

# Groupe de Travail BGS 2021

Etat des lieux du BGS

Résultats de l'enquête 'Le BGS et moi'



Décembre 2014

## Les membres du groupe de travail BGS 2021

Alain De Clercq

Bruno Olislaeger

Dominique Delrez

Enrico Gianotti

Jan Briffaerts

Jean-Guillaume Demailly

Jérôme Jaumotte

Laurent Colin

Louis Chaidron

Martin Cambier

Philip Turner

Szandra Gonzalez

Susana Perez Diaz

Thierry Van Eyll

Vincent Reillon

**Brussels Gay Sport - Décembre 2014**

[info@bgs.org](mailto:info@bgs.org)

[www.bgs.org](http://www.bgs.org)

## Table des matières

Résumé du rapport	4
Samenvatting van het verslag	8
Executive Summary	12
Introduction	16
1. Le profil des répondants	16
1.1. Les membres	18
1.2. Les anciens membres	19
1.3. Les non-membres	20
2. Image du BGS	21
2.1. La mission de l'association	21
2.2. La visibilité du BGS	22
2.3. La perception sur l'ouverture du BGS	24
2.4. Conclusion	25
3. Connaissance et attrait pour le BGS	26
3.1. Entrer en contact avec le BGS	26
3.2. Attentes par rapport au BGS	27
3.3. Les raisons de rester membre	28
3.4. Les raisons pour quitter le BGS	29
3.5. Les raisons pour revenir au BGS	30
3.6. Les raisons pour ne pas rejoindre le BGS	31
3.7. Conclusion	31
4. Implication et rôle des membres	33
4.1. Qu'est-ce que signifie être membre du BGS ?	33
4.2. Intérêt et implication dans la vie du BGS	34
4.3. Les membres effectifs	35
4.4. Les bénévoles	37
4.5. Les liens entre les membres	38
4.6. Conclusion	39
5. Le BGS à l'international	40
6. Les résultats sur les activités sportives et de loisirs	41
6.1. La pratique des activités	41
6.2. Les attentes par rapport aux activités	43
7. Les résultats sur les activités fédératrices	45
8. La communication au BGS	47
9. Taux de recommandation et attentes	49
10. Conclusion des résultats de l'enquête	51
Annexes	52

## Résumé du rapport

**L'état des lieux effectué par le groupe de travail BGS 2021 est globalement positif sur la situation actuelle mais il établit le besoin de développer une vision à long terme afin d'assurer la pérennité de l'association.**

**Il apparait tout d'abord que les membres actuels et les anciens membres ont une très bonne image du BGS et qu'ils en sont en grande partie très satisfaits.** Les personnes extérieures à l'association en ont également une image positive. La croissance continue de l'association en termes d'activités et en nombre de membres pour atteindre 750 membres en aout 2014 témoigne de cette image positive.

**Ensuite, il apparait clairement que le cadre convivial offert par le BGS pour réaliser diverses activités compte beaucoup pour les membres.** Par ailleurs, l'enquête révèle que ce cadre est propice à l'épanouissement social des membres, confirmant que le BGS remplit en partie sa mission.

**Malgré ces forces, l'enquête révèle aussi certaines faiblesses de l'association. Le point le plus préoccupant concerne le manque de culture associative au sein du BGS, particulièrement chez les nouveaux membres.** Le BGS en tant qu'association ne fonctionne que parce que les membres s'investissent et donnent de leur temps. Le désengagement des anciens bénévoles et un non renouvellement de ces forces vives par de nouveaux membres actifs et impliqués menacent en effet à moyen terme le bon fonctionnement de l'association.

**Pour répondre à ce défi, l'enquête révèle qu'il existe un réservoir de membres prêts à s'investir mais ils ne sont pas assez stimulés.** Le manque de compréhension des membres à propos du statut de membre effectif illustre bien cette situation. Une meilleure communication envers les membres concernant les besoins et les manières de s'engager et de s'investir dans l'association est nécessaire pour permettre de stimuler et de capter l'ensemble de ces forces vives.

**En conclusion, l'enquête met en avant de nombreux atouts pour le BGS : dynamisme, attractivité, image positive, succès dans sa mission. Mais elle révèle également des défis qui devront être relevés rapidement pour que la bonne santé de l'association soit maintenue dans les années à venir : une meilleure communication envers les membres à propos des responsabilités qu'ils peuvent prendre au sein de l'association, la réaffirmation de l'importance de s'engager et une plus grande flexibilité dans l'organisation de la structure pour permettre un fonctionnement plus fluide.**

## L'image du BGS

Bien sûr, le BGS organise des activités sportives et de loisirs et cela est très perceptible. Cependant, ceci n'est qu'un moyen pour le BGS d'atteindre son but ou sa mission, c'est-à-dire favoriser l'épanouissement et l'intégration sociale des personnes LGBTQI. Or, ce but n'arrive qu'en troisième position des réponses à l'enquête sur les quatre buts possibles proposés. Les résultats de l'enquête montrent qu'il faut veiller au message véhiculé concernant la mission du BGS afin de ne pas le réduire à une version pratique – l'organisation d'activités – mais à bien présenter la finalité de ces activités : l'épanouissement et la socialisation des personnes LGBTQI.

Le BGS est considéré comme très visible dans la population qui représente son cœur de cible : la communauté LGBTQI bruxelloise. Ce sentiment de bonne visibilité du BGS s'observe aussi bien chez les membres actuels, les anciens membres ou les personnes extérieures au BGS.

Les résultats de l'enquête montrent également que la perception du BGS comme une association ouverte à tous et à toutes n'est pas fortement ancrée chez les membres actuels. De même, la perception des personnes extérieures au BGS est encore, pour la moitié d'entre eux, celle d'une association communautaire.

## **Connaissance du BGS et intérêt pour l'association**

Les données de l'enquête montrent à quel point le bouche à oreille est le moyen le plus utilisé pour entrer en contact avec le BGS. La connaissance du BGS est principalement véhiculée par les membres qui deviennent le premier moyen de promotion de l'association. Le second moyen, internet, a une place importante, notamment pour les non belges. L'investissement dans un nouveau site internet pour le BGS mis en ligne en juin se trouve ici pleinement justifié.

La grande majorité des membres qui rejoignent le BGS le font en premier parce qu'ils sont intéressés par la pratique d'une des activités. Cependant, il est important de noter que ce ne sont pas seulement les activités qui comptent. Le cadre proposé par le BGS est aussi essentiel. C'est ce cadre convivial qui différencie le BGS d'autres structures qui proposent les mêmes activités. Le fait de trouver une bonne ambiance et la possibilité de rencontrer des nouvelles personnes compte ainsi beaucoup dans la démarche de rejoindre l'association. Les résultats mettent aussi en avant la réussite dans la mission de socialisation du BGS.

Les réponses des anciens membres sur leur raison de quitter le BGS ne fait pas apparaître de problème fondamental. Ces résultats invitent cependant à être attentif à l'accueil des nouveaux membres. Il est aussi nécessaire de mettre en avant que le fait de ne plus pratiquer d'activité au BGS n'empêche pas de rester membre et de soutenir l'association.

## **Implication et rôle des membres**

Les données recueillies sur l'implication et le rôle des membres révèlent un manque de transmission de la culture associative aux nouveaux membres. En tant qu'association, le BGS ne fonctionne que grâce à l'implication des membres dans l'organisation des activités. Il semble qu'un travail soit à faire vers les membres pour renforcer ce message afin d'assurer un bon renouvellement des bénévoles.

Sur ce point, les résultats de l'enquête sont encourageants. Il apparaît de manière nette qu'il existe un vivier de bénévoles prêts à s'engager dans l'association. Cependant, l'analyse des résultats met également en avant une dissymétrie entre l'intérêt des membres à s'impliquer dans l'association et la perception qu'ils ont des possibilités de le faire. Les membres qui se sentent très impliqués sont aussi très intéressés. En revanche, les membres intéressés ne sont pas ceux qui se disent les plus impliqués. Il existe donc un potentiel de motivation et une volonté de s'impliquer chez les membres qui ne sont pas complètement traduits en termes d'implication concrète dans le BGS.

Cette analyse est aussi très marquée au sujet du statut de membre effectif. Les répondants souhaitant devenir membres effectifs présentent des profils tout au moins aussi engagé, si ce n'est plus, que les membres effectifs auto-déclarés. Une très grande majorité d'entre eux sont déjà bénévoles au sein de l'association. Il semble pourtant que ces membres n'aient pas toutes les clés pour pouvoir concrétiser leur engagement. Une meilleure communication sur le statut de membre effectif et comment le devenir est nécessaire.

Par ailleurs, il apparaît que le fait d'être impliqué dans le fonctionnement de l'association est le meilleur moyen d'entrer en contact avec des membres de son activité ou des autres activités. Promouvoir l'implication des membres et le bénévolat au sein de l'association est aussi un moyen efficace pour mener à bien la mission de l'association.

## **L'international**

Les membres ne sont pas conscients de l'implication du BGS dans des structures internationales. Il est nécessaire de renforcer ce point. Malgré cela, l'organisation d'un évènement international de grande ampleur comme les Eurogames apparaît comme un catalyseur capable de fédérer l'enthousiasme des membres du BGS et de favoriser leur implication en tant que bénévoles.

## **Les activités du BGS**

Le taux de satisfaction concernant l'organisation des activités est très élevé. La participation aux tournois et rencontres peut poser problème à certains membres. Il existe par ailleurs une très forte demande pour des activités existantes au BGS qu'il faut apprendre à gérer. De nombreuses autres activités sont susceptibles d'intéresser nos membres, permettant éventuellement de réduire la pression sur les activités existantes.

Pour la plupart des activités fédératrices, les membres se montrent enthousiastes. Cependant, de nombreux commentaires libres suggèrent des améliorations à apporter pour rendre les activités fédératrices encore plus attractives. Il apparaît également que 60% des membres soutiennent l'organisation d'activités fédératrices supplémentaires.

## **La communication au BGS**

Il apparaît des résultats de l'enquête que la diversité des supports de communication permet d'être en contact avec les membres de manière efficace. Il faut aussi noter dans les commentaires libres que les répondants saluent le bon usage des trois langues du BGS et apprécient les efforts qui sont réalisés dans ce sens.

## **Recommander le BGS**

Le taux de recommandation des membres et anciens membres est très élevé. Il apparaît clairement que les membres du BGS sont dans l'ensemble très satisfaits par le fait de faire partie de l'association et n'hésitent pas à la recommander.

## Bilan de l'état des lieux – Analyse SWOT du BGS

A partir des résultats de l'enquête et de leurs échanges, les membres du groupe de travail BGS 2021 ont dressé l'analyse suivante concernant les forces et les faiblesses du BGS ainsi que les opportunités et les menaces auxquelles l'association est actuellement confrontée. Cette matrice constitue un état des lieux de l'association en décembre 2014.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 750 membres à Bruxelles</li> <li>• Très bonne image interne</li> <li>• Bonne image externe</li> <li>• Ancrage dans des activités sportives et de loisirs véhiculant des valeurs positives</li> <li>• Bonne situation financière</li> <li>• Fonds propres utilisables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque de culture associative chez les nouveaux membres</li> <li>• Manque d'esprit d'appartenance au BGS</li> <li>• Reconnaissance dans les activités et pas dans l'association</li> <li>• Rigidité de la structure</li> <li>• Manque de flexibilité et d'initiatives</li> <li>• Taux de membres effectifs en baisse</li> <li>• Renouvellement difficile des bénévoles</li> <li>• Communication insuffisante sur le fonctionnement du BGS et les moyens de s'impliquer</li> <li>• Centrage de fait sur les 30-45 ans, manque de diversité</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre élevé de membres qui sont motivés et qui souhaitent s'engager</li> <li>• Visibilité auprès des politiques à construire</li> <li>• Réseaux et contacts à développer plus, notamment à l'international</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en place d'une logique de consommateur, loin de la logique associative</li> <li>• Absence de vision pour l'avenir et d'objectifs à long terme</li> <li>• Départ potentiel de certaines activités, éclatement de la structure</li> <li>• Oubli de la mission première de l'association</li> <li>• Mise en avant d'intérêts particuliers prévalant sur l'intérêt général</li> <li>• Manque de collectivité dans la prise de décision</li> <li>• Vieillesse et fatigue des membres actifs</li> </ul>

## Samenvatting van het verslag

De werkgroep BGS 2021 heeft een 'Stand van Zaken' opgemaakt die globaal genomen positief is voor bestaande situatie maar ook wijst op de behoefte aan een lange termijnvisie voor de toekomst van onze organisatie.

Eerst en vooral blijkt dat zowel de huidige als de vroegere leden een zeer positief beeld hebben over BGS en in hoge mate tevreden zijn. Ook externen hebben een positief beeld. De groei van onze vereniging zet zich - zowel qua activiteiten als qua ledenaantal - voort. In augustus 2014 bereikten we de kaap van 750 leden, een bevestiging van deze positieve beeldvorming.

Daarnaast blijkt ook duidelijk het belang van het gemoedelijke karakter van de BGS-activiteiten. De enquête toont dat deze sfeer gunstig is voor de sociale ontplooiing van de leden. BGS bereikt hiermee zeker een deel van haar doelstellingen.

Naast sterke punten, brengt de enquête ook een aantal zwakheden naar voren. Het meest verontrustende betreft het gebrek aan verenigingscultuur en dit meer in het bijzonder bij de nieuwe leden. Als vereniging kan BGS maar functioneren doordat de leden zich engageren en er tijd voor vrijmaken. De afname van engagement bij de oude vrijwilligers die niet vervangen lijken te worden door nieuwe en geëngageerde krachten vormt een bedreiging op middellange termijn voor het goede functioneren.

Op deze uitdaging kan een antwoord geboden worden aangezien er een potentieel blijkt te bestaan van leden die bereid zijn om zich te engageren maar hiertoe nog niet voldoende gestimuleerd werden. De gebrekkige kennis over het statuut van effectief lid is hiervan een goede illustratie. Een betere communicatie over de noden van de organisatie en over de manier waarop men zich kan engageren is nodig om deze krachten te stimuleren en te recupereren.

Samengevat kan je stellen dat de enquête de vele sterke punten van BGS naar voren brengt: dynamisme, aantrekkelijkheid, positief imago, succesvol bereiken van haar doelstelling; maar ze toont ook de uitdagingen die de komende jaren moeten worden aangepakt: betere communicatie omtrent de engagementen die de leden kunnen opnemen binnen de vereniging, het benadrukken van het belang van een dergelijk engagement en een grotere flexibiliteit in de organisatiestructuur om vlotter te kunnen functioneren.

## Het imago van BGS

Uiteraard organiseert BGS sport- en ontspanningsactiviteiten en dat is heel zichtbaar. Toch is dat niet de enige manier waarop de organisatie haar doelstellingen - het bevorderen van de sociale ontplooiing en integratie van LGBTQ - kan bereiken. Uit een enquête met 4 antwoordmogelijkheden komt deze doelstelling maar op de derde plaats. De enquête toont dat het nodig is om over die boodschap te waken en de missie niet te verengen tot een praktische versie ervan, nl. het organiseren van activiteiten.

BGS wordt gezien als een heel zichtbare organisatie binnen haar doelgroep: de Brusselse LGBTQ-gemeenschap. Zowel de huidige leden, de ex-leden als de externen bevestigen deze grote zichtbaarheid.

De resultaten van de enquête tonen eveneens dat de perceptie van BGS als een vereniging die openstaat voor iedereen niet sterk verankerd is bij de actuele leden. Ook voor diegenen die momenteel geen lid zijn, blijkt -voor de helft van hen- dat de vereniging wordt gezien als een vereniging beperkt tot holebi's.

## **De bekendheid van BGS en interesse in de vereniging**

De gegevens die uit de enquête naar voren komen tonen hoe belangrijk mond-aan-mond-reclame is om in contact te komen met BGS. De bekendheid van BGS wordt voornamelijk overgedragen door de leden. Die vormen dus het eerste promotiekanaal van de vereniging. Het tweede kanaal, internet, neemt ook een belangrijke plaats in, o.a. voor buitenlanders. De investering in een nieuwe website die in juni online werd gezet blijkt hierdoor ruimschoots gerechtvaardigd.

In de meerderheid van de gevallen worden mensen lid van BGS omdat ze een bepaalde activiteit willen uitoefenen. Toch zijn het niet enkel de activiteiten die tellen. Het kader dat BGS biedt is essentieel. Dit gemoedelijke kader maakt het verschil met andere structuren die dezelfde activiteiten aanbieden. Nieuwe leden sluiten zich voornamelijk aan voor de goede sfeer en voor de mogelijkheid om nieuwe personen te leren kennen. Deze resultaten wijzen op het succes in het volbrengen van de sociale missie van BGS.

De redenen waarom ex-leden BGS verlieten wijzen niet op fundamentele problemen, maar wijzen er wel op dat het belangrijk is om attent te zijn bij het onthaal van nieuwe leden. Opvallende conclusie van de enquête is tenslotte dat het feit dat iemand geen activiteit meer uitoefent niet per se wil zeggen dat hij/zij geen lid meer wil zijn of de organisatie niet meer wil steunen.

## **Engagement en de rol van de leden**

De resultaten van de enquête m.b.t. het engagement en de rol van de leden wijzen erop dat de verenigingscultuur niet voldoende wordt doorgegeven aan nieuwe leden. Als vereniging functioneert BGS alleen maar omdat haar leden zich engageren in de organisatie van de activiteiten. Er blijkt nog werk aan de winkel om deze boodschap aan de leden over te brengen en op die manier te zorgen voor een vernieuwing van de groep vrijwilligers.

De resultaten van de enquête zijn bemoedigend op dit laatste punt. Er blijkt duidelijk een kweekvijver te bestaan voor potentiële vrijwilligers die zich willen engageren voor de vereniging. Toch blijkt ook dat er een onevenwicht bestaat tussen de interesse van de leden om zich te engageren en de perceptie die ze hebben van de mogelijkheden daartoe. De meest geïnteresseerde leden blijken trouwens niet diegenen te zijn die zich het meest geëngageerd noemen.

Er is dus een potentieel dat niet volledig vertaald wordt in termen van concreet engagement.

Die analyse is sterk uitgesproken m.b.t. het statuut van effectief lid. Het profiel van de respondenten die effectief lid willen worden, is even geëngageerd - zonet meer - als dat van de respondenten die zichzelf als effectief lid omschrijven. Een heel grote meerderheid van deze personen zijn al actief als vrijwilligers in de organisatie. Blijkbaar hebben de leden niet alle informatie om hun engagement concreet te maken. Een betere communicatie over het statuut van effectief lid en hoe men dat wordt lijkt nodig te zijn.

Bovendien blijkt dat betrokkenheid bij het functioneren van de vereniging de beste manier is om in contact te komen met leden van de eigen of van andere activiteiten. Het promoten van het engagement van de leden en van vrijwilligerswerk is bovendien een efficiënt middel om de missie van de organisatie te realiseren.

## **Internationaal**

De leden zijn er zich niet altijd van bewust dat BGS lid is van internationale organisaties. Dit moet nog versterkt worden. Daarentegen blijkt het organiseren van een groot internationaal evenement zoals de Brussels Games een katalysator te zijn om het enthousiasme van de leden te kanaliseren en hun engagement als vrijwilliger aan te moedigen.

## **De activiteiten**

De tevredenheidsgraad over de organisatie van de activiteiten ligt heel hoog. De deelname aan toernooien en competities kan problemen stellen voor bepaalde leden. Bepaalde BGS activiteiten kennen trouwens een sterke vraag, waarmee we ook moeten leren omgaan. Er zijn veel potentieel nieuwe activiteiten die onze leden zouden kunnen interesseren, wat de druk op de reeds bestaande activiteiten zou kunnen wegnemen.

Voor het merendeel van de gemeenschappelijke activiteiten, blijken de leden enthousiast. Toch suggereren heel wat commentaren op de open vragen dat er nog verbeteringen kunnen gebeuren om deze nog attractiever te maken. 60% van de leden blijkt er voorstander van om meer gemeenschappelijke activiteiten te organiseren.

## **De communicatie**

Uit de resultaten van de enquête blijkt dat de diversiteit van de communicatiekanalen het contact met de leden efficiënt maakt. Er valt ook uit op te maken dat de deelnemers het gebruik van drie talen sterk appreciëren en de inspanningen die daarvoor geleverd worden naar waarde schatten.

## **BGS promoten**

Het percentage leden en ex-leden dat de vereniging zou aanraden aan derden ligt erg hoog. Het blijkt duidelijk dat de leden over het algemeen zeer tevreden zijn deel uit te maken van de vereniging en er niet over zouden twijfelen om deze aan te raden aan derden.

## Balans van de ‘Stand van Zaken’ –SWOT analyse

Op basis van de resultaten van de enquête, hebben de deelnemers aan de werkgroep BGS 2021 volgende analyse gemaakt van de sterktes en zwaktes en de opportuniteiten en risico's waarmee de vereniging wordt geconfronteerd. Deze tabel is een stand van zaken van de vereniging in december 2014.

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 750 leden in Brussel</li> <li>• Zeer goed imago intern</li> <li>• Zeer goed imago extern</li> <li>• Uitdragen van positieve waarden verankerd in sportieve en ontspanningsactiviteiten</li> <li>• Goede financiële toestand</li> <li>• Eigen bruikbaar kapitaal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebrek aan verenigingscultuur bij de nieuwe leden</li> <li>• Beperkt gevoel van behoren tot BGS</li> <li>• Men maakt deel uit van de activiteit, eerder dan van de vereniging</li> <li>• Starre structuur</li> <li>• Gebrek aan flexibiliteit en initiatief</li> <li>• Dalend aantal effectieve leden</li> <li>• Moeizame vernieuwing van de vrijwilligers</li> <li>• Onvoldoende communicatie over het functioneren van BGS en de manieren om zich te engageren</li> <li>• Feitelijk overwicht aan 30-45-jarigen, gebrek aan diversiteit</li> </ul>
Opportuniteiten	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoog aantal gemotiveerde leden die zich willen engageren</li> <li>• Zichtbaarheid bij politici verder uitbouwen</li> <li>• Netwerken en contacten verder uitbouwen, o.a. internationaal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumptiespirit verdringt verenigingsgeest</li> <li>• Gebrek aan toekomstvisie en aan doelstellingen op lange termijn</li> <li>• Mogelijk vertrek van bepaalde activiteiten, uiteenvallen van de structuur</li> <li>• Vergeten van de eerste missie van de organisatie</li> <li>• Individuele belangen gaan overwegen op het algemeen belang</li> <li>• Gebrek aan collectiviteit bij het nemen van beslissingen</li> <li>• Veroudering en vermoeidheid bij de actieve leden</li> </ul>

## Executive Summary

**The assessment conducted by the BGS 2021 working group concludes that the current situation of the BGS is overall positive, but it stresses the need to develop a long-term vision to ensure the continued existence of the association.**

**It appears first that the current members and former members have a very good image of the BGS and are in large part very satisfied.** People outside the association also have a positive image of the BGS. The continued growth of the association in terms of activities and number of members to reach 727 members in August 2014 reflects this positive image.

**Then it is clear that the friendly framework offered by the BGS to perform various activities is very important for the members.** Furthermore, the survey revealed that this framework is conducive to the social development of members, confirming that the BGS partially filled its mission.

**Despite these strengths, the survey also reveals the weaknesses of the association. The most worrying issue is the lack of associative culture within the BGS, particularly among the new members.** The BGS as an association only works because the members are involved and volunteer to perform various tasks. The withdrawal of former volunteers and non-renewal of these forces by new active members threaten the existence of the association on the medium-term.

**To meet this challenge, the survey reveals that there is a pool of members willing to take part in the association that is not stimulated enough.** The lack of understanding of the status of effective member illustrates this situation. Better communication towards members on the needs and ways to engage in the association is required to help stimulate and harvest all the potential lifeblood of the BGS.

**In conclusion, the survey highlights the strengths of the BGS: dynamism, attractiveness, positive image, success in its mission. But it also reveals the challenges that must be addressed quickly to maintain the good health of the association in the years to come: an improved communication to members on the responsibilities they can take within the association, the reaffirmation of the importance of engaging, and a greater flexibility in the organization of the structure to allow for smoother operation.**

## The image of the BGS

Of course, the BGS organizes sports and recreational activities and this is very noticeable. However, this is only a means for the BGS to achieve its goal: to promote the development and social integration of LGBTQI people. However, this goal comes only in third position of the survey responses out of the four possible goals mentioned. The results of the survey show that one must be careful about the message on the mission of the BGS in order not to reduce it to a practical version - the organization of activities - but properly present the purpose of these activities: the development and socialization of LGBTQI people.

The BGS is considered very visible in the population it targets: Brussels LGBTQI community. This feeling of a good visibility of BGS is observed among current members, former members or outsiders.

The results also show that the perception of the BGS as an association opened to everybody is not strongly rooted among current members. Similarly, the perception of people outside the BGS is still, for half of them, that of a community association.

## **Knowledge of BGS and interest in the association**

The survey data show how word of mouth is the most used way to get in contact with the BGS. Knowledge of BGS is mainly conveyed by the members who become the primary means of promoting the association. The website is an important tool to get to know the BGS, especially for non-Belgian members. The investment in a new website for the BGS online since June appears fully justified.

The vast majority of members join the BGS in the first place because they are interested in practicing activities. However, it is important to note that it is not only the activities that count. The framework proposed by the BGS is also essential. This is what differentiates the BGS from other structures that offer the same activities. Finding a good atmosphere and the opportunity to meet new people count a lot in the process of joining the association. The results also highlight the success of the BGS to fulfil its mission.

The answers of former members about their reason for leaving the BGS do not show key issues. However, these results point out the need to be attentive when welcoming new members. It is also necessary to highlight the fact that to practice no activity does not prevent one to remain a member and support the association.

## **Involvement and role of members**

The data collected on the involvement and role of members highlight a lack of transmission of the associative culture to new members. As an association, the BGS works only because its members are involved in the organization of activities. It seems that some work needs to be done to reinforce this message and ensure a good renewal of volunteers.

With respect to this, the results of the survey are encouraging. It appears clearly that there is a pool of volunteers willing to engage within the association. However, the analysis of the results also highlights an asymmetry between the interest of the members to get involved in the association and their perception of the opportunities to do so. Members who feel very involved are also very interested. However, interested members are not those who say they are the most involved. There is therefore a potential of motivation and a willingness to get involved which are not fully reflected in terms of concrete involvement in the BGS.

This analysis is also very evident on the status of effective member. Respondents wishing to become effective members have profiles at least as committed, if not more, than the self-reported effective members. An overwhelming majority of them are already volunteering for the association. It seems that these members do not have the information to be able to fulfil their commitment. Better communication on the effective member status and how to become one is necessary.

Furthermore, it appears that volunteering for the association is the best way to get in touch with members of other activities. Promoting the involvement of members and volunteers in the association is also an effective way to carry out the mission of the association.

## **International**

Members are not aware of the involvement of BGS in international structures. It is necessary to reinforce this point. Despite this, the organization of a major international event like the Eurogames appears as a catalyst capable of harvesting the enthusiasm of the members and encouraging their involvement as volunteers.

## **The activities of the BGS**

The satisfaction rate on the organization of activities is very high. Participation in tournaments and meetings can be a problem for some members. There is a huge demand on existing activities that the BGS must learn to manage. Many other activities are of interest to our members, as possibilities to reduce the pressure on existing activities.

For most unifying activities, members are enthusiastic. However, many open comments suggest improvements to make the unifying activities even more attractive. It also appears that 60% of members support the organization of further unifying activities.

## **Communication at BGS**

It appears from the survey results that the diversity of communication media used allow to be in contact with the members effectively. The respondents also welcomed the good use of the three languages of BGS and appreciate the efforts being made in this direction.

## **Recommending BGS**

The recommendation rate of members and former members are very high. It is clear that members of the BGS are overall very satisfied by being part of the association and will not hesitate to recommend it.

## Assessment of the current situation - SWOT Analysis of BGS

From the results of the survey and exchanges, members of the BGS 2021 working group drew up the following analysis of the strengths and weaknesses of BGS and the opportunities and threats that the organization currently faces. This matrix provides an assessment of the association in December 2014.

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 750 members in Brussels</li> <li>• Very good internal image</li> <li>• Good external image</li> <li>• Anchoring in sports and leisure activities conveying positive values</li> <li>• Good financial situation</li> <li>• Usable proper founds</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lack of associative culture among new members</li> <li>• Lack of ownership of BGS</li> <li>• Recognition in the activities and not in the association</li> <li>• Structural rigidity, lack of flexibility and initiatives</li> <li>• Rate of effective members down</li> <li>• Difficult renewal of volunteers</li> <li>• Lack of communication on the functioning of BGS and ways to get involved</li> <li>• Focus on 30-45 years-old, lack of diversity</li> </ul>
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>• High number of members who are motivated and who wish to engage</li> <li>• Visibility to politicians to build</li> <li>• Networks and contacts to develop further, particularly internationally</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establishment of a consumer logic, far from the associative logic</li> <li>• Lack of vision for the future, and lack of long-term goals</li> <li>• Potential separation of certain activities, split of the structure</li> <li>• Forgetting the first mission of the association</li> <li>• Special interests prevailing over the general interest</li> <li>• Lack of collegiality in decision making</li> <li>• Aging and fatigue of active members</li> </ul>

## Introduction

En avril 2014, le BGS mettait en place un groupe de réflexion baptisé BGS 2021 ayant pour but de préparer une vision pour orienter le pilotage de l'association dans les prochaines années. Le premier objectif du groupe consistait à fournir un état des lieux du BGS sur lequel appuyer sa réflexion pour penser à l'avenir.

Pour réaliser cet état des lieux, le groupe a décidé de lancer une enquête permettant de recevoir l'avis des membres actuels et des anciens membres du BGS mais aussi de personnes extérieures à l'association.

Le questionnaire 'BGS 2021 - Le BGS et moi' préparé par le groupe de travail a été mis en ligne entre le 10 juin et le 10 août 2014. Les résultats de cette enquête sont présentés dans ce rapport.

### 1. Le profil des répondants

L'enquête était composée de quatre questionnaires destinés à des profils différents :

-  Les **membres actuels** (ou **membres**) : personnes qui sont actuellement membres du BGS ;
-  Les **anciens membres** : personnes qui ont été membres du BGS mais que ne l'était pas au moment de l'enquête ;
-  Les **non-membres** : personnes qui connaissent le BGS mais qui n'en ont jamais été membres ;
-  Les **extérieurs** : personnes qui ne connaissaient pas le BGS au moment de remplir l'enquête.

Les trois premières questions étaient destinées à établir le profil du répondant. Ces derniers étaient ensuite redirigés vers le questionnaire correspondant à leur situation.

A la clôture du questionnaire, 688 personnes avaient répondu au questionnaire dont 597 de manière complète ou quasi complète (à plus de 90%). Les 91 autres questionnaires sont en très grande majorité remplis à moins de 10%, et tous à moins de 17%. Ils ne sont pas pris en compte pour l'étude des résultats.

Les 597 répondants retenus se répartissent de la manière suivante entre les différentes catégories présentées ci-dessus :

Type de répondant	Nombre
Membres	359
Anciens Membres	95
Non Membres	103
Extérieurs	40

Tableau 1 – Les différents profils de répondants

Les tableaux suivants présentent les données générales sur le genre, l'orientation sexuelle et la localisation des répondants. La figure 1 présente le profil d'âge des répondants.

Genre	Nombre
Masculin	469
Féminin	113
Autre	4
Je ne souhaite pas répondre	7
Sans réponse	4

Orientation sexuelle	Nombre
Gay	441
Lesbienne	66
Hétérosexuelle	43
Bisexuelle	24
Autre	1
Je ne souhaite pas répondre	12
Sans réponse	10

Localisation	Nombre
Dans la région de Bruxelles Capitale	456
En Belgique hors Bruxelles Capitale	103
Hors de Belgique	35
Sans réponse	3

Tableaux 2a, 2b et 2c – Données sur le genre, l'orientation sexuelle et la localisation des répondants

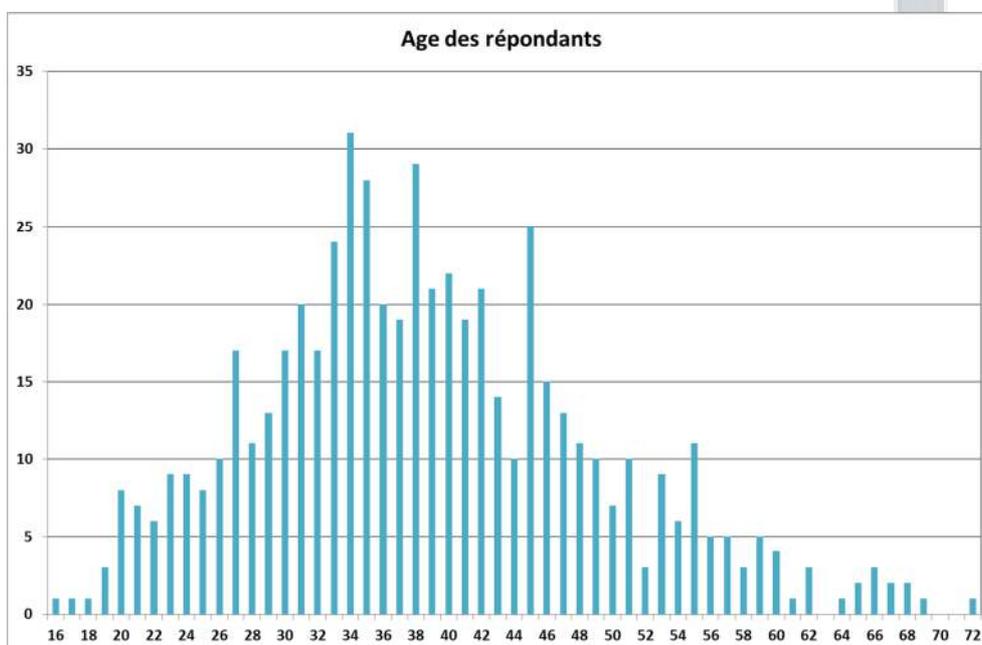


Figure 1 – Distribution des répondants par âge (nombre de répondants)

## 1.1– Les membres

Le nombre de membres actuels ayant répondu au questionnaire est de 359. Au 10 août 2014, le BGS comptait 721 membres. Le taux de participation chez les membres s'élève à 49,8 %. Les tableaux suivants présentent les données sur les membres répondants.

Genre	Nombre
Masculin	291
Féminin	66
Autre	0
Je ne souhaite pas répondre	2

Localisation	Nombre
Dans la région de Bruxelles Capitale	296
En Belgique hors Bruxelles Capitale	50
Hors de Belgique	12

Orientation sexuelle	Nombre
Gay	279
Lesbienne	42
Hétérosexuelle	24
Bisexuelle	5
Autre	0
Je ne souhaite pas répondre	7

Membre depuis	Nombre
Moins d'un an	73
Un an	36
Deux ans	56
Entre 3 et 5 ans	81
Entre 6 et 10 ans	61
Plus de 10 ans	52

Tableaux 3a, 3b, 3c et 3d – Données sur le genre, l'orientation sexuelle, la localisation et l'ancienneté des répondants membres

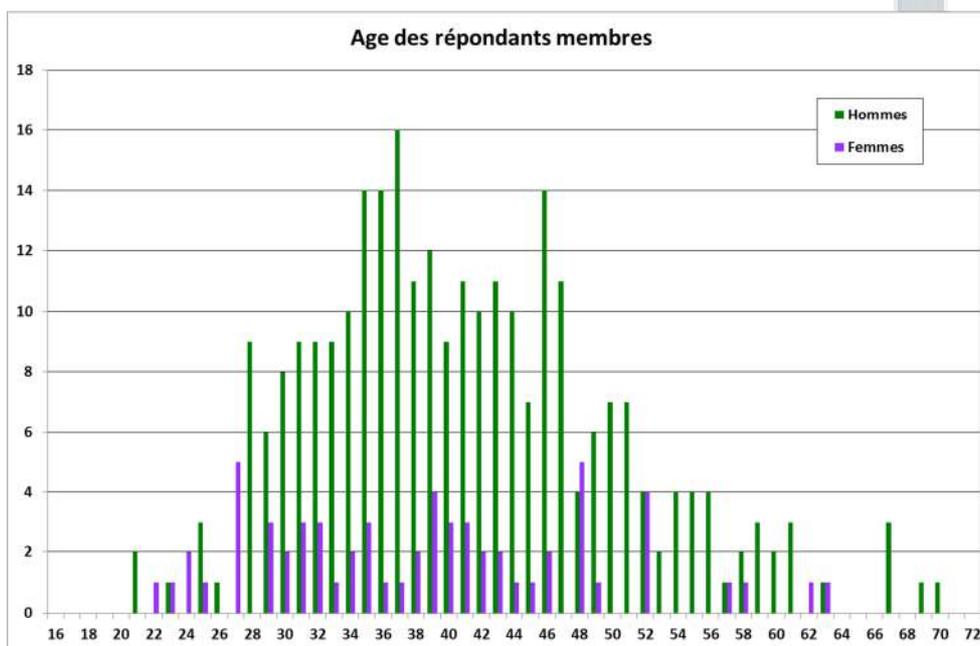


Figure 2 – Distribution des répondants membres par âge (nombre de répondants)

## Représentativité de l'échantillon

Le fait que près de 50% des membres du BGS aient participé assure une très bonne représentativité des résultats. La pyramide des âges ci-dessus est très similaire à celle obtenue chez les membres de l'association à partir de la base de données du BGS (figures 2 et 3).

Les données présentées dans la partie 6 sur la participation des différentes activités montrent aussi une bonne représentativité des résultats de l'enquête chez les membres.

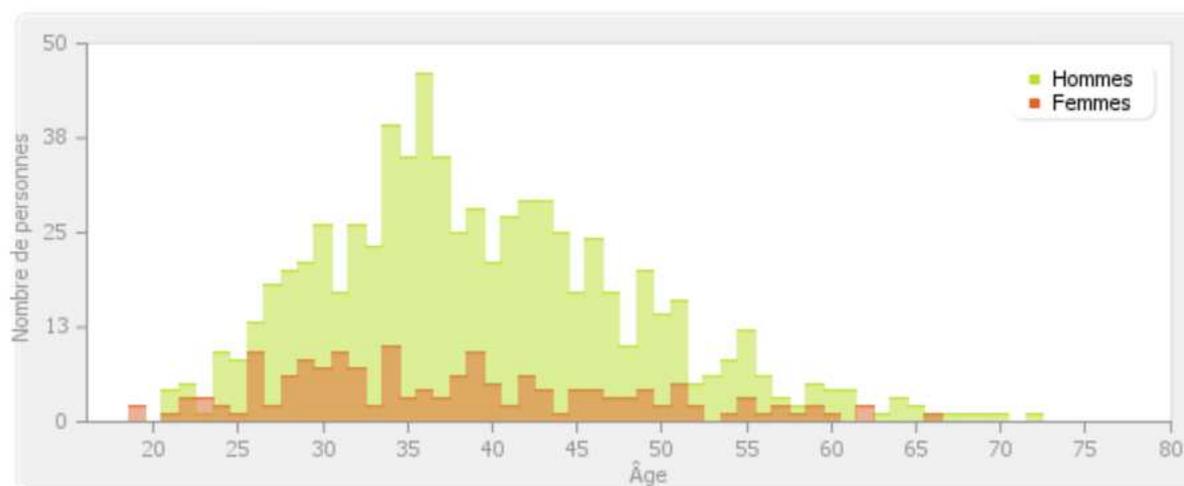


Figure 3 – Pyramide des âges des participants aux activités du BGS pour 2013-2014

### 1.2– Les anciens membres

95 anciens membres ont pris part au questionnaire. Les données sur ces répondants sont présentées dans les tableaux suivants.

Genre	Nombre
Masculin	73
Féminin	13
Autre	2
Je ne souhaite pas répondre	4

Localisation	Nombre
Dans la région de Bruxelles Capitale	64
En Belgique hors Bruxelles Capitale	17
Hors de Belgique	13

Orientation sexuelle	Nombre
Gay	74
Lesbienne	10
Hétérosexuelle	0
Bisexuelle	2
Autre	0
Je ne souhaite pas répondre	4

Membre pendant	Nombre
Moins d'un an	10
Un an	29
Deux ans	18
Entre 3 et 5 ans	20
Entre 6 et 10 ans	14
Plus de 10 ans	4

Tableaux 4a, 4b, 4c et 4d – Données sur le genre, l'orientation sexuelle, la localisation et l'ancienneté des répondants anciens membres

### 1.3– Les non membres

103 personnes qui connaissent le BGS sans en avoir jamais été membre ont répondu à l'enquête. Les tableaux suivants donnent les informations sur les non-membres.

Genre	Nombre
Masculin	83
Féminin	16
Autre	2
Je ne souhaite pas répondre	1

Localisation	Nombre
Dans la région de Bruxelles Capitale	76
En Belgique hors Bruxelles Capitale	21
Hors de Belgique	5

Orientation sexuelle	Nombre
Gay	75
Lesbienne	6
Hétérosexuelle	7
Bisexuelle	11
Autre	1
Je ne souhaite pas répondre	1

Connais le BGS depuis	Nombre
Moins d'un an	13
Un an	14
Entre 2 et 4 ans	37
Entre 5 et 9 ans	22
10 ans et plus	17

*Tableaux 5a, 5b, 5c et 5d – Données sur le genre, l'orientation sexuelle, la localisation et l'ancienneté des répondants non membres*

#### Note méthodologique sur l'analyse des résultats

Pour de nombreuses questions de l'enquête, le ou la répondant-e devait donner son avis sur différentes propositions. Il ou elle devait évaluer son accord ou pas avec la proposition entre 0 (tout à fait pas d'accord) et 5 (tout à fait d'accord).

Dans l'ensemble du rapport les termes suivants correspondent aux niveaux suivants :

Tout à fait d'accord	5
Fortement d'accord	4 ou 5
D'accord	3, 4 ou 5
Moyennement d'accord	2 ou 3
Pas d'accord	0, 1 ou 2
Fortement pas d'accord	0 ou 1
Tout à fait pas d'accord	0

#### Exemples :

20% des répondants sont fortement d'accord = 20% des répondants ont répondu 4 ou 5  
 35% des répondants sont d'accord = 35% des répondants ont répondu 3, 4 ou 5  
 12% des répondants ne sont pas d'accord = 12% des répondants ont répondu 0, 1 ou 2

## 2. Image du BGS

Cette section s'intéresse à détailler les résultats qui permettent de mettre en avant l'image que les répondants ont du BGS. Cette image repose sur la perception du rôle de l'association, sa visibilité et son ouverture à différents publics. Les questions de cette section ont été posées aux membres actuels, aux anciens membres et aux non-membres.

### 2.1– La mission de l'association

Dans les statuts de l'association, il n'est mentionné qu'une seule mission. Le BGS « a pour objet de favoriser l'épanouissement personnel et l'intégration sociale des personnes homosexuelles, bisexuelles, transsexuelles, transgenres et autres principalement par la pratique de sports et d'activités de loisirs, dans un esprit de respect mutuel et de bonne entente ».

Quatre buts possibles pour le BGS étaient proposés aux répondants (figure 4). Plus de 85% des répondants à cette question indiquent être fortement d'accord avec le fait que le but du BGS est d'organiser des activités sportives et de loisirs. Près des trois quarts des répondants sont fortement d'accord avec le but de promouvoir la pratique sportive des personnes LGBTQI. Plus des deux tiers sont fortement d'accord avec le but de promouvoir les liens et les échanges entre les personnes LGBTQI. Enfin, seuls 43% sont fortement d'accord sur l'insertion des personnes LGBTQI dans la société comme but du BGS.

Pour ce qui est des extérieurs qui ne connaissaient pas l'association, le BGS leur était présenté comme «une association dont la mission est de sociabiliser les personnes lesbiennes, gay, bisexuelles, transexuelles, queer et intersex par l'organisation d'activités sportives et de loisirs ». 34 répondants sur 40 ont affirmé qu'une telle association leur semblait utile.

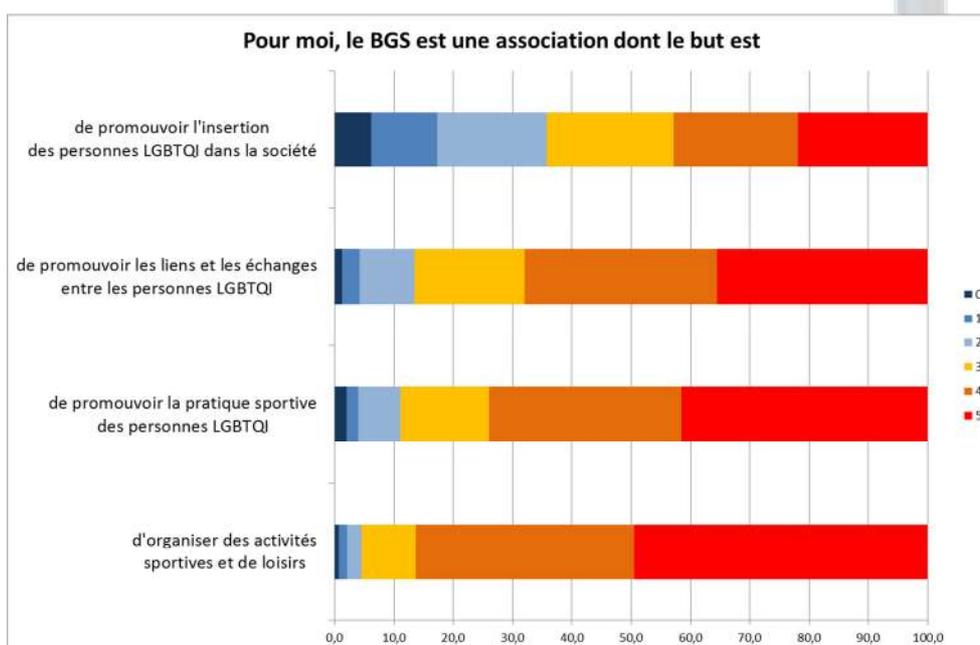


Figure 4 – Perception des répondants sur le but du BGS (%)

Il n’y a pas de différences marquées sur cette question en fonction des différentes catégories de répondants (figure 5). Il faut remarquer que les anciens membres donnent un plus grand accord avec le but de promouvoir la pratique sportive des personnes LGBTQI. De même, ces derniers sont plus en accord que les membres avec le but concernant la socialisation alors que les non-membres, eux, le sont moins que les membres actuels.

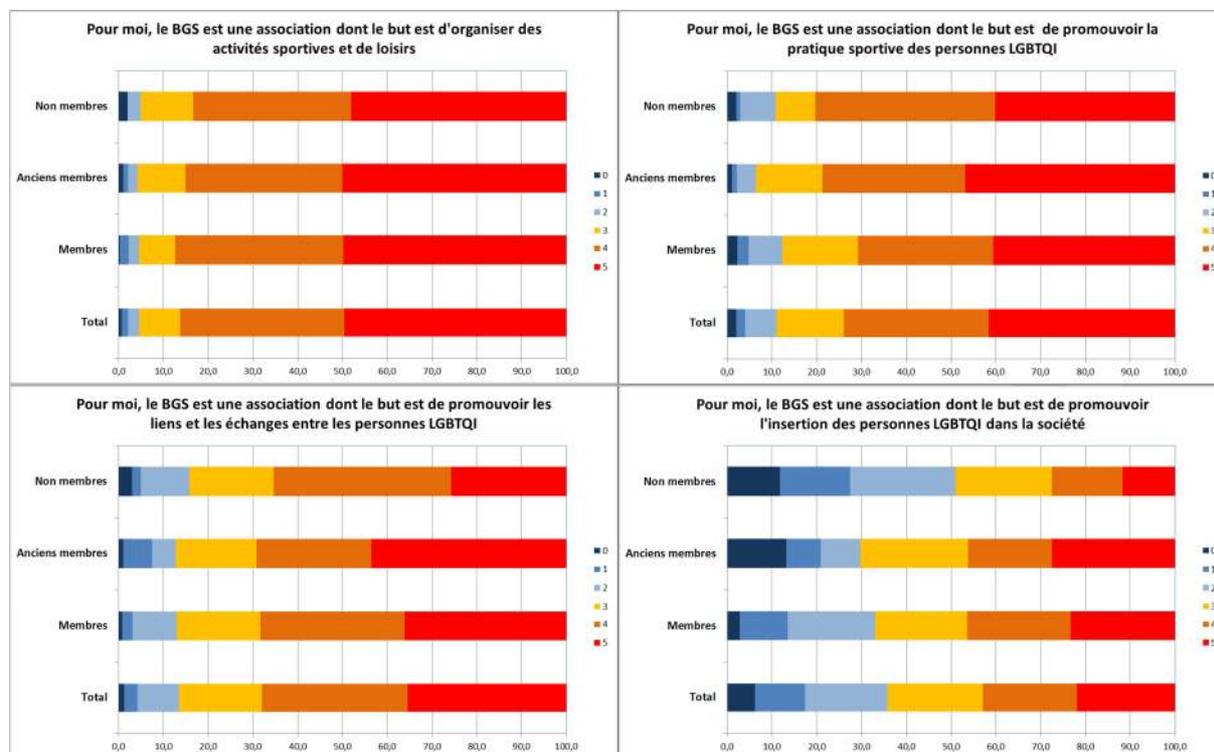


Figure 5 – Perception des différentes catégories de répondants sur le but du BGS (%)

Les données par catégories présentées dans les annexes 1 à 4 ne mettent pas en avant de fortes corrélations sur cette question avec l’âge des répondants ou la durée depuis laquelle les répondants sont membres. Cependant, la reconnaissance de la mission sociale du BGS est bien plus forte chez les membres intéressés par l’association et engagés dans son fonctionnement.

## 2.2– La visibilité du BGS

En ce qui concerne la visibilité de l’association, les répondants étaient invités à donner leur avis sur la visibilité du BGS dans la communauté LGBTQI et dans la société, à différents échelons géographiques (Bruxelles, Belgique et Europe). Les figures 6 et 7 montrent que la perception de la visibilité du BGS est similaire chez les membres et les non-membres.

Environ 80% des répondants sont fortement d’accord avec le fait que le BGS est visible dans la communauté LGBTQI à Bruxelles. En ce qui concerne la visibilité à l’échelle de la communauté LGBTQI en Belgique, ce taux baisse à 25%, avec environ 60% des répondants moyennement d’accord. A l’échelle européenne, seuls 32% des membres pensent que le BGS est visible dans la communauté LGBTQI.

Par ailleurs, environ 25% des répondants voient le BGS fortement visible dans la société dans son ensemble à Bruxelles.

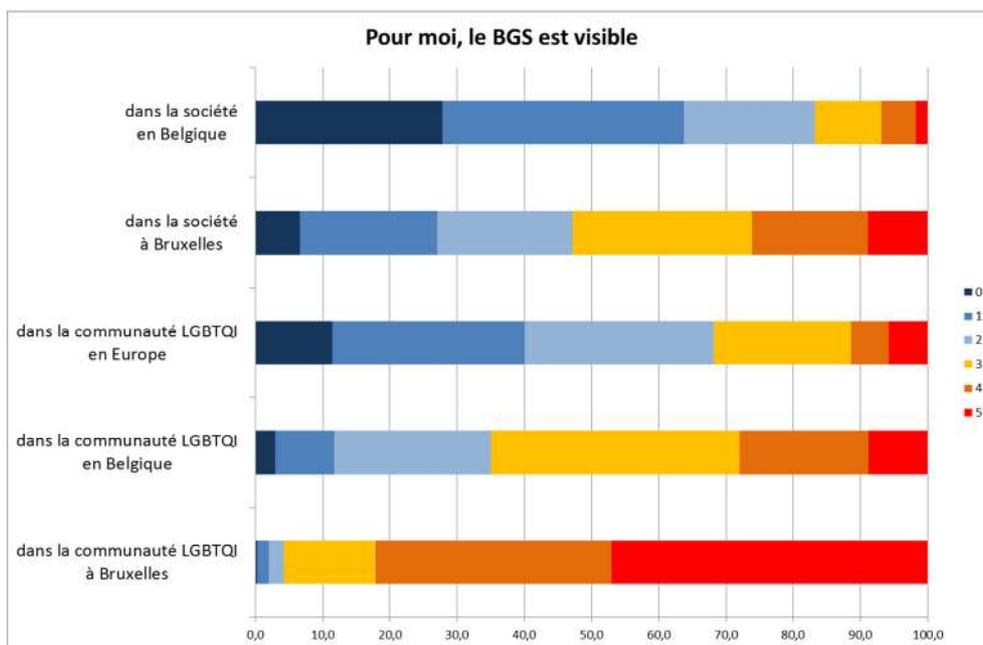


Figure 6 – Perception de la visibilité du BGS chez les membres (%)

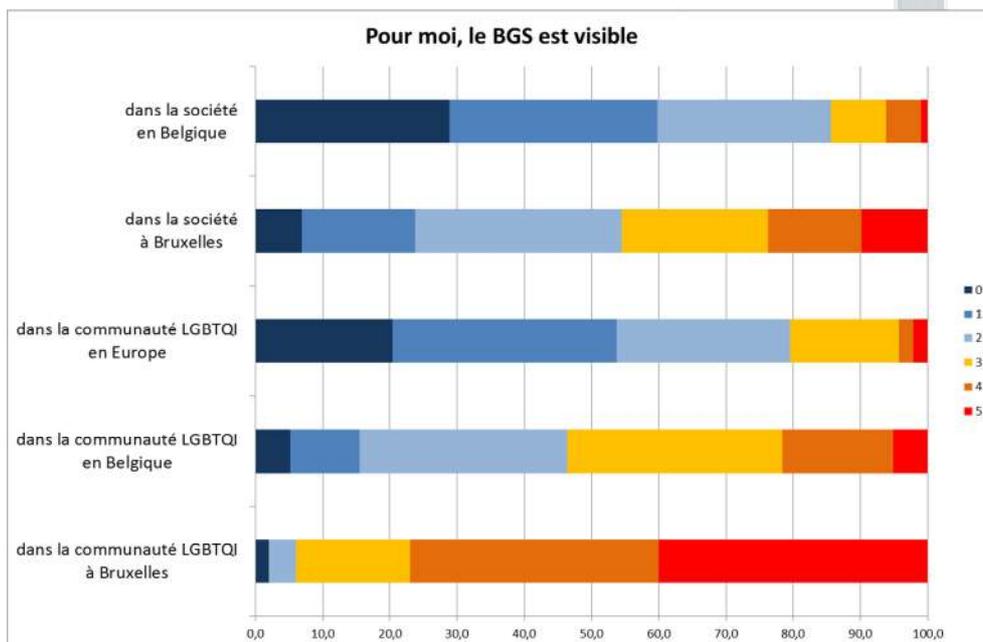


Figure 7 – Perception de la visibilité du BGS chez les non membres (%)

Les annexes 5 à 9 ne mettent pas en avant des différences majeures sur la visibilité du BGS dans les différentes catégories.

### 2.3– Perception sur l’ouverture du BGS

Le BGS est une association LGBTQI qui est ouverte à tous et à toutes (à partir de 18 ans, avec une possibilité ouverte pour les 16-18 ans). L’enquête met en avant que 55% des répondants sont fortement d’accord avec ce point (Figure 8).

Néanmoins, près de 65% des répondants sont également fortement d’accord avec le fait que BGS est principalement tourné vers les gays. Ils sont 22% à être fortement d’accord avec le fait que le BGS est principalement tourné vers les lesbiennes. Seulement 34% des répondants sont fortement d’accord pour dire que le BGS est « réservé aux personnes LGBTQI ».

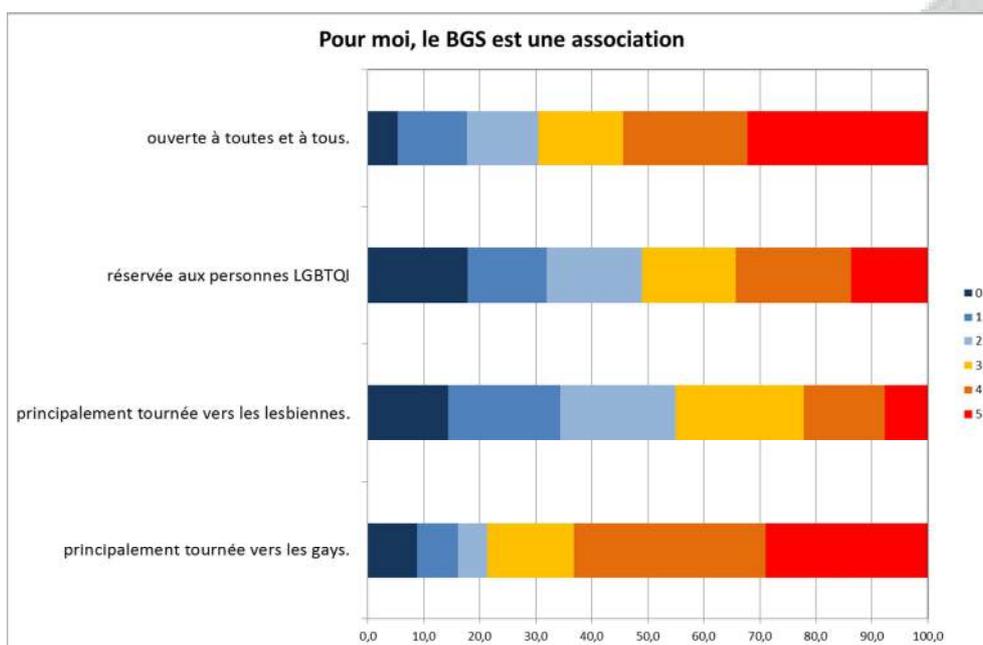


Figure 8 – Perception des publics du BGS chez les répondants (%)

En revanche, les répondants qui connaissent le BGS mais n’en ont jamais été membres ont une vision du BGS plus fermée que les membres actuels ou anciens (figure 9). Il est aussi intéressant de voir que les gays voient le BGS plus fermé que les lesbiennes de manière assez significative (Annexes 12 et 13).

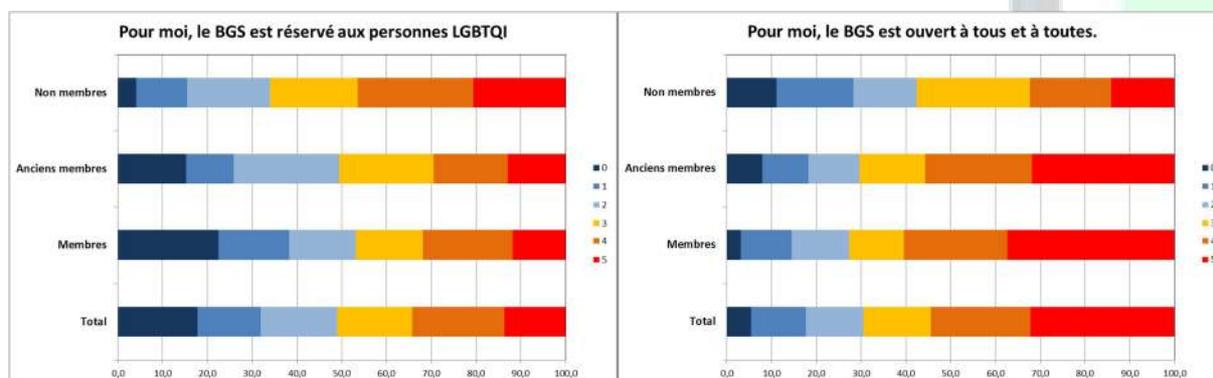


Figure 9 – Perception des publics du BGS chez les différentes catégories de répondants (%)

## 2.4– Conclusion

Bien sûr, le BGS organise des activités sportives et de loisirs et cela est très perceptible. Cependant, ceci n'est qu'un moyen pour le BGS d'atteindre son but ou sa mission qui est de favoriser l'épanouissement et l'intégration sociale des personnes LGBTQI. Or, ce but n'arrive qu'en troisième position dans les résultats de l'enquête sur les quatre buts proposés. Ces résultats montrent qu'il faut être vigilant sur le message véhiculé sur la mission du BGS afin de ne pas le réduire à une version pratique – l'organisation d'activités – mais à bien présenter la finalité de ces activités : l'épanouissement et la socialisation des personnes LGBTQI.

Le BGS est considéré comme très visible dans la population qui représente son cœur de cible : la communauté LGBTQI bruxelloise. Ce sentiment de bonne visibilité du BGS s'observe aussi bien chez les membres actuels, les anciens membres ou les personnes extérieures au BGS. Le fait que le BGS soit considéré peu visible à l'échelle européenne sera discuté dans la partie concernant le BGS à l'international (partie 5).

Les résultats montrent également que la perception du BGS comme une association ouverte à tous et à toutes n'est pas fortement ancrée chez les membres actuels. De même, la perception des personnes extérieures au BGS est encore, pour la moitié d'entre eux, celle d'une association communautaire. Ces résultats sont à mettre en relation avec le nombre important de commentaires libres de répondants qui souhaitent voir le BGS s'ouvrir plus.

### 3. Connaissance et attrait pour le BGS

Les questions dans cette partie ont été posées aux membres actuels, aux anciens membres et/ou aux non-membres. Elles avaient pour but d'explorer comment les répondants sont entrés en contact avec le BGS, pourquoi ils sont devenus membres et pourquoi ils le sont restés.

#### 3.1– Entrer en contact avec le BGS

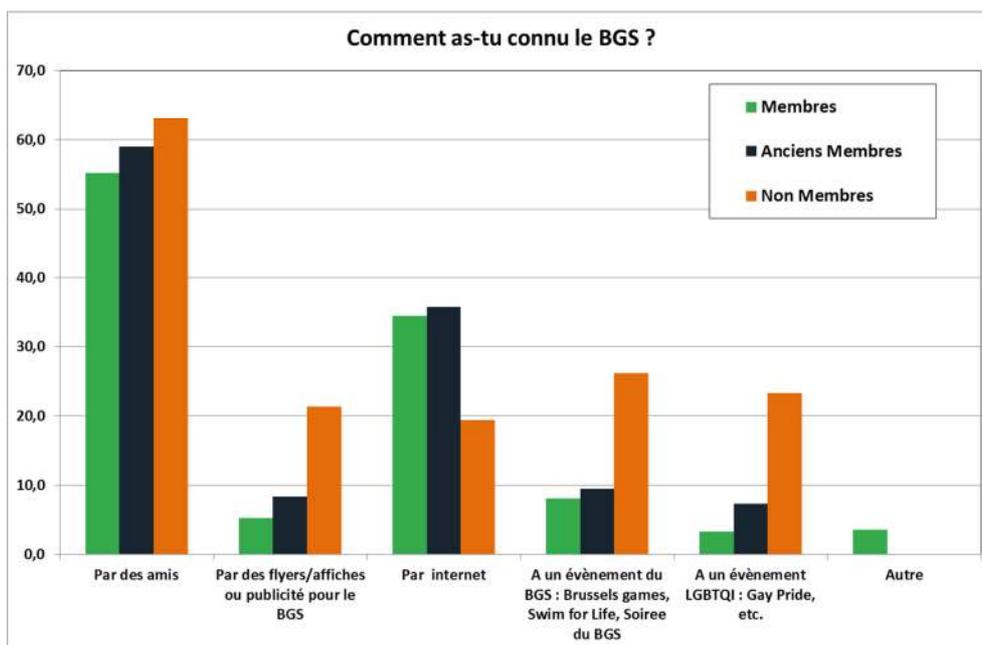


Figure 10 – Moyens par lesquels les différentes catégories de répondants ont connu le BGS (%)

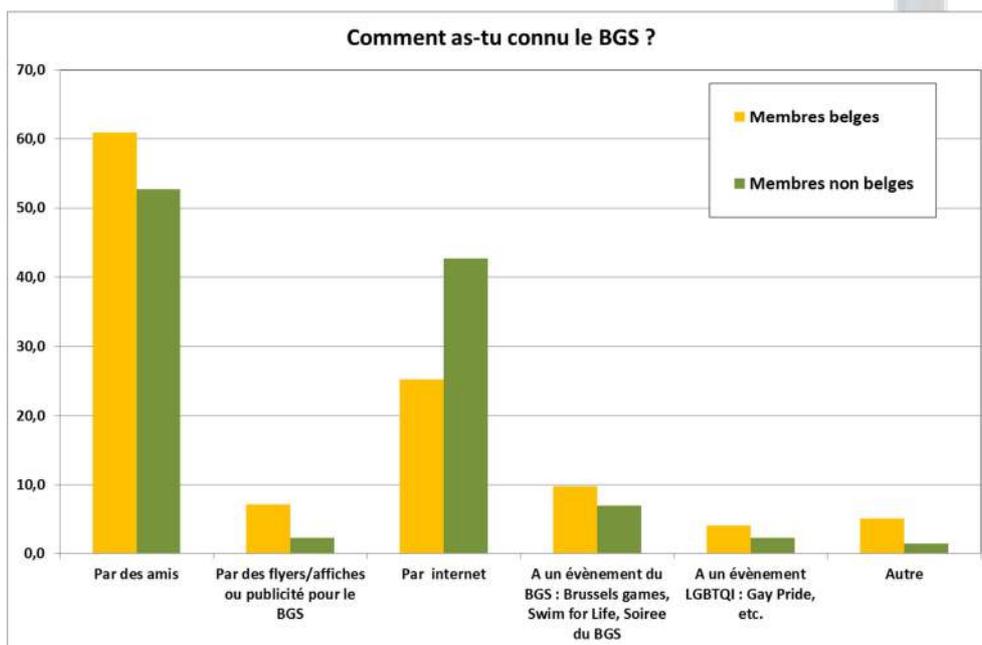


Figure 11 – Moyens par lesquels les membres belges ou non ont connu le BGS (%)

La figure 10 montre que ce sont les connexions sociales qui assurent le plus la connaissance du BGS. En effet, plus de 55% des répondants ont entendu parler du BGS par des amis. Dans le cas des non membres, ce sont dans 75% des cas des amis membres qui leur ont parlé du BGS.

Internet est la seconde source pour entrer en contact avec l'association avec près d'un tiers des répondants qui affirment avoir connu le BGS en ligne. Il est intéressant de constater que pour les membres non belges, internet est une source presque aussi importante que les amis pour entrer en contact avec le BGS (figure 11).

Les flyers et les évènements constituent un moyen secondaire efficace pour faire connaître l'association à l'extérieur, comme le sont les grands évènements organisés par l'association.

### 3.2– Attentes par rapport au BGS

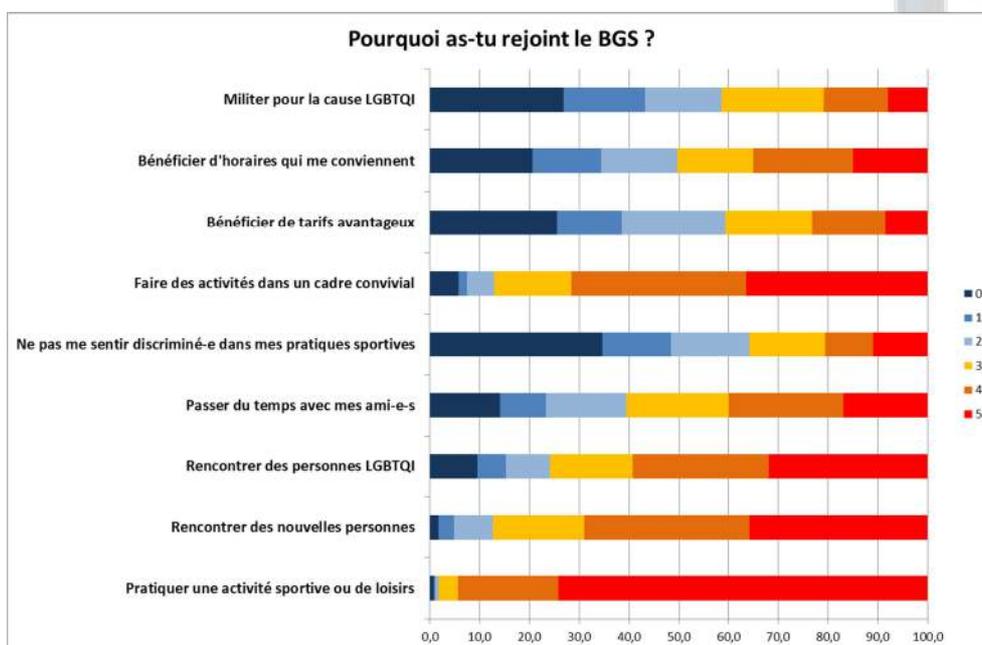


Figure 12 – Raisons pour rejoindre le BGS chez les membres (%)

Près de 75% des membres actuels sont tout à fait d'accord pour dire qu'ils ont rejoint le BGS pour pratiquer une activité (figure 12). Cela est vrai quel que soit le profil du répondant (Annexe 14). Ils sont également près de 70% à être fortement d'accord avec le fait qu'ils ont rejoint le BGS pour rencontrer de nouvelles personnes (près de 60% pour rencontrer des personnes LGBTQI). 60% des membres actuels sont d'accord avec le fait qu'ils viennent passer du temps avec des amis. Le fait que le BGS propose un cadre convivial est une raison qui compte pour plus de 85% des membres actuels dans leur choix de rejoindre l'association.

La moitié des membres actuels met en avant les horaires comme une des raisons qui les ont poussés à rejoindre le BGS. Les tarifs, les questions de discrimination ou les aspects de militantisme n'arrivent qu'en arrière-plan dans les raisons qui poussent les membres à rejoindre le BGS.

Ces résultats sont sensiblement similaires chez les anciens membres (figure 13).

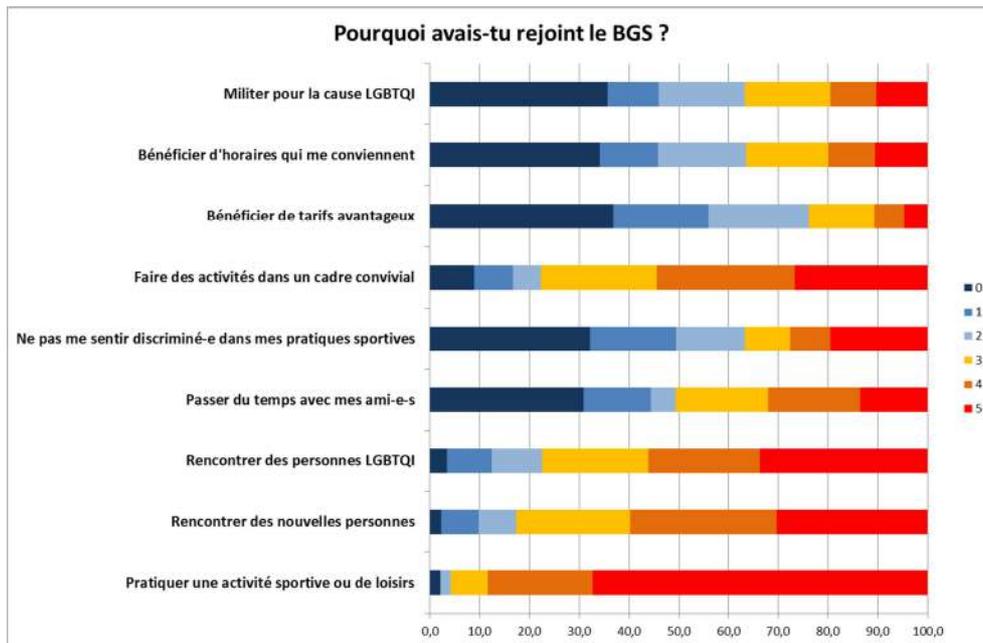


Figure 13 – Raisons pour rejoindre le BGS chez les anciens membres (%)

Les réponses libres à cette question insistent à nouveau sur les points forts évoqués dans les réponses proposées : faire une activité dans un cadre non compétitif, rencontrer de nouvelles personnes et se faire des amis.

### 3.3– Les raisons de rester membre

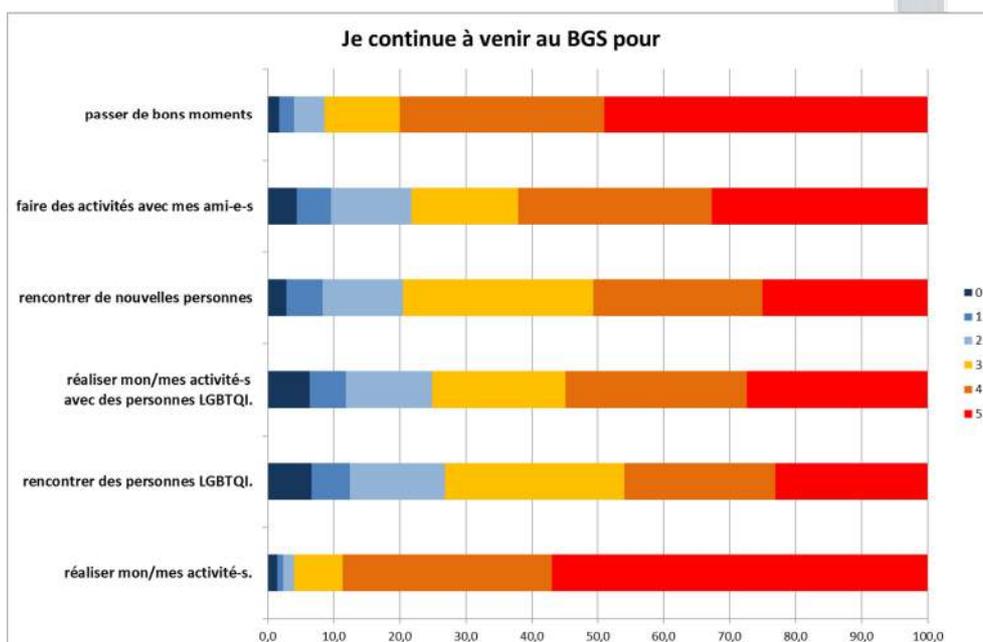


Figure 14 – Raisons pour continuer à venir au BGS chez les membres (%)

Lorsqu'il s'agit des motivations à rester membre du BGS, la pratique d'une activité arrive comme la raison la plus évidente : 95% des membres actuels sont d'accord sur ce point. Il est également important de noter que plus de 90% des répondants membres s'accorde sur le fait que venir au BGS, c'est passer de bons moments. Plus de 60% des répondants membres sont fortement d'accord sur le fait qu'ils restent au BGS pour faire des activités avec des amis. Le fait de rencontrer de nouvelles personnes, LGBTQI ou non, est légèrement moins mis en avant que les raisons précédentes (figure 14).

Une nouvelle fois, les résultats sont sensiblement similaires chez les anciens membres (figure 15).

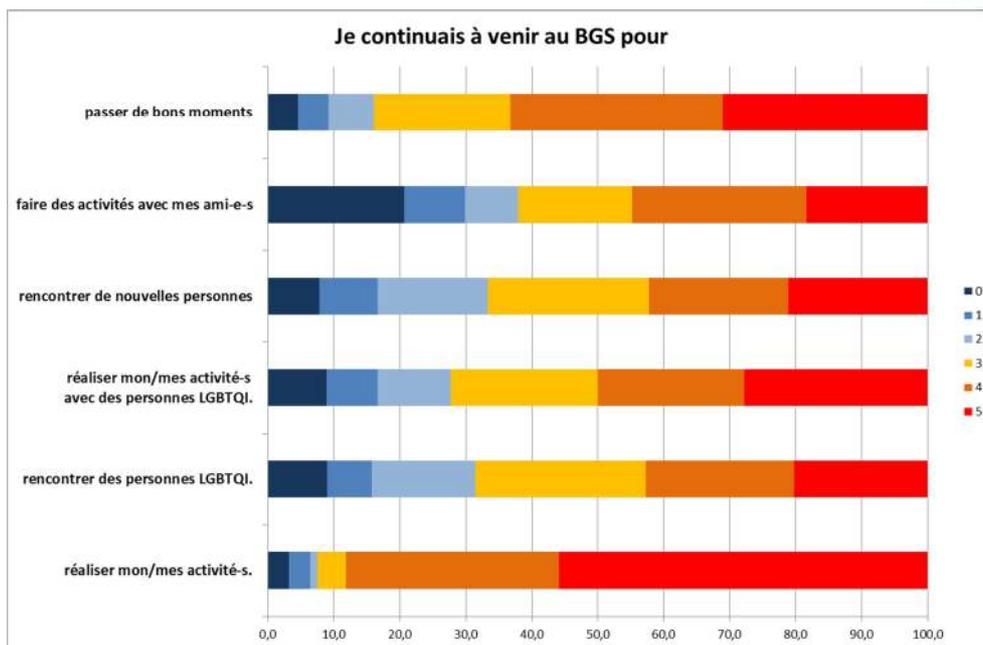


Figure 15 – Raisons pour continuer à venir au BGS chez les anciens membres quand ils étaient membres (%)

### 3.4– Les raisons pour quitter le BGS

Lorsque la question est posée aux anciens membres, la raison principale qui explique qu'ils ne sont plus membres est qu'ils ne pratiquent plus d'activité au BGS (figure 16). Le fait d'avoir quitté Bruxelles arrive en seconde position chez les répondants. Entre 10 et 15% des répondants mettent en avant le fait de ne pas s'être sentis à l'aise au BGS ou de ne pas y avoir trouvé ce qu'ils étaient venus y chercher.

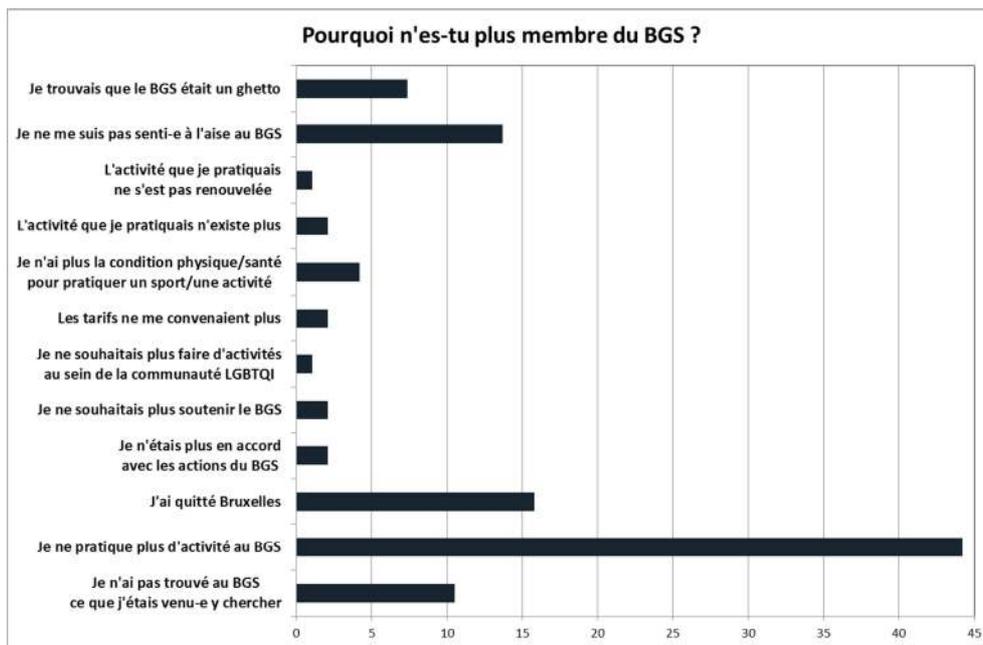


Figure 16 – Raisons pour lesquelles les anciens membres ont quitté le BGS (%)

### 3.5– Les raisons pour revenir au BGS

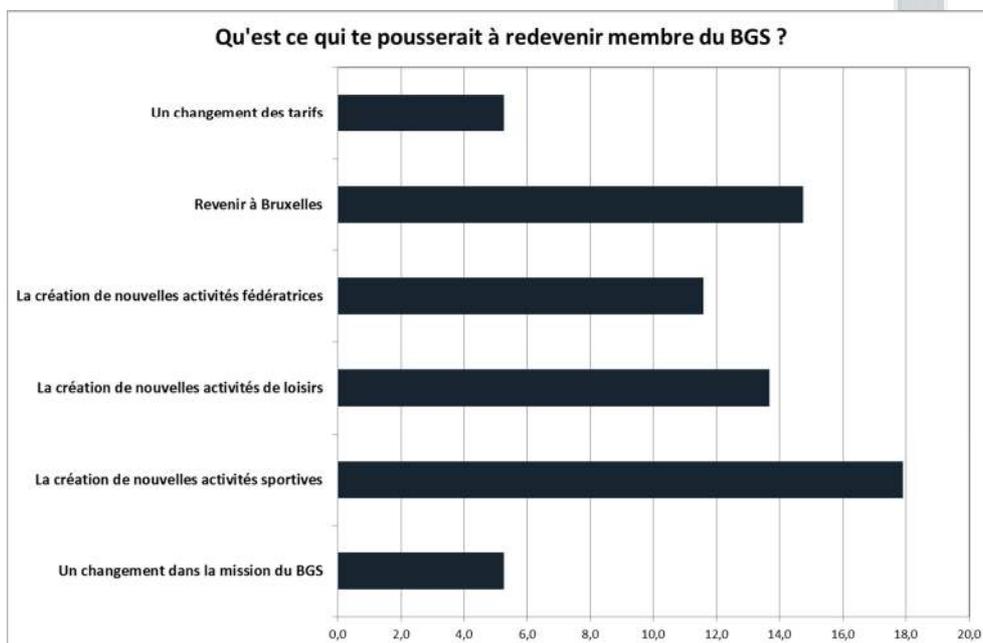


Figure 17 – Raisons qui pousseraient des anciens membres à redevenir membres (%)

Les raisons qui pousseraient les anciens membres à redevenir membre du BGS sont diverses et aucune ne se dégage vraiment (figure 17). Les répondants évoquent de manière équivalente la création de nouvelles activités sportives ou de loisirs ou de nouvelles activités fédératrices. Les tarifs sont évoqués de manière marginale de même que le besoin de changer la mission du BGS.

Le fait de revenir à Bruxelles est évoqué par quasiment tous les répondants qui ne sont plus membres parce qu'ils ont quitté la ville. Cela montre que pour eux le départ du BGS a été uniquement la conséquence de leur mobilité géographique.

### 3.6– Les raisons pour ne pas rejoindre le BGS

Chez les répondants qui n'ont jamais été membres du BGS, 19 répondants ont déjà fait une séance de découverte au BGS. De plus, 60% ont déjà pensé à rejoindre le BGS. Il était donc intéressant de savoir pourquoi ces personnes ne sont jamais devenues membres. La figure 18 présente les raisons qu'ils évoquent.

La raison principale vient du fait que ces répondants sont satisfaits du cadre dans lequel ils pratiquent leurs activités. L'autre raison mise en avant est le fait de ne pas souhaiter faire des activités dans le cadre LGBTQI. Quelques répondants affirment ne pas s'être sentis bien accueillis au BGS.

Il est à noter par ailleurs que, suite à une brève explication de ce qu'est le BGS, 24 répondants extérieurs sur 40 se disent spontanément prêts à rejoindre le BGS.

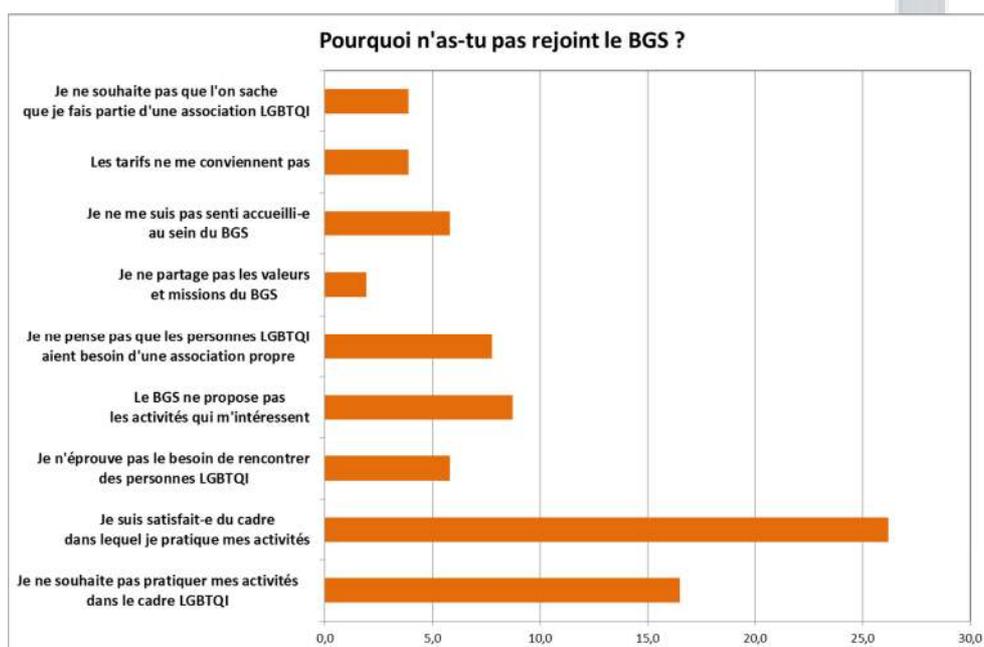


Figure 18 – Raisons pour lesquelles les non membres n'ont pas rejoint le BGS (%)

### 3.7– Conclusion

Les données de l'enquête montrent à quel point le bouche à oreille est le moyen le plus utilisé pour entrer en contact avec le BGS. La connaissance du BGS est principalement véhiculée par les membres qui deviennent le premier moyen de promotion de l'association. Le second moyen, internet, a une place importante, notamment pour les non belges. L'investissement dans un nouveau site internet pour le BGS mis en ligne en juin se trouve ici pleinement justifié.

Dans leur grande majorité, les membres rejoignent le BGS tout d’abord parce qu’ils sont intéressés par pratiquer une des activités. Cependant, il est important de noter que ce ne sont pas seulement les activités qui comptent. Le cadre proposé par le BGS est aussi essentiel. C’est ce cadre qui différencie le BGS d’autres structures qui proposent les mêmes activités. Le fait de trouver une bonne ambiance et la possibilité de rencontrer des nouvelles personnes compte ainsi beaucoup dans la démarche de rejoindre l’association.

Ce fait apparait également dans l’analyse des raisons qui conduisent les membres à rester dans l’association comme le montre la figure 19. Cette figure permet de comparer les résultats entre les motivations pour rejoindre le BGS et celles pour y rester. Si le fait de pratiquer une activité est très important pour rejoindre le BGS, c’est une raison moins fortement évoquée pour y rester. Il en va de même pour le fait de rencontrer de nouvelles personnes (LGBTQI ou non).

En revanche, plus de 60% des membres sont fortement d’accord sur le fait qu’ils restent au BGS pour faire des activités avec des amis alors qu’ils ne sont que 40% à être fortement d’accord sur le fait que c’était une motivation pour rejoindre le BGS. Ce résultat met en avant la réussite dans la mission de socialisation du BGS. Il souligne aussi le fait que c’est le cadre offert par le BGS et les connexions créés qui motivent les membres à rester.

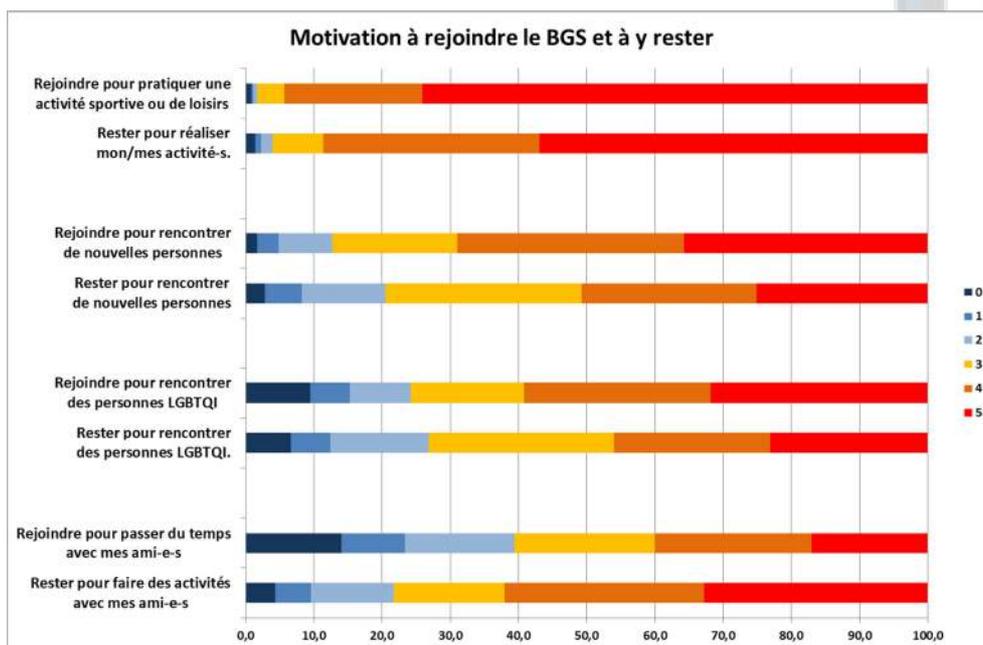


Figure 19 – Comparaison entre les raisons qui poussent à venir et celles qui poussent à rester chez les membres (%)

Les réponses des anciens membres sur leur raison de quitter le BGS ne fait pas apparaitre de problème fondamental. Ces résultats invitent cependant à être attentif à l’accueil des nouveaux membres. Il est aussi nécessaire de mettre en avant que le fait de ne plus pratiquer d’activité au BGS n’empêche pas de rester membre et de soutenir l’association.

## 4. Implication et rôle des membres

Dans cette section, l'enquête avait pour but d'explorer comment les membres actuels et les anciens membres conçoivent (ou concevaient) leur place en tant que membre de l'association.

### 4.1– Qu'est-ce que signifie être membre du BGS ?

Lorsque les membres actuels sont interrogés sur ce que cela signifie être membres du BGS, près de 80% d'entre eux sont d'accord sur le fait qu'il s'agit de soutenir le BGS (figure 20). Ils sont par ailleurs plus de 40% à être fortement d'accord sur le fait qu'être membre implique de prendre part à la vie du BGS et un tiers à être fortement d'accord sur le fait qu'être membre c'est aussi donner un peu de son temps pour faire fonctionner le BGS.

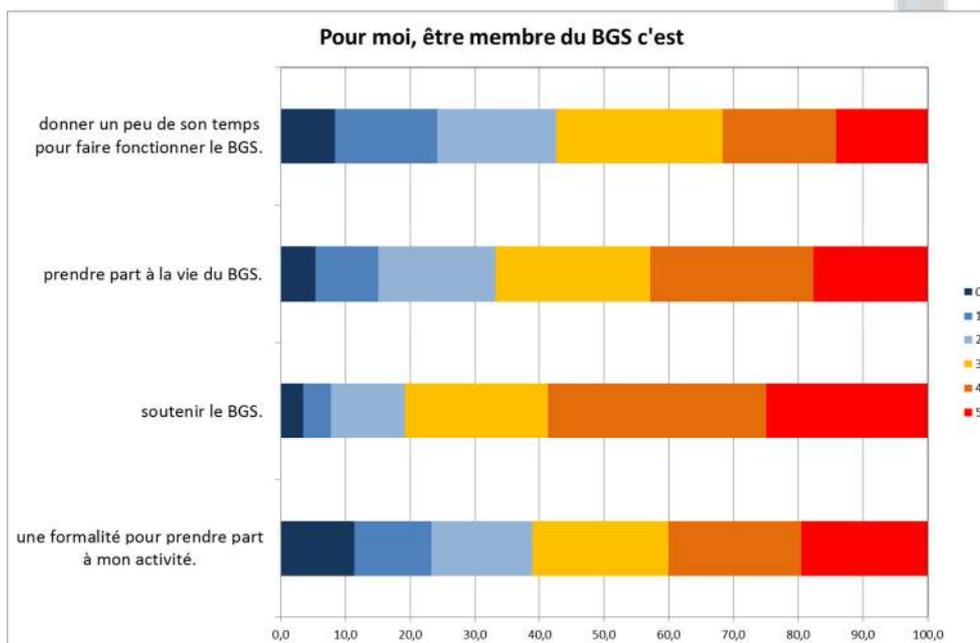


Figure 20 – La perception du fait d'être membre du BGS chez les membres (%)

Chez les anciens membres, le même profil se retrouve (figure 21).

Il est à noter que les membres actuels plus anciens (6 ans et plus) sont plus de 70% à être fortement d'accord sur le fait qu'être membre c'est soutenir le BGS. Seuls 55% des membres depuis moins de 5 ans donnent la même réponse (Annexe 30).

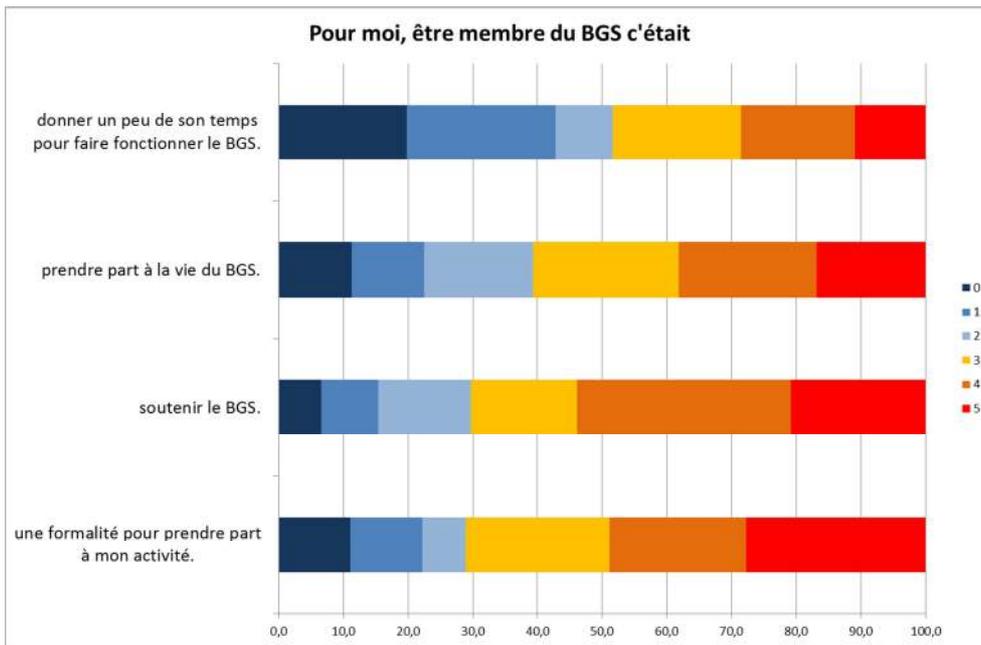


Figure 21 – La perception du fait d'être membre du BGS chez les anciens membres (%)

#### 4.2– Intérêt et implication dans la vie du BGS

Trois quarts des membres sont d'accord sur le fait qu'il est important que les membres participent à la vie du BGS (figure 22). Ils sont également 70% à être d'accord sur le fait que la vie du BGS les intéresse. En revanche, ils ne sont qu'un peu plus de 50% à affirmer qu'ils se sentent impliqués dans la vie du BGS.

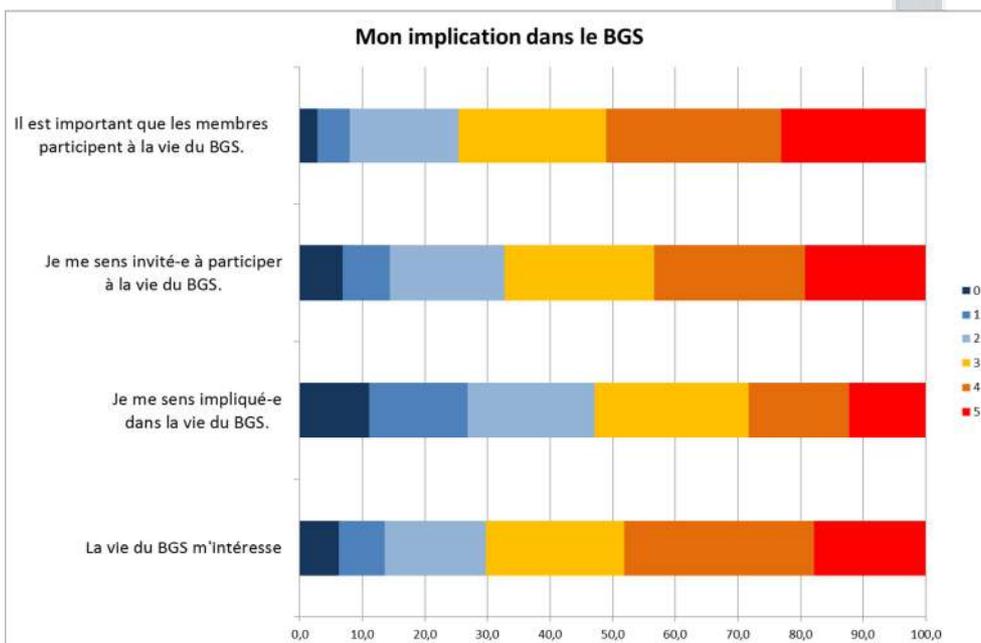


Figure 22 – L'implication des membres dans la vie du BGS (%)

Des résultats proches sont obtenus chez les anciens membres (figure 23).

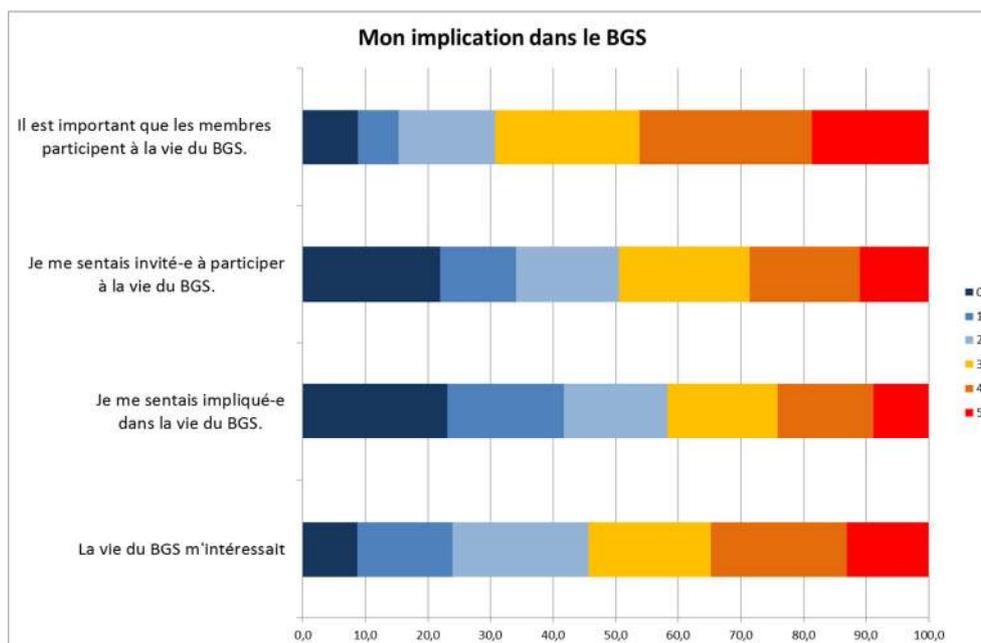


Figure 23 – L'implication des anciens membres dans la vie du BGS (%)

L'étude des différentes classes de répondants en termes d'intérêt et d'implication révèle des corrélations intéressantes. Plus les membres se sentent impliqués dans l'association, plus ils voient leur statut de membre comme signifiant prendre part à la vie de l'association et donner du temps pour faire fonctionner le BGS. Ils ont également plus conscience qu'être membre signifie soutenir l'association (Tableau 6).

Niveau d'implication	Soutenir le BGS (4-5)	Prendre part (4-5)	Donner temps (4-5)
Fortement impliqués (4-5)	83%	80%	70%
Moyennement impliqués (2-3)	60%	40%	25%
Peu impliqués (0-1)	32%	10%	7%

Tableau 6 – Attitude sur le sens donné au fait d'être membre en fonction du niveau d'implication

Par ailleurs, les membres fortement impliqués approuvent fortement que le but du BGS est de créer des liens (Annexe 3). Ils sont aussi les plus intéressés par la vie du BGS (Annexe 33). En revanche, les plus intéressés ne sont pas toujours les plus impliqués : seuls 55% des membres très intéressés se sentent fortement impliqués.

De même, les annexes 35 et 36 montrent que les membres fortement intéressés pour participer à la vie du BGS pensent qu'ils faut s'impliquer mais ne se sentent pas forcément invités à le faire.

### 4.3– Les membres effectifs

A la question de savoir si le répondant est membre effectif, 106 répondants membres ont répondu 'oui'. Or, le BGS compte seulement 74 membres effectifs depuis la dernière assemblée générale en avril 2014.

Es-tu membre effectif du BGS ?	Nombre
Oui	106
Non	153
Je ne sais pas ce qu'est un membre effectif	97

Tableau 7 – Les membres effectifs chez les membres

Sur les 106 membres effectifs auto-déclarés, il apparaît que 29 sont membres du BGS depuis moins de 3 ans, dont 10 depuis moins d'un an. Étant donné le nombre de nouveaux membres effectifs enregistrés ces trois dernières années, la quasi-totalité de ces 29 membres ne sont probablement pas membres effectifs.

On peut alors estimer qu'environ 40 de ces membres effectifs auto-déclarés ne sont pas membres effectifs du BGS. Ainsi, le tableau 8 présente une interprétation raisonnée des données sur cette question.

Es-tu membre effectif (ME) du BGS ?	Nombre	%
Membres qui savent ce qu'est un ME et qui le sont	66	18,4
Membres qui savent ce qu'est un ME et qui ne le sont pas	153	42,9
Membres qui ne savent pas ce qu'est un ME	97	27,2
Membres qui ne savent pas qu'ils ne savent pas ce qu'est un ME	40	11,2

Tableau 8 – Connaissance et état des membres effectifs chez les membres

Le tableau 8 met en avant le fait que près de 40% des membres du BGS ne savent pas ce qu'est un membre effectif (ceux qui ne savent pas et ceux qui croient l'être mais ne le sont pas). Un résultat similaire s'observe chez les anciens membres avec 44 répondants sur 94 déclarant ne pas savoir ce qu'est un membre effectif.

Étais-tu membre effectif du BGS ?	Nombre
Oui	28
Non	22
Je ne sais pas ce qu'est un membre effectif	44

Tableau 9 – Les membres effectifs chez les anciens membres

Par ailleurs, près de la moitié des membres actuels estiment qu'il est important de devenir membre effectifs. Le tableau 10 montre que 58 membres actuels ont exprimé le souhait de devenir membre effectif, dont 21 d'entre eux qui sont membres depuis moins d'un an.

Devenir membre effectif du BGS	Nombre	%
Membres qui sont membre effectif	66	18,4
Membres qui veulent le devenir	58	16,2
Membres qui ne veulent pas le devenir	194	54,2
Membres qui pensent être membre effectif mais qui ne le sont pas	40	11,2

Tableau 10 – Situation vis-à-vis du statut de membre effectif chez les membres

La comparaison entre les réponses des membres effectifs auto-déclarés et des membres souhaitant devenir membres effectifs met en avant des similarités en termes de positionnement et d'intérêt pour l'association (Tableau 11).

Devenir membre effectif du BGS	Membres effectifs auto déclarés	Membres qui veulent devenir Membres Effectifs
But du BGS = créer des liens (4-5)	78%	76%
Etre membre = soutenir le BGS (4-5)	70%	66%
Etre membre = prendre part (4-5)	78%	82%
Etre membre = donner temps (4-5)	71%	75%
Intéressés par la vie du BGS (3, 4 et 5)	83%	90%

Tableau 11 – Pourcentage de membres qui sont fortement d'accord avec les propositions mentionnées (niveau 4-5) en fonction de leur situation (Annexes 30-33)

Il est à noter par ailleurs que seul un tiers de ceux qui veulent devenir membres effectifs se sentent fortement impliqués dans la vie du BGS. De même, ils ne sont que deux tiers à se sentir invités à participer alors qu'ils sont presque tous d'accord sur le fait qu'il est important de participer à la vie du BGS (Annexes 35 et 36).

#### 4.4– Les bénévoles

Chez les membres, 194 répondants ont déclarés avoir été bénévoles pour le BGS (54,5 %). Chez les anciens membres, les répondants bénévoles sont 49 (51,6 %).

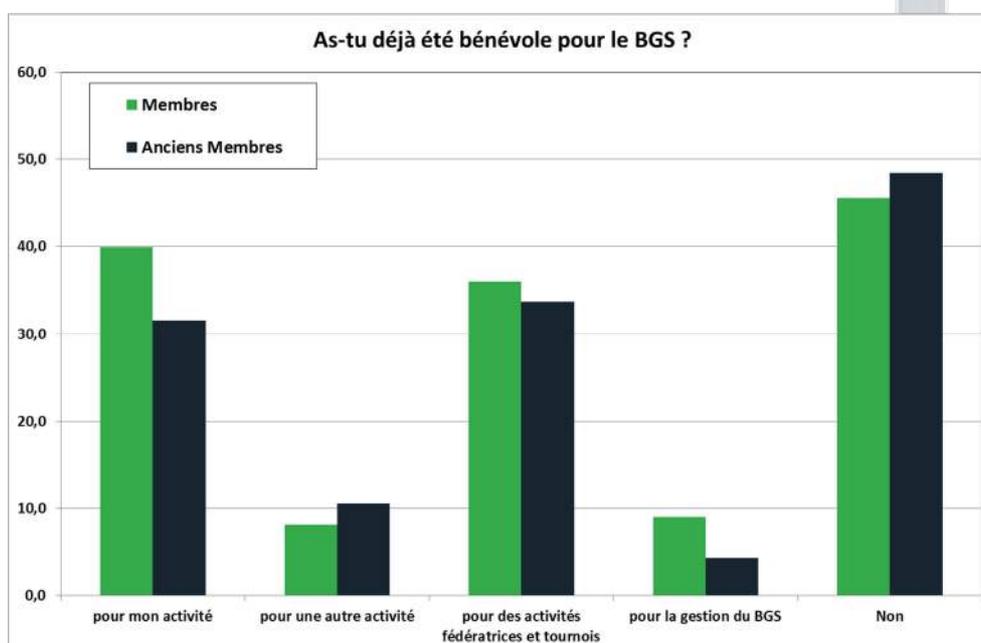


Figure 24 – Le bénévolat chez les membres et anciens membres (%)

Dans la majorité des cas, les membres sont bénévoles pour leur activité ou pour une activité fédératrice. Seuls à peine 10% des membres ont été bénévoles pour une autre activité (figure 24).

Les membres souhaitant devenir membres effectifs sont très impliqués avec 86 % d’entre eux ayant déjà été bénévoles. En comparaison, seuls 45,3% des membres qui ne souhaitent pas devenir membres effectifs ont été bénévoles.

L’étude des deux classes de répondants, bénévoles et non bénévoles, met en avant le fait que les premiers sont plus impliqués de manière générale dans l’association. Les bénévoles sont d’accord à 77% sur le fait qu’être membre c’est prendre part à la vie du BGS (56% chez les non-bénévoles) et à 68% sur le fait que c’est donner un peu de son temps pour le BGS (44% chez les non-bénévoles, Annexes 31 et 32). 78% des bénévoles sont intéressés par la vie du BGS et 67% se sentent impliqués contre respectivement 58% et 36% chez les non-bénévoles (Annexes 33 et 34). Enfin, 82% des bénévoles contre 66% des non-bénévoles pensent qu’il est important de prendre part à la vie du BGS (Annexe 36).

#### 4.5– Les liens entre les membres

La mission du BGS est de favoriser l’épanouissement personnel et l’intégration des personnes LGBTIQI, c’est-à-dire en partie de créer des liens et des échanges entre les membres de l’association. Certaines questions de l’enquête permettaient d’explorer cette dimension.

Il apparait que des liens forts existent entre les membres au sein des activités. Les trois quarts des membres affirment qu’ils fréquentent d’autres membres de leur activité (figure 25). La création de ces liens est en revanche plus faible entre les membres d’activités différentes avec seulement 35% des membres qui affirment fréquenter des membres des autres activités. Par ailleurs, seuls un peu plus de 50% des membres estiment que le BGS leur donne l’occasion de rencontrer des membres des autres activités.

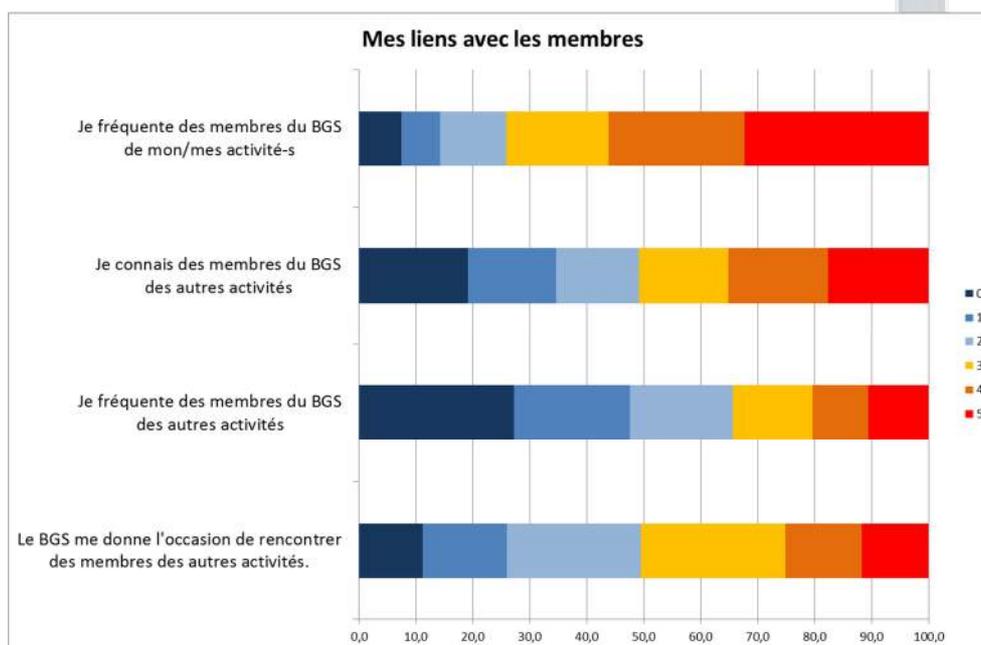


Figure 25 – Les liens entre membres chez les membres actuels (%)

Chez les membres fortement intéressés et fortement impliqués, 90% des répondants fréquentent des membres de leur activité. C'est aussi le cas de 87% des bénévoles pour seulement 59% des non bénévoles (Annexe 37). Le fait d'être bénévole est aussi un marqueur très différenciateur en ce qui concerne les liens avec les membres des autres activités. 69% des bénévoles connaissent des membres des autres activités contre 28% des non bénévoles (Annexe 38). Les personnes impliquées sont aussi plus nombreuses à être d'accord sur le fait que le BGS leur donne l'occasion de rencontrer des membres des autres activités (Annexe 40).

## 4.6– Conclusion

Les données recueillies sur l'implication et le rôle des membres mettent en avant un manque de transmission de la culture associative aux nouveaux membres. En tant qu'association, le BGS ne fonctionne que parce que ses membres s'impliquent dans l'organisation des activités. Il semble qu'un travail soit à faire vers les membres pour renforcer ce message afin d'assurer un bon renouvellement des bénévoles.

Sur ce point, les résultats de l'enquête sont encourageants. Il apparaît de manière nette qu'il existe un vivier de bénévoles prêts à s'engager dans l'association. Cependant, l'analyse des résultats met également en avant une dissymétrie entre l'intérêt des membres à s'impliquer dans l'association et la perception qu'ils ont des possibilités de le faire. Les membres qui se sentent très impliqués sont aussi très intéressés. En revanche, les membres intéressés ne sont pas ceux qui se disent les plus impliqués. Il existe donc un potentiel de motivation et une volonté de s'impliquer chez les membres qui ne sont pas complètement traduits en termes d'implication concrète dans le BGS.

Cette analyse est aussi très marquée au sujet du statut de membre effectif. Les répondants souhaitant devenir membres effectifs présentent des profils tout au moins aussi engagé, si ce n'est plus, que les membres effectifs auto-déclarés. Une très grande majorité d'entre eux sont déjà bénévoles au sein de l'association. Il semble pourtant que ces membres n'aient cependant pas toutes les clés pour pouvoir concrétiser leur engagement. Une meilleure communication sur le statut de membre effectif et comment le devenir est nécessaire.

Par ailleurs, il apparaît que le fait d'être impliqué dans le fonctionnement de l'association est le meilleur moyen d'entrer en contact avec des membres de son activité ou des autres activités. Promouvoir l'implication des membres et le bénévolat au sein de l'association est aussi un moyen efficace pour mener à bien la mission de l'association.

## 5. Le BGS à l'international

Il apparaît dans l'enquête que seuls 42% des membres actuels savent que le BGS est membre de fédérations internationales comme l'European Gay and Lesbian Sports Federation (EGLSF), la Fédération des Gay Games (FGG) ou la Gay and Lesbian International Sports Association (GLISA).

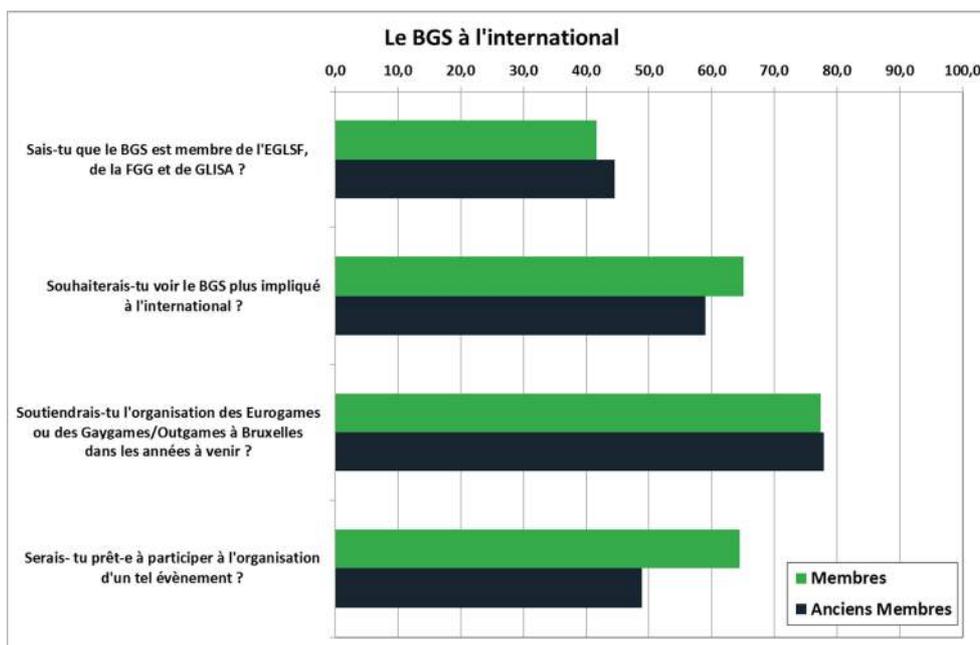


Figure 26 – La perception de l'implication du BGS à l'international (%)

Les membres actuels sont néanmoins 65% à souhaiter voir le BGS plus impliqué à l'échelon international (figure 26). Cela est à mettre en rapport avec le fait qu'un tiers des membres est d'accord avec le fait que le BGS est visible dans la communauté LGBTQI à l'échelle européenne (section 2.2).

L'enquête était aussi l'occasion de sonder les attentes des membres face à l'organisation de grandes manifestations internationales comme les Eurogames ou les Gay Games. L'organisation d'un tel évènement reçoit le soutien de plus des trois quarts des membres et des anciens membres. L'autre point notable est que près de 65% des membres se disent prêts à s'investir dans l'organisation d'un tel évènement (71% chez ceux qui soutiennent l'organisation de l'évènement).

L'organisation d'un évènement international de grande ampleur apparaît alors comme un catalyseur potentiel capable de fédérer l'enthousiasme des membres du BGS et favoriser leur implication en tant que bénévoles.

## 6. Les résultats sur les activités sportives et de loisirs

L'enquête n'entraîne pas en détail sur le fonctionnement des différentes activités. Seules quelques questions avaient pour but de mettre en avant la perception des membres sur l'organisation des activités.

### 6.1– La pratique des activités

Le tableau 12 présente tout d'abord le nombre de répondants par activité. Il est possible d'extraire de la base de données du BGS le nombre de membres pour l'année 2013-2014 qui ont participé au moins une fois à l'activité en question. A partir de ces deux données, le taux de participation à l'enquête est calculé pour chaque activité. Ce taux varie entre 33% et 83% et est en moyenne de près de 60%. Il y a donc une bonne représentation des membres de toutes les activités.

Seuls 3% des membres répondent qu'ils ne se sont pas bien sentis accueillis au BGS et 9% des membres répondants estiment que leur activité pourrait être mieux organisée. Le taux de satisfaction sur l'organisation des activités est ainsi très élevé.

Activité	Nombre de répondants	Nombre de membres pratiquants	Taux de participation	Je n'ai pas été bien accueilli	Je trouve que l'activité n'est pas bien organisée
Badminton	41	93	44,1	1	5
Body Condition	21	35	60,0	0	3
Danse	17	42	40,5	0	1
Natation	121	183	66,1	9	11
Tennis	49	82	59,8	0	4
Volleyball	40	73	54,8	0	1
Volleyball Filles	13	33	39,4	0	0
Yoga	12	19	63,2	0	0
Chorale	33	53	62,3	0	2
Théâtre	4	10	40,0	0	1
Couse à pied	20	24	83,3	1	10
Randonnée	27	37	73,0	0	0
Futsal	6	18	33,3	0	0
Water polo	22	32	68,8	2	3
Massage	20	37	54,1	0	0
<b>Total</b>	<b>446</b>	<b>771</b>	<b>57,8</b>	<b>13</b>	<b>41</b>

Tableau 12 – Nombre de répondants par activité chez les membres

Chez les anciens membres, environ 10% des répondants mentionnent le fait qu'ils ne se sont pas sentis bien accueillis et à peine 7% que leur activité n'était pas bien organisée (tableau 13). Ces données sont à mettre en rapport avec les 13% de répondants qui mentionnent le fait de ne pas s'être sentis à l'aise au BGS comme la raison de ne pas être resté membre.

Activité	Nombre de répondants	Je n'avais pas été bien accueilli	Je trouvais que l'activité n'était pas bien organisée
Badminton	27	3	3
Body Condition	10	2	1
Danse	16	0	0
Natation	32	2	3
Tennis	5	2	0
Volleyball	14	1	0
Volleyball Filles	2	0	0
Yoga	9	3	1
Chorale	8	1	1
Théâtre	1	0	0
Couse à pied	7	0	0
Randonnée	2	0	0
Futsal	2	0	0
Water polo	1	0	0
Massage	1	0	0
<b>Total</b>	137	14	9

Tableau 13 – Nombre de répondants par activité chez les anciens membres

L'enquête met par ailleurs en évidence le fait que plus de 60% des membres participent aux tournois, aux compétitions ou aux rencontres organisées dans le cadre de leur activité (tableau 14).

Pour les membres qui n'y participent pas, le fait de ne pas se sentir au niveau est la raison principale pour ne pas prendre part à ces évènements (figure 27). Viennent ensuite le manque de temps, le manque d'intérêt ou le fait de ne pas aimer la compétition. Le manque d'information sur les compétitions ou le manque de coordination ne sont que peu évoqués par les répondants.

Chez les anciens membres, le manque d'intérêt est la raison principale qui expliquait le fait de ne pas participer aux tournois ou rencontres.

Catégorie	Participant	Taux de participation
Membres	216	60,7 %
Anciens membres	53	67,6 %

Tableau 14 – Taux de répondants qui participent aux tournois/compétitions/renccontres dans leur activité

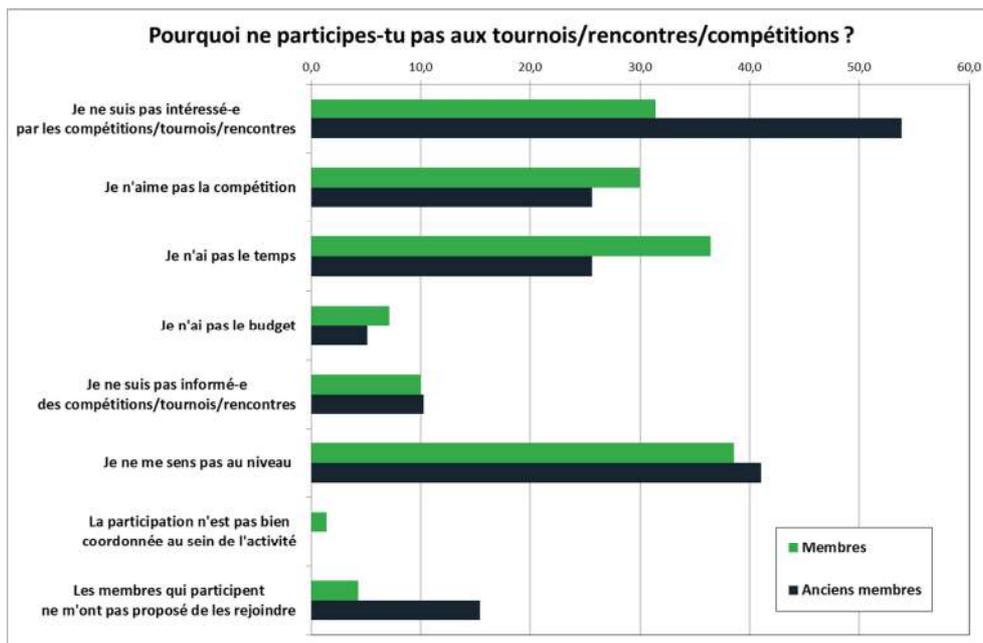


Figure 27 – Raisons de ne pas participer aux tournois/rencontres/compétitions (%)

## 6.2– Les attentes par rapport aux activités

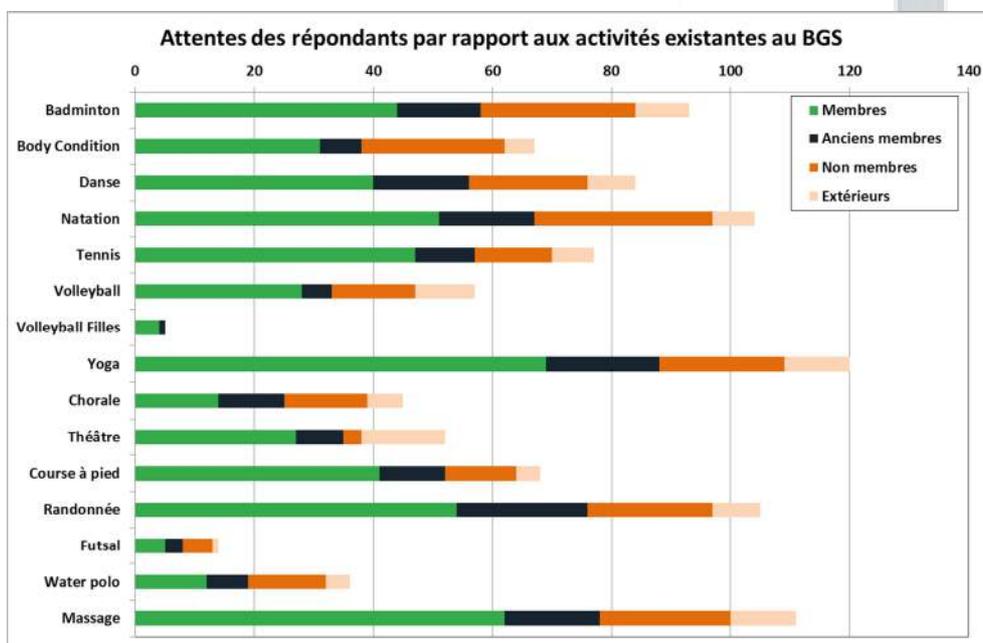


Figure 28 – Activités que les différentes catégories de répondants aimeraient rejoindre dans celles qui existent au BGS (nombre de répondants)

L'enquête était aussi l'occasion d'explorer les attentes des répondants en termes de participation à des activités existantes ou d'attentes par rapport à de nouvelles activités. La figure 28 met en avant la forte attente sur des activités nouvelles au BGS qui restent pour le moment de petite dimension

comme le massage ou le yoga. Des activités en cours de restructuration actuellement et qui ne présentent pas de limitation en termes de participation comme la course à pied et la randonnée semblent aussi plébiscitées. Il existe également un intérêt fort sur des activités déjà très fréquentées comme le badminton, la natation, la danse ou le tennis.

En termes de nouvelles activités qui pourraient potentiellement être organisées au sein du BGS, des activités de loisir comme les cours de cuisine, les visites ou les voyages recueillent les faveurs des membres (figure 29). En termes d'activités sportives, le fitness, l'escalade ou le Tai Chi arrivent en tête. La mise en place de l'activité pilates et de l'improvisation en septembre 2014 vont venir répondre à des attentes exprimées.

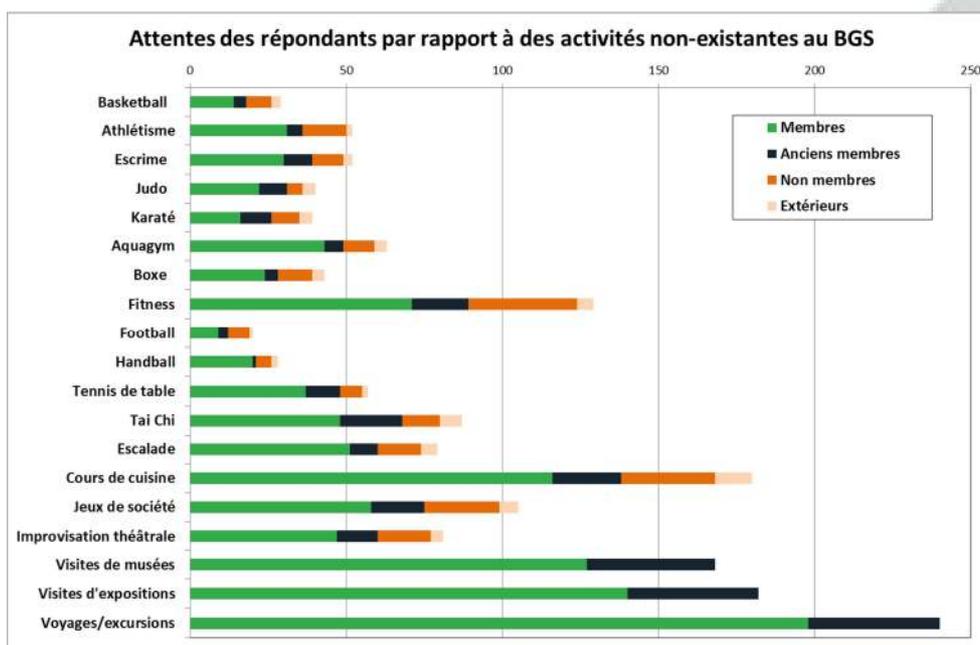


Figure 29 – Activités que les différentes catégories de répondants aimeraient rejoindre si elles existaient au BGS (nombre de répondants)

## 7. Les résultats sur les activités fédératrices

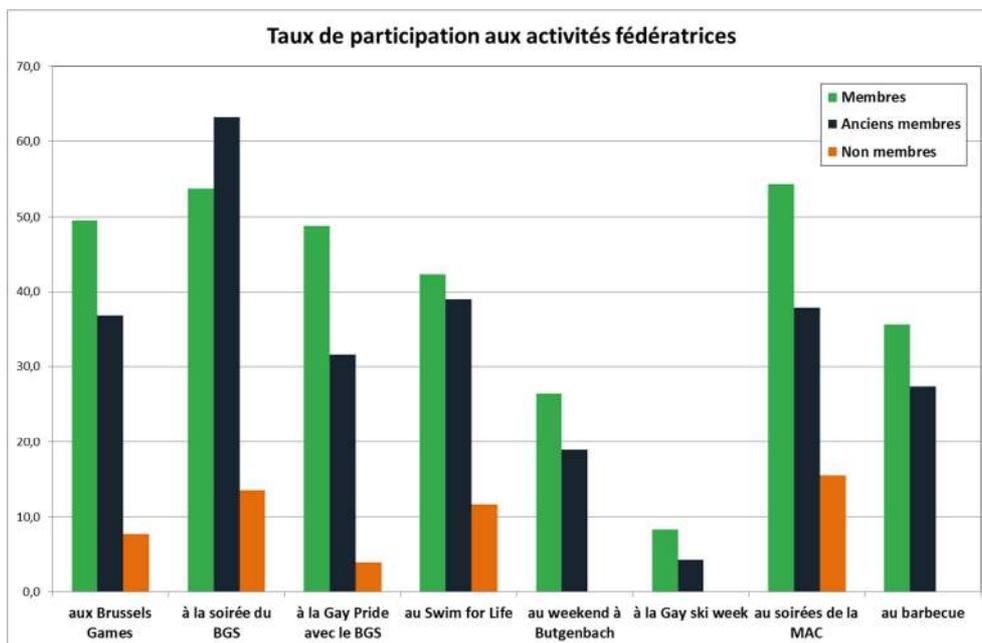


Figure 30 – Taux de participation aux activités fédératrices (%)

L'enquête a permis d'explorer l'opinion et les attentes des répondants sur les activités fédératrices du BGS. La figure 30 met en avant le fait que la moitié des répondants membres a déjà participé aux principales activités fédératrices. Ce taux est un peu plus faible pour le Swim for Life et pour le barbecue. Il est inférieur à 30% pour le weekend à Butgenbach. Etant donné le nombre de places disponibles, la Gay Ski Week obtient un faible taux de participation.

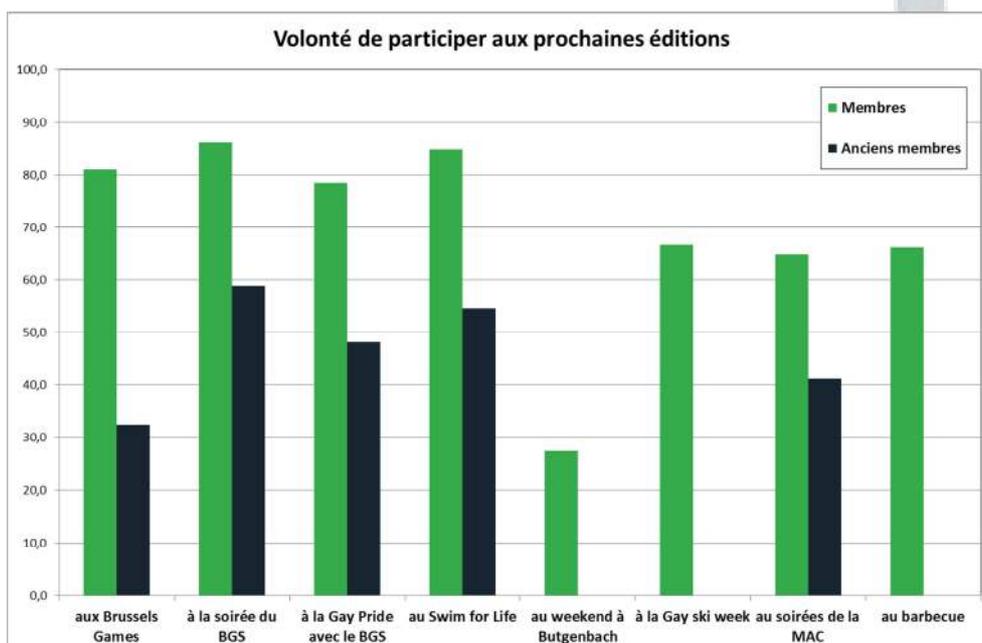


Figure 31 – Volonté de participer aux prochaines éditions chez les répondants ayant déjà participé à l'activité fédératrice en question (%)

La volonté de participer de nouveau aux activités fédératrices permet d'avoir un retour sur le taux de satisfaction des membres. Le taux de membres prêt à participer à nouveaux aux activités fédératrices est compris entre 64% et 87%. Pour la plupart des activités, les membres se montrent donc enthousiastes. Cependant, de nombreux commentaires libres suggèrent des améliorations à apporter pour rendre les activités fédératrices encore plus attractives.

Le cas du weekend à Butgenbach est un peu à part étant donné que le weekend se déroulait juste après l'enquête. De nombreux membres mentionnent le fait que la date ne leur convient pas, expliquant pourquoi ils ne vont pas participer à la prochaine édition. Cependant, de nombreux membres mettent en avant également le fait que la formule peine à se renouveler, expliquant leur désintérêt pour une nouvelle participation à l'évènement.

Catégorie	Oui	Taux
Membres	202	61,4 %
Anciens membres	48	57,1 %

*Tableau 15 – Volonté d'organiser plus d'activités fédératrices au BGS*

Les membres actuels sont plus de 60% à émettre le souhait de voir plus d'activités fédératrices au BGS. Les commentaires mettent aussi en avant le fait que ces activités ne sont pas forcément connues de tous. Plusieurs membres souhaitent par exemple voir le BGS mettre en place un weekend d'activité multisports, ce qui laisse penser qu'ils ne savent pas ce qu'est le weekend à Butgenbach.

## 8. La communication au BGS

Plus de 90% des répondants membres confirment recevoir la newsletter du BGS ainsi que la newsletter de leur activité (figure 32). Il apparaît que les membres lisent plus volontiers la newsletter de leur activité que la newsletter du BGS. Environ 55% des membres ont rejoint le groupe Facebook du BGS ou de leur activité et près de 70% utilisent le site internet pour obtenir des informations. Enfin, les trois quarts des membres affirment savoir gérer leur profil personnel sur l'intranet.



Figure 32 – Etat de la communication avec les membres (%)

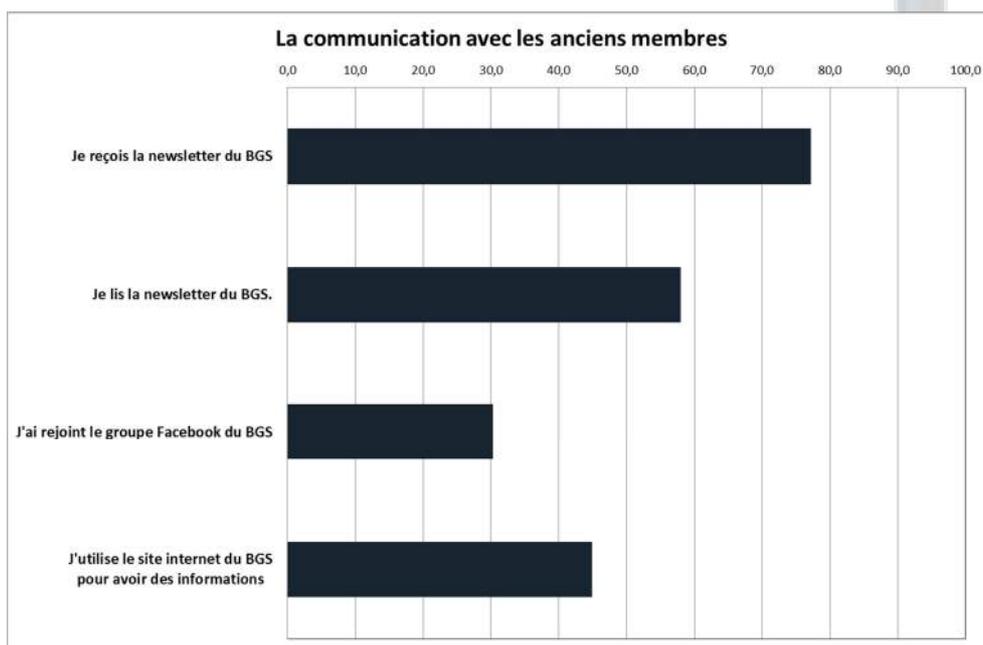
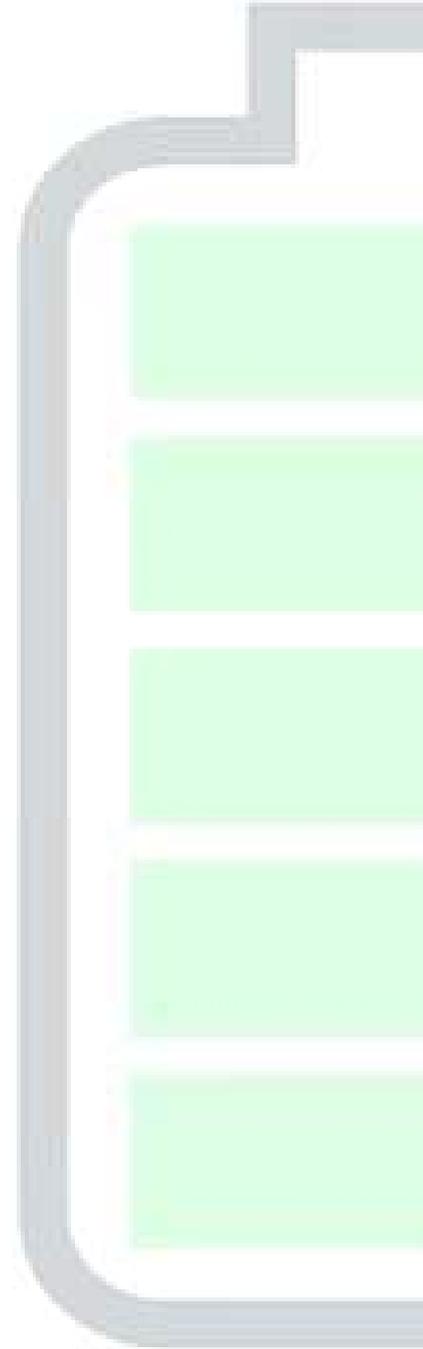


Figure 33 – Etat de la communication avec les anciens membres (%)

Plus des trois quarts des anciens membres continuent à recevoir la newsletter du BGS et plus de 55% continuent à la lire. En revanche, moins d'un tiers d'entre eux a rejoint le groupe Facebook du BGS.

Il apparait de ces résultats que la diversité des supports de communication permet d'être en contact avec les membres de manière efficace. Il faut aussi noter dans les commentaires libres que les répondants saluent le bon usage des trois langues du BGS et apprécient les efforts qui sont réalisés dans ce sens.



## 9. Taux de recommandation et attentes

Les dernières questions de l'enquête permettent de calculer le taux de recommandation du BGS chez les répondants des différentes catégories. Ce taux de recommandation est un bon indicateur du niveau d'appréciation.

Dans un premier temps, il apparaît que 87% des répondants membres ont déjà recommandé le BGS à leurs amis. Ce taux est de 78% chez les anciens membres et de 44% chez les personnes qui n'ont jamais été membres.

Catégorie	Nombre	Pourcentage
Membres	307	87,0 %
Anciens membres	73	78,5 %
Non membres	45	43,7 %

Tableau 16 – Proportions des répondants qui ont déjà recommandé le BGS à leurs amis

L'enquête faisait par ailleurs appel une méthode issue du marketing pour évaluer le taux de recommandation. Les répondants devaient se prononcer sur leur volonté de recommander le BGS sur une échelle de 0 (je ne recommande pas du tout) à 10 (je recommande parfaitement).

La méthode classe alors les répondants entre les promoteurs (9-10), les neutres (7-8) et les détracteurs (0-6). Les promoteurs sont les personnes qui sont satisfaites au point de recommander l'association à leurs proches. Les neutres sont les personnes qui sont satisfaites mais qui ne vont pas forcément faire de la publicité pour l'association. Enfin, les détracteurs sont ceux qui vont potentiellement présenter une image négative de l'association. Les résultats pour les différents types de répondants sont présentés dans le tableau 17.

A partir de ces données, il est possible de calculer le Net Promoteur Score (NPS) comme le pourcentage de promoteurs moins le pourcentage de détracteurs. Cet indice varie ainsi entre -100 (il n'y a que des détracteurs) et +100 (il n'y a que des promoteurs).

Catégorie	0 – 6 (%)	7 – 8 (%)	9 – 10 (%)	Valeur moyenne	NPS
Membres	5,3	32,8	61,9	8,5	56,6
Anciens membres	22,6	33,3	44,1	7,8	21,5
Non membres	32,4	49,0	18,6	7,0	-13,7

Tableau 17 – Taux de recommandation

Chez les répondants membres, le NPS est de 57. Un tel score met en avant le fait que les membres sont dans l'ensemble très satisfaits du BGS, au point de le recommander fortement. Le fait que 87% des répondants membres aient déjà recommandé le BGS à leurs amis est le reflet de ce NPS élevé.

Chez les anciens membres, le taux de neutres est identique à celui des membres mais le taux de détracteurs est plus élevé de telle sorte que le NPS est de 21.

Enfin, chez les non membres, le NPS est de -14 mettant en avant le fait que le nombre de détracteurs dépasse celui des promoteurs. En tant que non membres du BGS, il s'agit d'une vision extérieure sur

le BGS qui met en avant le fait que les non membres sont neutres en grande majorité (près de 50%) et qu'ils n'ont pas de raisons intrinsèques de promouvoir le BGS.

Le taux de répondants ayant un taux de recommandation inférieur à 5 reste très faible dans toutes les catégories de répondants (figure 34).

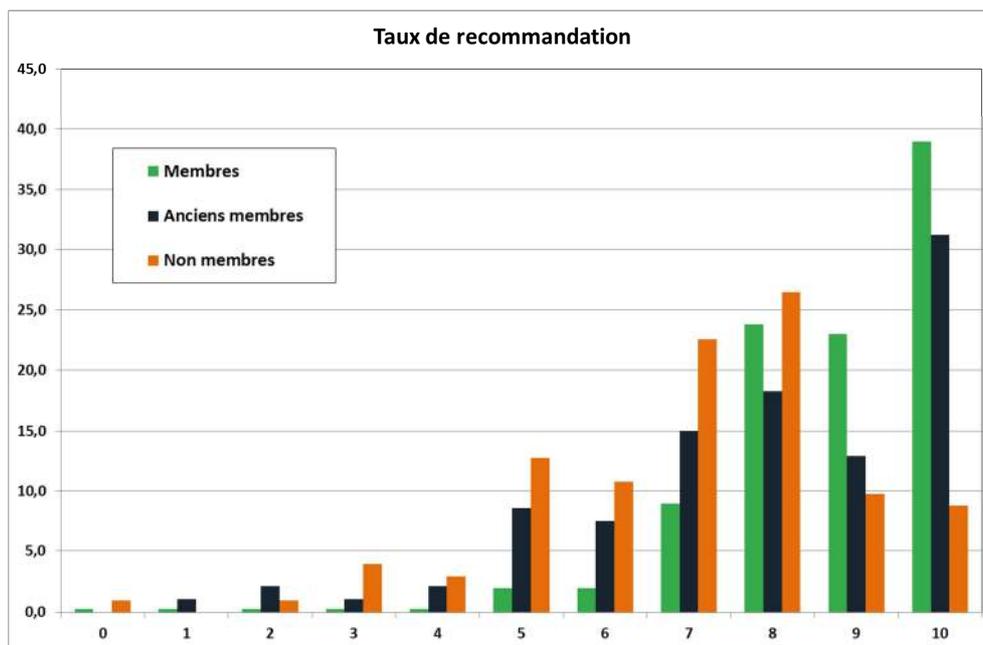


Figure 34 – Taux de recommandation (%)

L'annexe 42 met en avant la corrélation très forte entre un fort taux de recommandation et le fait d'être fortement intéressé par le BGS, d'être fortement impliqué, de considérer fortement qu'être membre c'est donner un peu de son temps pour le BGS ou encore d'être fortement d'accord sur la mission sociale du BGS.

Au travers de ces taux de recommandation élevés, il apparaît clairement que les membres du BGS sont dans l'ensemble très satisfaits de faire partie de l'association.

## 10. Conclusion des résultats de l'enquête

L'objectif de l'enquête 'Le BGS et moi' était de fournir au groupe de travail BGS 2021 une image actualisée du BGS. Cette enquête cherchait à faire émerger la perception que les membres actuels, les anciens membres ou encore des personnes extérieures ont de l'association. Les questions permettaient d'étudier différents aspects relatifs à la mission du BGS, le rôle des membres, leurs attentes ou encore leur implication dans l'association.

Le bilan est globalement positif. Il apparaît que les membres actuels et les anciens membres ont une très bonne image de l'association et qu'ils en sont en grande partie très satisfaits. Les personnes extérieures à l'association en ont également une image positive. La croissance continue de l'association en termes d'activités et de nombre de membres pour atteindre 750 membres en aout 2014 témoigne de cette image positive.

Il apparaît clairement que le cadre convivial offert par le BGS pour réaliser diverses activités compte beaucoup pour les membres. Par ailleurs, l'enquête révèle que ce cadre est propice à l'épanouissement social des membres, confirmant que le BGS remplit en partie sa mission.

Malgré ces forces, l'enquête révèle aussi des faiblesses de l'association. Le point le plus préoccupant est le manque de culture associative au sein du BGS, particulièrement chez les nouveaux membres. Le BGS en tant qu'association ne fonctionne que parce que les membres s'investissent et donnent de leur temps. Le désengagement des anciens bénévoles et un non renouvellement de ces forces vives par de nouveaux membres actifs et impliqués menace en effet à moyen terme la bonne marche de l'association.

Pour répondre à ce défi, l'enquête révèle qu'il existe un réservoir de membres prêts à s'investir qui n'a pas été assez stimulé. Le manque de compréhension des membres sur le statut de membre effectif illustre bien cette situation. Une meilleure communication vers les membres sur les besoins et les manières de s'engager et de s'investir dans l'association est nécessaire pour permettre de stimuler et capter l'ensemble des forces vives.

En conclusion, l'enquête met en avant de nombreux atouts pour le BGS : dynamisme, attractivité, image positive, succès dans sa mission. Mais elle révèle également des challenges qui devront être relevés rapidement pour que la bonne santé de l'association soit maintenue dans les années à venir : une meilleure communication vers les membres sur les responsabilités qu'ils peuvent prendre au sein de l'association, la réaffirmation de l'importance de s'engager et une plus grande promotion des différentes manières de contribuer au fonctionnement du BGS.