

Enquête Adhérents 2022

Rédacteurs : Anne Lombardi, Jérémie Souchet.

Sommaire

I. Résultats	2
A. Adhésions	2
B. Outils numériques.....	3
C. Site internet	4
D. Réseaux sociaux.....	5
E. Animation du réseau.....	6
F. Base de données herpétologiques	7
G. Commentaires libres	8
II. Analyse et perspectives	8

Le projet associatif a identifié la Vie associative comme un des quatre enjeux principaux de la SHF avec deux objectifs directement tournés vers les adhérents :

- VA1 : Augmenter et fidéliser les adhésions
- VA2 : Créer du lien entre les adhérents.

Pour information, la SHF comptait 334 adhérents au 31/10/2022

Afin d'en savoir plus sur les attentes de ces derniers, une enquête a été lancée ce deuxième semestre via la Dépêche Herpétologique (numéros d'août et octobre), avec une date limite de réponses au 31 octobre. La liste de diffusion de la DH comptait pour le numéro d'octobre 776 contacts, dont 46 % ont ouvert leur mail. On peut donc considérer qu'au moins 350 personnes ont a priori vu passer l'information.

Il y a eu 41 répondants, soit un taux de réponses légèrement supérieur à 10 %, ce qui est relativement faible.

I. Résultats

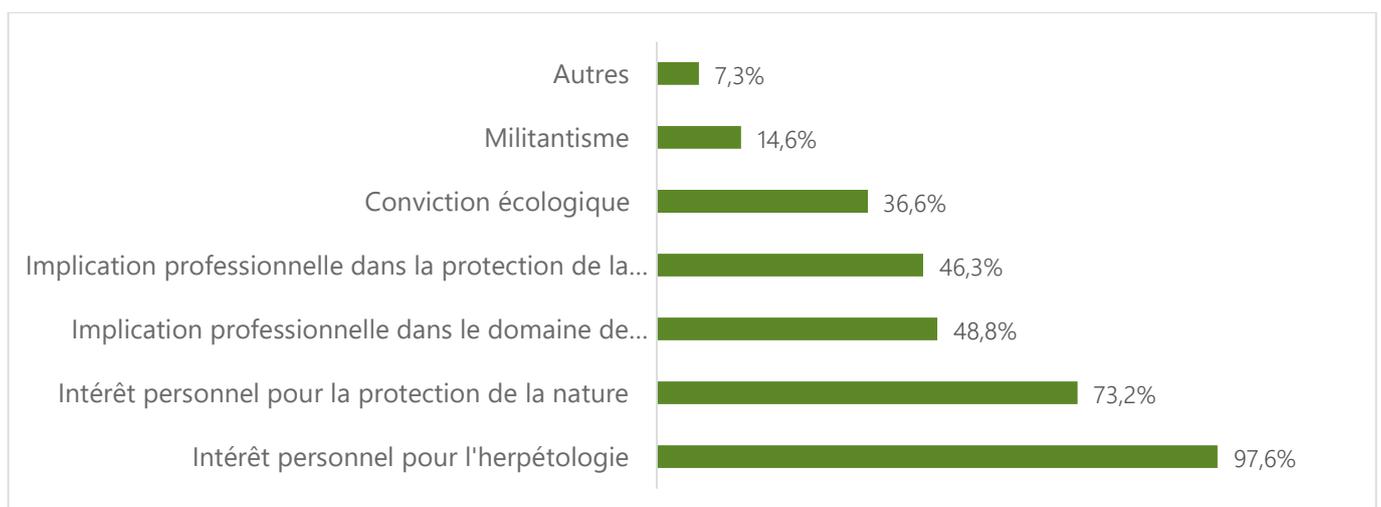
A. Adhésions

Sur les 41 répondants, les $\frac{3}{4}$ (31) affirmaient être à jour de leur cotisation et 7 ne savaient pas.

4 personnes n'ont renouvelé leur adhésion : 2 par choix et 2 par oubli.

Les principaux motifs d'adhésion exprimés sont, par ordre décroissant :

- Un intérêt personnel pour l'herpétologie ;
- Un intérêt personnel pour la protection de la nature ;
- Une implication professionnelle dans le domaine de l'herpétologie ;
- Une implication professionnelle dans la protection de la nature ;
- La conviction écologique.

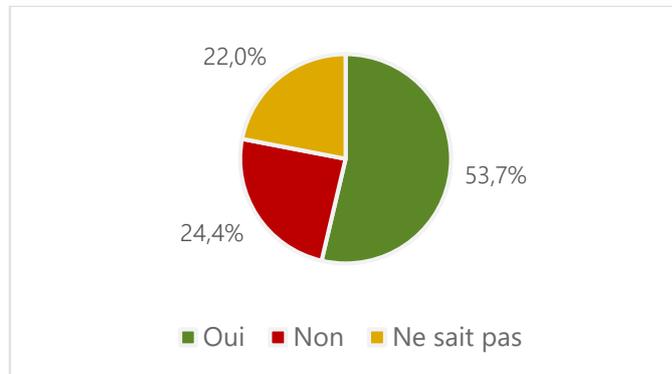


Le militantisme n'est évoqué que par 6 personnes.

3 réponses personnalisées ont été apportées :

- Souhait de partager avec d'autres personnes ayant les mêmes intérêts ou convictions et envie d'agir concrètement
- Etudiante souhaitant faire de l'herpétologie son métier
- Envie de collaborer avec la SHF et développer son réseau.

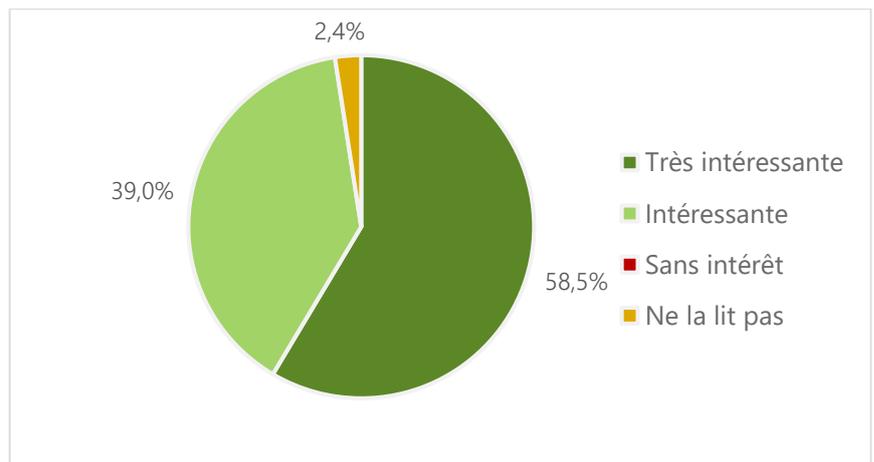
Enfin, plus de la moitié des répondants se disent favorables à la mise en place d'un renouvellement automatique avec prélèvement par SEPA, quand seulement un quart y est opposé.



B. Outils numériques

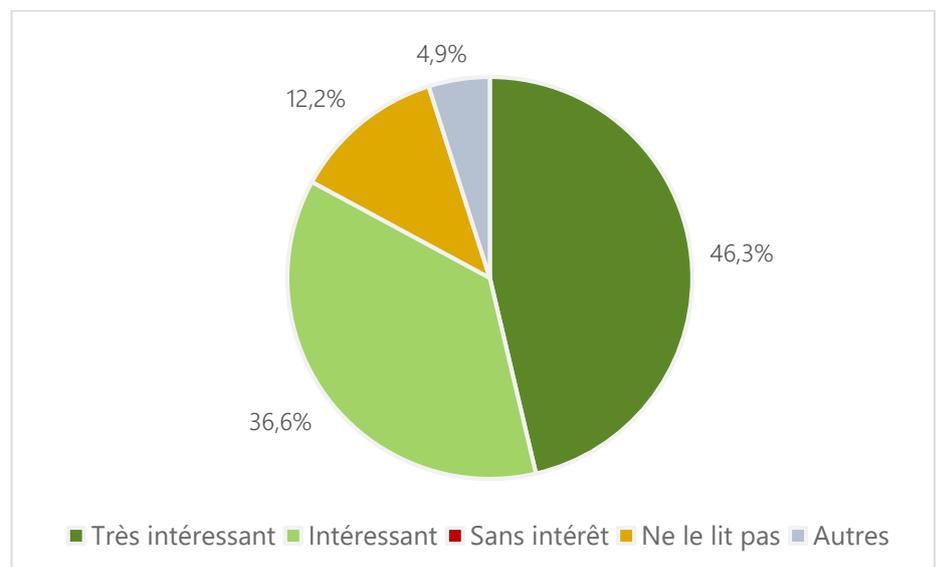
La Dépêche Herpétologique

40 personnes la trouvent intéressante à très intéressante.



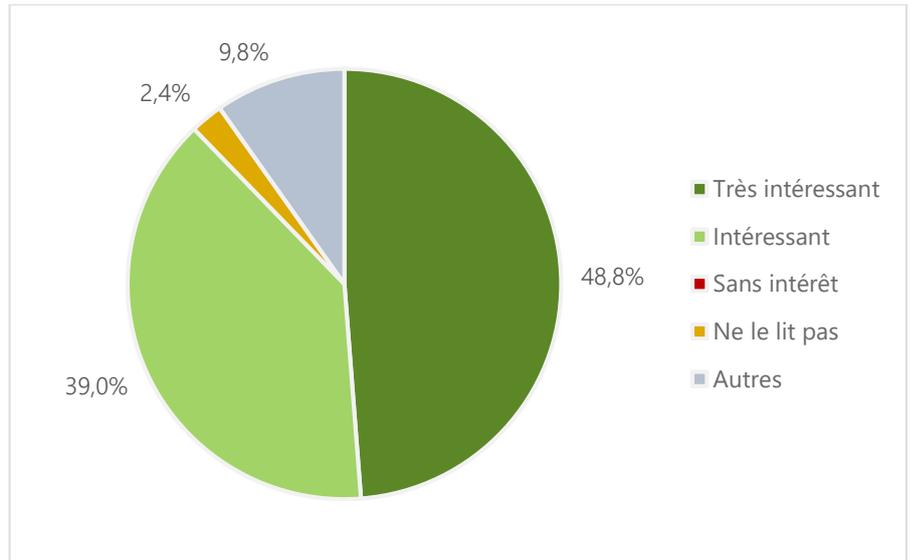
Herp me !

34 personnes le trouvent intéressant à très intéressant. Une remarque : « Dommage que ce soit presque exclusivement à propos de la faune d'outre-mer, j'aurais aimé avoir ces revues sur des espèces de la métropole ».



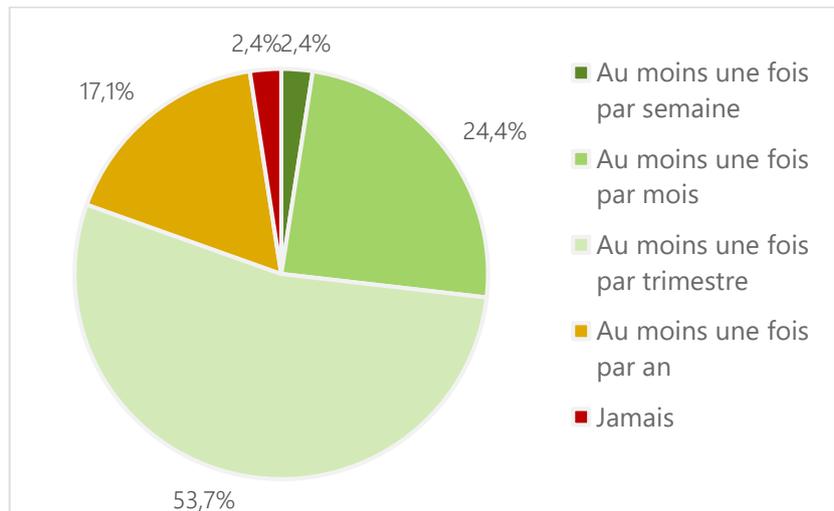
Bulletin scientifique

36 personnes le trouvent intéressant à très intéressant. Parmi les remarques : une demande pour une version papier, une critique sur le niveau (consignes aux auteurs, erreurs en anglais...).

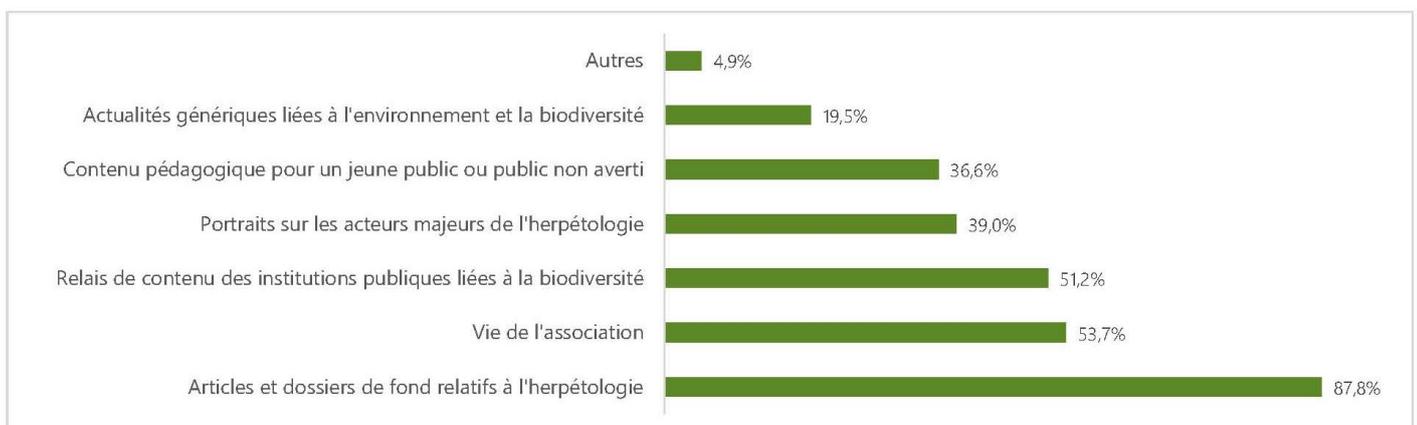


C. Site internet

Plus des $\frac{3}{4}$ des répondants consultent régulièrement le site internet de la SHF.



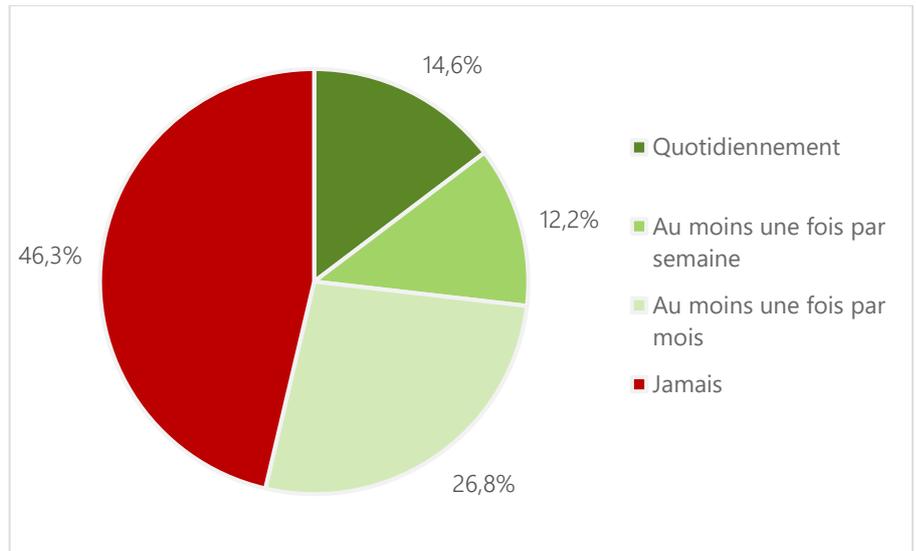
Les contenus plébiscités pour être développés sur le site internet de la SHF sont les suivants :



D. Réseaux sociaux

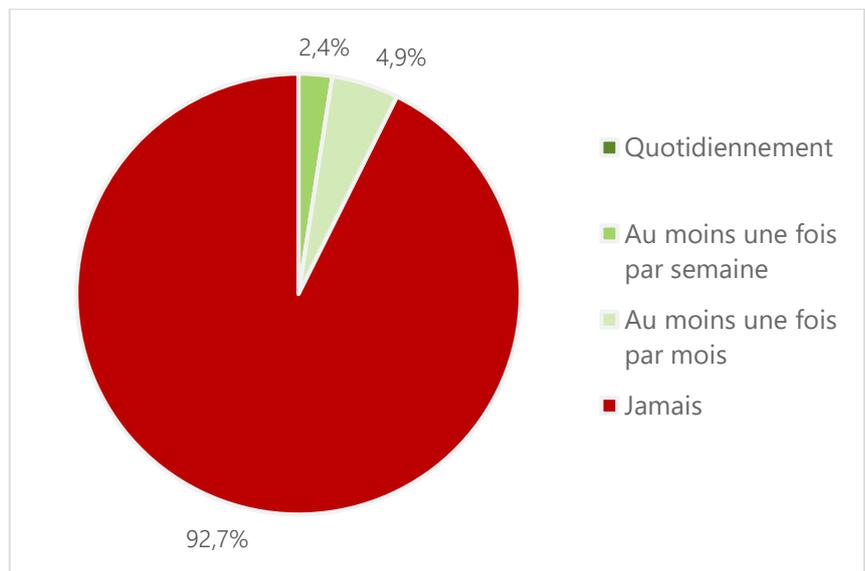
Facebook

Un peu plus de la moitié des répondants nous suivent régulièrement sur Facebook.



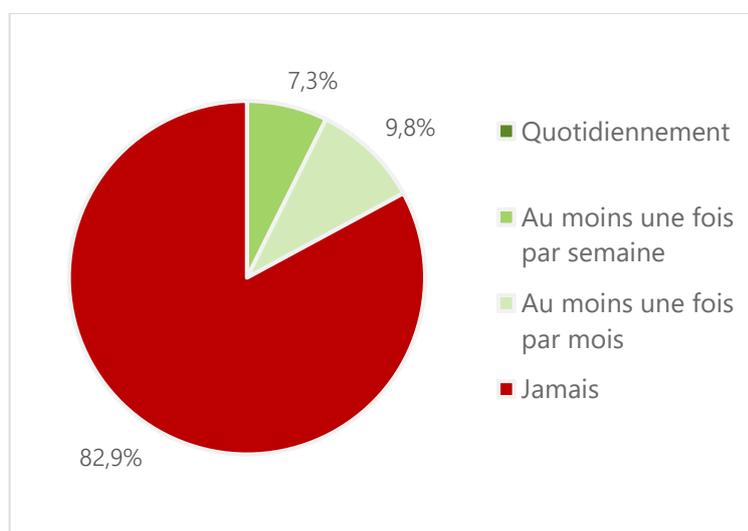
Twitter

Seuls 3 des répondants nous suivent sur Twitter.



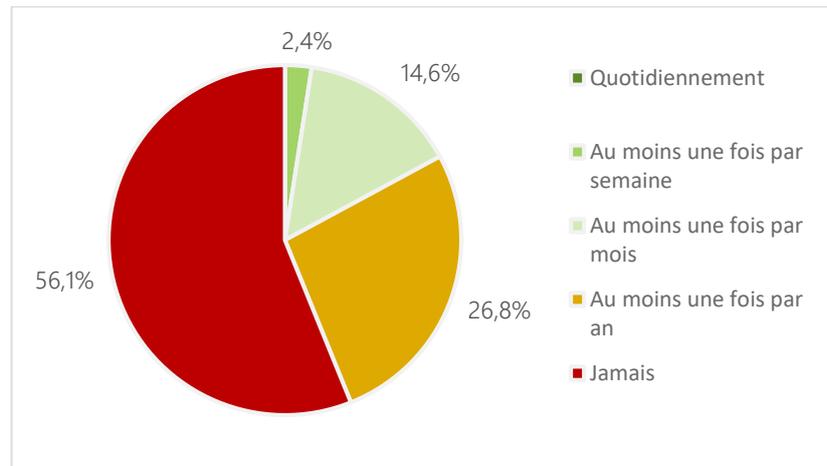
LinkedIn

7 répondants nous suivent régulièrement sur LinkedIn.



Youtube

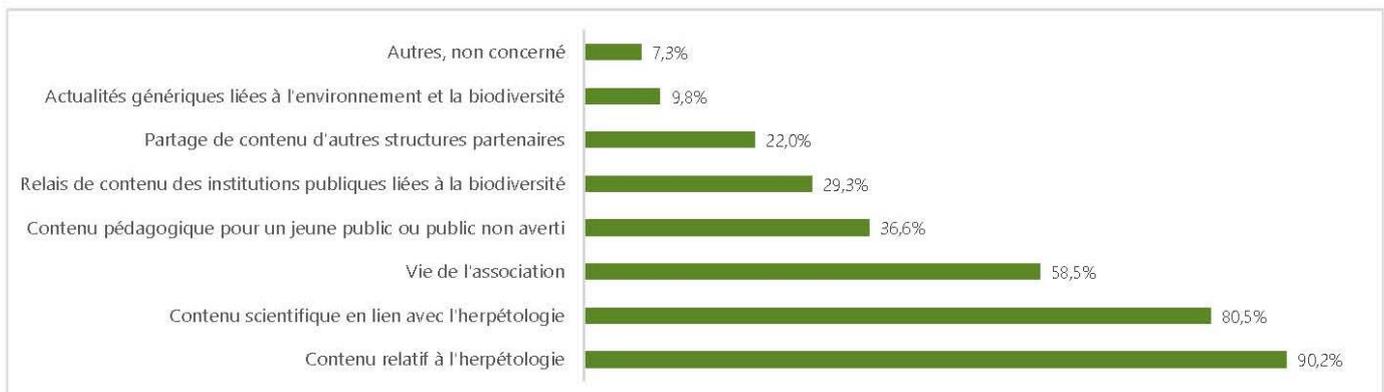
Près de 44 % des répondants nous suivent au moins occasionnellement sur Youtube.



16 personnes nous ont fait part de suggestions pour améliorer la présence de la SHF sur les réseaux sociaux. 7 concernent l'intérêt pour la SHF d'être également présente sur Instagram, avec le vecteur photographique qui peut être plus attractif. Sont également suggérés :

- Plus de posts (notamment graphiques pédagogiques, présentation d'espèces, publication de recherches scientifiques)
- Une présence sur TikTok pour toucher les plus jeunes ;
- Mettre en avant les réseaux sociaux sur le site internet ;
- Faire davantage participer les adhérents ;
- Recruter un(e) chargé(e) de mission spécialisé(e) dans la communication réseaux sociaux.

Les contenus plébiscités pour apparaître sur les réseaux sont détaillés dans le graphique ci-dessous.

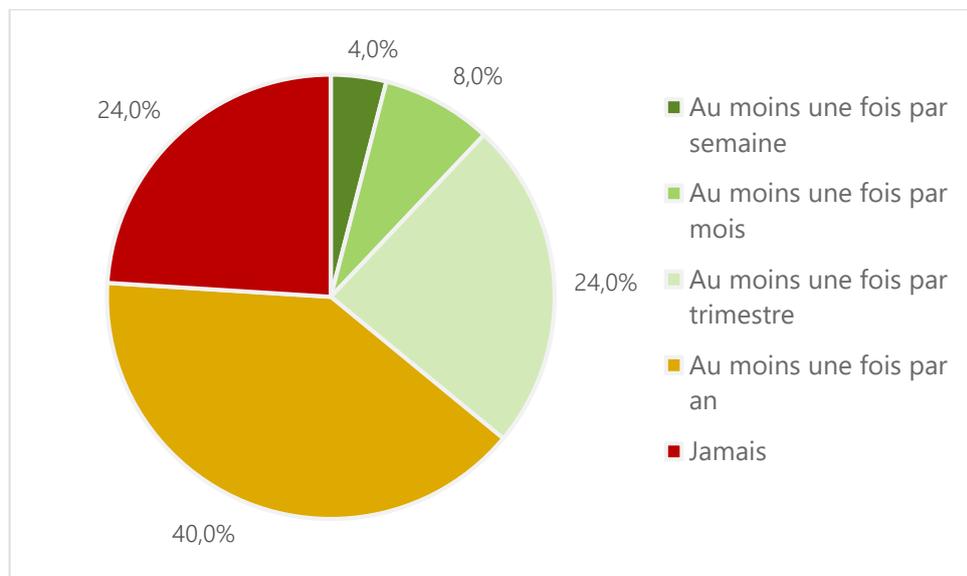


E. Animation du réseau

Plus de la moitié des répondants (23) connaissent le coordinateur régional de leur territoire.

Les $\frac{3}{4}$ d'entre eux sont en contact plus ou moins régulier avec lui (ou elle).

Les autres souhaiteraient majoritairement le (la) connaître (18 sur 19).



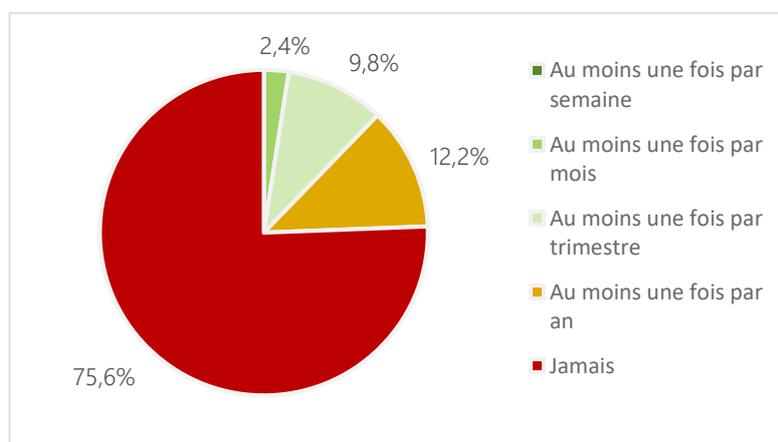
Les $\frac{2}{3}$ des répondants ont déjà participé au congrès de la SHF et s'en disent satisfaits (40,7 %) à très satisfaits (59,3 %).

Une personne évoque une réserve sur le fait que, les herpétologues étant majoritairement des hommes, elle ne se sente pas toujours à l'aise en tant que femme dans une assemblée à dominante masculine (pour info, la SHF compte à ce jour 79 femmes adhérentes, pour 231 hommes et 24 personnes morales).

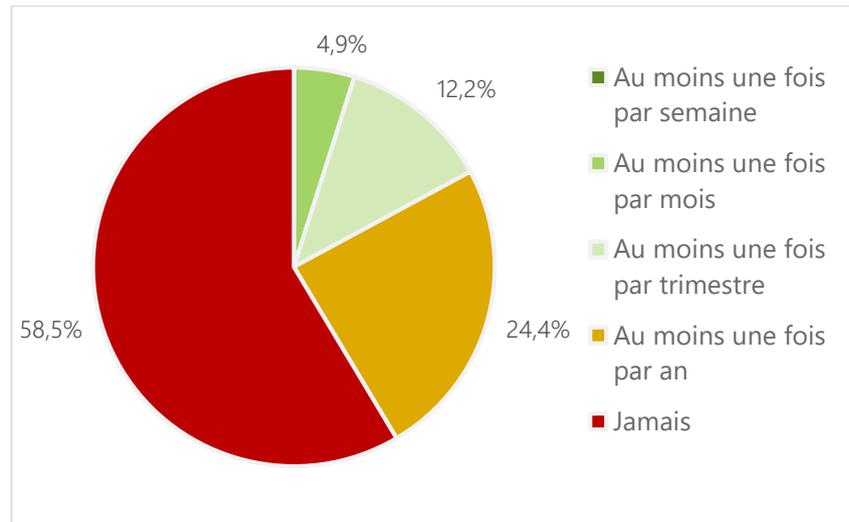
Plus de 85 % des répondants n'ont jamais participé aux Journées de la conservation des amphibiens et reptiles organisées à l'occasion du festival de Ménigoute. Les autres (6 personnes) s'en disent satisfaits à très satisfaits.

F. Base de données herpétologiques

Seul un petit quart des répondants utilise l'outil de saisie des observations de reptiles et d'amphibiens de France.



Et un gros tiers consulte le portail de restitution de la base nationale de données herpétologiques.



G. Commentaires libres

Un espace était laissé aux personnes souhaitant s'exprimer librement.

Ces commentaires concernent :

- La saisie des données naturalistes (utilisation occasionnelle de undragon.org, question de l'harmonisation des BDD) ;
- Les déclinaisons régionales (qu'elles soient plus actives : organisations de sorties, prospections, conférences locales...)
- La coopération avec et entre les membres
- Le numérique (trop présent dans la vie associative, souhait de supports papier)
- Les actions en faveur de la protection et la restauration des écosystèmes et des populations (à augmenter)
- La branche terrariophilie de la SHF (n'en entend plus parler).
-

II. Analyse et perspectives

Malgré un faible taux de réponse, l'enquête corrobore pour partie l'analyse du projet associatif. Pour mémoire, lors de l'élaboration de celui-ci, les membres avaient déjà été sollicités à deux reprises (à travers un atelier ayant réuni 18 participants en 2019 et un questionnaire en ligne auquel 80 personnes avaient répondu).

- L'expertise scientifique reconnue de la SHF
- Un manque de communication interne et externe
- L'absence de vie associative

En revanche, la volonté d'une association plus militante, mise en avant par le projet associatif, ne ressort pas de manière flagrante de la présente enquête (14,6 % des réponses).

Expertise scientifique

Les adhérents ont un fort intérêt pour l'herpétologie, et pour la plupart sont impliqués professionnellement dans ce domaine. Au-delà de l'engagement et du soutien à l'association, l'adhésion est un moyen de se créer un réseau, de se faire connaître, d'échanger avec d'autres herpétologues (cf commentaires étudiante par ex.).

Le contenu scientifique est également largement plébiscité (plus de 80 %) sur les réseaux sociaux (même si ce n'est peut-être pas le meilleur vecteur), de même que des articles et dossiers de fond sur l'herpétologie (près de 88 %) sur le site internet.

La qualité scientifique du congrès a par ailleurs été soulignée.

Une critique a cependant été formulée sur la rigueur de la revue scientifique >> Point de vigilance (la SHF reste une association savante).

L'expertise scientifique ne doit pas occulter les besoins et attentes des membres plus « amateurs » - ou des plus jeunes - dont certains avouent un certain manque de connaissances et un souhait de contenus plus pédagogiques et accessibles à tous. Elle doit être à la base d'une « vulgarisation de qualité », mais aussi d'actions de terrain motivées et de prises de position réfléchies (militantisme modéré).

Communication

Celle-ci existe bel et bien au sein de la SHF (différents outils numériques, réseaux sociaux), mais manque sans doute d'une organisation stratégique à travers un vrai plan de communication et effectivement un salarié (au moins partiellement) dédié. La définition d'un plan de communication est d'ailleurs une des actions de priorité moyenne définie dans le projet associatif.

Des pistes ont été évoquées pour améliorer notre visibilité, dont notamment une présence sur Instagram (voire TikTok), qui pourrait de plus être un moyen de faire participer nos adhérents (qui est une autre demande) par le post de photos par exemple. Mais c'est un autre format d'image et de texte à préparer et donc du temps, et le bénévole responsable de la Commission Communication ne peut actuellement faire plus. Il suggère pour l'instant d'intensifier les posts sur les réseaux existants, en se concentrant sur les infos SHF (à chaque sortie d'article de Herp me ! ou du bulletin, à chaque participation à une réunion en interne ou externe – photo à l'appui...).

Le site internet mériterait aussi d'être amélioré, même s'il est correct et fonctionnel.

Par ailleurs, le recours aux réseaux sociaux et autres mailings ne doit pas dispenser d'une communication plus « personnalisée » avec nos adhérents. En effet, cette « reconnaissance » est aujourd'hui le seul avantage potentiel à l'adhésion (toutes les ressources de la SHF étant gratuitement disponibles pour tous). Un répondant s'est d'ailleurs déclaré « heureux que la SHF se tourne vers ses adhérents ».

La dynamique se relance au niveau des coordinateurs régionaux, c'est sans doute une occasion de communiquer auprès de nos adhérents sur ce qui se fait « chez eux ».

Vie associative

Le congrès est un moment fort de la vie associative, apprécié et attendu. Néanmoins, il est le seul point de rencontre des adhérents (entre eux et avec les administrateurs, les autres bénévoles et l'équipe). L'attente est forte d'autres moments d'échanges (sorties, conférences locales...) et tout reste à faire dans ce domaine. Certains adhérents sont vraisemblablement prêts à s'investir et participer, mais cela nécessite de les connaître et d'avoir des ressources humaines dédiées à cette animation.

Le projet associatif a identifié la création d'un groupe de travail « Vie associative » comme une priorité forte, de même que la création d'un poste à mi-temps sur cette mission. Cette dernière option, dépendante des financements disponibles, est actuellement en cours de réflexion au sein de l'association.

Les personnes n'ayant pas renouvelé leur adhésion n'ont pas été interrogées sur les raisons de ce choix. Ceci dit, avec simplement deux représentants dans cette catégorie, les réponses n'auraient pas été

représentatives. Une enquête ciblée sur les anciens adhérents mériterait peut-être d'être réfléchi pour 2023.