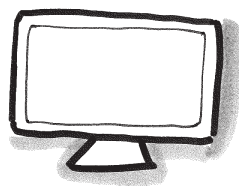

Contexte

Dans le cadre de l'évolution de l'identité visuelle de la Fondation et du développement de ses principaux supports de communication, Cap Loisirs a réalisé une étude de perception de son image. Une enquête en ligne complétée par des groupes de discussion ont été réalisés.

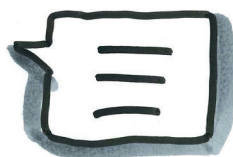
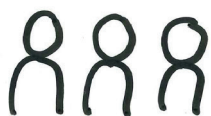
164

personnes ont répondu à l'enquête en ligne



25

personnes ont participé aux différents groupes de discussion.

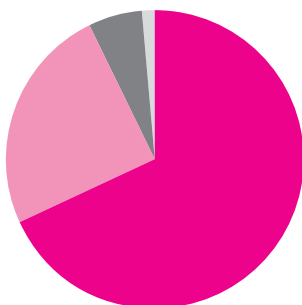


MERCI

UN GRAND MERCI pour votre participation qui nous permettra d'améliorer nos communications et répondre avec toujours plus d'exigence et de créativité aux besoins des personnes que nous accueillons et de leurs proches.

Connaissance de la mission de Cap Loisirs

- Très familier
- Plutôt familier
- Pas très familier
- Pas du tout familier

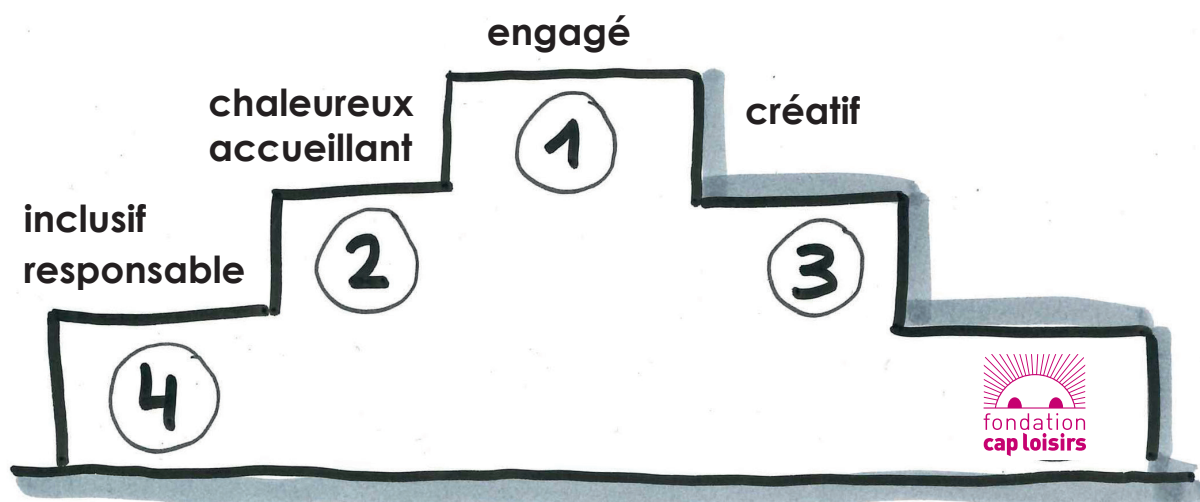


Commentaire

95%

des personnes
sont familières
avec notre mission

Les qualificatifs qui définissent Cap Loisirs



Nombre de réponses

Engagé	90
Chaleureux	79
Accueillant	79
Créatif	75
Responsable	64
Inclusif	64

Et encore...

professionnel
compétent
humain

Perception de l'image et de la réputation de Cap Loisirs

98%

des répondant.es
décrivent une image et perçoivent
une réputation positive à très positive
de Cap Loisirs.



Perception du logo de Cap Loisirs



75%
des répondant.es
jugent le logo
adapté



25%
des répondant.es
jugent le logo
peu adapté

Commentaire

Un rafraîchissement
du logo paraît adapté tout
en conservant
les éléments principaux
et identifiables
du logo actuel.

Conclusion

De manière générale, la perception de Cap Loisirs, de ses activités et de son image est très bonne. Les différents groupes consultés ont répondu de manière homogène. Les groupes de discussion ont corroboré les résultats issus du formulaire en ligne.