

RAPPORT SOMMAIRE

DES RÉSULTATS DU SONDAGE ET DES ENJEUX

Le 13 avril 2017, l'Association a fait parvenir par la poste une centaine de formulaires **sondage** à tous ses membres, y compris ceux qui n'avaient pas encore payé leur cotisation 2017.

L'objectif du sondage:

Avant de préparer un plan d'action pour le développement d'affaires de l'Association, axé sur une stratégie de recrutement à court et à moyen terme, il était fondamental de :

- a. bien connaître l'intérêt de nos membres actuels et leurs attentes relativement aux activités souhaitées, entre autres, durant les rassemblements annuels;
- b. planifier des activités selon l'intérêt de nos membres actuels et futurs;
- c. préparer un programme d'activités et de services qui permettra à notre Association d'accroître substantiellement le nombre de membres;
- d. préparer une stratégie de promotion selon l'intérêt de nos membres actuels futurs.

Sommaire des résultats:

Sur la centaine de formulaires envoyés, environ 25 % ont répondu promptement et un autre 20% a répondu après un suivi par téléphone auprès de tous ceux qui n'avaient pas retourné le formulaire.

Environ la moitié de ceux qui ont répondu a fait quelques commentaires et suggestions. Quelques-uns d'entre eux ont pris le temps de rédiger plusieurs suggestions qui ont été bien appréciées. Par contre, l'ensemble des suggestions nous serviront de base pour planifier notre stratégie de recrutement de nouveaux membres et ce, en considération des **Enjeux** que vous trouverez dans la dernière section de ce rapport.

Bien que la majorité des répondants n'ait pas répondu à toutes les questions, espace réservé au **oui** ou **non** du formulaire, la plupart d'entre eux ont coché les quelques questions qui leur semblaient d'intérêt. En voici les faits saillants:

1. Quels types d'activités organisées par l'association vous inciteraient à participer aux rassemblements ?

- Environ 50% des répondants démontrent un intérêt aux activités touristiques et de nature historique de nos ancêtres, mais seulement 5 répondants ont émis quelques suggestions à cet égard;
- Environ 30% des répondants ont participé au rassemblement 2016, à Montréal. Quant à ceux et celles qui n'ont pas participé au rassemblement, ils mentionnent principalement le manque d'intérêt, l'âge, et des raisons de santé et d'éloignement.

Conclusion :

Il en ressort que, pour attirer un plus grand nombre de membres, les rassemblements doivent être plus intéressants et proposer des activités selon l'intérêt des membres actuels et futurs, adaptées à tous les groupes d'âge des participants.

2. Qu'est-ce qui vous influencerait le plus pour faciliter le recrutement ?

- Environ 63 % des répondants mentionnent les services offerts et les renseignements sur les ancêtres;
- Environ 50 % mentionnent les activités sociales selon l'intérêt des différents groupes d'âge.

Conclusion :

Les activités sociales doivent être plus intéressantes et conserver un aspect **régional** pour donner un sens d'appartenance aux membres éloignés.

3. Intérêt quant à la participation aux divers comités et/ou au Conseil d'administration de l'Association :

- Malgré qu'environ 65 % des répondants se disent satisfaits des services offerts, seulement quelques membres ont démontré un certain intérêt à y participer.

Conclusion :

Pour assurer la survie de notre Association, pour offrir de meilleurs services et rendre ses activités plus intéressantes et diversifiées, l'Association doit avoir un plus grand nombre de bénévoles intéressés à participer. La survie de l'Association en dépend.

4. Technologie:

Résultats des répondants:

- Environ 10 % n'ont pas d'ordinateur, environ 80% ont accès à un ordinateur, environ 75 % ont accès à une adresse courriel. Parmi ceux qui ont accès à un ordinateur, environ 55 % consultent Internet régulièrement. Environ 10 % seulement de ceux qui ont accès à un ordinateur ont dit avoir déjà consulté le site web de l'Association une ou deux fois seulement, faute de nouveaux contenus.
- Environ 43 % ont une tablette numérique et un cellulaire.
- Environ 24 % des membres de la famille sont actifs sur les réseaux sociaux.
- Environ 30 à 60 % de ceux qui ont accès à un ordinateur **souhaiteraient** des services électroniques et un plus grand nombre d'informations courantes sur le site web. Voici quelques-uns des services recherchés:
 - service de rédaction (édition) de textes pour une histoire de famille;
 - services de généalogie personnalisés;
 - entreposage de photos;
 - histoire sur nos ancêtres;
 - accès aux lignes généalogiques des familles de leurs ancêtres;
 - bulletin électronique;
 - promotion de services, produits et activités.
- Noter que seulement 10% des répondants ont fait des **recommandations et suggestions favorisant l'utilisation** du medium électronique;

Conclusion:

Malgré que les membres en général ne sont pas des utilisateurs réguliers d'internet ou de services digitalisés, il semble impératif que l'Association prenne un tournant technologique à court terme si elle veut atteindre ses objectifs d'accroître substantiellement le nombre de ses membres d'une génération plus jeune dans le futur, et ce, sans négliger ses membres vieillissants.

5. Démarche immédiate pour le recrutement de nouveaux membres :

- Malgré les 408 liens de parenté vivants, identifiés par environ 5 % des répondants, aucun membre n'avait des suggestions et/ou l'intérêt de solliciter les membres de sa propre famille à devenir membres de l'Association. La plupart donnait comme raison le manque d'intérêt.

Noter : un seul membre avait plus de 204 liens de familles.

Conclusion :

Il est évident qu'une promotion axée sur les membres de familles de nos membres, doublée de leur collaboration, pourrait donner des résultats à court terme. De plus, elle nous permettrait de recruter dans un réservoir de bénévoles plus élargie et absolument indispensable au bon fonctionnement de l'Association. En bref, la collaboration des membres pour cette activité de recrutement de membres de leur famille demeure primordiale.

Les nouveaux retraités et en principe les membres des familles de nos membres devraient être nos deux marchés ou cibles prioritaires. À suivre

6. Moyenne d'âge des répondants :

- moins de 50 ans 4%
- 50 – 75 ans 51%
- + de 75 ans 34%

Conclusion :

Bien que ce soit difficile à déterminer avec précision, nous constatons que la moyenne d'âge des membres de l'Association dépasse les 70 ans. À cette fin, il est urgent que l'Association trouve un moyen de recruter, à court terme, dans sa clientèle actuelle mais aussi en parallèle dans le marché des personnes nouvellement retraitées, et dans celui des *baby boomers* et de leurs enfants.

7. Environ 85 % des répondants trouvent que les frais de cotisation annuelle sont acceptables :

Conclusion :

Nous pouvons affirmer que ce n'est pas le montant de la cotisation qui doit être changé. Il faut plutôt nous concentrer sur l'offre de nouveaux services, d'activités sociales et de future rassemblements selon l'intérêt de nos membres actuels et futurs.

8. Environ 46 % des répondants trouve la cotisation compliquée :

Conclusion :

Une proposition pour simplifier la cotisation sera présentée à l'Assemblée générale annuelle. Elle sera suivie d'un vote.



Enjeux à retenir pour le développement d'une stratégie de promotion visant le recrutement de nouveaux membres

1. **Le vieillissement de la clientèle et la santé fragile** de plusieurs de nos membres paraissent être *quelques-unes des causes principales* de la diminution du nombre de membres ces dernières années:

Le sondage nous confirme que nos membres vieillissants manquent d'énergie et d'intérêt. À cette fin, il faut recruter une génération plus jeune. Par contre, cette génération est très préoccupée par son quotidien; pour le moment, elle semble manquer de temps et d'intérêt quant à l'histoire méritoire de ses ancêtres.

Conclusion :

Nous constatons qu'en :

- améliorant les produits et services et l'offre d'activités intéressantes lors des rassemblements, selon l'intérêt de nos membres actuel et futurs,
- concentrant notre recrutement vers notre clientèle actuelle, en parallèle avec le marché des nouveaux retraités, des baby boomers et de leurs enfants,

nous arriverons à rencontrer les objectifs d'accroissement important du nombre de membres de l'Association. Cette approche sera garante du futur de l'Association.

Question :

- **Comment pouvons-nous intéresser cette nouvelle clientèle ?**

Selon les suggestions de quelques-uns de nos membres, il s'agit d'offrir des produits et des services intéressants. Pour les rassemblements, proposer des activités stimulantes pour tous les groupes d'âge, et entreprendre un virage technologique qui facilitera les communications avec le marché des baby boomers, de leurs enfants et des personnes nouvellement retraitées.

Noter : Puisque les festivals attirent des centaines et des milliers de participants, pourquoi un festival sous le thème de **Nos Colonisateurs** et une foule d'activités connexes n'attireraient-ils pas un grand nombre de participants? À suivre

2. **Finances :**

La cotisation étant la seule source de revenu présentement, elle demeure essentielle pour assurer la survie de notre Association, malgré la diminution du nombre de ses membres. Le programme de développement d'affaires et de promotion pour le recrutement de nouveaux membres se doit d'être innovateur. Comme on dit en anglais : « We have to think out of the box and be creative ». On doit sortir des sentiers battus et être créatif.

Une idée suggérée, par un de nos membres, serait de combiner cotisation et promotion d'artistes, de produits et de services de nos membres ou autres, sous forme de publicité sur notre site web et dans le Bulletin *Le Mai du partage*. Ces revenus potentiels pourraient éventuellement devenir une importante source de revenus.

Conclusion :

Générer des revenus publicitaires est une excellente idée qui doit être analysée sérieusement. Par contre, dans un premier temps, une stratégie de recrutement pour augmenter le nombre de membres est plus logique, ce qui, à court terme, est essentiel pour assurer la survie de l'Association. Le succès d'une importante source de revenus de publicité, tel que mentionné, repose sur le fait que le medium soit consultée par beaucoup de gens.

Avant toute décision, les membres du Conseil d'administration de 2018 tiendront compte de cette approche et du plan d'action qui s'ensuivra.

3. **Maintenir et soutenir l'objectif de notre Association :**

La raison d'être de l'Association, c'est de maintenir et de faire connaître l'histoire de nos ancêtres et des descendants de notre grande famille, et d'offrir à ses membres une plateforme d'information et d'accueil qui inclut une foule d'activités rassembleuses. À cette fin, bien que nous ayons certaines ressources pouvant offrir des services en généalogie, l'Association et ses divers comités manquent gravement de bénévoles prêts à organiser et prendre en charge diverses activités offertes à ses membres en fonction de leurs intérêts.

Conclusion:

L'Association, appuyée par une équipe de bénévoles, peut offrir une foule de services et d'activités intéressantes requérant peu d'argent. Par contre, le manque de bénévoles et la diminution du nombre de membres, et en conséquence de la cotisation, limite le genre d'activités que l'Association peut parrainer. Pour y parvenir, elle doit compter sur une équipe de bénévoles prêts à prendre certaines responsabilités dans le cadre des divers comités qu'elle supporte. Sans l'appui des bénévoles, l'Association ne peut innover et offrir de nouveaux produits et services, et organiser des activités intéressantes lors de ses rassemblements annuels.

4. **Les difficultés de recrutement de nouveaux membres par l'Association :**

Cette problématique semble généralisée dans un très grand nombre d'associations de familles du Québec. Une solution intéressante qu'on pourrait envisager, c'est le regroupement stratégique de différentes associations ou organisations. La logistique de cette possibilité sera étudiée en 2018.

Voici quelques suggestions :

- Identifier un certain nombre d'associations de familles dont les ancêtres et colonisateurs, de 1650 à 1750 provenant des régions de Trois-Rivières, Cap-de-la-Madeleine, Batiscan, Lotbinière, Sainte-Croix, Leclercville et autres :
- Développer une alliance ou partenariat avec les régions intéressées par le développement d'activités, de produits et de services complémentaires qui pourraient bénéficier/profiter à l'ensemble de la clientèle des diverses associations, telles que :
 - créer une activité rassembleuse. À titre d'exemple, un festival annuel dont le thème pourrait être: **Festival de nos familles colonisatrices**;
 - organiser des visites guidées et activités ponctuelles : conférences, visionnement de films de l'ONF, spectacles et autres;
 - Identifier une/des ressources humaines spécialisée en matière d'histoire des ancêtres du Québec, ou en d'autres sujets d'intérêt commun;
 - organiser des mini-congrès.
- Projet de recrutement (varier les moyens de promotion) :
 - créer des chapitres régionaux et trouver un membre qui sera le contact local dans une région donnée. Si nécessaire, lui offrir, une cotisation gratuite;
 - produire un mailing aux Lemay-Delorme-Poudrier à partir de bottins téléphoniques.
- L'Association, en plus d'être une entité provinciale, elle doit avoir une envergure **Nord- américaine** :
 - offrir dans les deux langues tous les produits, services, informations sur le site web, de même que les promotions, articles et le bulletin *Le Mai du partage*;
 - produire des articles, livres, nouvelles d'actualités ou événements historiques sur des descendants des Lemay, dit Delorme, dit Poudrier;
 - créer un guide touristique des lieux d'intérêt concernant les descendants de la famille Lemay, dit Delorme, dit Poudrier. Ce guide inciterait les membres à visiter ces sites, villes, rivières, régions et lacs qui y seraient décrites.
- Choisir et s'associer avec un parrain ou une personnalité renommée.
- Prendre un virage technologique :
 - moderniser le site web, créer une page *Facebook*, animer un blogue;
 - améliorer les communications grâce à ces outils, tout en préconisant une adaptation progressive pour les générations d'ainés qui ne sont pas tous des utilisateurs d'Internet et/ou sont peu habitués aux médium électroniques.
- Former un partenariat avec une autre société qui présente des affinités avec une association de familles :
 - par exemple, la Société généalogique canadienne française avec laquelle on peut conclure des événements et activités, ou de la formation ciblée telle que la généalogie, l'histoire, le patrimoine, et autres.

Mon mot de la fin :

Pour le développement d'un programme de produits, de services et d'activités basé sur l'intérêt de nos membres actuels et futurs, il est impératif que :

- notre Association prenne, à court terme, les mesures qui s'imposent si elle veut atteindre ses objectifs d'accroître substantiellement le nombre de ses membres dans le futur;
- notre Association prenne un virage technologique;
- les membres de l'Association participent en plus grand nombre, à titre de bénévoles, aux divers comités de l'Association.

Ces trois points sont essentiels pour assurer la survie de l'Association.

Jacques R. Delorme
Président

15 août 2017