

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

Rapport présenté à

M. Benoit Duguay

Amélie Allard

Élodie Boulanger

Étienne Gélinas

Sandrine Rochon

Élysabeth Vallières

Équipe 30-04

Supervisé par

Professeur Benoit Duguay

Travail effectué dans le cadre du cours

EUT4115 A2020 groupe 30

21 décembre 2020

## Sommaire

Dans ce rapport de recherche, nous avons étudié les effets de la pandémie du Covid-19 sur le secteur de l'événementiel. Deux cents répondants de partout à travers le Québec, âgés de 18 à 65 ans, ont participé à cette enquête. L'objectif principal de celle-ci était d'obtenir des réponses des consommateurs sur leurs préférences, leurs attentes et leurs motivations pour des événements « en ligne » comparativement à des événements en présentiel en cette crise pandémique. De fait, depuis le début de l'année 2020, la pandémie du Covid-19 ne cesse d'avoir des impacts négatifs sur divers secteurs comme l'événementiel. Les organisateurs d'événements doivent constamment s'adapter afin d'offrir aux consommateurs des événements hors du commun. Dans ce rapport, nous espérons mieux comprendre les raisons des consommateurs de choisir des événements en ligne versus en présentiel et les impacts que cela entraînera sur le secteur de l'événementiel dans la prochaine année.

Ce rapport a été élaboré dans le souci de répondre à notre hypothèse de départ concernant l'intérêt des consommateurs pour les événements en présentiel qui serait beaucoup plus grand que pour les événements en ligne. Dans une recherche exploratoire réalisée avant notre enquête, nous avons pu récolter des informations pertinentes démontrant l'intérêt marqué des consommateurs pour les événements en présentiel plutôt qu'en ligne. Puis, afin de recueillir des données intéressantes à notre hypothèse, une recherche descriptive basée sur une méthodologie quantitative fut réalisée. Un questionnaire auto-administré fut partagé sur nos réseaux sociaux pour se faire.

L'analyse des fréquences nous a permis de mieux comprendre la relation entre les consommateurs et le secteur de l'événementiel avec l'influence de la pandémie de la Covid-19. Notamment, nous avons pu soulever plusieurs aspects intéressants. Parmi ceux-ci, nous avons pu remarquer que dans un contexte sans pandémie, beaucoup plus de participants préféreraient participer à un événement en présentiel à la place d'un événement en ligne. De plus, nous avons pu constater que les répondants sont généralement des personnes qui fréquentent des événements lorsque nous ne sommes pas en contexte de pandémie. De fait, les données des fréquences analysées nous permettent de démontrer que

le nombre de participations aux événements diminue dans une année en contexte de pandémie, puis que le nombre de participations aux événements augmente dans une année en contexte non pandémique. Finalement, les analyses de fréquences nous ont permis de procéder à l'approfondissement de notre étude, c'est-à-dire à l'utilisation des analyses croisées.

L'analyse croisée nous a permis de rejeter certaines hypothèses et d'en adopter d'autres. Nous avons effectué deux analyses croisées dans le cadre de notre recherche, soit le temps avant de retourner dans un événement en présentiel selon l'âge des répondants et l'enthousiasme aux événements en ligne selon le statut professionnel, en ayant recours au test du khi-deux. La première analyse croisée a démontré une relation significative entre le temps avant de retourner aux événements en présentiel et l'âge des répondants. Effectivement, les répondants appartenant aux catégories « 18 à 24 ans », « 25 à 34 ans », « 35 à 44 ans », ne tarderont pas à retourner aux événements dès qu'ils seront permis, comparativement aux plus âgés. De fait, le test du khi-deux nous a indiqué une relation significative à 96,4 % entre ces deux variables. Puis, la deuxième analyse croisée a démontré une relation significative entre l'enthousiasme aux événements en ligne et le statut professionnel des répondants. En effet, les répondants dans la catégorie « Autres » sont moins enthousiastes aux événements en ligne que les répondants appartenant aux catégories « Salariés » et « Étudiants ». Le test du khi-deux nous a indiqué une relation significative à 99,9 % entre ces deux variables.

En outre, plusieurs limites ont été relevées lors de cette recherche. Notamment, notre échantillon n'était pas tout à fait représentatif de la population à l'étude. Certains groupes de personnes n'étaient pas ou peu représentés, comme les personnes âgées de 65 ans et plus. Une autre limite est due au fait que le questionnaire était auto-administré par les répondants sur Internet, ce qui fait en sorte que nous n'avions aucun contrôle sur les répondants au questionnaire. Une autre limite relève des questions contenues dans le questionnaire puisque certaines étaient aussi non pertinentes à notre étude, ou certaines étaient trop semblables.

Enfin, grâce à toutes les analyses effectuées dans cette enquête, nous pouvons conclure que les gens ont une préférence pour les événements en présentiel et qu'ils ont hâte de retourner aux événements lorsque ceux-ci seront permis. Cependant, au moment actuel et pandémique, les événements en ligne demeurent une solution à court terme envisageable pour les consommateurs.

## Table des matières

<b>Sommaire</b> .....	<b>2</b>
<b>Liste des graphiques/tableaux</b> .....	<b>6</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>7</b>
<b>Définition du projet</b> .....	<b>8</b>
Formulation du problème.....	8
Formulation des objectifs généraux et spécifiques .....	8
Formulation des hypothèses.....	8
<b>Méthodologie</b> .....	<b>10</b>
Types de recherche .....	10
Méthodologie .....	10
Méthodes d'échantillonnages.....	10
Outil(s) de collecte de données .....	10
<b>Analyse des résultats</b> .....	<b>12</b>
Analyse des fréquences.....	12
Analyses croisées .....	21
<b>Limites</b> .....	<b>26</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>28</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>29</b>
<b>Annexe I</b> .....	<b>32</b>
L'influence de la pandémie de la COVID-19 sur le secteur événementiel .....	32

## Liste des graphiques/tableaux

### Liste des figures :

<b>Figure 1 :</b> Comparatif du nombre de participations aux événements dans une année	<b>12</b>
<b>Figure 2 :</b> Aspects importants lors d'un événement en présentiel	<b>13</b>
<b>Figure 3 :</b> Aspects importants lors d'un événement en ligne	<b>14</b>
<b>Figure 4 :</b> Enthousiasme pour un événement en ligne versus en présentiel	<b>15</b>
<b>Figure 5 :</b> Préférences des répondants lors de leur participation aux événements	<b>17</b>
<b>Figure 6 :</b> Opinion sur les événements en présentiel	<b>18</b>
<b>Figure 7 :</b> Aspects augmentant la réticence des participants à assister à un événement en présentiel	<b>19</b>

### Liste des tableaux :

<b>Tableau 1 :</b> Tableau croisé du temps avant de retourner dans un événement en présentiel selon l'âge des répondants	<b>21</b>
<b>Tableau 2 :</b> Test du khi-deux	<b>21</b>
<b>Tableau 3 :</b> Tableau croisé de l'enthousiasme des événements en ligne selon le statut professionnel	<b>23</b>
<b>Tableau 4 :</b> Test du khi-deux	<b>24</b>

## Introduction

La pandémie de la COVID-19 a apporté plusieurs changements dans nos habitudes de vie. Le confinement et la distanciation sociale ont amené une réorganisation de nos activités quotidiennes de façon à se protéger du virus. Le secteur événementiel a été bouleversé par la pandémie, puisque la majorité des événements de toutes sortes ont été annulés, reportés ou réorganisés. Que ce soient des festivals, des concerts, des conférences ou des événements sportifs, tous les événements qui devaient se dérouler ont été annulés dû à la COVID-19 ou se sont adaptés de manière à respecter les règles sanitaires en vigueur. En effet, plusieurs organisateurs se sont adaptés à la situation actuelle en transformant leurs événements pour que celui-ci se déroule en ligne. De cette manière, même du confort de notre salon, on peut assister à un événement.

L'objectif de notre enquête est de démontrer si les participants aux événements de toutes sortes sont favorables aux événements en ligne, ou si ceux-ci préfèrent les événements en présentiel. Par le biais d'un questionnaire partagé à 200 répondants, nous avons analysé les réactions et les perceptions des participants face aux événements en ligne et en présentiel. Les résultats de cette étude vont nous permettre de déterminer si les consommateurs préfèrent les événements en ligne ou les événements en présentiel ainsi que l'influence de la pandémie de la COVID-19 sur leurs choix et préférences.

Dans un premier temps, nous allons identifier une problématique ainsi qu'établir nos objectifs principaux et nos objectifs spécifiques. Nous allons par la suite formuler des hypothèses que nous confirmerons ou non à la fin de ce rapport. Ensuite, nous allons présenter la méthodologie de la recherche, en explorant le type de recherche, la méthodologie, la méthode d'échantillonnage et les outils de collecte de données. Nous allons ensuite effectuer l'analyse des résultats en présentant l'analyse des fréquences et l'analyse croisée. Puis, nous allons identifier les limites découlant de cette analyse critique.

# Définition du projet

## Formulation du problème

Au Québec, depuis le début de la pandémie du Covid-19, plusieurs événements et festivals furent annulés ou reportés. Malgré les efforts fournis par les entreprises et les organisateurs, les dates de réouverture des événements de tout genre ainsi que des festivals demeurent incertaines et variables. Les critères sanitaires augmentent, rendant la tâche des organisateurs encore plus complexe afin d'offrir un événement sécuritaire, mais aussi à la hauteur des attentes des consommateurs. La plupart des événements ont maintenant lieu en ligne via diverses plateformes ou en présentiel avec de nombreuses restrictions comme une distanciation de deux mètres entre les gens, le port du masque ainsi qu'un nombre limité de personnes. Dans le contexte de cette problématique actuelle, nous voulions faire une comparaison des préférences, des attentes et des motivations des individus envers les événements en ligne ou en présentiel. Cela nous amène à nous interroger sur l'importance que les gens accordent aux événements en présentiel versus aux événements en ligne.

## Formulation des objectifs généraux et spécifiques

Cette enquête a pour but de comparer l'intérêt des consommateurs de plus de 18 ans vivant au Québec pour un événement en ligne versus un événement en présentiel en temps de pandémie. Parmi nos objectifs plus spécifiques, nous souhaitons valider auprès des consommateurs de plus de 18 ans vivant au Québec leurs attentes, leurs préférences ainsi que leurs motivations concernant les événements à venir en temps de pandémie. Également, un autre de nos objectifs serait d'obtenir des données qui démontrent que les événements en présentiel sont plus appréciés que les événements en ligne pour certaines tranches d'âges ou certains statuts professionnels.

## Formulation des hypothèses

À la suite de notre recherche exploratoire, nous avons émis les hypothèses suivantes :

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

- B. Nous croyons que peu importe le type d'événements (musicaux, sportifs, foires, salons, etc.), les consommateurs préféreront toujours assister à un événement s'il est en présentiel.
- C. Nous croyons que dès la reprise des événements en présentiel, les consommateurs ne tarderont pas avant de participer à ceux-ci.
- D. Nous croyons que les étudiants seront ceux qui apprécient le moins les événements en ligne.
- E. Nous croyons que les étudiants seront les plus affectés par le manque de contacts sociaux lors des événements en ligne.

# Méthodologie

## Types de recherche

Tout d'abord, dans le cadre de notre enquête nous avons utilisé la recherche exploratoire afin d'en savoir plus sur le secteur événementiel en temps de pandémie. Puisque la crise du Covid-19 est d'actualité, plusieurs articles de presse et plusieurs recherches intéressantes furent réalisés sur ce sujet. Ensuite, une recherche descriptive fut utilisée dans le but de représenter au plus juste la situation du secteur événementiel ainsi que l'intérêt des consommateurs pour les événements en ligne versus en présentiel, tout en ayant une meilleure compréhension de la nature de la problématique.

## Méthodologie

La méthodologie de recherche utilisée pour notre enquête est la recherche quantitative. Effectivement, dans le but de récolter des données primaires, nous avons utilisé un type de questionnaire auto-administré. Composé de 25 questions, ce questionnaire fut partagé sur nos réseaux sociaux (*Facebook* et *Instagram*) (voir Annexe I).

## Méthodes d'échantillonnages

La méthode d'échantillonnage utilisée dans cette enquête est non-probabiliste, de type volontaire et de convenance. De fait, puisque toutes personnes intéressées pouvaient répondre à notre questionnaire, par le biais de leurs réseaux sociaux où le lien de celui-ci fut partagé, nous pouvons dire que l'échantillonnage volontaire fut utilisé. Ensuite, puisque nous avons aussi partagé le questionnaire à des personnes auto sélectionnées, tels que nos amis, nos familles et nos proches, nous pouvons qualifier notre enquête de convenance.

## Outil(s) de collecte de données

Comme outil de collecte de données, nous avons choisi un questionnaire auto-administré. Réaliser sur *Lime Survey* et distribuer sur Internet par le biais de *Facebook* et *Instagram*, notre questionnaire nous a permis de rejoindre un plus grand nombre de participants plus

rapidement. Celui-ci d'une durée de 10 minutes environ, était composé de questions à choix multiples à caractère exclusif et non exclusif et utilisant plusieurs échelles. Par exemple, une échelle composée de catégories de « très peu importantes » à « très importantes ». Aussi, plusieurs questions de type dichotomique furent utilisées lorsque nous comparions les événements en ligne versus en présentiel. Par exemple, une question pouvait comporter le choix en présentiel, en ligne ou peu importe (voir Annexe I).

# Analyse des résultats

## Analyse des fréquences

La première fréquence analysée est la préférence générale des répondants entre les événements en ligne comparés à ceux en présentiel. On se demandait donc, sans contexte de pandémie, ce que les gens préféreraient. Sans grandes surprises, 96 % des participants au sondage ont répondu qu'ils préféreraient participer à un événement en présentiel contre un petit 4 % pour les événements en ligne.

Nous avons placé la deuxième et la troisième fréquence dans un même tableau pour pouvoir comparer visuellement le nombre de participations aux événements avant et pendant le contexte de la Covid-19. On peut remarquer que les répondants sont généralement des personnes qui fréquentent des événements lorsque nous ne sommes pas en contexte de pandémie. En effet, il n'y a que 0,4 % de notre population qui ne le font jamais dans une année contre 47,1 % qui le font 6 fois et plus. À l'inverse, depuis le début de la pandémie, 50,7 % des répondants n'ont pas participé à un seul événement, 30 % l'ont fait 1 à 2 fois, 11,2 % de 3 à 5 fois et seulement 6,3 % l'ont fait 6 fois et plus.

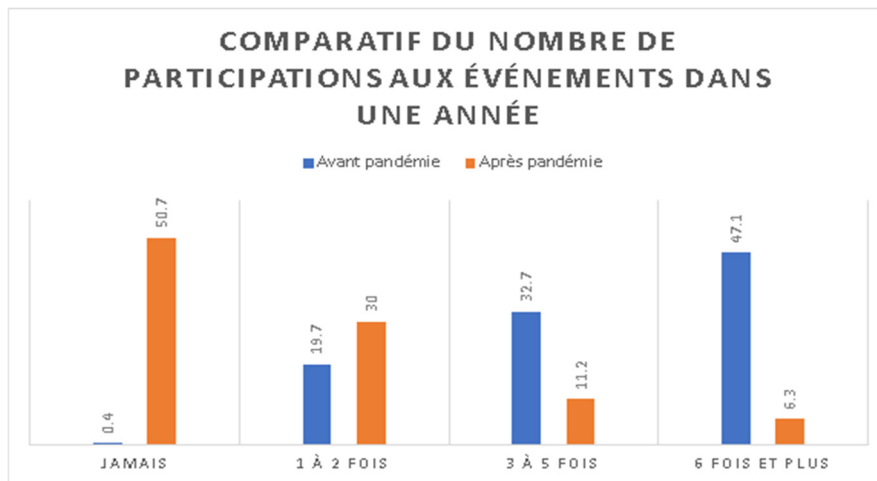


Figure 1 : Comparatif du nombre de participations aux événements dans une année

La quatrième fréquence pertinente à l'étude concerne les aspects importants que considèrent les individus lors d'un événement en présentiel. Divisés en cinq catégories d'importance, soit le prix, la date et l'heure, les installations et le lieu, la simplicité ainsi que le contenu de l'événement, ces aspects nous permettent de mieux comprendre les

raisons des individus à participer à des événements en présentiel. Parmi les réponses obtenues, 38,6 % ont une position neutre par rapport au prix d'un événement en présentiel. 31,8 % considèrent importantes la date et l'heure d'un événement. En ce qui attrait des installations et des lieux de l'événement, 30,9 % considèrent que ce sont des aspects importants. 33,2 % pensent que la simplicité de l'événement est importante. Puis, 70,4 % considèrent que le contenu de l'événement est très important. Il est important de remarquer ici que parmi ces cinq catégories, le contenu de l'événement demeure l'aspect le plus important pour les consommateurs d'événement en présentiel.

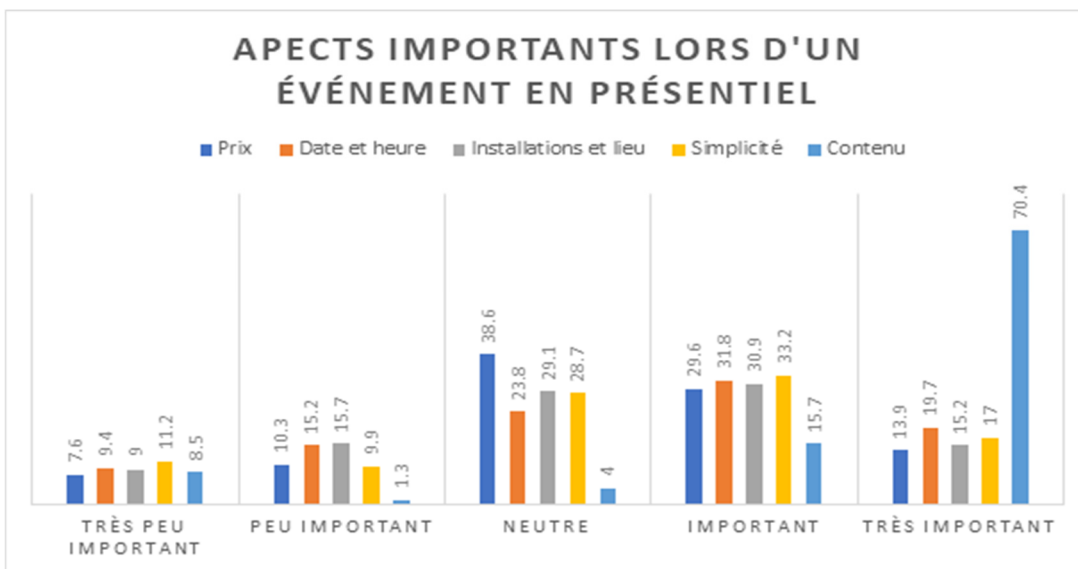


Figure 2 : Aspects importants lors d'un événement en présentiel

La cinquième fréquence est similaire à la quatrième fréquence, mais cette fois-ci ce sont les événements en ligne qui nous intéressent. Toujours divisés en cinq catégories d'importance, soit le prix, la date et l'heure, les plateformes utilisées (Facebook, Zoom, etc.), la simplicité ainsi que le contenu de l'événement, ces aspects nous permettent de mieux comprendre les raisons des individus à participer à des événements en ligne. Parmi les résultats obtenus, 46,6 % pensent que le prix d'un événement en ligne est très important. 27,4 % ont une position neutre par rapport à l'heure et la date de l'événement. En ce qui attrait des plateformes utilisées, 24,7 % se considèrent neutre par rapport à cet aspect. 30 % pensent que la simplicité de l'événement est importante. Puis, 61,9 % considèrent que le contenu de l'événement est très important. Il est important de remarquer ici que parmi ces

cinq catégories, le prix et le contenu de l'événement sont les aspects les plus importants pour les consommateurs d'événement en ligne.

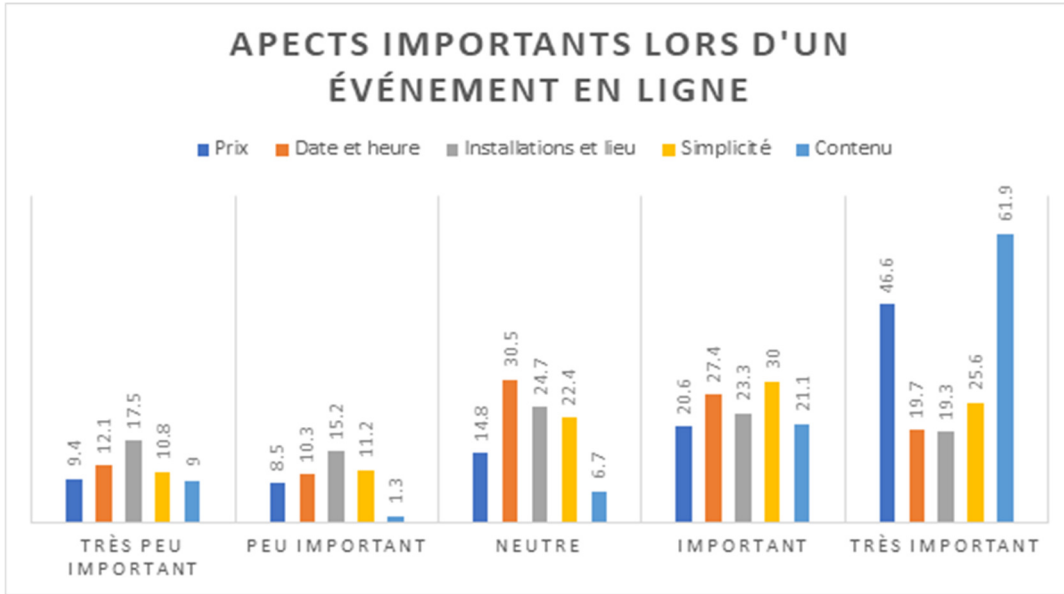


Figure 3 : Aspects importants lors d'un événement en ligne

Il est donc pertinent de mentionner que pour la quatrième et cinquième fréquence, le prix et le contenu d'un événement, qu'il soit en ligne ou en présentiel, demeurent les aspects les plus importants pour les consommateurs.

La sixième fréquence intéressante à analyser est une combinaison de la fréquence concernant l'enthousiasme pour des événements en présentiel versus l'enthousiasme pour des événements en ligne en temps de pandémie. Parmi les réponses obtenues, 69,1 % se considèrent très enthousiastes pour un événement en ligne et seulement 2,7 % pour les événements en présentiel. Au contraire, seulement 2,2 % se considèrent très peu enthousiastes pour des événements en ligne et 30,9 % se considèrent très peu enthousiastes pour des événements en ligne. Donc la majorité des répondants sont plus enthousiastes pour des événements en ligne qu'en présentiel en temps de pandémie.

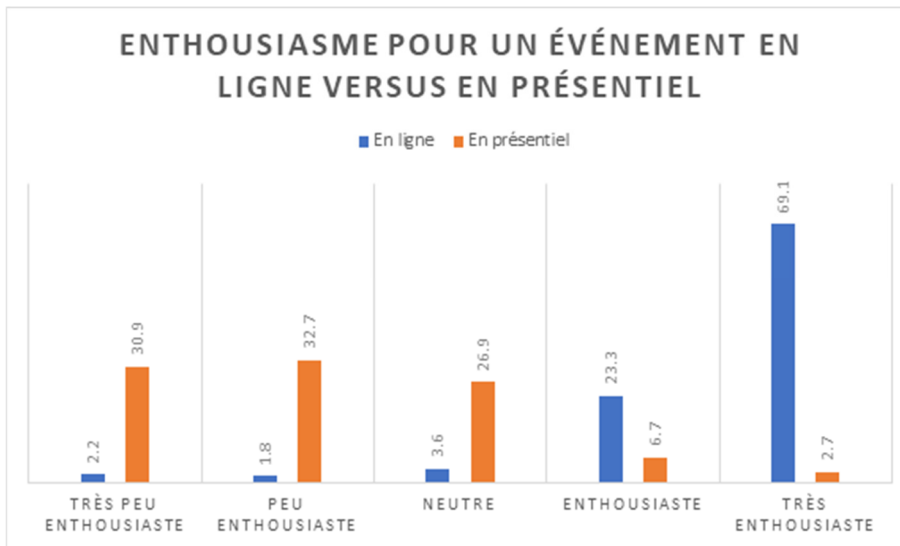


Figure 4 : Enthousiasme pour un événement en ligne versus en présentiel

La septième fréquence analysée est l'attente des participants par rapport à un événement en ligne. L'aspect le plus important pour 35,4 % des répondants est que l'événement soit enregistré pour qu'on puisse le regarder à nouveau plus tard. Ensuite, 32,7 % ont indiqué que d'interagir avec l'animateur était important pour eux, suivi par le choix d'une plateforme qui permet aux participants de discuter entre eux, qui a obtenu 21,1 % des votes. Dans la section autre, certains ont indiqué qu'il s'attend à ce que la vidéo et l'audio soient de bonne qualité, que l'événement soit dynamique et intéressant, et d'autres ont pour leur part indiqué qu'il ne participerait jamais à un événement en ligne puisque cela ne les intéresse pas. En majorité, l'élément le plus important est que l'événement soit enregistré pour qu'on puisse le regarder de nouveau, mais les différences de pourcentages entre les attentes ne sont pas significatives.

La huitième fréquence analysée est le niveau auquel un événement en ligne répond à la satisfaction de besoin de contacts sociaux. La grande majorité des répondants, soit 76,2 %, ont indiqué être très peu satisfaits ou peu satisfaits de cette question. 17,5 % ont répondu neutre, suivi par 5,4 % qui ont indiqué que les événements satisfont leur besoin de contacts sociaux. Seulement 0,9 % ont indiqué être très satisfait du niveau de satisfaction de besoins sociaux qu'un événement en ligne leur apporte. En grande majorité, les événements en ligne ne satisfont pas le besoin de contacts sociaux des participants.

La neuvième fréquence analysée est le montant d'argent que les participants sont prêts à déboursier pour un événement en ligne selon le type d'événement. Nous avons regardé sept types d'événements, soit les événements de musique, sportif, culturel, professionnel, les foires ou les salons, les parades ou les défilés, ainsi que les festivals. Pour tous les types d'événements, la réponse la plus populaire est moins de 20 \$. Le pourcentage le plus haut pour dépenser moins de 20 \$ pour un événement en ligne est de 91,5 %, pour un événement de type parade ou défilé, et le plus bas pour moins de 20 \$ est de 56,1 % pour un événement professionnel. Dans le même ordre d'idée, la réponse la moins populaire est que les participants sont prêts à dépenser plus de 61 \$ pour un événement en ligne. Les pourcentages pour cette catégorie vont de 0 % à 5,4 % dépendamment du type d'événement. Pour tous les types d'événements, le montant pour lequel les participants sont prêts à payer si celui-ci se déroule en ligne est en général inférieur à 20 \$ et les pourcentages les plus grands sont tous décroissants.

La dixième fréquence analysée est le montant d'argent que les participants sont prêts à déboursier pour un événement en présentiel selon le type d'événement. Contrairement à l'événement en ligne, les réponses des répondants sont beaucoup plus variées pour un événement en présentiel pour les sept mêmes types d'événements. Pour certains types d'événements, comme les événements de musique, sportifs et les festivals, la réponse ayant obtenu le plus haut pourcentage de vote est plus de 61 \$ et les pourcentages vont de plus petit au plus haut. Au contraire, pour d'autres catégories d'événement comme les parades ou les défilés, la majorité des répondants (62,8 %) sont prêts à déboursier moins de 20 \$ pour y participer, et le nombre de pourcentages est du plus haut au plus bas. Pour la majorité des types d'événements, il n'y a pas d'ordre précis quant à la distribution des pourcentages. Pour les événements culturels, professionnels et les foires ou salons, la réponse la plus populaire a été entre 21 \$ et 40 \$, avec des pourcentages entre 43 % et 37,2 %. L'ordre des pourcentages est cependant très différent selon le type d'événement. Le montant d'argent que les participants sont prêts à déboursier pour un événement en présentiel est donc très différent selon le type d'événement.

La onzième fréquence pertinente à l'étude concerne les préférences des participants en ce qui a trait aux façons d'assister aux événements. Divisé en trois catégories, soit en ligne,

en présentiel ou la catégorie, peu importe, ces différentes options pour assister à un événement, nous permettent de comprendre les préférences des individus en ce temps de pandémie. Selon le type d'événement, musical, sportif, culturel, professionnel, les salons ou les foires, les parades et les défilés ainsi que les festivals, nous avons pu constater que les participants préféraient davantage assister à ces événements en présentiel qu'en ligne. Les réponses obtenues le démontrent, 95,5 % préfèrent assister à un événement musical en présentiel contre 1,8 % en ligne. 64,1 % préfèrent un événement sportif en présentiel qu'en ligne avec un résultat de 4,9 %. 80,7 % préfèrent assister à un événement culturel en présentiel plutôt qu'en ligne (4,5 %). 52,9 % préfèrent assister à un événement professionnel en présentiel contre 11,7 % en ligne. En ce qui concerne les salons et les foires, 78 % préfèrent assister à l'événement en présentiel plutôt qu'en ligne (5,8 %). Les parades et les défilés, 68,2 % des sondés préfèrent y assister en présentiel tandis que 5,8 % y préfèrent y assister en ligne. Finalement, un des types d'événements démontrant que les individus préfèrent assister aux événements en présentiel est les festivals. Les résultats démontrent que 93,7 % préfèrent assister au festival en présentiel contre seulement 2,7 % en ligne. Il est pertinent de souligner que les données ci-dessus démontrent très bien l'une de nos hypothèses initiales. Les consommateurs ont davantage d'engouement pour participer à un événement en présentiel qu'en ligne,

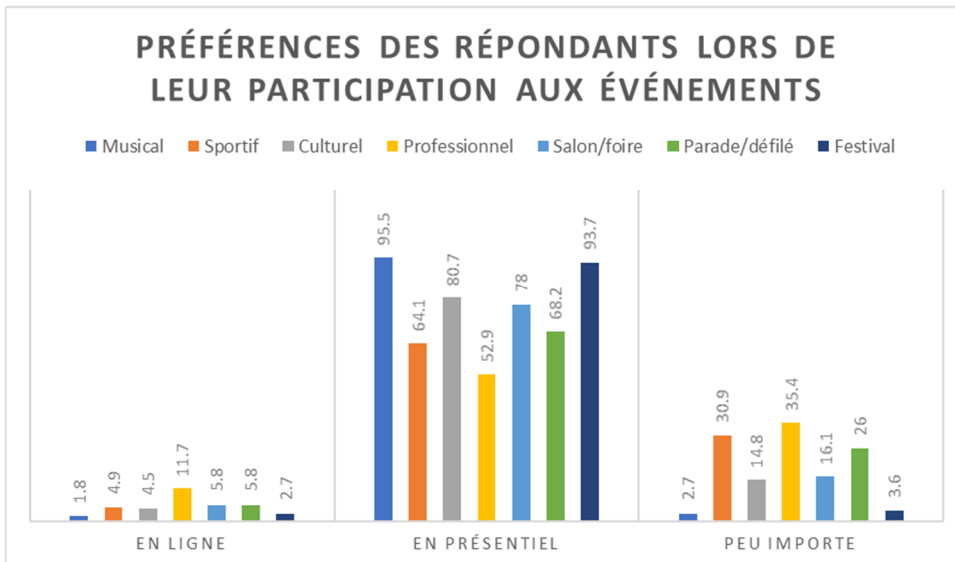


Figure 5 : Préférences des répondants lors de leur participation aux événements

La douzième fréquence à analyser concerne la préférence des répondants en ce qui a trait au type d'événement (en ligne versus en présentiel), mais cette fois en contexte de pandémie. Les résultats sont les suivants : 87 % des répondants ont dit préférer les événements en présentiel (comparativement à 96 % hors pandémie), tandis qu'un maigre 13 % ont répondu avoir une préférence pour les événements en ligne (comparativement à 4 % hors pandémie).

La treizième fréquence à analyser répond à la question suivante : *êtes-vous en faveur ou en défaveur de la tenue de spectacle en présentiel durant la pandémie si toutes les mesures sanitaires exigées par le gouvernement sont respectées ?* Le résultat est le suivant : 33 % sont très en faveur, 32 % en faveur, 18 % sont neutres, tandis que 13 % sont en défaveur et 4 % sont très en défaveur. Ainsi, 65 % des répondants sont en faveur des événements en présentiel, malgré la situation actuelle de pandémie, tandis que 17 % d'entre eux sont en défaveur.

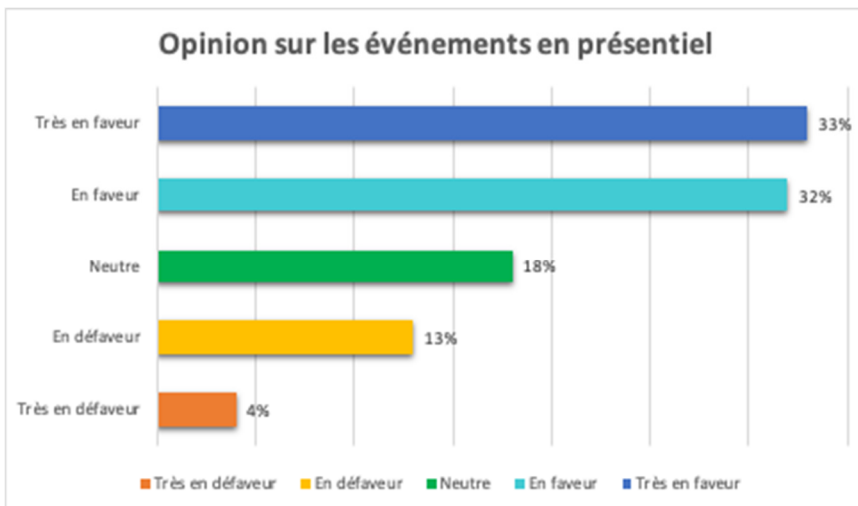


Figure 6 : Opinion sur les événements en présentiel

La quatorzième fréquence concerne tous les aspects qui augmentent la réticence des répondants à assister à un événement en présentiel. Nous avons inclus à cette question le choix entre ces trois aspects : la négligence de la propreté des lieux, des mesures sanitaires déficientes et la proximité des autres participants. Les répondants avaient la possibilité d'en cocher plus qu'un, mais pouvaient aussi choisir l'option « Toutes ces réponses » ou « Autre » avec la possibilité de préciser. Les résultats sont les suivants : sur 223 répondants,

40 considèrent qu'une malpropreté des lieux est un facteur affectant négativement leur volonté d'assister à des événements en présentiel, 54 ont répondu que des mesures sanitaires défaillantes avaient cet effet et 59 ont coché la proximité des autres participants comme aspect. Par ailleurs, 118 considèrent que c'est toutes ces réponses qui augmentent leur réticence à assister à un événement en présentiel. Ce qu'il faut donc comprendre, c'est qu'en additionnant les 118 personnes ayant répondu « toutes ces réponses » aux trois dites réponses, il y a, en fait, 158 répondants qui sont affectés par une négligence de la propreté des lieux, 172 personnes le sont par des mesures sanitaires défaillantes et finalement, 177 sont affectés par la proximité des autres participants. La proximité des autres participants est donc l'aspect qui augmente le plus la réticence des participants à assister à un événement en présentiel, suivi des mesures sanitaires défaillantes, et finalement la négligence de la propreté des lieux. Outre les aspects mentionnés ci-dessus, une majeure partie des répondants, c'est-à-dire 94 % des répondants ont trouvé pertinent de cocher « Autre ». D'ailleurs, 43 % des répondants ayant sélectionné « Autre » ont mentionné que la raison de ce choix était qu'ils ne considéraient aucune de ces réponses comme des aspects pouvant augmenter leur réticence à assister à un événement en présentiel.

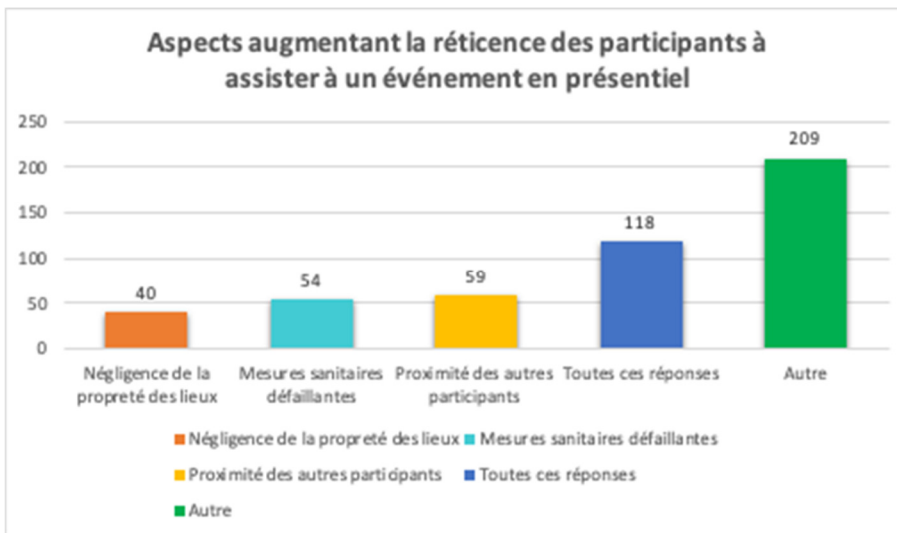


Figure 7 : Aspects augmentant la réticence des participants à assister à un événement en présentiel

La quinzième fréquence analysée consiste autant que les participants au sondage pensent prendre avant de retourner dans un événement en présentiel. 44,8 % des répondants vont retourner dans un événement présentiel dès que c'est permis. 24,2 % vont attendre de 1 à 2 semaines avant de participer en présentiel. 17,9 % attendront environ un mois et 13 %

quelques mois au minimum. Il est donc possible de constater que la majorité des participants n'attendront pas ou peu avant d'assister à un événement en présentiel.

La dernière fréquence analysée au sujet de l'événementiel est en lien avec l'intérêt à participer à un événement en présentiel si des mesures sanitaires sont prises. Ces derniers sont classés de « pas du tout intéressé à très intéressé », 9 % des participants ne sont « pas du tout intéressés ». 24,7 % sont « peu intéressé », 16,1 % se disent « neutre », 34,5 % sont « intéressé » et 15,7 % « très intéressé ». Ainsi excluant la réponse « neutre », 50 % des répondants ont un intérêt dans la participation d'un événement donné en présentiel ayant des mesures sanitaires.

Finalement l'analyse des fréquences concernant la provenance, l'âge et la profession des répondants. La région de provenance des répondants était concentrée principalement dans 3 régions. Soit 25,6 % de Montréal, 21,5 % de la Montérégie et 20,6 % de l'Estrie. Ensuite, la majorité des répondants sont âgés de 25 à 34 ans (40,8 %) et de 18 à 24 ans (33,2 %). Enfin, la profession des répondants se distingue dans deux catégories : soit 50,2 % sont des salariés et 35 % sont des étudiants. Donc, une grande partie des répondants sont des salariés âgés de 18 à 34 ans vivant soit à Montréal, en Montérégie ou en Estrie.

## Analyses croisées

### 1. Temps avant de retourner dans un événement en présentiel selon l'âge des répondants

Temps avant de retourner dans un événement en présentiel \* Âge des répondants Crosstabulation

		Âge des répondants				Total	
		18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 ans à 44 ans	45 ans et plus		
Temps avant de retourner dans un événement en présentiel	Dès que c'est permis	Count	36 <sup>a</sup>	39 <sup>a</sup>	6 <sup>a</sup>	17 <sup>a</sup>	98
		% within Âge des répondants	48.6%	42.9%	42.9%	43.6%	45.0%
	1 à 2 semaines	Count	21 <sup>a</sup>	19 <sup>a</sup>	5 <sup>a</sup>	8 <sup>a</sup>	53
		% within Âge des répondants	28.4%	20.9%	35.7%	20.5%	24.3%
	Environ un mois	Count	12 <sup>a</sup>	23 <sup>a</sup>	1 <sup>a</sup>	3 <sup>a</sup>	39
		% within Âge des répondants	16.2%	25.3%	7.1%	7.7%	17.9%
	Quelques mois minimum	Count	5 <sup>a</sup>	10 <sup>a, b</sup>	2 <sup>a, b</sup>	11 <sup>b</sup>	28
		% within Âge des répondants	6.8%	11.0%	14.3%	28.2%	12.8%
Total	Count	74	91	14	39	218	
	% within Âge des répondants	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

Each subscript letter denotes a subset of Âge des répondants categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the .05 level.

Tableau 1 : Tableau croisé du temps avant de retourner dans un événement en présentiel selon l'âge des répondants

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.895 <sup>a</sup>	9	.036
Likelihood Ratio	17.005	9	.049
Linear-by-Linear Association	3.075	1	.080
N of Valid Cases	218		

a. 3 cells (18.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.80.

Tableau 2 : Test du khi-deux

#### Hypothèses :

Intuitivement, nous croyons que les jeunes ne tarderont pas à retourner aux événements en présentiel lorsqu'il n'y aura plus de restrictions pour ceux-ci, tandis que les personnes plus vieilles attendront plus longtemps. Si l'hypothèse nulle (H0) est exacte, l'âge des répondants n'influence pas le temps avant de retourner un événement en présentiel. Et donc, les jeunes ne tardent pas plus que les plus âgés à retourner à des événements. Au

contraire, si l'hypothèse alternative (H1) est exacte, l'âge des répondants influence le temps avant de retourner un événement en présentiel. Donc, les jeunes ne tarderont pas avant de retourner aux événements en présentiel comparativement aux personnes plus âgées.

H0 (hypothèse nulle) : % 18 à 24 ans = % 25 à 34 ans = % 35 à 44 ans = % 45 ans et plus  
Il n'existe pas de différence entre les personnes âgées de 18 à 24 ans, de 24 à 34 ans, de 35 à 44 ans et de 45 et plus, quant au temps avant de retourner à un événement en présentiel lorsque cela sera permis.

H1 (hypothèse alternative) : % 18 à 24 ans  $\neq$  % 25 à 34 ans  $\neq$  % 35 à 44 ans  $\neq$  % 45 ans et plus

Il existe une différence entre les personnes âgées de 18 à 24 ans, de 24 à 34 ans, de 35 à 44 ans et de 45 et plus, quant au temps avant de retourner à un événement en présentiel lorsque cela sera permis.

### Analyse :

La première analyse croisée consistait à déterminer s'il y a une relation significative entre le temps des participants avant de retourner dans un événement dès la fin de la pandémie (issu de la question 19, dont le choix de réponse pouvait varier entre « dès que c'est permis » et « quelques mois minimums ») et l'âge des répondants (issu de la question 23, dont nous avons catégorisé les résultats en quatre catégories : de 18 à 24 ans, de 24 à 34 ans, de 35 à 44 ans et de 45 ans et plus).

Cette analyse a démontré une relation significative entre les deux variables. En effet, les répondants appartenant aux catégories « 18 à 24 ans », « 25 à 34 ans », « 35 à 44 ans », ne tarderont pas à retourner aux événements dès qu'ils seront permis. Plus précisément, 81 répondants sur 98 répondants qui ont choisi la variable « dès que c'est permis » étaient des gens âgés entre 18 et 44 ans.

Les répondants appartenant à la catégorie « 45 ans et plus », quant à eux, ils attendront environ quelques mois minimums avant de retourner aux événements en présentiel. Plus précisément, 11 répondants sur les 39 étaient âgés de plus de 45 ans. Le fait que l'âge des répondants semble avoir un impact sur le temps des participants avant de retourner à un événement en présentiel est confirmé par le calcul du khi-carré, établi à 0,036, ce qui veut dire que l'âge des répondants a une probabilité d'environ 96,4 % (seuil de signification) d'avoir une incidence sur le temps des participants avant de retourner à un événement en présentiel. Cette différence significative entre les réponses des différentes catégories d'âge conclut que l'on peut rejeter l'hypothèse nulle qui était la suivante : il n'existe pas de différence entre les personnes âgées de 18 à 24 ans, de 24 à 34 ans, de 35 à 44 ans et de 45 et plus, quant au temps avant de retourner à un événement en présentiel lorsque cela sera permis.

## 2. Enthousiasme aux événements en ligne selon le statut professionnel

**Enthousiasme événement en ligne \* Statut professionnel Crosstabulation**

		Statut professionnel			Total	
		Étudiants	Salariés	Autres (travailleurs autonomes, retraités et sans emploi)		
Enthousiasme événement en ligne	Peu et très peu enthousiaste	Count	3 <sub>a, b</sub>	1 <sub>b</sub>	5 <sub>a</sub>	9
		% within Statut professionnel	3.8%	0.9%	16.1%	4.2%
	Enthousiaste et très enthousiaste	Count	75 <sub>a, b</sub>	105 <sub>b</sub>	26 <sub>a</sub>	206
		% within Statut professionnel	96.2%	99.1%	83.9%	95.8%
Total		Count	78	106	31	215
		% within Statut professionnel	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Each subscript letter denotes a subset of Statut professionnel categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the .05 level.

Tableau 3 : Tableau croisé de l'enthousiasme des événements en ligne selon le statut professionnel

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.826 <sup>a</sup>	2	.001
Likelihood Ratio	10.598	2	.005
Linear-by-Linear Association	3.957	1	.047
N of Valid Cases	215		

Tableau 4 : Test du khi-deux

### Hypothèses :

Intuitivement, nous croyons que les étudiants seront ceux qui apprécient le moins les événements en ligne puisqu'ils passent beaucoup de temps devant un ordinateur dû aux cours qui sont donnés majoritairement en ligne depuis le début de la pandémie. Si l'hypothèse nulle (H0) est exacte, le statut professionnel n'influence pas l'enthousiasme des participants face aux événements en ligne. Au contraire, si l'hypothèse alternative (H1) est exacte, le statut professionnel influence l'enthousiasme des participants face aux événements en ligne.

H0 (hypothèse nulle) : % d'étudiants = % de salariés = % autres.

Il n'existe pas de différence entre les étudiants, les salariés et les gens de la catégorie « Autres » quant à leur enthousiasme aux événements en ligne.

H1 (hypothèse alternative) : % d'étudiants  $\neq$  % de salariés  $\neq$  % autres.

Il existe une différence entre les étudiants, les salariés et les gens de la catégorie « Autres » quant à leur enthousiasme aux événements en ligne.

### Analyse :

La deuxième analyse croisée consistait à déterminer s'il y a une relation significative entre l'enthousiasme aux événements en ligne (issu de la question 8, dont le choix de réponse pouvait varier entre 1 et 5 – 1 étant très peu enthousiaste et 5 étant très enthousiaste) et le

statut professionnel des répondants (issu de la question 25, dont nous avons catégorisé les résultats en trois catégories : étudiants, salariés et autres – autres étant les travailleurs autonomes, les retraités et les gens sans emploi).

Cette analyse a démontré une relation significative entre les deux variables. En effet, les répondants appartenant aux catégories « Salariés » et « Étudiants » sont plus enthousiastes aux événements en ligne, plus précisément, 99,1 % des salariés et 96,2 % des étudiants le sont.

Les répondants appartenant à la catégorie « Autres », qui comportent les travailleurs autonomes, les retraités et les gens sans emploi, quant à eux, sont beaucoup moins enthousiastes aux événements en ligne : 83,9 % d'entre eux le sont. Ce qui fait une différence de 12,3 % avec la catégorie « Étudiants ».

Le fait que le statut professionnel semble avoir un impact sur l'enthousiasme des répondants quant aux événements en ligne est confirmé par le calcul du khi carré, établi à 0,001, ce qui veut dire que le statut professionnel a une probabilité d'environ 99,9 % (seuil de signification) d'avoir une incidence sur l'enthousiasme des répondants en ce qui a trait aux événements en ligne. Cette différence significative entre les réponses des différentes catégories de statut professionnel conclut que l'on peut rejeter l'hypothèse nulle qui était la suivante : il n'existe pas de différence entre les étudiants, les salariés et les gens de la catégorie « autres » quant à leur enthousiasme aux événements en ligne. Cependant, il est intéressant de mentionner que, contrairement à ce que nous avons écrit dans notre hypothèse, les étudiants ne sont pas le groupe qui apprécie le moins les événements en ligne. En effet, les étudiants ont indiqué en général apprécier les événements en ligne en temps de pandémie. Le groupe « Autres » est celui qui est le moins enthousiaste aux événements en ligne.

## Limites

Notre étude comporte cependant certaines limites. En effet, nous avons constaté que l'échantillon de l'âge des répondants n'est pas représentatif de toute la population à l'étude. La très grande majorité des répondants (74 %) ont 18 à 34 ans, et très peu des répondants ont plus de 34 ans. L'échantillon n'est donc pas représentatif de toute la population puisqu'il n'y a pas beaucoup de répondants de plus de 34 ans. Cette limite peut être due au partage de notre questionnaire sur nos réseaux sociaux et de notre entourage, où la majorité des participants sont dans une même moyenne d'âge que la nôtre, soit entre 18 et 34 ans.

La deuxième limite de notre étude est due au fait que le questionnaire était auto-administré par les répondants. Cela fait en sorte que nous n'avons aucun contrôle sur les répondants. Donc, n'importe qui peut remplir le questionnaire, même si cette personne n'a jamais participé à un événement, n'a aucune connaissance sur le sujet et n'est donc pas pertinente pour notre étude. De plus, certaines personnes mal intentionnées pourraient écrire de fausses réponses à notre questionnaire et apporter de faux résultats. Une autre limite concerne notre analyse croisée. En fait, celle-ci peut être biaisée par le fait que nous avons dû regrouper certains groupes de catégories ensemble puisqu'il n'y avait pas assez de répondants. En effet, certains groupes de catégories ont été regroupés ensemble pour avoir un plus grand nombre de répondants dans chacun. Les regroupements ont été faits de manière logique, soit nous avons regroupé les groupes qui avaient des similitudes, mais cette caractéristique peut avoir biaisé notre analyse des fréquences.

La dernière limite est due au fait que certaines questions posées dans le questionnaire auraient dû être retravaillées. Par exemple, la question 6 : laquelle de ces alternatives aux événements en ligne vous intéresserait le plus ? Et la question 21 : Auriez-vous plus d'intérêt envers un événement avec distanciation, comme assister à un spectacle dans un ciné-parc, ou aimeriez-vous mieux voir ce même spectacle dans le confort de votre salon ? Ne sont pas très pertinentes à notre étude puisqu'elles n'ont pas de lien direct avec notre question principale. De plus, certaines questions posées dans le questionnaire étaient très similaires. Les questions 14, 17 et 19 auraient pu être regroupées ensemble pour faire une

question plus générale, puisque celles-ci sont très similaires et il n'est pas pertinent de poser trois questions similaires.

## Conclusion

Pour conclure cette enquête, nous pouvons dire que nos objectifs généraux et spécifiques ont été atteints. En outre, les données recueillies dans notre questionnaire nous ont permis de bien comparer l'intérêt des consommateurs de plus de 18 ans vivant au Québec pour un événement en ligne versus un événement en présentiel en temps de pandémie. De plus, nous avons pu valider auprès des participants leurs attentes, leurs préférences ainsi que leurs motivations concernant les événements à venir en temps de pandémie. Ces données confirment, une fois de plus, que les événements en présentiel sont toujours plus appréciés que les événements en ligne, même en crise pandémique. Outre l'atteinte de nos objectifs, l'analyse de nos données nous a permis de valider trois de nos hypothèses de départ. Effectivement, à la suite de notre enquête, il s'avère que nos hypothèses sont justes et nous pouvons ainsi affirmer : que l'intérêt des consommateurs de plus de 18 ans vivant au Québec est plus important pour les événements en présentiel qu'en ligne malgré la pandémie actuelle. En effet, nous avons pu constater que 96 % des répondants préfèrent des événements en présentiel comparativement à 4 % en ligne. Ensuite, nous pouvons affirmer que peu importe le type d'événements (musicaux, sportifs, foires, salons, etc.), les consommateurs préféreront toujours assister à un événement s'il est en présentiel. Effectivement, les pourcentages associés aux événements en présentiel sont toujours plus grands que pour les événements en ligne. Par exemple, 93,7 % des participants préfèrent assister à un festival en présentiel plutôt qu'en ligne (2,7 %). Enfin, nous pouvons affirmer que dès la reprise des événements en présentiel, les consommateurs ne tarderont pas avant de participer à ceux-ci. De fait, 44,8 % y retourneront dès que possible et 24,2 % y retourneront dans les deux semaines suivantes la réouverture. Enfin, grâce nos données, nous avons pu approfondir d'autres connaissances sur notre sujet d'étude : l'influence de la pandémie de la Covid-19 sur le secteur de l'événementiel selon le point de vue des consommateurs. En effet, il est clair que les gens ont une plus grande préférence pour les événements en présentiel. Toutefois, au moment actuel et pandémique, les événements en ligne demeurent une solution à court terme envisageable pour les consommateurs. De fait, dans notre sondage, selon les réponses de nos participants, on peut observer que 69,1 % des gens sont être très enthousiaste pour les événements en ligne en temps de pandémie.

## Bibliographie

À savoir : Directives santé publique : Tourisme d'affaires et Réunions de 250 personnes.

(2020, 21 septembre). *Veille Tourisme*. Récupéré de

<https://veilletourisme.ca/2020/09/21/a>

savoir-directives-sante-publique-tourisme-daffaires-et-reunions-de-250  
personnes/

Astous, A. d. (2019). *Le projet de recherche en marketing*. Montréal : Chenelière éducation.

Benhamou, F. (2020). Crise de l'archipel culturel. *Esprit*, 9, 47-57.

<https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.3917/espri.2009.0047>

D.Nguyen, L. (2020, 31 mars). L'événementiel écorché par la pandémie de COVID-19.

*Nouvelles*. Récupéré de <https://www.grenier.qc.ca/nouvelles/20557/>

levenementiel-ecorche-par-la-pandemie-de-covid-19

Enigma Research. (2020). *Return to live events survey*. Récupéré de

<https://enigmaresearch.com/stories/return-to-live-events-survey-story/>

Goudreau, M.-C. (2020, 2 juin). Profiter de l'été dans sa voiture. *Le Journal l'Accès*.

Récupéré de <https://www.journalaccès.ca/profiter-de-lete-dans-sa-voiture/>

JPDL. (2020). Événement virtuel : Les 6 questions à se poser pour réussir. *Nouvelles*.

Récupéré de <https://www.jpdl.com/fr/article-evenement-virtuel/>

Malhotra, N., et al. (2011). *Études marketing*. Paris : Pearson Education.

Martel, S. (2020, 2 juin). COVID-19 et les événements d'affaires : Une opportunité pour une transformation en profondeur ? *Tourisme Montréal*. Récupéré de

<https://blog.mtl.org/fr/evenements-affairestransformation->

- McQuarrie, E. F. (2012). *The market research toolbox: a concise guide for beginners*: Sage Publications. doi:10.4135/9781483398228
- Les Jeux olympiques de Tokyo sont reportés à 2021. (2020, 24 mars). *Radio-Canada*.  
Récupéré de <https://ici.radio.canada.ca/sports/1684328/jeux-olympiques-tokyo-report-2021-coronavirus-cio>
- Pandémie : Quel avenir pour l'événementiel ? Parole aux organisateurs !. (2020, 28 septembre). *Tourismexpress*. Récupéré de <https://tourismexpress.com/nouvelles/pandemie-quel-avenir-pour-l-evenementiel-parole-aux-organisateur>
- Plante, R. (2020, 4 juin). Organisation d'événements : rassembler malgré la distance. *Le Soleil*. Récupéré de <https://www.lesoleil.com/actualite/covid-19/organisation-devenements-rassembler-malgre-la-distance-d70a4f6e8c264b49c343d2ff97d5e8b5>
- Quel événement après le confinement : virtuel, physique ou hybride ? (2020, 13 mai). *Événementiel*. Récupéré de [https://www.prestagency.com/quel-evenement-apres-le-confinement---virtuel--physique-ou-hybride--\\_ad758.html](https://www.prestagency.com/quel-evenement-apres-le-confinement---virtuel--physique-ou-hybride--_ad758.html)
- Sors-tu ? Ça. (2020). *Où voir les spectacles en ciné-parcs au Québec à l'été 2020 ?*  
Récupéré de <https://sorstu.ca/ou-voir-les-spectacles-en-cine-parcs-au-quebec-a-lete-2020/>
- Un nouveau tourisme – Partie 1 : Constats & accélérateurs par Jean Michel Perron. (2020, 9 septembre). *Tourismexpress*. Récupéré de <https://tourismexpress.com/nouvelles/un-nouveau-tourisme-partie-i-constats-accelerants-par-jean-michel-perron>
- Utopix. (2020). *Événements hybrides, la nouvelle tendance post-covid ?*  
Récupéré de <https://www.utopix.com/fr/blog/2020/05/25/eventement-hybride-livestreaming/>

Vaste enquête auprès de l'industrie touristique : Portrait de la culture et des festivals.

(2020, 26 mai). *Veille Tourisme*. Récupéré de

[https://veilletourisme.ca/2020/05/26/enquete\\_industrie\\_touristique\\_portrait\\_culture\\_festivals/](https://veilletourisme.ca/2020/05/26/enquete_industrie_touristique_portrait_culture_festivals/)

## Annexe I

### **L'influence de la pandémie de la COVID-19 sur le secteur événementiel**

*Dans le cadre de notre cours de Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique à l'École des sciences de la gestion (ESG), nous réalisons une recherche sur la préférence des gens en ce qui concerne le secteur événementiel en temps de pandémie. Dans notre sondage, le mot « événement » revient à quelques reprises et celui-ci englobe plusieurs types d'événements :*

*– Événements musicaux (spectacles de musique, festivals)*

*– Événements sportifs*

*– Événements culturels (exposition)*

*– Événements professionnels (congrès, séminaire, soirée corporative)*

*– Salon/Foire (automobile, moto, bateau, dégustation de vin, nourriture)*

*– Parades/défilés (Fierté Montréal, défilé du père Noël)*

*– Événements de sensibilisation (manifestations)*

*Le sondage ne devrait pas prendre plus de 10 minutes et les réponses resteront anonymes. Si vous avez des questions par rapport au sondage, vous pouvez nous contacter à l'adresse courriel suivante : [gelinas.etienne.2@courrier.uqam.ca](mailto:gelinas.etienne.2@courrier.uqam.ca).*

*Merci beaucoup pour votre temps, nous apprécions énormément.*

Il y a 25 questions dans ce questionnaire.

Ce questionnaire est anonyme.

L'enregistrement de vos réponses à ce questionnaire ne contient aucune information permettant de vous identifier, à moins que l'une des questions ne vous le demande explicitement.

Si vous avez utilisé un code pour accéder à ce questionnaire, soyez assuré qu'aucune information concernant ce code ne peut être enregistrée avec vos réponses. Il est géré sur une base séparée où il sera uniquement indiqué que vous avez (ou non) finalisé ce questionnaire. Il n'existe pas de moyen pour faire correspondre votre code à vos réponses sur ce questionnaire.

### **Partie 1 : Participation aux événements**

1. En général, préférez-vous un événement en présentiel, ou en ligne ?

- En ligne
- En présentiel

2. Avant la pandémie, à quelle fréquence participez-vous à un ou des événements dans une année typique ?

\*À noter que pour cette question les événements peuvent prendre plusieurs formes, soit en présentiel ou en ligne et peuvent être de différentes natures (festivals, conférences, spectacles de musique, etc.).

- Jamais
- 1 à 2 fois
- 3 à 5 fois
- 6 fois ou plus

3. Depuis le début de la pandémie, à combien d'événement(s) en ligne avez-vous participé ?

- Aucun
- 1 à 2
- 3 à 4

- 5 à 6
- 7 et plus

4. Répondez à la question 4 seulement si vous avez répondu 1 ou plus à la question 3.

Quel était votre niveau d'appréciation pour ce ou ces événements en ligne auquel vous avez participé ?

- J'ai beaucoup apprécié
- J'ai moyennement apprécié
- Je n'ai pas beaucoup apprécié
- Je n'ai pas apprécié du tout

**Partie 2 : Préférences des consommateurs**

5. Quels sont, selon vous, les aspects les plus importants lors d'un événement en présentiel ?

Classez par ordre d'importance 1 étant « très peu important » et 5 étant « très important ».

	1	2	3	4	5
Le prix de l'événement					
La date et l'heure de l'événement					
Les installations et le lieu de l'événement (chapiteaux, kiosques de nourriture, etc.)					
La simplicité de l'événement (pour la billetterie, l'accès au site, etc.)					

Le contenu de l'événement (la performance du ou des artiste(s), le sujet d'une conférence, la qualité du spectacle, etc.)					
---	--	--	--	--	--

6. Quels sont, selon vous, les aspects les plus importants lors d'un événement en ligne ?

Classez par ordre d'importance, 1 étant « très peu important » et 5 « très importants ».

	1	2	3	4	5
Le prix de l'événement					
La date et l'heure de l'événement					
La plateforme utilisée (Facebook, Zoom, etc.)					
La simplicité de l'événement (pour la billetterie, l'accès à la plateforme, etc.)					
Le contenu de l'événement (la performance du ou des artiste(s), le sujet d'une conférence, la qualité du spectacle, etc.)					

7. Laquelle de ces alternatives aux événements en ligne vous intéresserait le plus ?

- Assister à un événement de sa voiture (style ciné-parc)

- Assister à un événement où l'on peut être debout, mais où des délimitations claires d'espace entre chaque cellule de participants sont définies afin respecter la distanciation sociale
- Assister à un événement où l'on a une table assignée par cellule de participants et où l'on doit y rester assis tout au long de l'événement.
- Je n'ai pas de préférence
- Je préfère les événements en ligne à toutes ces réponses

8. Quel est votre niveau d'enthousiasme sur une échelle de 1 à 5, 1 étant « très peu enthousiaste » et 5 « très enthousiastes », d'assister à un événement en ligne et à un événement en présentiel ?

	1	2	3	4	5
En ligne					
En présentiel					

9. Quelles sont vos attentes par rapport à un événement en ligne ?

- Interactivité avec le présentateur
- Plateforme permettant aux participants de discuter entre eux
- Événement enregistré pour permettre de visionner celui-ci à nouveau
- Autre : \_\_\_\_\_

10. Sur une échelle allant de 1 à 5, 1 étant « très peu satisfait » et 5 « très satisfait », à quel point les événements en ligne satisfont votre besoin de contacts sociaux ?

- 1
- 2
- 3
- 4

o 5

11. Combien seriez-vous prêt à payer pour chaque type d'événement si ceux-ci se déroulaient en ligne ?

	Moins de 20 \$	Entre 21 \$ et 40 \$	Entre 41 \$ et 60 \$	Plus de 61 \$
Événements musicaux				
Événements sportifs				
Événements culturels				
Événements professionnels				
Salons/Foires				
Parades/défilés				
Festival				

12. Combien seriez-vous prêt à payer pour chaque type d'événement si ceux-ci se déroulaient en présentiel ?

	Moins de 20 \$	Entre 21 \$ et 40 \$	Entre 41 \$ et 60 \$	Plus de 61 \$

Événements musicaux				
Événements sportifs				
Événements culturels				
Événements professionnels				
Salons/Foires				
Parades/défilés				
Festival				

13. Pour chaque type d'événement, indiquez si vous préférez assister à celui-ci en ligne, en présentiel, ou le mode de visionnement vous importe peu.

	En ligne	En présentiel	Peu importe
Événements musicaux			
Événements sportifs			
Événements culturels			
Événements professionnels			

Salons/Foires			
Parades/défilés			
Festival			

14. Dans la situation de la crise de la COVID-19, si c'était permis et que des mesures sanitaires seraient mises en place, préféreriez-vous un événement en ligne ou en présentiel ?

- En ligne
- En présentiel

15. Êtes-vous en faveur ou en défaveur de la tenue de spectacle en présentiel durant la pandémie si toutes les mesures sanitaires exigées par le gouvernement sont respectées ?

- Très en défaveur
- En défaveur
- Neutre
- En faveur
- Très en faveur

16. Quel(s) aspect(s) augmentera(en)t votre réticence à assister à un événement en présentiel ?

- Une négligence de la propreté des lieux
- Des mesures sanitaires déficientes
- La proximité des autres participants
- Toutes ces réponses
- Autre : \_\_\_\_\_

17. Sachant que les organisateurs d'événements peuvent accueillir moins de spectateurs qu'avant la pandémie, seriez-vous prêt à payer plus cher pour aller voir vos événements préférés ?

Par exemple, un spectacle de votre groupe préféré ou un festival auquel vous assistez chaque année tel qu'Osheaga.

- Oui, je paierais plus cher
- Non, je ne paierais pas plus cher

18. Aimerez-vous assister à un festival de musique où l'ambiance festive habituelle serait restreinte, où il y aurait moins de participants et où les mesures sanitaires et de distanciation sociale seraient respectées à la lettre, sous peine d'expulsion ?

- Oui, j'aimerais y participer
- Non, je n'aimerais pas y participer

19. Lorsqu'il n'y aura plus de restrictions pour les événements, après combien de temps pensez-vous vouloir retourner dans des événements en présentiel ?

- Dès que c'est permis
- Une à deux semaines, le temps de pouvoir observer comment ça se passe
- Environ un mois
- Quelques mois au minimum

20. Avec toutes les mesures mises en place présentement (sanitaires et restrictions sociales), êtes-vous intéressé à assister à un événement en présentiel ?

- Pas du tout intéressé
- Peu intéressé
- Neutre
- Intéressé
- Très intéressé

21. Sur une échelle de 1 à 5, 1 étant « très peu respectées » et 5 « très respectées », croyez-vous que les règles sanitaires vont être respectées par les participants des futurs événements ? (porter le masque en tout temps, lavage de main fréquent, distanciation sociale, etc.)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

22. Auriez-vous plus d'intérêt envers un événement avec distanciation, comme assister à un spectacle dans un ciné-parc, ou aimeriez-vous mieux voir ce même spectacle dans le confort de votre salon ?

- Avec distanciation (en présentiel)
- Dans votre salon (en ligne)

### **Partie 3 : Profil du répondant**

23. Dans quelle région résidez-vous ?

- Montréal
- Laval
- Québec
- Laurentides
- Lanaudière
- Mauricie
- Estrie
- Montérégie
- Centre-du-Québec
- Outaouais
- Saguenay–Lac-Saint-Jean
- Bas-Saint-Laurent

- Côte-Nord
- Gaspésie et Îles-de-la-Madeleine
- Abitibi-Témiscamingue
- Nord-du-Québec et de la Baie-James
- Chaudière-Appalaches

24. Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

- 18 à 24 ans
- 25 à 34 ans
- 35 à 44 ans
- 45 à 54 ans
- 55 à 64 ans
- 65 ans et plus

25. À quel groupe appartenez-vous ?

- Étudiant
- Salarié
- Travailleur autonome
- Retraité
- Sans emploi