
RAPPORT

Étude réalisée auprès des membres
de l'AQLM, de l'AQAIRS et de l'ARAQ

Août 2024

Préparé pour :



Réalisée par : **Leger**

Chers membres,

Nous vous remercions d'avoir participé à notre sondage ce printemps visant à mieux comprendre vos besoins et votre appréciation des services et des communications de notre association.

Comme promis, vous trouverez dans les pages suivantes un résumé des principaux résultats de l'étude.

Nous avons pris en considération vos réponses et travaillons activement pour améliorer nos services et communications afin de mieux vous servir.

Vos commentaires sont précieux pour orienter nos actions futures. Merci encore pour votre participation et votre engagement envers notre association.

Cordialement,



Rémi Richard

Directeur général des associations AQAIRS, AQLM, ARAQ et AQLP

MÉTHODOLOGIE

CONTEXTE

L'Alliance québécoise des loisirs publics (AQLP) a mandaté Léger afin de réaliser un sondage visant à obtenir un portrait réaliste des membres de l'AQLM, de l'AQAIRS et de l'ARAQ. L'étude vise à mieux comprendre leurs besoins et leur appréciation des services, des événements et des communications entourant la vie associative.

OBJECTIFS

Cette étude comportait quatre principaux objectifs :

1. Établir le profil sociodémographique et professionnel des membres;
 2. Mesurer l'appréciation, l'intérêt et l'importance à l'égard des services offerts ainsi que les principaux défis et besoins des membres;
 3. Déterminer des canaux à privilégier pour améliorer les communications et le sentiment d'appartenance des membres à la communauté;
 4. Mesurer les aspirations des membres pour le futur de leur association, notamment au travers d'une réflexion stratégique autour de la mission, de la vision et des valeurs préconisées par l'AQLP.
-

MÉTHODE

Pour cette étude, un sondage Web a été envoyé à tous les membres réguliers des 3 associations. Des rappels hebdomadaires ont été effectués à tous les mercredis de la collecte de données. total des répondants : 496

QUAND ?

Les données ont été collectées du **28 février au 20 mars 2024**.

MARGE D'ERREUR

À titre indicatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 496 répondants est de **± 4,4%**, et ce 19 fois sur 20.

PONDÉRATION

Étant donné la nature de l'échantillon, les données n'ont pas été pondérées.

FAITS SAILLANTS

Profil des Membres

La majorité des répondants sont des cadres intermédiaires, des directeurs ou des professionnels expérimentés dans le domaine du loisir municipal. Ils travaillent principalement dans des municipalités de différentes tailles, avec une forte représentation dans la région de Montréal.

Défis, Besoins et Offres de Services

Les membres apprécient fortement les programmes de formations et les événements annuels organisés par l'association. Les principaux défis identifiés concernent la pénurie de main-d'œuvre, le financement et la rétention du personnel. Les outils de travail fournis par l'association sont bien perçus, notamment les guides, les cadres de référence et les études détaillées.

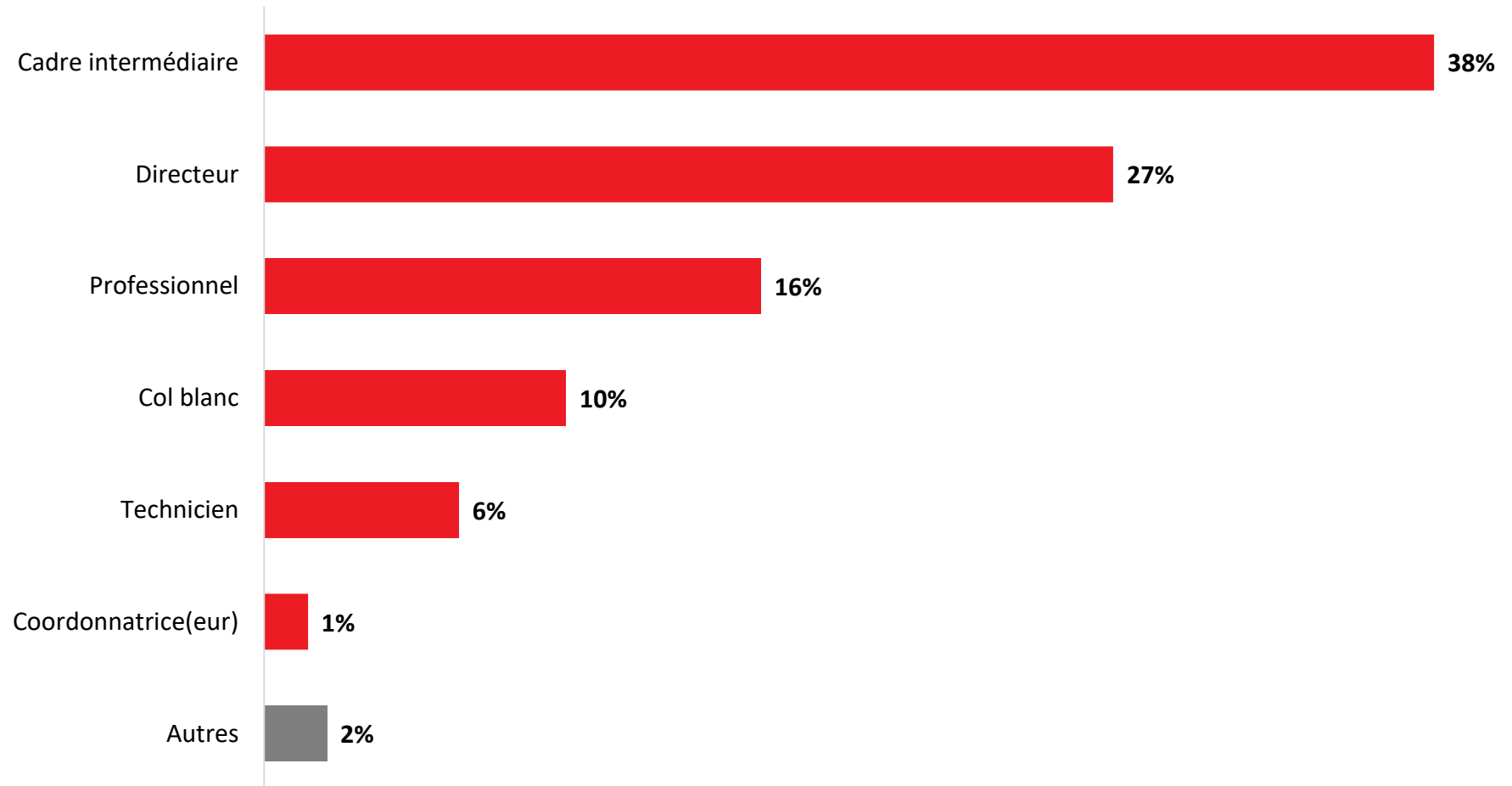
Communications et Communauté

La majorité des membres trouvent les communications de l'association pertinentes et considèrent que les outils de communication actuels sont efficaces. Ils expriment un intérêt pour l'instauration d'une plateforme de communication centrale et préfèrent recevoir des informations par courriel ou lors d'événements en personne.

Réflexion Stratégique

Les membres souhaitent renforcer le sentiment d'appartenance en recevant des outils tels que des guides, des services et des formations pour relever les défis actuels. Ils partagent une vision commune pour l'association, axée sur le développement continu du loisir municipal et la collaboration entre les membres.

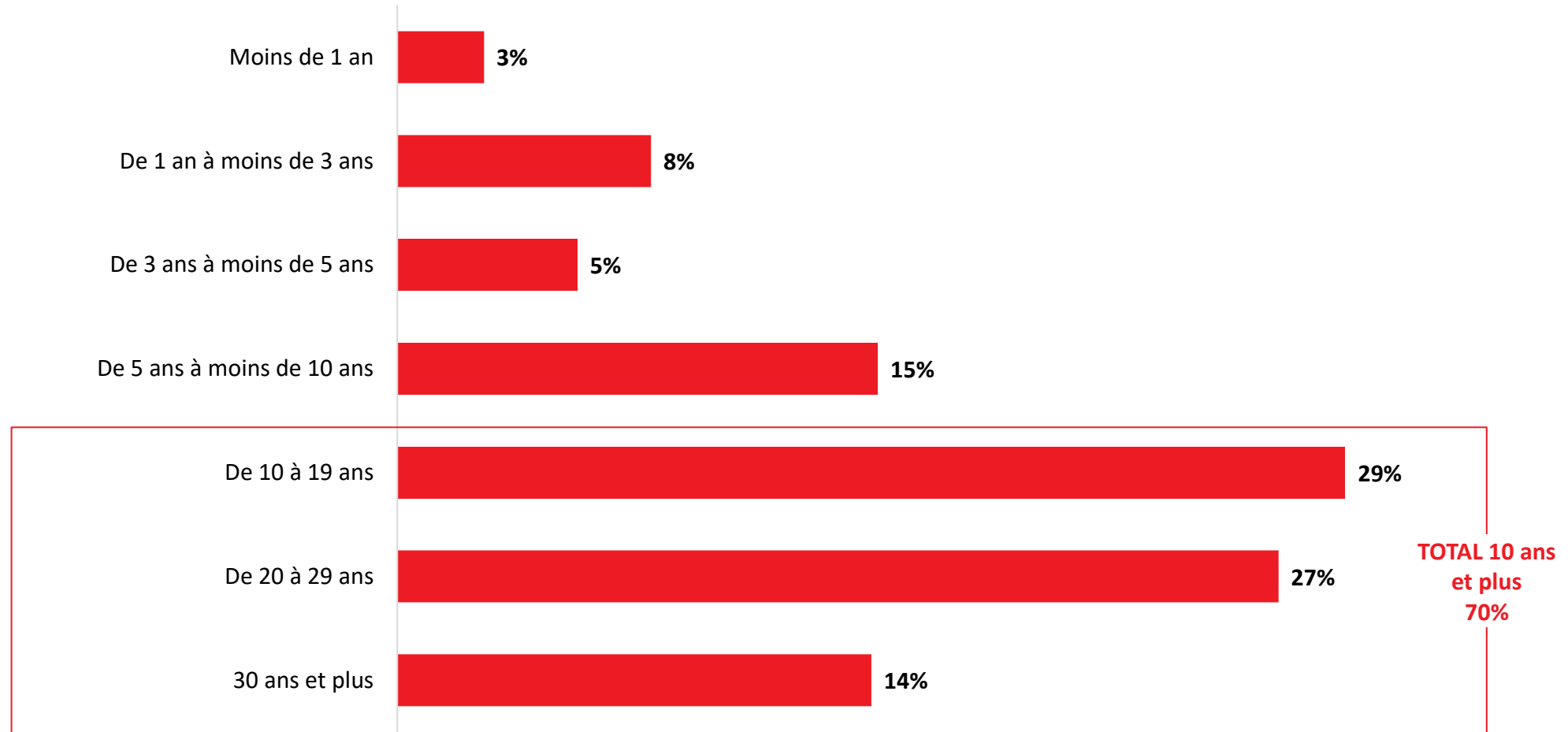
POSTE OCCUPÉ DANS L'ENTREPRISE



QA. Tout d'abord, pouvez-vous préciser le poste que vous occupez au sein de votre entreprise?

Base : Tous les répondants (n=496)

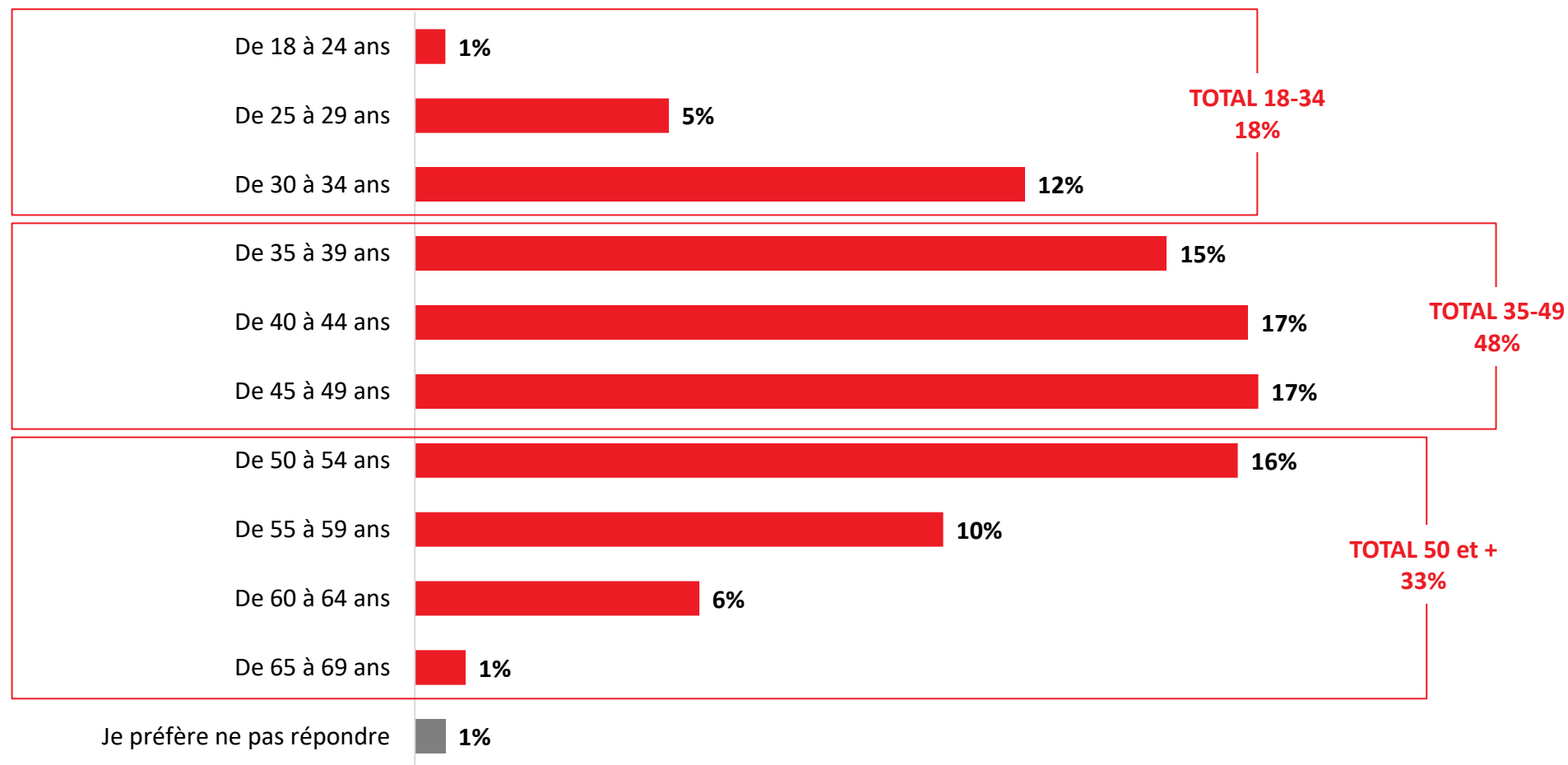
ANCIENNETÉ DANS LE DOMAINE



ANC. Depuis combien de temps travaillez-vous dans votre domaine (loisirs, aréna, installations, milieu aquatique)?

Base : Tous les répondants (n=496)

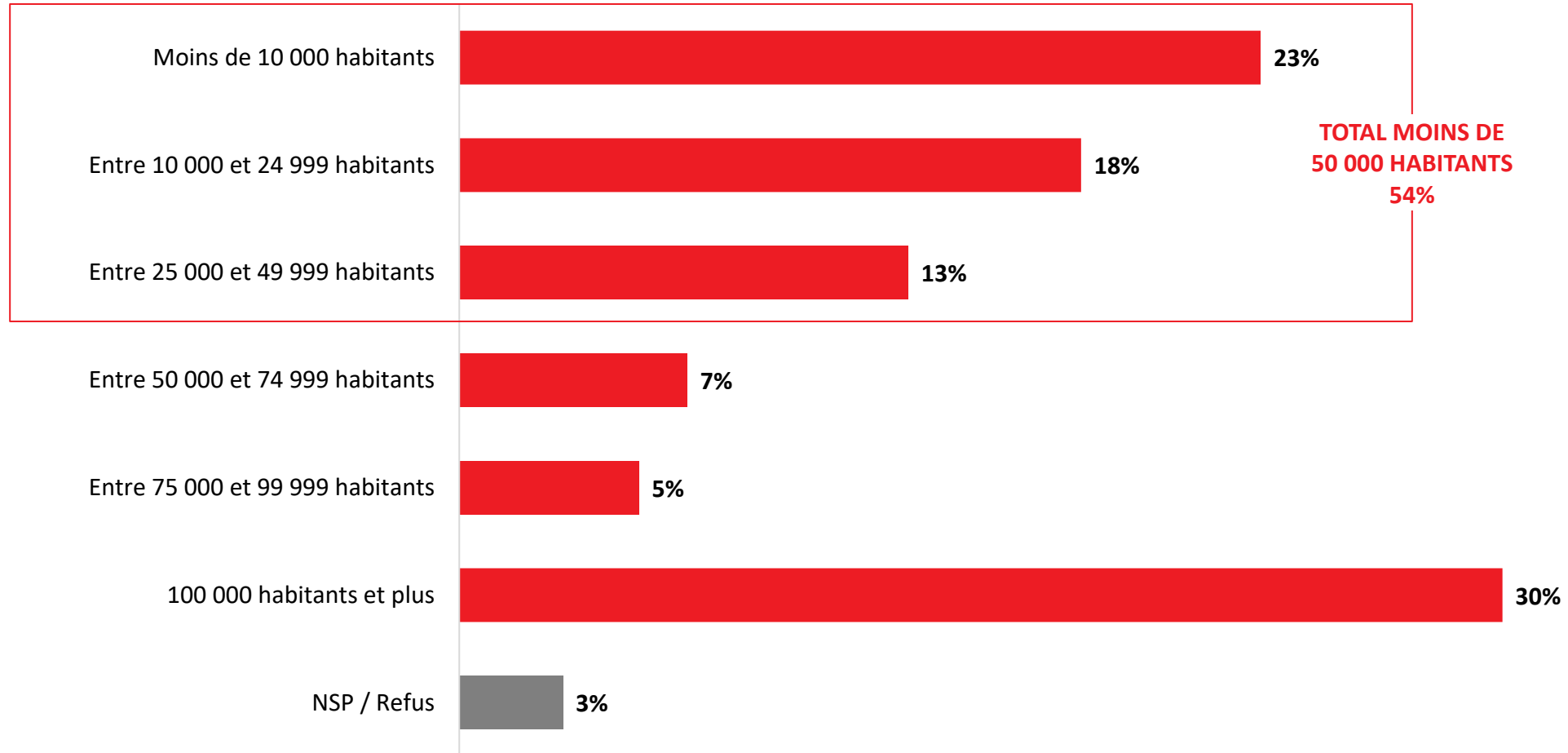
ÂGE DES RÉPONDANTS



AGE. Quel âge avez-vous?

Base : Tous les répondants (n=496)

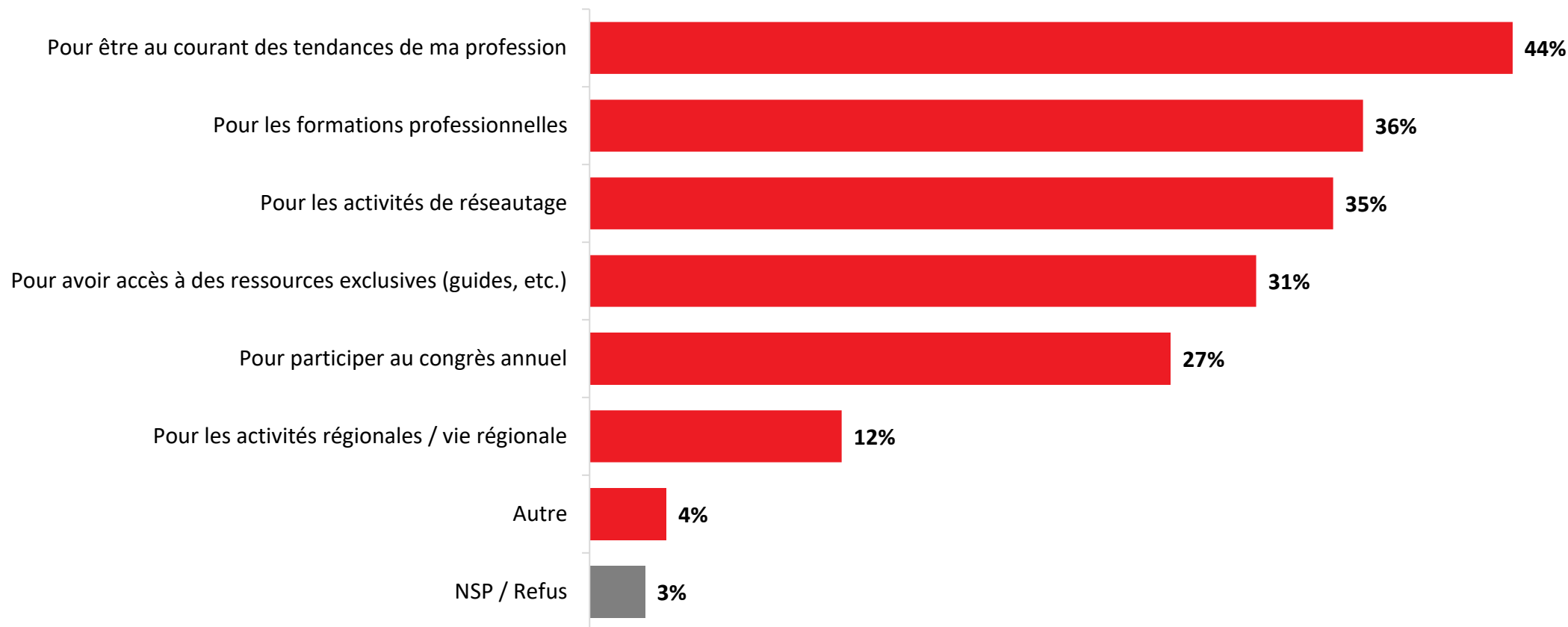
TAILLE DE LA MUNICIPALITÉ



POP. Quelle est la population approximative de la municipalité dans laquelle vous œuvrez?

Base : Tous les répondants (n=496)

RAISONS DE REJOINDRE L'ASSOCIATION

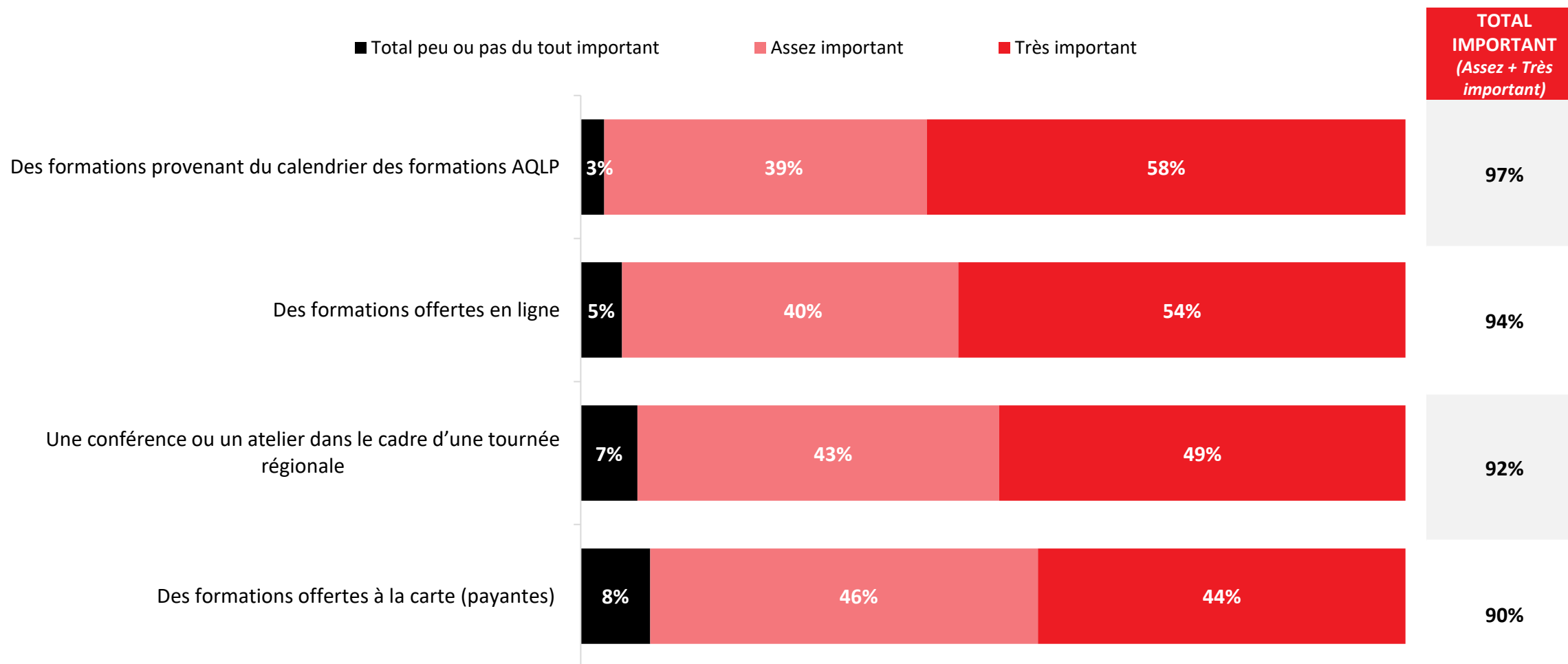


Q1. Quelles sont les deux raisons principales pour lesquelles vous avez rejoint l'association ? – Mentions multiples*

Base : Tous les répondants (n=496)

*Étant donné que les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

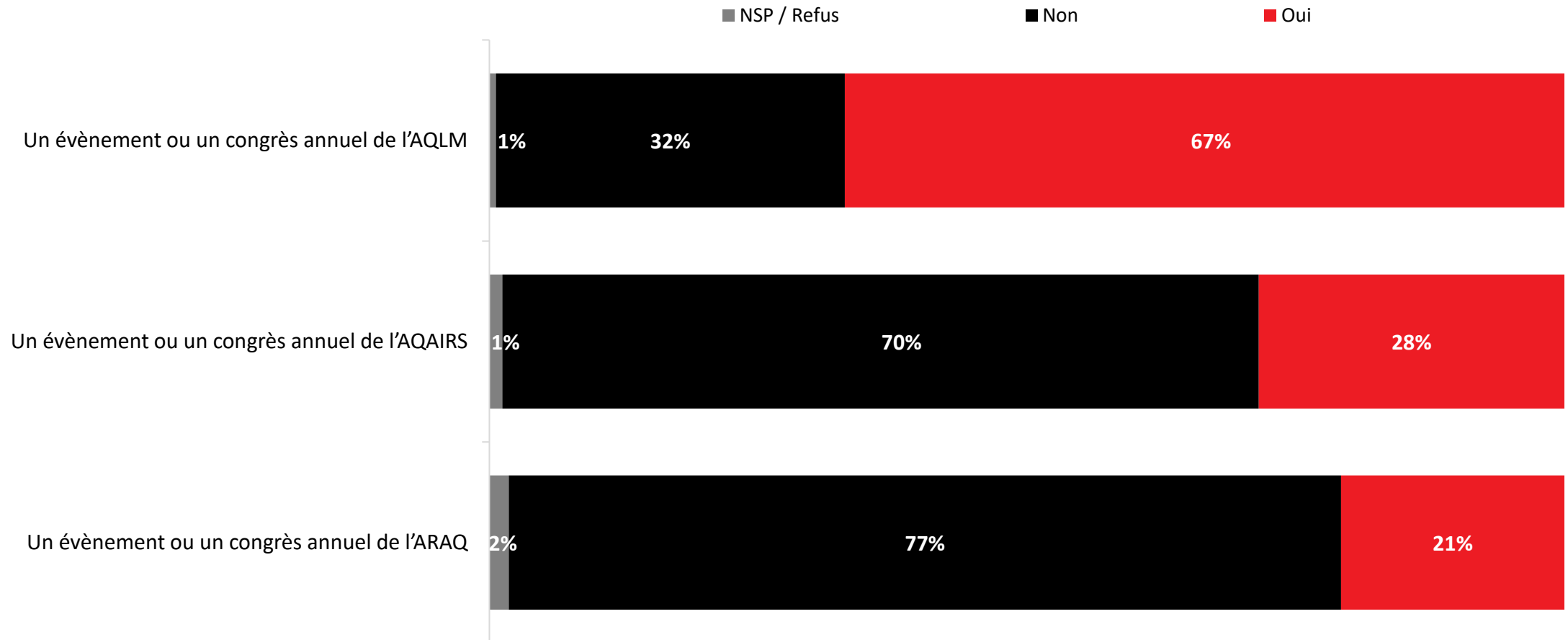
IMPORTANCE DES FORMATIONS



Q5. Considérez-vous qu'il soit très important, assez important, peu important ou pas du tout important, que l'association offre des formations pour aider votre organisation et votre personnel dans leurs activités?

Base : Tous les répondants (n=496)

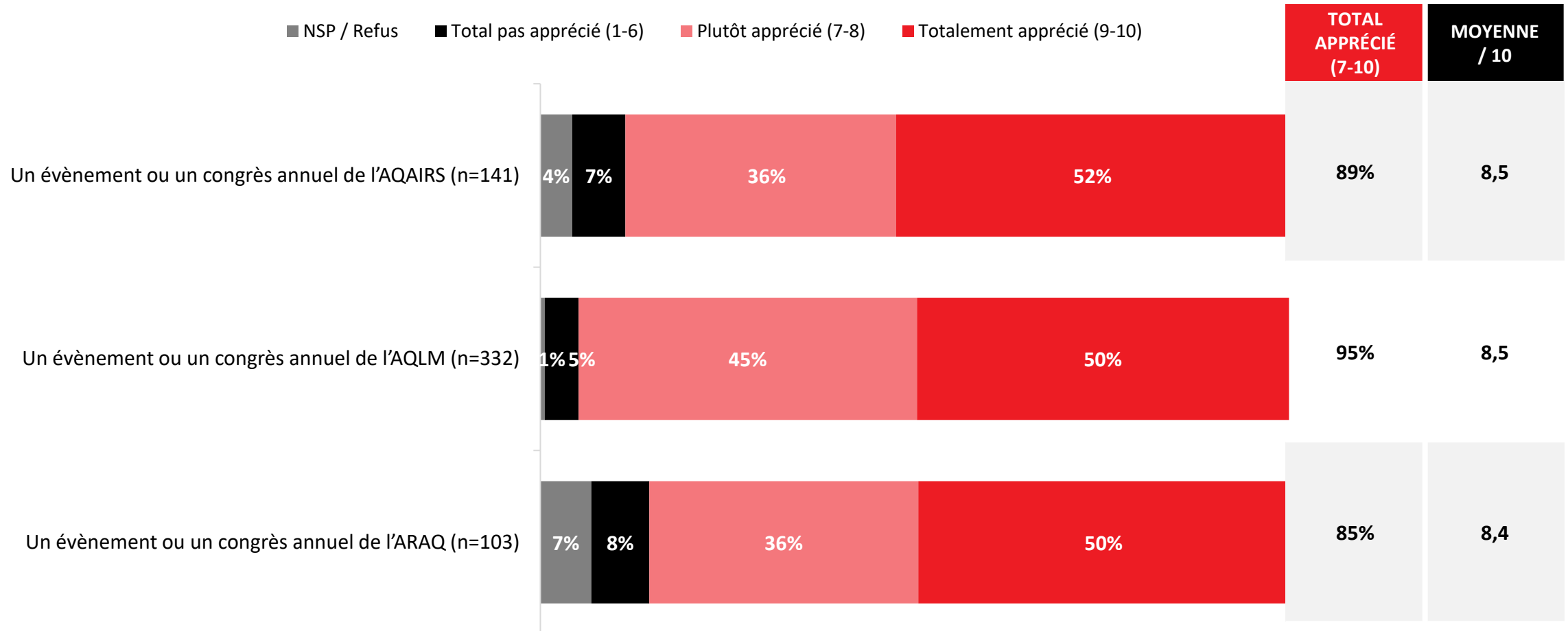
PARTICIPATION AUX ÉVÈNEMENTS



Q6. Avez-vous déjà participé à des évènements ou au congrès annuel des associations suivantes?

Base : Tous les répondants (n=496)

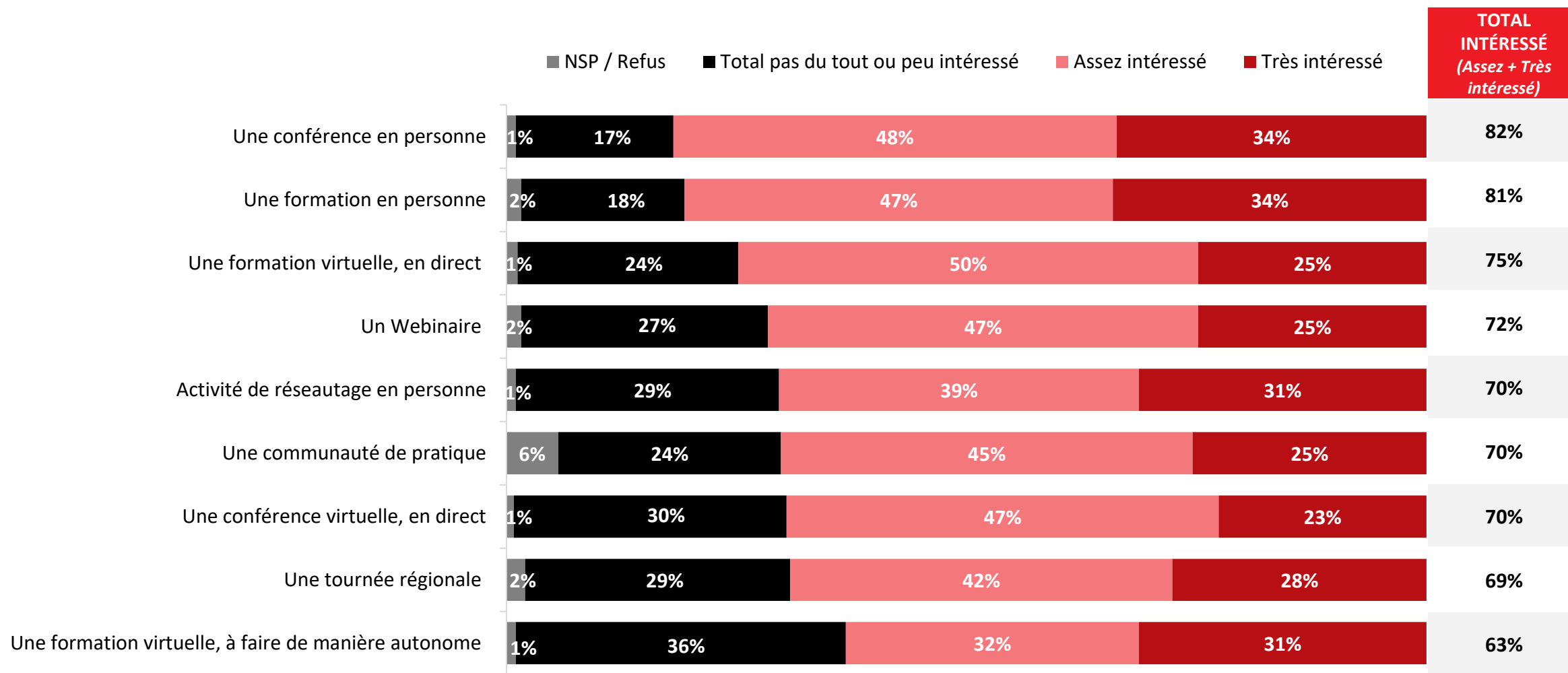
APPRÉCIATION DES ÉVÈNEMENTS



Q7. Sur une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout apprécié » et 10 « totalement apprécié », quel est votre niveau d'appréciation de l'évènement ou congrès annuel auquel vous avez participé?

Base : Les répondants qui ont déjà participé à des évènements ou au congrès annuel d'une association (n=variable)

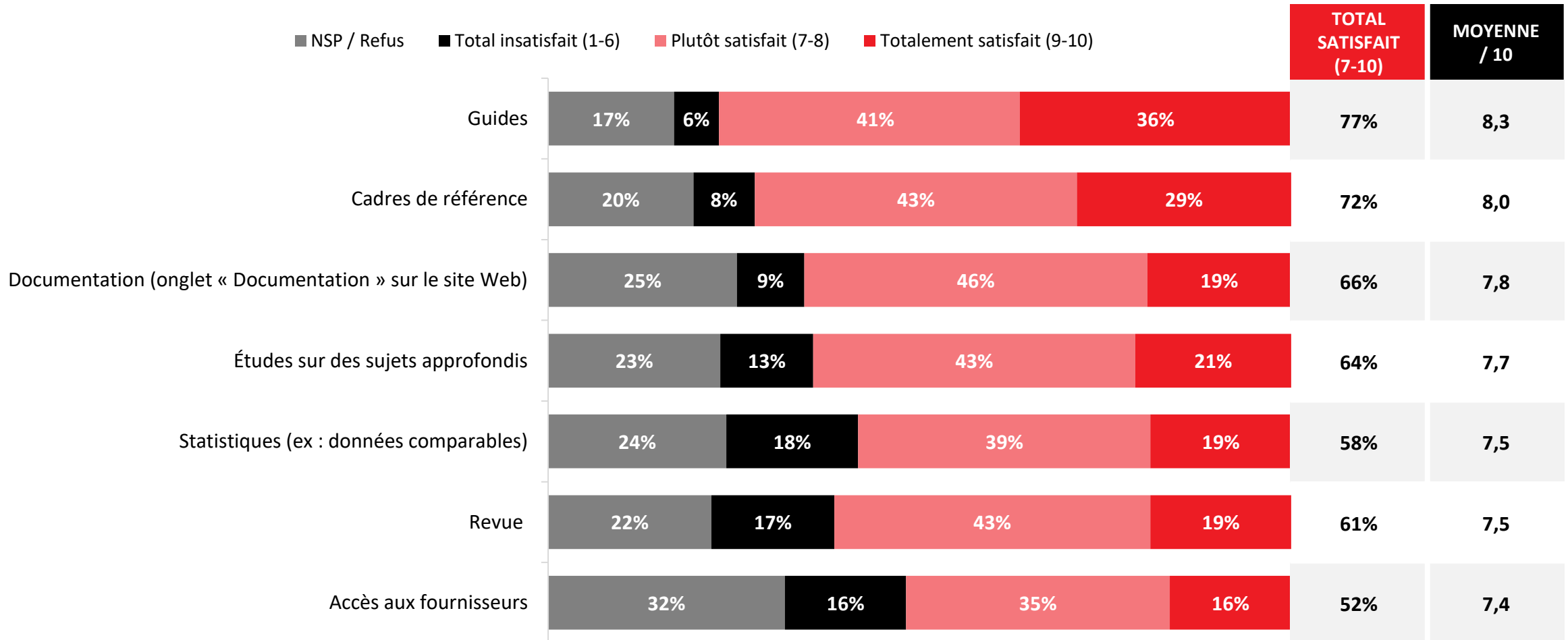
NIVEAU D'INTÉRÊT POUR LES ACTIVITÉS ORGANISÉES



Q11. Quel est votre niveau d'intérêt pour ces types d'activités qui pourraient être organisées par votre association?

Base : Tous les répondants (n=496)

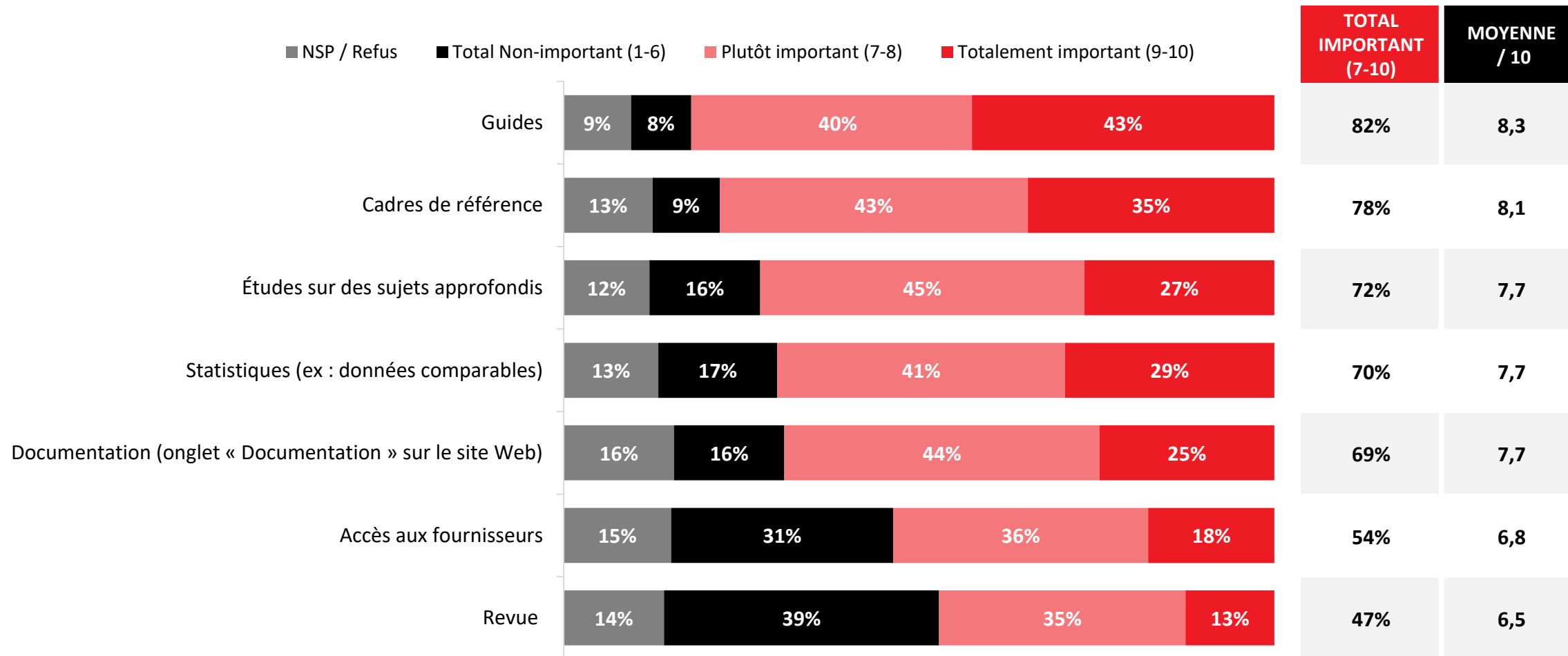
SATISFACTION À L'ÉGARD DES OUTILS DE TRAVAIL



Q12. Quel est votre niveau de satisfaction à l'égard des outils que l'association rend disponibles?

Base : Tous les répondants (n=496)

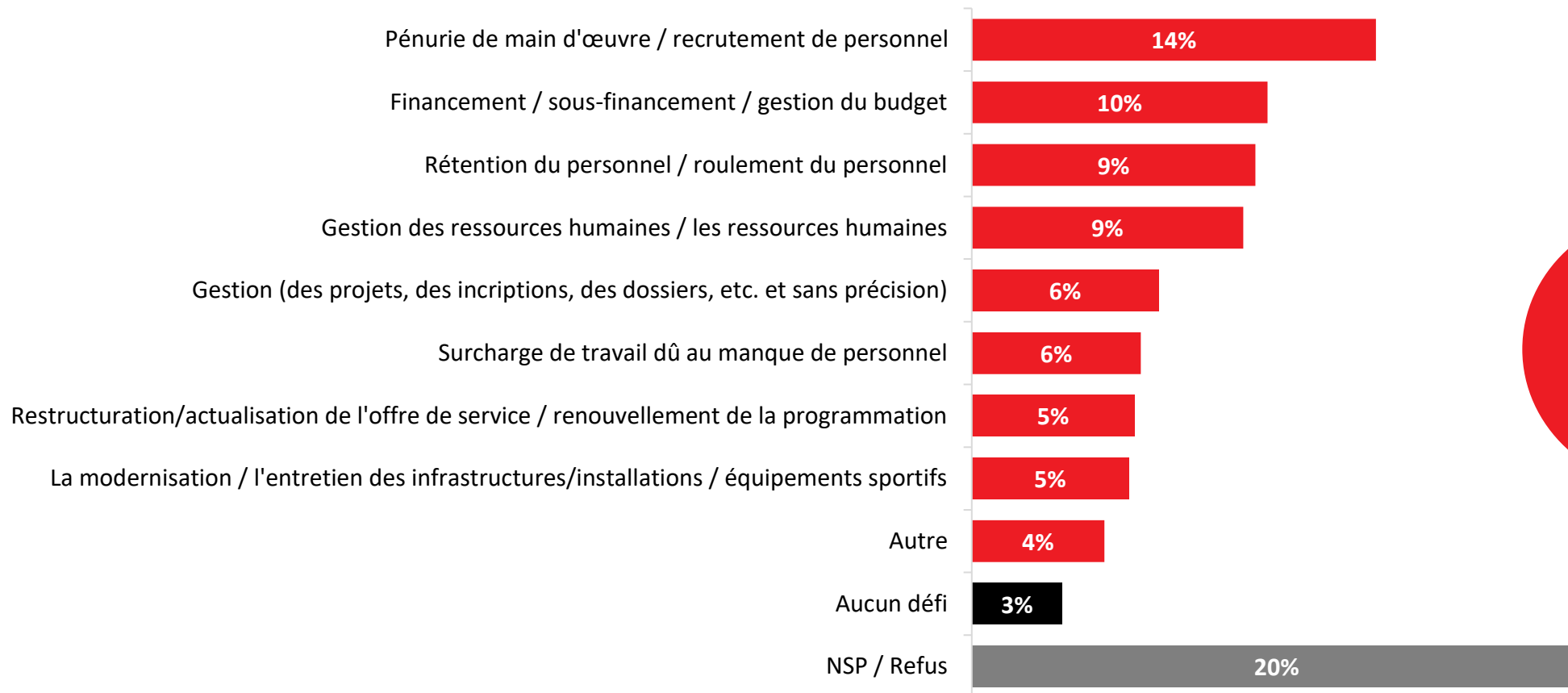
IMPORTANT DES OUTILS DE TRAVAIL



Q13. Parmi les outils suivants, quel niveau d'importance accordez-vous à ceux-ci pour vous aider dans votre travail?

Base : Tous les répondants (n=496)

DÉFIS ACTUELS



77%
ont identifié
au moins
un défi

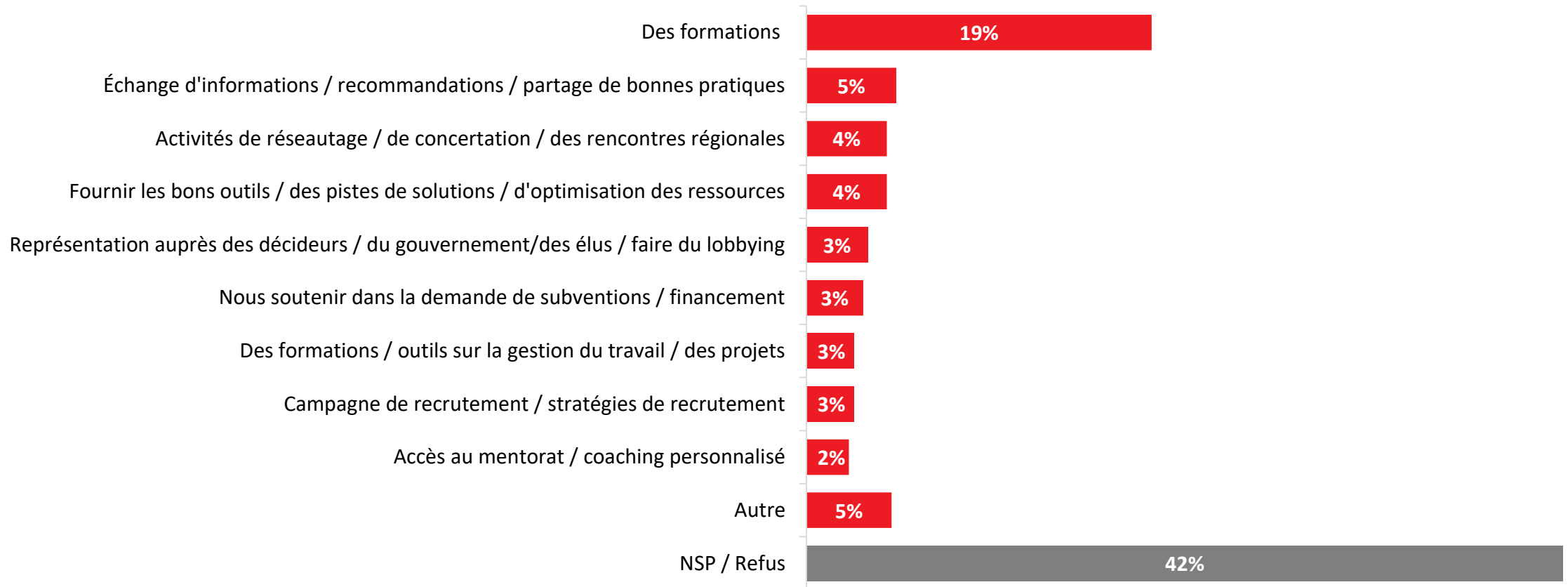
Q8. Quels principaux défis votre service rencontre-t-il actuellement? – Mention ouverte*

Base : Tous les répondants (n=496)

*Étant donné que les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

**Les mentions totalisant 5% et moins se trouvent en annexe.

SOUTIEN FACE AUX DÉFIS



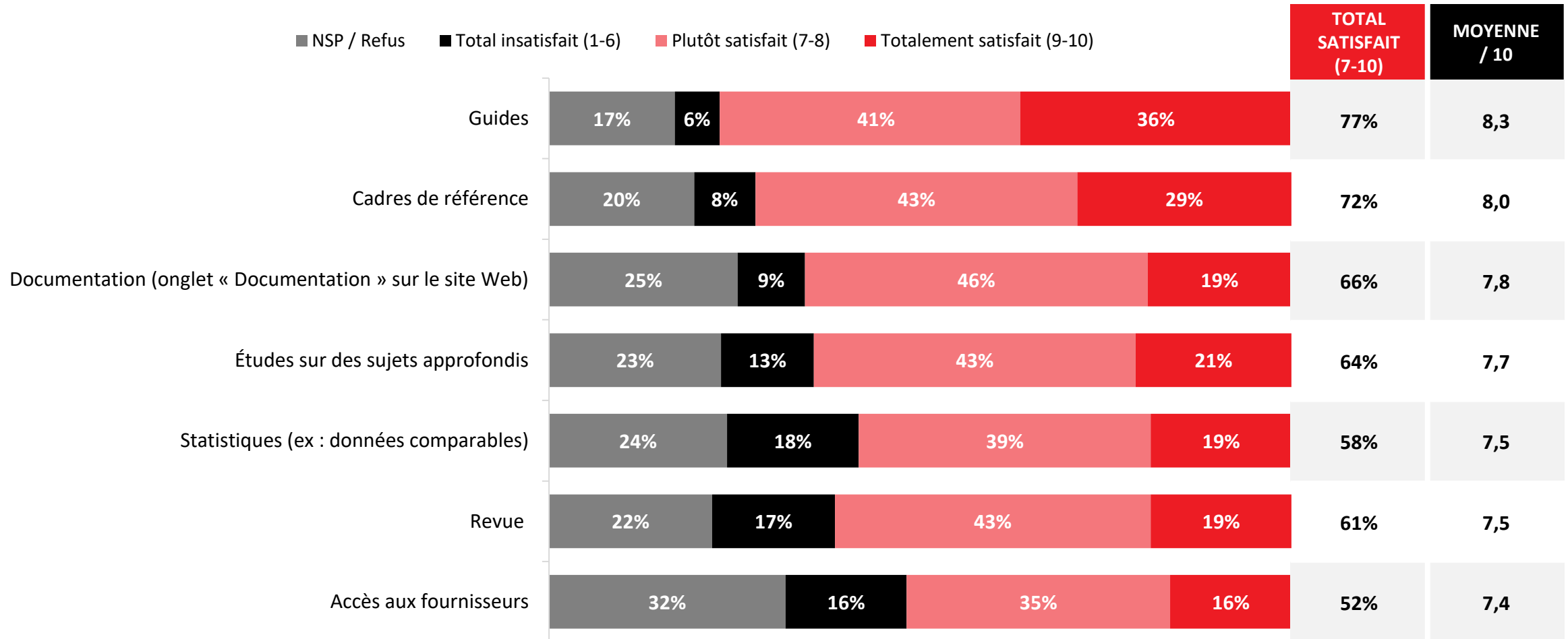
Q9. Comment votre association pourrait-elle mieux vous soutenir face à ces défis? – Mention ouverte*

Base : Les répondants ayant identifié au moins un défi rencontré par leur service (n=380)

*Étant donné que les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

**Les mentions totalisant 2% et moins se trouvent en annexe.

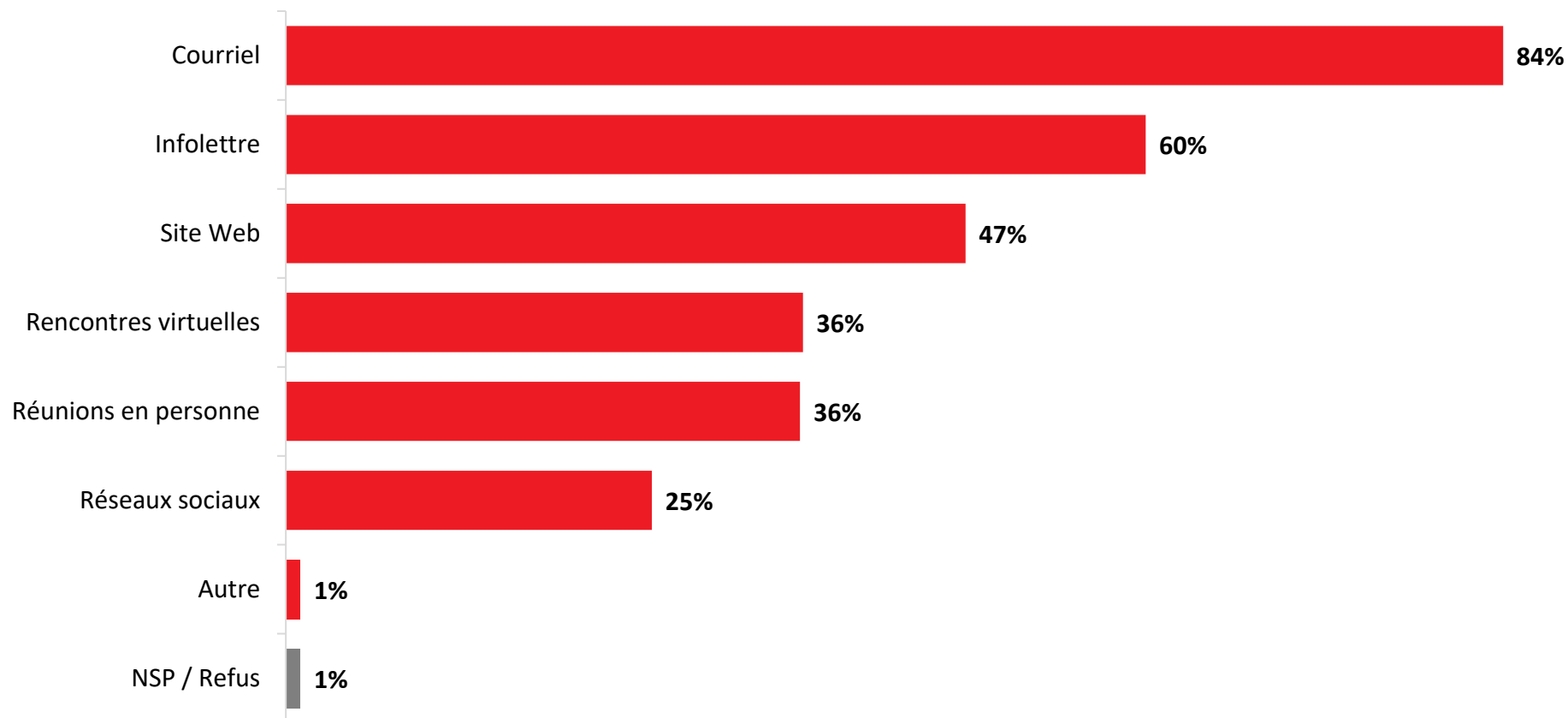
SATISFACTION À L'ÉGARD DES OUTILS DE TRAVAIL



Q12. Quel est votre niveau de satisfaction à l'égard des outils que l'association rend disponibles?

Base : Tous les répondants (n=496)

CANAUX DE COMMUNICATION

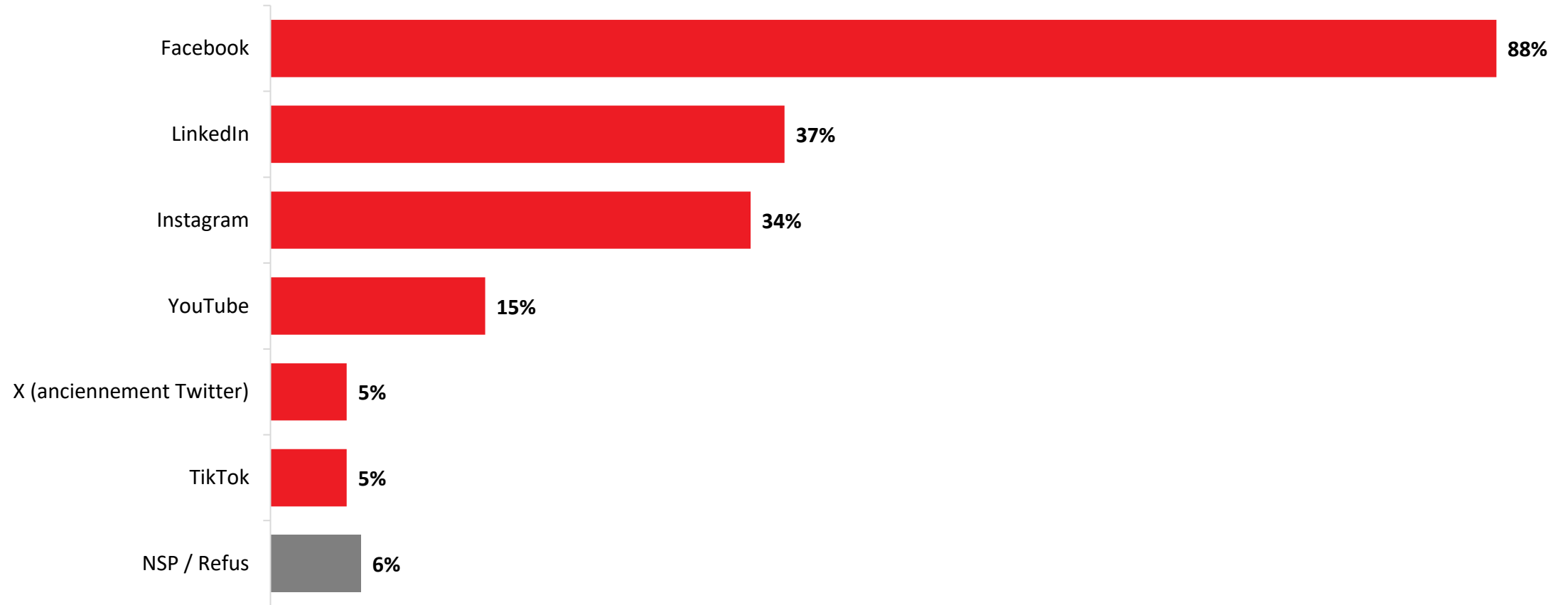


Q16. De manière générale, de quelle manière préférez-vous recevoir les communications de votre association? – Mentions multiples*

Base : Tous les répondants (n=496)

*Étant donné que les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX



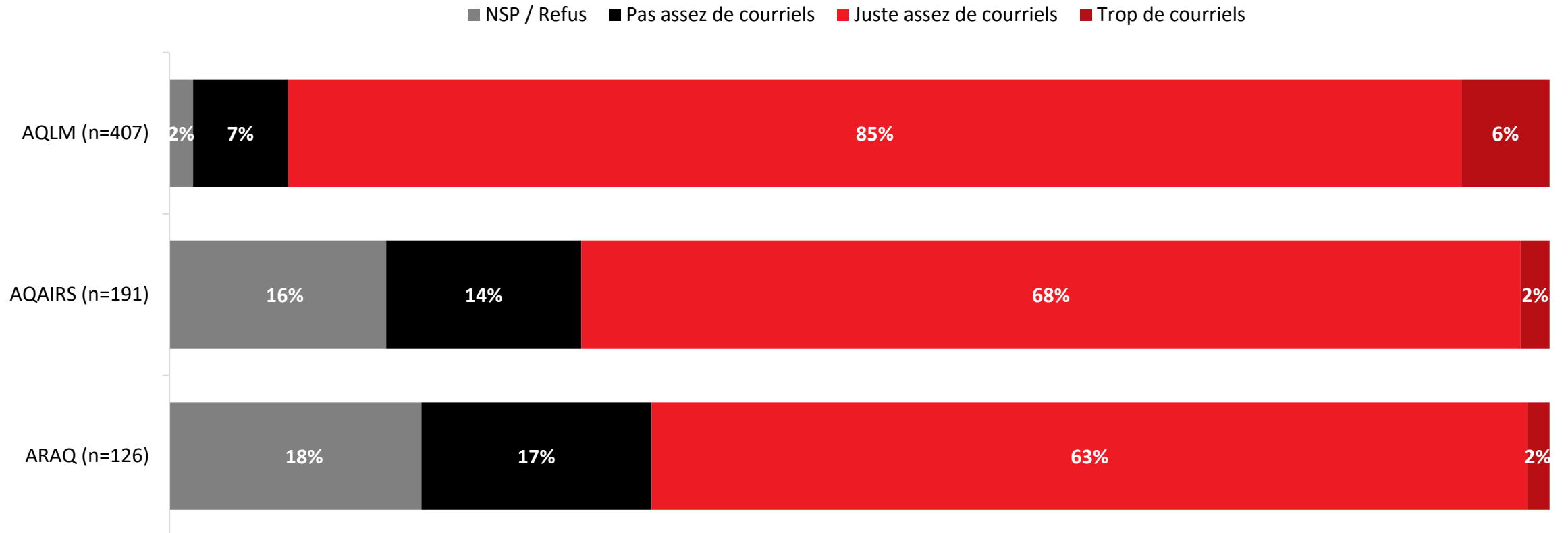
Q17. Sur quelles plateformes sociales êtes-vous actif.ve ? – Mentions multiples*

Base : Tous les répondants (n=496)

*Mentions multiples : Le total peut dépasser 100%, car les répondants pouvaient fournir plusieurs réponses.

**Étant donné le faible nombre de répondants (n<30), les données sont présentées à titre indicatif seulement.

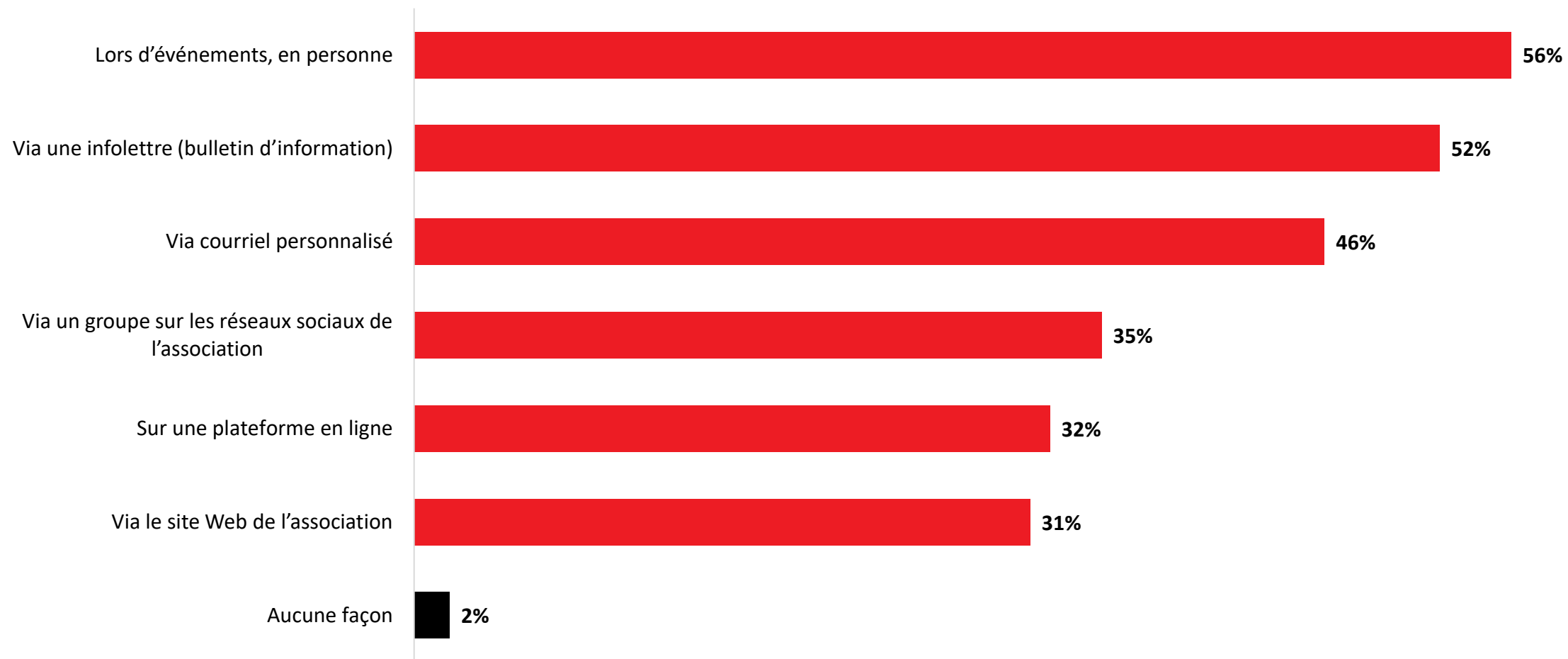
FRÉQUENCE DES COMMUNICATIONS



Q19. Considérez-vous recevoir trop, assez, pas assez de communications provenant de ...?

Base : Tous les répondants qui sont membres des associations (n=variable)

CANAUX POUR RESTER EN CONTACT

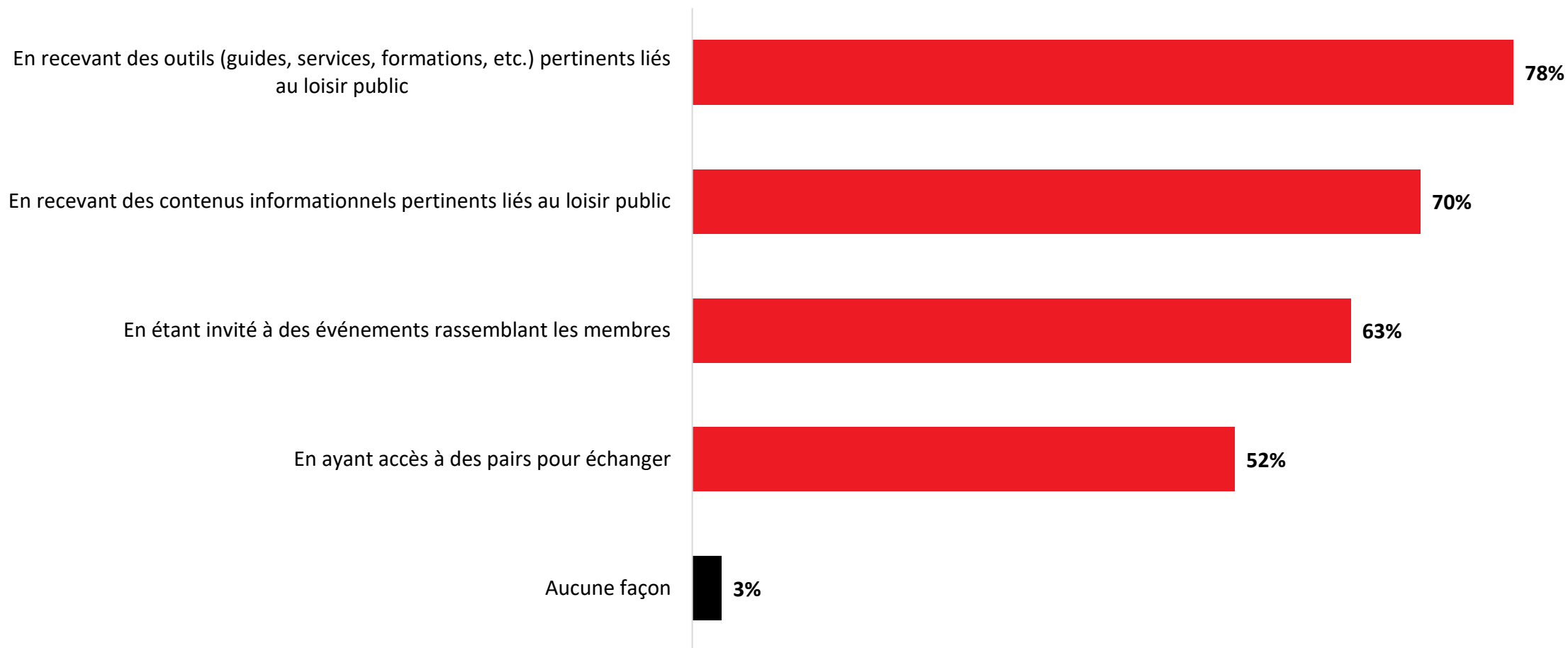


Q20. Concrètement, de quelle façon aimeriez-vous rester en contact avec la communauté de l'association? – Mentions multiples*

Base : Tous les répondants (n=496)

*Étant donné que les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

SENTIMENT D'APPARTENANCE



Q21. Comment aimeriez-vous sentir que vous faites partie de la communauté de la nouvelle association? – Mentions multiples*

Base : Tous les répondants (n=496)

*Étant donné que les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

LeSger

LA PLUS GRANDE FIRME
DE SONDAGE, DE RECHERCHE
MARKETING ET ANALYTIQUE
À PROPRIÉTÉ CANADIENNE

MONTRÉAL • QUÉBEC

TORONTO • WINNIPEG • EDMONTON • CALGARY

VANCOUVER • PHILADELPHIE