

Synthèse enquête les « Amis de la Vie »

Décembre 2008



Colombus Consulting

Le monde n'a pas fini de changer.



**Synthèse des enquêtes aux adhérents et relais et
des entretiens aux journalistes et salariés**

dimanche 17 avril 2022



Colombus Consulting

Le monde n'a pas fini de changer.

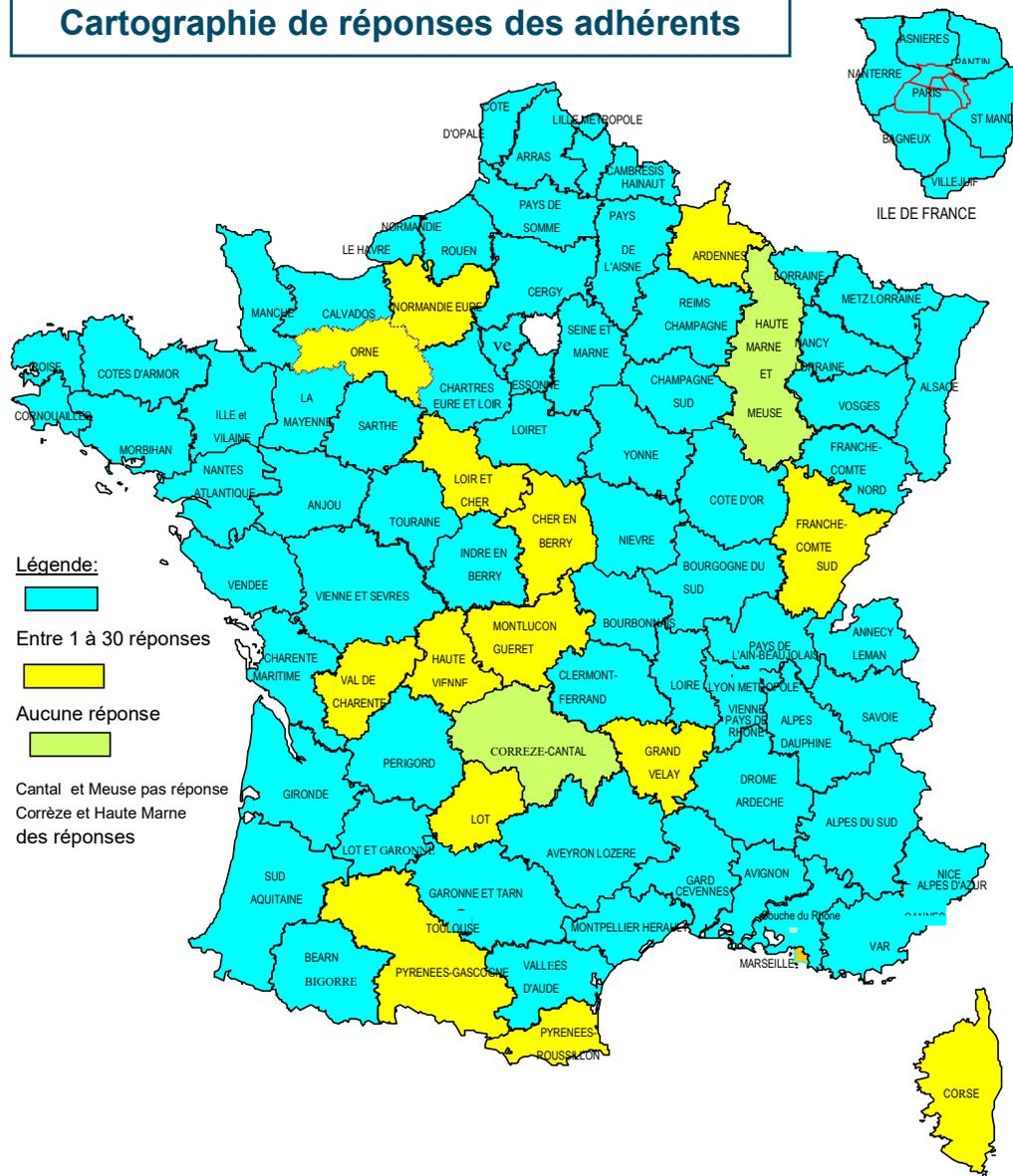
© Objectifs de l'enquête :

- Revisiter les fondamentaux de l'association des « Amis de la Vie »
- Collecter les attentes sur le rôle et la place de l'association des « Amis de la Vie »

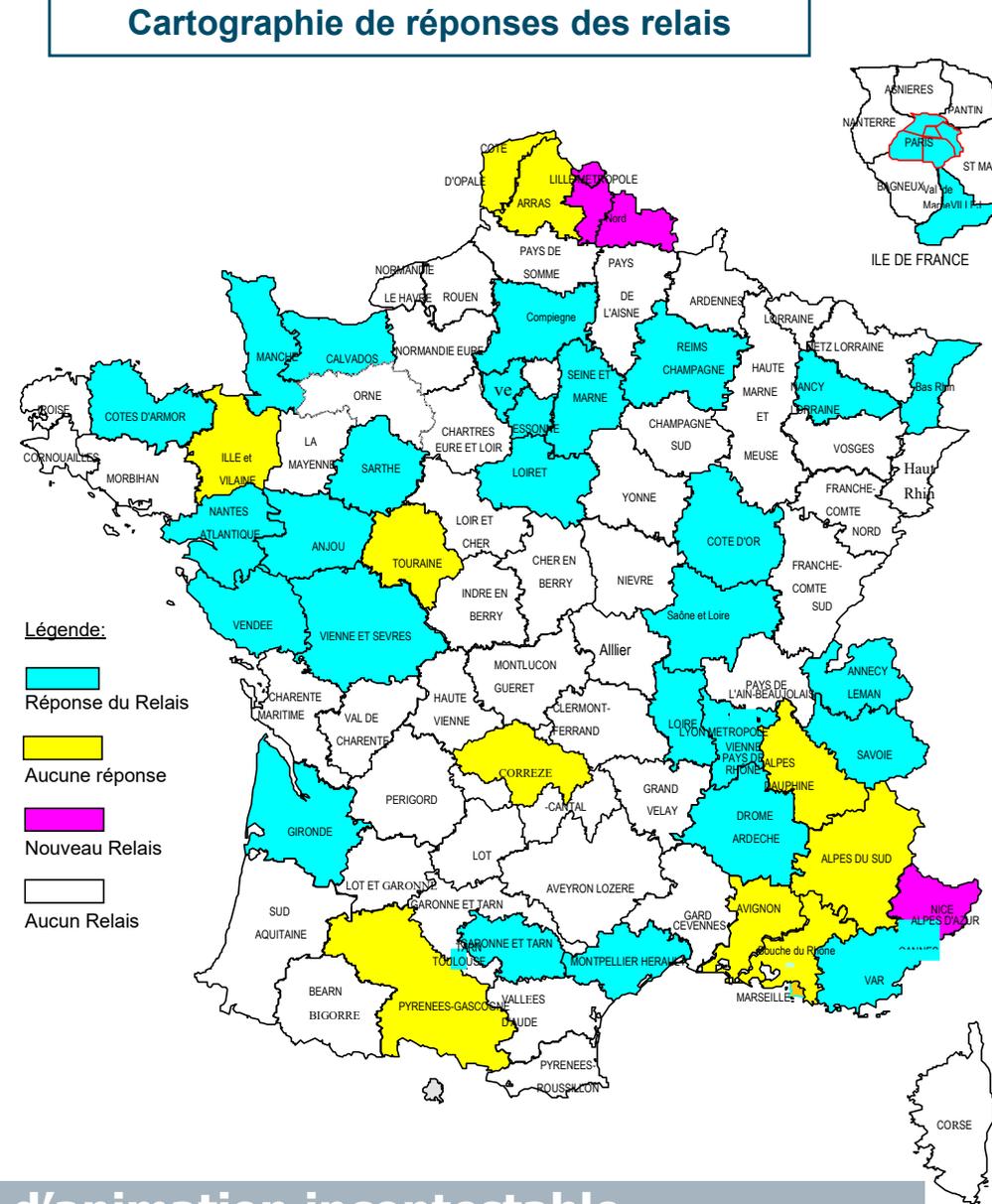
© Retours des enquêtes et entretiens :

Questionnaire aux adhérents	Questionnaire aux relais	Entretiens aux journalistes et salariés du journal
<p>Taux de réponse : + de 20% 454 retours sur 2200 adhérents</p>	<p>Taux de réponse : 75% 32 questionnaires reçus sur 42 relais</p>	<p>15 entretiens réalisés</p>
<p>Homme 40% Femme 60%</p> <p>Répartition en phase avec la prévalence des femmes dans l'Eglise et la structure du lectorat du magazine</p>		<p>Elzbieta Capiiaux, Fabienne Marbeuf, Xavier Accard, Jean Pierre Denis, Gérard Desmedt , Laurent Garré , Philippe Merlant, Jean Marie Montel , Olivier Nouaillas, Jean Claude Petit , Constance de Buor, Isabelle Francq, Anne Guion, JEAN Claude Escaffit et Dominique Fonlupt</p>
<p>Age médian : 67,5 ans</p> <p>Deux tranches d'âge distinctes qui représentent plus de 74% des adhérents (60-70 ans et +de 70 ans)</p>		

Cartographie de réponses des adhérents



Cartographie de réponses des relais



Le relais, un moteur d'animation incontestable

© Le niveau de participation

- ❑ **56% de non participation aux activités locales, réunions d'équipes ou débats**
 - ❑ Raisons pouvant expliquer ce pourcentage : absence de relais, âge, problèmes de santé ou indisponibilité
- ❑ **20% de participation aux grandes manifestations nationales (Assemblée générale et Université d'été)**
 - ❑ Raisons pouvant expliquer ce faible pourcentage : âge et problèmes de santé, distance, indisponibilité et moyens financiers

© La communication de l'association

- ❑ **La Lettre : 83% la lisent**
 - intéressante, favorise les liens et permet de faire circuler l'information
- ❑ **La page : 72% la lisent toutes les semaines et 85% une fois sur deux**
 - dispositif central de l'information mais une place trop réduite dans le journal à leurs yeux
- ❑ **Le site internet : consulté par 28% des adhérents qui le trouvent bien, pas consulté par 64% des adhérents**
 - mal connu, peu fréquenté (absence de matériel et âge) et pas assez visible dans la page du journal.

© Le fonctionnement de l'association

- ❑ **42% des adhérents en sont satisfaits mais 1/3 de non réponse qui traduit une relative discrétion de l'association sur elle-même et sur son organisation**
- ❑ **Suggestions pour améliorer le fonctionnement :**
 - ❑ Plus d'équipes locales
 - ❑ Décentraliser les rencontres nationales (AG)
 - ❑ Favoriser les rencontres régionales à thèmes
 - ❑ Développer les partenariats avec d'autres associations
 - ❑ Développer les activités le week end
 - ❑ Favoriser les contacts des lecteurs d'une même ville et de la même région
 - ❑ Proposer une adhésion moins élevée pour les petits revenus

© Les buts de l'association

<i>En 1°</i>	<i>En 2°</i>	<i>En 3°</i>	<i>En 4°</i>	<i>En 5°</i>	<u>Classement des buts</u>
31,3	17,6	18,5	9	12	<u>/_/_/</u> Manifester l'existence d'une famille culturelle héritière du christianisme social,
21,6	24	18	15,6	8,5	<u>/_/_/</u> Se mobiliser pour de grandes causes défendues par La Vie,
21,6	24,2	19,6	11,7	11,7	<u>/_/_/</u> Promouvoir le débat pluraliste dans notre société,
10,8	14	18,5	26	17,2	<u>/_/_/</u> Renforcer les liens entre les lecteurs et leur journal,
8	9	11,6	22,5	34,5	<u>/_/_/</u> Etre associés au devenir de La Vie. (nr : 14)

© Le rayonnement de l'association

49% sont prêts à faire la promotion du journal :

Propositions :

- Participer à une opération de parrainage pour un abonnement 24% (96)
- Tenir un stand La Vie au moment d'une manifestation laïque ou religieuse 22% (91)
- Assurer la présence du journal dans les paroisses 14,5% (58)
- Autres propositions 10,5%
 - En parler et transmettre le journal autour de soi et dans ses réseaux de connaissance (20)

Prudence : ne pas extrapoler les chiffres, comme dans toutes enquêtes il y a toujours un écart entre dire et faire et les moins motivés n'ont pas répondu.

© 5 points forts ont été dégagés:

1. Promotion et attachement aux valeurs du journal

- ❑ Les relais mettent en avant dans leur travail la promotion des valeurs du journal.
- ❑ Ils tiennent tout particulièrement aux valeurs qui se rattachent au courant du christianisme social : la justice sociale, l'attention aux plus démunis, une dénonciation de certaines pratiques politiques.

2. Rayonnement du journal

- ❑ Pour mettre en actes cet objectif, ils souhaitent une ouverture de la promotion du journal (lors des débats publics) à d'autres associations confessionnelles ou non qui partagent ces mêmes valeurs, qui sont attentives aux mêmes interrogations.

3. Partenariat avec le journal

- ❑ Ils se veulent des partenaires à part entière de la rédaction du journal. Ils n'hésitent pas à formuler des critiques, des attentes assez vives...La visibilité de l'association dans les pages du journal est symbolique de ces attentes.

4. Diffusion des valeurs du journal dans l'association

- ❑ Ils souhaitent que ces valeurs prônées par *La Vie* (la convivialité, la défense de la personne, l'attention à l'autre) se retrouvent dans l'animation des groupes. C'est d'ailleurs l'un des points positifs qu'ils soulignent dans leur travail ou dans les Universités d'été.

5. Soutien des relais

- ❑ Dans ce même mouvement, ils souhaitent être aidés, soutenus dans leur démarche de relais : formation, aide au recrutement de nouveaux membres, rajeunissement.

1. Les buts de l'association

© **Les critiques :**

- ❑ **Manque de liens entre le CA et les relais,**
- ❑ **Problèmes de représentativité et de communication,**
- ❑ **Listing des adhérents et abonnés au journal pas toujours mis à disposition**

© **Les attentes**

- 1. Concernant les relais : des formations et une meilleure reconnaissance**
- 2. Concernant les liens avec le journal : plus d'implication des journalistes, de retours et remontées des relais et des groupes**
- 3. Concernant les adhérents : une remobilisation**

2. La communication de l'association : critiques et propositions

- © **La critique porte essentiellement sur la page dans le journal : aussi bien sa place réduite que son contenu. Les relais souhaiteraient qu'elle reflète davantage la vie des groupes.**

3. Les satisfactions et difficultés des relais

© **Difficultés:** (Elles sont dues à l'animation, à l'organisation ou au manque de renouvellement).

- Animer un groupe
- Le mobiliser
- Déléguer
- Renouveler l'équipe
- Les distances géographiques

© **Souhaits :**

- Etre formé à l'animation
- Organiser des rencontres pour partager les problèmes et les solutions
- Être informé des abonnés
- Evaluer leur action
- Être remplacé

© **Ce que les relais attendent de cette mise à plat**

- Une clarification et une meilleure implication de la rédaction
- Une clarification sur le rôle, la place et la fonction de relais
- Des partenariats officiels avec d'autres associations
- La fidélité aux valeurs véhiculées par le journal

4. Les actions à mener

1. Rassembler sur des mêmes valeurs avec d'autres associations et en région
2. Améliorer les contacts avec le journal
3. Renforcer et améliorer la communication
4. Faire des ADLV, un lieu de formation
5. Améliorer l'animation des groupes et le renouvellement

Préambule: Les ADLV ne sont pas les lecteurs les plus représentatifs, pas le profil du lecteur type, mais une instance, une part du lectorat.

1. Leurs attentes vis-à-vis de l'association :

© Comment se situent-ils par rapport à l'association ? : 91% se sentent bien et très concernés

- Si l'association n'existait pas , il faudrait la créer. C'est un capital, un plus pour nous, en particulier dans ces temps difficiles pour la presse écrite

© A quoi sert l'association ?

- Permettre d'avoir des relations avec des lecteurs
- Resserrer les liens des lecteurs entre eux et avec le journal
- Faire connaître le journal pour toucher de nouveaux publics
- Soutenir le journal

© Les apports de l'association dans leur vie professionnelle

- Un ressourcement
- De l'écoute
- Des échanges directs avec les lecteurs grâce aux Université d'été, les débats et les rencontres avec les groupes locaux (34%)

2. Les liens de l'association avec le journal

© Relations entre l'association et le journal : 72,72% pensent que l'association a une place dans la vie du journal.

- Vous existez vraiment et ce n'est pas si fréquent. C'est un enracinement, une garantie...
- Mais attention, les deux se vivent en parallèle. Les journalistes sont débordés et l'association travaille en // et non avec le journal.

Souhaits

- Développer les relations et l'interactivité entre l'association et la rédaction.
- Ne pas se couper des lecteurs, capital de base, en constituant des groupes de lecteurs avec des journalistes sur les attentes, sur ce qui va bien et pour collecter leurs idées grâce au réseau des relais de l'association.

© Rôle et place de l'association pour le rayonnement et le développement du journal : 80% expriment des souhaits

- Rapprocher le service commercial et les relais qui agissent sur le terrain sans coordination
- Aller à la rencontre des jeunes, des jeunes professionnels et des jeunes couples
- Permettre de trouver des nouveaux publics dans et hors de l'Eglise

© La présence de l'association dans l'hebdomadaire : 85,70% pensent qu'il faut améliorer sa visibilité.
Comment :

- Dire ce que vit l'association avec**
 - des retours des débats
 - des informations des activités pour le plus grand nombre de lecteurs
- Mais aussi:**
 - participer au courrier des lecteurs ou à la page débat
 - donner une place au président de l'association
 - réaliser un lien entre les deux sites internet
 - contribuer à trouver des sujets dans la rubrique « Bien vivre ensemble »

3. Leurs retours sur les buts et objectifs de l'association

© Les buts : 80% trouvent que les buts sont encore pertinents.

- Nécessité de repréciser, de clarifier ou expliquer quelques principes: christianisme social/citoyen, humanisme, solidarité...
- Ne pas rester figé dans la mémoire mais les garder et les faire évoluer
- Savoir s'adresser à un public plus large que celui de l'Eglise au travers des valeurs

© Les objectifs prioritaires pour les 3 ans à venir :

- Participer au rayonnement et au développement du journal
- Développer les relations entre l'association, les lecteurs, la rédaction et le service commercial
- Monter davantage de partenariats culturels dans les régions
- Accompagner les relais dans leurs missions et activités
- Orienter les actions vers les jeunes, jeunes professionnels, jeunes couples ...
- Permettre à l'association d'être partie prenante du devenir du journal avec une participation significative de l'association au capital du journal

4. Ce qu'ils attendent de la démarche :

- Réenvisager d'autres modes de partenariat entre la rédaction et l'association
- Clarifier la vision de l'association sur les 3 ans à venir avec des objectifs pragmatiques
- Profiter de cette démarche pour réinventer un futur avec des nouvelles idées tout en gardant le travail en réseau et en partenariat