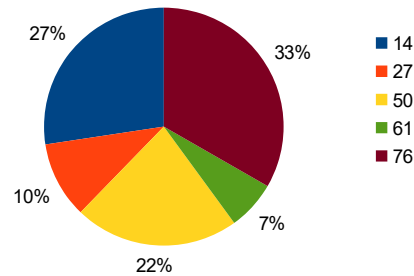


# Synthèse du questionnaire sociétaire Enercoop Normandie 2017

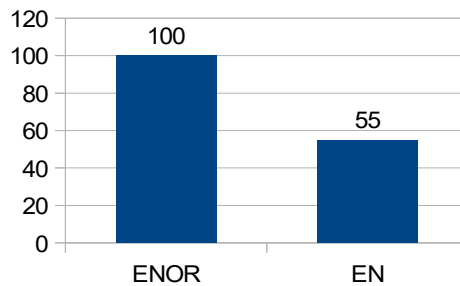
## I/ typologie des répondants

répartition géographique des répondants



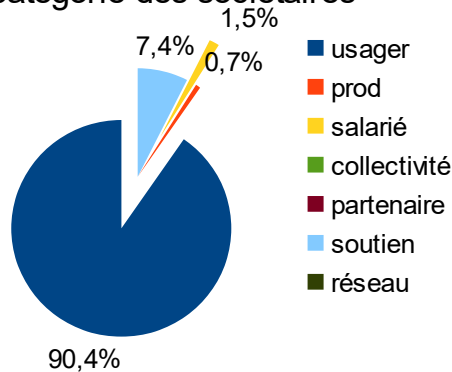
Parmi les **135 réponses au questionnaire**, on compte 93% particuliers, **7% de consommateurs à titre professionnel** et **7 élus**. 20 d'entre eux sont doubles sociétaires.

coopérative de rattachement



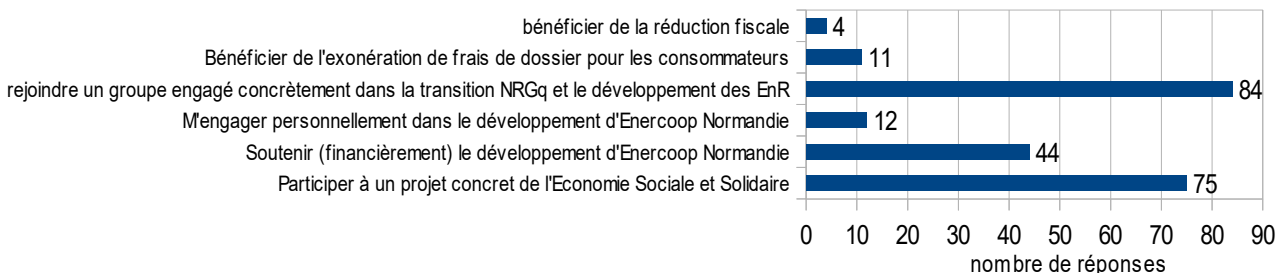
De manière prévisible, la grande majorité d'entre eux est issue de la catégorie des usagers.

catégorie des sociétaires



Les raisons qui les ont amené.e.s investir et s'investir dans la coopérative sont décrites dans le graphe suivant.

### Qu'est ce qui vous a motivé à devenir sociétaire ?

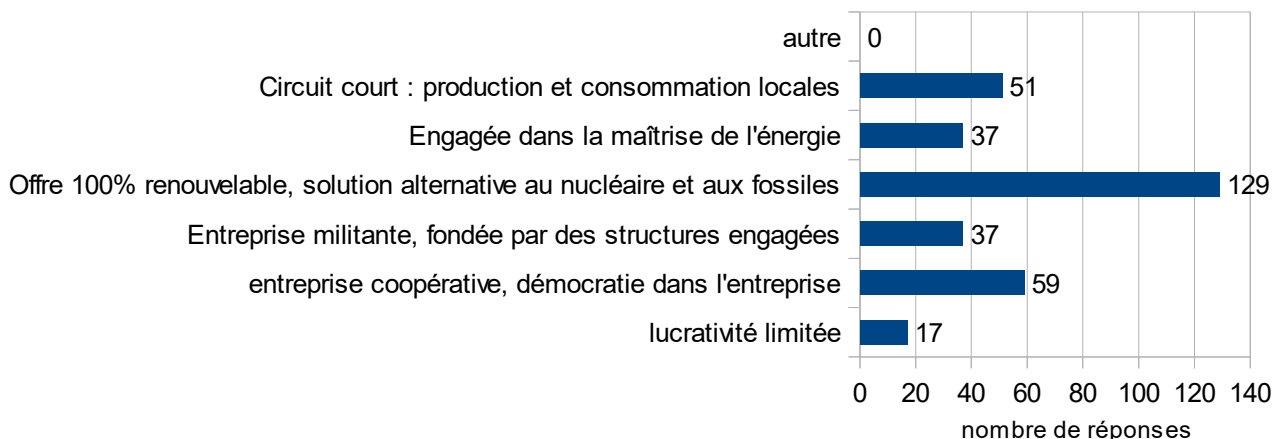


(3 réponses possibles)

Parmi les réponses "autre" (6), on retrouve les thèmes suivants : 4 citations "**sortir du nucléaire**" et 1 "**être actionnaire de mon fournisseur**".

Prosélytes, les sociétaires cherchent à convaincre leur entourage.

### Quels arguments utilisez vous pour convaincre votre entourage ?



### II/ communiquer avec Enercoop

97% des répondants estiment avoir **assez d'information**, 9% disent même en recevoir **trop**.

Lorsqu'on leur demande **quelles voies de communication ils préfèrent** pour s'informer :

- 47% citent la **lettre d'information**,
- 42% le **site internet**
- 36% seraient intéressés par des **vidéos**
- 17% souhaiteraient des **réunions publiques avec administrateurs** ou salariés
- 12% aimeraient **assister aux CA**
- 9% souhaiteraient passer par **un forum** et
- 6% par des webinaires

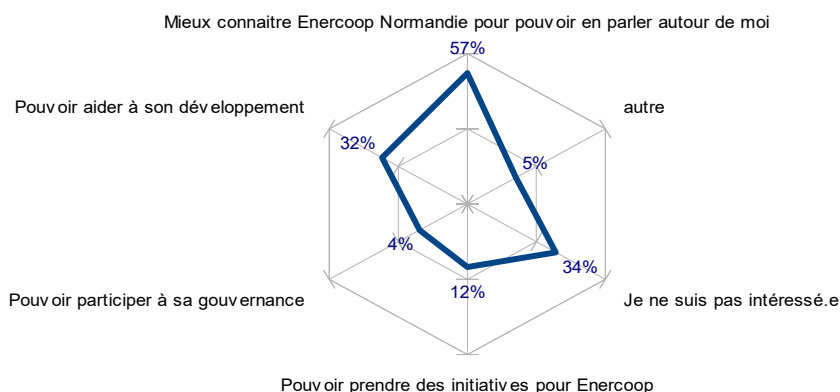
D'autres propositions ont été formulées : "**rencontrer des usagers [près de chez moi]**" (\*3).

Quelques **manques d'information** ont été exprimés, tels que notre "position sur le **compteur Linky**", "nos offres de **rachat d'électricité aux particuliers**", "qui sont précisément **les producteurs d'Enercoop ?**", "**la différence entre Enercoop et Enercoop Normandie ?**", "**comparatif entre fournisseurs**", "le lien humain dans l'entreprise", "la déduction fiscale", "**les groupes locaux**", "quelles aide à la mise en oeuvre de prod EnR individuelle ?", "quels **projets de production collectifs dans la région ?**", "quelle difficultés pour la production ENR/les producteurs ENR ?"

### III/ se former à Enercoop

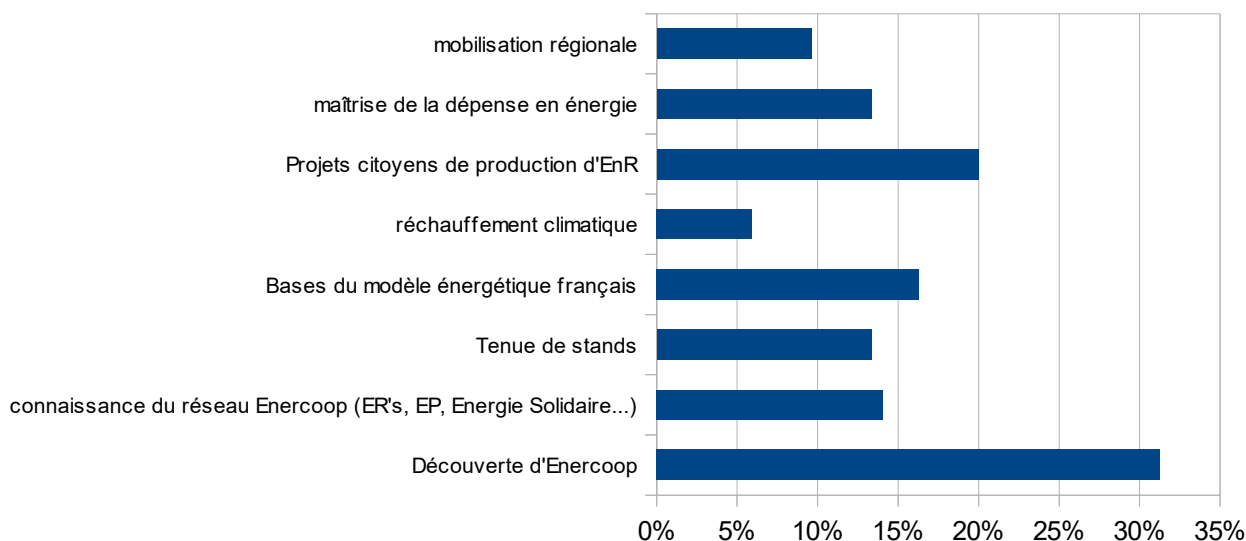
2 répondants sur 3 connaissant l'existence des **formations ambassadeurs**. 1/3 serait intéressé (48 réponses "intéressé.e") et 1/3 "pas intéressé.e". Voici leurs motivations :

#### pourquoi suivre une formation ambassadeur ?



Il.le.s souhaitent **monter en compétence** sur les sujets suivants :

### thématiques prioritaires de la formation



### IV/ participer à la gouvernance de la coopérative

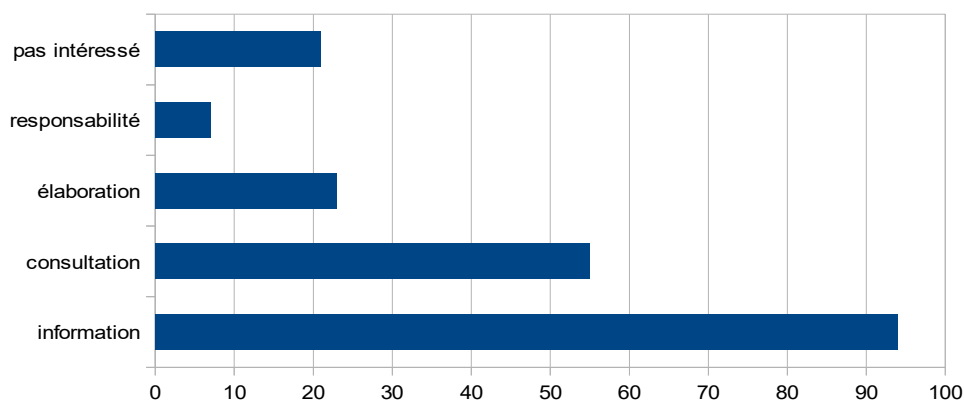
Sur les 135 répondants (450 sociétaires au moment du questionnaire), **41 indiquent qu'ils viendront participer à la prochaine AG** (soit 30%), et 30 répondants souhaiteraient **assister à un conseil d'administration (22%)**.

1 seul d'entre eux indique vouloir candidater au CA. Cette donnée mériterait une analyse plus approfondie sur son explication, car l'enjeu est fort pour ENOR en 2017 : plus de la moitié du CA doit être renouvelé à la prochaine AG.

Concernant les groupes locaux, axe fort de la dynamisation coopérative, **39 répondants (29%) savent que plusieurs groupes locaux** sont en train de se créer et **la moitié des sondés seraient intéressés d'en rejoindre un** s'il se créait près de chez eux.

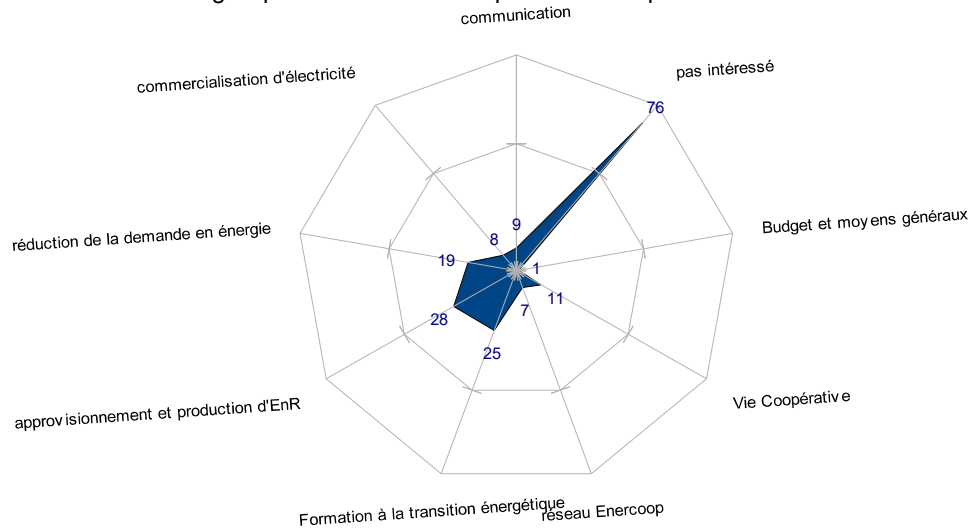
Sur les modalités de participation à la gouvernance, la question suivante était posée :

Concernant les décisions prises par les instances de gouvernance, souhaiteriez vous : ?



Lorsqu'on propose aux sociétaires de s'impliquer dans des travaux thématiques, ils indiquent vouloir s'impliquer de la manière suivante (sur 135 réponses) :

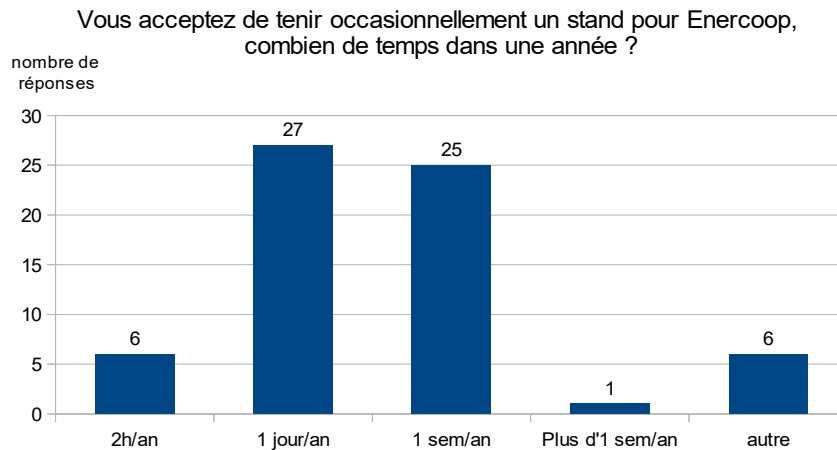
## Seriez vous intéressé.e de participer à un groupe de travail thématique d'Enercoop Normandie ?



Sur les problématiques réseau (telles que le nouveau modèle de gouvernance, le nouveau modèle économique, les prix de vente et pratiques commerciales, la charte d'approvisionnement, la charte d'essaimage,...), 40 répondants seraient intéressés de participer à la réflexion (consultation, débat,...).

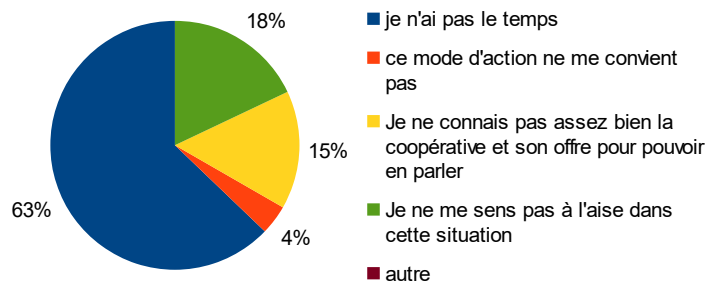
## V/ soutien au développement d'Enercoop Normandie

Lorqu'on leur pose la question, les sociétaires semblent savoir comment aider la coopérative, à 66/135. La moitié d'entre eux serait prête à participer à un stand, et expriment pouvoir y passer du temps dans les proportions suivantes :



**70 répondants ne souhaitent pas participer à des stands**, pour les raisons suivantes :

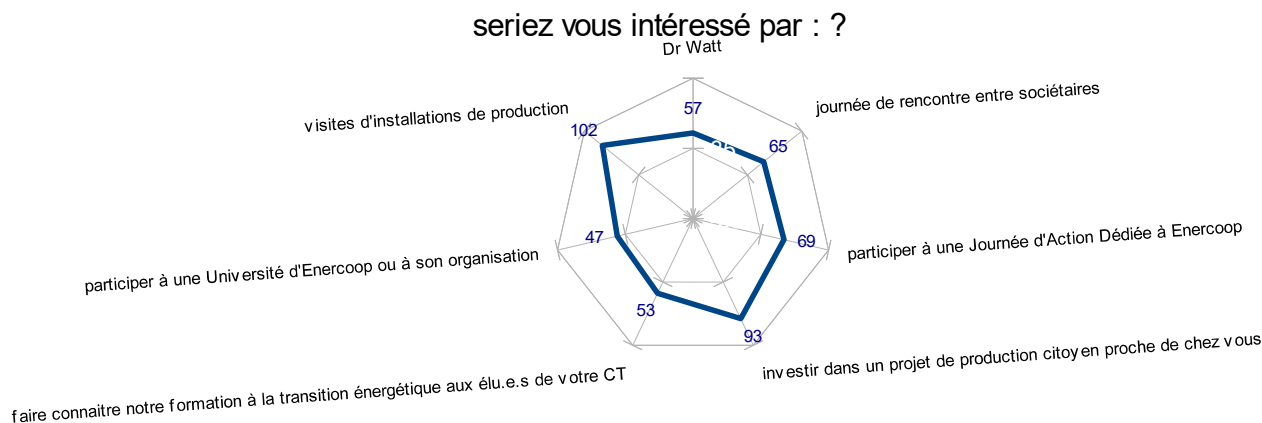
je n'ai pas envie de tenir un stand, car



Par ailleurs, 114 répondants sont **membres d'autres organisations et 43 d'entre eux.elles seraient prêt.e.s à y présenter Enercoop**. De même, 47 répondant.e.s (35%) seraient prêt.e.s à rencontrer les élu.e.s de leur collectivité pou leur parler d'Enercoop.

Pour aider Enercoop à avoir plus d'usager.e.s, les sociétaires ont exprimé plusieurs besoins : avoir **des supports, génériques** (flyers, argumentaires, données chiffrées, vidéos, scénario négaWatt...) ou spécifiques (questionnaire ciblés, contrat d'achat d'électricité, descriptif des producteurs, comparatif de la concurrence) de groupes locaux ou en tout cas d'une dynamique locale, et, plus globalement, de formation.

Parmi les activités proposées par Enercoop Normandie, les sociétaires seraient intéressés à y participer dans les proportions suivantes :



Lorsqu'on demande aux sociétaires **ce qu'il faudrait faire pour qu'Enercoop Normandie se développe**, les sociétaires avancent les propositions suivantes, parfois contradictoires :

- "**visibilité**", plus de comm grand public ("foires", "manifestations festives", "passer par les médias locaux", "radios", "plus de stands", "sortir de la seule sphère écolo", "rester au plus proche des usagers déjà conquis")
- "**parrainage** de nouveaux consommateurs"
- "**parler du risque nucléaire**"
- "**cibler les jeunes** (notamment étudiants)"
- "créer nos propres évènements"
- "**produire localement**" et "**développer de nouveaux projets** de production", s'outenir la production par les particuliers"
- "s'appuyer sur les réseaux associatifs locaux"
- "proposer des réunions publiques"
- "porter haut les valeurs de la transition"
- "animer le réseau des sociétaires comme axe prioritaire d'action"
- "mettre en avant ls consommateurs qui ont sauté le pas"
- "accentuer la communication/l'action en faveur des économies d'énergie"
- "développer des partenariats de communication, sous traiter la vente"
- "mobiliser les sociétaires pour faire de la pédagogie"