

# Étude du mobilier urbain et de l'affichage dans le Quartier des Spectacles





## Constats

---

- Quartier des spectacles : un pôle culturel.
- 30 salles de spectacles offrant près de 28 000 sièges.
- Nombreux festivals d'envergure internationale.
- Galeries d'art et lieux de diffusion de la culture alternative.
- Rue Sainte-Catherine : un fil conducteur



# Objectifs

---

- L'affichage actuel permet-il de créer une identité propre?
- Connaître l'opinion de la population résidente.
- Connaître l'opinion des visiteurs.
- Déterminer si l'affichage actuel est facilement identifiable et utilitaire pour les usagers.
- Identifier des types de mobilier urbain et d'affichage qui permettraient de mieux répondre aux attentes des usagers.



# Hypothèses

---

- Des informations pertinentes sur le quartier sont manquantes dans l'affichage public et doivent par ce fait même être améliorées.
- L'esthétisme et la fonctionnalité des différents types d'affichage actuel sont variables.



# Méthodologie

---

- Étude de nature descriptive
- Échantillon non probabiliste de 1041 répondants
- Échantillon provenant de 12 intersections du Quartier des spectacles
- Collecte de données échelonnée sur 17 jours, incluant le festival Montréal en lumière, avec 3 plages horaire (AM, PM, soir)
- Questionnaire complété par entrevue
- Données analysées à l'aide du logiciel SPSS



# Problématiques présentées

---

- Analyses multivariées
- Familiarité, limites, repères et opinion relatif au quartier des spectacle présenté
- Utilité et esthétique des types d'affichages (2 parties)
- Analyse du niveau d'importance de certains contenus dans l'affichage
- Opinion de la population par rapport à l'affichage actuel
- Spectacles et films en 2006 et choix des différents types d'affichage sur le plan esthétique et utilitaire



# Étude du mobilier urbain et de l'affichage dans le quartier des spectacles «équipe 1»

---

Brève description de l'aspect  
familiarité, limites, repères et opinion  
relatif au quartier des spectacle  
présenté

# Familier

## ➤ Question 1 :

❖ Savez-vous que vous vous trouvez actuellement dans un quadrilatère de Montréal désigné «quartier des spectacles»?

- ✕ Non
- ✕ Oui

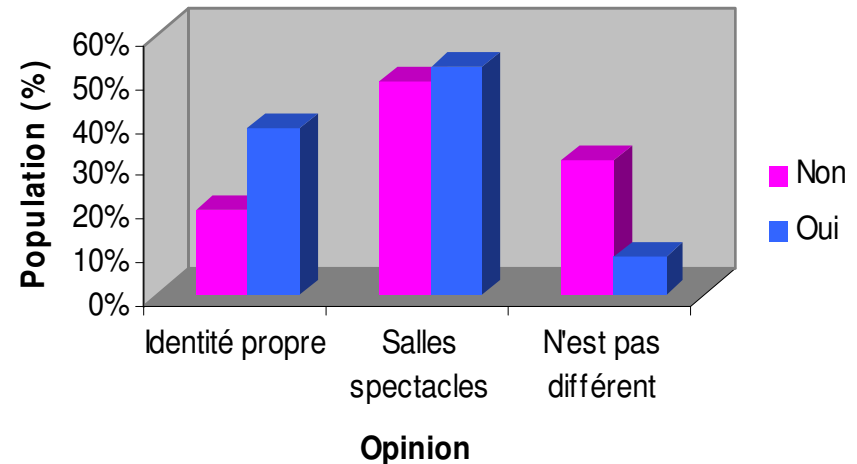
*Si la personne a répondu «oui», passez à la question 2. Sinon, passez à la*



# Familier et Opinion

- Familier :
  - ❖ 38.6 % identité propre
  - ❖ 8.9% n'est pas diffère
- Non Familier :
  - ❖ 19.6% identité propre
  - ❖ 31 % n'est pas diffère

La familiarité influence l'opinion des gens

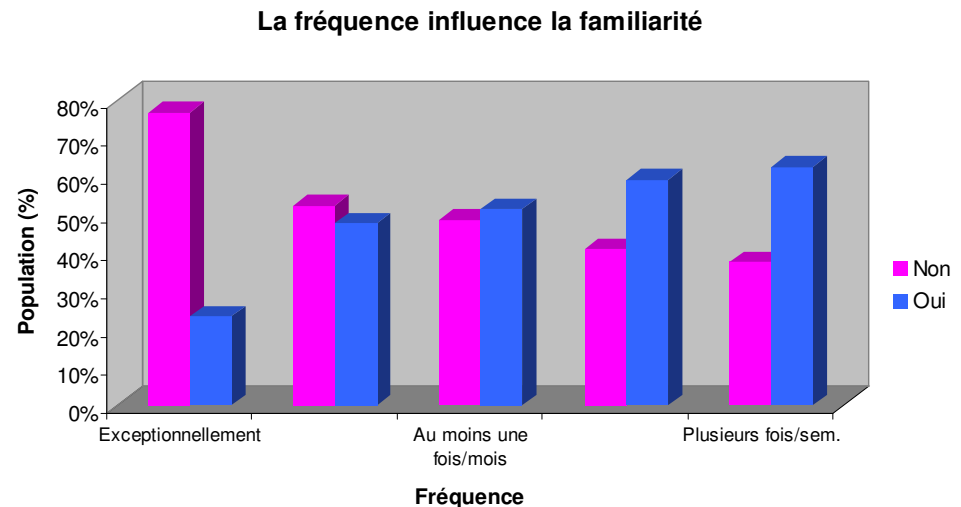


- H0: La familiarité avec le quartier des spectacles n'influence pas l'opinion quant à l'identité de ce quartier.
- H1 : La familiarité avec le quartier des spectacles influence l'opinion quant à l'identité de ce quartier

# Familier et Fréquence

## ➤ Familier :

- ❖ Au moins une fois par semaine (59.1%)
- ❖ Plusieurs fois par semaine (62.5%)



## ➤ Non Familier :

- ❖ Exceptionnellement (76.7%)

➤ H0 : La fréquence au sein du quartier des spectacles n'influence pas la familiarité au quartier

➤ H1 : La fréquence au sein du quartier des spectacles n'influence pas la familiarité au quartier

# Familier et Motif

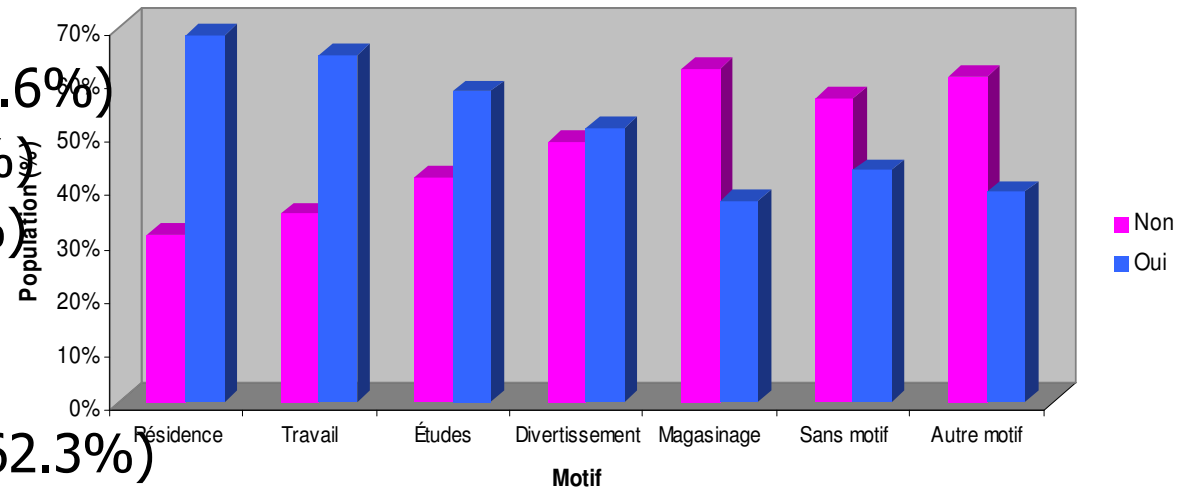
Le motif influence la familiarité au quartier

➤ Familier :

- ❖ Résidence (68.6%)
- ❖ Travail (64.7%)
- ❖ Études : (58%)

➤ Non Familier :

- ❖ Magasinage (62.3%)
- ❖ Sans motif (56.7%)
- ❖ Autre motif (60.7%)



- H0 : Le motif au sein du quartier des spectacles n'influence pas la familiarité du quartier
- H1 : Le motif au sein du quartier des spectacles influence la familiarité du quartier

# Familier et Région

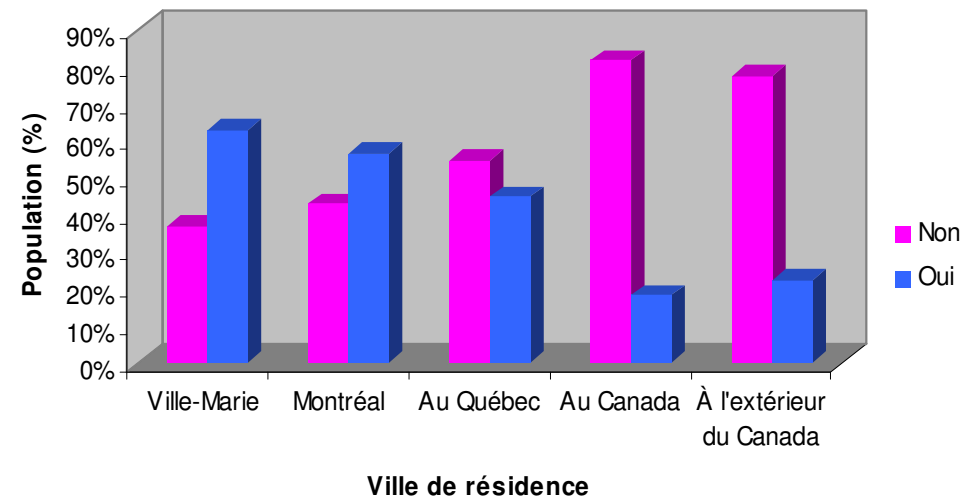
## ➤ Familier :

- ❖ Ville-Marie (63 % )
- ❖ Montréal (57%)

## ➤ Non Familier :

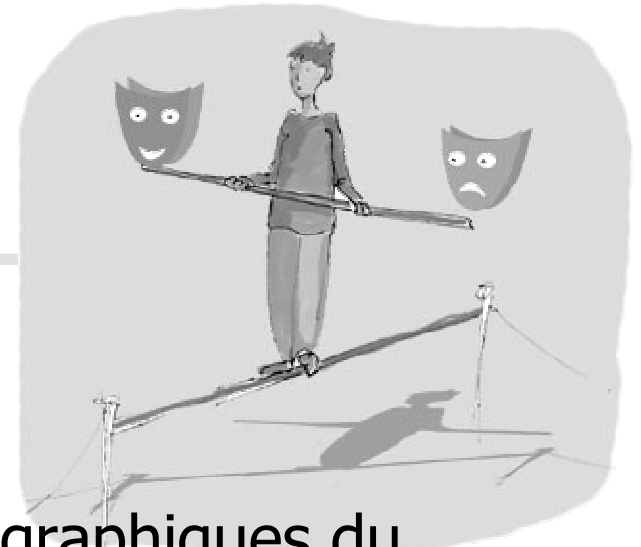
- ❖ Au Québec (55%)
- ❖ Au Canada (82 %)
- ❖ À l'extérieur du Canada (77%)

La région influence la familiarité au quartier



- H0 : La région habitant les répondants n'influence pas la familiarité avec le quartier des spectacles
- H1 : La région habitant les répondants influence la familiarité avec le quartier des spectacles

# Limites



## ➤ Question 2 :

❖ Connaissez-vous les limites géographiques du «quartier des spectacles»?

- ✖ Absolument pas
- ✖ Approximativement
- ✖ Très précisément

*Si la personne a répondu «Approximativement» ou «Très précisément», passez à la question 3.  
Sinon, passez à la question 4*

➤ 52 % de la population échantillonnée ont répondu à la question

# Limites et Repère

## ➤ Connaissance des limites:

- ❖ Repère exacte (59%)
- ❖ Repère erronée (3%)

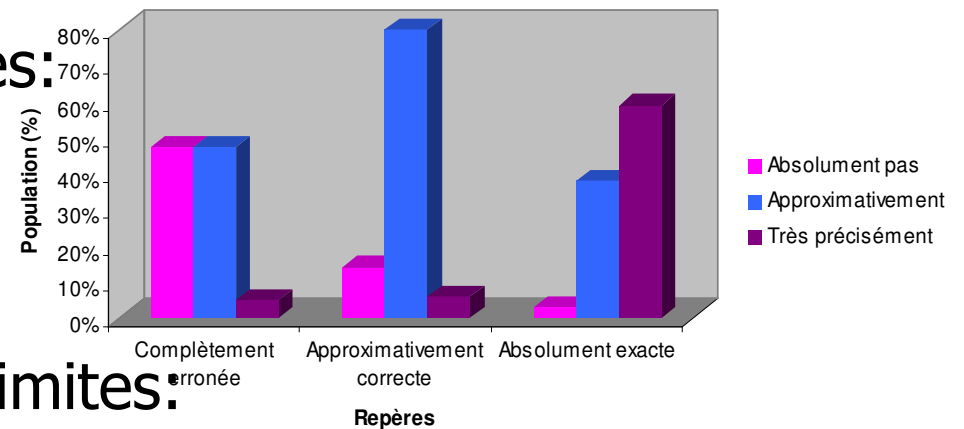
## ➤ Non connaissance des limites:

- ❖ Repère exacte (5%)
- ❖ Repère erronée (47%)

- H0 : Connaître les limites du quartier des spectacles n'influence pas la connaissance des points de repères
- H1 : Connaître les limites du quartier des spectacles

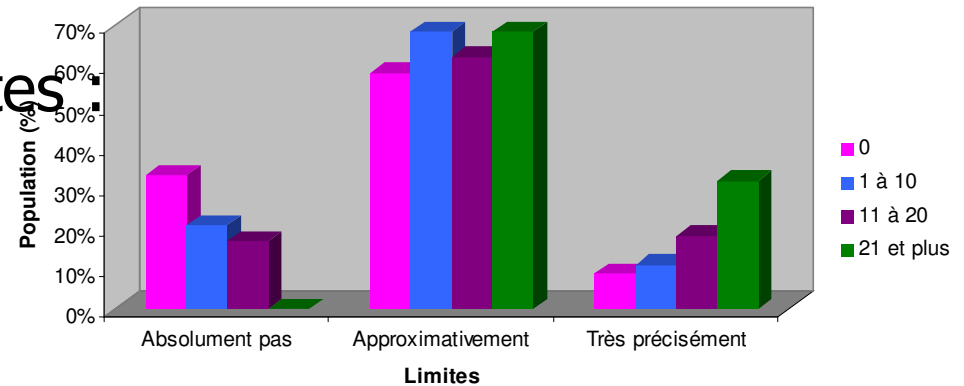
influence la connaissance des points de repères

Les limites influence les repères



# Limites et Évènements dans le quartier

Les évènements dans le quartier influence la connaissance des limites



- Connaissance des limites
  - ❖ 21 et plus évènements (32 %)
  - ❖ 0 évènement (9%)
- Non connaissance des limites:
  - ❖ 21 et plus évènements (0%)
  - ❖ 0 évènement (33%)
- H0 : Les évènements au sein du quartier des spectacles n'influence pas la connaissance des limites de ce quartier
- H1 : Les évènements au sein du quartier des



# Repères

---

- Question 3 :
  - ❖ Quelles sont les rues ou les repères qui délimitent le «quartier des spectacles» sur l'axe nord-sud et sur l'axe est-ouest?
    - ✖ Réponse complètement erronée
    - ✖ Réponse approximativement correcte
    - ✖ Réponse absolument exacte
  
- 42% de la population échantillonnée ont répondu à la question

# Repères et Opinion

## ➤ Repères exactes :

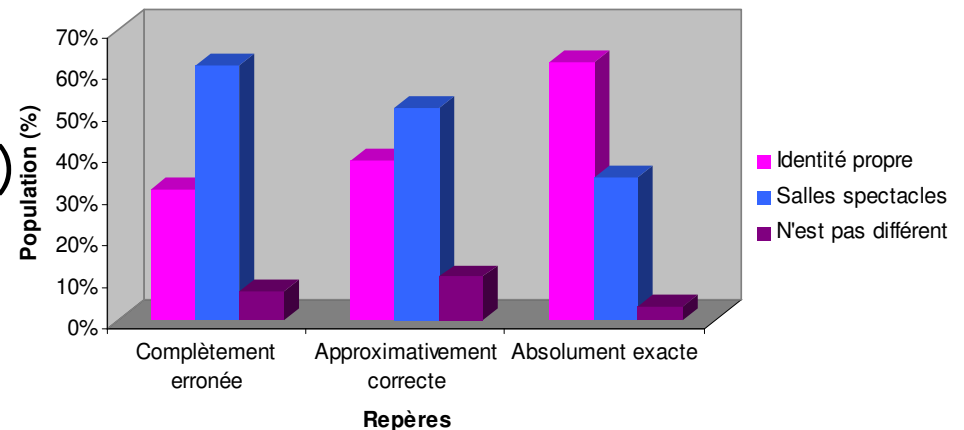
- ❖ Identité propre (62.1%)
- ❖ N'est pas différent (3.4%)

## ➤ Repères erronés :

- ❖ Identité propre (31.6%)
- ❖ N'est pas différent (7%)

## ➤ H0: La connaissance des repères du quartier des spectacles n'influence pas l'opinion des gens

Les repères influencent l'opinion



# Opinion

Et ton opinion?  
Elle compte?



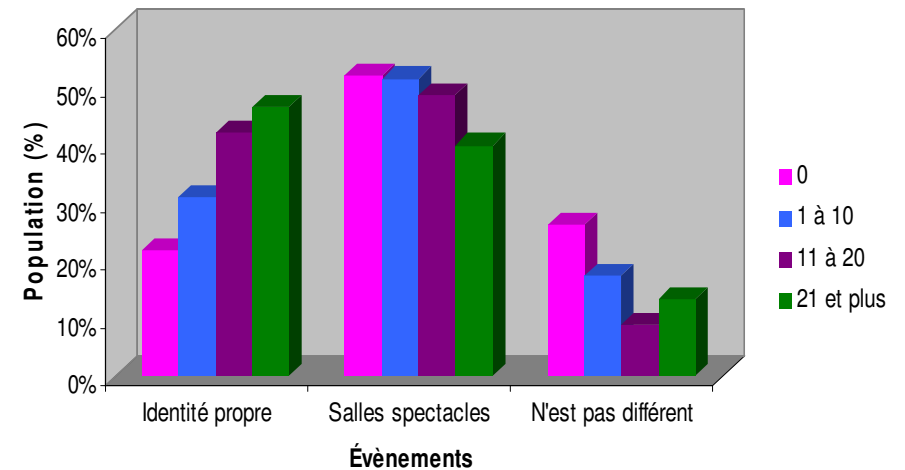
## ➤ Question 4 :

- ❖ Parmi les affirmations suivantes, laquelle représente *le mieux* votre opinion du «quartier des spectacles»?
  - ✘ Ce quartier a clairement une identité propre par rapport aux autres quartiers de Montréal
  - ✘ Son nom lui vient seulement du fait qu'on y retrouve plusieurs salles de spectacle
  - ✘ Sur le plan identitaire, le «quartier des spectacles» n'est pas différent des autres quartiers de Montréal

# Opinion et Évènements dans le quartier

- Quartier des spectacles a une identité propre :
  - ❖ 21 et plus évènements (46.7%)
  - ❖ 11 à 20 évènements (42.3%)
  - ❖ 0 évènement (21.9%)
- Quartier des spectacles n'est pas différent :
  - ❖ 21 et plus évènements (13.3%)
  - ❖ 11 à 20 évènements (9%)

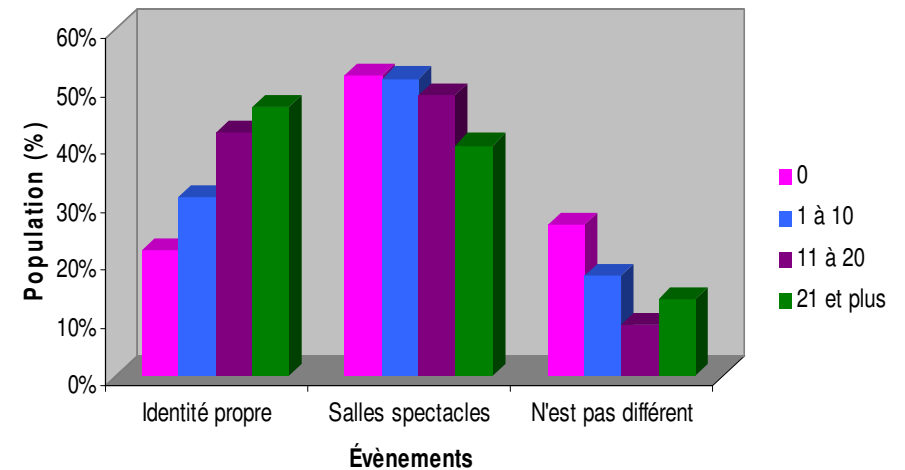
Les évènements dans le quartier influence l'opinion



# Opinion et Évènements dans le quartier

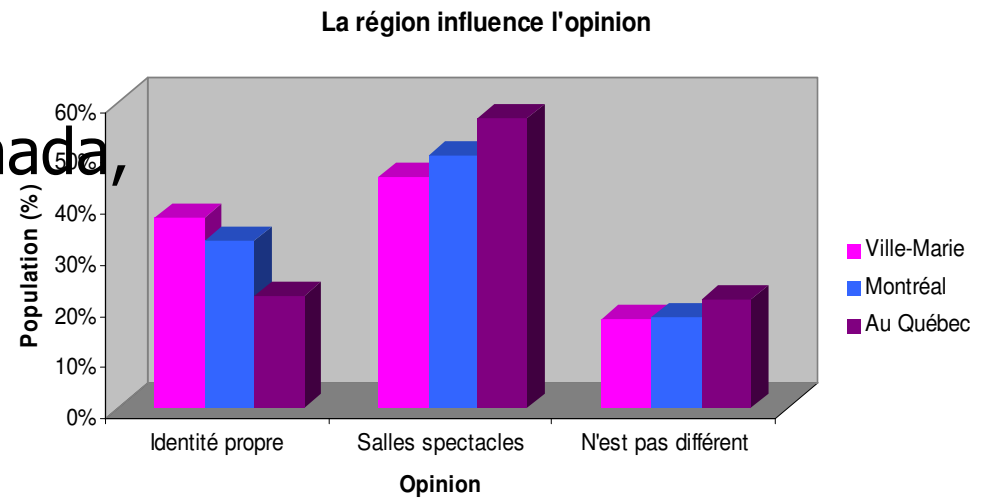
- H0: Les évènements au sein du quartier des spectacles n'influence pas l'opinion des gens relativement au quartier
- H1: Les évènements au sein du quartier des spectacles influence l'opinion des gens relativement au quartier

Les évènements dans le quartier influence l'opinion



# Opinion et Région

- Les variables « Au Canada, mais non au Québec » ainsi « À l'extérieur du Canada » n'était pas significatif



- Montréal ne comprend pas Ville-Marie et Québec pas Montréal

- Identité propre :

Montréal

- ❖ Ville-Marie (37.3%)  
(17.5%)

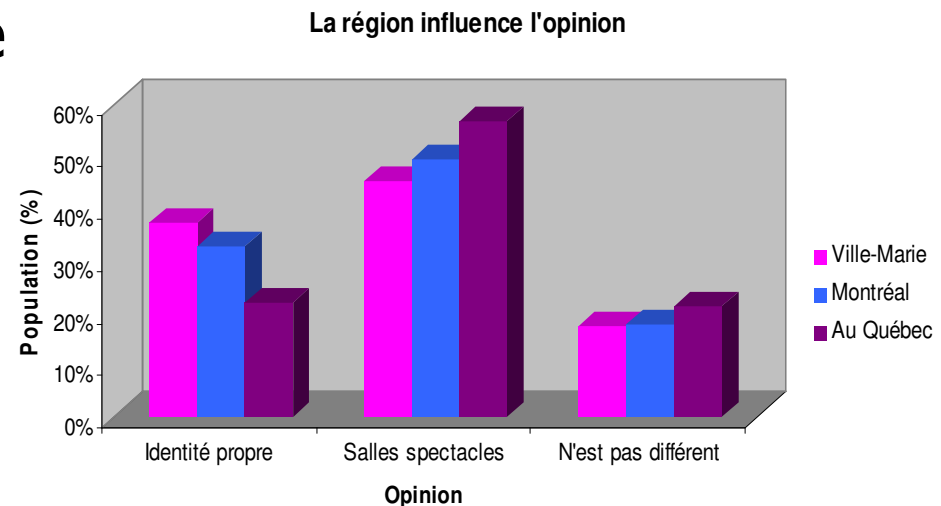
- N'est pas différent :

Ville-Marie

ESG UQÀM

# Opinion et Région

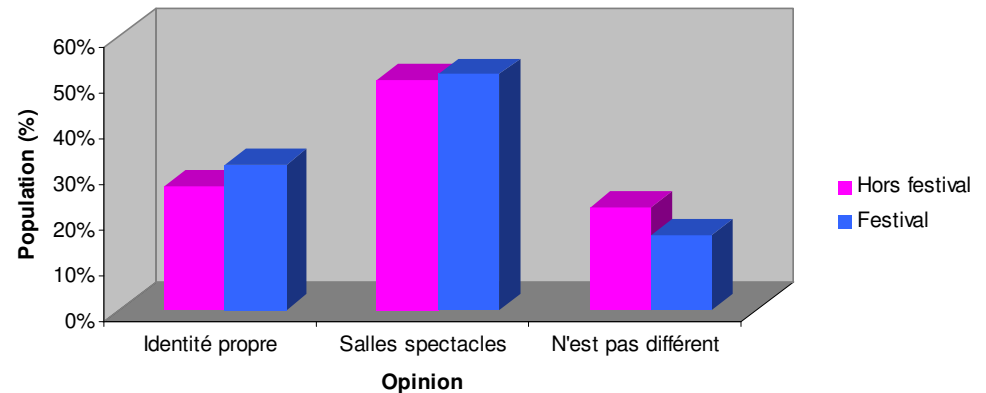
- H0 : La région habitée n'influence pas l'opinion des gens relative au quartier des spectacles
- H1 : La région habitée influence l'opinion des gens relative au quartier des spectacles



# Opinion et Festival

- Identité propre :
  - ❖ Festival (31.9%)
  - ❖ Hors festival (27.1%)
- N'est pas différent :
  - ❖ Festival (16.5%)
  - ❖ Hors festival (22.6%)
- H0:Le festival au sein du quartier des spectacles n'influence pas l'opinion des gens
- H0:Le festival au sein du quartier des spectacles influence l'opinion des gens

Festival influence l'opinion





# Fréquence

---

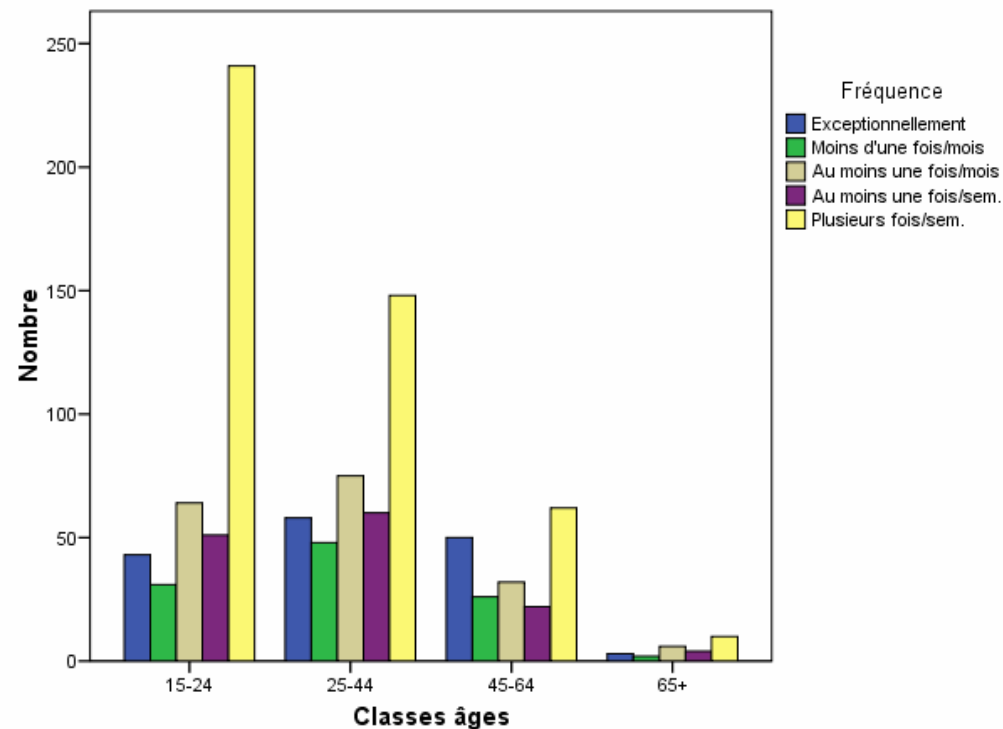
➤ Question 12:

- ❖ À quelle fréquence venez vous dans le «quartier des spectacles» ?
  
- ❖ Exceptionnellement
- ❖ Moins d'une fois par mois
- ❖ Au moins une fois par mois
- ❖ Au moins une fois par semaine
- ❖ Une fois par semaine

# Fréquence et classes d'âges

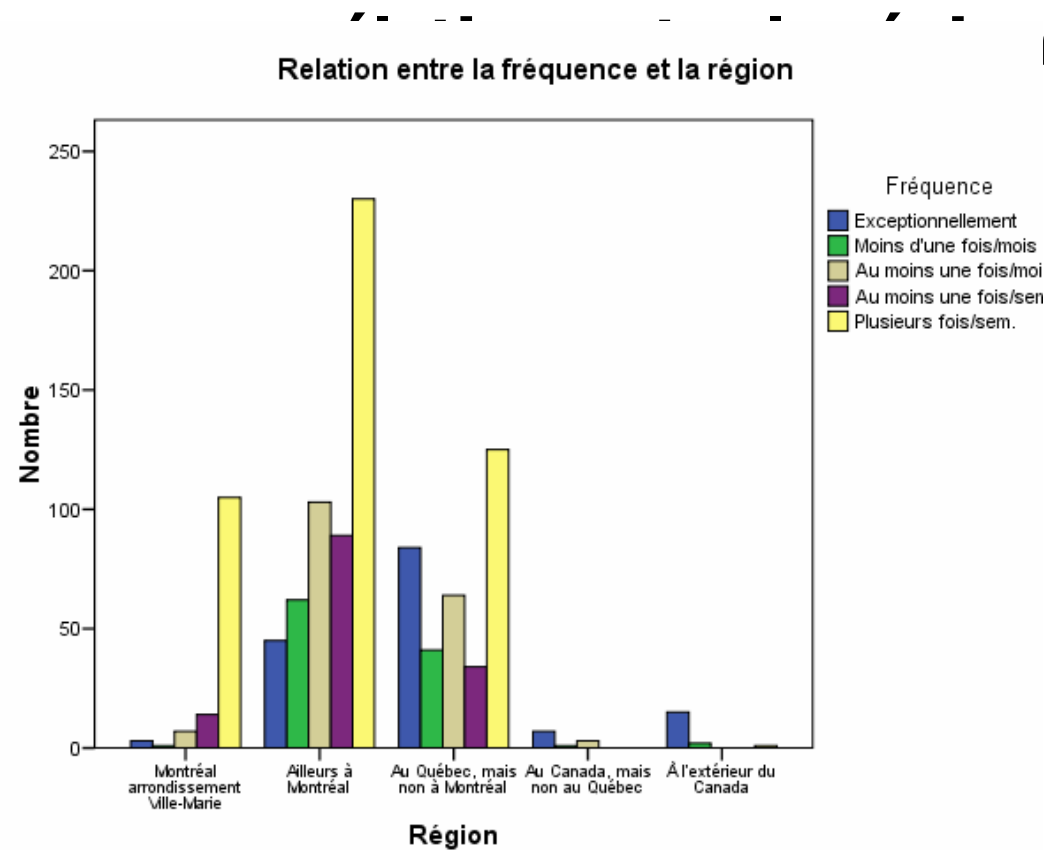
- **H0 : La classe d'âge n'a pas de relation entre la fréquence du quartier des spectacles.**
- **H1 : La classe d'âge a une relation entre la fréquence**

Relation entre la fréquence dans le quartier des spectacles et la classe d'âge



# Région et fréquence

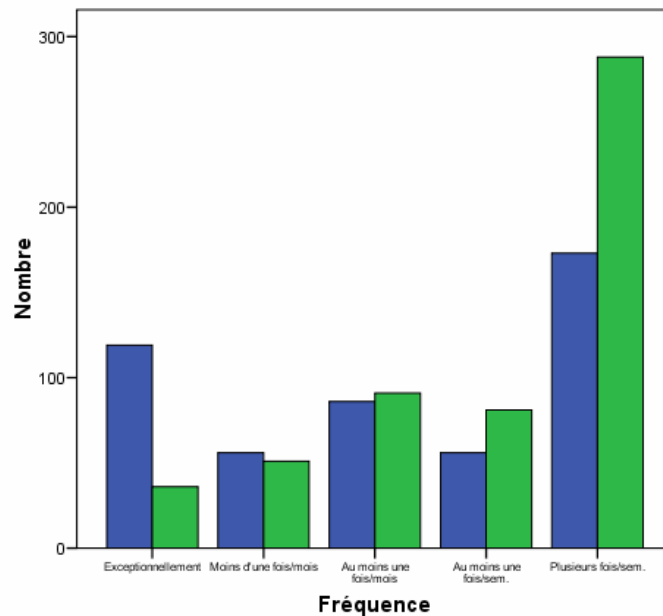
- **H0: Il n'y a pas de corrélation entre la région et la fréquence.**
- **H1: Il y a une corrélation entre la région et la fréquence.**



# Fréquence et familiarité

- **H0 Le motif de fréquentation n'aura pas d'effets sur la familiarité avec le quartier des spectacles.**

- **F** Relation entre la familiarité et la fréquence



**on aura un effet sur le quartier des spectacles.**

Familiér  
■ Non  
■ Oui



# Motif

---

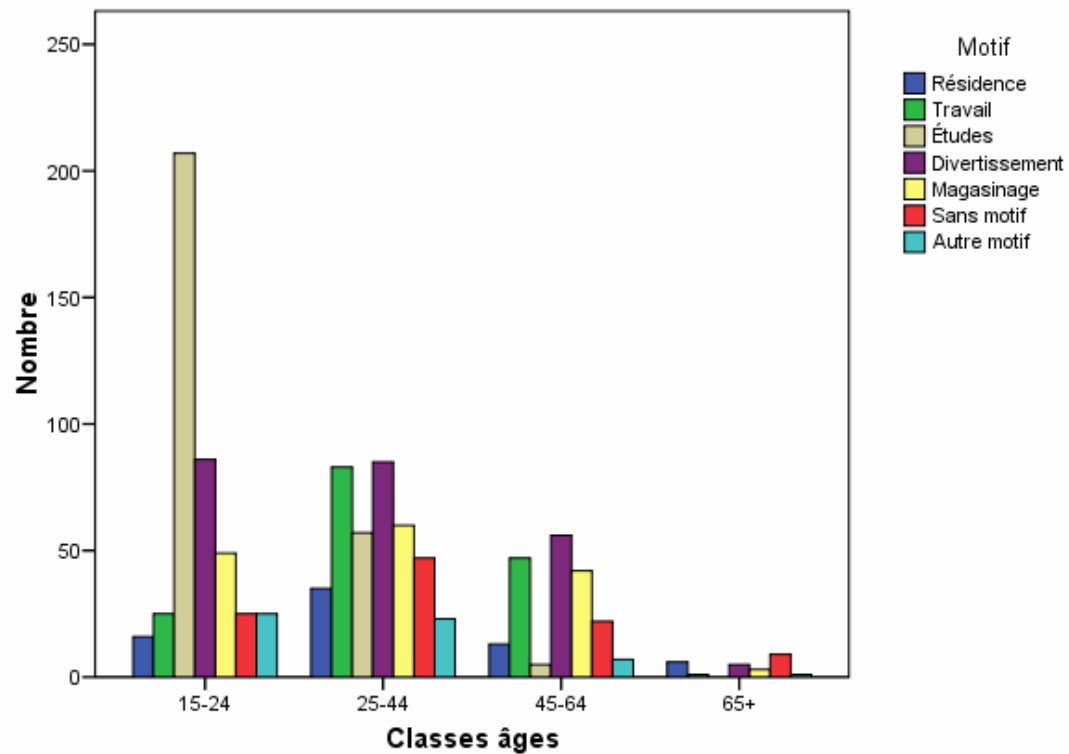
➤ Question 11:

- ❖ **Quel est le motif PRINCIPAL de votre présence dans le « quartier des spectacles » aujourd'hui?**
- ❖ Résidence
- ❖ Travail
- ❖ Études
- ❖ Divertissement
- ❖ Magasinage
- ❖ Sans motif précis
- ❖ Autre (*précisez*)

# Motif et classes d'âges

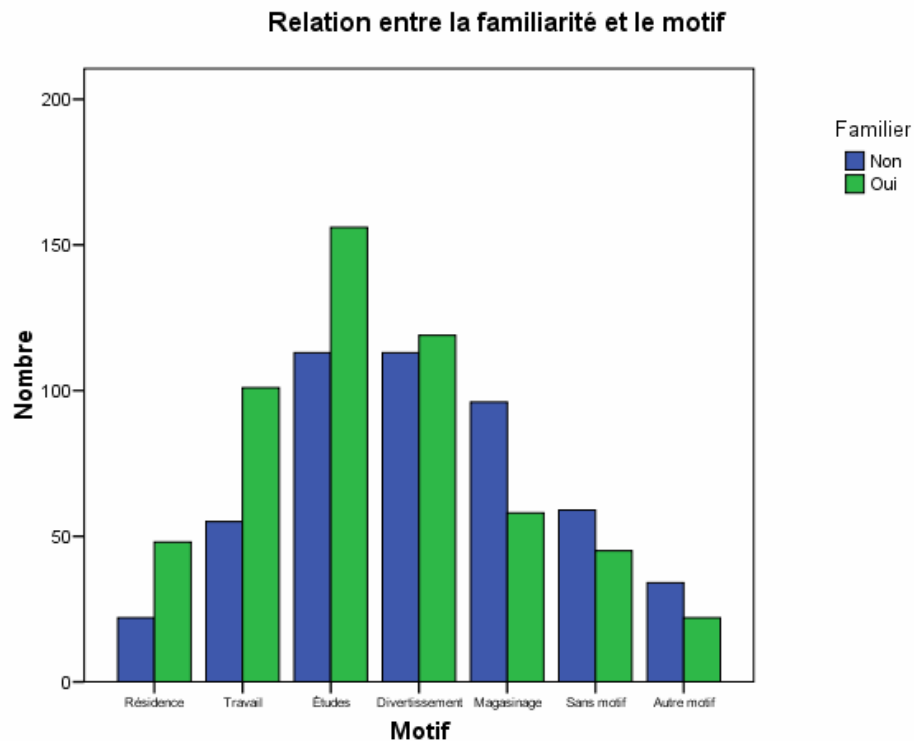
- **H0 Le motif n'a pas de relation avec l'âge.**
- **H1 Le motif a une relation avec l'âge.**

Relation entre le motif et la classe d'âge



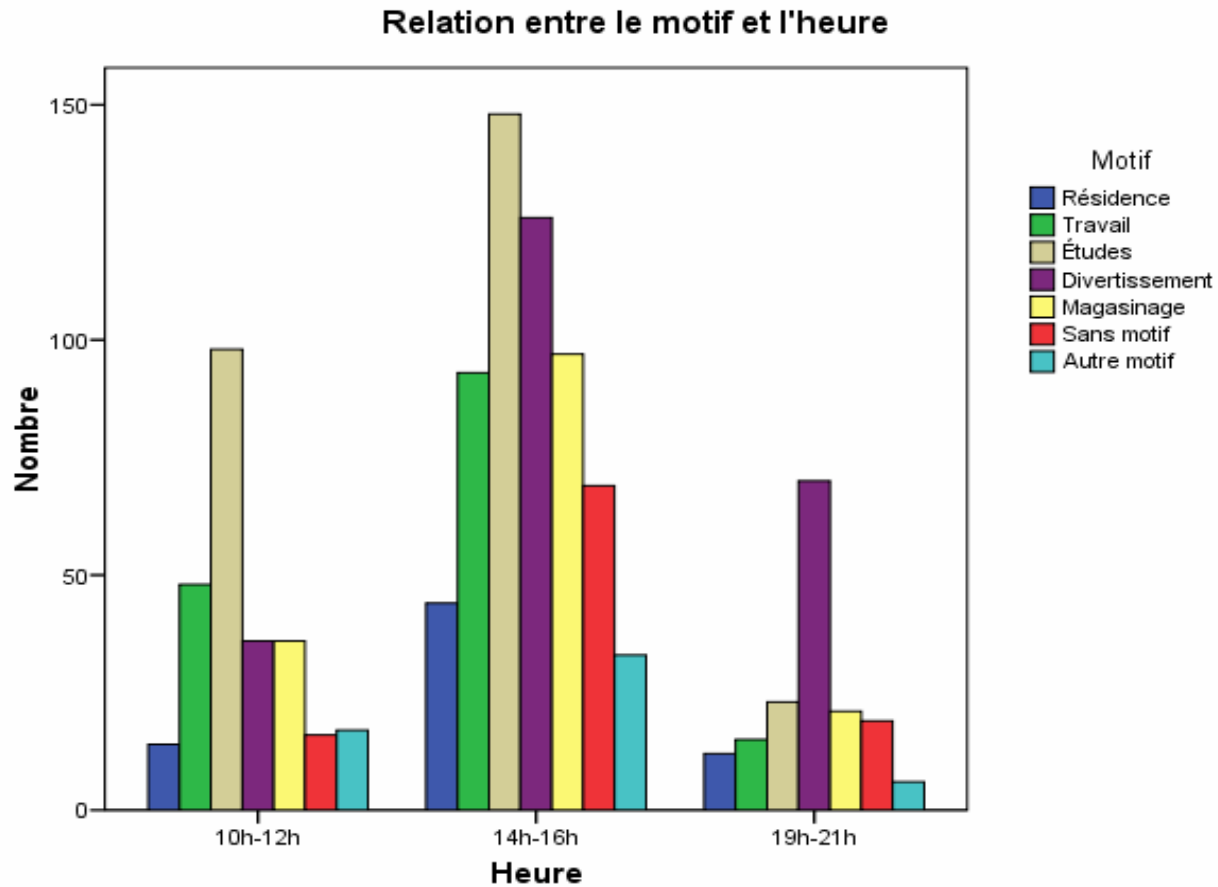
# Motif et familiarité

- **H0 Le motif de fréquentation n'aura pas d'effets sur la familiarité avec le quartier des spectacles.**
- **H1 Le motif de fréquentation aura des effets sur la familiarité.**



# Heure et motif

➤ **H0 L'heure n'a pas d'influence sur le motif.**





# Étude du mobilier urbain et de l'affichage dans le quartier des spectacles

---

## L'esthétisme et l'utilisation

### Équipe 30-02

Geneviève Boucher,  
Mariam Gagnon,  
Luis Gonçalves,  
Félix Gravel,  
Mathieu Riopel,  
Alexandru Sonea

EUT 3018 – Groupe 30  
25 avril 2007



# Plan de la présentation

---

- Localisation
- Mandat
- Portrait global
- Résultats
- Le mobilier urbain à l'étude
- Conclusion





# Mandat

---

- Étudier l'utilisation et l'esthétisme des :
  - ❖ Banc public
  - ❖ Poubelle ou bac de recyclage
  - ❖ Abribus
  - ❖ Colonne sur le trottoir
  - ❖ Murale
  - ❖ Attache à vélo

# Portrait global

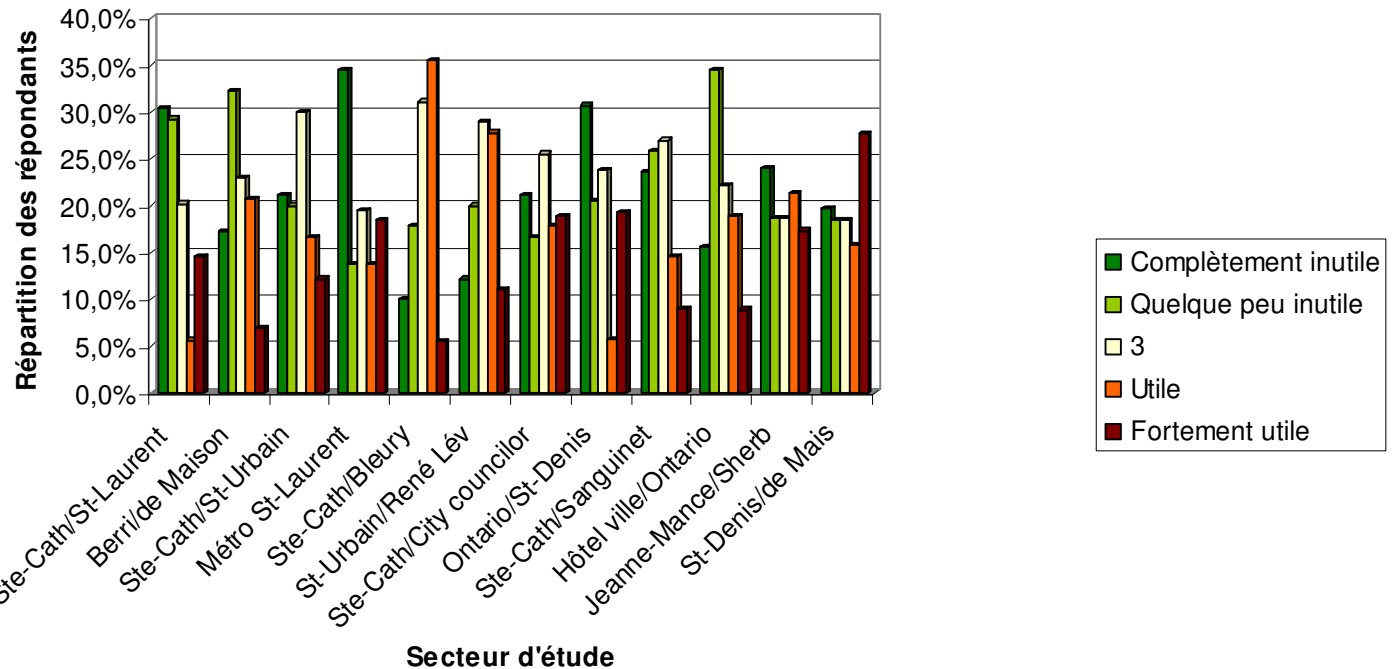
## Comparaisons des moyennes de l'utilité et de l'esthétisme

	Banc public	Poubelle	abribus	colonne	murale	attache à vélo
Moyenne utilitaire	2,80	2,83	3,98	3,67	3,50	2,73
Moyenne esthétique	2,58	2,35	3,54	3,54	3,40	2,63

# Banc public

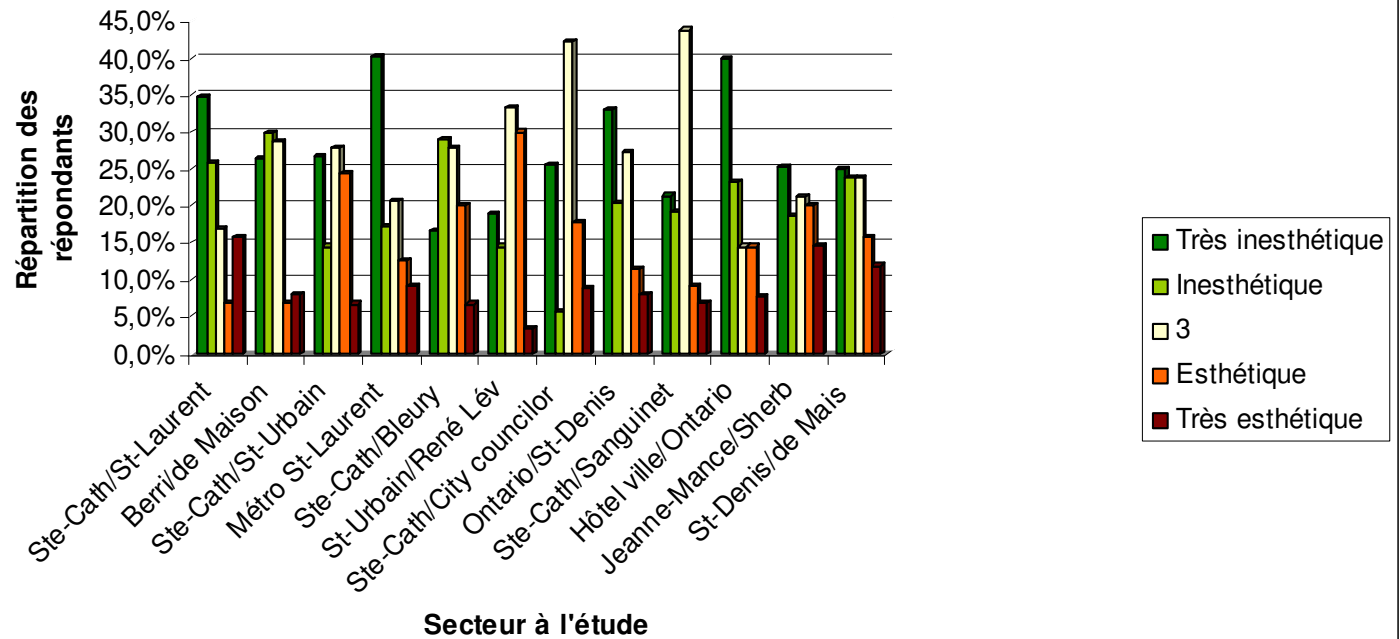
## L'utilité selon le secteur

Répartition de la population selon le secteur sondé et leur opinion sur l'utilité des bancs publics dans l'affichage



## L'esthétisme selon le secteur

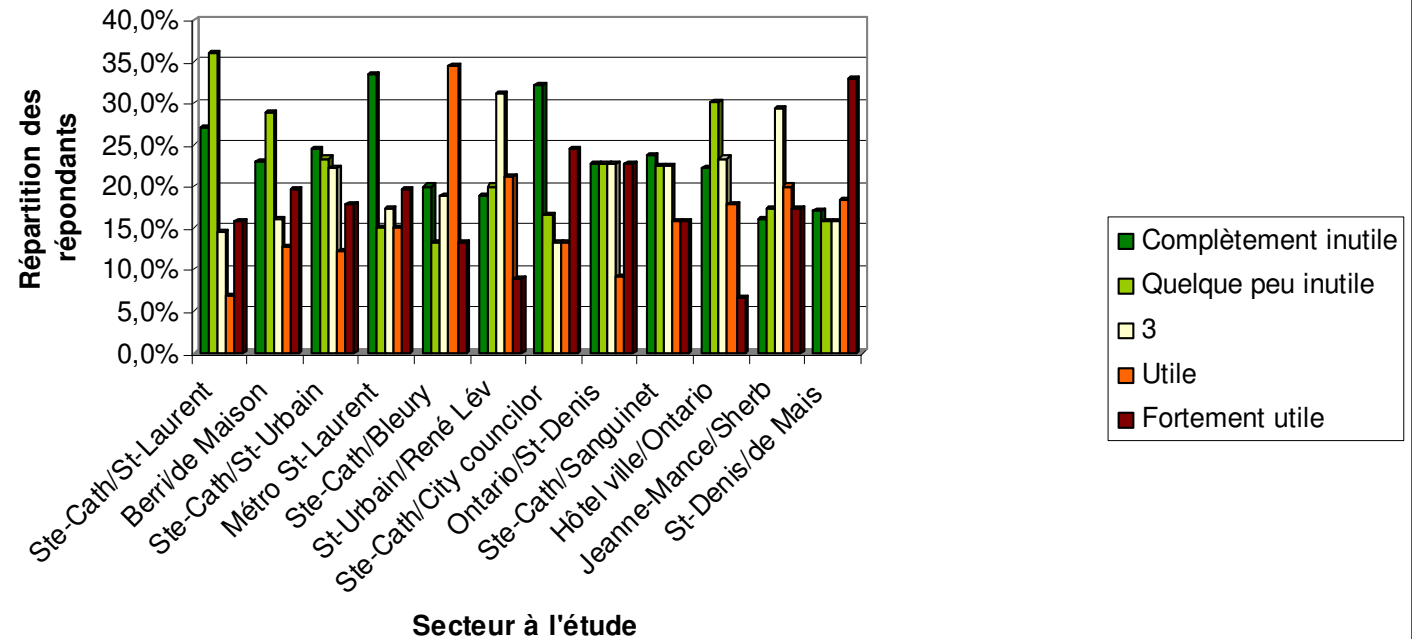
Répartition selon le secteur sondé et leur opinion sur l'esthétisme des banc publics dans l'affichage



# Poubelle ou bac de recyclage

## L'utilité selon le secteur

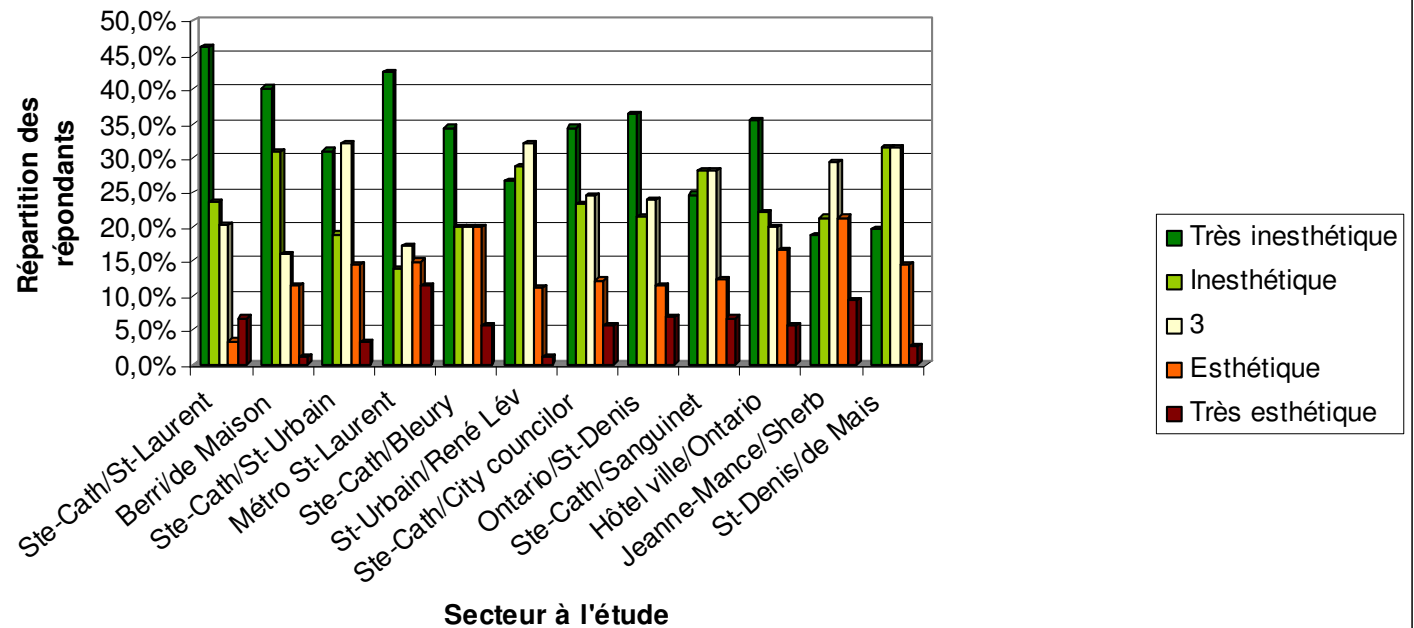
Répartition de la population selon le secteur sondé et l'opinion sur l'utilité des poubelles et bac de recyclage dans l'affichage



# Poubelle ou bac de recyclage

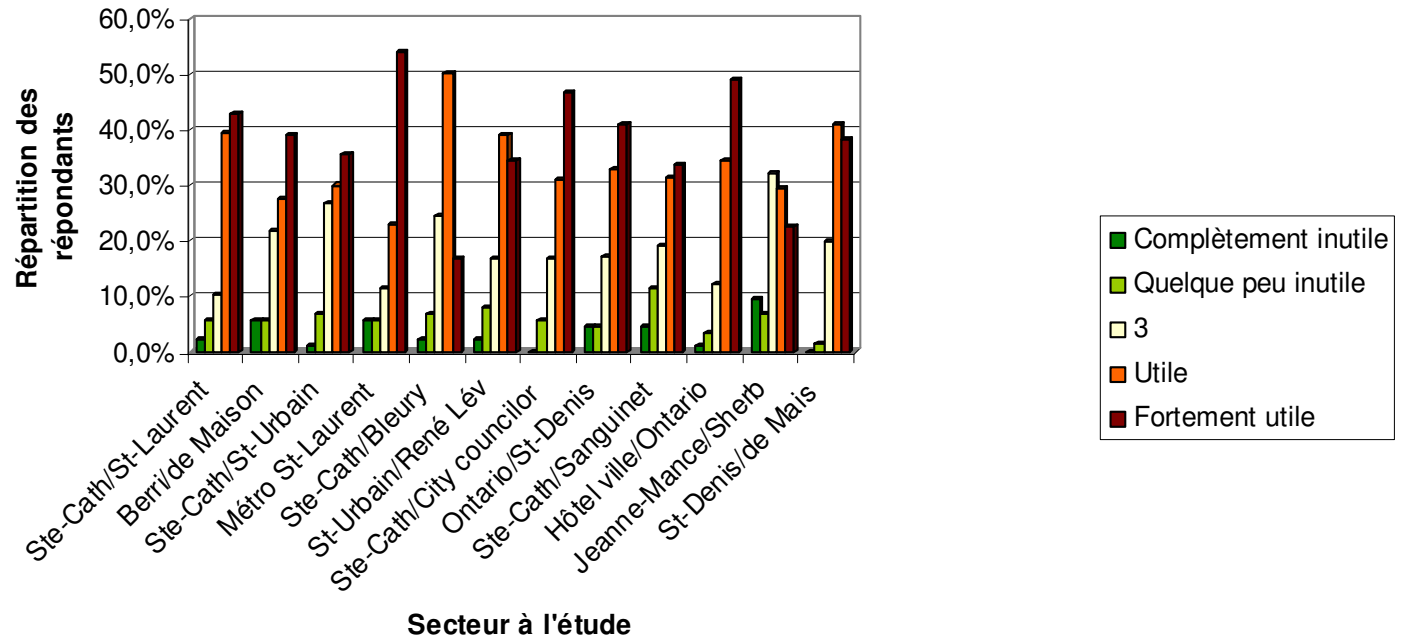
## L'esthétisme selon le secteur

Répartition de la population selon le secteur sondé et l'opinion sur l'esthétisme des poubelles et bacs de recyclage dans l'affichage

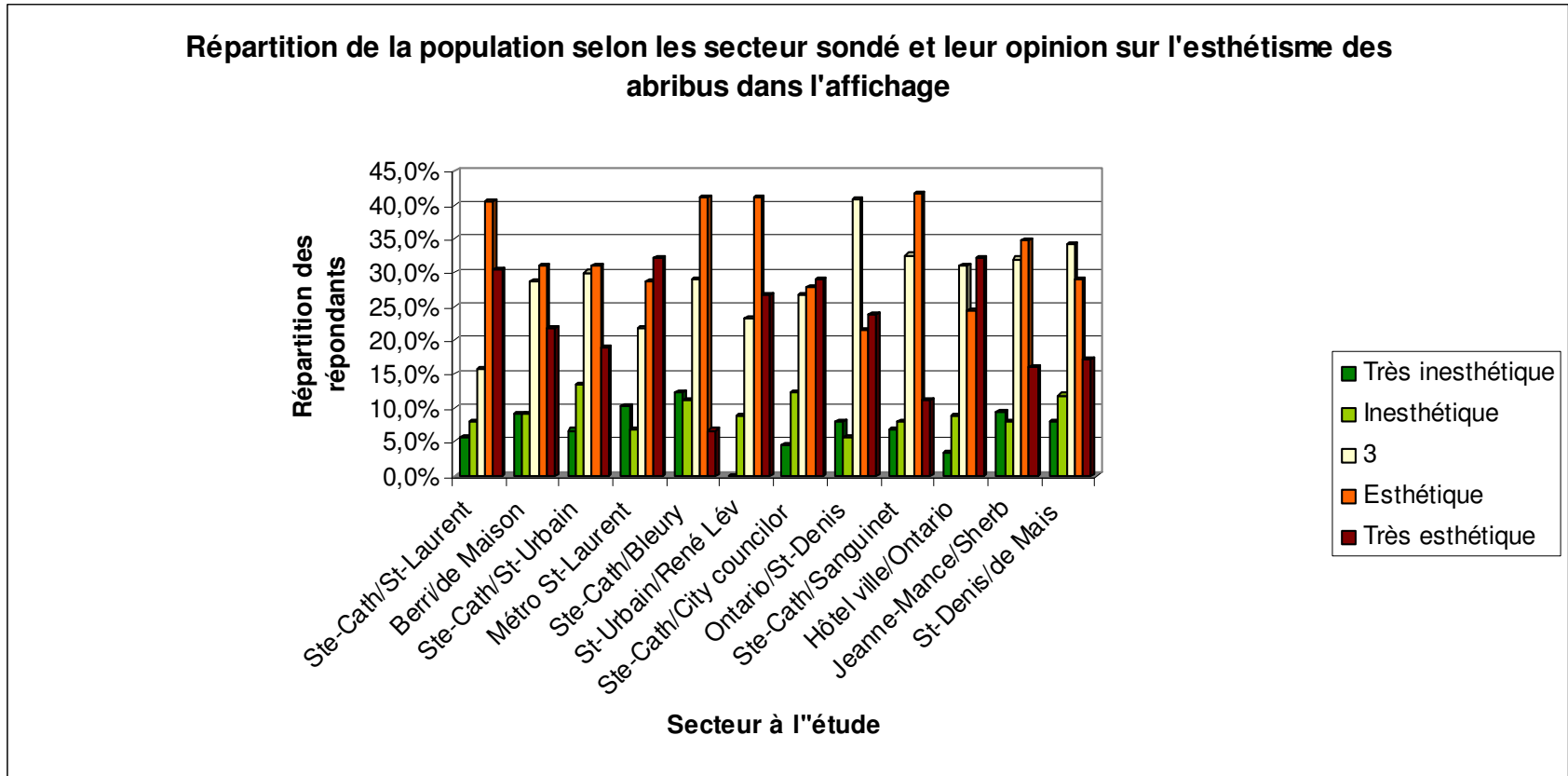


## L'utilité selon le secteur

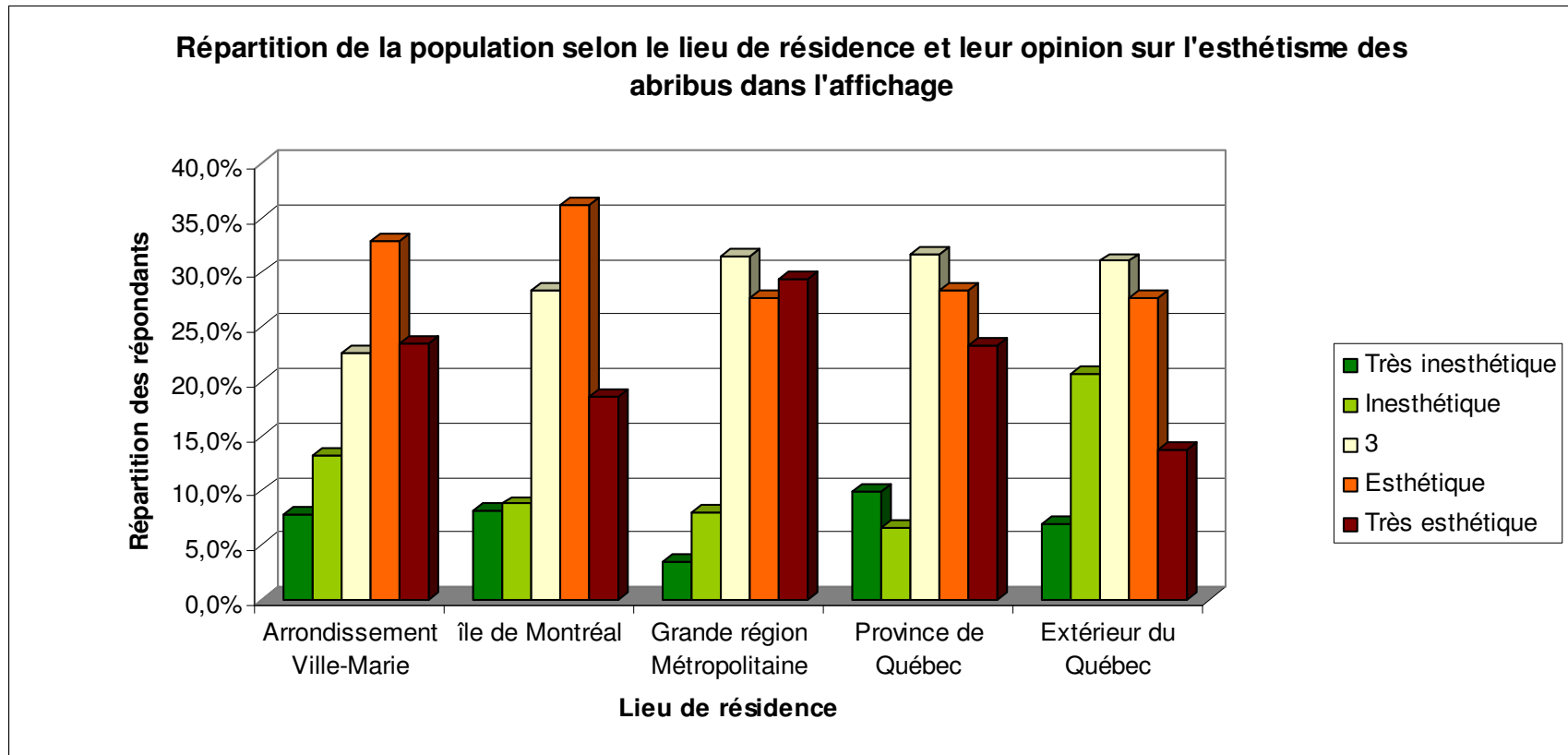
Répartition de la population selon le secteur sondé et leur opinion sur l'utilité des abribus dans l'affichage



## L'esthétisme selon le secteur

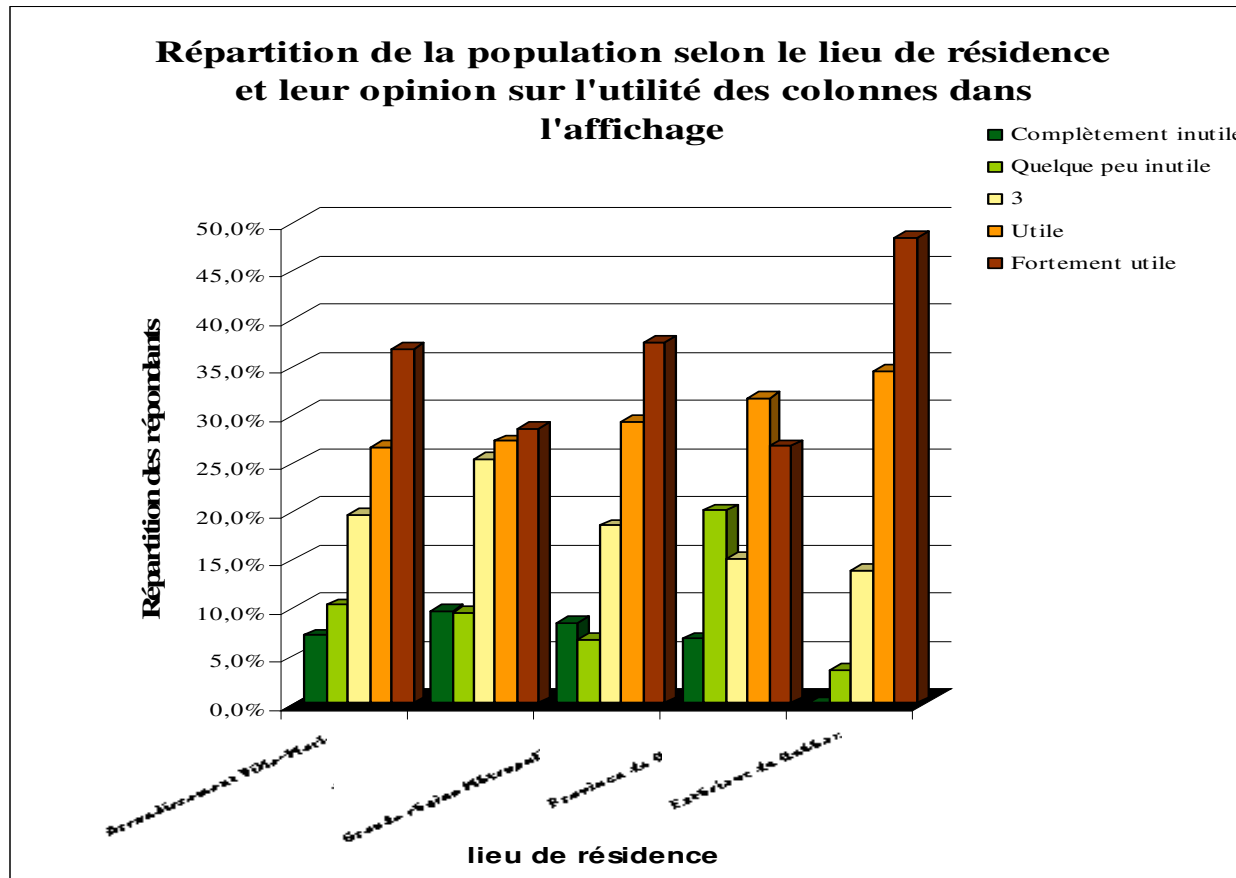


## L'esthétisme selon le lieu de résidence



# Colonne sur le trottoir

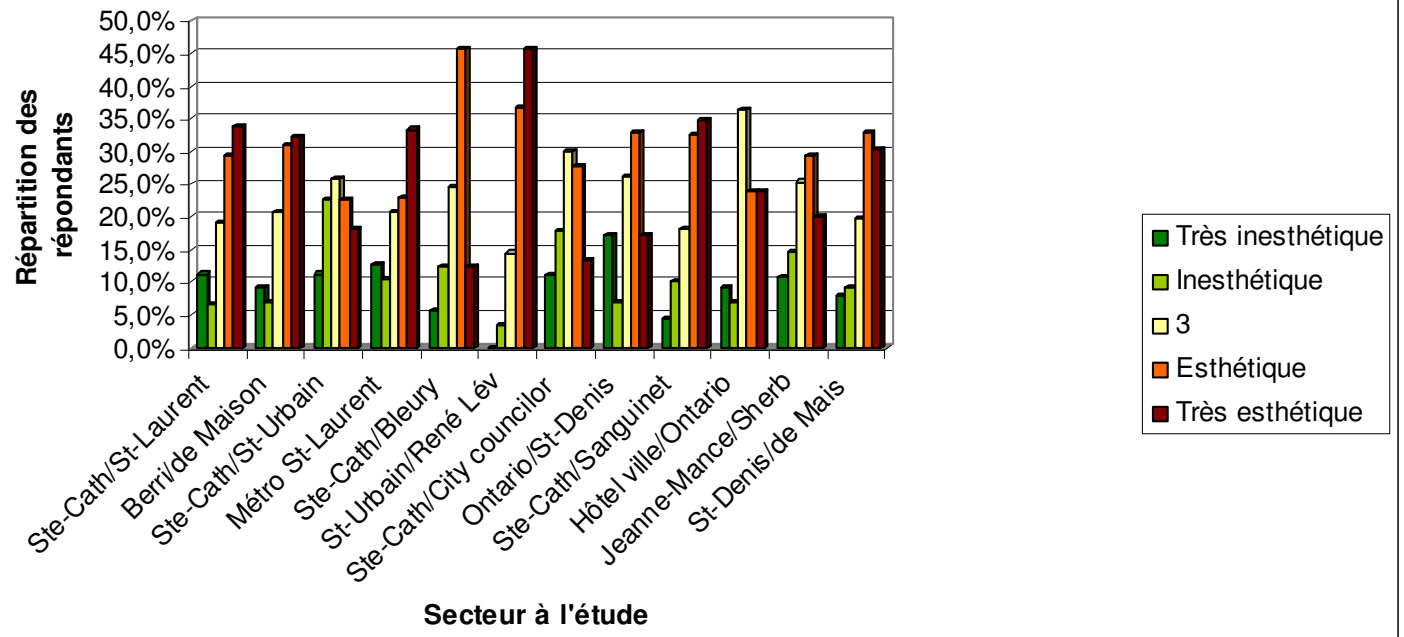
## L'utilité selon le lieu de résidence



# Colonne sur le trottoir

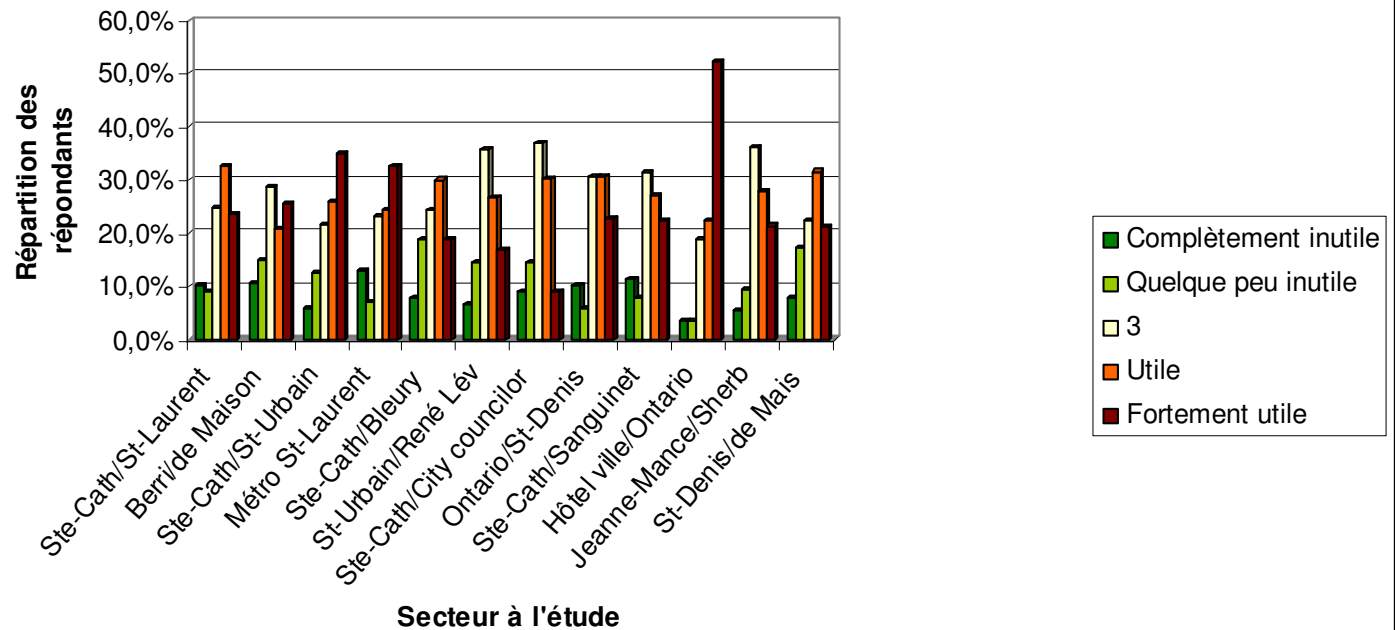
## L'esthétisme selon le secteur

Répartition de la population selon le secteur sondé et leur opinion sur l'esthétisme des colonnes dans l'affichage

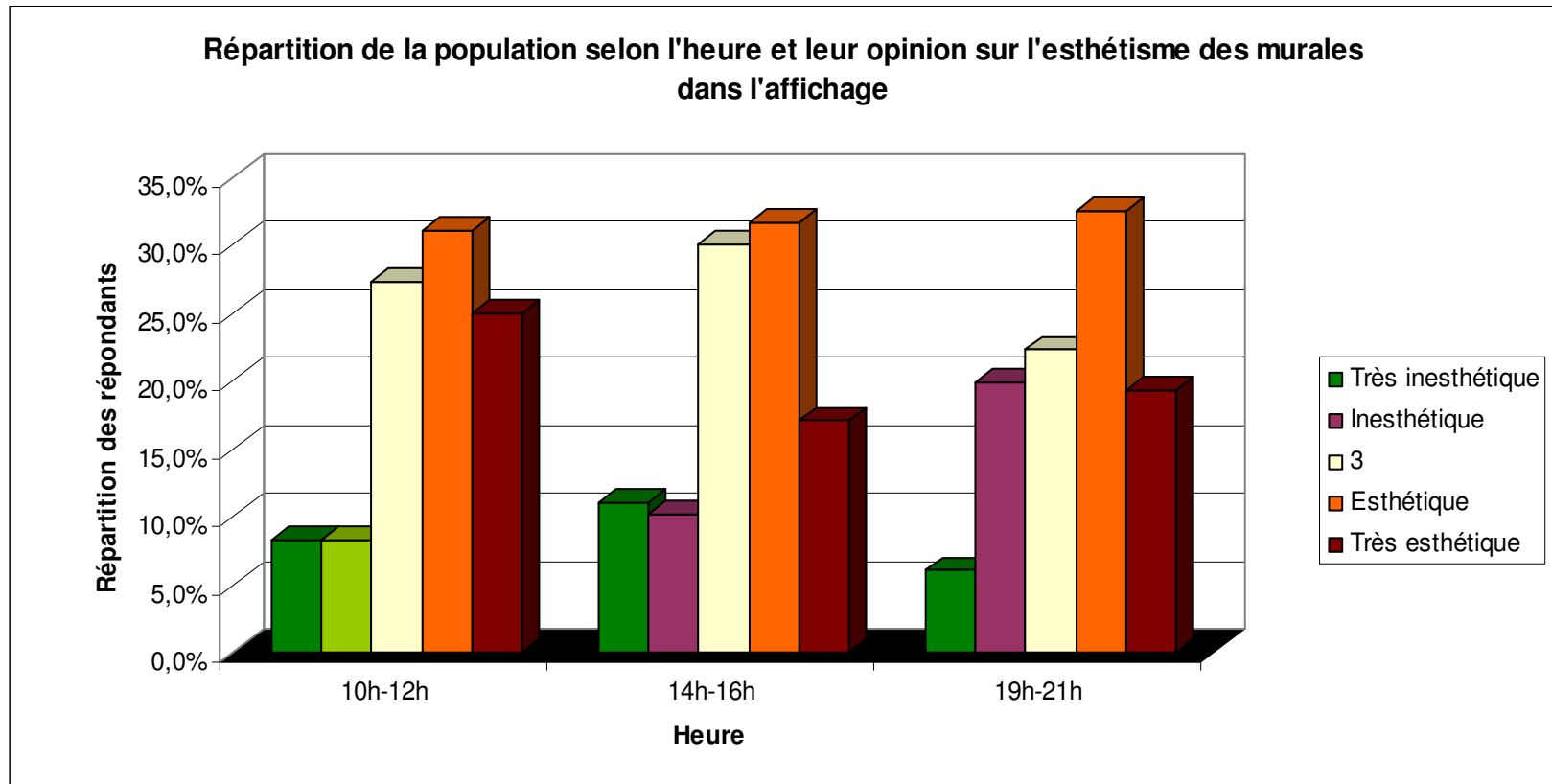


## L'utilité selon le secteur

Répartition de la population selon le secteur sondé et leur opinion sur l'utilité des murales dans l'affichage

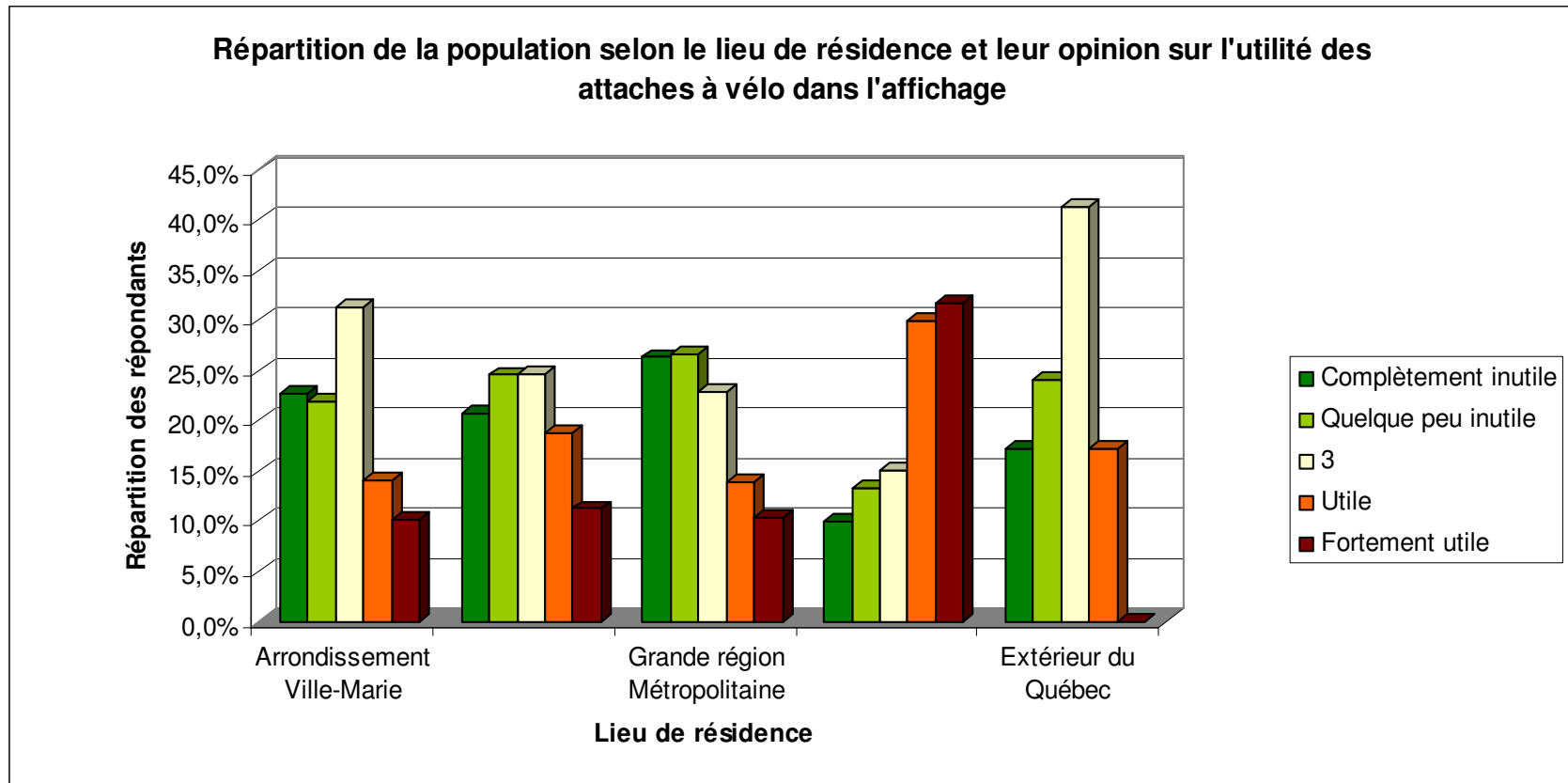


## L'esthétisme selon l'heure



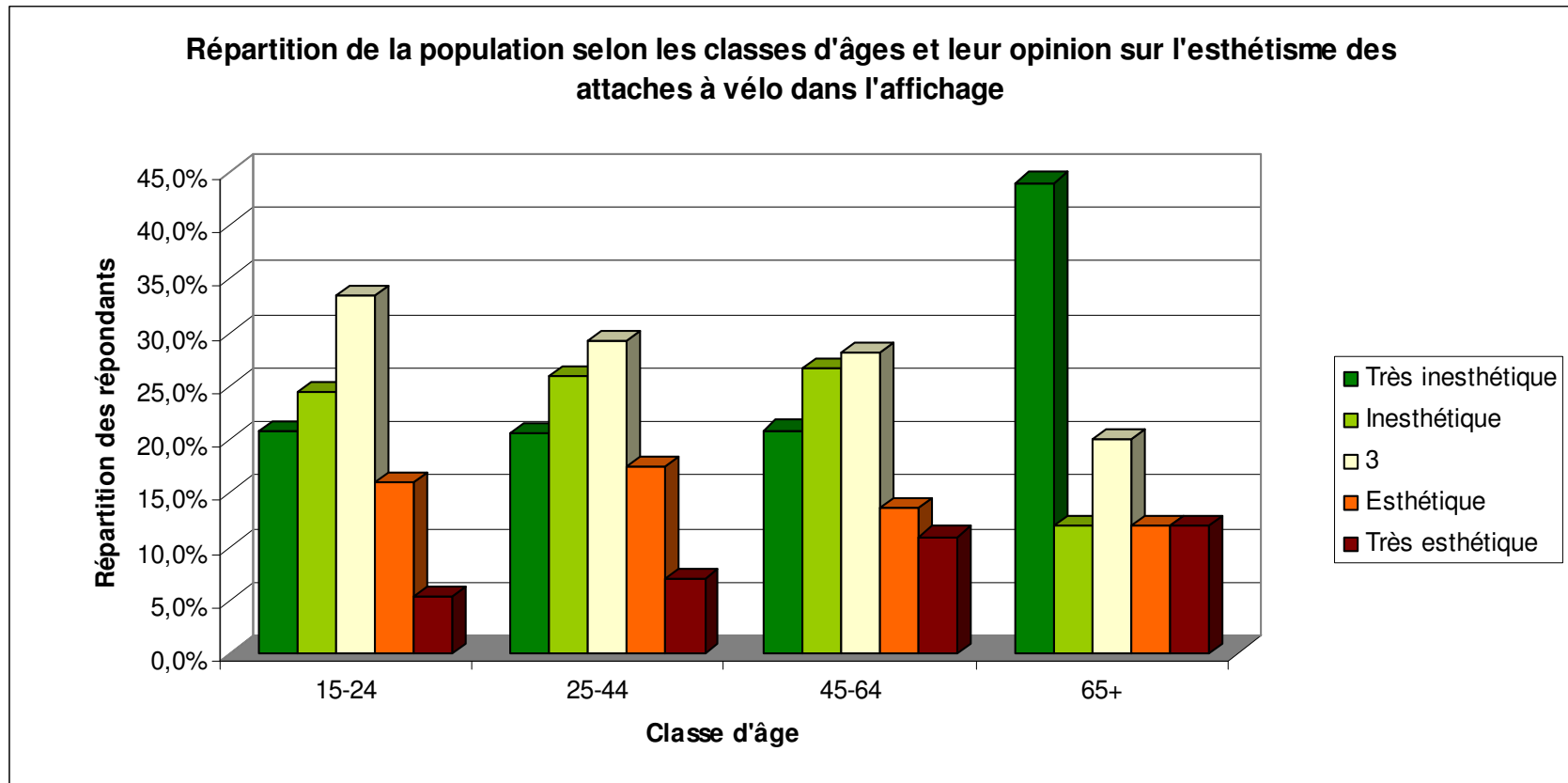
# Attache à vélo

## L'utilité selon le lieu de résidence



# Attache à vélo

## L'esthétisme selon les classes d'âges



# Le mobilier urbain



# Le mobilier urbain





## Conclusion

---

- Banc public : Pas utilitaire, ni esthétique
- Poubelle ou bac de recyclage : Pas utilitaire, ni esthétique
- Abribus : Utilitaire et esthétique
- Colonne sur le trottoir : Utilitaire et esthétique
- Murale : Plus ou moins utilitaire et esthétique
- Attache à vélo : Pas utilitaire, ni esthétique



# Étude du mobilier urbain et de l'affichage dans le quartier des spectacles

---

Variables 12 à 16 et 23 à 27  
Utilité et esthétique des types  
d'affichages



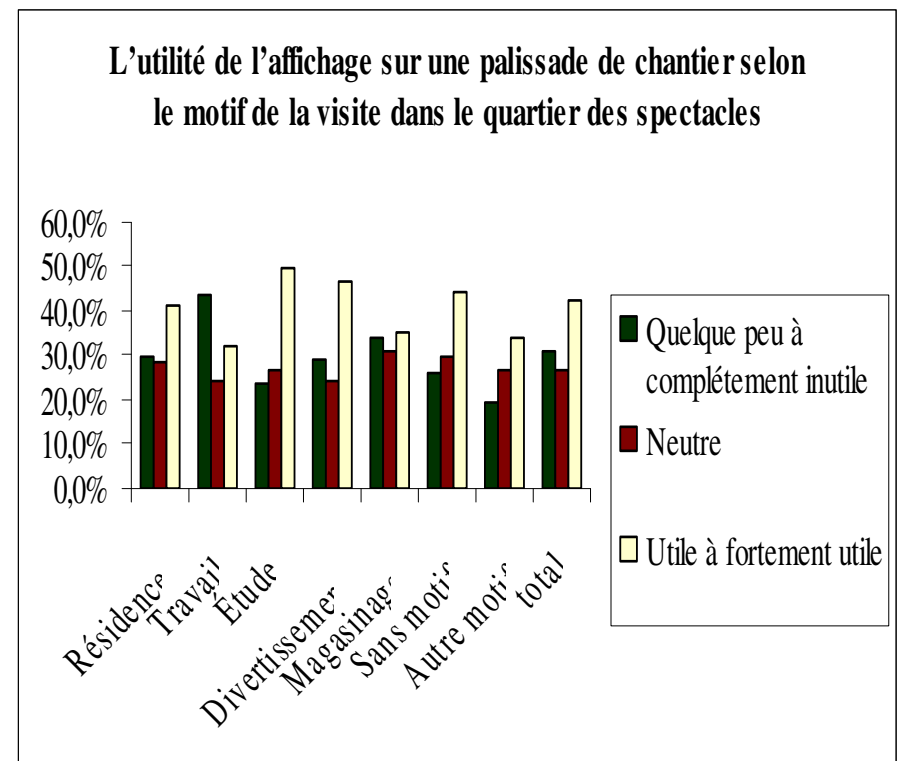
# L'utilité et l'esthétisme

---

- L'écart des moyennes entre l'utilité et l'esthétisme est significatif et détient un niveau de signification statistique de 99,9%.

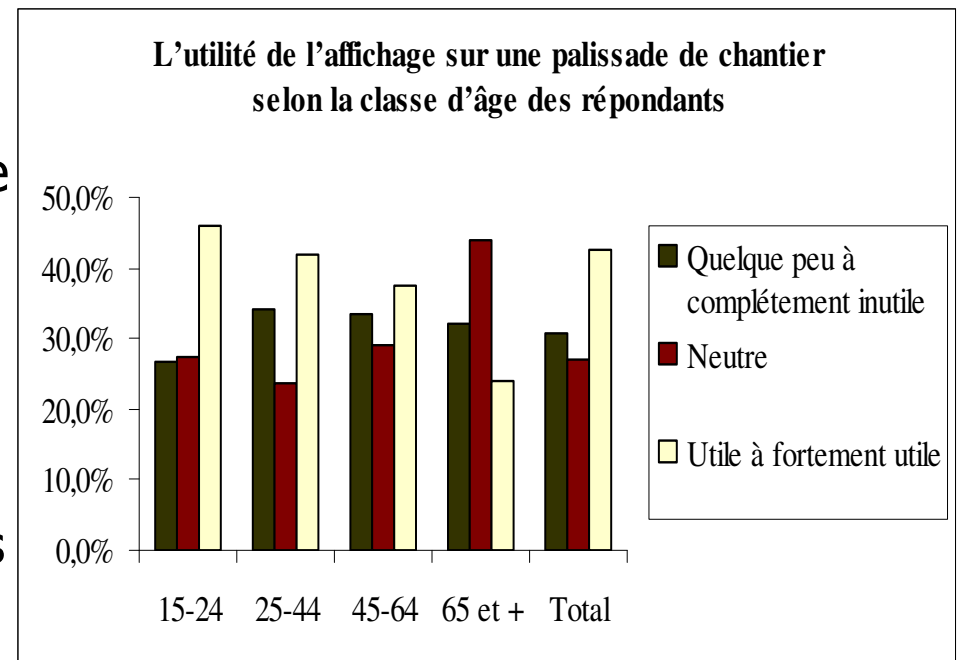
# Utilité de l'affichage sur une palissade de chantier selon le motif de la visite (VAR12)

- Relation existante est très faible, le niveau de la signification statistique est d'une proportion de 98.8%.
- Ceux dont le motif se concentre autour de l'étude et du magasinage, trouvent l'affichage sur les palissades de chantier plus utile.



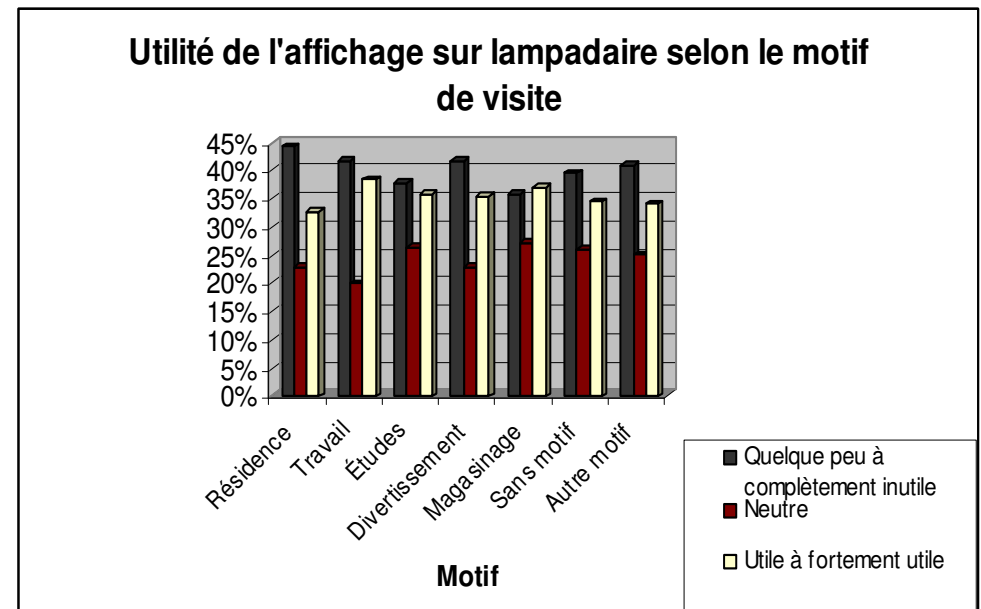
# Utilité de l'affichage sur une palissade de chantier selon la classe d'âges des répondants (VAR12)

- La relation existante est très faible, le niveau de la signification statistique est d'une proportion de 94,3%.
- Cette hypothèse suppose que les personnes moins âgées estime plus fortement que l'affichage sur les palissades de chantier est utile.
- Les personnes plus âgées trouvent ce type d'affichage plus inutile et ils sont neutres sur ce propos dans une proportion de 44%.
- En somme, l'utilité prime pour ce type d'affichage.



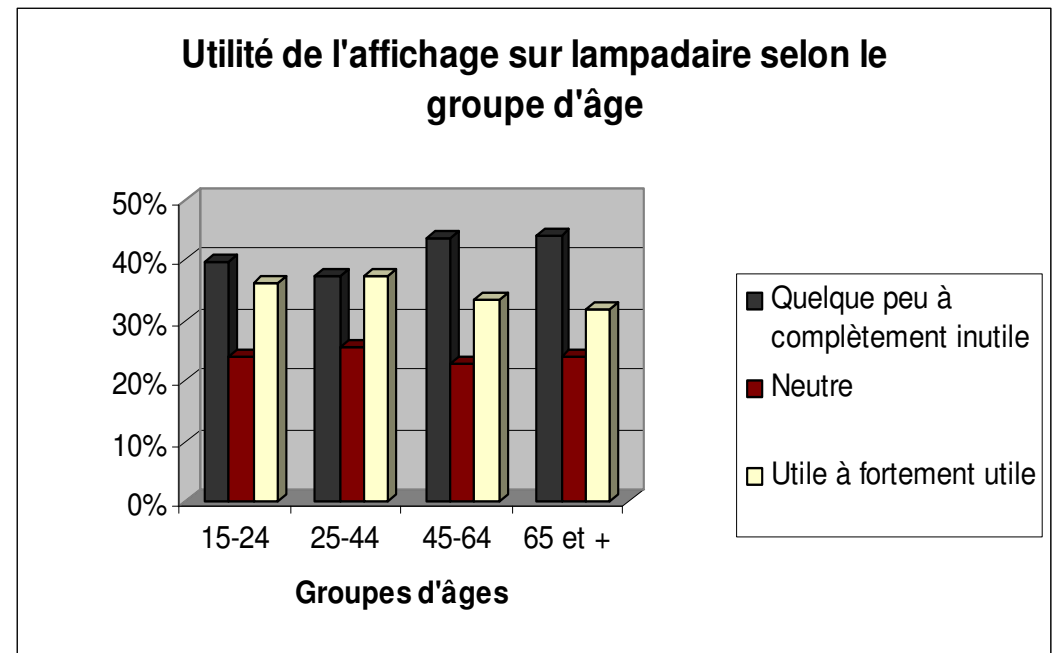
# Utilité de l'affichage sur lampadaire selon le motif de la visite (VAR13)

- Motif magasinage: Trouve en général que ce type d'affichage est plus utile qu'inutile
- Tous les autres motifs : Majoritairement inutile
- Les résidents sont ceux qui trouvent cet affichage inutile dans une plus grande proportion



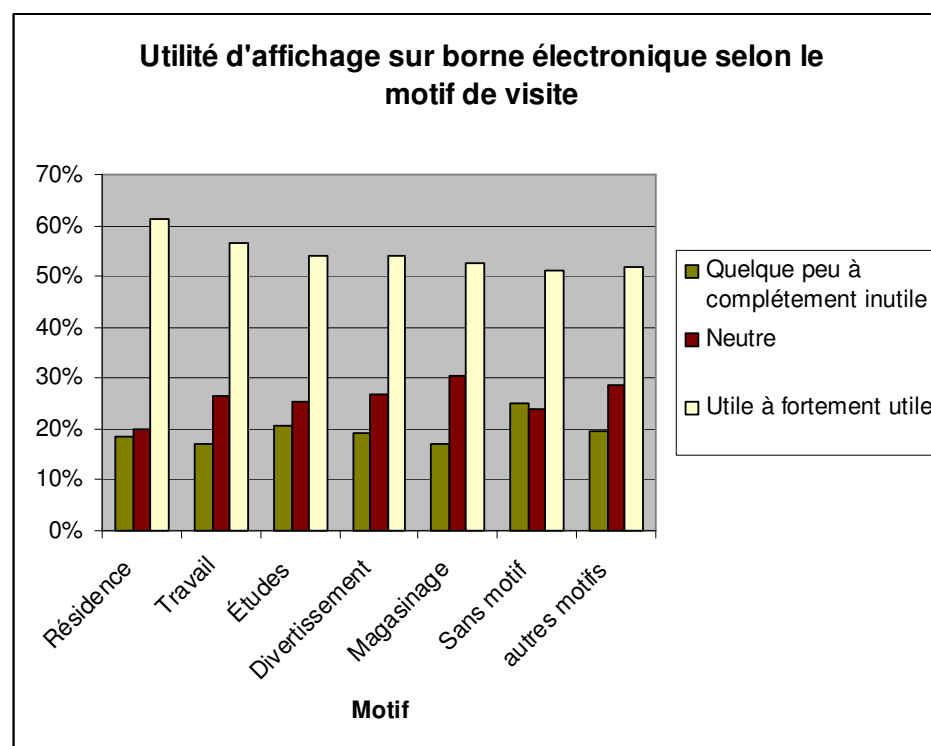
# Utilité de l'affichage sur lampadaire selon la classe d'âges des répondants (VAR13)

- Les 45 ans et plus ont tendance à trouver ce type d'affichage inutile dans une plus grande proportion.



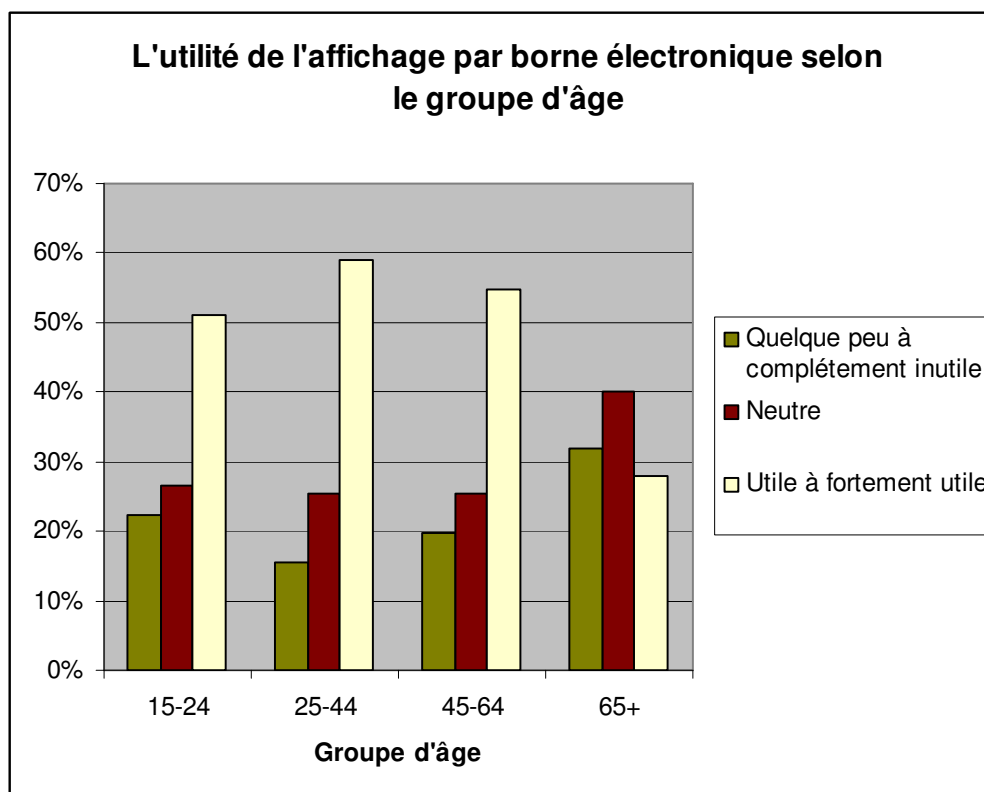
# Utilité de l'affichage sur borne électronique selon le motif de la visite (VAR14)

- À tous les motifs, les répondants trouvent ce type d'affichage utile à fortement utile, à plus de 50%
- Les résidants sont ceux qui ont la plus grosse proportion trouvant la borne électronique utile, avec une proportion de 61%



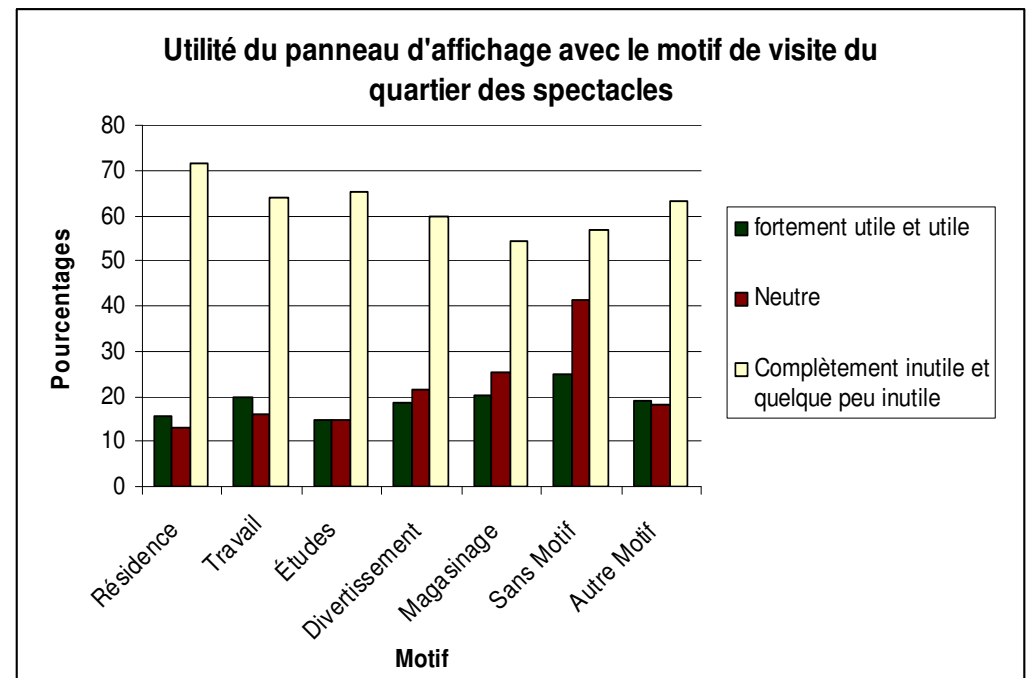
# Utilité de l'affichage sur borne électronique selon la classe d'âges des répondants (VAR14)

- Les 24-44 ans ont tendance à trouver ce type d'affichage inutile dans une plus grande proportion.



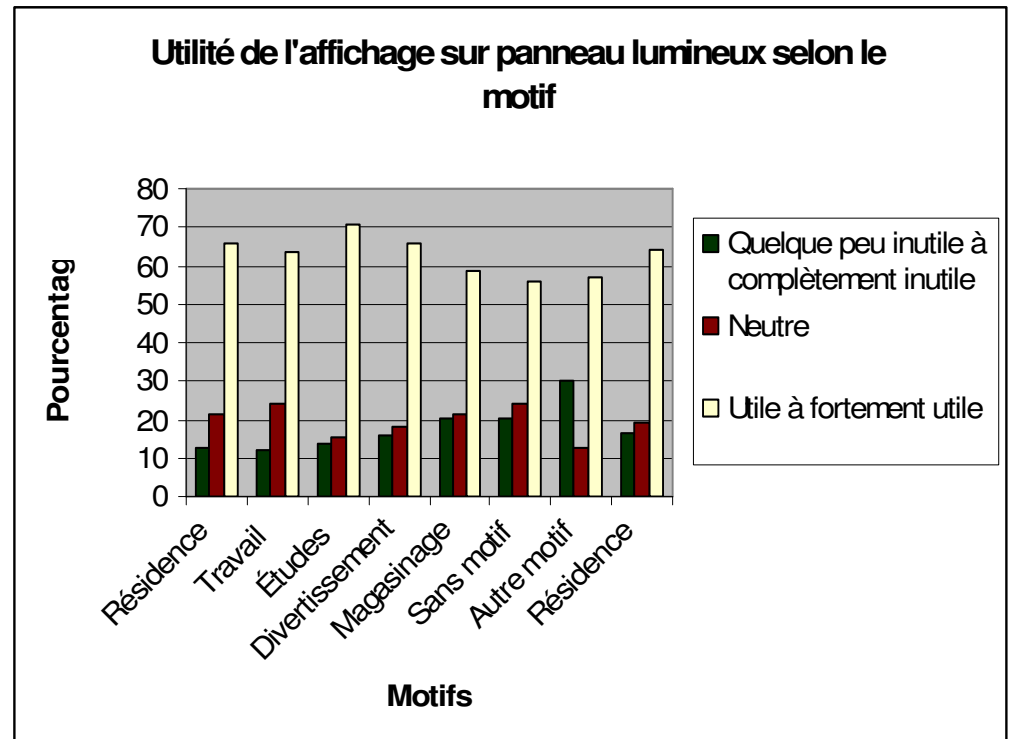
# Utilité de l'affichage sur panneau publicitaire selon le motif de la visite (VAR15)

- La relation existante entre les deux variables est tout de même faible, le niveau de la signification statistique se situe à 91.7%.



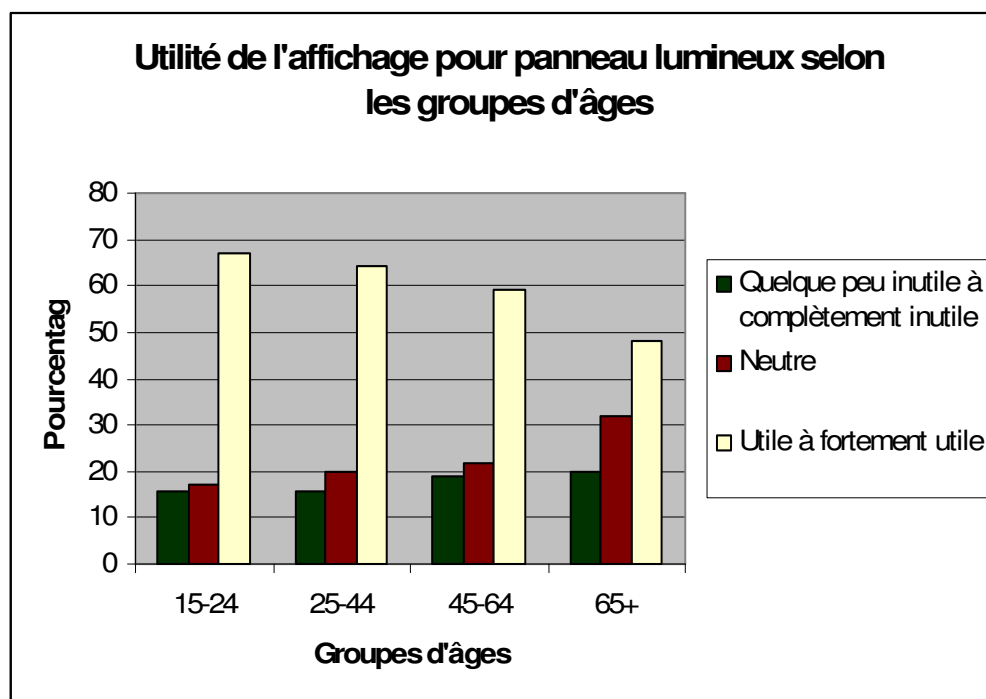
# Utilité de l'affichage sur panneau lumineux selon le motif de la visite (VAR16)

- La relation entre l'utilité et le motif est significative à 97,3%
- L'affichage sur panneau lumineux est majoritairement utile à fortement utile pour tous les motifs.
- Seul la catégorie « autre motif » a la plus grande proportion de inutile à complètement inutile.



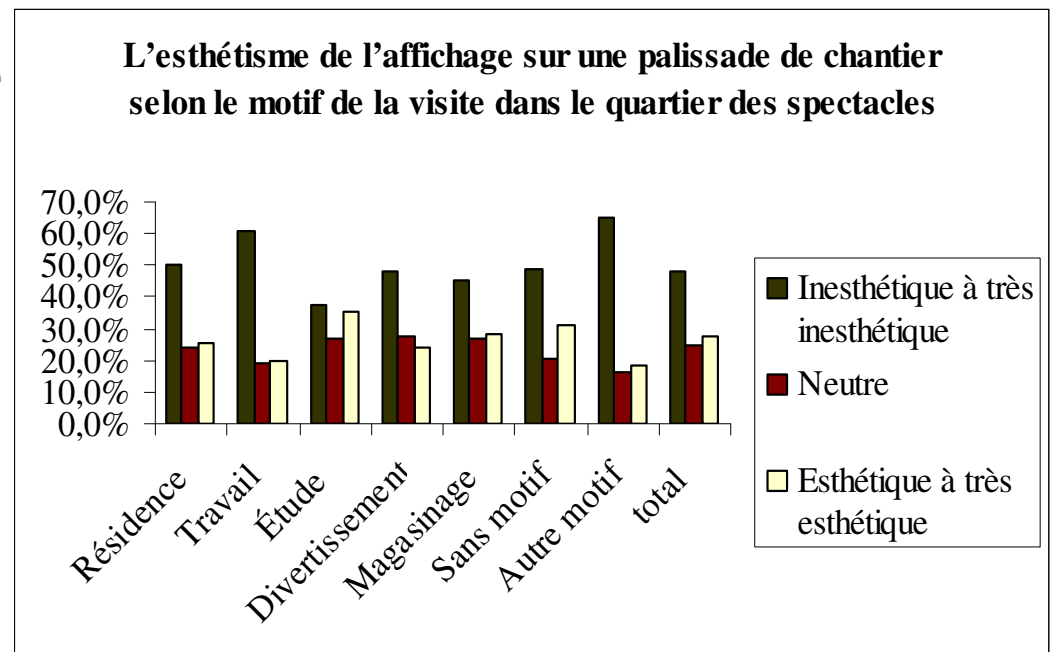
# Utilité de l'affichage sur panneau lumineux selon la classe d'âges des répondants (VAR16)

- La relation entre l'utilité et le groupe d'âge est significative à 83,6%
- Dans toutes les classes d'âges c'est l'utile à fortement utile qui ressort.
- Les plus jeunes ont tendance à trouver l'affichage sur panneau lumineux plus utile que les plus vieux.



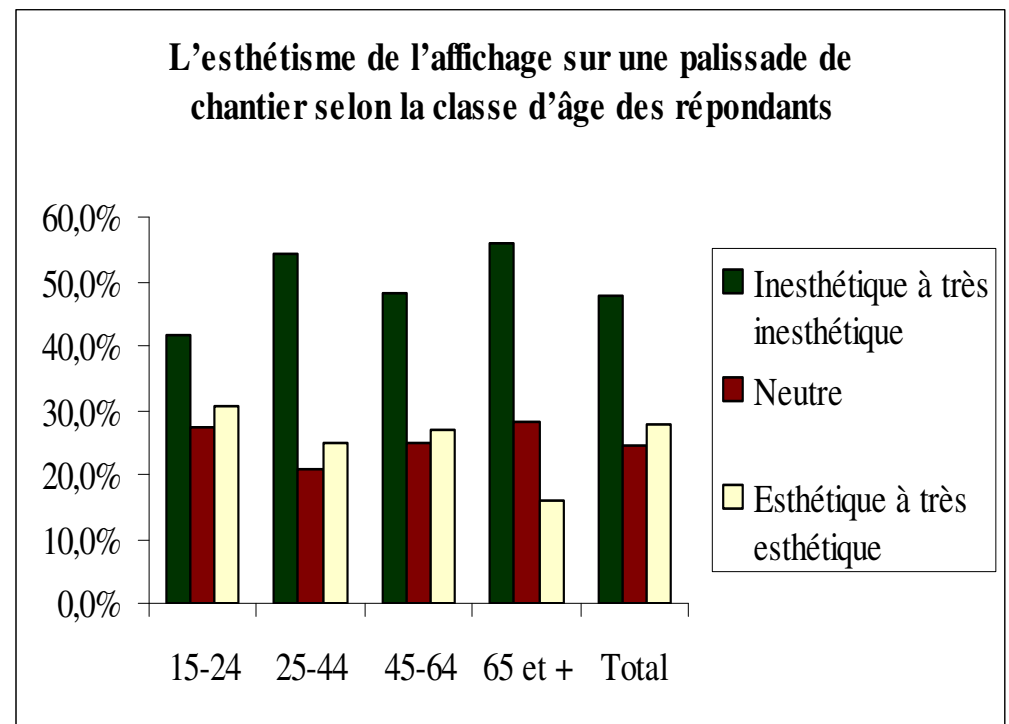
# Esthétisme de l'affichage sur une palissade de chantier selon le motif de la visite (VAR23)

- Relation existante est très faible, le niveau de la signification statistique est d'une proportion de 98.9%.



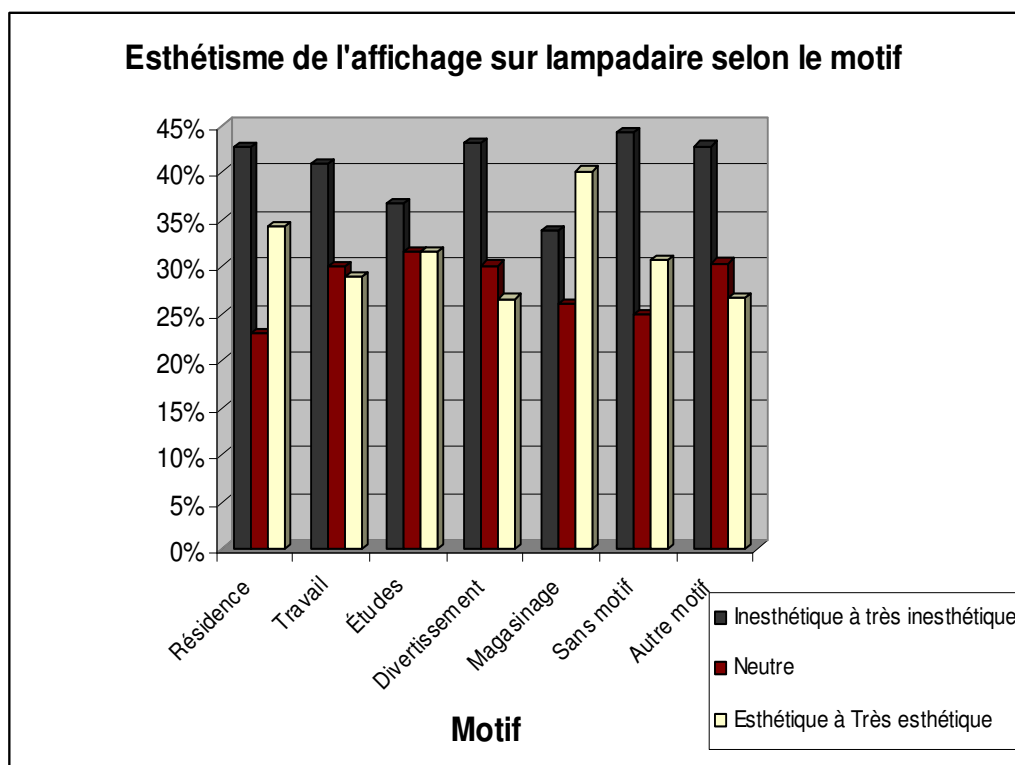
# Esthétisme de l'affichage sur une palissade de chantier selon la classe d'âge des répondants (VAR23)

- Relation existante est très faible, le niveau de la signification statistique est d'une proportion de 91,4%
- L'hypothèse suppose que les personnes moins âgées estime plus fortement que l'affichage sur les palissades de chantier est esthétique
- Les personnes plus âgées trouvent ce type d'affichage plus inesthétique dans une proportion de 48%.
- En général, le niveau d'esthétique de ce type d'affichage est très bas.



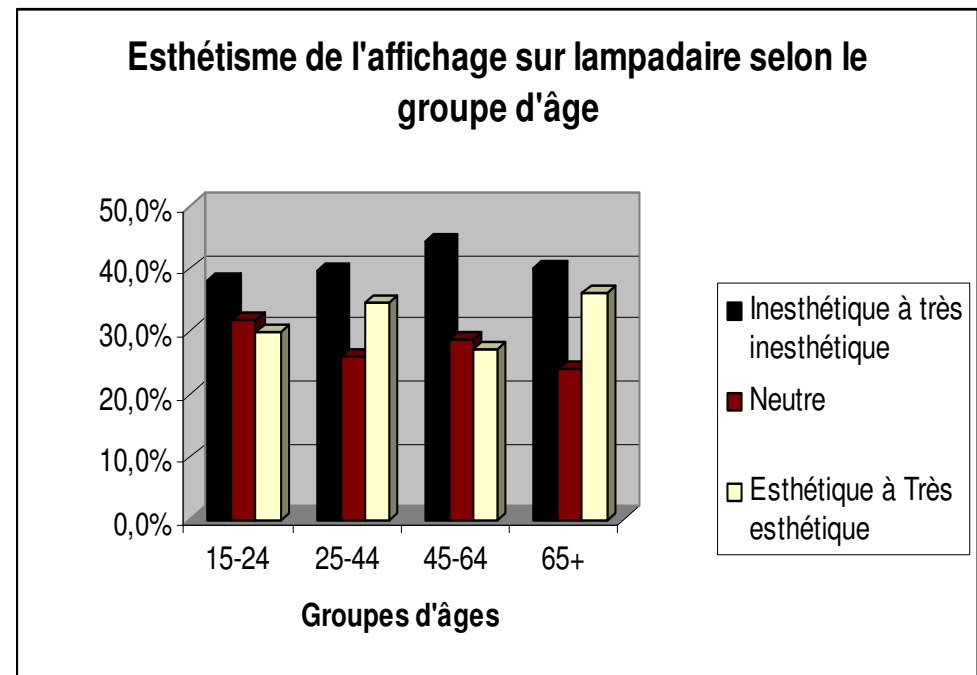
# Esthétisme de l'affichage sur lampadaire selon le motif de la visite (VAR24)

- Ceux trouvant dans une plus grande proportion ce type d'affichage inesthétique: Résidence, Divertissement, sans motif et travail.
- Ceux qui visite le secteur pour des raisons de magasinage se démarquent : Ils trouvent en général cet affichage plus esthétique qu'inesthétique, et ce dans une grande proportion



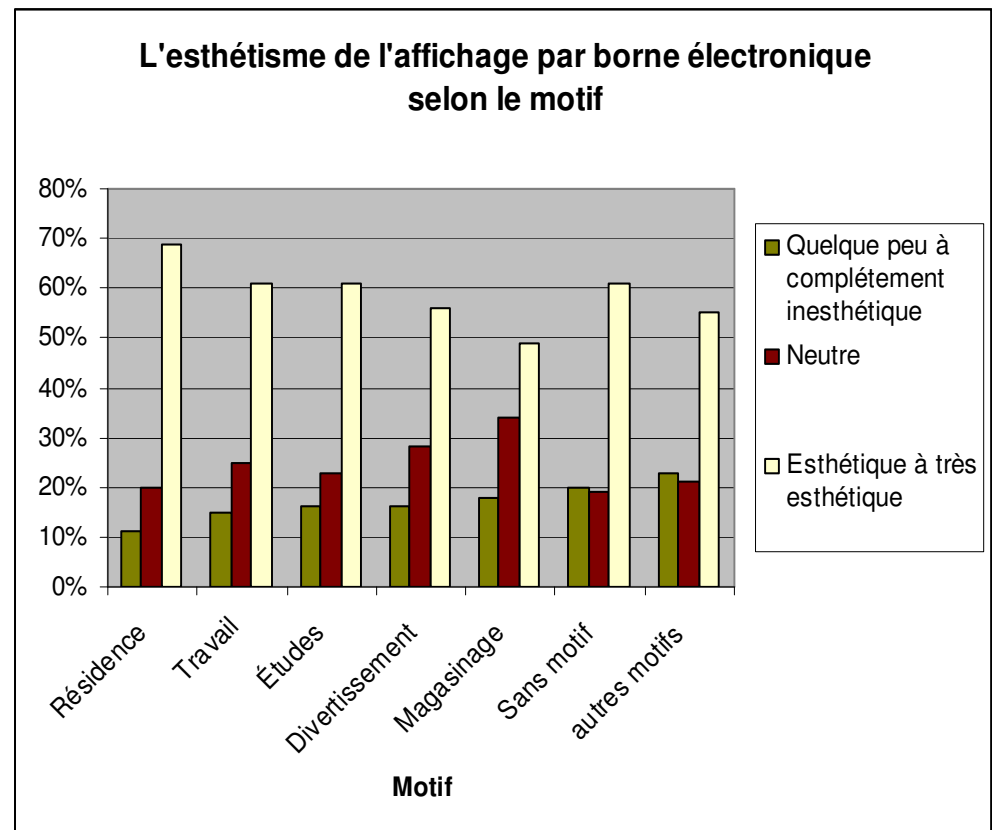
# Esthétisme de l'affichage sur lampadaire selon la classe d'âge des répondants (VAR24)

- Les 45 ans et + trouvent dans une plus grande proportion ce type d'affichage inesthétique.
- Tous les groupes d'âges trouvent majoritairement ce type d'affichage inesthétique.



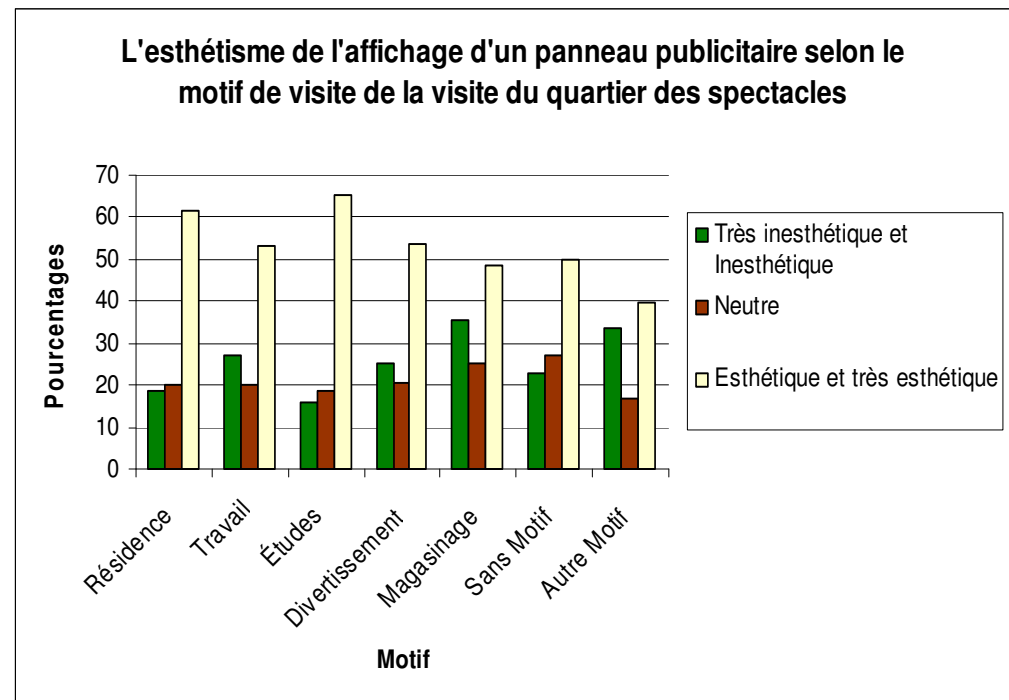
# Esthétisme de l'affichage sur borne électronique selon le motif de la visite (VAR25)

- La majorité des répondants trouvent esthétique l'affichage par borne électronique dans chacun des motifs.
- Ceux qui résident dans le secteur se démarquent : Ils trouvent en général cet affichage esthétique à très esthétique, et ce dans une grande proportion( 69%).



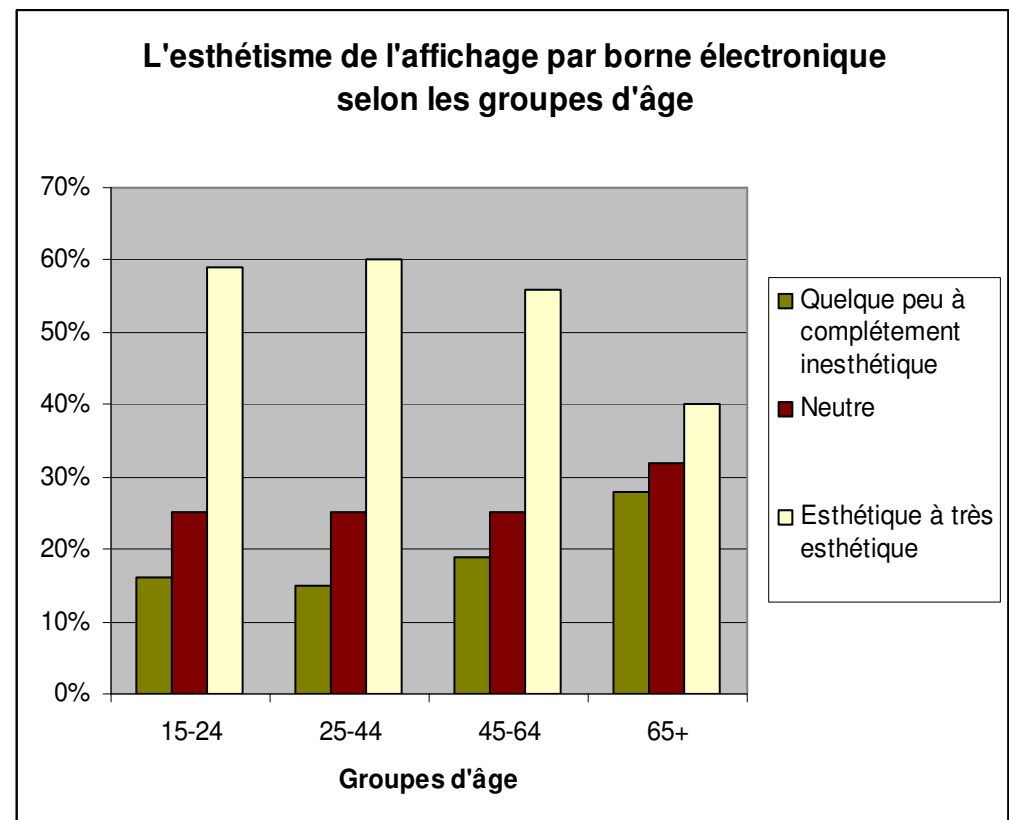
# Esthétisme de l'affichage sur panneau publicitaire selon le motif de la visite (VAR26)

- Le niveau de signification est de 94%.
- Les personnes interrogées dont la résidence et les études sont le motif de visite, ont une réponse plus positive quant à l'esthétisme de ce type d'affichage



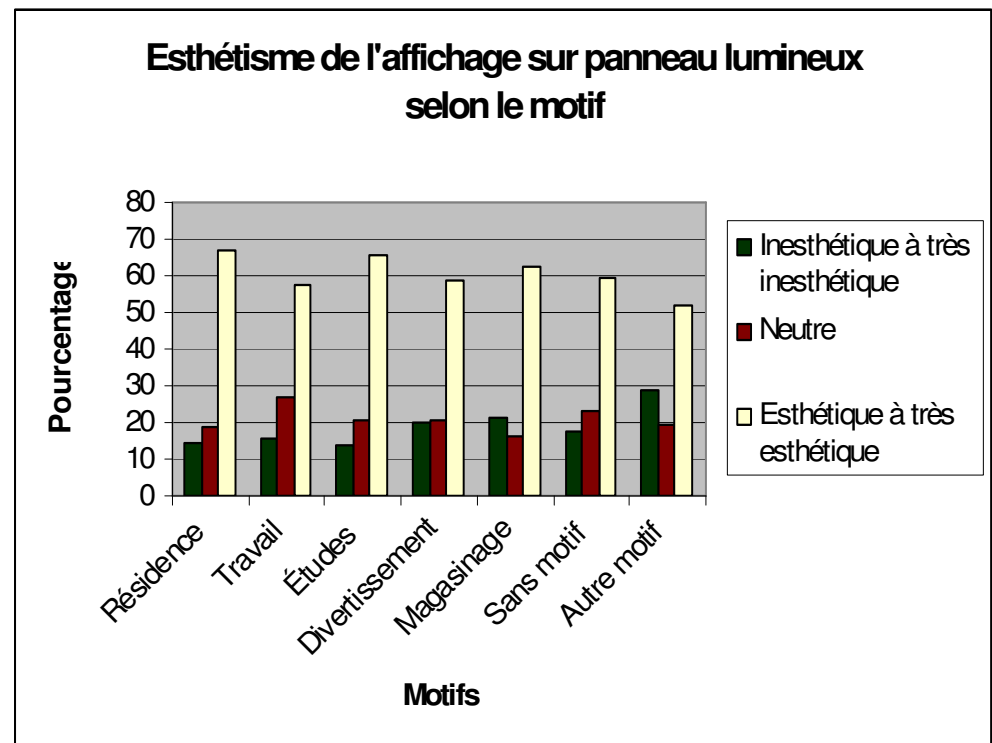
# Esthétisme de l'affichage sur panneau publicitaire selon la classe d'âges des répondants (VAR26)

- Tous les groupes d'âges trouvent majoritairement que ce type d'affichage est esthétique.
- Par contre, les répondants ayant 65 et +, trouvent majoritairement ce type d'affichage esthétique, mais avec une proportion moindre, avec 40%.



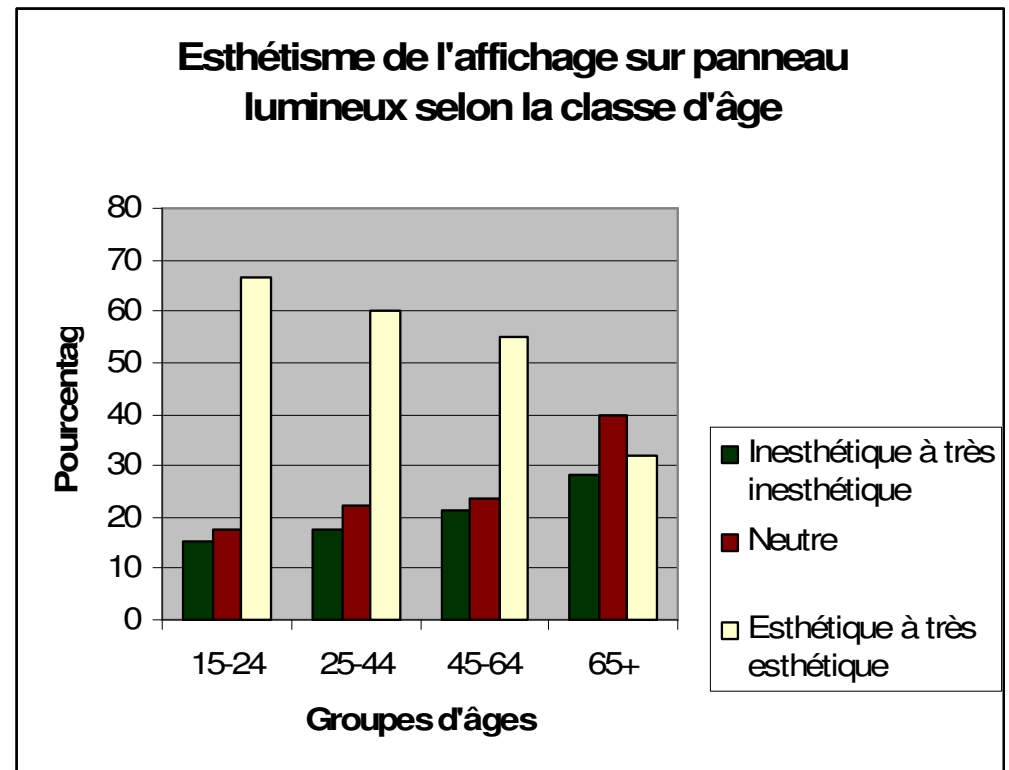
# Esthétisme de l'affichage sur panneau lumineux selon le motif de la visite (VAR27)

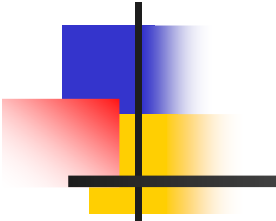
- La relation entre l'esthétisme et le motif est significative à 76,5%
- L'affichage sur panneau lumineux semble majoritairement esthétique dans toutes les catégories de motifs.
- Les « autre motif » ont la proportion la plus élevée dans la catégorie inesthétique à très inesthétique.



# Esthétisme de l'affichage sur panneau lumineux selon la classe d'âge des répondants (VAR27)

- La relation entre l'Esthétisme et le groupe d'âge est significative à 96,5%
- Les plus jeunes sont ceux qui trouvent le plus ce type d'affichage esthétique à très esthétique.
- Cette appréciation diminue avec l'âge → les 65ans et + sont ceux qui trouvent cet affichage le moins esthétique → la différence entre esthétique et inesthétique est mince.





# Étude du mobilier urbain et de l'affichage dans le quartier des spectacles

L'analyse du niveau d'importance de  
certains contenus dans l'affichage.

PAR  
Mustapha Amara  
Yan Chambers  
Adamo D'Alessio  
Gabriel Hudon  
Lucie Labrecque  
Justin Sultana



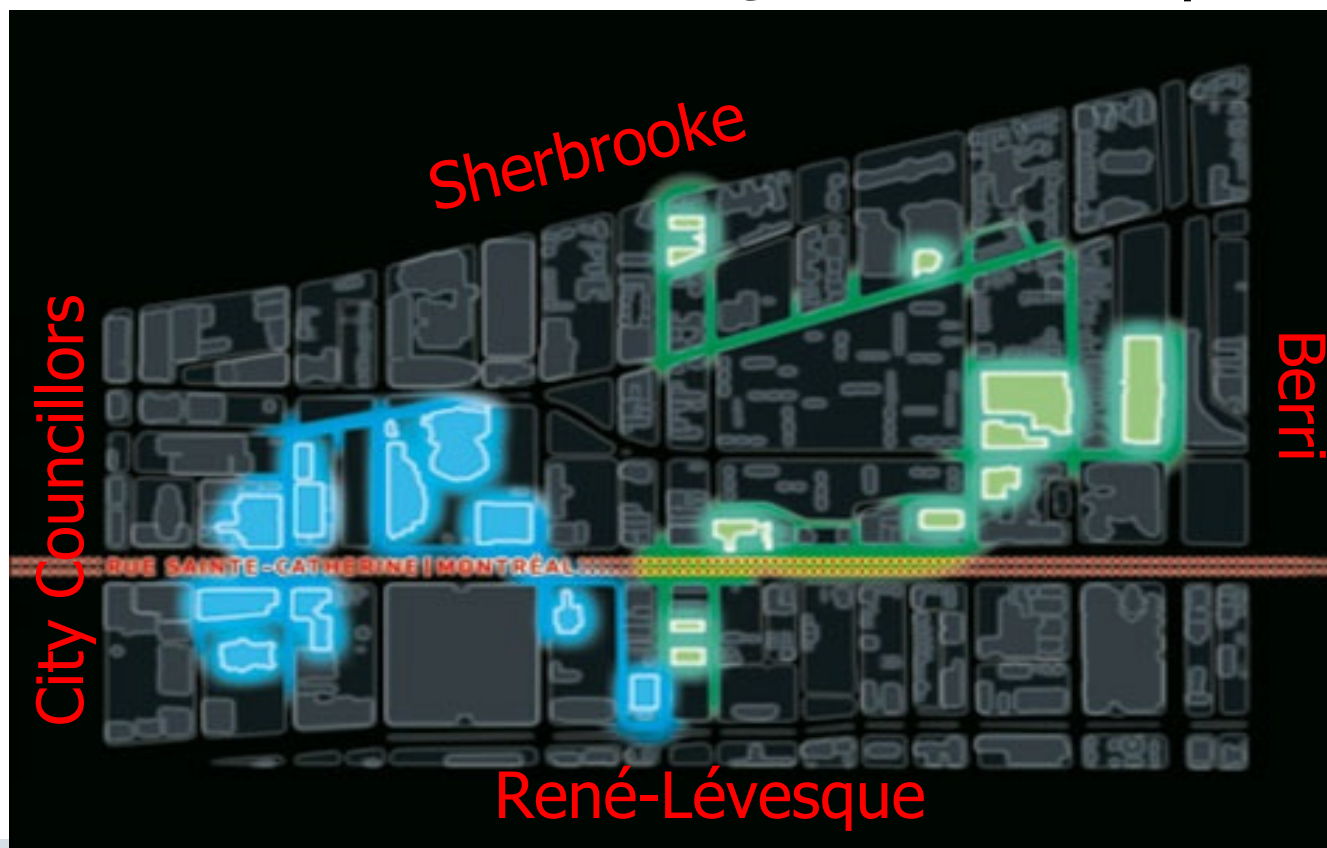
# Ordre de présentation

---

- Introduction
- Définition du projet
- Résultats
- Limites
- Conclusion

# Introduction

- Création en 2002 du Quartier des Spectacles





# Buts de l'analyse vs buts du Quartier

---

Connaître les besoins en affichage selon les particularités des répondants :

- L'âge
- Le sexe
- Le revenu
- Le motif de la visite
- La fréquence hebdomadaire des visites
- L'origine des répondants
- L'endroit de l'interview
- Le jour et l'heure de l'interview



# Buts de l'analyse vs buts du Quartier

---

Connaître les besoins en affichage selon les particularités des répondants (Suite) :

- La familiarité avec le quartier
- La connaissance des frontières du quartier
- La présence d'affichage à l'endroit de l'interview



# Définition du projet

---

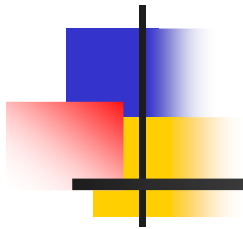
- Besoins en affichage dans le Quartier
- Le contenu de l’affichage
- Connaître les intersections stratégiques de certaines informations
- Connaître l’opinion des gens sur l’affichage sur le mobilier urbain



# Question analysée

**7. Sur une échelle de 1 à 5, 1 étant « très peu important » et 5 « très important », quel est le niveau d'importance pour vous d'un affichage des contenus suivants?**

Liste des différentes activités du quartier	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Nature d'un spectacle	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Prix d'un spectacle	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Horaire (dates et heures) d'un spectacle	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Direction pour le lieu d'un spectacle	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Carte du quartier	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Information interactive (borne)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Publicité autre que culturelle	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Autre information touristique (p. ex. restaurants)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5



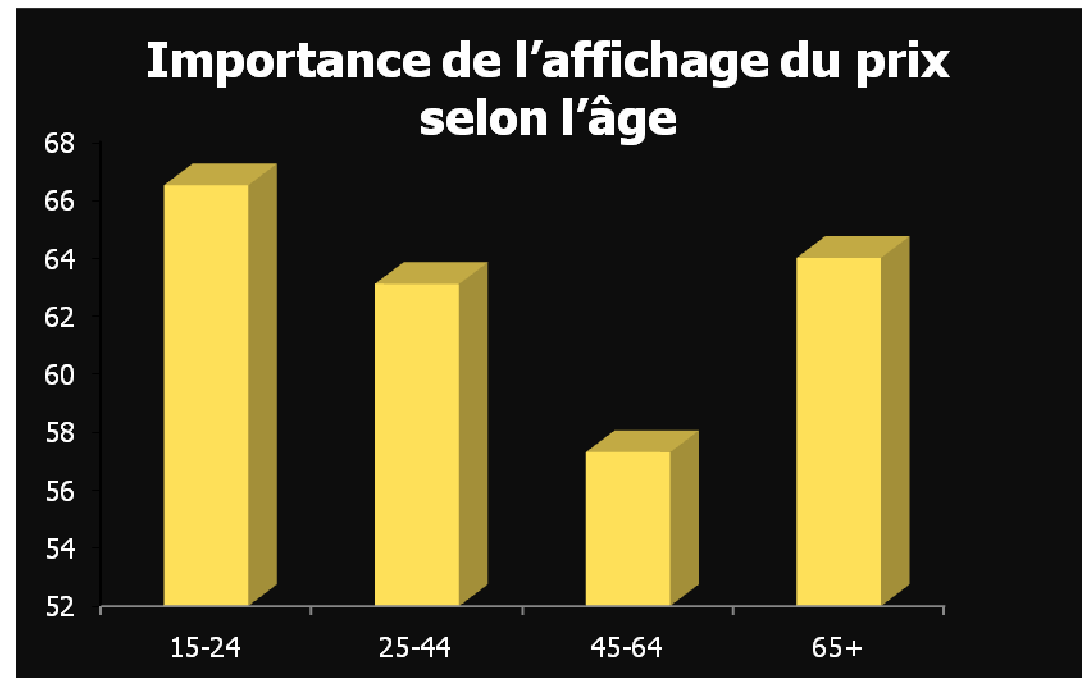
# RÉSULTATS

(des analyses de tri-croisé)

# Les analyses croisées

Âge (%)	
La liste	57
La nature	77
Le prix	99
L'horaire	46
La direction	87
Une carte	93
Information interactive	97
Publicité non culturelle	90
Autres info. Touristique	88

$H_0$  : L'âge n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.



# Les analyses croisées

Âge (%)	
La liste	57
La nature	77
Le prix	99
L'horaire	46
La direction	87
Une carte	93
Information interactive	97
Publicité non culturelle	90
Autres info. touristique	88

**$H_0$  : L'âge n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.**

Chez les plus de 65 ans,  
l'information interactive est peu ou  
très peu importante.

# Les analyses croisées

$H_0$  : Le sexe n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.

Sexe	
La liste	1
La nature	98
Le prix	97
L'horaire	34
La direction	19
Une carte	81
Information interactive	38
Publicité non culturelle	62
Autres info. touristique	56

- Besoins sont pareils pour les hommes et les femmes.

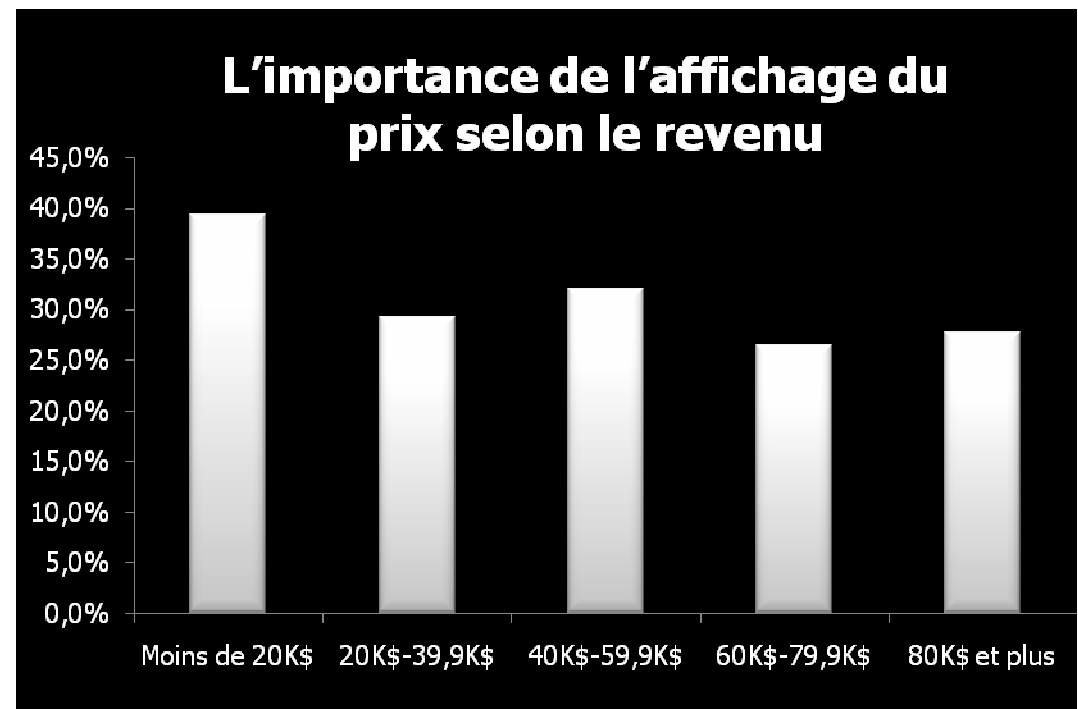
- Au moins important.

# Les analyses croisées

## Revenu

La liste	42
La nature	93
Le prix	97
L'horaire	51
La direction	94
Une carte	59
Information interactive	70
Publicité non culturelle	40
Autres info. touristique	93

$H_0$  : Le revenu n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.



# Les analyses croisées

$H_0$  : Le motif n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.

Motif	
La liste	99
La nature	37
Le prix	47
L'horaire	91
La direction	97
Une carte	39
Information interactive	97
Publicité non culturelle	41
Autres info. touristique	69

-Liste importante pour:

- ✓ résidants
- ✓ étudiants
- ✓ ceux qui viennent pour le divertissement.

-La direction d'un lieu :

- ✓ est importante pour les résidants

# Les analyses croisées

$H_0$  : Le motif n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.

Motif	
La liste	99
La nature	37
Le prix	47
L'horaire	91
La direction	97
Une carte	39
Information interactive	97
Publicité non culturelle	41
Autres info. touristique	69

-L'information interactive :  
✓ pas de relation claire



# Les analyses croisées

**$H_0$  : La fréquentation n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.**

## Fréquentation

La liste	<b>69</b>
La nature	<b>72</b>
Le prix	<b>36</b>
L'horaire	<b>38</b>
La direction	<b>89</b>
Une carte	<b>61</b>
Information interactive	<b>22</b>
Publicité non culturelle	<b>79</b>
Autres info. touristique	<b>16</b>

# Les analyses croisées

$H_0$  : La provenance n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.

## La provenance

La liste	71
La nature	43
Le prix	76
L'horaire	22
La direction	39
Une carte	69
Information interactive	99
Publicité non culturelle	73
Autres info. touristique	99

- L'information interactive est plus importante pour les gens provenant l'extérieur du Canada.

- Les autres informations tels que les lieux de restaurations ressortent comme importants pour les gens provenant de l'extérieur du Canada.

# Besoin selon la provenance

- Données les plus importantes selon la provenance.
- Qui se démarquent grandement d'avec la moyenne.
- Adapter le type d'affichage selon la clientèle.
- Selon:
  - ❖ Île de Montréal
  - ❖ Banlieues de la RMRM
  - ❖ Restant du Québec
  - ❖ Autres provinces
  - ❖ Extérieur du Canada



# Besoins selon la provenance

- **Montréal**
  - ❖ Dans la moyennes.
  
- **Banlieues**
  - ❖ Le prix des spectacles.



# Besoins selon la provenance

## ➤ Restant du Québec

- ❖ Horaire
- ❖ Direction vers le lieu d'un spectacle
- ❖ Information interactive
- ❖ Autres informations touristiques
- ❖ Ne désire pas de publicités commerciales



## ➤ Extérieur du Canada

- ❖ Liste des activités du quartier
- ❖ Nature d'un spectacle
- ❖ Horaire
- ❖ Direction
- ❖ Carte
- ❖ Information interactive. Avec 40% de plus que la moyenne.
- ❖ Autre information touristique
- ❖ Ne désire pas de publicités commerciales



# Les analyses croisées

**$H_0$  : L'endroit de l'interview n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.**

## Secteur du Quartier

La liste	<b>99</b>
La nature	<b>99</b>
Le prix	<b>99</b>
L'horaire	<b>99</b>
La direction	<b>99</b>
Une carte	<b>99</b>
Information interactive	<b>99</b>
Publicité non culturelle	<b>99</b>
Autres info. touristique	<b>95</b>

# Le besoins les plus forts



# Les analyses croisées

$H_0$  : Le jour de fréquence n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.

## Jour de fréquentation

La liste	99
La nature	99
Le prix	99
L'horaire	97
La direction	93
Une carte	94
Information interactive	78
Publicité non culturelle	93
Autres info. touristique	88

Le lundi....

- La liste: lundi
- La nature: lundi
- Prix: lundi et vendredi
- L'horaire: lundi et vendredi

# Les analyses croisées

$H_0$  : L'heure de fréquentation n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.

## L'heure de fréquentation

La liste	96
La nature	8
Le prix	84
L'horaire	71
La direction	76
Une carte	83
Information interactive	95
Publicité non culturelle	95
Autres info. touristique	25

- Liste: moins important après 19h.

- Information interactive: Moins importante le matin

- Publicité non culturelle: Plus la journée avance, moins ça dérange.

# Les analyses croisées

**H<sub>0</sub> : La familiarité avec le Quartier n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.**

## Familiarité

La liste	<b>99</b>
La nature	<b>92</b>
Le prix	<b>51</b>
L'horaire	<b>52</b>
La direction	<b>59</b>
Une carte	<b>65</b>
Information interactive	<b>95</b>
Publicité non culturelle	<b>81</b>
Autres info. touristique	<b>73</b>

Liste: important pour gens qui savent qu'ils sont dans le quartier.

Info Interactive: plus indifférent quand familier avec le quartier.

# Les analyses croisées

**H<sub>0</sub> : La connaissance des limites du Quartier n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.**

## Connaissance des limites

La liste	95
La nature	88
Le prix	97
L'horaire	73
La direction	97
Une carte	80
Information interactive	98
Publicité non culturelle	70
Autres info. touristique	19

Liste: moins importante plus on connaît les limites.

Direction: très importante pour ceux qui connaissent les limites.

Info interactive: très important pour ceux qui connaissent les limites.

# Les analyses croisées

**$H_0$  : L'observation d'un affichage n'a pas d'effet sur la demande de contenu de l'affichage.**

## Observation

La liste	23
La nature	78
Le prix	99
L'horaire	99
La direction	89
Une carte	38
Information interactive	97
Publicité non culturelle	94
Autres info. touristique	63

Prix, horaire et interaction:  
C'est très important quand il n'y a pas support pour l'affichage ni les informations.

S'il en avait eu, auraient-ils regardé ?

- Revenus : section refus de répondre ou NSP, donner le code 99 ou ne pas en tenir compte;
- Parfois, un coin de rue introduit un biais dans l'analyse générale (par rapport à l'observation);
- Travail dans un cadre pédagogique;
- Échantillonnage non probabiliste.



# Conclusions

- Le prix est important pour les plus jeunes et les personnes âgées;
- Plus le revenu est haut, moins il est important d'indiquer le prix;
- Les gens provenant de l'étranger ont des besoins plus importants;
- Besoin d'affichage est plus fort là où il y a une attraction;
- Le lundi et le vendredi sont les jours où l'information a le plus besoin d'être exacte et à jour.



# Conclusions

---

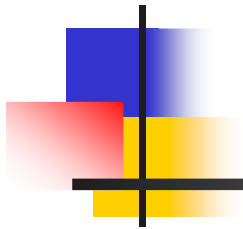
- Les pubs, quoiqu'elles ne sont pas très appréciées, le sont de plus en plus à mesure que la journée avance;
- Plus on connaît l'existence de l'entité « Quartier des Spectacles », plus on s'intéresse à ce qui s'y passe;
- Même quand on connaît les limites, les directions pour une activité, elles demeurent importantes;
- L'offre d'informations doit être importante même si on ne la regarde pas.



## Conclusions

---

- La liste, le prix et l'information interactive sont les trois types de contenu où l'on a observé des relations significatives.
- Donc, on devrait peut-être prioriser l'affichage de ces trois types de contenus.



MERCI



# Étude du mobilier urbain et de l'affichage dans le quartier des spectacles

---

Opinion de la population  
par rapport à l'affichage actuel  
dans le quartier des spectacles



## Importance de cette question

---

- Répond principalement à deux des objectifs de l'étude
  - ❖ « Connaître l'opinion de la population habitant le secteur du quartier des spectacles concernant le mobilier urbain et l'affichage. »
  - ❖ « Connaître l'opinion des visiteurs (locaux ou étrangers) concernant le mobilier urbain et l'affichage. »
    - ✦ Tiré de la proposition d'étude du mobilier urbain et de l'affichage dans le quartier des spectacles.



## Importance de cette question

---

➤ Répond aussi à un autre objectif

❖ « Déterminer si l’affichage actuel est facilement identifiable et utilitaire pour les usagers. »

✦ Tiré de la proposition d’étude du mobilier urbain et de l’affichage dans le quartier des spectacles.



# Nature de la question

---

8. Sur une échelle de 1 à 5, 1 étant « complètement en désaccord » et 5 « complètement en accord », quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant l'affichage ACTUEL dans le « quartier des spectacles »?

L'affichage donne une image unique au quartier	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
L'affichage publicitaire est envahissant	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
La luminosité de l'affichage me dérange	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
L'affichage existant est utile	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
L'affichage permet de retrouver les principales attractions	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
L'affichage contribue à l'animation du quartier	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
Aujourd'hui, l'affichage m'a permis de m'orienter	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
Aujourd'hui, l'affichage m'a fourni l'information dont j'avais besoin	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5



# Démarche d'analyse

---

- Question seule (fréquence)
  - ❖ Pas de différenciation des répondants selon leur type (lieu de résidence, fréquence et motif de passage dans le quartier, etc.)
  - ❖ Donne une opinion moyenne générale



# Démarche d'analyse

---

## ➤ Analyses multivariées

- ❖ Permet de catégoriser les opinions par rapport à l'affichage actuel selon le type de répondant (lieu de résidence, fréquence et motif de passage dans le quartier, etc.)
- ❖ Permet d'obtenir des opinions plus précises, intéressante et significatives



## Lieu de résidence

---

- Classification des réponses aux fins de l'analyse
  - ❖ Arrondissement Ville-Marie
  - ❖ Île de Montréal
  - ❖ Province de Québec
  - ❖ Extérieur de la province de Québec



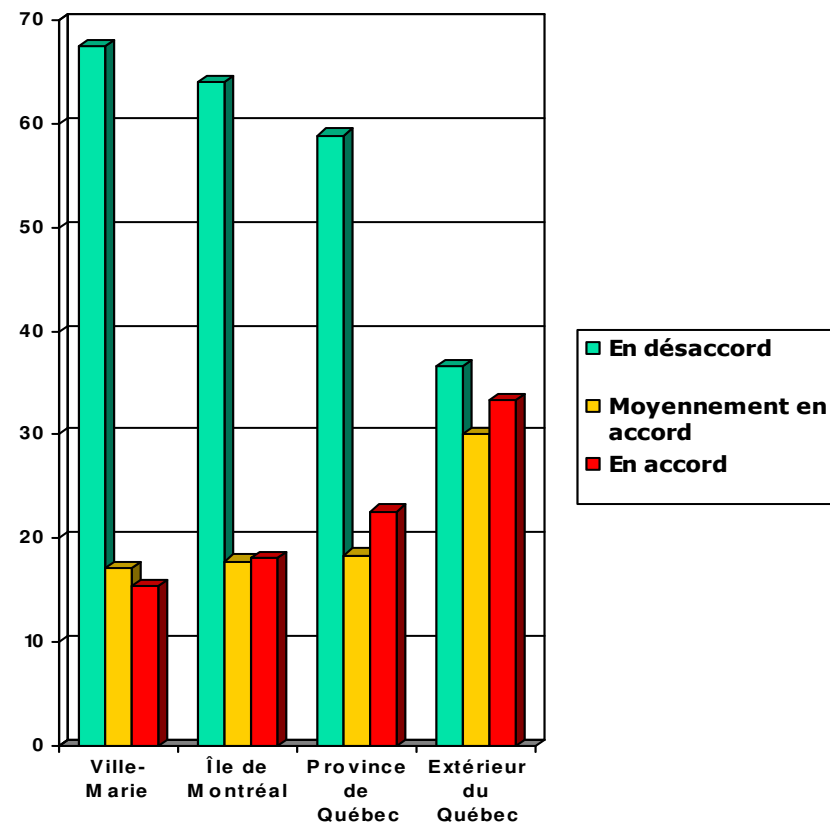
## L'affichage permet de s'orienter en fonction du lieu de résidence

---

- **H0** : L'aide apportée par l'affichage pour s'orienter ne dépend pas du lieu de résidence des répondants.
- **H1** : L'aide apportée par l'affichage pour s'orienter dépend du lieu de résidence des répondants

# L'affichage permet de s'orienter en fonction du lieu de résidence

- **H1** : confirmée
- L'aide apportée par l'affichage pour s'orienter dépend du lieu de résidence des répondants





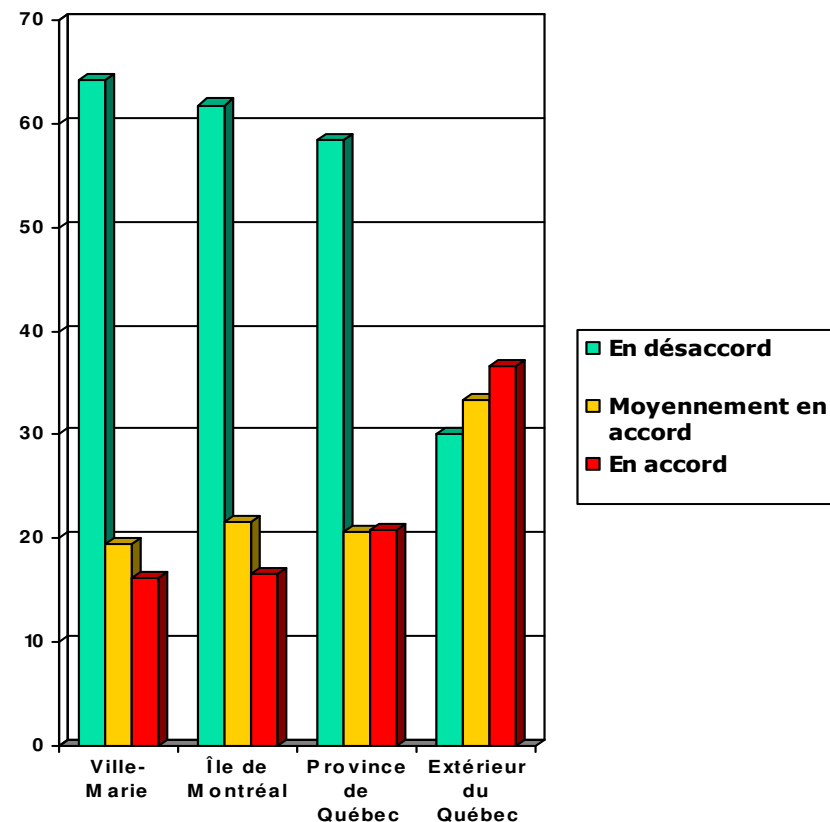
## L'affichage fourni l'information requise en fonction du lieu de résidence

---

- **H0** : L'information requise par les gens dans l'affichage ne dépend pas de leur lieu de résidence.
- **H1** : L'information requise par les gens dans l'affichage dépend de leur lieu de résidence.

# L'affichage fourni l'information requise en fonction du lieu de résidence

- **H1** : confirmée
- L'information requise par les gens dans l'affichage dépend de leur lieu de résidence.





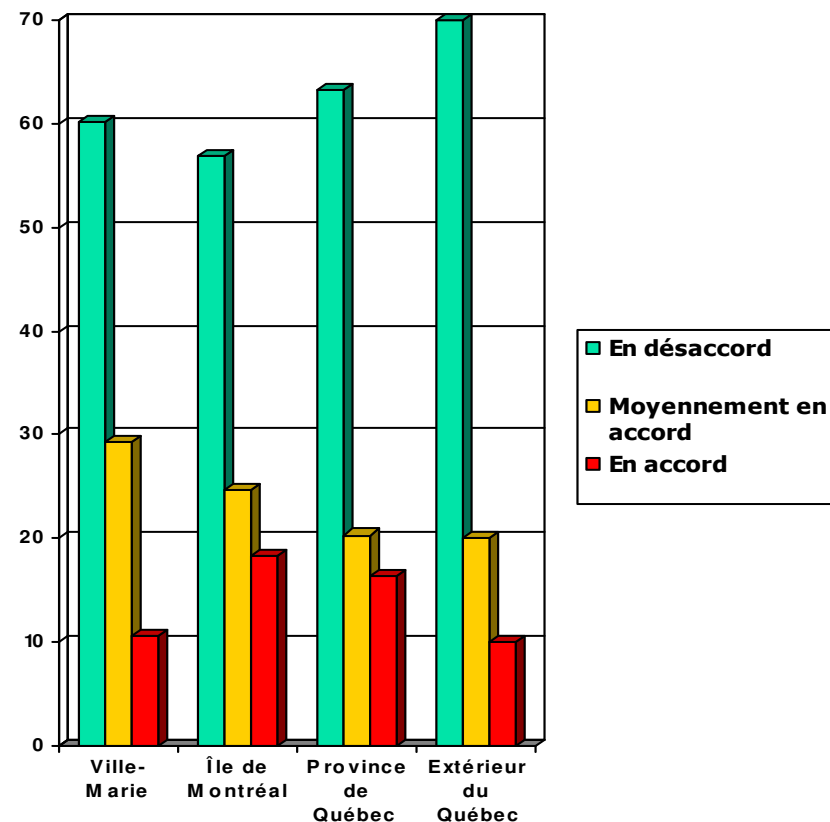
## Considérer que la luminosité de l'affichage est dérangementante en fonction du lieu de résidence

---

- **H0** : Considérer que la luminosité de l'affichage est dérangementante ne dépend pas du lieu de résidence.
- **H1** : Considérer que la luminosité de l'affichage est dérangementante dépend du lieu de résidence.

# Considérer que la luminosité de l'affichage est dérangementante en fonction du lieu de résidence

- **H1** : confirmée
- Considérer que la luminosité de l'affichage est dérangementante dépend du lieu de résidence.





## Croissements non significatifs

---

- Les autres opinions par rapport à l'affichage actuel ne formaient pas de relation significative avec le lieu de résidence des répondants.



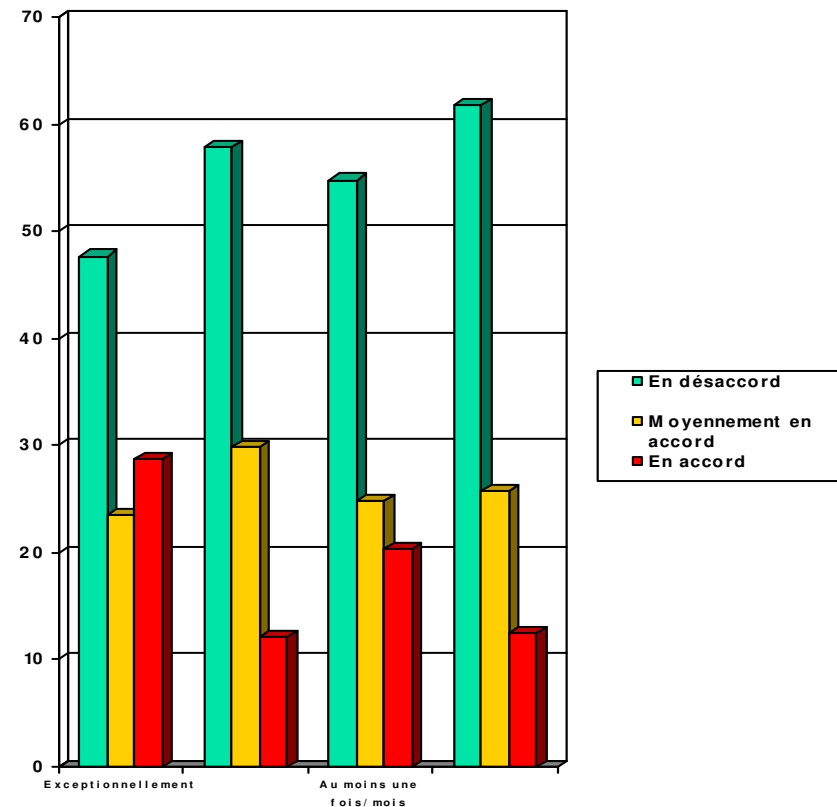
L'affichage fourni l'information requise en fonction de la fréquence à laquelle viennent les gens dans le quartier

---

- **H0** : L'information requise par les gens dans l'affichage ne dépend pas de la fréquence à laquelle ils viennent dans le quartier.
- **H1** : L'information requise par les gens dans l'affichage dépend de la fréquence à laquelle ils viennent dans le quartier.

# L'affichage fourni l'information requise en fonction de la fréquence à laquelle viennent les gens dans le quartier

- **H1** : Confirmée
- L'information requise par les gens dans l'affichage dépend de la fréquence à laquelle les gens viennent dans le quartier.





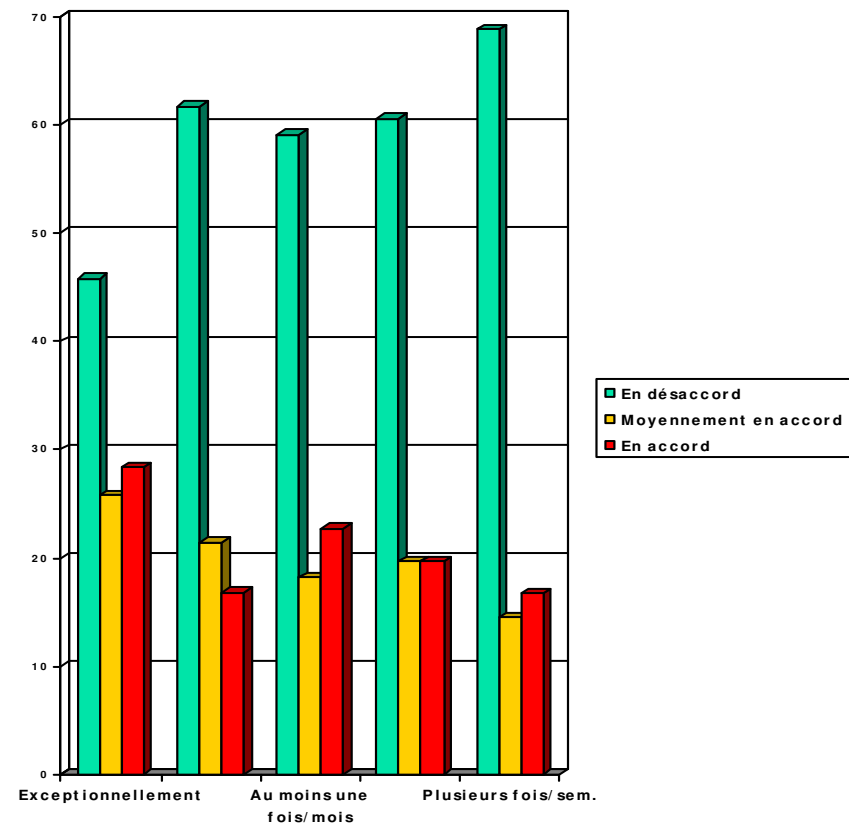
## L'affichage permet de s'orienter en fonction de la fréquentation du quartier par les répondants

---

- **H0** : L'aide apportée par l'affichage pour s'orienter ne dépend pas de la fréquence à laquelle les gens viennent dans le quartier.
- **H1** : L'aide apportée par l'affichage pour s'orienter dépend de la fréquence à laquelle les gens viennent dans le quartier.

# L'affichage permet de s'orienter en fonction de la fréquentation du quartier par les répondants

- **H1** : Confirmée
- L'aide apportée par l'affichage pour s'orienter dépend de la fréquence à laquelle les gens viennent dans le quartier.





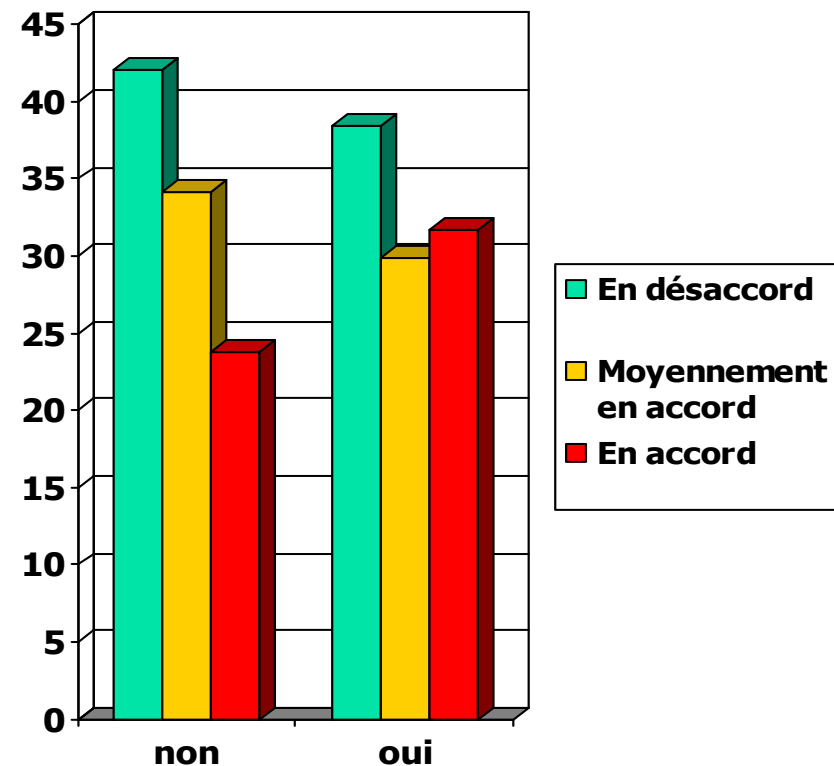
L'affichage donne une image unique au quartier en fonction que la personne sait qu'elle se trouve dans le quartier des spectacles

---

- **H0** : L'opinion selon laquelle l'affichage actuel donne une image unique au Quartier des spectacles ne dépend pas de la connaissance des répondants qu'ils se retrouvent dans le quartier des spectacles.
- **H1** : L'opinion selon laquelle l'affichage actuel donne une image unique au Quartier des spectacles dépend de la connaissance des répondants qu'ils se retrouvent dans le quartier des spectacles.

L'affichage donne une image unique au quartier en fonction que la personne sait qu'elle se trouve dans le quartier des spectacles

- **H1** : Confirmée
- L'opinion selon laquelle l'affichage actuel donne une image unique au Quartier des spectacles dépend de la connaissance des répondants qu'ils se retrouvent dans le quartier des spectacles.





L'affichage donne t'il une image unique au quartier selon le motif de la présence dans le quartier

---

- Le khi-2 indique une relation entre l'image unique et le motif.
  - ❖ Les résidents sont plus en accord (39%) que les autres catégories pour dire que le quartier a une image unique.
  - ❖ Les travailleurs et les étudiants le sont le moins.



## Croissements non significatifs

---

- Les autres opinions par rapport à l'affichage actuel ne formaient pas de relation significative avec la fréquence à laquelle viennent les gens dans le quartier ni avec la « connaissance » qu'ils se trouvaient dans le quartier des spectacles.
- Il n'y avait pas non plus de relation avec l'âge et le revenu par exemple.



# Conclusion

---

- Les répondants qui viennent de l'extérieurs de Montréal et ceux qui ne fréquentent pas le quartier peuvent être qualifiés de « visiteurs ».
  - ❖ Ils utilisent plus l'affichage pour s'orienter ou pour s'informer, mais n'obtiennent pas tous les renseignements qu'ils aimeraient avoir.
- Les résidents quand à eux sont plus favorable à l'idée que leur quartier a une image unique, quoique ce n'est pas une grande majorité.
  - ❖ Des efforts devront donc être déployés pour mieux affirmer l'image du Quartier.



# Conclusion

---

- Merci de votre attention
- Des questions?



# Étude du mobilier urbain et de l'affichage dans le quartier des spectacles

---

Spectacles et films vue en 2006 à l'intérieur et à l'extérieur du Quartier des spectacles, ainsi que le choix des différents types d'affichage sur le plan esthétique et utilitaire

# Nombres de spectacles assistés selon la fréquence dans le Quartier des spectacles

## Aucun spectacle

• Exceptionnellement 29 %

• Plu

1 et

• Exc

• Plu

3 et

• Plu

5 à 9

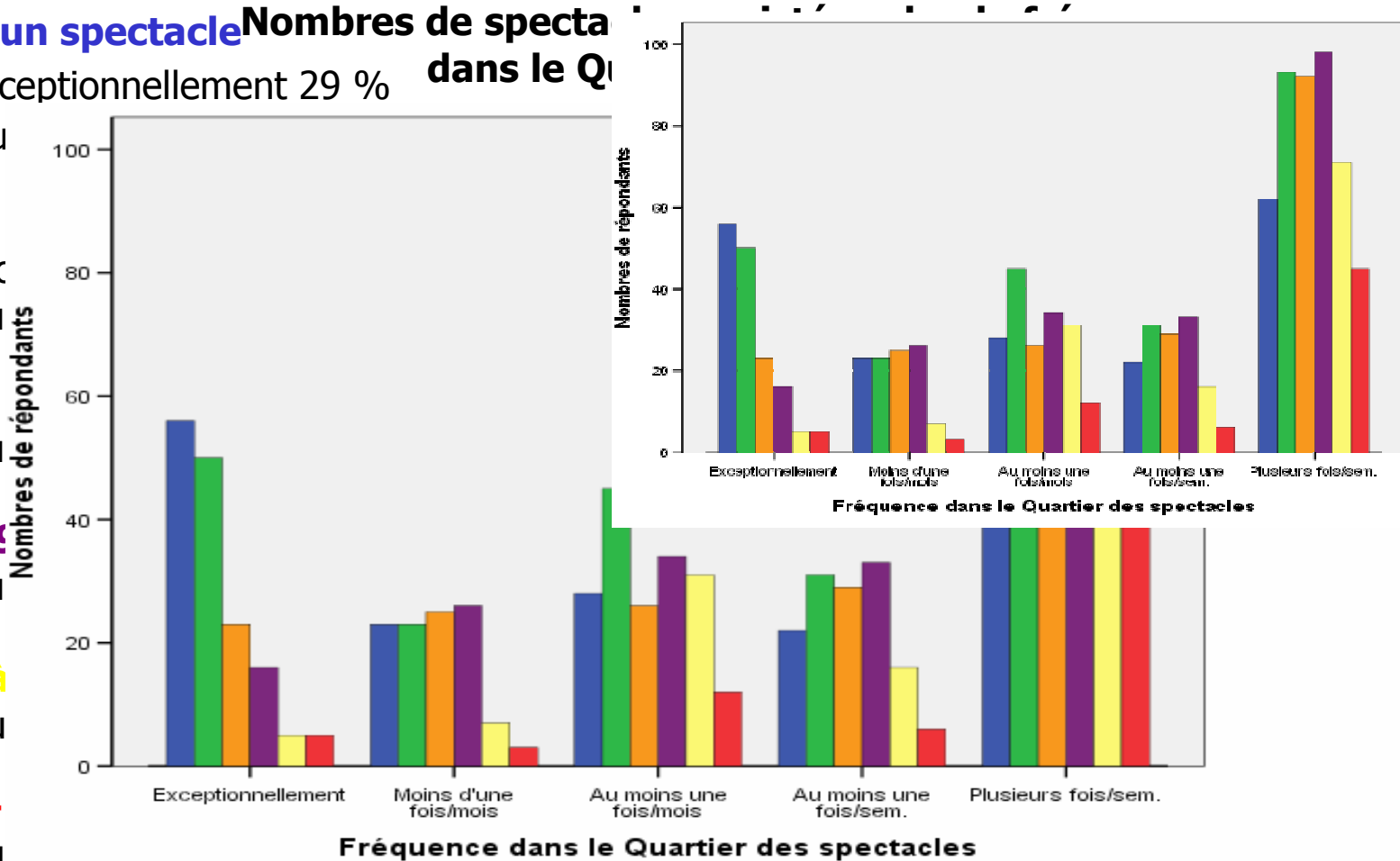
• Plu

10 à

• Plu

15+

• Plu



# Nombres de spectacles assistés selon le motif de la présence dans le Quartier des spectacles

## Aucun spectacle

- Études 22 %

## 1 et 2 spectacles

- Études 27 %

## 3 et 4 spectacles

- Études 23 %
- Divertissement 24 %

## 5 à 9 spectacles

- Études 25 %
- Divertissement 27 %

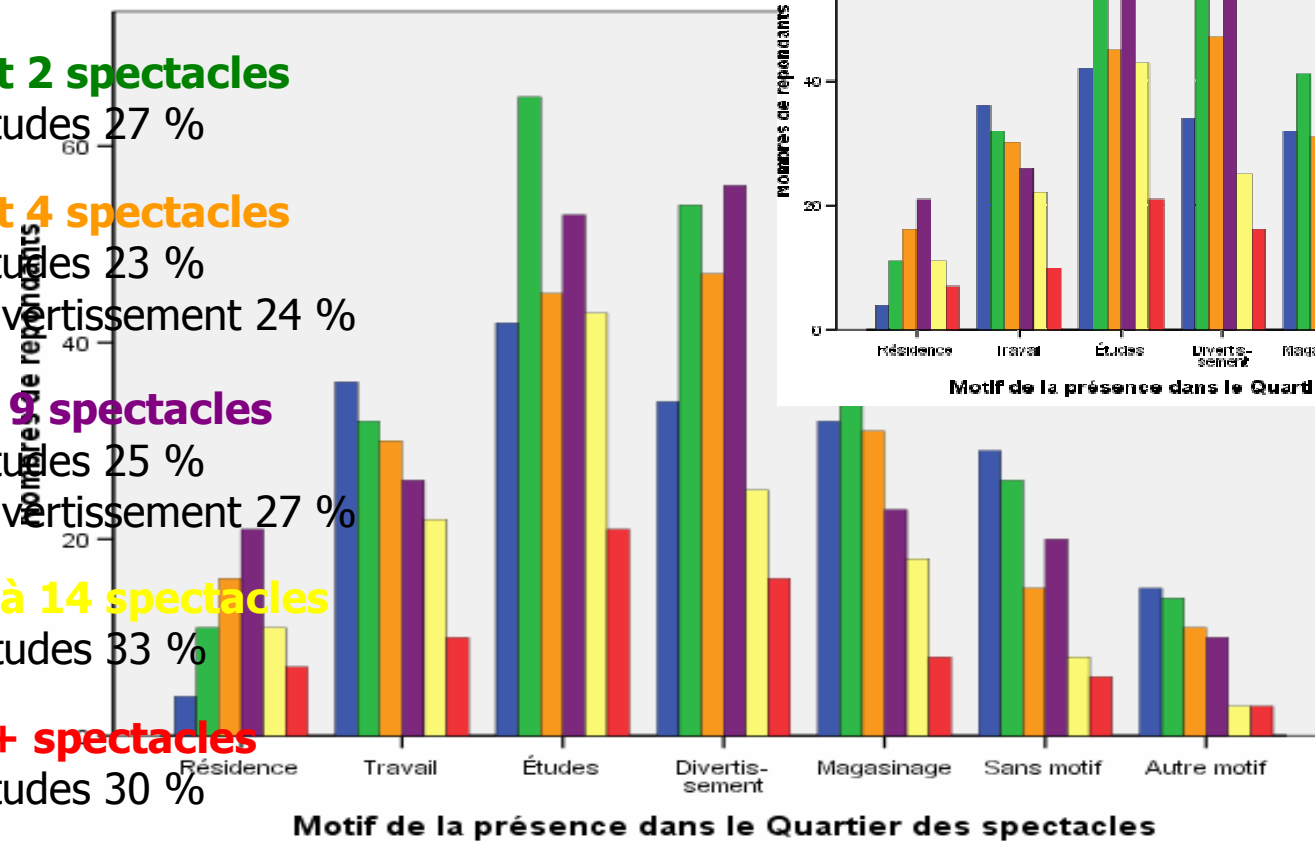
## 10 à 14 spectacles

- Études 33 %

## 15+ spectacles

- Études 30 %

## Nombres de spectacles présence dans le Q



# Nombres de films visionnés au cinéma selon la fréquence dans le Quartier des spectacles

## Aucun film

- Exceptionnellement 29 %

• P

## 1 à 4

• P

## 5 et 8

• P

## 7 et 8

• P

## 9 à 11

• F

## 12 à 15

• P

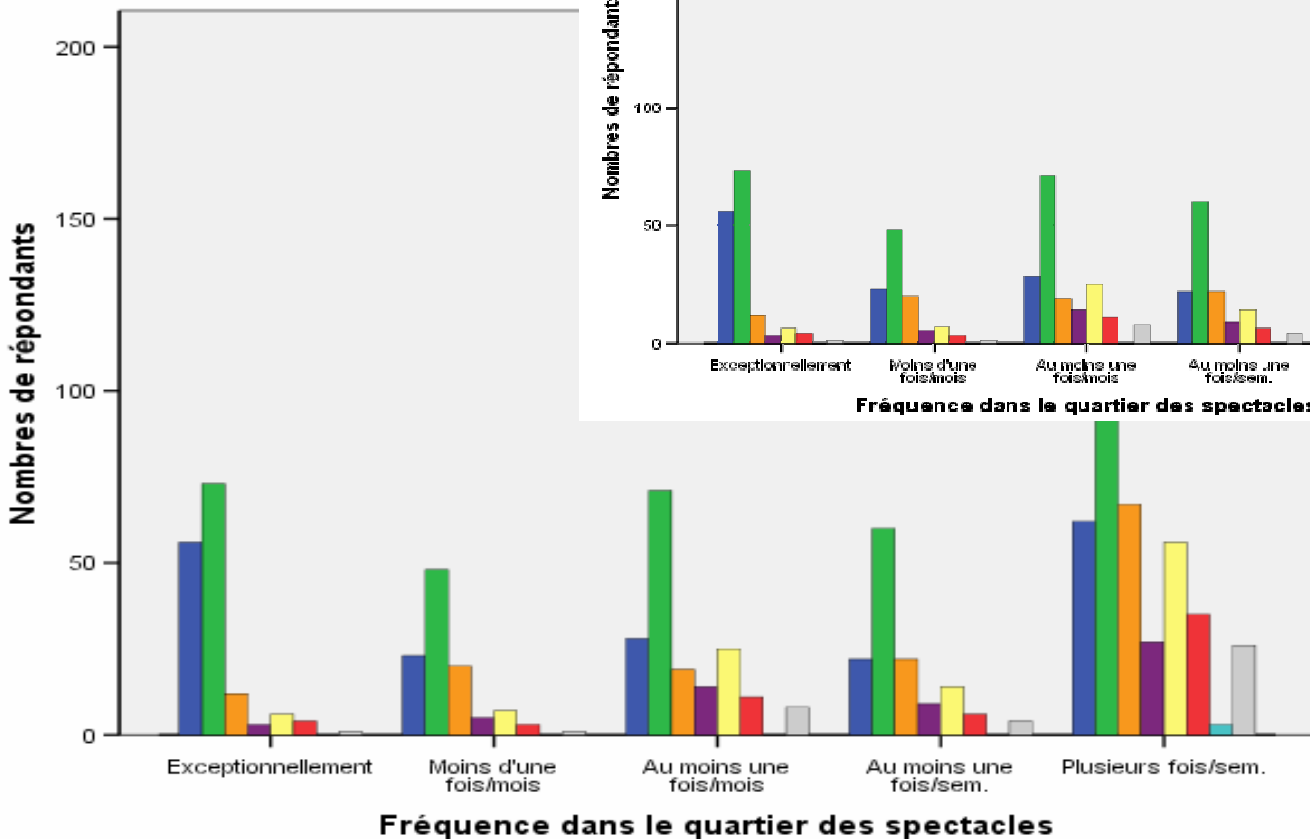
## 16 à 19

• F

## 20 et plus

• P

## Nombres de films visionnés dans



Films visionnés au cinéma

- 0
- 1 à 4
- 5 et 8
- 7 et 8
- 9 à 11
- 12 à 15
- 16 à 19
- 20 et plus

# Nombres de films visionnés au cinéma selon le motif de la présence dans le Quartier des spectacles

## Aucun film

- Études 21 %

## 1 à 4

- Ét
- Di

## 5 et 6

- D

## 7 et 8

- É

## 9 à 11

- É

## 12 à 15

- É

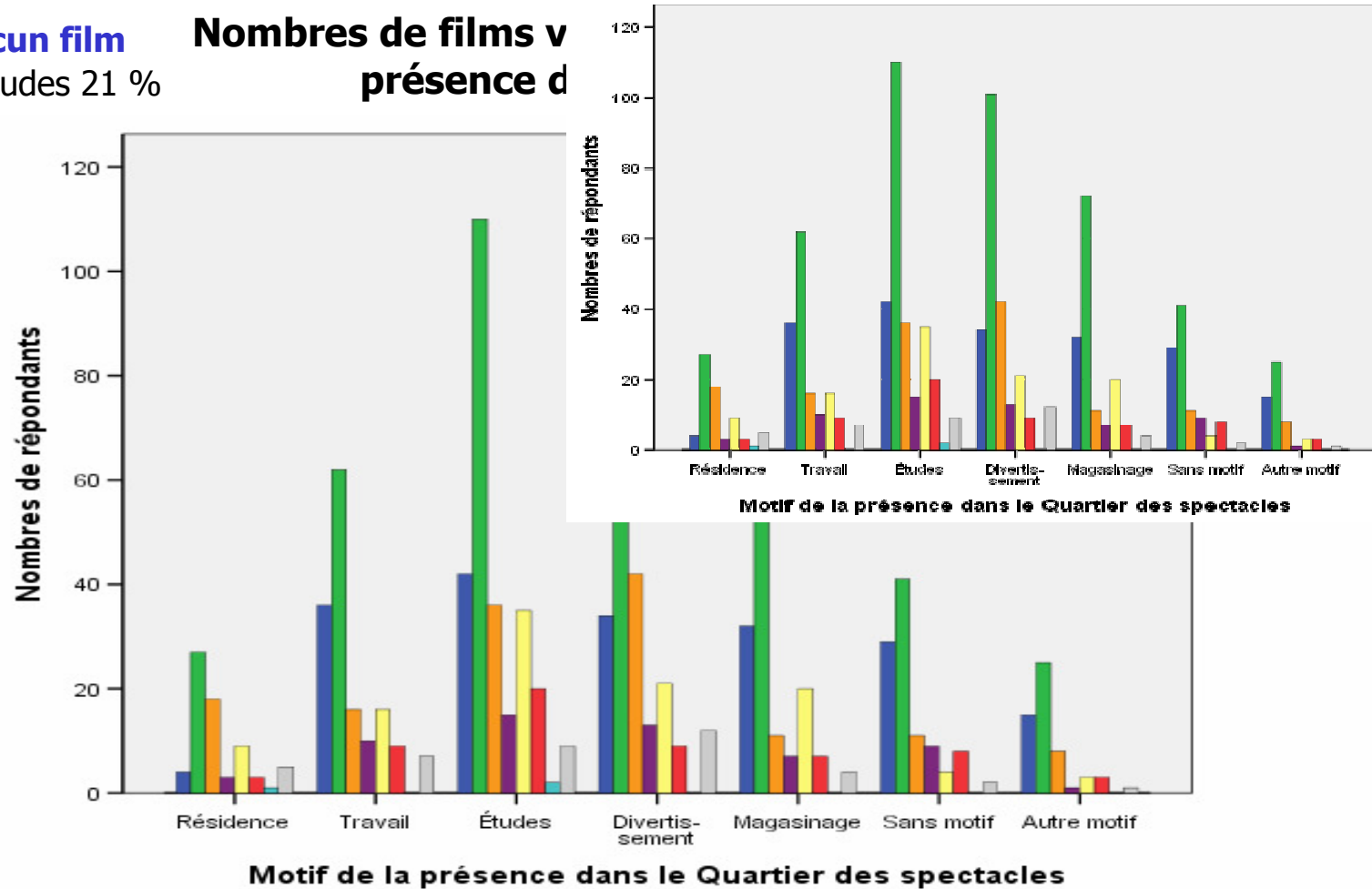
## 16 à 19

- É

## 20 et plus

- [

## Nombres de films v présence d



# Nombres de spectacles et/ou de films vus dans le Quartier des spectacles selon la fréquence dans le quartier

## Aucun spectacle et/ou film des spectacles et/ou de films vus dans le Quartier des spectacles selon la fréquence dans le quartier

- Exceptionnellement 33 %

- Pl

- 1 à

- Pl

- 6 à

- Pl

- 11 à

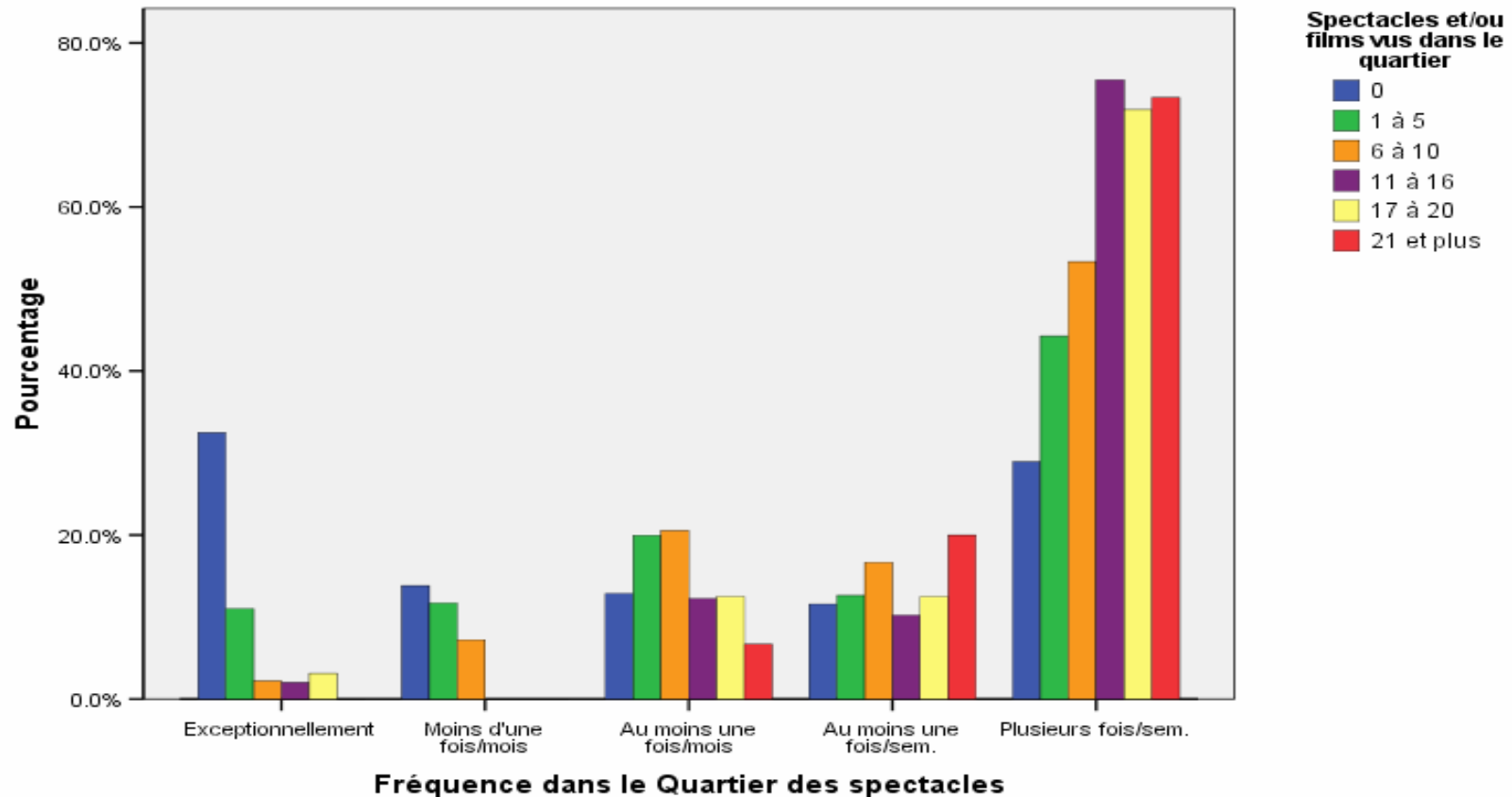
- Pl

- 17 à

- Pl

- 21+

- Pl



# Nombres de spectacles et/ou de films vus dans le Quartier des spectacles selon le motif de la présence dans le quartier

## Aucun spectacle et/ou film

- Études 21 %
- Divertissement 20 %
- Magasinage 19 %

## 1 à 5 spectacles et/ou films

- Études 27 %
- Divertissement 27 %

## 6 à 10 spectacles et/ou films

- Études 28 %

## 11 à 16 spectacles et/ou films

- Études 35 %

## 17 à 20 spectacles et/ou films

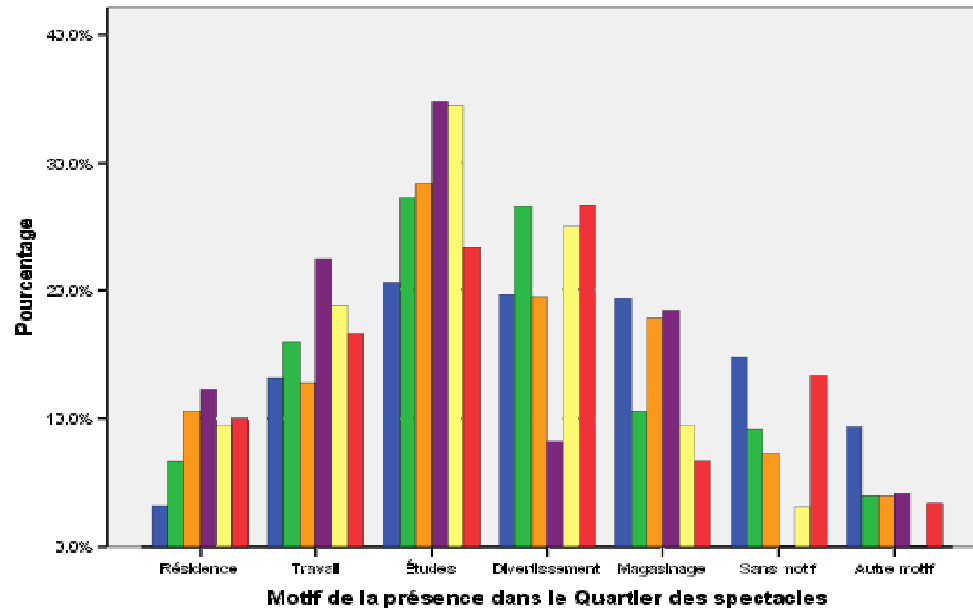
- Études 34 %

## 21+ spectacles et/ou films

- Divertissement 27%

## Nombres de spectacles et/ou de films vus dans le Quartier des spectacles selon le motif de la présence dans le quartier

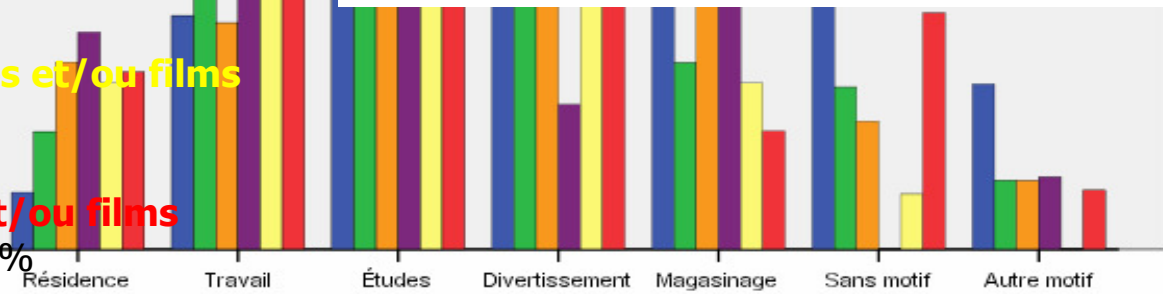
Pourcentage



**Spectacles et/ou films vus dans le quartier**

- 0
- 1 à 5
- 6 à 10
- 11 à 16
- 17 à 20
- 21 et plus

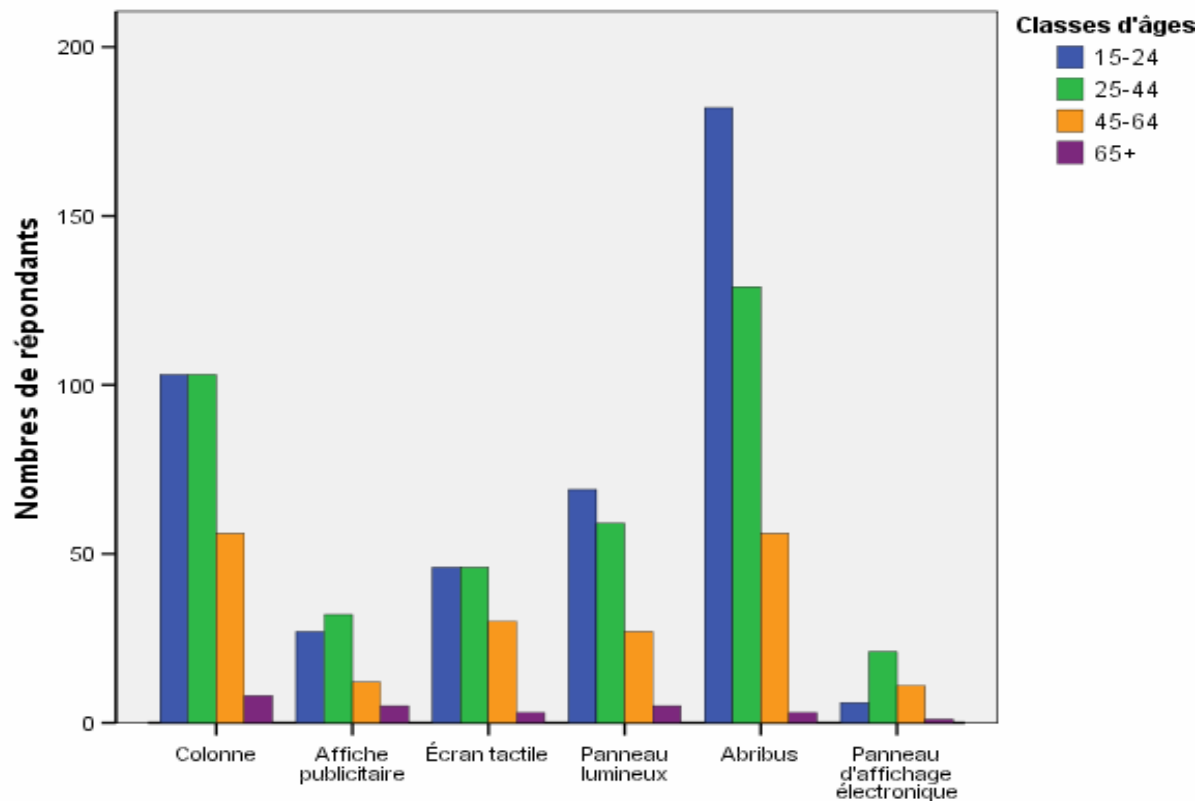
Pourcentage



Motif de la présence dans le Quartier des spectacles

# Les types d'affichage selon le plan esthétique

**Proportion du premier choix au plan esthétique des différents types d'affichages selon les classes d'âges**

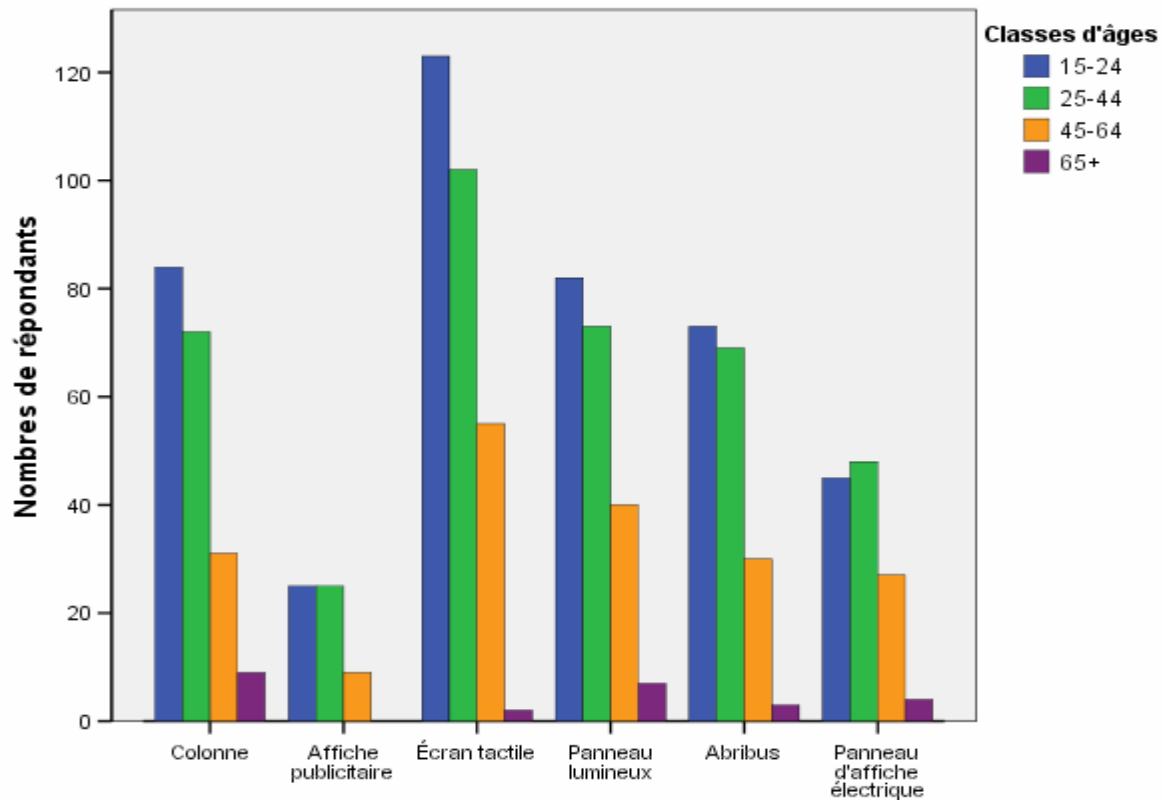


Plan esthétique: 1er choix



# Les types d'affichage selon le plan utilitaire

## Proportion du premier choix au plan d'utilité des différents types d'affichage selon les classes d'âges

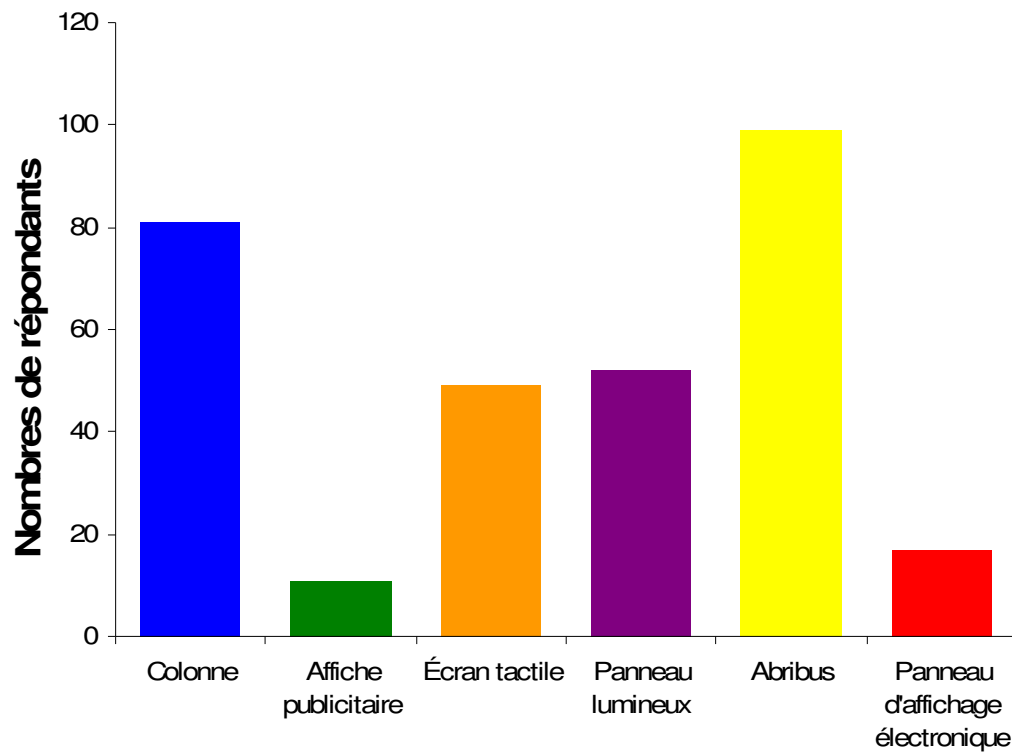


Plan d'utilité: 1er choix



# Les types d'affichage selon le plan esthétique et le plan utilitaire

**Proportion du premier choix selon le plan esthétique et le plan d'utilité des différents types d'affichage**



Plan esthétique et plan d'utilité : 1er choix

