

PROPOSITION DE RECHERCHE

Projet d'enquête

L'influence de la pandémie de la Covid-19 sur le secteur événementiel selon le point de vue des consommateurs.

GROUPE 30-04

ALLARD, Amélie (matricule)
BOULANGER, Élodie (matricule)
GÉLINAS, Étienne (matricule)
ROCHON, Sandrine (matricule)
VALLIÈRES, Élysabeth (matricule)

TRAVAIL PRÉSENTÉ À

MONSIEUR BENOIT DUGUAY

DANS LE CADRE DU COURS

EUT4115

MÉTHODES D'ENQUÊTE DANS LES INDUSTRIES TOURISTIQUES
Recherche exploratoire

Depuis le début de l'année 2020, la crise de la pandémie du Covid-19 n'a pas cessé d'avoir des impacts négatifs sur divers secteurs comme l'événementiel. Au Québec, les événements et les

festivals furent annulés et même à ce jour les dates et les critères de réouvertures de ceux-ci varient considérablement. De ce fait, en attendant le feu vert par les autorités pour des événements en direct, le secteur événementiel a pris une tournure numérique afin de respecter les restrictions du gouvernement telles que la distanciation de deux mètres entre chaque personne. Au cours de notre recherche exploratoire, nous avons pu constater que deux options ont été privilégiées par les organisateurs d'événements et de festivals : l'événement virtuel et l'événement hybride. Ce faisant, tout au long de notre projet d'enquête, nous chercherons à obtenir des réponses des consommateurs sur leurs préférences, leurs attentes et leurs motivations envers ces deux options « en ligne » comparativement aux événements en direct (présentiel).

D'abord et avant tout, il est important de noter que les deux types de solutions susmentionnés ne sont pas possibles pour toutes les entreprises et organisations. Par exemple, le Cirque du Soleil a dû mettre à pied temporairement 95% de ses troupes et annuler 44 spectacles puisque leur type d'évènement ne permet pas aux employés de conserver 2 mètres de distance les uns des autres (D. Nguyen, 2020). Même chose du côté des Championnats du monde en patinage artistique (D. Nguyen, 2020), ainsi que pour les Jeux Olympiques de Tokyo qui devaient avoir lieu en juillet 2020 (Radio-Canada, 2020). Déjà, nous pouvons constater que le remplacement des évènements en présentiel à des évènements numériques ne peut être une solution permanente étant donné qu'elle ne peut s'ajuster à tous types d'évènements. C'est d'ailleurs pourquoi nous nous intéressons à savoir l'opinion des consommateurs. Les données recueillies nous permettront d'émettre un portrait du secteur événementiel au Québec pour la prochaine année en temps de pandémie.

Pour poursuivre, lors de notre recherche exploratoire, nous souhaitons en savoir davantage sur les deux options en ligne (virtuel ou hybride) développées par les acteurs de l'événementiel afin de mieux définir la nature de notre étude et ainsi pouvoir mieux orienter notre questionnaire. En premier lieu, la solution virtuelle fait référence à « un événement en ligne accessible en totalité ou en partie sur Internet pour une période définie. Ce type d'évènement est réalisé à l'aide d'une plateforme virtuelle permettant la webdiffusion du contenu » (JPDL, 2020). Il peut y avoir plusieurs types d'événements virtuels tels que le Webinaire (qui consiste en une seule session), les conférences virtuelles interactives (souvent sur de multiples sessions récurrentes), des salons d'exposition virtuels ou encore du réseautage.

En second lieu, il y a l'option hybride qui combine « de manière simultanée un événement physique avec une ou plusieurs composantes virtuelles ». Ces événements « ne doivent cependant pas être envisagés comme une simple réplique virtuelle de l'événement physique » (JPDL, 2020). Il est important de « créer deux expériences distinctes maximisant ainsi l'engagement de [la] communauté » (JPDL, 2020). Ce faisant, en plus d'être une belle façon pour un événement d'avoir lieu physiquement, avec un public local, il y a aussi une certaine portée à l'internationale, si désirée. Il est possible de « promouvoir la diffusion vidéo en direct en ciblant une audience qui ne connaît pas [l'entreprise], mais présente des caractéristiques communes à [son] secteur d'activité ou à [ses] fans actuels » (Utopix, 2020). Cette option hybride est donc une manière pour les organisations de se faire connaître à plus grande échelle et par l'entremise des réseaux sociaux.

Cependant, malgré les efforts développés par les acteurs de l'évènementiel pour les événements en ligne, l'engouement pour les événements en direct se fait ressentir par les consommateurs. Effectivement, selon une enquête très intéressante de Enigma Research, une organisation regroupant des spécialistes en recherche événementielle, nous avons pu approfondir notre recherche exploratoire en apprenant davantage sur les préoccupations, les attentes et les motivations des consommateurs concernant le retour des événements en direct. Sans aucune surprise, les 2000 répondants sondés confirment que les événements en direct sont grandement manqués. Entre autres, les répondants ont souligné qu'ils convoitaient avec impatience les événements, la nourriture et les boissons servis ainsi que les images, les sons et l'énergie des foules dégagées lors des événements et festivals. En effet, 76% des répondants affirmèrent qu'ils sont susceptibles de revenir aux événements en direct lorsque le gouvernement autorisera les grands rassemblements et la reprise des événements et festivals. Le 8% restant affirmèrent que malgré les règles de distanciations et les mesures mises en place, le retour au direct serait plutôt désagréable et préoccupant face au virus. De plus, parmi ceux qui reviendraient aux événements et festivals en directs, près de 50% des participants estiment revenir dans la semaine ou les semaines suivant la reprise des événements dans leur région. Tandis que d'autres souhaitent attendre plus longtemps et 20% jusqu'à même trois mois. D'autres croient que tant qu'un vaccin ne sera pas trouvé, il n'y a pas de pertinence à aller dans des grands rassemblements comme les événements ou les festivals.

Pour poursuivre, avec l'éventuelle reprise des événements et festivals, l'enquête de Enigma Research révéla que les attentes principales des consommateurs concernaient les précautions de sécurité et les incitations à la protection. Par exemple, les répondants souhaitaient la mise en place de plus de stations de lavage de mains, souhaitaient que les producteurs d'événements exigent les travailleurs de porter des masques ou souhaitaient que davantage de systèmes de paiement et de sécurité sans contact soient développés. D'autres apprécieraient beaucoup de plus grandes précautions comme une distanciation sociale constante lors d'événements et d'instaurer des contrôles de la température corporelle aux entrées. D'un côté plus monétaire, plusieurs consommateurs ont souligné le fait qu'ils seraient prêts à payer plus cher pour un événement en direct plus sécuritaire, mais à un nombre de places limité.

Tous ces aspects des événements en présentiel susmentionnés soulèvent de nombreuses questions auxquelles nous aimerions obtenir des réponses lors de notre enquête. Est-ce que les événements pourront accueillir le même nombre de personnes qu'avant la crise ou devrait-on réduire le nombre de participants? Si c'est le cas, une des alternatives serait de transiter d'un modèle « basse fréquence/haute intensité » vers un modèle « haute fréquence/basse intensité » (Martel, 2020). Les événements en présentiel vont donc être nécessairement plus chers pour les participants que ceux en ligne, mais comment déterminer un juste prix pour chaque type d'événement? Et on rencontre le même problème pour les commanditaires et partenaires, soit comment tirer profit des nouvelles opportunités de visibilité en ligne? Mais la question la plus importante reste celle qui porte sur la participation: est-ce que les participants sont prêts et emballés à l'idée d'assister à un événement en présentiel post COVID-19 ou ont-ils trop peur de mettre en danger leur santé en participant à ce genre d'événement? Encore, parmi les types d'événements, spectacles et festivals que les Québécois ont envie d'assister. Que ce soit en ligne, hybride ou partiellement en présentiel, quelles sont les préférences des Québécois? Aller voir un spectacle dans un ciné-parc afin de voir ses artistes préférés ou tout simplement rester à la maison et écouter un concert à travers nos écrans?

Finalement, en poussant plus loin notre recherche exploratoire, nous avons voulu en savoir davantage sur l'opinion des organisateurs d'événements et festivals. En connaissant leur opinion sur le sujet, nous croyons pouvoir mieux cibler nos questions pour les consommateurs et pouvoir émettre de meilleures conclusions. De ce fait, selon notre recherche préliminaire et un sondage réalisé par l'Association des Professionnels de Congrès du Québec auprès de 200 organisateurs

d'événements d'affaire (tous secteurs confondus) entre le 12 août et le 3 septembre la tendance sera aux petits événements pour la prochaine année. Effectivement, la majorité des répondants de ce sondage ne prévoient pas reprendre les événements en présentiel de moins de 100 personnes avant au minimum de 12 mois. Il y a alors une majorité de répondants qui ont annulé ce type d'événement pour des groupes moins importants et uniquement en présentiel. « Les événements virtuels, auxquels nous nous sommes tous tranquillement habitués pendant le confinement, semblent donc être là pour rester et il faudra inévitablement s'y habituer. La majorité des répondants croient d'ailleurs que cette nouvelle façon de faire, soit d'organiser un événement, une rencontre, une conférence ou encore, une foire commerciale virtuelle, s'inscrit dans les stratégies événementielles du futur et que le mode virtuel fera, du moins partiellement, toujours partie intégrante de la stratégie événementielle de l'avenir » (Tourismexpresse, 2020).

Nature de l'étude

La nature de l'étude portera sur les intérêts, les attentes, les préférences et les motivations des consommateurs concernant le secteur de l'événementiel en temps de pandémie de la Covid-19. Nous tenterons à travers les informations que nous tirons de notre étude de déterminer quelles solutions sont les meilleures pour remédier à cette situation particulière que les organisateurs d'événements et de festivals font face à ce jour et feront face pour la prochaine année.

Sujet: L'influence de la pandémie de la Covid-19 sur le secteur événementiel selon le point de vue des consommateurs.

Objectif principal:

Comparer l'intérêt des consommateurs de plus de 18 ans vivant au Québec pour un événement en ligne (virtuel ou hybride) versus un événement en présentiel (direct) en temps de pandémie.

Objectifs secondaires:

- Valider auprès des consommateurs de plus de 18 ans vivant au Québec leurs attentes concernant les événements à venir en temps de pandémie.

- Valider auprès des consommateurs de plus de 18 ans vivant au Québec leurs préoccupations concernant les événements à venir en temps de pandémie.
- Valider auprès des consommateurs de plus de 18 ans vivant au Québec leurs préférences concernant les événements à venir en temps de pandémie.
- Valider auprès des consommateurs de plus de 18 ans vivant au Québec leurs motivations concernant les événements à venir en temps de pandémie.

Hypothèse:

Nous croyons que l'intérêt des consommateurs de plus de 18 ans vivant au Québec est plus important pour les événements en direct qu'en ligne malgré la pandémie actuelle.

Méthode de recherche: Recherche descriptive et ponctuelle / Recherche quantitative (questionnaire Internet)

Méthode et instrument de collecte de données: Questionnaire internet créé sur Limesurvey

Méthode d'échantillonnage: Méthode probabiliste aléatoire simple composée de minimum 200 participants âgés de 18 ans et plus vivant au Québec.

Taille de l'échantillonnage: 200 participants âgés de 18 ans et plus vivant au Québec.

Échéancier:

Tâches	Date
Présentation de la proposition de recherche	7 octobre
Début de la collecte de données	21 octobre
Continuation de la collecte de données	28 octobre
Vérification et continuation de la collecte de données	4 novembre
Vérification et continuation de la collecte de données	11 novembre

Rencontre avec le professeur	18 novembre
Rencontre avec le professeur	25 novembre
Rencontre avec le professeur	2 décembre
Rencontre avec le professeur	9 décembre
Remise rapport de recherche	21 décembre avant 9h

BIBLIOGRAPHIE

BENHAMOU, Françoise. « Crise de l'archipel culturel » dans *Esprit*. [En ligne], 2020.

- [<https://www-cairn-info.proxy.bibliotheques.uqam.ca/revue-esprit-2020-9-page47.htm>].
- D.NGUYEN, Léa. « L'évènementiel écorché par la pandémie de COVID-19 » dans *Nouvelles*, [En ligne], 2020. [<https://www.grenier.qc.ca/nouvelles/20557/levenementiel-ecorche-par-la-pandemie-de-covid-19>].
- ENIGMA RESEARCH. *Return to live events survey.*, [En ligne], 2020. [<https://enigmaresearch.com/stories/return-to-live-events-survey-story/>].
- GOUDREAU, Marie-Catherine. « Profiter de l'été dans sa voiture » dans *le Journal l'Accès*, [En ligne], 2020. [<https://www.journalaccés.ca/profiter-de-lete-dans-sa-voiture/>].
- JPDL. « Évènement virtuel : Les 6 questions à se poser pour réussir! » dans *Nouvelles*, [En ligne], 2020. [<https://www.jpdl.com/fr/article-evenement-virtuel/>].
- MARTEL, Stéphane. (2020, June 02). « COVID-19 et les événements d'affaires : Une opportunité pour une transformation en profondeur ? », dans *Toursime Montréal*, [En ligne], 2020, [<https://blog.mtl.org/fr/evenements-affairestransformation->].
- PREST'AGENCY. « Quel évènement après le confinement : virtuel, physique ou hybride? » dans *Évènementiel*, [En ligne], 2020. [https://www.prestagency.com/quel-evenement-apres-le-confinement---virtuel--physique-ou-hybride--_ad758.html].
- PLANTE, Raphaëlle. « Organisation d'évènements : rassembler malgré la distance » dans *COVID-19*, [En ligne], 2020. [<https://www.lesoleil.com/actualite/covid-19/organisation-devenements-rassembler-malgre-la-distance-d70a4f6e8c264b49c343d2ff97d5e8b5>].
- RADIO-CANADA. « Les Jeux olympiques de Tokyo sont reportés à 2021 » dans *COVID 19 : Tout sur la pandémie*, [En ligne], 2020. [<https://ici.radio-canada.ca/sports/1684328/jeux-olympiques-tokyo-report-2021-coronavirus-cio>].
- SORS-TU?.CA. *Où voir les spectacles en ciné-parcs au Québec à l'été 2020?*, [En ligne], 2020. [<https://sorstu.ca/ou-voir-les-spectacles-en-cine-parcs-au-quebec-a-lete-2020/>].
- TOURISMEPRESS. *Pandémie: Quel avenir pour l'évènementiel? Parole aux organisateurs!*, [En ligne], 2020. [<https://tourismexpress.com/nouvelles/pandemie-quel-avenir-pour-l-evenementiel-parole-aux-organisateur>].
- UTOPIX. *Évènements hybrides, la nouvelle tendance post-covid?*, [En ligne], 2020.

[<https://www.utopix.com/fr/blog/2020/05/25/evenement-hybride-livestreaming/>].

VEILLE TOURISME. *À savoir : Directives santé publique : Tourisme d'affaires et réunions de 250 personnes*, [En ligne], 2020. [<https://veilletourisme.ca/2020/09/21/a-savoir-directives-sante-publique-tourisme-daffaires-et-reunions-de-250-personnes/>].

VEILLE TOURISME. *Un nouveau tourisme – Partie 1 : Constats & accélérateurs par Jean Michel Perron*, [En ligne], 2020. [<https://veilletourisme.ca/2020/09/07/nouveau-tourisme-jean-michel-perron/>].

VEILLE TOURISME. *Vaste enquête auprès de l'industrie touristique : Portrait de la culture et des festivals.*, [En ligne], 2020. [https://veilletourisme.ca/2020/05/26/enquete_industrie_touristique_portrait_culture_festivals/]