

# Expérience de visite dans les musées en période de pandémie

## Été 2020

---

### BILAN



SOCIÉTÉ DES MUSÉES  
DU QUÉBEC

# Contexte

Depuis deux ans, la SMQ recueille des données sur la provenance et la satisfaction des visiteurs pendant la période estivale. Elle a ainsi mis en place une méthodologie adaptée à la réalité du milieu muséal et outillé les professionnels pour sonder les publics qui les fréquentent.

Malgré les contraintes et les inconnues avec lesquelles il a fallu composer tout au long de l'été 2020, la SMQ a conçu, toujours avec le concours de Lucie Daignault, un sondage exploratoire pour documenter l'expérience de visite dans les musées en temps de pandémie. Dès l'annonce de la réouverture possible des musées en mai, un appel a été lancé aux membres pour les inviter à participer, sur une base volontaire, à cette étude. Sans surprise, le taux de participation est plus faible que pour les deux enquêtes précédentes et nous avons un échantillon de type non probabiliste.

Cependant, cette consultation aide à comprendre l'impact des mesures mises en place par les musées sur l'expérience de visite et à dégager un portrait sociodémographique des visiteurs, plus spécifiquement quant à leur lieu de résidence compte tenu du fait que les touristes internationaux et États-Uniens étaient interdits de séjour en territoire québécois.

La SMQ remercie le ministère du Tourisme qui a soutenu la réalisation de ce sondage exploratoire dont les résultats se révèlent hautement stratégiques pour l'avenir de l'offre muséale en contexte de pandémie.

# Sommaire

---

1. Objectifs
2. Notes méthodologiques
3. Enquête sur le terrain
4. Lecture des résultats : mode d'emploi
5. Musées participants et nombre de répondants
6. Répartition géographique des musées
7. Résultats
8. Faits saillants
9. Annexe

# 1. Objectifs

- Relever le profil sociodémographique des visiteurs
- Relever les habitudes de fréquentation muséale
- Identifier les sources d'information consultées pour connaître l'offre muséale
- Mesurer l'influence des musées dans la décision de visiter la région
- Relever l'impact des mesures mises en place par les musées sur l'expérience de visite et son appréciation

## 2. Notes méthodologiques : participation

### ÉTÉ 2020

Participation : **29 musées**

Nombre de répondants : **3 492**

Sondage non représentatif

- Participation volontaire des musées

### ÉTÉ 2018

Participation : **55 musées**

Nombre de répondants : **10 651**

Sondage non représentatif

- Participation volontaire des musées

### ÉTÉ 2019

Participation : **55 musées**

Nombre de répondants : **13 204**

Sondage représentatif

- Les musées ont été sélectionnés selon un **plan d'échantillonnage par grappes**

## 2. Notes méthodologiques

- **Population à l'étude**

L'ensemble des visiteurs âgés de 18 ans et plus **au terme** de leur visite

**Étaient exclus : les employés, les groupes organisés et les accompagnateurs de camps de jour**

- **Questionnaire**

- Élaboré avec le logiciel de sondage en ligne Survey Monkey

- **Mode de passation du questionnaire**

- Transmis en ligne lors de l'achat du billet
- Questionnaire électronique avec tablette
- Questionnaire papier et transcription des résultats dans le logiciel Survey Monkey

- **Échantillonnage non probabiliste**

# 3. Enquête sur le terrain

- **Période de collecte** : entre le 5 juillet et le 20 septembre 2020. Certains musées ont débuté plus tard en juillet, compte tenu de leur date de réouverture.
  - **Mode de passation du questionnaire**
    - 18 % ont envoyé leur sondage par courriel
    - 28 % ont utilisé une tablette
    - 36 % ont utilisé le questionnaire papier
    - 18 % ont utilisé une tablette et le questionnaire papier
  - **Nombre total de répondants 3 492**
    - Francophones : 3 428 visiteurs
    - Anglophones : 64 visiteurs
- \* Étant donné le faible nombre de répondants de langue anglaise, aucun croisement n'a été effectué selon la langue.

## 4. Lecture des résultats : mode d'emploi

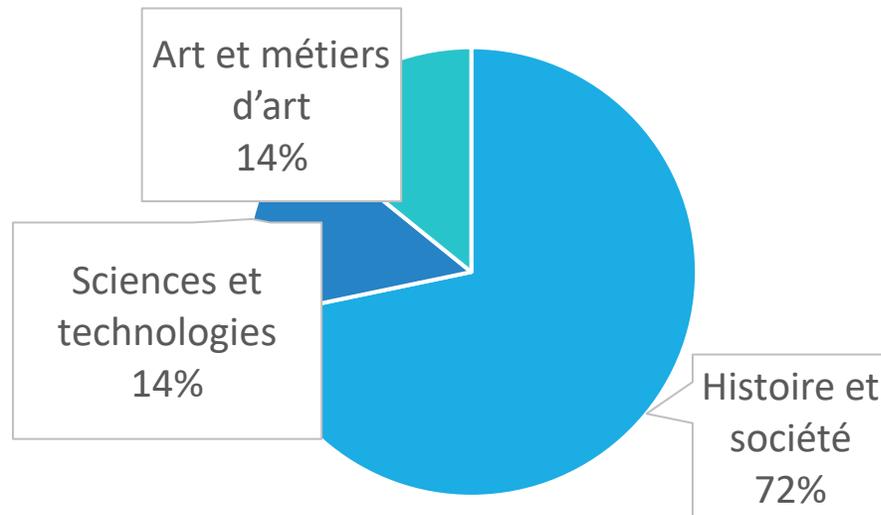
- L'analyse présente les **résultats globaux** pour les **29** musées : **27** ont participé à l'enquête pilotée par la SMQ et **2** ont mené leur propre enquête.
- Aucun musée n'est identifié. **Les musées qui ont obtenu un nombre assez élevé de répondants ont reçu leurs résultats personnalisés en formats PDF et EXCEL.** Ils pourront ainsi procéder à leur propre analyse et comparer leurs résultats avec les résultats globaux.
- **Des analyses croisées** en fonction du profil (âge, genre, scolarité, cellules de visite et lieu de résidence) et de l'influence des mesures mises en place par les musées sur l'expérience de visite ont été réalisées pour dégager quelques pistes de réflexion. Seuls les résultats les plus significatifs sont présentés.
- Pour **l'analyse des commentaires émis à la question 14**, nous avons procédé à une analyse de contenu. Les réponses ont été regroupées dans des catégories génériques (expositions, mesures mises en place, satisfaction générale, technologies, etc.).

# 4. Lecture des résultats : mode d'emploi

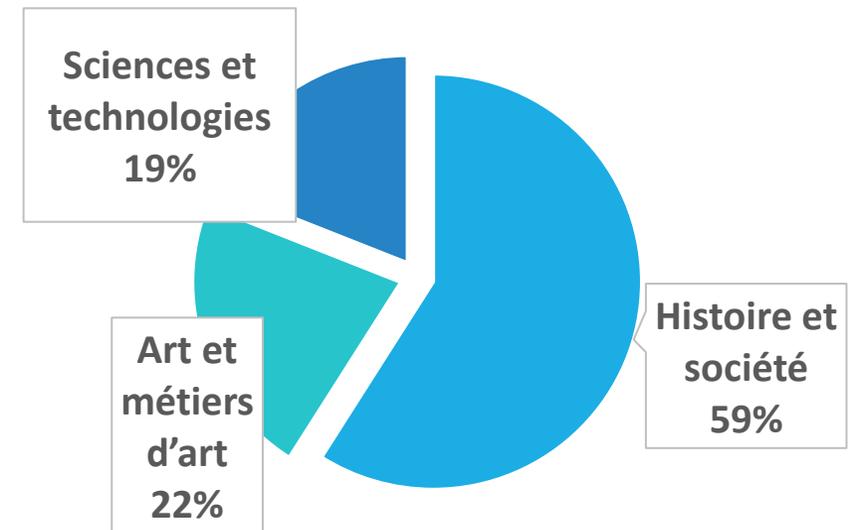
- **Les résultats pour chacune des questions sont présentés pour l'été 2020.**
  - Pour chacun des tableaux et des graphiques le « N » représente le nombre de répondants.
- **Le nombre de répondants peut varier d'une question à l'autre,**
  - soit parce que certains visiteurs n'ont pas complété le questionnaire,
  - soit parce que certains musées qui ont mené leur propre enquête n'ont pas posé toutes les questions ou ont proposé des choix de réponses différents.
- Lorsque considérés pertinents, **les résultats obtenus en 2020 ont été comparés avec les résultats cumulés des étés 2018 et 2019, qu'ils soient semblables ou différents.**
  - **La rubrique : « *des résultats qui se maintiennent* »** comparent les résultats similaires.
  - Pour **expliquer et contextualiser** certains résultats, nous nous référons à la [\*Typologie de publics dans les musées du Québec.\*](#)
- Les pourcentages supérieurs à 100 % sont attribuables à la multiple réponse.
- Par souci de clarté, les pourcentages ont été arrondis au nombre entier le plus proche.

# 5 . Musées participants par type

Participation selon le type de musée (2020)  
N = 29



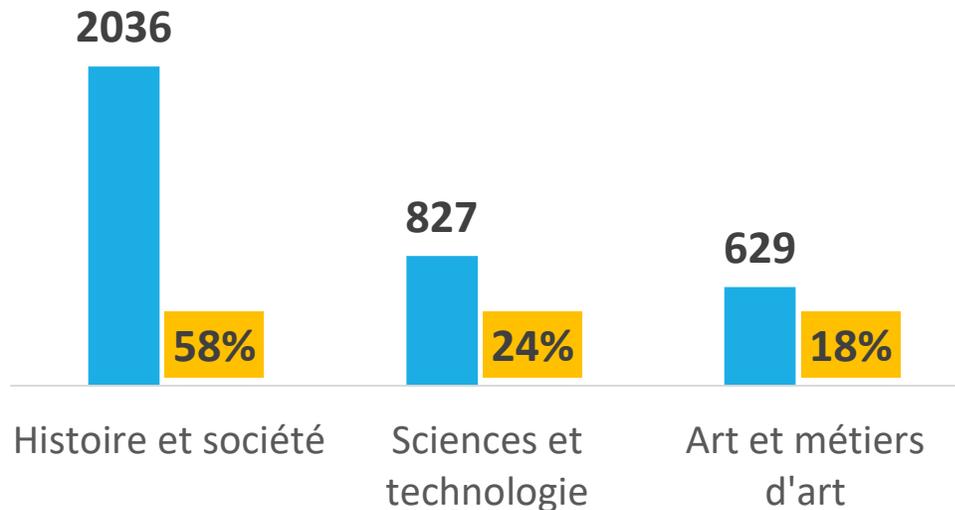
Participation selon le type de musée (2018-2019)  
N = 110



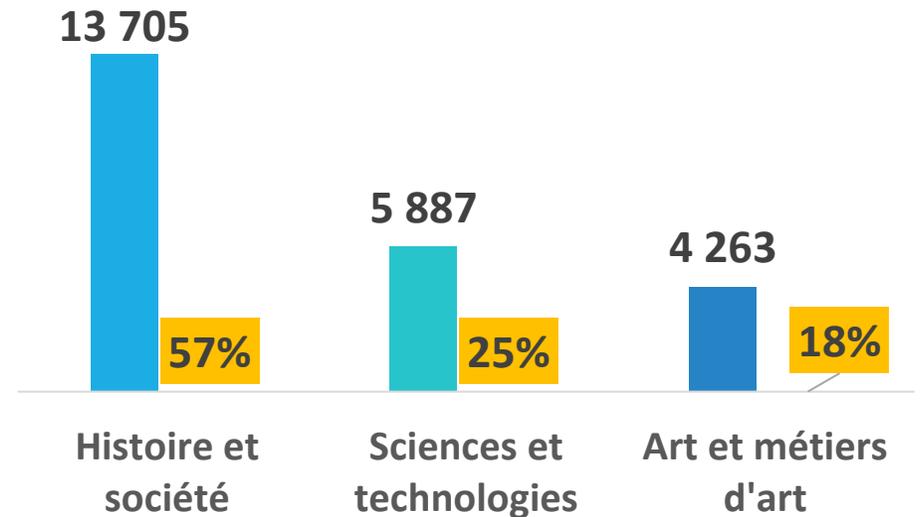
La plus faible présence des musées de sciences et technologies et des musées d'art est en partie attribuable au fait que certains de ces musées n'ont pas ouverts leurs portes aux publics à l'été 2020.

# 5 . Nombre de répondants par type de musée

Répondants par type de musée (2020)  
N= 3 492



Répondants par type de musée (2018-2019)  
Total : N = 23 855



Malgré que le taux de participation des musées d'histoire et société soit plus élevé en 2020, soit 72 % contre 59 % en 2018-2019 , **la proportion de répondants** est pratiquement la même qu'en 2018-2019, et ce, pour les trois types de musées.

# 6. Répartition géographique des musées participants

RÉGION TOURISTIQUE	N = 29
Bas-Saint-Laurent	1
Cantons-de-l'Est	2
Centre-du-Québec	1
Charlevoix	1
Chaudière-Appalaches	3
Duplessis-Manicouagan	1
Gaspésie	2
Laurentides	1
Mauricie	2
Montréal	2
Québec	8
Saguenay-Lac-Saint-Jean	2

RÉGIONS	N = 29
Régions centrales	11 musées (38 %)
Régions périphériques	6 musées (21 %)
Régions intermédiaires	6 musées (21 %)
Régions éloignées	6 musées (21 %)

Le nombre de musées de la région de Montréal (2) est nettement sous représenté alors qu'ils représentent **16 %** de l'ensemble des musées du Québec \*

\*ROUTHIER, Christine (2016). « Provenance des visiteurs des 100 institutions muséales les plus fréquentées en été », *Optique culture*, no 50, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, juin, 12 p. [\[En ligne\]](#).

# 7. Résultats

---

**7.1 Profil des répondants**

**7.2 Fréquentation muséale et sources d'information**

**7.3 Appréciation de la visite**

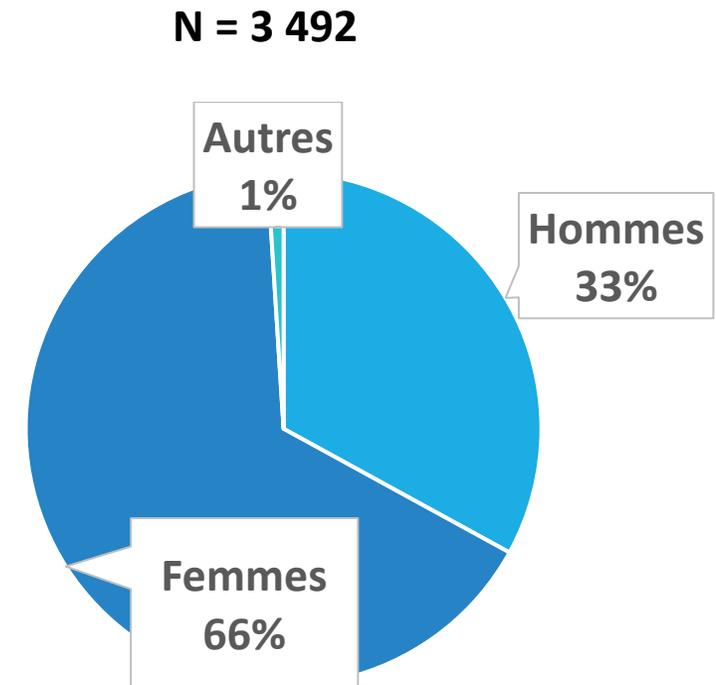
**7.4 Commentaires de la question 14**

# 7.1 Profil : Les femmes toujours plus nombreuses

## Des résultats qui se maintiennent

Les musées qui ont une vocation religieuse attirent tout particulièrement les femmes.  
La proportion de femmes s'élève à 71 % pour 3 de ces institutions.

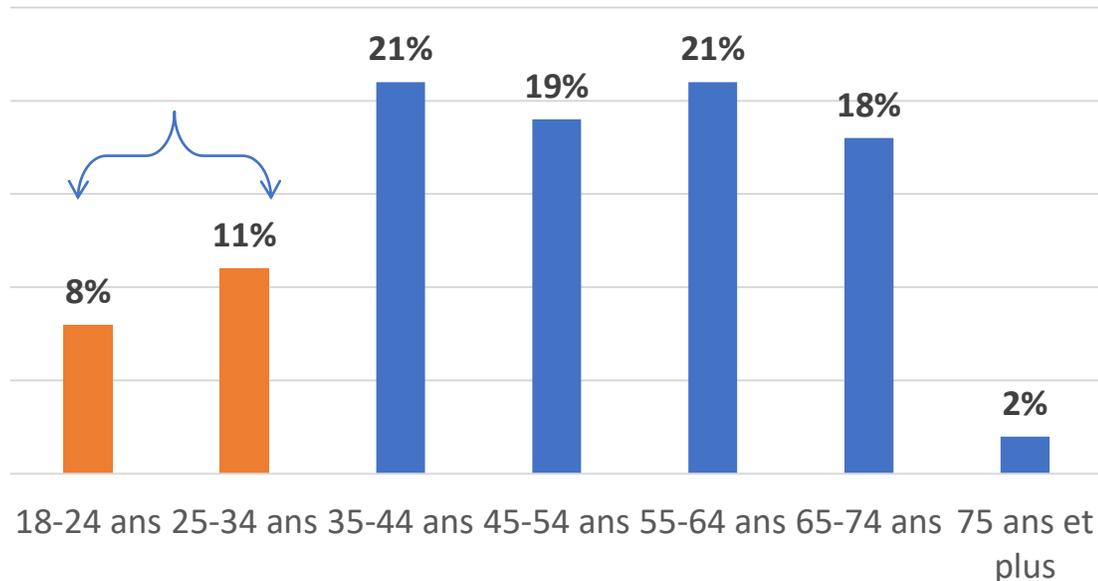
Les musées de sciences attirent encore un peu plus d'hommes (41 %) que les autres types de musées



La présence des femmes est plus élevée en 2020 que par les années passées **66 %** contre **58 %** en 2018-2019.

# 7.1 Profil : La structure d'âge toujours aussi diversifiée

N = 3 415



Les **18-34 ans** représentent **19 %** de l'échantillon comparativement à **27 %** en 2018-2019.

**Hypothèse** : La proportion de jeunes adultes qui fréquentent les musées est beaucoup plus élevée dans les groupes de touristes internationaux (Typologie, p.6), ce qui expliquerait leur faible présence dans les musées québécois en cette période de fermeture des frontières.

**Une exception** : les musées de sciences qui ont attiré **34 %** de jeunes adultes, ce qui n'est pas surprenant puisqu'ils offrent une expérience interactive. Plusieurs études ont démontré que les 18-34 ans privilégiaient les lieux multi sensoriels (Typologie).

Les **55 ans et plus** représentent **41 %** de l'échantillon comparativement à **36 %** en 2018-2019.

## Des résultats qui se maintiennent

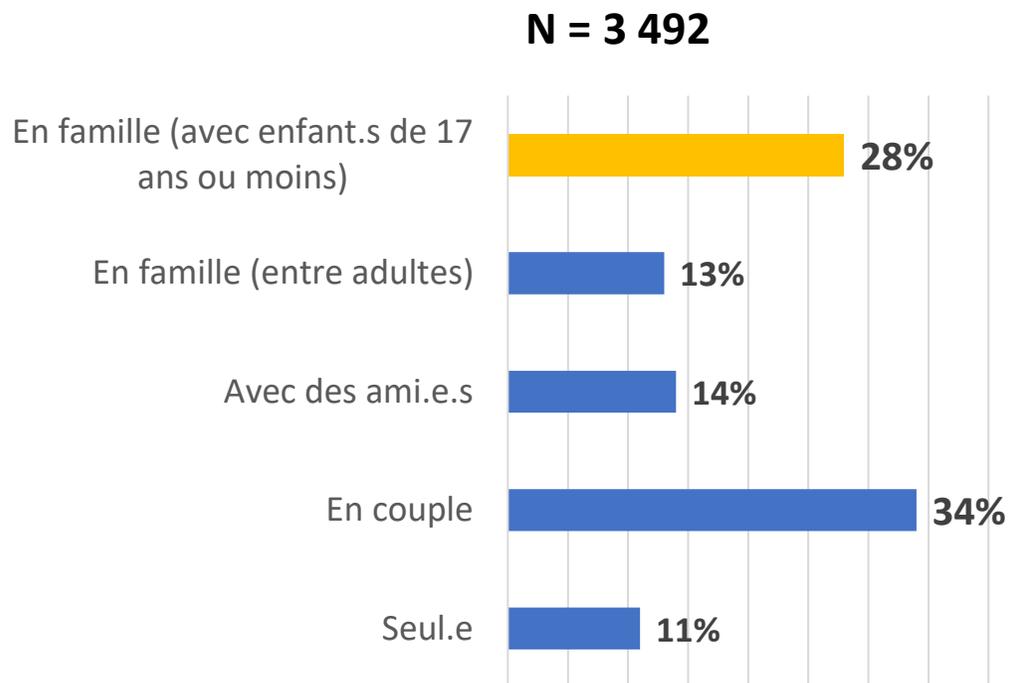
Les musées à vocation religieuse sont plus populaires auprès des 55 ans et plus (**46 %**).

**52 % visiteurs adultes en famille** se retrouvent dans la catégorie « **35-44 ans** ».

# 7.1 Profil : La fréquentation majoritairement en couple et en famille

La visite en couple (**34 %**) et en famille avec des enfants de 17 ans ou moins (**28 %**) constituent les deux principales modalités d'accompagnement tout comme pour les été 2018-2019.

En 2020, les musées d'histoire et de société sont plus fréquentés par les couples (**40 %**) et moins par des familles avec des enfants âgés de 17 ans ou moins (**20 %**).



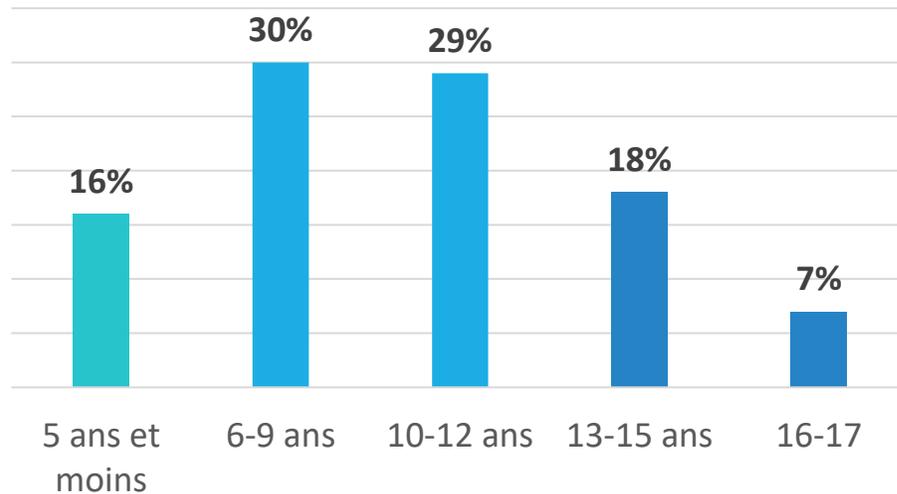
## Des résultats qui se maintiennent

Les **18-24** ans fréquentent plus le musée avec des amis (**22 %**) principalement entre femmes ainsi que les **55 ans** et plus (**20 %**)

Les musées de sciences sont très attractifs pour les familles. Elles représentent bon an mal an plus ou moins la **moitié** de leurs visiteurs.

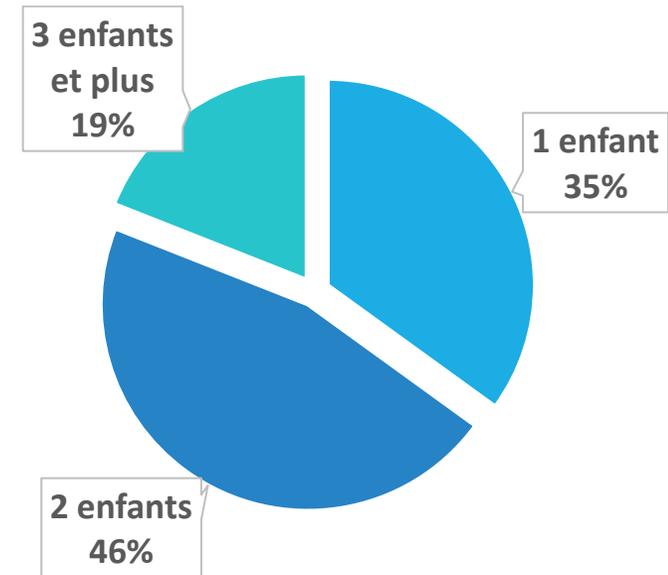
# 7.1 Profil : Des enfants de tous les âges

L'âge des enfants N = 1 690



Les musées de sciences attirent plus de familles avec des enfants de 5 à 9 ans (**53 % au lieu de 46 %**) et moins d'adolescents (**19 % au lieu de 25 %** pour l'échantillon total).

Le nombre d'enfants par famille N = 930



**Des résultats qui se maintiennent**

Le nombre d'enfants par famille est somme toute similaire aux années 2018-2019.

# 7.1 Profil : Le niveau de scolarité des répondants

Niveau de scolarité	N = 2 903	%
Primaire	40	1 %
Secondaire	386	13 %
Collégial	821	28 %
Universitaire	1656	57 %

Les musées de sciences attirent un bassin de population plus diversifié en terme de scolarisation. Ainsi, ils rejoignent plus de diplômés du secondaire (**18 %**) et plus de collégiens (**31 %**).

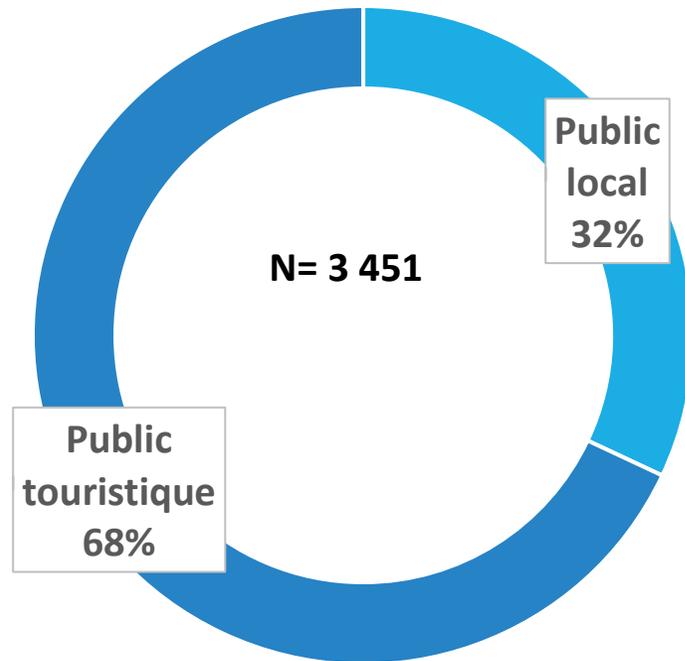
Les visiteurs des musées d'histoire et de société sont plus scolarisés avec une proportion de **63 %** d'universitaires.

Donnée non disponible en 2020 pour les musées d'art.

**Diminution de la présence des universitaires en 2020 (57 % contre 64 % en 2019)**

**Augmentation de la présence des collégiens (28 % contre 22 % en 2019 )**

# 7.1 Profil : Les touristes toujours présents



Une proportion plus élevée de visiteurs locaux dans les régions de Québec et Montréal.

Plus de touristes dans les régions éloignées (Gaspésie et Saguenay-Lac-Saint-Jean) qui ont été prises d'assaut par les touristes.

# 7.1 Profil : Des visiteurs principalement de Québec et de Montréal

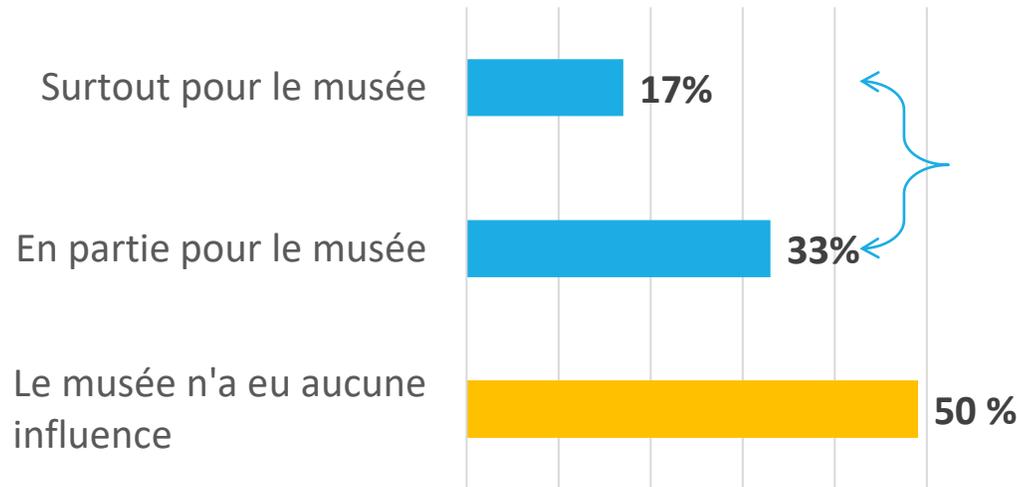
Lieu de résidence des visiteurs du Québec	2018 9 732	2019 N = 12 185	2020 N = 3 331
Montréal	17 %	15 %	21 %
Région de Québec	10 %	10 %	21 %
Montérégie	9 %	9 %	14 %
Cantons-de-l'Est	5 %	6 %	7 %
Chaudière-Appalaches	3 %	3 %	7 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	4 %	3 %	2 %
Mauricie	3 %	3 %	3 %
Lanaudière	3 %	3 %	4 %
Laurentides	3 %	3 %	5 %
Centre-du-Québec	3 %	4 %	4 %
Bas-Saint-Laurent	3 %	2 %	2 %
Outaouais	2 %	2 %	2 %
Abitibi-Témiscamingue	2 %	2 %	0 %
Laval	2 %	2 %	4 %
Gaspésie	3 %	1 %	1 %
Duplessis-Manicouagan	1 %	1 %	0 %
<b>TOTAL</b>	<b>70 %</b>	<b>69 %</b>	<b>97 %</b>

En 2020, 56 % des répondants proviennent des régions de Montréal, Québec et de la Montérégie.

En 2019, 31 % des répondants étaient des touristes hors-Québec alors qu'en 2020, ils ne sont que 3 %, majoritairement des autres provinces canadiennes.

# 7.1 Les musées contribuent toujours au pouvoir d'attraction de leur région

N= 2 004



**50 %** des répondants se sont déplacés dans la région en partie ou surtout pour visiter le musée.

Les **hommes sont plus nombreux** que les femmes à mentionner la présence du musée dans la région comme incitatif au déplacement.

Les répondants **moins scolarisés** (diplôme secondaire) ont répondu en plus grand nombre que les universitaires s'être déplacés en région pour visiter le musée.

## Des résultats qui se maintiennent

**En 2019, 47 %** des répondants se sont déplacés dans la région en partie ou surtout pour visiter le musée comparativement à **46 %** en 2018.

Pour **53 %** des visiteurs de 2018 et de 2019 le musée n'a eu aucune influence.

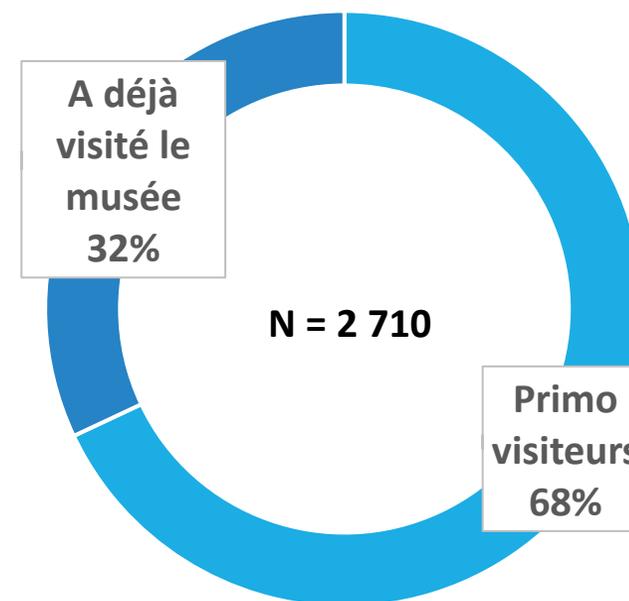
## 7.2 Fréquentation : Les vacances estivales propices à la découverte d'un musée

### Des résultats qui se maintiennent

Proportion similaire de primo visiteurs en 2018 (70 %) et en 2019 (69 %)

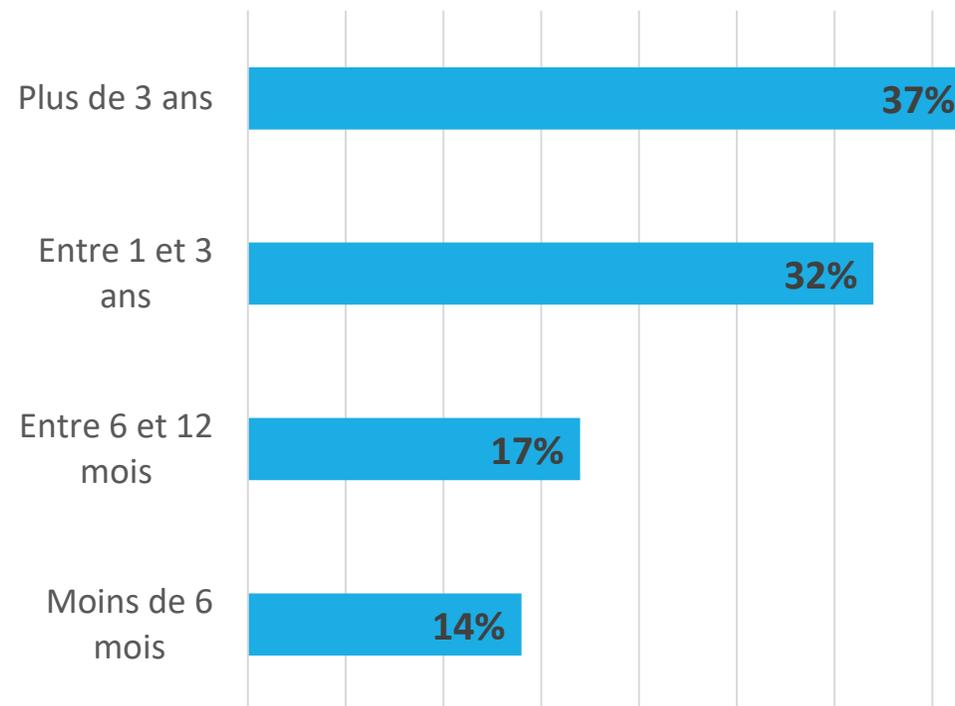
**58 % des visiteurs locaux** avaient déjà fréquenté le musée dans lequel ils ont été interrogés, comparativement à **32 %** pour l'ensemble des répondants.

### Proportion des primo visiteurs



## 7.2 Habitudes de fréquentation muséale

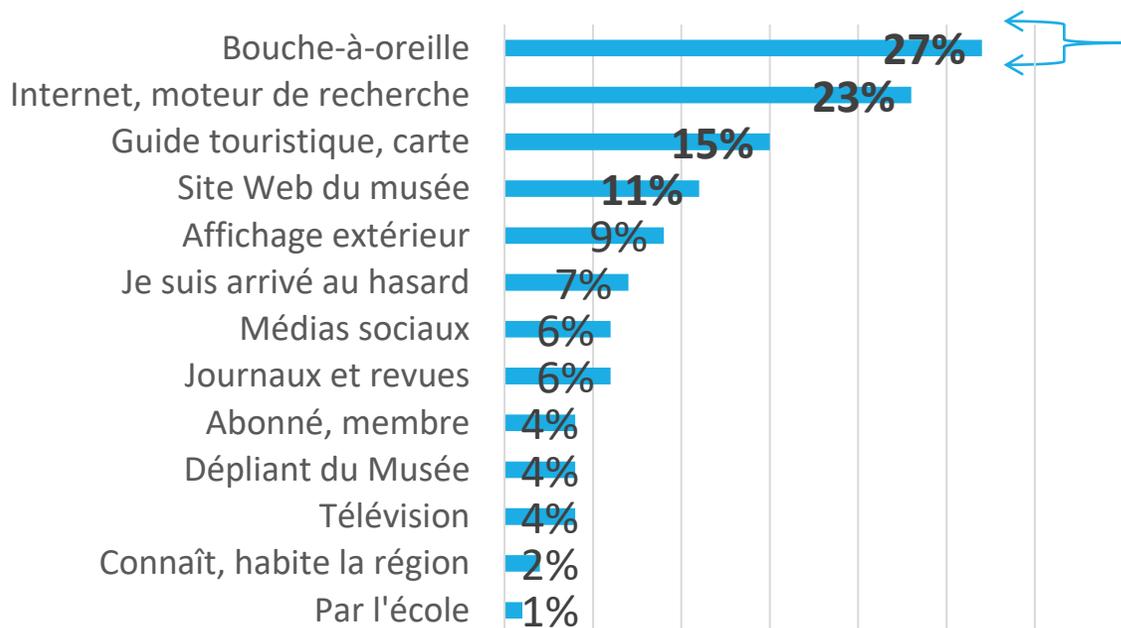
Moment de la dernière visite N = 872



La proportion des visiteurs qui a fréquenté le musée au cours des 6 derniers mois (**14 %**) est nettement moins élevée que pour les étés 2018 et 2019, ce qui s'explique par le fait que les musées étaient fermés au cours des 3 ou 4 mois qui ont précédé l'enquête.

Malgré tout, **31 %** des répondants ont fréquenté un musée compris dans l'échantillon au cours de la dernière année.

## 7.2 Sources d'information



27 % ont mentionné le bouche-à-oreille comme canal d'information alors qu'en 2019 cette proportion était de 31 %.

### Comment expliquer cette diminution ?

Le bouche-à-oreille est une source de référence plus importante pour les 18-34 ans. Comme ces derniers ont été moins présents en 2020, il est donc logique que le nombre de mentions soit moins élevé.

Les touristes internationaux et les États-Uniens étant absents du territoire québécois, il n'est pas surprenant de constater que les **guides touristes et les cartes** soient moins mentionnés en 2020 (15 %) qu'en 2019 (23 %).

En 2020, les sites web des musées ont gagné en popularité **11 % les ont consultés** comparativement à 5 % en 2019.

N= 2 509 \*

\* Le total dépasse 100 % puisque les répondants pouvaient indiquer plusieurs moyens. Au total, 2 989 sources ont été mentionnées.

## 7.3 Influence des mesures sanitaires sur l'expérience de visite

Mesures mises en place	Influence positive	Aucune influence	Influence négative
Courtoisie du personnel	96 %	4 %	0 %
Présence du personnel dans la salle	77 %	21 %	2 %
Capacité d'accueil réduite pour limiter le nombre de visiteurs	68 %	31 %	1 %
Gestion de la file d'attente	64 %	33 %	2 %
Parcours balisé et obligatoire	64 %	33 %	4 %
Billet avec plage horaire de visite imposée	63 %	32 %	5 %
Pré achat ou réservation de mon billet en ligne	63 %	33 %	4 %

**La courtoisie du personnel** a obtenu une note encore plus élevée en 2020, soit **96 %**, en dépassant celles de 2018 (**90 %**) et de 2019 (**91 %**).

**La présence du personnel en salle** pour répondre aux questions constitue la stratégie la plus appréciée. **77 %** considèrent que cette présence des guides a influencé positivement leur expérience.

Les musées se sont adaptés aux mesures sanitaires imposées. Au-delà de ces contraintes, ils ont fait preuve d'imagination et de créativité pour continuer à offrir une expérience agréable à leurs visiteurs. Le fait que toutes les mesures aient eu une influence positive pour au moins **63 %** des visiteurs indique qu'ils ont pris des décisions appropriées pour le bien-être de leurs visiteurs.

## 7.3 Des visiteurs satisfaits de leur expérience

Plus du tiers (**37 %**) des visiteurs ont répondu que la visite avait dépassé leurs attentes alors que seulement **4 %** ont mentionné que la visite était en-dessous de leurs attentes.

Appréciation	Nombre	%
La visite est en-dessous de mes attentes	111	4 %
La visite correspond à mes attentes	1 617	59 %
La visite dépasse mes attentes	1 011	37 %
<b>Total</b>	<b>2 739</b>	<b>100 %</b>

Parmi les **595** visiteurs qui ont écrit un commentaire :

- **45 %** (n = 42) des visiteurs ont répondu que la visite est **en-dessous** de leurs attentes,
- **19 %** (n = 271) des visiteurs ont répondu que la **visite correspond** à leurs attentes,
- **32 %** (n = 282) des visiteurs ont répondu que la visite **dépasse** les attentes.

## 7.3 Les mesures ont une influence positive sur l'expérience de visite selon 3 niveaux d'appréciation

Mesures mises en place par les musées	En-dessous des attentes N = 94	Correspond aux attentes N = 1374	Dépasse les attentes N = 876	Échantillon total N = 2 344
Présence du personnel dans la salle	75 %	73 %	<b>86 %</b>	77 %
Capacité d'accueil réduite pour limiter le nombre de visiteurs	60 %	63 %	<b>77 %</b>	68 %
Gestion de la file d'attente	52 %	59 %	<b>74 %</b>	64 %
Parcours balisé et obligatoire	49 %	60 %	73 %	64 %
Billet avec plage horaire de visite imposée	63 %	56 %	71 %	63 %
Préachat ou réservation de mon billet en ligne	60 %	55 %	70 %	63 %

Pour ceux dont **la visite dépasse leurs attentes**, 3 mesures se démarquent :

- Présence du personnel en salle (86 %)
- Capacité réduite (77 %)
- Gestion de la file d'attente (74 %)

## 7.3 Des répondants qui recommandent la visite

La question « Sur une échelle de 0 à 10, où 0 est non pas du tout et 10 oui absolument, **recommanderiez-vous** la visite du musée à votre entourage ? » permet de calculer le **Net Promoteur Score (NPS)** qui est un indicateur pour mesurer la satisfaction du visiteur. Il est exprimé en nombre absolu.

Les réponses sont d'abord classées en **3 catégories**.

Détracteurs 0 à 6	Passifs 7 et 8	Promoteurs 9 et 10	N 2 916
5 %	24 %	<b>71 %</b>	<b>100 %</b>

**Puis, la formule suivante est appliquée pour calculer le *Net Promoteur Score* :**

Le % de promoteurs (71 %) – le % de détracteurs (5 %) = + 66

**À titre informatif : un score plus grand que 50 est considéré comme excellent et un score supérieur à 70 est très rare.**

Le **NPS est de 91** pour les visiteurs qui estiment que la visite dépasse leurs attentes et, sans surprise, il est de **-2** pour les visiteurs qui qualifient la visite en-dessous de leurs attentes.

## 7.4 Commentaires de la question 14

- Les réponses ont été regroupées dans des catégories génériques : satisfaction générale, capacité réduite, présence d'un guide en salle, mesures sanitaires, parcours, contenu, expositions, etc.
- Les résultats sont présentés par catégorie.
- Les majorité des commentaires sont positifs et ils sont présentés en ordre décroissant de mentions.
- Aucun musée n'est identifié, puisqu'il ne s'agit pas d'une analyse comparative. Ceci explique pourquoi plusieurs commentaires sont absents de l'analyse, principalement ceux en lien avec les contenus, puisque plusieurs musées seraient facilement identifiables.

# 7.4 La majorité des commentaires exprime la satisfaction

## Satisfaction générale

Au-delà d'un « merci », « bravo », « félicitations », plusieurs visiteurs associent leur degré de satisfaction au fait que leur visite du musée leur a permis de faire de belles découvertes ou de vivre une expérience agréable.

## Présence des guides sur place pour répondre aux questions

Cette mesure est particulièrement appréciée que ce soit pour les contenus ou pour la prestation du guide.

## Courtoisie du personnel et accueil

Le personnel contribue à la satisfaction générale et au sentiment de bien-être, d'autant plus en cette période de pandémie.

## Parcours balisé et obligatoire

Cette mesure est généralement appréciée. Les visiteurs se disent rassurés de ne rien avoir manqué, sont ravis d'avoir des indications pour se déplacer, apprécient le parcours à sens unique, etc. Par ailleurs, quelques visiteurs reprochent au parcours obligatoire de ne pas laisser assez de temps pour tout voir.

## Mesures sanitaires mises en place

Elles font l'objet de quelques commentaires positifs et d'un léger nombre de commentaires négatifs. Les visiteurs sont ravis de constater que la pandémie n'affecte pas l'expérience de visite. Ils sont satisfaits des aménagements qu'ils considèrent sécuritaires.

# 7.4 Commentaires en fonction du niveau d'appréciation

## Visite est en-dessous des attentes N = 42

- ✓ Manque de personnel pour répondre à mes questions
- ✓ Manque de contenu et d'information
- ✓ Le parcours obligatoire ne laisse pas assez de temps pour tout voir
- ✓ Le son laisse à désirer
- ✓ L'application du musée ne donne pas accès à tous les contenus

## Visite dépasse les attentes N = 282

La majorité de leurs commentaires se rapportent au facteur humain

- ✓ Le personnel sur place pour répondre aux questions
- ✓ L'accueil
- ✓ La courtoisie

# 8. Faits saillants

## **La proportion hommes/femmes varie en fonction de la mission du musée.**

Ce constat se maintient dans le temps. Pour cette troisième année consécutive du sondage estival piloté par la SMQ, les résultats sont d'une stabilité remarquable.

- Les musées qui ont une vocation religieuse attirent tout particulièrement les femmes.
- Les musées de sciences tendent vers la parité hommes/femmes.

## **Les musées se visitent en couple ou en cellule familiale**

- Les adultes en famille sont principalement âgés entre 35 et 44 ans.
- Les musées de sciences et de technologies sont très populaires auprès des familles. La proportion des familles qui les fréquentent (autour de 50 %) est plus élevée que chez les autres catégories de publics.

## **Moins de jeunes adultes dans les musées en 2020**

- Généralement, la présence des jeunes adultes est plus élevée dans les groupes touristiques internationaux.

# 8. Faits saillants (suite)

## **Les touristes intra-Québec ont afflué vers les musées à l'extérieur des centres urbains**

- Sans surprise les touristes sont québécois à 97 %.
- Une bonne proportion provient des grands centres urbains : région de Québec, Montréal et la Montérégie

## **Les musées contribuent encore au pouvoir d'attraction de leur région**

- **Alors que la présence des touristes hors Québec est quasiment nulle**, les musées ont attiré les touristes dans leur région respective. En effet, la moitié des visiteurs mentionnent être venus dans la région en partie, ou surtout pour visiter le musée.

## **Les visiteurs locaux sont retournés dans les musées de proximité**

- Un peu plus de la moitié des répondants locaux ont déjà fréquenté le musée dans lequel ils ont été interrogés.

## 8. Faits saillants (suite)

La visite du musée en période de pandémie est certes différente, mais tout aussi agréable, comme le révèle ce sondage. Quelques mesures mises en place par les musées ont exercé une influence positive sur l'expérience de visite. À ce sujet, trois mesures se démarquent tout particulièrement :

- **La courtoisie du personnel et l'accueil.** En 2019, 91 % des visiteurs s'étaient dits très satisfaits de la courtoisie du personnel. En 2020, c'est presque unanime. 96 % apprécient le facteur humain et considèrent qu'il imprègne positivement l'expérience de visite.
- **La présence de guides animateurs en salle ou sur le site extérieur pour répondre aux questions.** Cela a contribué positivement à l'expérience de visite pour les  $\frac{3}{4}$  des répondants. De plus, selon la majorité des visiteurs qui ont répondu que la visite dépassait leurs attentes, cette mesure est considérée comme celle qui a eu le plus d'impact positif.
- **Les parcours balisés et obligatoires.** Les sondages de satisfaction de 2018 et de 2019 avaient révélé que la signalisation constituait une source d'insatisfaction pour un certain nombre de visiteurs. Peu importe les moyens utilisés par les musées pour baliser les parcours, ils ont été fort appréciés et ont contribué positivement à l'appréciation de la visite. Un bémol sur le parcours obligatoire : quelques visiteurs n'ont pas apprécié le temps de visite imposé.

# Annexe

---

## RÉPARTITION DES MUSÉES PAR TYPE ET NOMBRE DE RÉPONDANTS

# MUSÉES D'HISTOIRE ET SOCIÉTÉ

MUSÉES PARTICIPANTS	Régions	N
Aux Trois Couvents	Québec	2
Boréalis	Mauricie	111
Centre Archéo Topo	Duplessis-Manicouagan	29
CISA Droulers-Tsiionhiakwatha	Montréal	23
L'Îlot des Palais	Québec	83
Maison de nos Aïeux	Québec	66
Maison Lamontagne	Bas-Saint-Laurent	2
Monastère des Augustines	Québec	69
Moulin Légaré	Laurentides	69
Musée de Charlevoix	Charlevoix	35
Musée de la civilisation	Québec	191
Musée de la mémoire vivante	Chaudière-Appalaches	302

MUSÉES PARTICIPANTS	Régions	N
Musée des Abénakis	Centre-du-Québec	7
Musée des cultures du monde	Centre-du-Québec	7
Musée du Haut-Richelieu	Montréal	2
Musée huron-wendat	Centre-du-Québec	71
Musée Marius-Barbeau	Chaudière-Appalaches	11
Musée Mc Cord	Montréal	259
Musée Pop	Mauricie	399
Musée Stewart	Montréal	56
Pôle culturel du Monastère des Ursulines	Québec	242
<b>TOTAL</b>		<b>2 036</b>

# MUSÉE DE SCIENCES ET TECHNOLOGIES

MUSÉES PARTICIPANTS	RÉGION	N
Bioparc de la Gaspésie	Gaspésie	322
Exploramer	Gaspésie	64
Musée de l'ingéniosité J. A Bombardier	Cantons-de-l'Est	352
Musée du Fjord	Saguenay	89
<b>TOTAL</b>		<b>827</b>

# MUSÉE D'ART ET MÉTIERS D'ART

MUSÉES PARTICIPANTS	Régions	N
Centre national d'exposition de Saguenay	Saguenay-Lac-Saint-Jean	15
L'Espace culturel du Quartier Saint-Nicolas	Chaudière-Appalaches	2
Musée des beaux-arts de Sherbrooke	Cantons-de-l'Est	27
Musée national des beaux-arts du Québec	Québec	585
<b>TOTAL</b>		<b>629</b>