

Mieux nous connaître

SITUATION FAMILIALE

Notre association est composée en grande partie de familles (55%) viennent ensuite les couples (43%) puis les personnes seules (35%). Les colocations représentent le reste (13%)

La moyenne générale des colocations et familles est de 3.72 personnes par foyer.

MOTIVATIONS

A la question « vous êtes adhérent de Robin des bio parce que » (à laquelle était demandée de cocher trois raisons), les adhérents adhèrent principalement par

- Volonté de trouver une alternative à la grande distribution (coché par 46%)
- Par militantisme écologique (coché par 46% également)

Viennent ensuite, par ordre d'importance

- le soutien à l'agriculture locale (34%)
- les prix avantageux par rapport aux magasins bios (33%)
- le statut associatif (30%)
- les bienfaits santé des produits biologiques (29%)

Arrivent ensuite la convivialité, la qualité des produits, la localisation dans la Mres, la proximité avec le domicile, et l'habitude (2%, ouf).

A noter : la localisation dans la MRES n'est pas un facteur central dans le choix de Robin des Bio comme lieu de courses.

ANCIENNETE

En matière d'ancienneté, 13% des adhérents le sont depuis moins d'un an, 24% depuis plus d'un an mais moins de trois ans, 37% des adhérents nous ont rejoint il y a entre trois et dix ans, et 21% sont adhérents depuis plus de dix ans !

Ces chiffres confirment que Robin des bio bénéficie d'un bon taux de renouvellement ainsi que d'une bonne base d'adhérents « de la première heure ».

58% des répondants ont plus de trois ans d'ancienneté !

Le bon taux de réponses des adhérents est également satisfaisant.

SITUATION PROFESSIONNELLE

La situation professionnelle des adhérents sondés montre qu'il s'agit pour la plus grande partie de cadres (26%), d'employés (22%) et de professions intermédiaires (15%). Viennent ensuite les artisans et travailleurs indépendants (13%), les retraités (12%), les étudiants (5%) et les gens à la recherche d'un emploi (4,6%)... et un artiste.

PYRAMIDE DES AGES

Pyramide des âges très hétérogène. Les 26-35 ans sont les mieux représentés (33%), puis viennent les 36-45 ans, les 46-55ans et les 56-65 ans qui représentent chacun 20% des adhérents. Les moins de 25 ans et les plus de 66 ans totalisent 4% des adhérents chacun.

MODE DE TRANSPORT

La majorité des adhérents viennent au magasin principalement en voiture (47%) ou à vélo (42%). Seuls 19% viennent à pied, 7% en transport en commun. 2 adhérents déclarent venir en trottinette tandis que 5 préfèrent le pousse pousse et 1 en taxi brousse. Nous n'avons à ce jour aucun adhérent à moto.

DISTANCE LOGEMENT-MAGASIN

La majorité des adhérents de Robin des bio vivent à moins de 10 kilomètres du magasin. 36% parcourent entre 3 et 10 kilomètres, 24% entre 1 et 3 kilomètres et 17% sont situés à moins d'un kilomètre. 17% parcourent plus de 10 kilomètres pour venir faire leurs courses.

LIEU D'APPROVISIONNEMENT PRINCIPAL/SECONDAIRE

Bonne nouvelle ! : Robin constitue pour 46% des adhérents leur lieu d'approvisionnement principal, il est secondaire pour 37 % d'entre eux et 13% ne le fréquentent qu'en tant que lieu d'approvisionnement alimentaire d'appoint. Aucun adhérent ne déclare s'approvisionner exclusivement chez Robin des Bio.

FREQUENCE DE PASSAGE

La moitié (52%) des adhérents viennent au magasin 1 à 2 fois par mois. 26% une à deux fois par semaine et 16% moins d'une fois par mois. Ceux qui le fréquentent plusieurs fois par semaine ne sont que 1,3%

Informations et satisfaction

DEGRE DE SATISFACTION - INFORMATIONS

Les adhérents se déclarent majoritairement satisfaits des informations prodiguées par l'association (47% trouvent que c'est « bien comme ça »). 44% aimeraient cependant être davantage informés. Aucun ne se considère « trop informé ».

On constate néanmoins une volonté d'en savoir plus sur les produits (85% de satisfaits, 45% qui aimeraient en savoir plus), notamment sur les producteurs et sur leurs modes de production : origine, packaging, changements des références, critères de sélection...

Sur les informations liées à la vie associative, les adhérents semblent par contre amplement satisfait (75% trouvent que c'est bien comme ça, 11% seulement trouvent que c'est insuffisant).

Sur les événements liés à l'écologie et la solidarité, 64% trouvent que c'est suffisant, 20% aimeraient être davantage informés.

OFFRE DU MAGASIN

Globalement, les adhérents sont très satisfaits de l'offre en magasin (boissons, épices, céréales...)

On constate néanmoins l'envie d'avoir un peu plus de légumes, de fruits (30% trouvent que c'est insuffisant) et de produits frais (26% en aimeraient davantage)

Concernant les produits transformés et plats à réchauffer, 68% sont satisfaits. Seuls 7% aimeraient

en voir davantage tandis que 11% considèrent l'offre excessive.

Idem pour les cosmétiques et produits d'entretiens, dont 69% trouvent l'offre satisfaisante tandis que 11% aimeraient en voir davantage et 5% trouvent que c'est excessif.

Concernant les produits diététiques et compléments alimentaires, 67% sont satisfaits. 7% trouvent l'offre insuffisante et 11% excessive.

Nous sommes donc, pour ces trois catégories de produits, dans une situation relativement équilibrée (une majorité de satisfait et autant de personnes qui en voudraient davantage que de personnes considérant l'offre excessive)

Vie associative

INVESTISSEMENT DANS L'ASSOCIATION

Près de 26% des adhérents (soit pas moins de 41 personnes) aimeraient s'investir davantage dans l'association (le reste des sondés non impliqués présentement n'ayant pas de temps disponible à cet effet).

Parmi les adhérents volontaires, 36 personnes aimeraient notamment aider au magasin, 11 personnes à la préparation d'évènements de promotion de l'agriculture et des activités de l'association, 16 en donnant des coups de main ponctuels lors d'évènements (braderie, animation, bricolage au magasin...) et 13 d'entre eux en participant à des commissions (essaimage, déménagement, produits, vie associative...).

COMPETENCES A PARTAGER

De nombreux adhérents souhaitent faire partager leurs compétences : nous totalisons pas moins de 12 animateurs (dont un musicien), 4 menuisiers, 4 cuisiniers/ières bio, 5 gestionnaires et 3 personnes ayant des connaissances juridiques... nous avons également un adhérent compétent en développement et gestion de projets et une documentaliste !

Avenir du magasin/déménagement

CHOIX DU FUTUR LOCAL

Dans le choix du futur local, les adhérents privilégient en premier lieu le choix d'une surface de magasin plus grande qui faciliterait les déplacements, ensuite celui d'une surface proposant plus de produits, d'un local qui soit à proximité des transports en commun. Viennent ensuite la proximité au centre-ville puis d'autres critères tels que la convivialité et la sécurité, puis la présence de places de parking à proximité, et, en dernier, la visibilité.

SYNTHESE PARTICIPATIONS OUVERTES

- Une majorité de personnes sont favorable à l'aménagement d'un espace de convivialité dans notre prochain local.
- Adhérents très attachés à l'origine locale des produits
- Local devenu trop exigu

- Local trop peu visible, nécessité d'une enseigne (de volonté de le rendre davantage visible)
- Sensibles à la question du suremballage, demandeurs de produits pas trop emballés.
- Débat sur la musique dans le magasin