

# Sondage aux membres sur les outils de communication de la CMEQ



lundi, 13 avril 2026

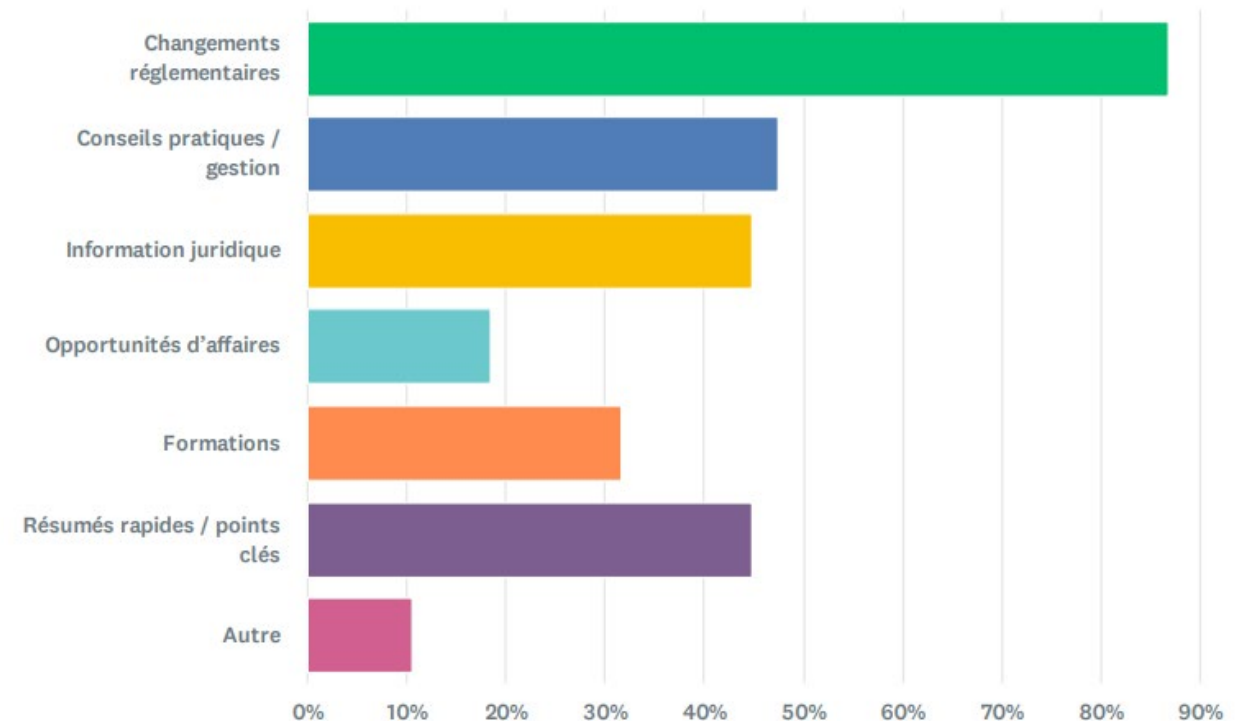
# Constats généraux

- Les communications de la CMEQ reposent sur une base solide.
- **91,43 %** des répondants estiment recevoir pleinement ou en grande partie l'information nécessaire.
- Les principaux enjeux actuels sont la main-d'œuvre, la rentabilité, la réglementation et la formation.
- Les formats les plus recherchés sont :
  - contenus courts et synthétiques;
  - fiches pratiques téléchargeables;
  - vidéos explicatives.
- Attente générale : des communications plus concrètes, utiles et directement applicables.

# Le *Flash Info*

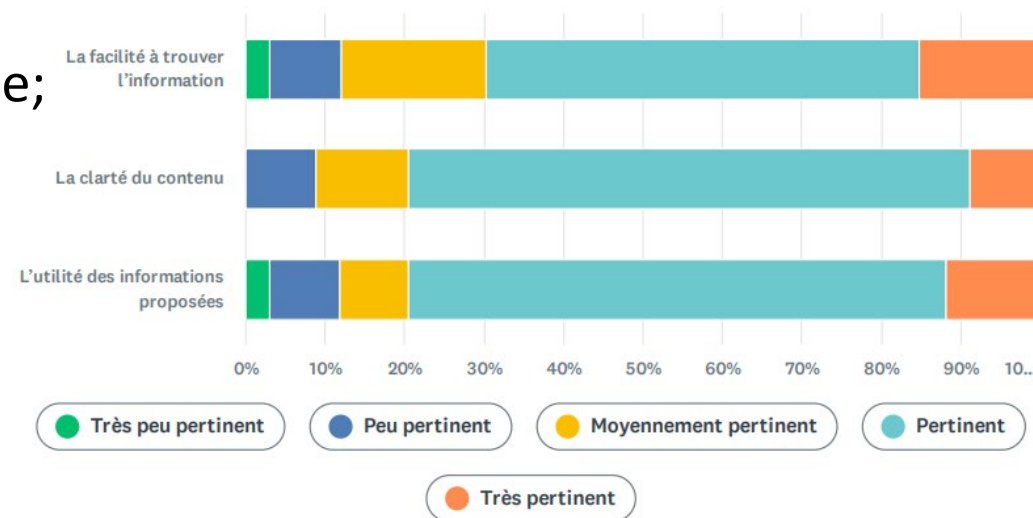
- Le Flash Info est l'outil le plus ancré dans les habitudes.
- **79,54 %** des répondants le lisent toujours ou souvent.
- **93,34 %** jugent son contenu pertinent ou très pertinent.
- Les sujets répondent bien aux besoins des membres.
- Le principal besoin exprimé : davantage de contenu sur les changements réglementaires.
- Les membres souhaitent aussi :
  - plus de conseils pratiques;
  - plus d'information juridique;
  - plus de résumés rapides;
  - un contenu encore plus centré sur le métier.

## CONTENUS SOUHAITÉS



# Le site *cmeq.org*

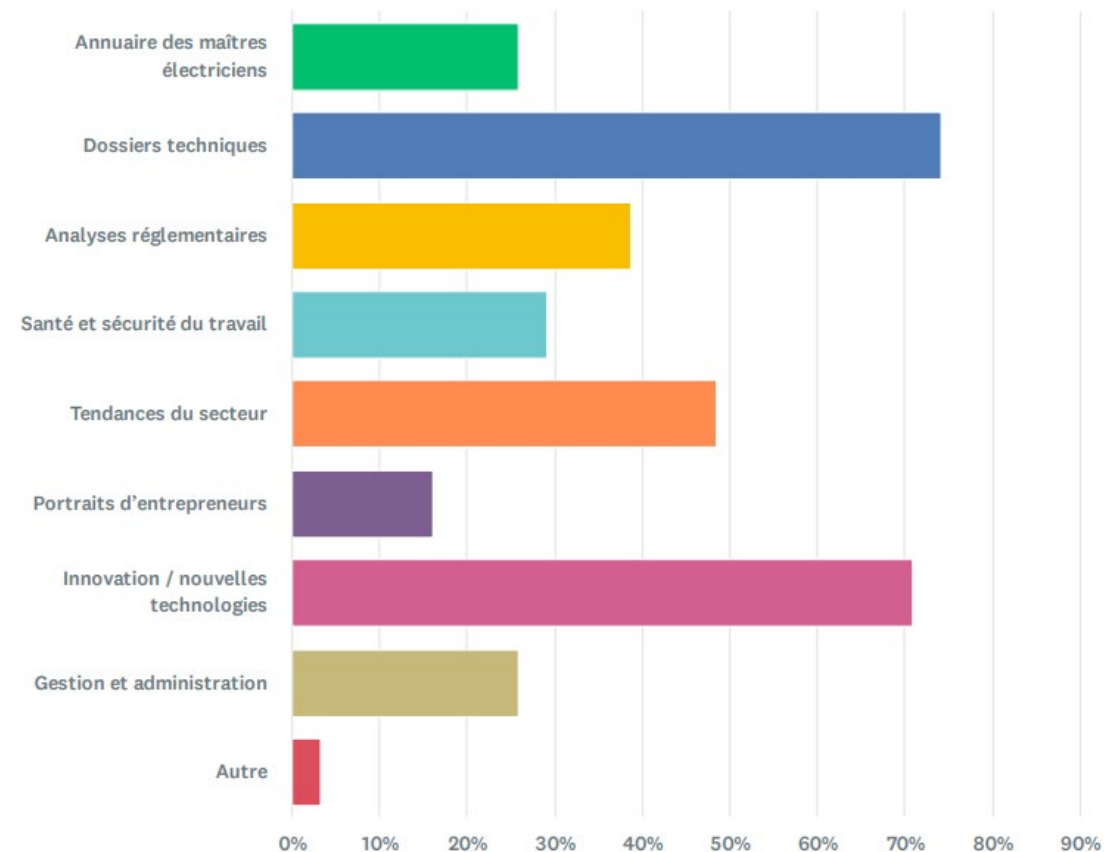
- Le site web est consulté par une majorité de membres, de façon occasionnelle.
- Le contenu est jugé clair et utile.
- L'enjeu principal concerne la facilité à trouver l'information.
- Les améliorations souhaitées :
  - moteur de recherche plus efficace;
  - plus d'outils pratiques;
  - capsules vidéo explicatives;
  - navigation simplifiée.
- Attente clé : un site plus fonctionnel, plus pratique et plus orienté solution.



# Le magazine $E^2Q$

- **36,11 %** le consultent à chaque édition mais **41,67 %** le consultent rarement ou jamais.
  - Parmi les non-lecteurs, la principale raison est qu'ils ne le connaissent pas.
- Les contenus les plus recherchés sont :
  - les dossiers techniques;
  - l'innovation / nouvelles technologies;
  - les tendances du secteur.
- Le format actuel est globalement apprécié.
- Notre objectif : fournir davantage de contenu à forte valeur ajoutée technique et sectorielle.

## TYPES DE CONTENUS SOUHAITÉS



## Par rapport à d'autres industries...

- Le *Flash Info* performe très bien avec un taux d'ouverture moyen supérieur à la moyenne
  - 79,54 % pour le *Flash Info* vs 32,55 % en moyenne pour d'autres infolettres, tous secteurs confondus, selon Constant Contact.
- Le tirage du magazine *E<sup>2</sup>Q* est d'environ 7 500 copies par numéro, tous des lecteurs provenant de l'écosystème de notre industrie.
- Plus de 200 000 internautes visitent le site web *cmeq.org* annuellement.