

“Respect-Santé-Nature”

RESULTATS DE L'ENQUETE LANCEE en 2014 "LA PAROLE AUX USAGERS DU CHM"

PRESENTATION :

Au cours de l'été 2014, notre association a lancé une grande enquête avec un double objectif :

- Impulser une réflexion, des échanges entre usagers sur l'attachement à ce lieu privilégié qu'est le CHM, sur ce qu'il faut préserver, développer.
- Elaborer ensemble « une parole des naturistes du CHM » à faire valoir auprès de la direction.

Des « enquêteurs/trices » ont interrogé les naturistes aux sorties des plages 1 et 2 ainsi qu'au Centre Commercial à l'aide d'un questionnaire (traduit en allemand et en anglais). En outre un nombre plus faible de questionnaires ont été distribués aux voisins ou connaissances ; en ce cas, il est fréquent qu'ils n'aient pas été remplis complètement.

Le questionnaire comportait 3 grandes questions ouvertes au recto et des questions fermées au verso. Les interviews ont duré ¼ d'heure en moyenne. 335 questionnaires valides ont pu être traités sur un logiciel de statistiques SPSS.

Le point fort de l'enquête est qu'elle commence par des questions ouvertes, afin d'influencer le moins possible les réponses. Ensuite, nous avons voulu, à travers quelques questions fermées, vérifier un certain nombre de points de vue avancés par notre association.

QUELQUES ELEMENTS D'ANALYSE DES RESULTATS :

Vous trouverez ci-joint les tableaux de résultats bruts que chacun pourra s'approprier et quelques éléments ci-dessous que notre association a voulu mettre en évidence.

Les réponses à la question ouverte n°1 « Qu'est-ce qui vous plaît le plus au CHM et vous donne envie d'y revenir ? » peuvent se classer principalement en quatre catégories.

La première et la plus fortement évoquée, c'est l'environnement, l'espace, la plage et l'océan, qui comporte les mots-clés les plus souvent évoqués. Les deux premières lignes du tableau montrent que, spontanément, des personnes les évoquent avec des pourcentages de 42.70% et 33.70% !

Vient ensuite la manière de vivre : la nudité, le naturisme, le calme, la détente, se ressourcer, le respect et la proximité avec la nature, la simplicité, la façon de vivre, le bien-être et la paix intérieure, la sécurité, le paradis pour tous, la rupture avec le quotidien etc.

La vie ensemble est tout autant appréciée : la convivialité, l'ambiance générale et familiale, rencontrer des gens, 33% des interviewés en font un point important. Vont dans le même sens : retrouver des amis et de la famille, respect de l'autre, du voisinage, la tolérance et l'ouverture d'esprit.

Enfin, la qualité et la diversité des activités et animations, particulièrement pour les enfants, les services, le centre commercial.

Pour les réponses à la question ouverte n°2 « Quelles améliorations souhaiteriez-vous ? » les sujets abordés sont très diversifiés. Deux préoccupations ressortent cependant plus fortement.

Très nettement : le respect de la nudité (36,40%). Cela n'a rien d'étonnant, cette question faisant régulièrement dans nos réunions l'objet d'expressions d'insatisfaction ou d'inquiétude quant à l'évolution du CHM. Nudité, mais aussi tenues vestimentaires adaptées sont pourtant des principes de base du naturisme. Les efforts faits pour leur respect doivent être poursuivis, de manière pédagogique mais aussi avec des pressions plus fortes sur les personnes dont le comportement est manifestement dans un centre naturiste.

Mais également : limiter les nuisances sonores, visuelles et environnementales (22,10%).

Quant à la question ouverte n°3 « Pour vous le naturisme c'est quoi ? » les réponses sont toutes dans le même esprit et mettent bien en évidence les attentes des familles à l'égard de la spécificité d'un centre naturiste. :

Respect, Santé, Nature résument bien l'ensemble des concepts abordés.

Les questions fermées se sont organisées autour de ces trois thèmes importants à nos yeux :

- 1) **Sur la santé**, nous avons voulu connaître l'avis des personnes interviewées sur le tout WI-FI, qui revient de manière obsessionnelle dans les objectifs de la direction. Les réponses sont sans équivoque : 77,90% partagent le point de vue de l'association, à savoir, *privilégier les solutions d'accès à internet qui limitent au maximum l'exposition aux ondes.*
- 2) **Sur la nature**, là aussi les résultats sont sans ambiguïté : 89,60% expriment leur souhait que *le séjour au CHM reste un moment privilégié dans un espace naturel en rupture avec le quotidien et ses pollutions diverses.*
- 3) **Sur le respect (le bien vivre ensemble)**, 64,50% pensent que *la charte naturiste et le règlement intérieur du CHM sont insuffisamment connus et valorisés.* 67,50% pensent qu'ils ne sont pas assez respectés.

Les autres réponses aux questions fermées ne permettent pas de mettre en évidence des aspects vraiment significatifs.

En conclusion, pour notre association, malgré les inquiétudes exprimées souvent quant à l'évolution du CHM et la présence de « clients » éloignés des valeurs naturistes, les résultats de cette enquête montrent qu'une large majorité des familles y est au contraire fortement attachée. Nous espérons que cette expression des usagers que nous relayons sera entendue de la direction et que sa politique commerciale s'appuiera davantage sur ces valeurs et les attentes des naturistes plutôt que sur des critères d'exploitation d'une clientèle de consommateurs, inadaptés à la spécificité d'un lieu comme le CHM.

N'hésitez pas à nous contacter si vous souhaitez plus de détails sur cette enquête, notamment les informations concernant les personnes interrogées (âge, nationalité, ancienneté au CHM, propriétaires ou locataires etc.) qui permettent d'affiner les réponses selon ces caractéristiques. Nous n'avons pas non plus repris dans les tableaux joints pour ne pas être trop longs bon nombre de remarques et propositions sur des aspects plus particuliers que nous comptons bien reprendre et valoriser.

Merci à tous ceux qui ont participé à cette enquête,
Le président de « Respect-Santé-Nature »

Bernard DEROO

