

Étude sur le profil des
clientèles et l'impact
touristique de l'exposition
Berthe Morisot



Musée national
des beaux-arts
du Québec

Québec 

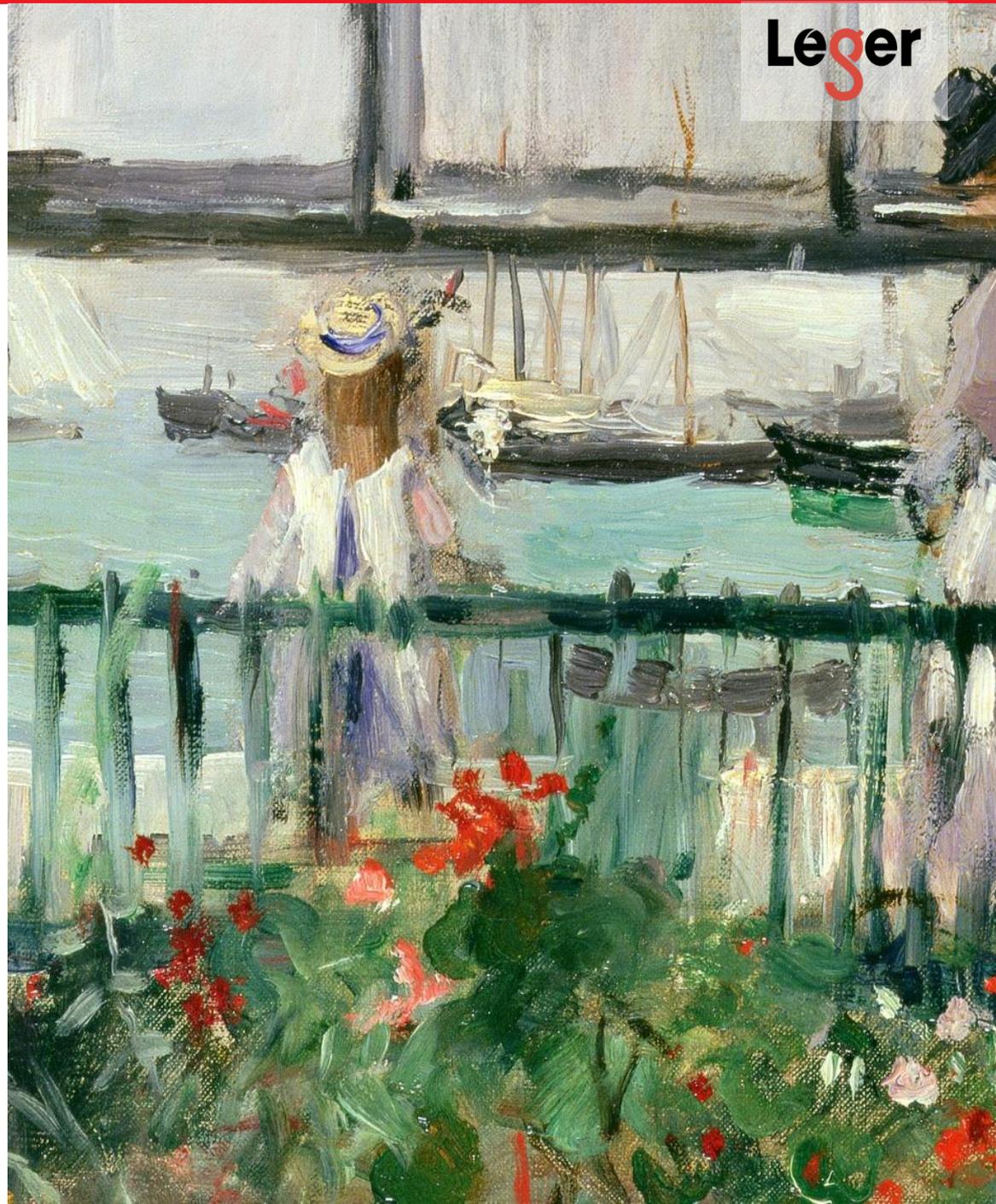


Table des matières

Contexte et objectifs	4
Approche méthodologique	6
Indicateurs de résultats	9
Résultats détaillés	12
<hr/>	
1. Provenance, achalandage et profil des clientèles	13
1.1 Résultats des interceptions sur le site	14
1.2 Provenance des clientèles ayant visité l'exposition	15
1.3 Estimation du nombre de visiteurs uniques	19
1.4 Raison principale du séjour à Québec	20
1.5 Profil des clientèles	21
2. Fréquentation antérieure du Musée	24
3. Excursionnistes et touristes	26
3.1 Définition des excursionnistes et des touristes	27
3.2 Profil des excursionnistes et des touristes	29
3.3 Caractéristiques du séjour	31
3.4 Identification des excursionnistes et des touristes centrés	33
3.5 Indice d'attractivité	35
4. Visite de l'exposition Berthe Morisot	36
4.1 Nombre de visites de l'exposition	37
4.2 Nombre d'accompagnateurs	38

Table des matières

Résultats détaillés - suite

5. Dépenses de séjour	39
5.1 Nombre d'accompagnateurs couverts par les dépenses de séjour	40
5.2 Dépenses de séjour dans la région de Québec	41
5.3 Dépenses au Musée	43
6. Appréciation de la visite	44
7. Moyens de communication	46
8. Visite du MNBAQ	49
8.1 Expositions visitées ou prévues	50
8.2 Expositions les plus appréciées	51
8.3 Expositions souhaitées	50

Annexes

Annexe 1 : Plan échantillonnal	54
Annexe 2 : Curriculum vitae de la directrice de recherche	56
Annexe 3 : Questionnaire	57
Annexe 4 : Sommaire de l'étude	67
Annexe 5 : Plan du site	68

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Contexte et objectifs

Léger s'est vu confier le mandat d'établir le profil des clientèles et d'estimer les dépenses touristiques générées par l'exposition Berthe Morisot du Musée national des beaux-arts du Québec dans la grande région de Québec.

Plus précisément, les objectifs de l'étude étaient de recueillir les données concernant entre autres :

- le profil des visiteurs (provenance et principales caractéristiques sociodémographiques);
- la proportion de visiteurs locaux versus la proportion de visiteurs de l'extérieur de la région de Québec (province de Québec et hors Québec);
- l'influence qu'a eue l'exposition sur la décision des visiteurs de l'extérieur de venir dans la région de Québec (détermination de la proportion de visiteurs « centrés » et calcul de l'indice d'attractivité de l'exposition);
- le nombre de nuitées durant lesquelles ils auront séjourné dans la région;
- le type d'hébergement qu'ils auront privilégié (parents ou amis versus hébergement commercial);
- le nombre de personnes qui les auront accompagnés;
- leurs dépenses de séjour;
- la fréquentation du Musée (nombre de visites, abonnement, etc.);
- leur niveau de satisfaction à l'égard de l'exposition, de façon générale, de même qu'en regard de quelques services spécifiques du Musée;
- les moyens d'information par lesquels ils auront entendu parler de l'exposition.

Ce rapport présente les résultats obtenus auprès de la clientèle de l'exposition. L'ensemble des 587 entrevues se sont déroulées par interceptions aléatoires en face à face réalisées par des intervieweurs expérimentés et bilingues de Léger, du 21 juin au 23 septembre 2018 inclusivement.

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Approche méthodologique

Méthode de la collecte de données

La collecte de données a été réalisée au moyen d’entrevues individuelles en face à face auprès d’un échantillon représentatif de 587 visiteurs de l’exposition Berthe Morisot. Pour être admissible à l’étude, la personne sélectionnée devait être âgée de 16 ans ou plus, s’exprimer en français ou en anglais et ne pas être bénévole, prestataire de services, administratrice ou à l’emploi du Musée.

Les entrevues en face à face ont été réalisées selon un plan d’échantillonnage préétabli s’assurant d’effectuer le nombre d’entrevues nécessaires à la complétion de l’étude (annexe 1). Les répondants ont été sélectionnés de manière aléatoire. Au total, l’équipe de Léger affectée à l’opération terrain était composée de trois intervieweurs expérimentés et bilingues et d’un superviseur terrain, tous à l’emploi de Léger. Les intervieweurs ont reçu une formation complète par la directrice de recherche avant la collecte de données (son curriculum vitae est présenté à l’annexe 2).

L’équipe terrain responsable de la collecte de données a intercepté, au total, 770 personnes. De ce nombre, 587 ont rempli le questionnaire de l’étude (64 ont refusé de prendre part à l’étude, 34 n’étaient pas admissibles et 85 n’ont pas terminé le questionnaire). La marge d’erreur maximale pour un échantillon aléatoire de 587 personnes est de $\pm 4,05\%$, et ce, dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20). Notons que les données n’ont pas été pondérées. Le tableau suivant présente de façon détaillée le nombre d’entrevues complètes réalisées du 21 juin au 23 septembre 2018 inclusivement :

Type de participants	Nombre d’entrevues complétées	Marge d’erreur maximale (19 fois sur 20)
Participants locaux	195	$\pm 7,02\%$
Excursionnistes et touristes	392	$\pm 4,95\%$
Entrevues complétées	587	$\pm 4,05\%$

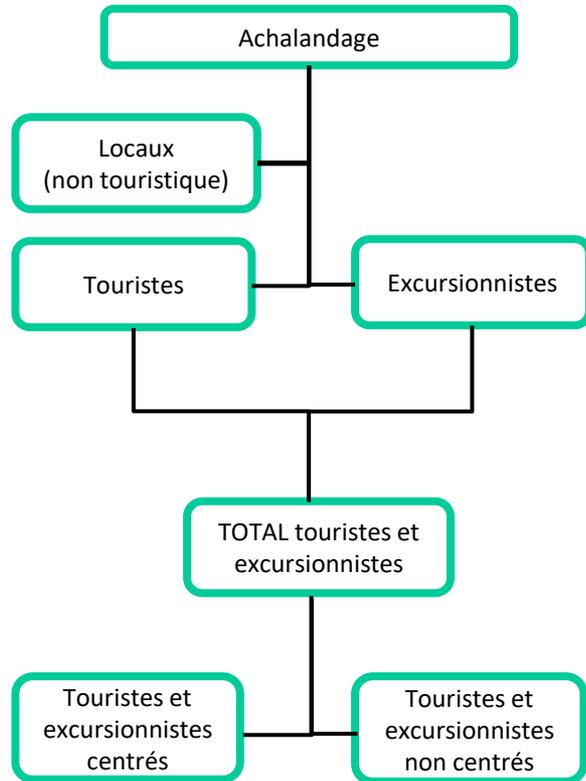
Lecture du rapport d’analyse

Dans les tableaux et les graphiques, le « n » représente le nombre de personnes interrogées.

Pour l’ensemble des tableaux et des graphiques présentés dans ce rapport, les totaux différents de 100% peuvent être attribuables à la non-réponse ou à l’arrondissement à l’entier des pourcentages indiqués. Les totaux supérieurs à 100% sont attribuables à la réponse multiple.

Afin de faire ressortir les écarts statistiquement significatifs entre les sous-groupes, les différences statistiquement supérieures sont présentées en **rouge** dans les tableaux et les graphiques, alors que celles statistiquement inférieures sont présentées en **bleu**.

La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n’est utilisée qu’à la seule fin d’alléger le texte et d’en faciliter la compréhension.



Participant :

Personne ayant visité l'exposition Berthe Morisot, admissible au sondage et ayant complété le questionnaire de l'étude.

Participant local :

Participant résidant à l'intérieur d'un rayon de 40 km de la ville de Québec et n'ayant pas séjourné au moins une nuit à l'extérieur de sa ville de résidence principale dans le cadre de sa visite de l'exposition Berthe Morisot.

Touriste (T) :

Participant ayant séjourné au moins une nuit à l'extérieur de sa ville de résidence dans le cadre de sa visite de l'exposition Berthe Morisot

Excursionniste (EX) :

Participant ayant visité l'exposition Berthe Morisot dans le cadre d'un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de sa ville de résidence, dont la distance à l'aller se situe dans un rayon de plus de 40 km.

T ou EX centré :

Participant venu à Québec surtout ou en partie pour visiter l'exposition Berthe Morisot.

T ou EX non centré :

Participant dont la visite de l'exposition Berthe Morisot n'a eu aucune influence sur la décision de venir à Québec.

Participant unique :

Nombre de personnes différentes ayant visité au moins une fois l'exposition Berthe Morisot.

INDICATEURS DE RÉSULTATS

Indicateurs de résultats

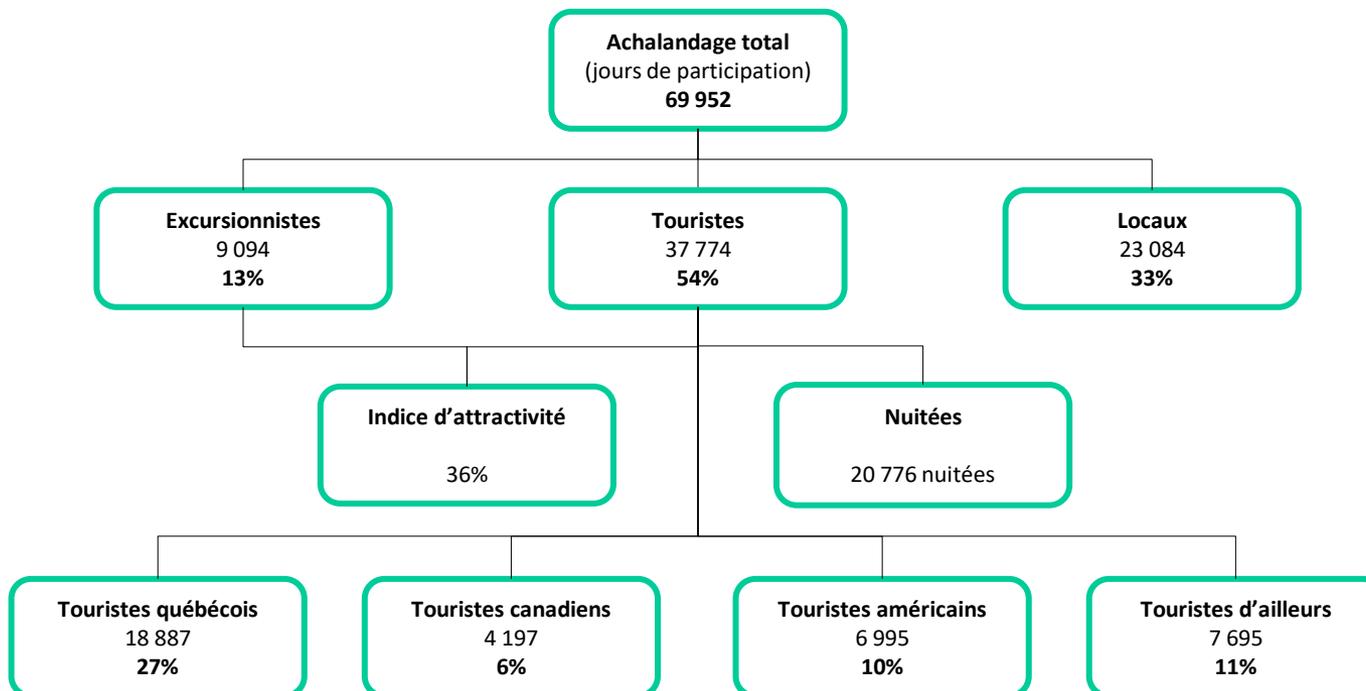
Définitions des indicateurs de résultats de Tourisme Québec :

1. Achalandage total (nombre de jours de participation) :
Nombre total de jours de participation réalisés par des participants de tout âge.
2. Part relative de l'achalandage local :
Proportion de l'achalandage total ayant participé à l'événement dans le cadre d'un voyage aller-retour la même journée et résidant dans un rayon de 40 km de la localité (ville/municipalité) où se déroule l'événement.
3. Part relative de l'achalandage excursionniste :
Proportion de l'achalandage total ayant participé à l'événement dans le cadre d'un voyage aller-retour la même journée et résidant à l'extérieur d'un rayon de 40 km de la localité où se déroule l'événement.
4. Part relative de l'achalandage touristique :
Proportion de l'achalandage total ayant participé à l'événement dans le cadre d'un voyage d'une nuit ou plus, résidant à l'extérieur de la localité où se déroule l'événement, sans égard à la distance parcourue, et qui a utilisé de l'hébergement commercial ou privé.
5. Part relative de l'achalandage touristique québécois :
Proportion de l'achalandage total étant des touristes qui résident au Québec.
6. Part relative de l'achalandage touristique des autres provinces :
Proportion de l'achalandage total étant des touristes qui résident dans les autres provinces canadiennes.
7. Part relative de l'achalandage touristique des États-Unis :
Proportion de l'achalandage total étant des touristes qui résident aux États-Unis.
8. Part relative de l'achalandage touristique des autres pays :
Proportion de l'achalandage total étant des touristes qui résident dans les autres pays que les États-Unis.
9. Indice d'attractivité :
Proportion des visiteurs (touristes et excursionnistes) dont la présence dans la localité où se déroule l'événement est justifiée par l'événement.
10. Nombre de nuitées :
Nombre total de nuitées qui sont générées par l'événement durant le séjour des touristes dans la localité où se déroule l'événement.

Indicateurs de résultats

Indicateurs de résultats de la visite de l'exposition Berthe Morisot

Musée national des beaux-arts du Québec – interceptions du 21 juin au 23 septembre 2018



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

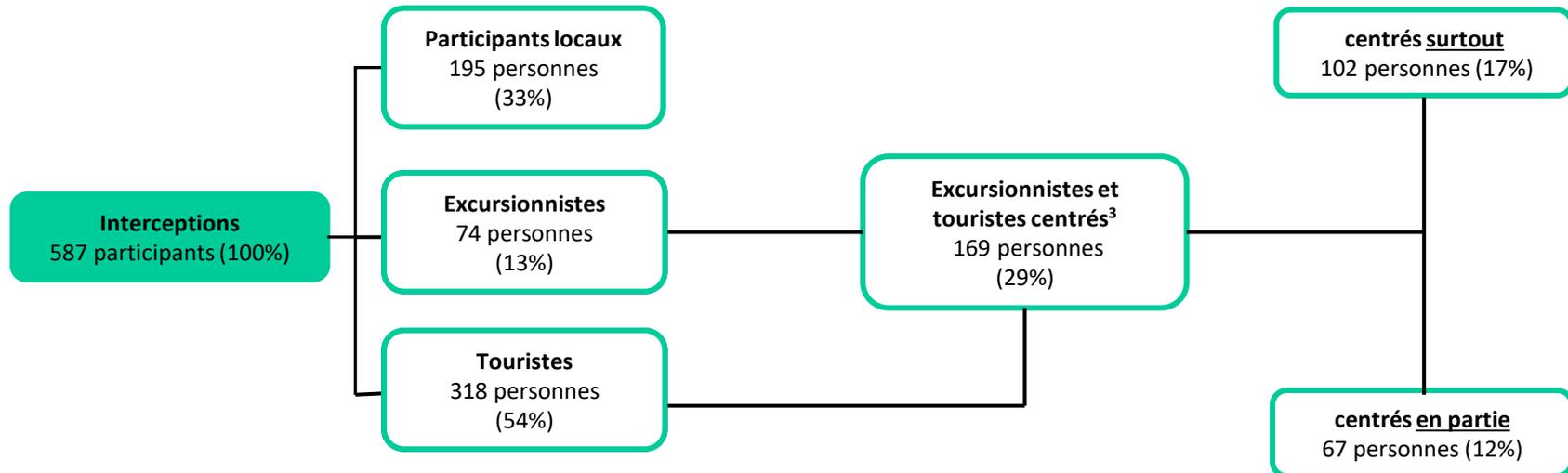
1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

1.1 Résultats des interceptions sur le site

Du 21 juin au 23 septembre 2018, 770 personnes ont été interceptées sur le site du Musée dans le cadre de leur visite de l'exposition Berthe Morisot. Parmi celles-ci, 64 ont refusé de prendre part à l'étude, 34 n'étaient pas admissibles (âge, employés, administrateurs, bénévoles, prestataires de services) et 85 n'ont pas terminé le questionnaire.

Au total, 587 visiteurs de l'exposition Berthe Morisot ont complété le questionnaire. Parmi ces participants, 195 étaient des locaux (achalandage non touristique résidant dans un rayon de 40 km), alors que 74 étaient des excursionnistes et 318 des touristes. Parmi les excursionnistes et les touristes, notons que 169 sont dits centrés, c'est-à-dire qu'ils sont venus spécialement à Québec (surtout ou en partie) pour visiter l'exposition.

Le diagramme suivant présente les résultats des interceptions sur le site du Musée du 21 juin au 23 septembre 2018, selon la provenance des participants :



³ La proportion des excursionnistes et des touristes centrés a été calculée en tenant compte de la formule de l'indice d'attractivité recommandée par le Ministère du Tourisme du Québec. Ainsi : l'indice d'attractivité des excursionnistes et des touristes qui sont venus dans la région de Québec **surtout** pour visiter l'exposition Berthe Morisot est de 100%, alors que ceux qui sont venus **en partie** pour visiter l'exposition se sont vus attribuer un indice en fonction de la cote d'influence, sur 10, de l'importance de l'exposition dans leur décision de venir à Québec. Veuillez consulter la section 3.5 pour le détail du calcul de l'indice d'attractivité.

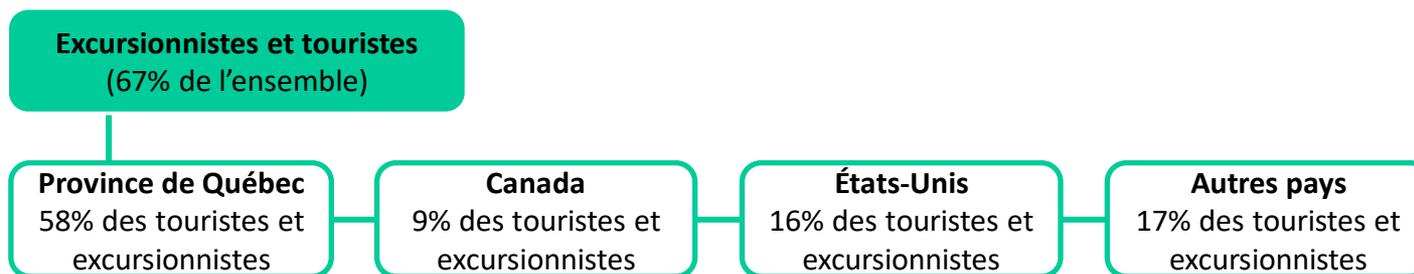
1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

1.2 Provenance des clientèles ayant visité l'exposition

Les interceptions réalisées durant les mois de juin à septembre 2018 auprès des personnes ayant visité l'exposition Berthe Morisot révèlent que 33% de la clientèle sondée est considérée comme locale, c'est-à-dire résidant à l'intérieur d'un rayon de 40 km de la ville de Québec et n'ayant pas séjourné au moins une nuit à l'extérieur de leur ville de résidence principale. L'autre partie (67%) est formée d'excursionnistes (13%) et de touristes (54%) qui proviennent de l'extérieur d'un rayon de 40 km (voir les pages 8 et 10 pour les définitions).



Parmi les excursionnistes et les touristes, 58% proviennent de la province de Québec, alors que 9% proviennent d'une autre province canadienne, 16% des États-Unis et 17% d'ailleurs dans le monde.



Les pages suivantes présentent, de façon détaillée, les provinces canadiennes, états américains et pays desquels sont issus les excursionnistes et les touristes.

1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

1.2 Provenance des clientèles ayant participé à l'événement – *suite*

La clientèle d'**excursionnistes et de touristes** se décline ainsi :

  Provenance des personnes ayant participé à l'événement qui résident dans la province de Québec		(n=225)	
		Montréal	43%
		Montérégie	19%
		Laurentides	6%
		Laval	6%
		Estrie	5%
		Mauricie	4%
		Saguenay-Lac-Saint-Jean	3%
		Lanaudière	3%
		Bas-Saint-Laurent	3%
		Chaudière-Appalaches	2%
		Centre-du-Québec	2%
		Outaouais	2%
		Capitale-Nationale	1%
		Gaspésie	1%
		Côte-Nord	<1%

 Provenance des personnes ayant participé à l'événement qui résident dans une autre province canadienne		(n=37)	
		Ontario	75%
		Colombie-Britannique	8%
		Nouveau-Brunswick	5%
		Alberta	3%
		Nouvelle-Écosse	3%
		Saskatchewan	3%
		Terre-Neuve	3%

1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

1.2 Provenance des clientèles ayant participé à l'événement – suite



Provenance des personnes ayant participé à l'événement qui résident aux États-Unis	(n=63)
Massachusetts	10%
New York	10%
Californie	8%
Colorado	8%
Maine	6%
Pennsylvanie	6%
Caroline du Nord	5%
Floride	5%
Maryland	5%
New Jersey	5%
Connecticut	3%
Illinois	3%
New Hampshire	3%
Ohio	3%
Vermont	3%
Virginie	3%
Washington D.C.	3%
Géorgie	2%
Louisiane	2%
Michigan	2%
Oregon	2%
Rhode Island	1%
Tennessee	1%
Wisconsin	1%

1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

1.2 Provenance des clientèles ayant participé à l'événement – *suite*



Provenance des personnes ayant participé à l'événement qui résident ailleurs dans le monde	(n=67)
France	55%
Mexique	7%
Belgique	6%
Australie	4%
Brésil	3%
Royaume-Uni	4%
Allemagne	3%
Suisse	3%
Espagne	1%
Italie	1%
Pays-Bas	1%
Polynésie française	1%
Russie	1%
Chili	1%
Chine	1%
Israël	1%
Madagascar	1%
Autres pays*	6%

*La catégorie Autres répertorie les mentions uniques et/ou inférieures à 1%.

1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

1.3 Estimation du nombre de visiteurs uniques

Les données issues de la billetterie du Musée quant à la fréquentation de l'exposition font état de 69 952 entrées en salle. En tenant compte du nombre moyen de visites de l'exposition Berthe Morisot, on estime le nombre de visiteurs uniques à 57 035. En inférant cette donnée à partir de celles recueillies sur le terrain en ce qui concerne la provenance des clientèles, on estime l'achalandage à environ 42 607 excursionnistes et touristes uniques, et à environ 14 428 visiteurs locaux uniques.

Visiteurs uniques - Exposition Berthe Morisot	Proportion selon les interceptions	Nombre d'entrées en salle (achalandage total)	Nombre de jours moyen de visite de l'exposition	Nombre de visiteurs uniques
Achalandage total	100%	69 952	-	-
Locaux	33%	23 084	1,6	14 428
Excursionnistes	13%	9 094	1,1	8 267
Touristes	54%	37 774	1,1	34 340
Total	100%	69 952	-	57 035

À titre informatif, le tableau ci-dessous présente le nombre de visiteurs uniques de l'exposition selon le lieu de résidence.

Visiteurs uniques - Exposition Berthe Morisot	Proportion selon les interceptions	Nombre de visiteurs uniques
Visiteurs uniques	100%	57 035
Clientèle du Québec	71%	40 495
Clientèle d'une autre province canadienne	6%	3 422
Clientèle des États-Unis	11%	6 274
Clientèle d'ailleurs dans le monde	12%	6 844
Total	100%	57 035

1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

1.4 Raison principale du séjour à Québec

Parmi les visiteurs de l'exposition qui ne demeurent pas dans la ville de Québec, 30% ont indiqué que la raison principale de leur passage dans la ville de Québec était la visite de l'exposition Berthe Morisot. La clientèle locale et les excursionnistes (respectivement 59% et 69%) sont plus nombreux en proportion à avoir justifié leur présence dans la ville de Québec par la visite de l'exposition.

Q2NEW. Quelle est la raison principale de votre séjour à Québec? Base : les répondants qui ne demeurent pas dans la ville de Québec	Total (n=424)	Locaux (n=32)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Visiter l'exposition « Berthe Morisot »	30%	59%	69%	19%
*Vacances /pour le plaisir	27%	0%	7%	35%
*Tourisme / visiter la ville	15%	0%	5%	19%
*Raison familiale / visite de famille ou amis	11%	9%	5%	13%
Visiter le Musée national des beaux-arts du Québec	6%	31%	11%	3%
*Spectacle	5%	0%	0%	6%
*Affaires / travail	5%	0%	3%	6%

1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

1.5 Profil des clientèles

L'analyse du profil de la clientèle fait ressortir les constats suivants :

- La clientèle est majoritairement composée de femmes (65% contre 35% d'hommes).
- Près des trois quarts de la clientèle est âgée de 55 ans et plus (70%).
- Près d'un visiteur de l'exposition Berthe Morisot est retraité (48%).
- 77% possèdent une scolarité de niveau universitaire.
- 34% des visiteurs interrogés ont un revenu familial annuel brut de 100 000 \$ ou plus.
- 22% de la clientèle interrogée est abonnée au MNBAQ, proportion qui passe à 55% parmi la clientèle locale. Chez les non-abonnés, 3% ont exprimé le souhait de s'abonner au Musée au cours des douze prochains mois, dont 15% chez la clientèle locale.

Chez la clientèle locale (33% de l'ensemble) :

- On compte plus de femmes (69%) que d'hommes (31%).
- Près des trois quarts des visiteurs interrogés ont 55 ans et plus (74%). On compte par ailleurs significativement plus de visiteurs âgés de 65 ans et plus parmi la clientèle locale (44%) que parmi les excursionnistes et les touristes (35%).
- La plupart des participants locaux sont des retraités (58%).
- Un peu moins des trois quarts d'entre eux (72%) détiennent une scolarité de niveau universitaire.
- Globalement, 26% de la clientèle locale dispose d'un revenu familial annuel brut supérieur à 100 000 \$.

Chez les touristes et les excursionnistes (67% de l'ensemble) :

- On compte 62% de femmes et 38% d'hommes. Il s'agit d'un portrait similaire à celui observé chez la clientèle locale.
- 68% sont âgés de 55 ans et plus.
- 31% occupent un poste de col blanc, alors que 42% sont retraités.
- 79% des excursionnistes et des touristes détiennent une scolarité de niveau universitaire. Il s'agit d'un résultat statistiquement supérieur à celui observé parmi la clientèle locale.
- 38% des excursionnistes et des touristes disposent d'un revenu familial annuel brut de 100 000 \$ ou plus, soit un résultat statistiquement supérieur à celui observé chez la clientèle locale.
- Seulement 5% sont abonnés au MNBAQ et, chez les non-abonnés, 1% comptent s'abonner au cours de la prochaine année.

Le détail du profil sociodémographique selon les types de participants interrogés est présenté dans les tableaux des pages suivantes.

1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

1.5 Profil des clientèles – suite

Profil sociodémographique des participants		Total (n=587)	Locaux (n=195)	Excursionnistes et touristes (n=392)
Sexe	Homme	35%	31%	38%
	Femme	65%	69%	62%
Âge	16 à 24 ans	4%	3%	4%
	25 à 34 ans	7%	8%	7%
	35 à 44 ans	4%	3%	4%
	45 à 54 ans	15%	11%	16%
	55 à 64 ans	32%	30%	33%
	65 ans ou plus	38%	44%	35%
Scolarité	Primaire ou secondaire	5%	5%	5%
	Collégiale	17%	23%	15%
	Universitaire	77%	72%	79%
Revenu familial brut	39 999 \$ et moins	10%	13%	8%
	Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	13%	19%	9%
	Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	14%	11%	15%
	Entre 80 000 \$ et 99 999 \$	13%	13%	14%
	100 000 \$ et plus	34%	26%	38%
	Refus	10%	13%	8%

1. Provenance, achalandage et profil des clientèles

1.5 Profil des clientèles – suite

Profil sociodémographique des participants		Total (n=587)	Locaux (n=195)	Excursionnistes et touristes (n=392)
Occupation principale	Cadre	5%	4%	6%
	Col blanc (professionnel, technicien, employé de bureau, etc.)	27%	19%	31%
	Col bleu (travailleur manuel, employé de la restauration, etc.)	2%	3%	2%
	Propriétaire d'entreprise ou travailleur autonome	5%	2%	7%
	À la maison	1%	1%	1%
	Étudiant	5%	6%	4%
	Retraité	48%	58%	42%
	Sans emploi	1%	1%	1%
	Autres	6%	5%	7%
Membres au MNBAQ (Q18)	Oui	22%	55%	5%
	Non	78%	45%	95%
Chez les non-membres Intention d'abonnement au cours des 12 prochains mois (Q19)		Total (n=458)	Locaux (n=87)	Excursionnistes et touristes (n=371)
% Oui		3%	15%	1%

2. Fréquentation antérieure du Musée

2. Fréquentation antérieure du Musée

Globalement, 69% des participants interceptés n'en étaient pas à leur première visite au Musée. Cette proportion atteint 97% au sein de la clientèle locale. Parmi les excursionnistes et les touristes, respectivement 84% et 49% d'entre eux n'en étaient pas à leur première visite au Musée.

Parmi les clients locaux qui avaient déjà visité le Musée avant leur participation à l'étude, 60% en étaient au moins à leur troisième visite au cours des 12 derniers mois. La plus grande part des excursionnistes en étaient à leur deuxième visite du Musée au moment où ils ont été interceptés (42%), tandis que la majorité des touristes en étaient à leur première visite (52%).

Q16. Est-ce votre première visite au Musée national des beaux-arts du Québec ? Base : l'ensemble des répondants	Total (n=587)	Locaux (n=195)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Oui	31%	3%	16%	51%
Non	69%	97%	84%	49%

Q17. Combien de fois êtes-vous venu dans ce musée au cours des 12 derniers mois ? Base : les répondants qui n'en étaient pas à leur première visite du Musée	Total (n=407)	Locaux (n=190)	Excursionnistes (n=62)	Touristes (n=155)
Une fois	35%	18%	40%	52%
Deux fois	27%	21%	42%	28%
Trois fois	15%	18%	10%	15%
Quatre fois ou plus	22%	42%	6%	4%

3. Excursionnistes et touristes

3. Excursionnistes et touristes

3.1 Définition des excursionnistes et des touristes

Rappel de la définition des termes :

Un excursionniste est une personne ayant visité le MNBAQ dans le cadre d'un voyage aller-retour la même journée et résidant à l'extérieur d'un rayon de 40 km de la localité où se déroule l'événement.

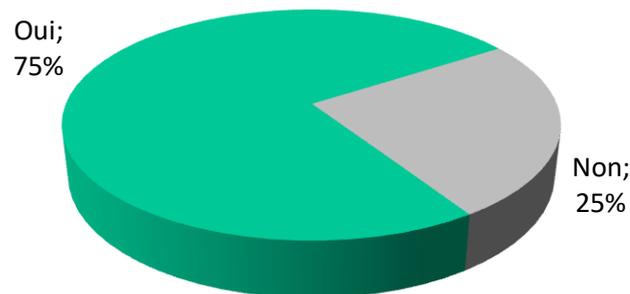
Les touristes, quant à eux, se définissent par la proportion de l'achalandage total ayant visité le MNBAQ dans le cadre d'un voyage d'une nuit ou plus, résidant à l'extérieur de la localité où se déroule l'événement, sans égard à la distance parcourue, et qui a utilisé de l'hébergement commercial ou privé.

Afin de déterminer la proportion d'excursionnistes et de touristes qui ont visité l'exposition Berthe Morisot, les visiteurs qui demeurent à l'extérieur de la ville de Québec ont été interrogés sur la durée de leur séjour en nombre de nuitées. Parmi ceux qui ne demeurent pas à Québec, 75% affirment y être venus dans le cadre d'un séjour d'une nuit ou plus (touristes).

☞ **En considérant l'ensemble des participants interrogés lors des interceptions aléatoires, 54% sont considérés comme des touristes, ce qui représente 318 personnes. De ces 318 personnes, aucune demeure à l'intérieur d'un rayon de 40 km de la ville de Québec.**

Q2. Êtes-vous à Québec dans le cadre d'un séjour d'une nuit ou plus ?

Base : Les répondants qui n'habitent pas à Québec (n=424)



3. Excursionnistes et touristes

3.1 Définition des excursionnistes et des touristes – suite

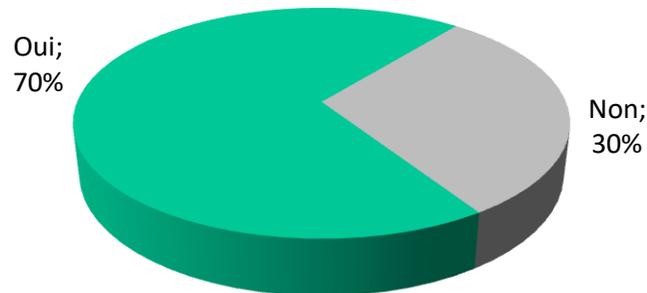
Les participants qui ne demeurent pas à Québec et qui n'ont pas fait un séjour d'une nuitée ou plus à l'extérieur de leur ville de résidence principale ont, quant à eux, été invités à préciser si leur venue à Québec s'était effectuée dans le cadre d'un voyage aller-retour la même journée qui impliquait un déplacement de plus de 40 km à l'aller de leur lieu de résidence habituel.

☞ **Globalement, 70% ont répondu par l'affirmative (excursionnistes). Rapportée sur l'ensemble des participants interrogés, cette proportion se chiffre à 13%, soit 74 personnes.**

Le profil des touristes et des excursionnistes est présenté aux pages suivantes.

Q3. Dans ce cas, êtes-vous à Québec dans le cadre d'un voyage aller-retour la même journée qui implique un déplacement de plus de 40 km à l'aller de votre lieu de résidence habituel ?

Base : Les répondants qui n'habitent pas à Québec et qui ne séjournent pas à l'extérieur de leur lieu de résidence principal pour une nuit ou plus (n=106)



3. Excursionnistes et touristes

3.2 Profil des excursionnistes et des touristes

Profil sociodémographique des excursionnistes et des touristes		Total (n=587)	Excursionnistes et touristes (n=392)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Sexe	Homme	35%	38%	36%	38%
	Femme	65%	62%	64%	62%
Âge	16 à 24 ans	4%	4%	3%	4%
	25 à 34 ans	7%	7%	3%	8%
	35 à 44 ans	4%	4%	1%	5%
	45 à 54 ans	15%	16%	9%	18%
	55 à 64 ans	32%	33%	41%	31%
	65 ans ou plus	38%	36%	43%	34%
Scolarité	Primaire / Secondaire	5%	5%	7%	4%
	Collégiale	17%	15%	15%	15%
	Universitaire	77%	79%	78%	80%
Revenu familial brut	39 999 \$ et moins	10%	8%	14%	7%
	Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	13%	9%	12%	8%
	Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	14%	15%	20%	14%
	Entre 80 000 \$ et 99 999 \$	13%	14%	15%	13%
	100 000 \$ et plus	34%	38%	23%	41%
	Refus	10%	8%	14%	7%

3. Excursionnistes et touristes

3.2 Profil des excursionnistes et des touristes

Profil sociodémographique des excursionnistes et des touristes		Total (n=587)	Excursionnistes et touristes (n=392)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Occupation principale	Cadre	5%	6%	3%	6%
	Col blanc (professionnel, technicien, employé de bureau, etc.)	27%	31%	34%	31%
	Col bleu (travailleur manuel, employé de la restauration, etc.)	2%	2%	0%	2%
	Propriétaire d'entreprise ou travailleur autonome	5%	7%	4%	8%
	Étudiant	1%	1%	0%	1%
	Retraité	5%	4%	1%	5%
	À la maison	48%	42%	51%	40%
	Sans emploi	1%	1%	0%	1%
	Autres	6%	7%	7%	7%
Abonnés du MNBAQ (Q18)	Oui	22%	5%	11%	4%
	Non	78%	95%	89%	96%
Chez les non-abonnés					
Intention d'abonnement au cours des 12 prochains mois (Q19)		Total (n=458)	Excursionnistes et touristes (n=371)	Excursionnistes (n=66)	Touristes (n=305)
% Oui		3%	1%	0%	1%

Le complément à 100% représente la non-réponse.

3. Excursionnistes et touristes

3.3 Caractéristiques du séjour

Par la suite, les touristes ont été invités à préciser, dans un premier temps, le nombre de nuitées qu'ils prévoyaient passer à Québec et, dans un deuxième temps, le nombre de nuitées prévues à Québec plus spécifiquement dans le cadre de leur visite de l'exposition Berthe Morisot.

En moyenne, les touristes ont séjourné 3,6 nuits à Québec, dont 0,5 nuit spécifiquement pour visiter l'exposition Berthe Morisot. Notons qu'un peu plus d'un touriste sur deux (52%) affirme n'avoir dormi aucune nuit à Québec spécifiquement pour visiter l'exposition.

Les établissements commerciaux ont été le type d'hébergement le plus privilégié (74%).

Q4. Quelle est la durée totale de votre séjour, en nombre de nuitées, à Québec ? Q5. De ce nombre, combien de nuitées avez-vous passées ou comptez-vous passer à Québec pour visiter l'exposition Berthe Morisot ? Base : les touristes (n=318)	À Québec, de façon générale	À Québec, pour visiter l'exposition Berthe Morisot
Aucune nuit	-	52%
Une nuit	22%	45%
Deux nuits	25%	2%
Trois ou quatre nuits	34%	0%
Cinq nuits ou plus	19%	0%
Moyenne (nuits)	3,6	0,5



Q7. Au cours de ce séjour dans la province de Québec, dans quel type d'hébergement avez-vous séjourné ou comptez-vous séjourné ? <i>Plusieurs mentions possibles</i> Base : les touristes	Touristes (n=318)
Dans un établissement commercial (hôtel, motel, gîte, auberge, camping, etc.)	74%
Chez des parents ou des amis	24%
Dans une résidence secondaire (non commercial)	2%

Q4. Uniquement les touristes se sont prononcés sur cette question. Ainsi, par définition, ils ont tous séjourné au moins une nuit à Québec.

3. Excursionnistes et touristes

3.3 Caractéristiques du séjour – suite

Parmi l'ensemble des excursionnistes et des touristes interrogés, 77% auraient tout de même effectué leur séjour à Québec sans la tenue de l'exposition Berthe Morisot et 68% auraient quand même visité le Musée sans la tenue de l'exposition au moment de leur passage à Québec.

Les touristes sont significativement plus nombreux que les excursionnistes à avoir mentionné qu'ils seraient venus à Québec (85% contre 43%) et qu'ils auraient visité le Musée (75% contre 39%) sans la tenue de l'exposition Berthe Morisot.

- Notons que c'est parmi les excursionnistes et les touristes du Québec que l'on retrouve les plus faibles proportions de répondants ayant affirmé qu'ils auraient quand même effectué leur séjour à Québec (66%) et qu'ils auraient quand même visité le Musée (54%) sans la tenue de l'exposition Berthe Morisot.
- Par ailleurs, les excursionnistes et les touristes non centrés (c'est-à-dire qui ne sont pas venus surtout ou en partie à Québec pour visiter l'exposition Berthe Morisot) sont significativement plus nombreux à dire qu'ils auraient tout de même visité le Musée sans la tenue de l'exposition (81% contre 44% chez les centrés).

Auriez-vous tout de même ... Base : les touristes et les excursionnistes	Excursionnistes et touristes (n=392)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Q6. ... effectué votre séjour à Québec sans la tenue de l'exposition Berthe Morisot ?			
Oui	77%	43%	85%
Non	21%	57%	13%
Q6A. ... visité le Musée national des beaux-arts du Québec sans la tenue de l'exposition Berthe Morisot ?			
Oui	68%	39%	75%
Non	29%	58%	22%

3. Excursionnistes et touristes

3.4 Identification des excursionnistes et des touristes centrés

Parmi l'ensemble des excursionnistes et des touristes, 60% connaissaient, ou avaient entendu parler de l'exposition Berthe Morisot avant de venir à Québec et de la visiter. Cette proportion est significativement plus élevée chez les excursionnistes (91%) que chez les touristes (53%).

- Par ailleurs, soulignons que c'est parmi les excursionnistes et les touristes qui demeurent au Québec qu'on retrouve la plus forte proportion de répondants ayant affirmé qu'ils connaissaient, ou avaient entendu parler de l'exposition avant de venir à Québec et de la visiter (85%).

Lorsqu'interrogés sur leur motivation à venir à Québec, 41% des excursionnistes et des touristes qui connaissaient l'exposition Berthe Morisot avant de venir à Québec affirment être venus surtout pour la visiter et 31% en partie pour celle-ci. Pour 27% des excursionnistes et des touristes, l'exposition n'a eu aucune influence sur leur décision de venir à Québec. Les excursionnistes sont significativement plus nombreux que les touristes à s'être déplacés surtout pour visiter l'exposition Berthe Morisot (75% contre 28% des touristes).

Q8. Avant de venir à Québec et de visiter l'exposition Berthe Morisot, connaissiez-vous ou aviez-vous entendu parler de cette exposition ? Base : les excursionnistes et les touristes	Excursionnistes et touristes (n=392)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Oui	60%	91%	53%
Non	40%	9%	47%

Q9. À propos de votre décision de venir à Québec, diriez-vous que vous êtes venu ... ? Base : les excursionnistes et les touristes qui connaissaient l'exposition Berthe Morisot avant de la visiter	(n=234)	(n=67)	(n=167)
Surtout pour visiter l'exposition Berthe Morisot	41%	75%	28%
En partie pour visiter l'exposition Berthe Morisot	31%	19%	35%
Ou que l'exposition Berthe Morisot n'a eu aucune influence sur votre décision de venir à Québec	27%	6%	36%

3. Excursionnistes et touristes

3.4 Identification des excursionnistes et des touristes centrés – suite

Afin de mesurer l'influence véritable de l'exposition Berthe Morisot sur la décision des excursionnistes et des touristes de venir à Québec, et de délimiter de façon claire les excursionnistes et les touristes centrés des non centrés, il a été demandé à ceux qui ont affirmé être venus à Québec en partie pour la visiter (31% d'entre eux) d'indiquer, à l'aide d'une échelle de 0 à 10, la cote qui représente le mieux l'importance de l'exposition Berthe Morisot dans leur décision de venir à Québec. La cote 0 indique une influence nulle et la cote 10, que c'est la principale raison de la visite à Québec.

Le tableau ci-dessous représente la répartition des répondants selon les cotes d'importance accordées.

Q28. Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la cote qui représente le mieux l'importance de la visite de l'exposition Berthe Morisot dans votre décision de venir à Québec ?

Base : Les excursionnistes et les touristes qui ont affirmé être venus à Québec en partie pour visiter l'exposition (n=72)

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0%	0%	0%	3%	13%	39%	14%	13%	10%	3%	7%

Excursionnistes et touristes centrés **principalement** : % d'excursionnistes et de touristes venus surtout à Québec pour visiter l'exposition Berthe Morisot + % d'excursionnistes et de touristes ayant affirmé y être venus en partie, mais ayant donné une cote d'importance de 10 sur 10.

→ **Ce qui représente 102 personnes, soit 17% des participants sondés.**

Excursionnistes et touristes centrés **en partie** : % d'excursionnistes et de touristes venus en partie à Québec pour visiter l'exposition Berthe Morisot et ayant donné une cote d'importance se situant entre 1 et 9 sur 10.

→ **Ce qui représente 67 personnes, soit 12% de l'ensemble des participants sondés.**

Excursionnistes et touristes **non centrés** : % d'excursionnistes et de touristes qui ne connaissaient pas l'exposition Berthe Morisot avant de venir à Québec + % d'excursionnistes et de touristes ayant affirmé que l'exposition Berthe Morisot n'a eu aucune influence dans la décision de venir à Québec + % d'excursionnistes et de touristes ayant affirmé être venus à Québec en partie pour visiter l'exposition Berthe Morisot, mais ayant donné une cote d'importance de 0 sur 10.

→ **Ce qui représente 222 personnes, soit 38% de l'ensemble des participants.**

3. Excursionnistes et touristes

3.5 Indice d'attractivité

L'indice d'attractivité se définit comme la proportion des visiteurs dont la présence dans la localité où se déroule l'événement est justifiée par l'événement. Il est déterminé en fonction des réponses aux questions suivantes :

Q8. *Avant de venir à Québec et de visiter l'exposition Berthe Morisot, connaissiez-vous ou aviez-vous entendu parler de cette exposition ?*

Q9. *À propos de votre décision de venir à Québec, diriez-vous que vous êtes venu surtout pour visiter l'exposition Berthe Morisot, en partie pour visiter l'exposition Berthe Morisot ou que l'exposition Berthe Morisot n'a eu aucune influence sur votre décision de venir à Québec ?*

Q28. *Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la cote qui représente le mieux l'importance de la visite l'exposition Berthe Morisot dans votre décision de venir à Québec ? La cote 0 indique une influence nulle et la cote 10 que c'est la principale raison de la visite à Québec.*

Calcul de l'indice d'attractivité :

- Si Q8 = 2 (non), alors l'indice est de 0 %;
- Si Q9 = 1 (surtout), alors l'indice est de 100 %;
- Si Q9 = 2 (en partie), alors l'indice dépend de la réponse à Q28;
- Si Q28 = 0/10, alors l'indice est de 0 %, 1/10 = 10 %, 2/10 = 20 % et ainsi de suite;
- Si Q9 = 3 (aucune influence), alors l'indice est de 0 %.

Indice d'attractivité = moyenne des indices de l'ensemble des répondants.

Pour l'exposition Berthe Morisot, l'indice d'attractivité s'élève à **36%**.

4. Visite de l'exposition Berthe Morisot

4. Visite de l'exposition Berthe Morisot

4.1 Nombre de visites de l'exposition

De façon générale, on constate que la plupart des participants interrogés prévoyaient visiter l'exposition Berthe Morisot une seule fois (83%) entre les mois de juin et de septembre 2018.

En moyenne, les participants prévoyaient visiter l'exposition 1,2 fois. Cette moyenne est plus élevée chez les locaux (1,6 fois).

Q10. L'exposition « Berthe Morisot » a lieu du 21 juin au 23 septembre. Durant cette période, combien de fois l'avez-vous ou comptez-vous la visiter? On parle ici en nombre de jours et non en nombre de fois dans une même journée. Base : l'ensemble des répondants	Total (n=587)	Locaux (n=195)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Une fois	83%	59%	96%	95%
Deux fois	12%	27%	3%	4%
Trois fois ou plus	5%	13%	1%	0%
Moyenne (nombre de visites au cours de différentes journées)	1,2	1,6	1,1	1,1

4. Visite de l'exposition Berthe Morisot

4.2 Nombre d'accompagnateurs

Tous les visiteurs de l'exposition Berthe Morisot ont été interrogés sur le nombre de personnes qui les ont accompagnés lors de leur visite. Globalement, ces derniers étaient accompagnés de 1,2 personne. Le nombre moyen d'enfants âgés de 15 ans ou moins par cellule de voyage s'établit à 0,1.

Q11. En vous incluant, combien de personnes formant votre groupe ont visité l'exposition « Berthe Morisot » ? Base : l'ensemble des répondants	Total (n=587)	Locaux (n=195)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)	Excursionnistes et touristes centrés (n=169)
Aucun accompagnateur (seul)	19%	26%	16%	16%	11%
Un accompagnateur	60%	58%	62%	61%	67%
Deux accompagnateurs	10%	9%	12%	10%	11%
Trois accompagnateurs	8%	5%	8%	10%	9%
Quatre accompagnateurs et plus	2%	2%	1%	3%	1%
Nombre moyen d'accompagnateurs	1,2	1,0	1,2	1,3	1,2
Cellule de voyage (incluant le répondant)	2,2	2,0	2,2	2,3	2,2

Q12. De ce nombre, combien y avait-il d'enfants de 15 ans et moins ? Base : les répondants qui avaient au moins un accompagnateur	Total (n=473)	Locaux (n=144)	Excursionnistes (n=62)	Touristes (n=267)	Excursionnistes et touristes centrés (n=149)
Aucun enfant	93%	92%	95%	93%	97%
Un enfant	4%	5%	2%	4%	3%
Deux enfants	3%	1%	3%	3%	1%
Trois enfants ou plus	0%	1%	0%	0%	0%
Nombre moyen d'enfants	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

5. Dépenses de séjour

5. Dépenses de séjour

5.1 Nombre d'accompagnateurs couverts par les dépenses de séjour

Les excursionnistes et les touristes centrés ont assumé ou partagé les dépenses de séjour de 1,0 personne en moyenne.

Q13. En vous excluant, combien de personnes étaient couvertes par les dépenses que vous avez assumées ou que vous avez partagées ? Base : les excursionnistes et les touristes centrés	Excursionnistes et touristes centrés (n=169)	Excursionnistes et touristes centrés <u>surtout</u> (n=102)	Excursionnistes et touristes centrés <u>en partie</u> (n=67)
Aucun accompagnateur (le visiteur était seul)	20%	23%	15%
Une personne	63%	59%	70%
Deux personnes	11%	14%	7%
Trois personnes ou plus	5%	4%	6%
Nombre moyen de personnes couvertes par les dépenses	<i>1,0 personne</i>	<i>1,0 personne</i>	<i>1,0 personne</i>
Cellule de dépenses (incluant le répondant)	<i>2,0 personnes</i>	<i>2,0 personnes</i>	<i>2,0 personnes</i>

5. Dépenses de séjour

5.2 Dépenses de séjour dans la grande région de Québec

Le tableau ci-dessous présente les dépenses moyennes des excursionnistes et des touristes centrés ayant visité l'exposition Berthe Morisot au cours des mois de juin à septembre 2018, selon divers postes de dépenses. Notons que les dépenses moyennes recensées incluent les dépenses effectuées pour le participant lui-même, ainsi que pour toutes les personnes dont il assumait les dépenses.

En moyenne, les dépenses s'élèvent à 452,40 \$ pour les excursionnistes et les touristes centrés. Par ailleurs, les dépenses effectuées spécifiquement au Musée s'élèvent en moyenne à 36,10 \$.

Dépenses moyennes de séjour dans la région de Québec Base : les excursionnistes et les touristes centrés	Excursionnistes et touristes centrés (n=169)	Excursionnistes et touristes centrés <u>surtout</u> (n=102)	Excursionnistes et touristes centrés <u>en partie</u> (n=67)
a. Pour le transport sur place à l'intérieur de la ville de Québec	37,10 \$	35,80 \$	39,10 \$
b. Pour la nourriture (incluant restaurants, bars et autres)	140,10 \$	126,90 \$	160,20 \$
c. Pour le magasinage	47,30 \$	49,10 \$	44,30 \$
d. Pour l'hébergement (hôtel, motel, camping, etc.)	163,00\$	130,60 \$	212,70 \$
e. Pour les loisirs et divertissements (incluant toutes les dépenses au Musée)	64,90 \$	54,00 \$	81,70 \$
f. Pour toutes les autres dépenses	0,00 \$	0,00 \$	0,00 \$
Total des dépenses / cellule de dépenses	452,40 \$	396,40 \$	538,00 \$
Total des dépenses / visiteur	226,20 \$	198,20 \$	269,00 \$
Dépenses au Musée / cellule de dépenses (excluant le prix d'entrée)	36,10 \$	35,90 \$	36,30 \$
Dépenses au Musée / visiteur (excluant le prix d'entrée)	18,05 \$	17,95 \$	18,15 \$

5. Dépenses de séjour

5.2 Dépenses de séjour dans la grande région de Québec - suite

Dans la région de Québec, les dépenses touristiques des 16 540 excursionnistes et touristes centrés ayant visité l'exposition Berthe Morisot qui s'est tenue du 21 juin au 23 septembre 2018 sont estimées à 2 971 137,72 \$.

DÉPENSES TOURISTIQUES DANS LA RÉGION DE QUÉBEC Calcul des dépenses touristiques basé sur 57 035 visiteurs uniques	Nombre d'excursionnistes et de touristes centrés uniques	Dépense moyenne par excursionniste et touriste centré unique	% des dépenses inclus dans le calcul	Dépenses des excursionnistes et des touristes centrés <u>uniques</u> (40 km)
Excursionnistes et touristes venus surtout pour l'exposition Berthe Morisot (17% de l'achalandage total)	9 696	198,20 \$	100%	1 921 747,20 \$
Excursionnistes et touristes venus en partie pour l'exposition Berthe Morisot (12% de l'achalandage total)	6 844	269,00 \$	57%*	1 049 390,52 \$
TOTAL	16 540	-	-	2 971 137,72 \$

Dépenses moyennes de séjour dans la grande région de Québec	Centrés – Surtout		Centrés – En partie		Dépenses totales des excursionnistes et touristes centrés uniques (40 km)
	Dépenses moyennes par cellule de voyage	Dépenses par personne (moyenne=2,0)	Dépenses moyennes par cellule de voyage	Dépenses par personne (moyenne=2,0)	
a. Pour le transport sur place à l'intérieur de la ville de Québec	35,80 \$	17,90 \$	39,10 \$	19,55 \$	249 824,51 \$
b. Pour la nourriture (incluant restaurants, bars et autres)	126,90 \$	63,45 \$	160,20 \$	80,10 \$	927 687,71 \$
c. Pour le magasinage	49,10 \$	24,55 \$	44,30 \$	22,15 \$	324 445,72 \$
d. Pour l'hébergement (hôtel, motel, camping, etc.)	130,60 \$	65,30 \$	212,70 \$	106,35 \$	1 048 028,66 \$
e. Pour les loisirs et divertissements (incluant toutes les dépenses au Musée)	54,00 \$	27,00 \$	81,70 \$	40,85 \$	421 151,12 \$
f. Pour toutes les autres dépenses	0,00 \$	0,00 \$	0,00 \$	0,00 \$	0,00 \$
Total des dépenses	396,40 \$	198,20 \$	538,00 \$	269,00 \$	2 971 137,72 \$

*Le % des dépenses inclus dans le calcul correspond à l'indice d'attractivité pour les visiteurs centrés en partie.

Source : Guide méthodologique pour la réalisation des études sur l'impact économique des grands événements, p.31.

5. Dépenses de séjour

5.3 Dépenses au Musée

Les touristes et les excursionnistes centrés qui ont indiqué avoir fait des dépenses au Musée ont été invités à préciser dans quel(s) point(s) de services ils les avaient effectuées.

Tel qu'illustré dans le tableau ci-dessous, 41% d'entre eux ont fait des dépenses à la Librairie-Boutique, 40% au stationnement du Musée et 30% au Café signé Marie-Chantal Lepage.

Q15A. Lors de votre visite au Musée national des beaux-arts du Québec, dans quel(s) point(s) de service avez-vous effectué des dépenses ? Base : les excursionnistes et les touristes centrés qui ont indiqué avoir fait des dépenses au Musée – Plusieurs réponses possibles	Excursionnistes et touristes centrés (n=63)	Excursionnistes et touristes centrés <u>surtout</u> (n=38)	Excursionnistes et touristes centrés <u>en partie</u> (n=25)*
Librairie-Boutique	41%	47%	32%
Stationnement du Musée	40%	39%	40%
MNBAQ Café signé Marie-Chantal Lepage	30%	24%	40%
MNBAQ Restaurant signé Marie-Chantal Lepage	8%	8%	8%
Tempéra Québécois signé Marie-Chantal Lepage	8%	3%	16%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	5%	8%	0%

Le total supérieur à 100% est attribuable à la réponse multiple.

*Résultats présentés à titre indicatif seulement vu la faible taille du sous-échantillon (n<30).

6. Appréciation de la visite de l'exposition Berthe Morisot

6. Appréciation de la visite

Tous les visiteurs ont été invités à indiquer leur degré d'appréciation à l'égard de leur visite de l'exposition Berthe Morisot. Globalement, la note moyenne d'appréciation à l'égard de la visite est de 8,8 sur 10, soit un résultat très satisfaisant. Ce constat est similaire entre les locaux, les excursionnistes et les touristes.

Q20A. 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 Berthe Morisot ? Base : l'ensemble des répondants	Total (n=587)	Locaux (n=195)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Très satisfait (notes 9 à 10)	60%	59%	61%	59%
Satisfait (notes 7 et 8)	37%	34%	36%	39%
Peu ou pas du tout satisfait (notes 0 à 6)	3%	6%	3%	1%
Moyenne de satisfaction (sur 10)	8,8	8,6	8,8	8,9

Après s'être prononcés leur appréciation de leur visite de l'exposition Berthe Morisot de façon générale, les visiteurs ont été invités à faire part de leur appréciation des services entourant leur visite tels que l'accueil, la billetterie, la boutique, le restaurant et le café. En moyenne, ils accordent à ces services une moyenne de satisfaction de 9,2 sur 10, soit un résultat très élevé. À nouveau, ce constat est similaire entre les locaux, les excursionnistes et les touristes.

Q20B. 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 Berthe Morisot, tels l'accueil, la billetterie, la boutique, les ateliers, le restaurant et le café ? Base : l'ensemble des répondants	Total (n=587)	Locaux (n=195)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Très satisfait (notes 9 à 10)	76%	76%	82%	75%
Satisfait (notes 7 et 8)	19%	19%	18%	19%
Peu ou pas du tout satisfait (notes 0 à 6)	2%	1%	0%	3%
Moyenne de satisfaction (sur 10)	9,2	9,2	9,3	9,1

7. Moyens de communication

7. Moyens de communication

Les visiteurs ont par la suite été interrogés sur la façon dont ils ont entendu parler de l'exposition Berthe Morisot. D'emblée, mentionnons que 95% des locaux et 92% des excursionnistes avaient entendu parler de l'exposition, alors que cette proportion est significativement moins élevée chez les touristes (61%).

Globalement, la plupart des visiteurs ont entendu parler de l'exposition par de la publicité (55%), particulièrement la clientèle locale (79%).

Q21A. De quelle(s) façon(s) avez-vous entendu parler de l'exposition Berthe Morisot ? Plusieurs mentions possibles, mentions spontanées Base : l'ensemble des répondants	Total (n=587)	Locaux (n=195)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Total « avait entendu parler de l'exposition Berthe Morisot »	76%	95%	92%	61%
Par de la publicité sur l'exposition	55%	79%	65%	38%
Par le biais d'un parent, d'un ami, d'une connaissance	15%	11%	19%	17%
Par un média social (ex. : Facebook, Twitter)	10%	10%	8%	10%
Par un reportage ou un article sur l'exposition	3%	3%	5%	2%
Dans un centre d'information touristique ou dans un hôtel	2%	1%	0%	2%
*Visite antérieure	2%	1%	3%	2%
N'était pas au courant de l'exposition Berthe Morisot, est venu visiter le Musée en général	22%	4%	7%	36%

Le total supérieur à 100% est attribuable à la réponse multiple.

*Mention spontanée issue du « Autres, précisez ».

7. Moyens de communication

Lorsqu'on demande aux visiteurs qui ont entendu parler de l'exposition Berthe Morisot par de la publicité (55% de l'ensemble) de préciser le type de média auquel ils ont été exposés, ces derniers mentionnent le plus souvent la télévision (30%, particulièrement les excursionnistes; 54%), le journal (27%, particulièrement les touristes; 35%), les cartons d'invitation reçus par la poste et le publipostage (19% dans les deux cas – particulièrement la clientèle locale; 32% dans les deux cas).

Q21B. Vous dites avoir vu ou entendu de la publicité sur l'exposition, dans quel type de média était-ce ? Plusieurs mentions possibles, mentions spontanées Base : les répondants qui avaient entendu parler de l'exposition par de la publicité	Total (n=323)	Locaux (n=155)	Excursionnistes (n=48)	Touristes (n=120)
Télévision	30%	19%	54%	33%
Journal	27%	18%	33%	35%
Carton d'invitation que j'ai reçu par la poste	19%	32%	10%	5%
Publipostage (reçu par la poste)	19%	32%	6%	7%
Affichage extérieur (palissades-sites de constructions, colonnes)	9%	8%	0%	13%
Site Internet du Musée national des beaux-arts du Québec	8%	5%	8%	11%
Autre site Internet que celui du MNBAQ	8%	5%	6%	14%
Média social (ex. : Facebook, Twitter)	7%	10%	2%	3%
Radio	3%	3%	4%	3%
Affichage intérieur (zoom média - restos et bars)	3%	2%	4%	3%
Publications touristiques (Brochure forfaits Office tourisme, Voilà Québec, carte touristique Voilà Québec)	3%	1%	6%	5%
Magazines	2%	1%	2%	4%

8. Visite du MNBAQ

8. Visite du MNBAQ

8.1 Expositions visitées ou prévues

Dans le cadre de la présente étude, les visiteurs ont également été questionnés sur les expositions qu'ils avaient visitées, ou qu'ils comptaient visiter lors de leur passage au Musée national des beaux-arts du Québec.

Tel qu'illustré dans le tableau ci-dessous, « L'hommage à Rosa Luxembourg » de Jean Paul Riopelle est l'exposition la plus populaire : 47% des visiteurs l'avaient visitée, ou avaient l'intention de le faire lors de leur passage au Musée.

Par ailleurs, les visiteurs avaient visité, ou avaient l'intention de visiter 5,8 expositions, en moyenne.

Q21C. À l'occasion de votre visite du Musée national des beaux-arts du Québec, quelles expositions, parmi les suivantes, avez-vous visitées ou comptez-vous visiter ? Plusieurs mentions possibles Base : l'ensemble des répondants	Total (n=587)	Locaux (n=195)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
« L'hommage à Rosa Luxembourg » de Jean Paul Riopelle	47%	59%	49%	39%
« Fait main / Hand made »	32%	44%	24%	26%
« Ilippunga. Art inuit de la collection Brousseau »	24%	36%	24%	16%
« De silence et d'espace » de Jean Paul Lemieux	24%	33%	26%	18%
« Métamorphoses » de Jean Paul Riopelle	24%	31%	31%	18%
« Le rêveur éveillé » d'Alfred Pellan	23%	32%	28%	16%
« Arts décoratifs et design du Québec »	20%	29%	19%	15%
« The Flux and the Puddle » de David Altmejd	20%	29%	19%	15%
« De Ferron à BGL. Art contemporain du Québec »	18%	23%	19%	15%
« Peintre de lumière » de Fernand Leduc	18%	25%	19%	14%
« D'entrée de jeu. Galerie famille »	4%	3%	5%	4%
Toutes ces expositions	14%	11%	5%	17%
Moyenne (en nb. d'exposition)	5,8	5,7	5,2	6,1
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	31%	18%	38%	37%

8. Visite du MNBAQ

8.2 Expositions les plus appréciées

Par la suite, les visiteurs qui avaient indiqué avoir visité plus d'une exposition lors de leur visite du Musée ont été invités à préciser celle(s) qu'ils avaient le plus appréciée(s).

C'est, l'exposition « Fait main » qui arrive au premier rang (19%), suivie de « L'hommage à Rosa Luxembourg » de Jean Paul Riopelle (15%).

Q21D. Quelles expositions avez-vous le plus appréciées parmi celles que vous avez visitées ? Plusieurs mentions possibles Base : les répondants qui ont visité plus d'une exposition	Total (n=363)	Locaux (n=137)	Excursionnistes (n=41)	Touristes (n=185)
« Fait main / Hand made »	19%	21%	20%	18%
« L'hommage à Rosa Luxembourg » de Jean Paul Riopelle	15%	15%	29%	11%
« Ilippunga. Art inuit de la collection Brousseau »	13%	20%	7%	9%
« De silence et d'espace » de Jean Paul Lemieux	9%	8%	17%	8%
« Métamorphoses » de Jean Paul Riopelle	9%	10%	10%	7%
« Le rêveur éveillé » d'Alfred Pellan	7%	9%	2%	6%
« De Ferron à BGL. Art contemporain du Québec »	4%	7%	0%	4%
« The Flux and the Puddle » de David Altmejd	4%	5%	2%	3%
« Arts décoratifs et design du Québec »	3%	5%	0%	2%
« Peintre de lumière » de Fernand Leduc	2%	3%	2%	2%
« D'entrée de jeu. Galerie famille »	1%	1%	2%	0%
Toutes les expositions que j'ai visitées	28%	18%	29%	35%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	18%	11%	10%	25%

8. Visite du MNBAQ

8.3 Expositions souhaitées

En terminant, les visiteurs ont été questionnés, à l'aide d'une question complètement ouverte, sur les expositions qu'ils aimeraient voir présenter au Musée.

Le tableau ci-dessous présente les expositions qui représentent 2% des mentions, ou plus.

Q21E. Quelles expositions aimeriez-vous voir présenter au Musée ? Plusieurs mentions possibles, mentions spontanées Base : l'ensemble des répondants	Total (n=587)	Locaux (n=195)	Excursionnistes (n=74)	Touristes (n=318)
Les impressionnistes	23%	26%	20%	22%
Exposition d'artistes québécois/canadiens (autres)	15%	8%	23%	17%
Exposition de Claude Monet	9%	12%	8%	7%
Exposition de Pablo Picasso	9%	12%	7%	7%
Exposition de Van Gogh	7%	6%	3%	8%
Exposition d'Auguste Renoir	7%	9%	5%	6%
Exposition d'impressionnistes français (autres)	7%	7%	4%	8%
Exposition d'Auguste Rodin	4%	6%	4%	3%
Exposition d'art contemporain	4%	3%	3%	5%
Exposition de sculptures	4%	4%	5%	3%
Exposition d'artistes flamands (Rembrandt, autres et non précisé)	4%	4%	1%	4%
Exposition d'artistes de la renaissance (Michel-Ange, Léonard de Vinci, autres)	4%	2%	7%	5%
Expressionnistes (Paul Klee, Edvard Munch, Mark Rothko et autres)	4%	5%	7%	4%
Exposition de Salvador Dali	3%	2%	7%	3%
Exposition de Jean Paul Lemieux	3%	3%	4%	3%
Exposition d'art nouveau (Gustav Klimt, Gaudi, autres)	3%	4%	4%	3%
Exposition de Paul Gauguin	2%	3%	3%	1%
Exposition de Frida Kahlo	2%	1%	0%	3%
Exposition d'art abstrait	2%	1%	1%	2%
Exposition sur les arts décoratifs / exposition de joaillerie / exposition de design/mode	2%	4%	1%	1%
Exposition d'art moderne	2%	2%	1%	3%
Exposition d'artistes français (sans précision)	2%	3%	3%	2%
Exposition de Riopelle	2%	1%	3%	2%
Exposition d'artistes américains (Andy Warhol et autres)	2%	5%	1%	1%
Artiste/peintre féminin (sans précision)	2%	3%	1%	2%
Autres*	28%	30%	26%	28%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	18%	19%	16%	18%

Le total supérieur à 100% est attribuable à la réponse multiple. *La catégorie Autres répertorie des mentions uniques.

ANNEXES

Annexe 1 : Plan échantillonnal

No	Jour de la semaine/Date	Plage horaire	Intervieweurs/ Heures	Total Heures
1	Jeudi, 21 juin 2018	14 h à 17 h	1	3
2	Vendredi, 22 juin 2018	12 h à 16 h	1	4
3	Samedi, 23 juin 2018	13 h à 17 h	1	4
4	Mardi, 26 juin 2018	13 h à 16 h	1	3
5	Vendredi, 29 juin 2018	12h30 à 15h30	1	3
6	Samedi, 30 juin 2018	11 h à 15 h	1	4
7	Jeudi, 5 juillet 2018	14 h à 17 h	1	3
8	Vendredi, 6 juillet 2018	11 h à 15 h	1	4
9	Samedi, 7 juillet 2018	13 h à 17 h	1	4
10	Mercredi, 11 juillet 2018	13 h à 16 h	1	3
11	Vendredi, 13 juillet 2018	13 h à 16 h	1	3
12	Dimanche, 15 juillet 2018	11 h à 15 h	1	4
13	Vendredi, 20 juillet 2018	14 h à 17 h	1	3
14	Samedi, 21 juillet 2018	11 h à 15 h	1	4
15	Dimanche, 22 juillet 2018	13 h à 17 h	1	4
16	Mercredi, 25 juillet 2018	13 h à 16 h	1	3
17	Jeudi, 26 juillet 2018	13 h à 16 h	1	3
18	Samedi, 28 juillet 2018	11 h à 15 h	1	4
19	Jeudi, 2 août 2018	14 h à 17 h	1	3
20	Samedi, 4 août 2018	13h à 17 h	1	4
21	Dimanche, 5 août 2018	12 h à 16 h	1	4
22	Mercredi, 8 août 2018	13 h à 16 h	1	3
23	Vendredi, 10 août 2018	13 h à 16 h	1	3
24	Dimanche, 11 août 2018	11h30 à 15h30	1	4

Annexe 1 : Plan échantillonnal

No	Jour de la semaine/Date	Plage horaire	Intervieweurs/ Heures	Total Heures
25	Vendredi, 17 août 2018	14 h à 17 h	1	3
26	Samedi, 18 août 2018	12 h à 16 h	1	4
27	Dimanche, 19 août 2018	11 h à 15 h	1	4
28	Mercredi, 22 août 2018	13 h à 16 h	1	3
29	Jeudi, 23 août 2018	13 h à 16 h	1	3
30	Samedi, 25 août 2018	13 h à 17 h	1	4
31	Vendredi, 31 août 2018	14 h à 17 h	1	3
32	Samedi, 1 ^{er} septembre 2018	12 h à 16 h	1	4
33	Dimanche, 2 septembre 2018	12 h à 16 h	1	4
34	Mercredi, 5 septembre 2018	13 h à 16 h	1	3
35	Vendredi, 6 septembre 2018	13 h à 16 h	1	3
36	Dimanche, 8 septembre 2018	11 h à 15 h	1	4
37	Vendredi, 14 septembre 2018	14 h à 17 h	1	3
38	Samedi, 15 septembre 2018	11h30 à 15h30	1	4
39	Dimanche, 16 septembre 2018	11 h à 15 h	1	4
40	Vendredi, 21 septembre 2018	13 h à 16 h	1	3
41	Samedi, 22 septembre 2018	13h30 à 16h30	1	3
42	Dimanche, 23 septembre 2018	13 h à 17 h	1	4

Annexe 2 : Curriculum vitae

MARION RENY DELISLE

Directrice de recherche

Chez Léger depuis 2015, en recherche depuis 2011

Marion Reny Delisle travaille chez Léger depuis 2015, d’abord en tant analyste en recherche, puis comme directrice recherche. Entre 2011 et 2015, elle a agi à titre de professionnelle de recherche au sein de divers projets de recherche en marketing social à l’Université Laval. Elle est détentrice une maîtrise et d’un baccalauréat en communication publique, et elle poursuit actuellement des études doctorales au Département d’information et de communication de l’Université Laval. Elle a obtenu des bourses du Conseil de recherche en sciences humaines du Canada (CRSH) et du Fonds de recherche du Québec – Société et culture (FRQ-SC) pour son mémoire de maîtrise, et pour ses travaux doctoraux.

Depuis le début de sa carrière en recherche chez Léger, Marion Reny Delisle a collaboré, ou a réalisé intégralement plus de 100 mandats de recherche, tant quantitatifs que qualitatifs.

SCOLARITÉ

Doctorat en communication publique (Ph. D., espéré)
Université Laval (2013-...)

Maîtrise de recherche en communication publique (M.A.)
Université Laval (2011-2013)

Baccalauréat en communication publique (B.A.)
Université Laval (2008-2011)

Formation continue en entreprise

RÉALISATIONS

Dans le cadre de ses fonctions, Marion Reny Delisle réalise des mandats pour des clients issus de secteurs variés, notamment pour des municipalités et des clients issus des secteurs privés et publics. De par sa formation universitaire spécialisée marketing social et en communication persuasive, elle collabore activement aux projets d’évaluation publicitaire et en changements comportementaux.

Dans le domaine touristique et événementiel, elle a notamment collaboré à la réalisation de projets de recherche pour les clients suivants : MNBAQ, Festivent, Tourisme religieux dans les sanctuaires nationaux, Ville de Québec – Places publiques éphémères, Festibière, ComédiHa! Fest et Compétition Hit the Floor.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

- **Léger**
Directrice de recherche (depuis 2018)
Analyste en recherche sénior (2017)
Analyste en recherche (2015-2016)
- **Université Laval**
Professionnelle de recherche (2011-2013)
Assistante de recherche (2009-2011)

CHAMPS D’INTÉRÊT

- Changements d’attitude et de comportement
- Évaluation publicitaire
- Estimation de la performance d’événements touristiques
- Études municipales

Annexe 3 : Questionnaire

I - Langue du sondage

Préférez-vous répondre à ce questionnaire en anglais ou en français?
Would you prefer to complete the survey in English or French?

- English (9)
- Français (12)

INTERV - POSER À TOUS

- Le répondant doit être âgé de 16 ans ou plus et ne pas travailler, être administrateur, bénévole ou prestataire de services pour le Musée national des beaux-arts du Québec.
- Les professeurs et accompagnateurs de groupes scolaires 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 Berthe Morisot.

REFUS - SI REFUS

L'intervieweur note les refus pour le calcul du taux de réponse.

- Refuse de participer au sondage (99)

INT01 - POSER À TOUS

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

D'abord, pouvez-vous me confirmer que vous avez bien visité l'exposition «Berthe Morisot »?

- Oui (1)
- Non (2) → Terminer
- Refus (9) → Terminer

INT02 - POSER À TOUS

Êtes-vous âgé de 16 ans ou plus?

- Oui (1)
- Non (2) → Terminer
- Refus (9) → Terminer

INT03 - POSER À TOUS

Travaillez-vous, êtes-vous administrateur, bénévole ou prestataire de services pour le Musée national des beaux-arts du Québec?

- Oui (1) → Terminer
- Non (2)
- Refus (9) → Terminer

INT04 - POSER À TOUS

Avez-vous déjà été invité à répondre à ce sondage durant la tenue actuelle de l'exposition « Berthe Morisot »?

- Oui (1) → Terminer
- Non (2)
- Refus (9) → Terminer

Q0 - POSER À TOUS

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

- Au Québec (1)
- Dans une autre province canadienne que le Québec (2)
- Aux États-Unis (3)
- Ailleurs dans le monde (4)
- Refus (9) → Terminer

Q1 - POSER SI Q0=1

Habitez-vous à l'intérieur ou à l'extérieur de ce cercle?

- À l'intérieur (1)
- À l'extérieur (2)
- NSP/Refus (9) → Terminer

Q1A - POSER AUX RÉPONDANTS LOCAUX Q1=1

Noter la ville dans lequel demeure le répondant :

- Ville de Québec (1)
- Boischatel (2)
- Château-Richer (3)
- Donnacona (4)
- Fossambeault-sur-le-Lac (5)
- Lac-Beauport (6)
- Lac-Delage (7)
- Lac Saint-Joseph (8)
- L'Ancienne-Lorette (9)
- L'Ange Gardien (10)
- La Durantaye (11)
- Laurier-Station (12)
- Lévis (13)
- Pont-Rouge (14)
- Saint-Augustin-de-Desmaures (15)
- Saint-Damien-de-Buckland (16)
- Saint-Michel (17)
- Saint-Nérée (18)
- Saint-Raphaël (19)
- Sainte-Brigitte-de-Laval (20)
- Sainte-Catherine-de-la-Jacques-Cartier (21)
- Sainte-Claire (22)
- Sainte-Marie-de-Beauce (23)

Annexe 3 : Questionnaire

- Scott (24)
- Shannon (25)
- Stoneham et Tewkesbury (26)
- Beaupré (27)
- Saint-Raymond de Portneuf (28)
- Île d'Orléans (29)
- Sainte-Anne-de-Beaupré (30)
- Autre (précisez) : _____ (96)

Q1B - POSER AUX VISITEURS DU QUÉBEC Q1=2
Noter la ville dans lequel demeure le répondant :

- L'Assomption (64)
- Baie Saint-Paul (1)
- Beauceville (2)
- Beaumont (45)
- Beloeil (3)
- Blainville (4)
- Boisbriand (5)
- Boucherville (63)
- Cap-Santé (6)
- Charlemagne (7)
- Charlevoix (8)
- Châteauguay (9)
- Chicoutimi (10)
- Drummondville (11)
- Gaspé (43)
- Gatineau (46)
- Granby (12)
- Jonquière (13)
- Lac-Saint-Jean (14)
- Lachenaie (15)
- Lachine (16)
- Laval (61)
- Le Gardeur (17)
- Longueuil (18)
- Lorraine (19)
- Mascouche (20)
- Mirabel (21)
- Montmagny (22)
- Montréal (23)
- Percé (44)
- Repentigny (24)
- Rimouski (25)
- Rivière du Loup (26)
- Rosemère (27)
- Saguenay (28)
- Saint-Raymond (29)

- Sainte-Croix (30)
- Saint-Féréoles-des Neiges (31)
- Saint-Georges-de-Beauce (32)
- Saint-Joseph-de-Beauce (60)
- Sainte-Julie (33)
- Saint-Victor-de-Beauce (34)
- Shawinigan (35)
- Sherbrooke (36)
- Terrebonne (37)
- Thetford Mines (62)
- Trois-Rivières (38)
- Vallée Jonction (39)
- Valleyfield (40)
- Vaudreuil Dorion (41)
- Victoriaville (42)
- Autres villes de l'Estrie (47)
- Autres villes des Laurentides (48)
- Autres villes de la Côte-Nord (49)
- Autres villes de la Montérégie (50)
- Laval (51)
- Autres villes d'Abitibi-Témiscamingue (52)
- Bécancour (53)
- Joliette (54)
- Matane (55)
- New Richmond (56)
- St-Pascal de Kamouraska (57)
- Saint-Adelphe (58)
- Sainte-Marie (59)
- Autre (précisez) : _____ (96)

Q1B1 - POSER AUX RÉPONDANTS DU QUÉBEC Q0=1
Quel est votre code postal?

- Je préfère ne pas répondre (99)

Annexe 3 : Questionnaire

Q1C - POSER AUX VISITEURS DU CANADA Q0=2

Noter la province ou le territoire dans lequel demeure le répondant :

- Alberta (AB)
- Colombie-Britannique (BC)
- Île-du-Prince-Édouard (PE)
- Manitoba (MB)
- Nouveau-Brunswick (NB)
- Nouvelle-Écosse (NS)
- Ontario (ON)
- Québec (QC)
- Saskatchewan (SK)
- Terre-Neuve (NF)
- Territoires du Nord-Ouest (NW)
- Yukon (YU)
- Nunavut (NU)

Q1D - POSER AUX VISITEURS DES ÉTATS-UNIS Q0=3

Noter l'état dans lequel demeure le répondant :

- Alabama (1)
- Alaska (2)
- Arizona (3)
- Arkansas (4)
- Californie (5)
- Caroline du Nord (6)
- Caroline du Sud (7)
- Colorado (8)
- Connecticut (9)
- Dakota du Nord (10)
- Dakota du Sud (11)
- Delaware (12)
- Floride (13)
- Géorgie (14)
- Hawaï (15)
- Idaho (16)
- Illinois (17)
- Indiana (18)
- Iowa (19)
- Kansas (20)
- Kentucky (21)
- Louisiane (22)
- Maine (23)
- Maryland (24)
- Massachusetts (25)
- Michigan (26)
- Minnesota (27)
- Mississippi (28)

- Missouri (29)
- Montana (30)
- Nebraska (31)
- Nevada (32)
- New Hampshire (33)
- New Jersey (34)
- New York (35)
- Nouveau-Mexique (36)
- Ohio (37)
- Oklahoma (38)
- Oregon (39)
- Pennsylvanie (40)
- Rhode Island (41)
- Tennessee (42)
- Texas (43)
- Utah (44)
- Vermont (45)
- Virginie (46)
- Virginie-Occidentale (47)
- Washington (48)
- Washington, district of Columbia (51)
- Wisconsin (49)
- Wyoming (50)

Q1E - POSER AUX VISITEURS D'AILLEURS Q0=4

Noter le pays dans lequel demeure le répondant :

- Afghanistan (1)
- Afrique du Sud (2)
- Akrotiri (3)
- Albanie (4)
- Algérie (5)
- Allemagne (6)
- Andorre (7)
- Angola (8)
- Anguilla (9)
- Antarctique (10)
- Antigua-et-Barbuda (11)
- Antilles néerlandaises (12)
- Arabie saoudite (13)
- Arctique (14)
- Argentine (15)
- Arménie (16)
- Aruba (17)
- Ashmore and Cartier Islands (18)
- Atlantique (19)
- Australie (20)
- Autriche (21)

Annexe 3 : Questionnaire

- Azerbaïdjan (22)
- Bahamas (23)
- Bahreïn (24)
- Bangladesh (25)
- Barbade (26)
- Belau (27)
- Belgique (28)
- Belize (29)
- Bénin (30)
- Bermudes (31)
- Bhoutan (32)
- Biélorussie (33)
- Birmanie (34)
- Bolivie (35)
- Bosnie-Herzégovine (36)
- Botswana (37)
- Brésil (38)
- Brunei (39)
- Bulgarie (40)
- Burkina Faso (41)
- Burundi (42)
- Cambodge (43)
- Cameroun (44)
- Cap-Vert (45)
- Chili (46)
- Chine (47)
- Chypre (48)
- Clipperton Island (49)
- Colombie (50)
- Comores (51)
- Congo (52)
- Coral Sea Islands (53)
- Corée du Nord (54)
- Corée du Sud (55)
- Costa Rica (56)
- Côte d'Ivoire (57)
- Croatie (58)
- Cuba (59)
- Danemark (60)
- Dhekelia (61)
- Djibouti (62)
- Dominique (63)
- Égypte (64)
- Émirats arabes unis (65)
- Équateur (66)
- Érythrée (67)
- Espagne (68)
- Estonie (69)

- Éthiopie (70)
- ex-République yougoslave de Macédoine (71)
- Finlande (72)
- France (73)
- Gabon (74)
- Gambie (75)
- Gaza Strip (76)
- Géorgie (77)
- Ghana (78)
- Gibraltar (79)
- Grèce (80)
- Grenade (81)
- Groenland (82)
- Guam (83)
- Guatemala (84)
- Guernsey (85)
- Guinée (86)
- Guinée équatoriale (87)
- Guinée-Bissao (88)
- Guyana (89)
- Haïti (90)
- Honduras (91)
- Hong Kong (92)
- Hongrie (93)
- Ile Bouvet (94)
- Ile Christmas (95)
- Ile Norfolk (96)
- Iles Cayman (97)
- Iles Cook (98)
- Iles des Cocos (Keeling) (99)
- Iles Falkland (100)
- Iles Féroé (101)
- Iles Fidji (102)
- Iles Géorgie du Sud et Sandwich du Sud (103)
- Iles Heard et McDonald (104)
- Iles Marshall (105)
- Iles Pitcairn (106)
- Iles Salomon (107)
- Iles Svalbard et Jan Mayen (108)
- Iles Turks-et-Caïcos (109)
- Iles Vierges américaines (110)
- Iles Vierges britanniques (111)
- Inde (112)
- Indian Ocean (113)
- Indonésie (114)
- Iran (115)
- Iraq (116)
- Irlande (117)

Annexe 3 : Questionnaire

- Islande (118)
- Israël (119)
- Italie (120)
- Jamaïque (121)
- Jan Mayen (122)
- Japon (123)
- Jersey (124)
- Jordanie (125)
- Kazakhstan (126)
- Kenya (127)
- Kirghizistan (128)
- Kiribati (129)
- Koweït (130)
- Laos (131)
- Lesotho (132)
- Lettonie (133)
- Liban (134)
- Liberia (135)
- Libye (136)
- Liechtenstein (137)
- Lituanie (138)
- Luxembourg (139)
- Macao (140)
- Madagascar (141)
- Malaisie (142)
- Malawi (143)
- Maldives (144)
- Mali (145)
- Malte (146)
- Man, Isle of (147)
- Mariannes du Nord (148)
- Maroc (149)
- Maurice (150)
- Mauritanie (151)
- Mayotte (152)
- Mexique (153)
- Micronésie (154)
- Moldavie (155)
- Monaco (156)
- Monde (157)
- Mongolie (158)
- Monténégro (159)
- Montserrat (160)
- Mozambique (161)
- Namibie (162)
- Nauru (163)
- Navassa Island (164)
- Népal (165)

- Nicaragua (166)
- Niger (167)
- Nigeria (168)
- Nioué (169)
- Norvège (170)
- Nouvelle-Calédonie (171)
- Nouvelle-Zélande (172)
- Oman (173)
- Ouganda (174)
- Ouzbékistan (175)
- Pacific Ocean (176)
- Pakistan (177)
- Panama (178)
- Papouasie-Nouvelle-Guinée (179)
- Paracel Islands (180)
- Paraguay (181)
- Pays-Bas (182)
- Pérou (183)
- Philippines (184)
- Pologne (185)
- Polynésie française (186)
- Porto Rico (187)
- Portugal (188)
- Qatar (189)
- République centrafricaine (190)
- République démocratique du Congo (191)
- République dominicaine (192)
- République tchèque (193)
- Roumanie (194)
- Royaume-Uni (195)
- Russie (196)
- Rwanda (197)
- Sahara occidental (198)
- Saint-Christophe-et-Niévès (199)
- Sainte-Hélène (200)
- Sainte-Lucie (201)
- Saint-Marin (202)
- Saint-Pierre-et-Miquelon (203)
- Saint-Siège (204)
- Saint-Vincent-et-les-Grenadines (205)
- Salvador (206)
- Samoa (207)
- Samoa américaines (208)
- Sao Tomé-et-Principe (209)
- Sénégal (210)
- Serbie (211)
- Seychelles (212)
- Sierra Leone (213)

Annexe 3 : Questionnaire

- Singapour (214)
- Slovaquie (215)
- Slovénie (216)
- Somalie (217)
- Soudan (218)
- Southern Ocean (219)
- Spratly Islands (220)
- Sri Lanka (221)
- Suède (222)
- Suisse (223)
- Suriname (224)
- Swaziland (225)
- Syrie (226)
- Tadjikistan (227)
- Taïwan (228)
- Tanzanie (229)
- Tchad (230)
- Terres australes françaises (231)
- Territoire britannique de l'Océan Indien (232)
- Thaïlande (233)
- Timor Oriental (234)
- Togo (235)
- Tokélaou (236)
- Tonga (237)
- Trinité-et-Tobago (238)
- Tunisie (239)
- Turkménistan (240)
- Turquie (241)
- Tuvalu (242)
- Ukraine (243)
- Uruguay (244)
- Vanuatu (245)
- Venezuela (246)
- Viêt Nam (247)
- Wake Island (248)
- Wallis-et-Futuna (249)
- West Bank (250)
- Yémen (251)
- Zambie (252)
- Zimbabwe (253)
- Canada (254)
- Veuillez préciser : _____ (996)

Q2NEW - POSER À TOUS SAUF CEUX QUI DEMEURENT DANS LA VILLE DE QUÉBEC Q1A=1
Quelle est la raison principale de votre séjour à Québec?

- Visiter le Musée national des beaux-arts du Québec (1)
- Visiter l'exposition « Berthe Morisot » (2)
- Autre (précisez) : _____ (96)

Q2 - POSER À TOUS SAUF CEUX QUI DEMEURENT DANS LA VILLE DE QUÉBEC Q1A=1
Êtes-vous à Québec dans le cadre d'un séjour d'une nuit ou plus?

- Oui (1)
- Non (2)

Q3 - POSER SI Q2=2

Dans ce cas, êtes-vous à Québec dans le cadre d'un voyage aller-retour la même journée qui implique un déplacement de plus de 40 km à l'aller de votre lieu de résidence habituel?

- Oui (implique un déplacement de plus de 40 km à l'aller) (1)
- Non (n'implique pas un déplacement de plus de 40 km à l'aller) (2)

Q4 - POSER SI Q0=1 ET Q2=1 (TOURISTES DU QUÉBEC)

Quelle est la durée totale de votre séjour, en nombre de nuitées, à Québec?

Le nombre de nuitées ne peut être de 0. Exclure les nuitées passées à l'extérieur de la ville de Québec.

Nombre de nuitées à Québec :

- Ne sait pas / Refus (99)

Q5 - POSER SI Q2=1

De ce nombre, combien de nuitées avez-vous passées ou comptez-vous passer à Québec pour visiter l'exposition « Berthe Morisot »?

Le nombre de nuitées ne peut être supérieur au nombre mentionné à la Q4 (mais peut être égal).

Nombre de nuitées à Québec pour visiter l'exposition :

- Ne sait pas / Refus (99)

Q7 - POSER SI Q2=1

Au cours de votre séjour à Québec pour visiter l'exposition « Berthe Morisot », dans quel type d'hébergement avez-vous séjourné ou comptez-vous séjourné?

Plusieurs réponses sont possibles.

- Dans un établissement commercial (hôtel, motel, gîte, auberge, camping, résidence de tourisme, etc.) (1)
- Chez des parents ou des amis (2)
- Dans une résidence secondaire (non commercial) (3)
- Ne sait pas / Refus (9)

Annexe 3 : Questionnaire

Q6 - POSER SI TYPE2 = 1, 2 OU 3

Auriez-vous tout de même effectué votre séjour à Québec sans la tenue de l'exposition « Berthe Morisot » ?

- Oui (1)
- Non (2)
- Ne sait pas / Refus (99)

Q6A - POSER SI TYPE2 = 1, 2 OU 3

Auriez-vous tout de même visité le Musée national des beaux-arts du Québec sans la tenue de l'exposition « Berthe Morisot » ?

- Oui (1)
- Non (2)
- Ne sait pas / Refus (99)

Q8 - POSER SI TYPE 2 = 1, 2 OU 3

Avant de venir à Québec et de visiter l'exposition « Berthe Morisot », connaissiez-vous ou aviez-vous entendu parler de cette exposition ?

- Oui (1)
- Non (2)
- NSP/Refus (9)

Q9 - POSER SI TYPE 2 = 1, 2 OU 3 ET Q8=1

À propos de votre décision de venir à Québec, diriez-vous que vous êtes venu ... ?

- ... surtout pour visiter l'exposition « Berthe Morisot » (1)
- ... en partie pour visiter l'exposition « Berthe Morisot » (2)
- ... ou que l'exposition « Berthe Morisot » n'a eu aucune influence sur votre décision de venir à Québec (3)
- NSP/Refus (9)

Q28NEW - POSER SI TYPE 2 = 1, 2 OU 3 ET Q8=1 ET Q9=2

Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la cote qui représente le mieux l'importance de la visite de l'exposition « Berthe Morisot » dans votre décision de venir à Québec ?

La cote 0 indique une influence nulle et la cote 10 que c'est la principale raison de votre visite.

- 0 - Influence nulle (0)
- 1 (1)
- 2 (2)
- 3 (3)
- 4 (4)
- 5 (5)
- 6 (6)
- 7 (7)
- 8 (8)
- 9 (9)
- 10 - Principale raison de la visite (10)
- NSP/Refus (99)

Q10 - POSER À TOUS

L'exposition « Berthe Morisot » a lieu du 21 juin au 23 septembre 2018. Durant cette période, combien de fois l'avez-vous ou comptez-vous la visiter ? On parle ici en nombre de jours et non en nombre de fois dans une même journée.

Nombre de jours :

- NSP/Refus (99)

Q11 - POSER À TOUS

En vous incluant, combien de personnes formant votre groupe ont visité l'exposition « Berthe Morisot » ?

(Il s'agit ici du nombre de personnes de la famille ou des amis, et non des personnes faisant partie d'un groupe organisé.)

Si le répondant est seul, notez 1.

Nombre de personnes dans le groupe :

- NSP/Refus (99)

Q12 - POSER SI Q11>0

De ce nombre, combien y avait-il d'enfants de 15 ans et moins ?

Nombre d'enfants de 15 ans et moins :

- Aucun (00)
- NSP/Refus (RELANCER) (99)

Annexe 3 : Questionnaire

Q13 - POSER SI TYPE 2 = 1, 2 OU 3

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.

Q13 - POSER SI TYPE 2 = 1, 2 OU 3

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 (99)

Q14 - POSER SI TYPE 2 = 1, 2 OU 3

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 ...?

Pour votre transport sur place, à l'intérieur de la ville de Québec (incluant essence, taxi, stationnement, mais excluant vos dépenses de transport pour vous rendre dans la ville de Québec, comme les billets d'avion) : (1) _____

Pour votre nourriture (incluant restaurants, bars et autres) : (2) _____

Pour votre magasinage : (3) _____

Pour votre hébergement (hôtel, motel ...) : (4) _____

Pour vos loisirs et divertissements (incluant toutes les dépenses au Musée) : (5) _____

Pour toutes vos autres dépenses : (6) _____

(S'IL Y A LIEU, SINON '0') Valeur du forfait : (7) _____

Forfait incluant : _____ (96)

Q15 - POSER SI TYPE 2 = 1, 2 OU 3

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 (9999)

Q15A - POSER SI Q15>0

Lors de votre visite au Musée national des beaux-arts du Québec, dans quel(s) point(s) de service avez-vous effectué des dépenses?

Plusieurs réponses possibles. Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

Librairie-Boutique (1)

MNBAQ Restaurant signé Marie-Chantal Lepage (2)

Tempéra Québecor signé Marie-Chantal Lepage (3)

MNBAQ Café signé Marie-Chantal Lepage (4)

Stationnement du Musée (5)

Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre (99)

Q16 - POSER À TOUS

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

- Oui (1)
- Non (2)
- NSP/Refus (9)

Q17 - POSER SI Q16=2

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)

Q18 - POSER À TOUS

Êtes-vous Membre au Musée?

- Oui (1)
- Non (2)
- NSP/Refus (9)

Q19 - POSER SI Q18=2 OU 9

Avez-vous l'intention de devenir Membre au Musée au cours des 12 prochains mois?

- Oui (1)
- Non (2)
- NSP/Refus (9)

Q20A - POSER À TOUS

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 « Berthe Morisot »?

- 0 - N'a pas du tout aimé (0)
- 1 (1)
- 2 (2)
- 3 (3)
- 4 (4)
- 5 (5)
- 6 (6)
- 7 (7)
- 8 (8)
- 9 (9)
- 10 - A grandement aimé (10)
- NSP/Refus (99)

Annexe 3 : Questionnaire

Q20B - POSER À TOUS

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 « Berthe Morisot », tels l'accueil, la billetterie, la boutique, les ateliers, le restaurant et le café ?

- 0 - N'a pas du tout aimé (0)
- 1 (1)
- 2 (2)
- 3 (3)
- 4 (4)
- 5 (5)
- 6 (6)
- 7 (7)
- 8 (8)
- 9 (9)
- 10 - A grandement aimé (10)
- Ne s'applique pas (97)
- NSP/Refus (99)

Q21A - POSER À TOUS

De quelle(s) façon(s) avez-vous entendu parler de l'exposition « Berthe Morisot » ?
Trois réponses sont possibles, NE PAS LIRE LES CHOIX

- Par le biais d'un parent, d'un ami, d'une connaissance (01)
- Par de la publicité sur l'exposition (02)
- Par un reportage ou un article sur l'exposition (03)
- Dans un centre d'information touristique ou dans un hôtel (04)
- Par un média social (ex. : Facebook, Twitter) (05)
- Autres (précisez) : _____ (96)
- N'était pas au courant de l'exposition, est venu visiter le Musée en général (98)
- NSP/Refus (99)

Q21B - POSER SI Q21A=2

Vous dites avoir vu ou entendu de la publicité sur l'exposition, dans quel type de média était-ce ?
Trois réponses sont possibles, NE PAS LIRE

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

Q21C - POSER À TOUS

À l'occasion de votre visite du Musée national des beaux-arts du Québec, quelles expositions, parmi les suivantes, avez-vous visitées ou comptez-vous visiter ?

Lire les choix de réponse. Plusieurs réponses possibles.

- « D'entrée de jeu. Galerie famille » (1)
- « De Ferron à BGL. Art contemporain du Québec » (2)
- « Arts décoratifs et design du Québec » (3)
- « Ilippunga. Art inuit de la collection Brousseau » (4)
- « The Flux and the Puddle » de David Altmejd (5)
- « L'hommage à Rosa Luxembourg » de Jean Paul Riopelle (6)
- « Le rêveur éveillé » d'Alfred Pellan (10)
- « De silence et d'espace » de Jean Paul Lemieux (12)
- « Métamorphoses » de Jean Paul Riopelle (13)
- « Peintre de lumière » de Fernand Leduc (14)
- « Fait main / Hand made » (15)
- Toutes ces expositions (95)
- Ne sait pas / Préfère ne pas répondre (99)

Q21D - POSER À TOUS

Quelles expositions avez-vous le plus appréciées parmi celles que vous avez visitées ?
Lire les choix de réponse au besoin. Trois réponses possibles.

- « D'entrée de jeu. Galerie famille » (1)
- « De Ferron à BGL. Art contemporain du Québec » (2)
- « Arts décoratifs et design du Québec » (3)
- « Ilippunga. Art inuit de la collection Brousseau » (4)
- « The Flux and the Puddle » de David Altmejd (5)
- « L'hommage à Rosa Luxembourg » de Jean Paul Riopelle (6)
- « Le rêveur éveillé » d'Alfred Pellan (10)
- « De silence et d'espace » de Jean Paul Lemieux (12)
- « Métamorphoses » de Jean Paul Riopelle (13)
- « Peintre de lumière » de Fernand Leduc (14)
- « Fait main / Hand made » (15)
- Toutes ces expositions (95)
- Ne sait pas / Préfère ne pas répondre (99)

Q21E - POSER À TOUS

Quelles expositions aimeriez-vous voir présenter au Musée ?

NOTE : Relancer pour plus d'idées.

- Notez la(les) réponse(s) : _____ (96)
- Ne sait pas / Préfère ne pas répondre (99)

Q27NEW - POSER À TOUS

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

Annexe 3 : Questionnaire

Q22 - POSER À TOUS

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

- 16-17 ans (1)
- 18-24 ans (2)
- 25-34 ans (3)
- 35-44 ans (4)
- 45-54 ans (5)
- 55-64 ans (6)
- 65-74 ans (7)
- 75 ans et plus (8)
- Refus (9)

Q23 - POSER À TOUS

Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété? Est-ce ...?

- Primaire (7 ans ou moins) (1)
- Secondaire (formation générale ou professionnelle (8 à 12 ans)) (2)
- Collégial (formation préuniversitaire, formation technique, certificats, attestations ou diplômes de perfectionnement) (3)
- Universitaire certificats et diplômes (4)
- Universitaire 1er cycle Baccalauréat (incluant cours classique) (5)
- Universitaire 2e cycle Maîtrise (6)
- Universitaire 3e cycle Doctorat (7)
- Je préfère ne pas répondre (99)

Q24 - POSER À TOUS

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 (1)
- Col blanc (professionnel, technicien, employé de bureau, etc.) (2)
- Col bleu (travailleur manuel, employé de la restauration, etc.) (3)
- Propriétaire d'entreprise ou travailleur autonome (4)
- À la maison (5)
- Étudiant (6)
- Retraité (7)
- Sans emploi (8)
- Autres (96)
- Refus (99)

Q25 - POSER À TOUS

Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le REVENU total avant impôt de tous les membres de votre foyer pour l'année 2017? Est-ce ...?

- 19,999 \$ et moins (1)
- Entre 20,000 \$ et 39,999 \$ (2)
- Entre 40,000 \$ et 59,999 \$ (3)

- Entre 60,000 \$ et 79,999 \$ (4)
- Entre 80,000 \$ et 99,999 \$ (5)
- 100,000 \$ et plus (6)
- Refus (9)

Q26 - POSER À TOUS

Notez le sexe :

- Homme (1)
- Femme (2)

Q29 - POSER À TOUS

Pour terminer, avez-vous des commentaires ou des suggestions dont vous aimeriez faire part à la direction du Musée national des beaux-arts du Québec qui permettrait de rendre votre visite plus agréable?

- Commentaires ou suggestions : _____ (96)
- Aucun commentaire ou suggestion (97)

LE MUSÉE ET LÉGER VOUS REMERCIENT DE VOTRE COLLABORATION !
PASSEZ UNE EXCELLENTE JOURNÉE / SOIRÉE !

Annexe 4 : Sommaire de l'étude

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE DE PROVENANCE ET D'ACHALANDAGE

Aide financière aux festivals et aux événements touristiques – Volets 2 et 3

IMPORTANT : LA FİRME DOIT FOURNİR CE SOMMAIRE AVEC SON RAPPORT D'ÉTUDE

Indicateurs de résultat

Les informations suivantes sont fournies conformément aux définitions des indicateurs de résultat, selon les exigences méthodologiques du Guide de réalisation d'une étude de provenance et d'achalandage :

		Résultats	
		Pourcentage	Nombre
<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre de jours de participation (Achalandage total)	100 %	69 952
<input checked="" type="checkbox"/>	Part relative des locaux	33 %	23 084
<input checked="" type="checkbox"/>	Part relative d'excursionnistes	13 %	9 094
<input checked="" type="checkbox"/>	Part relative de touristes	54 %	37 774
<input checked="" type="checkbox"/>	Part relative de touristes québécois	27 %	18 887
<input checked="" type="checkbox"/>	Part relative de touristes des autres provinces	6 %	4 197
<input checked="" type="checkbox"/>	Part relative de touristes des États-Unis	10 %	6 895
<input checked="" type="checkbox"/>	Part relative de touristes des autres pays	11 %	7 695
<input checked="" type="checkbox"/>	Indice d'attractivité (visiteurs présents pour l'événement)	36 %	-
<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre de nuitées (nuitées générées par l'événement)	-	20 776
<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre d'entrées* (visites ou spectacles)	-	69 952
<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre de participants* (personnes différentes)	-	57 035

* Le nombre d'entrées et de participants ne sont pas des indicateurs de résultat, mais des données régulièrement utilisées par les promoteurs d'événement.

Exigences méthodologiques et administratives

La firme de sondage retenue pour cette étude est : Léger

Un superviseur est présent sur le site

Le rapport d'étude démontre que la firme retenue a :

- l'expertise et l'expérience pour réaliser ce mandat
- certifié les résultats présentés dans le rapport

La méthode d'évaluation pour mesurer l'achalandage est :

- un décompte (ex. billetterie, compteurs mécaniques)
- un sondage auprès de la population locale
- autre : _____

La taille de l'échantillon est conforme à la norme suivante :

- plus grande que 500 répondants pour l'estimation de la provenance des clientèles n : 587
- plus grande que 300 répondants pour l'estimation de l'achalandage au moyen d'un sondage auprès de la population locale n :
- plus grande que 200 répondants pour la mesure de l'indice d'attractivité n : 352
- le(s) cas échéant(s), le rapport explique pourquoi la taille de l'échantillon est inférieure à la norme

Le calcul de l'indice d'attractivité est conforme aux exigences du MTO

Le rapport contient les items suivants :

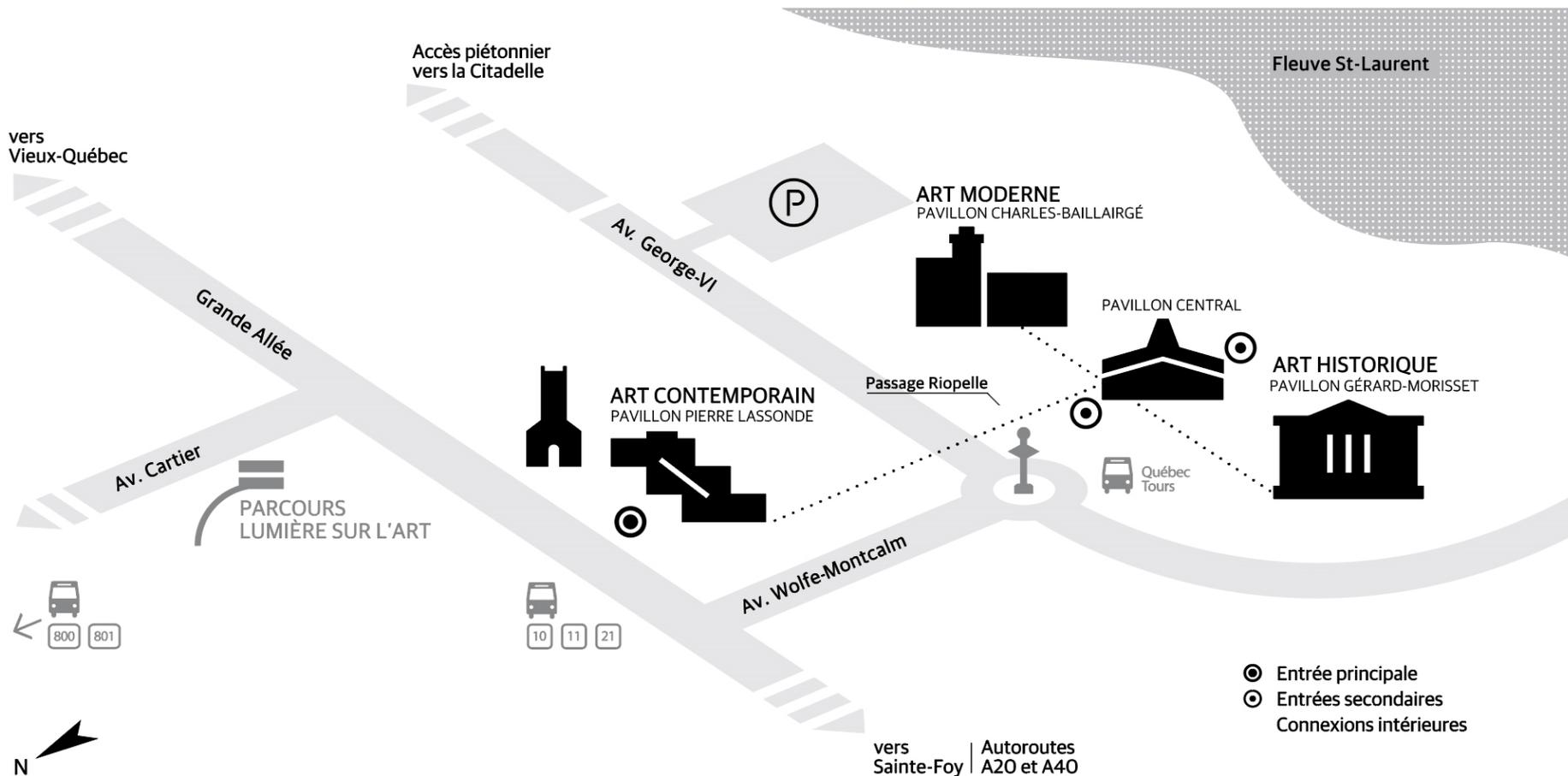
- un résumé de la méthodologie
- des précisions sur le niveau d'expertise et d'expérience de la firme de sondage
- des précisions sur le statut des interviewers
 - professionnel
 - bénévole
 - professionnel et bénévole
- des précisions sur l'encadrement des interviewers bénévoles
- des précisions sur l'exclusivité des ressources qui ont encadré les interviewers
- des garanties sur l'exclusivité de service des interviewers durant les périodes de collecte
- une description du plan d'échantillonnage et une présentation des hypothèses
- un plan détaillé des sites ainsi que l'information sur le nombre et les types de sites
- une copie du questionnaire conforme aux exigences du MTO

Événement : _____

Exposition Berthe Morisot présentée au MtlMAG

Date : 21 juin au 23 septembre 2018

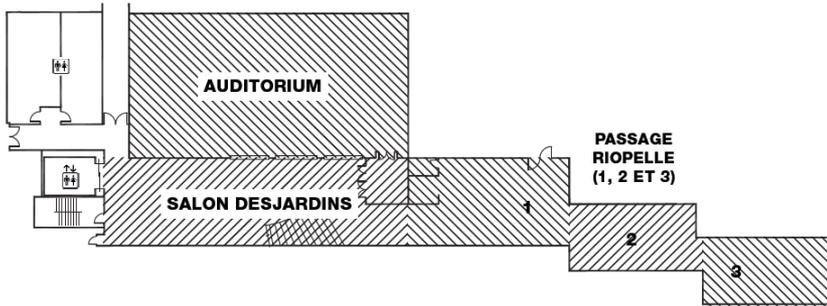
Annexe 5 : Plan du site



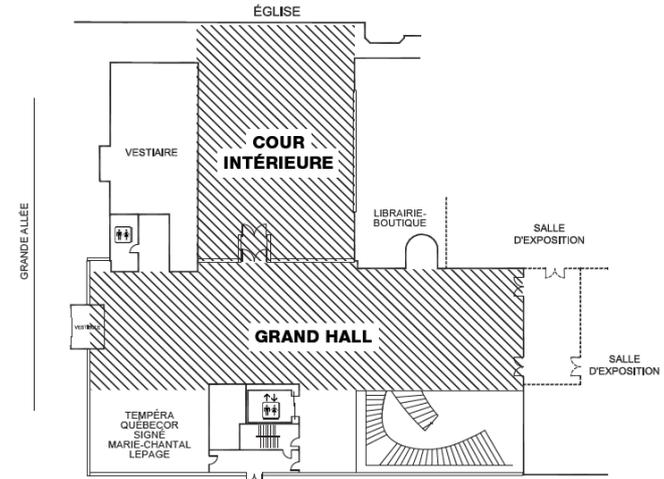
Annexe 5 : Plan du site

PAVILLON PIERRE LASSONDE

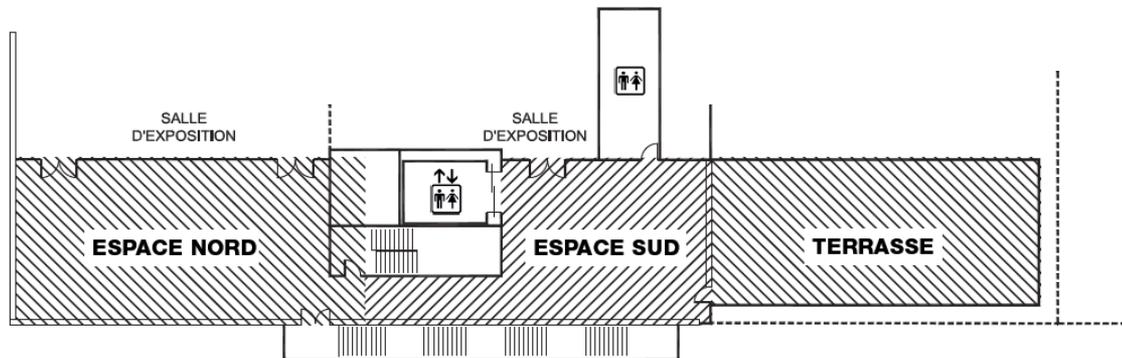
NIVEAU 0



NIVEAU 1



NIVEAU 3



Leger



leger360.com



[@leger360](https://twitter.com/leger360)



[/LegerCanada](https://www.facebook.com/LegerCanada)



[/company/leger360](https://www.linkedin.com/company/leger360)



[@leger360](https://www.instagram.com/leger360)