



**Étude sur le profil des clientèles et les
dépenses touristiques des visiteurs de l'exposition
« La peinture à l'époque de la reine Victoria »**

- Final -

Rapport d'étude

Dossier 70280-012
Septembre 2010



580, Grande-Allée Est, bureau 580, Québec, Québec G1R 2K2 • Tél. : 418-522-7467 • Téléc. : 418-522-7977
• www.legermarketing.com •








Table des matières

Contexte et objectifs	2
Méthodologie	4
Faits saillants	5
1. Achalandage, profil de la clientèle et provenance	8
1.1 Achalandage	8
1.2 Profil de la clientèle	9
1.3 Répartition des visiteurs selon leur provenance	10
2. Contexte de visite et éléments de participation	12
2.1 Visites antérieures au Musée national des beaux-arts du Québec.....	12
2.2 Importance de la tenue de l'exposition dans la décision de venir dans la grande région de Québec	14
2.3 Nombre de nuitées dans la grande région de Québec.....	15
2.4 Types d'hébergement privilégiés	16
3. Dépenses estimées	17
3.1 Nombre de personnes couvertes par les dépenses.....	17
3.2 Dépenses issues d'un forfait	18
3.3 Répartition des dépenses selon les divers postes de dépenses	19
3.4 Dépenses estimées - En considérant le degré d'importance de la tenue de l'exposition sur la décision de venir dans la grande région de Québec	20
3.5 Dépenses touristiques estimées	21
3.6 Dépenses déclarées au Musée national des beaux-arts du Québec.....	22
4. Satisfaction des visiteurs	23
5. Sources d'information	24
5.1 Sources d'information ayant fait connaître l'exposition.....	24
5.2 Notoriété des actions publicitaires	25
Annexe 1 - Questionnaire	27
Annexe 2 - Plan d'échantillonnage	35

Contexte et objectifs

Dans le cadre de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » présentée au Musée national des beaux-arts du Québec (MNBAQ), Léger Marketing s'est vu confier le mandat d'établir le profil des visiteurs de l'exposition et d'estimer les dépenses touristiques générées par l'événement.

Plus précisément, cette étude permet de :

-  tracer le profil des visiteurs à l'exposition;
-  connaître l'influence de la tenue de l'exposition dans la décision des visiteurs de se rendre dans la région;
-  connaître leurs principaux comportements touristiques, notamment :
 - la durée du séjour;
 - le type d'hébergement privilégié;
 - les dépenses de séjour.
-  estimer les dépenses touristiques générées par l'exposition;
-  mesurer le taux de fréquentation au MNBAQ au cours des douze derniers mois de même que la proportion de visiteurs abonnés au MNBAQ;
-  évaluer le niveau de satisfaction à l'égard de l'exposition;
-  connaître les moyens d'information par lesquels les visiteurs ont entendu parler de l'exposition.

L'ensemble des 558 entrevues se sont déroulées par interception aléatoire en face à face par des intervieweurs expérimentés de Léger Marketing du 2 juin au 28 août 2010 inclusivement.

Note importante à l'égard de la terminologie utilisée dans ce rapport

Prendre note que les termes suivants seront utilisés dans ce rapport :	
« Visiteurs de l'extérieur »	→ Les personnes ayant visité l'exposition et résidant à <u>l'extérieur</u> d'un rayon de 40 km de Québec.
« Locaux » ou « visiteurs locaux »	→ Les personnes ayant visité l'exposition et résidant à <u>l'intérieur</u> d'un rayon de 40 km de Québec.
« Visiteurs de l'exposition » ou « Visiteurs »	→ Les personnes ayant visité l'exposition, <u>peu importe leur provenance</u> .
« Touriste »	→ Visiteur de l'extérieur <u>ayant séjourné au moins une nuit</u> dans la grande région de Québec lors de sa visite de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria ».
« Excursionniste »	→ Visiteur de l'extérieur <u>n'ayant pas séjourné</u> au moins une nuit dans la grande région de Québec lors de sa visite de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria ».
« Visiteur centré »	→ Visiteur de l'extérieur venu dans la grande région de Québec <u>surtout</u> ou <u>en partie</u> pour visiter l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria ».
« Visiteur non centré »	→ Visiteur de l'extérieur dont la tenue de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » n'a eu aucune influence sur sa décision de venir dans la grande région de Québec.
« MNBAQ »	→ Musée national des beaux-arts du Québec

Méthodologie

- La collecte de données de cette étude a été réalisée par des entrevues individuelles en face à face selon la méthode d'interception aléatoire auprès d'un échantillon représentatif de 558 visiteurs de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria ». Cette exposition s'est déroulée au MNBAQ du 27 mai au 6 septembre 2010 inclusivement.
- Pour être admissible à l'étude, la personne sélectionnée devait être âgée de 18 ans ou plus, s'exprimer en français ou en anglais et ne pas être bénévole, administratrice ou à l'emploi de l'organisation de l'événement. La population à l'étude correspond à l'ensemble des visiteurs de l'exposition répondant à ces critères et se compose donc de visiteurs locaux (dont le lieu de résidence se situe à l'intérieur d'un rayon de 40 kilomètres de la ville de Québec), d'excursionnistes et de touristes, ces derniers provenant de l'extérieur d'un rayon de 40 kilomètres de la ville de Québec.
- Les entrevues se sont déroulées du 2 juin au 28 août 2010 au MNBAQ. Les répondants étaient interceptés lors de leur sortie de l'exposition. Un plan d'échantillonnage avait été établi a priori afin de répartir les entrevues à réaliser selon le jour et la plage horaire (voir annexe 2).
- Une équipe composée de deux techniciens-sondeurs expérimentés et bilingues fut affectée à l'opération.
- La durée moyenne des entrevues fut d'environ cinq minutes par questionnaire.
- La marge d'erreur maximale s'appliquant aux résultats portant sur les 558 personnes sondées s'établit à $\pm 4,2\%$ et ce, dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20).

Répartition des entrevues réalisées	Nombre d'entrevues complétées	Marge d'erreur maximale
Clientèle locale	218	$\pm 6,6\%$
Clientèle de l'extérieur	340	$\pm 5,3\%$
Ensemble de la clientèle sondée	558	$\pm 4,2\%$


Lecture du rapport

- Les totaux différents de 100% sont dus à la réponse multiple ou à l'arrondissement à l'entier.
- Seuls les écarts significatifs sont considérés lors de l'analyse des sous-groupes à l'étude. Les résultats significativement plus élevés sont présentés en **bleu** et ceux significativement plus faibles sont présentés en **rouge** dans les tableaux et les graphiques.

Faits saillants


Les résultats de l'étude nous permettent de constater que l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » a attiré **36 986 visiteurs** lors de sa tenue à l'été 2010.

De ce nombre ...

 14 425 sont des **visiteurs locaux**, demeurant à moins de 40 km de l'événement (39%);


 22 561 sont des **visiteurs de l'extérieur**, demeurant à plus de 40 km de l'événement (61%).


La clientèle de l'exposition était, par conséquent, composée d'une majorité de visiteurs de l'extérieur. Parmi ces derniers, on retrouve :

 16 018 personnes provenant de la **province de Québec** (71%);

 6 543 personnes provenant de l'**extérieur de la province** (29%), soit des autres provinces canadiennes (8%), des États-Unis (8%) ou de l'extérieur de l'Amérique du Nord (13%).

Certains visiteurs de l'extérieur ont profité de leur passage dans la grande région de Québec pour y passer la nuit. Cette clientèle se décline donc en excursionnistes et en touristes :

 4 738 **excursionnistes**, n'ayant pas séjourné au moins une nuit dans la grande région de Québec (21%);

 17 823 **touristes** ayant séjourné au moins une nuit dans la grande région de Québec (79%), soit en moyenne 3,2 nuits.

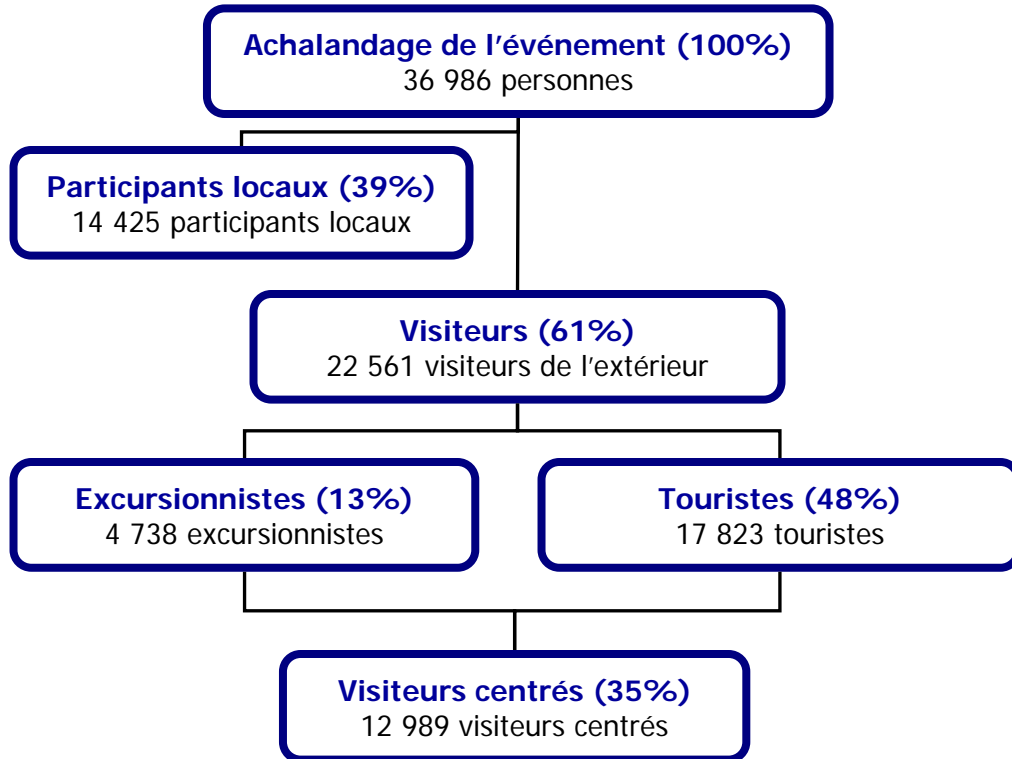
Les touristes ont majoritairement privilégié les établissements commerciaux (81%), quoique certains aient séjourné chez des parents ou des amis (17%).

L'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » a influencé plusieurs visiteurs de l'extérieur à venir dans la grande région de Québec, soit 57% de l'ensemble des visiteurs de l'extérieur (12 989 personnes).







La tenue de l'exposition **n'a pas eu d'influence sur la décision** de venir dans la grande région de Québec sur 9 572 personnes (43% des visiteurs de l'extérieur).

Le schéma de la page suivante présente la répartition de la clientèle de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » selon la provenance des visiteurs.

Répartition de la clientèle de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »



Lorsque l'on analyse le **profil global de la clientèle de l'exposition**, on constate qu'elle est principalement :

-  féminine (61% de femmes);
-  âgée de 45 ans ou plus (78%);
-  cadre ou col blanc (43%) ou retraitée (39%);
-  de scolarité universitaire (73%);
-  à haut revenu (54% disposent d'un revenu de 60 000 \$ ou plus annuellement);
-  fidèle au Musée, 75% n'en étant pas à leur première visite au cours de la dernière année.






De plus, c'est principalement parmi la clientèle locale que l'on retrouve des abonnés du Musée (46%). Par ailleurs, 13% des locaux ont affirmé avoir l'intention de s'abonner au cours des 12 prochains mois.

Au niveau de la satisfaction de la clientèle, celle-ci s'avère particulièrement satisfaite de sa visite de l'exposition (note moyenne de satisfaction de 8,4 sur 10), ainsi que des services connexes offerts par le Musée (note moyenne de satisfaction de 8,8 sur 10).

Finalement, la majorité de la clientèle ayant entendu parler de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » par le biais de la publicité télévisée (41%) ou de celle publiée dans les journaux (34%), on peut conclure que ces deux moyens de communication ont été les plus efficaces pour faire connaître l'exposition.

Au niveau des dépenses touristiques engendrées par la tenue de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria », celles-ci s'élèvent à plus de **2 millions de dollars**. Les visiteurs centrés de l'exposition ont principalement dépensé pour l'hébergement et la nourriture, qui totalisent 67% de toutes les dépenses touristes générées par l'événement.

En conclusion, nous pouvons certainement avancer que le MNBAQ, grâce à la tenue de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria », a joué un rôle important dans l'industrie touristique de Québec lors de l'été 2010. En effet, l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » a ...

-  attiré près de 23 000 visiteurs;
-  généré plus de 2 millions de retombées touristiques dans la région;
-  influencé la décision de plusieurs visiteurs de l'extérieur de venir dans la grande région de Québec;
-  attiré un grand nombre de touristes dans la région, soit près de la moitié de sa clientèle;
-  été généralement appréciée de sa clientèle.

1. Achalandage, profil de la clientèle et provenance

1.1 Achalandage

Au total, 61% des visiteurs de l'exposition provenaient de l'extérieur de la grande région de Québec, alors que 39% sont des visiteurs locaux.¹

Si on considère les données concernant la fréquentation du MNBAQ dans le cadre de l'exposition, le nombre de billets vendus s'établit à 36 986 (chiffres de la billetterie du MNBAQ). En inférant cette donnée à partir de celles issues de l'observation sur le terrain, on estime l'achalandage à environ 22 561 visiteurs de l'extérieur et à environ 14 425 visiteurs locaux, pour un grand total de 36 986 personnes ayant visité l'exposition.

Estimation de l'achalandage Exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »	Nombre de personnes ayant visité l'exposition
Locaux (demeurant à l'intérieur d'un rayon de 40 km)	14 425
Visiteurs de l'extérieur (demeurant à plus de 40 km)	22 561
Fréquentation de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »	36 986

Grâce au questionnaire d'interception aléatoire, on sait que la proportion de visiteurs de l'extérieur provenant du Québec est de 71%. Ainsi, on multiplie la proportion de ces visiteurs par le nombre total de visiteurs (71% X 22 561 = 16 018). Le même principe est appliqué pour les visiteurs hors Québec, lesquels représentent 29% des visiteurs de l'extérieur.

Répartition des visiteurs de l'extérieur	Nombre de visiteurs de l'extérieur ayant visité l'exposition	
Visiteurs provenant du Québec	16 018	=> 71%
Visiteurs provenant de l'extérieur du Québec	6 543	=> 29%
Ensemble des visiteurs de l'extérieur	22 561	=> 100%

¹ Rappelons que les visiteurs de l'extérieur demeurent à l'extérieur d'un rayon de 40 km de Québec et les locaux, à l'intérieur de ce rayon.

1.2 Profil de la clientèle

Globalement, l'analyse du profil de la clientèle permet de constater que :

- la clientèle est composée d'une majorité de femmes (61% contre 39% d'hommes);
- près de 8 visiteurs sur 10 (78%) sont âgés de 45 ans ou plus;
- les visiteurs de l'exposition occupent majoritairement des postes de cadres ou de cols blancs (43%) ou encore, sont retraités (39%);
- une formation de niveau universitaire est détenue par 73% de la clientèle de l'exposition;
- le quart des visiteurs de l'exposition (25%) dispose d'un revenu familial annuel de 100 000 \$ ou plus;
- c'est principalement parmi la clientèle locale que l'on retrouve des abonnés du MNBAQ (46% contre 4% de la clientèle de l'extérieur). D'ailleurs, 13% des locaux ont l'intention de s'abonner au cours des 12 prochains mois.

Chez la clientèle locale (39% de l'ensemble), on remarque que :

- elle est principalement composée de femmes (70% contre 30% d'hommes);
- plus de 8 visiteurs sur 10 (84%) sont âgés de 45 ans ou plus;
- la moitié de cette clientèle est constituée de personnes à la retraite (50%);
- la plupart ont atteint une scolarité de niveau universitaire (71%);
- elle est composée d'individus dont le revenu familial annuel est distribué à peu près également entre toutes les tranches de revenu utilisées dans notre étude. Néanmoins, nous pouvons tout de même affirmer que 59% de cette clientèle dispose d'un revenu familial annuel de 60 000 \$ ou plus;
- près de la majorité est abonnée au MNBAQ (46% contre 54% qui n'est pas abonnée).

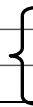
Chez la clientèle de l'extérieur (61% de l'ensemble), on remarque que :

- elle est principalement composée de femmes (55% contre 45% d'hommes);
- les trois quarts des individus sont âgés de 45 ans et plus (75%);
- la profession la plus représentée est celle de cadres et de cols blancs (51%);
- les trois quarts ont atteint une scolarité de niveau universitaire (75%);
- près du tiers a un revenu familial annuel de 100 000 \$ ou plus (30%);
- la quasi-totalité n'est pas abonnée (96% contre 4% qui est abonnée).

Le tableau de la page suivante présente le détail du profil de la clientèle de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » selon le type de clientèle (locale et extérieure).

Profil de la clientèle	Total n=518	Clientèle locale n=218	Clientèle extérieure n=340
Sexe			
Hommes	39%	30%	45%
Femmes	61%	70%	55%
Groupe d'âge			
18 à 24 ans	5%	5%	5%
25 à 34 ans	7%	6%	7%
35 à 44 ans	10%	6%	13%
45 à 54 ans	20%	20%	21%
55 à 64 ans	33%	32%	33%
65 ans ou plus	25%	32%	21%
Occupation principale			
Cadres / Cols blancs	43%	29%	51%
Cols bleus	3%	3%	3%
Travailleurs autonomes	7%	8%	6%
À la maison / Étudiant / Sans emploi	8%	10%	6%
Retraités	39%	50%	33%
Scolarité			
Primaire ou secondaire	8%	6%	8%
Collégial	19%	22%	16%
Universitaire	73%	71%	75%
Revenu familial brut			
19 999 \$ et moins	6%	9%	4%
Entre 20 000 \$ et 39 999 \$	9%	12%	7%
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	14%	15%	13%
Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	14%	14%	13%
Entre 80 000 \$ et 99 999 \$	15%	12%	16%
100 000 \$ ou plus	25%	17%	30%
Refus de répondre	19%	21%	17%
Abonnés du MNBAQ (Q10)			
Abonnés	20%	46%	4%
Non abonnés	79%	54%	96%

78%



Chez les non abonnés ...	Total n=445	Clientèle locale n=118	Clientèle extérieure n=327
Intention d'abonnement au cours des 12 prochains mois (Q11)	4%	13%	1%

1.3 Répartition des visiteurs selon leur provenance

Parmi l'ensemble des visiteurs interrogés, rappelons que 61% sont des visiteurs de l'extérieur, c'est-à-dire des gens qui habitent à plus de 40 km du MNBAQ.

Parmi ces derniers, 71% proviennent du Québec, dont 26% de la région de la Capitale-Nationale, 20% de la région de Montréal et 25% d'ailleurs au Québec. Quant aux autres, 8% habitent au Canada, 8% aux États-Unis et 13% ailleurs dans le monde.

Provenance des répondants	Total n=558
Région de la Capitale-Nationale (à l'intérieur d'un rayon de 40 km)	39%
Grande région de Montréal	17%
Ailleurs au Québec	26%
De l'extérieur du Québec	18%

} Visiteurs de l'extérieur (61%)

Provenance des visiteurs de l'extérieur n=340					
Au Québec		De l'extérieur du Québec			
Québec		Canada		États-Unis	
Capitale-Nationale²	26%	Ontario	5%	Maine	1%
Montréal	20%	Alberta	1%	Massachusetts	1%
Montérégie	6%	Colombie-Britannique	1%	New York	1%
Outaouais	4%	Nouvelle-Écosse	1%	Connecticut	1%
Bas-St-Laurent	3%			Floride	1%
Laurentides	3%			Californie	1%
Chaudière-Appalaches ³	2%			Texas	1%
Laval	2%			Autres*	1%
Saguenay/Lac-Saint-Jean	1%				
Mauricie	1%				
Estrie	1%				
Lanaudière	1%				
Centre-du-Québec	1%				
Total Québec	71%	Total Canada	8%	Total États-Unis	8%
Ailleurs dans le monde					
		Europe		4%	
		Autres		9%	
		Total ailleurs dans le monde		13%	

² À l'extérieur du rayon de 40 km.

³ À l'extérieur du rayon de 40 km.

2. Contexte de visite et éléments de participation

2.1 Visites antérieures au Musée national des beaux-arts du Québec

Il est intéressant de constater que trois visiteurs de l'exposition sur quatre (75%) avaient déjà visité le MNBAQ auparavant. Cette proportion grimpe même à 95% chez la clientèle locale. Chez les visiteurs de l'extérieur, c'est 63% qui ont affirmé être déjà venus au MNBAQ avant la visite de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria ».

Parmi les visiteurs locaux, 35% d'entre eux ont indiqué avoir visité le MNBAQ quatre fois ou plus au cours des douze derniers mois (en incluant la visite de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »). Il est à noter que près de la moitié des visiteurs de l'extérieur (49%) avaient déjà visité le MNBAQ deux fois ou plus au cours de la dernière année (toujours en incluant la visite de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »).

- TOUS LES VISITEURS -
Q8. Est-ce votre première visite
au Musée national des beaux-arts du Québec ?

Première visite au Musée national des beaux-arts du Québec	Total n=558	Clientèle locale n=218	Clientèle extérieure n=340
Oui	25%	5%	37%
Non	75%	95%	63%

- LES VISITEURS QUI N'EN SONT PAS À LEUR PREMIÈRE VISITE -
Q9. En incluant votre visite d'aujourd'hui,
combien de fois êtes-vous venu dans ce musée
au cours des 12 derniers mois ?

Nombre de visites depuis les 12 derniers mois En incluant la visite de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »	Total n=420	Clientèle locale n=207	Clientèle extérieure n=213
Une fois	34%	19%	49%
Deux fois	29%	21%	37%
Trois fois	16%	24%	8%
Quatre fois ou plus	19%	35%	4%

On constate que les personnes ayant les profils suivants sont proportionnellement plus nombreuses à :

... être déjà venues au MNBAQ (75% de l'ensemble)

- les personnes abonnées au MNBAQ (96% contre 70% des personnes qui ne sont pas abonnées);
- les visiteurs locaux (95% contre 63% des visiteurs de l'extérieur);
- les propriétaires d'entreprises et les travailleurs autonomes (90%);
- les personnes âgées de 55 ou plus (84%) et les retraités (88%);
- les visiteurs de l'extérieur n'ayant pas séjourné au moins une nuit lors de leur séjour dans la grande région de Québec (excursionnistes) (82% contre 57% des touristes);
- les visiteurs venus surtout ou en partie dans la grande région de Québec pour voir l'exposition (visiteurs centrés) (81% contre 38% des visiteurs non centrés);
- les résidents de la province de Québec (80% contre 21% des visiteurs provenant de l'extérieur du Québec);
- les visiteurs de l'extérieur ayant entendu parler de l'exposition avant de venir dans la grande région de Québec (79% contre 30% qui n'en avaient pas entendu parler);
- les femmes (79% contre 70% des hommes);
- les visiteurs de l'extérieur qui ont séjourné chez des parents ou des amis lors de leur séjour (72%).

... n'être jamais venues au MNBAQ auparavant (25% de l'ensemble)

- les visiteurs n'ayant pas entendu parler de l'exposition avant de venir dans la grande région de Québec (70% contre 21% chez ceux qui en avaient entendu parler);
- les visiteurs pour lesquels la tenue de l'exposition n'a exercé aucune influence sur leur décision de venir dans la grande région de Québec (visiteurs non centrés) (62% contre 19% des visiteurs centrés);
- les visiteurs de l'extérieur ayant séjourné au moins une nuit dans la grande région de Québec lors de leur séjour (touristes) (43% contre 18% des excursionnistes), notamment ceux ayant séjourné dans un établissement commercial (47%);
- les personnes âgées de 18 à 44 ans (43%);
- les personnes ne faisant pas partie de la population active (au foyer, aux études, en recherche d'emploi) (41%);
- les personnes dont la scolarité est de niveau primaire ou secondaire (38%);
- les visiteurs de l'extérieur (37% contre 5% des locaux), particulièrement ceux provenant de l'extérieur du Québec (79%);
- les cadres et les cols blancs (35%);
- les hommes (30% contre 21% des femmes);
- les personnes qui ne sont pas abonnées au MNBAQ (30% contre 4% des personnes abonnées).

2.2 Importance de la tenue de l'exposition dans la décision de venir dans la grande région de Québec

Un des objectifs de l'étude consistait à connaître l'influence de la tenue de l'exposition dans la décision des visiteurs de se rendre dans la grande région de Québec. Ainsi, nous constatons que la grande majorité d'entre eux (66%) savaient, avant même de venir dans la grande région de Québec, que l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » s'y tenait. D'ailleurs, le tiers (34%) d'entre eux sont venus spécifiquement dans la grande région de Québec pour visiter l'exposition. De même, 53% sont venus dans la région en partie pour l'exposition.

C'est ainsi que globalement, sur l'ensemble des visiteurs de l'extérieur interrogés (n=340), 57% peuvent être considérés comme des « visiteurs centrés », puisqu'ils ont visité la région de Québec surtout ou en partie en raison de la tenue de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » (soit spécifiquement 73% des visiteurs de l'extérieur provenant du Québec et 20% des visiteurs hors Québec).

-LES VISITEURS DE L'EXTÉRIEUR- Q4a. Avant de venir dans la région de Québec, saviez-vous que l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » s'y déroulait ?

Connaissance de la tenue de l'exposition avant de venir dans la région	n=340
Oui	66%
Non	29%
Ne sait pas / Refus	4%

Profil des visiteurs centrés

Sont statistiquement plus nombreux à être venus surtout ou en partie pour l'exposition (57% de l'ensemble des visiteurs de l'extérieur)

- les visiteurs de l'extérieur n'ayant pas séjourné au moins une nuit dans la grande région de Québec (excursionnistes) (85% contre 50% des touristes);
- les visiteurs qui n'en sont pas à leur première visite au MNBAQ (74%), en particulier ceux ayant déjà effectué 2 ou 3 visites, incluant celle-ci (78%);
- les Québécois (73% contre 20% des visiteurs provenant de l'extérieur du Québec);
- les gens âgés de 55 à 64 ans (67%), de même que les retraités (67%).

-LES VISITEURS DE L'EXTÉRIEUR QUI SAVAIENT QUE L'EXPOSITION AVAIT LIEU- Q4b. À propos de votre décision de venir dans la région de Québec, diriez-vous que vous êtes venu ... ?

Influence de la tenue l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » dans la décision de venir dans la grande région de Québec	n=226
... surtout pour l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »	34%
... en partie pour l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »	53%
... ou que l'exposition n'a eu aucune influence	14%

2.3 Nombre de nuitées dans la grande région de Québec

Les visiteurs de l'extérieur furent interrogés quant au nombre de nuitées pendant lesquelles ils ont séjourné dans la grande région de Québec. Cette distinction permet d'identifier, au sein des visiteurs de l'extérieur, les touristes et les excursionnistes.

D'une part, nous observons que 79% des visiteurs de l'extérieur sont des touristes, puisqu'ils ont séjourné au moins une nuit dans la grande région de Québec, soit en moyenne 3,2 nuitées. Soulignons que cette moyenne de nuitées est supérieure aux indicateurs de performance de l'industrie touristique de la région de Québec.⁴ En effet, selon les plus récentes données de l'Office du Tourisme de Québec (OTQ), la durée moyenne des séjours des touristes en 2008 fut de 2,6 nuitées.⁵

D'autre part, 21% des visiteurs de l'extérieur sont des excursionnistes, n'ayant pas séjourné au moins une nuit dans la grande région de Québec lors de leur séjour.

Globalement, en tenant compte des touristes et des excursionnistes, on constate que la durée moyenne des séjours chez l'ensemble des visiteurs de l'extérieur était de 2,5 nuitées.

-LES VISITEURS DE L'EXTÉRIEUR-

Q2. En ce qui concerne votre séjour actuel, combien de nuitées, au total, prévoyez-vous séjourner dans la région de Québec ?

Nombre de nuitées dans la grande région de Québec	n=340
Aucune	21%
Une nuit	15%
Deux nuitées	24%
Trois nuitées ou plus	40%
Moyenne	2,5 nuitées

Les visiteurs qui ont été hébergés par des parents ou des amis (4,6 nuitées), ceux en provenance de l'extérieur du Québec (4,6 nuitées), ceux dont la tenue de l'exposition n'a eu aucune influence sur leur décision de venir dans la grande région de Québec (3,6 nuitées), de même que ceux qui en étaient à leur première visite au MNBAQ (3,5 nuitées) ont passé, en moyenne, plus de nuitées dans la région. On observe la même tendance chez les visiteurs de l'extérieur qui n'étaient pas au courant de la tenue de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » avant de se déplacer dans la grande région de Québec. En effet, ces derniers ont séjourné, en moyenne, 4,1 nuitées dans la région.

⁴ Office du Tourisme de Québec (Juillet 2010). Bulletin ÉCHOtourisme STATistique, Projet Cities, Statistique Canada (selon l'année de référence 2008). En ligne : www.quebecregion.com

⁵ Il faut prendre en compte que l'année 2008, en raison de la tenue des festivités du 400^e de la ville de Québec, fut une année exceptionnelle en termes de performance pour l'industrie touristique.

2.4 Types d'hébergement privilégiés

La majorité des touristes venus voir l'exposition ont séjourné dans un établissement commercial (81%), comparativement à 17% qui ont été hébergés chez des parents ou des amis. Notons aussi que 1% des touristes ont séjourné à la fois dans un établissement commercial et chez des parents ou des amis.

-LES VISITEURS DE L'EXTÉRIEUR AYANT PASSÉ AU MOINS UNE NUIT DANS LA RÉGION-

Q3. Durant votre séjour actuel, où aurez-vous séjourné ? Est-ce ... ?

Types d'hébergement privilégié	n=268
Dans un établissement commercial	81%
Chez des parents ou des amis	17%
Les deux	1%
Refus	1%

Soulignons que les personnes ayant les profils suivants sont proportionnellement plus nombreuses à :

... avoir séjourné dans un établissement commercial (81% de l'ensemble) :

- les personnes âgées de 35 à 44 ans (97%);
- celles qui en étaient à leur première visite au MNBAQ cette année (89%);
- les cadres et les cols blancs (86%).

... avoir séjourné chez des parents ou des amis (17% de l'ensemble) :

- les personnes âgées de 65 ans ou plus (27%);
- celles qui avaient déjà visité le MNBAQ au cours des 12 derniers mois (21%).

Note :

Les touristes qui ont visité le MNBAQ sont plus nombreux à avoir séjourné dans des établissements commerciaux que la moyenne des touristes de la région de Québec. En effet, selon le « Profil des touristes visitant la région de Québec »⁶, seulement 50% des personnes ayant visité Québec en 2008 ont séjourné dans les établissements commerciaux (contre 81% chez les touristes de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »).

⁶ OTQ, auparavant cité.

3. Dépenses estimées

3.1 Nombre de personnes couvertes par les dépenses

En moyenne, les dépenses de séjour déclarées par les visiteurs de l'extérieur couvraient les frais de 1,1 personne (en excluant le répondant). Cette moyenne est très près de celle des visiteurs québécois (1,0 personne) ainsi que de celle des visiteurs de l'extérieur provenant de l'extérieur du Québec (moyenne de 1,2 personne).

Soulignons que chez les visiteurs centrés, les dépenses de séjour déclarées couvraient également 1,1 personne en moyenne. Il en est de même chez les visiteurs non centrés (1,1).

-VISITEURS PROVENANT DE L'EXTÉRIEUR D'UN RAYON DE 40 KM DE LA RÉGION DE QUÉBEC-

Q5. Nous cherchons à connaître le nombre de personnes pour lesquelles vous avez assumé des dépenses de séjour ou avec lesquelles vous avez partagé vos dépenses de séjour. Dites-moi, en vous excluant, combien de personnes étaient couvertes par ces dépenses que vous avez assumées ou que vous avez partagées ?

Nombre de personnes couvertes par les dépenses	Total n=340	Québec n=240	Hors-Québec n=100
Aucune	26%	27%	26%
1 personne	53%	55%	48%
2 personnes	9%	7%	12%
3 personnes ou plus	11%	10%	13%
Moyenne	1,1	1,0	1,2

3.2 Dépenses issues d'un forfait

Deux répondants ont indiqué avoir acheté un forfait pour leur visite dans la grande région de Québec. Tous deux proviennent de la région de Montréal. La valeur moyenne des forfaits qu'ils ont achetés est de 470 \$, pour une somme totale de 940 \$. Les forfaits comprenaient l'hébergement et la nourriture dans les deux cas, ainsi que l'entrée au MNBAQ pour l'un d'entre eux.

Les données concernant ce sous-groupe à l'étude doivent être interprétées avec discernement puisqu'elles ne sont basées que sur deux répondants. Elles ne sont donc présentées ici qu'à titre indicatif.

**-VISITEURS DE L'EXTÉRIEUR AYANT DÉCLARÉ QUE CERTAINES DE LEURS DÉPENSES ÉTAIENT INCLUSES DANS UN FORFAIT-
Q6h. Qu'est-ce que votre forfait incluait ?**

Postes de dépenses inclus dans le forfait	Total n=2
Plusieurs mentions possibles	
Hébergement (hôtel et motel)	2
Nourriture (restaurants, bars et autres)	2
Entrée au MNBAQ	1

3.3 Répartition des dépenses selon les divers postes de dépenses

Le tableau ci-dessous présente les dépenses totales (sommés) après répartition des montants des forfaits dans les six postes de dépenses à l'étude.

Considérant qu'un des objectifs de l'étude consiste à évaluer les dépenses touristiques générées par l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria », les dépenses tiennent compte, à la demande de l'OTQ, de l'importance de sa tenue dans la décision de venir dans la grande région de Québec. C'est ainsi que pour les visiteurs de l'extérieur ayant visité la grande région de Québec surtout en raison de la tenue de l'exposition (n=76), 100% de leurs dépenses ont été considérées. En ce qui concerne ceux qui sont venus dans la grande région de Québec en partie pour l'exposition (n=119), 50% de leurs dépenses ont été comptabilisées dans ce calcul des dépenses (puisque ce n'est pas l'exposition qui a généré 100% de leurs dépenses). Nous ne tenons pas compte des dépenses de ceux ayant affirmé que l'exposition n'a eu aucune influence dans leur décision de venir dans la grande région de Québec.

On constate que l'hébergement (35%) et la nourriture (32%) sont les deux principaux postes de dépenses des visiteurs centrés lors de leur séjour dans la région de Québec.

- LES VISITEURS CENTRÉS DE L'EXTÉRIEUR -

Postes de dépenses (\$ canadiens) - Dépenses totales n=195	Sommés	%
Hébergement (hôtel et motel)	22 780 \$	35%
Nourriture (restaurants, bars et autres)	20 598 \$	32%
Magasinage	8 952 \$	14%
Loisirs et divertissements (incluant les dépenses au MNBAQ)	8 077 \$	12%
Transport sur place (essence, taxi, stationnement...)	4 473 \$	7%
Autres dépenses	350 \$	< 1%
Total	65 230 \$	100%

3.4 Dépenses estimées - En considérant le degré d'importance de la tenue de l'exposition sur la décision de venir dans la grande région de Québec

Le tableau ci-dessous fait état des dépenses moyennes effectuées dans la grande région de Québec par les visiteurs centrés québécois de même que par les visiteurs centrés hors Québec. Les dépenses des visiteurs centrés hors Québec doivent cependant être interprétées avec discernement puisqu'elles ne se basent que sur 20 répondants. Elles ne sont présentées ici qu'à titre indicatif.

-LES VISITEURS CENTRÉS DE L'EXTÉRIEUR-

Q6a à Q6g. En tenant compte de ce que vous avez dépensé jusqu'à maintenant et de ce que vous dépenserez d'ici votre départ, veuillez me dire combien, approximativement, vous aurez personnellement dépensé dans la région de Québec pour vous-même et pour toutes les personnes qui vous ont accompagné ... ?

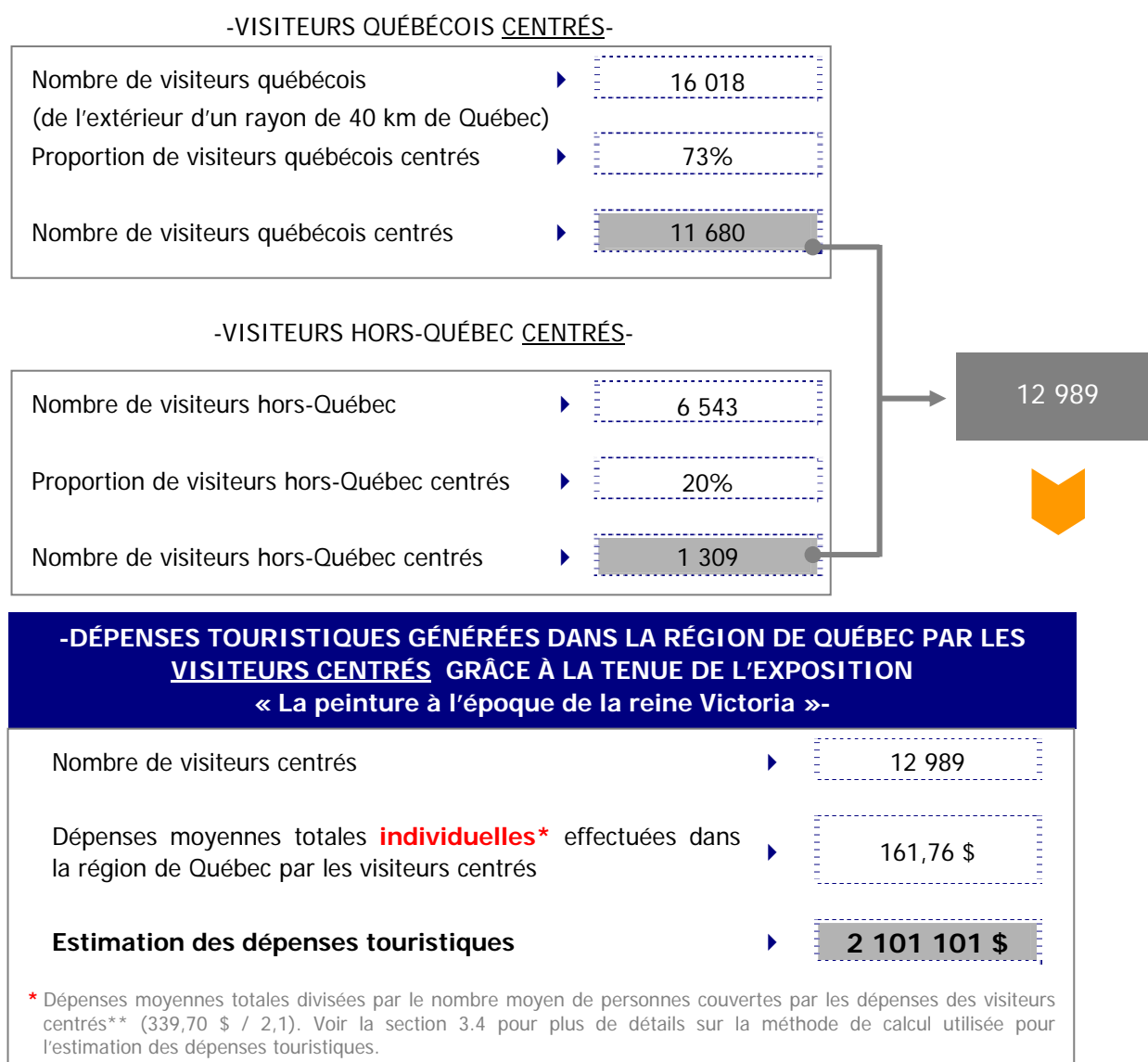
Dépenses moyennes effectuées dans la grande région de Québec	Total n=195	Québec n=175	Hors-Québec n=20*
Transport sur place (essence, taxi, stationnement...)	23,40 \$	22,70 \$	30,00 \$
Nourriture (restaurants, bars et autres)	106,70 \$	99,60 \$	168,50 \$
Magasinage	48,10 \$	43,10 \$	89,50 \$
Hébergement (hôtel et motel)	121,80 \$	107,90 \$	238,40 \$
Loisirs et divertissements (incluant les dépenses au MNBAQ)	42,10 \$	39,30 \$	65,50 \$
Autres dépenses	2,00 \$	1,30 \$	8,10 \$
Dépenses moyennes totales⁷ (incluant les forfaits)	339,70 \$	309,60 \$	599,00 \$

* Les résultats sont présentés à titre indicatif seulement vu le faible nombre de répondants (n=20).

⁷ Bien qu'il s'en approche, ce total est différent de la somme de chacun des postes de dépenses compte tenu du fait que le nombre de répondants ayant dépensé varie d'un poste de dépenses à l'autre.

3.5 Dépenses touristiques estimées

Ce tableau présente une estimation des dépenses touristiques dans la grande région de Québec générées par les visiteurs centrés provenant de l'extérieur d'un rayon de 40 km de Québec (Québécois et hors Québec). En considérant le nombre de visiteurs de l'extérieur, ainsi que l'importance de la tenue de l'exposition dans leur décision de se rendre dans la grande région de Québec, on peut estimer à plus de **2 millions \$** les dépenses touristiques totales générées par les visiteurs centrés provenant de l'extérieur de la grande région de Québec grâce à l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria ».



** Le nombre moyen de personnes couvertes par les dépenses des visiteurs centrés est présenté à la section 3.1. Il correspond à 1,1 personne excluant le répondant. Ainsi, en incluant le répondant, le nombre moyen de personnes couvertes est de 2,1 personnes. Nous obtenons donc $339,70 \$ / 2,1 = 161,76 \$$.

3.6 Dépenses déclarées au Musée national des beaux-arts du Québec

En excluant le prix d'entrée, les visiteurs de l'extérieur estiment avoir dépensé en moyenne 16,10 \$ au MNBAQ durant leur visite de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria ». Il faut également souligner que 38% des visiteurs n'ont effectué aucune dépense, à l'exception du prix d'entrée.

Cependant, certains sous-groupes ont dépensé plus que la moyenne. Il s'agit des personnes âgées de 55 à 64 ans (22,20 \$) et des visiteurs centrés (20,30 \$).

-LES VISITEURS DE L'EXTÉRIEUR-

Q7. En excluant le prix d'entrée, combien aurez-vous personnellement dépensé au Musée national des beaux-arts du Québec, pour vous-mêmes et pour toutes les autres personnes qui vous accompagnent ?

Dépenses déclarées au Musée national des beaux-arts du Québec	Total n=340	Québec n=240	Hors-Québec n=100
Aucune dépense	38%	36%	44%
Entre 1 \$ et 10 \$	21%	22%	18%
Entre 11 \$ et 30 \$	16%	15%	19%
Plus de 30 \$	15%	15%	14%
Ne sait pas / Refus	10%	12%	5%
Moyenne	16,10 \$	16,60 \$	15,10 \$

4. Satisfaction des visiteurs

Les visiteurs de l'exposition ont été invités à évaluer leur expérience de visite au MNBAQ sur deux aspects : leur appréciation de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » et les services connexes entourant l'exposition.

La clientèle de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » a définitivement apprécié sa visite au MNBAQ. De fait, les visiteurs de l'exposition lui accordent une note moyenne de satisfaction de 8,4 sur 10, soit une note satisfaisante. Soulignons que la satisfaction est élevée parmi tous les sous-groupes de clientèle.

- TOUS LES VISITEURS -

Q12a. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous n'avez pas du tout aimé et 10 que vous avez grandement aimé, quelle note correspond le mieux à votre appréciation de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » ?

Satisfaction à l'égard de l'exposition	Total n=558	Clientèle locale n=218	Clientèle extérieure n=340
0/10 à 6/10	7%	7%	6%
7/10 et 8/10	47%	44%	49%
9/10 et 10/10	46%	49%	44%
Note moyenne	8,4	8,4	8,4

Les visiteurs ont aussi apprécié les services entourant l'exposition offerts par le MNBAQ, la note moyenne de satisfaction s'élevant à 8,8 sur 10, soit une note satisfaisante. Notons qu'il n'existe pas de différence significative entre les sous-groupes, ce qui démontre bien la qualité de services connexes offerts par le MNBAQ à sa clientèle.

- TOUS LES VISITEURS -

Q12b. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous n'avez pas du tout aimé et 10 que vous avez grandement aimé, quelle note correspond le mieux à votre appréciation des services entourant l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » tels l'accueil, la billetterie, la boutique, les ateliers, le restaurant et le café ?

Satisfaction à l'égard des services entourant l'exposition	Total n=558	Clientèle locale n=218	Clientèle extérieure n=340
0/10 à 6/10	3%	4%	2%
7/10 et 8/10	34%	35%	34%
9/10 et 10/10	63%	61%	64%
Note moyenne	8,8	8,7	8,9

5. Sources d'information

5.1 Sources d'information ayant fait connaître l'exposition

Définitivement, la publicité est le principal moyen par lequel les visiteurs ont entendu parler de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria », soit 78% qui en ont entendu parler de cette façon. Vient ensuite le bouche à oreille, 10% des visiteurs ayant entendu parler de l'exposition par le biais de parents, d'amis ou de connaissances. Les autres sources d'information citées par les visiteurs sont présentées dans le tableau ci-dessous.

-TOUS LES VISITEURS-
**Q13a. De quelle(s) façon(s) avez-vous entendu parler de l'exposition
 « La peinture à l'époque de la reine Victoria » ?**

Sources d'information 3 mentions possibles	Total n=558	Clientèle locale n=218	Clientèle extérieure n=340
Publicité sur l'exposition	78%	89%	72%
Parent, ami ou connaissance (bouche à oreille)	10%	11%	10%
Centre d'information touristique	< 1%	0%	1%
Média social	< 1%	0%	< 1%
Autres	1%	< 1%	1%
N'était pas au courant de l'exposition, est venu visiter le MNBAQ en général	10%	< 1%	16%
Ne sait pas / Refus	< 1%	< 1%	< 1%

On constate que les personnes ayant les profils suivants sont proportionnellement plus nombreuses à avoir cité la **publicité sur l'exposition** (78% de l'ensemble) :

- les personnes abonnées au MNBAQ (96% contre 74% pour les personnes qui ne sont pas abonnées);
- les visiteurs pour lesquels la tenue de l'exposition a influencé leur décision de se rendre dans la grande région de Québec (90% contre 47% pour les visiteurs non centrés);
- les locaux (89% contre 72% pour les visiteurs de l'extérieur);
- les visiteurs qui n'en étaient pas à leur première visite au MNBAQ (86% contre 54% pour ceux qui visitaient le MNBAQ pour la toute première fois), en particulier ceux qui visitaient le MNBAQ pour la 2^e fois ou plus au cours de 12 derniers mois (91%);
- les visiteurs en provenance de la province de Québec (84% contre 43% pour les visiteurs provenant de l'extérieur du Québec);
- les personnes âgées de 55 à 64 ans (85%) et les retraités (85%);
- les excursionnistes (82% contre 69% des touristes).

5.2 Notoriété des actions publicitaires

Tel que présenté à la page précédente, 78% des visiteurs ont entendu parler de l'exposition grâce à la publicité qui l'a entourée. Nous nous sommes alors intéressés à connaître, parmi tous les médias ayant servi à véhiculer les messages publicitaires, ceux qui furent les plus efficaces.

Au global, plus de 15 actions publicitaires ont été invoquées spontanément par les répondants. Celles qui ont le plus contribué à faire connaître l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » furent celles présentées à la télévision (41%), dans les journaux (34%) et par l'envoi du carton par la poste (21%). Les autres mentions sont présentées de façon détaillée dans le tableau ci-dessous.

**-LES VISITEURS QUI ONT VU OU ENTENDU DE LA PUBLICITÉ-
Q13b. Vous dites avoir vu ou entendu de la publicité sur
l'exposition, dans quel type de média était-ce ?**

Notoriété des actions publicitaires sur une base totale 3 mentions possibles	Total n=437	Clientèle locale n=193	Clientèle extérieure n=244
Télévision	41%	41%	41%
Journal	34%	26%	39%
Carton reçu par la poste	21%	43%	3%
Site Internet du MNBAQ	14%	7%	20%
Affichage extérieur (panneaux routiers, palissades-sites construction, colonnes)	10%	11%	10%
Radio	3%	5%	2%
Publications touristiques (Forfaits, brochures de l'OTQ, Voilà Québec)	3%	1%	5%
Autre site Internet que celui du MNBAQ	3%	2%	3%
Affichage intérieur (zoom média, restaurants et bars)	3%	2%	3%
Amis, membres de la famille	2%	2%	2%
Dépliants	2%	3%	1%
Magazines	1%	2%	1%
Publipostage (reçu par la poste)	1%	3%	0%
À l'intérieur du musée	1%	1%	1%
Journal et/ou programme du MNBAQ	1%	3%	--
Autres	1%	2%	--
Ne sait pas / Refus	1%	1%	--

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à avoir cité :

La télévision (41% de l'ensemble)

- les visiteurs qui en étaient à leur 2^e ou 3^e visite au MNBAQ au cours des douze derniers mois (49%);
- les résidents de la province de Québec (48% contre 5% des résidents hors Québec);
- les visiteurs pour lesquels la tenue de l'exposition a influencé leur décision de se rendre dans la grande région de Québec (47% contre 24% pour les visiteurs non centrés);
- les gens qui ne sont pas abonnés au MNBAQ (46% contre 27% des abonnés).

Le journal (34% de l'ensemble)

- les visiteurs de l'extérieur en provenance de la région de Montréal (47%);
- les visiteurs pour lesquels la tenue de l'exposition a influencé leur décision de se rendre dans la grande région de Québec (44% contre 26% pour les visiteurs non centrés);
- les visiteurs de l'extérieur en provenance des régions du Québec autres que celles de Montréal et de Québec (42%);
- les personnes âgées de 65 ans ou plus (42%);
- les visiteurs qui en étaient à leur 2^e ou 3^e visite au MNBAQ au cours des douze derniers mois (40%);
- les gens qui ne sont pas abonnés au MNBAQ (39% contre 17% des abonnés).

Le carton reçu par la poste (21% de l'ensemble)

- les personnes abonnées au MNBAQ (81% contre 1% chez celles qui ne sont pas abonnées);
- les locaux (43% contre 3% pour les visiteurs de l'extérieur);
- les retraités (32%);
- les 65 ans ou plus (30%);
- les visiteurs qui n'en étaient pas à leur première visite au MNBAQ (24% contre ceux qui en étaient à leur première visite), particulièrement chez ceux qui visitaient le MNBAQ pour la quatrième fois ou plus au cours des 12 derniers mois (70%);
- les touristes ayant séjourné chez des parents ou des amis (10%).

Annexe 1 – Questionnaire

Questionnaire

SEQ	Numéro d'activité	Initiales de l'intervieweur
-----	-------------------	-----------------------------

- ▶ Le répondant doit être âgé de **18 ans ou plus** et **ne pas travailler, être administrateur ou bénévole** pour le Musée national des beaux-arts du Québec.
- ▶ Les professeurs et accompagnateurs de groupes scolaires ou de terrains de jeux ne sont pas admissibles.
- ▶ Lire les questions mot à mot. À moins d'indications contraires, vous devez inscrire une seule réponse par question.
- ▶ Assurez-vous que la personne interceptée a bel et bien visité l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria ».
- ▶ Comptabilisez les refus et les non admissibles sur la feuille fournie à cet effet.

Bonjour, mon nom est (...). Je travaille pour la firme de sondage Léger Marketing. Nous sommes mandatés par le Musée national des beaux-arts du Québec afin de réaliser une étude auprès des visiteurs de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » et j'aurais besoin de votre collaboration pour quelques minutes.

INT01. Tout d'abord, êtes-vous âgé de 18 ans ou plus ?

- Oui 1 → Passez à INT02
 Non 2 → Notez sur la feuille contact (Non admissible)
 Refus 9 → Notez sur la feuille contact (Refus)

INT02. Travaillez-vous ou êtes-vous administrateur ou bénévole pour le Musée ?

- Oui 1 → Notez sur la feuille contact (Non admissible)
 Non 2 → Passez à Q1
 Refus 9 → Notez sur la feuille contact (Refus)

Provenance des visiteurs

Q1. Où demeurez-vous ? (Où est situé votre domicile principal ?)

1- Pour les « locaux », écrire uniquement le nom de la ville (**Pour être considéré comme un local, le répondant doit demeurer à moins de 40 kilomètres de la ville de Québec. Dans le doute, vérifiez la carte.**)

2 - Pour le Québec, les autres provinces canadiennes et les États-Unis, écrire le nom complet de la ville, puis de la province ou de l'État

3 - Ailleurs, écrire uniquement le nom du pays

Ville : _____

Province, État ou pays : _____

Nsp/Refus : 99

Si le domicile principal est situé à moins de **40** kilomètres de la ville de Québec (local) → passez à la Q8

Durée du séjour

Q2. En ce qui concerne votre séjour actuel, combien de nuits, au total, prévoyez-vous séjourner dans la région de Québec ?

Nombre de nuits : _____ → SI 0, PASSEZ À Q4A
Nsp/Refus 99

Type d'hébergement utilisé

Q3. Durant votre séjour actuel, où aurez-vous séjourné? Est-ce ... ? (lire)

... Dans un établissement commercial (hôtel, motel, gîte, auberge, etc.) 1
... Chez des parents ou amis 2
... Ou les deux 3
Nsp/Refus 9

Influence de l'exposition dans la décision de venir dans la région

Q4A. Avant de venir dans la région de Québec, saviez-vous que l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » s'y déroulait ?

Oui 1
Non 2 → PASSEZ À Q5
Nsp/Refus 9 → PASSEZ À Q5

Q4B. À propos de votre décision de venir dans la région de Québec, diriez-vous que vous êtes venu ... ? (lire)

... Surtout pour l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » 1
... En partie pour l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » 2
... Ou que l'exposition n'a eu aucune influence sur votre décision de venir à Québec 3
Nsp/Refus 9

Dépenses de séjour des visiteurs

Q5. Mes prochaines questions portent sur vos dépenses de séjour. Nous cherchons d'abord à connaître le nombre de personnes pour lesquelles VOUS AVEZ ASSUMÉ DES DÉPENSES de séjour ou avec lesquelles VOUS AVEZ PARTAGÉ VOS DÉPENSES de séjour. Dites-moi, EN VOUS EXCLUANT, combien de personnes étaient couvertes par CES DÉPENSES que vous AVEZ ASSUMÉES ou que vous AVEZ PARTAGÉES ?

Nombre de personnes : _____
Nsp/Refus 9

Q6. En tenant compte de ce que vous avez dépensé jusqu'à maintenant et de ce que vous dépenserez d'ici votre départ, veuillez me dire combien, approximativement, vous aurez dépensé dans la région de Québec ... ? (INSISTEZ MÊME POUR UN MONTANT APPROXIMATIF)

- a) Pour votre **transport sur place** (incluant essence, taxi, stationnement ...) : _____ \$
- b) Pour votre **nourriture** (incluant restaurants, bars et autres) : _____ \$
- c) Pour votre **magasinage** : _____ \$
- d) Pour votre **hébergement** (hôtel, motel ...) : _____ \$
- e) Pour vos **loisirs et divertissements** (incluant toutes les dépenses au Musée) : _____ \$
- f) Pour toutes vos **autres dépenses** : _____ \$
- g) S'IL Y A LIEU → Valeur du forfait : _____ \$
- Forfait incluant : _____

Q7. En excluant le prix d'entrée, combien aurez-vous personnellement dépensé au Musée national des beaux-arts du Québec, pour vous-même et pour toutes les autres personnes qui vous accompagnent ?

Dépenses au Musée : _____ \$

Nsp/Refus 99

Fréquentation du Musée

Q8. Est-ce votre première visite au Musée national des beaux-arts du Québec ?

- Oui 1 → PASSEZ À Q10
- Non 2
- Nsp/Refus 9

Q9. En incluant votre visite d'aujourd'hui, combien de fois êtes-vous venu dans ce musée au cours des 12 derniers mois ?

- 1 fois 1
- 2 fois 2
- 3 fois 3
- 4 fois ou plus 4
- Nsp/Refus 9

Q10. Êtes-vous abonné au Musée?

- Oui 1 → PASSEZ À Q12A
- Non 2
- Nsp/Refus 9

Q11. Avez-vous l'intention de vous abonner au Musée au cours des 12 prochains mois ?

- Oui 1
Non 2
Nsp/Refus 9

Satisfaction à l'égard de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »

Q12A. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous n'avez pas du tout aimé et 10 que vous avez grandement aimé, quelle note correspond le mieux à votre appréciation de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » ?

- N'a pas du tout aimé 00
 01
 02
 03
 04
 05
 06
 07
 08
 09
A grandement aimé 10
Nsp/Refus 99

Q12B. Et maintenant, toujours sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous n'avez pas du tout aimé et 10 que vous avez grandement aimé, quelle note correspond le mieux à votre appréciation des services entourant l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria », tels l'accueil, la billetterie, la boutique, les ateliers, le restaurant et le café ?

- N'a pas du tout aimé 00
 01
 02
 03
 04
 05
 06
 07
 08
 09
A grandement aimé 10
Nsp/Refus 99

Moyens de communication ayant fait connaître l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria »

Q13A. De quelle(s) façon(s) avez-vous entendu parler de l'exposition « La peinture à l'époque de la reine Victoria » ? (NE PAS LIRE LES CHOIX / 3 RÉPONSES POSSIBLES)

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Par le biais d'un parent, d'un ami, d'une connaissance | <input type="checkbox"/> 01 → PASSEZ À Q14 |
| Par de la publicité sur l'exposition | <input type="checkbox"/> 02 |
| Par un reportage ou un article sur l'exposition | <input type="checkbox"/> 03 → PASSEZ À Q14 |
| Dans un centre d'information touristique ou dans un hôtel | <input type="checkbox"/> 04 → PASSEZ À Q14 |
| Par un média social (ex. : Facebook) | <input type="checkbox"/> 05 → PASSEZ À Q14 |
| Autres (précisez) | <input type="checkbox"/> 96 → PASSEZ À Q14 |
| N'était pas au courant de l'exposition, est venu visiter le Musée en général | <input type="checkbox"/> 98 → PASSEZ À Q14 |
| Nsp/Refus | <input type="checkbox"/> 99 → PASSEZ À Q14 |

Q13B. Vous dites avoir vu ou entendu de la publicité sur l'exposition, dans quel type de média était-ce ? (NE PAS LIRE LES CHOIX / 3 RÉPONSES POSSIBLES)

- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Télévision | <input type="checkbox"/> 01 |
| Journal | <input type="checkbox"/> 02 |
| Radio | <input type="checkbox"/> 03 |
| Carton d'invitation que j'ai reçu par la poste | <input type="checkbox"/> 04 |
| Publipostage (reçu par la poste) | <input type="checkbox"/> 05 |
| Affichage extérieur (palissades-sites de constructions, colonnes) | <input type="checkbox"/> 06 |
| Affichage intérieur (zoom média – restos et bars) | <input type="checkbox"/> 07 |
| Magazines | <input type="checkbox"/> 08 |
| Site Internet du Musée national des beaux-arts du Québec | <input type="checkbox"/> 09 |
| Autre site Internet que celui du MNBAQ | <input type="checkbox"/> 10 |
| Publications touristiques (Brochure forfaits Office tourisme, Voilà Québec, carte touristique Voilà Québec) | <input type="checkbox"/> 11 |
| Média social (ex. : Facebook) | <input type="checkbox"/> 12 |
| Autres (précisez) : _____ | <input type="checkbox"/> 96 |
| Nsp/Refus | <input type="checkbox"/> 99 |

Questions sociodémographiques

En terminant, afin de nous permettre de classer les résultats et de tracer un profil général des gens qui ont visité l'exposition, j'aurais quelques questions d'ordre statistique à vous poser.

Q14. À quel groupe d'âge appartenez-vous ? Est-ce ... ?

- | | |
|-------------------|----------------------------|
| 18-24 ans | <input type="checkbox"/> 1 |
| 25-34 ans | <input type="checkbox"/> 2 |
| 35-44 ans | <input type="checkbox"/> 3 |
| 45-54 ans | <input type="checkbox"/> 4 |
| 55-64 ans | <input type="checkbox"/> 5 |
| ou 65 ans ou plus | <input type="checkbox"/> 6 |
| Refus | <input type="checkbox"/> 9 |

Q15. Au total, combien d'années d'études avez-vous complétées ? Est-ce ... ?

- 12 années et moins (primaire / secondaire) 1
13 à 15 années (collégial) 2
Ou 16 années et plus (universitaire) 3
Refus 9

Q16. Quelle est votre occupation principale actuelle ?

(Note : on parle d'emploi rémunéré seulement. Si le répondant est en congé sabbatique, de maternité, de maladie ou d'accident du travail, veuillez lui demander quand même son emploi. Autonome, à son compte, pigiste, demandez le genre de travail ou pour vous aider, demandez le type d'entreprise où il / elle travaille.)

- Cadre 01
Col blanc (professionnel, technicien, employé de bureau, etc.) 02
Col bleu (travailleur manuel, employé de la restauration, etc.) 03
Propriétaire d'entreprise ou travailleur autonome 04
À la maison 05
Étudiant 06
Retraité 07
Sans emploi 08
Notez si incertain : _____ 96
Refus 99

Q17. Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le REVENU total avant impôt de tous les membres de votre foyer pour l'année 2009 ? Est-ce ...

- 19,999 \$ et moins 01
Entre 20,000 \$ et 39,999 \$ 02
Entre 40,000 \$ et 59,999 \$ 03
Entre 60,000 \$ et 79,999 \$ 04
Entre 80,000 \$ et 99,999 \$ 05
100,000 \$ ou plus 06
Refus 09

Q18. Notez le sexe :

- Homme 1
Femme 2

NOUS VOUS REMERCIONS DE VOTRE COLLABORATION !

Annexe 2 – Plan échantillonnal

No de l'activité	Jour/Date	Lieu*	Plage horaire	Nbre d'int./d'hres	Nbre total d'hres	Nbre d'ent. à compléter	Int.
1	Mercredi, 2 juin	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
2	Vendredi, 4 juin	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	R.B.
3	Samedi, 5 juin	Pavillon Gérard-Morisset	11h00 à 15h00	1 / 4	4	16	J.L.
4	Mercredi, 9 juin	Pavillon Gérard-Morisset	17h00 à 20h00	1 / 3	3	12	J.L.
5	Vendredi, 11 juin	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
6	Dimanche, 13 juin	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	J.L.
7	Mercredi, 16 juin	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
8	Jeudi, 17 juin	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	R.B.
9	Samedi, 19 juin	Pavillon Gérard-Morisset	11h00 à 15h00	1 / 4	4	16	J.L.
10	Mercredi, 23 juin	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
11	Vendredi, 25 juin	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
12	Samedi, 26 juin	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	R.B.
13	Mercredi, 30 juin	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
14	Vendredi, 2 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	R.B.
15	Dimanche, 4 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	11h00 à 15h00	1 / 4	4	16	J.L.
16	Mercredi, 7 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	17h00 à 20h00	1 / 3	3	12	J.L.
17	Jeudi, 8 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
18	Dimanche, 11 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	J.L.
19	Mercredi, 14 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
20	Vendredi, 16 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	R.B.
21	Samedi, 17 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	11h00 à 15h00	1 / 4	4	16	J.L.
22	Mercredi, 21 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	17h00 à 20h00	1 / 3	3	12	J.L.

No de l'activité	Jour/Date	Lieu*	Plage horaire	Nbre d'int./d'hres	Nbre total d'hres	Nbre d'ent. à compléter	Int.
23	Vendredi, 23 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
24	Dimanche, 25 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	J.L.
25	Mercredi, 28 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
26	Jeudi, 29 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	R.B.
27	Samedi, 31 juillet	Pavillon Gérard-Morisset	11h00 à 15h00	1 / 4	4	16	J.L.
28	Mercredi, 4 août	Pavillon Gérard-Morisset	17h00 à 20h00	1 / 3	3	12	J.L.
29	Vendredi, 6 août	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
30	Dimanche, 8 août	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	J.L.
31	Mercredi, 11 août	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
32	Vendredi, 13 août	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	R.B.
33	Samedi, 14 août	Pavillon Gérard-Morisset	11h00 à 15h00	1 / 4	4	16	J.L.
34	Mercredi, 18 août	Pavillon Gérard-Morisset	17h00 à 20h00	1 / 3	3	12	J.L.
35	Jeudi, 19 août	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
36	Dimanche, 22 août	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 4	4	16	J.L.
37	Mercredi, 25 août	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
38	Vendredi, 27 août	Pavillon Gérard-Morisset	13h00 à 16h00	1 / 3	3	12	R.B.
39	Samedi, 28 août	Pavillon Gérard-Morisset	12h00 à 16h00	1 / 3	3	12	J.L.
TOTAL					135**	540**	
À faire					125	500	

* Pavillon Gérard-Morisset, 2^e étage, à proximité de l'ascenseur situé près des salles 5 et 6 (salles d'exposition).

** 40 entrevues supplémentaires sont prévues au plan en cas de maladie ou autre impondérable. 40 entrevues représentent 10 heures de travail, soit 1 ou 2 jours de travail. Si plus de 2 jours sont écoulés, les intervieweurs travailleront 30 minutes ou 1 heure supplémentaire à l'horaire prévu afin d'atteindre les 500 entrevues.

R.B. : Richard Bédard
J.L. : Johanne Lefebvre