

Ville de Montréal

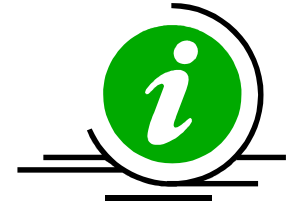
Étude de la ville intérieure





Hypothèses formulées par la ville de Montréal

- Signalisation :
 - ❖ Déficiente
 - ❖ Supporte peu les activités touristiques
- Influence de l'état des lieux sur l'expérience du Montréal intérieur
- Nécessité de mettre en valeur les attraits touristiques de Montréal dans la ville intérieure



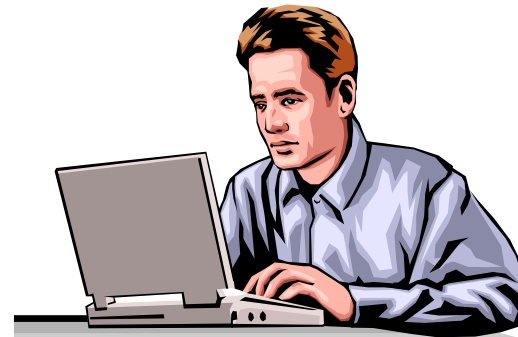


Secteurs à l'étude

- Métro Peel
- Métro Square Victoria et Place d'Armes (Quartier International)
- Métro Berri-Uqàm (Quartier Latin)
- Métro Place Bonaventure et Lucien l'Allier
- Métro Guy et Atwater
- Métro Place des Arts
- Métro McGill

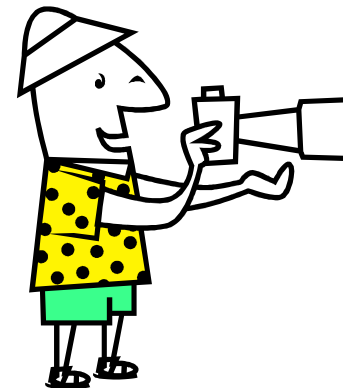
Méthodologie

- Étude exploratoire
- Questionnaire complété par entrevue
- Cinquante questionnaires par secteur
- Collecte échelonnée sur six jours
- Données compilées, encodées et analysées à l'aide du logiciel SPSS



Problématiques étudiées

- La signalisation
- L'état des lieux
- les attentes des utilisateurs





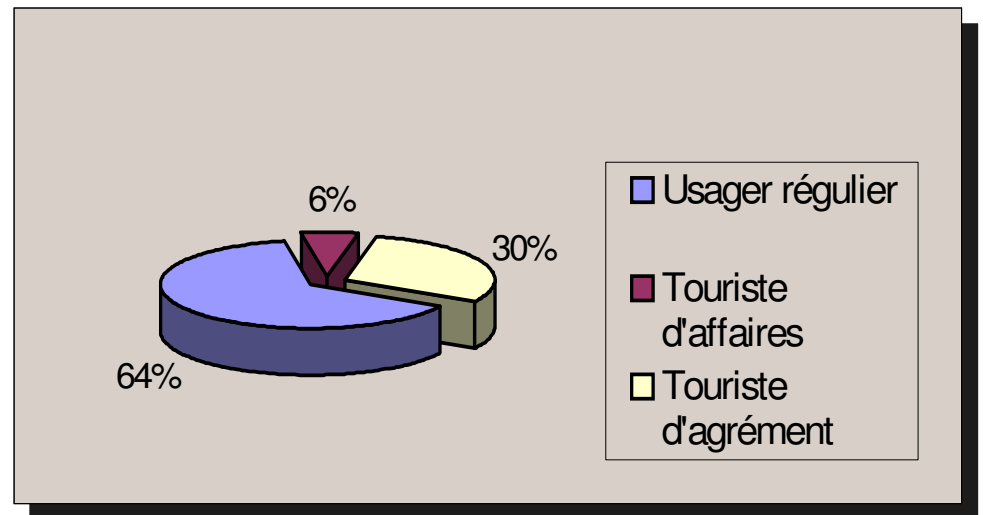
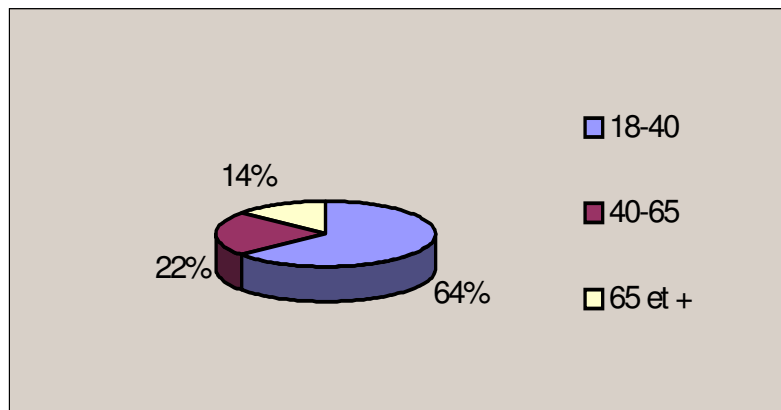
Étude de la ville intérieure

Secteur Peel

Classification

Répartition des usagers

Les groupes d'âge



Expressions sur le Montréal Intérieur

Fréquence des visites et type d'utilisateur

Fréquence des visites		Type d'utilisateur			Total
		Usager régulier	Touriste d'affaires	Touriste d'agrément	
Première visite		0	0	5	5
De passage seulement		2	2	4	8
Quotidienne		13	1	3	17
Hebdomadaire		8	0	2	10
Mensuelle		7	0	1	8
Annuelle		2	0	0	2
Total		32	3	15	50

- ▶ Khi-carré 25,171
- ▶ Degré de liberté 10
- ▶ Coefficient de contingence 0,579

▶ Relations entre la fréquence des visites et titre d'utilisateur

- lien fort entre les variables
- les usagers réguliers utilisent quotidiennement ou hebdomadairement le Montréal intérieur pour le travail et le magasinage
- ▶ Cinq touristes d'agrément en étaient à leur première visite
- ▶ Trois touristes d'agrément et un d'affaires sont quotidiennement dans le Montréal intérieur (sûrement durant toute la durée de leur séjour.)



Signalisation

- ▶ La catégorie “Usager régulier” représente 60.7 % des répondants désirant retrouver des indications relatives aux attraits culturels
- ▶ Touriste d'affaires: 6 %
- ▶ Touriste d'agrément : 33.3 %
- ▶ Une confirmation que les consommateurs de tourisme urbain sont majoritairement des résidents.

Attraits culturels et type d'utilisateur

		Type d'utilisateur			Total
		Usager régulier	Touriste d'affaire	Touriste d'agrément	
Attraits culturels	non	12	1	4	17
	oui	20	2	11	33
Total		32	3	15	50



Signalisation (suite)

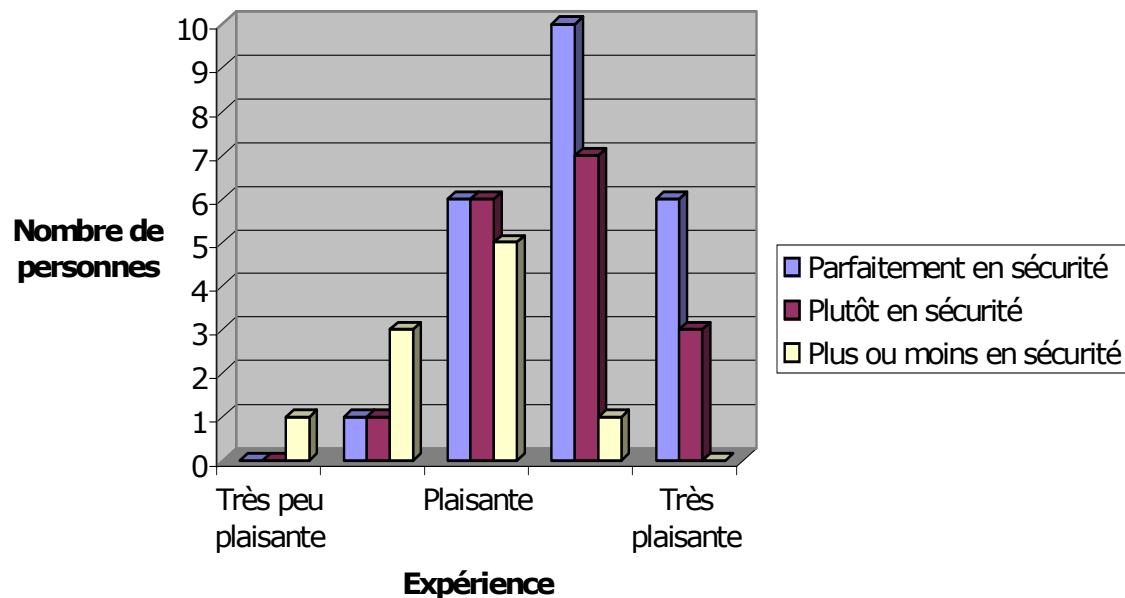
Groupe d'âge et signalisation uniforme dans le Montréal Intérieur

		Signalisation uniforme dans le Montréal Intérieur				Total
		Très important	Important	Peu important	Très peu important	
Âge des répondants	De 18 à 40 ans	22	9	0	1	32
	De 41 à 65 ans	5	1	2	3	11
	Plus de 65 ans	5	2	0	0	7
Total		32	12	2	4	50

- ▶ L'échantillon des 18-40 ans affirment à 68.7 % qu'il est "très important" d'avoir une signalisation uniforme sur tout le réseau du Montréal intérieur;
- ▶ 22 % dans la catégorie 41-65 ans;
- ▶ 14 % dans la catégorie 65 ans et plus;

États des lieux

Appréciation de l'expérience dans le Montréal Intérieur selon le degré de sécurité

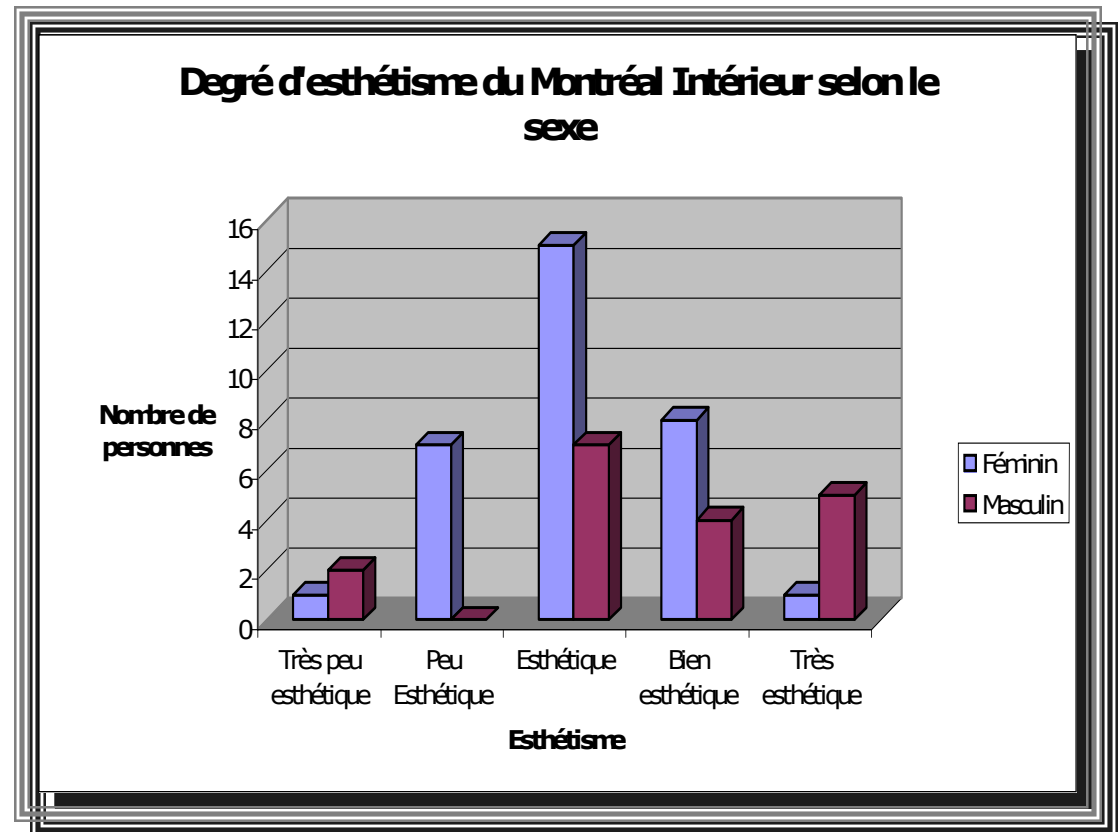


Corrélation entre le niveau de sécurité et la qualité de l'expérience. Le niveau de sécurité apparent influence l'expérience de l'utilisateur qui se sent en confiance.

- ▶ 18 % des usagers trouvent leur expérience « Très plaisante »;
- ▶ 72 % des usagers trouvent leur expérience soit « Plaisante » ou « Bien plaisante »;
- ▶ 10 % des usagers trouvent leur expérience soit « peu ou très peu plaisante »;
- ▶ 46 % des usagers disent se sentir « parfaitement en sécurité »;
- ▶ 34 % des usagers répondent se sentir « plutôt en sécurité »;
- ▶ 20 % des usagers disent se sentir « plus ou moins en sécurité »

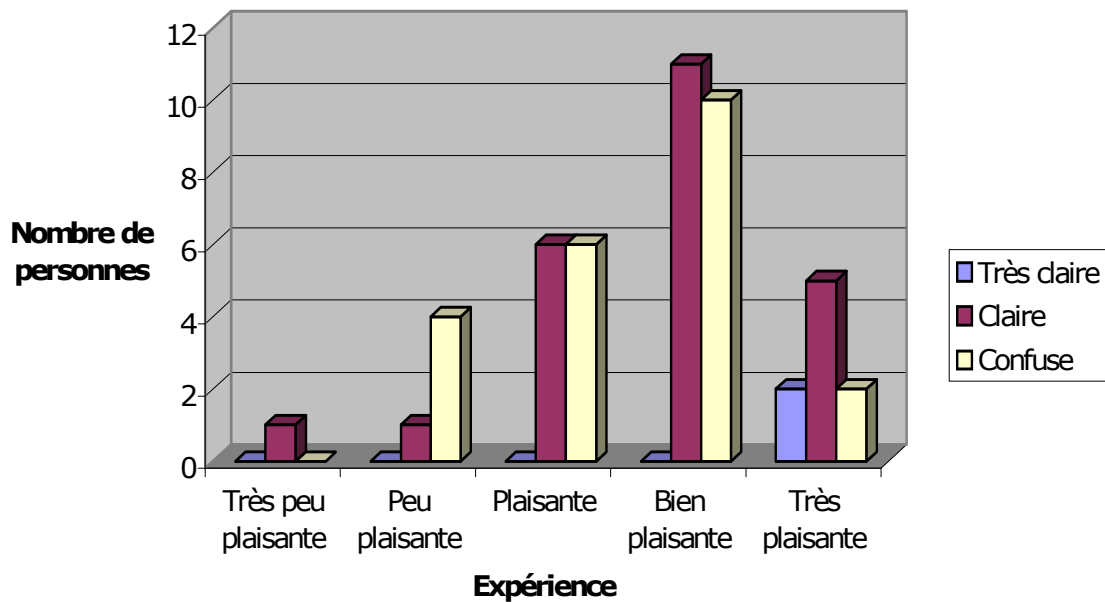
États des lieux (suite)

- ▶ Après avoir croisé les variables « esthétique et sexe », le khi-carré de 97.6% confirme l'hypothèse selon laquelle la perception de l'esthétisme dépend du sexe de l'individu.
- ▶ 80 % des usagers trouvent l'apparence du Montréal Intérieur soit « esthétique », « bien esthétique » ou « très esthétique ».
- ▶ Plus de la moitié de ce pourcentage est représenté par des répondants de sexe féminin.



États des lieux (suite)

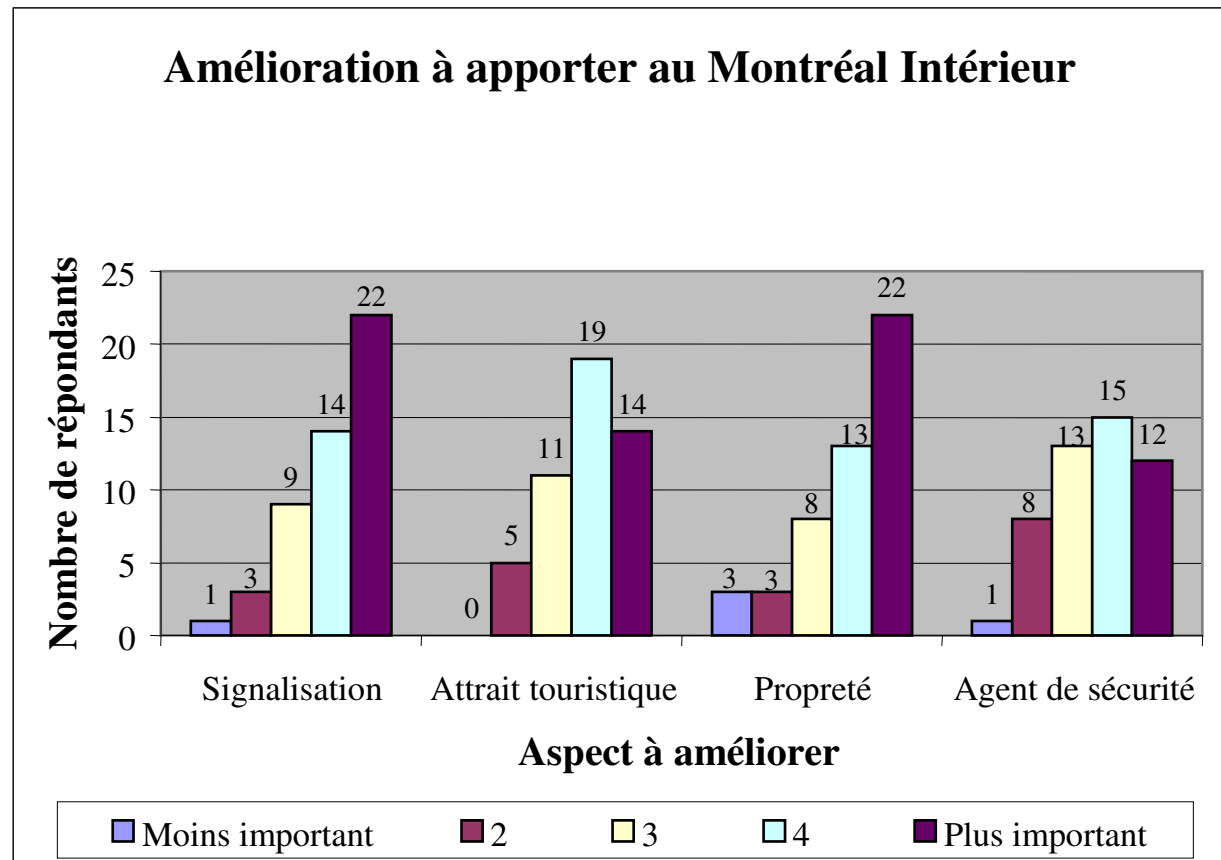
Appréciation de l'expérience dans le Montréal Intérieur selon la signalisation touristique



- ▶ Le croisement des variables « expérience et signalisation » révèle qu'une signalisation claire est directement proportionnelle à l'appréciation de l'expérience par les usagers;
- ▶ Si l'on extrait uniquement la donnée « signalisation », les usagers indiquent dans une proportion de 45.8 % que cet aspect porte à confusion. Il y a donc place à l'amélioration sur ce plan;
- ▶ 87.5 % des usagers affirment avoir eu une expérience intéressante en circulant dans le Montréal Intérieur.

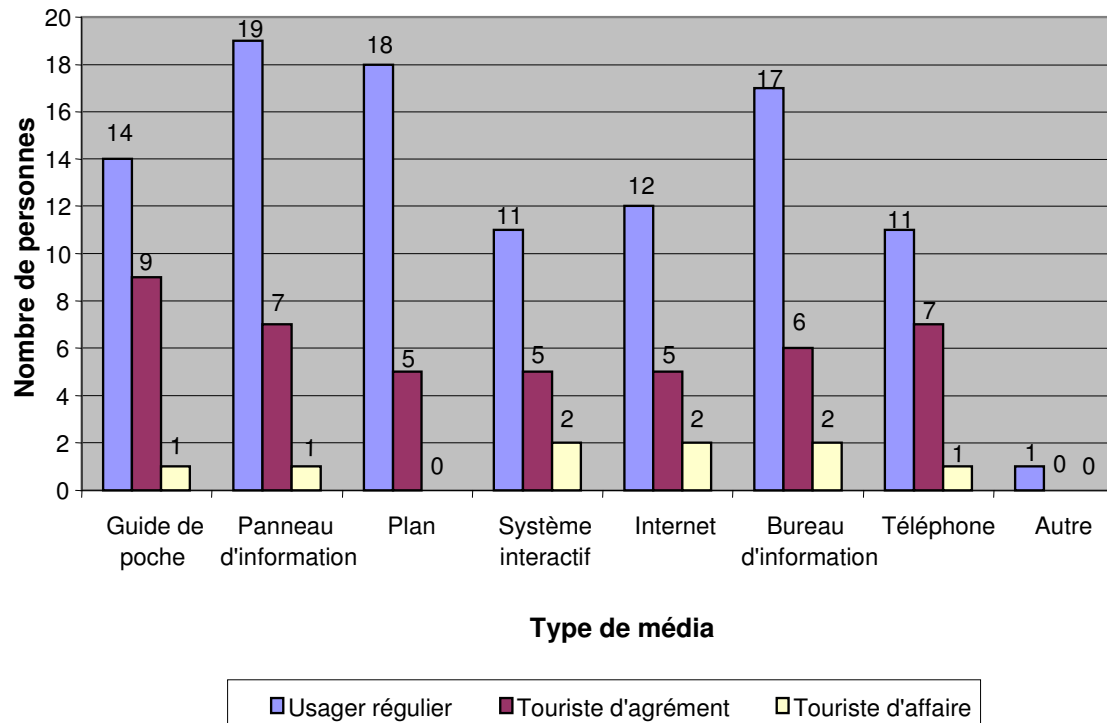
Attentes des utilisateurs

- ▶ Grande importance accordée à l'amélioration de la signalisation et à la propreté;
- ▶ Préoccupations pour 44 % des utilisateurs ayant répondu au questionnaire;
- ▶ Visibilité des attraits touristiques recueille une mention de la part de 30 % des répondants;
- ▶ Les résultats tendent à confirmer l'hypothèse que la signalisation n'est pas adéquate.



Attentes des utilisateurs (suite)

Diffusion de l'information selon le type d'utilisateur



► Les usagers réguliers désirent avoir comme moyen de diffusion :

- panneaux détaillés;
- plans;
- bureaux d'information.

► Les touristes d'agrément veulent avoir :

- guides de poche;
- panneaux d'information;
- bureaux d'information;

► Les touristes d'affaires préfèrent :

- sites Internet;
- bureaux d'information;
- systèmes interactifs.

Les éléments qui ont été les plus souvent mentionnés par les répondants sont les panneaux d'information et les bureaux d'information.

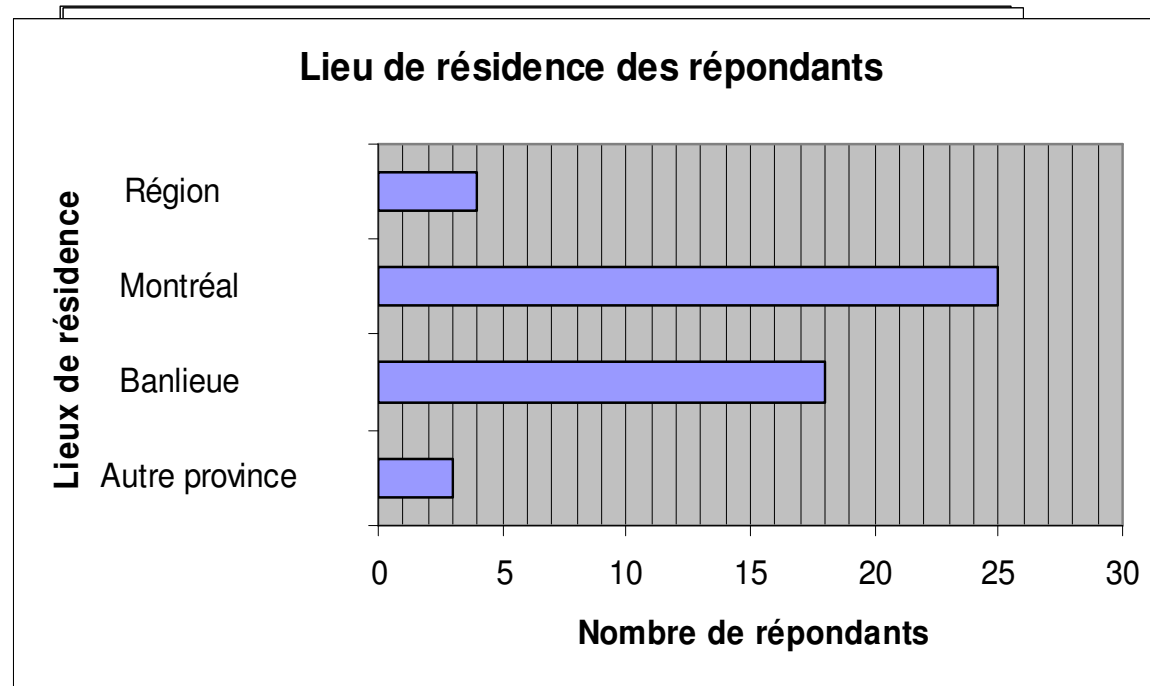


Étude de la ville intérieure

Square Victoria et Place d'Armes Quartier international

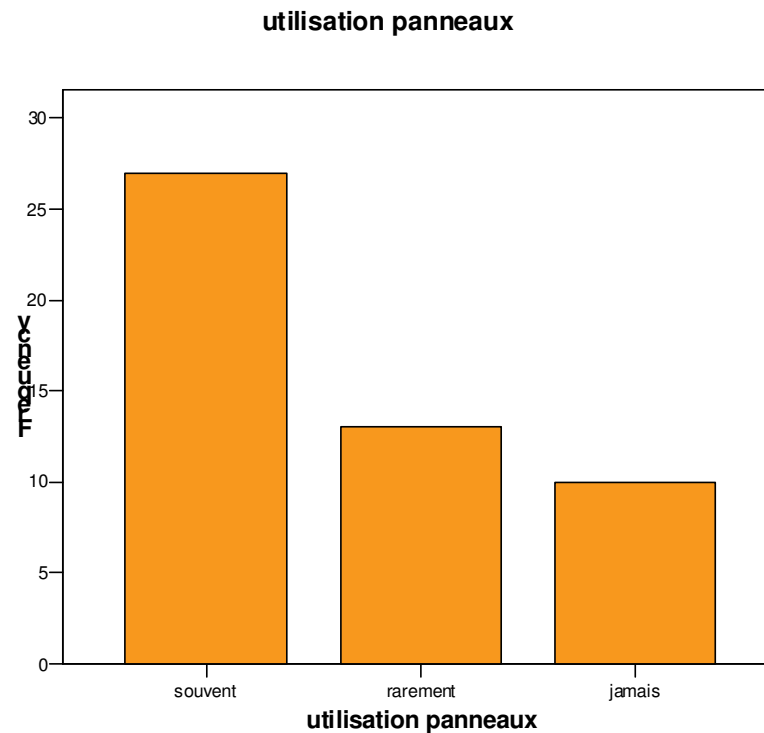
Généralités

➤ Motif et fréquence des visites



Signalisation déficiente

➤ Utilisation des panneaux



Signalisation déficiente

- H_0 : L'utilisation des panneaux de signalisation ne permet pas de se rendre efficacement à destination.
- H_1 : L'utilisation des panneaux de signalisation permet de se rendre efficacement à destination.

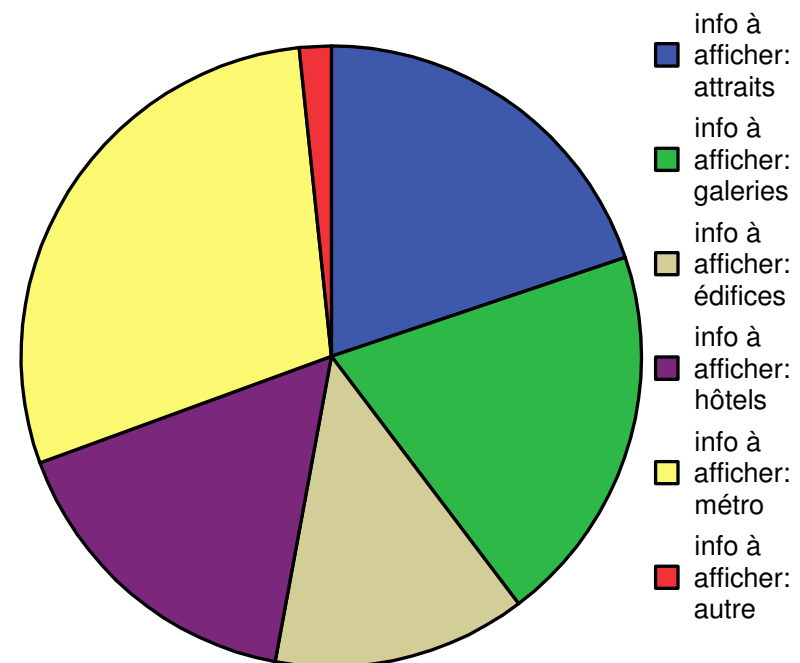
utilisation panneaux * perdu aujourd'hui Crosstabulation

Count		perdu aujourd'hui			Total
		3 fois ou plus	1 fois ou 2	jamais	
utilisation panneaux	souvent	4	8	15	27
	rarement	0	0	13	13
	jamais	0	0	10	10
Total		4	8	38	50



Signalisation déficiente

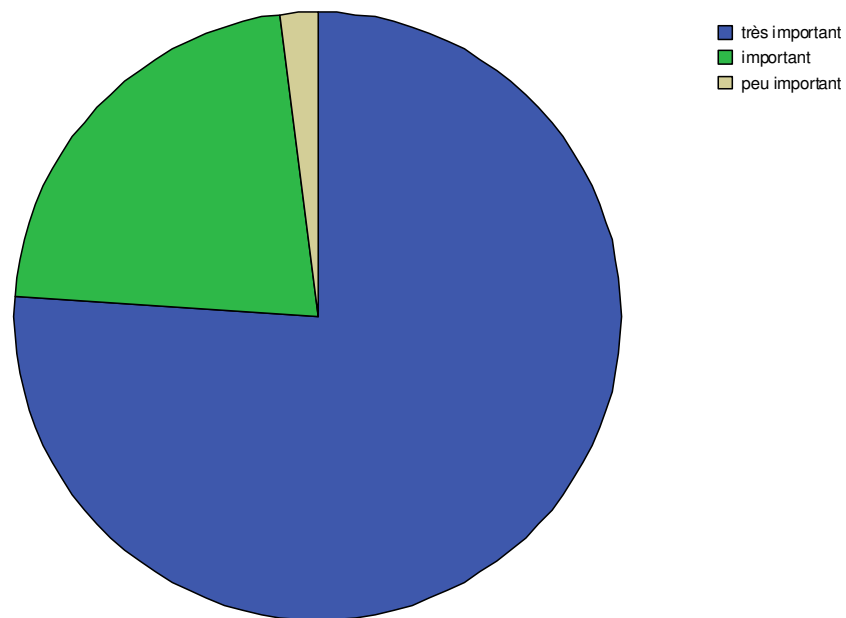
- Information la plus importante à afficher dans le Montréal intérieur
- Autres idées...



Signalisation déficiente

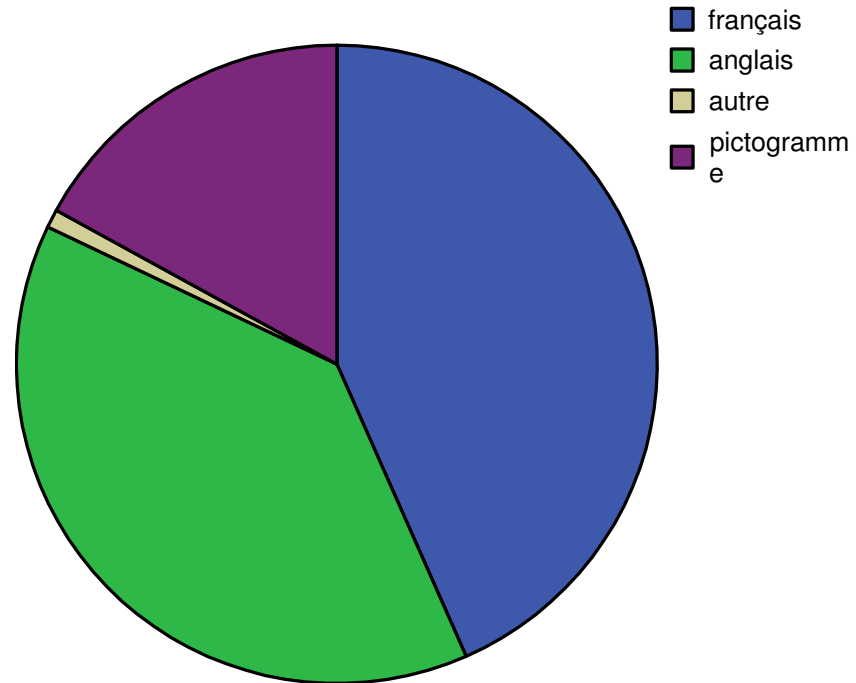
➤ Importance d'une signalisation uniforme

Importance d'une signalisation uniforme



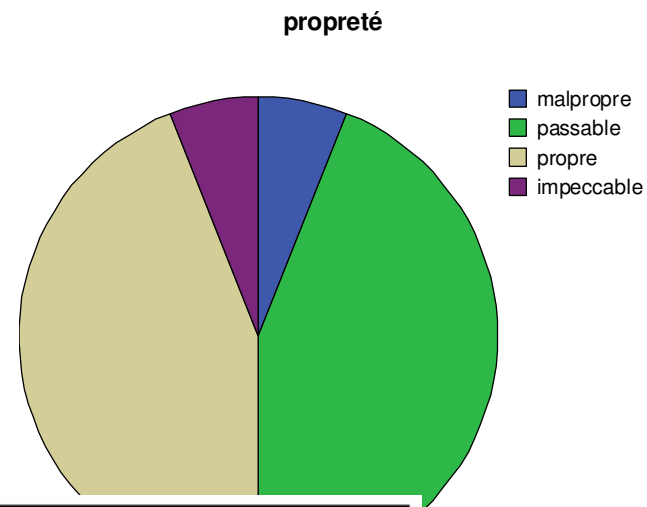
Signalisation déficiente

- Langue la plus appropriée



Influence de l'état des lieux sur l'appréciation de l'expérience du Montréal intérieur

- Propreté
- ...et sécurité



		Propreté				Total
		Malpropre	Passable	Propre	Impeccable	
Sécurité	Parfaitement en sécurité	0	10	14	3	27
	Plutôt en sécurité	1	8	6	0	15
	Plus ou moins en sécurité	2	4	2	0	8
Total		3	22	22	3	50

Influence de l'état des lieux sur l'appréciation de l'expérience du Montréal intérieur

- Esthétisme
- ... et la présence d'œuvre d'art



		Esthétisme		
		Présence d'œuvre d'art remarqué		Total
		non	oui	
Apparence visuelle	Très peu esthétique	2	0	2
	2	0	4	4
	3	4	10	14
	4	5	18	23
	Très esthétique	3	4	7
Total		14	36	50

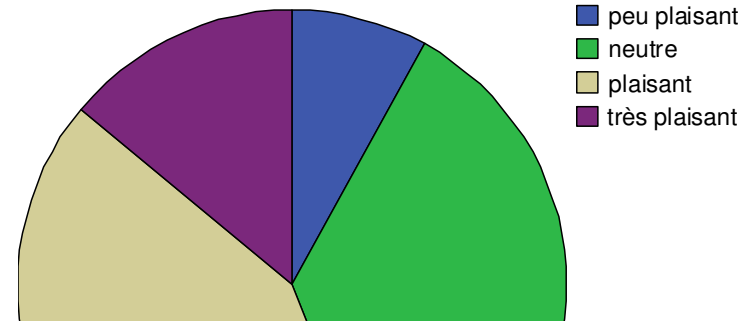


- Très beau
- Beau
- Neutre

Influence de l'état des lieux sur l'appréciation de l'expérience du Montréal intérieur

- L'expérience vécue
- ... et l'esthétisme
- ... et la sécurité
- ... et la propreté

L'expérience

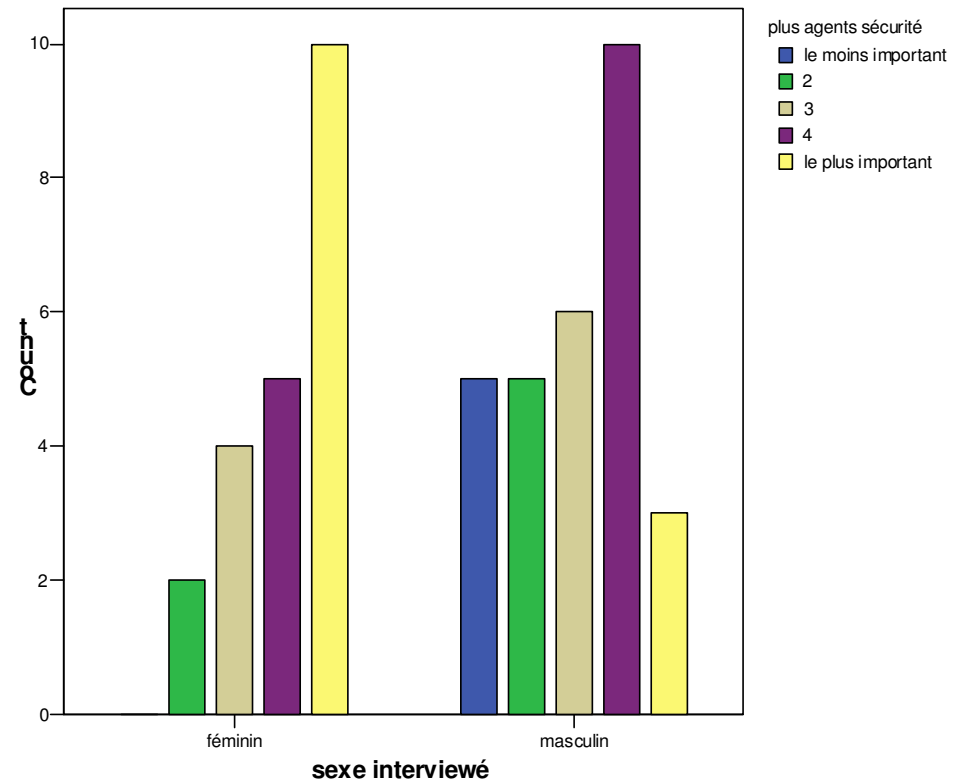


		Propreté				Total
		Malpropre	Passable	Propre	Impeccable	
Expérience	Peu plaisante	2	1	0	1	4
	Neutre	1	9	8	0	18
	Plaisante	0	11	10	0	21
	Très plaisante	0	1	4	2	7
Total		3	22	22	3	50
Total		27	15	8	50	



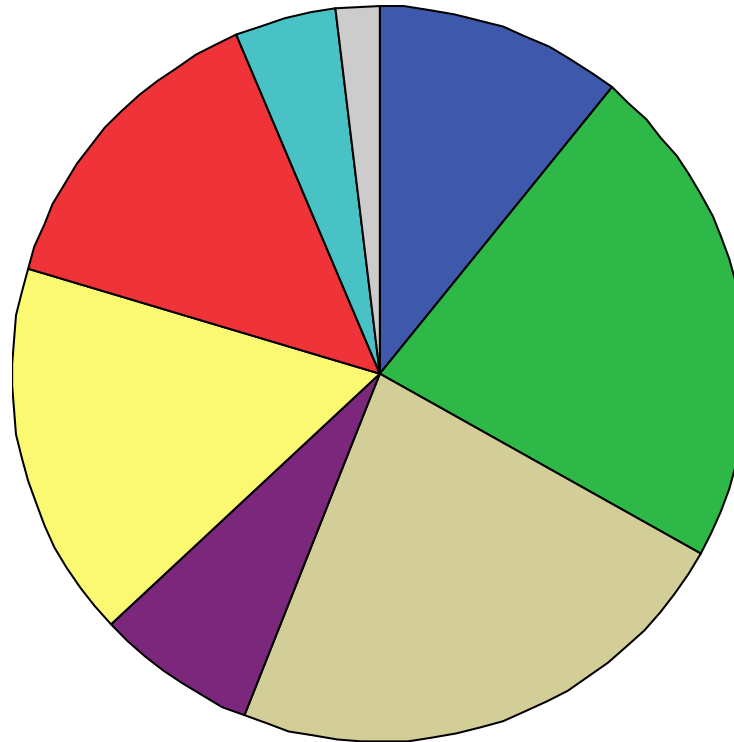
Influence de l'état des lieux sur l'appréciation de l'expérience du Montréal intérieur

- Sécurité
- ... et la fréquence des visites
- ... et sexe des répondants
- ... et le besoin de voir plus d'agents de sécurité



Mise en valeur des attraits touristiques du Montréal intérieur

➤ Promotion



- promo guide poche
- promo panneau
- promo plan
- promo système interactif
- promo internet
- promo bureau info
- promo tel touristique
- autre



Mise en valeur des attraits touristiques du Montréal intérieur

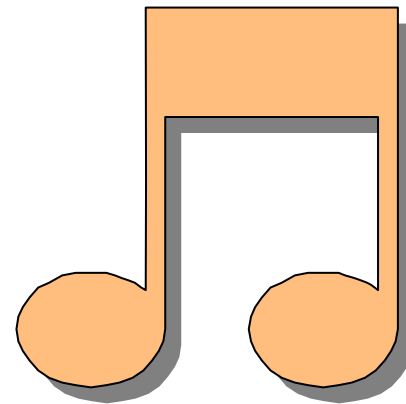
- Amélioration #1:

La signalisation!

Mise en valeur des attraits touristiques du Montréal intérieur

➤ Quelques nouvelles idées d'amélioration proposées...

1. la qualité de l'air
2. l'éclairage
3. la musique
4. agrandir le système
5. réduire les gangs



En conclusion

- Aucun résultat concluant sur l'efficacité de la signalisation
- Affichage des métros et transport préconisée
- L'état des lieux influe sur l'appréciation de l'expérience des répondants
- De toutes les améliorations à faire, la signalisation est la plus importante





Étude de la ville intérieure

Secteur Berri-UQAM Quartier Latin



Secteur Berri-UQAM

- Emplacement à la Place Dupuis
- Description de la collecte de données
 - ❖ Dates
 - ❖ Échantillon
 - × Faits saillants
 - Types d'utilisateurs
 - Sexe
 - Lieu de résidence
 - Groupe d'âge



Secteur Berri-UQAM

➤ Résultats

- ❖ Fréquence des visites vs la perception de la propreté
- ❖ Apparence visuelle vs la perception de la propreté
- ❖ Importance d'une signalisation uniforme vs la clarté de la signalisation touristique
- ❖ Sentiment de sécurité vs le sexe de la personne
- ❖ Fréquence des visites vs l'utilisation des panneaux de signalisation
- ❖ Langues d'affichage



Secteur Berri-UQAM

Fréquence des visites vs la perception de la propreté

- **On ne rejette pas H0 : La fréquence des visites dans le métro n'influence pas la vision qu'ils ont de la propreté.**
- **On rejette H1 : La fréquence des visites dans le métro influence la vision qu'ils ont de la propreté.**
- **35 des répondants qui trouvent le métro passable et propre sont des usagers quotidiens et hebdomadaires.**



Secteur Berri-UQAM

Apparence visuelle vs la perception de la propreté

- **On rejette H0 : La propreté du Montréal intérieur n'influence pas la perception que les gens ont de l'apparence visuelle.**
- **On ne rejette pas H1 : La propreté du Montréal intérieur influence la perception que les gens ont de l'apparence visuelle.**
- **42 des répondants ont trouvé le Montréal intérieur propre et passable tandis que 35 personnes trouvent que l'apparence visuelle est généralement moyennement esthétique et peu esthétique.**



Secteur Berri-UQAM

Importance d'une signalisation uniforme vs la clarté de la signalisation touristique

- **On ne rejette pas H0 : La clarté de la signalisation touristique n'a pas de lien avec l'importance d'une signalisation uniforme.**
- **On rejette H1 : La clarté de la signalisation touristique a un lien avec l'importance d'une signalisation uniforme.**
- **Peu importe que l'information touristique soit très claire ou très confuse, la signalisation doit être uniforme.**



Secteur Berri-UQAM

Sentiment de sécurité vs le sexe de la personne

- **On rejette H_0 : Le sexe de la personne n'a pas d'influence sur le sentiment de sécurité.**
- **On ne rejette pas H_1 : Le sexe de la personne a un influence sur le sentiment de sécurité.**
- **Il a été possible de constater que les femmes avaient un sentiment de sécurité plus faible comparé aux hommes en fréquentant le Montréal intérieur.**

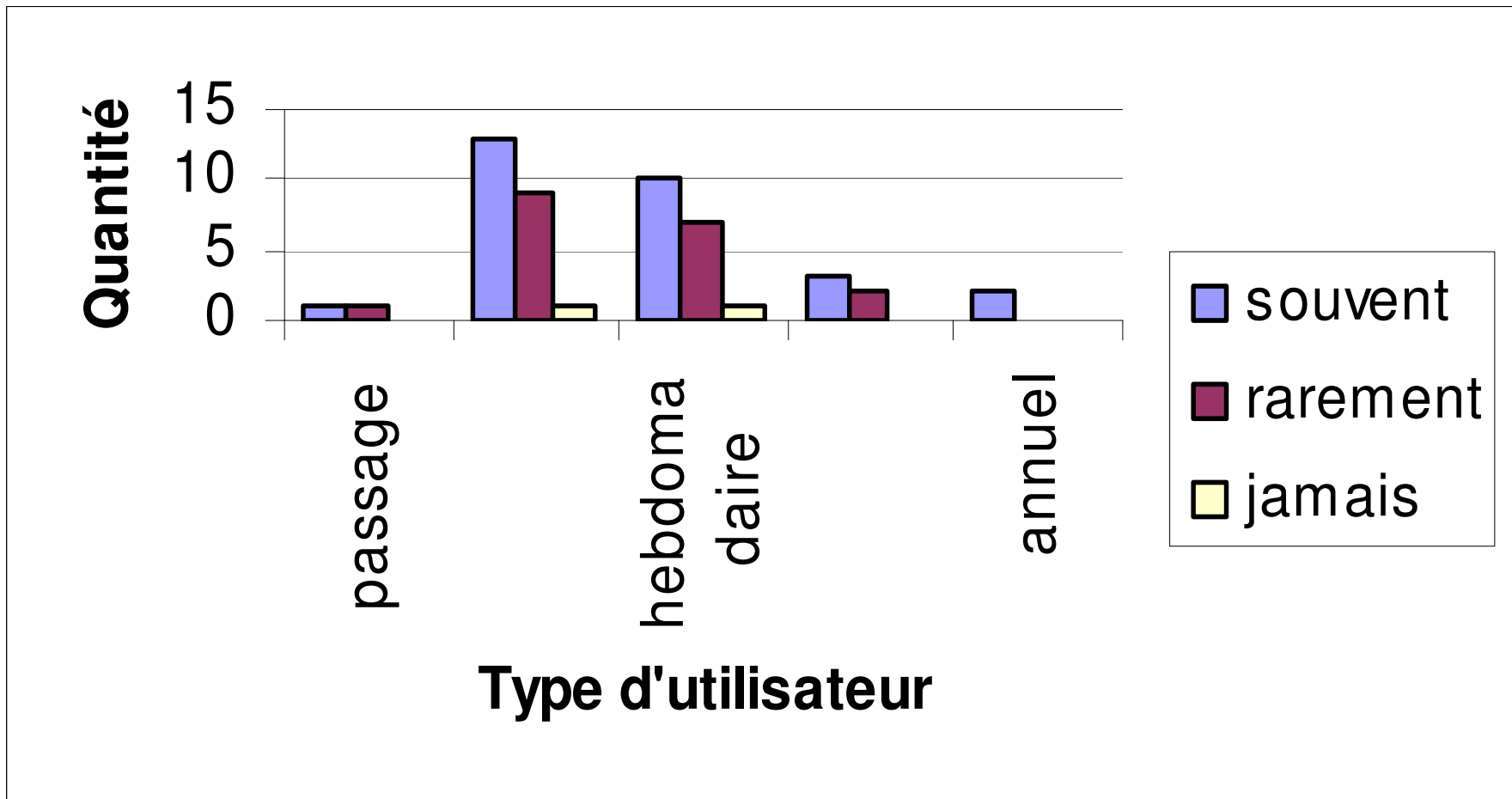


Secteur Berri-UQAM

Fréquence des visites vs l'utilisation des panneaux de signalisation

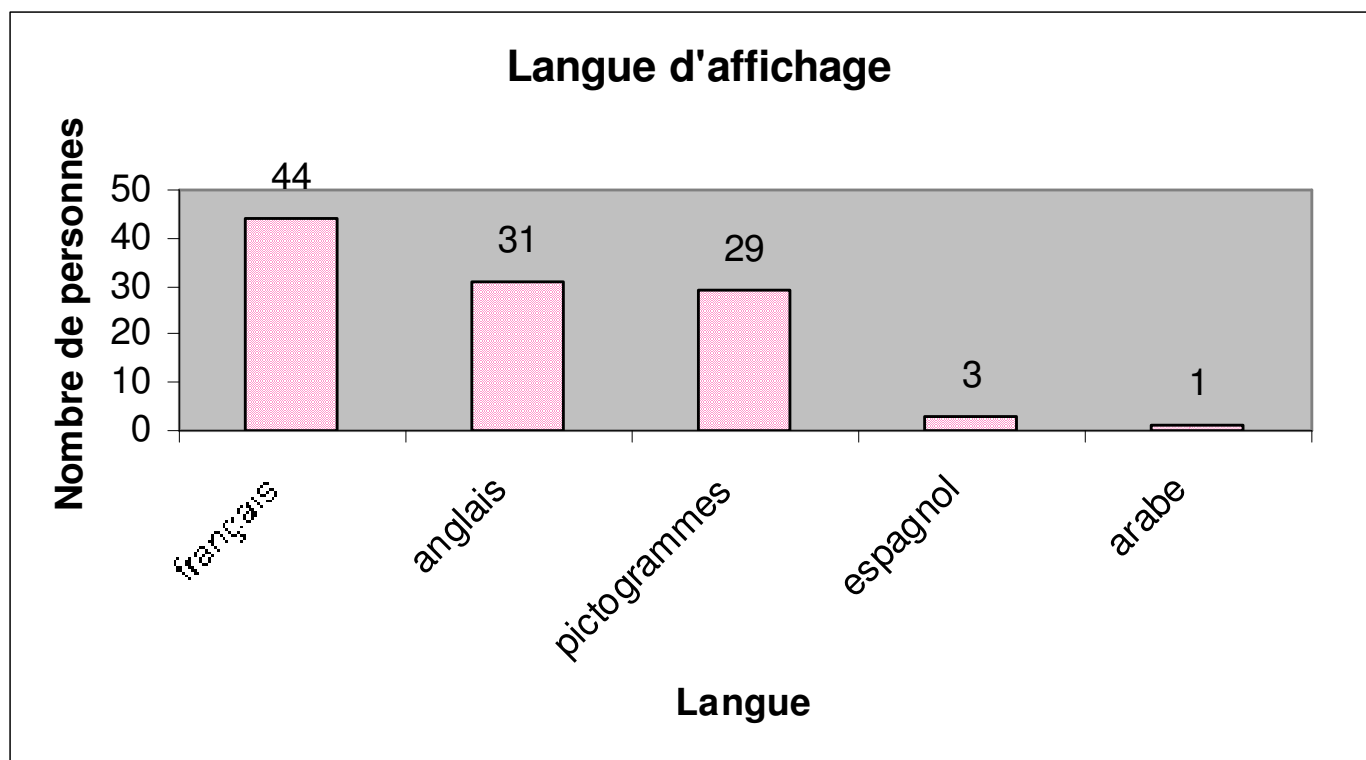
- **On ne rejette pas H0 : La fréquence des visites dans le Montréal Intérieur n'influence pas le taux d'utilisation des panneaux de signalisation.**
- **On rejette H1 : La fréquence des visites dans le Montréal Intérieur influence le taux d'utilisation des panneaux de signalisation.**
- **48 répondants sur 50 utilisent les panneaux de signalisation à l'intérieur du Montréal Intérieur, et ce peu importe leur taux de fréquentation de ces couloirs.**

Tableau du Taux de fréquentation du Montréal intérieur croisé avec l'utilisation des panneaux de signalisation



Secteur Berri-UQAM

Langues d'affichage





Secteur Berri-UQAM

- Les limites que nous avons rencontrées
 - ❖ Le temps de l'année
 - ❖ L'emplacement
 - ❖ L'échantillon
 - ❖ Réponses en fonction des autres
 - ❖ Longueur du questionnaire



Étude de la ville intérieure

Secteur Bonaventure et Lucien L'Allier

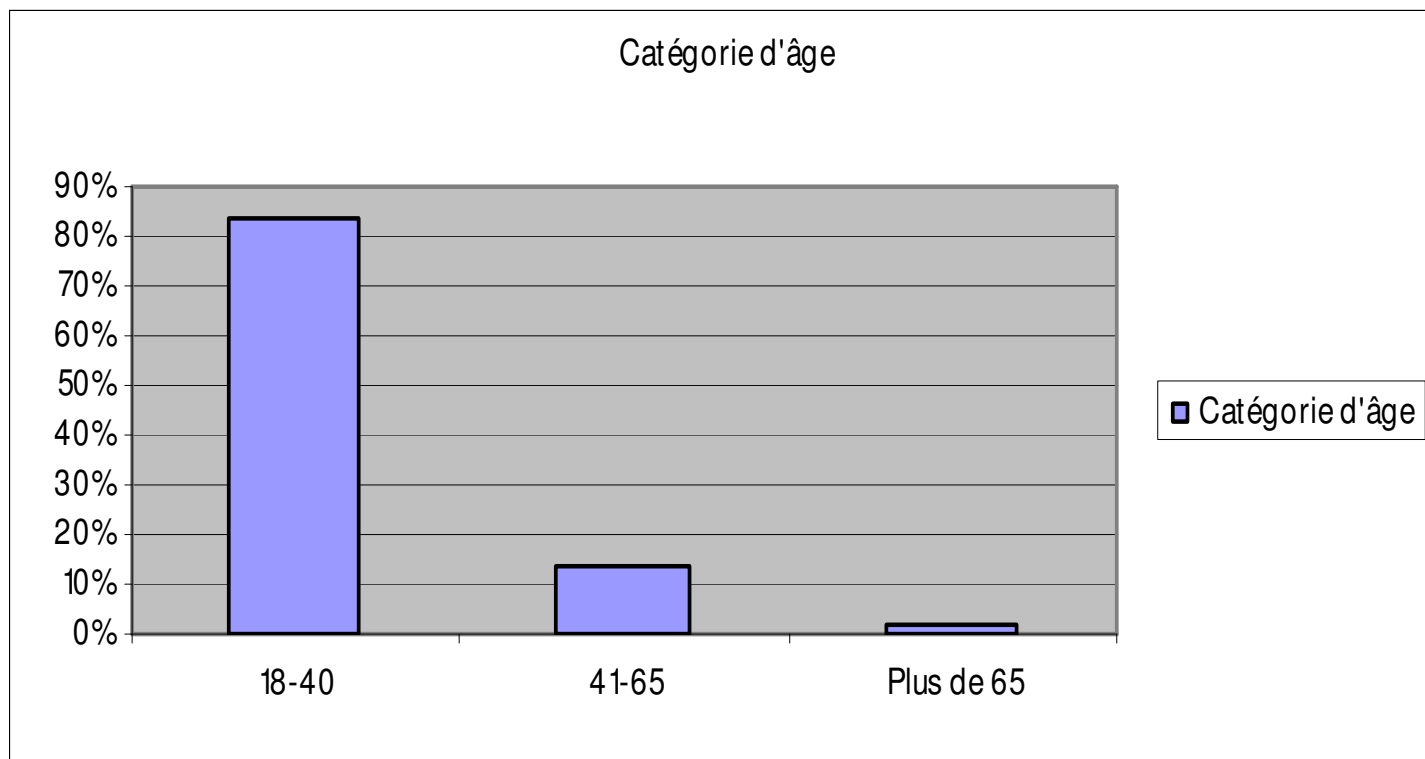


Introduction

- Emplacement
- Équipe
- Hypothèse
 - *La signalisation du Montréal intérieur est inadéquate*
 - *La signalisation est peu utilisée par les usagers fréquents (hebdomadaire et quotidien)*

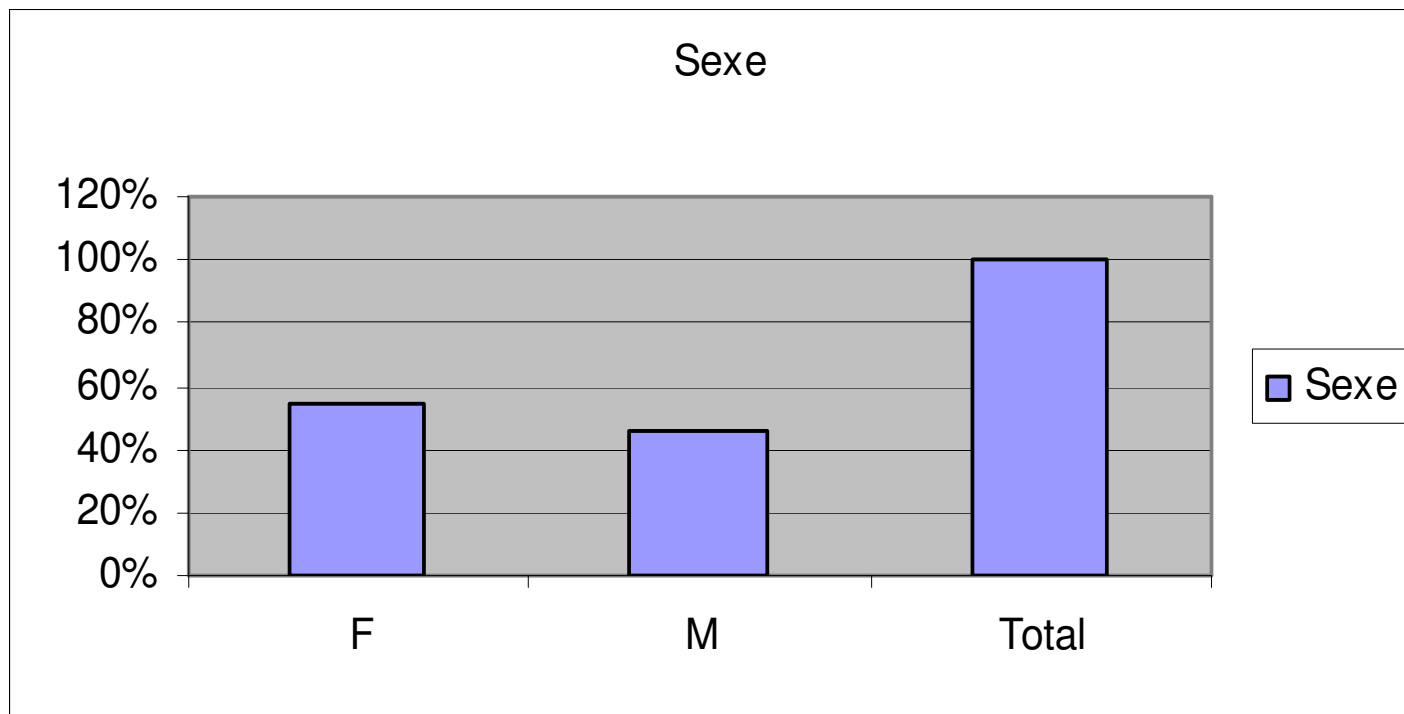
Résultats

➤ Échantillon



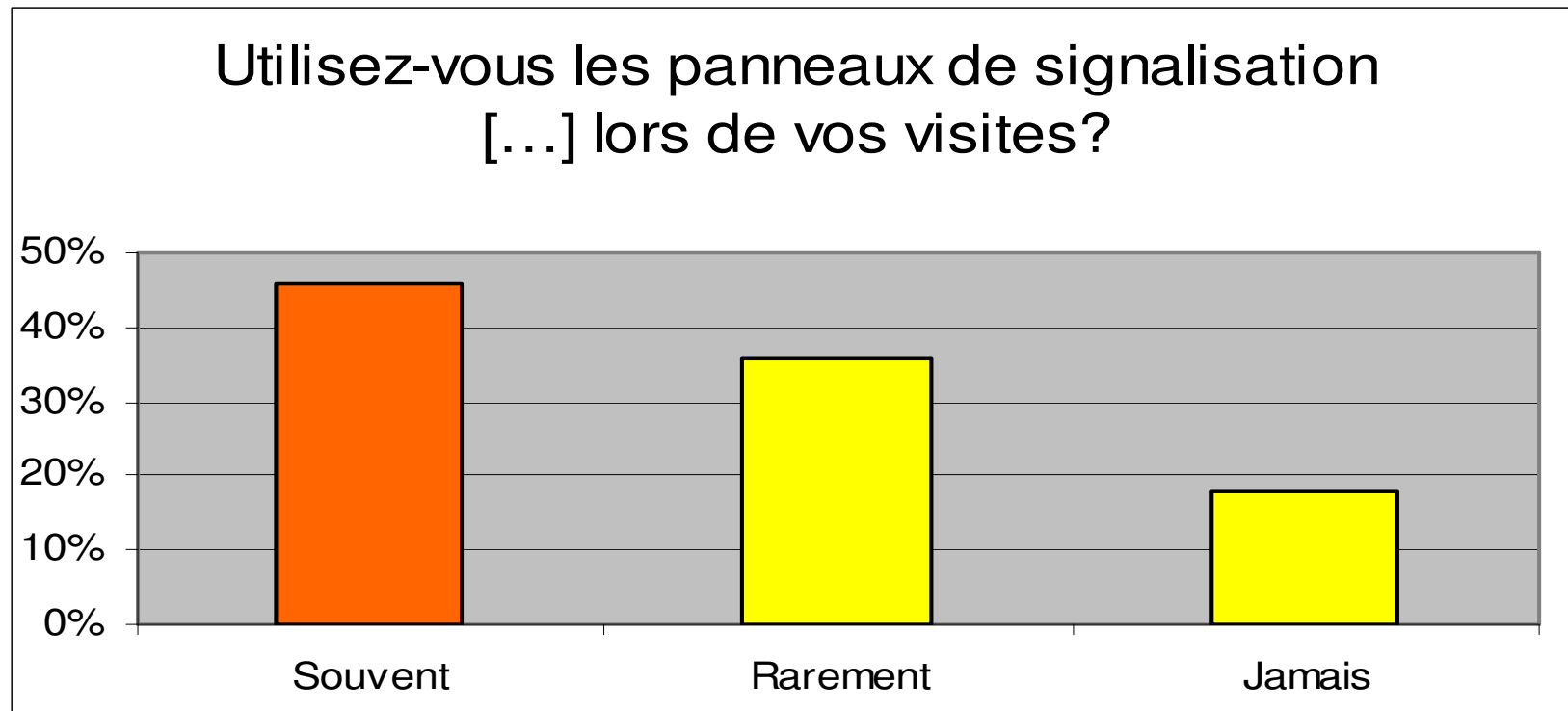
Résultats

➤ Échantillon (suite)



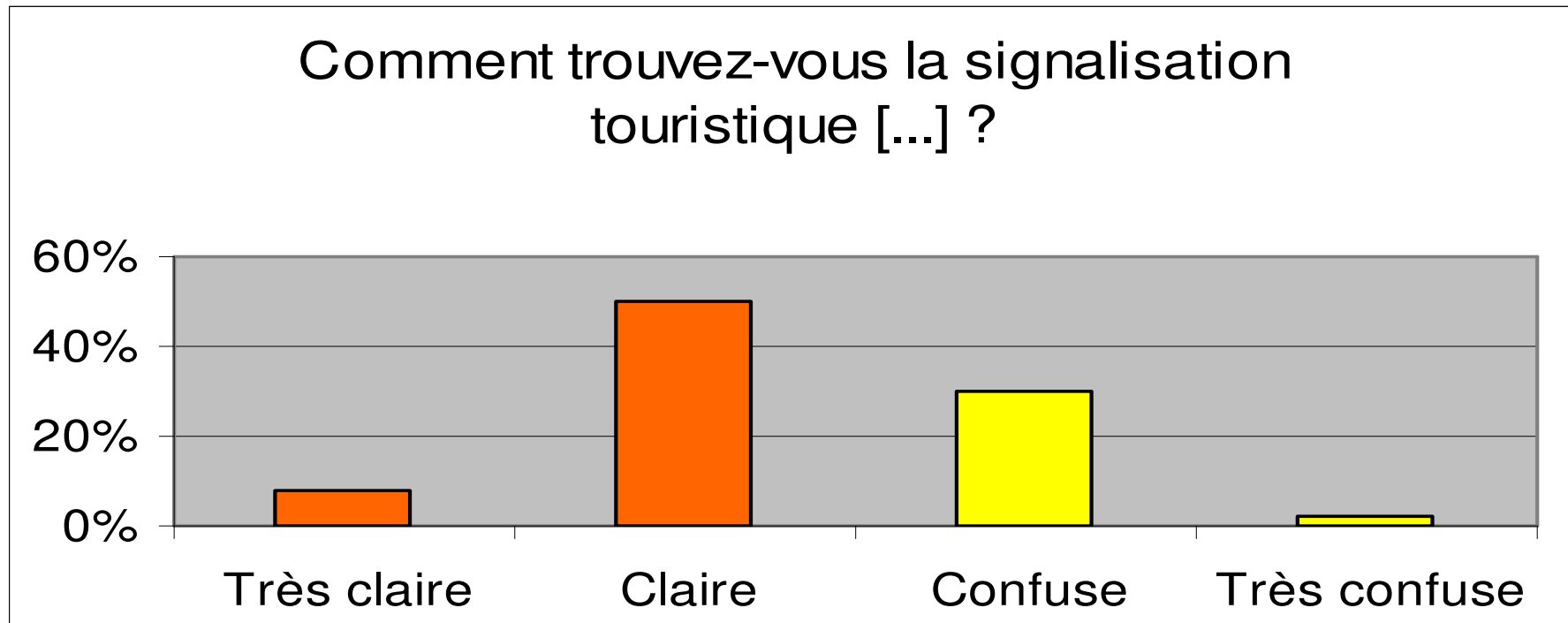
Résultats

➤ Utilisation de la signalisation



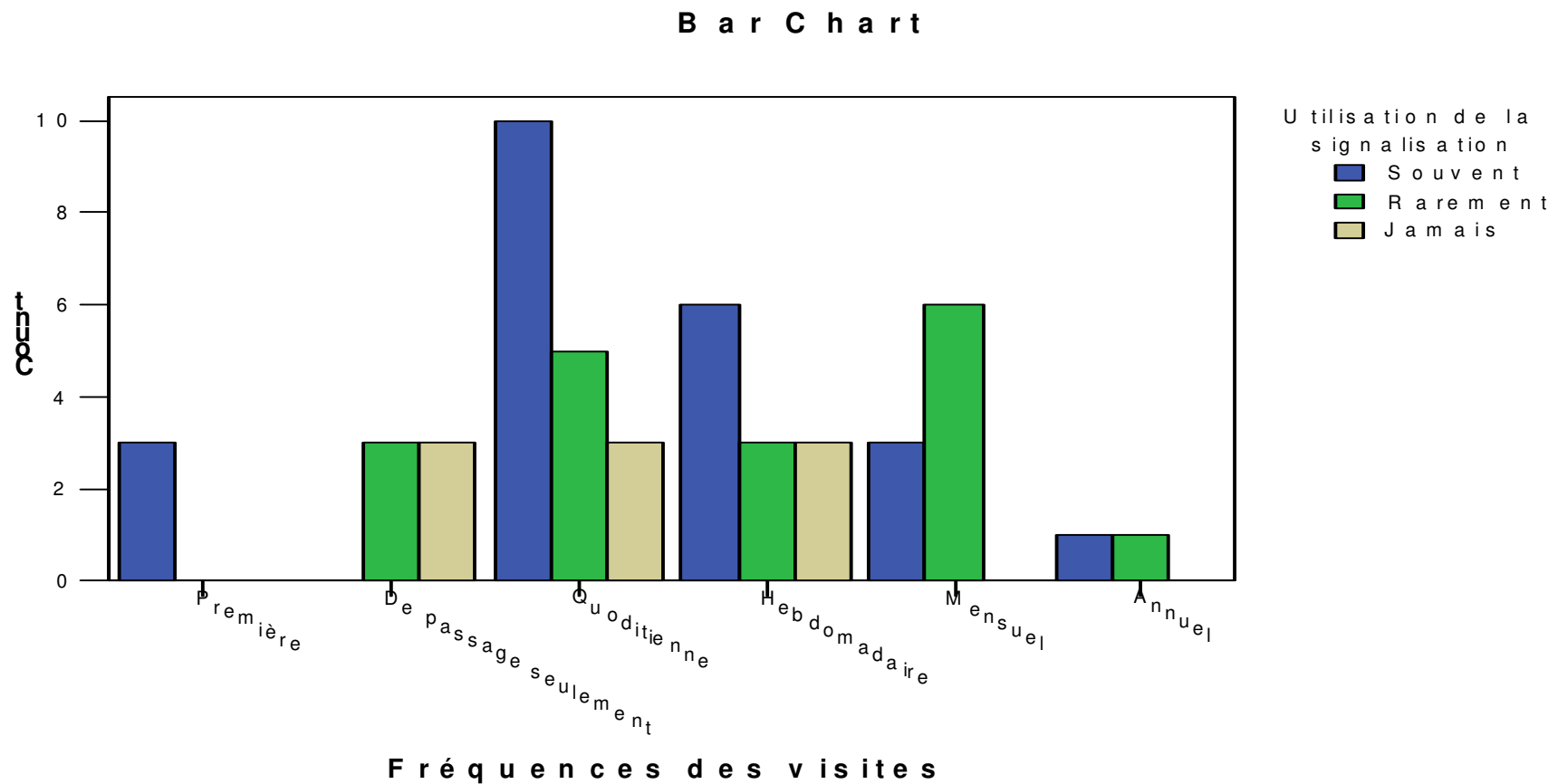
Résultats

➤ Clarté de la signalisation actuelle



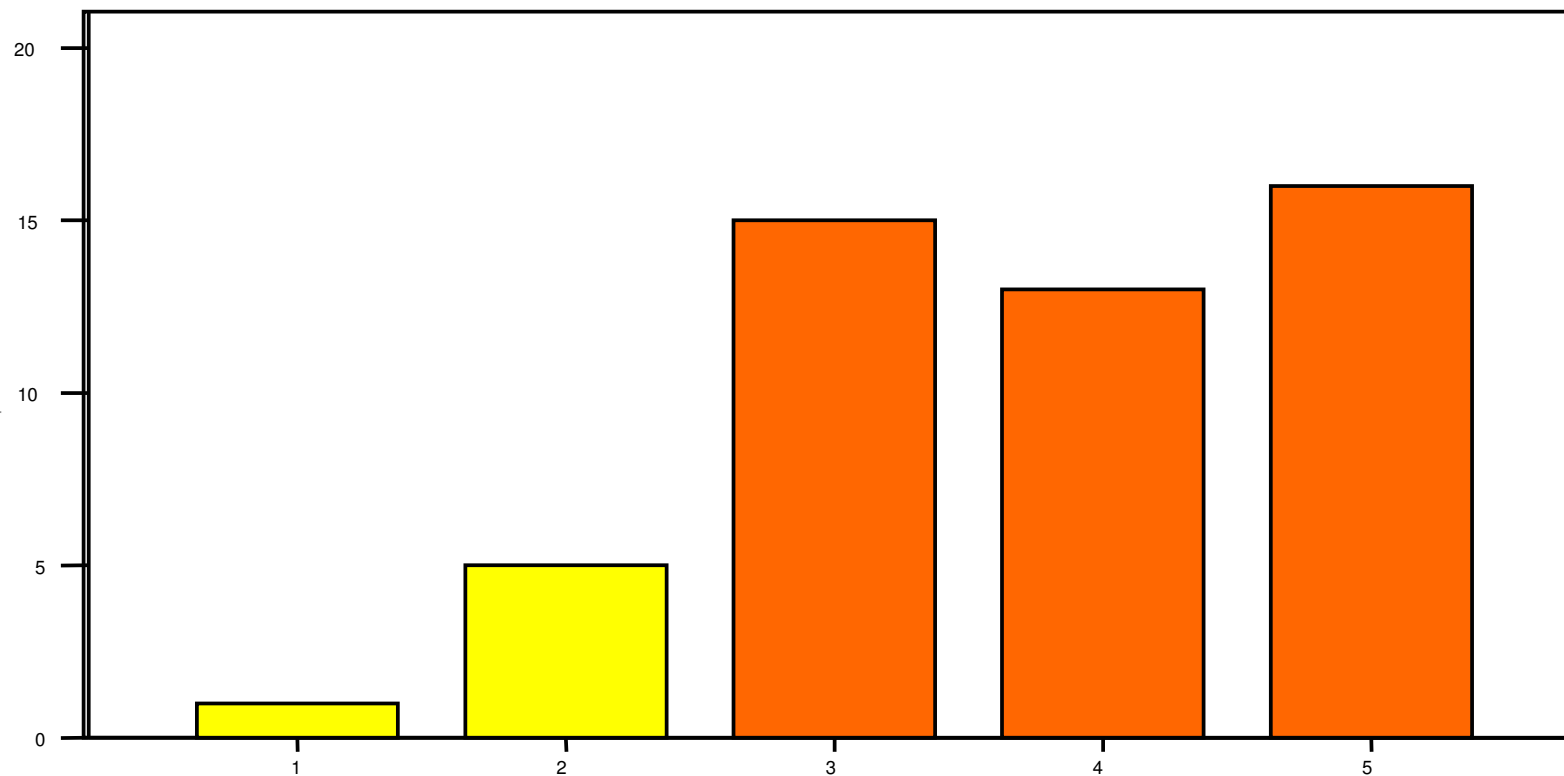
Résultats

➤ Utilisation de la signalisation selon la fréquentation



Résultats

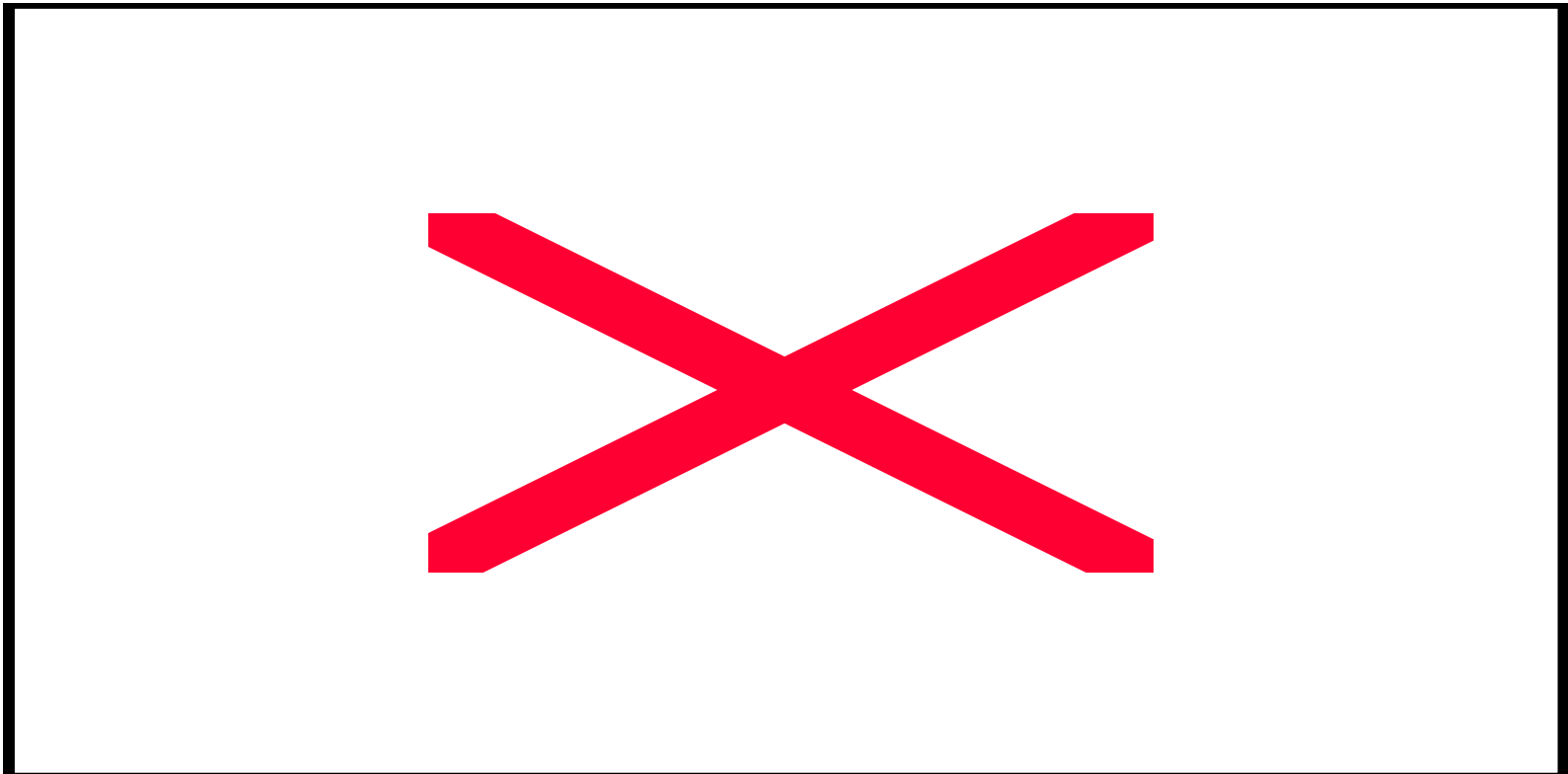
➤ Importance des améliorations





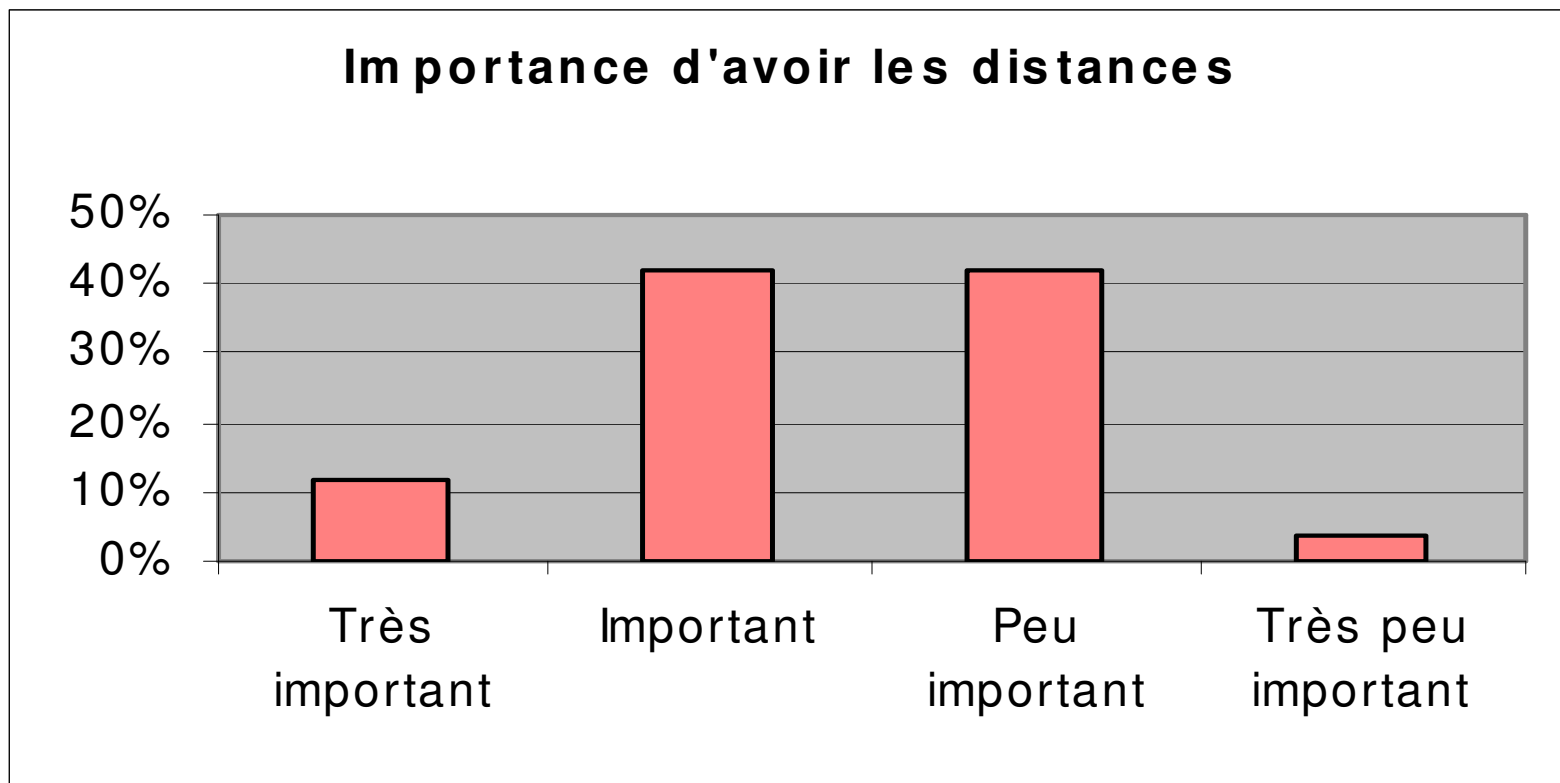
Résultats

- Uniformité des panneaux de signalisation



Résultats

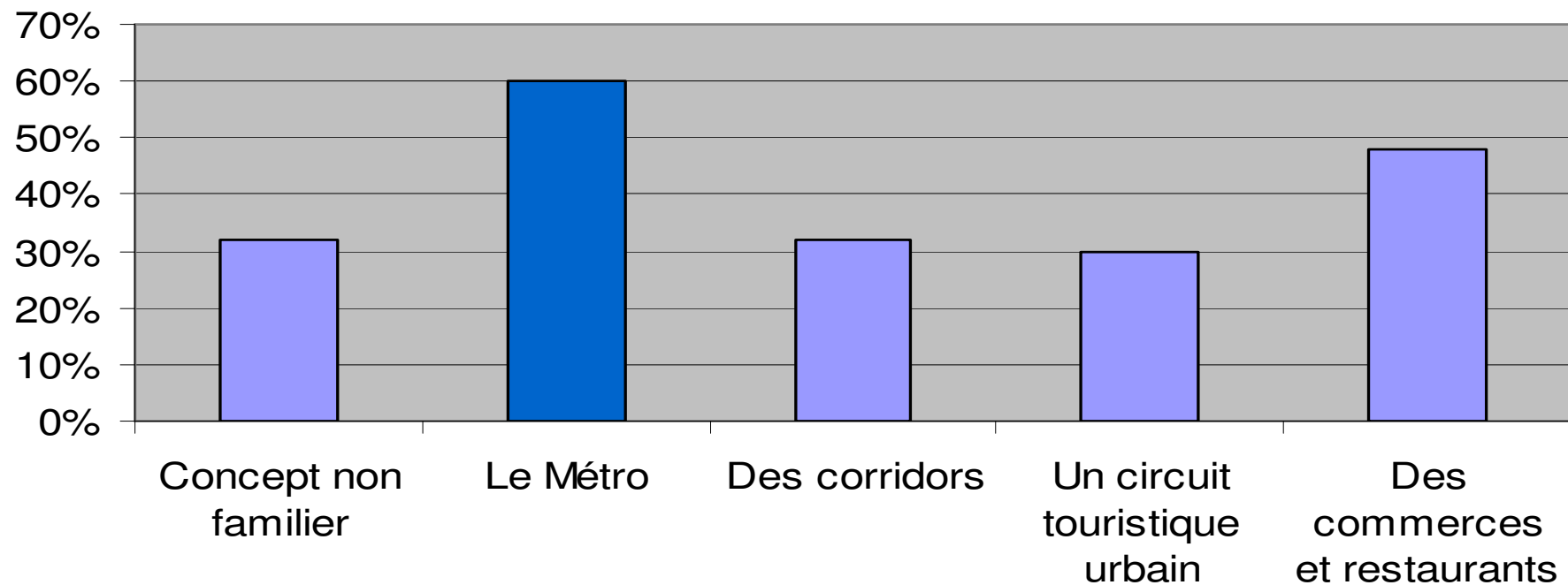
➤ Distance sur les panneaux de signalisation



Résultats

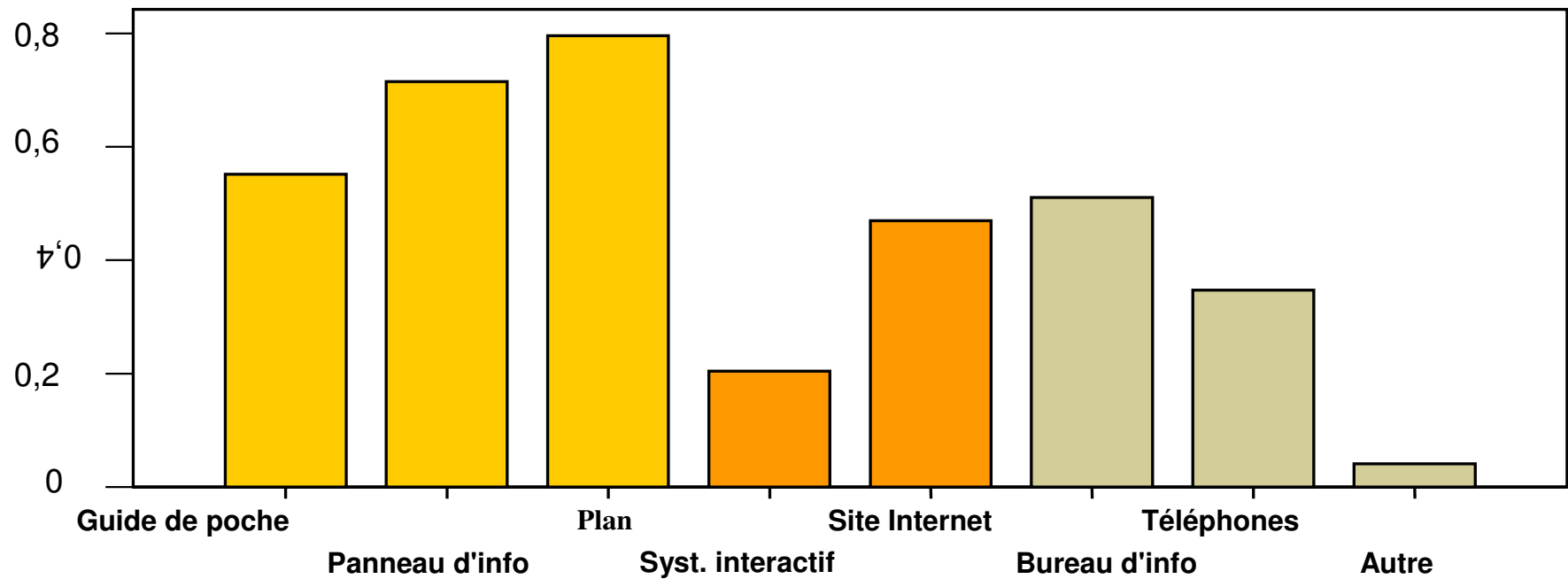
➤ L'expression Montréal intérieur

Qu'est-ce que l'expression "Montréal Intérieur" évoque pour vous ?



Résultats

➤ Outil de promotion





Étude de la ville intérieure

Secteur Guy et Atwater



Équipe 40-05

- Yasmina Abderrahman
- Hilda Cabral
- Nathalie Grégoire-Charette
- Audrey Last
- Luc Vaillancourt



Plan de la présentation

- Rappel des objectifs et hypothèses de travail
- Méthodologie
- Résultats de recherche
 - ❖ Questions générales
 - ❖ Questions de classification
 - ❖ Signalisation
 - ❖ État des lieux
 - ❖ Attentes des utilisateurs



Plan de la présentation

- Limites
- Conclusion
- Questions et commentaires



Rappel

- 2 objectifs majeurs
 - ❖ Valider les éléments susceptibles d'être améliorés
 - ❖ Formuler des solutions potentielles

- 2 hypothèses de départ
 - ❖ Déficience de la signalisation
 - ❖ Insuffisance de mise en valeur des sites touristiques du Montréal Intérieur



GUY-CONCORDIA

BOUL. DE MAISONNEUVE

RUE SAINTE-CATHERINE

BOULEVARD RENÉ-LÉVESQUE

RUE SHERBROOKE

BOUL. DE MAISONNEUVE

RUE SAINTE-CATHERINE

BOULEVARD RENÉ-LÉVESQUE

AVENUE LINCOLN

RUE SAINT-MATHIEU

RUE GUY

RUE MACKAY

RUE BISHOP

RUE CRESCENT

RUE DE LA MONTAGNE

RUE DU FORT

RUE TOWERS

RUE SAINT-MARC

RUE PIERCE

RUE TUPPER

RUE BAILE

RUE SAINT-MARC

AVENUE SEYMOUR

RUE DU FORT



Hôtel Le Montfort

Hôtel Le Saint-Malo

Hôtel du Collège

Centre canadien d'architecture

Esplanade Ernest-Cormier

Les services communautaires catholiques

Université Concordia Victoria Gym

Bureau de poste

Musée Marguerite-d'Youville

Maison mère des Sœurs Grises

Hôtel Château Versailles

Hôtel Versailles

Hôtel Manoir Le Moyne

Poste de pompiers

Faubourg Sainte-Catherine

Université Concordia Centre de l'éducation permanente

Le Nouvel Hôtel Montréal

Temple Maçonique

Tour Guy INCA

Université Concordia

Centre de recrutement des Forces Canadiennes

Hôtel Marktime

Collège Herzing

Hôtel Ritz-Carlton

Université Concordia Campus Sir George Williams

Hôtel de la Montagne

Hôtel Best Western Europa

Hôtel Novotel

Hôtel Montréal-Crescent

Musée des beaux-arts de Montréal

Musée des beaux-arts de Montréal Pavillon Jean-Nicolas Desmarais

Hôtel Vogue

Poste de pompiers

Le "Y" des femmes

Hôtel Résidence

Église St. Andrew and St. Paul

Église St. James The Apostle

Hôtel Comfort Suites

Université Concordia Pavillon des beaux-arts

Le "Y" des femmes

Hôtel Résidence

CLSC Métro

CLSC Métro

Hôtel Royal Hôtel Suites

Hôtel Best Western Europa

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Université Concordia Pavillon Henry F. Hall

Université Concordia Pavillon J.W. McConnell

Hôtel Vogue

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Université Concordia

Université Concordia

Hôtel Vogue

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Musée des beaux-arts de Montréal

Musée des beaux-arts de Montréal

Hôtel Vogue

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Musée des beaux-arts de Montréal

Musée des beaux-arts de Montréal

Hôtel Vogue

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Musée des beaux-arts de Montréal

Musée des beaux-arts de Montréal

Hôtel Vogue

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Musée des beaux-arts de Montréal

Musée des beaux-arts de Montréal

Hôtel Vogue

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

Hôtel Résidence

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358

150-369

24

15-57

15-57-358



Méthodologie

➤ Type de recherche

❖ Recherche descriptive

- Signalisation
- Mise en valeur des sites touristiques du Montréal Intérieur
- Attentes des touristes

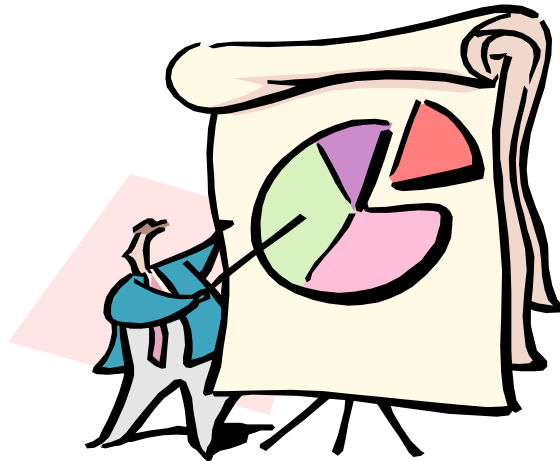
Méthodologie

- Méthode d'échantillonnage
 - ❖ Non-probabiliste par quotas
 - ☐ Jour de la semaine
 - ☐ L'heure de la journée
 - ☐ Secteur de la ville intérieur

- Instrument utilisé
 - ❖ Questionnaire



Résultats de la recherche





Résultats de recherche

➤ Questions générales

❖ Perception des usagers de l'expression "Montréal Intérieur"

- ❑ 50% associent l'expression au service de Métro et autres transports

❖ Le motif de la présence

- ❑ 42% étaient présents pour faire du magasinage

❖ La fréquence des visites

- ❑ 50% fréquentent le Montréal Intérieur quotidiennement

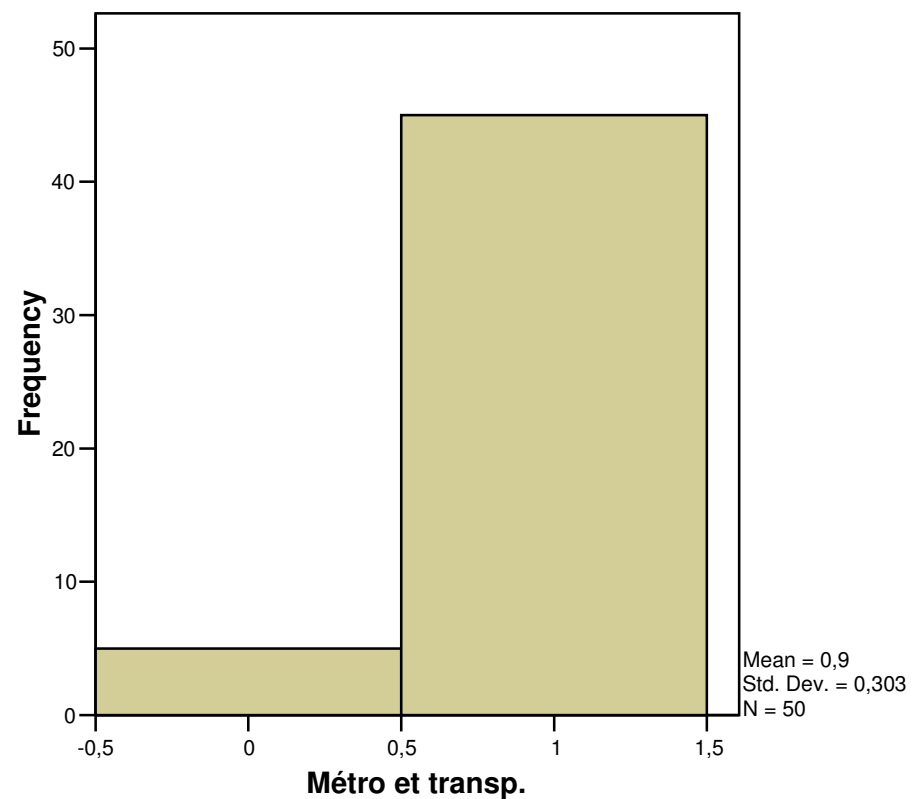
Questions générales

L'expression

Montréal Intérieur

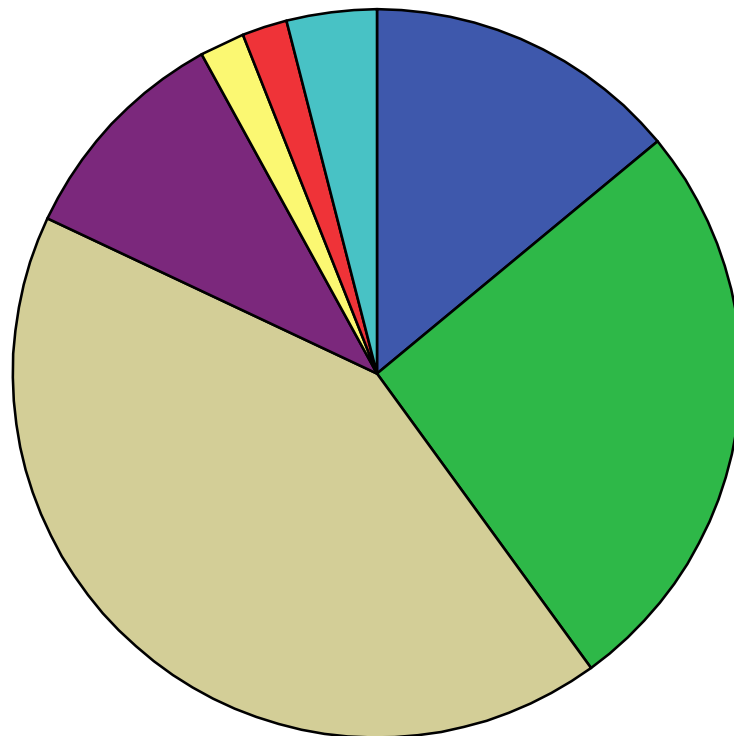
est associée à ...

Métro et transp.



Questions générales: motif de la présence

Motif de la présence



1 = Travail

2 = Études

3 = Magasinage

4 = Divertissement

5 = Résidence

6 = Sans motif précis

7 =Autre (de passage)



Questions générales: fréquences

	Fréquence	%	% cumulatif
De passage Seulement	4	8.0	8.0
Quotidienne	25	50.0	58.0
Hebdomadaire	13	26.0	84.0
Mensuelle	2	4.0	88.0
Annuelle	6	12.0	100.00
Total	50	100.0	

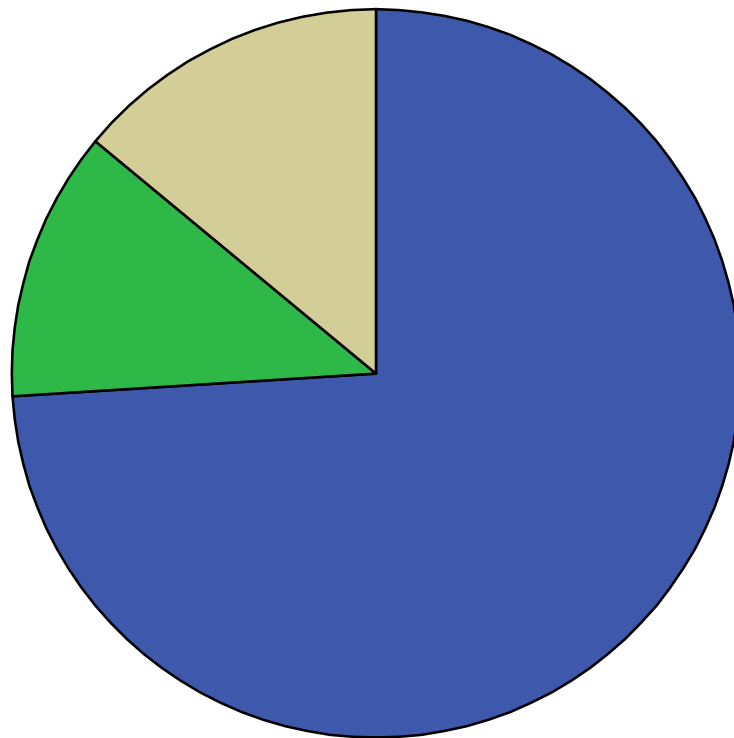
Questions de classification



- Profil des répondants
 - ❖ Lieu de résidence: 78% Montréalais
 - ❖ 66% agés entre 18 et 40 ans
 - ❖ 74% usagers réguliers
 - ❖ 62% des répondants sont des femmes
- Périodicités des entrevues
 - ❖ 40% entre 10h-12h et entre 14h-16h
 - ❖ 60% jeudi 18 mars
 - ❖ 68% à la sortie du métro(sur la rue)
 - ❖ Atwater et Guy-Concordia

Questions de classification: titre

Titre



1 = Usager régulier

2 = Touriste d'affaires


3 = Touriste d'agrément

4 = Autre (de passage)



Résultats de recherche

➤ Signalisation

- ❖ Types d'informations à afficher
- ❖ Utilisation des panneaux comme points de repère
- ❖ Mobilité à l'intérieur du *RÉS* 
- ❖ Uniformité de la signalisation
- ❖ Perspective touristique

Signalisation

Crosstab

			Titre			Total
			1	3	4	
Utilisation signalisations	1	Count	10	5	3	18
		% within Utilisation signalisations	55,6%	27,8%	16,7%	100,0%
		% within Titre	27,0%	83,3%	42,9%	36,0%
		% of Total	20,0%	10,0%	6,0%	36,0%
	2	Count	18	1	4	23
		% within Utilisation signalisations	78,3%	4,3%	17,4%	100,0%
		% within Titre	48,6%	16,7%	57,1%	46,0%
		% of Total	36,0%	2,0%	8,0%	46,0%
	3	Count	9	0	0	9
		% within Utilisation signalisations	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within Titre	24,3%	,0%	,0%	18,0%
		% of Total	18,0%	,0%	,0%	18,0%
Total	Count	37	6	7	50	
	% within Utilisation signalisations	74,0%	12,0%	14,0%	100,0%	
	% within Titre	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	74,0%	12,0%	14,0%	100,0%	

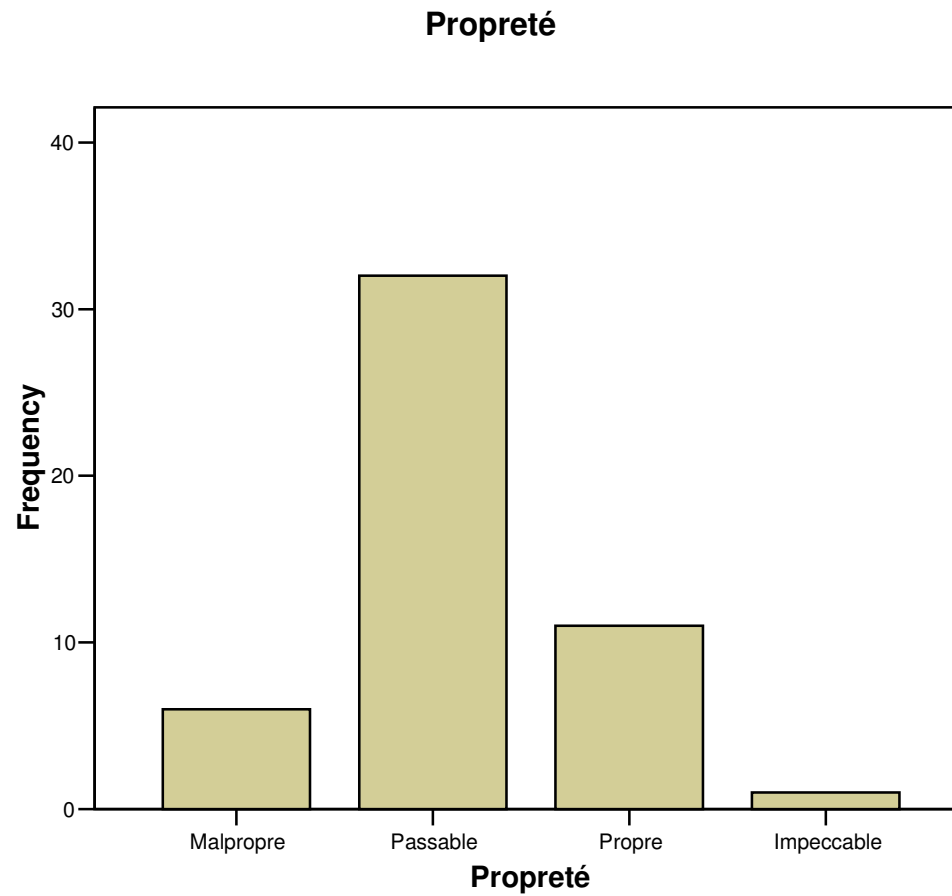


Résultats de recherche

➤ État des lieux du *RÉS* 

- ❖ Propreté
- ❖ Esthétisme
- ❖ Expérience
- ❖ Sécurité
- ❖ Perspective culturelle

État des lieux : Salubrité





État des lieux : Sécurité

	1 = Femme	2 = Homme	Total
Parfaitement en sécurité	5	12	17
Plutôt en sécurité	22	5	27
Plus ou moins en sécurité	4	1	5
Pas du tout en sécurité	0	1	1
Total	31	19	50



Résultats de recherche

- Attentes des utilisateurs
 - ❖ Améliorations locatives soulevées
 - ❖ Méthodes de diffusions



Attentes des utilisateurs

Moyens de diffusion	Nombre de répondants Sur 50	Pourcentage
Guide de poche	23	46%
Panneau d'information détaillé	33	66%
Plan	33	66%
Système interactif	12	24%
Site Internet	31	62%
Bureaux d'information	32	64%
Téléphones à l'usage des touristes	26	52%
Autre	0	0%



Limites

- Saison
- Taille de l'échantillon
- Dissonance : objectifs & données recueillies
- Inexpérience en analyse de recherche



Conclusion

- Piste de recherches spécifiques
- Avenues et solutions envisageables
- Expérience du groupe de recherche

Questions et commentaires ?



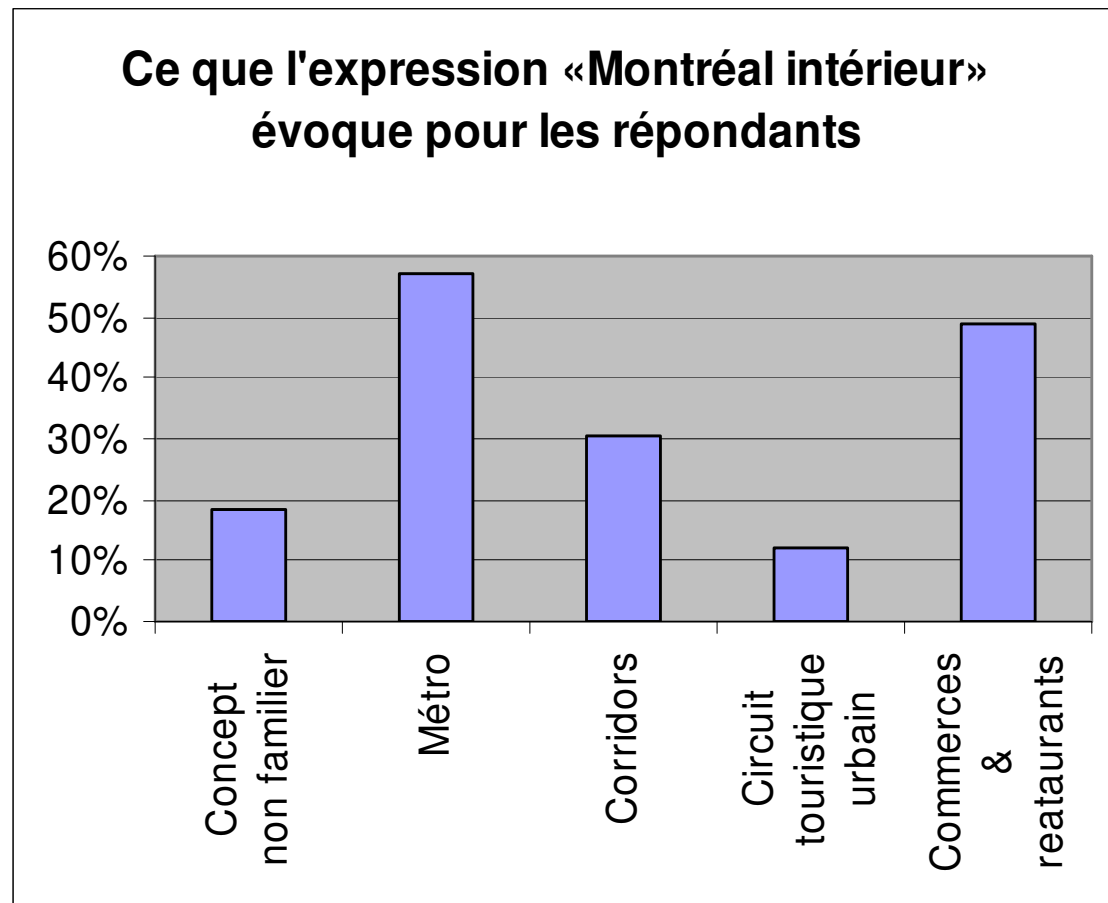


Étude de la ville intérieure

Secteur Place des Arts

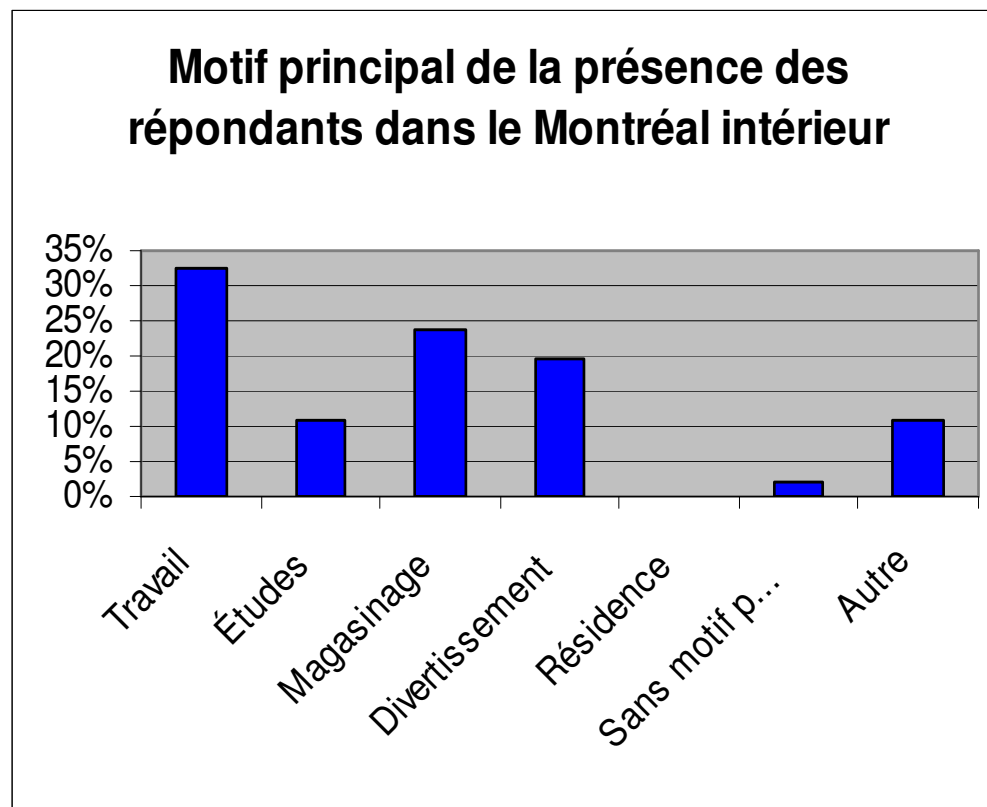
Analyse fréquentielle des résultats

Perception des usagers



Description des usagers

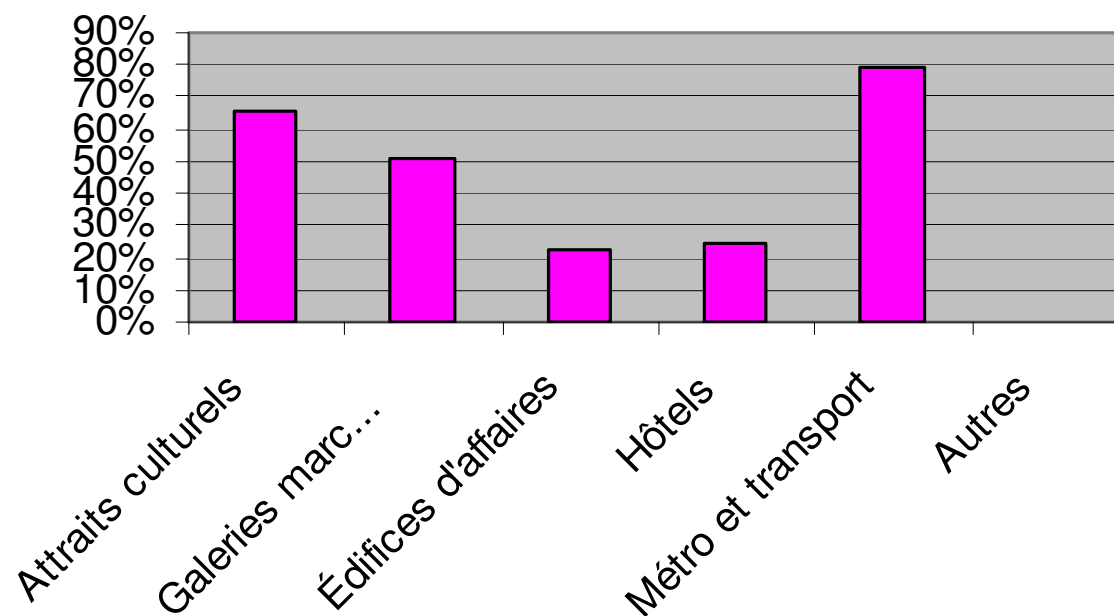
- Titre des usagers
- Motif de la visite
- Fréquence des visites



Analyse fréquentielle des résultats

Signalisation

Information importante d'afficher dans le Montréal intérieur



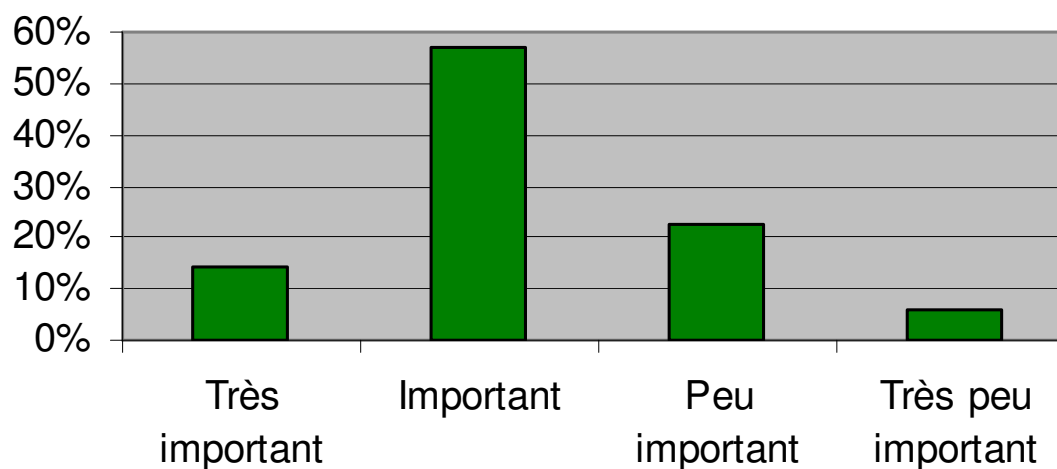
Signalisation

- Fréquence de l'utilisation
- Clarté/Efficacité
- Attentes spécifiques des usagers
 - Uniformité
 - Langues d'affichage
 - Distance à parcourir

Apparence générale

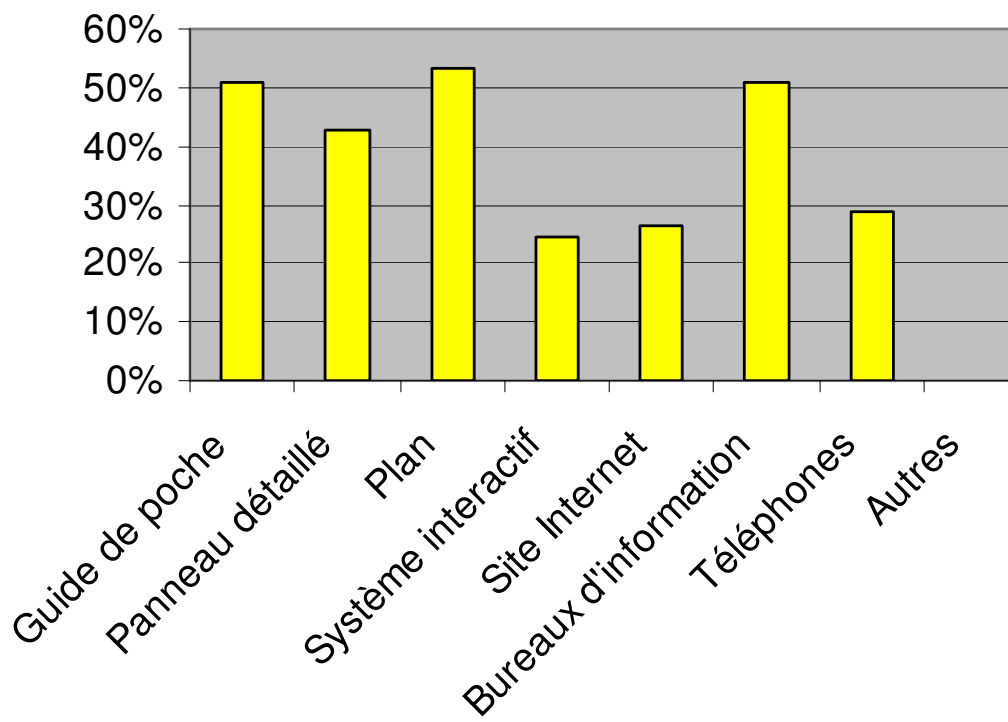
- Propreté
- Œuvres d'art
- Esthétisme
- Sécurité

Importance de la présence d'oeuvres d'art dans le Montréal intérieur



Promotion du Montréal intérieur

Diffusion de l'information sur le
Montréal intérieur



Description des usagers

- Titre du répondant/Motif principal de sa présence
 - Touristes d'affaire
 - Touristes d'agrément
 - Usagers réguliers

Description des usagers

- Titre de l'utilisateur/Fréquence d'utilisation de la signalisation

La signalisation est surtout utilisée par les touristes d'agrément

Signalisation

- Niveau d'importance d'avoir une signalisation uniforme/degré d'importance d'améliorer la signalisation

Les répondants qui considèrent nécessaire d'améliorer la signalisation actuelle accordent une importance particulière à une signalisation uniforme

Signalisation

- Niveau d'importance d'avoir une indication précise des distances à parcourir entre 2 points/Degré d'importance d'améliorer la signalisation

Les répondants qui considèrent nécessaire d'améliorer la signalisation actuelle soulignent l'importance d'indiquer les distances à parcourir entre 2 points spécifiques

Signalisation

- Degré de facilité avec lequel l'utilisateur se rend à destination/niveau de clarté de la signalisation

Il existe un lien très fort entre la clarté de la signalisation et la facilité de se rendre à destination



L'équipe

- Isabelle Laroche
- Marie-Eve Legault
- Sandra Dallaire
- Stéphanie Mathers Verville



Étude de la ville intérieure

Secteur McGill



Les hypothèses:

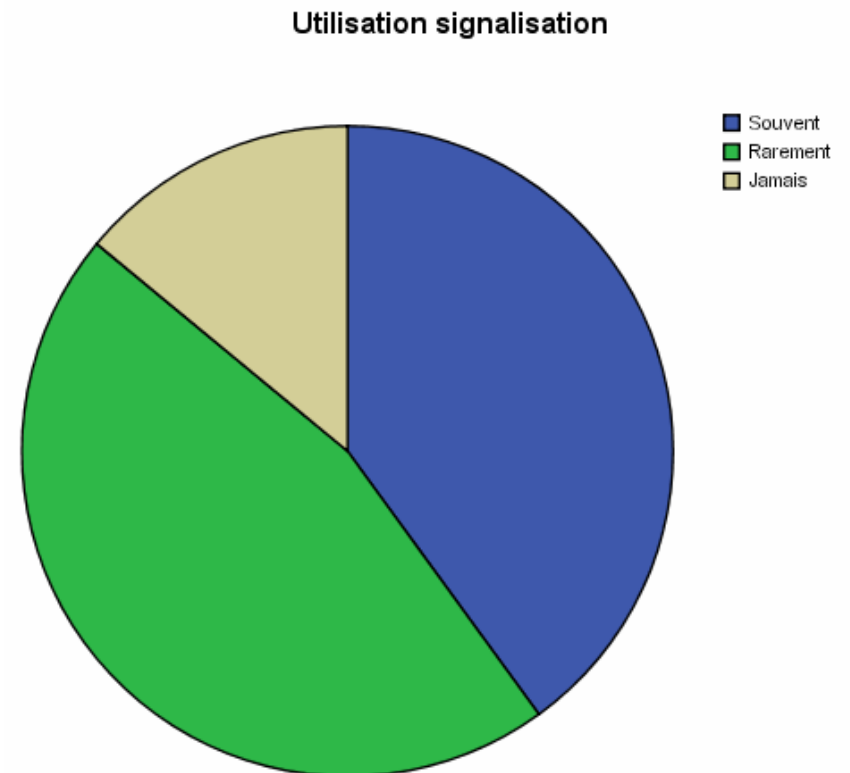
- *La Ville de Montréal pense que la signalisation de la ville intérieure est déficiente et que ceci nuit aux activités touristiques ».*
- *« La Ville de Montréal pense également que les différents sites touristiques de Montréal ne sont pas suffisamment mis en valeur au sein de la ville intérieure ».*



Quelques statistiques...

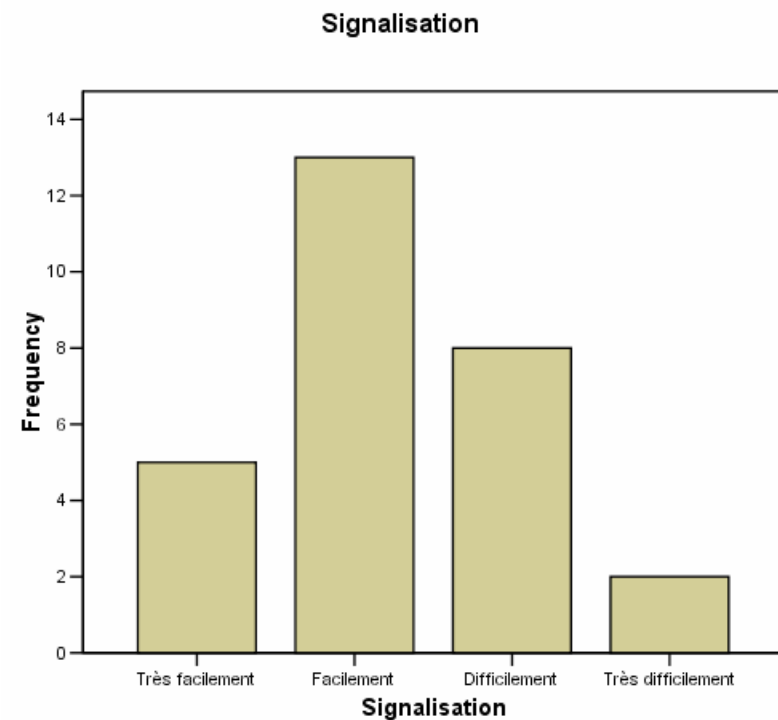
Utilisation de la signalisation

La majorité des usagers (46%) utilise rarement la signalisation.

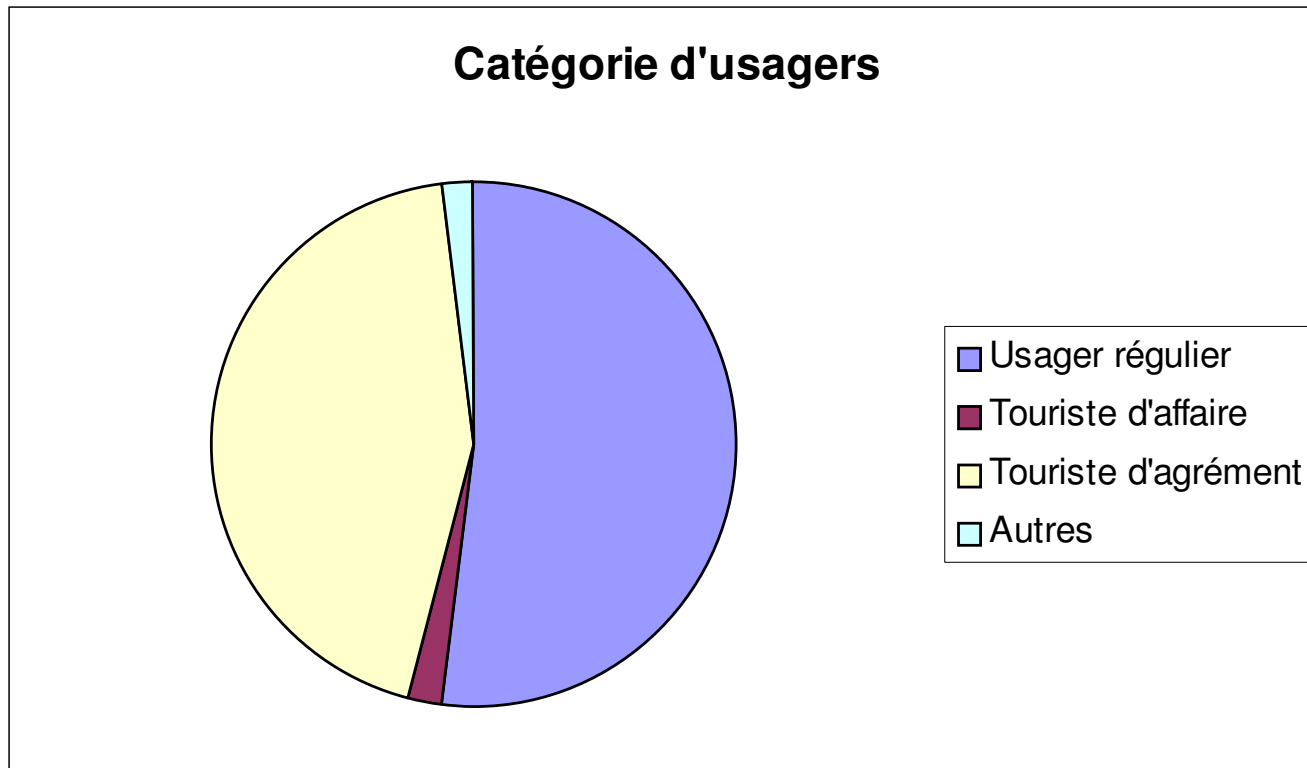


Facilité d'utilisation

Niveau de facilité qu'on les usagers interviewés à utiliser la signalisation dans le Montréal Intérieur.



Utilisation





Utilisation de la signalisation

- **40%** des répondants utilisent **souvent** la signalisation
 - Parmi ceux-ci **32%** font partie de la catégorie « Touriste d'agrément » et « Touriste d'affaire »
- **46%** des répondants utilisent **rarement** la signalisation
 - Parmi ceux-ci **34%** font partie de la catégorie « Usager régulier »
- **14%** des répondants n'utilisent **jamais** la signalisation
 - Parmi ceux-ci **10%** font partie de la catégorie « Usager régulier »

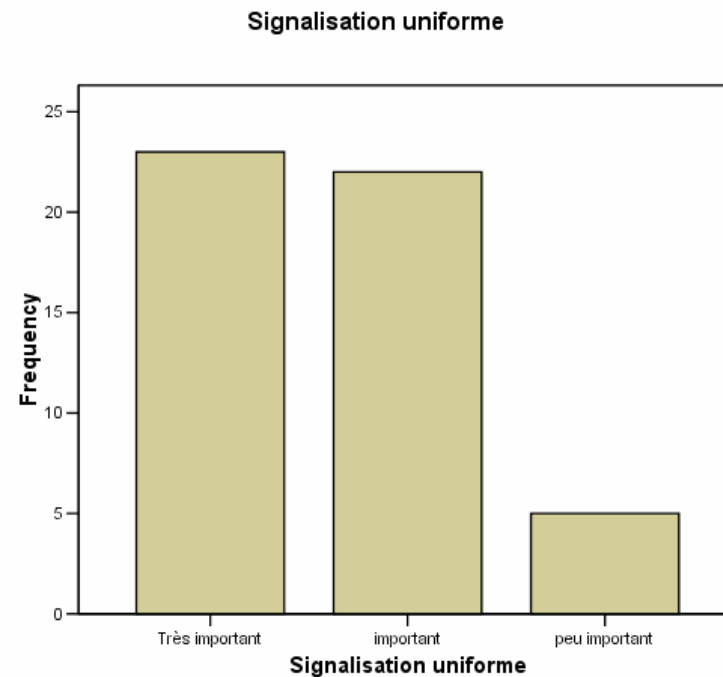


Orientation

Fréquence d'utilisation de la signalisation	Se sont perdus 3 fois et plus	Se sont perdus 1 ou 2 fois	Ne se sont pas perdus
Souvent	15%	41%	14%
Rarement		4%	22%
Jamais			4%

Importance d'une signalisation uniforme

Une majorité d'utilisateurs trouve important d'avoir une signalisation uniforme dans le Montréal intérieur.



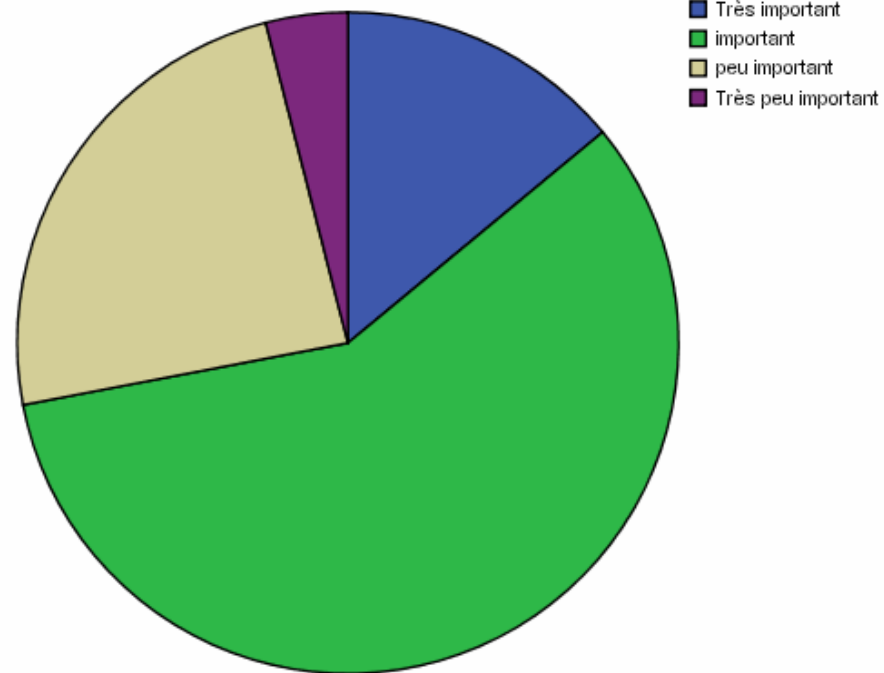


Importance d'une signalisation uniforme

Niveau d'importance	Une signalisation uniforme
Très important	46%
Important	44%
Peu important	10%

Distance entre les lieux

Importance indication





Distance entre les lieux

Niveau d'importance	Indiquer la distance entre les lieux
Très important	14%
Important	58%
Peu important	24%
Très peu important	4%

Signalisation vs Distance

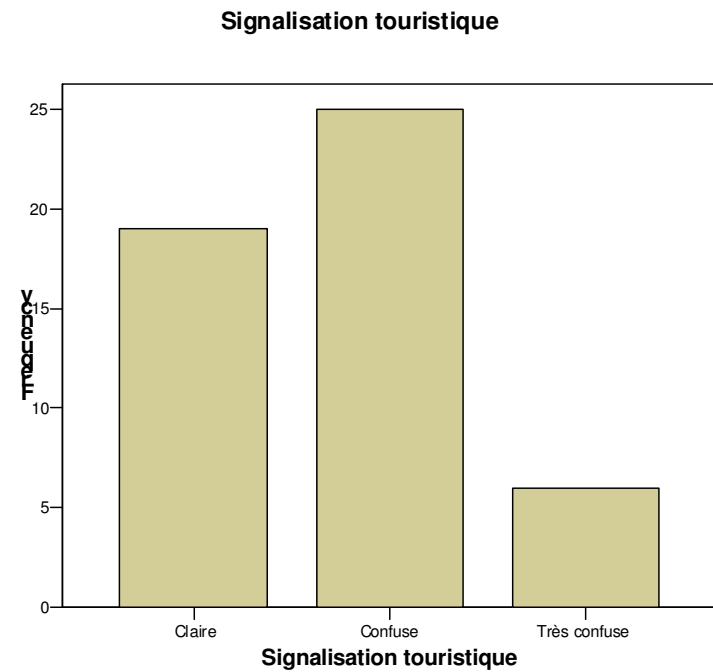
**La signalisation
uniforme
vs
Indication des
distances
à parcourir**

**Indication des distances
à parcourir**

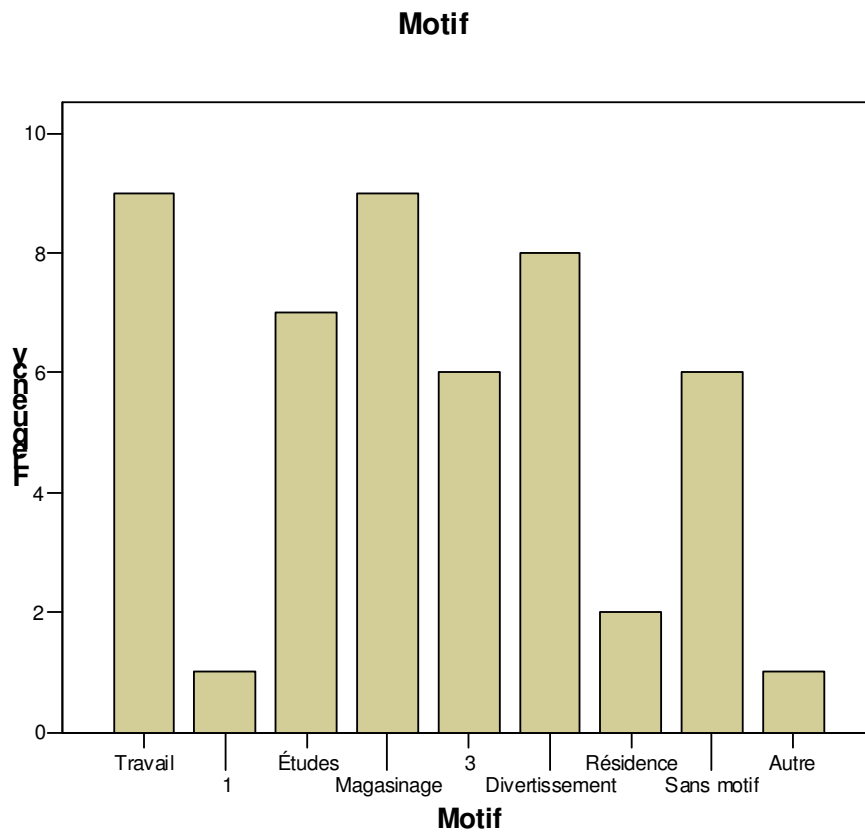
Importance d'une signalisation Uniforme	Très important	Important	Peu important	Très peu Important
Très importante	14%	26%	4%	2%
Importante		26%	16%	2%
Peu importante		6%	4%	

Signalisation Touristique

Clarté de la signalisation



Motif





Conclusion

Rappel l'hypothèse :

- *La Ville de Montréal pense que la signalisation de la ville intérieure est déficiente et que ceci nuit aux activités touristiques ».*



Conclusion

- **40% des répondants utilisent souvent la signalisation**
- **Parmi ceux-ci, 32% font partie de la catégorie « Touriste d'agrément » et « Touriste d'affaire »**
- **56% des répondants qui ont affirmé utiliser la signalisation souvent ont eu de la difficulté à s'orienter**
- **66% des usagers considèrent qu'une signalisation uniforme et une indication de la distance à parcourir entre des lieux précis seraient importante ou très importante**