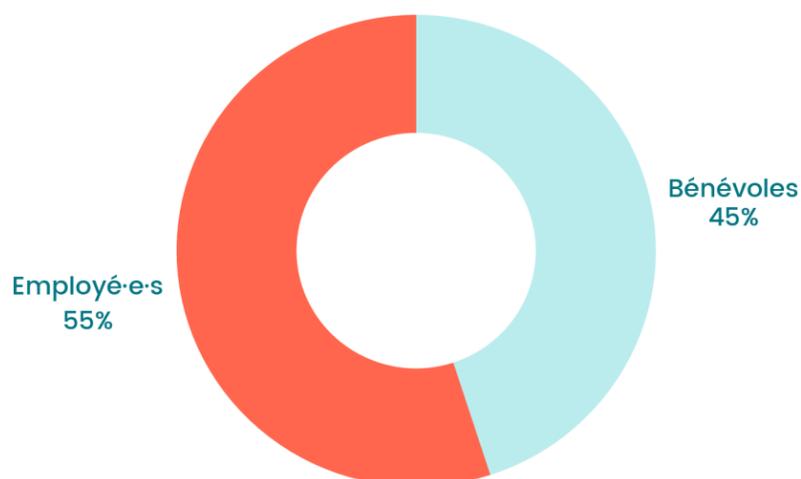


PORTRAIT 2025 DU LOISIR CULTUREL EN ESTRIE

LES RESSOURCES HUMAINES

Types de postes



34 répondants

ont recours à des bénévoles pour la gestion de l'organisation, dont

20 sont membres du CA

au moins

9 répondants

n'ont pas de poste bénévole au sein de l'organisation.



Seulement **6** organisations offrent de la formation à leurs bénévoles

Un peu moins de la moitié des répondants n'ont pas comblé tous leurs besoins en bénévolat. Le **manque de formation** peut affecter la **rétention** et le **recrutement** des bénévoles.

63 %

Utilisent divers moyens pour reconnaître le travail de leurs bénévoles, tels que des repas, des mots de remerciement, des soirées de reconnaissance, des cartes-cadeau, etc.



Plus de la moitié des bénévoles effectuent approximativement entre 5 et 15 heures par mois au sein de leur organisation.



Les bénévoles effectuent en moyenne 8 heures par semaine en **gestion de l'organisation**.

Un peu moins de 50 %

des bénévoles effectuent des heures de manière ponctuelle, ce qui peut compliquer la planification des activités et des événements.



Plus de **305 h**

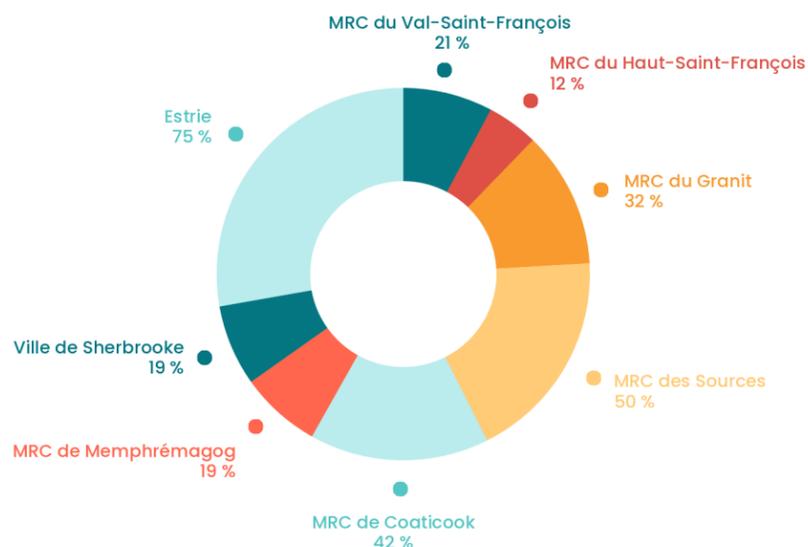
sont effectuées par mois par des bénévoles dans les organisations répondantes...

une économie de **4 803,75 \$** si l'on calcule avec le salaire minimum.

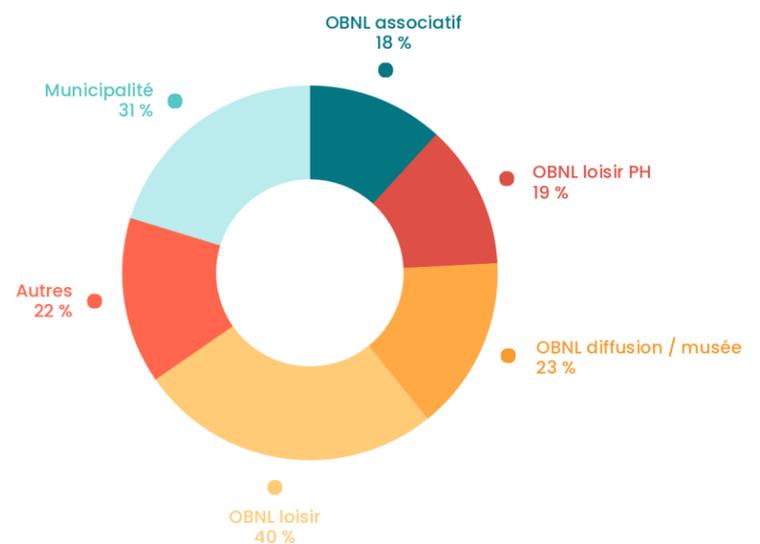
PORTRAIT 2025 DU LOISIR CULTUREL EN ESTRIE

DONNÉES GÉNÉRALES

Provenance des répondants par MRC



Provenance des répondants par secteur



50 %

Offrent des activités de loisir culturel actif lors de leurs événements (*Journées de la culture, Salon du livre, Fête de quartier, Fête de la Saint-Jean-Baptiste, Fête de Noël*).

Initiation ou découverte d'un instrument de musique, graffiti, peinture

50 %

des répondants affirment toucher entre 10 et 199 personnes annuellement avec leur offre de loisir culturel.

40 %

N'ont pas revu leurs règlements généraux depuis au moins 5 ans ou ne connaissent pas l'information. Il est recommandé de revoir les RG tous les 3 ans afin d'assurer une bonne gestion.

Offre d'activités

Arts de la scène



dont 1/2 en chant, musique, théâtre et danse - Très peu agissent en improvisation, en humour ou en cirque.

Arts médiatiques ou visuels



dont plus ou moins 1/3 en peinture ou en dessin - Très peu offrent des activités en animation vidéo ou en arts graphiques, soit moins de 15 %.

Histoire et patrimoine



dont la plupart en patrimoine bâti et en circuits et/ou balades animées

Arts littéraires



dont le 1/3 en conte et en clubs de lecture ou d'écriture

Artisanat ou métiers d'art



dont la majorité en métier à tisser, en tricot et en couture

Journées de la culture



seulement participent aux *Journées de la culture*

PORTRAIT 2025 DU LOISIR CULTUREL EN ESTRIE

LES COMMUNICATIONS

Moyens utilisés

Facebook



Infolettre



Instagram



LinkedIn



Site Internet



- Plus de 1/2 pour le partage de contenu et la publicité/promotion
- 35 % l'utilisent pour les inscriptions et le recrutement
- Moins de 1/3 l'utilisent pour la reconnaissance de l'équipe

Autres



Plus de 1/2 des répondants utilisent d'autres moyens de communication tels que la radio, le publipostage et l'affichage dans les commerces et les journaux locaux et municipaux.

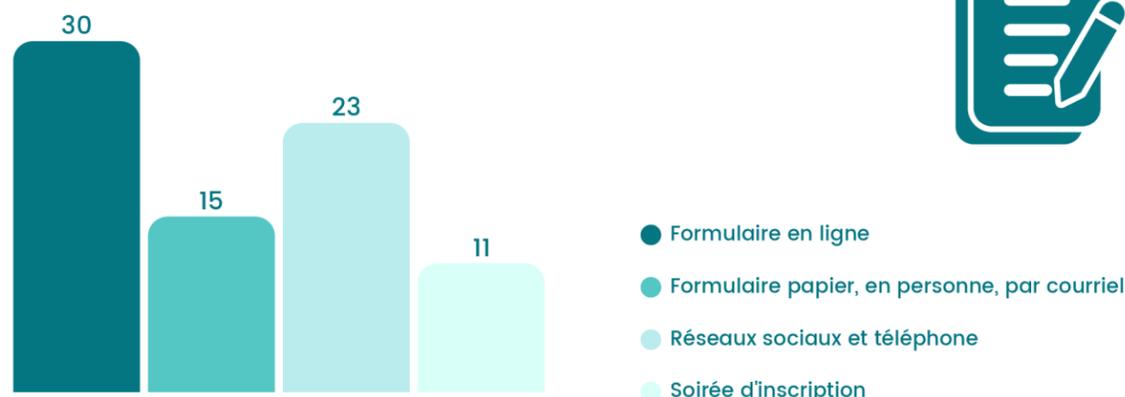
Plus de 40 %

ont une politique de remboursement.

Moins de 25 %

ont des tarifications spéciales pour les familles nombreuses.

Inscriptions aux activités culturelles



Promotion de la Carte Accompagnement loisir (CAL)

Plus du 2/3 ne connaissent pas la CAL, et **seulement 5 organisations** en sont membres

**La Carte Accompagnement Loisir (CAL) accorde la gratuité d'entrée à l'accompagnateur d'une personne handicapée âgée de 5 ans et plus, nécessitant un accompagnement lors de visites dans les organisations de loisir, culturelles et touristiques. La personne handicapée défraie les coûts liés à son entrée.*



Plus de la moitié des répondants ont des infrastructures adaptées pour recevoir des personnes en situation d'handicap.



ont des équipes au service à la clientèle formées pour accueillir ces personnes.



Moins de 30 % ont des activités, de la signalisation et un site internet adaptés.

Plus de 1/3

affirment avoir de la difficulté à promouvoir leur organisation et souhaitent travailler sur leur visibilité.

Plus de 50 %

souhaitent recevoir des formations en communication et marketing, et 1/3 aimeraient avoir accès à des ressources professionnelles spécialisées.

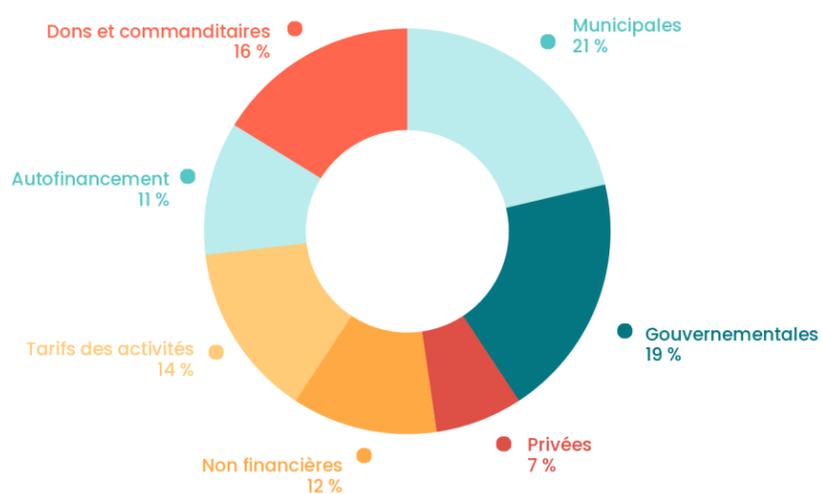
Plus de 50 %

indiquent avoir des partenariats en promotion et en diffusion avec d'autres organisations.

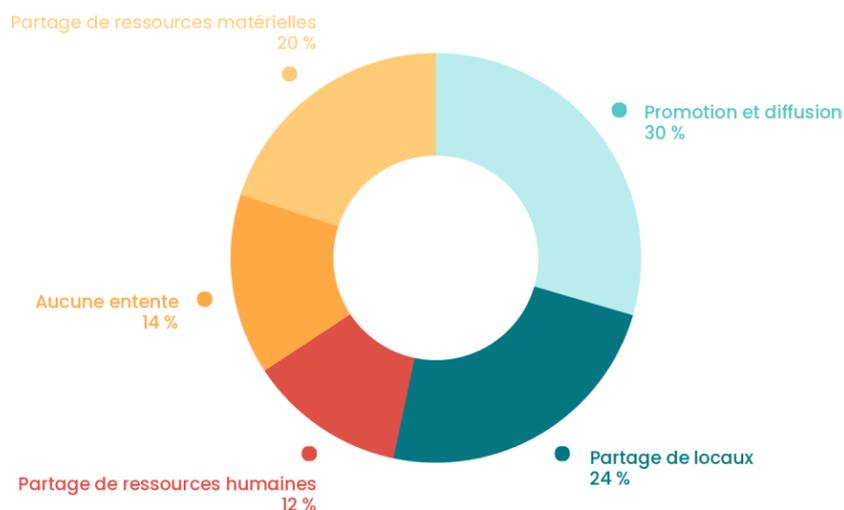
PORTRAIT 2025 DU LOISIR CULTUREL EN ESTRIE

RESSOURCES FINANCIÈRES ET ENJEUX

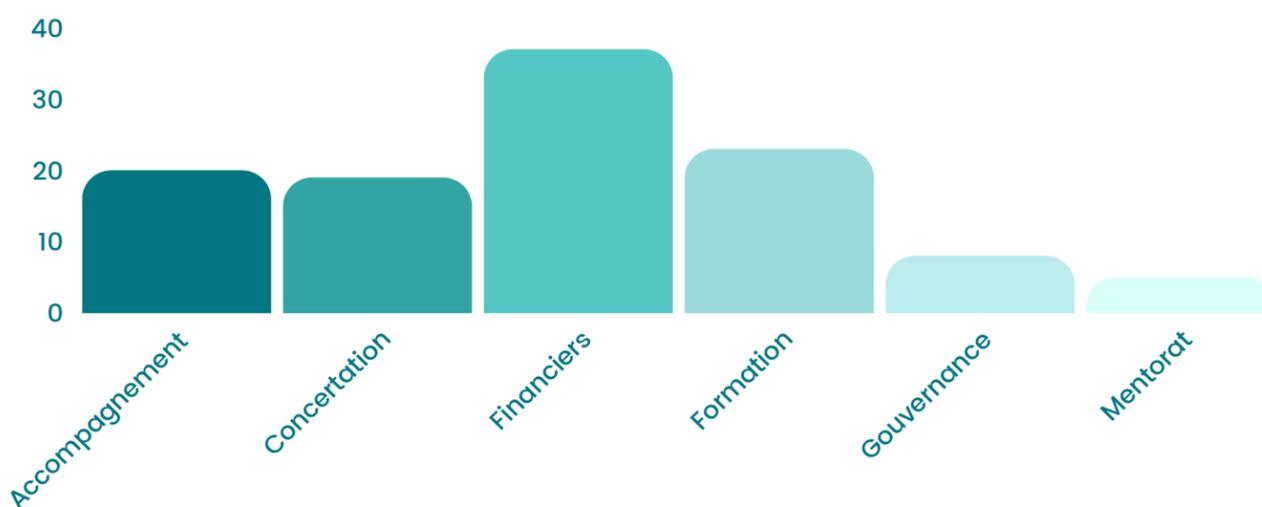
Sources de financement



Types de partenariats avec d'autres organisations



Besoins organisationnels



Enjeux à la réalisation de la programmation

