

# Positionnement et Notoriété

## Résultats de l'enquête menée auprès des adhérents

Le groupe de travail « Positionnement & Notoriété »

Merci à vous. Avec un taux de réponse de 23%, l'enquête réalisée auprès des adhérents par le groupe « Positionnement et Notoriété » est une réussite. Sans trop vous inonder de chiffres, l'objectif de cet article est de vous en livrer le plus précisément possible les résultats. Lors de la prochaine Assemblée Générale, nous pourrons alors débattre des orientations que nous souhaitons collectivement donner à notre association et des initiatives à lancer.

### Qui sommes-nous ?

Le jour de l'initialisation de l'enquête, ADELI comptait 135 adhérents. Nous avons envoyé un questionnaire électronique aux adhérents dont l'adresse électronique était valable dans le fichier des adhérents. Trente et une personnes ont répondu à ce questionnaire, soit un taux de réponse de 23%. Les connaisseurs nous assurent qu'il s'agit là d'une très bonne performance pour ce genre d'exercice.

Que ceux qui ont répondu en soient vivement remerciés. Ceux qui n'ont pas répondu ne doivent pas s'inquiéter : ils auront bien d'autres occasions de participer à la vie de l'association !

### Un peu d'état civil

La tranche d'âge majoritaire est celle des 45-60 ans. Le taux de féminisation est de 25% comme celui d'ADELI, et comme celui des cadres de la fonction informatique (d'après l'INSEE).

Les adhérents « individuels » ont répondu plus massivement que les adhérents « collectivités (entreprises) » : ces derniers forment en effet près de 30% de l'effectif des adhérents mais seulement 10% des répondants.

### Votre date d'adhésion ? Oh ! Il y a longtemps.

Quand on adhère à ADELI, c'est pour longtemps. Beaucoup ne se souviennent même plus de leur date d'adhésion.

Nous avons fêté les 30 ans d'ADELI l'année dernière. Sauf pour un seul répondant, les durées d'adhésions sont plus récentes :

- 6 ont adhéré avant 2000 ;
- 8 ont adhéré entre 2000 et 2005 ;
- 6 ont adhéré en 2006 ou 2007 ;
- 4 ont adhéré en 2008 ou 2009

### Les répondants sont-ils des hyperactifs au sein d'ADELI ?

Nous craignons que les réponses des personnes les plus actives au sein d'ADELI ne biaisent totalement les résultats de l'enquête. Il semble que ce biais soit limité et que les résultats présentés ne forment pas une boucle autoréflexive sur les « hyperactifs ».

Seuls, huit répondants sur trente et un participent à un groupe de travail. La moitié d'entre eux ont assisté à moins de trois rencontres « Autour d'un verre », beaucoup n'y sont jamais venu. Les deux tiers des répondants n'ont jamais proposé d'article pour la Lettre.

Il semble même que certains adhérents aient profité de cette occasion pour réfléchir et s'impliquer activement : les zones de commentaires du questionnaire ont souvent été agrandies ...

### Organisation et Qualité : une vision large pour des responsabilités multiples

Sur les trente et un adhérents ayant répondu, vingt-trois situent leur fonction dans les domaines de l'organisation et de la qualité, et parfois les deux. Seuls quatre adhérents ne citent qu'une seule fonction, relative aux Etudes ou à la Production informatique.

Une seule personne se reconnaît dans toutes les fonctions proposées.

Si certaines ne se positionnent dans aucune fonction spécifique, c'est probablement parce qu'elles s'intéressent à toutes les fonctions relatives à la maîtrise des SI : professeurs, consultants, auditeurs...

## Comment avez-vous connu ADELI ?

Sept répondants ont découvert notre association grâce à une de ses publications ou un article de presse. Seulement quatre d'entre eux nous ont connus via le web, et trois lors d'un salon.

Un adhérent sur deux a connu ADELI par l'intermédiaire d'une personne, d'un autre adhérent : un collègue de travail, une connaissance professionnelle, une relation personnelle.

Un concours de la plus belle histoire d'adhésion à ADELI devrait être organisé.

## Attentes des adhérents et points forts d'ADELI

---

### Pourquoi avez-vous adhéré à ADELI ?

Pour les besoins de notre enquête, nous avons classé les réponses suivant trois axes :

- l'accès privilégié à un contenu ;
- les contacts entre professionnels du SI ;
- les qualités intrinsèques de notre association.

Les réponses sur ces axes se recoupent puisque trois motifs d'adhésion étaient possibles pour chaque adhérent.

La moitié des réponses plébiscite l'accès privilégié à un contenu.

La qualité de La Lettre d'ADELI est unanimement reconnue. Les articles parus sont de bonne qualité. Les sujets sont abordés par des professionnels pour des professionnels.

La diversité des thèmes traités, dont la qualité des SI, permet de couvrir une fonction de synthèse, d'expertise et de veille.

Les lecteurs sont conscients du travail du Comité de lecture et de l'organisation nécessaire à une parution régulière.

Quarante pour cent des réponses privilégient le contact, les échanges et les débats entre professionnels.

Ce résultat est surprenant dans la mesure où les répondants sont relativement peu présents dans les groupes de travail et peu assidus à nos rencontres « Autour d'un verre ».

Néanmoins, le travail collectif sur des sujets divers est à l'honneur. Beaucoup viennent à ADELI pour faire la connaissance d'autres professionnels, sympathiques et passionnés.

L'objectif est le partage d'expériences et le débat, sans les contraintes de cloisonnement ou de hiérarchie qui s'installent d'office « au bureau ».

Enfin, quinze pour cent des réponses se réfèrent directement aux valeurs d'ADELI : sa réputation de sérieux, d'objectivité et d'indépendance par rapport aux fournisseurs de solution est mise en avant comme premier critère d'adhésion.

Cette catégorie ne s'oppose évidemment pas aux précédentes, mais les complète.

Elle émerge néanmoins sans aucune référence à un « service » proposé par ADELI.

### Nos points forts

Qualité des contenus et diversité des thèmes sont les deux points forts d'ADELI.

La qualité des productions et la diversité des thèmes abordés – traités dans un réel souci de sérieux et d'indépendance – rassemblent soixante-cinq pour cent des points forts énoncés par les répondants.

Sur ce point, les attentes des adhérents semblent satisfaites.

La convivialité (et les concepts qui s'y rapportent comme l'ambiance, les rencontres sympathiques,...) est considérée par dix-sept pour cent des répondants comme un point fort d'ADELI.

Doit-on rapprocher ce niveau des quarante pour cent de réponses qui privilégient le contact, les échanges et les débats entre professionnels ?

Sans la négliger, les répondants n'accordent qu'un poids relatif (17%) à l'organisation interne de l'association et à son existence depuis plus de trente ans.

Ceci est plutôt surprenant dans la mesure où nous avons vu que les adhérents d'ADELI l'étaient depuis une longue période et appréciaient l'efficacité de son organisation.

## Voies de progrès et question de notoriété

---

Seuls quelques répondants évoquent des voies de progrès vers l'extension à d'autres thèmes (comme la téléphonie) ou vers d'autres services (comme la certification de personne).

Deux voies de progrès sont clairement désignées : l'amélioration de la participation des membres au sein d'ADELI (44%) d'une part, la communication externe et la visibilité de l'association (35%) d'autre part.

Une plus grande participation de chaque membre permettrait de renforcer la qualité des productions, d'enrichir les thèmes traités et les points de vue qu'on peut leur apporter.

Trois propositions-types sont avancées pour accroître cette participation :

- multiplier les rencontres et les ateliers ;
- mieux se connaître entre adhérents ;
- utiliser les moyens de collaboration électroniques (mail, conférence en ligne,...).

Une meilleure communication externe permettrait de faire connaître les travaux produits au sein d'ADELI, et donc d'accroître les possibilités concrètes d'améliorer la « maîtrise des SI », qui est l'ambition de notre association.

De plus, cette communication ferait entrer ADELI dans un cercle vertueux : des personnes et des collectifs compétents et légitimes (entreprises, administrations, établissements d'enseignement,...) viendraient rejoindre ADELI et renforcer la qualité de ses productions et enrichir les thèmes traités...

À ce stade de l'enquête, la question explicite sur l'intérêt d'améliorer la notoriété d'ADELI était posée. Soixante-cinq pour cent des répondants y apportent une réponse positive.

Aucune réponse n'est explicitement négative, mais vingt-neuf pour cent des répondants ne se prononcent pas.

Quelques uns commentent leur réponse en évoquant le fait qu'une trop grande notoriété génère un risque « de récupération à des fins commerciales »...

## Suggestions vis-à-vis des activités d'ADELI

---

### Les groupes de travail

Seuls huit répondants participent à au moins un groupe de travail, ce qui n'a pas empêché certains d'émettre des suggestions pertinentes.

Une suggestion revient plusieurs fois : mieux cadrer les groupes de travail dans leurs objectifs de contenu, de livrable et de délai.

Par ailleurs, une utilisation plus poussée d'outils collaboratifs permettrait d'atténuer les contraintes de disponibilité et de géographie.

### La Lettre

La Lettre est lue, et bien lue. A quatre-vingt-dix pour cent, les répondants lisent plus de trois articles de La Lettre, tous les trimestres. Ils sont même quarante-cinq pour cent à la lire dans son intégralité !

Une majorité de répondants n'a jamais proposé d'article dans La Lettre. Toutefois, il semble que ce ne sont pas les envies et les idées qui manquent, puisque plusieurs suggestions de thèmes sont évoquées. Devons-nous alors nous interroger sur les obstacles au passage à l'acte ?

Plusieurs adhérents suggèrent des évolutions dans la « ligne éditoriale » : des articles plus courts, plus « vivants » comme des anecdotes ou des études de cas, plus attractifs. Et pourquoi pas : plus polémiques, voire incisifs.

Il semble qu'en amont de la rédaction, les « appels à communication » méritent d'être clarifiés, renforcés, répétés. En aval, la diffusion électronique de La Lettre n'a été évoquée qu'une seule fois.

### Les rencontres « Autour d'un verre »

La moitié des répondants a participé à plus de trois rencontres « Autour d'un verre », alors qu'un tiers des répondants n'y a jamais participé. Il est vrai que la formule convient moins bien à ceux qui sont basés en province, ou dans une lointaine banlieue ...

Ceux qui ont participé à plus de sept rencontres appartiennent tous au Comité. Ce résultat est fortement biaisé puisque les réunions du Comité ont lieu mensuellement, et juste avant les présentations des conférenciers.

Comme pour La Lettre, la qualité des contenus et de leur traitement (exposé et débat) ainsi que la variété des thèmes abordés génèrent une forte satisfaction.

Comme pour La Lettre, les envies et les idées de thèmes ne manquent pas. Même si certains ne se sentent pas « prêts », on peut être agréablement surpris du nombre de personnes se sentant capables d'animer une rencontre.

Il est vrai que nos adhérents sont majoritairement des professionnels confirmés, qui connaissent leur sujet. Qui osera passer à l'acte en 2010 ? Un conseil : réservez votre tour !

### **La présence dans les salons**

Après celle des dinosaures, serait-ce la disparition des salons professionnels ? La majorité des répondants ne va pas dans les salons. Est-ce une raison suffisante pour ne pas visiter le stand ADELI ?

Ceux qui vont dans les salons (parfois ou souvent) cherchent surtout des contacts avec des fournisseurs.

Evidemment, les membres d'ADELI qui visitent le stand ADELI cherchent des contacts avec les adhérents, voire avec les futurs adhérents.

Depuis plusieurs années, ADELI est présent au salon Sisqual (Qualité) et aux RMP (Rencontres du Management de Projet). Il ne se dégage pas vraiment d'autres salons où la présence d'ADELI serait vraiment opportune.

### **Le site web : [www.adeli.org](http://www.adeli.org)**

Seule notre Présidente visite le site plusieurs fois par semaine : il est vrai qu'elle en est le webmaster ! Notre Secrétaire y déploie également une forte activité de mise à jour.

Pour la majeure partie des répondants, les visites du site se font trimestriellement (43%) ou mensuellement (35%). Une petite minorité passe sur le site une fois par semaine environ.

La majeure partie des suggestions concernant le site réclame plus de simplicité d'utilisation pour plus de fonctionnalités complexes : un dilemme bien connu en informatique ;-).

Gageons qu'il sera résolu par la refonte actuellement en cours.

Une personne suggère d'émettre des courriels d'information (push) lors de certaines mises à jour judicieuses.

Une autre soulève la politique d'ouverture/fermeture vis-à-vis des simples visiteurs par rapport aux membres.

On rappelle que les visiteurs peuvent accéder librement aux articles datant de plus de deux ans. Un autre aimerait bien connaître le profil des visiteurs qui parcourent notre site web.

### **L'Assemblée Générale**

La moitié des répondants n'a jamais assisté à notre Assemblée Générale, pour des raisons de géographie ou de disponibilité.

Certains ont fait un effort, une fois, par curiosité. Il semble que les habitués désirent dépoussiérer la formule actuelle qu'ils trouvent trop ennuyeuse (présentation et vote des rapports financier et moral).

### **Les adhérents d'ADELI et leurs autres associations**

Un tiers des répondants sont adhérents ou fréquentent d'autres associations, dont certaines sont en relation avec la « maîtrise des SI », qu'elles soient ou non partenaires d'ADELI.

Leurs motivations vis-à-vis de ces associations semblent les mêmes que celles exprimées vis-à-vis d'ADELI : accès à des contenus, rencontres et partages d'expérience entre professionnels. ▲

***Le groupe de travail  
« Positionnement & Notoriété »***