

Enquête Rapport mai 2025



MIEUX COMPRENDRE POUR AGIR.

GPV à l'écoute de ses membres

RESUME

À l'heure où les attentes évoluent et où les énergies se renouvellent, notre association Générations Péone Valberg a souhaité prendre un temps d'écoute. Cette enquête menée lors de notre assemblée générale 2025 a un objectif simple : mieux connaître nos membres, leurs envies, leurs habitudes, leurs idées.

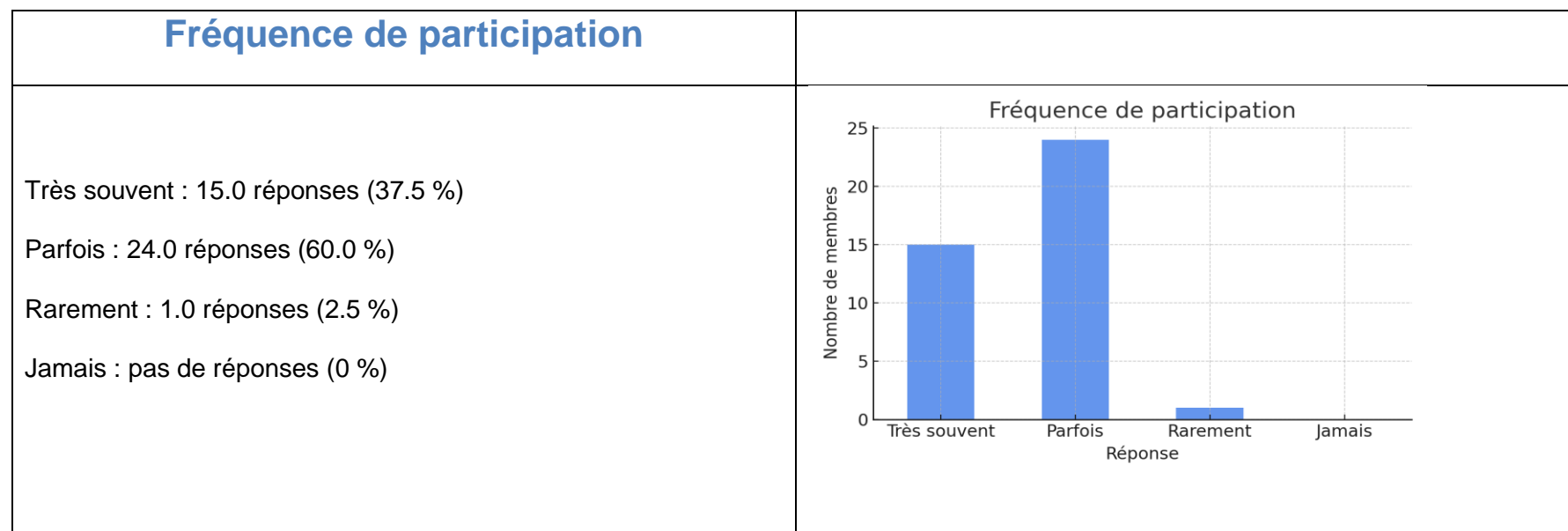


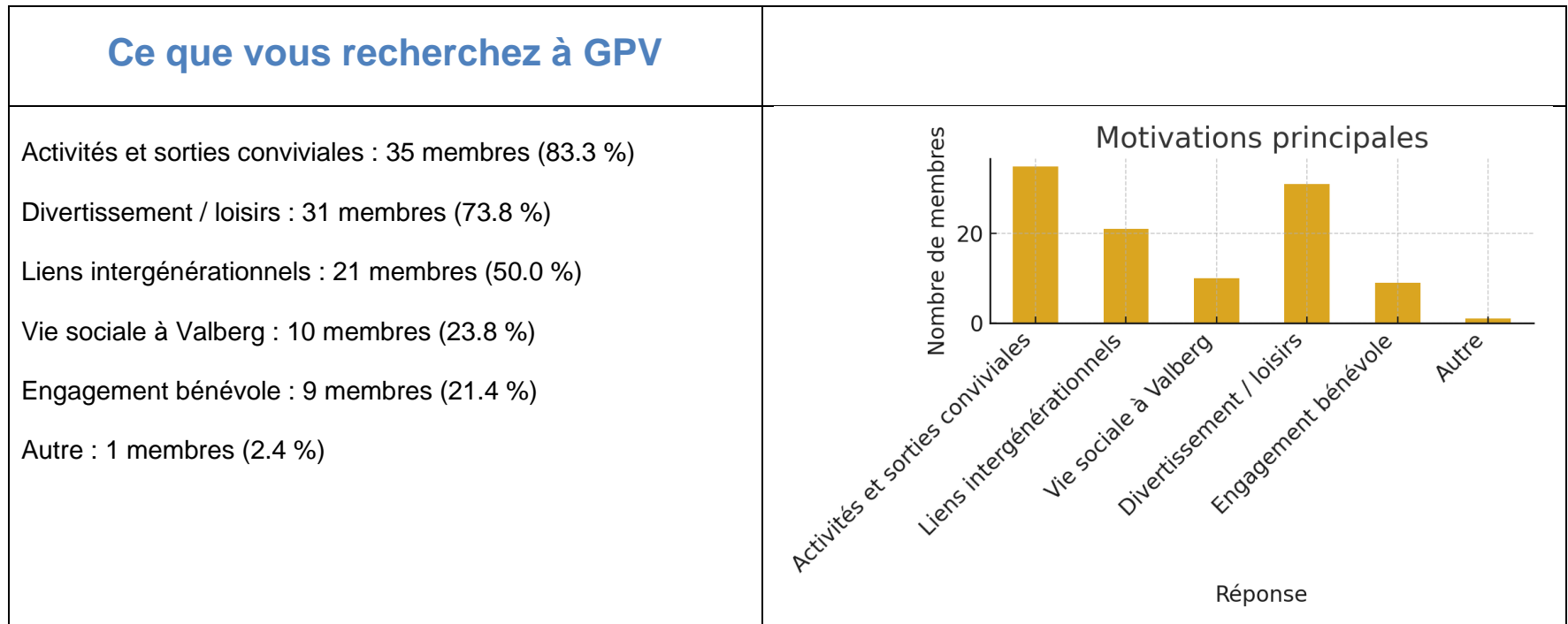
Rapport complet - Questionnaire GPV 2025

Ce rapport présente une synthèse complète du questionnaire 2025 adressé aux membres de Générations Péone Valberg. Il inclut les réponses chiffrées à chaque question, des observations commentées et une analyse stratégique en conclusion.

Nombre total de questionnaires analysés : 42

Les pourcentages indiquent la proportion de répondants ayant sélectionné chaque proposition.





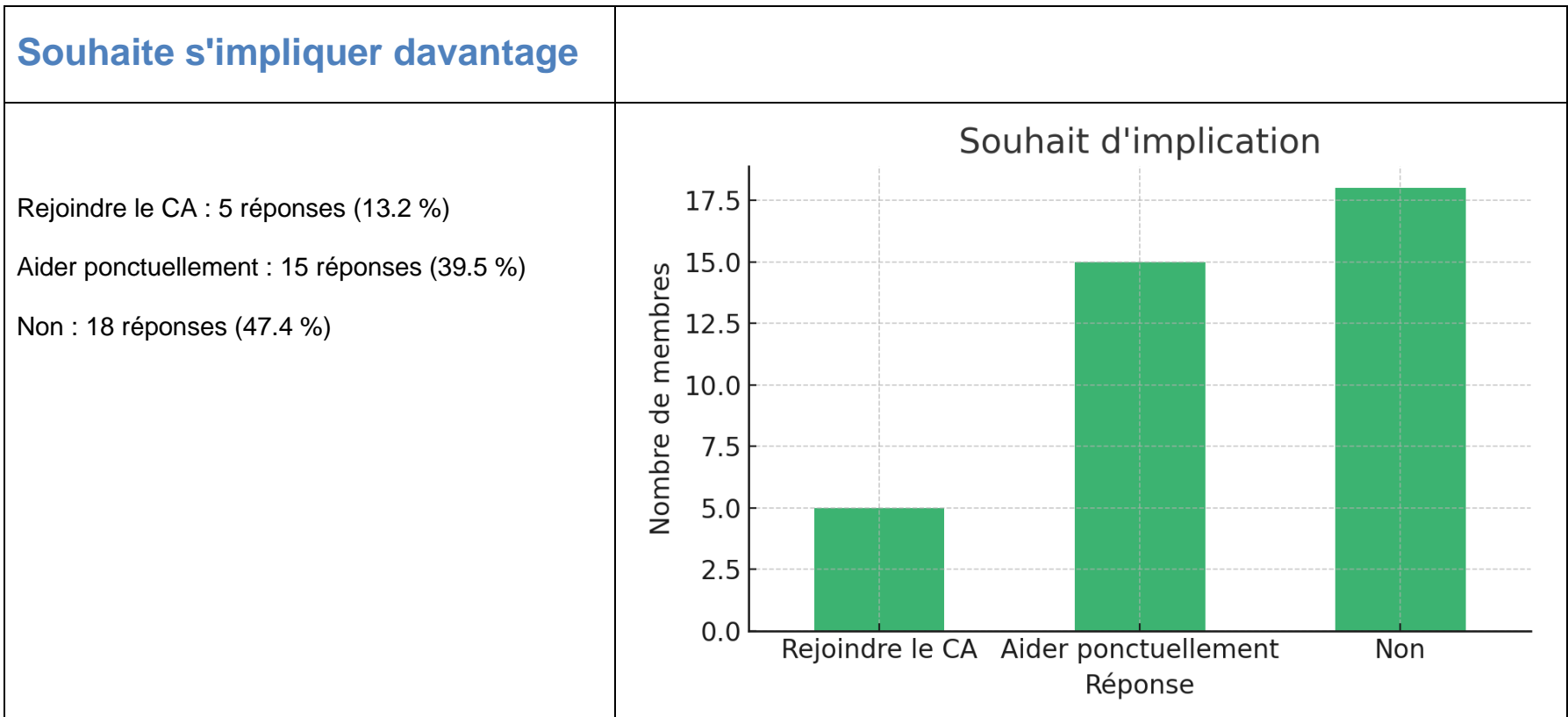
Les réponses à cette question sont particulièrement révélatrices de l'identité actuelle du club et des attentes de ses membres.

Analyse approfondie : Ce que les membres recherchent chez GPV

Les membres expriment une recherche de moments conviviaux, de partage simple et chaleureux, où les repas, les jeux ou les sorties créent du lien.

En résumé :

GPV est vu avant tout comme un espace convivial et récréatif, un refuge social ponctuel, et non comme un lieu d'engagement ou de transformation. Cela conforte les choix faits ces dernières années, mais pose aussi la question de l'évolution du rôle du club dans les années à venir.



Les résultats de cette question confirment une tendance déjà pressentie par l'équipe : les membres aiment participer aux activités, mais très peu souhaitent s'impliquer dans l'organisation

Analyse Approfondie : L'implication dans la vie du club

- À ce jour, un membre parmi quarante-deux considère la possibilité de faire partie du conseil d'administration, cependant, cette intention ne se concrétisera pas avant 2026, les quatre autres membres étant déjà actifs au sein du CA
- Une quinzaine sont disposés à aider ponctuellement, souvent de façon informelle.
- Et près de la moitié déclarent clairement ne pas vouloir s'impliquer.

Un club pour consommer... mais pas pour construire ?

GPV est aujourd'hui perçu comme un lieu chaleureux où l'on vient manger, jouer, rigoler... mais rarement pour s'impliquer dans l'organisation.

Il ne s'agit pas ici de blâmer qui que ce soit. C'est une évolution sociétale classique : les retraités d'aujourd'hui veulent profiter, mais pas forcément replonger dans les responsabilités.

Le risque à terme

Si cette tendance se confirme, le club risque de reposer sur un tout petit noyau actif, avec un risque d'épuisement, voire d'arrêt.

Et maintenant ?

- Proposer des formes d'implication courtes, concrètes et valorisées.
- Créer une "culture du coup de main" plutôt qu'un appel à bénévolat formel.
- Et pourquoi pas... une fête des aidants du club, pour remercier les petites mains discrètes

Activités souhaitées

Repas à thème : 22 membres (52.4 %)

Voyages organisés : 19 membres (45.2 %)

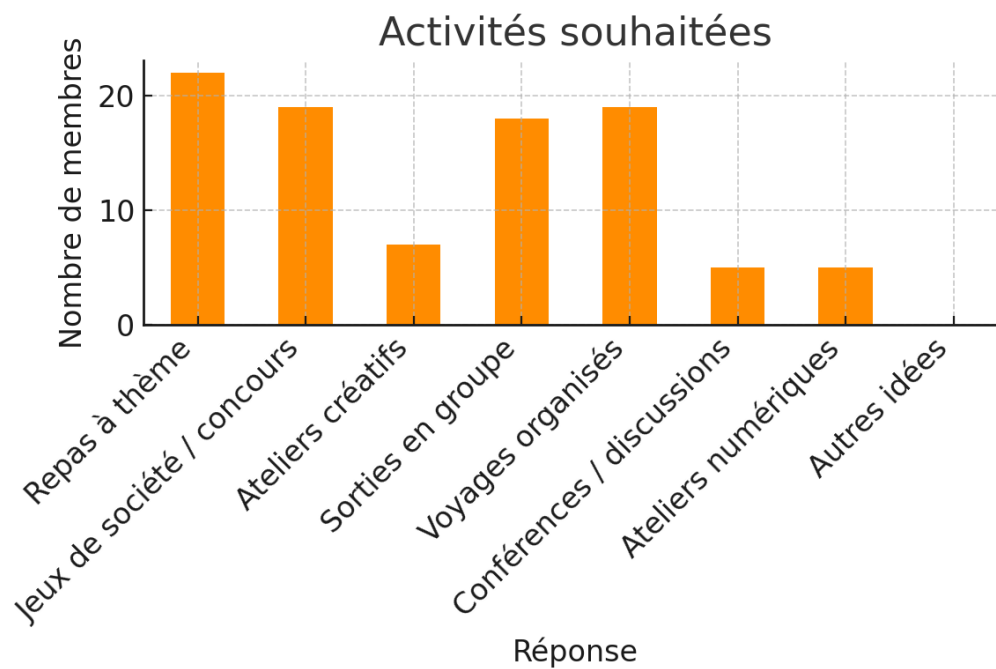
Jeux de société / concours : 19 membres (45.2 %)

Sorties en groupe : 18 membres (42.9 %)

Ateliers créatifs : 7 membres (16.7 %)

Conférences / discussions : 5 membres (11.9 %)

Ateliers numériques : 5 membres (11.9 %)



Analyse croisée : Activités souhaitées (Q9) vos Motivations (Q6)

La Question 6, montre que les membres viennent à GPV pour :

- la convivialité,
- le divertissement,
- et les liens sociaux.

La Question 9, quant à elle, traduit ce besoin en activités concrètes. Et sans surprise, les réponses confirment une forte attente de plaisir partagé :

Les grands classiques plébiscités

- Repas à thème – 88 %
- Voyages organisés – 76 %
- Jeux de société et concours – 76 %
- Sorties en groupe – 72 %

Ces chiffres confirment que l'ambiance GPV repose avant tout sur le plaisir simple d'être ensemble, avec une préférence marquée pour des activités gourmandes, joyeuses et collectives.

Et les nouveautés ?

- Ateliers numériques – 9,5 %
- Conférences et discussions – 12 %
- Ateliers créatifs – 24 %

Ces activités plus intellectuelles ou modernes attirent peu pour l'instant. Il faudra sans doute les proposer de manière ludique, optionnelle et bien accompagnée.

Suggestions libres Parmi les réponses libres, une proposition se démarque : Balade botanique sur les plantes de montagne. Une idée locale, intergénérationnelle, culturelle et accessible. Elle mérite une place dans le programme 2026.

Recommandation

Proposer un panier d'activités équilibré :

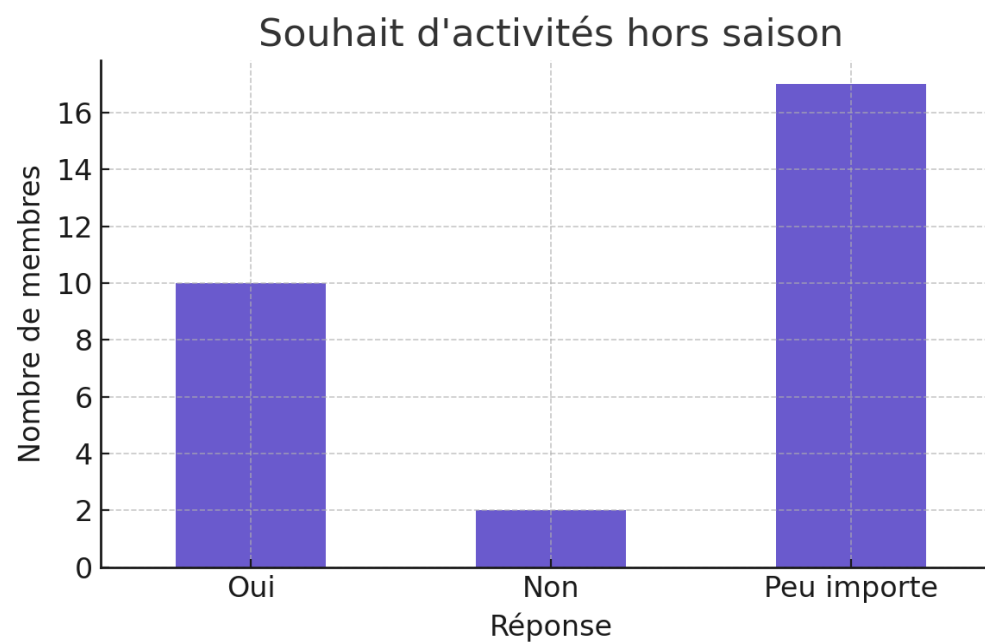
- 70 % de valeurs sûres (repas, jeux, voyages)
- 20 % d'activités nouvelles mais faciles à adopter (balades, ateliers découverte)
- 10 % de "graines" à tester (numérique, conférences, etc.)

Souhaitez-vous des activités hors saison ?

Oui : 10 membres (23.8 %)

Non : 2 membres (4.8 %)

Peu importe : 17 membres (40.5 %)



Analyse Approfondie : Activités hors saison

Sur l'ensemble des réponses, près de 25 % des membres souhaitent des activités hors saison. En regardant de plus près les codes postaux des répondants favorables, une tendance nette apparaît :

- 06470 (Valberg/Péone) arrive en tête, avec 8 réponses.
- 06340 (Drap) suit, mais il s'agit des deux membres du bureau.

Ce sont donc avant tout les résidents permanents ou les personnes fortement impliquées dans le club qui manifestent cet intérêt.

Synthèse générale et plan d'action – Questionnaire GPV 2025

Bilan général

Le questionnaire 2025 a permis de mieux comprendre les attentes, les pratiques et les motivations des membres de GPV. Les résultats confirment que le club bénéficie d'une forte adhésion sur le plan de la convivialité, du plaisir partagé et de la fidélité aux activités traditionnelles. En revanche, l'engagement dans l'organisation reste limité, et les activités plus innovantes ou culturelles suscitent peu d'enthousiasme.

Le club est donc perçu avant tout comme un lieu de détente, de lien social ponctuel, et non comme un espace d'engagement durable ou de co-construction.

Constats clés

- Forte attente autour des repas, voyages et jeux.
- Faible mobilisation bénévole (culture de consommation).
- Un public attaché à la tradition, curieux mais prudent sur les nouveautés.
- Des propositions nouvelles émergent (plantes, balades, numérique) mais restent minoritaires.
- Les résidents permanents sont plus enclins à demander des activités hors saison.

Plan de mise en œuvre – 2025

1. Consolider les fondamentaux

- Maintenir et valoriser les repas à thème, jeux, concours et voyages.
- Mettre en lumière l'ambiance chaleureuse du club (photos, témoignages, affichage).

2. Encourager une participation douce

- Créer des micro-rôles simples et valorisants (mise en place, accueil, dessert...).
- Mettre en place une carte 'Coup de main du mois' avec tirage au sort d'un petit lot symbolique.
- Organiser une réunion ludique : « GPV, qui fait quoi ? »

3. Tester des nouveautés à petite échelle

- Lancer un atelier 'plantes de montagne' ou 'balade commentée'.
- Proposer un cycle numérique de 3 séances sur volontariat.
- Inclure une activité créative simple à chaque trimestre.

4. Répondre aux besoins spécifiques des résidents

- Programmer un ou deux rendez-vous hors saison ciblés (ex. soupe d'hiver + loto).
- Envisager un partenariat local (office de tourisme, bibliothèque).

Conclusion

GPV ne manque ni d'idées, ni d'enthousiasme latent. À nous de l'activer ensemble, pas à pas.

Merci à toutes celles et ceux qui ont pris le temps de répondre à ce questionnaire. Vos réponses nourrissent l'avenir de GPV — un club à votre image.