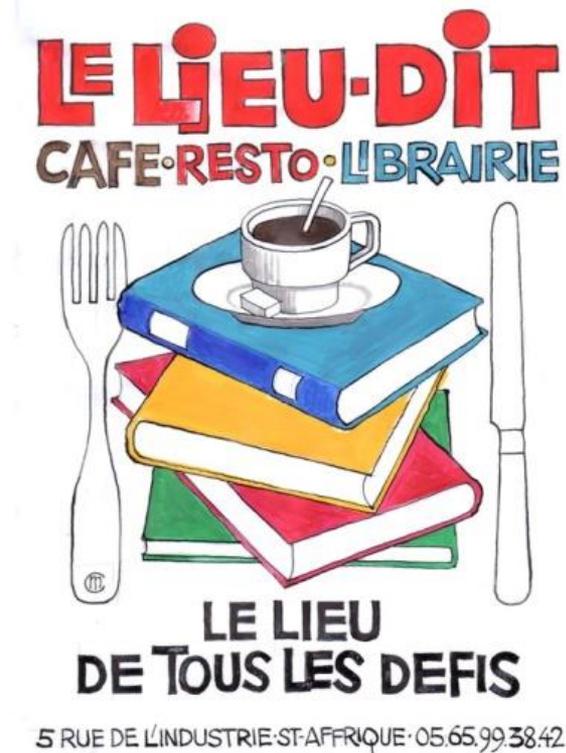


Bilan d'enquête sociale



Sommaire

1. Introduction

- Objectifs de l'enquête sociale
- Moyens de réalisation et conditions de déroulement: comment?

2. Profil général de l'enquête

- Profil socio-professionnel et fréquentation
- Critères de connaissance du Lieu-Dit

3. Profil des non-usagers du Lieu-Dit

- Profil socio-professionnel:
 - socio-professionnel
 - répartition géographique
 - fréquentation du milieu associatif

4. Profil des usagers du Lieu-Dit

- Profil socio-professionnel
- Fréquentation:
 - âge
 - répartition géographique
 - catégorie professionnelle
 - fréquentation du milieu associatif
 - quel rôle des usagers au Lieu-Dit?

5. Les usages du Lieu-Dit

- Usages pratiqués
- Usages sélectionnés selon les préférences

6. L'appréciation du café culturel associatif le Lieu-Dit

7. Conclusion

Introduction



→ Objectif de l'enquête :

- **Outil d'aide à l'orientation du projet associatif** du Lieu-Dit: consolidation, développement.
- **Favoriser la communication**: recueillir les critiques et les attentes des bénévoles et usagers, être à l'écoute.
- Approfondir la **connaissance** du Lieu-Dit: image et appréciation.

→ Comment?

- Mise en place d'un questionnaire avec le CA et validation un mois (février 2016).
- Mise à disposition du questionnaire; création d'un questionnaire internet et journées de terrain avec stagiaire (1 à Millau; commerçants de Saint-Affrique et passants).
- Durée d'enquête: trois mois (fin février-mai 2016).
- Traitement enquête : trois semaines (juin 2016).

Profil général de l'enquête

1/2

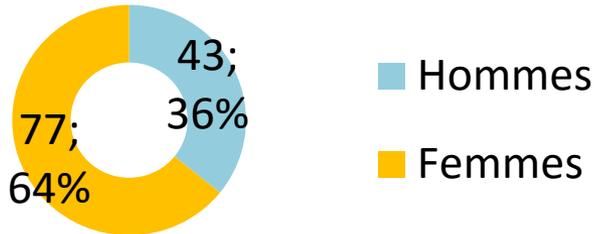


→ Profil socio-professionnel et fréquentation des 120 enquêtés :

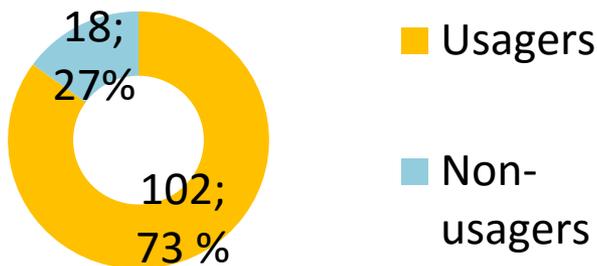
■ Profil selon l'âge:

- 5 enquêtés < à 20 ans
- 22 enquêtés entre 20 et 30 ans
- 36 enquêtés entre 30 et 40 ans
- 21 enquêtés entre 40 et 50 ans
- 36 enquêtés > à 50 ans

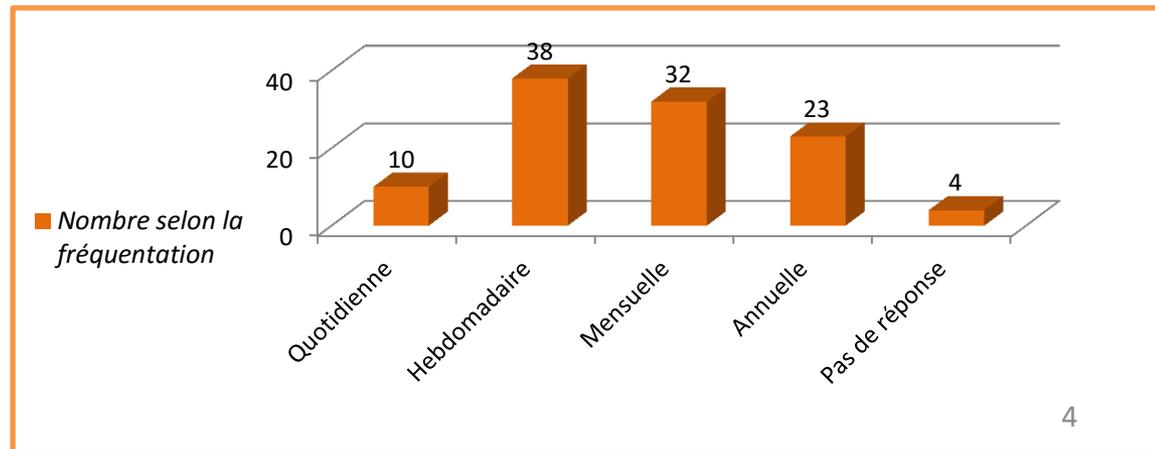
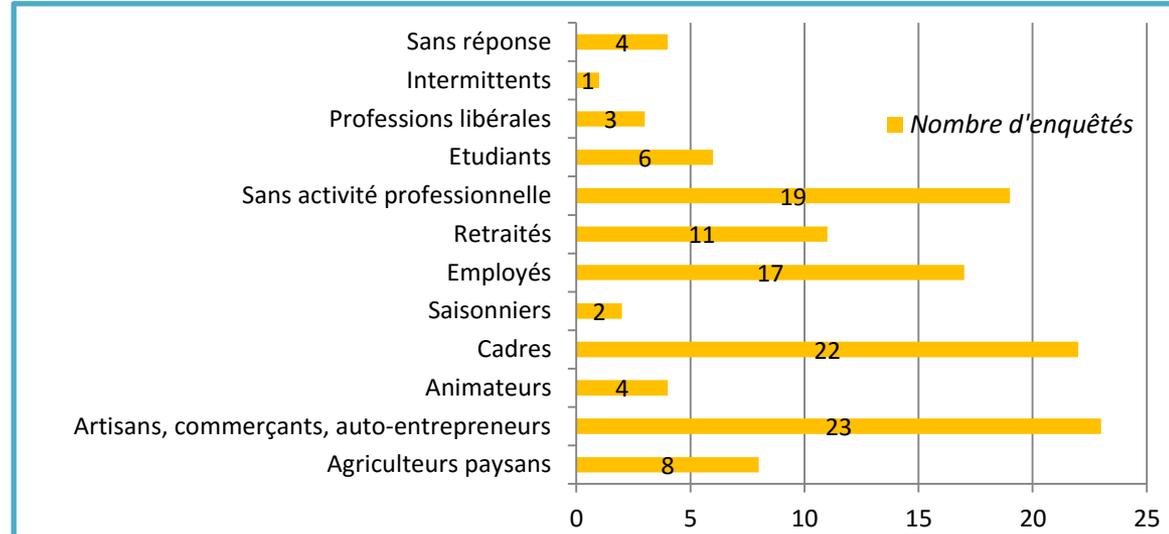
■ Profil selon le genre :



■ Fréquentation des enquêtés :



■ Profil selon l'activité:



Données en nombre puis en pourcentage sur un

total de 140 enquêtés.

Profil général de l'enquête

1/2



- Caractéristique de l'échantillon : les personnes enquêtés l'ont été au café associatif, au hasard des rues de Saint-Affrique et de Millau, chez les commerçants du Saint-Affricain, sur internet: échantillon diversifié et pas seulement interne au projet associatif du Lieu-Dit.
- Le profil socio-professionnel du total des enquêtés :
 - Large et **représentatif concernant l'âge**: tous les âges sont représentés de 20 ans à plus de 50 ans même si la tranche d'âge majoritaire reste les plus de 50 ans, les 30 à 40 ans suivi des 40 à 50 ans.
 - Une grande diversité de catégorie professionnelle est représentée mais il demeure une **majorité « d'artisans/commerçants/auto-entrepreneurs »**; « cadres »; « sans activités professionnelle »; « employés » (basé sur les découpages socio-professionnelles de l'INSEE).
 - Ce sont **majoritairement des femmes** qui ont répondu à l'enquête (77 femmes contre 43 hommes).

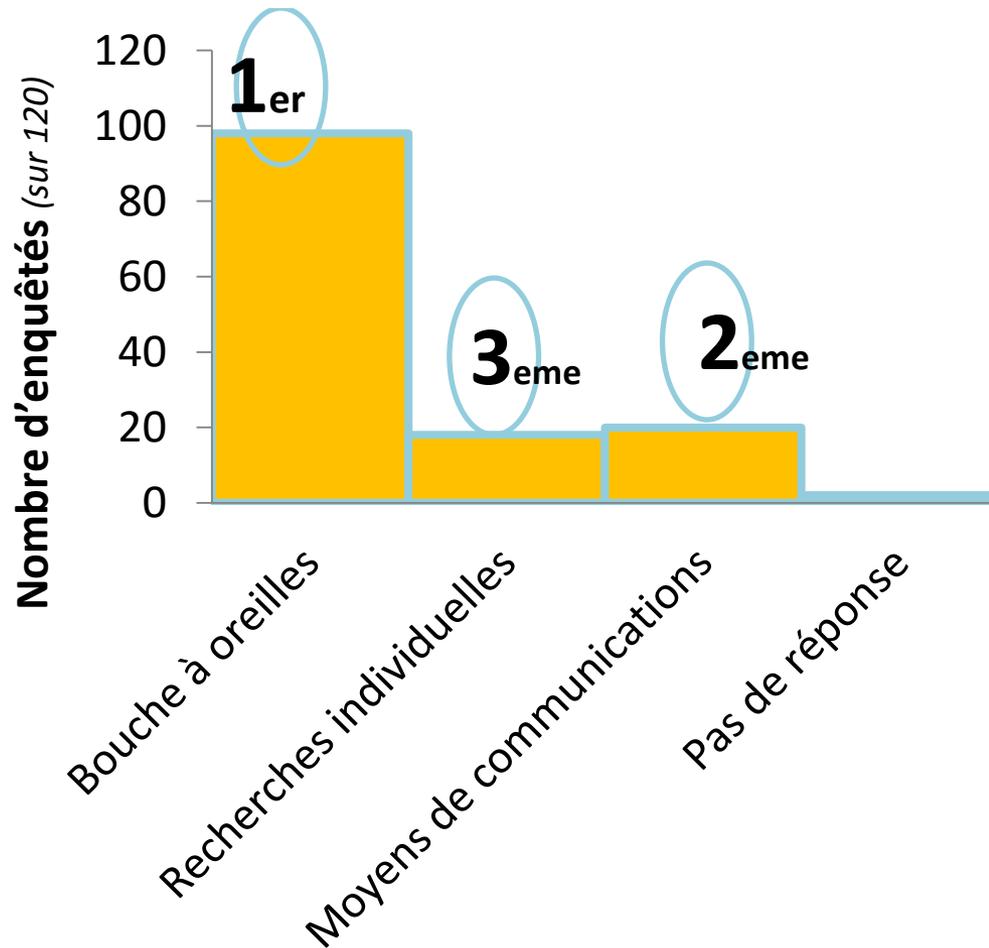
→ Sur 120 , **102** enquêtés déclarent fréquenter le Lieu-Dit soit **73% du total** des enquêtés.

Profil général de l'enquête

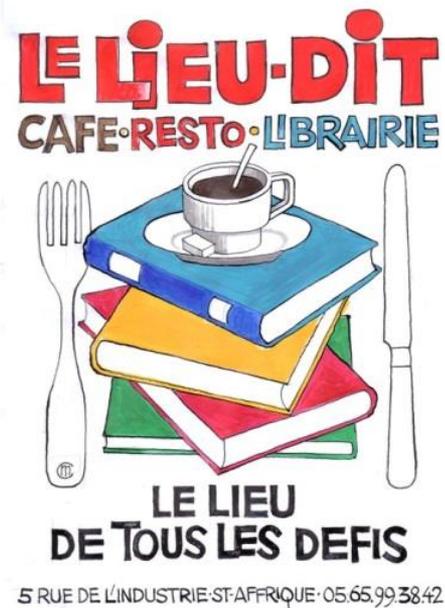
2/2



→ Les critères de connaissance du Lieu-Dit :



→ La connaissance du café associatif du Lieu-Dit se fait essentiellement par le **bouche à oreille**. Une opinion du Lieu-Dit qui serait a priori positive puisque le bouche à oreille fonctionne et devient le premier critère de connaissance du café associatif. Mais cela sous-tend de fait que le Lieu-Dit est connu dans les mêmes sphères, les mêmes publics qui le fréquentent. Ce critère de connaissance ne permet pas de toucher de nouveaux publics. C'est également la traduction d'un **manque de communication** ou de moyens de communication, de visibilité, puisque ce ne sont pas les critères de connaissance les plus cités. *(site internet, relai journaux locaux et office du tourisme irrégulier, médias sociaux, communication des événements aléatoire, pas d'espace d'information clair dans le café associatif, mailing liste).*

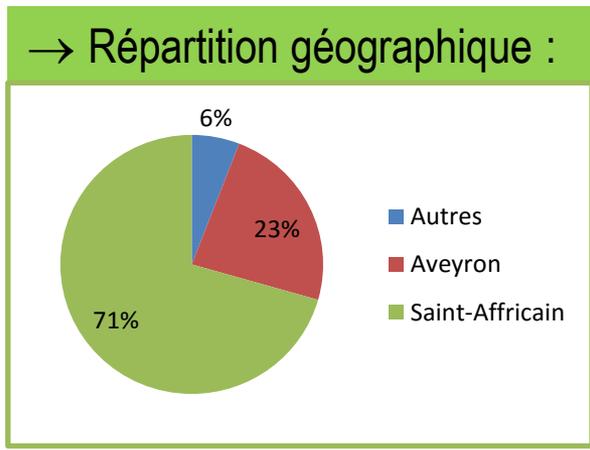
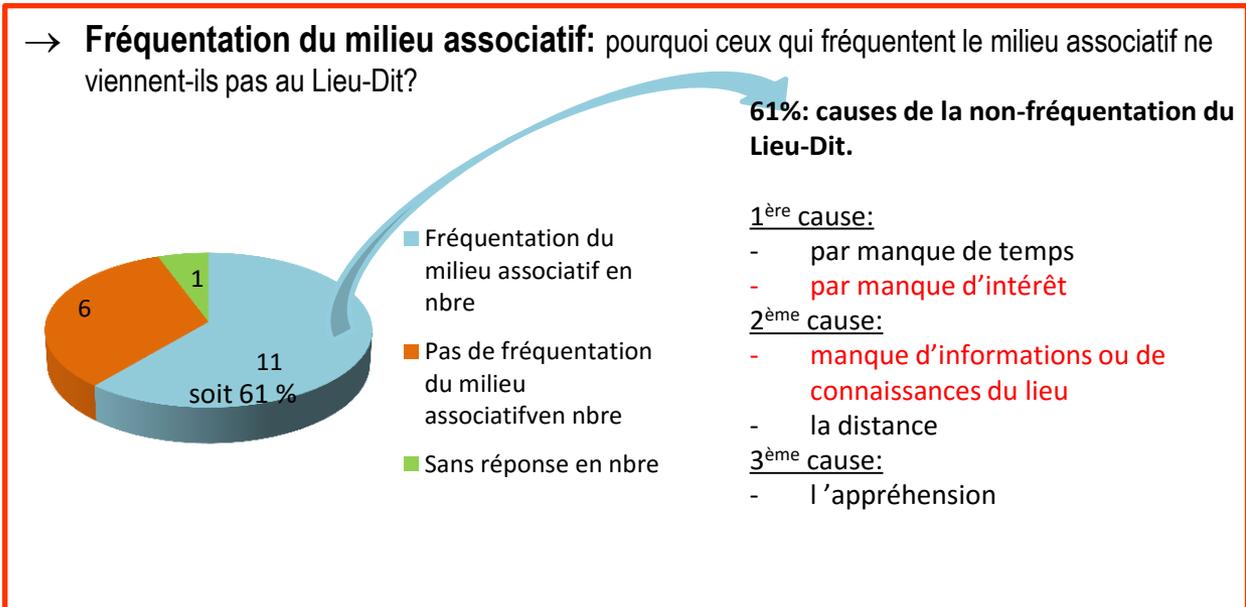
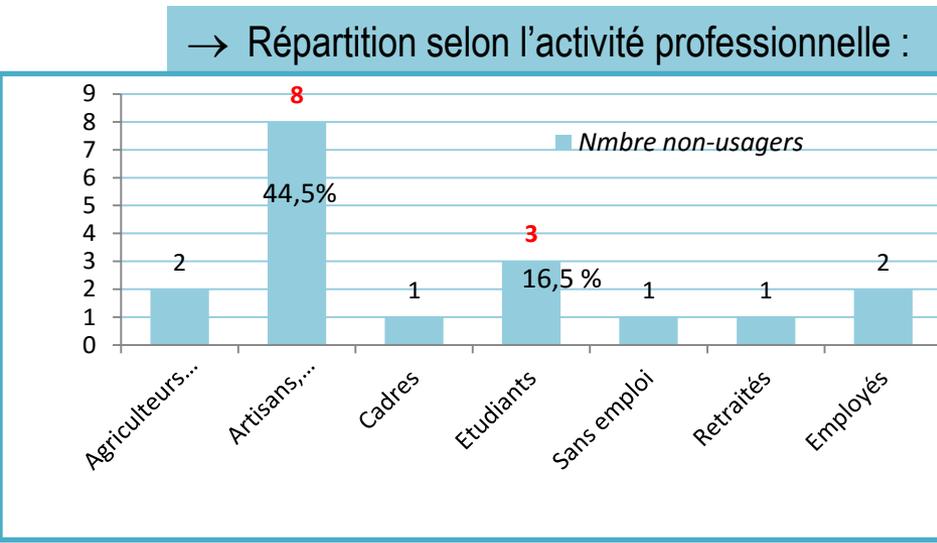
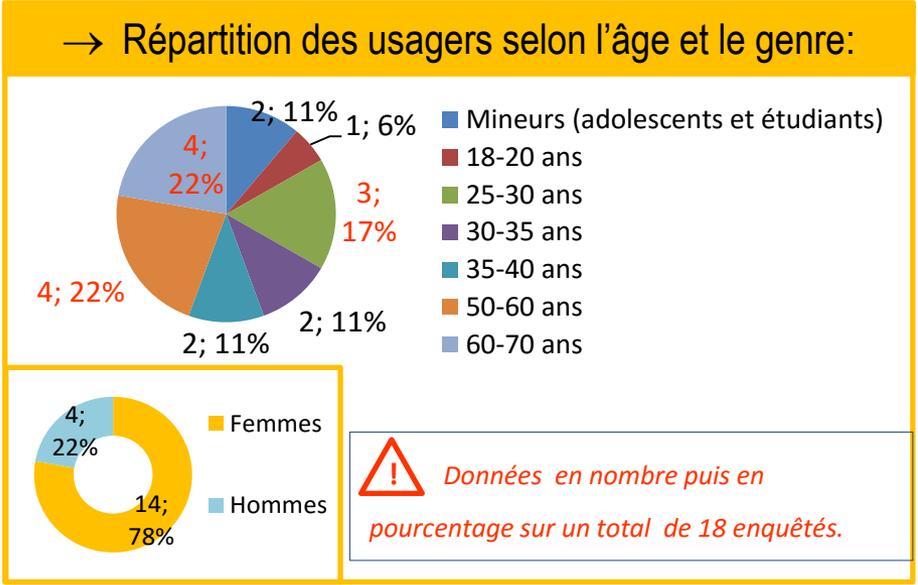


Profil des non-usagers du Lieu-Dit

Profil socio-professionnel des non-usagers



(sur 18 enquêtés déclarant ne pas fréquenter le Lieu-Dit)



Profil socio-professionnel des non-usagers

1/1



(sur 18 enquêtés déclarant ne pas fréquenter le Lieu-Dit)

→ Le profil socio-professionnel des enquêtés déclarant être des non-usagers du café associatif :

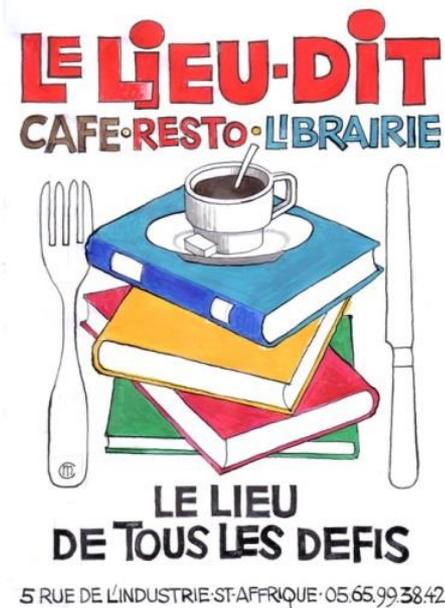
- Les tranches d'âges ne fréquentant pas le Lieu-Dit sont majoritairement **relativement âgées** (au-dessus de 50 ans. Il faut noter qu'on les retrouve également en majorité dans les usagers du Lieu-Dit). En troisième position viennent les 25-30 ans. *Pour avoir une réelle vision de ce que ça représentent il faut comparer par rapport au total des enquêtés de chaque catégorie socio-pro en ce qui concerne l'âge. Par exemple ici les mineurs ne sont pas ceux qui ressortent dans les trois premières position et pourtant ça représente la moitié des mineurs interrogés.*

- Le profil professionnel des non-usagers du café associatif représente essentiellement des « **artisans/commerçants/auto-entrepreneurs** » (44,5 % des 18 enquêtés) suivi des « **étudiants** » (16,5 % des 18 enquêtés). *Idem plus haut + faire le total des causes de non-fréquentation et pas seulement ceux qui déclarent avoir un engagement associatif à l'extérieur.*

- Ce sont essentiellement des femmes. Comme l'échantillon total des enquêtés est majoritairement féminin, cette donnée n'a pas de réelle signification par rapport aux caractéristiques des non-usagers. Nous retrouvons la même donnée pour toutes les analyses.

→ La répartition géographique des non-usagers est majoritairement sur le **Saint-Affricain** (entendu comme périmètre de la Communauté de commune), pour 71% des 18 enquêtés. Soit des personnes accessibles, sans problème de distance, qu'il resterait à atteindre. Pourquoi?

→ Sur 18 enquêtés, **61 %** d'entre-eux déclarent avoir une **vie associative** (usage ou engagement associatif) mais ne pas fréquenter le café associatif. Les premières causes sont le **manque de temps** (sur lequel nous ne pouvons agir) et le **manque d'intérêt**. Les deuxième causes citées sont le **manque d'information/connaissance du Lieu-Dit ainsi que la distance** (sur laquelle nous ne pouvons agir). Le manque d'intérêt ainsi que le manque de connaissance du Lieu-Dit peuvent être la conséquence d'une **communication peu visible et/ou peu attractive** du projet associatif.



Profil des usagers du Lieu-Dit

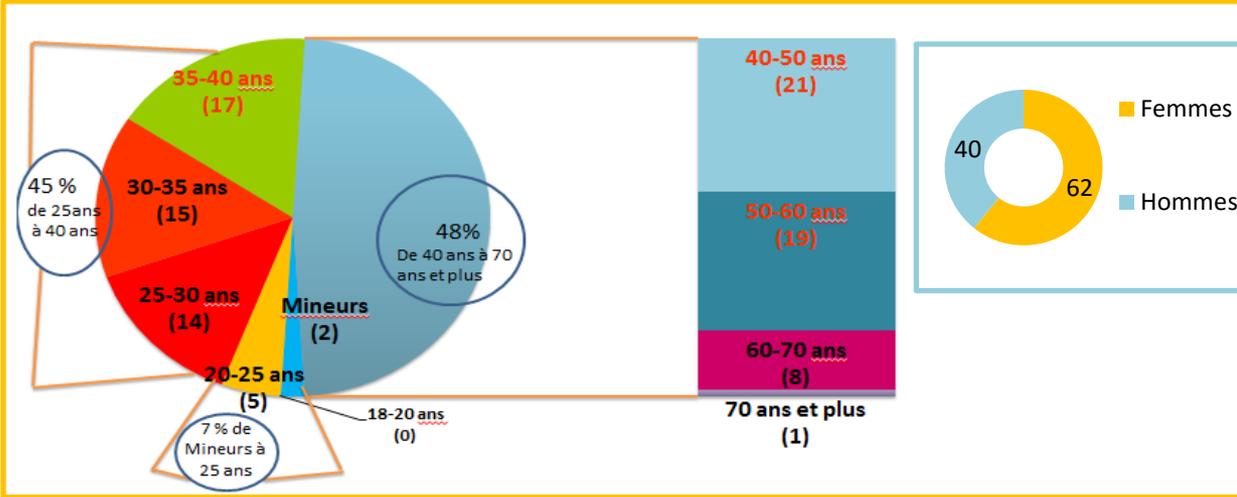
Profil socio-professionnel des usagers



(sur 102 enquêtés déclarant fréquenter le Lieu-Dit)

NB: résultats sont proches d'une valeur en pourcentage (102 enquêtés).

→ Répartition des usagers selon l'âge et le genre:

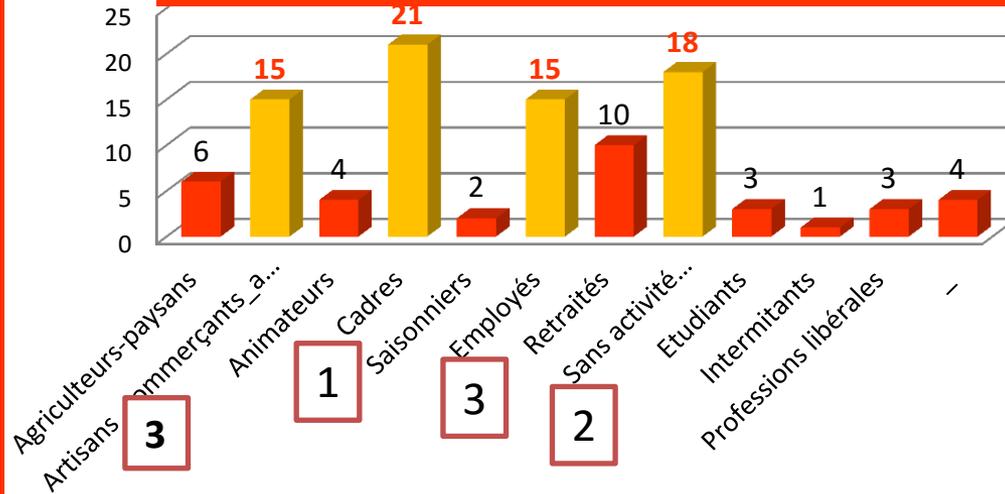


POP T3 - Population par sexe et âge en 2012

	Hommes	%	Femmes	%
Ensemble	3 971	100,0	4 284	100,0
0 à 14 ans	630	15,9	582	13,6
15 à 29 ans	685	17,2	661	15,4
30 à 44 ans	694	17,5	707	16,5
45 à 59 ans	767	19,3	823	19,2
60 à 74 ans	657	16,5	708	16,5
75 à 89 ans	494	12,4	693	16,2
90 ans ou plus	44	1,1	111	2,6
0 à 19 ans	883	22,2	841	19,6
20 à 64 ans	2 146	54,0	2 185	51,0
65 ans ou plus	942	23,7	1 258	29,4

Source : Insee, RP2012 exploitation principale.

→ Répartition selon l'activité : professionnelle :



POP T5 - Population de 15 ans ou plus selon la catégorie socioprofessionnelle

	2012	%	2007
Ensemble	7 066	100,0	6 903
Agriculteurs exploitants	77	1,1	88
Artisans, commerçants, chefs entreprise	328	4,6	322
Cadres et professions intellectuelles supérieures	325	4,6	2
Professions intermédiaires	861	12,2	...
Employés	1 097	15,5	...
Ouvriers	965	13,7	1
Retraités	2 440	34,5	...
Autres personnes sans activité professionnelle	973	13,8	3

Sources : Insee, RP2007 et RP2012 exploitations complémentaires.

Profil socio-professionnel des usagers

(sur 102 enquêtés déclarant fréquenter le Lieu-Dit)



→ Le profil socio-professionnel des usagers du café associatif :

- Le public du Lieu-Dit est intergénérationnel (45 % de 25 à 40 ans et 48% de 40 à 70 ans et plus), mis à part les 7% de la tranche d'âge des mineurs à 25 ans qui est peu représentée (*nous ne comptons pas les nombreux enfant accompagnés de leurs parents qui fréquentent le Lieu-Dit au quotidien*). Toutefois si nous considérons le détails de chacune des tranches d'âge de l'enquête nous apercevons que ce sont les 40 à 50 ans avec 21% suivi des 50 à 60 ans avec 21% qui sont les plus représentés parmi les usagers du Lieu-Dit. En troisième position viennent les 35 à 40 ans avec 17%. Si nous comparons avec le tableau du Recensement de la population de l'INSEE nous remarquons que les tranches d'âges les plus représentées au Lieu-Dit sont également les plus présentes sur Saint-Affrique (45 à 59 ans puis les 30 à 44 ans. Excepté pour les 15 à 29 ans qui sont bien représentés sur le Recensement de population et peu dans l'enquête du Lieu-Dit. En conclusion, nous avons un **public intergénérationnel avec toutefois des usagers relativement âgés et un manque de fréquentation des moins de 30 ans**. *La question qui se pose donc est comment mieux attirer un public de moins de 35 ans à 18 ans (en dehors des enfants présents avec leurs parents? Voir les atouts faiblesses et usages et attentes des ces tranches d'âge plus particulièrement (bar et concert)*.
- Le profil professionnel des usagers du café associatif représente de nombreuses catégories professionnelles. Les « cadres » sont les plus représentés avec 21% des usagers (N.B: seulement 7 enquêtés sur 120 déclarent n'avoir un usage seulement du restaurant, donc ces 21% de cadres ont un usage du café associatif dans son ensemble). Ils sont suivi à 18% des « **sans activité professionnelle** », puis enfin à 15% des « employés » et des « artisans/commerçants/auto-entrepreneurs ». Si nous comparons avec le recensement de la population de l'Insee sur Saint-Affrique nous pouvons remarquer que la représentativité de toutes les catégories présentes au Lieu-Dit suit à peu près la réalité du territoire sur lequel le café associatif est implanté. Néanmoins, sur le Recensement de l'Insee la catégorie des « retraités » est majoritaire et arrive en premier alors qu'au Lieu-Dit elle représente que 10% des usagers enquêtés. Au café culturel associatif c'est la catégorie des « cadres » qui arrive en premier. La catégorie des « sans activité professionnelle » est également en troisième position du recensement de la population de Saint-Affrique et arrive en seconde position des usagers du Lieu-Dit. Tout comme les « employés/ouvriers » bien représentés au Lieu-Dit et dans la population Saint-Affricaine. En définitive, le Lieu-Dit concentre un public de cadre de son territoire d'implantation mais représente toutes les catégories professionnelle de Saint-Affrique en suivant les mêmes tendances de représentativité. **Le public du Lieu-Dit est donc assez diversifié et ouvert mal grès une majorité de cadres par rapport à son territoire d'implantation.**
- Ce sont essentiellement des femmes. Comme l'échantillon total des enquêtés est majoritairement féminin, cette donnée n'a pas de réelle signification. Nous retrouvons la même donnée pour toutes les analyses.

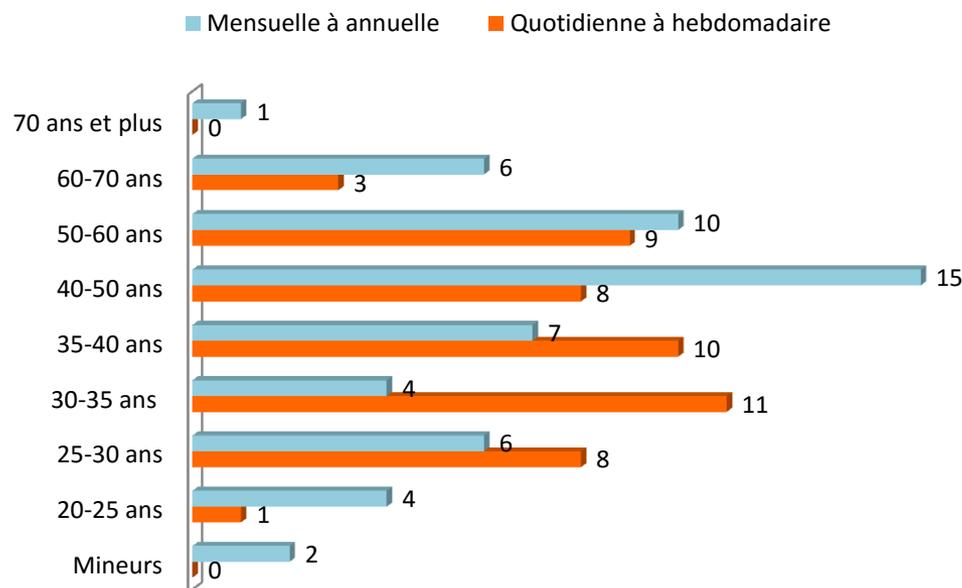
Fréquentation des usagers

1/3



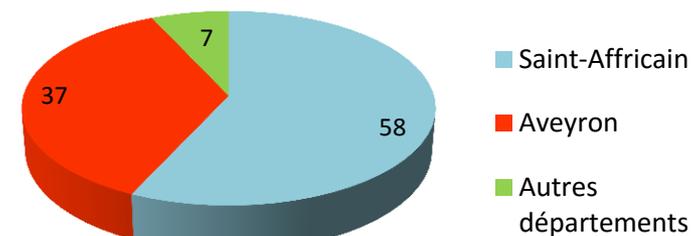
(sur 102 enquêtés déclarant fréquenter le Lieu-Dit)

→ Répartition de l'âge selon la régularité de fréquentation :



→ Nous remarquons que la fréquentation du Lieu-Dit au quotidien ou de manière hebdomadaire est essentiellement âgée de 30 à 40 ans. Les 40 à 60 ans sont ceux qui vont avoir une fréquentation moins forte, de mensuelle à annuelle. Donc une fréquentation très régulière qui est plus jeune au regard de la régularité de fréquentation.

→ Répartition géographique :



→ En ce qui concerne la répartition géographique, les usagers sont majoritairement de Saint-Affrique suivi du département de l'Aveyron. Cependant 7% viennent de territoires extérieurs au département d'implantation du café associatif. (carte et liste des départements à venir).

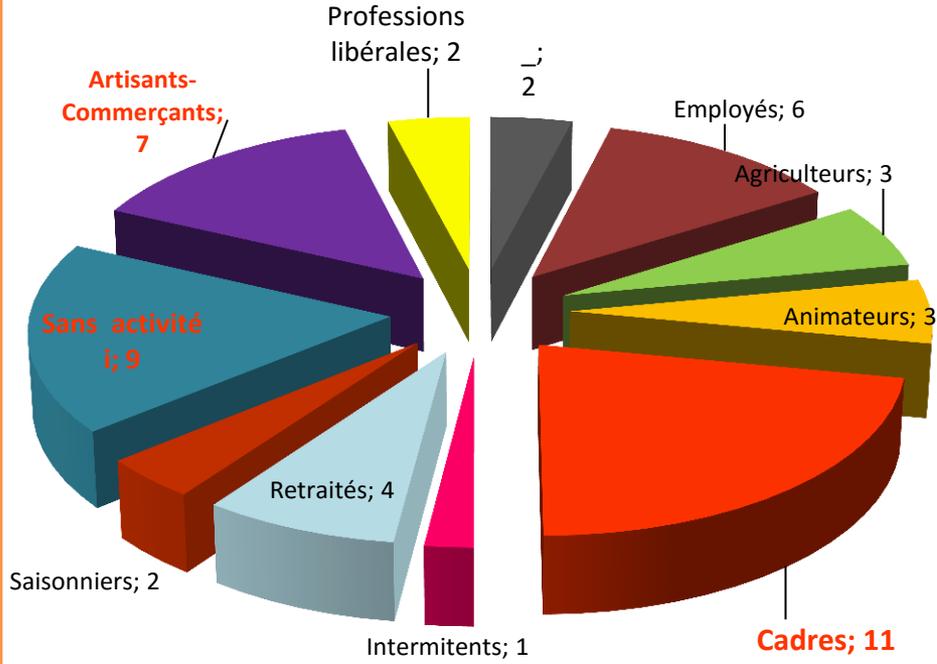
Fréquentation des usagers



(sur 102 enquêtés déclarant fréquenter le Lieu-Dit)

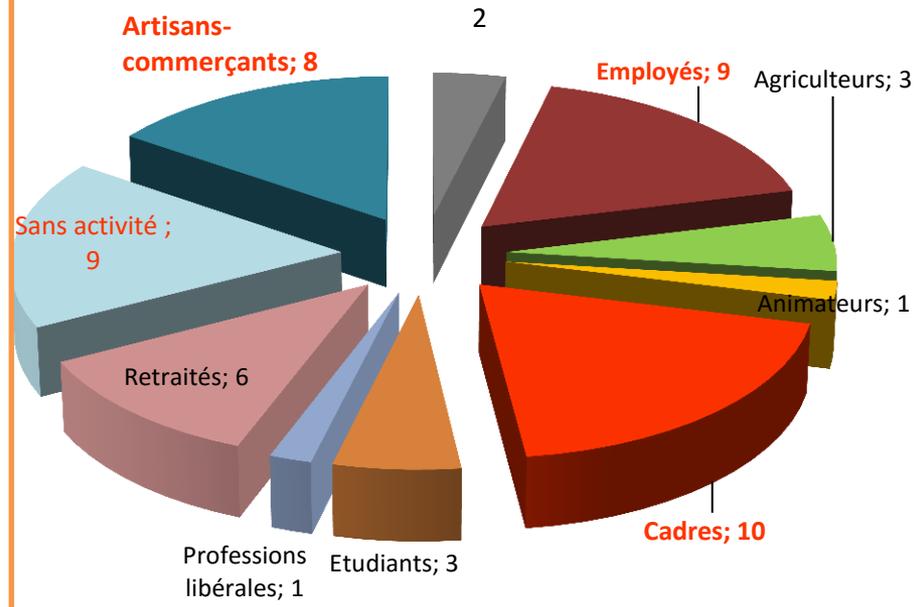
→ Répartition des activités professionnelles des usagers selon la fréquentation:

Fréquentation quotidienne à hebdomadaire
(sur 50 enquêtés)



- _
- Employés
- Agriculteurs
- Animateurs
- Cadres
- Intermittents
- Retraités
- Saisonniers
- Sans emploi
- Artisans-Commerçants
- Professions libérales

Fréquentation mensuelle à annuelle
(sur 52 enquêtés)



- _
- Employés
- Agriculteurs
- Animateurs
- Cadres
- Etudiants
- Professions libérales
- Retraités
- Sans emploi
- Artisans-Commerçants

Fréquentation des usagers

2/3



- Quelle que soit la régularité de fréquentation que nous prenions, ce sont les « cadres » qui arrivent en tête des fréquentations sur les 102 enquêtés usagers du café associatif.
- La catégorie « sans-activité professionnelle » arrive en seconde position sur les deux types de régularité. Elle est à égalité (9%) avec les employés dans une fréquentation du Lieu-Dit à régularité faible.
- Ensuite, en troisième position, ce sont les « artisans/commerçants et autoentrepreneurs » qui fréquentent le plus le Lieu-Dit de manière tant quotidienne/hebdomadaire que mensuelle/annuelle.

Fréquentation des usagers

3/3

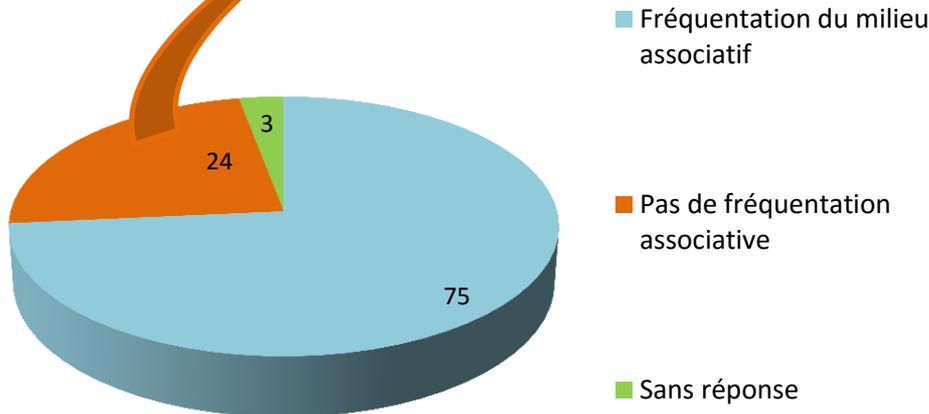


(sur 102 enquêtés déclarant fréquenter le Lieu-Dit)

→ Fréquentation milieu associatif :

pourquoi ceux qui ne fréquentent pas le milieu associatif viennent au Lieu-Dit?

En nbre sur 102 enquêtés donc un résultat qui peut-être considéré en pourcentage



24% de non fréquentation du milieu associatif

- **Fréquentation:**

10 usagers des 24 % ont une fréquentation de quotidienne à hebdomadaire

14 ont une fréquentation de mensuelle à annuelle

- **Usages:**

- Restaurant 16/24

- Café 13/24

- Animation 11/24

- Informations diverses 6/24

- Librairie 6/24

- Wifi: 1/24

- Autres 3/24: bar, débats, cours

- Lieu de rencontre: 0/24

(Voir le profil socio-pro de ces%)

Seulement 24 usagers du Lieu-Dit sur 102 déclarent ne pas fréquenter d'autres associations. Les usagers qui ne fréquentent que le Lieu-Dit viennent majoritairement pour le restaurant, puis le café associatif suivi des animations proposées. Les autres usages sont peu représentés voir pas du tout représentés (ex. pour l'usage « lieu de rencontre. En conclusion, ce sont surtout les activités restaurant et café/ bar qui attirent des personnes non impliquées dans la vie associative, donc un usage de consommation mais dans un lieu atypique puisque au sein du café culturel associatif. D'autres usages comme les animations, le point information et la librairie, puis le wifi, sont pratiquées par ces 24%, après le restaurant et le café.

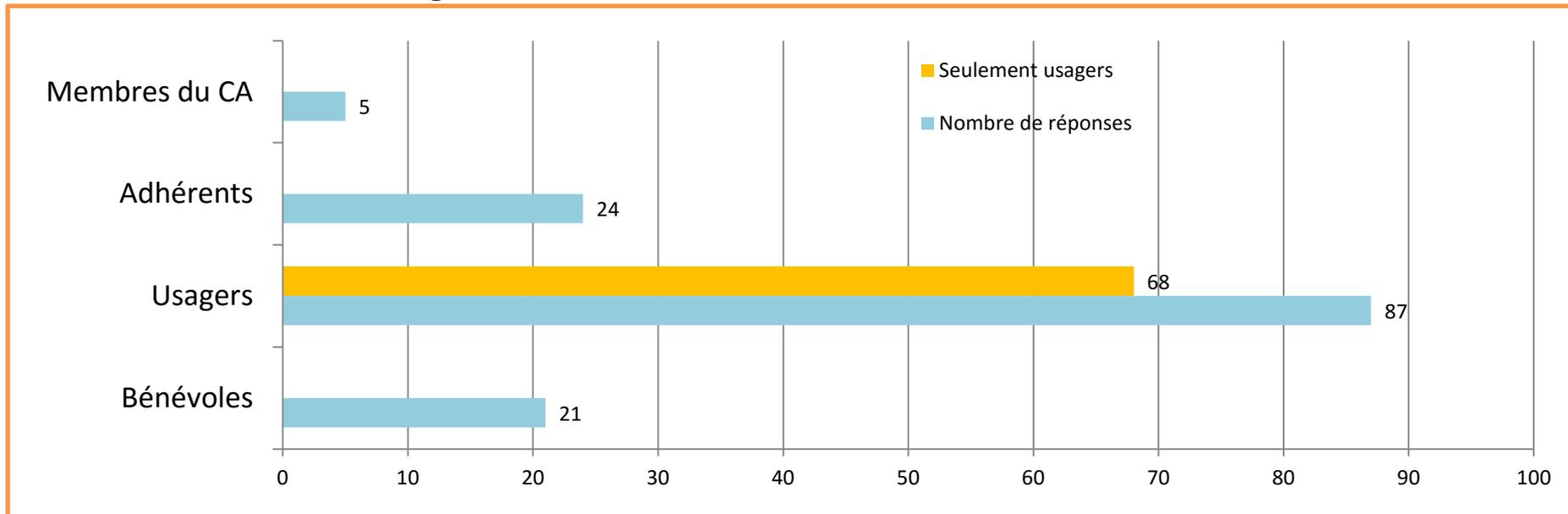
Fréquentation des usagers

4/4

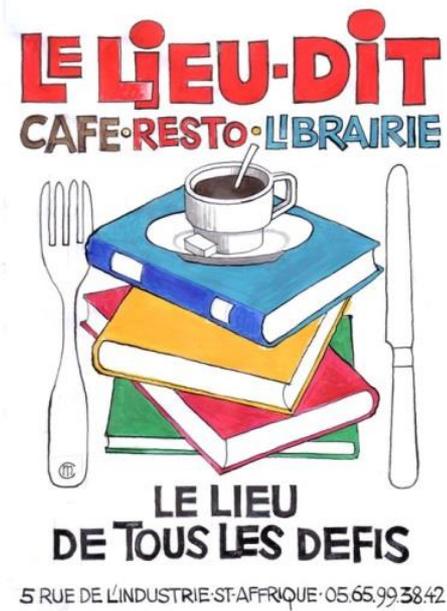


(sur 102 enquêtés déclarant fréquenter le Lieu-Dit)

→ Quels rôles des usagers du Lieu-Dit?



Le public qui fréquente le Lieu-Dit est plus dans la consommation (l'usage) que dans l'engagement ou le bénévolat au sein du café associatif. Le profils des usagers, engagés dans le projet, sont majoritairement des jeunes, des femmes, côtoyant le milieu associatif mais dont l'activité professionnelle est variée. Il est à noter que sur les 87 usagers qui déclarent être entre-autre usagers du café (en plus de bénévole, etc.), 68 déclarent n'être strictement que usagers et n'avoir aucun autre rôle au sein du café associatif, ce qui représente un pourcentage non négligeable: peu de soutien (adhésion et/ou de bénévolat) par rapport à la fréquentation.



Les usages

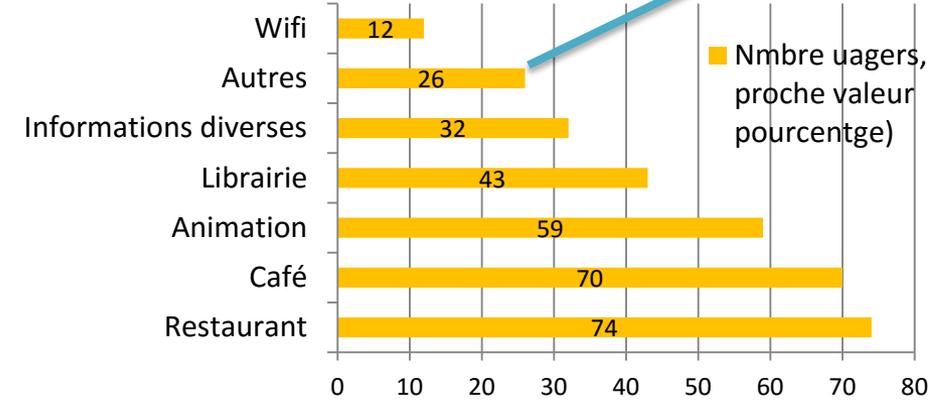
Fréquentation des usagers



(sur 102 enquêtés déclarant fréquenter le Lieu-Dit)

→ Quels usages du Lieu-Dit?

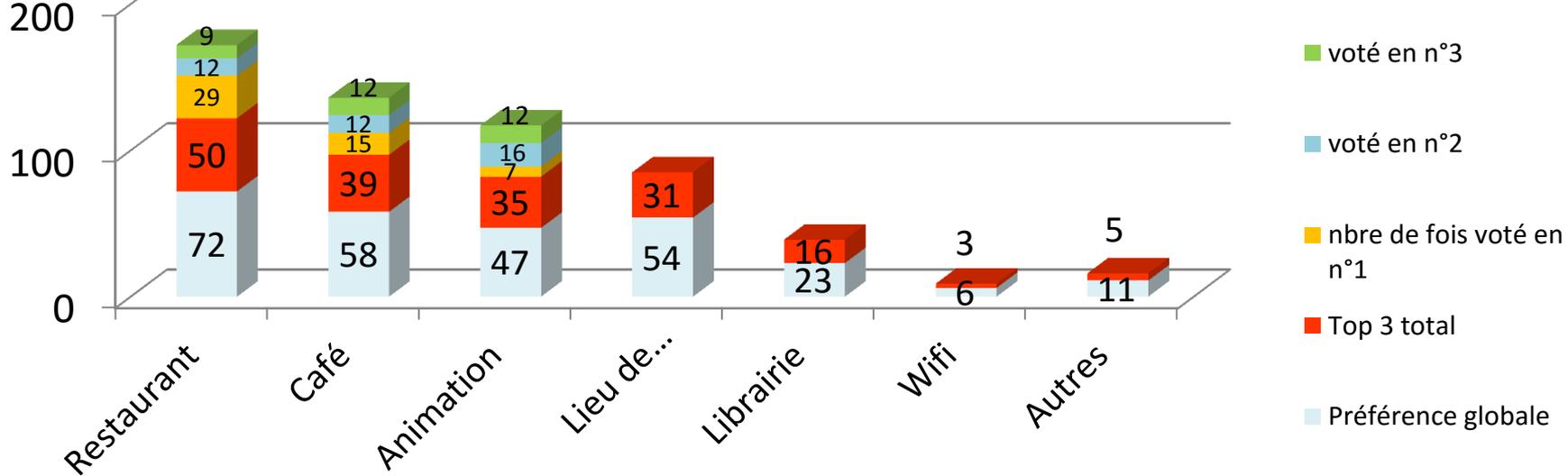
Les usages pratiqués:



Autres usages cités:

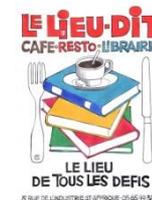
- **Cités 1 fois chacun:** cours; adresse postale; soirée de présentation de projet; le plaisir; photocopies; organisation militante; réunion.
- **Cités 3 fois:** soirée à thème; débats.
- **Cités 3 fois:** échanges/espace de gratuité; lieu de RDV et copains.
- **Cités 6 fois:** lieu de rencontre.
- **Cités 6 fois:** bar.

Les usages sélectionnés:

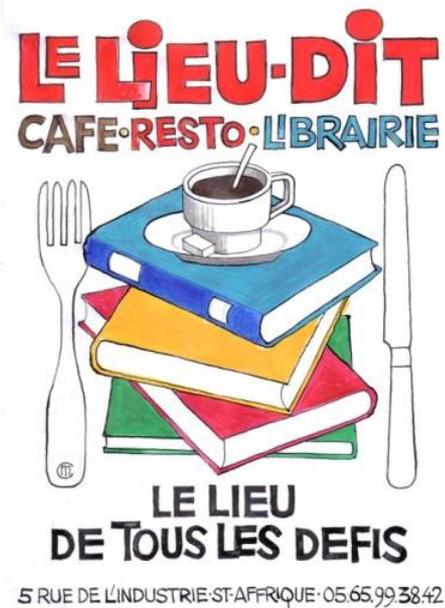


Fréquentation des usagers

1/1



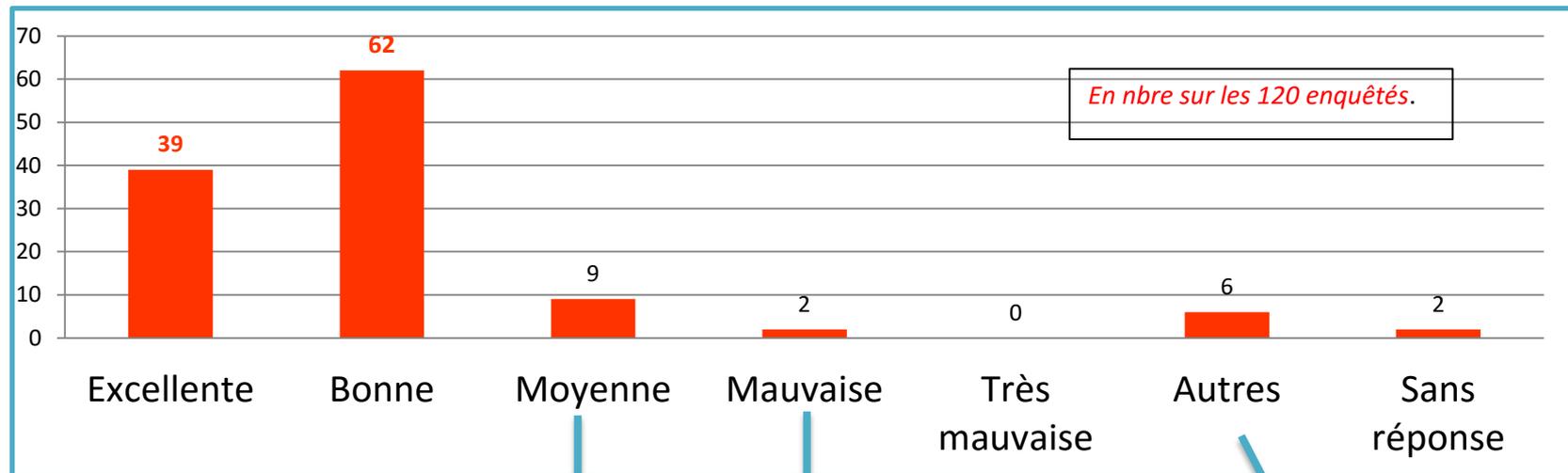
→ Les usages pratiqués comme les usages sélectionnés selon les préférences montrent que c'est le restaurant le plus pratiqué et le plus apprécié, suivi du café et en troisième position viennent les animations. Toutefois, si nous rajoutons la mention « bar » spécifié 6 fois dans la catégorie « autres usages » à celle de « café (qui comprenait l'activité bar sans le séparer), le café devient alors l'usage le plus pratiqué du Lieu-Dit mais reste en seconde place quant aux préférences. Les animations et la librairie attirent les usagers, suivi du point information et de la wifi. Mais l'activité militante reste moins citée alors qu'elle est un des piliers du projet associatif.



L'appréciation du Lieu-Dit

Appréciation du Lieu-Dit

1/2



Arguments:

- Manque de diversité animation et public.
- Dépend des personnes impliquées.
- Il ne se passe plus grand-chose.
- Beaucoup d'entre-soi, « bobo »
- Peu mieux faire

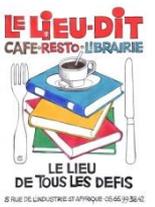
- Ce sont 2 mineurs
- Argument: peur de la rue et de la fréquentation, l'image.

Dont:

- 5 sans opinions
- 1: appréciation selon le public présent

Appréciation du Lieu-Dit

2/2



Atouts	Points faibles	Paysage local	Attentes
<ul style="list-style-type: none"> Convivialité, lieu familial et chaleureux (x27) Créateur de lien social, espace de rencontre, mise en réseau (x 16) Restaurant de qualité, bonne cuisine et la cuisinière (x 42) Côté bénévole et associatif, participatif (x 18) Bien placé, centre ville (x16) Diversité culturelle, diversité des activités en un seul lieu (x 31) Diversité et mixité sociale, ouverture des publics, intergénérationnel (x27) <p>(18 sans réponses)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Manque de communication interne/externe, difficulté de compréhension du fonctionnement, ne sait pas à qui s'adresser x 22 Pbl d'accueil et ambiance selon la personne qui tient le lieu x 5 Prix des consommations x 10 Pas assez de concerts et pas assez festif, pas assez d'apéro x 8 Pbl d'ouverture d'esprit et de mixité (population pas représentative), mauvaise réputation, militant x 22 Emplacement rue de l'Industrie sombre, retrait, manque de visibilité x10 <p>(37 sans avis ou 2 sans points faibles)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Très bonne intégration x15 Bonne intégration x36 Remue des idées, apporte au local, indispensable au territoire x13 Ouvert, mixité x7 Image fermée, alternative, marginalisé x19 <p>(32 sans avis)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Plus de musique et de concerts, plus festif /Ouverture le soir, un côté bar plus souvent et des horaires fixes x 19 Développement du projet et un espace plus grand X8 Que ça continue x19 Faciliter la communication, meilleure communication aux arrivants et du CA x11 Réduction des prix x 5 <p>(47 sans attentes ou pas d'avis)</p>

NB: il n'a été retranscrit dans le tableau que les avis rassemblant plusieurs voix.

Appréciation du Lieu-Dit



- L'appréciation du Lieu-Dit sur le total des enquêtés est **en majorité bonne, suivie de excellente**. L'image soi, la qualité d'accueil selon les personnes qui tiennent le café et la dynamique du Lieu-Dit sont toutefois source d'un pourcentage plus faible d'appréciations moyennes à négatives.
- Les appréciations étaient des questions libres, ouvertes. Chacun des enquêtés était donc libre d'utiliser les termes qu'il voulait et de mettre les informations de son choix. Cependant, de nombreuses appréciations reviennent sous des termes analogues et se recourent :
- Les atouts du Lieu-Dit est la catégorie restée le moins sans réponses. Le « **restaurant** » arrive en tête de liste des atouts du Lieu-Dit. Ensuite c'est la « **diversité culturelle** » du café associatif qui ressort, suivie de sa « **convivialité** » à égalité avec la « **diversité des publics et la mixité sociale** » (effectivement vérifiée par les résultats précédents de l'enquête).
 - Le plus cité dans les points faibles du Lieu-Dit est un « **manque de communication** » globale (en interne, en externe, dans l'organisation et les décisions du Lieu-Dit) ou en tous les cas un manque de visibilité. Ensuite arrive avec seulement 13 avis la « **mauvaise réputation** » associée à « **l'image militante et d'entre-soi bobo ou marginal** ». Cette opinion n'est pas majoritaire et paraît faible au regard du nombre d'avis positifs sur la mixité sociale et l'intergénérationnel que rassemble le Lieu-Dit. Il est à noter que cette « image d'entre-soi » n'est pas toujours l'avis de l'enquêté mais le constat que le Lieu-Dit est résumé à cette image et pâti d'une image négative en dehors de toute réalité. Mais cette critique reste suffisamment citée pour ne pas être négligée.
 - Ce qui ressort des avis quant à l'intégration dans le paysage local c'est que le café associatif est **bien « intégré » au territoire**. Mais il ressort encore la notion « **d'image fermée et marginalisée** ». Cet avis reste toutefois modeste en comparaison de la bonne intégration du Lieu-Dit dans le paysage local.
 - Enfin, les attentes montrent d'abord la volonté que le café associatif **perdure** ainsi que le **développement des animations festives en soirée** (bar, concert, etc.). Puis les attentes ciblent **une meilleure communication**. Enfin, viennent les attentes d'**un lieu plus grand et du développement du projet** associatif.

Conclusion



Le café associatif le Lieu-Dit est bien intégré dans son territoire d'accueil. Son public est ouvert, intergénérationnel et représente une diversité d'activités professionnelles. Il reflète la population du territoire. Les avis sont généralement positifs quant à son existence et ses activités.

Toutefois, une image négative persiste mais elle n'est pas le reflet d'une réalité quant à la fréquentation générale du café associatif. Elle serait donc due à un problème de communication, un manque de visibilité sur le territoire (« manque d'intérêt et de connaissance » pour ceux qui ne fréquentent pas le Lieu-Dit). Dans la stratégie de développement du café associatif il s'agirait donc moins d'ouvrir plus aux différents publics que de mieux communiquer pour casser une image fabriquée du café associatif. L'un entraînant l'autre.

Il faut toutefois rester vigilant au retrait de certains publics quant aux activités proposées. Le côté militant ressort peu dans l'enquête et le côté festif, bar et animation festive (concert, soirées, etc.) sont pointés du doigt comme étant moins présents. Il fait partie des attentes importantes des usagers.