Chapitre 16

Campagnes (janv. 2019)

Date d'envoi de l'enquête	mardi 27 novembre 2018
Enquête vierge	Voir annexe
Nombre de répondants	571

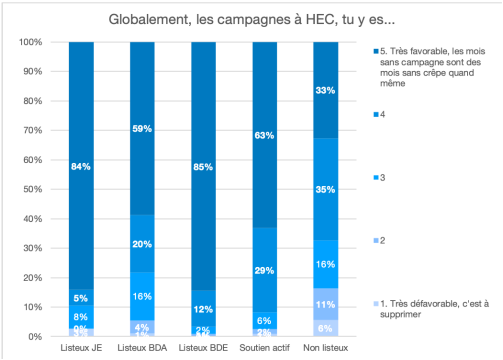
Nous remercions très sincèrement les 571 votants qui ont répondu à ce sondage.

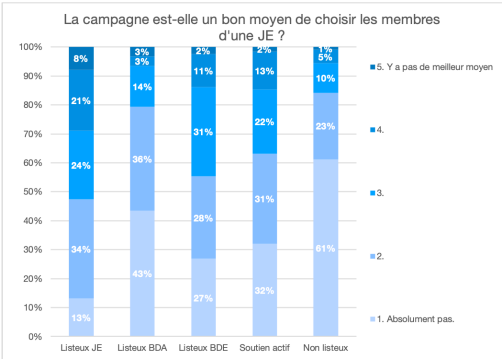
16.1 Chiffres clefs

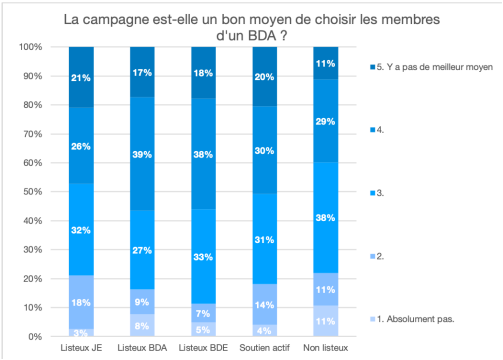
— 7,5% des sondés sont défavorables aux campagnes, 82% d'entre eux y sont favorables. *Totalitaire.*
— La raison la plus fréquemment mise en avant pour expliquer son vote dans une campagne est la présence de potes dans une liste (69%). *Copinage.*
— 11% des personnes interrogés jugent qu'une campagne est un bon moyen pour élire une JE. Ce chiffre monte à 49% pour le BDA, et 72% pour le BDE. *Disparités.*
— 80% des 1A ont déjà une liste préférée pour le BDE, contre 25% des M1. *QPVHEC vote en bloc.*
— Si les listeux déplorent l'argent dépensé pour les campagnes et le sacrifice de leur vie scolaire, les non-listeux reprochent aux campagnes leur lien avec la boditude (31%), et la création d'un sentiment d'entre-soi entre les listeux (24%). *Divergence, comme la série harmonique trolol.*
— 25% des non-listeux recommanderaient à un 1A de lister, contre plus de 80% des listeux JE et BDE. *No regrets.*
— 5% des M2 se sentent concernés ou très concernés par les campagnes cette année. *Lâche le campus, Fasille*

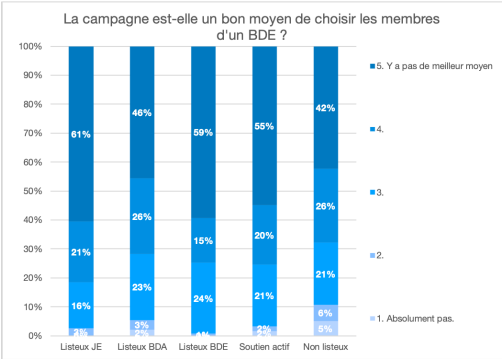
16.2 Résultats graphiques

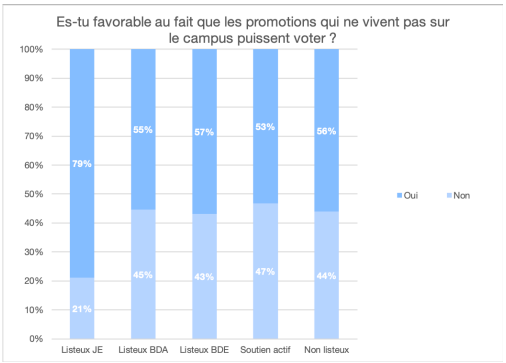
TABLE 16.1 – Résultats selon la participation aux campagnes. Effectifs : 38 listeux JE, 92 listeux BDA, 123 listeux BDE, 122 soutiens actifs, 196 non listeux

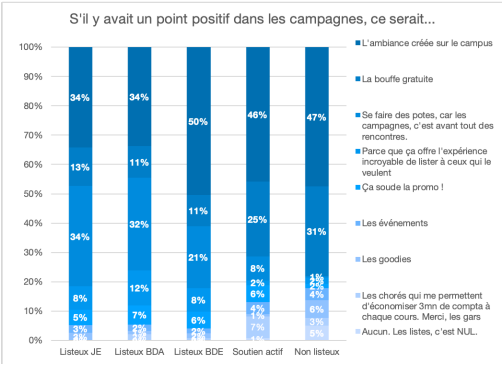


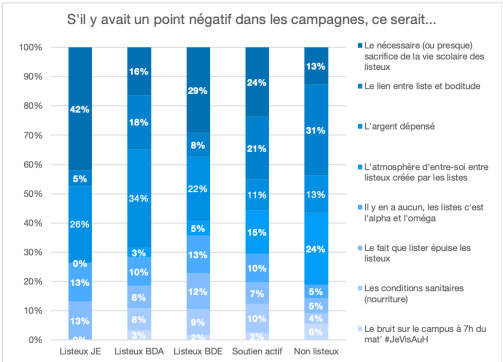












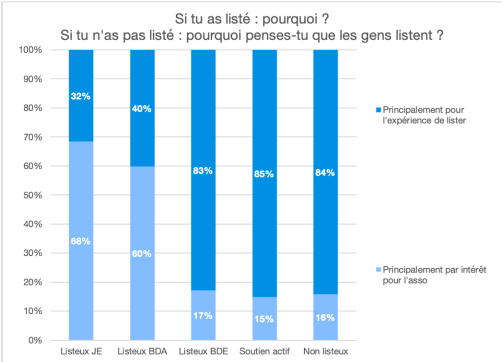
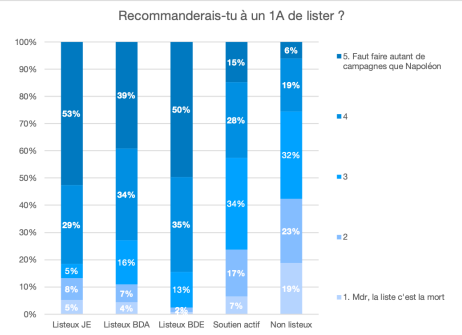
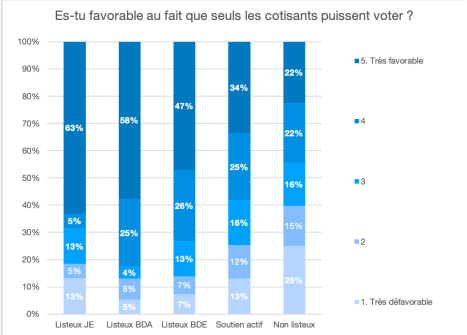
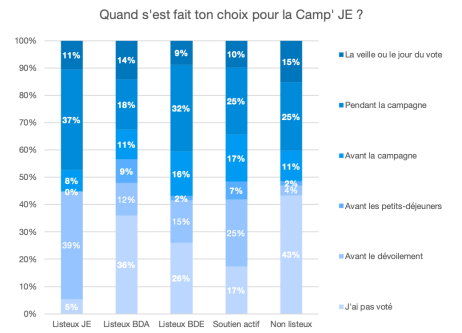
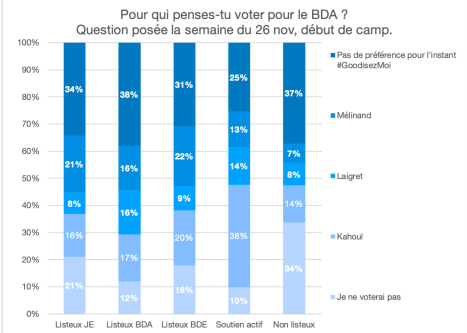


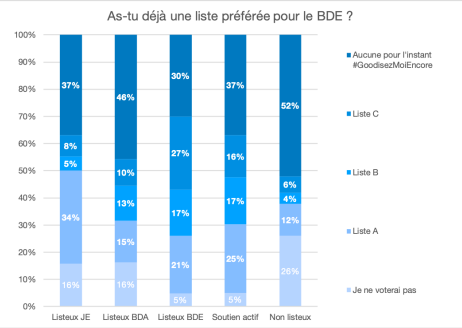
TABLE 16.2 – Résultats selon la participation aux campagnes - suite

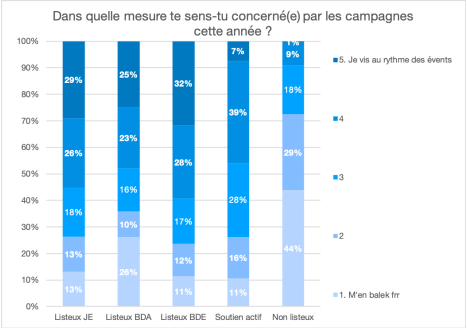












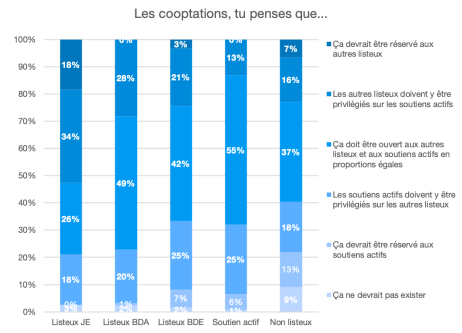
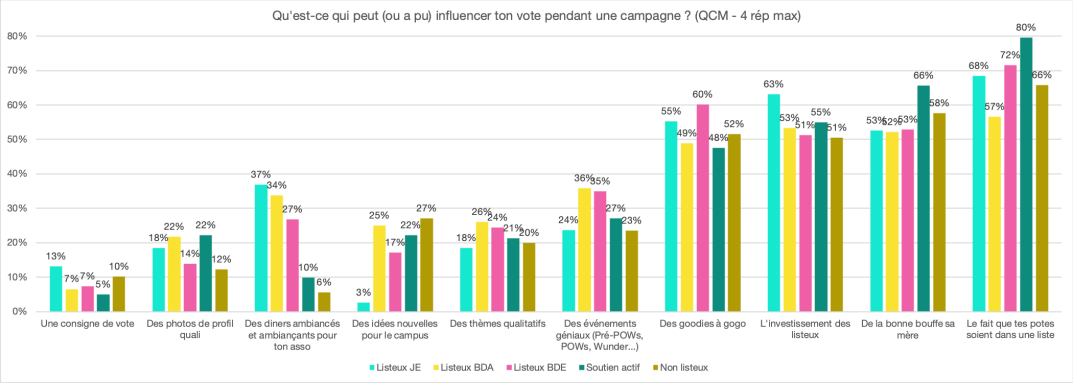


Table 16.3 – Résultats selon la participation aux campagnes - suite



16.3 Analyse générale

Difficile pour un HEC de rester entièrement indifférent aux campagnes : listeux y consacrant la moitié de son année, ou simple amateur de crêpes gratuites entre deux cours, aucun élève ne peut prétendre ignorer ce qui constitue une véritable institution de l'école. Il semble donc légitime d'interroger le rapport des HEC aux campagnes, en les envisageant sous deux angles : pour l'évènement qu'elles représentent sur le campus, devenu une fin en soi ; mais aussi en tant que moyen de départager des listes, en vue d'élire la meilleure aux associations concernées.

16.3.1 Les campagnes : un événement globalement apprécié pour ce qu'il apporte sur le campus

Les campagnes de la joie

Dans l'ensemble, les HEC se montrent plutôt positifs à l'égard des campagnes. Sans surprise, les listeux en sont les plus fervents défenseurs, et parmi eux les listeux BDE plus particulièrement : près de 85% se disent globalement très favorables aux campagnes. Dans leur cas, on peut penser à un attachement nostalgique, ainsi qu'à la mission pour laquelle les listeux BDE s'investissent : faire vivre le campus.

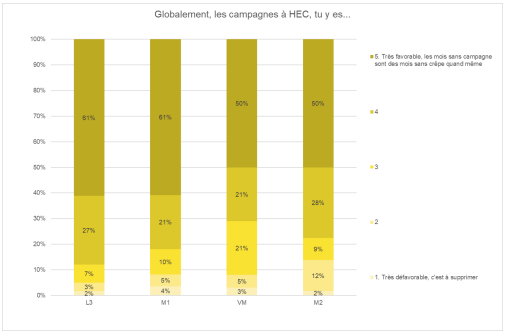
Bien que l'enthousiasme ne soit pas aussi délirant chez les non-listeux, seule une faible part d'entre eux se disent globalement défavorables aux campagnes (17%). Les campagnes semblent donc présenter une valeur propre pour la majorité des élèves, et supprimer les campagnes – ou même une des campagnes – serait pour l'administration courir le risque de se mettre à dos une frange majoritaire du campus.

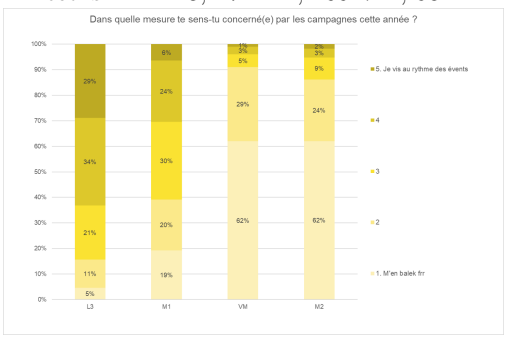
Alors pourquoi les campagnes ont-elles la cote ? Leur valeur semble résider en grande partie dans **l'ambiance** créée sur le campus : c'est ce que s'accordent à dire listeux et non-listeux, dont la majorité voit dans l'ambiance particulière aux campagnes leur principal point positif, ce qui n'est guère surprenant dans la mesure où les campagnes représentent une bonne dose de bonne humeur et d'animation sur le campus qui – il est vrai – paraît bien morne après les mois de campagne acharnée pour le BDE.

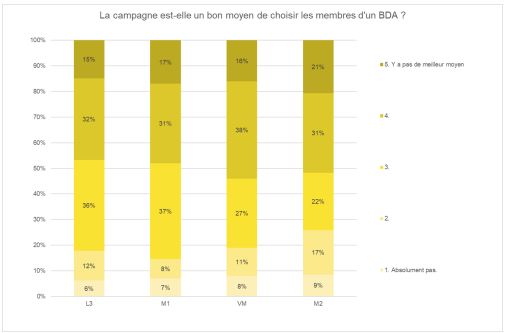
La tradition a aussi certainement un vrai rôle à jouer dans les raisons de l'appréciation des campagnes, HEC est une école globalement très axée sur les traditions, et les campagnes en sont devenu une ; l'attachement des 2A, VM et 3A pour les campagnes malgré leur désintérêt relatif (par rapport aux 1A) pour celles-ci le prouve bien : **même quand les étudiants ne s'intéressent plus aux campagnes, les bons souvenirs passés et la force de la tradition les poussent à défendre ces élections**.

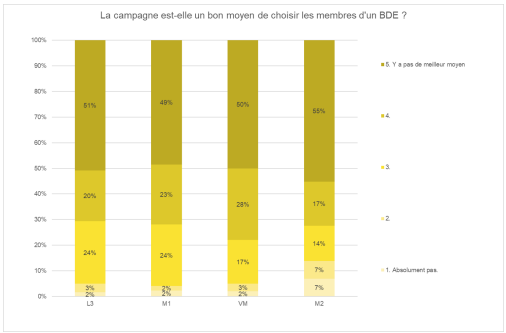
Au-delà de ces points communs à tous les étudiants, certaines particularités émergent quand on compare les réponses des listeux d'une part, et celles des non-listeux et des soutiens actifs d'autre part. Si ces derniers apprécient particulièrement l'afflux de nourriture gratuite dont les campagnes sont synonymes, sans surprise dans la mesure où ils n'ont à souffrir aucun désavantage de cette profusion alimentaire, les listeux citent plus volontiers l'expérience que constitue le fait même de lister, qui a l'air majoritairement appréciée. C'est en effet ce point positif qui apparaît en deuxième position chez eux, toutes associations confondues. **Les listeux BDE sont même 83% à affirmer**

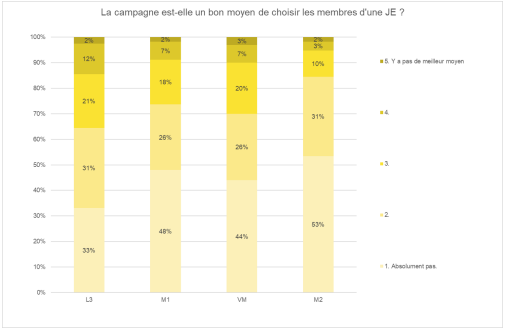
TABLE 16.4 – Résultats selon l'année d'études. Effectifs : 242 L3, 171 M1, 100 VM, 58 M2

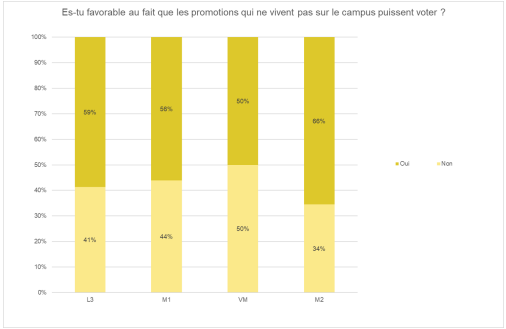


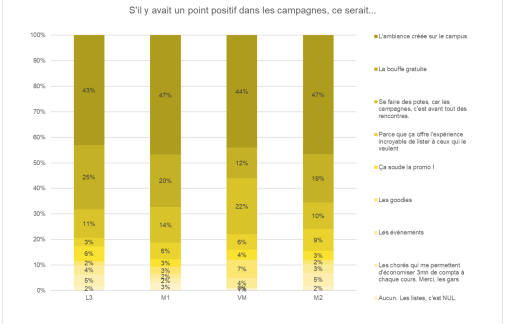












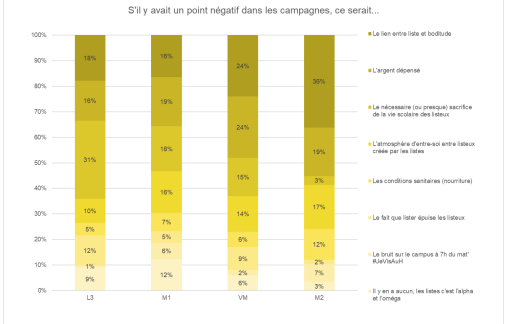
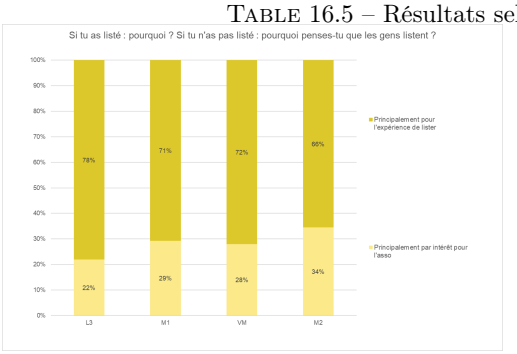
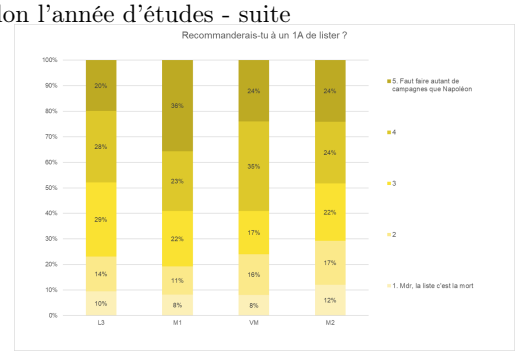
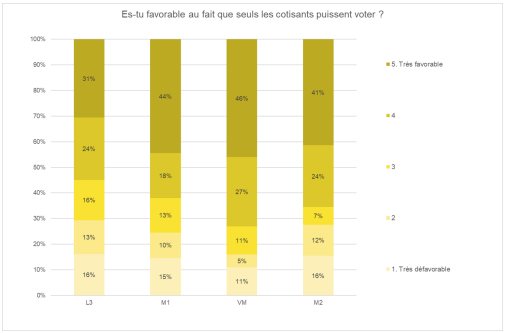
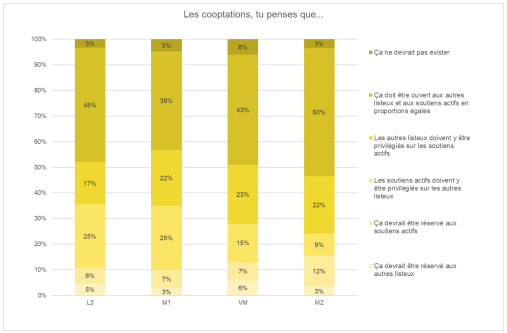


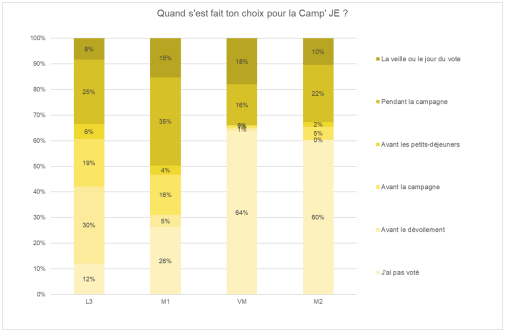
TABLE 16.5 – Résultats selon l'année d'études - suite

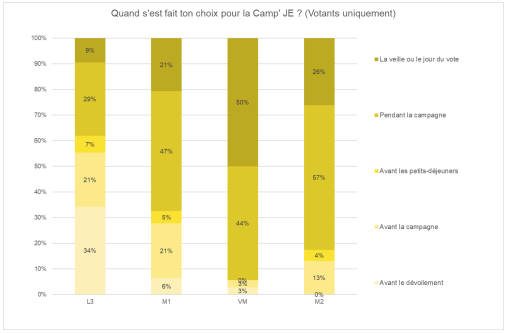


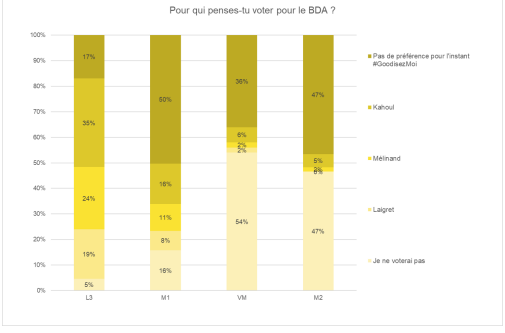


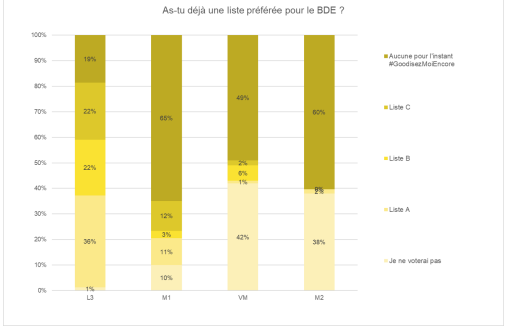












lister pour l'expérience plus que pour accéder au BDE. Participer activement aux campagnes est donc en soi enrichissant. **Les campagnes semblent ainsi présenter une valeur intrinsèque pour les HEC, qu'ils soient listeux, non listeux ou soutiens actifs.**

Pour autant, les HEC reconnaissent plusieurs points négatifs aux campagnes – mais, contrairement aux points positifs, il n'est pas de point négatif que tous les listeux, soutiens actifs et non listeux s'accordent à désigner comme principal. Ainsi, pour les listeux JE et BDE, c'est le nécessaire (ou presque) sacrifice de la vie scolaire des listeux qui arrive en tête, tandis que ce point semble négligeable chez les non-listeux. Evidemment, cela répond à une certaine logique ; non-concernés, les non-listeux se fichent de la morne GPA des listeux les ayant nourris durant plusieurs semaines, alors qu'au contraire, les listeux BDE payent *cash* sur leur transcript l'interminable campagne, tandis que des notes fraiches au S1 de L3 peuvent grever les dossiers pour le choix des majeures les plus sharks (et académiquement exigeantes) des feu-listeux JE

Chez les non listeux, c'est le lien entre liste et boditude (popularité) qui est majoritairement fustigé, tandis que les listeux ne l'évoquent que marginalement. Pour expliquer cette grande différence d'opinion entre les gens de part et d'autre des stands, plusieurs hypothèses. Premièrement, la question peut sembler biaisée pour les listeux, qui peuvent – par humilité – ne pas se considérer eux-mêmes comme populaires et donc minimiser le lien entre être populaire et lister. Deuxièmement et plus généralement, il est probable qu'on ait moins tendance à remarquer le lien entre listes et boditude lorsqu'on a listé, et lorsqu'on est connu de tous sur le campus. **Les listeux pourraient ainsi ne pas ressentir une certaine forme de violence symbolique parfois mal vécue par certains**, et seuls les « nobodes », plus nombreux parmi les non-listeux, ressentiraient cette notion de « boditude », qui leur rend difficilement accessible une frange du campus.

D**e plus, les listeux sont nombreux à avoir apprécié l'expérience de lister, ce qui les a amenés à fréquenter de manière intensive une frange réduite des HEC** : ils passent beaucoup de temps dans la journée aux stands avec les membres de leur liste et des listes concurrentes, doivent organiser de nombreux dîners avec les listeux des années précédentes, ... Ainsi, il est probable que les listeux d'une part, et les non listeux d'autre part se connaissent mieux entre eux qu'ils ne connaissent l'autre groupe, même si évidemment, les groupes sont loin d'être étanches et fermés.

C'est en tous cas ce qui ressort de la question sur les motivations à faire campagne, près de 85% des non-listeux pensent qu'en majorité, les listeux listent pour lister ; comme si la boditude atteinte en listant décriée dans les désavantages des campagnes était l'objectif des listeux. Et pourtant, 70% des listeux JE ou BDA, disent avoir listé principalement par intérêt pour l'association. Il y a donc – peut-être – un quiproquo entre des listeux qui font campagne principalement par intérêt pour les associations visées, et des non-listeux qui s'imaginent qu'on liste principalement pour lister, autant pour l'expérience que pour être connu sur le campus, voire une assimilation par les non-listeux de toutes les campagnes à la campagne BDE : en effet, la vision des non-listeux est conforme aux motivations pour lister BDE.

Enfin, **les listeux** – sûrement plus conscients des sommes engagées pour divertir le campus que leurs homologues non-listeux – **déplorent massivement l'argent dépensé à l'occasion des campagnes**, surtout les listeux BDA.

Les campagnes ont-elles tendance à rassembler ou à cliver les HEC ?

Peut-on conclure de cette approbation générale partagée que les campagnes rassemblent les HEC ? Il est vrai que les campagnes sont un événement concernant tous les élèves en dépit de leurs degrés d'implication inégaux puisque, on l'a vu, les vertus des campagnes sont reconnues par les listeux, les soutiens actifs et les non listeux. Elles semblent même concerner les élèves par-delà les frontières du campus : la majorité des HEC sont favorables au fait que les promotions ne vivant pas sur le campus puissent voter à l'issue des campagnes.

Cependant, le clivage entre listeux et non listeux a tôt fait de transparaître dans les réponses au sondage. **En effet, si les non listeux ne sont pas défavorables aux campagnes, ils ne s'y intéressent pas non plus outre mesure** : 73% ne se sentent pas concernés par les campagnes – tandis que, sans surprise, les listeux se sentent beaucoup plus concernés. Les campagnes semblent donc induire un clivage entre ceux qui y participent activement, et ceux qui n'en sont que les spectateurs / consommateurs. Chaque partie semble par ailleurs heureuse du côté où elle se situe : ainsi tous les listeux recommanderaient en majorité aux 1A de lister (avec un enthousiasme particulièrement marqué chez les listeux BDE), tandis que chez les non listeux, seule une part marginale (6%) regrette vraiment de ne pas avoir listé. Notons néanmoins qu'il existe un groupe intermédiaire entre listeux et non listeux : les soutiens actifs, dont les réponses se situent presque toujours à mi-chemin entre les positions des deux

groupes « opposés ».

Il convient aussi de s'intéresser au potentiel clivage entre les différentes associations à liste. En effet, nous avons jusqu'à présent opposé les listeux aux non-listeux, supposant une homogénéité au sein de chaque groupe. Mais les réponses apportées au sondage attestent au contraire d'importantes divergences au sein du groupe des listeux, entre listeux JE, BDA et BDE. Cette hétérogénéité est visible dès la première question, la plus générale : si respectivement 84 et 85% des listeux JE et BDE se disent très favorables aux campagnes, ils ne sont que 59% chez les listeux BDA. **De manière générale, les listeux BDA sont les listeux les plus critiques du système de liste actuel.** Cela est assez logique dans la mesure où – si être artiste aide à lister BDA – aucune qualité spéciale supplémentaire n'est attendue des listeux JE par rapport aux listeux BDE, ce qui implique que leurs profils soient relativement similaires, d'ailleurs, on compte cette année non moins de 3 listeux ou soutiens très actifs JE au BDE. Enfin, **les listeux BDE se singularisent eux aussi sur d'autres points – ce sont les seuls à lister en très grande majorité pour l'ambiance et non pour l'association**. En même temps, c'est vrai que servir des bières à des gens bourrés tous les jeudis, c'est pas non plus l'éclate sur le papier...

L'appréciation de l'événement-même des campagnes ne rassemble donc l'ensemble des HEC qu'en apparence : il existe non seulement un clivage entre listeux et non listeux, mais aussi entre les listeux des différentes associations.

Ces différences de vision entre associations à liste méritent d'être développées : elles constituent en effet l'un des points saillants de ce sondage. **Non seulement les listeux de chaque association n'ont pas la même appréciation des campagnes, mais encore les campagnes de chaque association ne sont pas perçues de la même manière par l'ensemble des HEC.** Pour expliquer de telles différences de perception, il est nécessaire de se détacher de l'événement de la campagne en tant que tel, pour envisager les campagnes non plus comme une fin en soi mais comme un moyen d'élire les membres d'une association – moyen qui apparaît plus ou moins imparfait selon l'association considérée.

16.3.2 Les campagnes : un bon moyen pour départager les listes ?

Un moyen efficace, mais concurrencé.

On constate de prime abord que les campagnes sont relativement utiles dans la détermination des votes. En effet, quelle que soit l'association en jeu, une part importante des répondants déclarent faire leur choix entre les différentes listes pendant ou à l'issue de la campagne. Par exemple, pour l'élection du BDA : lorsque le sondage a été réalisé (la semaine du 26 novembre, c'est-à-dire au début de la campagne BDA), une part non négligeable de chaque groupe (listeux, soutiens actifs et non listeux) n'avait pas encore décidé pour qui voter (entre 25 et 37%). Le rôle de la campagne est certainement encore plus déterminant en ce qui concerne l'élection du BDE.

Les HEC comptent donc sur les campagnes pour aiguiller leur choix de vote. En ce sens les campagnes remplissent bien leur rôle : **les votants les utilisent pour apprécier, mesurer, comparer les qualités de chaque liste et finalement en élire une**. Parmi les facteurs que les HEC reconnaissent comme ayant influencé leur vote pendant une campagne, on retrouve d'ailleurs des éléments propres au déroulement des campagnes : ainsi la qualité de la nourriture arrive en seconde position, suivie par l'investissement des listeux et les goodies distribués. La question reste cependant de savoir si les critères poussant les étudiants à voter (majoritairement les *goodies*, l'implication des listeux et la nourriture) sont le gage que la liste pour laquelle ils voteront est la meilleure pour faire office de BDA, JE ou BDE durant un an... **A moins que les campagnes ne soient pas là pour élire « le meilleur » BDE ou BDA possible, « la meilleure » JE possible, mais bien plutôt pour le divertissement du campus,** hypothèse loin d'être absurde tant la différence est flagrante entre la faible légitimité des campagnes BDA et JE qui transparaît du sondage, et la quasi-unanimité de l'appréciation des campagnes.

De plus, il serait illusoire de penser que la campagne est le seul élément entrant en compte dans le vote. Quelle que soit l'association considérée, on remarque en effet qu'une part non négligeable des répondants ont déjà pris leur décision avant même le début de la campagne, notamment – évidemment – chez les L3, à la fois impliqués dans la campagne et proches affectivement de certains listeux. Sachant que les VM et M2 sont assez peu à voter hors consignes de vote, reste à convaincre les M1, pour lesquels l'affection portée aux listeux joue nettement moins. A ce propos, QPVHEC vote en bloc, n'oubliez pas.

En effet, les affinités jouent un rôle capital dans le vote d'une grande partie de l'électorat. Le fait d'avoir des amis dans une liste arrive en effet en tête des facteurs susceptibles d'influencer le vote pendant une campagne, et ce chez toutes les catégories de HEC (listeux, soutiens actifs et non listeux). Il s'agit donc là d'une limite à l'efficacité

des campagnes comme moyen de départager les listes ; elle explique qu'**une part parfois importante des votes soient déterminés avant même le début de la campagne**. Cela explique aussi qu'une diversité de profils au sein d'une liste la mène souvent à performer, puisqu'elle attire spontanément plus de gens qu'une liste homogène. **Cela explique aussi l'importance pour les listes – notamment JE et BDA – d'avoir des listeux des plus grandes prépas**, ce qui joue un rôle moteur dans l'intégration plus réussie des étudiants issus de grosses prépas : en effet, ces campagnes se jouant tôt dans l'année scolaire, jouer sur les camaraderies de prépa est une stratégie intéressante pour attirer facilement des votes par affinités.

Ne négligeons pas enfin l'importance des consignes de vote. Si ces dernières ne sont pas citées dans les facteurs déterminants du vote, c'est car très peu d'associations (BDE, CF, RCH...) donnent véritablement de consigne de vote ; mais le vote en bloc reste extrêmement puissant et peut faire basculer des campagnes. Lors de la campagne BDA 2018, les consignes de vote Laigret des clubs de sport masculins ont certainement eu un grand rôle dans l'obtention de la 2eme place des Chin'art Town au détriment des Mélinand, pourtant assez en avance sur le sondage.

La pertinence des campagnes pour départager les listes dépend de l'association considérée.

Comment expliquer l'influence inégale des campagnes sur le choix de vote selon l'association à liste en jeu ? On a en effet vu que les votants BDE semblent davantage se décider en fonction du déroulement de la campagne que les listeux BDA, et *a fortiori* que les listeux JE. **Bien plus, de nombreux HEC remettent en cause la pertinence de la campagne comme mode de désignation des listes de certaines associations.** Ainsi la majorité des HEC ne sont pas convaincus que la campagne soit un bon moyen de choisir les membres d'une JE : ils sont 84% chez les non listeux, et représentent même 47% des listeux JE. On observe une réserve similaire mais moindre en ce qui concerne la campagne BDA (entre 17 et 22% de sondés défavorables à la campagne comme moyen de sélection des membres BDA). Cette réserve est marginale pour la campagne BDE.

Les HEC n'accordent donc pas la même pertinence à toutes les campagnes pour désigner les membres de l'association en jeu. On peut émettre l'hypothèse que la pertinence des campagnes comme mode de sélection dépend de la cohérence perçue entre le fait même de lister, et les missions dont l'association concernée est en charge. **Ainsi pour la JE, il semble difficile à un observateur extérieur de saisir pleinement le lien entre les activités effectuées par les listeux au cours de la campagne, et les activités que ces mêmes listeux devront effectuer s'ils sont effectivement élus**. Alors, oui, il y a les épreuves professionnelles (qui entrent en compte dans les résultats de l'élection) et le démarchage, mais force est de constater que leur place n'est soit pas assez grande soit pas assez médiatisée pour rendre la campagne JE cohérente avec le but de l'association aux yeux du grand public. Cela tient aussi au fait qu'élire une JE sur une campagne est une particularité jovacienne : l'on sera plus critiques envers l'élection d'une JE – une exception – qu'envers l'élection d'un BDE – qui semble véritablement être une règle, une évidence au sein des écoles. D'autant plus que pour le BDE, le lien entre la campagne et l'association est plus palpable, dans la mesure où il existe une certaine continuité entre le rôle des listeux et le rôle des membres du BDE, notamment dans l'animation du campus.

Ainsi, cette dissociation dans l'appréciation des campagnes selon l'association en jeu témoigne du fait que les campagnes ne sont pas seulement envisagées comme une fin en soi, pour l'événement qu'elles constituent, mais bien en lien avec l'association visée et le rôle qu'y auront ses futurs membres. En effet, les listeux JE et BDA listent en majorité (respectivement 68 et 60%) pour l'association, tandis que l'essentiel des listeux BDE (80%) listent pour l'expérience. Pour schématiser, la campagne serait donc essentiellement un moyen pour la JE et le BDA, et une fin pour le BDE.

D'où un certain paradoxe, pour conclure :

— Les listeux JE et BDA reconnaissent majoritairement qu'ils listent avant tout pour intégrer l'association, plutôt que pour la seule expérience de lister. Or, la plupart des étudiants considèrent que la campagne est un moyen imparfait d'élire une JE ou un BDA.

— À l'inverse, les listeux BDE admettent qu'ils listent avant tout pour l'expérience de lister, et que le fait d'intégrer le BDE est une préoccupation somme toute bien secondaire. Or, les sondés trouvent en majorité que la campagne est un moyen bien plus légitime d'élire les membres d'un BDE. En théorie du moins.

16.4 Etude de corrélations

16.4.1 Corrélation avec l'année d'études

Premier point positif pour les campagnes sur le campus : **elles ont toujours été appréciées**, comme en témoigne la faible part de défavorables (graphique 17, toutes années confondues). Chaque promo en a pareillement savouré l'ambiance, la bouffe et les potes. De plus, elles font globalement consensus comme bon processus d'élection du BDE (70% de partisans) et du BDA (50%). Enfin, même si la légitimité de la camp' JE est toujours rejetée par plus de 2 étudiants sur 3, on note un peu plus d'adhésion à ce mode de choix cette année parmi les L3 !

Toutefois, avec les années vient le recul par rapport aux modalités de l'élection. Nos sondés VM et M2 ont tout d'abord affiché un détachement progressif. La campagne apparait en effet certainement plus futile quand on la regarde depuis l'extérieur et qu'on ne bénéficie plus de ses principaux aspects positifs. De plus, ce recul conduit les VM2 à se souvenir particulièrement des listeux les plus *wannabodes*, alors qu'ils ont totalement oublié le sacrifice scolaire demandé (pourtant le principal défaut aux yeux des L3, les acteurs cette année), ce qui n'est pas dénué de lien avec l'importance in fine relativement faible de la GPA dans les parcours et carrières. De plus, les règles pourraient évoluer puisque les nouveaux arrivants du Josas semblent être plus en faveur de la cooptation des soutiens actifs. Petite surprise toutefois, ce sont les VM qui la jouent masochisme en se prononçant le plus en défaveur du vote des exilés du campus (donc eux hein), peut-être car ils se jugent eux-mêmes illégitimes en ce qui concerne les votes.

Au total, **la corrélation montre le progressif détachement à l'égard des campagnes** : très sympas et même nécessaires selon ceux qui la vivent de l'intérieur, accessoires et plus futiles vues de l'extérieur.

Enfin, les stats offrent un éclairage sur les campagnes édition 2018/2019. Les graphes dénotent tout d'abord d'un profond désintérêt des VM/M2 pour le contenu des campagnes actuelles (90% s'en battent plus ou moins les fouilles), et illustrent l'impact des consignes de vote sur ceux qui ne sont plus on campus (qui n'ont toutefois compté que pour 17% des votants au BDA). En revanche, la majorité des choix ont été entérinés pendant la campagne. Celle ci a été fortement propice aux Radja, qui ont conforté leur avance (en tête dans les intentions de vote L3/M1), et aux Laigret qui ont ainsi doublé les Mélinand, notamment précisément grâce aux consignes de vote.

16.5 Compléments

	Globalement, les campagnes à HEC, tu y es...	La campagne est-elle un bon moyen de choisir les membres d'une JE ?	La campagne est-elle un bon moyen de choisir les membres d'un BDA ?	La campagne est-elle un bon moyen de choisir les membres d'un BDE ?	Recommanderais-tu à un 1A de lister ?	Es-tu favorable au fait que seuls les cotisants puissent voter ?	Dans quelle mesure te sens-tu concerné(e) par les campagnes cette année ?
Globalement, les campagnes à HEC, tu y es...	100%	36%	39%	30%	59%	26%	42%
La campagne est-elle un bon moyen de choisir les membres d'une JE ?	36%	100%	27%	21%	35%	14%	32%
La campagne est-elle un bon moyen de choisir les membres d'un BDA ?	39%	27%	100%	48%	31%	24%	17%
La campagne est-elle un bon moyen de choisir les membres d'un BDE ?	30%	21%	48%	100%	25%	20%	14%
Recommanderais-tu à un 1A de lister ?	59%	35%	31%	25%	100%	34%	38%
Es-tu favorable au fait que seuls les cotisants puissent voter ?	26%	14%	24%	20%	34%	100%	13%
Dans quelle mesure te sens-tu concerné(e) par les campagnes cette année ?	42%	32%	17%	14%	38%	13%	100%

FIGURE 16.1 – Matrice des corrélations entre les questions quantitatives

QPV#14 Campagnes

* Required

Les campagnes en général

1. Globalement, les campagnes à HEC, tu y es... *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Très défavorable, c'est à supprimer	◯	◯	◯	◯	◯	Très favorable, les mois sans campagne sont des mois sans crêpe quand même

2. Qu'est-ce qui peut (ou a pu) influencer ton vote pendant une campagne ? *

Check all that apply.

- [ ] Des goodies à gogo
- [ ] De la bonne bouffe sa mère
- [ ] Des thèmes qualitatifs
- [ ] Des idées nouvelles pour le campus
- [ ] Le fait que tes potes soient dans une liste
- [ ] Des diners ambiancés et ambiançants pour ton asso
- [ ] Une consigne de vote
- [ ] Des événements géniaux (Pré-POWs, POWs, Wunder...)
- [ ] L'investissement des listeux
- [ ] Des photos de profil quali

3. La campagne est-elle un bon moyen de choisir les membres d'un(e)... *

Mark only one oval per row.

	1. Absolument pas.	2.	3.	4.	5. Y a pas de meilleur moyen
JE	◯	◯	◯	◯	◯
BDA	◯	◯	◯	◯	◯
BDE	◯	◯	◯	◯	◯

4. Es-tu favorable au fait que les promotions qui ne vivent pas sur le campus puissent voter ? *

Mark only one oval.

- ◯ Oui
- ◯ Non

5. S'il y avait un point positif dans les campagnes, ce serait... *

Mark only one oval.

- ◯ L'ambiance créée sur le campus
- ◯ Ça soude la promo !
- ◯ Les événements
- ◯ Se faire des potes, car les campagnes, c'est avant tout des rencontres.
- ◯ Les chorés qui me permettent d'économiser 3mn de compta à chaque cours. Merci, les gars
- ◯ Les goodies
- ◯ La bouffe gratuite
- ◯ Parce que ça offre l'expérience incroyable de lister à ceux qui le veulent
- ◯ Aucun. Les listes, c'est NUL.

6. S'il y avait un point négatif dans les campagnes, ce serait... *

Mark only one oval.

- ◯ Le nécessaire (ou presque) sacrifice de la vie scolaire des listeux
- ◯ Les conditions sanitaires (nourriture)
- ◯ Le lien entre liste et boditude
- ◯ L'argent dépensé
- ◯ L'atmosphère d'entre-soi entre listeux créée par les listes
- ◯ Le fait que lister épuise les listeux
- ◯ Le bruit sur le campus à 7h du mat' #JeVisAuH
- ◯ Il y en a aucun, les listes c'est l'alpha et l'oméga

7. Si tu as listé : pourquoi ? Si tu n'as pas listé : pourquoi penses-tu que les gens listent ? *

Mark only one oval.

- ◯ Principalement par intérêt pour l'asso
- ◯ Principalement pour l'expérience de lister

8. Recommanderais-tu à un 1A de lister ? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Mdr, la liste c'est la mort	◯	◯	◯	◯	◯	Faut faire autant de campagnes que Napoléon

9. Es-tu favorable au fait que seuls les cotisants puissent voter ? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Très défavorable	◯	◯	◯	◯	◯	Très favorable

10. Les cooptations, tu penses que... *

Mark only one oval.

- Ça ne devrait pas exister
- Ça devrait être réservé aux soutiens actifs
- Les soutiens actifs doivent y être privilégiés sur les autres listeux
- Ça doit être ouvert aux autres listeux et aux soutiens actifs en proportions égales
- Les autres listeux doivent y être privilégiés sur les soutiens actifs
- Ça devrait être réservé aux autres listeux

Les campagnes cette année

11. Quand s'est fait ton choix pour la Camp' JE ? *

Mark only one oval.

- Avant le dévoilement
- Avant les petits-déjeuners
- Avant la campagne
- Pendant la campagne
- La veille ou le jour du vote
- J'ai pas voté

12. Pour qui penses-tu voter pour le BDA ? *

Mark only one oval.

- Laigret
- Kahoul
- Mélinand
- Pas de préférence pour l'instant #GoodisezMoi
- Je ne voterai pas

13. As-tu déjà une liste préférée pour le BDE ? *

Mark only one oval.

- Saint-Marc
- Ayed
- Koutchinsky
- Aucune pour l'instant #GoodisezMoiEncore
- Je ne voterai pas

14. Dans quelle mesure te sens-tu concerné(e) par les campagnes cette année ? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
M'en balek frr						Je vis au rythme des évents

T'es qui ?

15. Tu as listé / listes / listeras ? *

Mark only one oval.

- BDA
- BDE
- JE
- Soutien actif
- Non listeux

16. Tu es en... *

Mark only one oval.

- L3
- M1
- VM
- M2

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms