Tour de France

Evènement sportif majeur, le Tour de France possède la particularité de traverser le territoire Français. Les projets associatifs en jalonnent le parcours. Mieux : de nombreuses associations s'engagent au côté du Tour de France et rendent possible son organisation. Grâce à un partenariat avec France Télévision, l'édition 2014 sera l'occasion de le mettre une première fois en lumière.

Une campagne ciblée de promotion de l'emploi associatif

Aux côtés des 16 millions de bénévoles, les associations mobilisent près de 2 millions de salariés, soit 78 % des emplois de l'économie sociale et solidaire et 6 % de l'emploi privé en France. Le salariat associatif représente une autre façon de s'engager et d'œuvrer pour l'intérêt général, que la Grande cause nationale veut valoriser.

Un baromètre sur la perception de l'emploi associatif

À l'heure où près d'un quart des jeunes de 15 à 24 ans sont au chômage, 600 000 recrutements seront nécessaires dans l'ESS d'ici à 2020, pour le seul renouvellement des emplois actuellement occupés. Pourtant, les associations ne sont pas connues en cette qualité par le grand public.

Un sondage auprès des jeunes, des parents et des prescripteurs en matière d'orientation (enseignants, conseillers d'orientation) permettra de mieux cerner la connaissance qu'ils ont des possibilités d'insertion et de développement professionnels dans le secteur associatif.

Un partenariat est en cours de définition avec une institution de sondage national. La collecte des données aura lieu en Septembre. Le sondage sera présenté en Octobre. Il aura vocation à être relayé de façon visible dans le cadre d'un partenariat presse

Faire passer le message : les associations emploient et recrutent

Les **jeunes en cours d'insertion professionnelle** comme les **travailleurs en reconversion professionnelle** seront sensibilisés au fait que les associations recrutent et emploient.

Les forums pour l'emploi sont un moyen efficace de mettre en lien les personnes en phase d'insertion ou de reconversion professionnelle et les associations employeuses. La participation des associations aux **forums pour l'emploi, notamment ceux organisés par les établissements d'enseignement supérieur, sera donc recherchée.**

Un accord cadre sera signé. Il visera à faciliter la participation des associations aux forums de l'emploi et encouragera la sensibilisation des étudiants et des acteurs de l'orientation à l'emploi dans les associations.

Un Prix de l'initiative en faveur de l'emploi associatif de qualité

Il se dit souvent que travailler dans l'ESS, et particulièrement dans les associations, est « un plus », « redonne du sens à l'emploi ».

Cette vision est étayée par le Baromètre de la qualité de vie au travail de Chorum* : 85 % des salariés de l'économie sociale et solidaire souhaitent continuer à travailler dans l'ESS, et 80 % se disent satisfaits du contenu de leur travail. La perception de leur qualité de vie au travail se traduit également par une note moyenne légèrement supérieure à la moyenne nationale attribuée par les salariés hors ESS (6,3/10 contre 6,1/10).

Sans nier les difficultés qui existent, telles que le temps partiel subi ou l'articulation entre bénévoles et salariés par exemple, Le Mouvement associatif souhaite promouvoir et faire essaimer les meilleures pratiques en matière de qualité de l'emploi associatif.

Ce thème recouvre notamment les questions de formation, de progression de carrière, de diversité, de santé et de sécurité au travail, de dialogue social et participation des travailleurs, etc.

Pour cela, un prix de l'initiative pour la qualité de l'emploi sera lancé à la rentrée, en partenariat avec l'UDES et Chorum. Les initiatives primées seront largement diffusées, notamment dans la presse associative.

* www.chorum.fr/institutionnel.do?f=presentationresultats

Une campagne à destination des élus locaux

Parce que les associations jouent un rôle majeur dans la vitalité et le développement des territoires, les collectivités territoriales sont aujourd'hui les premiers interlocuteurs et financeurs du monde associatif.

La Grande cause nationale doit permettre aux associations de sensibiliser les élus de tous les territoires à l'intérêt et la nécessité d'un **soutien pérenne des collectivités aux associations et au développement d'espaces d'engagement associatif**, particulièrement dans un contexte de crise des finances publiques sans précédent.

Sensibilisation des élus à la Charte d'engagements réciproques

Une Charte d'engagements réciproques a été signée en février 2014 par la puissance publique et Le Mouvement associatif. Outre l'État, les associations de collectivités territoriales sont, pour la première fois, signataires de cette Charte.

Celle-ci stipule notamment que :

Les collectivités territoriales respectent l'indépendance des associations, en particulier leur fonction d'interpellation et la libre conduite de leurs projets. Elles considèrent les associations comme des partenaires à part entière des politiques publiques et, par le soutien au développement de la connaissance partagée des territoires, elles s'engagent à :

5.1. Conduire une politique associative cohérente tenant compte de l'ensemble des champs d'intervention des associations. Reconnaître la contribution possible des associations dans tous les champs de compétence des collectivités.

5.2. Favoriser la création de lieux d'accueil, d'information et de conseil sur la vie associative en partenariat avec les acteurs associatifs.

5.3. Mettre en œuvre, en toute transparence, différentes formes de soutien aux associations, dont les subventions liées aux projets portés par les structures associatives, le prêt de locaux adaptés et de matériel.

La Grande cause nationale offre un cadre particulièrement propice au déploiement territorial de cette charte :

Les associations sont invitées à promouvoir les valeurs de cette Charte d'engagements réciproques auprès des élus territoriaux. Ce dialogue entre responsables associatifs et élus peut aboutir à la signature de Chartes locales ou l'adoption de délibérations par les instances délibérantes des collectivités.

Le baromètre de la confiance réciproque

Un baromètre de la confiance réciproque entre les élus locaux et les responsables associatifs sera produit d'ici à l'automne. Il visera à observer l'évaluation que font les responsables associatifs de l'action des élus en faveur de l'engagement associatif et, conjointement, la perception qu'ont les élus de la contribution des associations à la vitalité de leur territoire.

Le partenariat que le mouvement associatif conclu avec le groupe « le moniteur » permettra d'opérer la sortie d'un baromètre des relations entre élus et associations « spécial grande cause », et ainsi d'intégrer une démarche scientifique et comparative existante tout en gagnant en visibilité. La sortie du baromètre est sortie en Novembre.

Éléments de calendrier

1^{er} juillet

Anniversaire de la loi de 1901 : évènements en région

3 juin

Lancement en présence de Najat Vallaud-Belkacem

Du 5 au 27 juillet

Tour de France

Septembre

- ✦ Lancement de la campagne «réseaux sociaux»
- ✦ Constitution des baromètres
- ✦ Evènements en région

Octobre

- ✦ Dévoilement du spot et lancement de la campagne «publicitaire»
- ✦ Signature de l'accord cadre sur l'orientation professionnelle des jeunes
- ✦ Sortie du baromètre sur la perception de l'emploi associatif

Novembre

- ✦ Sortie du baromètre de la confiance réciproque Elus/Associations (Salon des Maires)
- ✦ Rencontre-débat sur l'orientation vers l'emploi associatif (Salon de l'éducation)
- ✦ Mise en valeur des dynamiques locales créées par la Charte d'engagements réciproques

Partenaires

AVEC LE SOUTIEN DE



Ministère des Droits des femmes, de la Ville, de la Jeunesse et des Sports
La Direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative (DJEPVA) soutient les actions du Mouvement associatif, notamment en faveur de l'engagement associatif.



Ministère des affaires sociales
La Direction générale de la cohésion sociale (DGCS) soutient les activités du Mouvement associatif notamment pour ses travaux de recherche sur l'évolution du modèle économique et organisationnel des associations.



Ministère du Travail, de l'Emploi et du Dialogue social
La Direction générale de l'emploi et de la formation professionnelle (DGEFP) soutient Le Mouvement associatif, notamment au titre de ses actions en faveur de l'emploi associatif



EN PARTENARIAT AVEC



9.

La Grande cause nationale

Présentation

Créé en 1977, le Label « Grande cause nationale » est attribué par le Premier ministre. Il permet en général à des organismes à but non lucratif souhaitant organiser des campagnes de communication faisant appel à la générosité publique d'obtenir des diffusions gratuites auprès des sociétés publiques de radio et de télévision.

Les cahiers des missions et des charges des sociétés de programmes Radio France, France 2, France 3, France 4, France 5 et RFO (Réseau France Outre-mer) leur font obligation de diffuser gratuitement 12 messages de la campagne retenue.

La circulaire du 20 septembre 2010 précise quant à elle que « Les présidents de ces sociétés déterminent toutefois les conditions dans lesquelles ils satisfont à cette obligation. »

Les organismes ayant bénéficié de cette assistance doivent, par la même voie, radiophonique ou télévisée, informer le public du montant des collectes réalisées et de l'affectation des dons.

Le Mouvement associatif ne fera pas d'appel aux dons dans le cadre de la Grande cause 2014.

Attentes du secteur associatif

Pour la 11^e édition de *La France bénévole**, parue en mai 2014, l'association Recherche & Solidarités a interrogé les responsables associatifs sur la Grande cause 2014.

Les attentes des associatifs concernent une meilleure reconnaissance de l'action associative par la société et une plus forte implication des pouvoirs publics dans le soutien et le développement des actions associatives, que ce soit sur le terrain financier ou, par exemple, juridique.

* www.recherches-solidarites.org/media/uploads/la-france-benevole_2014.pdf

10.

Le Mouvement associatif

Les associations en France jouent un rôle essentiel à la cohésion sociale. Elles s'engagent, agissent et innove de manière concrète, au quotidien et au plus près des besoins. Elles animent les territoires, créent du lien, promeuvent une citoyenneté active et contribuent à la résolution des crises économique, sociale, environnementale et politique que connaît notre pays.

Le Mouvement associatif fédère plus de 600 000 associations en France, (sur les 1,3 millions d'associations répertoriées), réunies au sein d'une vingtaine d'organisations thématiques.

Son rôle est de favoriser le développement d'une force associative utile et créative, par des actions de communication et d'information, dans une période marquée par l'accroissement des inégalités et le désenchantement. Sa vocation est d'être le porte-voix de la dynamique associative.

Son ambition est d'identifier avec ses membres des stratégies communes, des démarches volontaires de coopération, de créer avec les pouvoirs publics nationaux et territoriaux les conditions d'un partenariat respectueux de l'indépendance et de la capacité d'initiative des associations, de construire des relations plus solides avec l'ensemble des acteurs du monde du travail et de l'entreprise, les médias, les universités...

A ces fins, le Mouvement associatif intervient sur quatre grands axes de réflexion et d'action :

- le bénévolat et volontariat
- l'économie
- le dialogue civil
- l'emploi



11.

Charte d'engagements réciproques

Elle est en ligne sur lemouvementassociatif.org

28 place Saint Georges - 75009 Paris
T. 01 40 36 80 10 - F. 01 40 36 80 11

CONTACT PRESSE

Frédérique Pfrunder: 07 86 28 38 96

Le
MOUVEMENT
ASSOCIATIF

CHOISIR L'INTÉRÊT GÉNÉRAL

lemouvementassociatif.org
grandecause@lemouvementassociatif.org

 facebook.com/lemouvementassociatif
 twitter.com/lemouvementasso