

CONSULTATION DES MEMBRES SUR LES OUTILS DE COMMUNICATIONS ET LES SERVICES OFFERTS PAR LE CONSEIL QUÉBÉCOIS LGBT

01/11/2019

Résultats des sondages

CONSEIL
QUÉBÉCOIS

LESBIENNES
GAIS
BISEXUEL.LE.S
TRANS



Rédaction :

Sheba Akpokli, Chargée de la coordination des services aux membres CQ-LGBT

Coordination :

Marie-Pier Boisvert, directrice générale du CQ-LGBT

Graphisme :

Mathieu Lambertin, Consultant en communications

Conseil québécois LGBT (CQ-LGBT)
1710 rue Beaudry, local 3.7
Montréal (QC), H2L 3E7
Téléphone : +1 514-759-6844
info@conseil-lgbt.ca
www.conseil-lgbt.ca

Ce document présente une synthèse des opinions des membres par rapports aux services qui leurs sont offerts par le CQ-LGBT ainsi que sur les outils de communication utilisés par ce dernier.

TABLE DES MATIÈRES

1.	RÉSUMÉ.....	4
2.	INTRODUCTION.....	6
	2.1. CONTEXTE.....	6
	2.2. OBJECTIFS.....	7
3.	MÉTHODOLOGIE.....	4
	3.1. ÉCHANTILLON.....	4
	3.2. LA COLLECTE DES DONNÉES.....	4
	3.3. GESTION ET ANALYSE DES DONNÉES.....	4
4.	PRÉSENTATION ET ANALYSE DES RÉSULTATS.....	5
	A. SUR LES SERVICES OFFERTS AUX MEMBRES.....	5
	B. SUR LES OUTILS DE COMMUNICATIONS ACTUEL ET EN VISAGÉS.....	11
5.	PERSPECTIVES POUR LA PLANIFICATION STRATÉGIQUE.....	17
6.	ÉTAPES À VENIR.....	19
7.	CONCLUSION.....	20
8.	ANNEXES.....	21

1. RÉSUMÉ

En tant que regroupement d'organismes, le CO-LGBT s'efforce de prendre en compte les intérêts et les revendications de chacun.e de ses membres. C'est dans cet objectif que cette consultation a été faite auprès des membres. Elle a permis de mettre en lumière des pistes d'amélioration par rapport aux services offerts aux membres ainsi que sur les outils de communication. Nous avons eu aussi des appréciations et des retours positifs de nos membres. Nous apprécions grandement chacun des commentaires, des recommandations et chacune des appréciations.

Ce rapport se divise en 3 principales sous-sections :

- L'analyse et l'interprétation des résultats des sondages sur les services offerts aux membres,
- Les commentaires recensés sur les outils de communication,
- Les perspectives à prendre en compte pour la planification stratégique en cours.

Concernant les services offerts aux membres, de façon générale, on note un niveau de satisfaction global. La représentation, les actions politiques et de plaidoyer ainsi que les campagnes d'éducation populaire : les actions du Conseil ont un impact positif sur ses membres et plus globalement sur le mouvement LGBTQ+ au Québec. Cependant, des efforts restent à faire sur les différents aspects suivants :

- Une meilleure inclusion,
- Plus de diversité,
- Des consultations plus fréquentes,
- L'amélioration de la collaboration entre les membres,
- Plus d'actions qui favorisent la visibilité et la représentativité des membres, spécialement issus des sous-groupes historiquement marginalisés,
- Une meilleure mise en lumière des réalités et des efforts des organismes en région.

À l'avenir, il faudrait présenter et communiquer plus souvent sur ces services, soutenir les activités des membres, et offrir des actions de développement de compétences aux membres.

Sur la question des outils de communications, ces derniers sont pratiques, utilisables et assez diversifiés. Ils permettent aux membres de se mettre à jour par rapport aux actions du Conseil. Néanmoins, dans le but d'améliorer la façon dont le Conseil maintient la communication avec et entre ses membres, il doit innover, par exemple avec une page Instagram ainsi qu'un réseau intranet ou n'importe quelle autre plateforme qui favoriserait aussi la communication et le partage des informations entre les membres.

La dernière section principale de ce sondage se consacre aux recommandations pour la planification stratégique en cours.

En effet, le Conseil est en ce moment en train de faire une planification stratégique qui va guider ses actions sur les prochains mois. Même si des axes importants de cette planification seront discutés pendant le Congrès des membres, ce sondage soulève déjà des questions importantes qui devront être prises en compte dans la planification stratégique.

Parmi ces questions pertinentes, on note :

- La nécessité des actions de développement de compétences,
- La clarification/définition de sa mission,
- L'inclusion et la représentation,
- La collaboration,
- Un consensus sur les revendications prioritaires à soutenir.

Le défi des prochaines années, pour le Conseil, sera de trouver le juste milieu entre: créer une convergence des actions entre les membres tout en préservant la diversité des intérêts de chacun.e.

2. INTRODUCTION

2.1. Contexte

Le Conseil québécois LGBT (CQ-LGBT) est la référence centrale au Québec en matière de défense des droits des personnes lesbiennes, gaies, bisexuelles et trans d'ici. Le Conseil québécois LGBT cherche à consolider les droits des personnes LGBT au Québec, en plus de militer pour les droits à acquérir, afin que personne ne soit laissé pour compte dans la reconnaissance des diversités sexuelles et de genres.

Le fonctionnement du Conseil relevant essentiellement d'une approche consultative, celui-ci tient à mettre ses membres au cœur de ces actions. Dans ce sens, ces dernier.e.s ont un rôle majeur à jouer quant à ce qui concerne non seulement l'organisme, mais aussi les stratégies et les directions qu'il adopte.

Lors de la dernière assemblée générale annuelle, en juin 2019, les membres ont soulevé des préoccupations et recommandations quant à l'amélioration de son approche consultative et le besoin de recueillir plus régulièrement l'avis de ses membres, l'amélioration des services offerts ainsi que sur la communication, que ce soit entre les membres ou de la permanence avec les membres.

Afin de répondre à ces préoccupations et mettre en œuvre ces recommandations, la permanence a diffusé auprès des membres, à la fin octobre 2019, **deux sondages dont l'un portait sur les services offerts en ce moment et l'autre sur les outils de communication actuels et souhaités.**

Ces sondages ont permis d'entendre les impressions des membres et, au grand intérêt du Conseil, à recueillir des recommandations des différents acteurices communautaires.

Les résultats de ces sondages permettront au Conseil de réajuster ses stratégies, améliorer la collaboration avec et entre les membres ainsi que sa façon de communiquer avec ses membres, mais aussi de contribuer à l'amélioration des relations entre ces dernier.e.s. Ils permettront aussi d'explorer des pistes de réflexion pour la planification stratégique du CQ-LGBT qui est actuellement en cours.

Le Conseil remercie chaleureusement ses membres qui ont donné de leur temps pour remplir ce questionnaire et partager leurs avis et recommandations avec lui.

2.2. Objectifs

D'une façon générale, les objectifs de ces sondages se décrivent comme suit :

- Faire un état des lieux de la satisfaction des membres quant aux services qui leur sont offerts par le Conseil
- Identifier les besoins prioritaires des organismes
- Évaluer la qualité de la communication entre les membres et avec les membres
- Formuler des recommandations afin d'améliorer l'inclusion et l'efficacité des actions entreprises.
- Fournir des pistes de réflexion pour la planification stratégique

3. MÉTHODOLOGIE

3.1. La collecte des données

Le sondage s'est fait en ligne. Un questionnaire anonyme a été élaboré par la permanence puis soumis à un comité de réflexion stratégique. Ce comité a fait des commentaires constructifs afin de rendre ce questionnaire plus efficace et plus en harmonie avec les réalités des organismes dans la province. Un questionnaire électronique a été envoyé par courriel à tous les membres du CQ-LGBT.

La méthodologie utilisée est adaptée aux objectifs et résultats attendus du sondage. Dans l'ensemble, les questionnaires ont pris en compte les différents critères de : représentativité, implication, satisfaction et inclusivité.

Les défis que nous avons rencontrés pendant la collecte de données sont essentiellement liés au taux de participation moyen des organismes contactés. Le remplissage des questionnaires a duré en moyenne entre 20 et 25 min. La période de collecte des données s'est étendue du 22 octobre au 8 novembre 2019.

3.2. Échantillon

L'échantillon inclut des organismes, des réseaux et coalitions d'organismes LGBTIQ+, ainsi que des organismes alliés. Au total, le nombre d'organismes membres du Conseil était estimé à 35 au 8 novembre 2019, sans les membres individuels.

L'ensemble des répondant.e.s s'élève à 25 pour le questionnaire sur les services offerts aux membres et à 24 pour les questionnaires sur les outils de communication actuels et à venir.

100 % des répondant.es étaient des organismes membres. Iels proviennent des villes suivantes : Québec, Rouyn-Noranda, Trois-Rivières, Saint-Hyacinthe, Sherbrooke, Montréal, Drummondville, Val-d'Or, Terrebonne, Lévis, Roberval, Victoriaville, Laval, Rimouski, Sept-Îles, Bonaventure, Cap-aux-Meules et Gaspé.

3.3. Gestion et analyse des données

Les outils de collecte des données ainsi que les résultats des sondages sont conservés dans les archives du Conseil. Après la collecte, une analyse des réponses aux questionnaires a été faite ainsi qu'une synthèse des recommandations par domaines spécifiques. Les données ont été ensuite compilées dans un rapport en français. La rédaction du rapport s'est faite dans la période du 11 au 22 novembre 2019.

4. PRÉSENTATION ET ANALYSE DES RÉSULTATS

A. Sur les services offerts aux membres

Le Conseil est avant tout une organisation basée sur ses membres. De ce fait, la question de satisfaction des membres est une de ses préoccupations majeures. Ainsi ce questionnaire a-t-il permis d'informer le niveau de satisfaction et de faire des recommandations sur les aspects à améliorer.

Le sommaire des réponses a été subdivisé en trois grands chapitres :

- Les actions de plaidoyer et actions politiques,
- Les rapports avec et entre les membres,
- L'impact des actions du Conseil en dehors des régions urbaines.

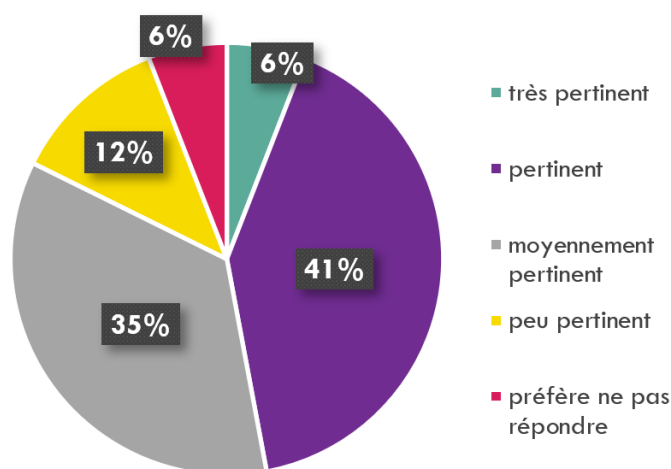


FIGURE 1 : OPINIONS SUR LES ACTIONS DE PLAIDOYER ET ACTIONS POLITIQUES

Actions de plaidoyer et actions politiques

Cette section du sondage a permis de recueillir les avis des membres quant à la pertinence des actions et la présence dans les sphères politiques, ainsi que l'impact des actions. Sur cette question, la majorité (47%) s'accorde à dire que la présence du Conseil dans ces instances est opportune, cependant, il reste plusieurs aspects à améliorer afin de rendre ces actions plus efficaces.

Les prises de position diversifiées s'expliquent d'une part par le fait que pour certains membres, les interventions du Conseil permettent non seulement d'engager les leaders politiques, mais aussi de consolider des acquis en matière de droits de la personne au plan local; cette présence permet également de mettre en lumière les manquements juridiques et politiques qui subsistent.

D'autre part, on note que pour certains membres, la présence est pertinente, mais les stratégies peu inclusives et représentatives de l'intérêt de tous ces membres. Ils proposent donc les recommandations suivantes afin de rendre cette présence plus efficace :

- Multiplier les consultations auprès des membres pour recueillir leurs avis
- Améliorer l'implication des membres dans les actions politiques et de plaidoyer
- Améliorer la prise en compte des revendications et des visions des organismes de personnes trans, non binaires et des lesbiennes
- Mettre l'accent sur les réalités des organismes en région
- Associer les membres aux conférences de presse
- Améliorer l'implication des organisations alliées à la cause LGBTQ+

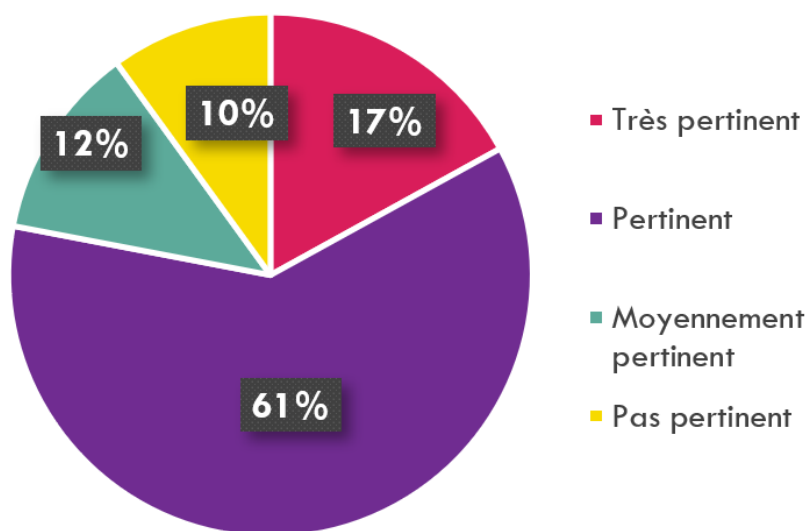


FIGURE 2 : OPINION SUR L'IMPACT DES ACTIONS

Quant à l'**impact** des actions mises en œuvre par le Conseil, on note un important pourcentage d'appréciation positive.

Cependant, une proportion considérable des répondant.e.s (22%) ont qualifié l'impact des actions de moyen ou encore de faible. En effet, selon les réponses collectées, on note une disparité entre l'impact des actions dans les grands centres urbains et dans les régions, en raison du fait que les besoins soient différents d'un espace à l'autre. Également, on note que, les intérêts de certains groupes (les personnes âgées, les personnes trans et les minorités ethnoculturelles) ne sont pas suffisamment représentés.

Pour pallier cet état des choses, les répondant.e.s suggèrent que :

- De façon régulière et périodique, des consultations soient faites auprès des membres afin de connaître les enjeux des divers groupes
- Impliquer les membres dans les sorties médiatiques
- Plus de diversité de corps, d'origine sociale et de langue (niveau de langue, diverses langues autochtones ou de minorités ethnoculturelles) dans les campagnes d'éducation populaire
- Faire une meilleure diffusion des campagnes d'éducatons populaires
- Tenir compte des réalités régionales qui sont différentes de Montréal
- Meilleure visibilité des lesbiennes, des personnes bisexuelles, pansexuelles

Rapport avec et entre les membres

L'inclusion est un aspect important pour un organisme de membres. De ce fait, une section de ce sondage a également été consacrée à cette question. Les membres ont eu l'opportunité de partager leurs sentiments par rapport au fait que les actions du Conseil soient inclusives ou non de leurs intérêts divers. À la question de la fréquence de l'inclusion, les avis étaient partagés.

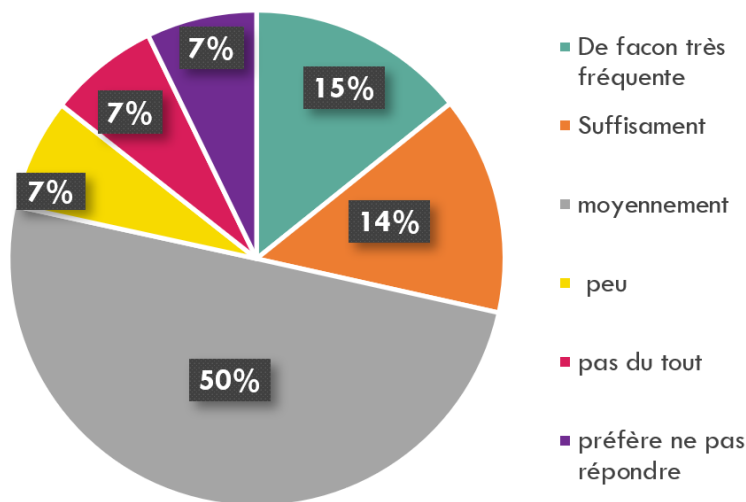


FIGURE 3 : OPINIONS SUR LA FRÉQUENCE D'INCLUSION DES MEMBRES DANS LES INTERVENTIONS

De ce fait, les membres ont formulé des recommandations allant dans le sens d'une meilleure inclusion des groupes historiquement marginalisés notamment :

- Les jeunes
- Les personnes ainé.e.s
- Les minorités ethniques
- Les personnes en région éloignée
- Les personnes trans
- Les personnes migrantes/réfugiées
- Les personnes à faible revenu
- Les personnes vivant avec un handicap
- Les travailleur.se.s du sexe

Une forme d'inclusion pourrait par exemple être un appel à présentation d'articles sur des sujets divers, articles que le Conseil pourrait ensuite diffuser, etc.

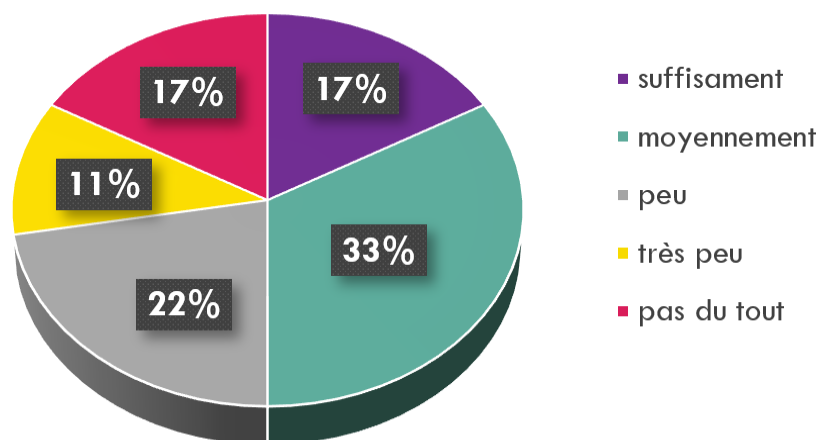


FIGURE 4 : OPINIONS SUR LA CONTRIBUTION DU CONSEIL À LA VISIBILITÉ DES MEMBRES

Visibilité des membres

Lorsque les membres ont eu l'occasion de se prononcer sur la visibilité que leur offrait le Conseil, 50% ont estimé que le Conseil contribuait à leurs visibilité et encore, « suffisamment ». Pour certain.e.s, le Conseil invisibilisait leurs organisations. Au-delà du niveau organisationnel, le Conseil invisibiliserait également certains sous-groupes. Pour améliorer la visibilité des organismes membres, les répondant.e.s suggèrent de :

- Soutenir encore plus les activités des membres
- Adapter les campagnes d'éducation populaire aux besoins/réalités des membres et/ou co-construire ces campagnes avec les membres
- Améliorer la visibilité sociale des différents acronymes que nous représentons
- Améliorer la communication et rendre permanente la consultation des membres

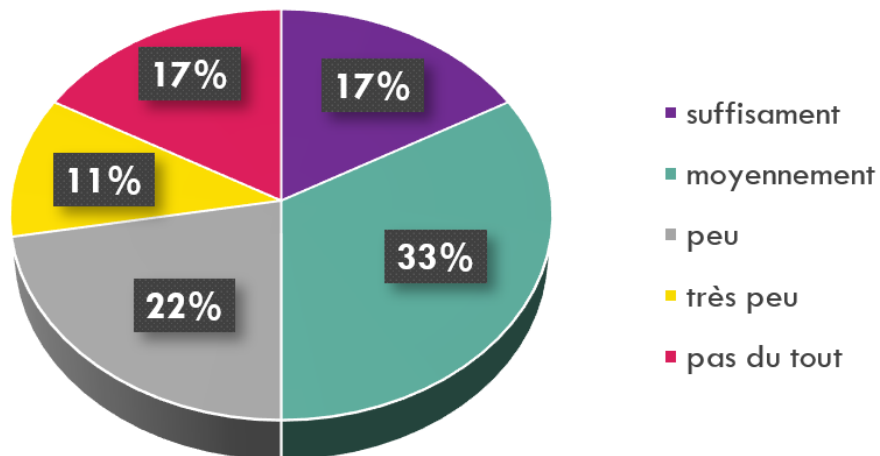


FIGURE 5 : OPINIONS SUR LE DEVOIR DE RENDRE COMPTE

Redevabilité et devoir de rendre compte aux membres

Le CQ-LGBT s’efforce d’être une voix unifiée, provinciale et un réseau pour le plaidoyer, le partage des informations et le renforcement des capacités, en collaboration avec les membres. Le devoir de rendre compte implique une responsabilité d’écoute et de consultation. Même si une forte proportion des membres estime que le Conseil leur rend compte soit très fréquemment ou fréquemment, on note que 17% de répondant.es estiment ne pas être au courant de l’actualité du Conseil.

Les avis sont encore partagés quant au rendu des comptes de la part du Conseil ou non.

Pour améliorer la redevabilité, les membres recommandent de :

- Augmenter la fréquence de parution des infolettres
- Mettre à jour les différentes plateformes de communication du Conseil

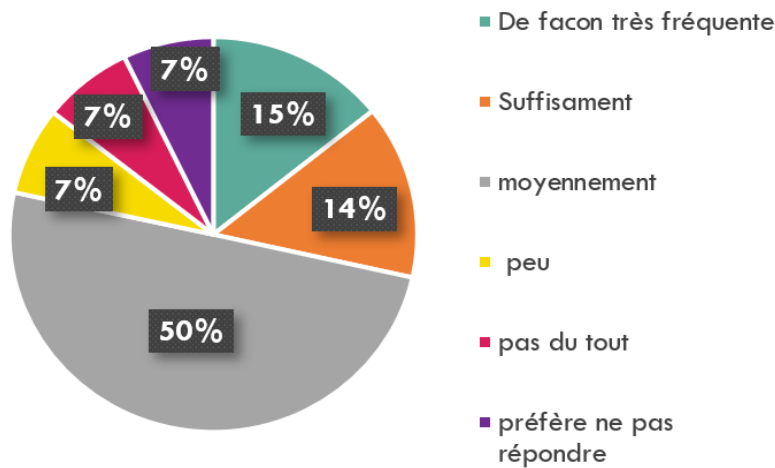


FIGURE 6 : OPINIONS SUR LA CONTRIBUTION DU CONSEIL À LA COLLABORATION ENTRE LES MEMBRES

Collaboration entre les membres

En tant que référence centrale au Québec, le Conseil réunit plusieurs membres, avec des expériences et des spécificités diverses. La question du partage d'expérience et de la synergie entre les membres est un défi que nous travaillons à relever.

Lorsque les membres ont eu l'occasion de se prononcer sur cette question, il en est ressorti que le Conseil n'encourage pas suffisamment la collaboration entre elleux. Pour une organisation de membres, c'est un défi quotidien à concrétiser, mais il s'agit aussi de s'assurer que le cadre de collaboration est bien pensé et efficace, de façon à permettre aux différents membres de profiter de l'expertise les un.es des autres.

Pour renforcer et améliorer cette collaboration, nous avons eu recours à l'expertise de nos membres via ce sondage. Au terme de ce sondage, iels proposent les actions suivantes pour améliorer la collaboration entre les membres :

- Créer un espace où les membres peuvent partager les informations sur les activités en cours et autres informations pertinentes
- Encourager la collaboration entre les organismes d'une même région et au-delà
- Organiser/soutenir des caucus thématiques/régionaux ou identitaires

L'impact de nos actions hors des régions urbaines

Si une remarque est revenue tout au long de ce sondage c'est bien celle de la disparité des réalités/besoins dans les régions et les grands centres urbains. Cette disparité est un défi majeur pour le Conseil.

Aussi une autre question importante a été mise en lumière dans les réflexions et commentaires des membres : « les réalités sont peut-être différentes, mais il y a un existant qu'il faut mettre en lumière et encourager ».

Un autre point important soulevé a été le FIREC, une bonne initiative du Conseil qui a manqué de suivi. De ce fait, pour avoir un impact plus grand des actions en région et contribuer à un meilleur partage d'expérience, nous retenons que les membres suggèrent que le Conseil:

- Organise des tables de concertation, des rencontres informelles entre possibles partenaires, des rencontres sporadiques sur des enjeux similaires, etc.
- Organise des forums, consultations, AG-AGS-AGE, évènements...
- Dirige la création d'un comité « enjeux régionaux »
- Crée des tables de concertation régionales des organismes de la communauté qui pourraient servir de lien avec le Conseil pour arrimer les connaissances, les données et discuter des besoins des organisations.
- Intègre dans l'infolettre une section pour rappeler des activités régionales
- Crée des occasions d'interagir, de connaître ce que font les autres groupes dans la même région ou au-delà.
- Crée des espaces de concertation par enjeu (ex. : LGBT réfugié-e-s, Violences...)
- Recense des guides de bonnes pratiques, guides d'intervention et des projets de chaque organisation pour éviter des doublons de services
- Organise des états généraux LGBTQ
- Pérennise le FIREC

L'appartenance à des regroupements locaux et internationaux

En tant qu'organisme communautaire, le Conseil appartient lui aussi à divers regroupements. En occurrence le Réseau Québécois de l'action Communautaire Autonome (RQ-ACA), la Fédération des Femmes du Québec (FFQ) la Fédération du Québec pour le Planing des naissances (FQPN), International Lesbians and Gays Association (ILGA), etc.

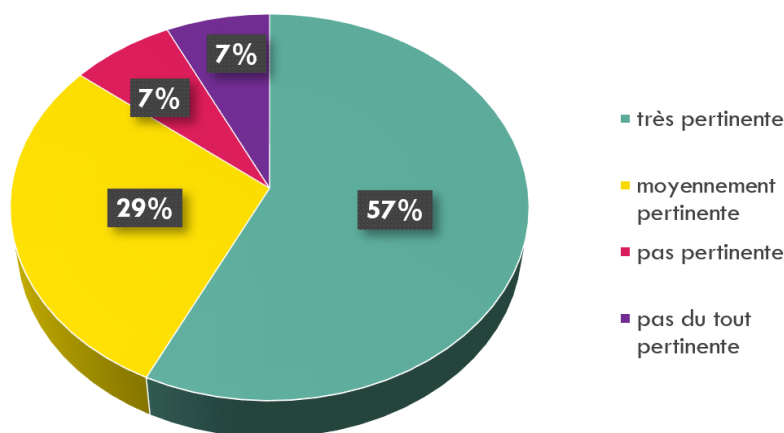


FIGURE 7 : OPINIONS SUR LA PERTINENCE DE L'APPARTENANCE À DES REGROUPEMENTS LOCAUX ET INTERNATIONAUX

Aucun.e des répondant.e n'a jugé.e cette appartenance à des regroupements locaux ou internationaux non pertinente. Bien au contraire, elle offre une possibilité de collaboration au-delà du Conseil. L'appartenance à des regroupements internationaux laisse présager une perspective de travail à l'international. Pour ce faire, il faudrait consulter les membres et définir les modalités de ce travail-là avant de s'y engager.

B. Sur les outils de communications actuels et envisagés

La qualité de la communication avec les organismes

Le premier point qui a retenu notre attention dans cette section a été celui de l'évaluation de la communication entre la permanence et les membres.

Sachant que les défis liés à la communication ont été soulevés par les membres, il était important de les sonder afin de connaître leurs appréciations et si amélioration il y a eue.

Ils ont bien voulu partager leurs avis avec nous sur ce qui n'était pas à la hauteur de leurs attentes.

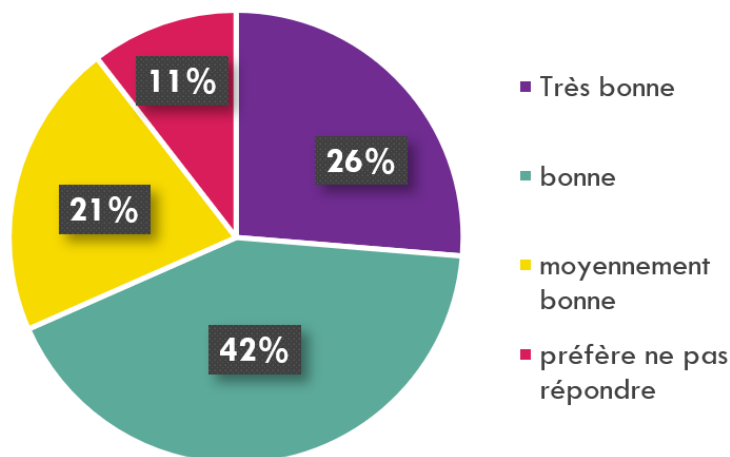


FIGURE 8 : OPINIONS SUR LA QUALITÉ DE LA COMMUNICATION AVEC LES MEMBRES

Les avis partagés pour la qualité de la communication s'expliquent par les raisons suivantes :

- Pas assez de communication mis à part l'infolettre
- Beaucoup d'informations mises sur Facebook, mais pas toujours envoyées par courriel.
- Pas assez fréquente
- Pas assez de communications sur les grandes campagnes politiques défendues par le Conseil

Afin d'améliorer la communication, et l'accessibilité aux informations sur le Conseil ainsi que sur ses actions, les membres recommandent les actions suivantes :

- Création d'un groupe Facebook pour les membres
- Diversifier les outils de communications
- Infolettres plus fréquentes
- Créer un Slack qui servirait à communiquer entre les membres et le Conseil
- Mettre à jour sa liste des organismes LGBTQ+

La représentativité dans les communications

Pour un regroupement d'organismes comme le Conseil, une communication inclusive et représentative des intérêts des membres est fondamentale.

Dans le but de représenter au mieux les intérêts et l'identité de ses membres, le Conseil prend à cœur les recommandations de ses membres, formulées dans ce sens. Selon certaines réponses, un langage non genré n'est pas suffisant. Il faut travailler un peu plus sur l'aspect inclusif des communications émanant du Conseil.

Les membres suggèrent que :

- Les communications soient plus diversifiées
- Plus de partage des activités des organismes
- Il serait intéressant d'inclure davantage les réalités des personnes LGBTQ+ vivant en milieu régional.
- Tenter de prendre en compte les intérêts de tous les membres représentés, soit l'entièreté des populations de l'acronyme LGBTQ+.
- Donner plus de parole aux membres
- Les communications n'invisibilisent pas le L de CQ-LGBT
- Les communications incluent une plus grande place aux enjeux défendus par les membres : éducation à la sexualité, décriminalisation du travail du sexe, initiatives en région, VIH, etc.
- Les communications présentent un topo régional à l'occasion

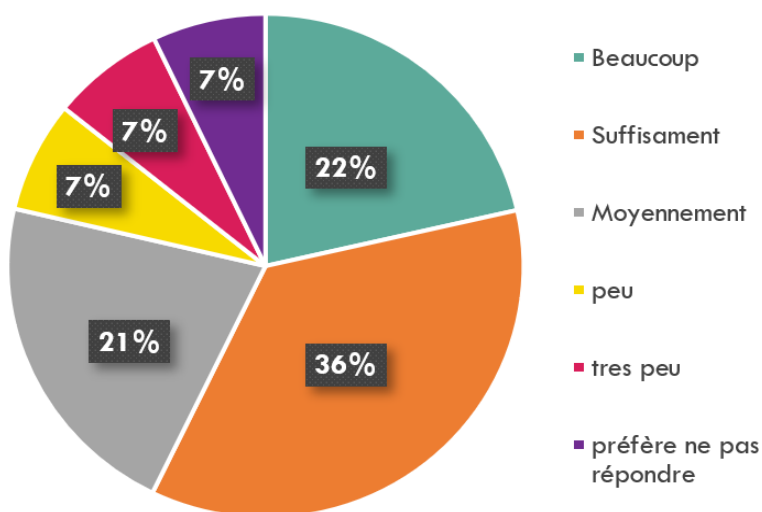


FIGURE 9 : OPINIONS SUR LA REPRÉSENTATIVITÉ DES MEMBRES DANS LES COMMUNICATIONS

La communication entre les membres

En mettant en commun leurs expériences, les membres espèrent pouvoir collaborer. Cependant, le constat est que trop souvent, les différents groupes ne savent pas vraiment ce que les autres font ou veulent faire, ce qui fait qu'au lieu de travailler ensemble sur des projets communs, chacun développe son projet. Ceci entraîne une division des ressources (humaines, financières, etc.) qui sont déjà trop rares dans le paysage québécois. Les membres déposent les mêmes demandes de projets pour les mêmes appels à subventions. Réfléchir à comment améliorer le travail d'équipe tout en réduisant le dédoublement du travail est donc une priorité.

En réponse aux avis sur la question à quel point le Conseil encourage la collaboration entre ses membres, ces derniers proposent des pistes de réflexion pour assoir/bonifier cette collaboration. Il est primordial de mettre en place un système de communication fonctionnel et qui prenne en compte les réalités des membres. Créer ce système peut s'avérer être un challenge dans la mesure où les attentes sont assez diversifiées.

Néanmoins, les membres s'accordent à dire qu'il est important de mettre en place des espaces où ils peuvent partager diverses informations et se rencontrer régulièrement. Ces espaces peuvent contribuer à arrimer les services, créer une synergie et une collaboration effective entre eux.

Ceci peut se faire par le biais d'ateliers ou une plateforme de type nuage sur laquelle les membres peuvent se partager des outils de travail et s'informer mutuellement.

Il serait aussi intéressant de créer des activités pour le grand public, des actions sociales et politiques, bref des occasions qui permettent d'interagir entre eux ou avec les autres.

On s'accorde qu'il n'y a pas de solutions toutes faites qui puissent améliorer la communication entre les membres si les différentes parties ne s'impliquent pas suffisamment.

Néanmoins au-delà de toutes les considérations mentionnées plus haut, les membres recommandent de :

- Créer un espace sur le site internet destiné au partage d'informations
- Collaboration sur des projets communs
- Faire des ateliers collaboratifs
- Créer des caucus
- Partage d'expertise et discussions autour d'enjeux communs
- Promotion des événements
- Avoir des outils pertinents et mensuels comme un bulletin, etc.

À propos des différents outils de communication utilisés

À ce jour, les outils de communications qui sont utilisés par le Conseil sont les suivants : l'infolettre qui paraît chaque saison, le site internet, les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn et nouvellement Instagram), les courriels, les communications téléphoniques.

L'infolettre qui paraît à chaque saison a pour but d'informer les lecteurices sur les actions/activités que le Conseil et ses membres ont eu à mener et/ou qui sont en cours.

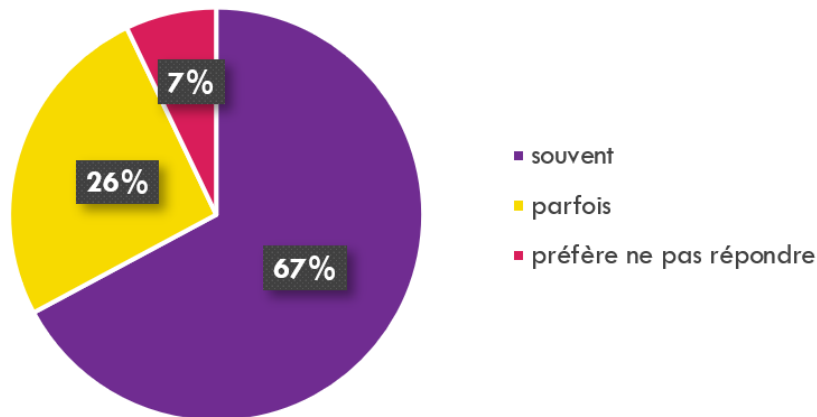


FIGURE 10 : OPINIONS SUR LA FRÉQUENCE DE LECTURE DE L'INFO LETTRE

Elle présente 7 rubriques notamment :

- Parutions
- Nos actions
- Actualités
- Plein feu sur nos membres
- Retour sur un évènement marquant
- Le CQ y était
- Nouvelles

À la question de sa pertinence, la majorité des répondant.e.s pensent que c'est un outil de communication pertinent dans la mesure où il permet de se tenir au courant de l'actualité du Conseil et plus généralement des questions liées aux personnes LGBTQ+ d'ici.

On note également que l'infolettre a un impact sur les activités des membres en ce sens qu'il fournit des informations, des références que les membres peuvent utiliser dans le cadre de leur travail.

Néanmoins, certain.e.s répondant.e.s souhaitent l'amélioration de l'infolettre. On retient par exemple les suggestions suivantes :

- Rendre l'infolettre plus représentative des intérêts des groupes membres
- Rendre le contenu plus diversifié et « punché »
- Augmenter la fréquence de parution
- Faire des mises à jour régulières de la liste de diffusion de l'infolettre pour que tous organismes y compris les nouvelles puissent la recevoir

Sur la question de la longueur de l'infolettre, les avis des membres sont partagés dans le sens où certain.e.s voudraient qu'on y ajoute plus de contenu, d'autres qu'on la maintienne comme tel quel. Néanmoins, un pourcentage de 75,5 % estiment qu'une infolettre trop longue ne motiverait pas la lecture, on passerait donc à côté de plusieurs informations pertinentes dans ce cas.

Le site web est un autre des moyens de communication que le Conseil utilise. Cette saison, le site web a été actualisé et refondu afin de le rendre plus accessible, plus proactif et plus utile pour les membres et les autres personnes/organismes qui souhaitent se tenir au courant et avoir toutes sortes d'informations.

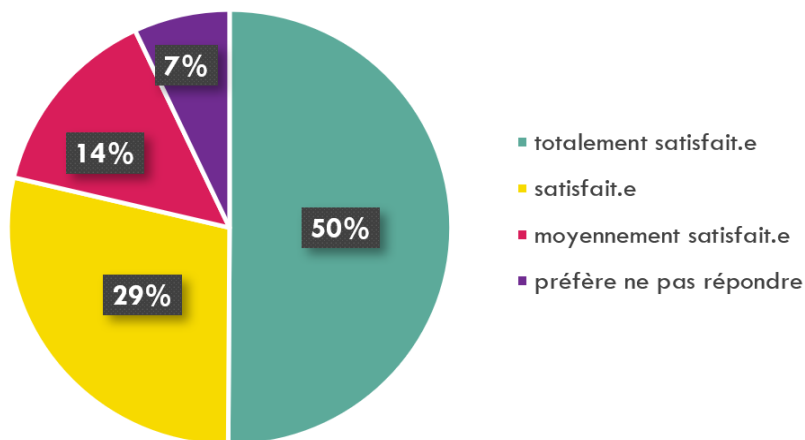


FIGURE 11 : OPINIONS SUR LA STRUCTURE DU NOUVEAU SITE WEB

À la suite de cette mise à jour, les membres ont eu l'occasion de se prononcer sur la nouvelle structure du site web. Pour les membres qui ont déjà eu l'occasion de le visiter, iels se sont prononcés quant aux aspects techniques, comme par exemple l'ergonomie, les instruments de recherche, les liens disponibles et le référencement.

En observant la structure du nouveau site, les avis sont partagés. Certains membres soulignent que leurs informations n'y sont pas à jour.

Néanmoins, on note que le site web est utile aux membres, car il contribue soit à produire des informations pertinentes, suscite la collaboration, fournit des références utiles, favorise la communication et inspire parfois des articles ou des actions.

Pour améliorer l'inclusivité de ce site web et le rendre plus utile pour les membres, iels proposent les actions suivantes :

- Améliorer l'identité visuelle
- Diversifier les sujets qui y sont abordés
- Dans la section « Besoin de parler? », il faut mettre à disposition des ressources ou des liens utiles pour les personnes tous les sous-groupes
- Intégrer un bouton « Effacer l'historique/sortir de ce site » serait pertinent pour la sécurité des utilisateurices du site web
- Faire un suivi régulier auprès des membres pour savoir si leurs informations y sont à jour
- Créer un espace sur le site web destiné au partage d'informations entre les membres
- Mettre en place un réseau intranet

Nos réseaux sociaux

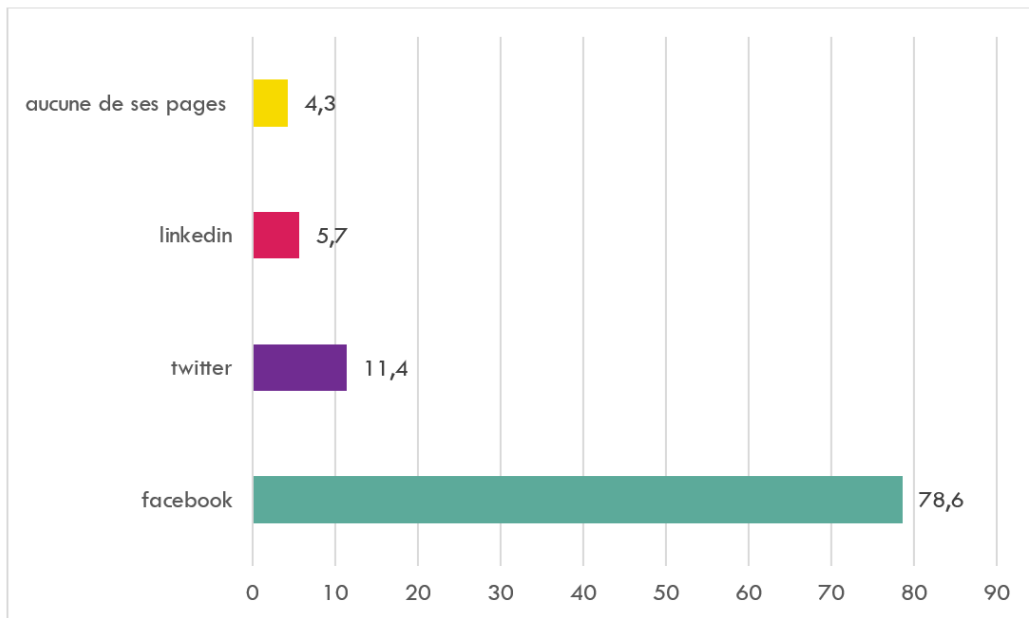


FIGURE 12 : POURCENTAGE D'ABONNEMENT SUR LES PAGES DES RÉSEAUX SOCIAUX

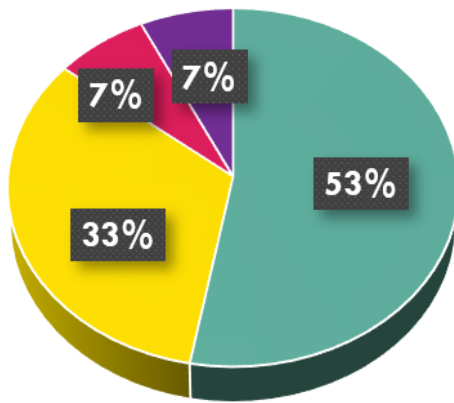
La majorité des membres sont abonnés à au moins une des pages des réseaux sociaux du Conseil. La page Facebook est la plus utilisée par les membres en ce moment. Seulement une infime partie des répondant.e.s à ce sondage a mentionné ne pas utiliser les réseaux sociaux pour s'informer ou se tenir au courant de l'actualité du Conseil.

Au-delà de recueillir les informations sur les pages que les membres utilisent le plus, il était aussi question pour nous de savoir comment nous pouvons optimiser l'information sur ces pages de manière à répondre aux attentes des abonné.e.s sans en faire « trop », au risque que les informations importantes passent inaperçues si le flux de publications est trop important.

Afin d'améliorer leur expérience sur les réseaux sociaux du Conseil, les membres recommandent les actions suivantes :

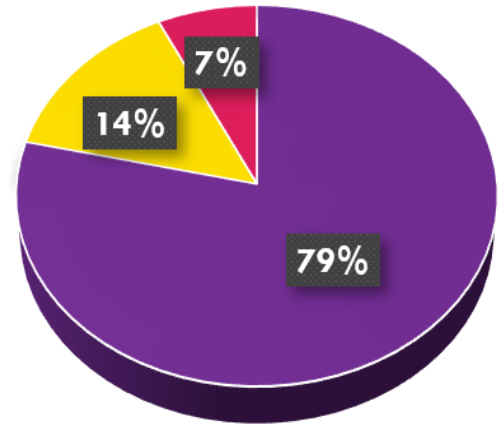
- Une meilleure couverture des enjeux de la population LGBTQ+
- Taguer les pages des membres quand c'est pertinent
- Rejoindre Instagram
- Souligner aussi les activités des membres
- Partager souvent les publications des membres
- De temps en temps, solliciter les membres pour que ces dernier.es envoient des articles qu'ils souhaiteraient que le Conseil publie.
- Mettre le logo des membres en visibilité

Téléphone et courriels



- oui quand j'en ai besoin
- je ne l'utilise pas souvent
- Non vous n'êtes pas assez disponibles
- Préfère ne pas répondre

FIGURE 13 : OPINIONS SUR LA DISPONIBILITÉ DE LA PERMANENCE DU CONSEIL PAR TÉLÉPHONE



- Oui quand j'en ai besoin
- Je ne l'utilise pas souvent
- Préfère ne pas répondre

FIGURE 14 : OPINIONS SUR LA DISPONIBILITÉ DU CONSEIL PAR MAIL

5. Perspectives pour la planification stratégique

Au terme des réponses à ces différents sondages, des points importants ont été soulevés par les membres concernant des actions spécifiques que le Conseil devrait implémenter dans les prochains mois.

En effet, au-delà des recommandations formulées pour l'amélioration des services aux membres et de la communication, les membres se sont également prononcés sur les perspectives, des interventions et diverses stratégies que le Conseil devrait initier/améliorer afin d'être représentatif de l'intérêt de tous ses membres.

On note par exemple 5 grands aspects qui devraient être pris en compte dans la planification stratégique à venir :

- Le développement de compétences,
- La clarification/définition de sa mission,
- L'inclusion et la représentativité,
- La collaboration
- Un consensus sur les revendications prioritaires à soutenir

Le développement de compétences :

Dans sa stratégie, le Conseil devrait offrir du développement de compétences, par exemple :

- Coaching individuel avec les dirigeant.e.s des organismes LGBTQ+ sur des sujets spécifiques
- Créer des occasions de formation (webinaire ou en présentiel)
- Mettre en place une médiathèque des différents guides d'outils/guides d'interventions faites par et pour les groupes LGBTQ+
- Aide à la rédaction des demandes de financement pour les plus petits organismes
- Organiser des ateliers sur la mobilisation/concertation autour des enjeux LGBTQ+ pour les régions
- Offrir des formations communes en fonction des besoins du milieu (Exemple : payer un.e formatrice sur les CA et la gestion d'OBNL, développement organisationnel, relation avec les médias, recherche et développement, gouvernance) où plusieurs membres de différents organismes pourraient s'inscrire à prix moindre.
- Offrir des formations sur les défis et approches en matière de santé pour les personnes trans et non-binaire, la santé sexuelle chez les hommes trans, etc
- Développer une/des formations spécifiques aux enseignants avec outils pour référer et démystifier.

La clarification/définition de sa mission

Pour les membres, le Conseil devrait, idéalement dans un futur proche, clarifier sa mission et/ou la redéfinir au besoin, en collaboration avec ses membres. Certain.e.s des membres ont rejoint le Conseil après que la mission et la vision aient été définies. Ce serait une occasion de se les réapproprier étant donné que ces dernier.e.s seront associés au processus désormais. Cela pourrait améliorer le sentiment d'appartenance au CQ-LGBT.

Revendications à soutenir

En somme, les membres du Conseil devraient revisiter les positions que le Conseil défend en ce moment. Ça permettrait d'avoir l'assentiment des membres, de les mettre à jour et aussi de pouvoir prendre en compte certaines questions spécifiques que ces dernier.e.s jugeraient pertinent que le Conseil puisse soutenir. Pour ce faire, lors du congrès des membres qui aura lieu en mars 2020, les membres, vont élaborer un plan de revendications communes qui sera intégré dans la planification stratégique sur les prochains mois. L'idée est que ce plan soit inclusif dans sa conception et que chaque membre ait un rôle important à jouer pour en atteindre les objectifs.

Inclusion et représentativité

Certains des challenges que ces sondages ont permis de soulever sont liés aux différents besoins d'inclusion, d'amélioration de la collaboration ainsi que de la représentativité. Pour ce faire, la planification devra prendre en compte les aspects suivants :

- Faire un accent sur les régions ; les personnes LGBTQ+ racisées ; les personnes LGBTQ+ réfugiées et demandeuses d'asile ; ne pas oublier que les lesbiennes sont des femmes (les discriminations de genre les touchent, par exemple les discriminations salariales, les violences qu'elles subissent en tant que femme)
- Soutenir, et militer pour la défense des droits LGBTQ+ en région
- Lutter contre l'isolement des communautés LGBTQ+ en région
- Associer les membres en fonction des enjeux traités avec certain.es politicien.ne.s, référer les organismes dans le cas de certains enjeux.
- Aider le CA et les intervenant.e.s à intégrer les diversités dans les organisations et les pratiques.
- Une meilleure implication des femmes en situation de rupture
- Organiser les états généraux LGBTQ+
- Continuer les actions de plaidoyer et actions politiques

Collaboration

Afin d'améliorer la collaboration entre les membres, la planification stratégique devrait également prendre en compte la possibilité de :

- Mettre en place un mécanisme de concertation des organismes membres à fréquence régulière.
- Encourager les organisations avec lesquelles le Conseil est en rapport (ex. la FFQ) à collaborer aux actions.
- Créer une plateforme de revendications communes, des espaces de concertation
- Soutenir les actions des membres autant dans les régions urbaines qu'en dehors des régions urbaines.
- Favoriser la concertation entre les organismes membres
- Créer des espaces de concertation par enjeux

6. ÉTAPES À VENIR

La prochaine étape de cette démarche sera la présentation du rapport sur les résultats des deux sondages aux membres lors du congrès qui nous réunira en mars 2020.

Par la suite, la diffusion du rapport sera faite auprès des organismes communautaires. Selon les recommandations retenues, le Conseil mettra en place un plan pour les intégrer au fur et à mesure.

7. CONCLUSION

Cette consultation des membres sur les services offerts aux membres ainsi que sur les outils de communications démontre un besoin de synergie d'actions, de collaboration et d'un partenariat véritable que le Conseil veut renforcer avec ses membres. On en ressort avec des recommandations et des commentaires très pertinents qui vont guider les stratégies pour la suite.

Afin d'arriver à mettre en œuvre les recommandations issues de ces sondages, des actions concertées ainsi qu'un soutien et la disponibilité de tous les membres s'imposent.

Les recommandations ainsi que des directives formulées dans le cadre de ces deux sondages seront prises en compte dans la planification stratégique, ce qui sera un bon point pour commencer. Des moyens diversifiés seront ensuite mis en place afin de les mettre en œuvre. L'ensemble des recommandations ne sera pas mis en œuvre du jour au lendemain, cependant, le Conseil s'engage à toutes les analyser et les insérer dans un plan de mise en œuvre des recommandations.



8. LISTE DES ANNEXES

- Questionnaire sur les services offerts
 - Questionnaire sur les outils de communication actuels et souhaités
 - Rapport du FIREC
 - Sondage auprès des membres sur les services actuels et à venir
1. Vous/votre organisation est-elle membre ou envisage-t-elle de devenir membre du Conseil Québécois-LGBT?
Oui
Non
Actions de plaidoyer et actions politiques
 2. En général comment évaluez-vous notre présence dans les sphères politiques?
Très Pertinente
Pertinente
Moyennement pertinente
Peu pertinente
Pas du tout pertinente
Préfère ne pas répondre
 3. À quel point pensez-vous que nos actions de plaidoyer et politique prennent en compte votre vision politique ou celle de votre organisation ?
Beaucoup
Suffisamment
Moyennement
Peu
Très peu
Pas du tout
Préfère ne pas répondre
 4. À quel point pensez-vous que nos actions de plaidoyer représentent vos intérêts?
Beaucoup
Suffisamment
Moyennement
Peu
Très peu
Pas du tout
Préfère ne pas répondre

5. À quel point vous sentez-vous impliqué-es lors de nos actions de plaidoyer avec les politiciennes?
Beaucoup
Suffisamment
Moyennement
Peu
Très peu
Pas du tout

6. Comment évaluez-vous l'impact de nos actions politiques non partisanses?
Très grand
Grand
Moyen
Faible
Très faible
Préfère ne pas répondre

7. Comment évaluez-vous notre présence dans les différentes instances publiques? (Médias, organisations non politiques)
Très Pertinente
Pertinente
Moyennement pertinente
Peu pertinente
Pas du tout pertinente
Préfère ne pas répondre

8. Diriez-vous que nos actions avec les médias ont, pour vos valeurs et votre organisation, ...
Beaucoup d'impact
Suffisamment d'impact
Moyennement de l'impact
Peu d'impact
Très peu d'impact
Pas du tout d'impact
Préfère ne pas répondre

9. Vous sentez-vous impliqué-e-s en amont et en aval concernant nos sorties médiatiques?
Très consulté-e-s
Consulté-e-s
Moyennement consulté-e-s
Peu consulté-e-s
Très peu consulté-e-s
Pas du tout consulté-e-s
Préfère ne pas répondre

10. Nos rapports avec d'autres organismes et regroupements (RQ-ACA [Réseau québécois de l'action communautaire autonome], FFQ [Fédération des femmes du Québec], FQPN (Fédération du Québec pour le planning des naissances, ILGA (International Lesbians and Gays Association, etc.) sont à votre avis
- Très Pertinente
 - Pertinente
 - Moyennement pertinente
 - Peu pertinente
 - Pas du tout pertinente
 - Préfère ne pas répondre
11. D'après votre vision et/ou celle de votre organisation, quels devraient être nos enjeux prioritaires

Rapport avec et entre les membres

12. Diriez-vous qu'en tant que membre, le Conseil québécois LGBT vous consulte...
- Beaucoup
 - Suffisamment
 - Moyennement
 - Peu
 - Très peu
 - Pas du tout
 - Nous ne sommes pas encore membres
 - Préfère ne pas répondre
13. À quel point diriez-vous que le Conseil québécois LGBT contribue à la visibilité de votre organisation?
- Beaucoup
 - Suffisamment
 - Moyennement
 - Peu
 - Très peu
 - Pas du tout
 - Nous ne sommes pas encore membres
 - Préfère ne pas répondre
14. Diriez-vous que : le Conseil québécois LGBT représente vos intérêts?
- Beaucoup
 - Suffisamment
 - Moyennement
 - Peu
 - Très peu
 - Pas du tout
 - Préfère ne pas répondre

15. Diriez-vous que la communication entre votre organisation et le Conseil Québécois-LGBT est :
- Excellente
 - Bonne
 - Moyennement bonne
 - Mauvaise
 - Très mauvaise
 - Préfère ne pas répondre
16. Diriez-vous que le Conseil Québécois-LGBT vous tient informé de ses actions périodiquement ?
- De façon très fréquente
 - Fréquemment
 - Moyennement
 - Très peu
 - Peu
 - Pas du tout
 - Préfère ne pas répondre
17. À votre avis à quel point le Conseil Québécois-LGBT encourage-t-il le partage d'expérience entre ses membres ?
- Beaucoup
 - Suffisamment
 - Moyennement
 - Peu
 - Très peu
 - Pas du tout
 - Nous ne sommes pas encore membres
 - Préfère ne pas répondre

L'impact de nos actions hors des régions urbaines

18. Votre organisation est-elle basée en-dehors d'une région urbaine ?
- Oui
 - Non
 - Autre
19. Pensez-vous le CQ-LGBT représente les intérêts propres à votre région ?
- Beaucoup
 - Suffisamment
 - Moyennement
 - Peu
 - Très peu
 - Pas du tout
 - Nous ne sommes pas encore membres
 - Préfère ne pas répondre

19. Pensez-vous le CQ-LGBT représente les intérêts propres à votre région ?
Beaucoup
Suffisamment
Moyennement
Peu
Très peu
Pas du tout
Nous ne sommes pas encore membres
Préfère ne pas répondre
20. Les informations fournies par le CQ-LGBT sont-elles utiles pour votre travail ?
Beaucoup
Suffisamment
Moyennement
Peu
Très peu
Pas du tout
Préfère ne pas répondre
21. Considérez-vous que le Conseil facilite les rapports entre vous et les organisations de votre région ?
Beaucoup
Suffisamment
Moyennement
Peu
Très peu
Pas du tout
Nous ne sommes pas encore membres
Préfère ne pas répondre
22. Selon vous avec quelle-s actions concrète-s le Conseil pourrait faciliter la collaboration entre vous et les organismes présents dans la même région ?

Améliorons ensemble nos services

23. À votre avis que pourrait faire le Conseil pour améliorer ses actions de plaidoyer et d'action politique ?
24. Quels changements voudriez-vous que nous apportions à nos campagnes d'éducation populaire ?
25. Dans nos rapports avec vous sur quel-s aspects aimeriez-vous que le Conseil travaille le plus ?
26. Quels sont les nouveaux services que vous aimeriez voir le CQ-LGBT vous offrir ?
27. Sur les questions de développement de compétences, dans quel-s aspects de votre travail voudriez-vous que le Conseil Québécois-LGBT vous accompagne ?
28. Lors de notre dernière rencontre des membres le 14 juin, il a été suggéré par certain-e-s d'entre nous que les organismes qui ont plus d'expériences soutiennent les moins expérimentées sur des événements sporadiques ou des interventions dans les médias. Cette approche serait-elle quelque chose qui pourrait vous intéresser ? Si oui comment pensez-vous que nous pouvons ensemble concrétiser cette pratique ?

29. Dans le but de développer les compétences de nos membres, il nous a été suggéré d'organiser des formations. En ce sens, sur quelle/s thématique/s devrait/devraient porter la/les formation-s qui serait/seraient bénéfiques pour vous?
30. Avez-vous d'autres commentaires à partager avec nous?
- Sondage sur les outils de communication actuels et souhaités
1. Vous/votre organisation est-elle membre ou envisage-t-elle de devenir membre du Conseil Québécois-LGBT?
Oui
Non
Votre avis sur la façon dont nous communiquons avec vous
2. Comment évaluez-vous en général la communication entre vous et nous cette année? (2019)
Très bonne
Bonne
Moyennement bonne
Mauvaise
Très mauvaise
Préfère ne pas répondre
3. Si vous avez répondu : moyennement bonne, mauvaise ou très mauvaise à la précédente question, dites-nous quel aspect n'était pas à la hauteur de vos attentes
4. En général, considérez-vous que vous ayez accès facilement à de l'information sur le Conseil quand vous la cherchez?
Tout à fait d'accord
D'accord
Moyennement d'accord
Pas d'accord
Pas du tout d'accord
Préfère ne pas répondre
5. Parmi les outils suivants, lesquels utilisez-vous le plus souvent pour vous tenir au courant des informations liées au Conseil? (Cochez toutes les réponses applicables)
Téléphone
Courriels
Courriers
Site web
Page Facebook
Page twitter
Page linkedin
L'info lettre
Autre
6. En général comment pensez-vous que le Conseil puisse améliorer la communication avec vous/votre organisation?

À propos de votre représentation à travers nos communications

7. Comment vous sentez-vous représenté-es ?
 - Beaucoup
 - Suffisamment
 - Moyennement
 - Peu
 - Très peu
 - Pas du tout
 - Préfère ne pas répondre

8. Pensez-vous que votre vision politique ou celle de votre organisation est représentée à travers nos communications ?
 - Beaucoup
 - Suffisamment
 - Moyennement
 - Peu
 - Très peu
 - Pas du tout
 - Préfère ne pas répondre

9. Pensez-vous que nos communications sont inclusives ?
 - Beaucoup
 - Suffisamment
 - Moyennement
 - Peu
 - Très peu
 - Pas du tout
 - Préfère ne pas répondre

10. Comment pensez-vous que nous pouvons nous améliorer dans ce sens afin de rendre nos communications plus représentatives de vos intérêts ?

Communication entre les membres

11. En général comment pensez-vous que nous pouvons améliorer la communication entre nos membres ?
12. En général, sur quels aspects de la communication entre les membres devrions-nous mettre l'accent ?
13. Comment pensez-vous que le Conseil puisse améliorer/soutenir les initiatives communes entre ses membres. Par exemple pour les informations sur les projets en cours/à venir, les interventions, avoir accès à de l'information sur le travail des autres organismes ou toute initiative...

Votre avis sur les outils que nous utilisons en ce moment

14. À propos de notre infolettre, comme outil de communication, vous pensez que c'est :
- Très Pertinente
 - Pertinente
 - Moyennement pertinente
 - Peu pertinente
 - Pas du tout pertinente
 - Préfère ne pas répondre
15. À quelle fréquence lisez-vous l'infolettre ?
- Souvent
 - Parfois
 - Jamais
 - Préfère ne pas répondre
16. Si vous deviez modifier un élément dans l'infolettre, ça serait :
- Le contenu ou les sujets qui y sont abordés
 - Les rubriques
 - La longueur des textes
 - L'identité visuelle
 - La fréquence de parution
 - Aucun des éléments ci-dessus
 - Autre
17. Si vous avez coché un ou plusieurs éléments ci-dessus, dites-nous pourquoi et ce que vous aimeriez qui change
18. Quel-s est/sont les impacts de l'infolettre sur vos activités ?
- Fournis des informations pertinentes
 - Suscite de la collaboration entre vous et d'autres organismes
 - Favorise la communication
 - Fournis des références utiles
 - Inspire des entrevues ou d'autres articles ou des actions
 - Aucun impact
 - Préfère ne pas répondre
19. À propos de notre nouveau site web, vous pensez que :
- L'adresse URL du site est intuitive et courte
 - Le référencement dans les moteurs de recherche est efficace
 - Les instruments de recherche sont disponibles (plan du site, moteur interne, index alphabétique...)
 - Les instruments de recherche disponibles sont efficaces
 - L'ergonomie est bonne
 - Le site web est régulièrement mis à jour
 - Les liens sont pertinents et actifs
 - L'identité visuelle du site web est adéquate
 - Aucune des suggestions ci-dessus
 - Préfère ne pas répondre

20. Êtes-vous satisfait-e de la structure actuelle du site web ?
Totalemment satisfait-e
Satisfait-e
Moyennement satisfait-e
Peu satisfait-e
Pas du tout satisfait-e
Préfère ne pas répondre
21. Si vous deviez modifier un ou des éléments, ça serait lequel ou lesquels ? (L'identité visuelle, les rubriques, les sujets...)
22. Quel est l'impact du site web sur vos activités ?
Fournis des informations pertinentes
Suscite de la collaboration entre vous et d'autres organismes
Favorise la communication
Fournis des références utiles
Inspire des entrevues ou d'autres articles ou des actions
Aucun impact
Préfère ne pas répondre
23. Vos informations sur le site web sont-elles à jour ? si non quel-les modification-s devrions-nous intégrer ?
24. Êtes-vous abonné-e à nos pages sur les réseaux sociaux ? Si oui la/lesquelles ?
Facebook
Twitter
Linkedin
Aucune de ces pages
Préfère ne pas répondre
25. Laquelle consultez-vous plus souvent ?
Facebook
Twitter
Linkedin
Je n'en consulte aucune
Préfère ne pas répondre
26. À votre avis, nos publications sur les réseaux sociaux sont :
Très pertinentes
Pertinentes
Moyennement pertinentes
Peu pertinentes
Pas du tout pertinentes
Préfère ne pas répondre

27. Comment pensez-vous que nous pouvons améliorer nos pages et publications sur les réseaux sociaux ?

28. Arrivez-vous à nous rejoindre facilement au téléphone ?

Oui quand j'en ai besoin

Non, vous n'êtes pas assez disponibles

Je ne l'utilise pas souvent

Préfère ne pas répondre

29. Arrivez-vous à nous rejoindre facilement par courriel ?

Oui quand j'en ai besoin

Non, vous n'êtes pas assez disponibles

Je ne l'utilise pas souvent

Préfère ne pas répondre

