



ARSCICADE-HABITAT

Rapport de synthèse du sondage adhérents sur la communication Décembre 2025

Résumé visuel des résultats

Février 2026

Modalités

- Sondage réalisé entre décembre 2025 et janvier 2026, sur la base de 197 adhérents consultés, avec un taux de réponse représentatif :

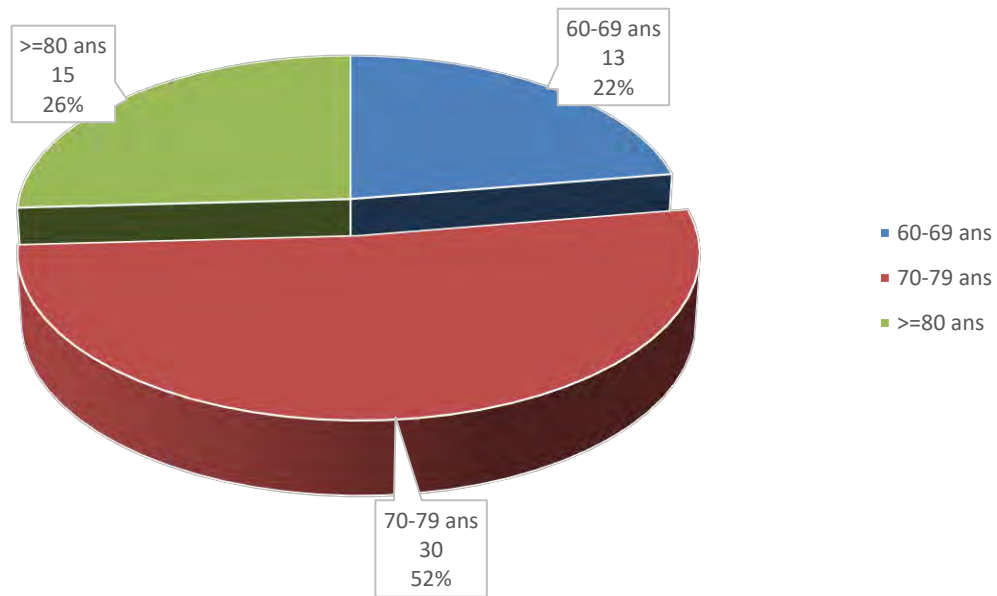
29,5% - 58 réponses

1. Profil des répondants

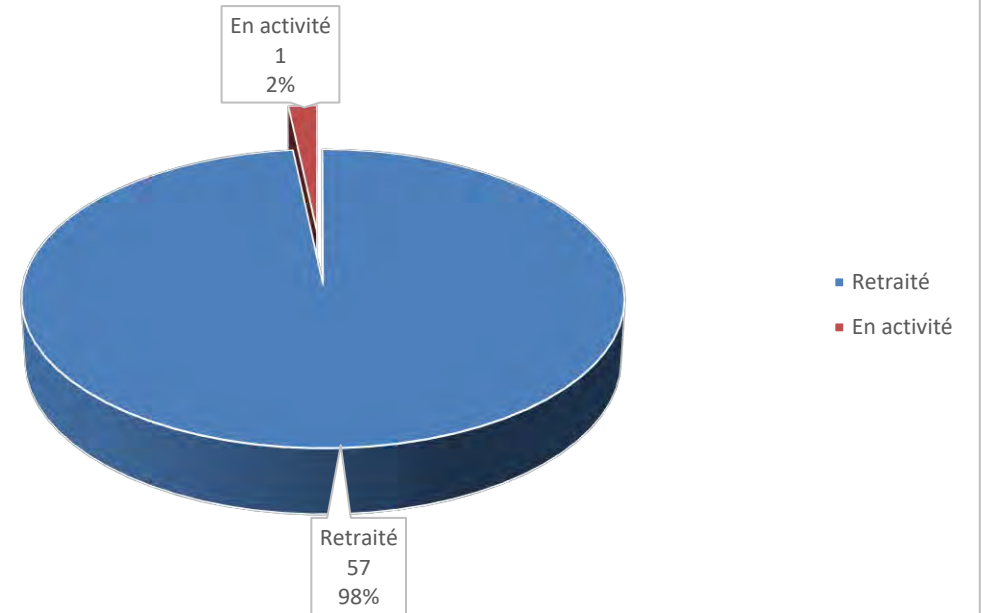
- Âge majoritairement 70-79 ans : 52 %
- 98% de retraités
- 93% avec adresse e-mail personnelle
- 78% à l'aise avec Internet

1. Profil des répondants

1.1 Âge
1= <60 / 2= 60-69 / 3= 70-79 / 4= >=80

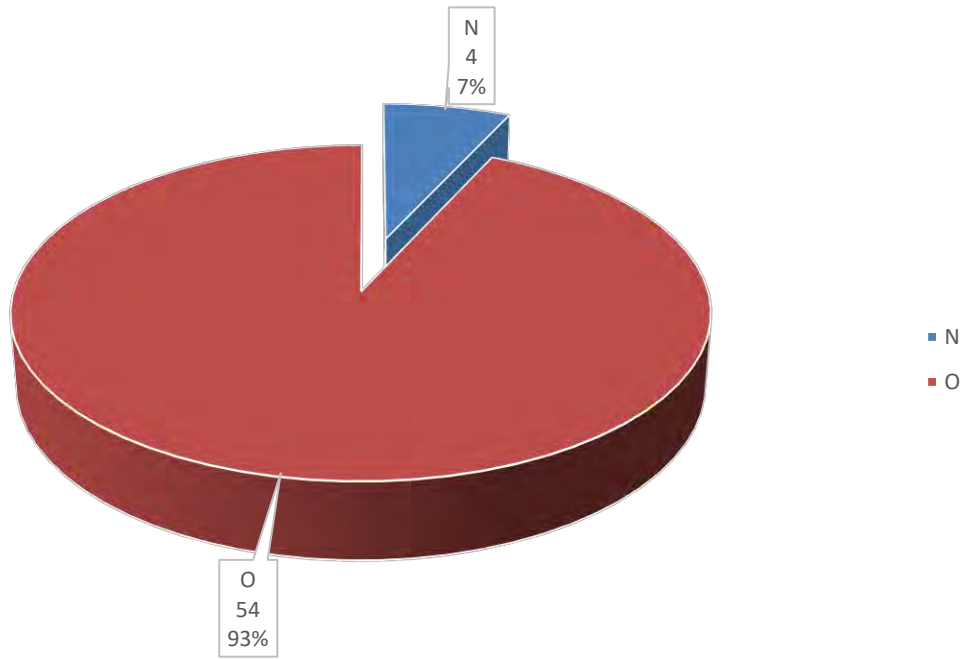


1.2 Situation
1=Retraité / 2=En activité / 3=Autre

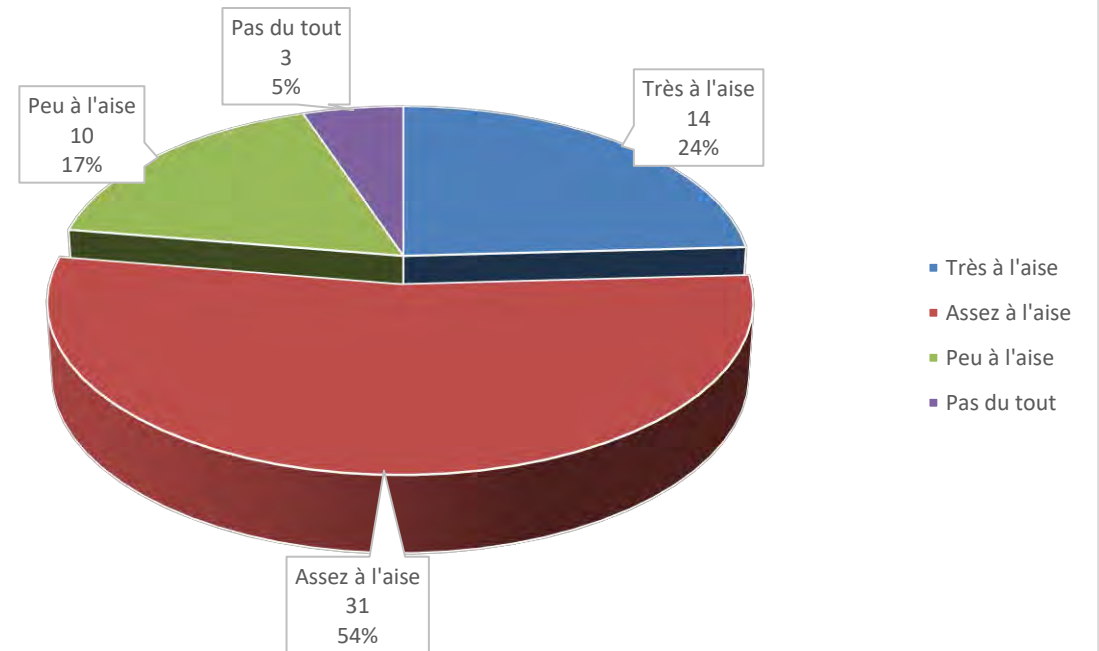


1. Profil des répondants

1.3 Adresse e-mail personnelle
O/N



1.4 A l'aise avec Internet
1=Très à l'aise / 2=Assez à l'aise / 3= Peu à l'aise / 4=Pas du tout



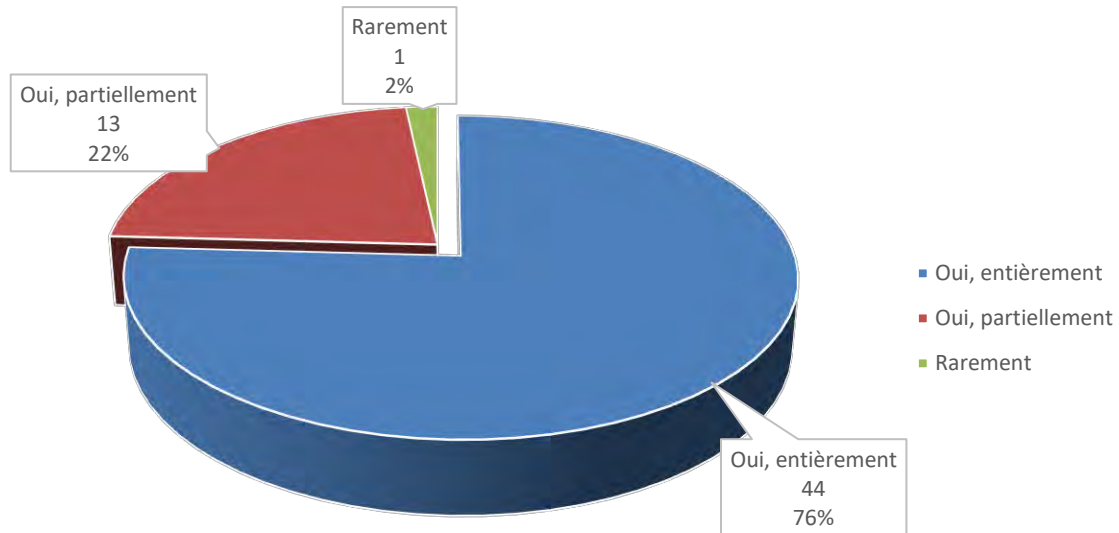
2. Comportements de lecture

- 76% lisent le magazine papier entièrement
- 64% lisent régulièrement les articles en ligne
- 84% cliquent toujours ou parfois sur les liens email
- 64% consultent régulièrement d'autres pages du site

2. Comportements de lecture

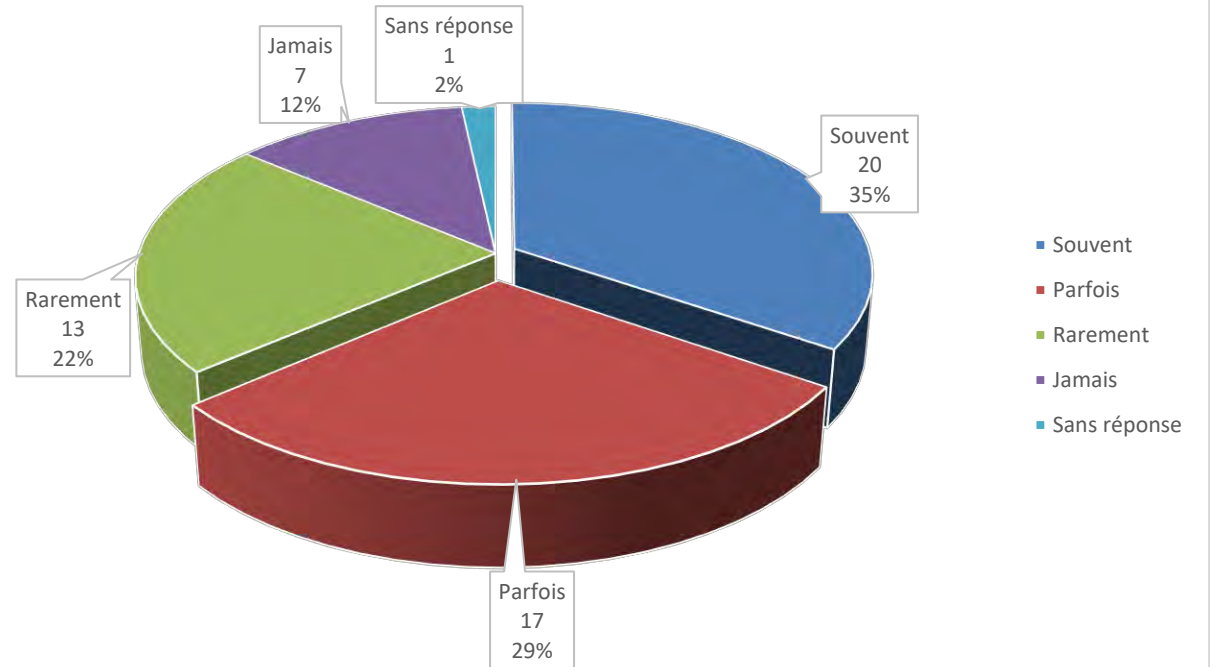
2.1 Lecture du magazine

1=Oui, entièrement / 2= Oui, partiellement / 3=Rarement / 4=Jamais



2.2 Lecture des articles sur le site

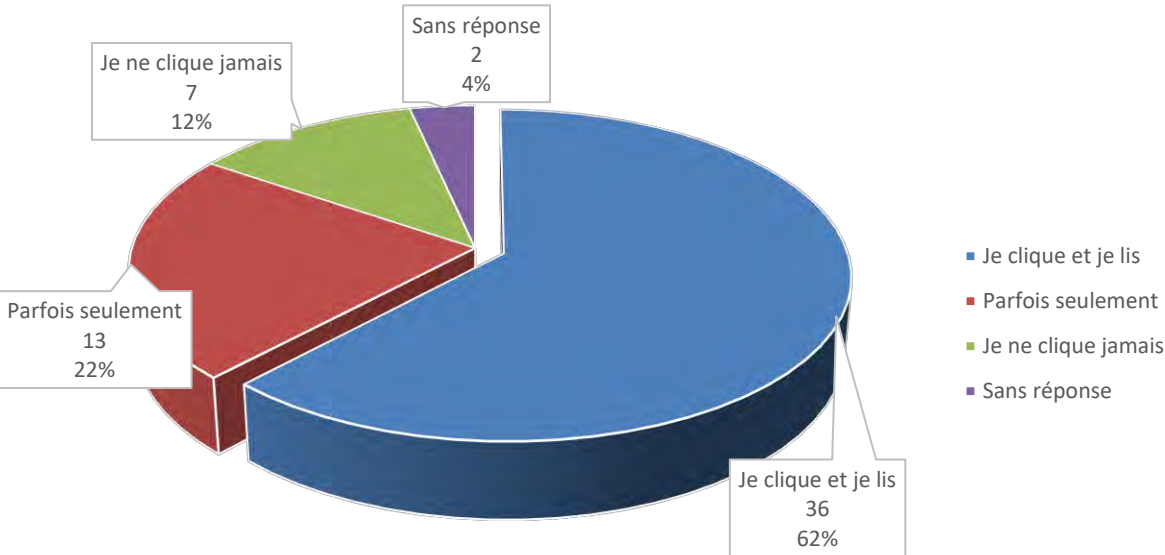
1=Souvent / 2=Parfois / 3=Rarement / 4=Jamais



2. Comportements de lecture

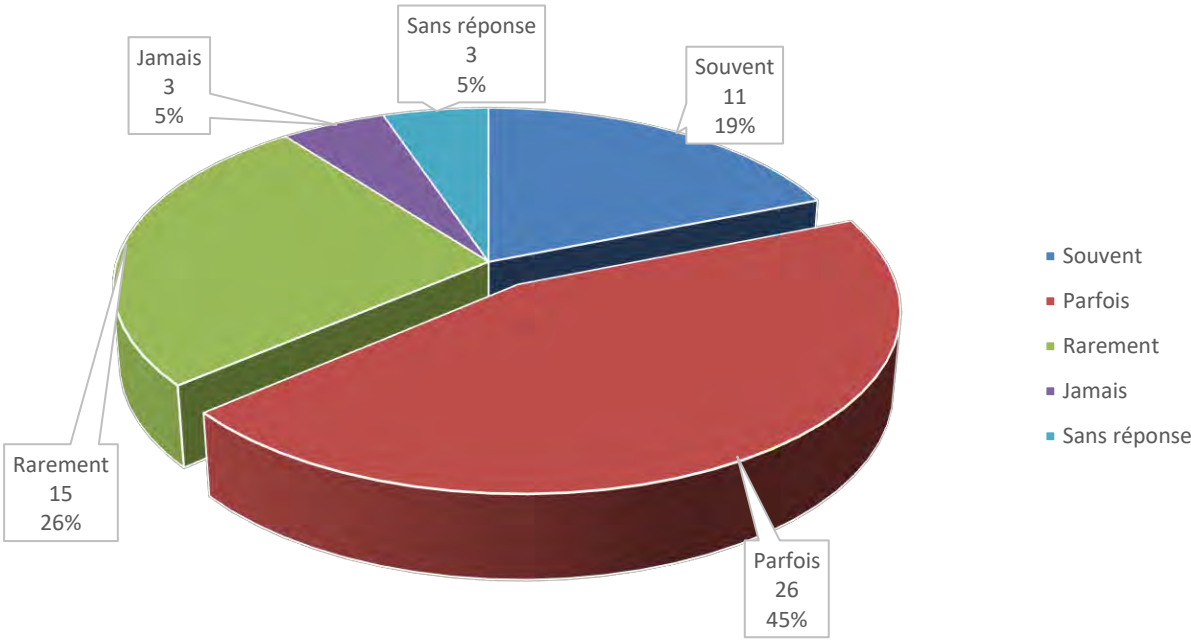
2.3 Lecture via mail avec lien

1=Je clique et je lis / 2=Parfois seulement / 3=Je ne clique jamais



2.4 Consultation autres pages du site

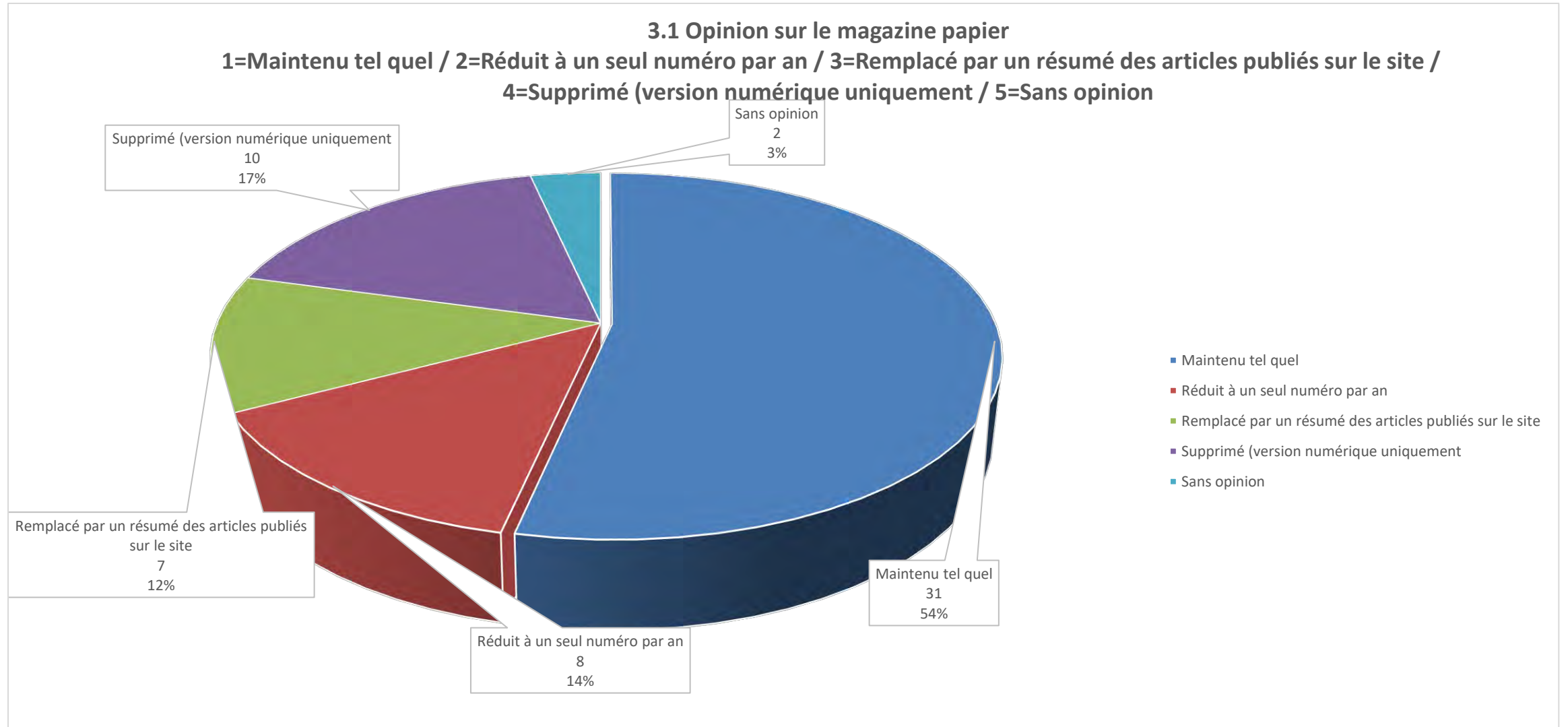
1=Souvent / 2=Parfois / 3=Rarement / 4=Jamais



3. Opinion sur le magazine papier / Préférences d'information

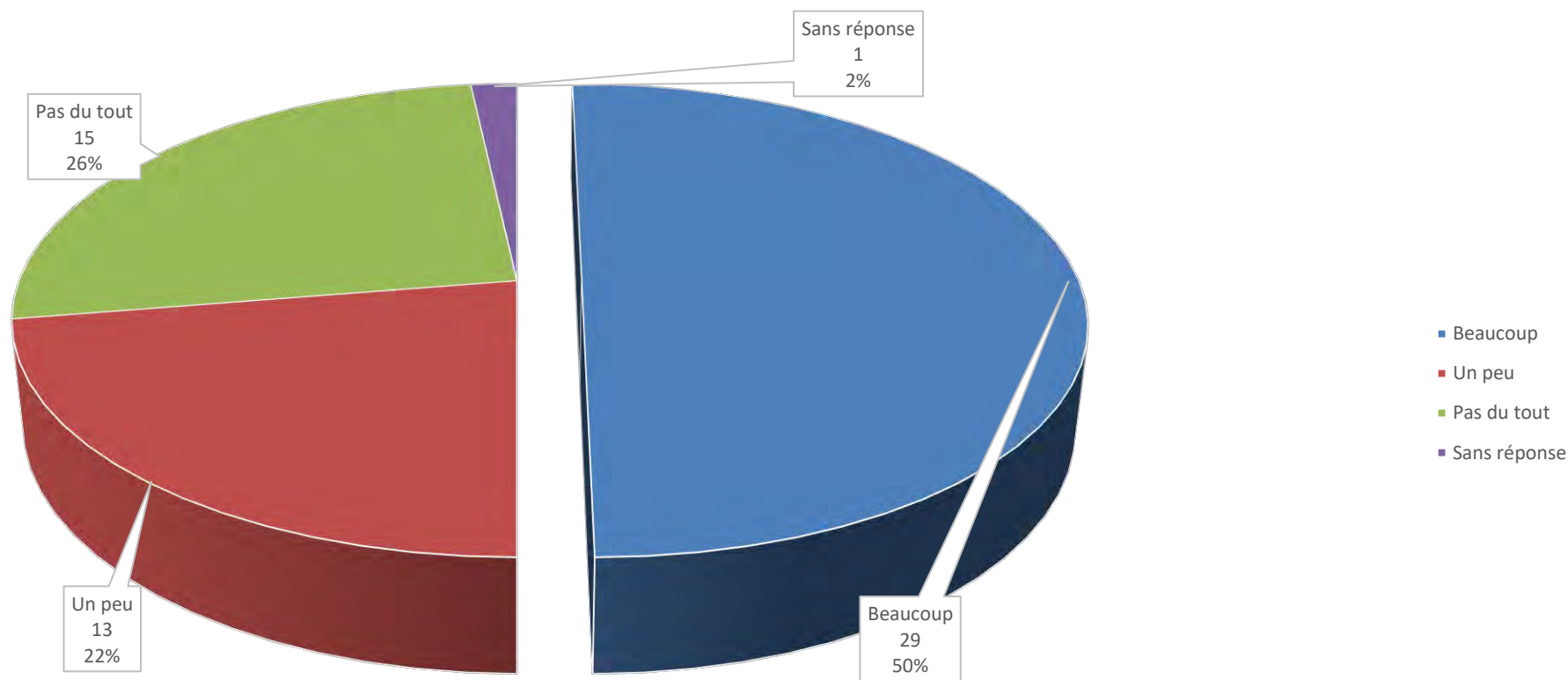
- 54% préfèrent le garder tel quel
- 26% souhaitent un seul numéro par an ou un résumé
- 17% préconisent la suppression
- 50% seraient très gênés par la suppression
- 55% préfèrent recevoir un mail avec lien pour rester informés

3. Opinion sur le magazine papier



3. Opinion sur le magazine papier

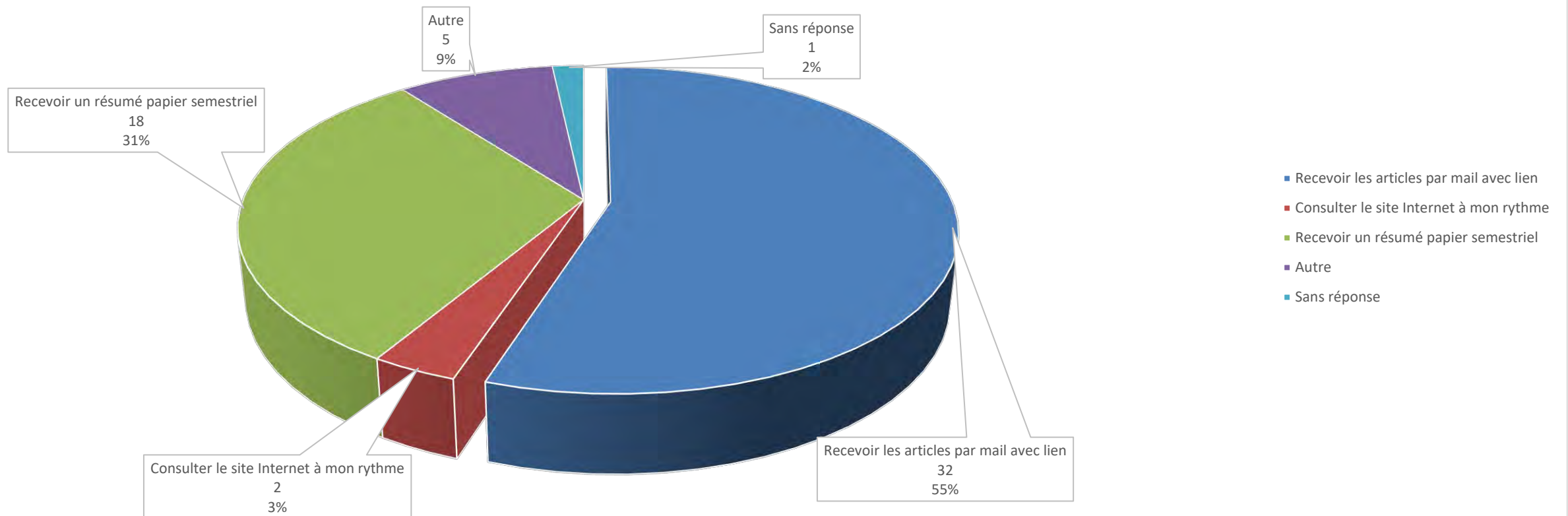
3.2 Gêne si suppression magazine papier
1=Beaucoup / 2=Un peu / 3=Pas du tout



3. Préférences d'information

3.3 Préférence pour rester informé

1=Recevoir les articles par mail avec lien / 2=Consulter le site Internet à mon rythme / 3=Recevoir un résumé papier semestriel / 4=Autre

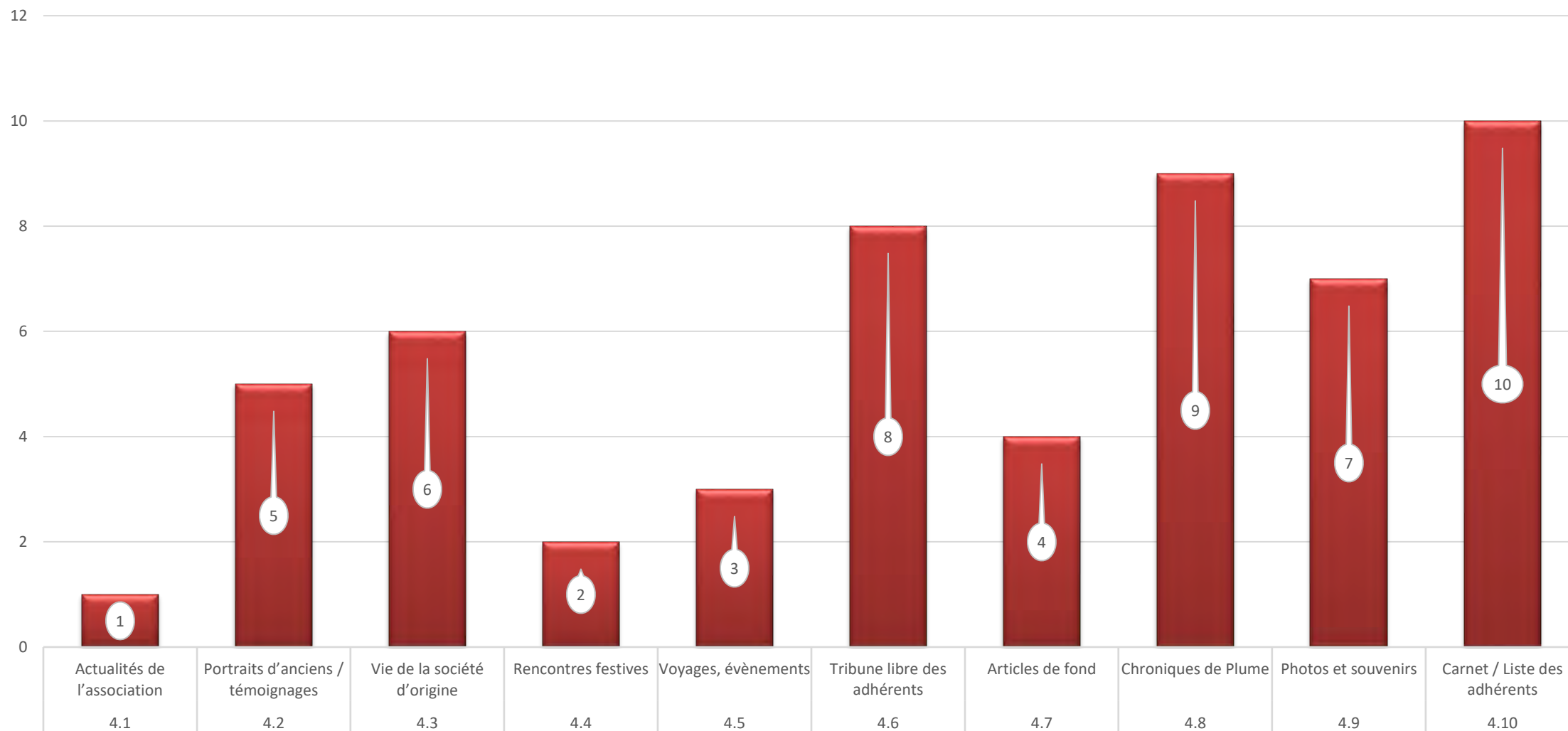


4. Classement des rubriques (magazine ou site)

- Actualités très prioritaires
- Rencontres festives et Voyages bien classés
- Carnet / Liste des adhérents souvent en retrait

4. Classement des rubriques (magazine ou site)

4 Classement rubriques

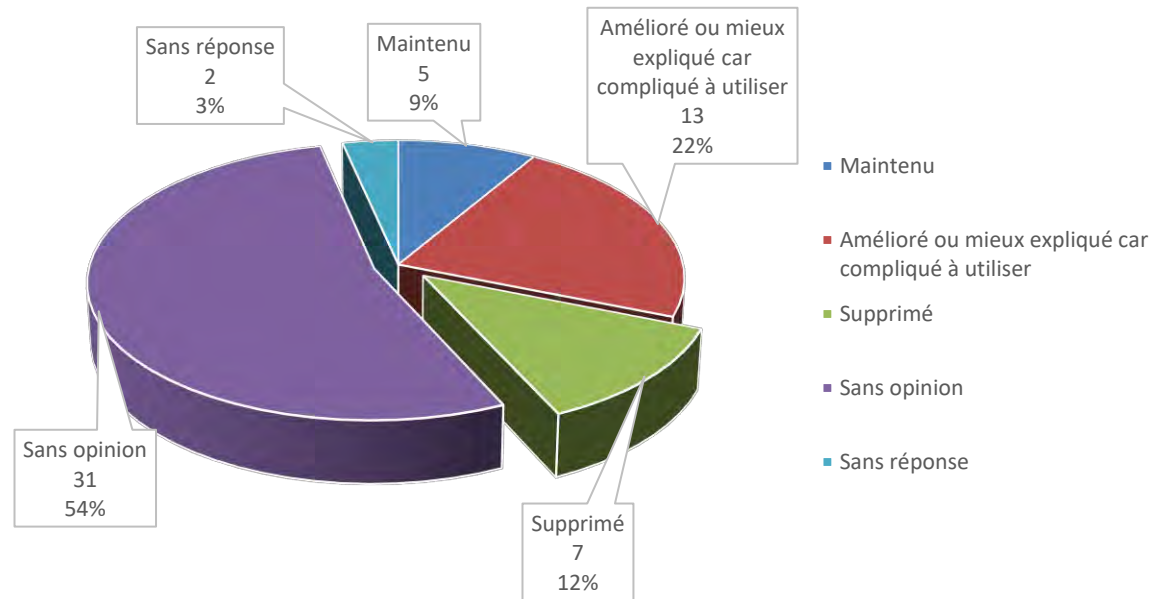


5. Rubrique Glady

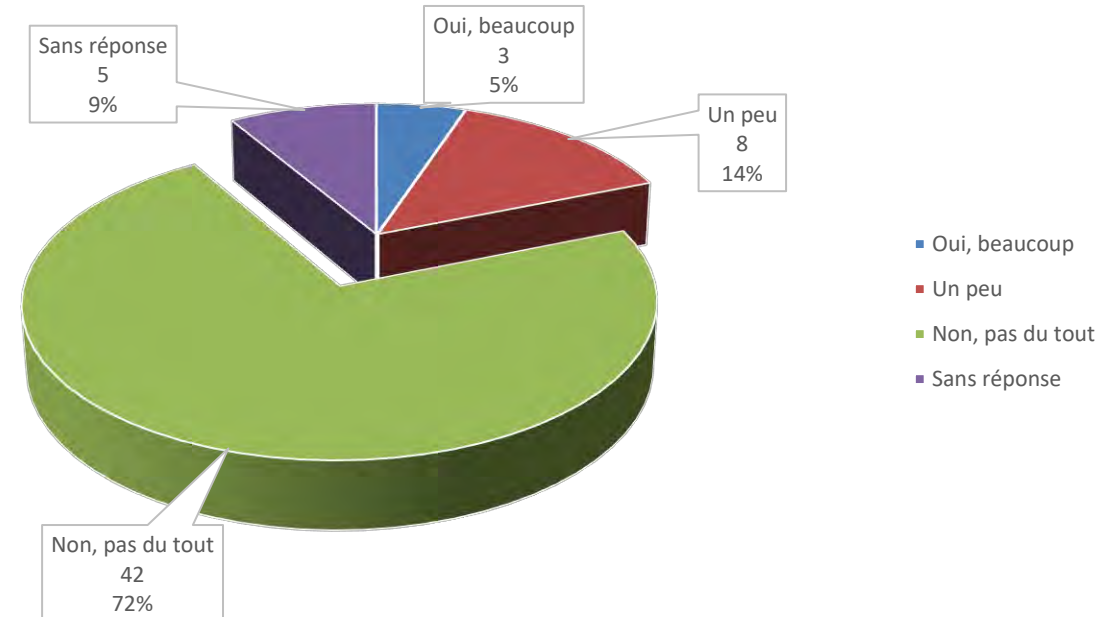
- 22% préconisent une amélioration ou plus d'explications
- 9% sont pour le maintien
- 57% n'ont pas opinion
- 72% ne seraient pas du tout gênés par sa disparition

5. Rubrique Glady

5.1 Rubrique Glady Bons Plans et Billetterie 1=Maintenu / 2=Amélioré ou mieux expliqué car compliqué à utiliser / 3=Supprimé / 4=Sans opinion



5.2 Gêne si disparition service Glady 1=Oui, beaucoup / 2=Un peu / 3= Non, pas du tout



6. Suggestions

- Etre informé le plus en amont possible des voyages en gestation
- Une communication plus punchy ! Ouverture sur le monde de l'immobilier et son évolution
- Inciter les adhérents à communiquer sur leur vie de retraité ou de salarié, à témoigner sur un fait de vie personnel ou communautaire
- Une catégorisation des mails, mettant en évidence ceux qui demandent une réponse (inscription) ; alerte sur le nombre de participants, atteint ou pas suffisant
- Renforcer les demandes sur les séjours
- Volontiers moins de colis et plus d'info sur les collègues : que deviennent-ils ?
- Recevoir confirmation inscription à une sortie et renouvellement de l'adhésion
- Plus d'informations sur la vie et l'évolution de nos filiales respectives
- Les autres commentaires : félicitations, encouragements

7. Être contacté

- 12% oui
- 88% non

