



ETUDE SUR L'IMPACT  
DES STRUCTURES DE PROXIMITÉ  
DU RÉSEAU FAMILLES RURALES

*Synthèse des enseignements de l'enquête menée entre septembre et décembre 2024*

## 1. Contexte, objectifs et méthodologie

### Contexte et objectifs

Au cours des dernières années, les associations et fédérations du réseau Familles Rurales ont développé une offre de proximité autour de missions d'accueil et d'accompagnement des habitants en lien avec leurs besoins et leurs initiatives.

Cette offre est déployée dans des lieux de proximité qui, pour la plupart, structurent leur fonctionnement autour d'activités qui répondent aux besoins des habitants et sont structurées selon des règles fixées par des agréments et/ou des labels, internes à Familles Rurales ou reconnus par les collectivités publiques et les administrations. La Fédération nationale Familles Rurales a souhaité mieux comprendre les réalités de ces espaces et mesurer leur impact sur leurs territoires. Pour cela, en partenariat avec le cabinet Eexiste, une étude a été menée auprès des salariés et bénévoles des fédérations et associations locales du réseau Familles Rurales, entre septembre et décembre 2024.

### Méthodologie

Un questionnaire de 30 questions a été mis en ligne entre le 7 octobre et le 8 novembre 2024. L'enquête a été réalisée auprès de 196 structures affiliées à Familles Rurales, rattachées à des associations et fédérations. Elles ont été identifiées par leur proposition d'activités de proximité, en particulier portées par des labels et/ou des agréments.

Cette enquête a été complétée par 4 entretiens individuels auprès de lieux de proximité aux caractéristiques diversifiées, situés dans les Ardennes (Pix'In à Poix Terron), en Corrèze (Fédération départementale), dans le Loiret (Association de la Chapelle-Saint-Mesmin) et dans la Manche (Association d'Urville-Nacqueville).

## Labels, agréments et appellations des structures et services retrouvés dans le réseau Familles Rurales

| Labels Familles Rurales  | Agréments Caf  | Labels délivrés par l'Etat   | Agréments nationaux  |
|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Relais familles</b> : Lieu ouvert à tous qui propose de l'accueil, de l'écoute, de l'information et de l'animation.</li> <li>• <b>Point de médiation numérique</b> : Lieu permettant l'accès au numérique et accompagnant les habitants vers les usages et démarches.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Espace de vie sociale</b> : Lieu qui, à partir d'initiatives locales, développe des activités et des services à vocation sociale ou éducative.</li> <li>• <b>Centre social</b> : Lieux ressources qui proposent des activités et services à vocation sociale et éducative et qui soutiennent les initiatives des habitants.</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Espace France Services</b> : Lieu qui rassemble 11 services publics et permet d'effectuer des démarches administratives liées à la santé, la famille, la retraite ou l'emploi.</li> <li>• <b>Point Conseil Budget</b> : Lieu proposant des conseils confidentiels, gratuits et personnalisés de gestion budgétaire.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Association de Défense des Consommateurs</b> : Association qui informe, conseille et aide les consommateurs à régler les litiges de la vie quotidienne</li> <li>• <b>Reconnaissance spécifique, association de défense des consommateurs</b> : reconnaissance d'une expertise multisectorielle et significative dans l'accompagnement, la sensibilisation des consommateurs sur le territoire national (dans plus de 40 départements avec des permanences d'accueil et de l'activité consommation ; ateliers,...)</li> </ul> |
| <b>Appellation reconnue par l'Etat</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tiers Lieu</b> : lieu où les personnes se plaisent à sortir et se regrouper de manière informelle, situé hors du domicile et de l'entreprise. C'est un lieu du faire ensemble : levier d'innovation grâce aux espaces partagés qu'il offre, lieu de rencontre et de partage qui encourage aux collaborations et aux projets collectifs.</li> </ul> |  |  |

## 2. Caractéristiques des lieux de proximité

| <br><b>IMPLANTATION</b>  | <br><b>AXES D'INTERVENTION</b>   | <br><b>MONO/PLURIACTIVITE</b>  | <br><b>EQUIPES</b>   |
|---|---|--|---|
| <p>Les lieux de proximité sont très représentés au sein du réseau Familles Rurales, avec près de <b>550 labels et agréments dans toutes les régions de France.</b></p> <p>Qui porte le lieu ?</p> <p><b>3/4 des associations</b><br/><b>1/4 des fédérations</b></p> | <p>Activités principales</p> <p><b>83% inclusion numérique</b></p> <p><b>82% Animation de la vie sociale</b></p> <p>Label le plus représenté<br/><b>69% Points de médiation numérique</b></p> <p>Agrément le plus représenté<br/><b>62% Espaces de vie sociale (EVS)</b></p> <p><i>(pourcentage sur le total des 550 agréments et labels)</i></p> | <p><b>2/3</b> des lieux portent plusieurs labels ou activités.</p> <p><b>2,2 activités par lieu en moyenne</b></p> <p>La moitié ont 2 activités ou moins</p> <p>La pluriactivité :</p> <p><b>Avantage</b> : mieux répondre aux besoins des habitants</p> <p><b>Contrainte</b> : des locaux adaptés</p> | <p>Des lieux <b>peu dotés en ressources humaines</b> bénévoles et salariées,</p> <p>Moyennes des ressources humaines :</p> <p><b>EVS</b></p> <p>3 salariés<br/>13 bénévoles</p> <p><b>Centres sociaux</b></p> <p>15 salariés<br/>35 bénévoles</p> |

### 3. Publics accueillis

#### Types de publics

Les lieux interrogés sont **ouverts à tout le monde**, au-delà des adhérents de Familles Rurales, bien que certaines activités nécessitent l'adhésion.

Les publics accueillis sont dans leur **grande majorité des seniors** (60 ans et plus), et dans une moindre mesure les plus jeunes et leurs parents. Les jeunes adultes sont les moins touchés par l'offre de proximité des structures du réseau.

#### Fréquentation

La **fréquentation est** très variable :

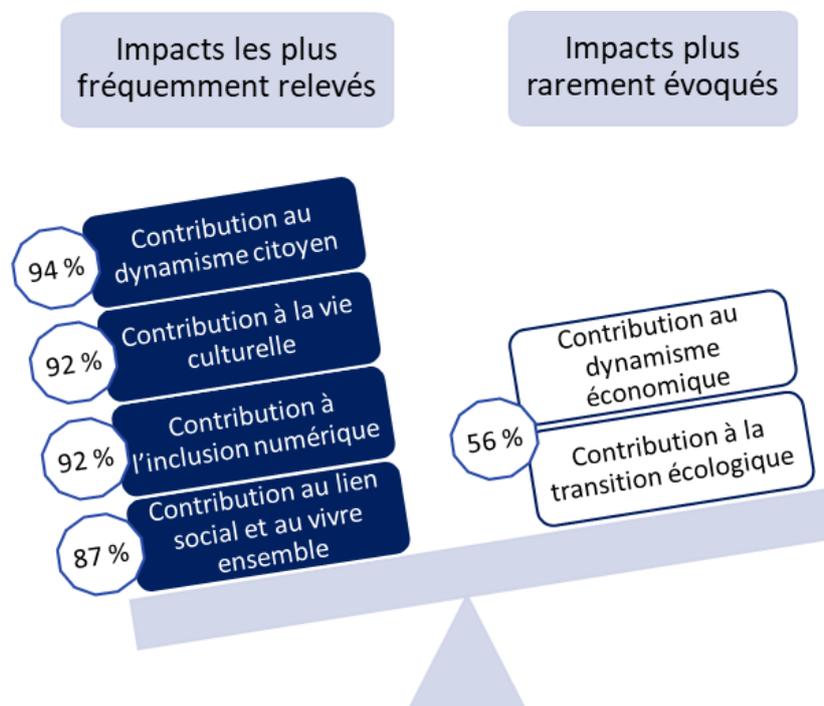
- **La moitié** des associations **accueillent plus de 200** personnes par an
- **1/10** **plus de 1000** personnes par an

Par ailleurs, on observe que :

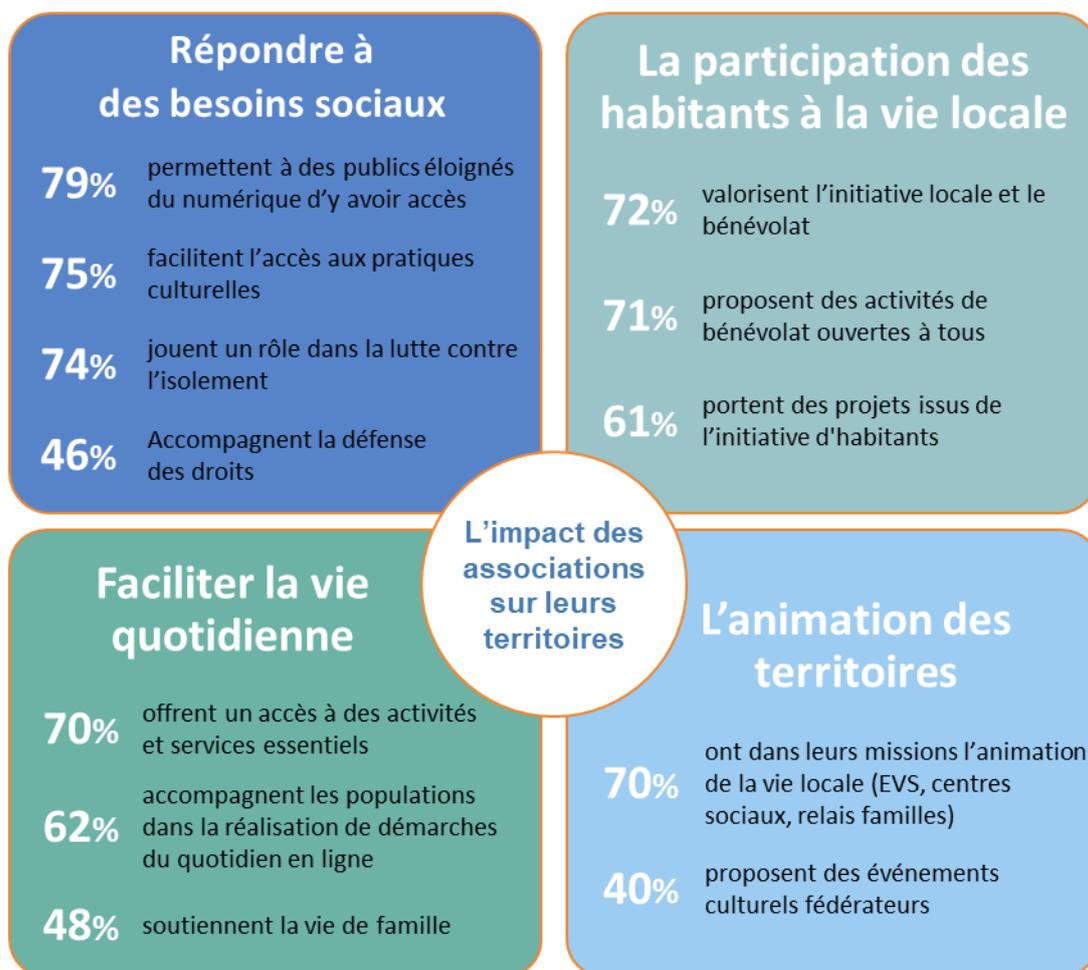
- Le **nombre d'activités** proposées **influence la fréquentation**, surtout pour les lieux qui proposent plus de 4 activités qui ont une fréquentation nettement plus élevée.
- **L'itinérance augmente** également la **fréquentation**. Elle permet de toucher des publics éloignés et isolés, **d'augmenter la mixité** dans la fréquentation des services et activités, et **d'améliorer la visibilité** de l'offre de Familles Rurales sur le territoire.

### 4. Principaux impacts des lieux de proximité

#### Par catégorie d'impact



## Pour les territoires



\*Pourcentage du nombre d'associations répondantes

## 5. Les questions à approfondir

L'étude a fait émerger un certain nombre de questions qui mériteraient d'être approfondies dans le cadre d'études complémentaires.



Les activités et services proposés sont-ils réellement en adéquation avec les besoins des habitants et les attentes des partenaires ?



Quels sont les freins et les leviers qui favorisent la transition de lieux mono-activité vers de la pluriactivité ?



Comment s'incarnent et s'articulent les dynamiques de coopération multi-acteurs autour des lieux de proximité, en lien avec les politiques locales ?



Quelles différences et quels points communs avec les lieux de proximité en zone urbaine ?

Cette première étude s'est focalisée sur les salariés et les bénévoles des associations Familles Rurales. En 2025, une deuxième phase d'étude viendra la compléter en s'intéressant cette fois-ci, d'une part aux habitants et usagers, d'autre part aux partenaires locaux de ces associations. Cela permettra d'obtenir une vision globale sur l'impact des structures de proximité.