

Ville de Montréal

La faisabilité d'un service internet sans fil





Questionnements

- Qu'est ce que les touristes aimeraient trouver comme services interactifs sur les bornes qui pourraient être développées pour remplacer certaines colonnes d'affichage au centre-ville?
- Le service doit-il être offert par la Ville de Montréal, par des commerces (cafés, hôtels, etc.) ou en partenariat?
- Quel(s) type(s) de touriste doit-on cibler? Avec quel(s) type(s) de service?
- Quel est leur profil (âge, sexe, revenu, profession, raison du voyage, etc.)?
- Avec quel(s) outil(s) les différents types de touristes voyagent-ils (cellulaire, portable, blackberry, etc.)?
- S'ils peuvent interroger une borne interactive, qu'est-ce qu'ils cherchent?
- Est-ce que les cahiers d'information conventionnels sont suffisants? Les nouvelles technologies interrogeables sont-elles préférables?



Objectifs

- Identifier les facteurs de succès et d'échec dans des expériences récentes tentées dans d'autres grandes villes.
- Mesurer l'intérêt des visiteurs pour un service internet sans fil.
- Identifier le(s) type(s) de visiteurs le(s) plus intéressé(s) par ce service.
- Dresser un profil des usagers éventuels.
- Déterminer le(s) type(s) d'appareil utilisé(s) pour accéder au service.



Hypothèse

- La Ville de Montréal pense que l'offre de certains services interactifs, accessibles par un réseau internet sans fil (WiFi), serait une valeur ajoutée intéressante pour les visiteurs et, qu'à ce titre, ce service pourrait contribuer à attirer davantage de touristes. La Ville de Montréal croit également que ce service doit être offert en collaboration avec des partenaires commerciaux.



Méthodologie

- Étude de nature descriptive et d'envergure exploratoire
- Échantillon non probabiliste de 598 répondants
- Échantillon provenant de 8 secteurs de l'arrondissement Ville-Marie
- Collecte de données semaine et week-end avec 3 plages horaire (AM, PM, soir)
- Questionnaire complété par entrevue
- Données analysées à l'aide du logiciel SPSS



Problématiques étudiées

- Ce que le Wi-Fi évoque
- Appareils permettant l'utilisation Internet et ceux privilégiés lors des déplacements
- Usages d'un réseau Internet sans fil
- Perception liées à un réseau Internet sans fil
- Facilité de l'accès Wi-Fi actuel à Montréal et habitudes d'accès
- Importance de certains critères concernant l'implantation d'un réseau d'Internet sans-fil
- Les bornes interactives
- Combien les gens sont prêts à déboursier
- Les méthodes de paiement



La faisabilité d'un accès internet sans fil

Ce que le Wi-Fi évoque



Question #1 2006: Fréquences

- Libellé de la question
- Mode: Réseau Sans-fil
- Pourcentages
 - Concept non-familier
 - Réseau sans-fil
 - Nouvelle marque produits
 - Système électronique
 - Autre



Question #1 2005: Fréquences

- Libellé de la question Identique à 2006
- Mode: Réseau Sans-fil
- Pourcentages
 - Concept non-familier
 - Réseau sans-fil
 - Nouvelle marque produits
 - Système électronique
 - Autre

Question #1 2005 et 2006 comparaison

	2005		2006	
	OUI	NON	OUI	NON
Concept non-familier	36,6%	63,4%	25,9%	74,1%
Réseau sans-fil	51,4%	48,6%	63,2%	36,8%
Produit électronique	5,5%	94,5%	5,4%	94,6%
Système électronique	6,4%	93,6%	9,5%	90,5%



Wi-Fi ailleurs dans le monde

- Bientôt 147 000 hot spots dans le monde
 - Augmentation de 47% par rapport à 2005
 - 74% des points d'accès en Europe et en Amérique
- Principaux leaders
 - Europe domine avec 57 000 points d'accès
 - Amérique juste derrière
 - Asie-Pacifique plus forte croissance (on prévoit qu'il dépassera l'occident en 2011)
 - Hôtellerie secteur dominant avec 40 000 hot spots



Cas réels dans le monde

Genève (GEspot)

- Réseau sans-fil gratuit
- Collaboration public privé
- Sur tout le territoire

Toronto

- *Implantation difficile*
- *Peu populaire*
- *Nouvelle tentative en collaboration avec Toronto Hydro Telecom*
- *Présence de forts concurrents*



Situation Actuelle à Montréal

Situation générale

- 131 hot spots
- surtout dans cafés et hôtels

Île sans-fil

- *Initiative basée sur l'exemple de Genève*
- *Organisation à but non-lucratif*
- *Résidents bénévoles*
- *Accès libre et gratuit*

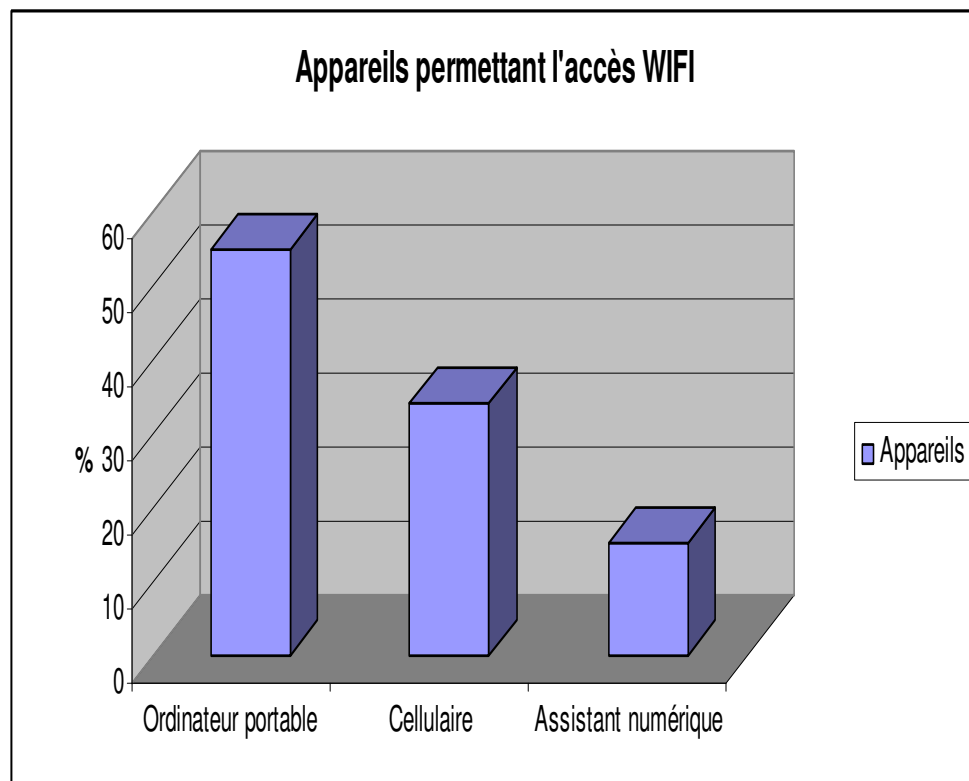


La faisabilité d'un accès internet sans fil

Appareils permettant l'utilisation
Internet

Appareils privilégiés lors des
déplacements

Appareils permettant l'utilisation Internet

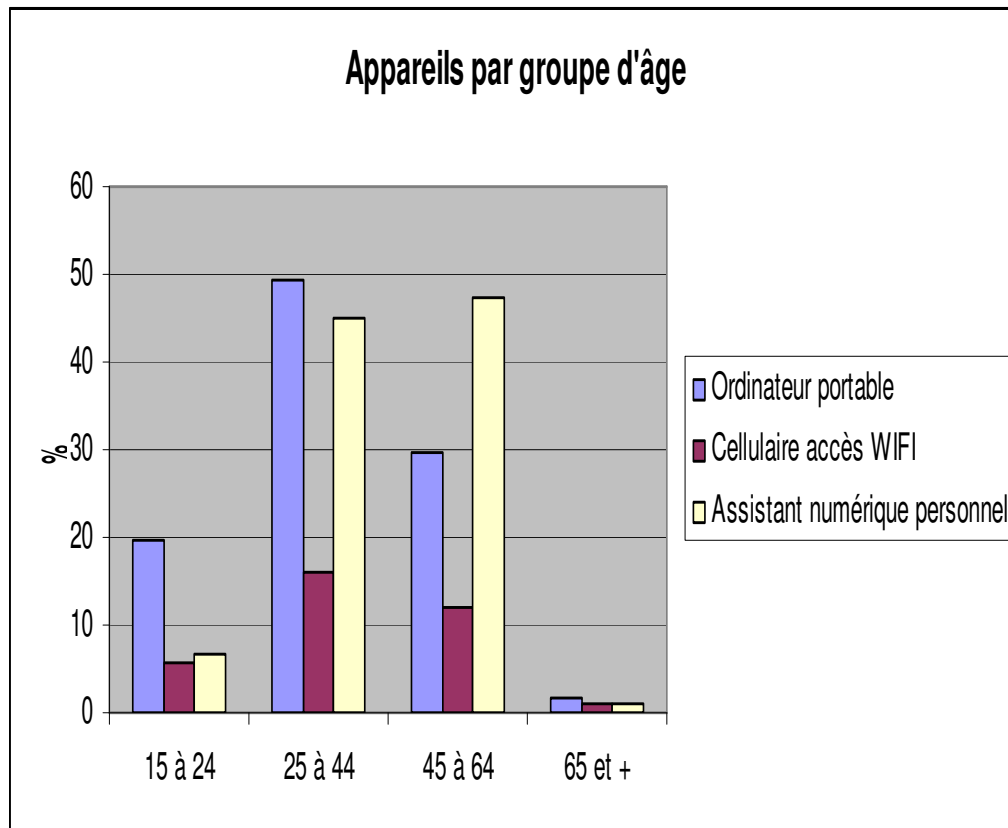


- Comparaison avec les données de l'an dernier

- Proportion d'ordinateur portable par rapport aux autres appareils:

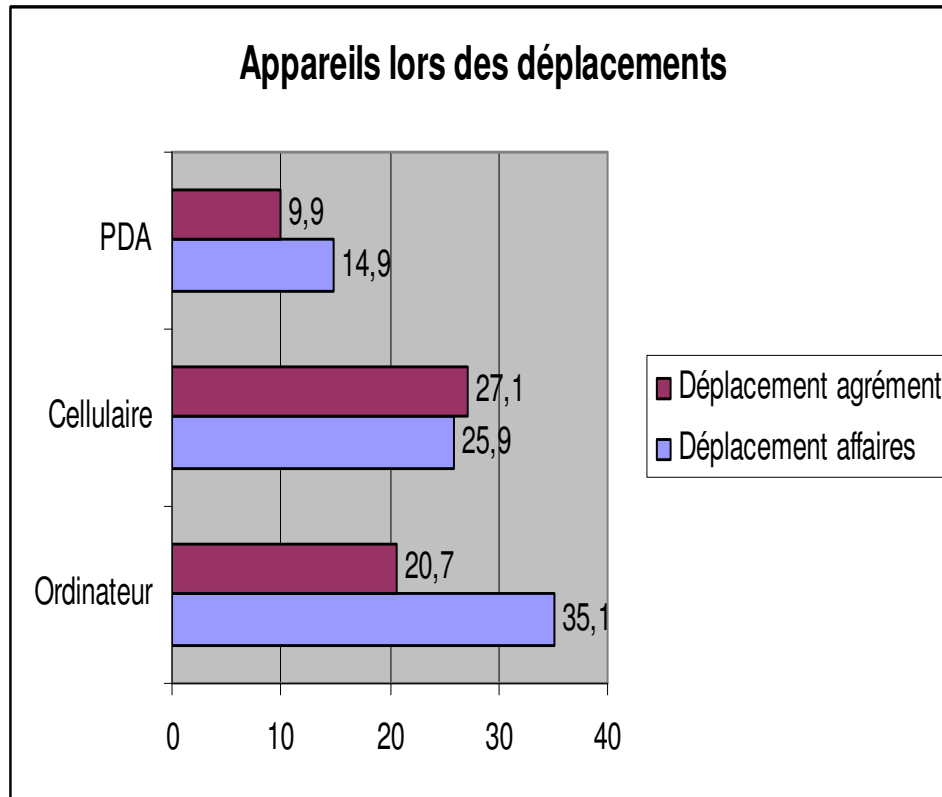
- Portable 55%
- Cellulaire (Wi-Fi): 34,3%
- Assistant numérique: 15,4%

Appareils permettant l'utilisation Internet



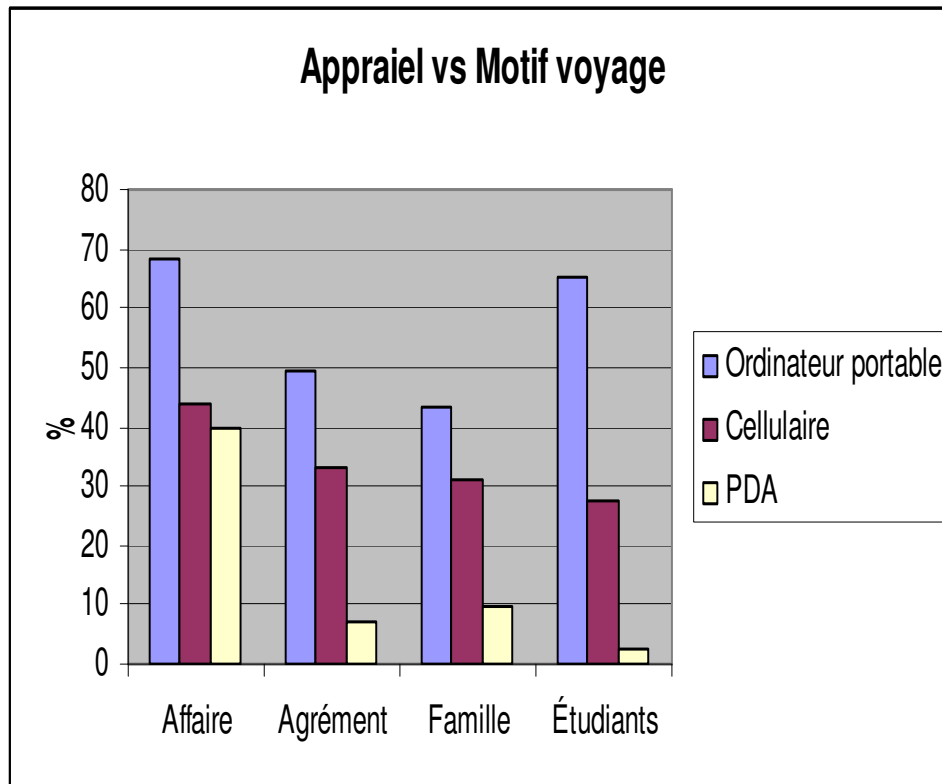
- L'utilité de mettre ces deux variables ensemble
- Deux groupes d'âge ressortent
- Sexe des répondants en lien avec leur réponse:
 - Assistant numérique: 76% hommes

Appareils privilégiés lors des déplacements



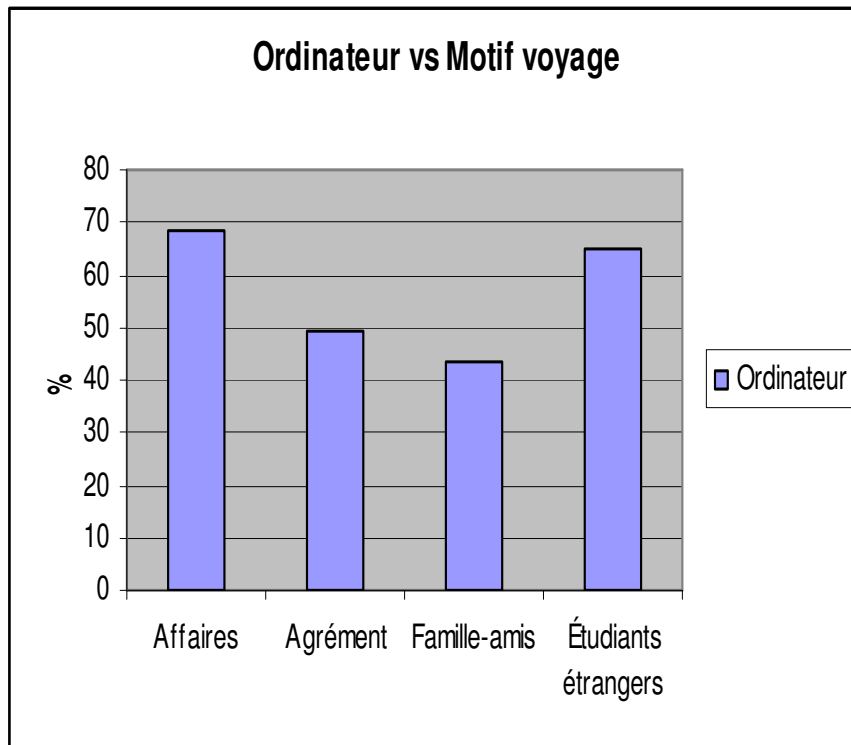
- Distinction entre les voyageurs d'agrément et d'affaire
- Utilité des appareils selon le type de déplacement
- Le cellulaire est plus populaire auprès des voyageurs d'agrément

Appareils privilégiés lors des déplacements



- Hypothèse de départ
- Corrélation entre ces deux variables (uniquement entre les voyageurs d'affaire et le portable)
- Points ressortis avec l'analyse

Appareils privilégiés lors des déplacements



- Appareil le plus populaire:

Ordinateur portable

- Étudiants étranger (62%) et les gens d'affaire (68%)
- 14% des gens d'affaire ne possèdent aucun appareil
- 30% des gens possèdent aucun appareil permettant l'accès Wi-Fi (1/3)



La faisabilité d'un accès internet sans fil

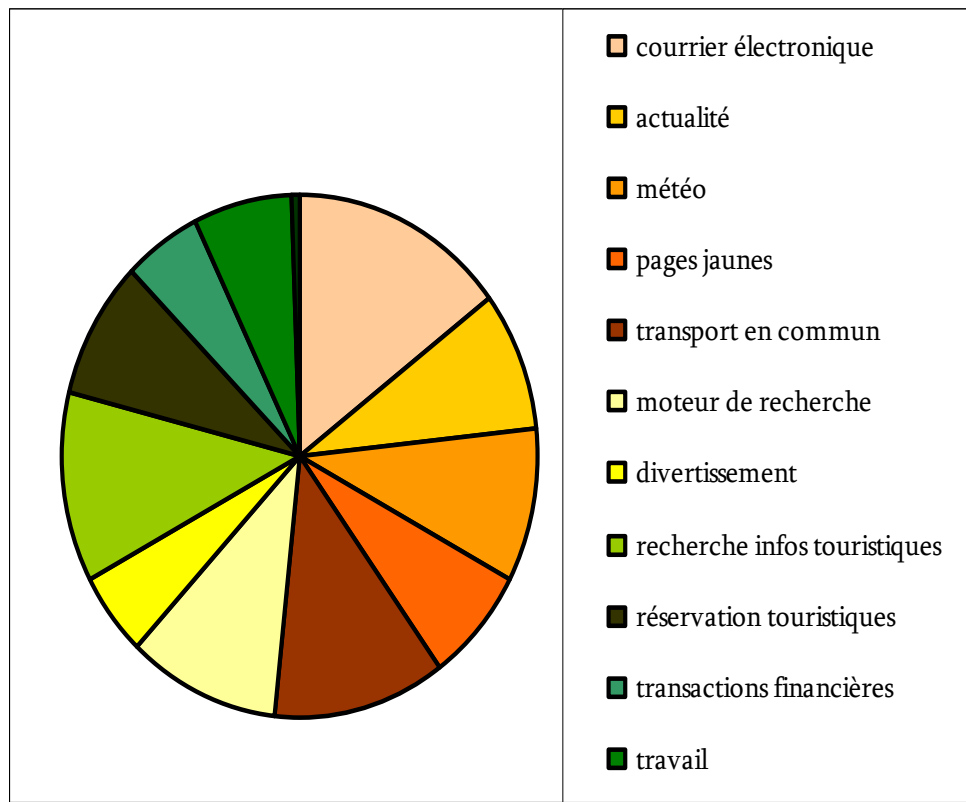
Usages d'un réseau Internet sans fil



Si un usage Internet sans fil était mis à votre disposition dans des lieux publics, quels usages un feriez-vous ?

- Accéder à mon courrier électronique
- Consulter les actualités
- Consulter la météo
- Consulter les Pages Jaunes
- Consulter des plans et horaires (autobus, métro, etc.)
- Utiliser un moteur de recherche (Yahoo, Google, etc.)
- Me divertir (jeux, musique, film, etc.)
- Rechercher des informations touristiques
- Réservation (hôtel, restaurant, etc.)
- Effectuer des transactions financières
- Effectuer des tâches liées à mon travail
- Autre

Types d'usages



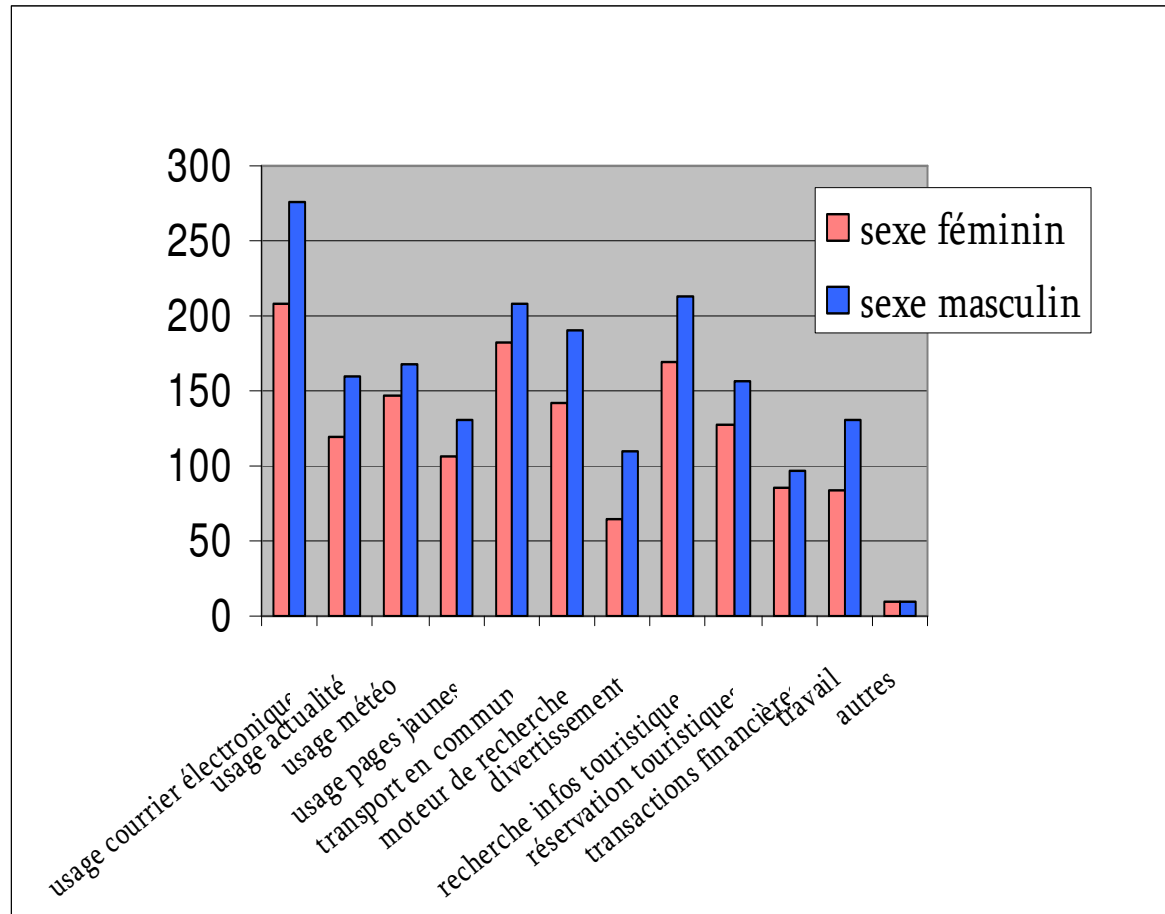
○ **82 %** L'utiliserait afin d'accéder à leurs courriers électronique

○ **65 %** l'utiliserait afin de chercher des informations touristiques

○ **66 %** l'utiliserait afin de consulter des plans et horaires

○ **Seulement 30 %** l'utiliserait afin d'effectuer des transactions financières et pour se divertir

Types d'usages selon le sexe



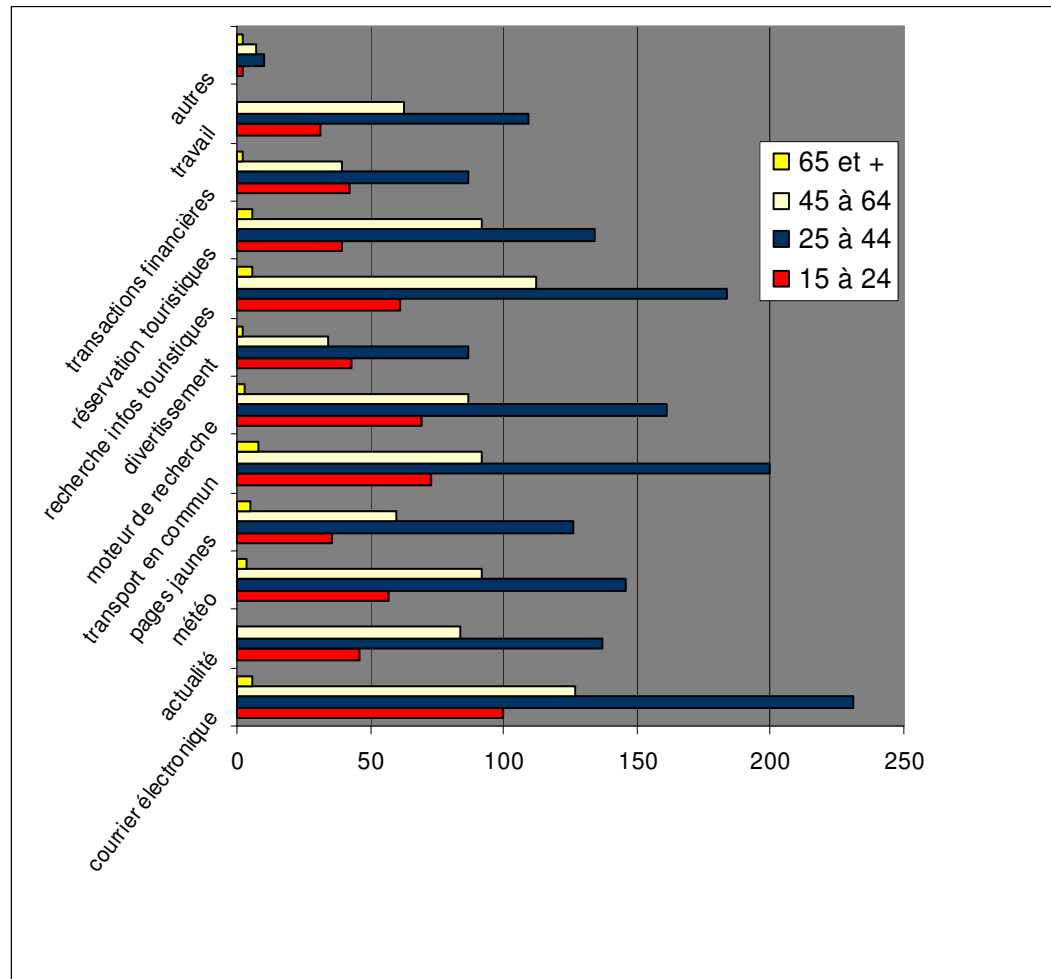
○ **80%** des hommes l'utiliserait afin d'accéder à leurs courriers électroniques

○ **80%** des femmes l'utiliserait afin d'accéder à leurs courriers électronique

○ Seulement **28%** des hommes l'utiliserait afin d'effectuer des transactions financières

○ Seulement **25 %** femmes l'utiliserait pour se divertir

Types d'usages selon l'âge



○ 50 % des 65 et + l'utiliseraient pour consulter des plans et des horaires facilitant leur transport et seulement 6,25 % l'utiliseraient pour consulter les actualités

○ 77 % des 45 à 64 l'utiliseraient afin d'accéder à leurs courriels et seulement 20% l'utiliseraient à des fins de divertissement

○ 85 % des 25 à 44 l'utiliseraient afin d'accéder à leurs courriels et seulement 30% l'utiliseraient à des fins de divertissement et pour effectuer des transactions financières

○ 90 % des 15 à 24 l'utiliseraient afin d'accéder à leurs courriels et seulement 28% l'utiliseraient pour le travail

Types d'usages selon la durée du séjour

o Moins de 24h :

83% l'utiliserait afin d'accéder à leurs courriels et 71 % pour obtenir des informations touristiques

o 24 à 48h :

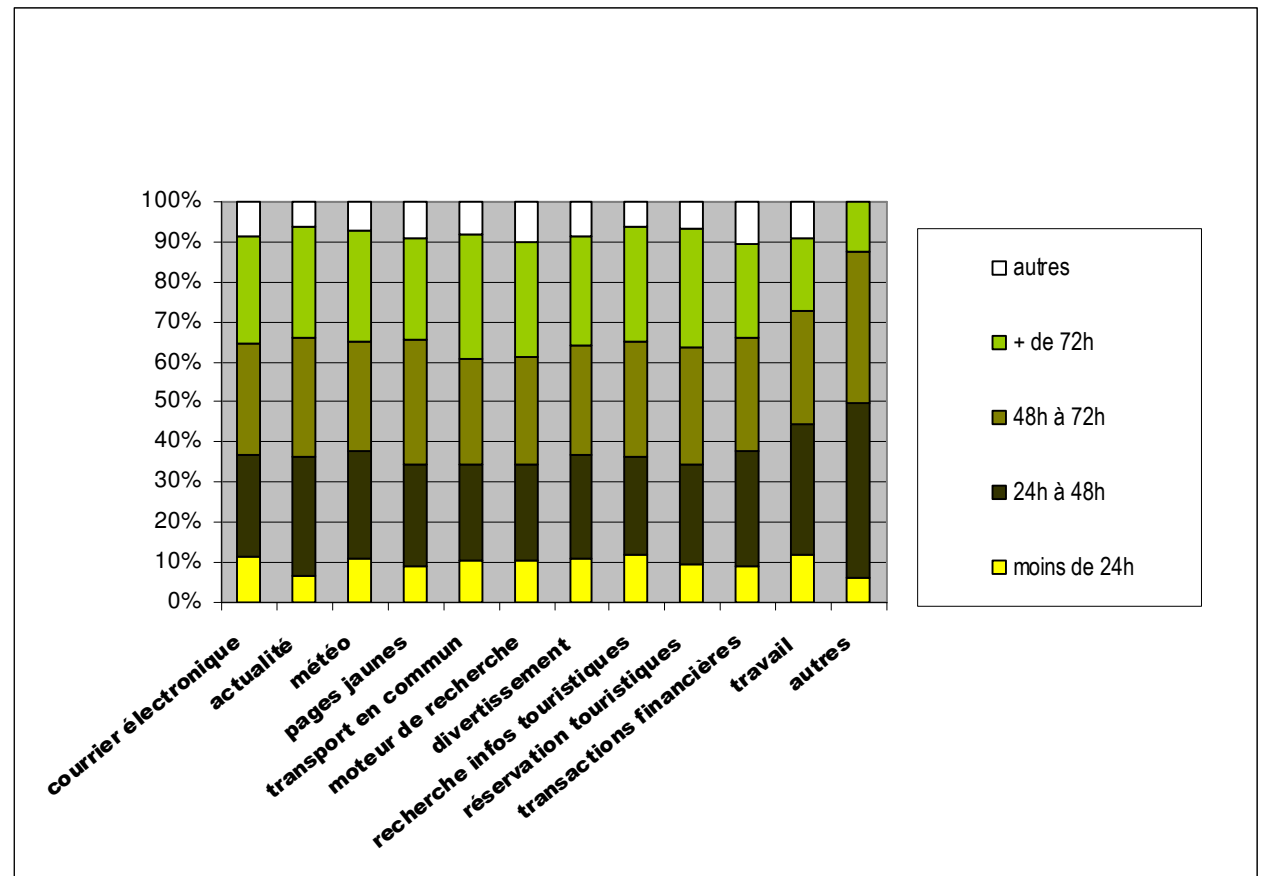
83 % l'utiliserait afin d'accéder à leurs courriels et 65 % pour obtenir des informations touristiques

o 48 à 72h :

84 % l'utiliserait afin d'accéder à leurs courriels et 72 % pour obtenir des informations touristiques

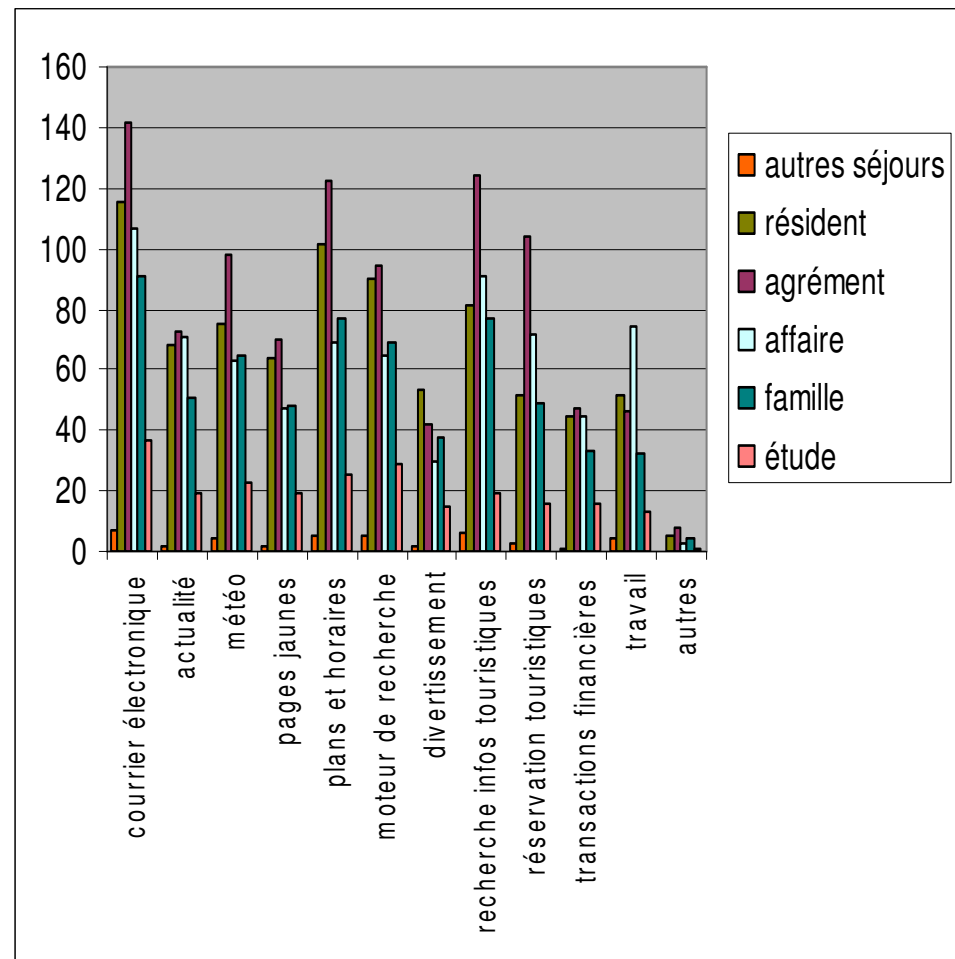
+ de 72h :

82 % l'utiliserait afin d'accéder a leurs courriels et 75 % pour des plans et horaires de transport



Types d'usages selon le motif du séjour

- **Étude** : 95 % pour les courriers électroniques
- **Famille** : 80 % pour les courriers électroniques
- **Affaire** : 88 % pour les courriers électroniques
- **Agrément** : 78 % pour les courriers électroniques
- **Résident** : 79 % pour les courriers électroniques





En comparaison avec 2005...

2005

- 89,9 % l'utiliserait afin d'accéder à leurs courriers électroniques
- 57,7 % l'utiliserait pour le travail
- 52,9 % l'utiliserait afin de chercher des informations touristiques

2006

- 82 % l'utiliserait afin d'accéder à leurs courriers électroniques
- 66 % l'utiliserait afin de consulter des plans et horaires
- 65 % l'utiliserait afin de chercher des informations touristiques
- 36 % l'utiliserait pour le travail



Conclusion

Indépendamment :

- du sexe
- de l'âge
- de la durée du séjour
- du motif du séjour

La grande majorité des répondants utiliseraient le service internet sans fil (Wi-Fi) pour accéder à leurs courriers électroniques



La faisabilité d'un accès internet sans fil

Perception liées à un réseau Internet
sans fil

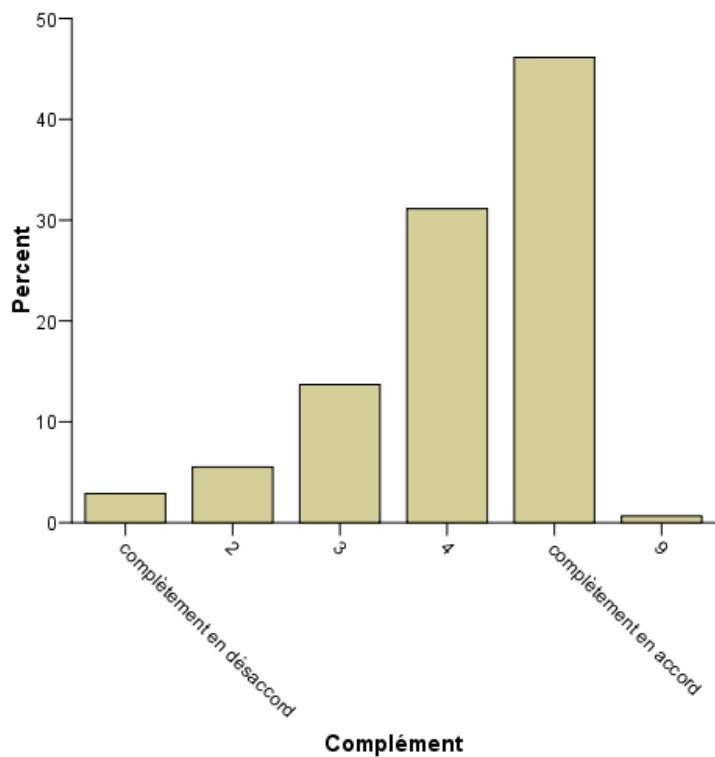


Question 5

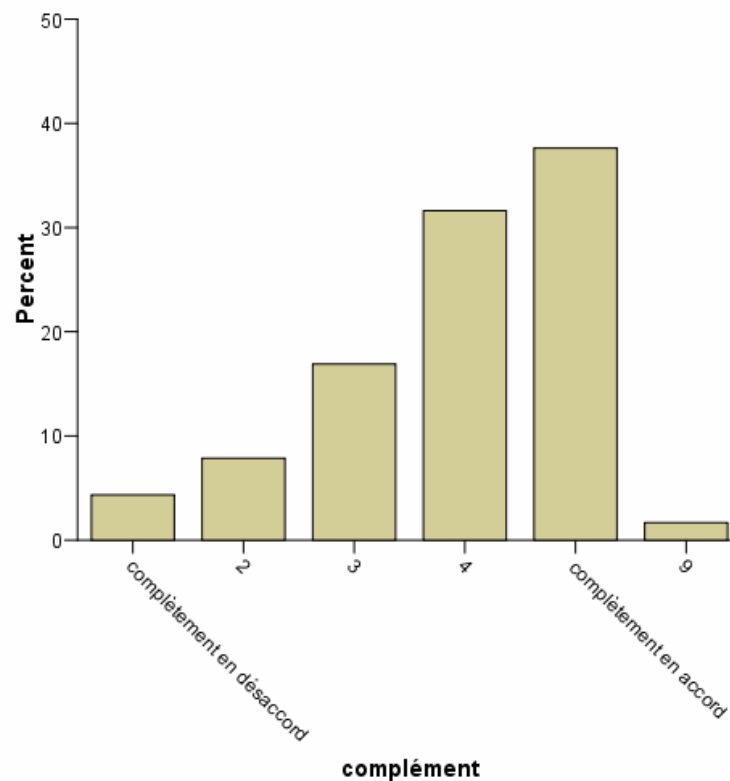
- Mise en contexte
- Évolution des données 2005 – 2006
- Tendance actuelle
- Utilisations des Bornes face aux appareils

Le wifi, complément au kiosque d'information ?

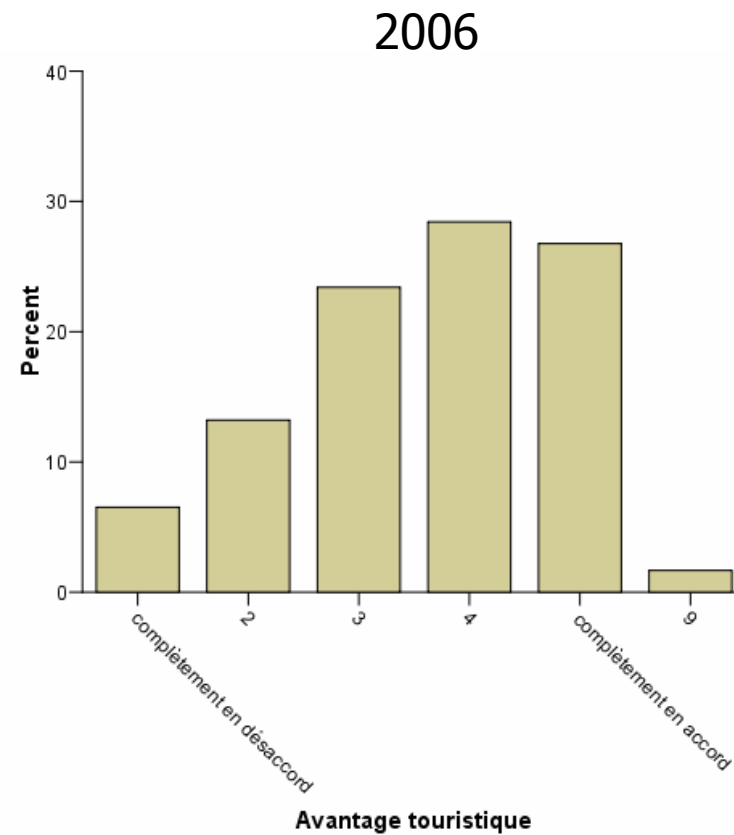
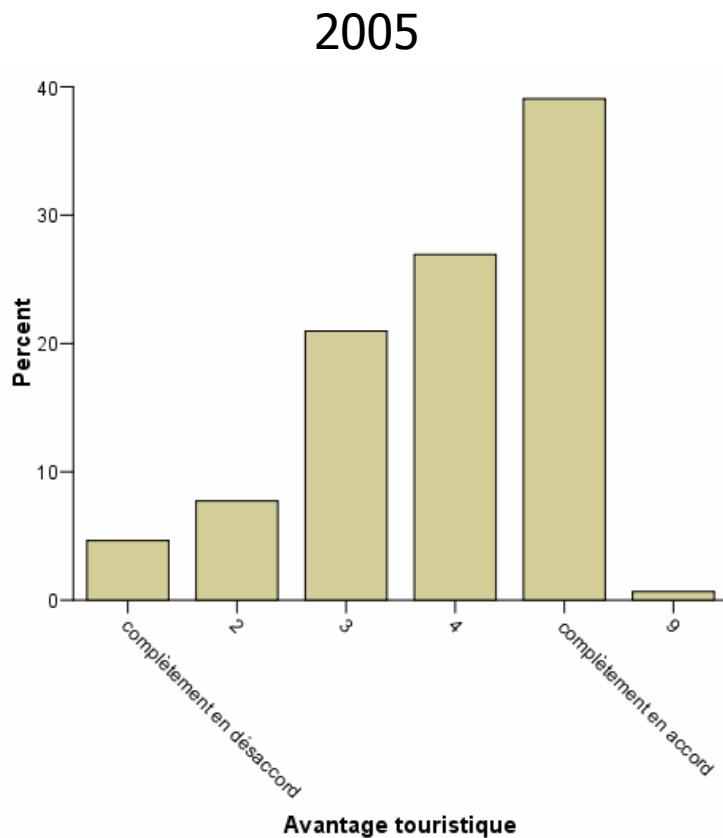
2005



2006

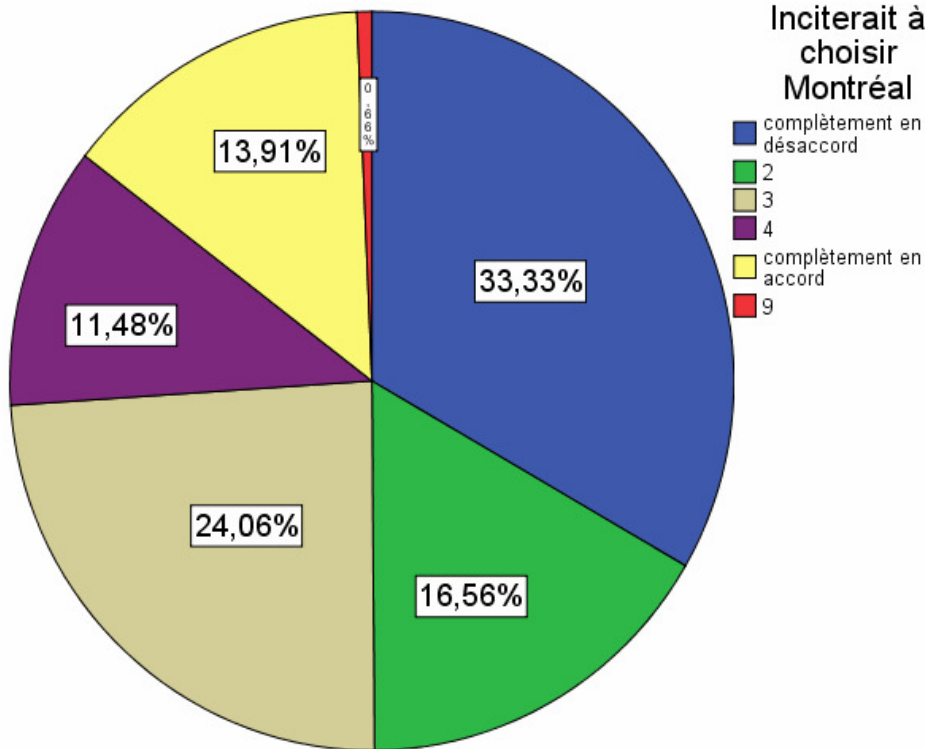


Le wifi, un avantage touristique ?

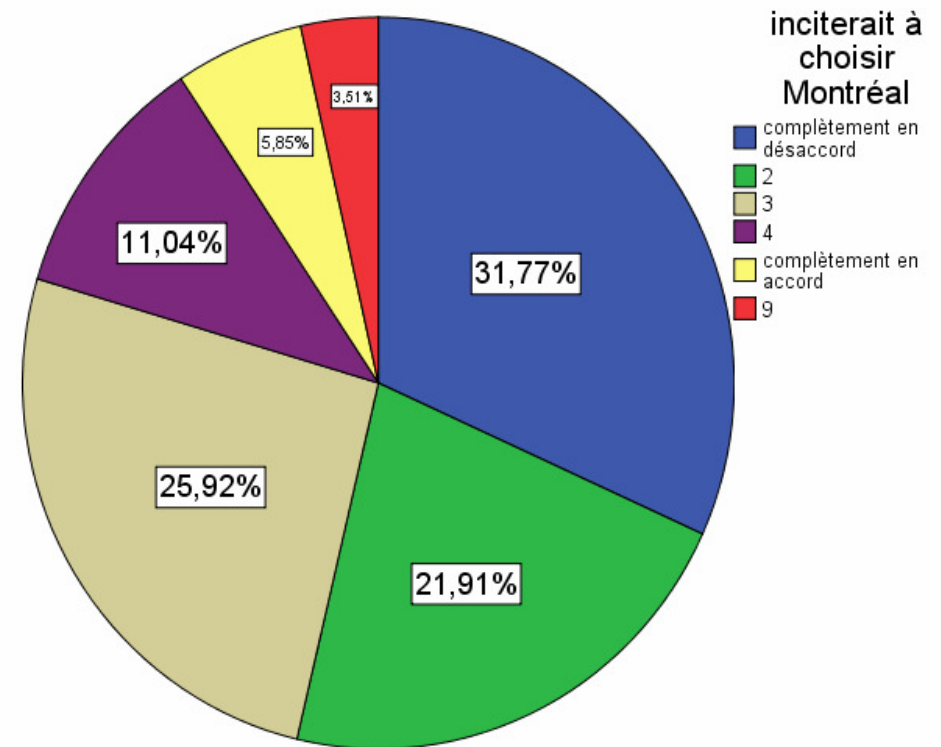


Le wifi, influence le choix de la destination ?

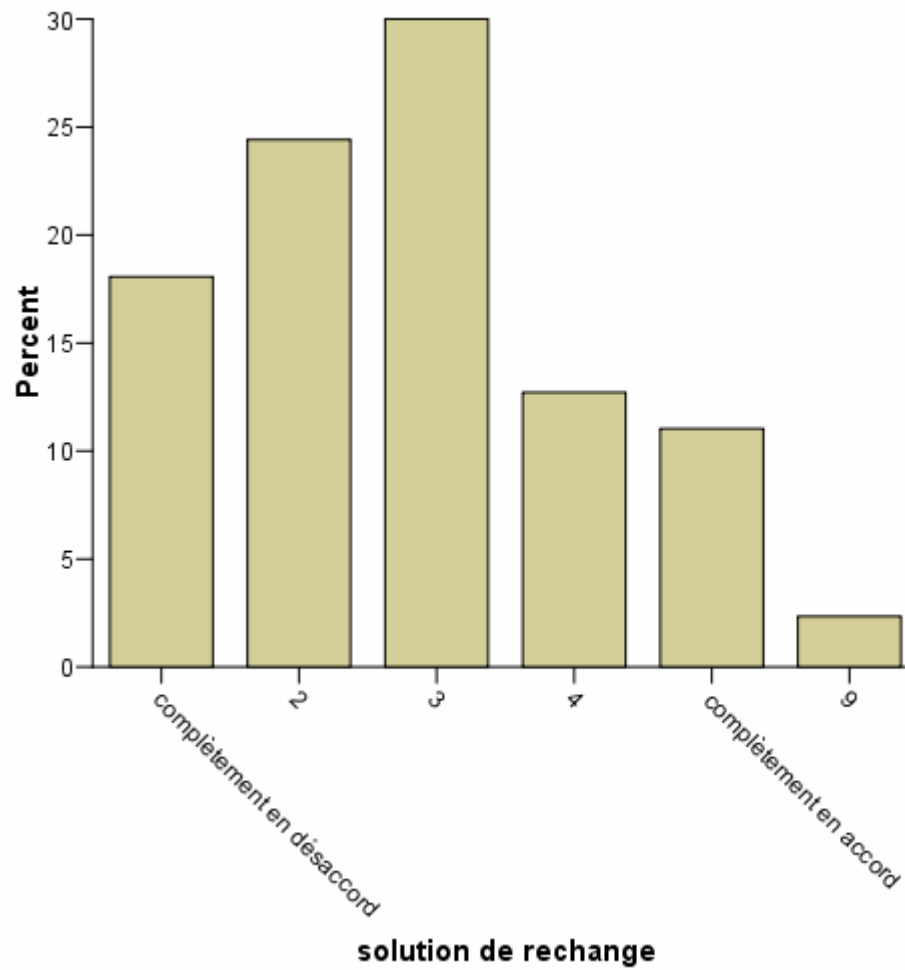
2005



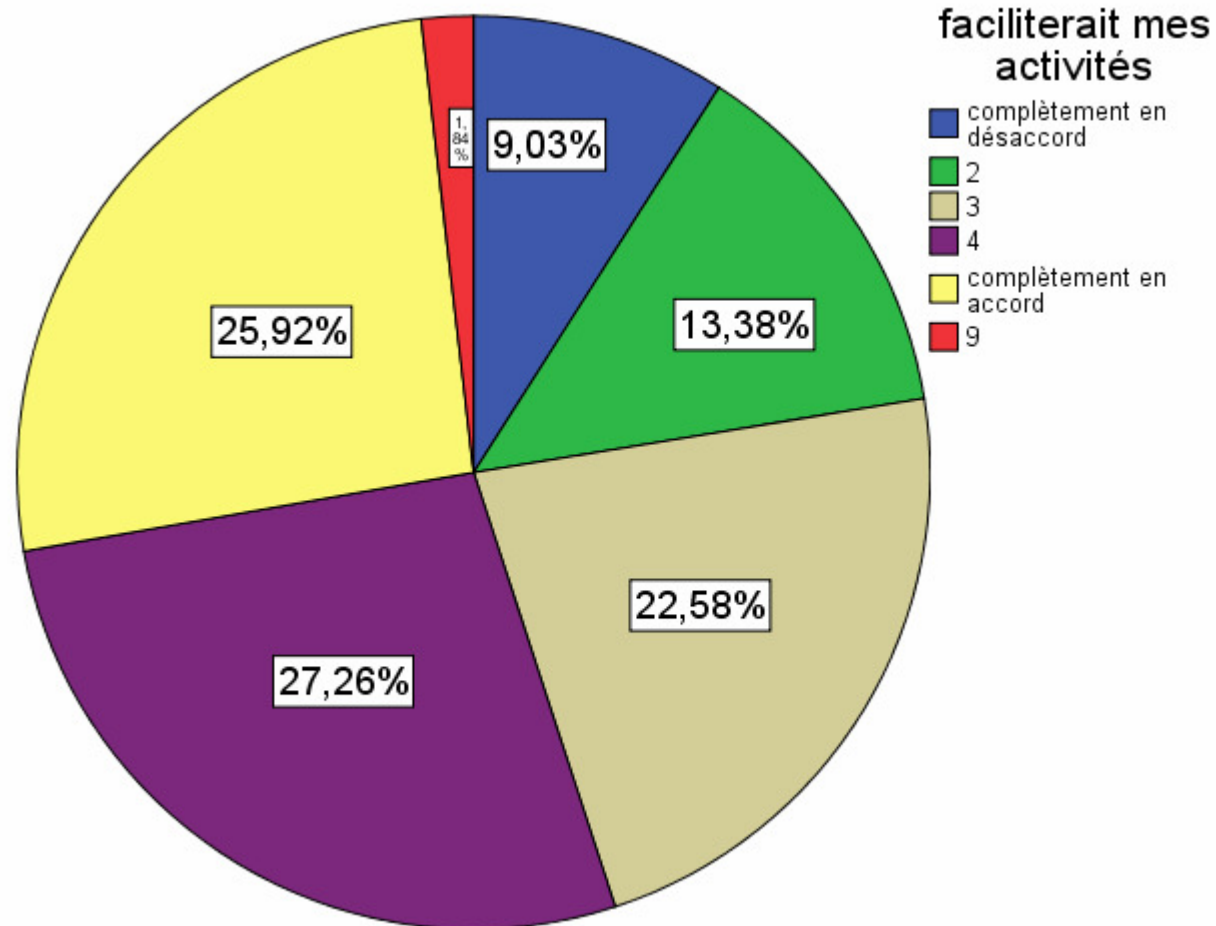
2006



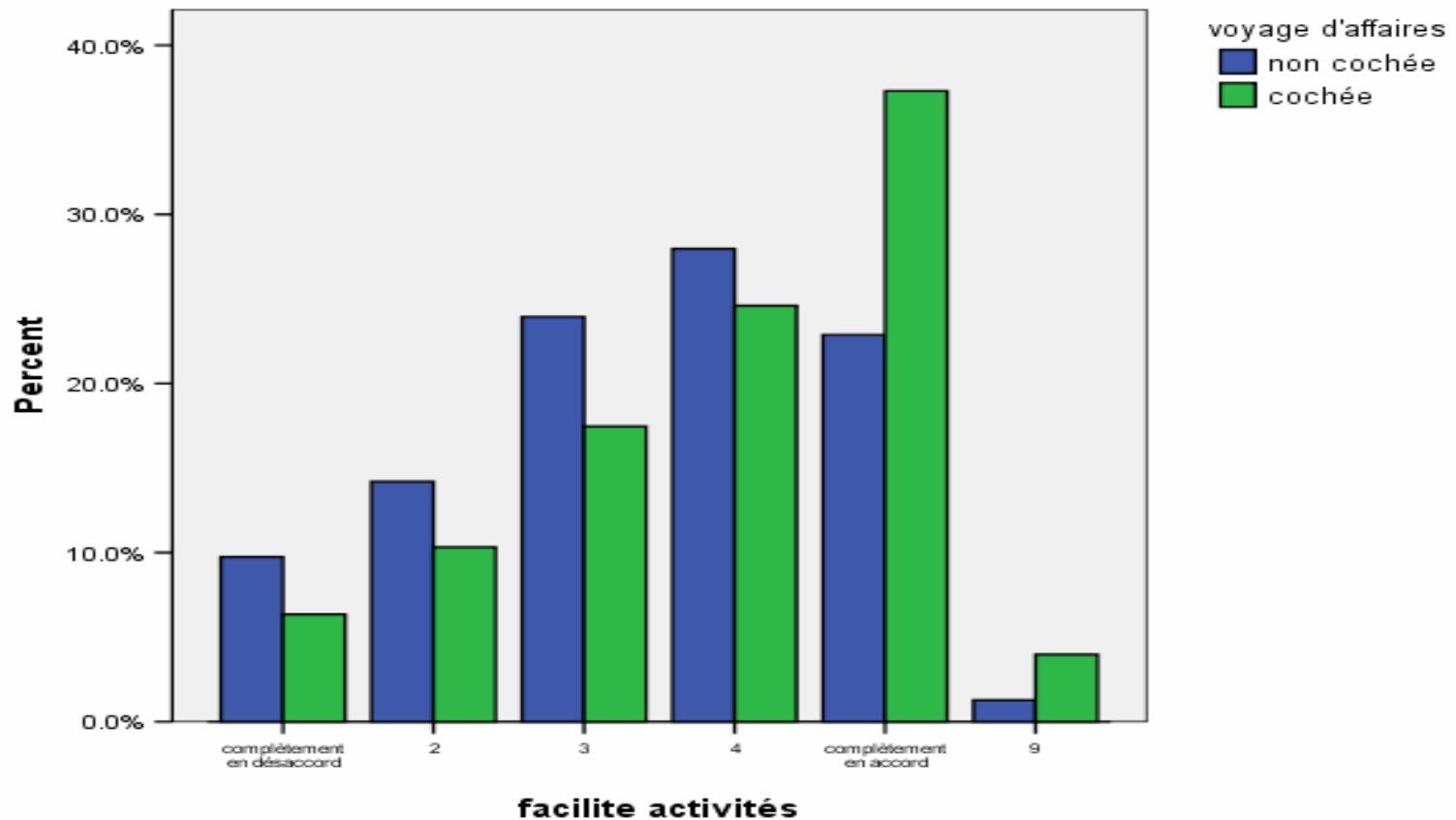
Le wifi, une solution de recharge au kiosque d'information ?



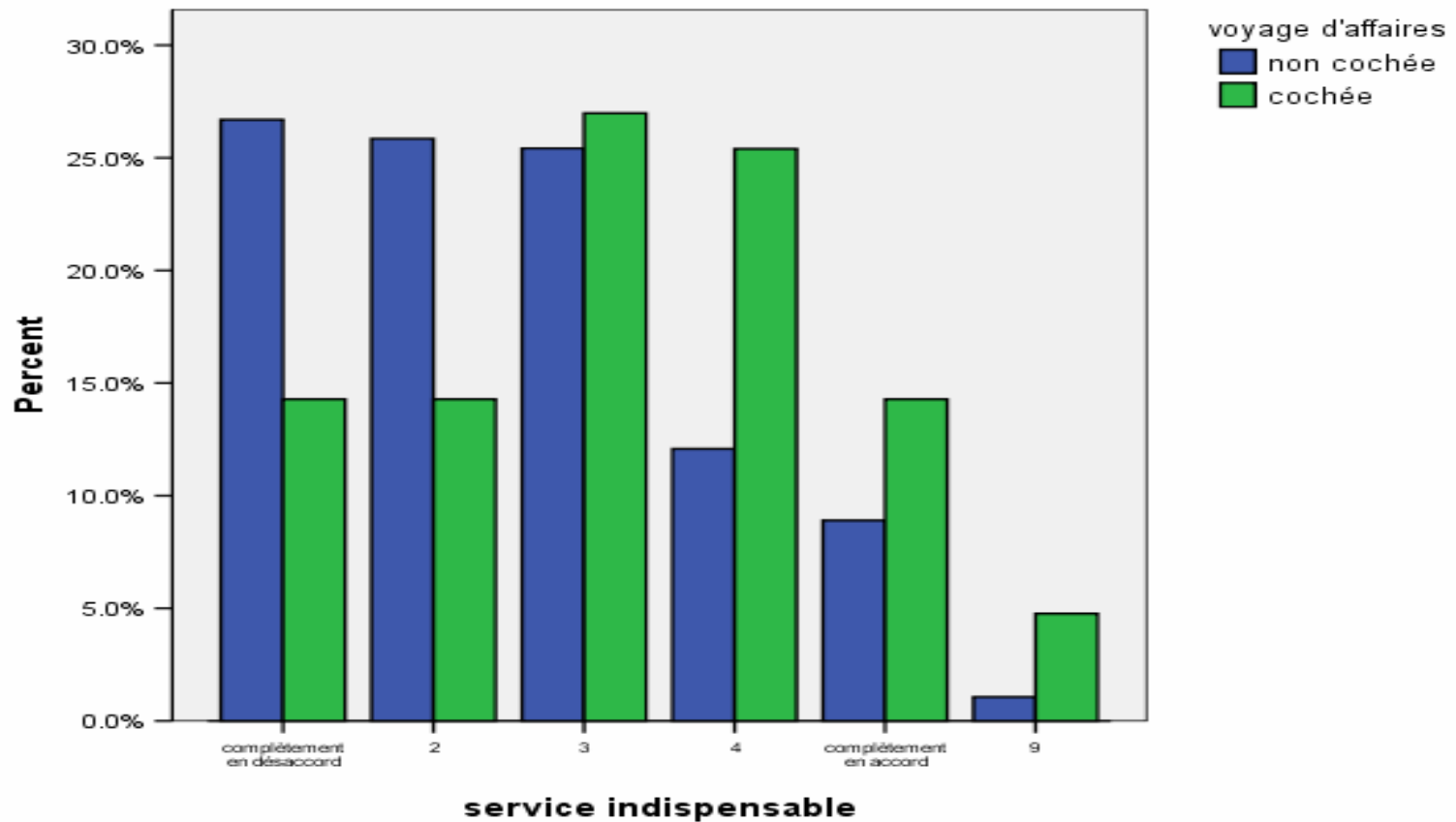
Le wifi, facilite les activités ?



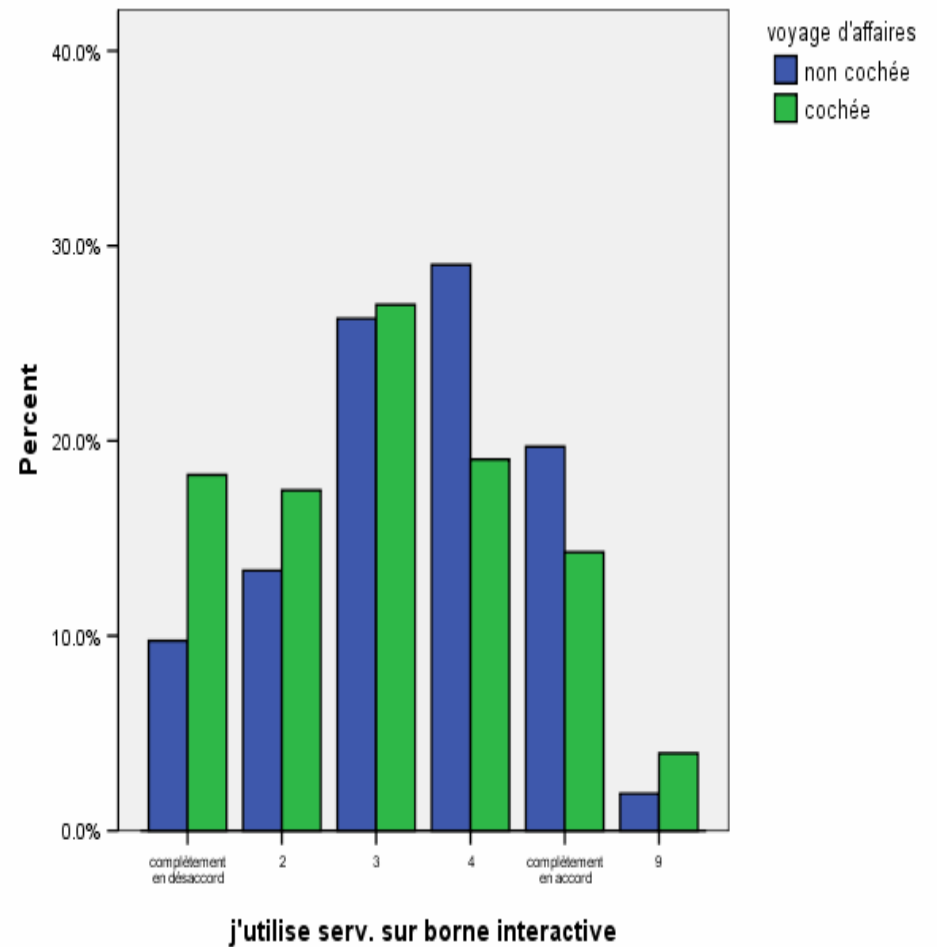
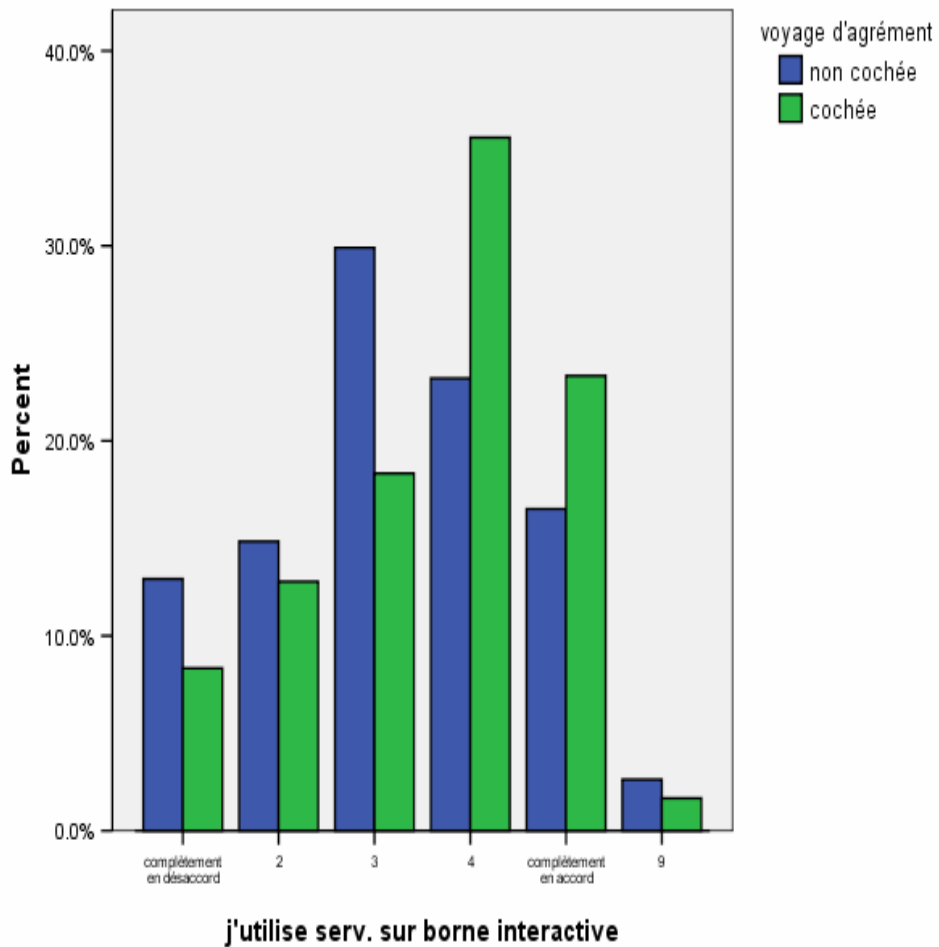
Le wifi, facilite les activités des gens d'affaires ?



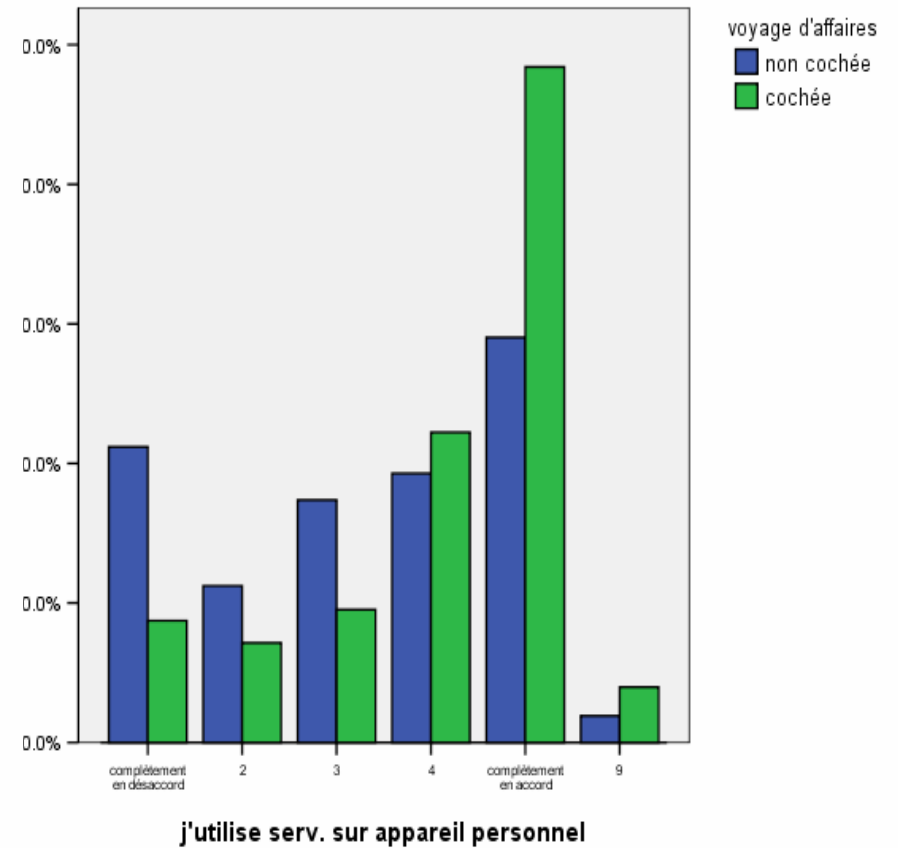
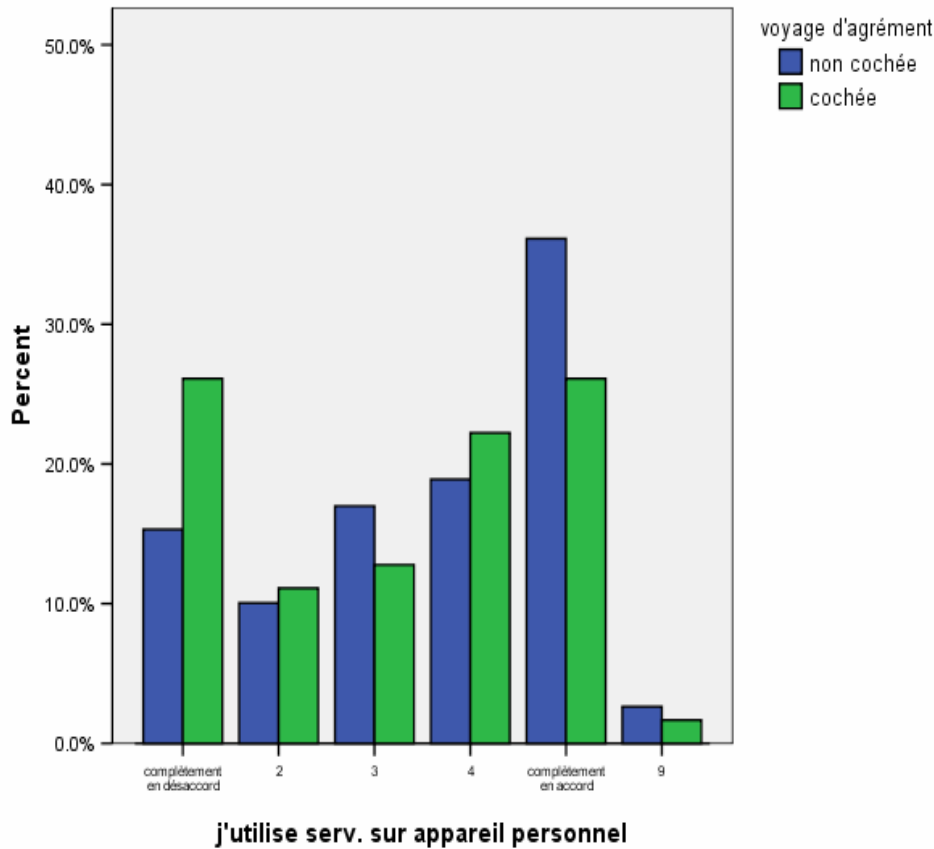
Le wifi, indispensable ?



Qui sont les plus intéressés par la borne ?



Le wifi sur les appareils personnels





Résumé

- L'attrait du wifi globalement a changé.
- Le touriste d'agrément s'intéresse à la borne.
- Le touriste d'affaire s'intéresse au réseau.
- Le wifi facilite le séjour du visiteur d'affaire.



La faisabilité d'un accès internet sans fil

Facilité de l'accès Wi-Fi actuel à
Montréal
Habitudes d'accès

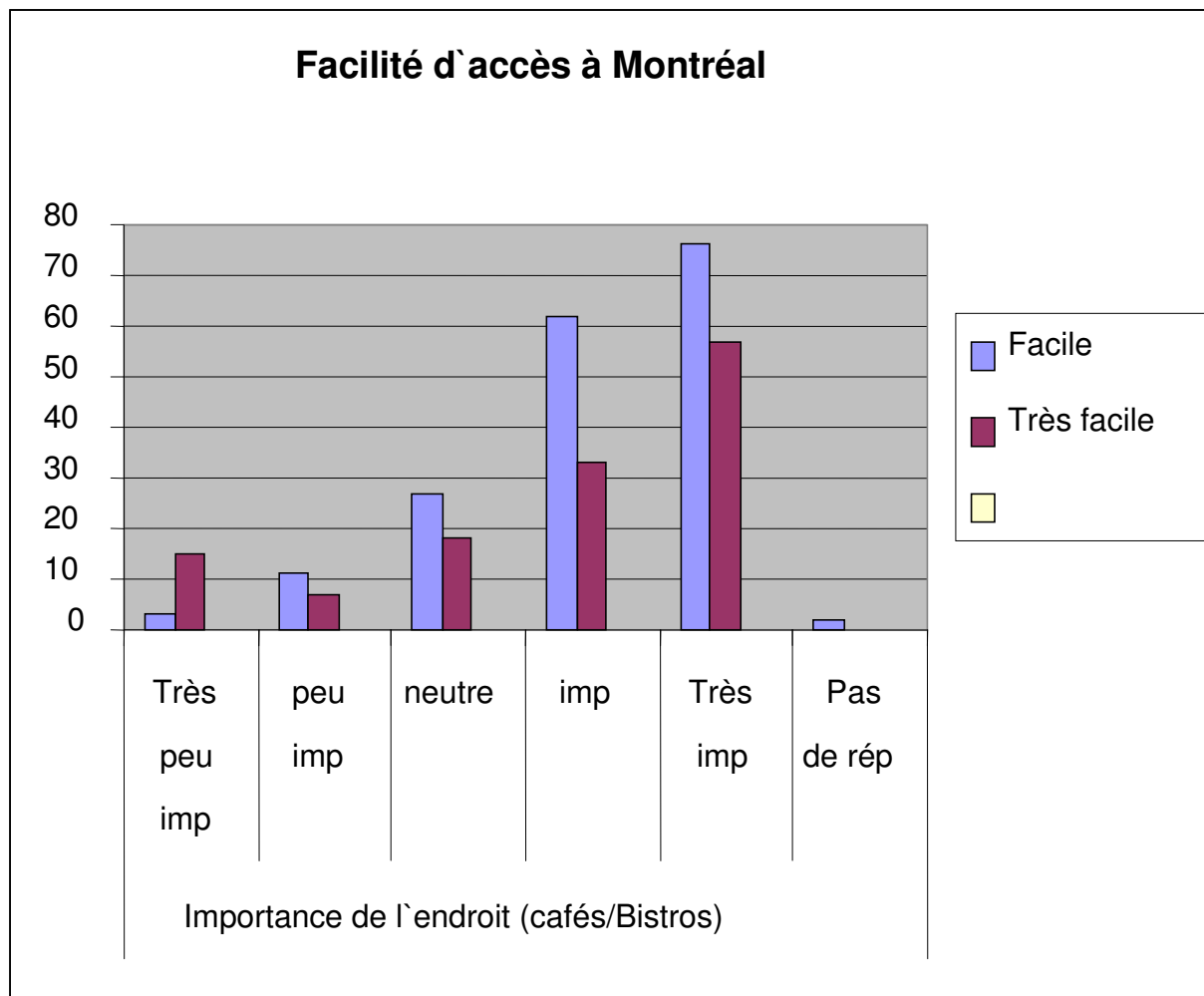


Question 06: L'accès d'internet à Montréal

- Est'il est facile d'utiliser l'Internet à Montréal?
- Oui: 55%
- Non: 20%

- L'implantation est-elle nécessaire?

Question 06: L'accès d'internet à Montréal

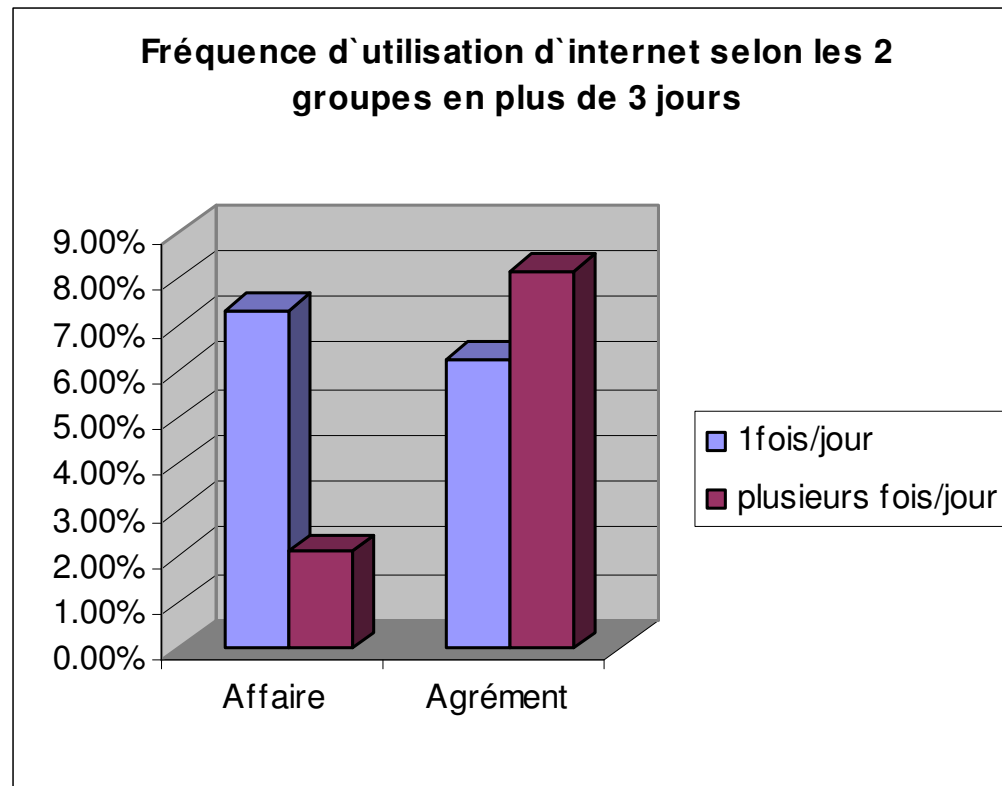




Question 07: Fréquence d'accès à internet lors d'un voyage de trois jours ou plus

- Le motif du voyage influence l'utilisation d'Internet, plus de 3 jours ?
- 40,2% des voyageurs d'affaire l'utilisent plusieurs fois par jour
- 28% des voyageurs de loisir l'utilisent une fois par jour
- Les voyageurs d'agrément sont moins réceptifs à l'installation d'un réseau sans-fil

Question 07: Fréquence d'accès à internet lors d'un voyage de trois jours ou plus

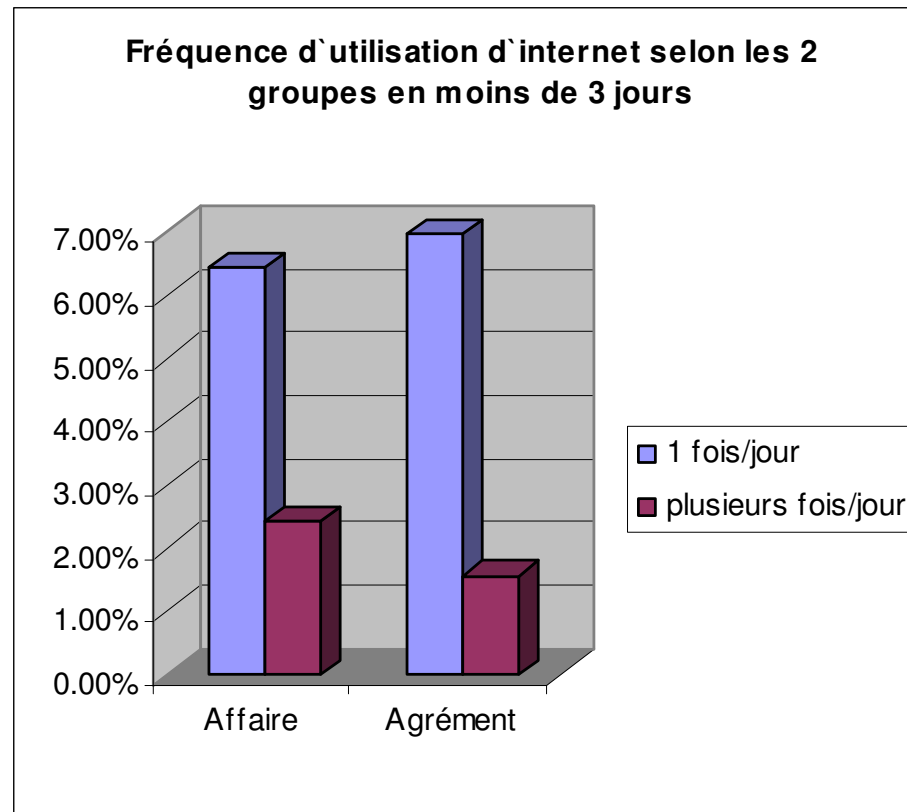




Question 08: Fréquence d'accès à internet lors d'un voyage de moins de trois jours

- Le motif du voyage influence-t-il l'utilisation d'internet?
- 34,5% des voyageurs d'affaire utilisent internet une fois par jour
- 35,2% des voyageurs d'agrément consulteront internet une fois par jour
- Les voyageurs d'affaire utilisent moins souvent internet lors de courts séjours

Question 08: Fréquence d'accès à internet lors d'un voyage de moins de trois jours





La faisabilité d'un accès internet sans fil

Importance de certains critères
concernant l'implantation d'un réseau
d'Internet sans-fil

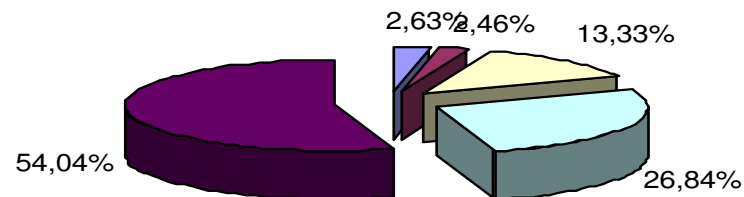


Équipe 06 – Quartier international de Montréal

- **Les différents critères (Variables 45 à 54)**
- Prix
- Présence de bornes interactives fixes (terminaux d'accès)
- Borne interactive doit être dotée d'un écran tactile
- Couverture du réseau (endroits où le service est disponible)
- Accès à une aide technique
- Rapidité de l'accès Internet
- Sécurité de l'accès
- Internet
- Facilité d'utilisation
- Autre critère (précisez)

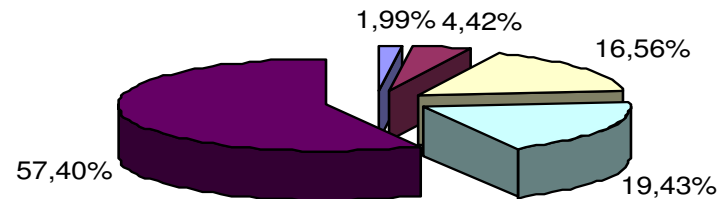
Le prix – Variable 45

Le critère prix



■ Très peu important ■ Plus ou moins important ■ Moyennement important
■ Important ■ Très important

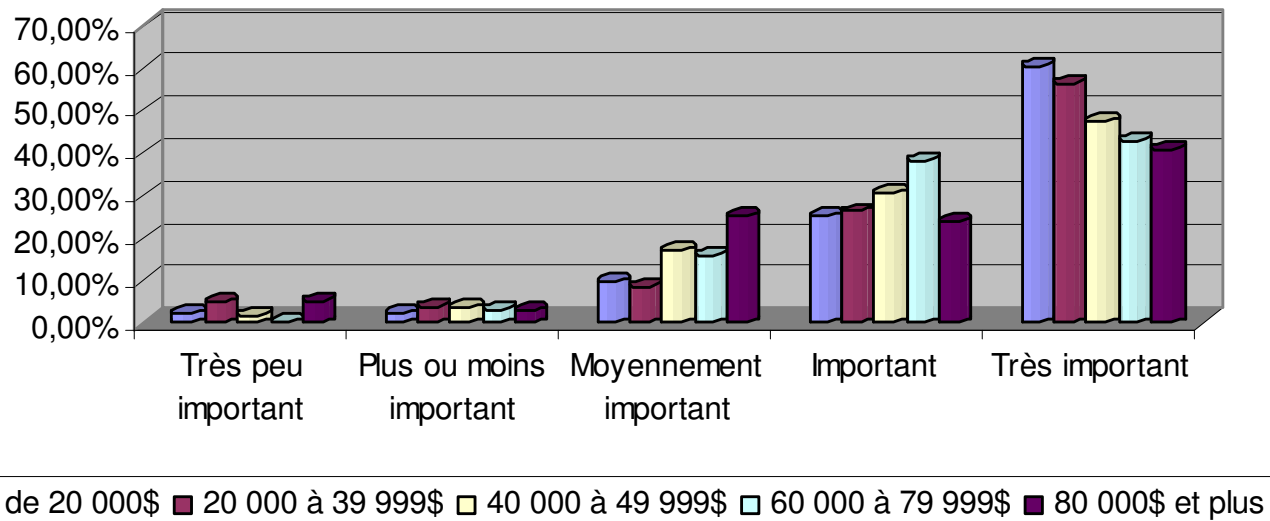
Le critère prix (Question #12 Automne 2005)



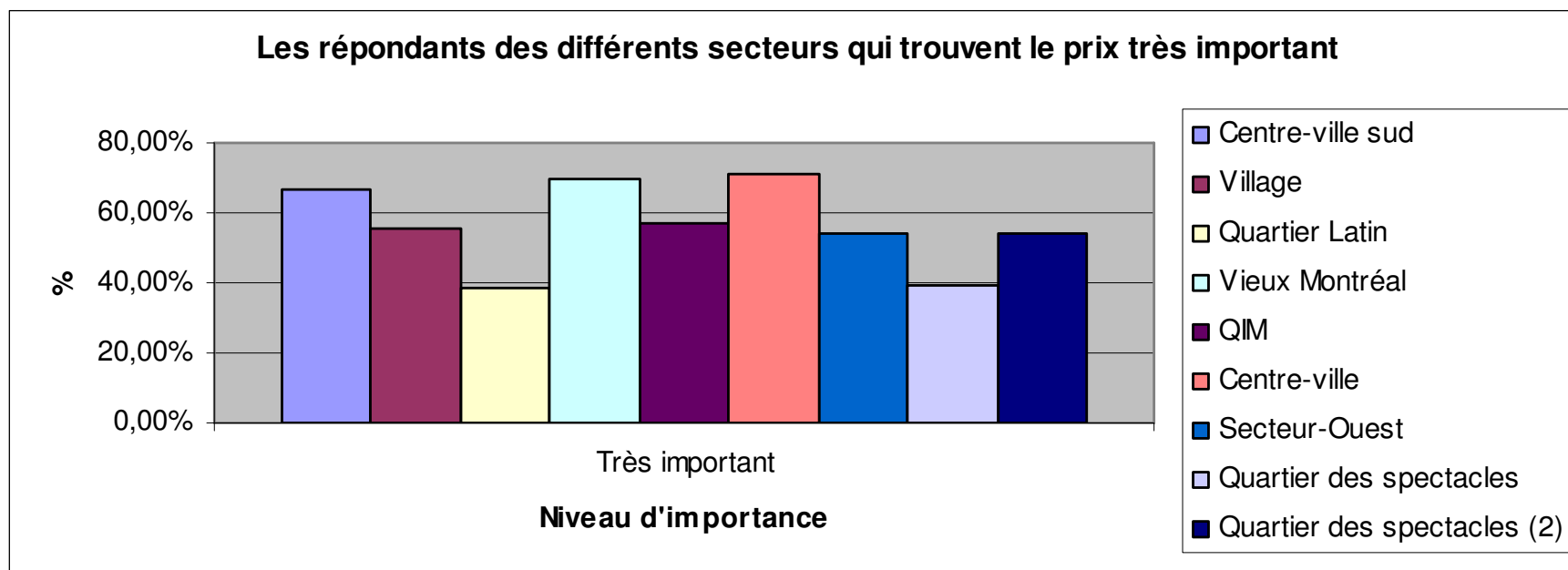
■ Peu important ■ plus ou moins important ■ Moyennement important
■ Important ■ Très important

Le prix – Variable 45

Le revenus des répondants et l'importance accordée au prix

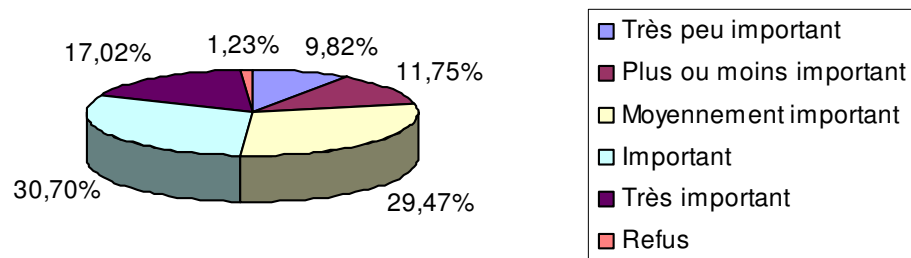


Le prix – Variable 45

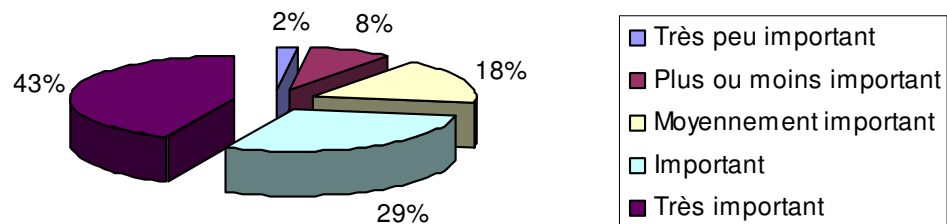


Présence de bornes interactives fixe (terminaux d'accès) (Variable 46)

Importance de la présence de terminaux d'accès

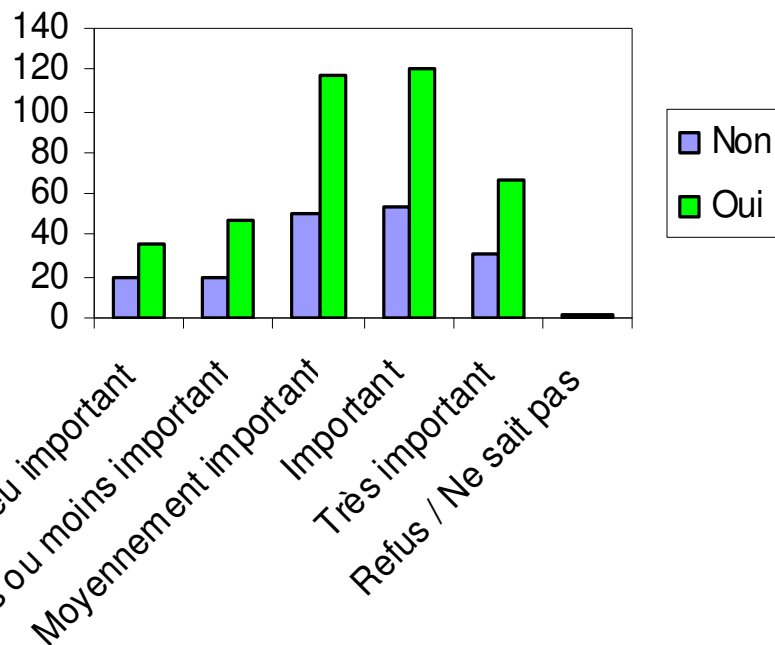


Importance de la présence de terminaux d'accès -
Aut. 2005

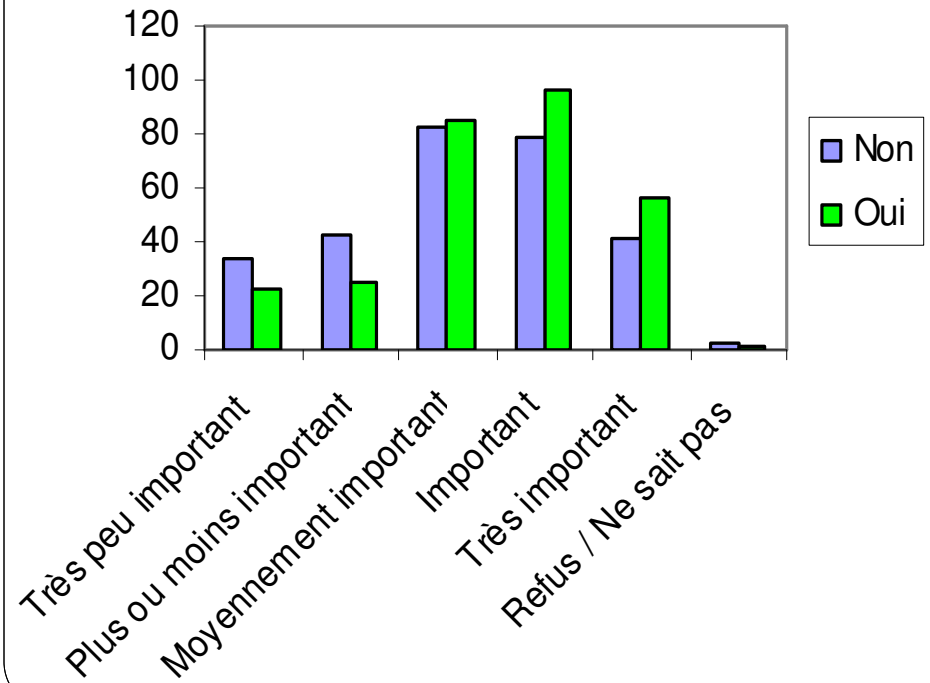


Présence de bornes interactives fixe (terminaux d'accès) (Variable 46)

Importance d'une borne fixe dans le Montréal intérieur

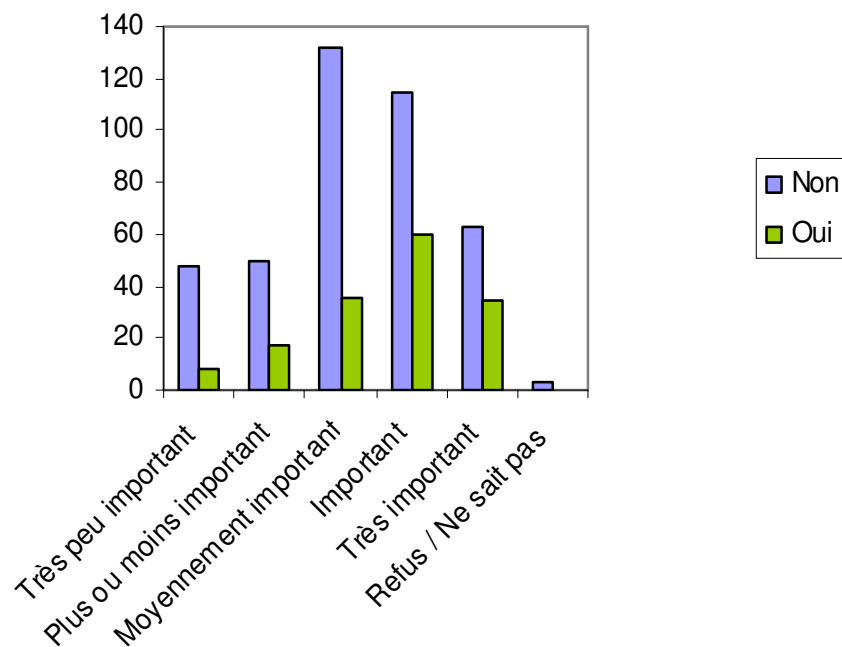


Importance d'une borne fixe sur la rue

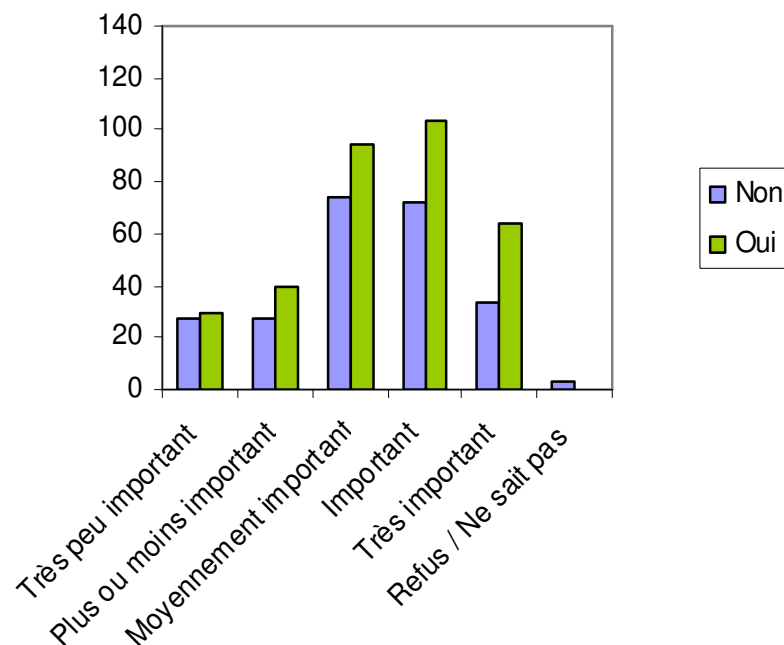


Présence de bornes interactives fixe (terminaux d'accès) (Variable 46)

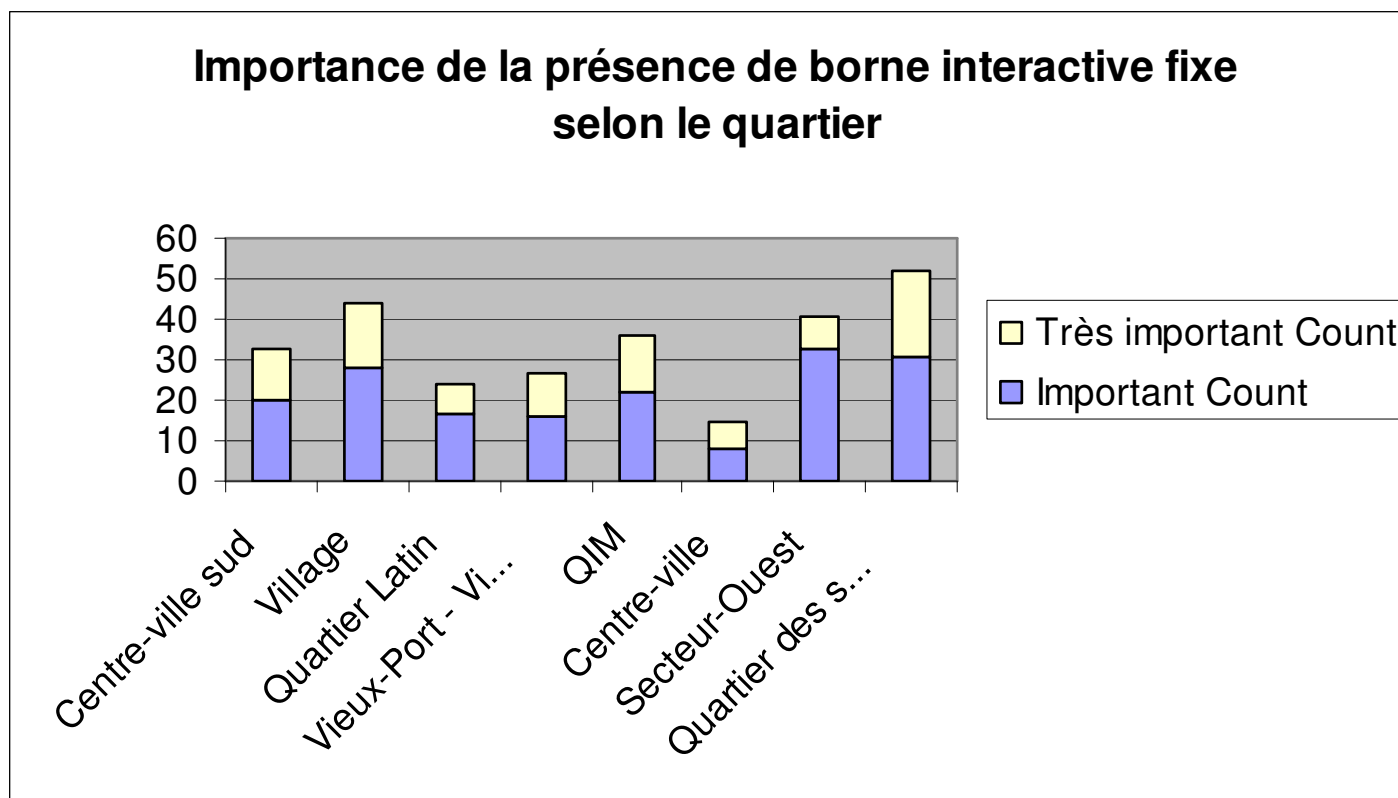
Importance de la présence d'une borne interactive sur les quais de métro



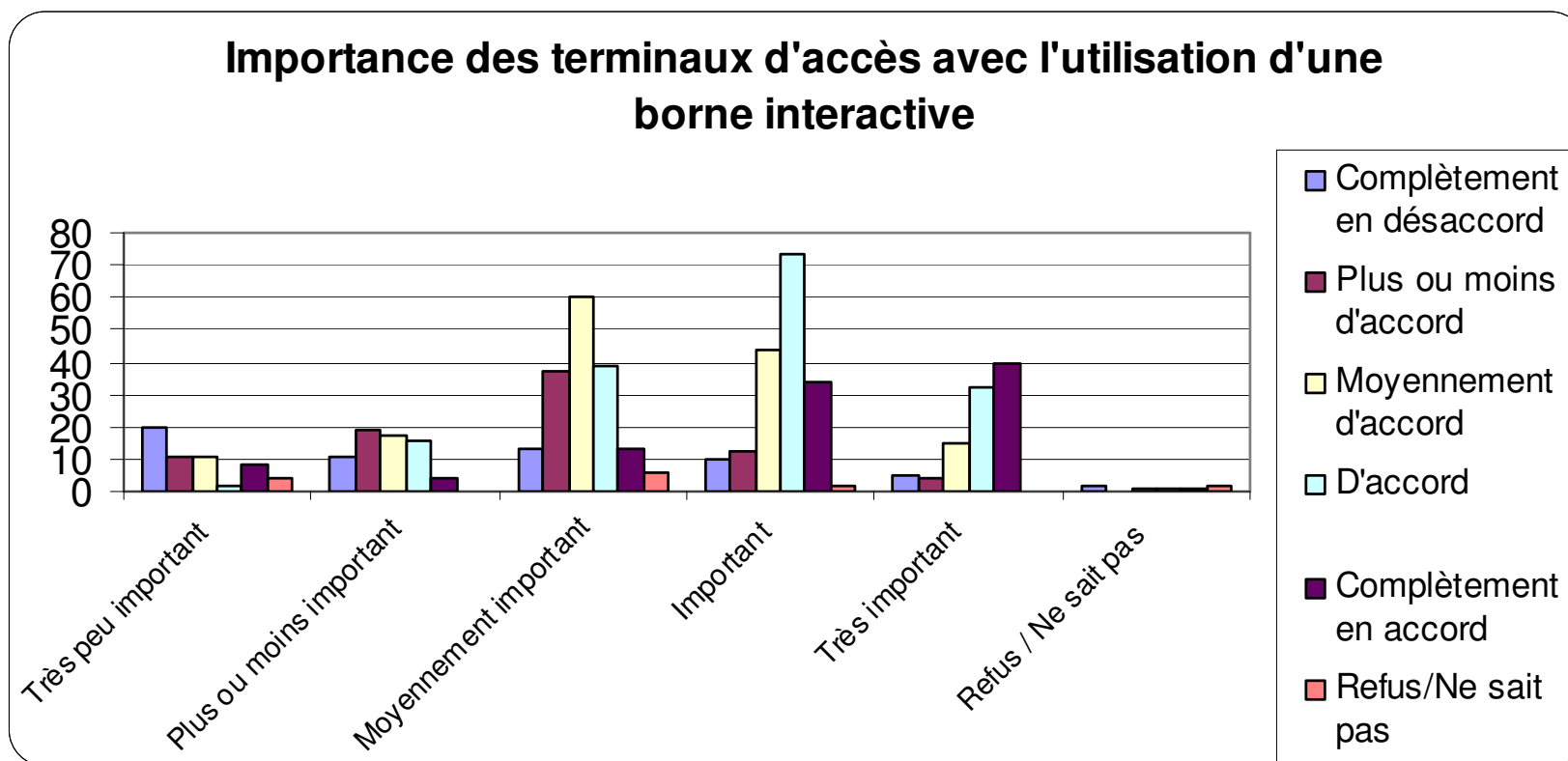
Importance d'une borne fixe à l'entrée des stations de métro



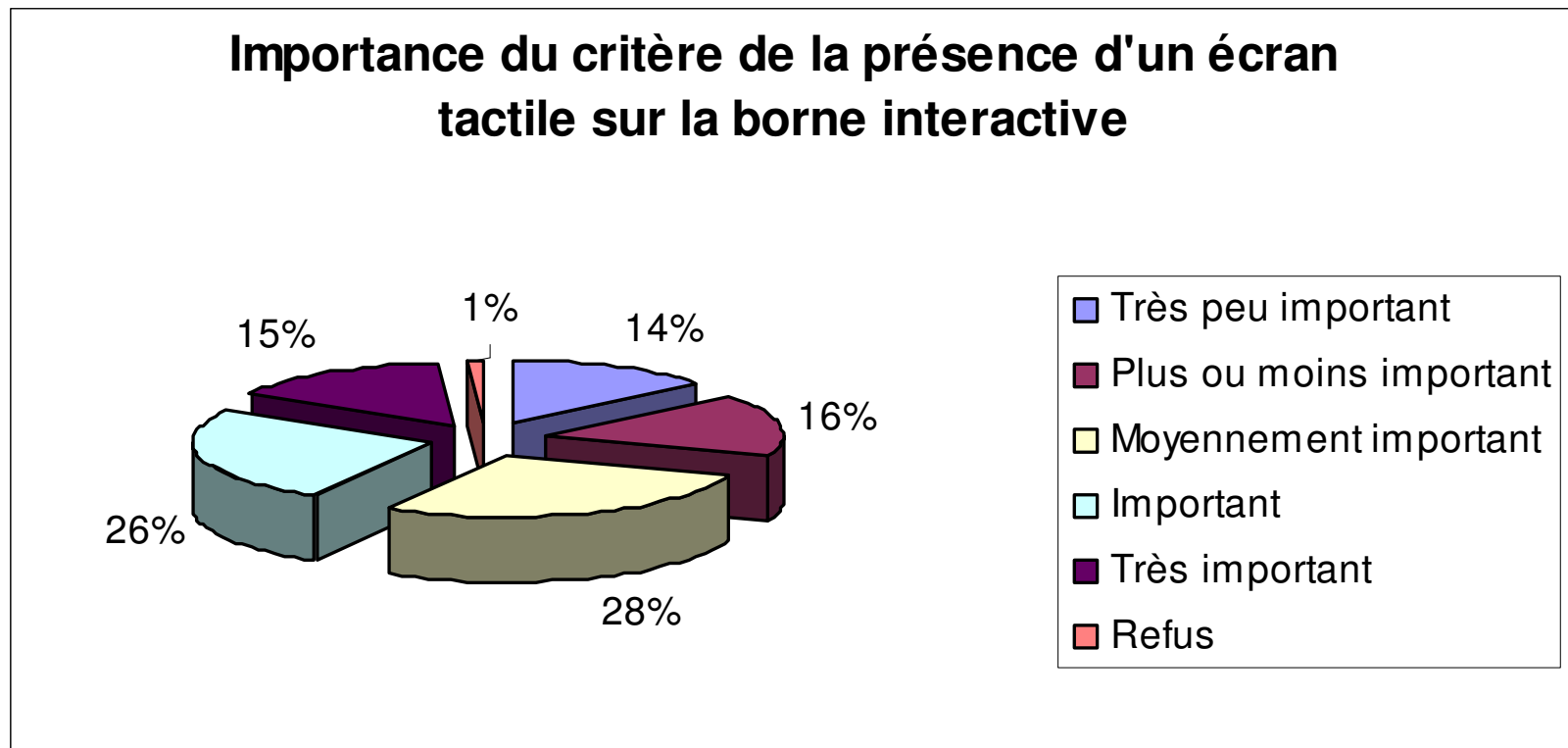
Présence de bornes interactives fixe (terminaux d'accès) (Variable 46)



Présence de bornes interactives fixe (terminaux d'accès) (Variable 46)



Borne Interactive dotée d'un écran tactile (Variable 47)

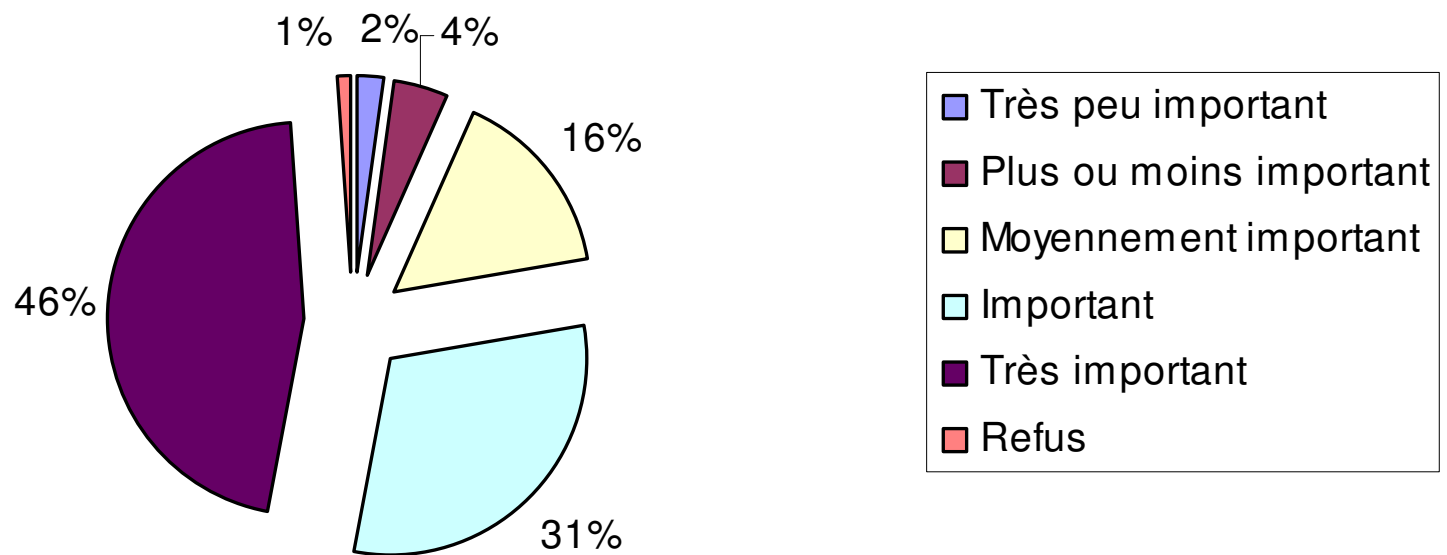


Borne Interactive dotée d'un écran tactile (Variable 47)

Importance d'un écran tactile en fonction de l'utilisation	Moyennement important
Courrier électronique	29%
Actualités	27%
Météo	28%
Pages Jaunes	30%
Horaires et plans	28%
Moteur de recherche	29%
Divertissement	27%
Informations touristiques	27%
Réservation touristiques	29%
Transactions financières	28%
Tâches travail	21%

Couverture du réseau (Variable 48)

Importance de la couverture du réseau





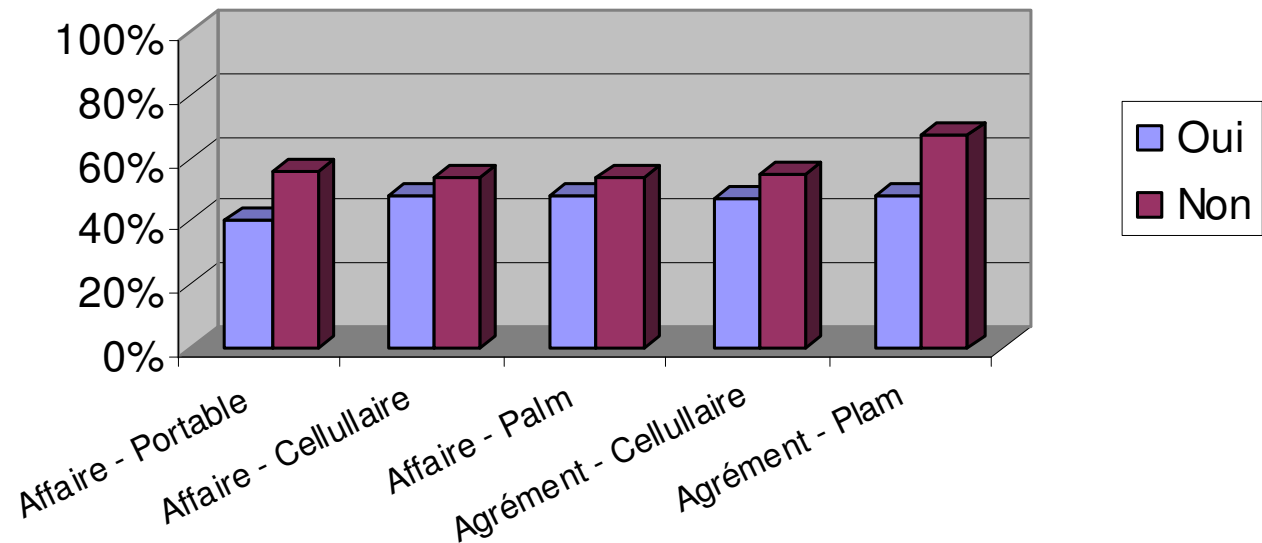
Couverture du réseau (Variable 48)

Pourcentage des personnes possédant ces appareils considérant comme très important la couverture du réseau

Ordinateur	55%
Cellulaire	52%
Palm	56%

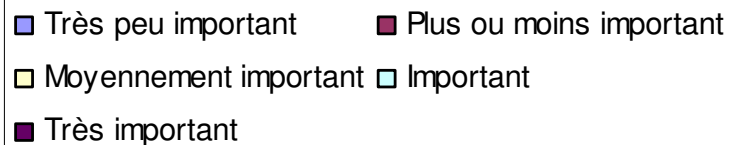
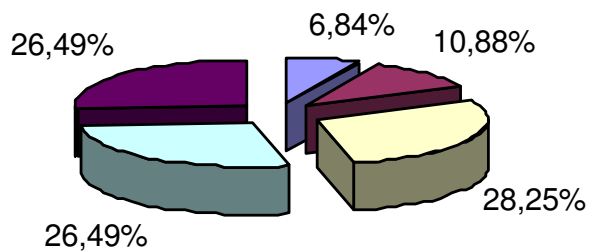
Couverture du réseau (Variable 48)

Importance de la couverture du réseau selon ce avec quoi voyagent les répondants

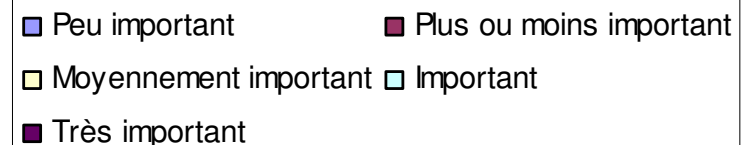
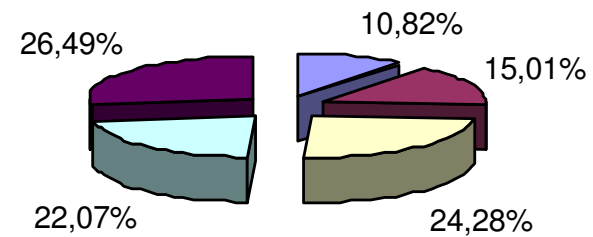


Accès à une aide technique (Variable 49)

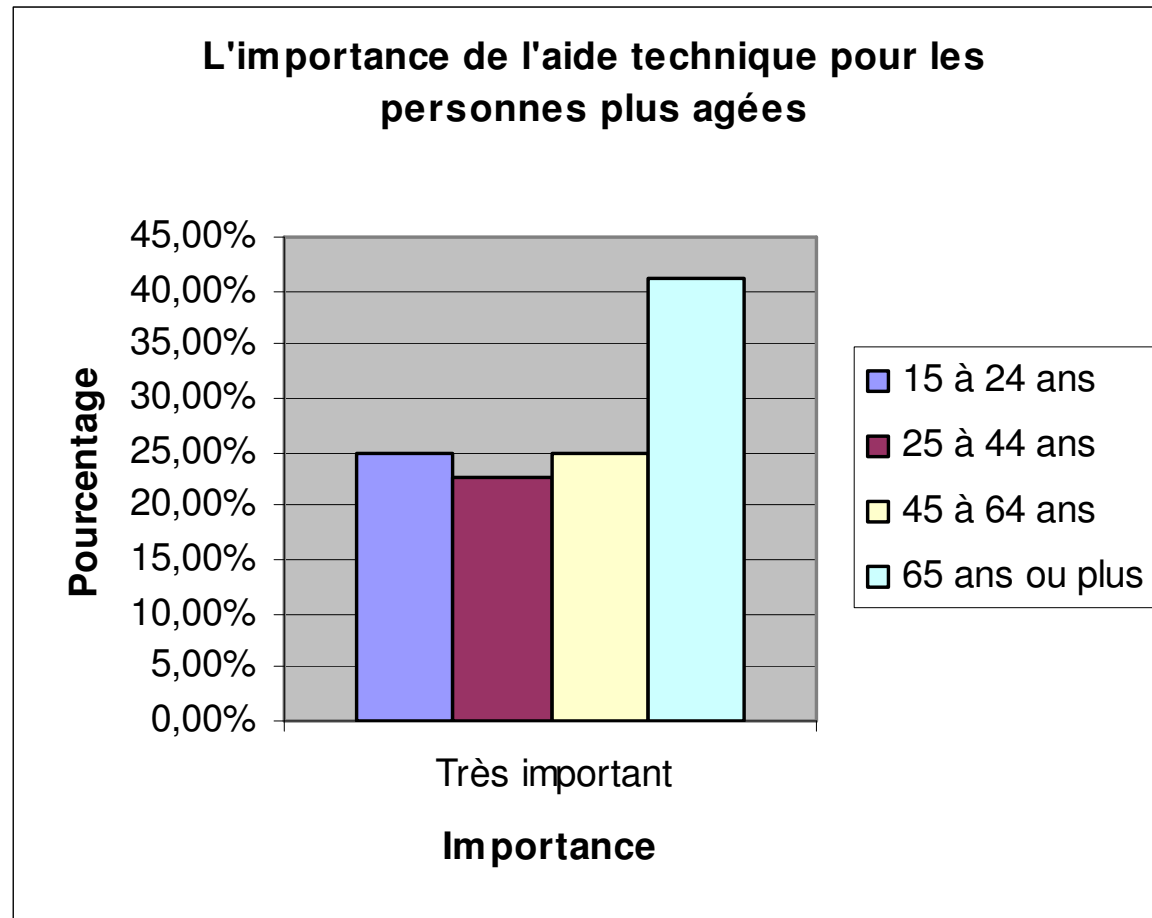
L'importance de l'aide technique



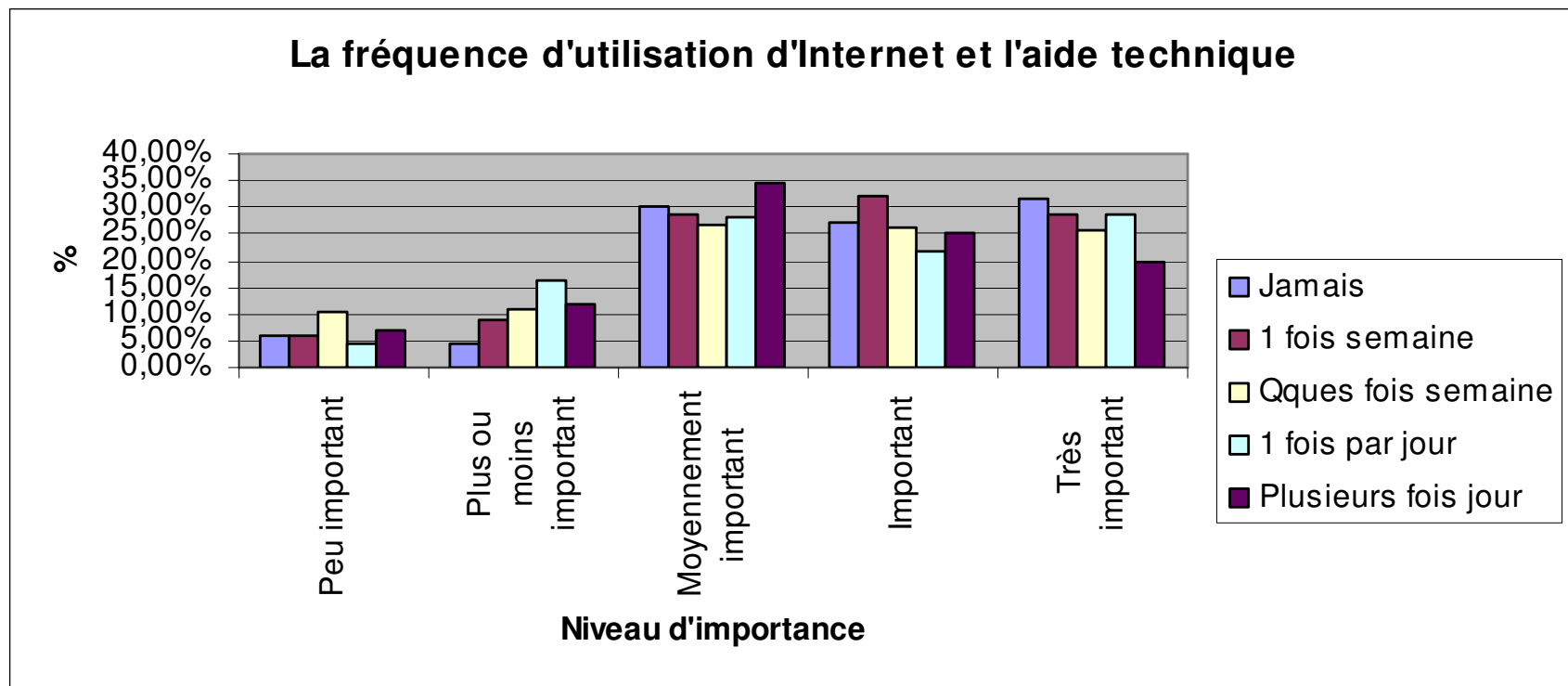
Critère Aide Technique (Question #12 automne 2005)



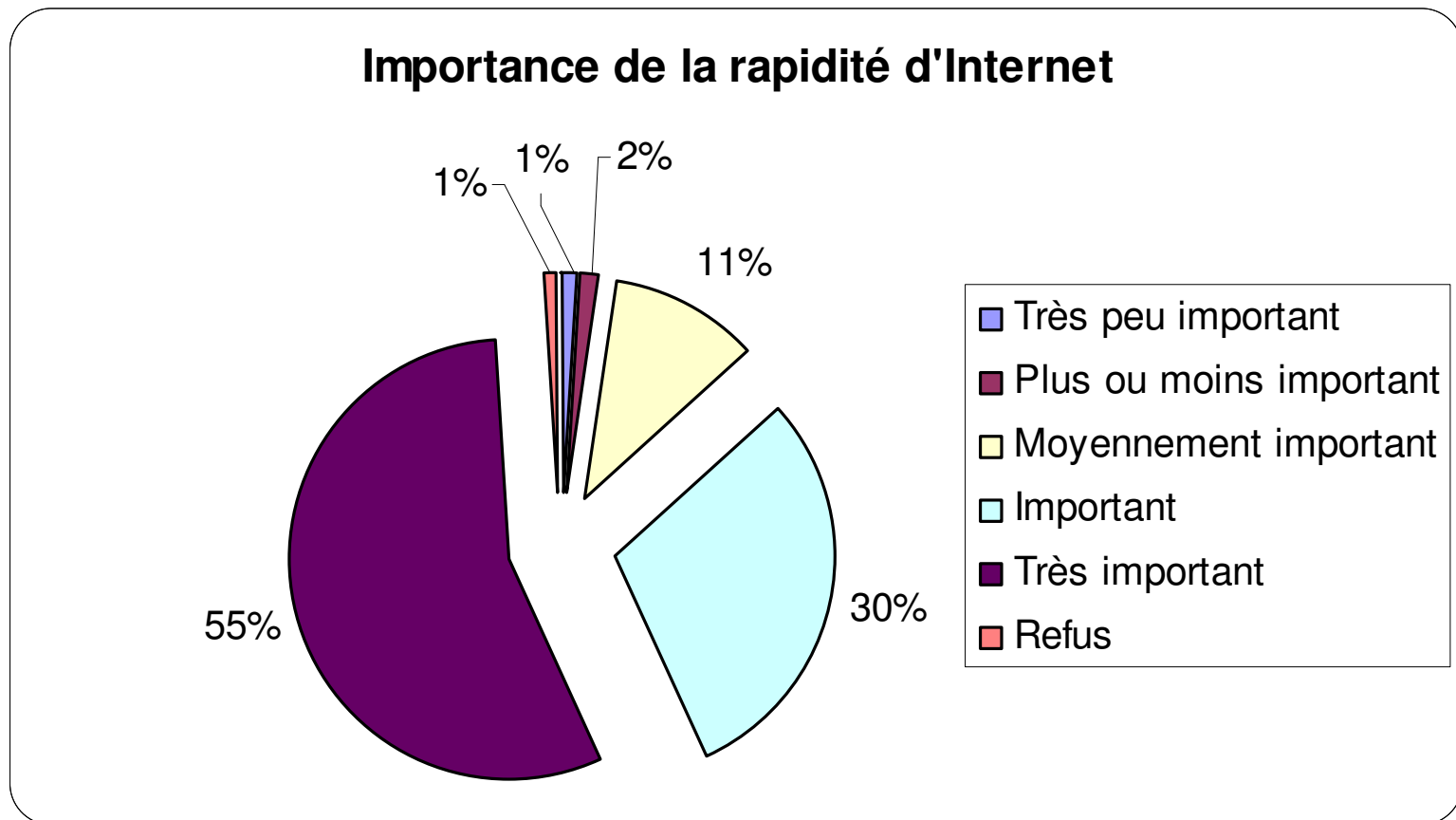
Accès à une aide technique (Variable 49)



Accès à une aide technique (Variable 49)



Rapidité de l'accès Internet (Variable 50)



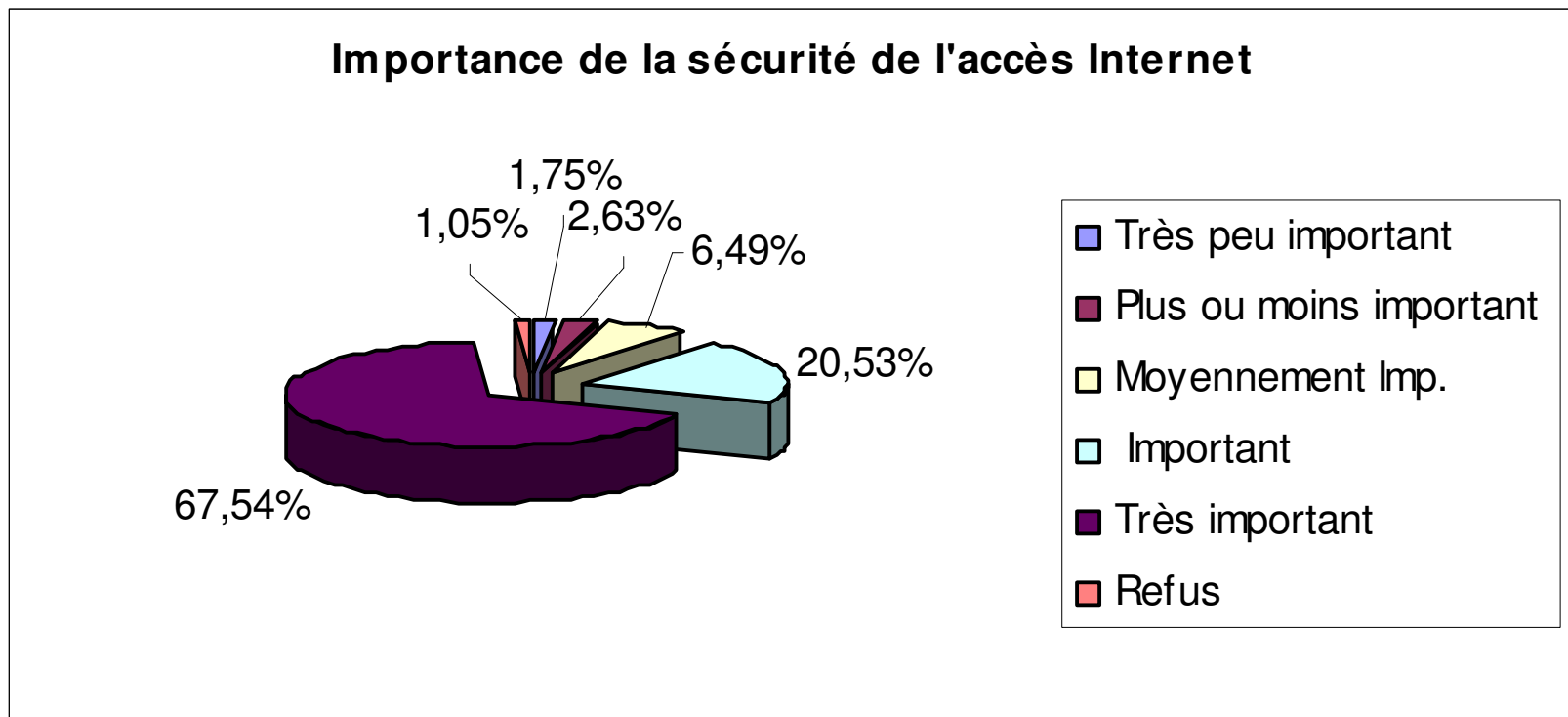


Rapidité de l'accès Internet (Variable 50)

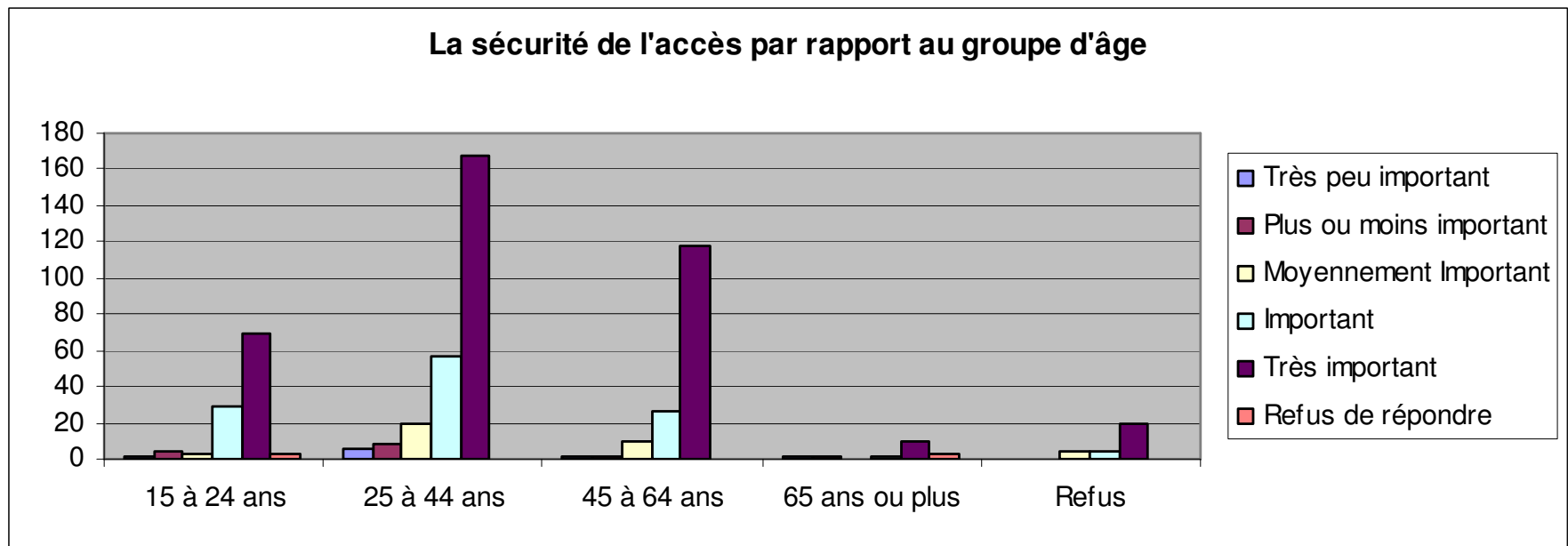
Importance de la rapidité en fonction de l'utilisation

Actualité	63%
Météo	61%
Pages Jaunes	60%
Horaires et plans	57%
Moteur de recherche	64%
Divertissement	65%
Information touristique	60%
Réservation touristique	60%
Transaction financière	65%
Tâches travail	64%

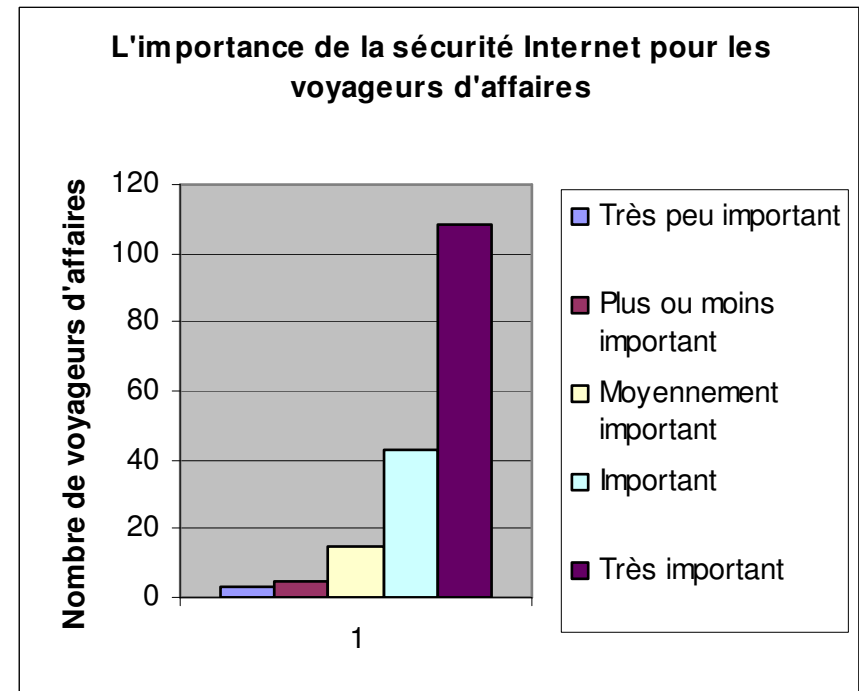
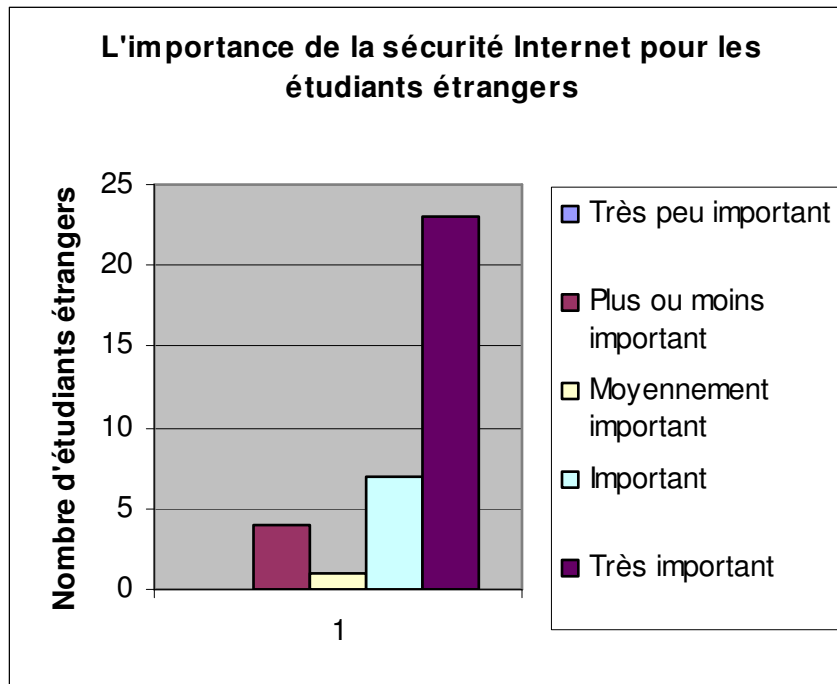
Sécurité de l'accès Internet (Variable 51)



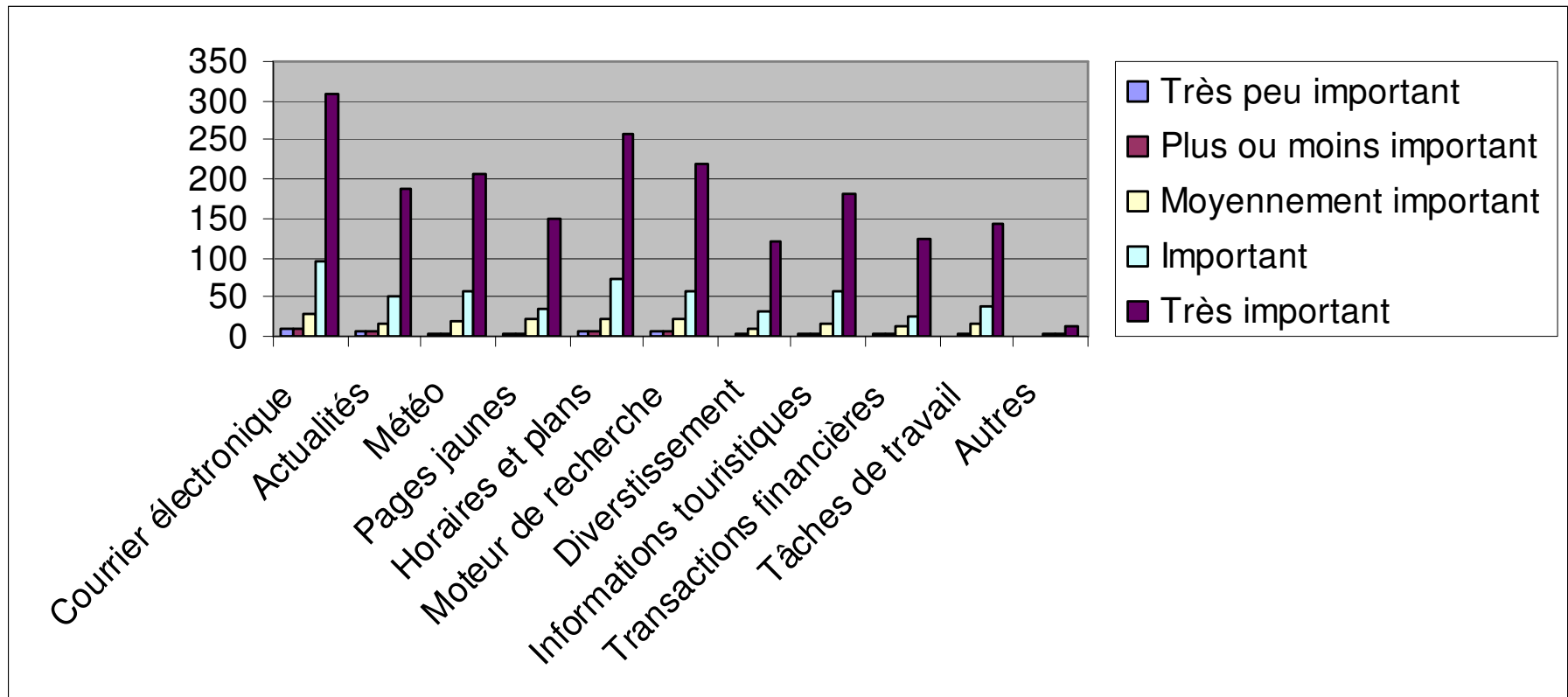
Sécurité de l'accès Internet (Variable 51)



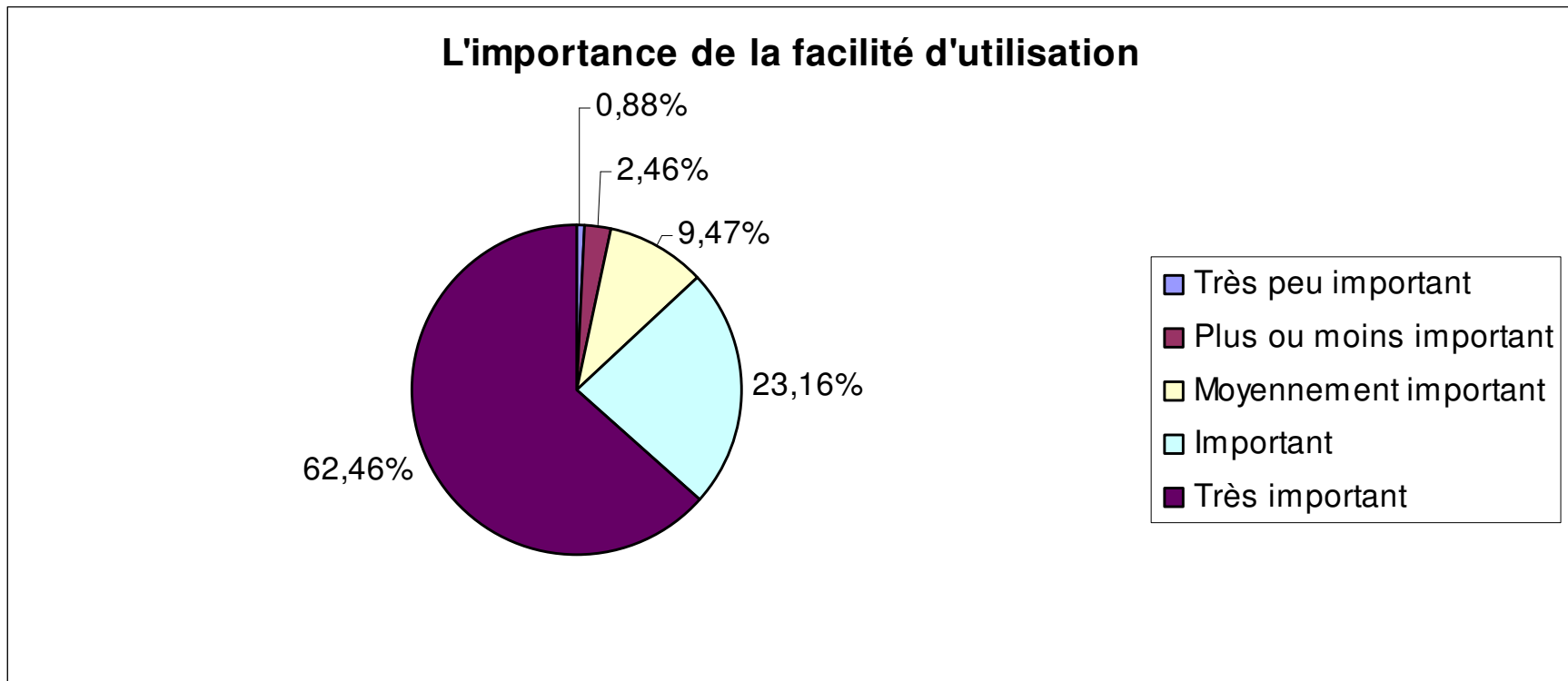
Sécurité de l'accès Internet (Variable 51)



Sécurité de l'accès Internet (Variable 51)

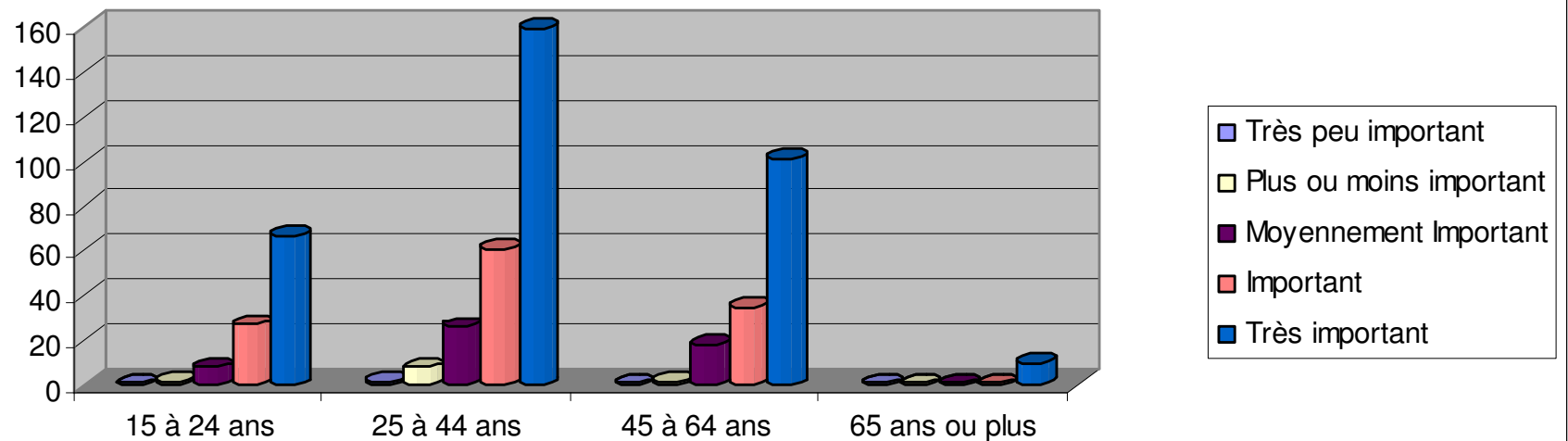


Facilité d'utilisation (Variable 52)

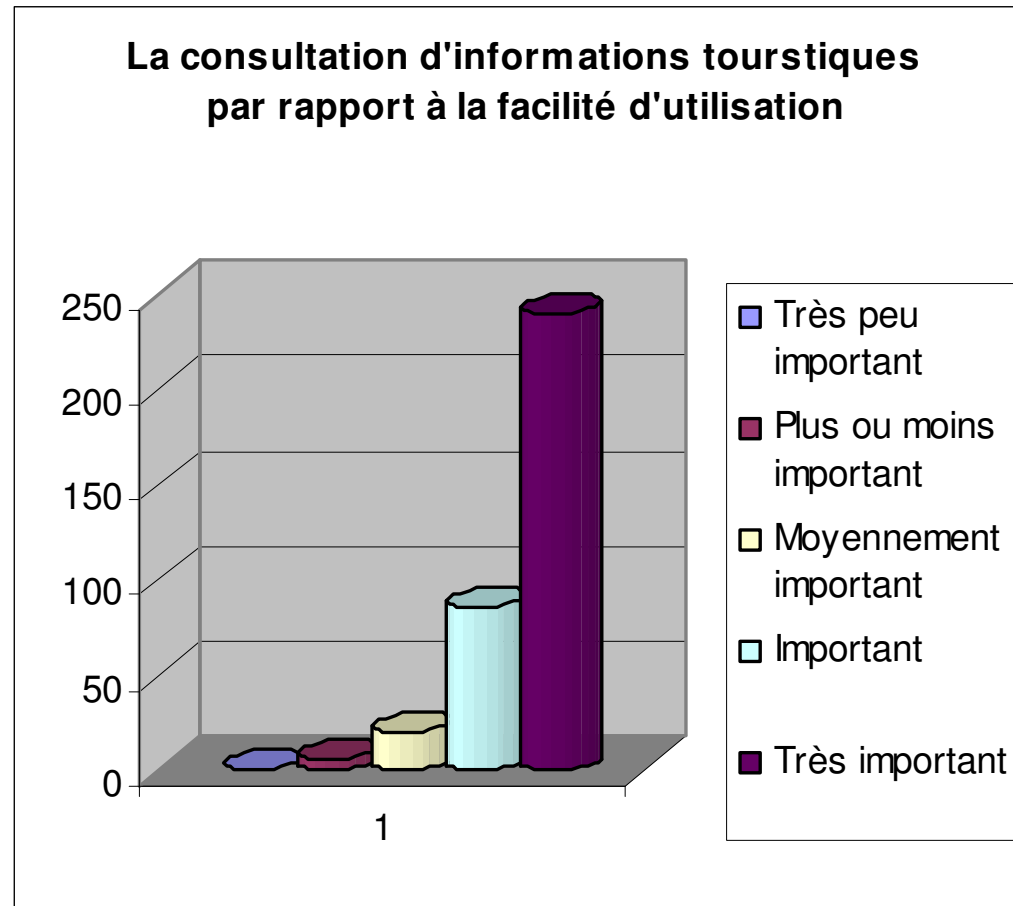


Facilité d'utilisation (Variable 52)

L'importance de la facilité d'utilisation et l'âge des répondants



Facilité d'utilisation (Variable 52)





Autres critères (Variable 53 & 54)

- Fonction multilingue (3)
- Fiabilité de la connexion
- Aménagement des endroits où le réseau serait disponible (2)



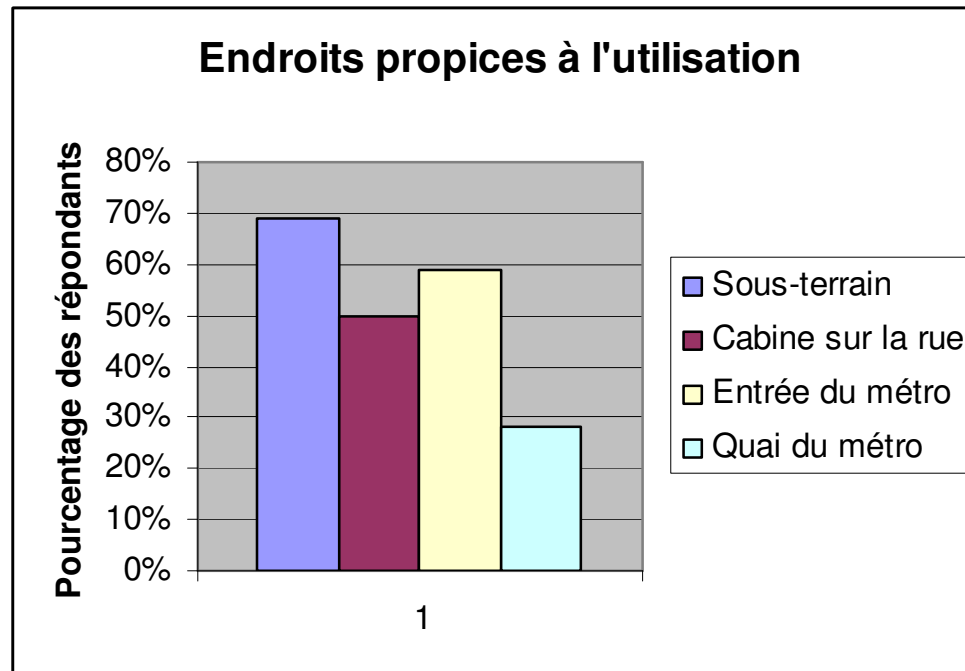
La faisabilité d'un accès internet sans fil

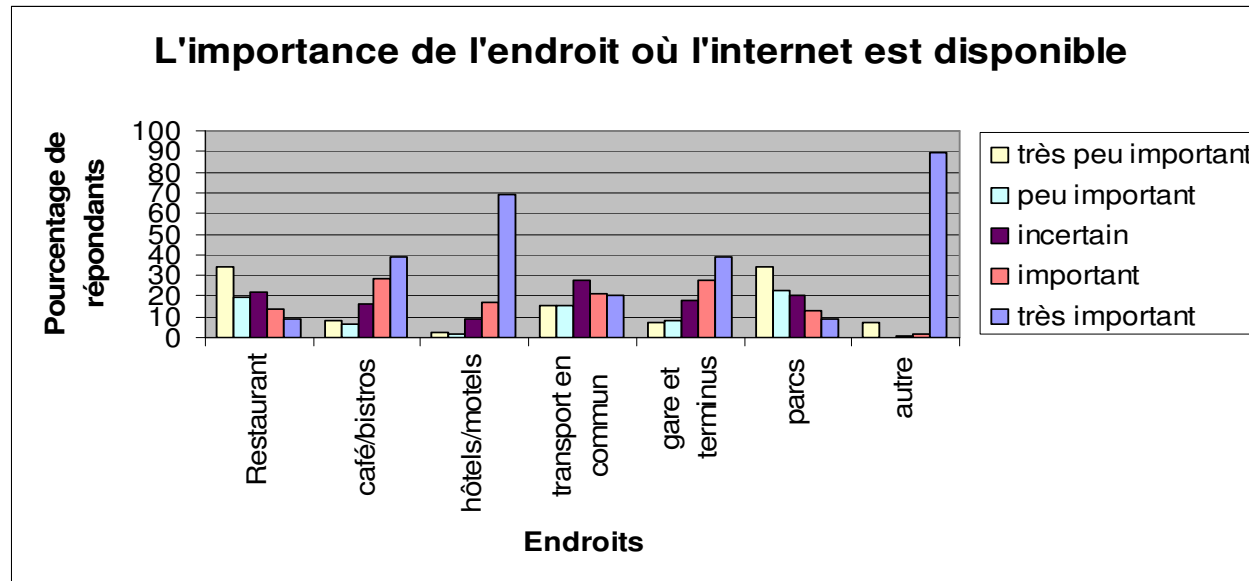
Les bornes interactives

Q.10

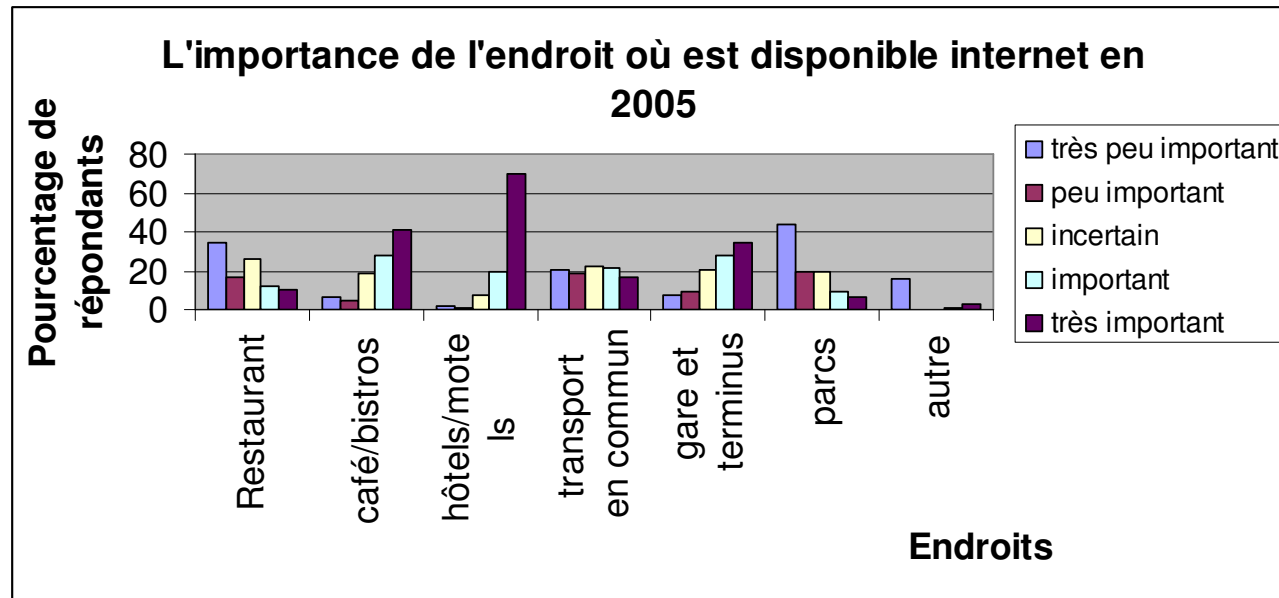
équipe 10-7

- **Montréal souterrain** :70%
- **Entrées des métros** : 60%





- **Hôtels/motels** : 68.7%
- **Cafés/bistros et gare et terminus** : 39%



- **Hôtels/motels** : 70.5%
- Cafés/bistros : 40.9%
- Gare et terminus : 34.6%



La faisabilité d'un accès internet sans fil

Combien les gens sont prêts à
débourser

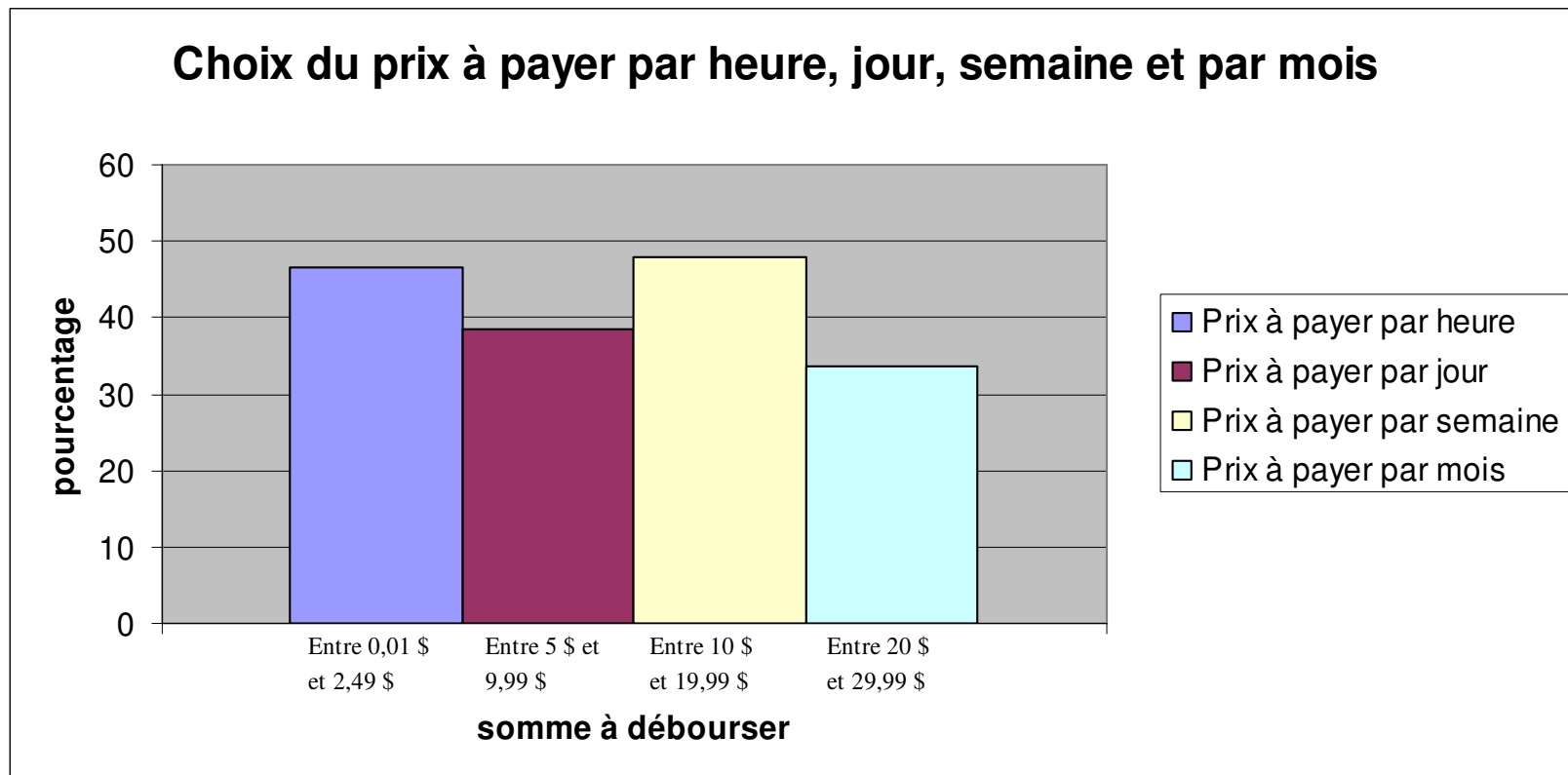


Présentation de la question à l'étude

- Question 12: volonté de payer
 - ❖ Échelle de mesure
 - ❖ Encodage des données

- Comparaison avec l'étude 2005.
 - ❖ Question et présentée différemment.

Présentation des résultats



Analyses et conclusions

Types de paiement en 2005

- Volonté de payer en 2006
 - ❖ Ne demandent pas la gratuité
 - ❖ Sommes raisonnables
- Évolution 05-06
 - ❖ Réponses semblables

	Nombre de répondants	Minimum	Maximum	Moyenne
Prix par heure	126	1\$	15\$	3.79\$
Prix par jour	52	1\$	40\$	10.21\$
Prix par semaine	26	5\$	35\$	15.92\$
Prix par mois	36	1\$	60\$	25.50\$



La faisabilité d'un accès internet sans fil

Les méthodes de paiement



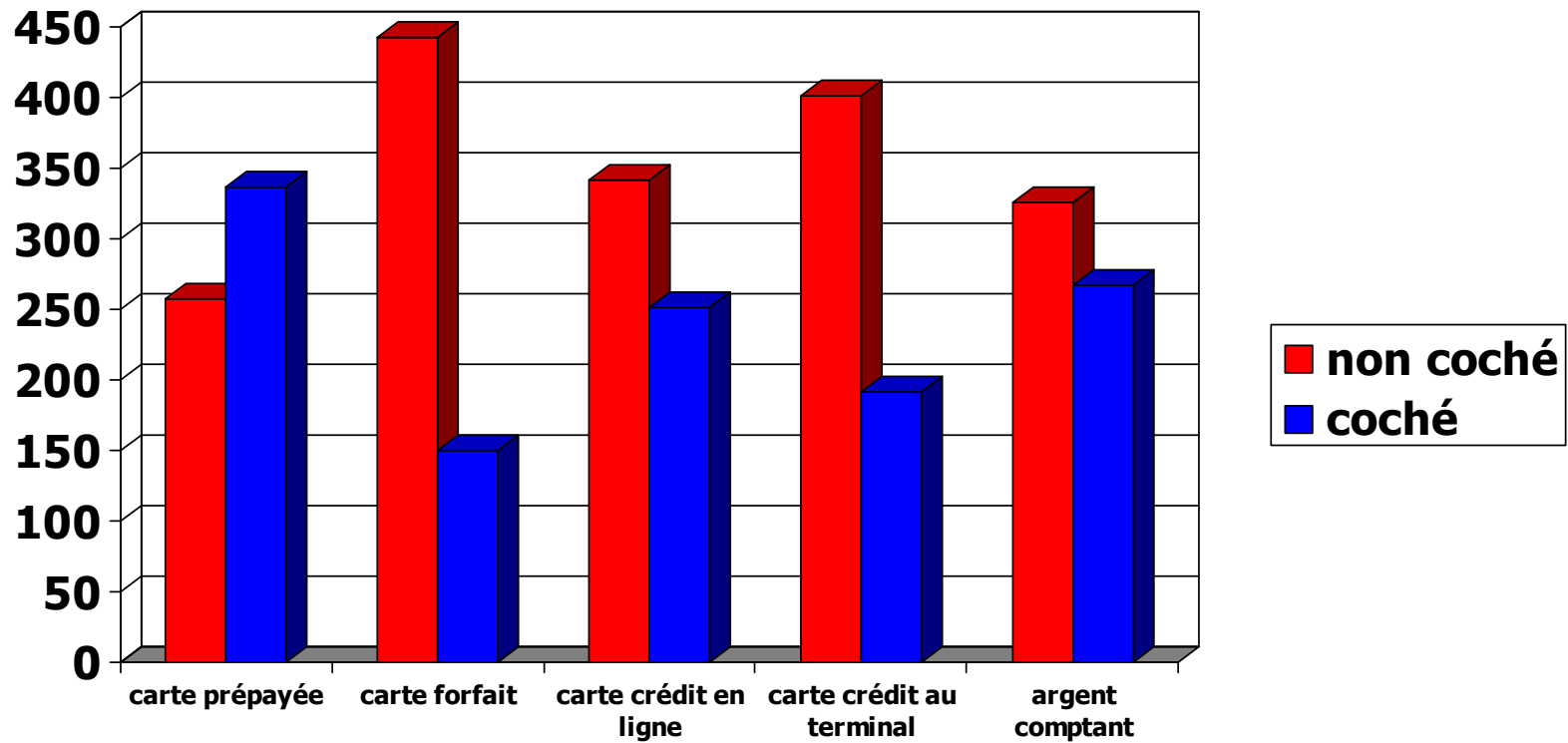
Méthodes de paiement

Selon 598 répondants :

- La méthode favorable
 - ❖ carte prépayée à 56%
 - ❖ Argent comptant à 55%

- Les méthodes défavorables
 - ❖ carte prépayé avec un forfait à 74%
 - ❖ Carte de crédit
 - ✖ en ligne 57%
 - ✖ au terminal 67%

Méthodes de paiement



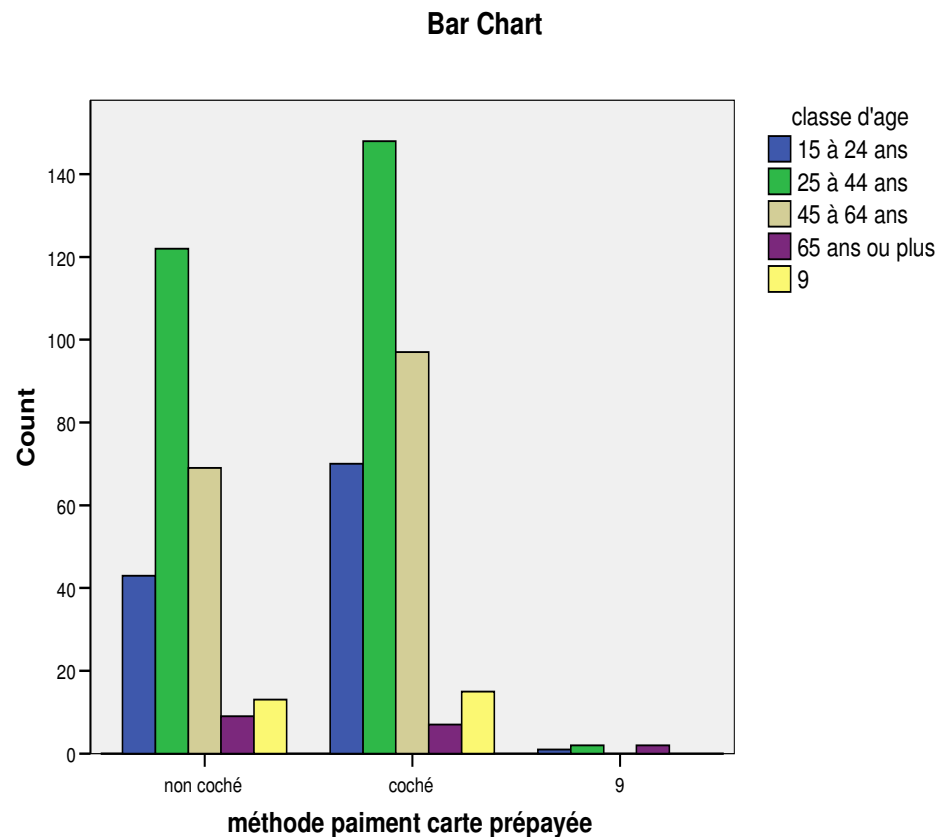


Méthodes de paiement

- En relation avec :
 1. Les classes d'âge
 2. Les 7 secteurs de l'étude

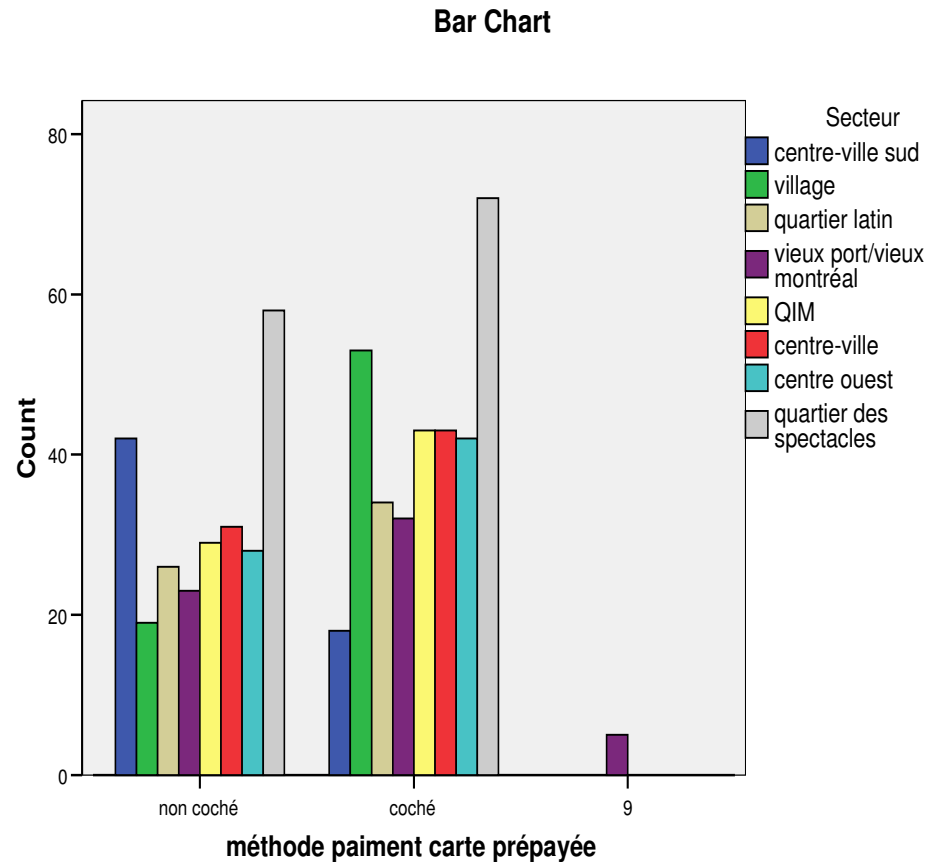
Méthodes de paiement

- 15 à 24 ans :
 - ❖ carte prépayée 61,4%
 - ❖ Argent comptant 42,1%
- 25 à 44 ans :
 - ❖ Carte prépayée 54,4%
 - ❖ Argent comptant 46,7%
- 45 à 64 ans :
 - ❖ Carte prépayée 58,4%
 - ❖ Carte crédit en ligne 47%



Méthodes de paiement

- Carte prépayée préféré sauf :
- Centre-ville sud :
 - ❖ Carte crédit en ligne 55%
 - ✦ Autres - de 30%
- QIM :
 - ❖ Argent comptant 63,9%
 - ✦ Carte prépayée 59,7%





La faisabilité d'un accès internet sans fil

Les services accessibles gratuitement

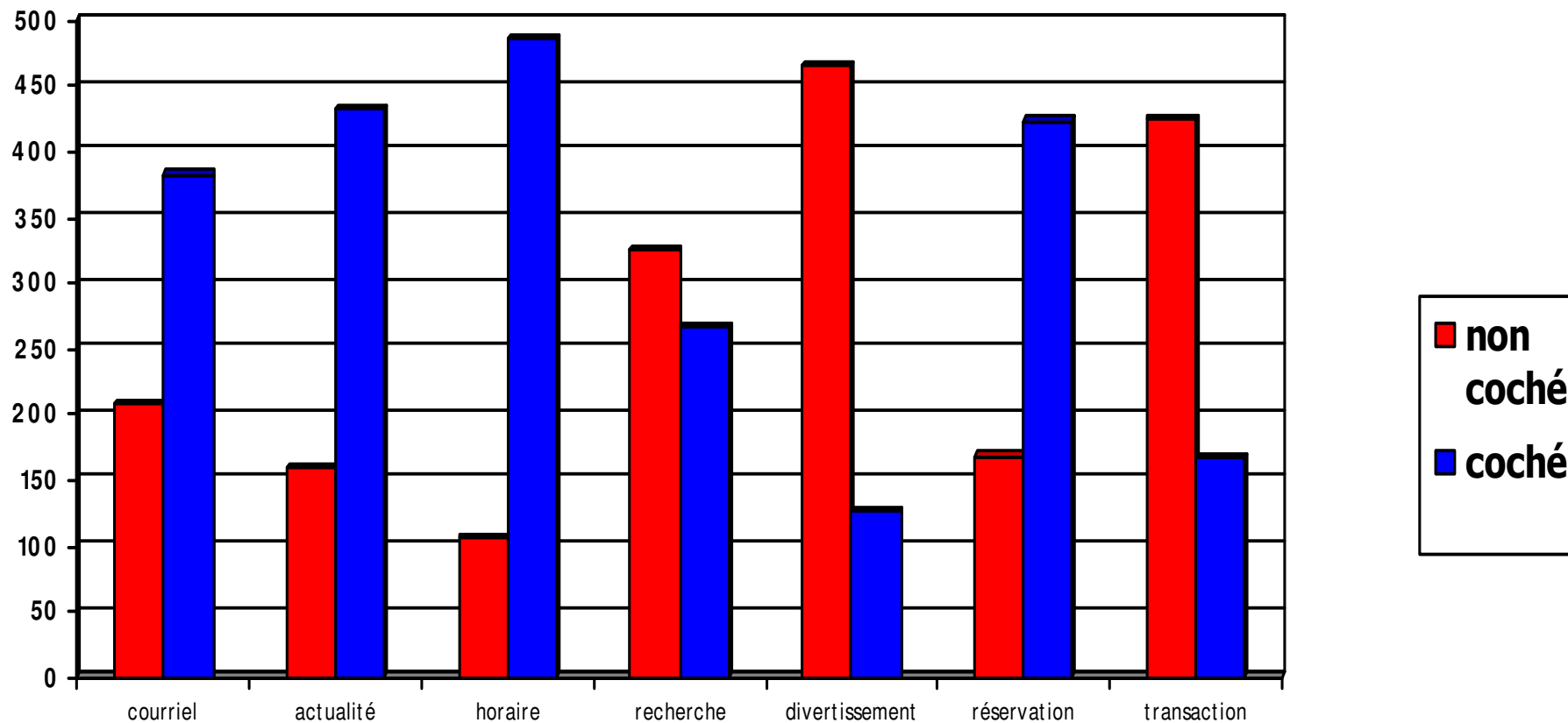


Services accessibles gratuitement

En ordre croissant d'intérêt :

- 81% pour les plans et horaires
- 72% pour l'actualité, météo et pages jaunes
- 71% pour réservations et informations
- 64% pour l'accès au courriel
- 45% pour moteur de recherche
- 28% pour les transactions
- 22% pour le divertissement

Services accessibles gratuitement





Services accessibles gratuitement

- En relation avec :
 1. La durée du séjour
 2. Les classes d'âge
 3. Les 7 secteurs de l'étude

Services accessibles gratuitement

➤ Plans et horaires

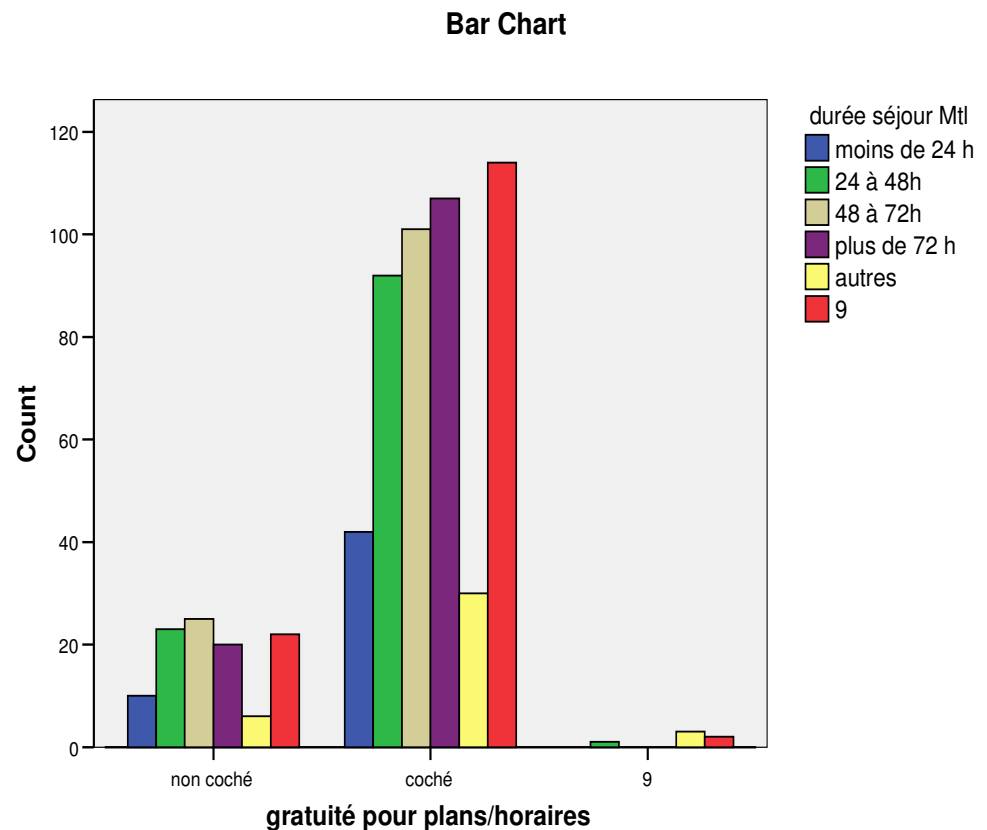
- ❖ 72h et + = 84,3%
- ❖ 24h à 72h = 80%

➤ Plus de 72 h :

- ❖ actualité et réservations
× 70,9%

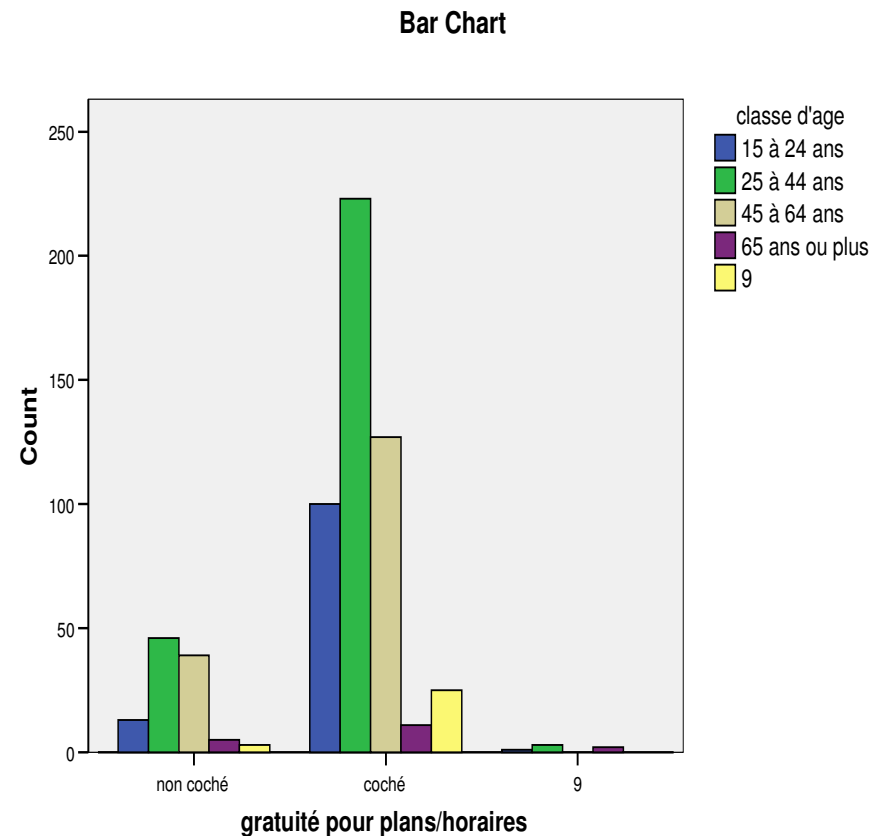
➤ Moins de 72h

- ❖ Actualité et réservations
× 74% et 76%



Services accessibles gratuitement

- 15 à 24 ans :
 - ❖ Plans et horaires **87,7%**
 - ❖ Actualité **69,3%**
- 25 à 44 ans :
 - ❖ Plans et horaires **82%**
 - ❖ Actualité **77,6%**
- 45 à 64 ans :
 - ❖ Plans et horaires **76,5%**
 - ❖ Réservations **74,7%**



Services accessibles gratuitement

- Centre ville sud
 - ❖ Courriel 88,3%
- Vieux Montréal
 - ❖ Courriel 67,8%
- Quartier latin
 - ❖ Actualité 76,7%
- Plans et horaires pour :
 - ❖ Centre ouest 97,1%
 - ❖ Village 91,7%
 - ❖ Centre-ville 90,5%
 - ❖ QIM 84,7%
 - ❖ Spectacles 74,6%

