

# AREC - DEPOUILLEMENT DU QUESTIONNAIRE « QUELLE VISION DE L'ASSOCIATION »

Nombre de questionnaires revenus/remplis : 9

Ont répondu parmi les adhérents : 6 (soit environ 7% des adhérents)

Colette Bénard, Suzanna Ducros, Isabelle Henry, Christophe Lavergne, Yannick Menez, 1 anonyme

Ont répondu parmi les non-adhérents : 3

Alain Grungwald, Anne Macé (qui a adhéré entre temps), 1 anonyme

## COMMUN AUX QUESTIONNAIRES ADHERENTS ET NON-ADHERENTS

Sur les valeurs de l'AREC :

Partage (III)

Respect (III)

Convivialité (II)

Santé (II)

Agriculture durable/biologique (II)

Écologie (II)

Développement durable (II)

Également mentionnés : humain, communautarisme, autonomie, prise de conscience, entraide, mutualisation des moyens

Projet associatif :

Promouvoir une agriculture respectueuse de l'environnement (III)

Faire se rencontrer producteurs et consommateurs (II)

Permettre aux adhérents de consommer des produits non traités (II)

Pas de réponse (II)

Objectifs peu clairs (I)

## QUESTIONNAIRES NON-ADHERENTS

Les non-adhérents ont repéré comme actions :

Solidari'Terre (III)

Formation AB (II)

Défrichage (I)

Marché (I)

Ces actions ont été repérées via le marché directement (II), le panneau d'affichage (II), ou par mails (I).

Les points forts de l'association, pour les non-adhérents sont :

Le marché (II)

Le cadre (I)

Également cités : le côté « sympa », la démocratie, la présence/mobilisation des adhérents

Les points faibles :

Pas d'oeufs après 9h (I)

Manque de visibilité et de lisibilité (I)

Ils souhaiteraient voir améliorer :

Les prix indiqués chez tous les vendeurs (I)

Plus de produits, de la viande (I)

Une personne trouve anormal que les producteurs hors AREC fasse un prix adhérent et un prix non-adhérents, ainsi que les œufs qui sont hors de prix selon lui.

Ces personnes estiment aussi que la lisibilité de l'association est à améliorer. Fonctionne par le bouche à oreilles et si on veut bien s'y intéresser. Il faudrait communiquer plus, via SMS, mailing, site web, annonces dans des journaux.

Une personne n'adhère pas car elle trouve la cotisation trop chère.

Selon eux (non-adhérents toujours) les ressources de l'association sont :

Les cotisations (III)

Bénéfices sur les légumes et les manifestations (I)

Mairie ? (I)

## QUESTIONNAIRES ADHERENTS

La composition du C.A. est assez claire pour la majorité des personnes ayant répondu.

Globalement ces personnes pensent que le projet associatif est plutôt partagé par tous. Une personne regrette le manque de concertation et de transparence sur les objectifs de l'association. Il faudrait plus de communication et de concertation.

Les actions repérées sont, par ordre de citation :

Solidari'Terre (IIII)

Formation AB (III)

Le marché de légumes (II)

Différents stands et ateliers (spiruline, cosmétiques, etc) (II)

Actions de sensibilisation du public, projections (II)

Vente de l'âge de faire (I)

Les points forts du fonctionnement interne de l'association :

Président très motivé et pas avare de son temps (II)

Autonomie, confiance, convivialité (II)

Force de proposition (I)

Noyau dur motivé (I)

Les points faibles du fonctionnement interne de l'association :

Financements (III)

Manque de communication et de transparence (III)

Potentiel de développement pas utilisé (I)

Manque de participation des adhérents (I)

#### Les points forts extérieurs :

Le cadre, le site du marché (IIII)

La localité des adhérents (I)

#### Les points faibles extérieurs :

Site n'appartenant pas à l'association/pas de local (II)

Pas ou peu de liens avec d'autres associations (II)

Pas de producteurs dans le secteur proche (I)

#### Ce qui a motivé l'adhésion de ces personnes :

L'achat de légumes non-traités, le côté sain/santé (IIII)

Les idées et valeurs de l'association (III)

Encourager une production respectueuse de l'environnement (I)

#### Leur implication dans l'association :

La pesée (IIII)

Venir le samedi (II)

Diffuser des infos, contacts, etc (II)

Faire une animation (I)

Une personne regrette de ne pas avoir le temps de s'impliquer davantage.

Ces personnes peuvent proposer un peu de temps (III) ainsi que des infos, contacts et compétences diverses (II).

#### Les adhérents déclarent être informés des actions de l'association via :

Mail et blog (IIII)

Bouche à oreille (II)

Panneau d'affichage (I)

#### Seraient à améliorer selon eux, au niveau de l'association :

Répartition des rôles, clarté des objectifs et communication (IIII)

Tout va bien (II)

Plus de discussions collectives et de concertation (I)

#### A améliorer au niveau du marché :

Plus de variété dans les produits, plus de producteurs (II)

Homogénéisation et transparence sur les prix (I)

Origine et traçabilité des produits (I)

Un espace pour se poser (I)

Mise en place de troc entre adhérents (I)

#### Selon ces personnes, les ressources financières de l'association sont :

Les cotisations (IIII)

La vente des légumes, en ayant conscience qu'il s'agit de ressources minimales (II)

Subventions ? (I)

Les ressources matérielles de l'association :

Un véhicule (III)

Le lieu du marché (II)

De la documentation (I)

Les moyens des adhérents à mutualiser (I)

Les partenaires de l'AREC selon ces personnes :

FAIR (III)

Mairie de Petite Île (II)

C'Exotic (I)

Europe, Région (I)

A propos de la lisibilité de l'association :

La lisibilité paraît claire (I), moyennement claire (II) voire pas du tout claire (II). Il faudrait selon eux ; améliorer le blog, créer un site internet, un panneau avec objectifs et statuts de l'association, et peut-être avoir un article dans Ti'Chouchou ou autres magazines spécialisés (I).

Pour mieux ancrer l'association sur le territoire du sud sauvage, il conviendrait de mieux définir les besoins locaux et y répondre (I), faire venir des producteurs de Petite Île et des adhérents créoles (I) participer à des marchés et manifestations (I).

Les projets que ces personnes aimeraient voir émerger :

Pique-nique (I)

Travail chez le producteur façon AMAP (I)

Coopérative bio (I)

Formations plus régulières (I)

Projet de permaculture (I)

**Pour résumer :**

Les adhérents ayant répondu au questionnaire ont globalement une vision juste de l'association et en partagent les valeurs. Ce sont des personnes motivées par l'envie de consommer responsable (environnement et santé), prêtes à s'impliquer davantage, et attachées aux valeurs de partage et de convivialité qui semblent être décisives pour l'association.

Elles soulignent cependant le manque de lisibilité de l'extérieur et de l'intérieur dû à un déficit de communication (externe et interne), auquel on remédie avec le nouveau site internet, les récents panneaux d'affichages qui répondent aux attentes en la matière. En interne, il conviendrait de réunir plus souvent les adhérents et de les informer plus clairement sur les projets de l'association, la charte, la traçabilité des produits, la transparence des prix...

Il est également attendu d'établir des partenariats avec d'autres associations locales et de mieux s'intégrer sur le territoire, aussi bien au niveau du tissu associatif que vis-à-vis de l'agriculture locale et des producteurs. Et ainsi être capable de proposer dans un avenir proche une plus grande variété de produits au réseau d'adhérents, ce qui est également attendu.

Un nouveau questionnaire simplifié façon QCM permettrait d'avoir une meilleure vision de nos adhérents (composition de la

famille, âges) ainsi que de leurs attentes sur des points précis (buvette, contenu des ateliers, etc) et de leur implication potentielle (en temps, en moyens) dans l'association.

Un petit mot envoyé à tous les adhérents à l'issue de l'AG prévue pour fin février pourrait récapituler les projets et valeurs de l'association et rassurer les adhérents sur les points qui leur paraissent encore flous.

15/01/2013 - Laetitia