

Sondage :

La massothérapie au Québec, 2014

RÉSUMÉ : L'INSÉCURITÉ FINANCIÈRE CONTINUE...

Un sondage c'est comme une photo dans le temps. Il en faut un minimum de deux pour voir un changement d'opinions.

Nous avons celui de Léger Marketing de 2010.

Suite à notre initiative en 2014, nous en avons deux.

Une production de l'équipe AQTN ©



2014

Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

Droits d'auteurs du sondage original sur la pratique de la massothérapie au Québec, en Avril 2010 :

Comité sectoriel de la main-d'œuvre des services de soins personnels
360, rue Notre-Dame Ouest, bureau 103
Montréal (Québec) H2Y 1T9
www.soinspersonnels.com

Les droits de reproduction, de traduction ou d'adaptation de ce document sont réservés au Comité sectoriel de la main-d'œuvre des services de soins personnels (CSMOSSP), y compris la reproduction par procédé mécanique ou électronique.

Le CSMOSSP a fait tout ce qui était en son pouvoir pour retrouver les copyrights. On peut lui signaler tout renseignement menant à la correction d'erreurs ou d'omissions.

ISBN 978-2-923126-36-4
Dépôt légal - Bibliothèque nationale du Québec, 2010
Dépôt légal - Bibliothèque nationale du Canada, 2010
© Comité sectoriel de main d'œuvre des services de soins personnels

Sondage produit par 

Cette étude a été réalisée grâce à une aide financière de la Commission des partenaires du marché du travail.



Reprise du sondage sur la pratique de la massothérapie au Québec
Une production de l'équipe AQTN ©

Publié le 28 novembre, 2014 à Montréal.



Alliance québécoise des thérapeutes naturels

www.AQTN.ca

www.Association.Quebec.AQTN.ca

Cette étude a été réalisée grâce aux cotisations des membres de l'AQTN.

Droits d'auteurs via « Creative Commons », attribution : Pas d'utilisation commerciale.

Licence sélectionnée
Attribution - Pas
d'Utilisation Commerciale
4.0 International



Commentaires & partager sur vos réseaux sociaux.
<http://www.aqtn.ca/sondage/>

REMERCIEMENTS

Remerciements

- Soins Personnels Québec

Ces autres remerciements, sans aucun ordre particulier, se dirigent aux massothérapeutes membres des associations contactés et non aux employés salariés, dirigeants ou bénévoles de celles-ci.

1. La Fédération québécoise des massothérapeutes
2. Association professionnelle des massothérapeutes spécialisés du Québec, Mon Réseau Plus
3. L'Alliance des massothérapeutes au Québec
4. L'Association des Massothérapeutes et/ou Thérapeutes en Massage et Drainage Lymphatique
5. Alliance québécoise des thérapeutes naturels

Note : Les dirigeants de ces regroupements n'ont pas été contactés dans le cadre du sondage, seulement leurs membres ayant un profil public sur un registre des membres en ligne. Il était surtout important de reprendre les deux premières organisations advenant leur importante représentation dans le Sondage de 2010.

Nous avons remis le sondage à chaque association plusieurs semaines avant sa diffusion. Nous avons confirmé réception, fait plusieurs suivis et avons alloué plus d'un mois aux plus grands afin de solliciter des commentaires. Ils ont préféré rester, officiellement, « sans commentaires ».

On aurait rapporté « *on n'a pas besoin de plus de sondages* ». Ce commentaire est erroné. Avant même d'avoir publié officiellement le sondage le 28 novembre 2014, l'AQTN a déjà vu des réactions positives dans le marché au Québec. Coïncidence? C'est une possibilité...



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

Table des matières

REMERCIEMENTS	2
BREF APERCU DE L'INDUSTRIE ENTRE, 2010 à 2014	4
OBJECTIF DU SONDAGE	5
MÉTHODOLOGIE DU SONDAGE	5
TAUX DE PARTICIPATION	6
CONSTATS	7
DISCUSSION : CLARIFICATION SUR L'ORDRE	8
DISCUSSION : 1000 HEURES MINIMUM	10
RÉSULTATS DU SONDAGE EN 2014, COMPARÉ AVEC 2010	13
CONCLUSION	37
RÉPONSES OUVERTES	37



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

BREF APERCU DE L'INDUSTRIE ENTRE, 2010 à 2014

La massothérapie au Québec a vu plusieurs initiatives entre 2010-2014. On ne peut tous les inclure et on ne prétend pas tous les connaître, mais voici certains jugés importants.

Assureurs

Certains assureurs ont pris l'initiative de tenter de rehausser le nombre d'heures de formation à 1000 heures (ou plus) pour ensuite rétracter l'exigence. On présuppose que c'est relié à des fausses informations qui leurs ont été soumises ainsi qu'à la lumière des réactions des divers acteurs dans le domaine de la massothérapie. Le grand nombre estimé de membres captifs et / ou parrainés a sûrement grandement contribué, ainsi que la réaction de leurs assurés. Pour notre part, l'Alliance québécoise des thérapeutes naturels¹ a rendu disponible à ces assureurs les documents suivants :

- Une étude de marché sur les programmes offerts dans les écoles de massothérapie (faxé);
- Deux vidéos illustrant que certaines des données existantes sont erronées;
- Une compilation de revues littéraire sur les bienfaits et les limitations de la massothérapie;

Les Associations

La FQM a déposé un mémoire à l'office des professions² en Février 2012 pour demander la création d'un Ordre. Certaines associations ont réagi, tel l'ACTMD en juin 2013³ et Mon Réseau Plus⁴ en septembre 2013, en avançant à leur tour un mémoire soutenant que l'intervention gouvernementale n'est pas nécessaire. Certaines autres associations ont soumis un mémoire sans l'avoir rendu public et nous ne les nommerons pas pour cette raison.

Le gouvernement

Le gouvernement semble avoir pris la position que la massothérapie ne pose pas un danger pour le public, donc au moins un des critères requis pour la création d'un ordre n'est pas rencontré. Cette

¹AQTN - www.aqtn.ca

²<http://www.fqm.qc.ca/sites/fqm.qc.ca/files/M%C3%A9moire%20f%C3%A9vrier%202012%20vF.pdf>

³<http://www.actmd.org/public/memoirepourunenorme.pdf>

⁴<http://www.monreseauplus.com/wp-content/uploads/2014/03/MRP-M%C3%A9moire-Version-MAJ-10-mars-2014-2.pdf>



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

décision pourrait, en réalité, être revue à tout moment. L'opinion actuelle de l'AQTN est que le danger le plus prononcé dans le contexte de la massothérapie⁵ dans les villes urbaines se dirige vers les femmes qui donnent des massages suédois, pas aux clients. Nous espérons qu'une explication ne soit pas nécessaire au lecteur pour soutenir cet argument.

Comme preuve supplémentaire du non-danger signalé par le libre marché, le fait que les assurances erreurs et omissions ne sont pas obligatoires chez plusieurs associations qui avancent la protection du public comme valeur fondamentale suggère que le danger envers le public est minime au point où une assurance n'est pas nécessaire pour protéger ce même public.

Soins Personnels Québec, Comité Sectoriel de la Main d'Oeuvre

Soins Personnels Québec a réuni plusieurs Associations et continue à œuvrer dans le domaine via des recherches, via le développement d'outils d'analyse et via la publication d'informations pertinentes au métier. Ils ont effectué le premier sondage à grande échelle (ISBN 978-2-923126-36-4) dans les derniers 5 ans sur lequel s'est basé notre sondage de suivi. Ils existent pour les massothérapeutes et non les associations et ont la belle et rare qualité d'être neutre.

OBJECTIF DU SONDAGE

Nous espérons apporter une contribution à l'avancement, la compréhension et la transparence de la massothérapie au Québec. Dans un marché non-règlementé, c'est très difficile de déceler les tendances, les changements d'opinions ou de préférences parmi la population de massothérapeutes. Aucun assureur, aucune association et aucune école n'est représentative en date de cette publication.

MÉTHODOLOGIE DU SONDAGE

Le sondage téléphonique a duré six jours, soit du 25 au 31 juillet 2014. Les massothérapeutes étaient invités à compléter le sondage en ligne, afin d'économiser du temps et de l'argent. Cette approche offrait aussi une plus grande flexibilité au niveau du moment propice pour répondre aux questions. Nous avons laissé le sondage ouvert jusqu'au 8 août 2014 pour permettre aux massothérapeutes le temps pour

⁵ Sous-entend le suédois en particulier qui est le plus commun



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

compléter le sondage. L'horaire des appels a typiquement été entre 10am – 16h du lundi au vendredi et 10am – 15h samedi et dimanche.

Contrairement au Sondage de Léger Marketing qui a pris un échantillon de 325 massothérapeutes, nous avons appelé chaque membre disponible sur les registres des membres en ligne de quatre associations⁶, invitant nos membres à participer aussi – plaçant ainsi plus de trois milles d'appels en 6 jours, avec jusqu'à 11 agents travaillant en même temps⁷. Nous avons donc utilisé un échantillon complet, quoiqu'avec des résultats moins hauts qu'espérés.

Aucun ajustement de poids n'a été effectué aux résultats. Le nombre de répondants final se compose de 87 thérapeutes, ce qui ne nous permet pas de tirer des conclusions complètement fiables des résultats, mais éclaire les réponses qui divergent le plus.

Il faut souligner que le nombre de massothérapeutes ayant leur numéro de téléphone publié sur le registre des grandes associations représente typiquement une fraction du nombre total des membres déclarés par l'association. Ceci nous amène à affirmer, avant même de commencer le sondage, que la majorité des massothérapeutes ne voient pas un avantage à paraître sur les registres public de celles-ci. Notre interprétation est une spéculation : un manque d'intérêt de se faire solliciter par le public sans avoir le contrôle de filtrer « *qui* » appelle.

Le fait reste que ceux qui ont accepté de répondre au sondage ont un numéro de téléphone en ligne et sont, à priori, non-représentatif de la population des massothérapeutes; malgré être leur voix.

TAUX DE PARTICIPATION

87 répondants sur quelques 3000 appels, desquels plus de 50% étaient des boîtes vocales, sur une courte période d'une durée de moins d'une semaine se convertit à un taux de participation de 3%.

⁶ Un audit du travail des agents n'était pas possible, on doit se fier à ce que tous les appels ont été placés.

⁷ Nous fussions en contact avec chaque agent à plusieurs reprises tous les jours.



Erreurs procédurales du sondage – un rétrospectif

- Le moment de l'année choisi n'était pas optimale (vacances d'été et de construction) ;
- Les sondages sont souvent perçus comme des « pourriels téléphoniques » ;
- L'AQTN n'est pas bien connue, créant parfois une méfiance.

Ces lacunes contribuent au bas nombre de répondants.

La majorité des réponses démontrent une continuité entre 2010 et 2014, augmentant beaucoup notre confiance concernant la validité des réponses ou l'on voit une différence prononcée.

Les questions ont été les mêmes en 2010 et 2014 pour des fins de comparaison, avec une modification importante, l'option dans certaines des réponses acceptait un total supérieur à 100%. Cette petite modification nous a fait découvrir des nouvelles informations utiles qui étaient « cachés » dans le sondage de 2010 en raison de la limitation du pourcentage total de la réponse.

CONSTATS

Constats

- On voit une augmentation significative « d'autres modalités », un intérêt et une fréquence accrue de formations continues.
- Le nombre de raisons et les variations qui amènent un individu à consulter un massothérapeute est à la hausse.
- Le point faible de la formation reste le côté entrepreneurial. Ceci reflète sans doute la difficulté de lancer sa propre entreprise⁸.

⁸ Les astuces de marketing hebdomadaires de l'AQTN lancé en 2013 adressent déjà cette lacune, mais il va en falloir beaucoup plus.



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

- L'intérêt pour un Ordre : Diminution marquée de 50% à 34.7%. Intérêt pour le statut quo : Augmentation de 11% à 29.3%. Le choix de réponse « Création d'une norme » est absente dans les deux cas et n'aurait pas pu être rajouté sans perdre la capacité de faire une comparaison entre sondages.
- L'utilisation de Facebook et ses semblables est à la hausse⁹.
- Les massothérapeutes effectuent plus de tâches de toute nature (administrative, etc.), ce qui s'aligne avec la taille de l'entreprise, d'où la catégorie « 1-5 employés » a augmenté significativement, soit de 37% à 81.8%. Il faut souligner toutefois que ces résultats sont exagérés, car les travailleurs autonomes sont inclus dans le sondage de 2014 mais pas en 2010, ou il y avait une question supplémentaire. La comparaison n'est donc pas tout à fait juste.
- Une erreur s'est glissée dans la question 45 au moment de la création du sondage de 2014, et les réponses sur la rémunération n'ont donc pas de sens. Les réponses du Sondage de 2010 ont aussi une inconsistance¹⁰, il est fort possible que les règles d'impôts entourant le 30,000 \$ / année aient eu un impact sur les réponses.
- Les résultats sont clairs sur les forces et les faiblesses durant et après la formation, lorsque les massothérapeutes s'incorporent sur le marché du travail.

DISCUSSION : CLARIFICATION SUR L'ORDRE

Discussion : Clarification sur l'Ordre et les assureurs

Certains assureurs appuient un Ordre pour la massothérapie¹¹, on spécule que c'est parce qu'ils sont parfois critiqués et chargés de déceler des réclamations frauduleuses, ce qui engendre des coûts.

⁹ Le code de déontologie de l'AQTN inclus une clause qui adresse cette tendance depuis son lancement en 2010.

¹⁰ Voir la note en pied de page sur la page 14 du sondage original.

¹¹ En théorie tous les assureurs devraient appuyer la création d'un Ordre



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

L'AQTN a une page web complètement dédiée à nos mesures de prévention de fraude¹² et sommes ouverts à toute suggestion additionnelle.

Un Ordre permettrait aux assureurs de déléguer, en totalité, cette responsabilité à l'Ordre. Leur intérêt n'est aucunement lié à la reconnaissance de la profession ou d'intérêt envers la massothérapie comme modalité, ça serait simplement une responsabilité de moins. L'existence des assureurs cotés en bourse est assujettie aux actionnaires, rien à avoir du tout avec la massothérapie.

Les frais de remboursements frauduleux en massothérapie sont quasi insignifiants à l'intérieur du total des dépenses d'assurances collectives frais médicaux et soins dentaires, qui sont à leur tour qu'un seul produit financier parmi tant d'autres (auto, maison, assurance-vie, individuelle, voyage, etc.) - souvent offerts dans plusieurs provinces et même divers pays. De plus, les coûts reliés à la fraude sont déjà incorporés dans les primes assignées par les tarificateurs, tirées des actionnaires.

Qui paye pour la fraude? C'est les québécois qui ont des polices d'assurances collectives, les « assurés ». Mais attention, car toutes les demandes frauduleuses soumises aux assureurs proviennent aussi des assurés, de certains québécois qui en sont complice. L'assuré doit signer et dater consciencieusement un formulaire de demande de règlement. Ordre ou pas d'Ordre, l'ennemi c'est la collusion. Les assurances collectives sont obligatoires au Québec¹³. L'assureur ne peut pas légalement radier la couverture d'assurance collective d'un assuré pris à faire de la fraude avec un reçu en « massothérapie ». De plus, ayant le choix de le radier ou non, financièrement, il serait plus rentable de retenir ses cotisations et laisser le bénéfice de massothérapie se maximiser de « fraude », celui-ci ayant presque toujours une limite annuelle inférieure à la cotisation annuelle.

¹² http://www.aqtn.ca/prevention_de_la_fraude.php

¹³ C'est une simplification pour les fins du sondage et de l'argument en question

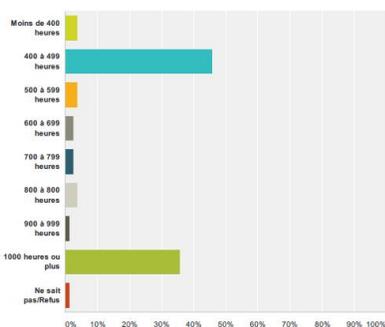


DISCUSSION : 1000 HEURES MINIMUM

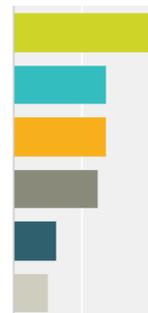
Opinion actuelle de l'AQTN sur la formation 1000 heures comme porte d'entrée

La représentation graphique à gauche dénote la formation issue du sondage avec 400 et 1000 heures étant ceux qui se démarquent visiblement. À la droite nous présentons la formation qu'un économiste attendrait de voir dans un marché libre. L'intervention de certains acteurs a créé une situation défavorable.

Marché actuel (avec intervention)



Marché libre



Le saut entre 400 et 1000 heures (à gauche), dans l'absence d'une réglementation ou de standardisation des programmes dans les écoles est nocif à tous: cela augmente la dangerosité relative des actes pour les clients, cela ne réduit pas réellement la fraude, cela pénalise les massothérapeutes qui exercent déjà ou qui viennent de graduer avec entre 400 et 1000 heures et cela crée des barrières d'entrées financières énormes au niveau du coût de la formation, sans pour autant assurer que la formation soit de qualité¹⁴. N'oublions pas le nombre élevé de diplômés qui abandonnent le rêve d'une pratique après une année ou deux sur le marché du travail (ou quatre).

Est-ce que les échelons de 500, 600, 700, 800 ou 900 heures n'ont aucune valeur? C'est exactement ce que les massothérapeutes nous disent par l'entremise des réponses aux sondages. Ceci découle principalement des politiques des associations et non des écoles¹⁵. Avoir 1000 heures ne veut rien dire en soi et n'est pas très informatif, même pour ceux dans le domaine. Il arrive un moment dans le

¹⁴ Il faut noter que ces observations datent de 2014, suite à tous les développements autour des 1000 heures. Il aurait été difficile de prévoir ceci en 2010 ou 2012.

¹⁵ <http://www.aqtn.ca/questions/quebec-registration-questions/market-study-on-massage-therapy-in-quebec-hours/>

Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

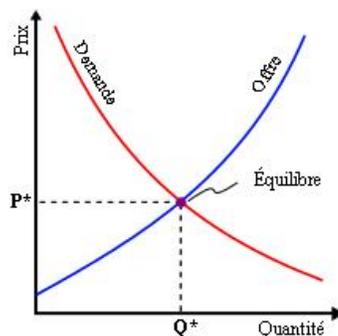
développement de carrière ou il faudrait passer du critère d'heures à des critères de compétences et d'habiletés.

Avoir acquis les compétences de Suédois, Shiatsu et avoir suivi une formation pour travailler avec les gens atteint de cancer¹⁶, c'est révélateur. De plus, dans cet exemple, le type de traitement est segmenté sur une condition particulière, ce qui est « #1 ». La notion ou l'étiquette de 1000 heures doit être reformulée. Voici la raison principale pourquoi, dans notre opinion :

Ce qui importe réellement aux clients, aux assureurs, aux massothérapeutes et aux associations, c'est les *bienfaits* aux clients¹⁷ des traitements, que ce soit relaxation / thérapeutique / spirituel / médical / etc. Plus que l'étiquette des bienfaits ou que la segmentation est claire, mieux c'est. Le nombre d'heures exigées par les associations est une barrière d'entrée et non pas un plateau. Segmenter par spécialité, ou par condition, doit être privilégié en tant qu'étiquette.

L'offre et la demande de la massothérapie au Québec – Encadrement avec 1000 heures?

L'offre et la demande sont respectivement la quantité de services que les acteurs sur un marché sont disposés à vendre ou à acheter en fonction des prix¹⁸. On peut inférer, ou conceptualiser, qu'il y a une courbe de la demande de services de massothérapie et une offre composé des massothérapeutes sur le marché, distribué parmi les régions administratives. En raison du fait que le Québec est non-règlementé et qu'il existe 20+ associations, *les associations ayant 1000 heures comme*



porte d'entrée n'ont aucun impact sur l'offre. La même logique s'étend aux 400 heures, c'est-à-dire que *la possibilité-même de règlementer et encadrer la massothérapie au Québec au niveau de l'offre de la main d'œuvre est réservée aux associations qui ont les exigences les moins élevés.* Toute association peut avoir un impact sur la demande, via une panoplie de méthodes; mais attention aux

¹⁶ Nous créditons la FQM entièrement pour cet ajout important.

¹⁷ Documenté en profondeur : <http://www.aqtn.ca/revue-litteraire-scientifique-massotherapie.php>

¹⁸ http://fr.wikipedia.org/wiki/Offre_et_demande



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

tactiques de marketing : l'impact peut nuire à la demande aussi, pas seulement l'augmenter. Advenant l'insécurité financière des massothérapeutes, ce qui est désirable est de limiter l'offre et augmenter la demande. Voilà, en résumé, l'objectif et la mission de l'AQTN.

Bonne école, mauvaise école

Le Président d'une autre association a bien décrit le problème de la rétroaction de la formation par les étudiants et nous le reproduisons. Une école qui n'est pas exigeante sera fort probablement perçue comme une « bonne école / cool » comparée à celle qui est sévère, exige beaucoup d'études, de devoirs et d'effort et ayant des critères stricts pour évaluer les compétences. L'étudiant, n'ayant pas la capacité de faire une comparaison avec d'autres écoles (rare sera celui qui étudiera ses 415 heures de Suédois dans deux écoles...), donnera une rétroaction positive à l'école qui exige peu versus la possible frustration de l'étudiant de l'école exigeante.

La solution

La première erreur est d'aborder cette question au singulier. Il faudra plusieurs innovations de tous les côtés afin que la massothérapie puisse *continuer* à s'incorporer dans le système de santé et dans le système en général pour venir en aide à la population. Le futur des arts *et* des sciences c'est l'interdisciplinarité / multidisciplinarité; il en sera probablement de même avec la massothérapie. Les limitations du suédois sont déjà bien documentées, et il est discutable à savoir si le suédois, comme porte d'entrée dans le domaine, n'est pas en réalité une des causes de plusieurs des problèmes présents. Ce que les gens demandent et ce qu'ils veulent n'est souvent pas la même chose.

Le problème principal exprimé dans le sondage en 2010 ainsi qu'en 2014 c'est **l'insécurité financière**. Même si on offre aux massothérapeutes des services de planificateurs financier, ils n'ont généralement pas l'argent pour investir. Plan B : Augmenter la demande. Comment? Il faudra creuser en profondeur pour trouver des solutions créatives afin que les massothérapeutes se distancient davantage du seuil de la pauvreté... Les massothérapeutes et les propriétaires des centres cliniques veulent tous mieux coordonner tout le travail et vendre des services professionnels.



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

Si vous remarquez des tendances dans les résultats non mentionnées, partagez-les avec nous via www.aqtn.ca. La majorité des massothérapeutes qui ont répondu ont demandé une copie des résultats du sondage sur la massothérapie en 2014. La petite équipe chez l'AQTN ne peut pas prétendre en déceler plus que ces 45 massothérapeutes. Les réponses aux questions ouvertes à la fin sont d'une valeur énorme pour les prochains pas.

RÉSULTATS DU SONDRAGE EN 2014, COMPARÉ AVEC 2010

La colonne de droite contient l'entête « L.M. 2010 », cette colonne représente les résultats du sondage de Léger Marketing en 2010.

1. Dans quelle région du exercez-vous votre profession de massothérapeute ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Montréal	22.9%	19	22%
Montérégie	15.7%	13	7%
Laurentides	12.0%	10	11%
Estrie	3.6%	3	10%
Québec	8.4%	7	7%
Lanaudière	10.8%	9	5%
Outaouais	3.6%	3	5%
Chaudière -Appalaches	0.0%	0	4%
Laval	4.8%	4	4%
Saguenay /Lac-Saint-Jean	1.2%	1	4%
Centre-du-Québec	1.2%	1	3%
Mauricie	4.8%	4	3%
Bas-Saint-Laurent	7.2%	6	2%
Côte-Nord	3.6%	3	2%
Gaspésie	0.0%	0	1%
<i>Questions répondues (n)</i>		83	n=325
<i>Réponses sautées</i>		4	

2. Quel âge avez-vous ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
18 à 24 ans	3.5%	3	5%
25 à 34 ans	15.3%	13	18%
35 à 44 ans	23.5%	20	22%
45 à 54 ans	31.8%	27	30%
55 à 64 ans	21.2%	18	22%
65 ans et plus	4.7%	4	2%
<i>Questions répondues (n)</i>		85	n=325
<i>Réponses sautées</i>		2	



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

3. Quel est votre sexe?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Homme	25.9%	22	18%
Femme	74.1%	63	82%
<i>Questions répondues (n) (n)</i>		85	n=325
<i>Réponses sautées</i>		2	

4. Quel est votre niveau de scolarité?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Primaire	0.0%	0	1%
Secondaire DES de formation générale ou professionnelle	28.6%	24	37%
Collégial	34.5%	29	39%
Universitaire certificats et diplômes	15.5%	13	7%
Universitaire 1er cycle Baccalauréat	19.0%	16	14%
Universitaire 2e cycle Maîtrise	2.4%	2	2%
<i>Questions répondues (n) (n)</i>		84	n=325
<i>Réponses sautées</i>		3	

5. Exercez-vous un autre emploi que celui de la massothérapie ? si oui, précisez lequel ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Employé de bureau	7.1%	6	5%
Personnel spécialisé dans la vente	3.6%	3	2%
Personnel spécialisé dans les services	0.0%	0	14%
Travailleur manuel	2.4%	2	5%
Professionnel	4.8%	4	6%
Non, je n'occupe pas un autre emploi	50.0%	42	51%
Autre	32.1%	27	16%
<i>Questions répondues (n)</i>		84	n=325
<i>Réponses sautées</i>		3	



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

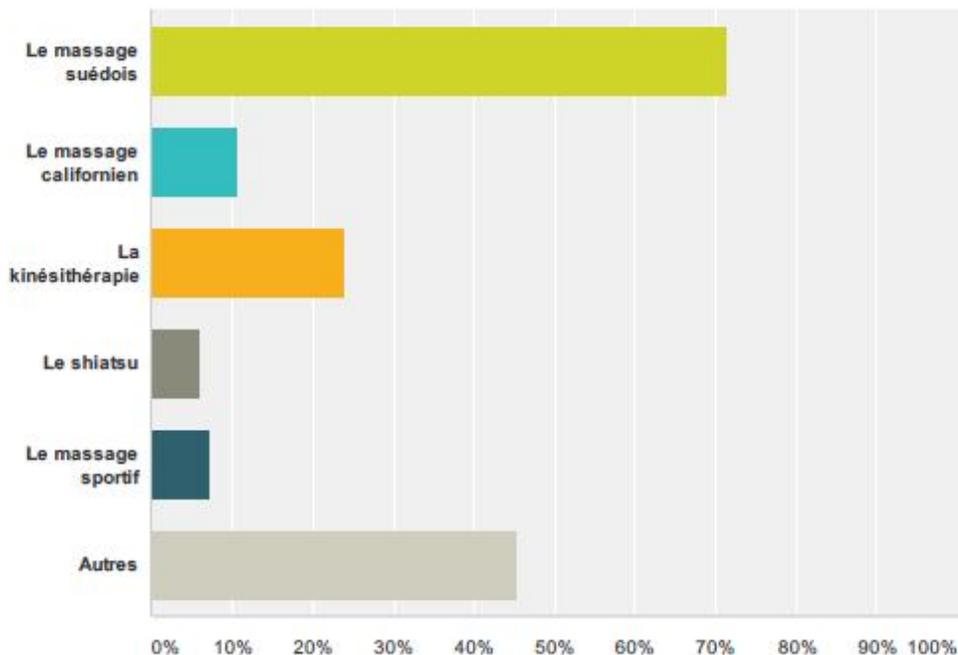
6. Combien d'années d'expériences en massothérapie possédez-vous ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
5 ans ou moins	32.1%	27	36%
6 ans à 10 ans	28.6%	24	29%
11 ans et plus	39.3%	33	35%
<i>Questions répondues (n)</i>		84	n=325
<i>Réponses sautées</i>		3	

7. Personnellement, quelle technique de massage pratiquez-vous le plus souvent ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Le massage suédois	71.4%	60	72%
Le massage californien	10.7%	9	11%
La kinésithérapie	23.8%	20	4%
Le shiatsu	6.0%	5	4%
Le massage sportif	7.1%	6	1%
Autres	45.2%	38	7%
<i>Questions répondues (n)</i>		84	n=325
<i>Réponses sautées</i>		3	

Vraie réponse décelée en allouant plus de 100% : Le suédois + autre technique



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

8. Parmi les approches suivantes, laquelle privilégiez-vous ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Biomécanique	47.6%	40	42%
Psychocorporel	26.2%	22	27%
Énergétique	15.5%	13	23%
Ne sait pas / Refus	10.7%	9	8%
<i>Questions répondues (n)</i>		84	n=325
<i>Réponses sautées</i>		3	

9. La majorité de votre clientèle est composée d'hommes ou de femmes ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Femmes	85.4%	70	64%
Hommes	14.6%	12	36%
<i>Questions répondues (n)</i>		82	n=325
<i>Réponses sautées</i>		5	

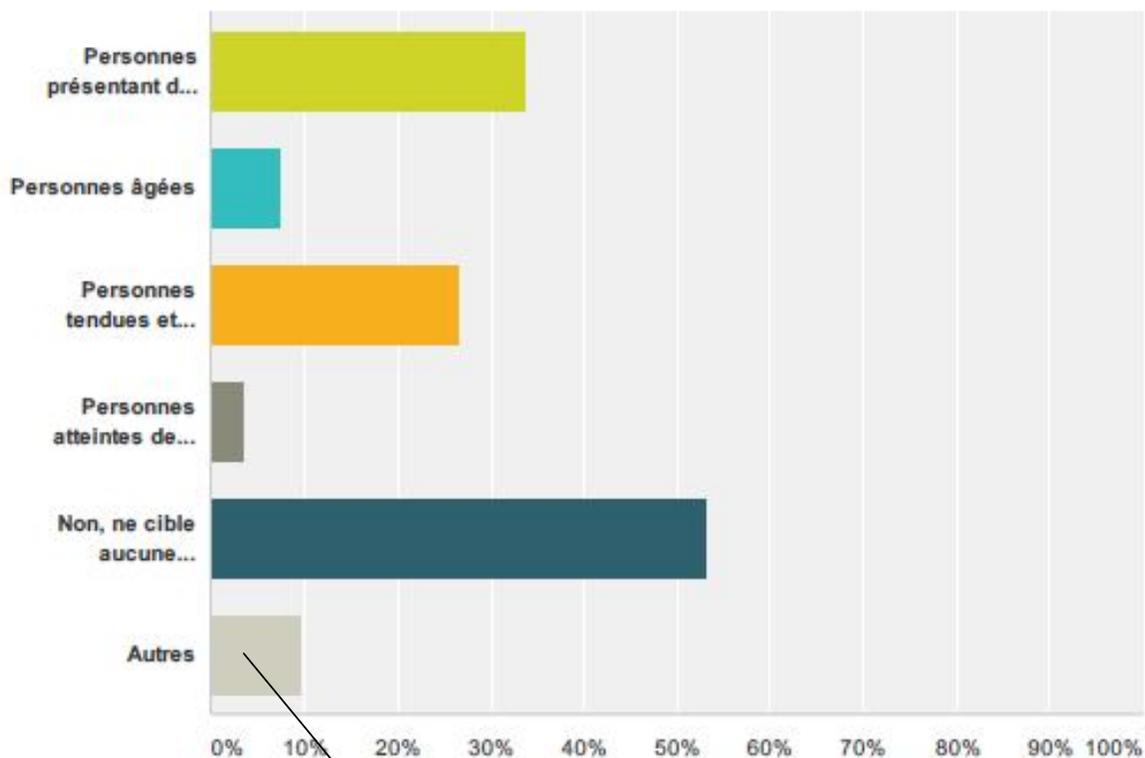
10. Êtes-vous spécialisé dans une clientèle en particulier ? si oui, précisez laquelle.

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Personnes présentant des problèmes de santé physique (asthme, maux de dos, maux de tête, tendinite, douleur chronique)	33.7%	28	8%
Personnes âgées	7.2%	6	3%
Personnes tendues et stressées	26.5%	22	3%
Personnes atteintes de cancer	3.6%	3	1%
Non, ne cible aucune clientèle en particulier	53.0%	44	76%
Autres	9.6%	8	9%
<i>Questions répondues (n)</i>		83	n=325
<i>Réponses sautées</i>		4	

Réponse décelée en allouant plus de 100%: Stress et problèmes de santé à la hausse.



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010



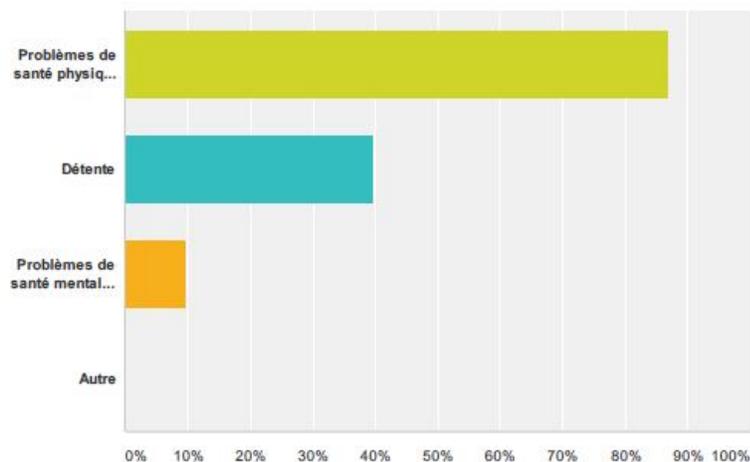
#	Autres
1	personne handicapé
2	femmes enceintes
3	problématique d'œdème
4	Stresse physique et psychologique, mauvaise posture etc
5	Réflexologie. Reiki
6	fatigue, détente en général
7	Femme enceinte
8	alzheimer

Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

11. Pour quelle principale raison votre clientèle actuelle vous consulte-t-elle ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Problèmes de santé physique (maux de dos, maux de tête, tendinite, douleur chronique, etc.)	86.7%	72	66%
Détente	39.8%	33	29%
Problèmes de santé mentale (anorexie, boulimie, dépression, etc.)	9.6%	8	1%
Autre	0.0%	0	4%
		Questions répondues (n)	83
		Réponses sautées	4
			n=325

Vraie réponse décelée en allouant plus de 100%: les deux, voir un peu de tout.



12. Quelle proportion de vos clients vous demande un reçu d'assurance pour les massages ?

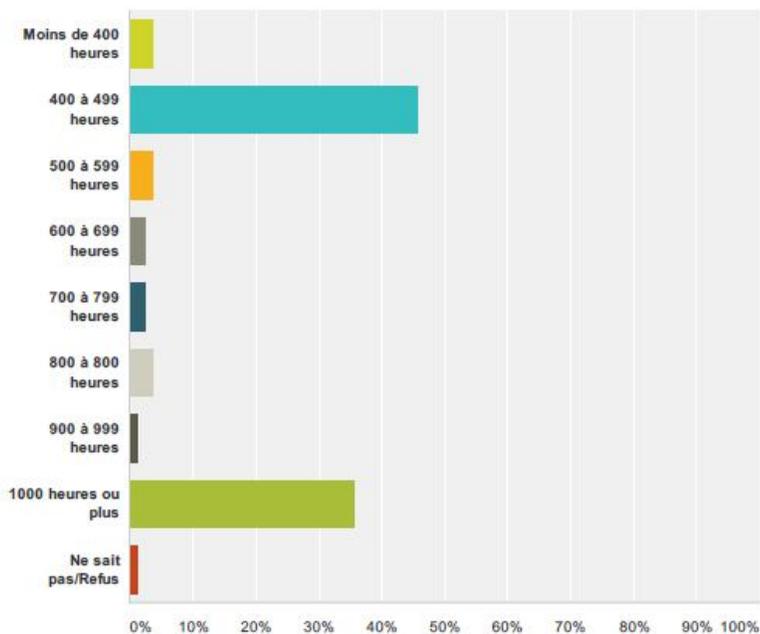
Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
0% à 25 %	2.4%	2	4%
26% à 50%	11.0%	9	9%
51% à 75%	25.6%	21	18%
76% à 99%	51.2%	42	52%
100%	9.8%	8	17%
		Questions répondues (n)	82
		Réponses sautées	5
			n=325



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

13. Combien d'heures comporte votre formation de base en massothérapie ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Moins de 400 heures	3.7%	3	5%
400 à 499 heures	45.7%	37	47%
500 à 599 heures	3.7%	3	5%
600 à 699 heures	2.5%	2	5%
700 à 799 heures	2.5%	2	1%
800 à 800 heures	3.7%	3	0%
900 à 999 heures	1.2%	1	1%
1000 heures ou plus	35.8%	29	26%
Ne sait pas/Refus	1.2%	1	5%
		Questions répondues (n)	81
		Réponses sautées	6
			n=325



Graphique fictif. Dans un marché libre, le nombre d'heures devrait ressembler à ceci :



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

14. Avec la formation de base que vous avez reçue en massothérapie, considérez-vous que vous avez été (choix de réponse) à faire face à la réalité du travail en massothérapie ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Très bien préparé(e)	30.5%	25	48%
Bien préparé(e)	57.3%	47	44%
Peu préparé(e)	9.8%	8	7%
Très peu préparé(e)	2.4%	2	1%
<i>Questions répondues (n)</i>		82	n=325
<i>Réponses sautées</i>		5	

15. Selon vous, quel est le principal point positif de la formation de base que vous avez reçue en massothérapie ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Le côté technique (différentes techniques, postures, etc.)	61.0%	50	17%
Le cours d'anatomie et de connaissance du corps humain	51.2%	42	16%
L'approche client, l'approche patient	28.0%	23	13%
L'aspect pratique, la formation pratique	36.6%	30	7%
La qualité d'information, de connaissances transmises	29.3%	24	1%
Aucun point positif	0.0%	0	2%
Ne sait pas / Refus	1.2%	1	3%
Autres	7.3%	6	34%
<i>Questions répondues (n)</i>		82	n=325
<i>Réponses sautées</i>		5	

Réponse décelée en allouant plus de 100% : Un peu de tout, mais le côté technique et l'anatomie et physiologie sont #1.

Autres
tout ce qui concerne la formation .
L'ensemble de tous les points cités plus haut
Déontologie, sexologie
Tout étaient bons mais j'ai sélectionné les points les plus forts
coformation avec les coéquipiers et les professeurs, des personnes sur qui se référer lors de questionnements
Plan de cour bien établi permettant un survol de la matière avant de le voir en classe. Et j'ai été bien outillé de connaissance de base pour être capable d'aller chercher des informations supplémentaires avec un sens critique.



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

16. Selon vous, quel est le principal point faible ou lacune de la formation de base que vous avez reçue en massothérapie ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Côté entrepreneurial (marketing, gestion, etc.) / Manque d'information sur la réalité du marché du travail.	51.2%	42	10%
Côté pratique (pas assez d'heures, pas assez approfondie, pas assez de cas cliniques)	13.4%	11	10%
Pas assez de contenu au niveau de l'anatomie et connaissance du corps humain.	8.5%	7	7%
Manque de compétence et d'expérience de certains professeurs / Mauvaise relation avec certains membres du personnel.	6.1%	5	3%
Pas assez de contenu en relation d'aide, contenu déficient en relation d'aide, psychologie, approche clientèle et côté humain.	4.9%	4	3%
Lacune au niveau biomécanique	14.6%	12	1%
Aucun point négatif	24.4%	20	36%
Ne sait pas / Refus	4.9%	4	1%
Autres	15.9%	13	16%
		Questions répondues (n)	82
		Réponses sautées	5
			n=325

Autres

Selon moi, le manque d'ouverture, créer des réseaux fermés qui engendre le partage d'une même connaissance... style de toucher par école...

Pas assez de techniques spécifiques pour défaire des points de tensions. Massage appris n'est pas le genre de massage que la plupart des gens veulent recevoir.

manque d'exemple de cas clinique.

trop de différences entre les écoles

pathologie

La réalité pratique en centres, spa ou clinique vs employeurs, équipement de travail varié

J'aurais aimé avoir accès à un stage pratique en finissant la formation, une sorte de coaching

devrait avoir plus d'heures exigées dans tous les modules de formation

le coût des cours dispendieux et non financé au public

La matière nous dit que cela prend plus ou moins 4 ans de travail à temps plein dans le domaine pour pouvoir en vivre, malgré le fait que plus d'un client sur quatre me dit avoir reçu le meilleur massage à vie avec moi, je ne suis pas capable d'en vivre, l'image de la massothérapie est encore un luxe au yeux des gens au lieu de faire parti de leur hygiène physique.

Manque d'études de cas

Il aurait été bien d'inclure plus d'attention à la lecture du corps (c'est quoi une tension, une contracture) d'un point de vue pratique

On en apprend jamais assez: la courte durée de la formation



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

17. Après votre formation de base en massothérapie, avez-vous suivi d'autre(s) formation(s) ? Si oui, veuillez préciser la(les) compétences(s) que vous avez abordée(s) dans le cadre de cette(ces) formation(s) complémentaires(s) ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Techniques de massages	61.7%	50	73%
Corps humain	21.0%	17	19%
Approche client (techniques d'entrevue, sexualité, relation d'aide)	14.8%	12	18%
Evaluation et suivi thérapeutique	12.3%	10	13%
Encadrement professionnel (éthique, aspect professionnel)	4.9%	4	12%
Gestion d'entreprise	22.2%	18	9%
Non, je n'ai pas suivi d'autres formation	9.9%	8	15%
Ne sait pas / Refus	8.6%	7	1%
Autres	1.2%	1	16%
<i>Questions répondues (n)</i>		81	n=325
<i>Réponses sautées</i>		6	

18. Combien d'heures de formation continue (à la suite de votre formation de base) avez-vous complétées ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Moins de 100 heures	19.8%	16	18%
100 à 199heures	13.6%	11	15%
200 à 299heures	13.6%	11	14%
300 à 399 heures	12.3%	10	5%
400 à 499 heures	6.2%	5	8%
500 à 599 heures	4.9%	4	6%
600 à 699heures	9.9%	8	13%
1000 heures et plus	14.8%	12	16%
Ne sait pas / Refus	4.9%	4	4%
<i>Questions répondues (n)</i>		81	n=269
<i>Réponses sautées</i>		6	



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

19. A quelle fréquence effectuez-vous de la formation continue ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Plusieurs fois par année	8.6%	7	10%
Quelques fois par année	21.0%	17	13%
Une fois par année	23.5%	19	27%
Une fois par deux ans environ	14.8%	12	18%
Moins souvent que cela	22.2%	18	31%
Ne sait pas / Refus	9.9%	8	1%
<i>Questions répondues (n)</i>		81	n=269
<i>Réponses sautées</i>		6	

20. Si vous aviez à vous perfectionner, quel sujet ou compétence souhaitez-vous approfondir en priorité ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Technique de massage	46.3%	38	48%
Corps humain	28.0%	23	17%
Evaluation et suivi thérapeutique	25.6%	21	7%
Approche client (technique d'entrevue, sexualité, relation d'aide)	7.3%	6	5%
Gestion d'entreprise	18.3%	15	4%
Ne sait pas / Refus	9.8%	8	7%
Autres	22.0%	18	12%
<i>Questions répondues (n)</i>		82	n=325
<i>Réponses sautées</i>		5	

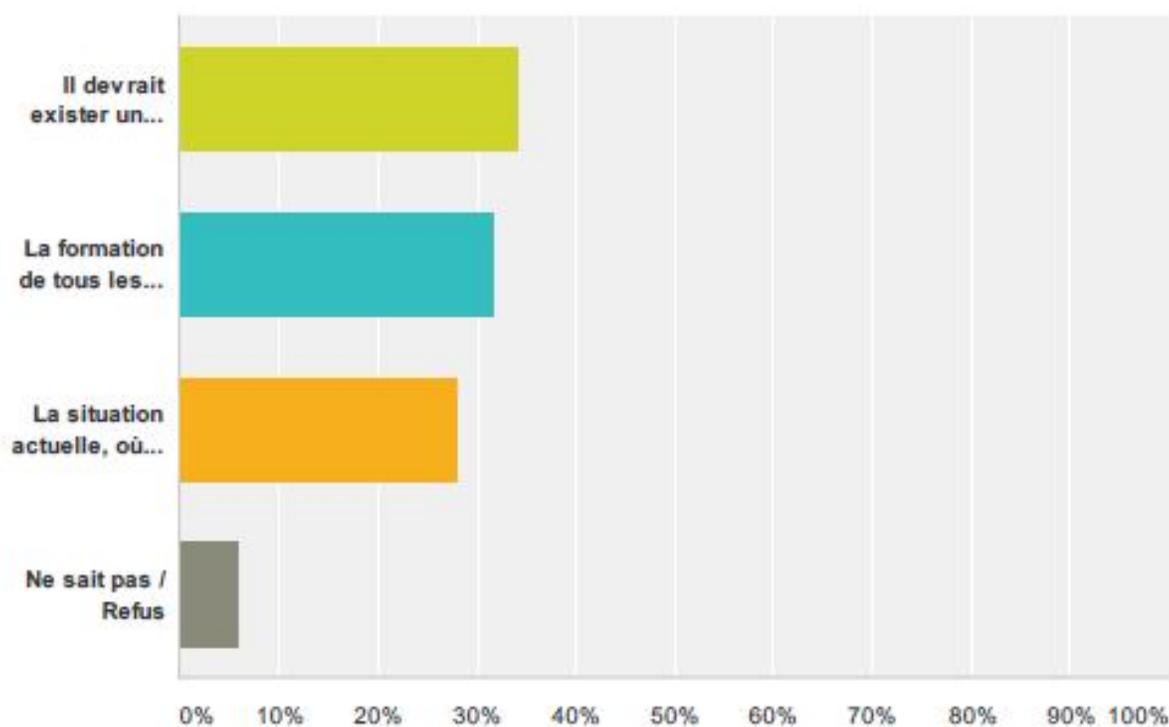


Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

21. Au Québec, la profession de massothérapeute n'est pas régie par le code des professions, ce qui signifie que son exercice n'est pas réglementé, que le titre de massothérapeute n'est pas réservé et, en conséquence, toute personne peut offrir des services à ce titre, peu importe sa formation et son expérience.

Quel type d'encadrement souhaitez-vous pour la profession de massothérapeute au Québec ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Il devrait exister un encadrement par un ordre professionnel	34.1%	28	50%
La formation de tous les massothérapeutes devrait être encadrée par le Ministère de l'Éducation et seules les personnes ayant suivi avec succès les formations obligatoires pourraient détenir le titre de massothérapeute.	31.7%	26	39%
La situation actuelle, où chaque professionnel peut choisir d'être membre ou non de l'association de son choix, me semble adéquate	28.0%	23	11%
Ne sait pas / Refus	6.1%	5	1%
		Questions répondues (n)	82
		Réponses sautées	5
			n=325



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

22. Parmi les énoncés suivants, lesquels considérez-vous comme des problèmes importants auxquels vous êtes confrontés en tant que massothérapeute ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Non-reconnaissance officielle par les autorités gouvernementales	55.6%	45	63%
Insécurité financière	69.1%	56	61%
Non-reconnaissance par les professionnels de la santé	56.8%	46	55%
Non-reconnaissance par les régimes d'assurance	23.5%	19	38%
Difficulté à bâtir une clientèle fidèle	35.8%	29	33%
Heures de travail atypiques (soir et fin de semaine)	32.1%	26	32%
Problème d'image face au public	25.9%	21	26%
Concurrence	16.0%	13	23%
Isolement	19.8%	16	23%
Difficultés liées à l'administration des affaires	13.6%	11	20%
Problèmes étiques avec la clientèle	3.7%	3	6%
Aucun	4.9%	4	3%
Ne sait pas / Refus	0.0%	0	2%
Autres	14.8%	12	1%
		Questions répondues (n)	81
		Réponses sautées	6
			n=325

↓

Autres
irrégularité des clients, exploitation dans les centres.
douleurs physiques (dos et cou)
manque de standardisation de la rémunération et du calcul de l'ancienneté (en clinique et spa)
Avec un ordre des orthothérapeutes nous n'aurions pas de taxes à charger aux patients et les médecins pourrais nous reconnaître et nous référer
Volume de travail physique possible vs salaire de base
quelque soit les heures de formations nous sommes tous au même niveau, même salaire
difficulté formation inter-provinciale, non reconnu saaq, taxes chargées, client et leurs diff impôts
la prostitution cachée sous la rubrique massothérapeute
Manque d'éducation de la population - Écart entre massothérapeute et prostitué
Un manque de marketing venant des associations et des écoles
Difficile de recevoir des prestations de chômage car pour la plupart d'entre nous, nous sommes travailleur autonome.
tuango,groupon, etc, les massages à 25\$ ou 30\$ / hres..



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

23. Souffrez-vous de problèmes de santé liés à votre pratique de la massothérapie ?
Si oui, lesquels ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Maux de dos	2.5%	2	10%
Maux de mains (doigts, canal carpien, kyste synovial)	7.5%	6	9%
Douleurs au cou et aux épaules	13.8%	11	8%
Tendinite	5.0%	4	6%
Non, aucun problème de santé lié au travail	58.8%	47	73%
Aures	12.5%	10	9%
<i>Questions répondues (n)</i>		83	n=325
<i>Réponses sautées</i>		7	

24. Quel est votre statut d'emploi ? êtes-vous :

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Exclusivement à votre compte	71.4%	55	81%
Exclusivement salarié	3.9%	3	6%
À la fois travailleur autonome et salarié	24.7%	19	11%
Employeur	0.0%	0	1%
<i>Questions répondues (n)</i>		77	n=325
<i>Réponses sautées</i>		10	

25. Dans le cadre de votre pratique de la massothérapie, veuillez indiquer la proportion de temps travaillée à votre compte ou pour un employeur:

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Proportion moyenne du temps travaillé à votre compte	79.7%	59	53%
Proportion moyenne du temps travaillé pour un employeur	20.3%	15	47%
<i>Questions répondues (n)</i>		74	n=36
<i>Réponses sautées</i>		13	



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

26. Quel est votre principal lieu de travail ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Votre domicile	46.8%	36	48%
Les centres de santé	14.3%	11	12%
Les spas	5.2%	4	7%
Les centres d'esthétique ou de coiffure	3.9%	3	7%
Les cliniques médicales	3.9%	3	2%
Le domicile de votre clientèle	6.5%	5	2%
Massage en entreprise	0.0%	0	1%
Les hôtels (excluant les spas)	0.0%	0	1%
Les centres sportifs	0.0%	0	1%
Autres	19.5%	15	10%
		Questions répondues (n)	77
		Réponses sautées	10
			n=325

27. Combien de massages pouvez-vous faire en une journée tout en offrant le même service à tous vos clients ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
1 à 4 massages	66.2%	51	52%
5 à 6 massages	24.7%	19	40%
7 à 8 massages	7.8%	6	6%
9 à 10 massages	1.3%	1	1%
		Questions répondues (n)	77
		Réponses sautées	10
			n=325

28. Combien, en moyenne par semaine, effectuez-vous de massages ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
5 massages ou moins	29.9%	23	18%
6 à 10 massages	35.1%	27	25%
11 à 20 massages	24.7%	19	34%
21 à 50 massages	7.8%	6	21%
Refus	2.6%	2	2%
		Questions répondues (n)	77
		Réponses sautées	10
			n=325



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

29. Généralement, quel(s) mois de l'année est (sont) le(s) plus achalandé(s) pour vous ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Janvier	20.3%	15	16%
Février	39.2%	29	26%
Mars	54.1%	40	34%
Avril	47.3%	35	21%
Mai	37.8%	28	11%
Juin	24.3%	18	7%
Juillet	16.2%	12	11%
Août	13.5%	10	7%
Septembre	27.0%	20	16%
Octobre	50.0%	37	29%
Novembre	59.5%	44	32%
Décembre	41.9%	31	24%
Ne sait pas / Refus	21.6%	16	13%
		Questions répondues (n)	74
		Réponses sautées	13
			n=325

Note AQTN : La tendance entre les mois est très similaire. Il faut regarder ici l'écart entre deux mois et la comparer avec l'écart de deux mois correspondants. Janvier à Février 2010 = 16% à 26% (à la hausse). Janvier à Février 2014 = 15% à 29% (à la hausse), etcetera.

30. Et lequel (ou lesquels) est (sont) le(s) moins achalandé(s) ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Janvier	42.5%	31	32%
Février	16.4%	12	13%
Mars	0.0%	0	4%
Avril	9.6%	7	4%
Mai	15.1%	11	6%
Juin	30.1%	22	22%
Juillet	54.8%	40	53%
Août	45.2%	33	37%
Septembre	24.7%	18	19%
Octobre	6.8%	5	6%
Novembre	5.5%	4	6%
Décembre	17.8%	13	12%
Ne sait pas / Refus	20.5%	15	7%
		Questions répondues (n)	73
		Réponses sautées	14
			n=325

Note AQTN : Tendance similaire, même logique que la question #29.



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

31. Quel(s) sont le(s) type(s) de service(s) autre que la massothérapie que vous offrez personnellement à vos clients ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Soins du corps	15.8%	12	19%
Médecines douces	22.4%	17	9%
Esthétique	2.6%	2	8%
Soins professionnels de santé	9.2%	7	5%
Electrolyse	1.3%	1	3%
Coiffure	0.0%	0	3%
Aucun	50.0%	38	51%
Autres	18.4%	14	18%
		Questions répondues (n)	76
		Réponses sautées	11
			n=325



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

32. Quel(s) sont le(s) type(s) de service(s) autre que la massothérapie offert(s) sur votre(vos) lieu(x) de travail ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Soins du corps	20.0%	14	36%
Esthétique	24.3%	17	36%
Soins professionnels de santé	11.4%	8	22%
Médecines douces	17.1%	12	16%
Electrolyse	5.7%	4	11%
Coiffure	1.4%	1	11%
Médecine esthétique	5.7%	4	2%
Ne pas sait / Refus	28.6%	20	8%
Autres	30.0%	21	26%
		Questions répondues (n)	70
		Réponses sautées	17
			n=156

Autres
Nil
Thérapeute en relation d'aide
Kinésithérapie
Orthothérapie
j'enseigne la massothérapie, mon cas est particulier
Soins énergétiques
Reii, balancement énergétique
podogue
Entraînement
Herboristerie
massage cellulites
Trager
yoga
hypnothérapie



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

33. Quelle est la taille de votre entreprise, en nombre d'employé(s) ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
5 employés ou moins	83.6%	51	37%
6 à 10 employés	3.3%	2	21%
11 à 20 employés	9.8%	6	13%
21 à 50 employés	0.0%	0	5%
Plus de 50 employés	3.3%	2	24%
<i>Questions répondues (n)</i>		61	n=64
<i>Réponses sautées</i>		26	

Note : La catégorie 5 employés ou moins inclut tous les travailleurs autonomes. Ceci n'est pas le cas dans le sondage en 2010, qui avait une question supplémentaire que l'AQTN n'a pas inclus : « Quelle est votre statut d'emploi? Travailleur autonome, salarié, les deux, employeurs ».

34. Depuis combien d'années travaillez-vous dans cette entreprise ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
2 ans ou moins	28.8%	19	45%
3 à 5 ans	25.8%	17	26%
6 à 10 ans	22.7%	15	19%
11 ans ou plus	21.2%	14	9%
Ne sais pas / Refus	1.5%	1	1%
<i>Questions répondues (n)</i>		66	n=64
<i>Réponses sautées</i>		21	



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

35. En incluant la recherche et le développement de la clientèle et les tâches administratives reliées à la pratique de la massothérapie, combien d'heures par semaine consacrez-vous en moyenne à votre travail ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Moins de 10 heures	25.7%	19	31%
10 à 19 heures	18.9%	14	21%
20 à 29 heures	23.0%	17	16%
30 à 39 heures	20.3%	15	17%
40 à 49 heures	8.1%	6	8%
50 heures ou plus	4.1%	3	7%
<i>Questions répondues (n)</i>		74	n=260
<i>Réponses sautées</i>		13	

36. En moyenne, quelle proportion en pourcentage de vos heures de travail consacrez-vous uniquement à la massothérapie?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
1-25%	18.4%	14	16%
26-50%	13.2%	10	18%
51-75%	26.3%	20	14%
76-99%	26.3%	20	35%
100%	13.2%	10	15%
Refus	2.6%	2	1%
<i>Questions répondues (n)</i>		76	n=260
<i>Réponses sautées</i>		11	



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

37. Quelle(s) démarche(s) utilisez-vous afin de développer votre clientèle ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Bouche à oreille de clients actuels	96.1%	73	66%
Distribution de feuillets publicitaires	30.3%	23	19%
Annonces sur certains sites Internet	28.9%	22	15%
Annonces dans les Pages Jaunes	11.8%	9	13%
Annonces dans les journaux locaux	9.2%	7	13%
Annonces dans les bottins locaux	10.5%	8	9%
Ententes de références avec d'autres professionnels	28.9%	22	7%
Participation à des événements publics	18.4%	14	5%
Réseaux sociaux (Twitter, Facebook, etc.)	51.3%	39	3%
Organisation de conférences	6.6%	5	3%
Ententes de références avec des institutions de santé	7.9%	6	3%
Participation à des émissions de radio ou de télévision	2.6%	2	2%
Rédaction de chroniques dans les journaux	1.3%	1	1%
Ne sait pas / Refus	3.9%	3	12%
Autres	17.1%	13	14%
<i>Questions répondues (n)</i>		76	n=260
<i>Réponses sautées</i>		11	



Autres
Moi, donne des cartes directement, selon le cas.
Participation à des levées de fonds
site de la fédération des massothérapeute du Québec
J'ai eu une année mon annonce dans les pages jaunes, donc, en tapant mon nom, les gens me trouvent facilement encore aujourd'hui.
Présence dans organismes sportifs et scolaires, web en développement
Site web personnel et rédaction d'articles sur mon site et publication de ces articles sur réseaux sociaux
distribution cartes d'affaire en personnes ou certains lieux
Site Internet
Assistante de cours - Formation continue
Reseautage
distribution de cartes d'affaire a plusieurs endroits dans la ville
Je varie ma pratique en oeuvrant dans différents lieux.
Tirage de certificat cadeau.



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

38. Parmi les démarches que vous venez d'identifier, veuillez indiquer celle qui vous semble être la plus profitable ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Bouche à oreille de clients actuels	76.3%	58	57%
Annonces sur certains sites Internet	10.5%	8	9%
Annonces dans les Pages Jaunes	5.3%	4	7%
Distribution de feuillets publicitaires	5.3%	4	6%
Annonces dans les bottins locaux	3.9%	3	4%
Annonces dans les journaux locaux ententes de références avec des institutions de santé	2.6%	2	3%
Ententes de références avec d'autres professionnels	3.9%	3	1%
Ne sait pas / Refus	11.8%	9	2%
Autres	9.2%	7	10%
<i>Questions répondues (n)</i>		76	n=260
<i>Réponses sautées</i>		11	

39. Quelle(s) tâche(s) connexe(s) ou administrative(s) reliée(s) à la pratique de la massothérapie effectuez-vous chez votre employeur ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Changer la literie et les serviettes	60.0%	39	56%
Entretien de la salle de massage	47.7%	31	34%
Prendre les rendez-vous	38.5%	25	23%
Répondre au téléphone	38.5%	25	19%
Soins du corps	21.5%	14	15%
Tenue de dossiers	47.7%	31	6%
Aucune, n'effectue aucune tâche connexe	35.4%	23	30%
Autres	21.5%	14	6%
<i>Questions répondues (n)</i>		65	n=60
<i>Réponses sautées</i>		22	



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

40. En tenant compte de vos différents lieux de travail et des tâches connexes ou administratives reliées à votre travail en massothérapie, combien d'heures par semaine consacrez-vous à votre travail en tant que salarié ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Moins de 10 heures	19.7%	12	28%
10 et 19 heures	8.2%	5	27%
20 et 29 heures	8.2%	5	27%
30 et 39 heures	11.5%	7	9%
40 et 49 heures	4.9%	3	6%
50 heures ou plus	0.0%	0	1%
Ne sait pas / Refus	47.5%	29	2%
<i>Questions répondues (n)</i>		61	n=60
<i>Réponses sautées</i>		26	

41. Quel prix demandez-vous à vos clients pour un massage régulier d'une durée d'une heure ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Moins de 50\$	4.2%	3	20%
50\$	8.3%	6	26%
51\$ à 60\$	41.7%	30	30%
Plus de 60\$	43.1%	31	23%
Ne sait pas / Refus	2.8%	2	1%
<i>Questions répondues (n)</i>		72	n=260
<i>Réponses sautées</i>		15	

42. Quel est votre type de rémunération ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Salaire versé sur le nombre de massage effectués seulement	50.9%	28	67%
Salaire horaire et commission selon les massages effectués	10.9%	6	16%
Salaire versé selon le nombre d'heures travaillées seulement	9.1%	5	12%
Ne sait pas / Refus	29.1%	16	6%
<i>Questions répondues (n)</i>		61	n=60
<i>Réponses sautées</i>		26	



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

43. Quelle proportion en pourcentage (%) de l'ensemble de vos revenus provient de la massothérapie ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
90% et plus	53.5%	38	5%
80% à 89%	2.8%	2	9%
70% à 79%	4.2%	3	8%
60% à 69%	2.8%	2	4%
50% à 59%	7.0%	5	4%
40% à 49%	1.4%	1	7%
30% à 39%	4.2%	3	6%
20% à 29%	2.8%	2	14%
19% ou moins	12.7%	9	42%
Ne sait pas / Refus	8.5%	6	1%
		Questions répondues (n)	71
		Réponses sautées	16
			n=162

44. Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le REVENU avant impôt provenant uniquement de votre travail en massothérapie pour l'année 2013, est ce :

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Moins de 5 000\$	28.2%	20	53%
5 000\$ à 9 999\$	8.5%	6	16%
10 000\$ à 14 999\$	9.9%	7	10%
15 000\$ à 19 000\$	12.7%	9	9%
20 000\$ à 24 999\$	8.5%	6	4%
25 000\$ à 29 999\$	18.3%	13	2%
Ne sait pas / Refus	14.1%	10	6%
		Questions répondues (n)	71
		Réponses sautées	16
			n=162



Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

45. Est-ce que l'apport de la pratique de la massothérapie à votre revenu correspond à vos attentes ?

Choix de réponses	Réponse en %	# de réponses	L.M. 2010
Correspond tout à fait	26.8%	19	22%
Correspond assez bien	21.1%	15	46%
Correspond peu	28.2%	20	23%
Ne correspond pas du tout	16.9%	12	7%
Ne sait pas / Refus	7.0%	5	1%
		Questions répondues (n)	71
		Réponses sautées	16
			n=325

46. Si vous désirez une copie des résultats compilés du sondage, veuillez entrer votre adresse courriel.

Ces réponses contiennent des informations confidentielles et ne seront pas partagées, vendues ou remises à aucune tierce partie.

CONCLUSION

Malgré les contraintes de temps et d'argent pour cette initiative, et compte tenu de l'ampleur du projet pour une association de notre taille et des diverses limitations et contraintes, nous sommes très heureux avec les résultats obtenus. Tel que mentionné dans l'introduction, nous croyons avoir vu et apporté une petite contribution positive à la massothérapie au Québec avant même d'avoir publié les résultats! Plusieurs réponses sont évidentes, mais au moins ils sont maintenant officiellement documentés.

Une production de l'équipe AQTN ©

www.AQTN.ca

RÉPONSES OUVERTES

Voici maintenant les réponses aux questions ouvertes du sondage qui n'étaient pas présent dans celui de 2010. Ces questions sont partagées avec tous dans l'optique de promouvoir la massothérapie et les thérapies naturelles et de faire ignition aux idées créatives pour augmenter la demande.



Q47. Qu'appréciez-vous le plus dans votre association ou regroupement?

Le soutien professionnel Formation continue.	La qualité/courtoisie du service pour les membres.	Les reçus et sa reconnaissance chez les assureurs (6 fois).	La flexibilité de couverture des soins massothérapie / naturothérapie.
Bonne visibilité, réputation, accessibilité.	Mentalité.	Bon service (3 fois).	Variété des titres professionnels.
L'existence d'un blog pour échanger des connaissances et expertises.	Disponibilité des services offerts.	Disponibilité (3 fois).	Support marketing, technologique et développement.
Le soutien aux membres.	Ouverture, communication.	L'agenda et les livrets de reçus.	Rien en particulier.
Expertise en lien avec la pratique et information quant à la profession.	Le graphisme.	Reçus gratuits (2 fois).	Je ne la connais pas du tout.
Conférences gratuite ou peu coûteuses données par des spécialistes et des passionnés de leur domaine. Sa rigueur.	Rapidité de réponse.	Une reconnaissance.	La FQM est pour moi la seule association valable ici au Québec.
Surveillance des formations et des perfectionnements suggérés.	La disponibilité et la facilité d'accès à quelqu'un qui peut répondre rapidement à une question ou un besoin.	La crédibilité.	Le fait que le coût d'adhésion est abordable pour moi du fait que mes revenus en massothérapie sont minimes pour le moment...
	Encadrement.	L'encadrement de la profession.	Les réductions de prix sur les assurances.
	Leur visite dans notre ville de temps en temps.	Reconnaissance polarité.	
		Milite pour la protection du public et pour avoir un ordre!	
		Elle est très reconnue.	
		Publicité.	

Q48. Qu'aimeriez-vous obtenir ou avoir de plus qui n'est pas offert par votre association ou regroupement?

- Rien de plus (8 fois).
- C'est parfait à ce jour.
- D'avantages de publications sur la massothérapie, des articles plus étoffés.
- Plus d'énergie de la part de mon association pour la reconnaissance auprès des professionnels de la santé.
- Services conjoints, comme de la formation en ligne (e-université) pour les cours comme physiologie, anatomie, pathologie, etc.
- Plus de visibilité; une visibilité plus personnalisée; plus de publicité chez le public.
- Un journal avec des cas cliniques.
- Un ordre.
- Que le respect du code de déontologie soit plus sévère...
- Des informations dans ma région ville de Québec.
- De l'information en générale.
- De la clientèle et que l'association soit reconnue ainsi que la profession et que le ministère de la santé soit coopératif et incite à une approche globale de la santé incluant la massothérapie et naturopathie.
- Éducation face à la population. C'est quoi au juste un massothérapeute ?
- Sécurité financière, c'est malheureux mais c'est l'un des plus vieux métiers du monde mais on dirait qu'encore il doit faire ses preuves.
- Rendre le titre de massothérapeute officiel.
- Naturothérapie.
- Formation sur les taxes perçus par les instances gouvernementales provinciales et fédérales.
- Que les frais de cotisation soient moins cher la première année....quand on commence on n'a pas une cenne et il faut payer la cotisation à plein prix.... C'est ridicule.
- Défense de l'intérêt des massothérapeutes auprès des spas (nous vivons des conditions de salariés même si nous sommes des travailleurs autonomes, mais n'avons pas du tout la sécurité ni la liberté d'horaire des salariés et avons très peu de pouvoir de négociation auprès des employeurs. Les salaires en spa ne sont pas assez élevés. La massothérapie devrait être davantage enseignée suivant la logique du maître-apprenti, et non d'une façon aussi normalisé. Nos associations pourraient tenter

Sondage de suivi à celui de Léger Marketing en 2010

de mettre en place un système de mentorat pour se rapprocher de cette logique et permettre une meilleure transmission des connaissances entre les massothérapeutes d'expériences et les nouveaux massothérapeutes.

- La reconnaissance du gouvernement

Q.50. Quelle(s) question(s) aimeriez-vous voir dans un prochain sondage de nature similaire?

- Si les gens le font en pensent devenir riche ou parce qu'ils aiment ce métier.
- Attention, vous proposez un salaire annuel de 25,000\$ maximum. Certains massothérapeutes font plus par année. Votre sondage est donc erroné! (*Note AQTN : Vrai, noté, merci*)
- Un sondage plus court
- ça serait bien d'avoir un sondage pour les écoles de massothérapie, ce qui est mon cas... je vais peut-être un peu fausser les données...
- Dans votre choix de réponse concernant le genre de reconnaissance que nous aimerions avoir, outre l'ordre professionnel et la formation collégiale, il n'y avait pas comme choix un registre des massothérapeutes accrédités comme le registre MQ, qui selon moi est suffisant, peu coûteux et déjà en place.
- Des sections mieux définies selon salarié/travailleur autonome,
 - Ex.: Selon vous, à quelle fréquence la formation continue devrait-elle être exigée?
 - Ex.: En tant que salarié, comment êtes-vous rémunéré et combien êtes-vous rémunéré.
 - Ex.: Par quelle méthode l'ancienneté est-elle gérée par votre employeur.
 - Ex.: Par quelle méthode souhaiteriez-vous que l'ancienneté soit gérée.
 - Ex.: Certains pays séparent légalement la pratique de la massothérapie de détente de la massothérapie visant à traiter des maux corporels, qu'en pensez-vous (choix de réponse) ...
- Les services de massothérapie / orthothérapie / naturothérapie devraient-ils être exempts de taxes (TPS-TVQ)?

