



Fondation Lucie
et André Chagnon

Positionnement et perception de la Fondation Lucie et André Chagnon


Juillet 2018

• Le sommaire des résultats	2
• Le contexte, les objectifs et la méthodologie	9
• Le profil des organisations et des répondants	12
• Les résultats détaillés	19
Les relations avec la Fondation	20
Les perceptions globales à l'égard de la Fondation	23
Le rappel de la communication des nouvelles orientations	27
La perception générale des nouvelles orientations	32
La perception générale comparée de la Fondation	37
La notoriété et les perceptions à l'égard des orientations de la Fondation	47
Les débats publics	57

Annexe I – Les outils de recherche



Fondation Lucie
et André Chagnon



Le sommaire des résultats



Objectifs et méthodologie

- Cette **étude quantitative**, réalisée par sondage Web sur **invitation** du **2 au 22 mai 2018**, a pour objectif principal de mesurer les perceptions à l'égard de la Fondation, dans le contexte de la communication récente de ses nouvelles orientations auprès des milieux communautaire, social, de la petite enfance, scolaire, de la santé publique, gouvernemental, municipal, universitaire, philanthropique, syndical et économique.
- Elle vise **trois (3) populations distinctes**, soit 1) les parties prenantes rencontrées, 2) les parties prenantes sollicitées mais non rencontrées et 3) les organismes soutenus présentement et ceux soutenus en date du 1^{er} janvier 2015 et/ou depuis.
- Dans le but de réaliser un **recensement de ces populations**, la totalité des personnes identifiées par la Fondation ayant une adresse courriel valide ont été invitées à répondre au sondage (N=438). De ce nombre, 240 ont complété le questionnaire en ligne, situant le taux de réponse à un niveau très élevé (**54,8 %**).
 - Une analyse comparée du portrait de l'échantillon à celui de la population nous permet d'affirmer avec conviction que les répondants de cette étude sont **représentatifs de l'ensemble des parties prenantes** avec lesquelles interagit la Fondation. En effet, les écarts enregistrés entre la population et l'échantillon sont à la fois très minces et sans incidence sur la perception globale de la Fondation.

Les principaux constats révélés par cette étude sont les suivants :

1

Des perceptions très favorables à l'égard de la Fondation, qui s'accompagnent d'un fort sentiment de proximité

2

Un important travail de communication des nouvelles orientations qui a porté fruit, tant au plan de la portée que de la compréhension

3

Une très forte adhésion aux nouvelles orientations

4

Des gains perceptuels majeurs enregistrés suite à l'annonce des nouvelles orientations

5

Un besoin pour plus de clarté et de transparence et des craintes à apaiser

1

Des perceptions très favorables à l'égard de la Fondation, qui s'accompagnent d'un fort sentiment de proximité

97 %

ont actuellement
une perception
favorable de la
Fondation

89 %

se sentent
personnellement
proches de la
Fondation

- La quasi-totalité des répondants à l'étude (**97 %**) indique **avoir actuellement une perception favorable de la Fondation**, un résultat très enviable qui se reflète aussi dans la **proximité perçue**.
- En effet, une **forte majorité se dit proche ou affirme avoir des affinités avec la Fondation** et ce, tant d'un point de vue **personnel** (89 %) qu'**organisationnel** (85 %).
 - Ce sentiment de proximité est généralement plus élevé chez les **répondants dont l'intensité de la relation avec la Fondation est plus grande**, c'est-à-dire ceux dont les organismes sont présentement soutenus, ceux recevant actuellement du financement et ceux ayant des contacts plus fréquents (une fois par mois ou plus).

- Les **perceptions spontanées actuelles** à l'endroit de la Fondation s'avèrent **très positives**. Elle s'articulent sous trois grandes thématiques :

1. L'attitude de la Fondation

Ouverte, à l'écoute, respectueuse, audacieuse, apprenante, etc.

2. La nature de la relation

Partenaire, collaborateur, soutien, accompagnement, etc.

3. L'innovation

Innovante, visionnaire, adaptation, volonté, changement, etc.

2

Un important travail de communication des nouvelles orientations qui a porté fruit, tant au plan de la portée que de la compréhension

- **La grande majorité des répondants de l'étude (89 %) dit avoir entendu parler des nouvelles orientations** communiquées au cours des neuf derniers mois.
 - Ce résultat, qui témoigne de la **très grande portée des communications effectuées**, est le **produit de multiples efforts posés**. En effet, les répondants indiquent en avoir entendu parler, en moyenne, de **3,3 manières différentes**.
- **La compréhension et la rétention des nouvelles orientations s'avèrent très bonnes**. Ce résultat est d'autant plus reluisant que l'exposition à ce contenu n'est pas récente pour tous. Le souvenir rapporté par les répondants au sujet des nouvelles orientations s'avère...
 - **Juste** : aucunement dissonant avec les nouvelles orientations;
 - **Riche** : les éléments retenus sont substantiels (en moyenne, 3,6 mentions par répondant);
 - **Raffiné** : la compréhension est nuancée et approfondie, plusieurs épousant la terminologie de la Fondation.

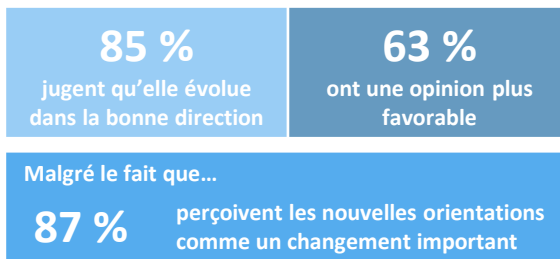
89 % ont entendu parler des nouvelles orientations

Par l'entremise de...
3,3 manières différentes

3

Une très forte adhésion aux nouvelles orientations

- **L'adhésion aux nouvelles orientations est très forte.** En effet, la **vaste majorité** des répondants sondés (85 %) considèrent qu'avec ses nouvelles orientations, la Fondation **évolue dans la bonne direction**.
- En outre, **près des deux tiers des répondants** (63 %) indiquent que, depuis cette annonce, leur perception de la Fondation est maintenant **plus favorable**.
 - Ces derniers apprécient particulièrement **l'approche collaborative** (38 %), c'est-à-dire que la Fondation est à l'écoute des besoins et qu'elle collabore davantage, la perçoivent comme une **organisation apprenante** (26 %) et apprécient qu'elle agisse à **titre d'appui aux réseaux et aux organismes** (18 %).
- Aux yeux de la grande majorité (87 %), les **nouvelles orientations apparaissent comme un changement important**. La plupart (61 %) les qualifient de « gros changement », alors qu'un quart des répondants (25 %) les perçoivent comme un « virage majeur ».
- Une si **forte adhésion** à un changement d'une telle **importance** est une situation idéale et plutôt rare.



Plus précisément...

- Les répondants endossent dans son intégralité l'**orientation générale de la Fondation**. Plus de la moitié des répondants adhèrent à la quasi-totalité des éléments de la mission alors qu'une infime proportion seulement n'adhère pas à certains éléments. Plus spécifiquement, ils adhèrent tout particulièrement aux passages abordant...

1



La durée

Long terme (82 %)

2



La cible

Particulièrement en milieux défavorisés (80 %)

3



L'approche

Développement de leur capacité d'agir (79 %)

- Chaque nouvelle orientation générale est connue de la **grande majorité des répondants**. En effet, parmi les 8 énoncés présentés, les **taux de notoriété varient entre 81 % et 99 %**. Individuellement, elles bénéficient aussi d'une forte adhésion variant entre 94 % et 99 %.
- Toutefois, les orientations liées à la **dynamique de travail** mériteraient d'être davantage communiquées. Bien que tous y adhèrent (niveau d'accord entre 92 % et 99 %), elles sont relativement moins connues que les orientations générales (notoriété entre 73 % et 87 %).

4

Des gains perceptuels majeurs enregistrés suite à l'annonce des nouvelles orientations

- L'annonce des nouvelles orientations a permis à la Fondation d'enregistrer des **gains perceptuels majeurs**.
- Ainsi, depuis l'annonce, un grand nombre de **perceptions positives se sont fortement accentuées**, tandis que plusieurs **perceptions négatives se sont sensiblement atténuées**.
- Le tableau suivant présente les **gains perceptuels les plus importants** (≥ 10 points de pourcentage).

La Fondation est maintenant PLUS...

✓ Apprenante	+ 39	✓ Transparente	+ 17
✓ À l'écoute	+ 36	✓ Facilitante	+ 17
✓ Collaborative	+ 32	✓ Souple	+ 16
✓ Respectueuse	+ 23	✓ Pertinente	+ 15
✓ Cohérente	+ 18	✓ Solidaire	+ 11

La Fondation est maintenant MOINS...

× Interventionniste	- 34
× Rigide	- 26
× Contrôlante	- 24
× Exigeante	- 20
× Distante	- 12

5

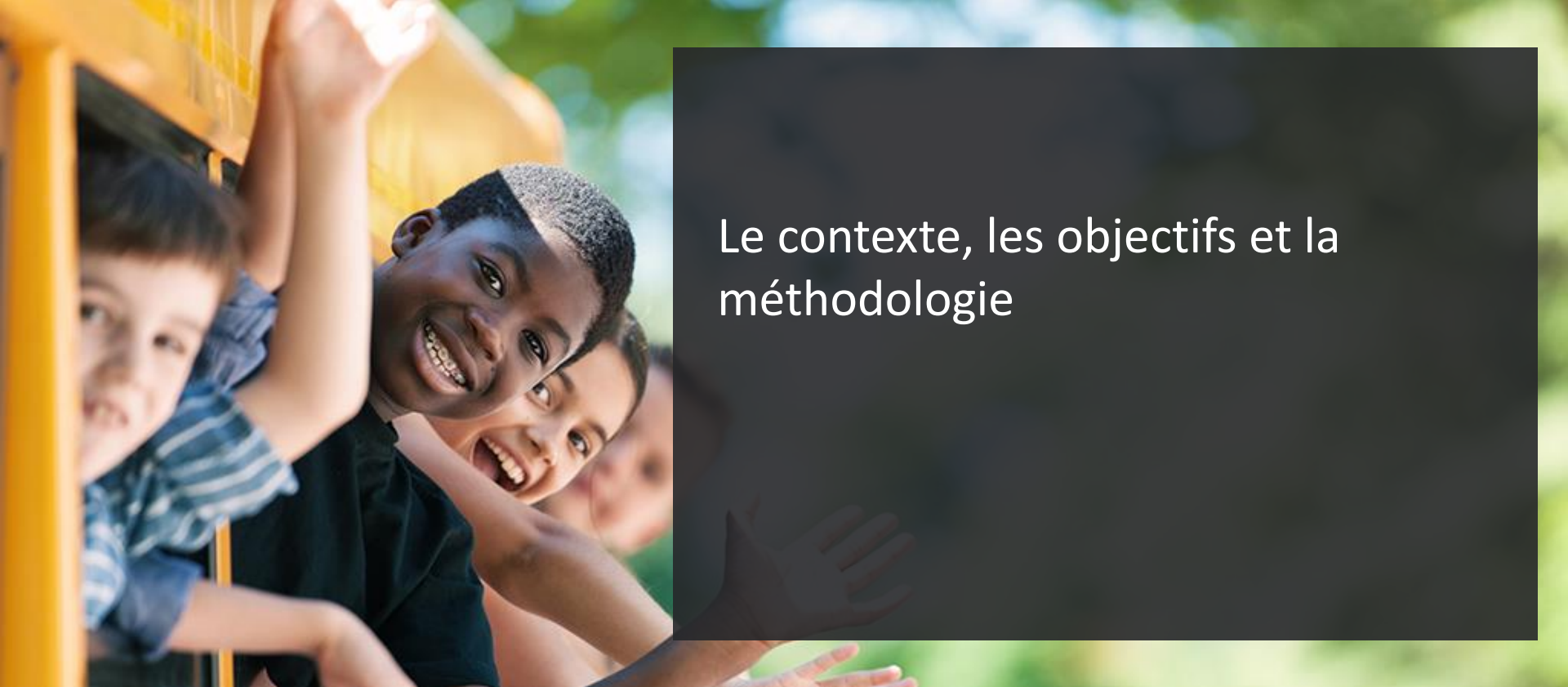
Un besoin pour plus de clarté et de transparence et des craintes à apaiser

- Malgré ce portrait **très favorable**, la perception de la Fondation au plan de la **clarté** et de la **transparence** de ses nouvelles orientations s'avère **perfectible**. Ces deux indicateurs affichent des résultats un peu moins reluisants que les trois autres (pertinence, cohérence et légitimité).
 1. Au plan de la **clarté**, près du quart (22 %) des répondants attribuent des notes variant entre 1 et 6, situant la moyenne à 7,5 sur dix.
 2. En ce qui concerne la **transparence** perçue, un peu moins de deux répondants sur dix (17 %) estiment que les orientations sont opaques (notes de 1 à 6) laissant croire qu'un certain doute plane sur les intentions de la Fondation.
 3. En outre, une proportion non négligeable de répondants (16 %) perçoivent encore aujourd'hui la Fondation comme étant **ambiguë**, une perception qui n'est guère plus favorable qu'avant l'annonce de ses nouvelles orientations (19 %).
 4. Enfin, une proportion appréciable des répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations **expriment des craintes sur deux aspects** :
 - Plus de la moitié (57 %) estiment que les nouvelles orientations risquent de **mettre en péril certains services rendus ou certains projets**.
 - Plus du quart (26 %) jugent qu'avec ses nouvelles orientations, la Fondation **abandonne les organismes qui comptaient sur son financement**.





Fondation Lucie
et André Chagnon



Le contexte, les objectifs et la
méthodologie

Le contexte

- Au fil des années, la Fondation, qui a pour mission de prévenir la pauvreté en contribuant à la réussite éducative des jeunes Québécois, s'est **transformée**. Sa mission demeure fondamentalement la même qu'à ses débuts en 2000.
- Toutefois, suite à l'annonce en 2015 du non-renouvellement de ses trois partenariats avec le Gouvernement du Québec (Avenir d'enfants, Québec en forme, Réunir Réussir), **la Fondation a actualisé les modalités de son soutien philanthropique ainsi que ses relations avec les milieux**. Elle s'est dotée de **nouvelles orientations** qui se traduisent par l'apport d'un soutien à long terme à des organismes et des regroupements qui travaillent ensemble au développement de leur capacité à accroître de façon durable la réussite éducative de tous.
- Au cours de la dernière année, les nouvelles orientations philanthropiques ont été **communiquées à de nombreux acteurs issus de secteurs divers** (communautaire, social, de la petite enfance, scolaire, de la santé publique, gouvernemental, municipal, universitaire, philanthropique, syndical et économique).
- Cette recherche a pour but de mieux **connaître la notoriété et les perceptions de ces acteurs à l'égard de la Fondation et de ses nouvelles orientations**, et ce, à différents moments : un portrait actuel (2018) et un portrait rétrospectif (début 2017) afin de mettre en lumière l'évolution des perceptions suite au déploiement des nouvelles orientations philanthropiques de la Fondation. Éventuellement, ce portrait sera repris début 2020 et possiblement aux deux ans.

Les principaux objectifs

- Mesurer les **perceptions globales** à l'égard de la Fondation et de son évolution au cours de la dernière année;
- Relever le **niveau de rappel** de la communication des nouvelles orientations;
- Cerner la **perception générale des nouvelles orientations**;
- Jauger les perceptions des partenaires à l'égard de la **mission**, des **valeurs** et du **rôle de la Fondation**;
- Connaître les points forts et les aspects à améliorer à l'égard du **positionnement**, du **modèle relationnel** et du **mode de soutien proposé**.

Pour chacun des objectifs précités, la Fondation souhaitait pouvoir distinguer l'opinion des publics cibles selon une série de variables comportementales ou expérientielles (fréquence et historique des contacts avec la Fondation, financement et intérêt à en obtenir, participation aux rencontres sur les nouvelles orientations, type d'organisme, territoire, etc.).



La population étudiée

- La présente recherche a visé les **trois (3) populations suivantes** :
 - **N=254** personnes ayant participé à une des rencontres sur les orientations philanthropiques (entre mai 2017 et mars 2018);
 - **N=36** personnes ayant été sollicitées pour participer à des rencontres sur les orientations philanthropiques mais n'ayant pas répondu à l'appel;
 - **N=182** personnes œuvrant dans des organismes soutenus par la Fondation présentement ou en date et depuis le 1^{er} janvier 2015. Ces personnes peuvent avoir participé ou non à une des rencontres sur les orientations de la Fondation au cours de la dernière année.
- L'objectif étant de réaliser un **recensement de ces populations**, des démarches ont été faites pour rejoindre l'ensemble des 450 personnes identifiées par la Fondation [ce nombre est inférieur au total des trois populations (N=472) car certaines personnes figurent dans plus d'une population].



La méthode de collecte

- Le **questionnaire** a été élaboré par **Ad hoc recherche** de manière à répondre aux objectifs de l'étude, puis approuvé par les responsables du projet à la Fondation Lucie et André Chagnon.
- La collecte de données a été réalisée du **2 au 22 mai 2018** par l'entremise d'un **sondage Web** sur **invitation** à partir des listes de la Fondation Lucie et André Chagnon.



Le taux de réponse

- Au total, parmi les 450 personnes identifiées, 438 courriels se sont avérés valides. De ce nombre, **240 personnes** ont complété le questionnaire en ligne, situant le taux de réponse à un niveau très élevé (**54,8 %**).
 - À titre comparatif, les taux de réponse obtenus pour des sondages Web auprès de cibles très larges varient généralement entre 5 et 10 %. Ils atteignent des niveaux plus élevés (60 à 75 %) dans de très rares cas, notamment lorsque le degré d'engagement de la population étudiée à l'égard du sujet est très élevé (ex. : études de satisfaction d'employés).
- **Diverses initiatives ont permis de maximiser le taux de réponse** : l'envoi préalable d'un courriel signé par Jean-Marc Chouinard, des rappels par courriel ainsi qu'un rappel téléphonique auprès de ceux n'ayant pas complété l'étude après la première semaine.




La pondération

- Les résultats ont été pondérés **selon quatre (4) segments qualifiant le type de contacts** entretenus par l'organisme avec la Fondation : 1) les parties prenantes rencontrées, 2) les parties prenantes sollicitées, 3) les organismes soutenus en date du 1^{er} janvier 2015 et/ou depuis et 4) les organismes soutenus présentement.

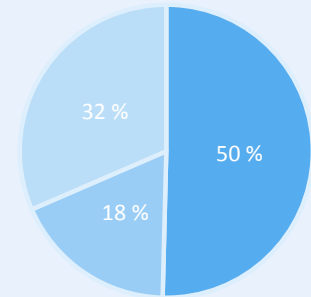
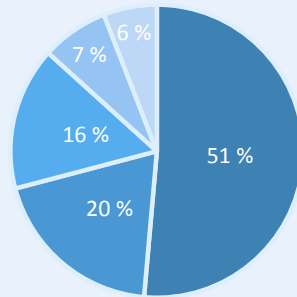


Fondation Lucie
et André Chagnon



Le profil des organisations et des
répondants

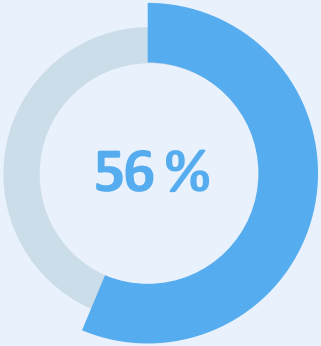
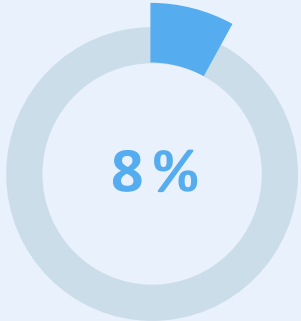
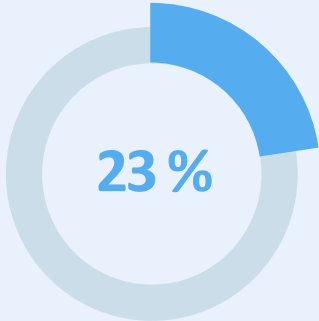
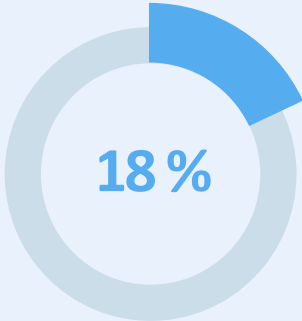
Type(s) d'organisation(s)	Territoire	Région administrative où se situe le bureau
Organismes 60 %	Je travaille à la grandeur du Québec 51 %	Montréal 50 %
Organisme communautaire ou organisme à but non lucratif 36 %	Je travaille à l'échelle d'un territoire couvert par une région administrative 20 %	Capitale-Nationale 18 %
Organisme philanthropique 17 %	Je travaille à l'échelle locale (MRC, municipalité ou quartier) sans couvrir toute une région administrative 16 %	Ailleurs au Québec 32 %
Organisme de concertation 13 %	Je travaille à l'échelle d'un territoire couvert par plus d'une région administrative, mais pas sur l'ensemble du Québec 7 %	Montérégie 8 %
Gouvernement / Ville / Municipalité 16 %	Autre 6 %	Mauricie 4 %
Gouvernement - ministère 7 %		Centre-du-Québec 2 %
Ville ou municipalité (élus ou employés) 6 %		Saguenay-Lac-Saint-Jean 2 %
Gouvernement - organisme paragouvernemental (autre qu'un ministère) 4 %		Estrie 2 %
Recherche universitaire 10 %		
Santé et services sociaux / éducation 10 %		
Éducation (écoles et commissions scolaires) 4 %		
Santé et services sociaux 3 %		
Centre de la petite enfance (CPE) 2 %		
Autres 9 %		
Secteur des affaires 2 %		
Association professionnelle ou ordre professionnel 1 %		
Organisation syndicale / syndicat 1 %		



Note : la somme des proportions de la variable « Type(s) d'organisation(s) » peut excéder 100 % puisque les répondants pouvaient donner plus d'une réponse.

Note : seules les mentions de plus de 1 % sont présentées dans ce tableau.

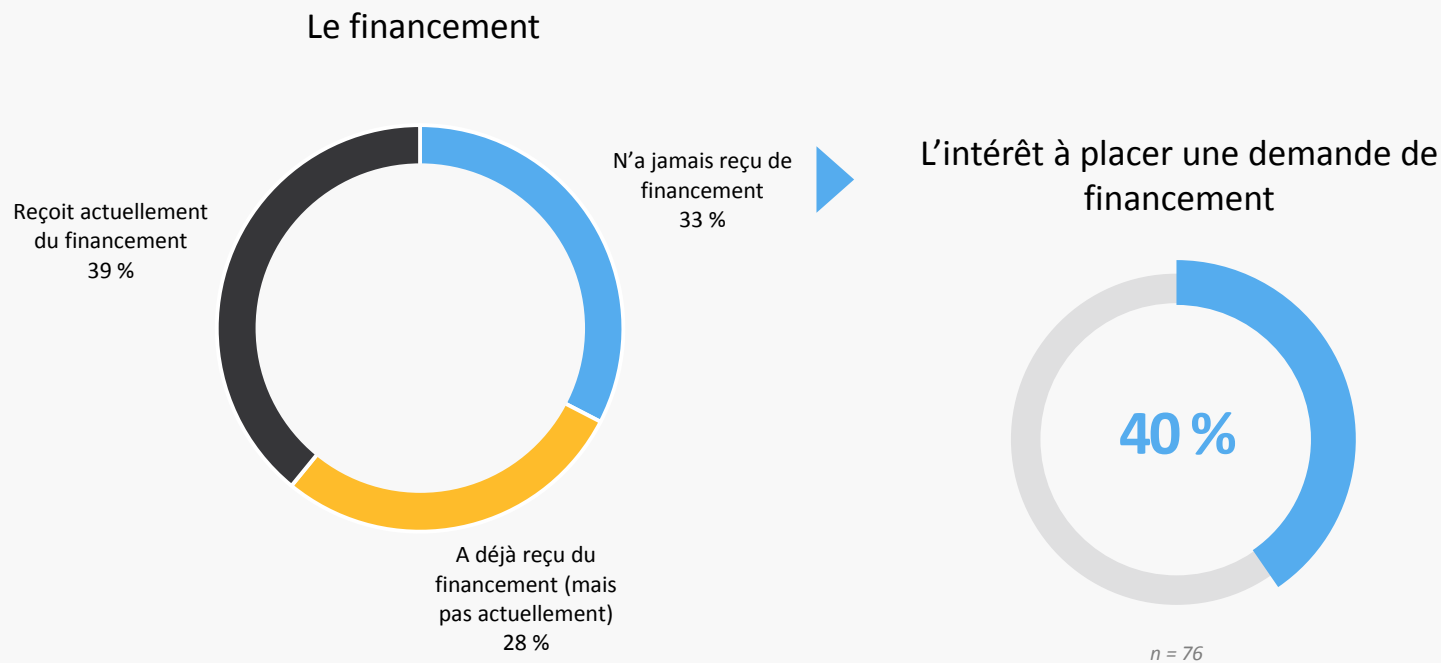
Base : ensemble des répondants (n = 240).

Parties prenantes rencontrées	Parties prenantes sollicitées	Organismes soutenus en date du 1 ^{er} janvier 2015 et/ou depuis	Organismes soutenus présentement
 <p>56 %</p>	 <p>8 %</p>	 <p>23 %</p>	 <p>18 %</p>
<p>Définition : les parties prenantes rencontrées sont celles ayant participé à des rencontres formelles avec la Fondation.</p>	<p>Définition : les parties prenantes sollicitées sont celles ayant été contactées et sollicitées pour des rencontres formelles avec la Fondation, mais qui n’y ont pas participé.</p>	<p>Définition : il s’agit des organismes ayant reçu le soutien de la Fondation entre janvier 2015 et aujourd’hui.</p>	<p>Définition : il s’agit des organismes recevant actuellement un soutien financier de la Fondation.</p>

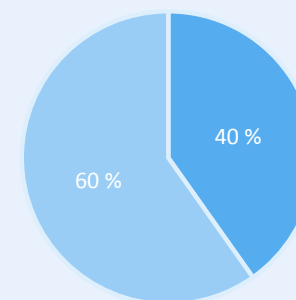
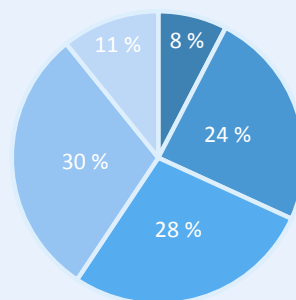


Base : ensemble des répondants (n = 240).

- QJ1 Êtes-vous impliqué dans un projet ou une organisation ayant déjà reçu ou recevant actuellement du financement de la Fondation?
- QJ2 Au cours des prochaines années, est-ce que vous ou votre organisation seriez intéressés à placer une demande de financement auprès de la Fondation?



Statut(s) socioprofessionnel(s)		Âge du répondant		Sexe du répondant	
Présidence / direction	38 %	18-34 ans	8 %	Homme	40 %
Gestionnaire	28 %	35-44 ans	24 %	Femme	60 %
Coordonnateur / chargé de projet	18 %	45-54 ans	28 %		
Chercheur/professeur	9 %	55-64 ans	30 %		
Professionnel / praticien / intervenant	8 %	65 ans et plus	11 %		
Bénévole	5 %				
Agent de mobilisation et de concertation	4 %				
Citoyen retraité	3 %				
Professionnel de la santé	2 %				
Responsable des communications	2 %				
Élu (municipal, provincial ou fédéral)	1 %				
Éducateur, enseignant ou conseiller pédagogique	1 %				
Autre	3 %				



Base : ensemble des répondants (n = 240).

	Population étudiée N = 450	Échantillon non pondéré n = 240	Échantillon pondéré n = 240	Écart avec l'échantillon non pondéré	Écart avec l'échantillon pondéré
Type d'organisation					
Gouvernement - ministère	7 %	6 %	7 %	-1 %	0 %
Gouvernement - organisme paragouvernemental (autre qu'un ministère)	2 %	3 %	4 %	2 %	2 %
Ville ou municipalité (élus ou employés)	4 %	5 %	6 %	1 %	2 %
Organisme communautaire ou organisme à but non lucratif	38 %	32 %	36 %	-6 %	-2 %
Organisme de concertation	9 %	12 %	13 %	3 %	4 %
Organisme philanthropique	14 %	16 %	17 %	2 %	3 %
Santé et services sociaux	9 %	3 %	3 %	-6 %	-6 %
Éducation (écoles et commissions scolaires)	2 %	4 %	4 %	2 %	2 %
Centre de la petite enfance (CPE)	3 %	2 %	2 %	-1 %	-1 %
Recherche universitaire	8 %	9 %	10 %	1 %	2 %
Secteur des affaires	1 %	3 %	2 %	2 %	2 %
Association professionnelle ou ordre professionnel	0 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Organisation syndicale	0 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Territoire couvert					
Montréal	52 %	50 %	50 %	-2 %	-2 %
Capitale-Nationale	20 %	18 %	18 %	-2 %	-2 %
Montérégie	8 %	8 %	8 %	0 %	0 %
Mauricie	3 %	3 %	4 %	1 %	1 %
Centre-du-Québec	1 %	3 %	2 %	1 %	1 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	2 %	3 %	2 %	1 %	1 %
Estrie	3 %	3 %	2 %	-1 %	-1 %
Outaouais	2 %	2 %	2 %	0 %	0 %
Laurentides	1 %	2 %	2 %	1 %	1 %
Laval	1 %	2 %	2 %	1 %	1 %
Abitibi-Témiscamingue	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Gaspésie / Îles-de-la-Madeleine	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Chaudière-Appalaches	3 %	1 %	1 %	-2 %	-2 %
Bas-Saint-Laurent	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Côte-Nord	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Lanaudière	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Nord-du-Québec	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %

	Population étudiée N = 450	Échantillon non pondéré n = 240	Échantillon pondéré n = 240	Écart avec l'échantillon non pondéré	Écart avec l'échantillon pondéré
Région administrative des bureaux					
Je travaille à la grandeur du Québec	53 %	51 %	51 %	-2 %	-2 %
Je travaille à l'échelle d'un territoire couvert par une région administrative	22 %	20 %	20 %	-2 %	-2 %
Je travaille à l'échelle locale (MRC, municipalité ou quartier) sans couvrir toute une région administrative	18 %	16 %	16 %	-2 %	-2 %
Je travaille à l'échelle d'un territoire couvert par plus d'une région administrative mais pas sur l'ensemble du Québec	2 %	8 %	7 %	5 %	5 %
Autre	5 %	6 %	6 %	1 %	1 %
Parties prenantes rencontrées					
% oui	56 %	56 %	56 %	-1 %	0 %
Parties prenantes sollicitées					
% oui	8 %	8 %	8 %	0 %	0 %
Organismes soutenus depuis le 1^{er} janvier 2015					
% oui	23 %	21 %	23 %	-2 %	0 %
Organismes soutenus présentement					
% oui	18 %	23 %	18 %	5 %	0 %



À la lumière des résultats présentés dans les tableaux de cette page et de la précédente, nous pouvons affirmer avec conviction que les répondants de cette étude sont **représentatifs de l'ensemble des parties prenantes** avec lesquelles interagit la Fondation. En effet, les écarts enregistrés entre la population étudiée et l'échantillon sont petits. Ils se situent généralement entre 1 % et 2 % et n'excèdent jamais 6 %.

Pour les segments sur lesquels on observe un écart plus important entre la population et l'échantillon pondéré, leur poids ne semble pas influencer le portrait global, leurs scores étant très similaires à la moyenne sur la perception globale :

- Segment « Je travaille à l'échelle d'un territoire couvert par plus d'une région... » : QC2 Perception actuellement de la Fondation : 100 % « favorable » c. 97 % au global.
- Segment « Organismes en santé et services sociaux » : QC2 Perception actuellement de la Fondation : 96 % « favorable » c. 97 % au global.



Fondation Lucie
et André Chagnon



Les résultats détaillés



Fondation Lucie
et André Chagnon



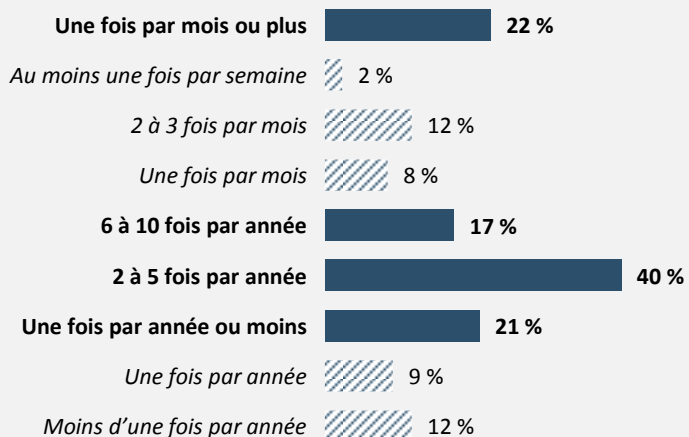
Les relations avec la Fondation

QB1 Présentement, environ à quelle fréquence êtes-vous en contact avec la Fondation, pour quelque motif que ce soit?

QB2 Et environ depuis combien de temps entretenez-vous personnellement des relations avec la Fondation?

Les répondants entretiennent une relation fréquente et soutenue avec la Fondation

La fréquence de contact avec la Fondation

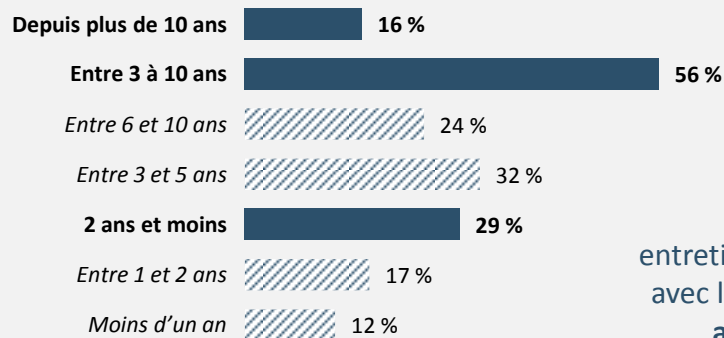


79 %
sont en contact
au moins 2 fois par année

9,2
contacts / année

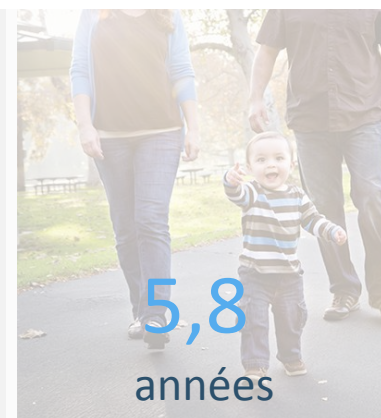


La longévité de la relation avec la Fondation



71 %
entretiennent une relation
avec la Fondation depuis
au moins 3 ans

5,8
années



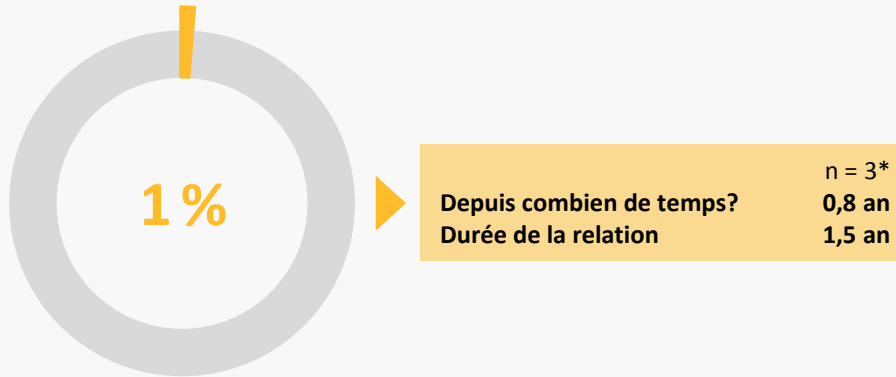
Note : la moyenne a été calculée selon les points milieu (fréquence : moins d'une fois par année (0,5) / une fois par année (1) / 2 à 5 fois par année (3,5) / 6 à 10 fois par année (8) / une fois par mois (12) / 2 à 3 fois par mois (30) / au moins une fois par semaine (80)) (durée : moins d'un an (0,5) / entre 1 et 2 ans (1,5) / entre 3 et 5 ans (4) / entre 6 et 10 ans (8) / depuis plus de 10 ans (15)).

Base : répondants en contact avec la Fondation (n = 237).

- QB1 Présentement, environ à quelle fréquence êtes-vous en contact avec la Fondation, pour quelque motif que ce soit?
- QB3 Et environ depuis combien de temps n'êtes-vous plus en contact avec la Fondation?
- QB4 Auparavant, pendant combien d'années estimez-vous avoir été en contact avec la Fondation?

Seuls quelques rares répondants n'entretiennent plus de relation avec la Fondation et ce, depuis peu

N'est plus en contact avec la Fondation




* Les résultats doivent être interprétés avec précaution en raison de la petite taille de l'échantillon (n < 30).

Base : ensemble des répondants (n = 240).



Fondation Lucie
et André Chagnon



Les perceptions globales à l'égard de la Fondation

La perception actuelle des répondants est globalement très enviable

- La **quasi-totalité** des répondants à l'étude (97 %) indique avoir **actuellement une perception favorable de la Fondation**, un résultat très enviable.
- Le **degré de « favorabilité » s'avère très élevé**, un peu plus de quatre répondants sur dix (42 %) se disant « très favorable ». Cette proportion est presque aussi importante que la proportion de répondants se disant « assez favorable » (56 %), ce qui est plutôt rare et témoigne de l'intensité de la favorabilité.
- L'**étroitesse des relations semble** exercer un impact positif sur le degré de favorabilité. En effet, les organismes soutenus présentement par la Fondation, ceux recevant actuellement du financement et ceux ayant des contacts plus fréquents avec elle sont plus nombreux à se dire « très favorable » à son égard.

97 %

ont actuellement une perception favorable de la Fondation

42 % « très favorable »

56 % « assez favorable »



Ils éprouvent à son égard un sentiment de proximité généralisé

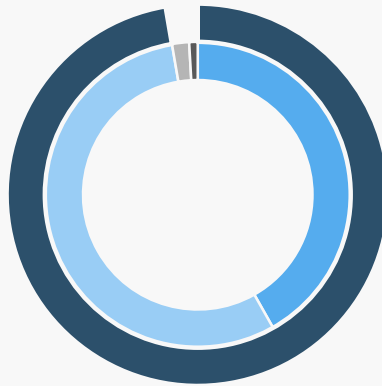
- Une **forte majorité des répondants se dit proche ou affirme avoir des affinités avec la Fondation** et ce, tant d'un point de vue **personnel** (89 %) qu'**organisationnel** (85 %). Ainsi, l'opinion personnelle s'apparente à celle de l'organisation, laissant croire qu'elle influence celle projetée pour l'organisation.
- Toutefois, le niveau de conviction n'est pas aussi élevé que pour leur perception générale à l'égard de la Fondation. Les répondants sont presque deux fois plus nombreux à se dire « plutôt d'accord » que « tout à fait d'accord » comme l'illustre le tableau ci-contre.
- Fait à noter, parmi ceux qui se sont prononcés, presque aucun d'entre eux ne fait état de distance (niveau de « tout à fait en désaccord » : personnellement = 1 % et de l'organisation = 2 %).
- Sans surprise, l'**expérience vécue avec la Fondation et la nature de la relation exercent**, à nouveau, un **impact positif sur le sentiment de proximité**. Effectivement, les organismes soutenus présentement, les répondants recevant actuellement du financement et ceux ayant des contacts plus fréquents (une fois par mois ou plus) sont plus nombreux à se dire proches de la Fondation (personnellement et du point de vue de l'organisation).

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord
Proximité personnelle	29 %	60 %
Proximité organisationnelle	30 %	55 %

QC2 Comment percevez-vous actuellement la Fondation? Votre perception est...

La perception actuelle des répondants est globalement très enviable

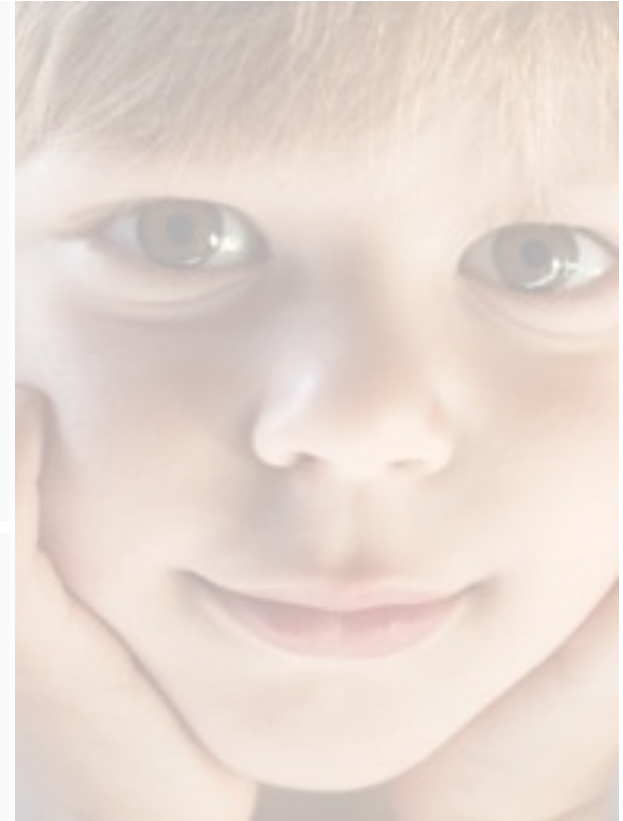
- Très favorable 42 %
- Plutôt favorable 56 %
- Plutôt défavorable 2 %
- Très défavorable 1 %



97 %
Perception favorable

Proportion de « très favorable » plus élevée dans les sous-groupes suivants :

- Organismes soutenus présentement (67 % c. non soutenus : 36 %);
- Répondants recevant du financement actuellement (51 % c. ceux en ayant reçu par le passé : 40 % et ceux n'en ayant jamais reçu : 32 %);
- 55 ans et plus (50 % c. 18-34 ans : 38 % et 45-54 ans : 35 %);
- Parties prenantes non rencontrées (55 % c. rencontrées : 31 %);
- Hommes (49 % c. femmes : 36 %).

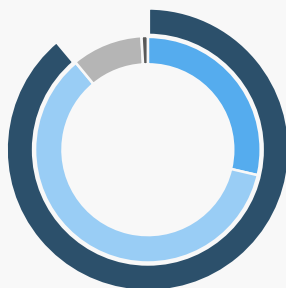


QC5 Quel est votre niveau d'accord avec les deux énoncés suivants?

Ils éprouvent à son égard un sentiment de proximité généralisé

Personnellement,
je me sens proche / j'ai des affinités
avec la Fondation

(n = 228)

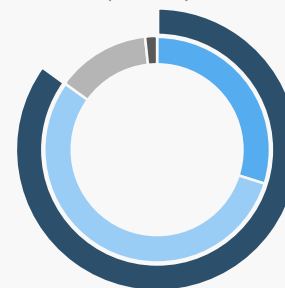


89 %

% d'accord

L'organisation que je représente
se sent proche / a des affinités
avec la Fondation

(n = 227)



85 %

- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Plutôt en désaccord
- Tout à fait en désaccord

Personnellement

29 %
60 %
10 %
1 %

L'organisation

30 %
55 %
13 %
2 %

Proportion « d'accord » plus élevée dans les sous-groupes suivants :

- Répondants recevant du financement actuellement (94 % c. ceux en ayant reçu par le passé : 87 % et ceux n'en ayant jamais reçu : 84 %);
- Organismes soutenus présentement (100 % c. non soutenus : 86 %);
- Parties prenantes non rencontrées (94 % c. celles rencontrées : 85 %).

Quant à la proximité personnelle, le niveau de conviction « tout à fait d'accord » est plus élevé chez...


- Répondants ayant des contacts une fois par mois ou plus (49 % c. 6 à 10 fois par année : 31 %, 2 à 5 fois par année : 25 % et une fois par année ou moins : 10 %).

Proportion « d'accord » plus élevée dans les sous-groupes suivants :

- Organismes soutenus présentement (98 % c. non soutenus : 82 %);
- Répondants dont les bureaux se situent dans la Capitale-Nationale (97 % c. Montréal : 82 % et ailleurs au Québec : 83 %);
- Répondants ayant des contacts une fois par mois ou plus (94 % c. 6 à 10 fois par année : 92 %, 2 à 5 fois par année : 81 % et une fois par année ou moins : 79 %);
- Parties prenantes non rencontrées (93 % c. celles rencontrées : 79 %);
- Répondants recevant actuellement du financement (91 % c. par le passé : 83 % et jamais : 79 %).



Fondation Lucie
et André Chagnon



Le rappel de la communication des
nouvelles orientations

Les nouvelles orientations jouissent d'une très forte notoriété

- La grande majorité des répondants de l'étude (89 %) dit avoir entendu parler des nouvelles orientations communiquées au cours des **neuf derniers mois**. Ce résultat, qui témoigne de la **très grande portée des communications effectuées**, est le **produit de multiples efforts**. En effet, les **répondants** indiquent en avoir entendu parler, en moyenne, de **3,3 manières différentes**.

- Les trois manières les plus fréquentes sont...

- 1 Les rencontres formelles avec la Fondation : 83 %
- 2 Le site Web de la Fondation : 62 %
- 3 Les échanges informels avec la Fondation : 59 %

La prépondérance des **rencontres formelles** et des **échanges informels** avec la Fondation est enviable, puisqu'il s'agit de moyens hautement **personnalisés** de communiquer les orientations et de favoriser leur rétention.

- En outre, il est surprenant de constater une **notoriété élevée** pour l'infolettre de la Fondation (41 %) et le visionnement de la vidéo de Jean-Marc Chouinard (31 %), ces deux initiatives ayant été mises en place un peu plus tardivement (au cours de la dernière année).

La compréhension des nouvelles orientations s'avère juste, riche et raffinée

- Les résultats liés à la compréhension des nouvelles orientations témoignent d'une **forte rétention des interlocuteurs**. Ce résultat est d'autant plus reluisant que l'exposition à ce contenu n'est pas récente pour tous.
- Lorsque sondés sur ce qu'ils ont retenu des nouvelles orientations, à l'aide d'une question ouverte ne proposant aucun choix de réponse, les répondants rapportent une vision **juste, riche et raffinée** :

Juste	Riche	Raffinée
<ul style="list-style-type: none"> Les répondants ne s'égarèrent pas sur de fausses pistes et n'indiquent rien de dissonant avec les nouvelles orientations. Parmi les principaux thèmes retenus, ils évoquent notamment l'approche collaborative (55 %), l'appui aux réseaux (23 %), la réussite des jeunes (en milieux défavorisés) (22 %) et son rôle en soutien des organismes / actions déjà en place (20 %). 	<ul style="list-style-type: none"> Les répondants démontrent un souvenir substantiel des nouvelles orientations. Ils ont retenu une quantité d'informations impressionnante, leurs réponses s'avérant passablement riches et développées (3,6 mentions par répondant en moyenne). 	<ul style="list-style-type: none"> La compréhension des répondants est raffinée et nuancée. Dans les réponses qu'ils formulent, ils font preuve d'un niveau de profondeur étonnant, allant même jusqu'à employer la même terminologie que celle utilisée par la Fondation dans son discours (ex. : territoires, réseaux, ressources, etc.).

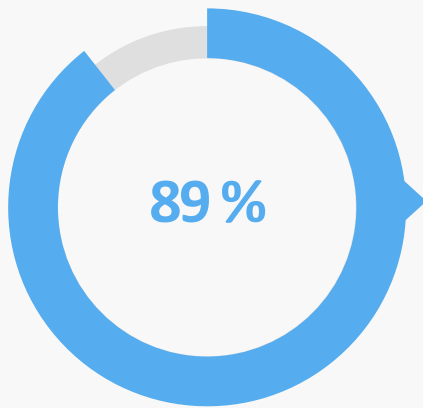
QD1 Avez-vous entendu parler de ces nouvelles orientations?

QD2 De quelle(s) manière(s) en avez-vous entendu parler?

Les nouvelles orientations bénéficient d'une très forte notoriété

Dans le contexte de la fin annoncée des partenariats Québec en Forme, Avenir d'enfants et Réunir Réussir, au cours des neuf derniers mois, la Fondation Chagnon est allée à la rencontre d'un très grand nombre d'acteurs et de leaders de la société québécoise afin d'échanger sur ses nouvelles orientations pour la prochaine décennie.

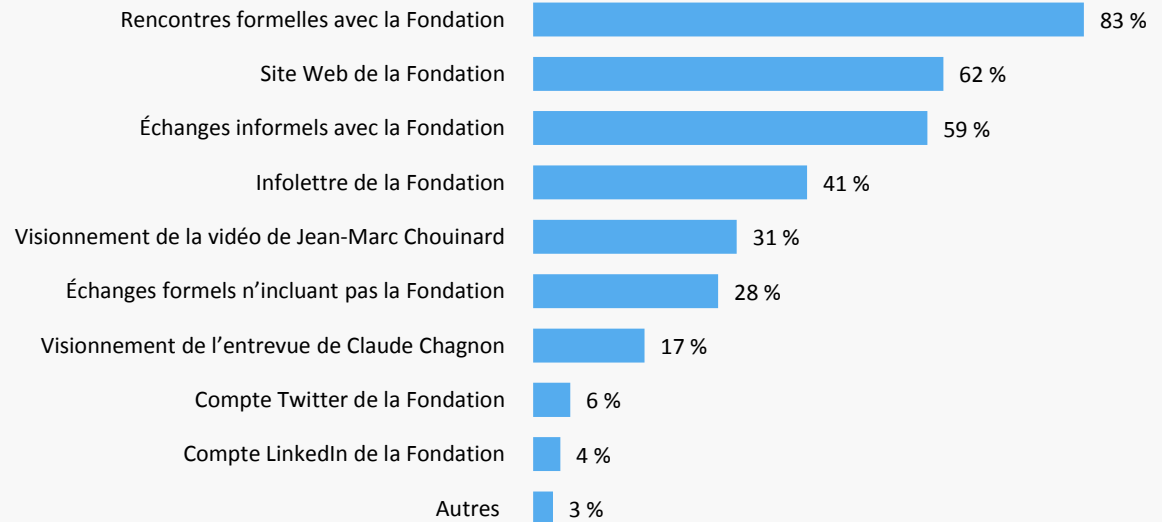
A entendu parler des nouvelles orientations



Base : ensemble des répondants (n = 240).

La manière

n = 216



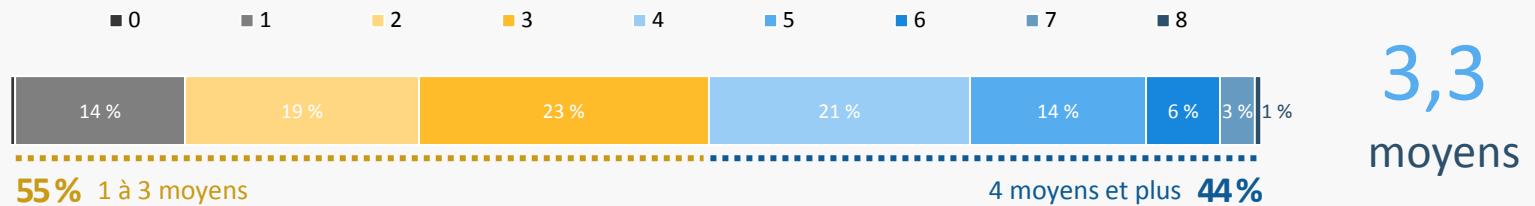
Proportion de « a entendu parler » plus élevée dans les sous-groupes suivants :

- Organismes de concertation (100 %);
- Parties prenantes rencontrées (98 % c. non rencontrées : 79 %).

QD1 Avez-vous entendu parler de ces nouvelles orientations?

QD2 De quelle(s) manière(s) en avez-vous entendu parler?

La somme des manières dont ils en ont entendu parler



Les sous-groupes suivants en ont entendu parler d'un plus grand nombre de manières :

- Répondants travaillant à l'échelle de plus d'une région administrative (4,4 c. d'une région administrative : 3,5, de l'ensemble du Québec : 3,3, de l'échelle locale : 2,7 et autre : 3,7);
- Répondants en contact avec la Fondation une fois par mois ou plus (3,9 et 6 à 10 fois par année : 3,9 c. 2 à 5 fois par année : 3,4 et une fois par année ou moins : 2,2).

QD3 Qu'avez-vous retenu, dans vos propres mots, de ces nouvelles orientations? Si vous aviez à les résumer à quelqu'un qui n'y a pas été exposé, que lui diriez-vous?

La compréhension des nouvelles orientations s'avère juste, riche et raffinée

L'approche collaborative	55 %
La concertation des partenaires du milieu / l'importance de l'action collective	26 %
À l'écoute des besoins du milieu / approche personnalisée selon les besoins	21 %
Ouverture à travailler avec les communautés / proximité avec les communautés	10 %
Agit davantage au niveau macro / actions globales	2 %
L'appui aux réseaux	23 %
Soutien aux réseaux / accompagnement	23 %
La réussite des jeunes (en milieux défavorisés)	22 %
Prévention de la pauvreté en lien avec la réussite scolaire	15 %
Projets innovateurs / en lien avec le développement des enfants	4 %
En soutien des organismes / actions déjà en place	20 %
La Fondation supportera ceux qui aident plutôt que d'agir soi-même / en soutien	13 %
Part de l'expertise des acteurs du milieu pour co-construire une entente de partenariat	4 %
Une vision par territoire	11 %
Nouvelle approche par territoire / soutien aux territoires	10 %
La stratégie de financement	10 %
Autonomie dans les décisions de financement	2 %
Changement d'approche dans l'octroi de financement	2 %
Une organisation apprenante	5 %
Les trois axes ciblés	4 %
Les orientations se divisent en trois axes : territoires, réseaux, ressources	2 %
Rôle de levier financier (réseaux, territoires, ressources)	2 %
Les projets retirés	3 %
Il n'y aura plus de grands fonds en collaboration avec le gouvernement	2 %
Un effet structurant	2 %
Autre	11 %
Je ne sais pas	8 %

Nombre de mentions plus élevé par thématique dans les sous-groupes suivants :

1. L'approche collaborative

- Répondants travaillant à l'échelle de l'ensemble du Québec (62 % c. d'une région administrative : 53 %, de plus d'une région administrative : 45 %, locale : 53 % et autre : 62 %).

2. L'appui aux réseaux

- Répondants ayant entre 18-44 ans (32 % c. 55 ans et plus : 23 % et entre 45-54 ans : 15 %).

3. Une vision par territoire

- Représentants d'organismes de concertation (26 %).

3. La stratégie de financement

- Répondants travaillant à l'échelle d'une région administrative (20 % c. plus d'une région administrative : 12 %, de l'ensemble du Québec : 8 %, locale : 2 % et autre : 10 %).

5. Une organisation apprenante

- Répondants dont la relation dure depuis entre 6 et 10 ans (11 % c. entre 3 et 5 ans : 5 %, 2 ans et moins : 2 % et plus de 10 ans : 0 %).

6. Les projets retirés

- Répondants travaillant à l'échelle locale (8 % c. de plus d'une région administrative : 7 %, d'une région administrative : 2 %, de l'ensemble du Québec : 1 % et autre : 0 %).

7. Un effet structurant

- Répondants travaillant à l'échelle d'une région administrative (7 % c. de l'ensemble du Québec : 2 %, de plus d'une région administrative : 0 %, locale : 0 % et autre : 0 %).


3,6 mentions

Note : question ouverte ne proposant aucun choix de réponse. Seules les mentions de 2 % et plus sont présentées dans ce tableau.

Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations (n = 216).



Fondation Lucie
et André Chagnon



La perception générale des
nouvelles orientations

Les répondants appuient massivement la Fondation dans ses nouvelles orientations

- L'**adhésion aux nouvelles orientations est très forte**. La **vaste majorité** des répondants sondés (85 %) considèrent qu'avec ses nouvelles orientations, la Fondation **évolue dans la bonne direction**.
- En outre, le **niveau de réserve** à l'égard de ce changement semble **peu élevé**. En effet, un peu moins d'un répondant sur dix (9 %) n'est pas mesure de se prononcer sur cette question, laissant croire qu'ils réservent leur opinion en attendant de « vivre » les nouvelles orientations.

Les changements influencent positivement les perceptions

- De façon générale, **près des deux tiers des répondants** (63 %) indiquent que, depuis cette annonce, leur perception de la Fondation est maintenant **plus favorable**, 34 % affirmant qu'elle est « beaucoup plus favorable » et 29 % qu'elle est « un peu plus favorable ».
 - D'ailleurs, parmi les quelques rares personnes ayant indiqué en début de questionnaire avoir une perception défavorable de la Fondation (3 %), la moitié (51 %) indique maintenant en avoir une opinion plus favorable.
 - L'ensemble de ceux affirmant avoir une opinion plus favorable apprécie principalement **l'approche collaborative** (38 %), c'est-à-dire que la Fondation est à l'écoute des besoins et qu'elle collabore davantage, le fait qu'ils la perçoivent comme une **organisation apprenante** (26 %) et qu'elle agit à **titre d'appui aux réseaux et aux organismes** (18 %).
- Un peu plus du **tiers** (34 %) **affirment que leur opinion demeure inchangée**. Parmi ceux-ci...
 - ...une forte majorité (90 %) entretenaient auparavant une opinion favorable.
 - ...13 % se disent dans l'attente de résultats ou éprouvent des difficultés à percevoir les impacts des nouvelles orientations.

Une combinaison enviable : une forte adhésion à un changement majeur

85 %

jugent qu'elle évolue dans
la bonne direction

63 %

ont une opinion plus
favorable

Malgré le fait que...

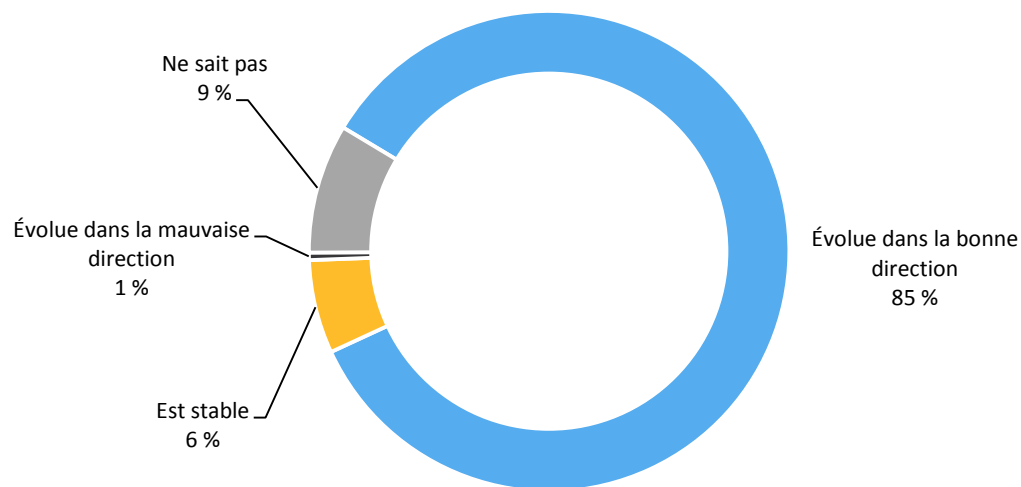
87 %

perçoivent les nouvelles orientations
comme un changement important

- Aux yeux de la grande majorité (87 %), les **nouvelles orientations apparaissent comme un changement important**. La plupart (61 %) les qualifient de « gros changement », alors qu'un quart des répondants (25 %) les perçoivent comme un « virage majeur ».
- Une si **forte adhésion** à un changement d'une telle **importance** est une situation idéale et plutôt rare.

QE1 Avec ses nouvelles orientations, considérez-vous que la Fondation...

Les répondants appuient massivement la Fondation dans ses nouvelles orientations



Proportion de « évolue dans la bonne direction » plus élevée dans les sous-groupes suivants :

- Répondants travaillant à l'échelle de l'ensemble du Québec (91 % c. à l'échelle locale : 80 %, une ou plusieurs régions administratives : 79 % et autre : 71 %);
- Organismes soutenus présentement (96 %);
- Répondants recevant du financement actuellement (91 % c. jamais : 84 % et par le passé : 77 %).



Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations (n = 216).

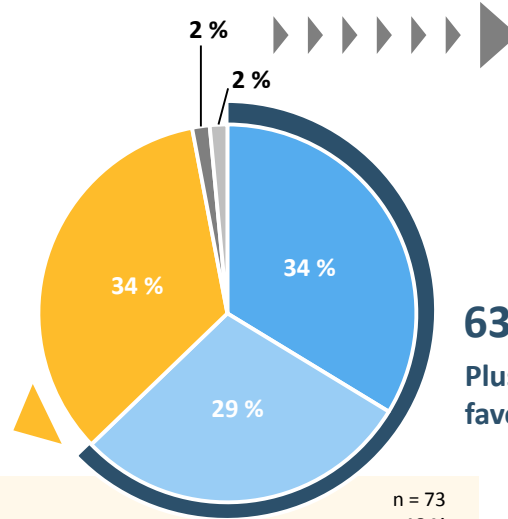
QE2 Depuis cette annonce, est-ce que votre perception personnelle de la Fondation a changé? Est-elle maintenant...

QE3 Qu'est-ce qui vous amène à avoir cette perception?

Les changements influencent positivement les perceptions

Perception de la Fondation

- Beaucoup plus favorable
- Un peu plus favorable
- Est demeurée inchangée
- Un peu moins favorable
- Je ne sais pas



63 %
Plus favorable

Les raisons (verbatim) – OPINION DÉFAVORABLE

n = 3

- « Le fait qu'avec cette nouvelle méthode, l'argent pourrait davantage servir à payer des frais de gestion comparativement à l'ancien modèle. »
- « Elle ne devrait pas favoriser un seul modèle de développement. Elle devrait conserver une capacité d'agir directement. »
- « C'est ma lecture / mon analyse de la nouvelle orientation philanthropique, simplement. »

Les raisons – OPINION FAVORABLE

n = 137

- | Raison | Pourcentage |
|--|-------------|
| L'approche collaborative | 38 % |
| Les besoins sont pris en considération / à l'écoute de nos besoins | 22 % |
| Notions de collaboration / co-construction / rien d'imposé | 17 % |
| Une organisation apprenante | 26 % |
| La Fondation a été capable de s'ajuster / de réajuster le tir | 12 % |
| Regard réflexif sur l'évolution de la FLAC / en évolution | 3 % |
| Notions d'apprentissage | 2 % |
| L'appui aux réseaux / organismes | 18 % |
| Tient davantage compte des forces existantes / expertise dans les milieux | 9 % |
| Désir de se rapprocher des communautés / soutenir | 6 % |
| Plus proche du terrain | 2 % |
| Soutien pour donner de l'autonomie aux organisations | 2 % |
| L'indépendance de la Fondation | 12 % |
| Approche plus souple / moins gouvernementale | 11 % |
| La clarté des initiatives | 4 % |
| Clarté des objectifs / orientations | 2 % |
| La vision globale | 3 % |
| La stratégie de financement | 3 % |
| La communication | 3 % |
| L'impact méconnu | 3 % |
| Difficile de percevoir les impacts des nouvelles orientations sur les enjeux | 3 % |
| Une vision par territoire / milieu | 3 % |
| Le rôle général de la Fondation | 2 % |
| Les projets ciblés | 2 % |
| La réussite des jeunes (en milieux défavorisés) | 2 % |
| Autre | 9 % |
| Je ne sais pas | 11 % |

Les raisons – OPINION INCHANGÉE

n = 73

- | Raison | Pourcentage |
|--|-------------|
| Le rôle général de la Fondation | 18 % |
| Garde le cap sur la mission | 6 % |
| Fondation importante dans le développement social et économique au Québec | 4 % |
| Fondation toujours impliquée | 4 % |
| En attente des résultats | 13 % |
| Doute que le changement ait un impact majeur dans les communautés | 6 % |
| Difficile de percevoir les impacts des nouvelles orientations sur les enjeux | 4 % |
| Une organisation apprenante | 10 % |
| La Fondation a été capable de s'ajuster / de réajuster le tir | 5 % |
| L'appui aux réseaux / organismes | 7 % |
| Désir de se rapprocher des communautés / soutenir | 2 % |
| L'approche collaborative | 4 % |
| Notions de collaboration / co-construction / rien d'imposé | 3 % |
| Les projets ciblés | 3 % |
| La vision globale | 3 % |
| La clarté des initiatives | 2 % |
| Autre | 10 % |
| Rien en particulier | 16 % |
| Je ne sais pas | 26 % |

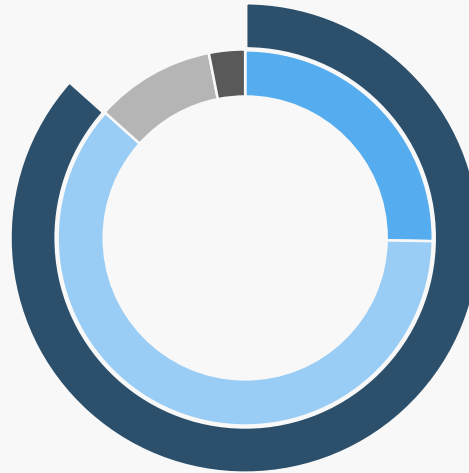
Note : seules les mentions de 2 % et plus sont présentées dans ces tableaux.

Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations (n = 216).

QE6 Personnellement, ces nouvelles orientations vous apparaissent-elles comme...?

Une combinaison enviable : une forte adhésion à un changement majeur

- Un virage majeur 25 %
- Un gros changement 61 %
- Un changement mineur 10 %
- Un léger ajustement 3 %



87 %

Un grand
changement


Proportion de « virage majeur » plus élevée dans les sous-groupes suivants :

- Répondants recevant du financement actuellement (35 % c. par le passé : 20 % et jamais : 18 %).





Fondation Lucie
et André Chagnon



La perception générale comparée
de la Fondation

Des associations spontanées en lien avec la nature de la relation, l'attitude et le caractère innovant de la Fondation

- Lorsqu'invités à nommer spontanément les **trois mots reflétant le mieux leur perception actuelle** de la Fondation, à l'aide d'une question ouverte ne proposant aucun choix de réponse, les termes employés s'avèrent **largement positifs**.
- Ces mots se regroupent principalement sous **trois grandes thématiques** :

- | | | |
|----|-------------------------------------|---|
| 1. | ▶ L'attitude de la Fondation | <ul style="list-style-type: none"> Plusieurs répondants utilisent des mots qualifiant l'attitude de la Fondation, la jugeant ouverte, à l'écoute, respectueuse, audacieuse, apprenante, etc. |
| 2. | ▶ La nature de la relation | <ul style="list-style-type: none"> Plusieurs choisissent des mots qui reflètent la relation qu'ils entretiennent avec elle : partenaire, collaborateur, soutien, accompagnement, etc. |
| 3. | ▶ L'innovation | <ul style="list-style-type: none"> Plusieurs associent la Fondation à l'innovation comme en témoignent les mentions suivantes : innovante, visionnaire, adaptation, volonté, changement, etc. |

- Seuls quelques rares répondants mentionnent des mots associés à la mission et aux orientations de la Fondation.

Des gains perceptuels majeurs découlant de ses nouvelles orientations

- De manière assistée, le bilan à l'égard de la Fondation est **tout aussi positif**. Depuis l'annonce des nouvelles orientations, un grand nombre de **perceptions positives se sont fortement accentuées**, tandis que plusieurs **perceptions négatives se sont sensiblement atténuées**. Le tableau suivant présente les **gains perceptuels les plus importants** (≥ 10 points de pourcentage).

La Fondation est maintenant PLUS...

✓ Apprenante	+ 39	✓ Transparente	+ 17
✓ À l'écoute	+ 36	✓ Facilitante	+ 17
✓ Collaborative	+ 32	✓ Souple	+ 16
✓ Respectueuse	+ 23	✓ Pertinente	+ 15
✓ Cohérente	+ 18	✓ Solidaire	+ 11

La Fondation est maintenant MOINS...

× Interventionniste	- 34
× Rigide	- 26
× Contrôlante	- 24
× Exigeante	- 20
× Distante	- 12

- Cela dit, une proportion non négligeable de répondants (16 %) la perçoivent encore aujourd'hui comme étant **ambiguë**, une perception qui n'est guère plus favorable qu'avant l'annonce (19 %).
- Cette perception d'ambiguïté s'avère plus marquée parmi les représentants d'organismes de concertation (33 %) et les répondants ayant entre 18 et 44 ans (25 %).

Un niveau de clarté et de transparence perfectible

- De façon cohérente avec la perception d'ambiguïté tout juste soulevée, la perception de la Fondation au plan de la **clarté** et de la **transparence** de ses nouvelles orientations s'avère **perfectible**. Ces deux indicateurs affichent des résultats un peu moins reluisants que les trois autres (pertinence, cohérence et légitimité).

1. La clarté

7,5/10

- Près du quart (22 %)** des répondants **attribuent des notes variant entre 1 et 6** (où 1 signifie *confuses* et 10 signifie *claires*), jugeant ainsi les nouvelles orientations plutôt **confuses**.
- Le degré de confusion tend à décroître selon le nombre de manières différentes dont on a entendu parler des nouvelles orientations.

2. La transparence

7,8/10

- Moins de deux répondants sur dix (17 %)** estiment que les orientations **sont opaques** (notes de 1 à 6, sur une échelle de 1 à 10 où 1 signifie *opaques* et 10 *transparentes*), laissant planer un certain doute sur les intentions de la Fondation.
- À l'instar du point précédent, la perception d'opacité tend à décroître selon le nombre de manières différentes dont on a entendu parler des nouvelles orientations.

- Ces résultats mettent en lumière l'importance de poursuivre les **efforts formels de communication** afin d'assurer une bonne **compréhension** et **limiter les doutes** qui pourraient perdurer quant à la transparence des orientations de la Fondation. Ils confirment également l'importance de la multiplicité des sources.
- D'un point de vue plus positif, plus de quatre répondants sur dix estiment les nouvelles orientations particulièrement **légitimes** (48 %), **pertinentes** (42 %) et **cohérentes** (40 %), leur attribuant des notes de 9 ou 10.

Un niveau de clarté et de transparence perfectible (suite)

- Afin de cerner les raisons justifiant les notes moins élevées attribuées à la clarté et la transparence des nouvelles orientations, de courtes entrevues téléphoniques ont été menées auprès des répondants ayant attribué une note inférieure à 7 sur 10 à l'une de ces questions.
- Les raisons évoquées pour expliquer le manque de clarté et le manque de transparence des orientations sont **étroitement liées** et les thèmes sont donc **très similaires**. Elles se détaillent ainsi* :

1. La clarté

- La **majorité des répondants** contactés estiment que la présentation à laquelle ils ont assisté était trop **théorique** et centrée sur les **grands principes**. À leurs yeux, des **exemples concrets** de la mise en action de ces nouvelles orientations et quelques **chiffres** auraient rehaussé la clarté au propos. Du coup, il leur paraît difficile de percevoir les **impacts réels** des changements.
- Quelques rares répondants restent avec des **questionnements** en lien avec la proportion des revenus versée aux organismes c. celle affectée aux frais administratifs et le type d'organismes ou de programmes qui sera dorénavant soutenu.
- Plusieurs raisons sont isolées, n'étant évoquées que par un seul interlocuteur : la difficulté de **circonscrire le « terrain de jeu »** (mandat trop vaste), la **quantité d'informations** présentée, le niveau de **langage employé jugé peu accessible** et la difficulté de **percevoir les différences** entre les anciennes et les nouvelles orientations.

2. La transparence

- Le manque de **transparence** est occasionné principalement par le **manque d'exemples concrets de la mise en action** et une **présentation jugée trop théorique**. Ces répondants éprouvent donc de la difficulté à percevoir les impacts réels des nouvelles orientations.
- La transparence et la clarté sont grandement soutenues par le **choix de la terminologie**. Quelques répondants y font référence directement. Ainsi, certains mots clés manqueraient de clarté et le vocabulaire est parfois difficile à comprendre ou jugé peu accessible.



* En raison de la nature qualitative de ce volet téléphonique (clarté : n = 19 / transparence : n = 13), les résultats obtenus **ne peuvent être généralisés**, de manière statistique, aux différentes cibles.

QF1 Quels sont les trois mots qui reflètent le mieux la perception que vous avez présentement de la Fondation?

Des associations spontanées en lien avec la nature de la relation, l'attitude et le caractère innovant de la Fondation



Note : question ouverte ne proposant aucun choix de réponse. Seules les mentions de 2 % et plus sont présentées dans ce nuage de mots.

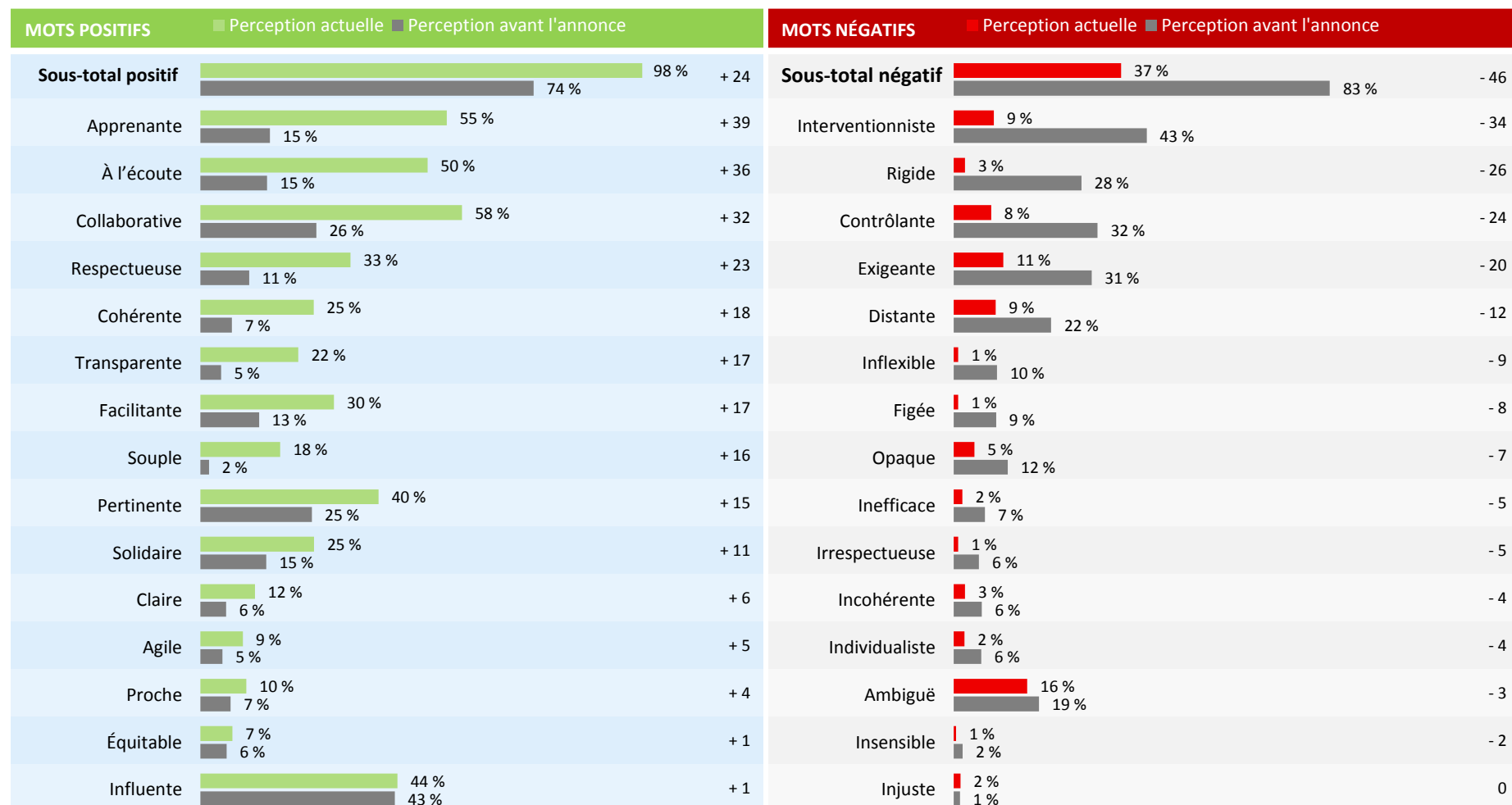
Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations excluant les « Ne sait pas » (n = 211).

Les mots qui reflètent le mieux la perception actuelle de la Fondation (mentions assistées)

QF3 Parmi la liste de mots suivante, sélectionnez tous ceux qui reflètent le mieux la perception que vous avez **présentement** de la Fondation?

QF4 Parmi la liste de mots suivante, sélectionnez tous les mots qui reflètent le mieux la perception que vous aviez de la Fondation **avant l'annonce** de ses nouvelles orientations?

Des gains perceptuels majeurs découlant de ses nouvelles orientations



Note : les graphiques ci-dessus présentent la liste complète des mots présentés aux répondants (total de 30 mots : 15 positifs et 15 négatifs).

Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations (n = 216).

Les mots qui reflètent le mieux la perception actuelle de la Fondation (mentions assistées) (suite)

QF3 Parmi la liste de mots suivante, sélectionnez tous ceux qui reflètent le mieux la perception que vous avez **présentement** de la Fondation?

Différences significatives au niveau des perceptions actuelles

MOTS POSITIFS			MOTS NÉGATIFS		
	Total	Différences significatives au sein des sous-groupes		Total	Différences significatives au sein des sous-groupes
Sous-total positif	98 %	Répondants dont les bureaux se situent à Montréal (100 %).	Sous-total négatif	37 %	Organismes soutenus en date du 1er janvier 2015 et/ou depuis (55 %); Organismes soutenus présentement (41 %).
Collaborative	58 %	Répondants ayant des contacts une fois par mois ou plus (75 %); Hommes (66 %).	Ambiguë	16 %	Organismes de concertation (33 %); Répondants ayant entre 18 et 44 ans (25 %).
Apprenante	55 %	Répondants ayant des contacts une fois par mois ou plus (67 %).	Exigeante	11 %	Organismes soutenus en date du 1er janvier 2015 et/ou depuis (26 %). Répondants travaillant à l'échelle d'une région administrative (24 %); Organismes de concertation (24 %); Répondants dont les bureaux se situent ailleurs qu'à Mtl ou Qc (18 %); Parties prenantes rencontrées (13 %).
À l'écoute	50 %	Répondants étant en relation depuis 3 à 5 ans (62 %); Répondants recevant actuellement du financement (61 %).	Distante	9 %	Répondants dont les bureaux se situent ailleurs qu'à Mtl ou Qc (18 %); Parties prenantes rencontrées (13 %).
Influente	44 %	s.o.	Interventionniste	9 %	Répondants dont les bureaux se situent à Montréal (13 %).
Pertinente	40 %	Répondants étant en relation depuis 3 à 5 ans (51 %).	Contrôlante	8 %	Répondants n'ayant jamais reçu de financement (16 %).
Respectueuse	33 %	Organismes soutenus présentement (56 %); Répondants ayant des contacts une fois par mois ou plus (50 %); Répondants recevant actuellement du financement (43 %).	Opaque	5 %	s.o.
Facilitante	30 %	Répondants ayant des contacts une fois par mois ou plus (45 %); Organismes soutenus présentement (42 %).	Incohérente	3 %	Répondants ayant entre 18 et 44 ans (6 %); Parties prenantes non rencontrées (5 %).
Cohérente	25 %	s.o.	Rigide	3 %	Organismes philanthropiques (8 %).
Solidaire	25 %	Hommes (33 %); Répondants travaillant à l'échelle de l'ensemble du Québec (32 %); Répondants dont les bureaux se situent à Montréal (31 %).	Injuste	2 %	s.o.
Transparente	22 %	s.o.	Inefficace	2 %	Répondants travaillant à l'ensemble du Québec (4 %).
Souple	18 %	Organismes soutenus présentement (34 %); Organismes de concertation (32 %); Répondants recevant actuellement du financement (27 %); Répondants dont les bureaux se situent ailleurs qu'à Mtl ou Qc (25 %).	Individualiste	2 %	Répondants ayant entre 18 et 44 ans (6 %); Répondants n'ayant jamais reçu de financement (6 %).
Claire	12 %	s.o.	Figée	1 %	Organismes soutenus en date du 1er janvier 2015 et/ou depuis (6 %); Répondants ayant entre 18 et 44 ans (3 %).
Proche	10 %	Répondants travaillant à l'échelle locale (23 %); Organismes soutenus présentement (20 %).	Irrespectueuse	1 %	Répondants ayant entre 18 et 44 ans (3 %).
Agile	9 %	s.o.	Insensible	1 %	Organismes philanthropiques (3 %).
Équitable	7 %	Hommes (11 %).	Inflexible	1 %	Répondants n'ayant jamais reçu de financement (3 %).

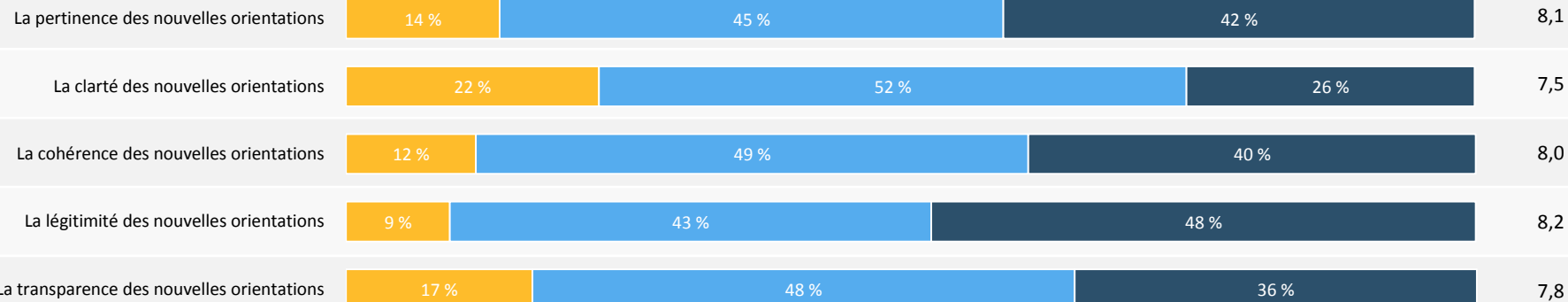
QF5 Les nouvelles orientations de la Fondation sont...

Un niveau de clarté et de transparence perfectible



■ % 1 à 6 ■ % 7-8 ■ % 9-10

Moyenne



La performance moyenne est moins élevée dans les sous-groupes suivants :

- La pertinence : les femmes (7,9);
- La clarté : les répondants travaillant à l'échelle d'une région administrative (6,9), les organismes ayant reçu du financement par le passé (7,1) et les femmes (7,3);
- La cohérence : les femmes (7,8);
- La légitimité : les femmes (8,1);
- La transparence : les répondants en contact une fois par année ou moins (7,3), ceux dont la relation date de moins de 2 ans (7,3) et ceux travaillant à l'échelle d'une région administrative (7,4).

Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations (n = 216).



- Afin de cerner les raisons justifiant les notes moins élevées attribuées aux énoncés portant sur la clarté et la transparence, de courtes **entrevues téléphoniques complémentaires** ont été menées, du 28 juin au 5 juillet 2018, auprès des **répondants ayant donné une note inférieure à 7 sur 10**.
- La démarche ciblait **trois profils de répondants**, soit ceux ayant indiqué une note inférieure à 7 sur 10...
 1. aux deux énoncés sur la **clarté ET la transparence** (11 sur 27 ont été rejoints);
 2. seulement à l'énoncé sur la **clarté** (8 sur 21 ont été rejoints);
 3. seulement à l'énoncé sur la **transparence** (2 sur 8 ont été rejoints).
- Au total, **21 personnes** parmi les 56 répondants ciblés ont complété l'entrevue.

Qu'est-ce qui explique que les nouvelles orientations de la Fondation manquent de clarté selon vous?

Raisons justifiant le manque de clarté (n = 19*)

Le manque d'exemples concrets de la mise en action / la présentation trop théorique / dans les grands principes	8
La difficulté de percevoir les impacts réels	3
Les orientations sont très différentes d'avant	1
Il est difficile de voir quel type de concertation peut être financé	1
L'impression que certains vont perdre un partenaire majeur	1
Le pourcentage du revenu qui sera injecté à l'organisme versus les frais administratifs	1
Le mandat paraît trop vaste / la difficulté à circonscrire le terrain de jeu	1
La quantité d'information fournie	1
La difficulté de percevoir la différence entre les anciennes et les nouvelles orientations	1
Le manque de temps pour s'informer sur les orientations	1
Les orientations sont claires au niveau national mais pas au niveau régional et local	1
Les communautés et organismes ne partagent pas toujours les termes	1
Le langage de la documentation pourrait être plus accessible	1
L'impression que l'argent sera moins versé dans la réalisation de programmes ou activités pour soutenir les jeunes	1
L'investissement dans les anciens programmes (ex. : Québec en forme) n'est pas clair	1
Le souvenir peu précis des orientations	1



*Le nombre de mentions peut excéder la taille de l'échantillon puisqu'un même répondant pouvait indiquer plus d'un élément de réponse.

Note : les résultats doivent être interprétés avec précaution en raison de la petite taille d'échantillon (n < 30).

Base : répondants ayant indiqué que les nouvelles orientations manquent de clarté (n = 19).

Qu'est-ce qui explique que les nouvelles orientations de la Fondation manquent de transparence selon vous?

Raisons justifiant le manque de transparence (n = 13*)

Le manque d'exemples concrets de la mise en action / la présentation trop théorique / dans les grands principes	3
La difficulté de percevoir les impacts réels	2
Le manque de détail	1
Ne sait pas concrètement quels projets / organismes peuvent être appuyés	1
L'utilisation de « mots clés » qui manquent de clarté	1
Le pourcentage du revenu qui sera injecté à l'organisme versus les frais administratifs	1
Laisse entendre que certains organismes avec plus de pouvoir peuvent avoir une influence sur les orientations	1
Le mandat paraît trop vaste	1
La difficulté de percevoir la différence entre les anciennes et les nouvelles orientations	1
Le souvenir peu précis des orientations	1
Le langage de la documentation pourrait être plus accessible	1
Le processus des trois dernières années pour en arriver à ces nouvelles orientations	1



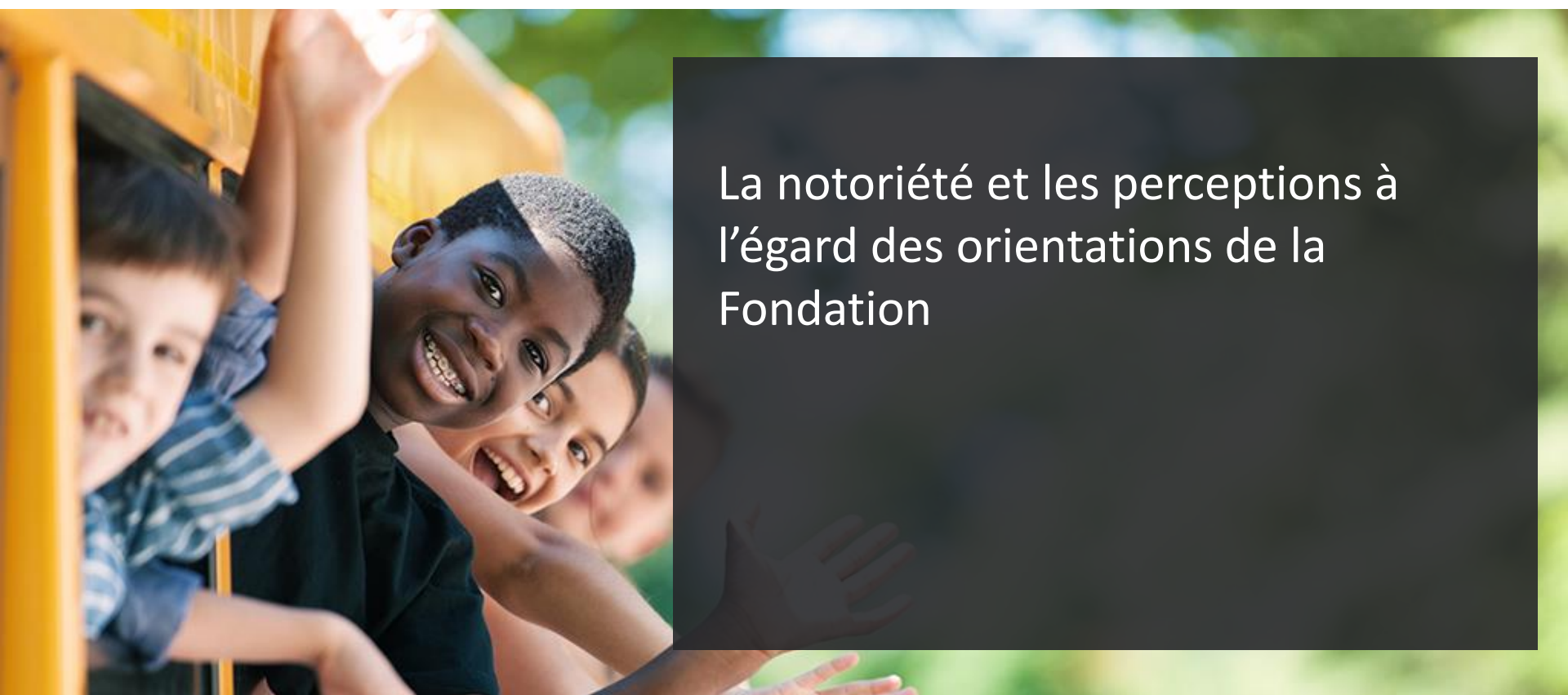
*Le nombre de mentions peut excéder la taille de l'échantillon puisqu'un même répondant pouvait indiquer plus d'un élément de réponse.

Note : les résultats doivent être interprétés avec précaution en raison de la petite taille d'échantillon (n < 30).

Base : répondants ayant indiqué que les nouvelles orientations manquent de transparence (n = 13).



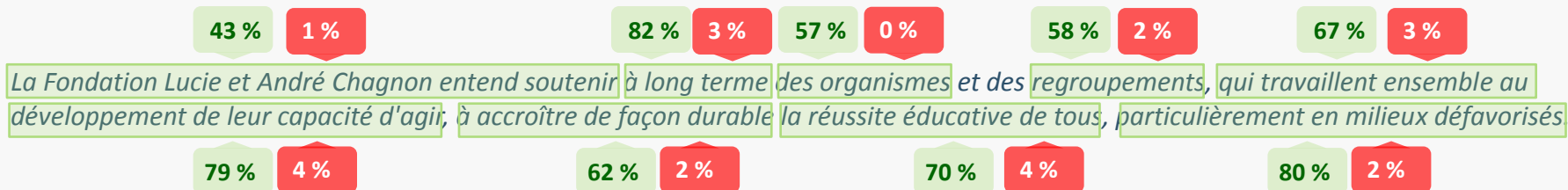
Fondation Lucie
et André Chagnon



La notoriété et les perceptions à
l'égard des orientations de la
Fondation

Une forte adhésion à l'orientation générale de la Fondation et à l'ensemble de ses constituantes

- L'orientation générale de la Fondation est **fortement endossée** par les interlocuteurs, et ce, dans son intégralité : plus de la moitié des répondants à l'étude adhère explicitement à la quasi-totalité des passages identifiés, tandis qu'une infime proportion n'y adhère pas :



-- % -- % **Légende** : les boîtes vertes indiquent le pourcentage d'interlocuteurs sondés adhérant aux différents passages de l'orientation générale de la Fondation. Les boîtes rouges indiquent la proportion de ceux n'y adhérant pas.

- Plus spécifiquement, ils adhèrent tout particulièrement aux passages abordant...

1  **La durée**
Long terme (82 %)

2  **La cible**
Particulièrement en milieux défavorisés (80 %)

3  **L'approche**
Développement de leur capacité d'agir (79 %)

Une forte notoriété et un endossement important des nouvelles orientations

- La **grande majorité des répondants dit avoir entendu parler spécifiquement des nouvelles orientations de la Fondation**. En effet, les **taux de notoriété** des huit (8) énoncés présentés **varient entre 81 % et 99 %**.
- En plus d'être connues, ces orientations suscitent une **forte adhésion** : le niveau d'accord avec chacun des énoncés oscille entre 94 % et 99 %. Trois orientations se démarquent par l'intensité de l'adhésion qu'elles suscitent (% tout à fait d'accord) :
 - La Fondation entend **reconnaitre l'expertise** des organismes / du terrain (84 % tout à fait d'accord);
 - La Fondation vise à **soutenir, mais sans prescrire ses solutions** (76 %);
 - La Fondation vise à développer la **capacité d'agir** de ses partenaires (75 %).

Une adhésion quasi-unanime aux orientations liées à la dynamique de travail, mais une notoriété perfectible

- **Tous adhèrent aux cinq (5) orientations liées à la dynamique de travail**, mais celles-ci mériteraient d'être davantage communiquées car elles sont relativement moins connues que les orientations générales.

La notoriété

- La notoriété à l'égard des **différentes orientations** liées à la dynamique de travail est modérée. En effet, les niveaux varient entre **73 % et 87 %**, ce qui est légèrement moins élevé que les orientations générales.

L'adhésion

- Quant à l'adhésion, elle est **quasi-unanime**. En effet, sur 4 des 5 énoncés, presque tous les répondants (99 %) se disent d'accord avec l'affirmation.
 - Un seul énoncé enregistre une performance moindre, bien que très positive, soit « La Fondation entend axer l'évaluation des projets plus sur **les apprentissages** que sur une reddition de comptes des effets sur la population » (92 %).

Certaines craintes ressenties quant à l'impact des nouvelles orientations sur la pérennité des organismes soutenus

- De façon générale, la quasi-totalité des interlocuteurs sondés est d'avis que la Fondation se montre à **l'écoute** et qu'elle a **appris de ses erreurs et tenu compte des critiques** (95 %).
- Cela dit, une proportion appréciable des répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations éprouvent des **craintes quant à l'impact** de ce changement sur les services rendus et les organismes soutenus :
 1. D'abord, plus de la moitié (57 %) estiment que les nouvelles orientations risquent de **mettre en péril certains services rendus** ou certains **projets**.
 - Cette crainte est plus présente parmi les répondants dont les bureaux sont situés à Montréal (71 %) et les organismes non soutenus présentement (61 %).
 2. En outre, plus du quart (26 %) jugent qu'avec ses nouvelles orientations, la Fondation **abandonne les organismes qui comptaient sur son financement**.
 - Cette proportion grimpe à 38 % parmi les répondants en relation avec la Fondation depuis deux ans ou moins.

QGO Dans le texte ci-dessous... Cliquez 1 fois sur les éléments auxquels vous adhérez (le texte se surlignera en vert). Cliquez 2 fois sur les éléments auxquels vous n'adhérez pas (le texte se surlignera en rouge).

« La Fondation Lucie et André Chagnon entend soutenir à long terme des organismes et des regroupements, qui travaillent ensemble au développement de leur capacité d'agir, à accroître de façon durable la réussite éducative de tous, particulièrement en milieux défavorisés. »

Une forte adhésion à l'orientation générale de la Fondation et à l'ensemble de ses constituantes

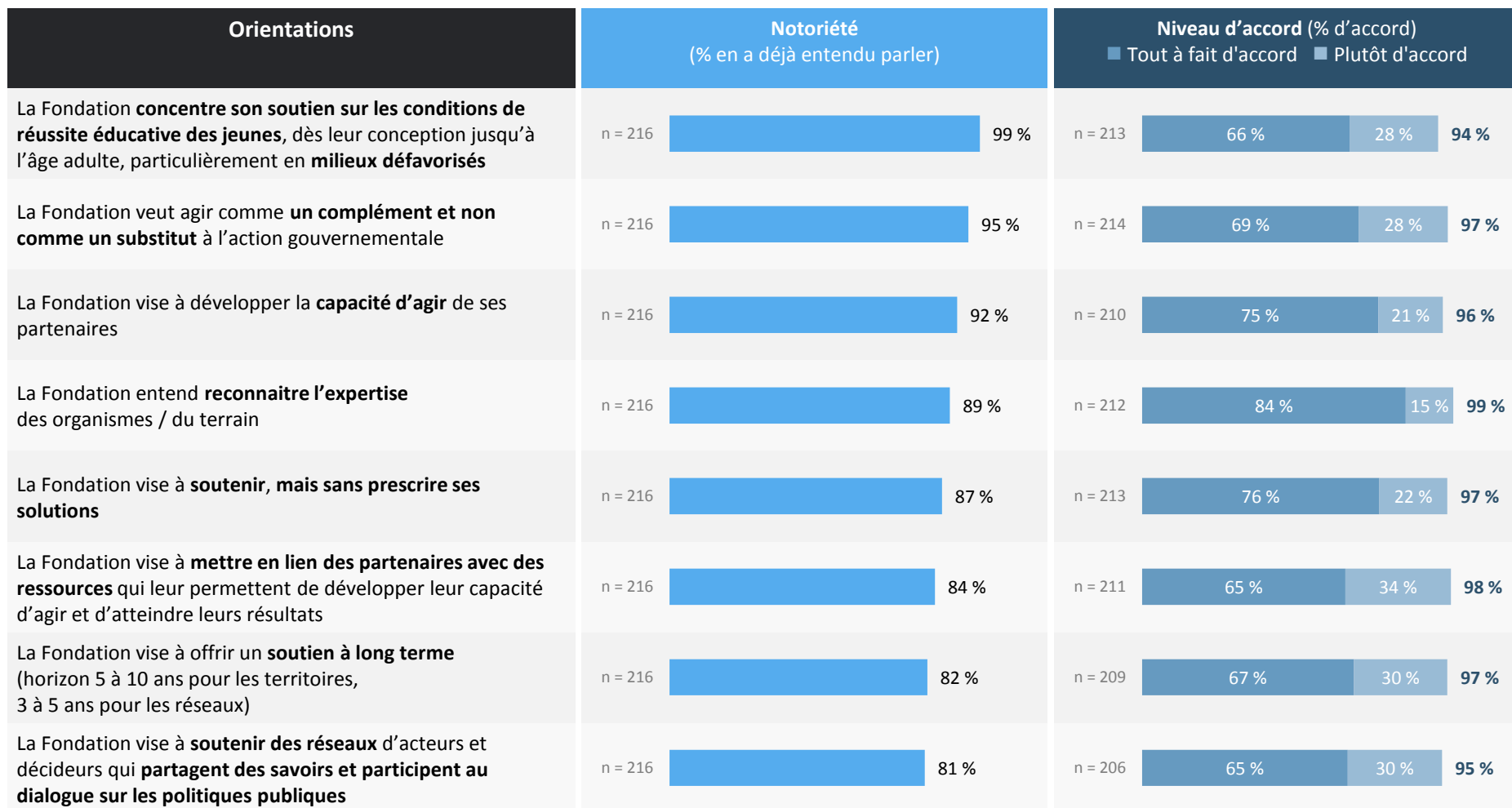
	N'adhère pas	Adhère
<i>La Fondation Lucie et André Chagnon entend soutenir</i>	1 %	43 %
<i>à long terme</i>	3 %	82 %
<i>des organismes</i>	0 %	57 %
<i>des regroupements</i>	2 %	58 %
<i>qui travaillent ensemble</i>	3 %	67 %
<i>au développement de leur capacité d'agir</i>	4 %	79 %
<i>à accroître de façon durable</i>	2 %	62 %
<i>la réussite éducative de tous</i>	4 %	70 %
<i>particulièrement en milieux défavorisés</i>	2 %	80 %

Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations (n = 216).

QG_A En avez-vous déjà entendu parler?

QG_B Quel est votre niveau d'accord avec cette orientation?

Une forte notoriété et un endossement important des nouvelles orientations



Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations excluant les « Ne sait pas ».

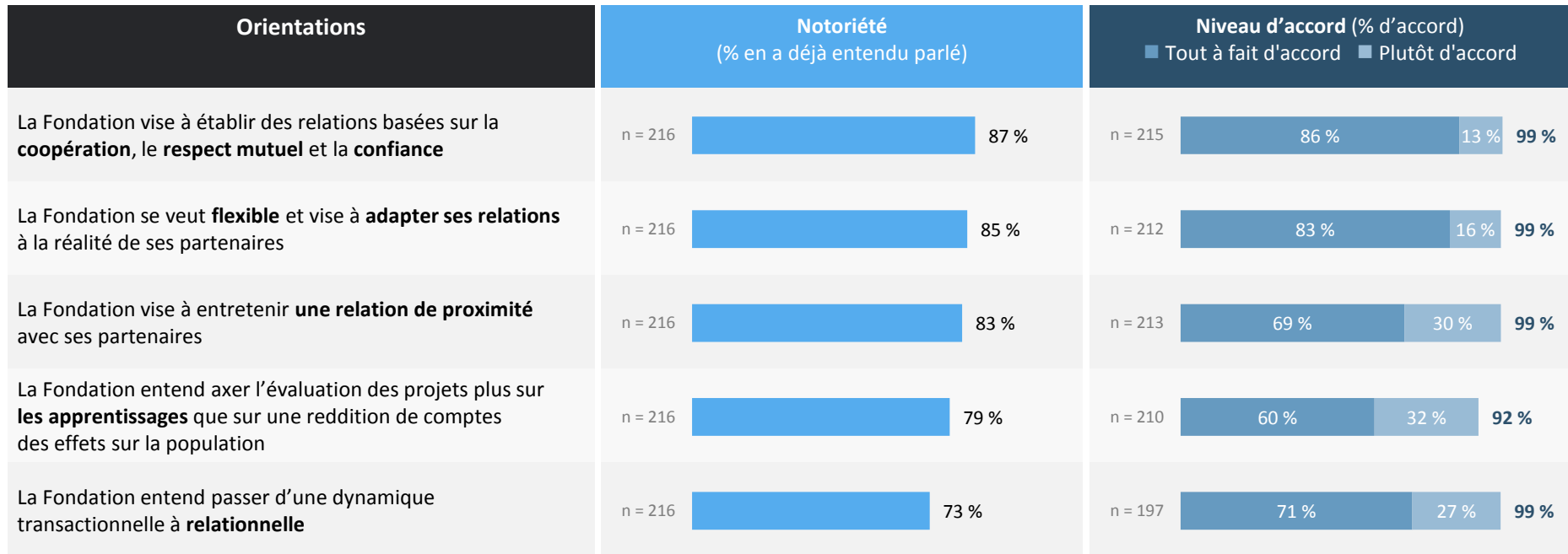
	Total n = 216	Région			Fréquence des relations avec la Fondation				Durée de la relation				A reçu du financement de la Fondation		
		Montréal n = 109	Capitale- Nationale n = 35	Ailleurs au Québec n = 72	Une fois par mois ou plus n = 53	6 à 10 fois par année n = 36	2 à 5 fois par année n = 84	Une fois par année ou moins n = 40	2 ans et moins n = 54	Entre 3 et 5 ans n = 70	Entre 6 et 10 ans n = 54	Plus de 10 ans n = 35	Jamais n = 68	Par le passé n = 60	Actuellement n = 88
La Fondation concentre son soutien sur les conditions de réussite éducative des jeunes, dès leur conception jusqu'à l'âge adulte, particulièrement en milieu défavorisés															
Notoriété	99 %	98 %	100 %	100 %	98 %	100 %	98 %	100 %	97 %	99 %	100 %	100 %	99 %	97 %	100 %
% d'accord	94 %	94 %	85 % ↓	98 %	100 % ↑	94 %	94 %	87 % ↓	94 %	96 %	98 %	86 % ↓	94 %	96 %	93 %
La Fondation veut agir comme un complément et non comme un substitut à l'action gouvernementale															
Notoriété	95 %	95 %	97 %	95 %	98 %	97 %	96 %	92 %	87 % ↓	100 % ↑	98 %	97 %	97 %	91 %	96 %
% d'accord	97 %	97 %	91 % ↓	100 %	100 %	100 %	95 %	95 %	94 %	97 %	98 %	100 %	94 % ↓	100 %	98 %
La Fondation vise à développer la capacité d'agir de ses partenaires															
Notoriété	92 %	86 % ↓	97 %	97 % ↑	93 %	95 %	91 %	90 %	89 %	91 %	94 %	94 %	91 %	90 %	93 %
% d'accord	96 %	97 %	92 %	95 %	98 %	100 %	97 %	90 % ↓	92 %	98 %	98 %	95 %	94 %	96 %	97 %
La Fondation entend reconnaître l'expertise des organismes / du terrain															
Notoriété	89 %	88 %	88 %	92 %	94 %	86 %	88 %	92 %	87 %	89 %	91 %	97 %	88 %	87 %	92 %
% d'accord	99 %	100 %	97 %	99 %	100 %	100 %	99 %	97 %	96 % ↓	100 %	100 %	100 %	98 %	100 %	99 %
La Fondation vise à soutenir, mais sans prescrire ses solutions															
Notoriété	87 %	81 % ↓	91 %	94 % ↑	90 %	88 %	86 %	84 %	82 %	87 %	96 % ↑	81 %	90 %	81 %	88 %
% d'accord	97 %	97 %	97 %	97 %	96 %	100 %	96 %	97 %	96 %	97 %	98 %	97 %	96 %	98 %	98 %
La Fondation vise à mettre en lien des partenaires avec des ressources qui leur permettent de développer leur capacité d'agir et d'atteindre leurs résultats															
Notoriété	84 %	84 %	83 %	87 %	88 %	88 %	85 %	76 %	79 %	86 %	90 %	84 %	84 %	81 %	87 %
% d'accord	98 %	100 % ↑	95 %	97 %	100 %	100 %	97 %	97 %	96 %	100 %	100 %	95 %	97 %	100 %	98 %
La Fondation vise à offrir un soutien à long terme (horizon 5 à 10 ans pour les territoires, 3 à 5 ans pour les réseaux)															
Notoriété	82 %	80 %	97 % ↑	78 %	88 %	80 %	82 %	77 %	82 %	80 %	83 %	85 %	82 %	72 % ↓	90 % ↑
% d'accord	97 %	100 % ↑	91 % ↓	96 %	100 %	100 %	94 % ↓	97 %	96 %	99 %	96 %	97 %	94 % ↓	98 %	99 %
La Fondation vise à soutenir des réseaux d'acteurs et décideurs qui partagent des savoirs et participent au dialogue sur les politiques publiques															
Notoriété	81 %	81 %	75 %	85 %	86 %	71 %	80 %	87 %	74 %	79 %	90 %	85 %	81 %	76 %	85 %
% d'accord	95 %	92 % ↓	97 %	100 % ↑	98 %	100 %	95 %	90 %	96 %	95 %	98 %	91 %	95 %	93 %	97 %

Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations excluant les « Ne sait pas ».

QG_A En avez-vous déjà entendu parler?

QG_B Quel est votre niveau d'accord avec cette orientation?

Une adhésion quasi-unanime aux orientations liées à la dynamique de travail, mais une notoriété perfectible



Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations excluant les « Ne sait pas ».

La notoriété et le niveau d'accord avec la dynamique de travail que la Fondation souhaite créer avec ses partenaires et collaborateurs (suite)

	Total n = 216	Région			Fréquence des relations avec la Fondation				Durée de la relation				A reçu du financement de la Fondation		
		Montréal n = 109	Capitale- Nationale n = 35	Ailleurs au Québec n = 72	Une fois par mois ou plus n = 53	6 à 10 fois par année n = 36	2 à 5 fois par année n = 84	Une fois par année ou moins n = 40	2 ans et moins n = 54	Entre 3 et 5 ans n = 70	Entre 6 et 10 ans n = 54	Plus de 10 ans n = 35	Jamais n = 68	Par le passé n = 60	Actuellement n = 88
La Fondation concentre son soutien sur les conditions de réussite éducative des jeunes, dès leur conception jusqu'à l'âge adulte, particulièrement en milieu défavorisés															
Notoriété	99 %	98 %	100 %	100 %	98 %	100 %	98 %	100 %	97 %	99 %	100 %	100 %	99 %	97 %	100 %
% d'accord	94 %	94 %	85 % ↓	98 %	100 % ↑	94 %	94 %	87 % ↓	94 %	96 %	98 %	86 % ↓	94 %	96 %	93 %
La Fondation veut agir comme un complément et non comme un substitut à l'action gouvernementale															
Notoriété	95 %	95 %	97 %	95 %	98 %	97 %	96 %	92 %	87 % ↓	100 % ↑	98 %	97 %	97 %	91 %	96 %
% d'accord	97 %	97 %	91 % ↓	100 %	100 %	100 %	95 %	95 %	94 %	97 %	98 %	100 %	94 % ↓	100 %	98 %
La Fondation vise à développer la capacité d'agir de ses partenaires															
Notoriété	92 %	86 % ↓	97 %	97 % ↑	93 %	95 %	91 %	90 %	89 %	91 %	94 %	94 %	91 %	90 %	93 %
% d'accord	96 %	97 %	92 %	95 %	98 %	100 %	97 %	90 % ↓	92 %	98 %	98 %	95 %	94 %	96 %	97 %
La Fondation entend reconnaître l'expertise des organismes / du terrain															
Notoriété	89 %	88 %	88 %	92 %	94 %	86 %	88 %	92 %	87 %	89 %	91 %	97 %	88 %	87 %	92 %
% d'accord	99 %	100 %	97 %	99 %	100 %	100 %	99 %	97 %	96 % ↓	100 %	100 %	100 %	98 %	100 %	99 %
La Fondation vise à soutenir, mais sans prescrire ses solutions															
Notoriété	87 %	81 % ↓	91 %	94 % ↑	90 %	88 %	86 %	84 %	82 %	87 %	96 % ↑	81 %	90 %	81 %	88 %
% d'accord	97 %	97 %	97 %	97 %	96 %	100 %	96 %	97 %	96 %	97 %	98 %	97 %	96 %	98 %	98 %
La Fondation vise à mettre en lien des partenaires avec des ressources qui leur permettent de développer leur capacité d'agir et d'atteindre leurs résultats															
Notoriété	84 %	84 %	83 %	87 %	88 %	88 %	85 %	76 %	79 %	86 %	90 %	84 %	84 %	81 %	87 %
% d'accord	98 %	100 % ↑	95 %	97 %	100 %	100 %	97 %	97 %	96 %	100 %	100 %	95 %	97 %	100 %	98 %
La Fondation vise à offrir un soutien à long terme (horizon 5 à 10 ans pour les territoires, 3 à 5 ans pour les réseaux)															
Notoriété	82 %	80 %	97 % ↑	78 %	88 %	80 %	82 %	77 %	82 %	80 %	83 %	85 %	82 %	72 % ↓	90 % ↑
% d'accord	97 %	100 % ↑	91 % ↓	96 %	100 %	100 %	94 % ↓	97 %	96 %	99 %	96 %	97 %	94 % ↓	98 %	99 %
La Fondation vise à soutenir des réseaux d'acteurs et décideurs qui partagent des savoirs et participent au dialogue sur les politiques publiques															
Notoriété	81 %	81 %	75 %	85 %	86 %	71 %	80 %	87 %	74 %	79 %	90 %	85 %	81 %	76 %	85 %
% d'accord	95 %	92 % ↓	97 %	100 % ↑	98 %	100 %	95 %	90 %	96 %	95 %	98 %	91 %	95 %	93 %	97 %

Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations excluant les « Ne sait pas ».

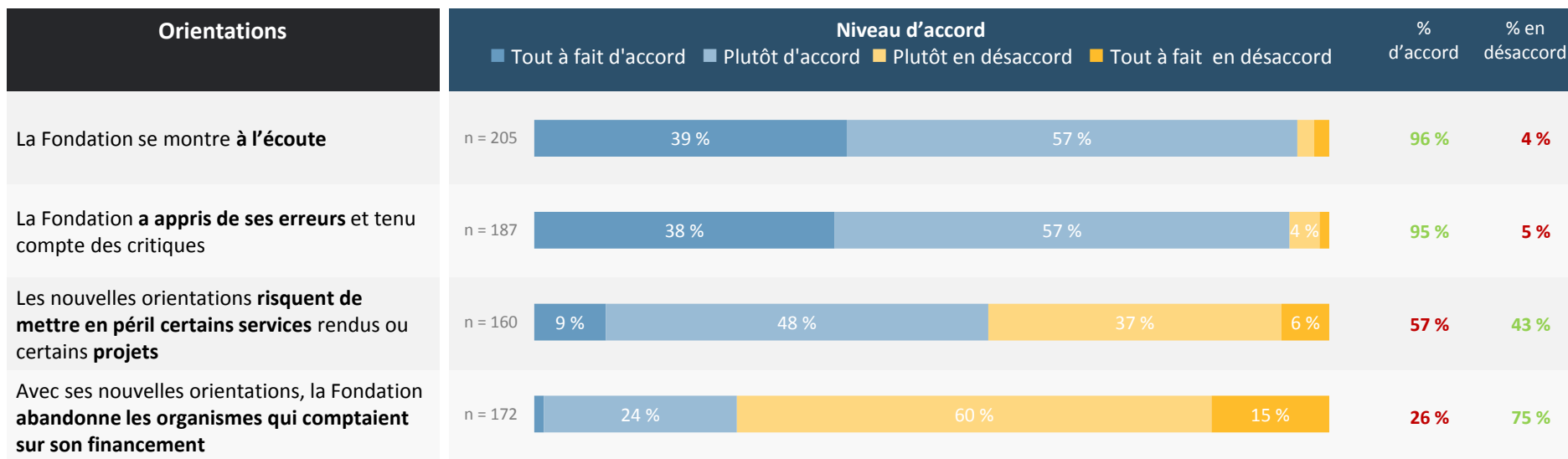
QG23 La Fondation a appris de ses erreurs et tenu compte des critiques

QG24 La Fondation se montre à l'écoute

QG25 Avec ses nouvelles orientations, la Fondation abandonne les organismes qui comptaient sur son financement

QG26 Les nouvelles orientations risquent de mettre en péril certains services rendus ou certains projets.

Certaines craintes ressenties quant à l'impact des nouvelles orientations sur la pérennité des organismes soutenus



Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations excluant les « Ne sait pas ».

Les autres perceptions à l'endroit de la Fondation et de ses nouvelles orientations (suite)

	Total	Région			Fréquence des relations avec la Fondation				Durée de la relation				A reçu du financement de la Fondation		
		Montréal	Capitale-Nationale	Ailleurs au Québec	Une fois par mois ou plus	6 à 10 fois par année	2 à 5 fois par année	Une fois par année ou moins	2 ans et moins	Entre 3 et 5 ans	Entre 6 et 10 ans	Plus de 10 ans	Jamais	Par le passé	Actuellement
La Fondation se montre à l'écoute															
	n = 205	n = 104	n = 33	n = 68	n = 53	n = 35	n = 79	n = 36	n = 52	n = 64	n = 54	n = 33	n = 62	n = 58	n = 85
% d'accord	96%	97%	97%	94%	96%	100%	94%	97%	92%	99%	98%	93%	93%	100%	95%
Tout à fait d'accord	39%	39%	35%	42%	47%	47%	36%	31%	33%	45%	46%	31%	31%	37%	48% ↑
Plutôt d'accord	57%	58%	62%	52%	49%	53%	58%	66%	59%	54%	52%	63%	63%	64%	47% ↓
% en désaccord	4%	3%	3%	6%	4%	0%	6%	3%	8%	1%	2%	7%	7%	0%	5%
Plutôt en désaccord	2%	2%	0%	3%	4%	0%	3%	0%	2%	0%	2%	7%	3%	0%	3%
Tout à fait en désaccord	2%	1%	3%	3%	0%	0%	4%	3%	6% ↑	1%	0%	0%	3%	0%	2%
La Fondation a appris de ses erreurs et tenu compte des critiques															
	n = 187	n = 93	n = 30	n = 64	n = 49	n = 34	n = 70	n = 33	n = 47	n = 60	n = 47	n = 32	n = 53	n = 53	n = 81
% d'accord	95%	96%	93%	95%	95%	94%	96%	94%	92%	98%	98%	90%	90%	99%	96%
Tout à fait d'accord	38%	38%	30%	42%	51% ↑	33%	34%	36%	38%	34%	44%	38%	36%	30%	45%
Plutôt d'accord	57%	58%	63%	53%	45% ↓	62%	62%	58%	54%	65%	54%	52%	55%	68%	51%
% en désaccord	5%	5%	7%	5%	5%	6%	5%	6%	8%	2%	2%	10%	10%	2%	4%
Plutôt en désaccord	4%	3%	7%	3%	2%	3%	3%	6%	8%	2%	2%	3%	8%	2%	3%
Tout à fait en désaccord	1%	1%	0%	2%	2%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	7% ↑	2%	0%	1%
Les nouvelles orientations risquent de mettre en péril certains services rendus ou certains projets.															
	n = 160	n = 77	n = 26	n = 57	n = 46	n = 31	n = 52	n = 29	n = 39	n = 50	n = 42	n = 27	n = 51	n = 46	n = 63
% d'accord	57%	71% ↑	51%	41% ↓	52%	58%	58%	62%	58%	46%	65%	64%	65%	63%	45% ↓
Tout à fait d'accord	9%	5%	4%	16% ↑	9%	3%	14%	7%	5%	4%	17% ↑	12%	10%	11%	6%
Plutôt d'accord	48%	65% ↑	47%	25% ↓	43%	55%	44%	55%	52%	43%	48%	52%	55%	52%	39%
% en désaccord	43%	30% ↓	49%	59% ↑	48%	42%	42%	38%	42%	54%	35%	36%	35%	37%	55% ↑
Plutôt en désaccord	37%	22% ↓	39%	56% ↑	35%	36%	38%	38%	38%	46%	31%	27%	33%	29%	47% ↑
Tout à fait en désaccord	6%	7%	9%	3%	13% ↑	6%	4%	0%	4%	8%	4%	9%	2%	8%	8%
Avec ses nouvelles orientations, la Fondation abandonne les organismes qui comptaient sur son financement															
	n = 172	n = 83	n = 27	n = 62	n = 49	n = 29	n = 66	n = 26	n = 41	n = 54	n = 46	n = 29	n = 53	n = 49	n = 70
% d'accord	26%	26%	34%	21%	14% ↓	24%	28%	39%	38% ↑	11% ↓	26%	32%	27%	28%	23%
Tout à fait d'accord	1%	1%	0%	2%	2%	0%	2%	0%	3%	0%	0%	4%	2%	2%	0%
Plutôt d'accord	24%	25%	34%	19%	12% ↓	24%	26%	39%	35% ↑	11% ↓	26%	28%	25%	26%	23%
% en désaccord	75%	74%	66%	79%	86% ↑	76%	72%	61%	62% ↓	89% ↑	74%	68%	73%	72%	77% ↑
Plutôt en désaccord	60%	60%	53%	62%	61% ↑	52%	65%	53%	46% ↓	77% ↑	60%	49%	62%	57%	60%
Tout à fait en désaccord	15%	14%	13%	17%	25% ↑	24%	7% ↓	8%	16%	12%	14%	19%	11%	15%	18%

Base : répondants ayant entendu parler des nouvelles orientations excluant les « Ne sait pas ».



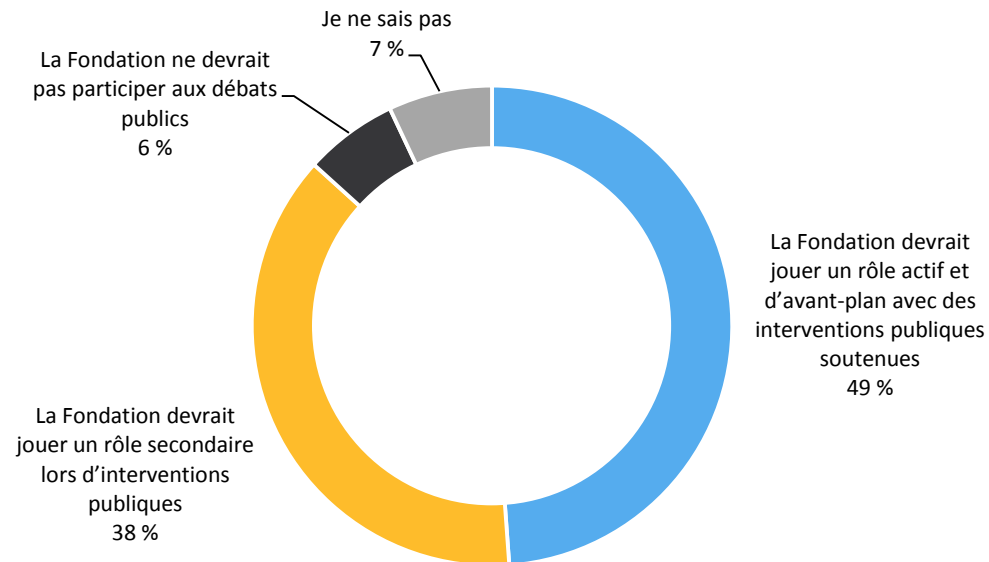
Fondation Lucie
et André Chagnon



Les débats publics

QH1 Selon vous, quel rôle devrait jouer la Fondation dans les débats publics sur la réussite éducative et la pauvreté?

Des avis partagés quant au rôle de la Fondation dans les débats publics



Proportion de « devrait jouer un rôle actif et d'avant-plan avec des interventions publiques soutenues » plus élevée dans les sous-groupes suivants :

- Répondants travaillant à l'échelle d'une région administrative (68 % c. locale : 49 %, plus d'une région administrative : 45 %, ensemble du Québec : 42 % et autres : 48 %);
- Organismes de concertation (67 %);
- Répondants dont les bureaux sont situés ailleurs au Québec (62 % c. Montréal : 43 % et Capitale-Nationale : 42 %).





Fondation Lucie
et André Chagnon



ANNEXE I – LES OUTILS DE RECHERCHE

Pour obtenir une copie des outils de recherche,
veuillez communiquer avec Ad hoc recherche.