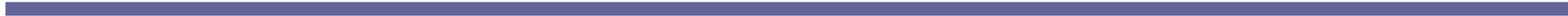


ÉTUDE DE MARCHÉ DU VIEUX-QUÉBEC

Produit par

Services spécialisés aux commerçants détaillants

Septembre 2008



SERVICES SPÉCIALISÉS AUX COMMERÇANTS DÉTAILLANTS

La mission de Services spécialisés aux commerçants détaillants (SSCD) consiste à renforcer le leadership local afin d'accroître la capacité d'entreprendre des communautés d'affaires. Son mandat est de soutenir les communautés d'affaires dans l'identification et l'accompagnement de projets collectifs en matière de développement commercial.

Pour ce faire, SSCD appuie des projets ponctuels en fonction des besoins spécifiques identifiés. Les projets dans lesquels s'implique SSCD doivent susciter l'engagement des gens d'affaires et répondre à l'un des objectifs suivants :

- Accroître le niveau d'organisation locale
- Développer le potentiel commercial des artères
- Favoriser et accroître la prise en charge par le milieu

ÉQUIPE DE RÉALISATION

Agent de développement commercial

Donald Perron

Chargée de projets

Pierre Bouchard
Annick Deschênes
Edith Lavallée

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	5	
Terminologie	5	
Délimitation du territoire à l'étude.....	6	
Étapes de réalisation	7	
Analyse Globale	10	
Première partie :		
Analyse générale des questionnaires Résidants	16	
Résultats en bref	31	
Deuxième partie :		
Analyse des questionnaires Résidants par secteur de résidence	33	
Résultats en bref des données par secteur	43	
Troisième partie :		
Analyse des questionnaires Travailleurs.....	45	
Résultats en bref	56	
Quatrième partie :		
Analyse des questionnaires Visiteurs régionaux	58	
Résultats en bref	67	
Cinquième partie :		
Annexes	Dans un document séparé	
Annexe A -	Réponses brutes Questionnaire aux Résidants – Général	5
Annexe B -	Réponses brutes Questionnaire aux Résidants – Secteur Basse-Ville	29
Annexe C -	Réponses brutes Questionnaire aux Résidants – Secteur Cap-Blanc	37
Annexe D -	Réponses brutes Questionnaire aux Résidants – Secteur Haute-Ville	45
Annexe E -	Réponses brutes Questionnaire aux Résidants – Question 21	53
Annexe F -	Réponses brutes Questionnaire aux Travailleurs	97
Annexe G -	Réponses brutes Questionnaire aux Visiteurs	147

INTRODUCTION

Le présent document se veut être l'analyse des résultats obtenus lors de la réalisation de l'étude de marché du Vieux-Québec. Cette enquête s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre du plan directeur du quartier Vieux-Québec (Haute-Ville, Basse-Ville et Cap-Blanc) de l'arrondissement de la Cité. L'Arrondissement a octroyé le mandat de réalisation de cette étude à Services spécialisés aux commerçants détaillants du Centre local de développement de Québec.

Cette étude avait pour but d'identifier les éléments qui menacent les artères commerciales ainsi que les opportunités à saisir. Pour ce faire, il était essentiel de cerner l'appréciation générale envers le milieu commercial et ce tant auprès des résidents, travailleurs que des visiteurs régionaux du quartier.

Afin de bien approfondir cette appréciation différents aspects ont été étudiés auprès des trois clientèles cibles. Ces aspects sont :

1. La typologie
2. Le comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec
3. La perception et l'opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec
4. Le comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales

Le présent rapport est divisé de la façon suivante :

- ☞ Terminologie
- ☞ Délimitation du territoire à l'étude
- ☞ Les étapes de réalisation
- ☞ Brève analyse globale
- ☞ Analyse de l'étude réalisée auprès des résidents
- ☞ Analyse de l'étude réalisée auprès des résidents mais par secteur de résidence
- ☞ Analyse de l'étude réalisée auprès des travailleurs
- ☞ Analyse de l'étude réalisée auprès des visiteurs régionaux
- ☞ Annexes

TERMINOLOGIE

Résident : Dans la présente étude « résident » désigne toute personne demeurant dans le secteur à l'étude.

Travailleur : Est considéré un « travailleur » toute personne occupant un poste chez un employeur situé dans le quartier Vieux-Québec tel que délimité ci-après.

Visiteur : Un visiteur régional est défini, dans la présente étude, comme étant toute personne résidant à l'extérieur du quartier du Vieux-Québec et à moins de 40 kilomètres de ce dernier.

DÉLIMITATION DU TERRITOIRE À L'ÉTUDE

Le territoire étudié dans la présente enquête est le quartier du Vieux-Québec (Haute-Ville, Basse-Ville et Cap-Blanc) faisant partie de l'arrondissement de La Cité.



CARTE DE L'ARRONDISSEMENT DE LA CITÉ

Source : Ville de Québec, Arrondissement de La Cité, 2008

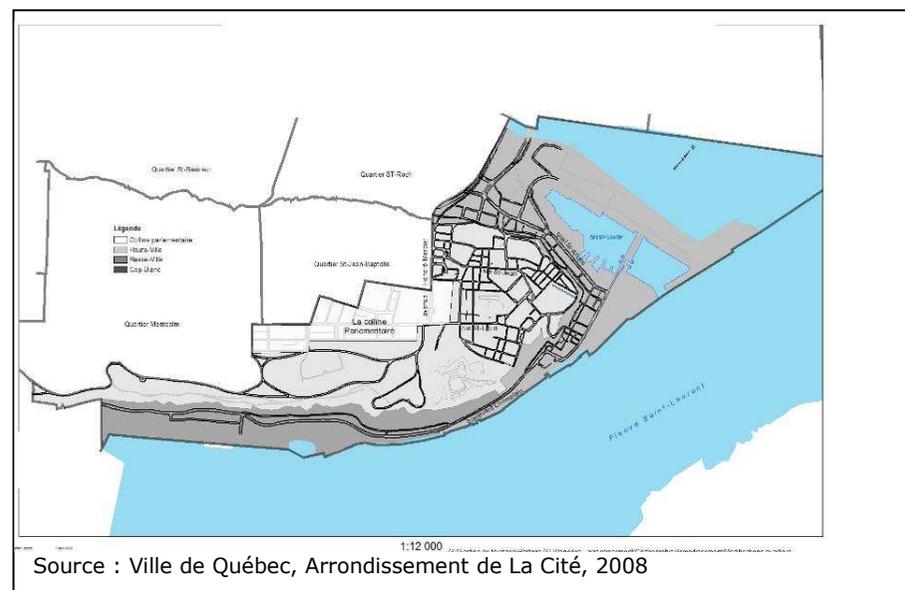
Par conséquent, il est essentiel de définir les différents secteurs du Vieux-Québec :

« La « **Haute-Ville** » comprend la partie intra-muros du quartier, incluant les Plaines d'Abraham, mais excluant la colline Parlementaire, le secteur de la Grande-Allée et les secteurs résidentiels avoisinants. À l'ouest, sa limite est l'avenue Honoré-Mercier.

La « **Basse-Ville** » est délimitée au nord-ouest par l'autoroute Dufferin-Montmorency. Confiné entre les rives du Saint-Laurent et la falaise, ce secteur se termine approximativement à la jonction de la rue du Petit-Champlain et du boulevard Champlain.

Le « **Cap-Blanc** » poursuit la Basse-Ville et se termine à l'ouest aux environs de la côte Gilmour.¹ »

Les trois secteurs à l'étude sont également positionnés sur la carte ci-dessous.



¹ Plan directeur du Quartier Vieux-Québec, Haute-Ville, Basse-Ville et Cap-Blanc, Ville de Québec, Juin 2008, p. 13

Étapes de réalisation de l'étude de marché

1. Définition du mandat

Cette première étape s'est effectuée en collaboration avec la Ville de Québec, plus précisément avec l'arrondissement de La Cité. Pour ce faire, une rencontre s'est tenue avec les différents intervenants impliqués (Arrondissement de La Cité, associations de gens d'affaires, comité de citoyens, l'Office du tourisme et l'équipe responsable de la réalisation de l'étude) afin de déterminer clairement les objectifs, les attentes de chacun et ainsi, adapter l'étude en conséquence.

2. Élaboration des documents

L'élaboration des documents constitue une étape déterminante puisque cette dernière permet d'établir les différentes questions qui seront posées tout au long de cette enquête et donc les informations qui en seront tirées.

L'arrondissement de La Cité a fourni un premier canevas de questionnaire à SSCD, qui par la suite l'a ajusté en fonction de chaque clientèle cible. Le service de développement économique de la Ville de Québec a également émis quelques commentaires à l'égard de ces derniers. La version finale des questionnaires a été approuvée par l'Arrondissement avant distribution.

De plus, une lettre provenant de l'Arrondissement et signée par le conseiller municipal a été fournie à SSCD pour envoi aux résidants et travailleurs. Cette dernière lettre contenait l'objectif et l'importance de la réalisation de la présente étude.

3. Démarche entreprise pour le questionnaire effectué auprès des résidants

Méthode de distribution

Les questionnaires ont été acheminés par un service de distribution à environ 4 000 foyers du Vieux-Québec. La lettre de l'Arrondissement accompagnait le sondage aux résidants ainsi qu'une enveloppe de retour préaffranchie.

Taux de réponse

La répartition des 4 000 envois a été la suivante :

- 400 dans le Cap-Blanc avec un taux de réponse de 19,5%
- 1 300 en Basse-Ville avec un taux de réponse de 16,4%
- 2 300 en Haute-Ville avec un taux de réponse de 11,7%

Un total de 561 résidants a complété le questionnaire, représentant un taux de réponse de 14%.

Période de cueillette de données

Les questionnaires ont été expédiés le 6 juin 2008. Les résidants avaient jusqu'au 20 juin pour retourner leur sondage complété. Il est à noter que ces derniers ont été acceptés jusqu'au début août.

4. Démarche suivie pour le sondage effectué auprès des travailleurs

Pour cette clientèle, différentes approches ont été prises en fonction des employeurs et de leurs exigences.

Dans un premier temps, les employeurs ont été ciblés et approuvés par l'Arrondissement. Tant les petits que les « gros » employeurs ont été visés.

Participation

Quatorze employeurs se sont prêtés à l'exercice, soit :

- Administration Portuaire de Québec
- Agence des Services Frontaliers
- Astral Média
- Bell Canada
- Centre de Services Canada
- Petit Séminaire de Québec
- Hôtel du Manoir Victoria
- Ministère des finances du Québec
- Musée de la Civilisation
- Palais Montcalm
- Parcs Canada
- Pub St-James
- Société de l'Assurance Automobile du Québec
- Ville de Québec

Vingt deux entreprises ont été contactées et huit refus ont été manifestés. Les raisons principales des refus étaient la période de cueillette de données qui n'était pas idéale.

Parfois aucun retour d'appel ou impossible de rejoindre les responsables (et ce après au moins trois à quatre tentatives). Les refus s'expliquaient également dans certains cas, par la problématique reliée à la confidentialité des sondages envoyés par courriel ou encore que les travailleurs étaient difficiles à rejoindre tant sur place que par les voies de l'informatique.

Taux de réponse

Plus 2 500 travailleurs ont reçu le questionnaire et 401 l'ont dûment complété, obtenant ainsi un taux de réponses 16,7%.

Note : *Ce taux de réponse est approximatif, puisque certains employeurs ont omis de préciser le nombre de travailleurs auxquels il a été transmis.*

Approche et période de cueillette d'information

L'approche auprès des employeurs a débuté le 3 juin 2008. Il est à mentionner que les démarches auprès de certains employeurs étaient longues (approbation du questionnaire et la méthode de cueillette par la direction, les communications, les services juridiques, etc.). Cette problématique a amené SSCD à modifier la date de retour des questionnaires pour les différents employeurs. Les sondages complétés ont également été acceptés jusqu'au début août.

Méthode de distribution

La majorité des questionnaires a été acheminée par courriel aux travailleurs. Des rappels ont également été envoyés quelques jours avant la date limite, afin de s'assurer d'obtenir le plus haut taux de participation possible. Certains employeurs ont préféré avoir des copies papier.

5. Démarche suivie pour le sondage effectué auprès des visiteurs régionaux

Méthode et période de cueillette de données

La méthode employée pour recueillir l'information était directement sur le terrain, donc en personne. La cueillette d'information auprès des visiteurs régionaux a commencé le 20 juin pour prendre fin le 27 juillet.

Lieux de cueillette

Les principaux lieux de cueillette ont été :

En Basse-Ville (60%)

- Le Marché du Vieux-Port
- La Fontaine FAO

En Haute-Ville (40%)

- Les portes Saint-Jean
- Les portes Saint-Louis



Note : *Quelques autres endroits ont été essayés, soit le Petit Champlain, Place Royale et la Basilique Notre-Dame, cependant, ces endroits n'étaient pas adaptés, soit parce que la clientèle était trop touristique ou encore qu'il n'y avait pas de « place publique ». En effet, les endroits de passage ne sont pas propices à la cueillette d'information.*

Note : *La cueillette se réalisait seulement lorsque la température était clémente.*

Taux de réponse

Plus de 2 100 personnes ont été interpellées et 419 ont complétés le questionnaire. Le taux de réponse se situe donc à environ 19,7%.

Près de 700 personnes souhaitaient répondre au sondage, mais n'étaient pas éligibles (ex : provenant de l'extérieur) et les autres (environ 1 000) ne voulaient pas participer à la présente étude.

6. Compilation et analyse des résultats

La compilation et l'extraction des données ont été réalisées au mois d'août, permettant ainsi de rédiger le rapport d'analyse par la suite.

ANALYSE GLOBALE

L'analyse globale a pour objectif de dresser un portrait global de l'étude de marché du Vieux-Québec. La mise en commun des données recueillies auprès des trois clientèles cibles (résidents, travailleurs et visiteurs régionaux) a été pertinente pour certaines questions. Compte tenu de la nature des questionnaires, et donc des clientèles, il a également été concluant de comparer les résultats entre les travailleurs et les résidents puisque ceux-ci étaient semblables.

Plus de 8 600 personnes ont été approchées de différentes façons (service de distribution, courriel ou encore en personne) pour participer à la présente étude. Le taux de réponse se situe donc à 16 % (1 381 répondants) :

- 561 résidents (6,5%)
- 419 visiteurs régionaux (4,9%)
- 401 travailleurs (4,7%)

Mise en commun (résidents, travailleurs et visiteurs régionaux)

Dans un premier temps, les résultats de trois questions ont été regroupés. Les avantages, les inconvénients et la fréquentation des autres destinations commerciales sont celles qui ont été analysées.

Les principaux **avantages** à consommer dans le Vieux-Québec selon les répondants sont :

- Proximité (580 répondants) (45,4%)
- Ambiance/ Atmosphère (197 répondants) (15,4%)
- Encourager l'économie locale et le quartier (174 répondants) (13,6%)

Note : Nombre d'abstentions 104.

Note comparative : Pour les avantages, la notion de proximité varie selon la clientèle (ex : pour les résidants on parlait plus souvent de la proximité de résidence, alors que pour les travailleurs, on parlait de la proximité du travail (42%). De plus, l'ambiance est de loin, beaucoup plus importante auprès des visiteurs (34%) qu'auprès des autres clientèles (7%). Le tableau ci-dessous, fait le comparatif entre les clientèles.

RÉSIDENTS	TRAVAILLEURS	VISITEURS RÉGIONAUX
<ul style="list-style-type: none"> • Proximité (64%) • Encourager l'économie locale (15%) • Éviter l'usage de l'automobile (9%) • Exclusivité/Originalité (6%) • Ambiance (7%) • Aucun avantage (3%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Proximité (59%) • Accessibilité à l'heure du dîner (10%) • Beauté (9%) • Encourager l'économie locale (9%) • Exclusivité/Originalité (8%) • Ambiance (7%) • Aucun avantage (7%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiance (34%) • Aucun avantage (29%) • Encourager l'économie locale (17%) • Exclusivité/Originalité (11%) • Proximité (10%) • Beauté (7%)

Les **inconvenients** à consommer dans le Vieux-Québec selon les répondants sont :

- Le prix (415 répondants) (33,3%)
- Le stationnement (368 répondants) (29,5%)
- Manque de choix, variété, diversité (165 répondants) (13,2%)

Note : 135 personnes se sont abstenues de répondre à la présente question.

Note comparative : En comparant les principaux inconvenients, quelques nuances peuvent être soulignées. Proportionnellement, le stationnement semble être un inconvenient plus important chez les travailleurs et visiteurs (34%) qu'auprès des résidants (17%). De plus, le manque de choix/variété/diversité est moins marqué comme inconvenients auprès des visiteurs régionaux (2%).

RÉSIDENTS	TRAVAILLEURS	VISITEURS RÉGIONAUX
<ul style="list-style-type: none"> • Prix (36%) • Manque de choix/diversité (20%) • Stationnement (17%) • Absence de certains commerces (11%) • Achalandage (10%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Stationnement (42%) • Prix (37%) • Manque de diversité/choix (17%) • Achalandage (14%) • Aucun inconvenient (4%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Stationnement (34%) • Prix (28%) • Aucun inconvenient (26%) • Achalandage (5%) • Manque de choix/diversité (2%)

La dernière question mise en commun est celle portant sur la **fréquentation des autres destinations commerciales** de la Ville de Québec.

Les destinations commerciales les plus fréquentées sont :

- Quartier Saint-Roch (32%)
- Faubourg Saint-Jean-Baptiste (31%)
- Laurier Québec (30%)

Les secteurs les moins fréquentés par l'ensemble des répondants sont :

- Mégacentre Beauport (64%)
- Mégacentre Sainte-Foy/Duplessis (31%)
- Mégacentre Lebourgneuf (30%)

Note comparative : *Tel que présenté dans le tableau ci-dessous, plusieurs disparités peuvent être notées auprès des clientèles. Ces différences sont notables surtout avec la clientèle des travailleurs.*

RÉSIDENTS	TRAVAILLEURS	VISITEURS RÉGIONAUX
<u>Secteurs plus fréquentés</u>	<u>Secteurs plus fréquentés</u>	<u>Secteurs plus fréquentés</u>
• Faubourg St-Jean-Baptiste (40%)	• Laurier Québec (23%)	• Laurier Québec (52%)
• Quartier Saint-Roch (36%)	• Galeries de la capitale (23%)	• Place Sainte-Foy (48%)
• Cartier (31%)	• Wal-Mart (23%)	• Place de la Cité (46%)
<u>Secteurs moins fréquentés</u>	<u>Secteurs moins fréquentés</u>	<u>Secteurs moins fréquentés</u>
• Mégacentre Beauport (85%)	• Grande-Allée (43%)	• Mégacentre Beauport (75%)
• Mégacentre Ste-Foy/Duplessis (84%)	• Cartier (43%)	• Mégacentre Ste-Foy/Duplessis (68%)
• Mégacentre Lebourgneuf (75%)	• Place Sainte-Foy (42%)	• Mégacentre Lebourgneuf (68%)

De plus, il a été demandé aux travailleurs et résidants, s'ils **fréquentaient plus souvent ou moins souvent les autres destinations commerciales**. Les résultats sont dévoilés dans le tableau ici-bas.

	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Plus souvent qu'avant	135	14,9%
Aussi souvent qu'avant	668	73,7%
Moins souvent qu'avant	103	11,4%
Total	906	100%

Note comparative : Proportionnellement, les résidants fréquentent plus souvent ces endroits (18%) que les travailleurs (10%).

RÉSIDENTS ET TRAVAILLEURS

Il a été tout aussi pertinent d'analyser quelques questions communes aux résidants et travailleurs.

La première question à être mise en commun pour ces deux clientèles est celle qui se lisait ainsi : **« Au cours des douze derniers mois, à quelle fréquence êtes-vous allés dans les endroits ou avez-vous utilisé les endroits suivants dans le Vieux-Québec ».**

Les principaux endroits fréquentés par les travailleurs et résidants dans le Vieux-Québec sont les :

- Restaurants (67%)
- Dépanneurs (54%)
- Services bancaires (48%)

À l'inverse, les moins fréquentés sont les :

- Services dentaires (82%)
- Nettoyeurs (73%)
- Salon de coiffure (69%)

De plus, ils leur étaient demandé de préciser s'ils **magasinaient plus souvent ou moins dans le Vieux-Québec**.

Le tableau expose que 21% des répondants fréquentent plus souvent le Vieux-Québec.

	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Plus souvent	195	21,2%
Aussi souvent	585	63,5%
Moins souvent	141	15,3%
Total	921	100,0%

Note comparative : Proportionnellement, les résidants (18%) comparativement à (11%) pour les travailleurs fréquentent moins le Vieux-Québec.

La qualité et la proximité sont les deux **critères déterminants** pour le choix de commerces fait par les résidants et travailleurs.

Note comparative : Pour les résidants, le service est le critère qui se démarque pour les services dentaires, ce n'est pas le cas pour les travailleurs (proximité). C'est le prix qui se démarque comme critère pour les boutiques de chaussures et vêtements auprès des travailleurs, alors que la qualité obtient les plus hauts pourcentages auprès des résidants.

Une autre question intéressante à comparer entre les travailleurs et résidants était celle qui portait sur leur **évaluation de l'accueil et des services dans les commerces du Vieux-Québec.**

	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Très agréable	396	42,9%
Agréable	512	55,5%
Désagréable	15	1,6%
Total	923	100,0%

Note comparative : Il est intéressant d'observer qu'aucun travailleur n'a évalué l'accueil et les services comme étant désagréable. De plus, le service à la clientèle noté par les visiteurs régionaux a reçu une bonne moyenne, soit de 8,5/10.

D'autres résultats ont été regroupés. Ce sont ceux de la question qui était libellée comme suit : **« Diriez-vous que les prix des produits et des services vous semblent plus élevés qu'à d'autres endroits (exemples : rues commerciales à l'extérieur du Vieux-Québec, mégacentres, centres commerciaux, etc.) ? ».**

Les données regroupées ont permis de produire le tableau ici-bas.

	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Oui	446	47,9%
Non	175	18,8%
Parfois	311	33,4%
Total	932	100,0%

Note comparative : Une proportion plus importante de résidants, soit (51%), comparée à (43%) pour les travailleurs, juge que les prix sont plus élevés dans le Vieux-Québec.

Il était aussi demandé si le **prix influençait leur choix quant aux endroits de magasinage.**

Le tableau révèle qu'un peu plus de la moitié affirme que le prix influence leur choix.

	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Oui	515	55,3%
Non	70	7,5%
Parfois	346	37,2%
Total	931	100,0%

Note comparative : (9%) des travailleurs comparativement à (5%) des résidants soutiennent que le prix n'a aucune incidence sur leur choix de commerces.

Une autre question qui s'est avérée pertinente à réunir les données est celle portant sur les **améliorations jugées prioritaires** par les résidants et travailleurs.

Les résultats rassemblés ont permis de créer le tableau synthèse suivant.

AMÉLIORATIONS PRIORITAIRES	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
La diversité, le choix des magasins	569	63,2%
Le prix des produits	441	49,0%
Le stationnement	391	43,4%
La diversité, le choix des services	378	42,0%
L'accessibilité du Vieux-Québec	285	31,7%
La propreté	158	17,6%
Les heures d'ouverture des magasins	140	15,6%
L'attraction des magasins	136	15,1%
Le service à la clientèle	118	13,1%
Les vitrines et les aménagements des établissements	109	12,1%
La sécurité	90	10,0%

Note comparative : Les améliorations jugées prioritaires varient selon les résidants et les travailleurs. Pour les résidants, les principales sont : la diversité, le choix des magasins, la diversité, le choix des services et le prix des produits. Alors que pour les travailleurs, se sont : le stationnement, la diversité, le choix des magasins et le prix des produits.

De plus, un lien peut être fait avec les visiteurs régionaux, puisqu'ils ont donné la note la plus faible au stationnement (4,9/10).

Les commerces qui seraient en **nombre insuffisant dans le Vieux-Québec** sont les épicerie générales et les quincailleries selon les résidants et travailleurs.

La dernière question mise en commun se lisait comme suit : **« Quelle note, de 0 à 10, donneriez-vous à chaque catégorie de commerces présents dans le Vieux-Québec en fonction de votre niveau de satisfaction (0 est la note la plus faible et 10 la plus forte) ? ».**

La moyenne donnée par les travailleurs et résidants pour les différentes catégories est :

- Catégorie de la restauration : 8,2/10
- Catégorie de l'alimentation : 6,3/10
- Catégorie des services : 6,0/10
- Catégorie des marchandises de type grands magasins : 5,9/10

Note comparative : Quelques divergences ont été notées entre les travailleurs et résidants. En effet, l'alimentation a été nettement mieux cotée auprès des travailleurs (6,8/10) que par les résidants (5,5/10). De plus, la qualité des restaurants a également été notée par les visiteurs régionaux et cette note se rapproche de celle des travailleurs et résidants avec 8,7/10.

Cette dernière comparaison met fin à l'analyse globale. Les parties suivantes sont composées des analyses des trois clientèles cibles : résidants, travailleurs et visiteurs régionaux.

PREMIÈRE PARTIE

ANALYSE GÉNÉRALE DES QUESTIONNAIRES RÉSIDANTS

La première partie de cette étude de marché porte sur la perception des résidants du Vieux-Québec envers leur quartier et plus particulièrement l'aspect commercial. Cette partie comporte quatre volets :

1. Typologie des résidants
2. Comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec
3. Perception et opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec
4. Comportement d'achat à l'égard des autres destinations

Un total de 561 résidants a complété le questionnaire pour l'étude de marché du Vieux-Québec.

NOTE IMPORTANTE

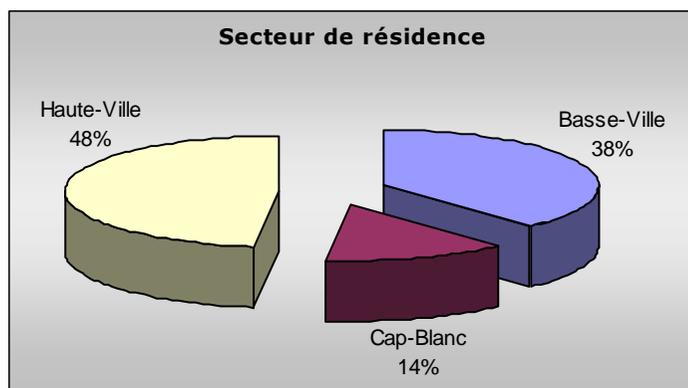
Plusieurs résidants se sont abstenus de répondre à une ou plusieurs questions. Lorsque le nombre d'abstentions était supérieur à 20, une note a été directement indiquée dans l'analyse. En annexe A, vous trouverez les réponses brutes pour chaque question ainsi que le nombre de répondants ou d'abstentions.

NOTE IMPORTANTE

Les réponses brutes de la question 21 sont en annexe E.

1. Typologie des résidants

La **première question** permettait de connaître la zone dans laquelle les résidants habitent. Le graphique ci-dessous illustre que 48% des répondants se situent dans le secteur de la Haute-Ville, 38% dans le secteur de la Basse-Ville et 14 % dans le secteur du Cap-Blanc.



De plus, il a été possible d'identifier qu'une forte majorité, soit 95,9%, des répondants sont des résidants permanents du Vieux-Québec.

Le **nombre d'années de résidence** dans le Vieux-Québec a été établi grâce à la **question 2**. Ainsi, 12 ans est la moyenne obtenue pour le nombre d'années de résidence dans le quartier.

La **troisième question** comptabilisait le nombre de **personne par foyer**. Comme l'indique le tableau ci-dessous, près de la moitié (49,7%) des foyers est composé d'une personne et 40,4% de deux personnes.

	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
1 personne	273	49,7%
2 personnes	222	40,4%
3 personnes	33	6,0%
4 personnes et plus	21	3,8%
Total	549	100%

La **question 4** demandait si les résidants travaillent, à l'extérieur ou non, du quartier. Les résultats indiquent que :

- 67,7% des résidants travaillent à l'extérieur du quartier
- 32,3% des répondants travaillent dans le quartier

Parmi les résidants travaillant dans le secteur à l'étude, voici les endroits les plus souvent énoncés :

- Travail à domicile (18 répondants)
- Travailleur autonome (16 répondants)
- Hôtel Dieu (15 répondants)

29% de ces travailleurs sont à leur emploi depuis 1 à 5 ans et 27% de 6 à 10 ans.

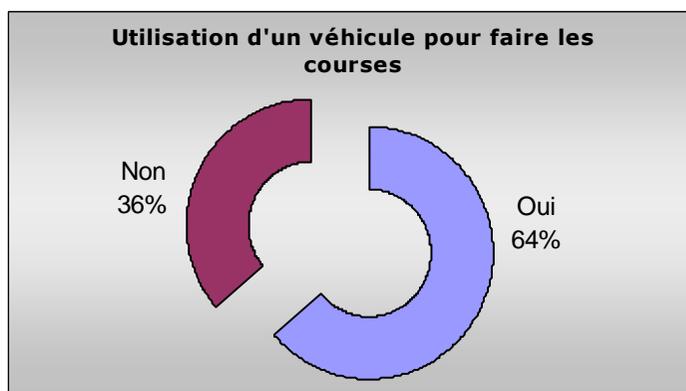
Certains types d'emploi ont été regroupés et se traduisent ainsi :

- Direction (8 répondants)
- Technicien (8 répondants)
- Conseiller (7 répondants)
- Médecin/infirmier (7 répondants)
- Fonction publique, serveur, stagiaire et vendeur (6 répondants)

La **question 5** était libellée comme suit :

« Si vous avez un véhicule, l'utilisez-vous afin de faire vos courses ? »

Le diagramme de répartition dévoile les résultats obtenus pour la présente question.



En effet, une majorité, soit 64 %, utilise leur véhicule pour faire leurs courses. Les raisons principales pour l'usage de la voiture se lisent ainsi :

- Pour l'épicerie /alimentation (115 répondants) (39%)
- Parce que les commerces sont trop éloignés (49 répondants) (17%)
- Parce que les produits ou commerces ne sont pas disponibles dans le Vieux-Québec (44 répondants) (15%)
- Pour le transport des achats/marchandises/sacs (22 répondants) (8%)

Note : 71 personnes se sont abstenues. Sur ces 71 abstentions, 29 répondants précisent ne pas avoir de véhicule.

Cette cinquième question met ainsi fin à l'analyse du premier volet soit la typologie des résidants, nous amenant à examiner le comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec.

2. Comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

Ce deuxième grand volet portant sur le comportement d'achat contient six questions.

La **question 6** cherchait à connaître **les endroits fréquentés** par les résidants pour faire leurs **emplettes**.

Le tableau ci-dessous présente les lieux les plus souvent évoqués. On remarquera que plus de la moitié des répondants (58%) fait ses emplettes dans le Vieux-Québec et le tiers dans Saint-Roch.

ENDROITS DES EMPLETTES	NOMBRE DE RÉPONDANTS
Vieux-Québec	293 répondants (58%)
Saint-Roch	166 répondants (33%)
Faubourg Saint-Jean-Baptiste	95 répondants (19%)
Rue Cartier	91 répondants (18%)
Rue Saint-Jean	90 répondants (18%)
Sainte-Foy	62 répondants (12%)

Note : 57 personnes se sont abstenues de répondre à la présente question.

Note : Pour la rue Saint-Jean, il a été impossible d'identifier s'il s'agissait de la portion dans le Vieux-Québec ou dans le quartier Faubourg Saint-Jean-Baptiste.

En croisant les données par secteur, le tableau comparatif ci-dessous a pu être produit.

BASSE-VILLE 193 RÉPONDANTS	CAP-BLANC 71 RÉPONDANTS	HAUTE-VILLE 240 RÉPONDANTS
Saint-Roch (49,2%) (95 répondants)	Saint-Roch (50,7%) (36 répondants)	Vieux-Québec (50,8%) (122 répondants)
Vieux-Québec (42,3%) (82 répondants)	Place Fleur de Lys (15,5%) (11 répondants)	St-Jean-Baptiste (30,4%) (73 répondants)
Saint-Jean (19,2 %) (37 répondants)	Vieux-Québec (12,7%) (9 répondants)	Cartier (23,3%) (56 répondants)
Cartier (15,0%) (29 répondants)	Sainte-Foy (12,7%) (9 répondants)	Saint-Jean (20%) (48 répondants)
Sainte-Foy (11,9%) (23 répondants)	Cartier (8,4%) (6 répondants)	Saint-Roch (16,7%) (40 répondants)
St-Jean-Baptiste (8,9%) (17 répondants)	Saint-Jean (7%) (5 répondants)	Sainte-Foy (12,5%) (30répondants)
	St-Jean-Baptiste (7%) (5 répondants)	

La **septième question** se lisait comme suit : « **Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence êtes-vous allés dans les endroits suivants ou avez-vous utilisé les endroits suivants dans le Vieux-Québec ?** »

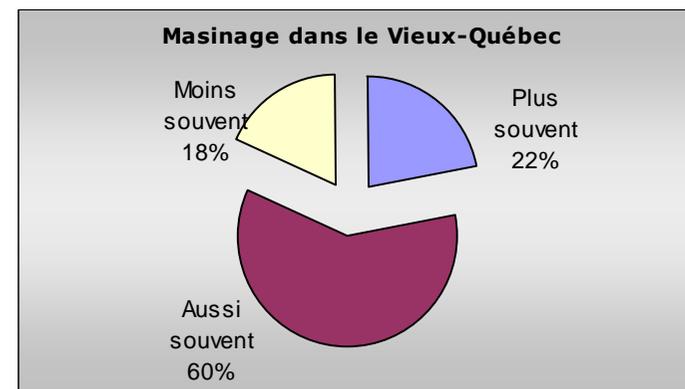
FRÉQUENTÉ PLUS DE 8 FOIS	FRÉQUENTÉ DE 4 À 8 FOIS	FRÉQUENTÉ DE 1 À 4 FOIS	JAMAIS FRÉQUENTÉ
Restaurant 66%	Boutiques de vêtements 22%	Boutiques cadeaux 42%	Services dentaires 76%
Dépanneur 65%	Librairie 21%	Boutiques de chaussures 42%	Nettoyeur 66%
Épicerie générale 62%	Culture 20%	Galerie d'art/Antiquités 38%	Salon de coiffure et d'esthétique 59%
Services bancaires 57%	Quincaillerie 19%	Quincaillerie 36%	Métiers d'art 59%

Note : La présente question a été analysée de façon à indiquer les types de commerce les plus fréquentés ou encore les moins fréquentés (proportionnellement au nombre de répondants par catégorie (jamais, 1 à 4 fois, etc.))

Le tableau permet de conclure que les restaurants, l'épicerie générale, les dépanneurs et les services bancaires sont les plus fréquentés dans le Vieux-Québec. Les services dentaires, les nettoyeurs, salons de coiffure et les métiers d'art sont, quant à eux, les moins fréquentés dans le quartier.

Note : Vous trouverez, en **annexe A**, un tableau présentant les données selon le pourcentage de répondants le plus élevé par catégorie de commerces.

La **question 8** cherchait à savoir si les résidants avaient **magasiné plus, aussi, ou moins souvent qu'avant dans le Vieux-Québec**. Les résultats sont exposés dans le graphique circulaire ci-dessous. 22% magasine plus souvent dans le Vieux-Québec.



Note : Pour la présente question, 19 abstentions ont été dénombrées.

De plus, certains ont précisé pourquoi ils magasinaient moins souvent ou plus souvent dans le Vieux-Québec. Les principales raisons justifiant leur comportement d'achat sont les suivantes :

Plus souvent, pourquoi ? (121 répondants)

- J'y habite maintenant (32%)
- Meilleure connaissance du milieu (8%)
- Diversité (6%)

Moins souvent, pourquoi ? (99 répondants)

- Moins ou manque de commerces/services (42%)
- Prix élevés (14%)
- Stationnement difficile (10%)

Les données croisées, par secteur de résidence de la question 8, ont permis de constituer le tableau comparatif suivant :

	BASSE-VILLE		CAP-BLANC		HAUTE-VILLE	
Plus souvent	50	23,8 %	16	22,5 %	55	21,1 %
Aussi souvent	129	61,4 %	38	53,5 %	155	59,4 %
Moins souvent	31	14,8 %	17	23,9 %	51	19,5 %
Total	210		71		261	

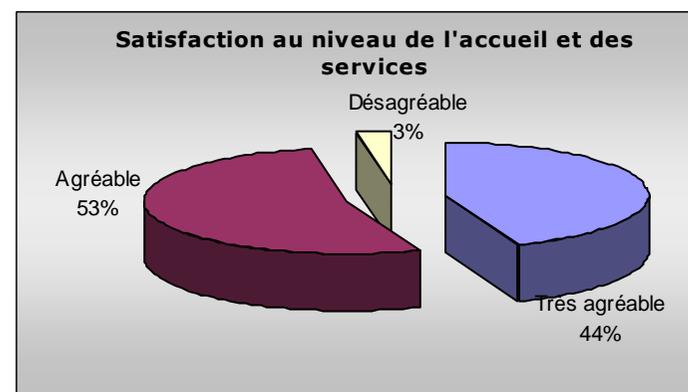
Par le biais du présent tableau, les **critères déterminants** pour le choix de commerces ont été identifiés à la question 9. En résumé, la proximité et la qualité sont, de loin, les critères déterminants pour le choix de commerces.

PROXIMITÉ	QUALITÉ	SERVICE
<ul style="list-style-type: none"> • Épicerie générale (79%) • Pharmacie (80%) • Dépanneur (91%) • Salon de coiffure et d'esthétique (47%) • Nettoyeur (70%) • quincaillerie (69%) • Librairie (65%) • Bar (62%) • Services bancaires (83%) • Services médicaux (65%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Épicerie spécialisée (77%) • Boucherie (72%) • Poissonnerie (73%) • Boulangerie (71%) • Boutique de vêtements (58%) • Boutiques de chaussures (55%) • Restaurant (67%) • Culture (46%) • Boutique cadeaux (53%) • Boutique décoration (51%) • Produits régionaux (68%) • Galerie d'art/antiquités (49%) • Métiers d'art (48%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Services dentaires (46%)

La question 10 pouvait se lire comme suit :

« Comment évaluez-vous l'accueil et les services dans les commerces du Vieux-Québec ? »

Le graphique démontre bien que les répondants semblent satisfaits de l'accueil et des services du Vieux-Québec, puisque 53% estiment qu'ils sont agréables et 44% très agréables.

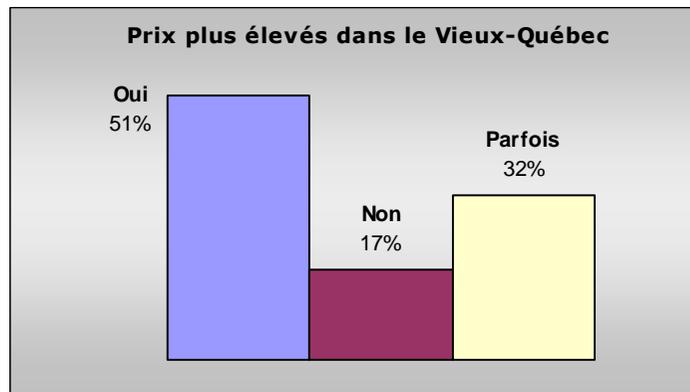


La question 11 permettait de savoir si l'accueil et les services étaient les **mêmes** pour tous les types de commerces. Une majorité de répondants (73%) affirment que oui.

Note: 138 personnes se sont abstenues de répondre à la question 11.

La **question 12** voulait évaluer si les résidants estiment que : **le prix des produits et services est plus élevé dans le Vieux-Québec que dans d'autres endroits commerciaux.**

Une faible majorité (51%) présume que le prix est plus élevé et 32 % considère que le prix est parfois plus élevé, comme l'expose l'histogramme.

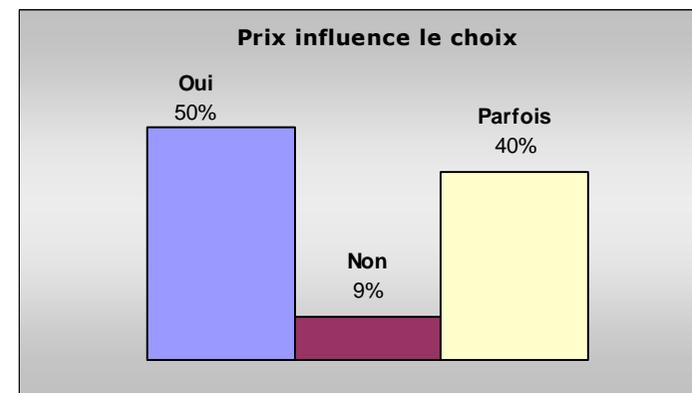


Lorsqu'il leur était demandé pour **quels types d'achats** le prix est plus élevé, les principaux éléments évoqués se traduisent comme suit:

- Épicerie/Aliments (116 répondants) (33%)
- Restaurants (56 répondants) (16%)
- Vêtements (48 répondants) (14%)
- Tous les types d'achat (31 répondants) (9%)
- Dépanneur (29 répondants) (8%)
- Cadeaux (24 répondants) (7%)

La **deuxième partie de la question 12** permet de connaître l'influence du **prix sur le choix quant aux endroits de magasinage.**

Comme l'illustre le graphique à barres, 50 % des répondants soutiennent que le prix influence leur choix, alors 40 % précisent que leur choix est parfois influencé par le prix.



Cette question sur les prix conclut la deuxième section portant sur le comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec.

Le prochain volet consiste à présenter la perception et l'opinion qu'ont les résidants à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec.

3. Perception et opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

Cette troisième partie est composée de six questions permettant d'exposer la perception et l'opinion des résidents pour le milieu commercial de leur quartier.

La **question 13** était libellée ainsi :

« Depuis votre installation dans le quartier croyez-vous que la fonction commerciale du quartier est en croissance ou en déclin ? »

Cette dernière a permis de faire les constats suivants au sujet de la fonction commerciale :

- 66% estiment qu'elle est en croissance
- 34% considèrent qu'elle est en déclin

Note : 59 personnes se sont abstenues de répondre à la présente question.

Les données ont été croisées par secteur de résidence, ce qui a permis d'obtenir le tableau synthèse suivant :

	BASSE-VILLE		CAP-BLANC		HAUTE-VILLE	
	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage
Croissance	158	77,8%	45	69,2%	129	55,1%
Déclin	45	22,1%	20	30,8%	105	44,9%
Total	203		65		234	

Les avantages à consommer dans le Vieux-Québec ont été identifiés à la **question 14**.

De loin, l'avantage le plus souvent énoncé est la proximité (63,7%).

AVANTAGES	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Proximité (ex : tout peut se faire à pied, etc.)	325	63,7%
Encourager l'économie locale et le quartier (ex : encourager les commerçants de mon quartier, encourager les commerçants locaux pour maintenir une diversité, etc.)	75	14,7%
Qualité	49	9,6%
Éviter l'usage de l'automobile	44	8,6%
Ambiance	33	6,5%
Variété des produits/services/commerces	31	6,1%
Exclusivité/Originalité des commerces et produits	30	5,9%
Vie de quartier	26	5,1%
Économie (ex : économie de temps, d'essence, etc.)	22	4,3%

Note : Pour cette question, le nombre d'abstentions se chiffre à 51.

Les données ont également été croisées pour la question 14, donnant les résultats suivants :

AVANTAGES PAR SECTEUR	BASSE-VILLE		CAP-BLANC		HAUTE-VILLE	
	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage
Proximité	123	63%	34	52%	168	67 %
Encourager l'économie locale	34	17%	12	18%	29	12%
Éviter l'usage de l'automobile	21	11%	2	3%	21	8%

Grâce à la **question 15, les inconvénients pour les résidents à consommer dans leur quartier ont été exposés.**

Comme le démontre le tableau ici-bas, le prix est considéré, par un peu plus du tiers (35,6%) des répondants, comme un inconvénient important.

Le manque de choix et le stationnement suivent non loin derrière avec respectivement 19,8% et 17,2%.

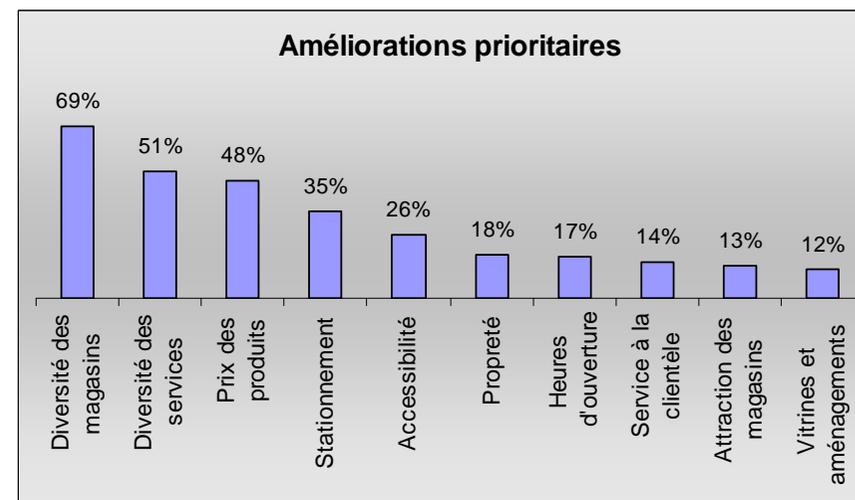
INCONVÉNIENTS	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Prix (ex : prix plus élevés, etc.)	174	35,6%
Manque de choix/variété, diversité des produits et commerces	97	19,8 %
Stationnement	84	17,2%
Absence de certains commerces (ex : épicerie, commerces de proximité, etc.)	52	10,6%
Achalandage	47	9,6%
Inconvénients liés à l'industrie touristique (ex : commerces trop orientés pour les touristes, trop de souvenirs, etc.)	44	9,0%

Note : 72 personnes se sont abstenues de répondre à la question 15.

Tout comme la question précédente, les données ont été croisées par secteur et se résument dans le tableau ci-dessous :

INCONVÉNIENTS PAR SECTEUR	BASSE-VILLE		CAP-BLANC		HAUTE-VILLE	
	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage
Prix	61	32%	10	16%	103	44%
Stationnement	36	19%	30	47%	18	8%
Manque de choix/ variété, diversité des produits et commerces	31	17 %	2	3%	64	27%

Les résultats de la **question 16** ont permis de produire un histogramme. En effet, les **améliorations** jugées prioritaires par les résidents sont la diversité des magasins et des services, de même que le prix des produits.



Note : Pour la présente question, 28 abstentions ont été notées.

Évaluer les données pour cette question, par secteur a aussi été pertinent, comme l'illustre le tableau suivant :

	BASSE-VILLE		CAP-BLANC		HAUTE-VILLE	
La diversité, le choix des magasins	149	73,8%	37	51,4%	184	71,0%
La diversité, le choix des services	105	52,0%	27	37,5%	140	54,1%
Le prix des produits	86	42,6%	31	43,1%	139	53,7%
Le service à la clientèle	26	12,9%	5	6,9%	46	17,8%
L'accessibilité du Vieux-Québec	51	25,2%	39	54,2%	48	18,5%
Le stationnement	76	37,6%	49	68,1%	63	24,3%

La **question 17** a déterminé quels types de commerces sont **trop nombreux, suffisant, insuffisant ou encore absent dans le Vieux-Québec.**

Les constats sont les suivants :

Trop nombreux

- Boutique cadeaux (42%)

Juste assez nombreux

- Librairie (81%)
- Dépanneur (79%)
- Culture (79%)

Pas assez nombreux

- Épicerie générale (56%)
- Quincaillerie (48%)
- Épicerie spécialisée (41%)
- Services médicaux (41%)

Absent

- Poissonnerie (39%)

Note : Ces résultats ci-haut ont été présentés en fonction du nombre plus élevé de répondants par critère (Trop nombreux, Juste assez nombreux, etc.).

Note : Un tableau en annexe A a été conçu selon le pourcentage de répondants le plus élevé par catégorie de commerces.

Les données par secteur ont également été examinées pour la présente question, tel que présenté dans le tableau.

COMMERCES EN NOMBRE SUFFISANT OU NON SELON LES SECTEURS	BASSE-VILLE	CAP-BLANC	HAUTE-VILLE
Juste assez nombreux	<ul style="list-style-type: none"> • Culture (84%) • Dépanneur (83%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurants (76%) • Culture (73%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Librairie (88%) • Dépanneur (82%)
Pas assez nombreux	<ul style="list-style-type: none"> • Épicerie générale (61%) • Quincaillerie (52%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Épicerie générale (61%) • Services bancaires (57%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Épicerie générale (51%) • Quincaillerie (43%)
Absent	<ul style="list-style-type: none"> • Boucherie (28%) • Poissonnerie (27%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Poissonnerie (30%) • Boucherie (25%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Poissonnerie (51%) • Boucherie (39%)
Trop nombreux	<ul style="list-style-type: none"> • Boutique de cadeaux (26%) • Restaurant (24%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Boutique de cadeaux (32%) • Galerie d'arts (20%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Boutique de cadeaux (58%) • Restaurant (33%)

La dernière **question 18** de ce volet se traduisait comme suit :

« Quelle note, de 0 à 10, donneriez-vous à chaque catégorie de commerces présents dans le Vieux-Québec en fonction de votre niveau de satisfaction? ».

Une moyenne des notes a été calculée pour chaque catégorie et voici les résultats :

- Catégorie de la restauration 8/10
- Catégorie des services 5,9/10
- Catégorie des marchandises de type grands magasins 5,7/10
- Catégorie de l'alimentation 5,5/10

Note : Pour chaque catégorie, le nombre d'abstentions était entre 19 et 27.

Selon les résultats obtenus, les résidents semblent le plus satisfaits pour la catégorie de la restauration et le moins satisfaits pour la catégorie de l'alimentation dans le Vieux-Québec.

Ce niveau de satisfaction termine le troisième volet laissant place au quatrième et dernier volet.

4. Comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales

Le sujet du quatrième volet est le comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales.

La **question 19** permettait d'identifier les **autres artères commerciales et/ou centres commerciaux fréquentés par mois par les résidants.**

Les données se traduisent comme suit :

Jamais

- Mégacentre Beauport (85%)
- Mégacentre Sainte-Foy/Duplessis (84%)
- Mégacentre Lebourgneuf (75%)
-

De 1 à 4 fois

- Place Sainte-Foy (45%)
- Laurier Québec (44%)
- Place de la Cité (44%)

De 4 à 8 fois

- Quartier Saint-Roch (23%)
- Rue Cartier (23%)
- Place Sainte-Foy (15%)

Plus de 8 fois

- Faubourg St-Jean-Baptiste (40%)
- Quartier Saint-Roch (36%)
- Rue Cartier (31%)

Note : Ces résultats ont été présentés en fonction du nombre plus élevé de répondants par critère (jamais, de 1 à 4 fois, etc.).

Note : En annexe A, un tableau a été créé à partir du pourcentage de répondants le plus élevé par secteur.

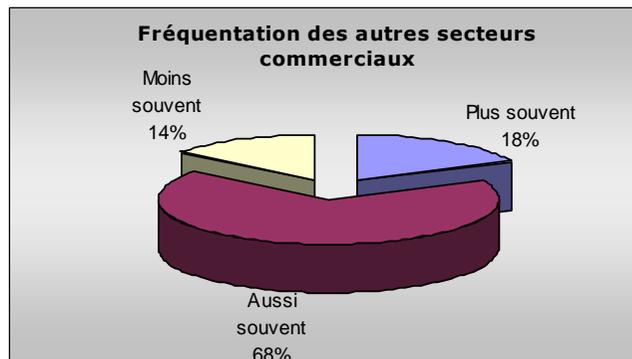
Il est donc possible de conclure que les quartiers à proximité, soit ceux du Faubourg St-Jean-Baptiste et de Saint-Roch, sont les plus fréquentés par les résidants du Vieux-Québec.

Afin de mieux comprendre la dynamique par secteur, la question 19 a été comparée par lieu de résidence et les résultats sont présentés dans le tableau ci-dessous.

FRÉQUENTATION DES AUTRES LIEUX COMMERCIAUX	BASSE-VILLE	CAP-BLANC	HAUTE-VILLE
Plus de 8 fois	<ul style="list-style-type: none"> Quartier Saint-Roch (44%) Faubourg St-Jean-Baptiste (29%) 	<ul style="list-style-type: none"> Place Laurier (34%) Quartier Saint-Roch (29%) 	<ul style="list-style-type: none"> Quartier Faubourg (55%) Rue Cartier (35%)
De 4 à 8 fois	<ul style="list-style-type: none"> Quartier Saint-Roch (23%) Rue Cartier (21%) 	<ul style="list-style-type: none"> Quartier Saint-Roch (22%) Rue Cartier (19%) 	<ul style="list-style-type: none"> Rue Cartier (24%) Quartier Saint-Roch (23%)
De 1 à 4 fois	<ul style="list-style-type: none"> Place de la Cité (42%) Place Ste-Foy (42%) 	<ul style="list-style-type: none"> Rue Grande-Allée (46%) Place Ste-Foy (41%) 	<ul style="list-style-type: none"> Place Ste-Foy (48%) Place Laurier (48%)
Jamais	<ul style="list-style-type: none"> Mégacentre Ste-Foy/ Duplessis (86%) Mégacentre Beauport (85%) 	<ul style="list-style-type: none"> Mégacentre Beauport (73%) Mégacentre Lebourgneuf (63%) 	<ul style="list-style-type: none"> Mégacentre Ste-Foy/ Duplessis (90%) Mégacentre Beauport (89%)

Note : Ces résultats ont été évalués en fonction du nombre plus élevé de répondants par critère (jamais, de 1 à 4 fois, etc.) et par secteur.

La question 20 était libellée ainsi : « **En référence aux centres commerciaux et rues commerciales, diriez-vous que vous y allez ?** » Le diagramme circulaire illustre que 18 % des répondants fréquentent plus souvent les autres secteurs commerciaux.



Note : 28 personnes se sont abstenues de répondre.

De plus, certains répondants ont indiqué pourquoi ils fréquentaient plus ou moins les autres secteurs d'achat. Les données regroupées (principales raisons) sont les suivantes :

Plus souvent, pourquoi ? (80 répondants)

- Manque de services dans le Vieux-Québec (13 répondants) (16%)
- Pour l'épicerie (8 répondants) (10%)
- Prix (8 répondants) (10%)
- Diversité/Variété/Meilleur choix (7 répondants) (9%)
- Quartier Saint-Roch et Découverte du quartier St-Roch (6 répondants) (8%)
- Proximité (5 répondants) (6%)

Moins souvent, pourquoi ? (62 répondants)

- Offre disponible dans le quartier et consomme dans le quartier (23 répondants) (37%)
- Distance à parcourir (5 répondants) (8%)

La dernière **question 21** a permis de cibler les **endroits** les plus fréquentés au cours des 12 derniers mois par les résidents, de même que les **raisons** qui les incitent à s’y rendre.

Les résultats se traduisent comme suit :

Commerces qui ont obtenu le plus haut taux de fréquentation :

Quartier Vieux-Québec

- Dépanneur (93%)
- Produits régionaux (92%)
- Librairie (86%)
- Métiers d’art (82%)
- Restaurant (67%)
- Pharmacie (51%)
- Bar (47%)
- Culture (47%)
- Services bancaires (46%)
- Boulangerie (43%)
- Boutique cadeaux (42%)
- Boutique de vêtements (39%)
- Services médicaux (36%)
- Quincaillerie (32%)
- Boutique de décoration (24%)
- Nettoyeur (21%)
- Salon de coiffure et d’esthétique (18%)

Quartier St-Roch

- Épicerie générale (38%)

Quartier Faubourg St-Jean-Baptiste

- Épicerie spécialisée (53%)
- Boucherie (33%)

Rue Cartier

- Poissonnerie (43%)

Ste-Foy

- Boutique de chaussures (34%)
- Services dentaires (19%)

Les endroits qui sont arrivés en seconde position sont les suivants :

Quartier Vieux-Québec

- Épicerie spécialisée (20%)
- Poissonnerie (18%)
- Services dentaires (16%)
- Boutique de chaussures (15%)

Quartier St-Roch

- Pharmacie (23%)
- Boutique de décoration (20%)
- Services bancaires (18%)
- Bar (13%)
- Salon de coiffure et d’esthétique (12%)

Quartier Faubourg St-Jean-Baptiste

- Boulangerie (27%)
- Nettoyeur (16%)
- Épicerie générale (15%)
- Bar (13%)
- Salon de coiffure et d’esthétique (12%)
- Quincaillerie (10%)

Rue Cartier

- Boucherie (27%)
- Culture (26%)

Sainte-Foy

- Librairie (40%)
- Boutique de vêtements (26%)
- Boutique de cadeaux (12%)

Note : *Quelques différences ont été notées par secteur. Entre autres, pour l'épicerie générale, les résidants de la Haute-Ville fréquentent beaucoup le Faubourg Saint-Jean-Baptiste, alors que ceux du Cap-Blanc et Basse-Ville c'est plutôt le quartier Saint-Roch. Pour les services bancaires le quartier Saint-Roch est le plus fréquenté par les résidants de la Basse-Ville et du Cap-Blanc, alors que les résidants de la Haute-Ville c'est le Faubourg Saint-Jean-Baptiste. Les résidants de la Basse-Ville et de la Haute-Ville fréquentent davantage les services dentaires du Vieux-Québec. Quant aux salons de coiffure et d'esthétique et les nettoyeurs, les endroits fréquentés par les résidants des différents secteurs sont très disparates. Vous trouverez, dans l'**annexe E**, le détail par secteur des endroits fréquentés et des raisons et ce pour chaque catégorie de commerces.*

En général, la principale raison pour fréquenter les commerces du Vieux-Québec est la proximité. Les types de commerce ciblés par ce critère sont :

- Épicerie générale, épicerie spécialisée, pharmacie, dépanneur, boutique de vêtements, boutique de chaussures, nettoyeur, quincaillerie, librairie, restaurant, bar, services bancaires, services médicaux, services dentaires, boutique cadeaux, boutique de décoration, produits régionaux et métiers d'art.

La qualité se démarque pour les commerces suivants :

- Poissonnerie, boucherie et culture.

Maintenant regardons pourquoi les résidants fréquentent les commerces à l'extérieur du Vieux-Québec. La proximité se démarque pour :

- L'épicerie générale, la pharmacie, le dépanneur, le nettoyeur, la librairie, le bar et les services bancaires.

NOTE IMPORTANTE : Il est à noter que cette notion de proximité peut s'expliquer par le fait que les résidants se déplacent beaucoup dans les quartiers Faubourg Saint-Jean-Baptiste et Saint-Roch.

La qualité se démarque comme raison pour les commerces suivants :

- Épicerie spécialisée, boucherie, poissonnerie, boulangerie, boutique de vêtements, boutique de chaussures, restaurant et la culture.

De plus, le service a également été mentionné fréquemment pour :

- Les salons de coiffure et d'esthétique, les services médicaux et services dentaires.

Finalement le choix s'est démarqué pour la quincaillerie et les boutiques cadeaux.

Cette dernière question met fin à l'étude réalisée auprès des résidants du Vieux-Québec, nous donnant ainsi un portrait global de leur perception à l'égard de leur milieu commercial. Les résultats en bref sont présentés ci-après.

RÉSULTATS EN BREF

1. Typologie des résidants

- La répartition du lieu de résidence des répondants par secteur est la suivante :
 - Haute-Ville 48%
 - Basse-Ville 38%
 - Cap-Blanc 14%
- Les résidants sont majoritairement (95,9%) des résidants permanents.
- La moyenne d'années de résidence dans le quartier est de 12 ans.
- Les foyers sont composés essentiellement d'une (49,7%) ou deux personnes (40,4%).
- 67% des répondants travaillent dans le secteur.
- Une majorité, soit 64%, utilise leur véhicule pour faire leurs courses.

2. Comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

- Les répondants font principalement leurs emplettes dans le Vieux-Québec et le Quartier Saint-Roch.
- Les restaurants, l'épicerie générale, les dépanneurs et les services bancaires sont les types de commerce les plus fréquentés dans le Vieux-Québec.
- Les services dentaires, les nettoyeurs, les salons de coiffure et les métiers d'art sont les moins fréquentés dans le quartier.
- 22% des répondants magasinent plus souvent dans le Vieux-Québec.
- La proximité et la qualité sont les critères déterminants pour le choix de commerce.
- Une majorité de 53% juge l'accueil et les services du Vieux-Québec agréables.
- 51% des répondants soutiennent que le prix des produits et services est plus élevé dans le Vieux-Québec.
- La moitié des résidants affirme que le prix influence leur choix quant à l'endroit de magasinage.

3. Perception et opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

- 66% des résidants considèrent que la fonction commerciale est en croissance.
- Le principal avantage à consommer dans le Vieux-Québec, selon les répondants, est la proximité, alors que le principal inconvénient semble être le prix.
- Les améliorations jugées prioritaires sont la diversité des magasins et des services et le prix des produits.
- La catégorie de la restauration a obtenu la plus haute moyenne (8/10) de satisfaction, alors que l'alimentation la plus faible (5,5/10).

4. Comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales

- Les secteurs commerciaux à proximité (Quartier Faubourg Saint-Jean-Baptiste et Saint-Roch) sont les plus fréquentés par les résidants du Vieux-Québec.
- 18% des répondants fréquentent plus souvent les autres secteurs commerciaux.

DEUXIÈME PARTIE

ANALYSE DES QUESTIONNAIRES RÉSIDANTS PAR SECTEUR DE RÉSIDENCE

Cette deuxième partie porte également sur la perception des résidants du Vieux-Québec mais a été analysée par secteur de résidence, soit la Basse-Ville, le Cap-Blanc, et la Haute-Ville.

Pour la présente section, neuf questions ont été approfondies par secteur, soit les questions #6, #8, #13, #14, #15, #16, #17, #19 et #20.

NOTE IMPORTANTE

Plusieurs résidants se sont abstenus de répondre à une ou plusieurs questions. Lorsque le nombre d'abstentions était supérieur à 20, une note a été directement indiquée dans le rapport. En annexe B, C, D et E, vous trouverez les réponses brutes pour chaque question ainsi que le nombre de répondants ou d'abstentions et ce pour les trois secteurs à l'étude.

BASSE-VILLE

Délimitation du territoire : « La Basse-Ville est délimitée au nord-ouest par l'autoroute Dufferin-Montmorency. Confiné entre les rives du Saint-Laurent et la falaise, ce secteur se termine approximativement à la jonction de la rue du Petit-Champlain et du boulevard Champlain² ».

Le taux de réponse en Basse-Ville se situe à 16,4%. En effet, 1 300 questionnaires ont été distribués et 213 complétés.

Grâce à la **question 6**, les principaux **endroits** où les résidents de la Basse-Ville se déplacent pour faire leurs **emplettes** ont été ciblés. Les lieux les plus énoncés sont :

- Saint-Roch (95 répondants) (49%)
- Vieux-Québec (82 répondants) (42%)
- Saint-Jean (37 répondants) (19%)
- Métro (36 répondants) (19%)
- Cartier (29 répondants) (15%)
- Sainte-Foy (23 répondants) (12%)
- Faubourg St-Jean-Baptiste (17 répondants) (9%)

Note : Pour la rue Saint-Jean, il a été impossible d'identifier s'il s'agissait de la portion dans le Vieux-Québec ou dans le quartier Faubourg Saint-Jean-Baptiste.

La **question 8** cherchait à savoir si les résidents **magasinaient aussi souvent, plus souvent ou moins souvent qu'avant dans le Vieux-Québec**. Tel que le démontre le tableau ci-dessous, 14,8 % des répondants fréquentent moins souvent le Vieux-Québec.

	RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Plus souvent	50	23,8%
Aussi souvent	129	61,4%
Moins souvent	31	14,8%
Total	210	100%

Les répondants ont précisé **pourquoi** ils magasinaient plus ou moins souvent dans le Vieux-Québec. Les principaux motifs évoqués pour justifier le fait qu'ils magasinent **plus souvent** dans le Vieux-Québec sont :

- Ils y habitent (8 répondants) (16%)
- Meilleure connaissance du milieu (7 répondants) (14%)
- La diversité (4 répondants) (8%)

À l'inverse, les répondants fréquentent **moins souvent** le secteur, principalement pour les raisons suivantes :

- Manque de commerces/services (13 répondants) (42%)
- Stationnement difficile (5 répondants) (16%)
- Prix élevés (5 répondants) (16%)

² Plan directeur du quartier Vieux-Québec et Cap-Blanc, Ville de Québec, arrondissement La Cité, Juin 2008, p. 13

La **question 13** a permis de conclure qu'une forte majorité (78%) des répondants de la Basse-Ville juge que la fonction commerciale du quartier est en **croissance**.

Le tableau ci-dessous résume les **avantages (question 14)**, toujours selon les résidents de la Basse-Ville, à consommer dans le Vieux-Québec.

AVANTAGES	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Proximité (ex : Tout peut se faire à pied, etc.)	123	63,1%
Encourager l'économie locale et le quartier (ex : encourager les commerçants de mon quartier, encourager les commerçants locaux pour maintenir une diversité, etc.)	34	17,4
Éviter l'usage de l'automobile	21	10,8%

À l'inverse le prochain tableau récapitule les **inconvenients (question 15)** à consommer dans le quartier.

INCONVÉNIENTS	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Prix (ex : Prix plus élevés, etc.)	61	32,4%
Stationnement	36	19,1%
Manque de choix/varietà, diversité des produits et commerces	31	16,5%

Note : 25 personnes se sont abstenues de répondre à la question 15.

La **question 16** avait pour but d'identifier les **améliorations** jugées **prioritaires** par les résidents.

Celles qui ont reçues le pourcentage le plus élevé sont :

- La diversité, le choix des magasins (73,8%)
- La diversité, le choix des services (52,0%)
- Le prix des produits (42,6%)

La **question 17** était libellée ainsi : « **Les commerces et services suivants sont-ils trop, juste ou pas assez nombreux dans le Vieux-Québec** ».

Les résultats qui peuvent en être tirés sont les suivants :

Trop nombreux

- Boutique cadeaux (23%)
- Restaurant (24%)

Juste assez nombreux

- Culture (84%)
- Dépanneur (83%)

Pas assez nombreux

- Épicerie générale (61%)
- Quincaillerie (52%)

Absent

- Boucherie (28%)
- Poissonnerie (27%)

Note : Les résultats ci-haut ont été présentés en fonction du nombre plus élevé de répondants par critère (Trop nombreux, Juste assez nombreux, etc.).

Note : En annexe B, vous trouverez un tableau présentant le pourcentage et le nombre de répondants par catégorie de commerces.

Les résultats de la **question 19**, portant sur la **fréquentation des autres secteurs commerciaux**, sont résumés dans les lignes suivantes :

Jamais

- Mégacentre Sainte-Foy/Duplessis (86%)
- Mégacentre Beauport (85%)
- Mégacentre Lebourgneuf (73%)

De 1 à 4 fois

- Place Sainte-Foy (42%)
- Place de la Cité (42%)
- Laurier Québec (41%)

De 4 à 8 fois :

- Quartier Saint-Roch (23%)
- Rue Cartier (21%)
- Place Sainte-Foy (17%)

Plus de 8 fois

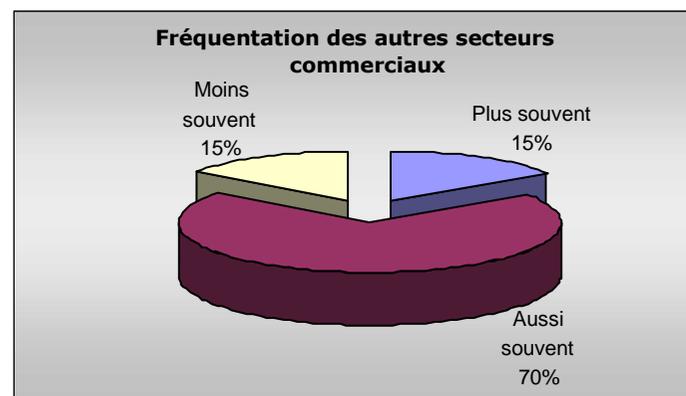
- Quartier Saint-Roch (44%)
- Rue Cartier (29%)
- Quartier Faubourg Saint-Jean-Baptiste (29%)

Note : Ces résultats ont été présentés en fonction du nombre plus élevé de répondants par critère (jamais, de 1 à 4 fois, etc.).

Note : En annexe B se trouve un tableau récapitulatif du pourcentage et du nombre de répondants par secteur.

La **question 20** cherchait à savoir si les répondants **fréquentaient plus, moins ou aussi souvent les autres secteurs commerciaux**.

Les résultats sont illustrés dans le diagramme circulaire ci-dessous. En effet, 15 % des répondants affirment fréquenter plus souvent les autres secteurs commerciaux qu'avant.



Voici quelques commentaires expliquant pourquoi ils fréquentent davantage les autres secteurs commerciaux :

- Manque de services dans le Vieux-Québec (3 répondants)
- Proximité (3 répondants)
- Quartier Saint-Roch (3 répondants)

L'analyse de la question 20 met fin à l'étude du secteur de la Basse-Ville nous emmenant à examiner plus en profondeur quelques questions pour le secteur du Cap-Blanc.

CAP-BLANC

Délimitation du territoire : « Le Cap-Blanc poursuit la Basse-Ville et se termine à l'ouest aux environs de la côte Gilmour³ ».

Dans le secteur du Cap-Blanc, le taux de réponse s'élevait à 19,5%. 78 résidants ont complété le sondage sur un total de 400 distribués dans le secteur.

La **question 6** a permis de déterminer les principaux **endroits** fréquentés pour faire les **emplettes**. Les répondants du Cap-Blanc se déplacent essentiellement dans :

- Saint-Roch (31 répondants) (44%)
- Place Fleur de Lys (11 répondants) (16%)
- Vieux-Québec (9 répondants) (13%)
- Métro (9 répondants) (13%)
- Sainte-Foy (9 répondants) (13%)

Grâce à la **question 8**, il a été possible de connaître les habitudes à l'égard de la **fréquentation des commerces** du Vieux-Québec. Le tableau ici-bas expose les résultats et permet d'affirmer que 23% des répondants magasinent plus souvent dans le Vieux-Québec.

	RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Plus souvent	16	22,5%
Aussi souvent	38	53,5%
Moins souvent	17	23,9%
Total	71	100%

³ Plan directeur du quartier Vieux-Québec et Cap-Blanc, Ville de Québec, arrondissement La Cité, Juin 2008, p. 13

En expliquant **pourquoi** ils fréquentaient moins ou plus souvent le secteur, les constats suivants ont été faits :

Principale raison pour laquelle le Vieux-Québec est plus fréquenté

- Parce ce qu'ils y habitent (5 répondants)

Principale raison pour laquelle le Vieux-Québec est moins fréquenté

- Stationnement difficile et circulation (5 répondants)

Selon la majorité (69%) des répondants, la fonction commerciale du quartier serait en **croissance** (**question 13**).

Tel que le dévoile le tableau ci-dessous, les principaux **avantages** à consommer dans le Vieux-Québec (**question 14**), selon les répondants du Cap-Blanc sont :

la proximité et l'encouragement de l'économie locale du quartier et la qualité.

AVANTAGES	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Proximité (ex : tout peut se faire à pied, etc.)	34	52,3%
Encourager l'économie locale et le quartier (ex : encourager les commerçants de mon quartier, conserver les emplois, etc.)	12	18,5%
Qualité	11	16,9%

Les principaux inconvénients sont les suivants pour les résidents du Cap-Blanc :

INCONVÉNIENTS	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Stationnement	30	46,9%
Prix (ex : Prix plus élevés, etc.)	10	15,6%
Accessibilité difficile	6	9,4%

C'est à la **question 16** que les **améliorations** jugées **prioritaires** ont pu être déterminées et en voici les conclusions :

- Le stationnement (68,1%)
- L'accessibilité du Vieux-Québec (54,2%)
- La diversité, le choix des magasins (51,4%)

La **question 17**, demandant si les commerces étaient en **nombre suffisant ou non**, a permis de faire les constats suivants :

Trop nombreux

- Boutique cadeaux (32%)
- Galerie d'art et antiquité (20%)

Juste assez nombreux

- Restaurant (76%)
- Culture (73%)

Pas assez nombreux

- Épicerie générale (61%)
- Services bancaires (57%)

Absent

- Poissonnerie (30%)
- Boucherie (26%)

Note : Ces résultats ont été présentés en fonction du nombre plus élevé de répondants par critère (Trop nombreux, Juste assez nombreux, etc.).

Note : En annexe C, vous trouverez un tableau calculé à partir du pourcentage de répondants (plus élevé) et ce pour chaque catégorie de commerces.

Le sujet de la **question 19** était la **fréquentation des autres secteurs commerciaux**.

Les résultats se traduisent ainsi :

Jamais

- Mégacentre Beauport (73%)
- Cotsco (63%)
- Mégacentre Lebourgneuf (59%)

De 1 à 4 fois

- Rue Grande-Allée (46%)
- Place Sainte-Foy (41%)
- Place de la Cité (38%)
- Quartier Saint-Roch (38%)

De 4 à 8 fois

- Quartier Saint-Roch (22%)
- Rue Cartier (19%)
- Laurier Québec (17%)

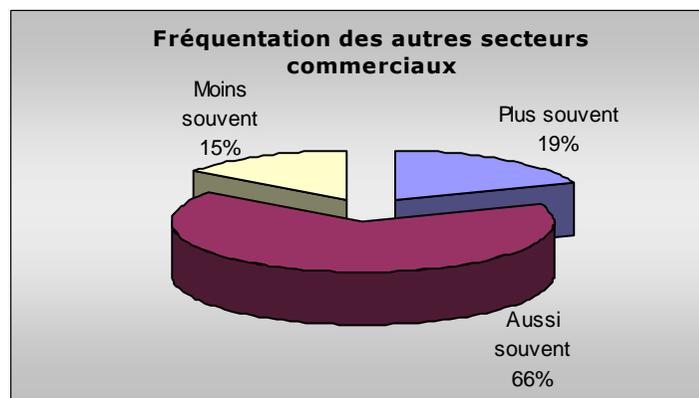
Plus de 8 fois

- Laurier Québec (34%)
- Quartier Saint-Roch (29%)
- Place Sainte-Foy (28%)

Note : Ces résultats ont été présentés en fonction du nombre plus élevé de répondants par critère (jamais, de 1 à 4 fois, etc.).

Note : En annexe C, les résultats sont aussi présentés, sous forme de tableau, en fonction du pourcentage le plus élevé de répondants pour chaque catégorie de commerces.

C'est la **question 20** pour le secteur du Cap-Blanc qui permet d'affirmer que 20 % des répondants fréquentent plus souvent les autres secteurs commerciaux qu'avant. C'est d'ailleurs ce que le graphique de répartition expose.



Voici quelques explications soulevées justifiant pourquoi les autres secteurs commerciaux sont plus fréquentés :

- Stationnement (2 répondants)
- Prix moins élevés (2 répondants)
- Boutiques (2 répondants)

L'analyse du secteur Cap-Blanc se termine ainsi nous emmenant à regarder le dernier secteur du Vieux-Québec, soit celui de la Haute-Ville.

HAUTE-VILLE

Délimitation du territoire : « La Haute-Ville comprend la partie intra-muros du quartier, incluant les plaines d'Abraham, mais excluant la colline Parlementaire, le secteur de la Grande Allée et les secteurs résidentiels avoisinants. À l'ouest, sa limite est l'avenue Honoré-Mercier⁴ ».

Les questionnaires ont été distribués dans le secteur de la Haute-Ville en plus grand nombre, soit 2 300. Ainsi, ce secteur a obtenu un taux de réponse de 11,7 %.

La **sixième question** cherchait à connaître les **endroits** les plus populaires pour faire des **emplettes** auprès des résidents de la Haute-Ville. Les principales réponses mentionnées sont :

- Vieux-Québec (122 répondants) (51%)
- Saint-Jean-Baptiste (73 répondants) (30%)
- Cartier (56 répondants) (23%)
- Saint-Jean (48 répondants) (20%)
- Saint-Roch (40 répondants) (17%)

Note : 28 personnes se sont abstenues de répondre à la question 6.

Note : Pour la rue Saint-Jean, il a été impossible d'identifier s'il s'agissait de la portion dans le Vieux-Québec ou dans le Faubourg Saint-Jean-Baptiste.

Le tableau suivant illustre les données compilées de la **question 8** déterminant si les répondants **magasinaient plus, moins ou aussi souvent qu'avant dans le Vieux-Québec**.

Donc, 21% des répondants magasine plus souvent dans le secteur.

	RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Plus souvent	55	21,1%
Aussi souvent	155	59,4%
Moins souvent	51	19,5%
Total	261	100%

Les principales explications données pour justifier **pourquoi** ils fréquentaient moins ou plus le secteur sont les suivantes :

Plus souvent

- Parce que j'y habite (47%)
- Pour la proximité (9%)

Moins souvent

- Par manque de commerces et services (53%)
- À cause des prix élevés (14%)

⁴ Plan directeur du quartier Vieux-Québec et Cap-Blanc, Ville de Québec, arrondissement La Cité, Juin 2008, p. 13

La **question 13** permet d'affirmer que les répondants jugent majoritairement (55%) que la fonction commerciale est en **croissance** dans le Vieux-Québec.

Les **avantages** énumérés à la **question 14** sont présentés dans le tableau suivant.

AVANTAGES	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Proximité (ex : tout peut se faire à pied, etc.)	168	67,2 %
Encourager l'économie locale et le quartier (ex : Encourager les commerçants de mon quartier, assurer la survie des services de proximité, etc.)	29	11,6 %
Éviter l'usage de l'automobile	21	8,4 %

Les **inconvénients** à consommer dans le quartier pour les répondants de la Haute-Ville, tel que demandé à la **question 15**, ont été regroupés de la façon suivante :

INCONVÉNIENTS	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Prix (ex : prix plus élevés, etc.)	103	43,5 %
Manque de choix/variété, diversité des produits et commerces	64	27,0 %
Absence de certains commerces (ex : épicerie, commerces de proximité, etc.)	32	13,5 %

La **question 16** cherchait à connaître qu'elles **améliorations** étaient jugées **prioritaires** par les répondants et en voici les résultats :

- La diversité, le choix des magasins (71%)
- La diversité, le choix des services (54%)
- Le prix des produits (54%)

La **question 17** avait pour but de savoir si les répondants considéraient les différents **types de commerces en trop grand nombre, pas assez ou juste assez**. Voici donc les grandes lignes :

Trop nombreux

- Boutique cadeaux (58%)
- Restaurant (33%)

Juste assez nombreux

- Librairie (88%)
- Dépanneur (82%)

Pas assez nombreux

- Épicerie générale (51%)
- Quincaillerie (43%)

Absent

- Poissonnerie (51%)
- Boucherie (38%)

Note : Les résultats ci-haut ont été présentés en fonction du nombre plus élevé de répondants par critère (Trop nombreux, Juste assez nombreux, etc.).

Note : En annexe D, le tableau présente les résultats en fonction du pourcentage par catégorie de commerce.

La **question 19** cherchait à en connaître davantage au sujet de la **fréquentation des autres secteurs commerciaux**. En voici les résultats :

Jamais

- Mégacentre Sainte-Foy/Duplessis (90%)
- Mégacentre Beauport (89%)
- Mégacentre Lebourgneuf (81%)

De 1 à 4 fois

- Place Sainte-Foy (48%)
- Laurier Québec (48%)
- Place de la Cité (47%)

De 4 à 8 fois :

- Rue Cartier (24%)
- Quartier Saint-Roch (23%)
- Laurier Québec (14%)

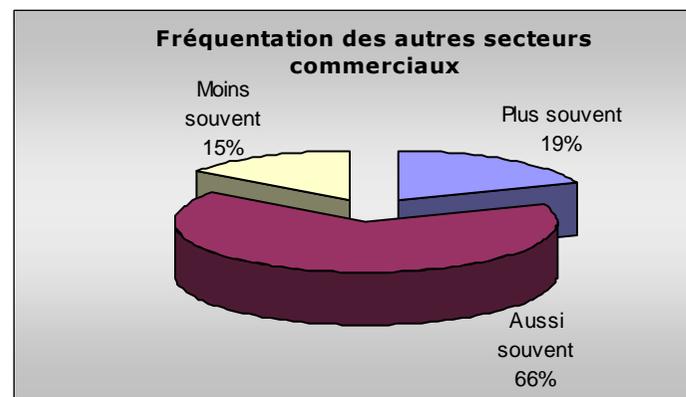
Plus de 8 fois

- Faubourg St-Jean-Baptiste (55%)
- Rue Cartier (35%)
- Quartier Saint-Roch (33%)

Note : Ces résultats ont été présentés en fonction du pourcentage plus élevé par critère (jamais, de 1 à 4 fois, etc.).

Note : Pour exposer les résultats selon le pourcentage plus élevé de répondants pour chaque catégorie de commerces un tableau a été inséré en annexe D.

La **question 20** est illustrée dans le graphique circulaire ci-dessous. En effet, 19 % des répondants de la Haute-Ville fréquentent plus souvent les autres secteurs commerciaux.



Voici quelques raisons énoncées pour expliquer pourquoi ces secteurs sont plus souvent fréquentés ?

- Manque de services dans le Vieux-Québec (10 répondants) (22%)
- Prix (6 répondants) (13%)
- Pour l'épicerie (6 répondants) (13%)
- Diversité/Meilleur choix (5 répondants) (11%)

Les données examinées pour la Haute-Ville mettent ainsi fin à l'analyse des questions par secteur.

RÉSULTATS EN BREF DES DONNÉES PAR SECTEUR

- Taux de réponse par secteur :

- Cap-Blanc : 19,5%
- Basse-Ville : 16,4%
- Haute-Ville : 11,7%

- Les endroits pour les emplettes varient sensiblement d'un quartier à un autre :

- Basse-Ville : Saint-Roch, Vieux-Québec et la rue Saint-Jean
- Cap-Blanc : Saint-Roch, Place Fleur-de-Lys et Vieux-Québec
- Haute-Ville : Vieux-Québec, Faubourg et Cartier

- Une disparité a pu être notée quant à la proportion des répondants fréquentant moins souvent le Vieux-Québec qu'avant :

- Cap-Blanc : 24%
- Haute-Ville : 19,5%
- Basse-Ville : 14,8%

- La majorité des répondants, et ce pour l'ensemble des quartiers, considère que la fonction commerciale est en croissance.

- Les deux principaux avantages sont les mêmes pour les secteurs, soit la proximité et l'encouragement de l'économie locale.

- Les inconvénients à consommer dans le Vieux-Québec diffèrent d'un secteur à l'autre :

- Basse-Ville : Prix et stationnement
- Cap-Blanc : Stationnement et prix
- Haute-Ville : Prix et manque de choix/variations/diversité des produits et commerces

-
- Les améliorations jugées prioritaires sont les mêmes pour les secteurs de la Haute-Ville et Basse-Ville : la diversité des magasins et services et le prix. Tandis que pour le Cap-Blanc les améliorations jugées prioritaires sont le stationnement, l'accessibilité et la diversité des magasins.

- Les secteurs commerciaux les plus ou moins fréquentés divergent visiblement d'un lieu de résidence à l'autre.

Secteur le plus fréquenté

- Basse-Ville : Saint-Roch
- Cap-Blanc : Laurier Québec
- Haute-Ville : Faubourg Saint-Jean-Baptiste

Secteur le moins fréquenté

- Basse-Ville : Mégacentre Sainte-Foy/Duplessis
- Cap-Blanc : Mégacentre Beauport
- Haute-Ville : Mégacentre Sainte-Foy/Duplessis

- Pour les trois secteurs à l'étude, les répondants fréquentent sensiblement plus souvent les autres secteurs commerciaux :

- Cap-Blanc : 19%
- Haute-Ville : 19%
- Basse-Ville : 15%

TROISIÈME PARTIE

ANALYSE DES QUESTIONNAIRES TRAVAILLEURS

L'objectif premier de cette section était de mieux comprendre la perception des travailleurs à l'égard du milieu commercial de leur lieu d'emploi. Afin de bien analyser la perception des travailleurs, cette partie a été scindée en quatre volets :

1. Typologie des travailleur(euses)s
2. Comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec
3. Perception et opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec
4. Comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales

Quatorze employeurs ont participé à la présente enquête. Le questionnaire a donc été envoyé à plus de 2 500 employés. Avec les 401 travailleurs qui se sont prêtés à l'exercice cela résulte à un taux de réponse d'environ 16%.

NOTE IMPORTANTE : Le taux de réponse est une approximation, puisqu'il a été impossible de dénombrer le nombre exact de travailleurs auprès desquels le questionnaire a été acheminé.

NOTE IMPORTANTE : Plusieurs travailleurs se sont abstenus de répondre à une ou plusieurs questions. Lorsque le nombre d'abstentions était supérieur à 25, une note a été directement indiquée dans l'analyse. En annexe F, vous trouverez les réponses brutes pour chaque question ainsi que le nombre de répondants ou d'abstentions.

1. Typologie des travailleurs

Les principaux lieux (tel que demandé à la question 1) de résidence des travailleurs sont les suivants :

- **Ville de Québec (250 répondants) (78%)**
 - Arrondissement Beauport (54 répondants)
 - Arrondissement Charlesbourg (43 répondants)
 - Arrondissement Ste-Foy/Sillery (38 répondants)
 - Arrondissement Limoilou (29 répondants)
 - Arrondissement La Cité (27 répondants)
 - Arrondissement Laurentien (19 répondants)
 - Arrondissement Les Rivières (19 répondants)
 - Arrondissement La Haute-St-Charles (9 répondants)

- **Rive Nord (41 répondants) (13 %)**
 - Saint-Augustin-de-Desmaures (12 répondants)
 - L'Ancienne-Lorette (6 répondants)
 - Boischatel (4 répondants)

- **Rive Sud (30 répondants) (9 %)**
 - Lévis (11 répondants)
 - Rive Sud (3 répondants)
 - Saint-Étienne (3 répondants)
 - Saint-Jean-Chrysostome (3 répondants)
 - Saint-Nicolas (3 répondants)

Note : Le nombre d'abstentions s'élève à 80

Les répondants travaillent essentiellement dans les endroits suivants :

- SAAQ
- En Haute-Ville
- Parcs Canada Ville de Québec
- Ministère des Finances
- Musée de la Civilisation
- Agence des services frontaliers
- Dans le Vieux-Port
- En Basse-Ville
- Pub St-Patrick
- Palais Montcalm

Note : Pour les répondants ayant précisé qu'ils travaillaient en Haute-Ville, dans le Vieux-Port ou encore en Basse-Ville, il a été impossible d'identifier les employeurs.

26% des travailleurs sont à leur emploi depuis 1 an à 5 ans et 23 % depuis 6 ans à 10 ans.

En regroupant les titres d'occupation, les plus énoncés ont été identifiés :

- Professionnel (43 répondants) (11%)
- Secrétaire (28 répondants) (7%)
- Technicien (28 répondants) (7%)
- Analyste en informatique (26 répondants) (6,8%)
- Fonctionnaire (20 répondants) (5%)
- Agent de bureau (18 répondants) (4,7%)
- Technicien en administration (16 répondants) (4,2%)

La **question 3** demandait **quel moyen de transport est utilisé** pour se rendre au travail.

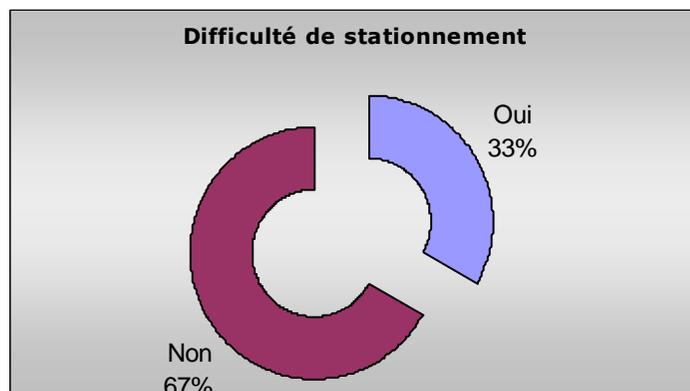
La moitié (54,4 %) des répondants s'est déplacée en voiture pour venir au travail.

	RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Voiture	178	54,4%
Autobus	87	26,6%
À pied	34	10,4%
Vélo	19	5,8%
Autre	9	2,8%

Note : Le nombre d'abstentions pour cette question est de 74.

La **question 4** cherchait à savoir **s'ils rencontrent des difficultés** à se stationner.

Le diagramme de répartition ci-dessous permet de conclure que 67% ne rencontrent pas de difficulté pour se stationner.



Cette question portant sur le stationnement nous dirige vers le deuxième volet de cette partie, soit celui du comportement d'achat des travailleurs à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec.

2. Comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

Nous avons évalué en profondeur les habitudes de consommation des travailleurs dans le Vieux-Québec. En voici les résultats.

La **question 5** a permis d'identifier les principaux **endroits** où les travailleurs faisaient leurs **emplettes**.

On remarquera, avec le tableau ci-dessous, que le Vieux-Québec (39 %) a obtenu le nombre le plus élevé de fréquentation.

ENDROITS DES EMPLETTES	NOMBRE DE RÉPONDANTS
Vieux-Québec	132 répondants (39%)
Quartier Saint-Roch	61 répondants (18%)
Rue Saint-Jean	36 répondants (11%)
Sainte-Foy	32 répondants (9%)
Faubourg Saint-Jean-Baptiste	28 répondants (8%)

Note : Le nombre d'abstentions s'élève à 64.

Note : Pour les 36 personnes aillant mentionnées la rue St-Jean, il a été impossible d'identifier s'il s'agissait de la portion à l'intérieur ou à l'extérieur des murs.

Le tableau ci-dessous expose les résultats de la **question 6**. Cette dernière était formulée de la façon suivante : **« Au cours des douze derniers mois, à quelle fréquence êtes-vous allés dans les endroits suivants ou avez-vous utilisé les endroits suivants dans le Vieux-Québec ? ».**

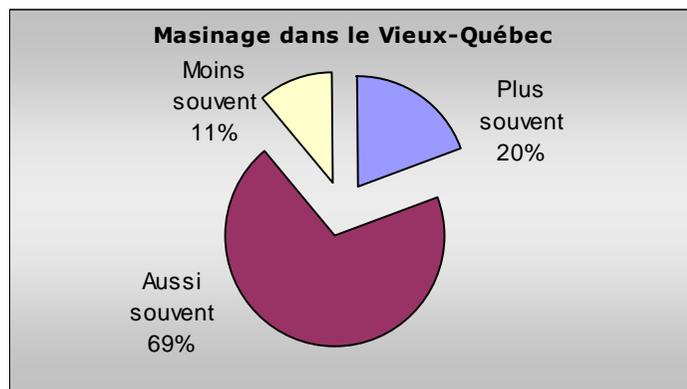
FRÉQUENTÉ PLUS DE 8 FOIS	FRÉQUENTÉ DE 4 À 8 FOIS	FRÉQUENTÉ DE 1 À 4 FOIS	JAMAIS FRÉQUENTÉ
Restaurant (67%)	Boutiques de vêtements (21%)	Boutiques cadeaux (45%)	Services dentaires (89%)
Dépanneur (40%)	Boutiques de cadeaux (15%)	Culture (36%)	Nettoyeur (84%)
Services bancaires (35%)	Dépanneur, librairie et bar (14%)	Pharmacie (35%)	Services médicaux et salons de coiffure (82%)

Note : La présente question a été analysée de façon à indiquer les types de commerce les plus fréquentés ou encore les moins fréquentés (proportionnellement au nombre de répondants par catégorie (jamais, 1 à 4 fois, etc.).

Grâce au regroupement de données, il est possible de conclure que les restaurants, les dépanneurs et les services bancaires sont les plus fréquentés dans le Vieux-Québec. Alors que les services dentaires, les nettoyeurs, les services médicaux et les salons de coiffure sont les moins visités par les travailleurs dans le quartier.

C'est à la **question 7** qu'il était demandé si les travailleurs **consommaient plus souvent, aussi souvent ou moins souvent qu'avant dans le Vieux-Québec.**

Les résultats sont illustrés dans le diagramme circulaire ici-bas. En effet, 20% des répondants consomment davantage dans le secteur sous enquête.



Cette question été également posée de manière à connaître la raison de leur fréquentation (plus souvent ou moins souvent qu'avant). Les arguments les plus avancés sont :

Plus souvent, pourquoi ? (57 répondants)

- J'y travaille (40 répondants) (70%)
- Meilleure connaissance des commerces (3 répondants) (5%)

Moins souvent, pourquoi ? (37 répondants)

- Disparition de l'épicerie sur la rue Saint-Jean (6 répondants) (16%)
- Quitte moins les lieux de travail (5 répondants) (14%)
- Congé de maternité (3 répondants) (8%)

- Les prix plus élevés (2 répondants) (5%)
- Manque de diversité (2 répondants) (5%)
- Stationnement (2 répondants) (5%)
- Trop loin de la résidence (2 répondants) (5%)

La **question 8** se lisait comme suit : **« Quels sont les critères déterminants dans le choix des commerces suivants ? ».**

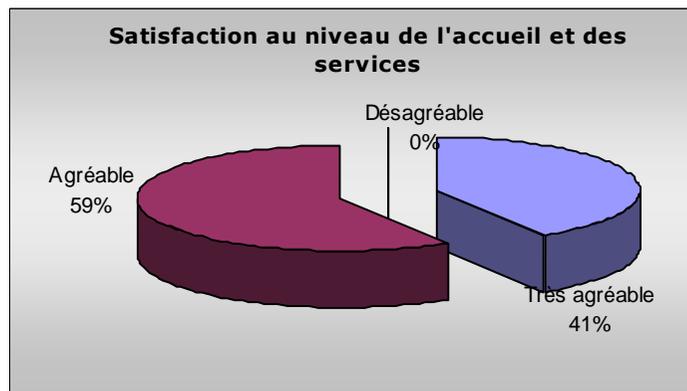
Afin de mieux interpréter les données, un tableau a été produit et ce dernier indique que la proximité et la qualité sont les deux critères déterminants pour le choix des commerces.

PROXIMITÉ	QUALITÉ	PRIX
<ul style="list-style-type: none"> • Épicerie générale (85%) • Pharmacie (84%) • Dépanneur (89%) • Salon de coiffure et d'esthétique (52%) • Nettoyeur (76%) • Quincaillerie (69%) • Librairie (64%) • Restaurant (67%) • Bar (64%) • Services bancaires (87%) • Services médicaux (67%) • Services dentaires (58%) • Boutique de cadeaux (55%) • Galerie d'art et antiquités (38%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Épicerie spécialisée (64%) • Boucherie (65%) • Poissonnerie (64%) • Boulangerie (65%) • Culture (47%) • Boutique de décoration (50%) • Produits régionaux (65%) • Galerie d'art et antiquités (39%) • Métiers d'art (48%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Boutique de vêtements (53%) • Boutique de chaussures (52%)

En croisant les données avec la question 6, il est possible de déduire que la proximité de la résidence prévaut auprès des travailleurs pour l'épicerie générale. Ce qui semble être également le cas pour les nettoyeurs, les services médicaux, les salons de coiffure et d'esthétique, les quincailleries et les services dentaires.

Grâce à la **question 9**, le **niveau de satisfaction des travailleurs envers l'accueil et le service** a été évalué.

Les résultats exposés dans le diagramme indiquent que les travailleurs semblent satisfaits puisque 59% considèrent l'accueil et le service comme étant agréable et 41% très agréable.

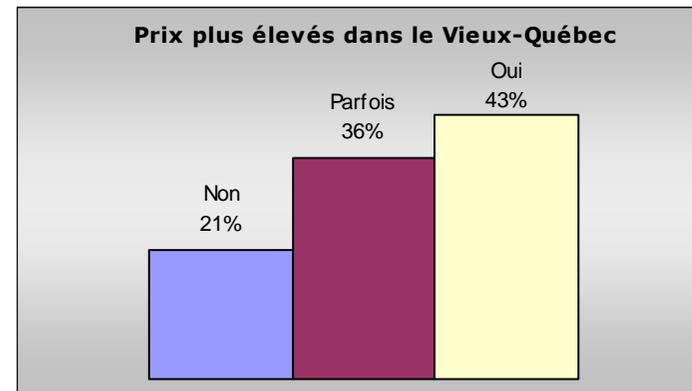


Une forte majorité (83%) précise que c'est le même accueil et service pour tous les types de commerces.

Note: 147 personnes se sont abstenues de répondre à cette précision.

La **question 10** permettait de savoir si les travailleurs jugeaient que **les prix sont plus élevés dans le Vieux-Québec**.

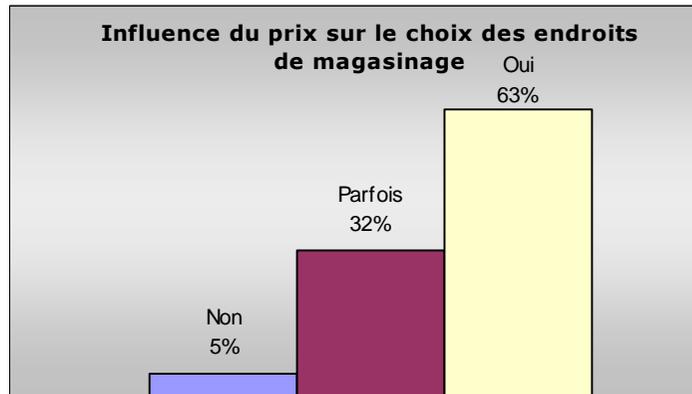
En effet, 43% estiment que les prix des produits et services sont plus élevés qu'à d'autres endroits et 36% croient qu'ils sont parfois plus élevés.



Les **principaux commerces** et services identifiés par les travailleurs **où les prix sont plus élevés** ont été regroupés ainsi:

- Restaurants (60 répondants) (36%)
- Épicerie/Aliments (46 répondants) (27%)
- Tous les types d'achat (42 répondants) (25%)
- Vêtements (38 répondants) (23%)
- Cadeaux (24 répondants) (14%)

Selon une majorité, soit 63%, le prix influencerait leur choix quant aux endroits de magasinage.



Ceci met donc fin à l'analyse du comportement d'achat des travailleurs à l'égard du Vieux-Québec. L'analyse se poursuit avec l'évaluation de la perception des artères commerciales du secteur étudié.

3. Perception et opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

Les cinq questions suivantes nous ont permis d'étudier l'opinion des travailleurs à l'égard du Vieux-Québec, plus particulièrement le milieu commercial.

La **question 11** a mis en évidence, comme le démontre le tableau ci-dessous, les **avantages** à consommer dans le Vieux-Québec pour les travailleurs. Un peu plus de la moitié (55%) a identifié la proximité comme étant un avantage à fréquenter les commerces et services du secteur.

AVANTAGES	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Proximité (ex : Proximité du travail, etc.)	200	55,2%
Accessibilité sur l'heure du dîner (ex : achat pendant l'heure du dîner, facilité de magasinage le midi, etc.)	32	8,8%
Beauté des lieux	32	8,8%
Encourager l'économie locale et le quartier (ex : encourager les commerçants de mon quartier, encourager les commerçants locaux pour maintenir une diversité, etc.)	31	8,6%
Exclusivité	30	8,3%
Diversité	30	8,3%
Qualité	28	7,7%
Aucun avantage	26	7,2%

Note : 39 abstentions ont été dénombrées

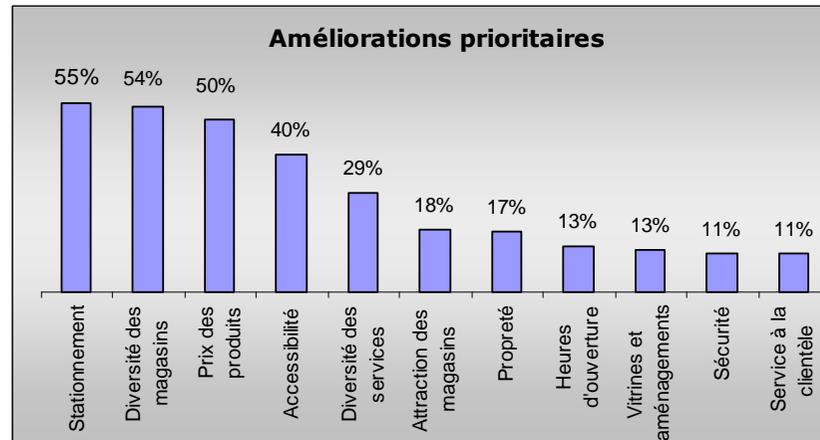
À l'inverse, à la **question 13**, les travailleurs étaient interrogés sur les **inconconvénients** à consommer dans le Vieux-Québec. Le stationnement et le prix prédominent auprès des travailleurs comme inconconvénients.

INCONVÉNIENTS	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Stationnement (ex : manque de stationnement, prix, etc.)	145	41,5%
Prix (ex : prix élevés, prix touristiques, etc.)	129	37,0%
Variété (ex : diversité des produits, choix limité etc.)	58	16,6%
Achalandage (ex : achalandage touristique, etc.)	48	13,8%

Note : Pour la présente question, le nombre d'abstentions a été chiffré à 52.

La **question 14** était libellée ainsi : **« Parmi la liste suivante, quelles sont les améliorations que vous jugeriez prioritaires et qui vous inciteraient à fréquenter davantage les commerces du secteur? ».**

L'histogramme à barres révèle que selon les travailleurs, les actions à poser seraient au niveau du stationnement, de la diversité des magasins et des prix des produits.



Note : Le nombre d'abstentions pour la présente question s'élève à 34.

La **question 17** a permis de déterminer quels types de commerces sont **trop nombreux, suffisant ou insuffisant dans le Vieux-Québec**. Les constats sont les suivants :

Juste assez nombreux

- Bar (82%)
- Culture (82%)
- Dépanneur (81%)

Pas assez nombreux

- Quincaillerie (55%)
- Épicerie générale (51%)

Trop nombreux

- Boutique cadeaux (28%)

Note : Les résultats ci-haut ont été présentés à partir du nombre le plus élevé de répondants par critère (Trop nombreux, Juste assez nombreux, etc.).

Note importante: Pour la question 17, vous remarquerez en annexe F, avec le tableau complet, que presque la totalité (pourcentage plus élevé) des catégories de commerces sont jugés par les travailleurs comme étant juste assez nombreux.

La dernière **question 16** cherchait à évaluer le **niveau de satisfaction des travailleurs** par le biais d'une note. Avec les résultats, une note moyenne a été calculée pour les différentes catégories énoncées :

- Catégorie de la restauration 8,2/10
- Catégorie de l'alimentation 6,8/10
- Catégorie des marchandises de type grands magasins 6,1/10
- Catégorie des services 6,1/10

Note : Pour chaque catégorie, le nombre d'abstentions varie entre 21 et 74.

La conclusion qui peut être tirée des résultats précédents est que la restauration semble satisfaire le plus les travailleurs et les services et les marchandises de type grands magasins satisfont le moins les répondants.

Étant le dernier élément étudié pour établir la perception des travailleurs du Vieux-Québec, le niveau de satisfaction nous conduit à examiner les trois dernières questions de l'enquête à la section ultérieure.

4. Comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales

Le dernier motif à approfondir pour les travailleurs est leur comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales.

La **question 17** interrogeait les travailleurs sur les chiffres de **fréquentation des autres secteurs commerciaux de la Ville de Québec**.

Les résultats se traduisent de la façon suivante :

Plus de 8 fois

- Laurier Québec (23%)
- Galeries de la Capitale (23%)
- Wal-Mart (23%)
- Quartier Saint-Roch (23%)

De 4 à 8 fois

- Mégacentre Ste-Foy/Duplessis (69%)
- Mégacentre Beauport (64%)
- Mégacentre Lebourgneuf (55%)
- Faubourg Saint-Jean-Baptiste (51%)

De 1 à 4 fois

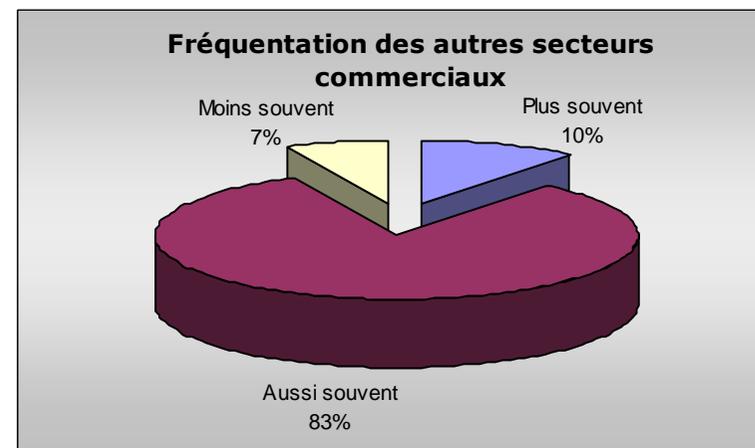
- Quartier Saint-Roch (20%)
- Place Sainte-Foy (18%)
- Laurier Québec (17%)
- Galeries de la Capitale (17%)

Jamais

- Rue Cartier (43%)
- Place Sainte-Foy (42%)
- Grande-Allée (43%)
- Laurier Québec (40%)

La **question 18** était formulée ainsi : « **En référence aux centres commerciaux et rues commerciales, diriez-vous que vous y allez ?** »

Le diagramme de répartition révèle que 10% des travailleurs fréquentent plus souvent les autres secteurs commerciaux.



Note : 27 personnes se sont abstenues de répondre.

La **question 19** permet d'identifier les **endroits** les plus fréquentés au cours des 12 derniers mois par les travailleurs, de même que les **raisons** qui les incitent à s'y rendre. Voici donc une synthèse des résultats.

Types de commerces qui ont obtenu le plus haut taux de fréquentation :

Quartier Vieux-Québec

- Antiquités (83%)
- Produits régionaux (82%)
- Métiers d'art (59%)

À l'extérieur du Vieux-Québec

- Boucherie (96%)
- Épicerie générale (96%)
- Salon de coiffure et d'esthétique (95%)
- Services dentaires (93%)
- Poissonnerie (92%)
- Nettoyeur (92%)
- Quincaillerie (91%)
- Boutique de chaussures (90%)
- Services médicaux (88%)
- Pharmacie (87%)
- Boutique de décoration (86%)
- Épicerie spécialisée (83%)
- Boulangerie (80%)
- Services bancaires (80%)
- Boutique de vêtements (77%)
- Boutique de cadeaux (73%)
- Culture (70%)
- Librairie (67%)
- Bar (65%)
- Restaurant (59%)
- Dépanneur (56%)

De façon générale, les travailleurs fréquentent les commerces du Vieux-Québec pour la proximité du travail. Il n'en demeure pas moins que la qualité fait aussi partie des critères déterminants.

Dans son ensemble, la proximité de la résidence justifie pour les travailleurs la fréquentation des commerces à l'extérieur du Vieux-Québec. Toutefois, d'autres critères se sont démarqués comme la qualité, le prix, la variété et le service.

Note : En annexe F, vous trouverez le détail pour la présente question.

C'est ainsi que se termine l'enquête auprès des travailleurs qui nous a permis de dresser un portrait sur leur perception à l'égard du milieu commercial de leur lieu de travail.

RÉSULTATS EN BREF

1. Typologie des travailleurs

- Le taux de réponse se situe à environ 16% pour les travailleurs.
- Les principaux lieux de résidence sont les arrondissements de Beauport, Charlesbourg et Sainte-Foy/Sillery.
- Un peu plus de la moitié (54,4%) se déplace en voiture au travail.
- 67% n'ont rencontré aucune difficulté de stationnement.

2. Comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

- Les répondants font principalement leurs emplettes dans le Vieux-Québec et le quartier Saint-Roch.
- Les types de commerce les plus fréquentés dans le Vieux-Québec sont les restaurants, les dépanneurs et les services bancaires.
- À l'inverse, les catégories de commerces jamais fréquentées sont les services dentaires, les nettoyeurs et les services médicaux.
- 20% des répondants fréquentent davantage le Vieux-Québec.
- Les critères déterminants pour le choix de commerce sont la proximité et la qualité.
- Une majorité (59%) des répondants considère que l'accueil et les services du Vieux-Québec sont agréables et 41% très agréables.
- 43% des répondants jugent que les prix sont plus élevés dans le Vieux-Québec qu'ailleurs et 36% présumant qu'ils sont parfois plus élevés.
- Plus de la moitié (63%) indique que les prix influencent leur choix d'endroits de magasinage.

3. Perception et opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

- La proximité et l'accessibilité sur les heures du dîner sont les deux avantages les plus souvent évoqués par les travailleurs. Alors, que les inconvénients les plus populaires semblent être, et de loin, le stationnement et les prix.
- Le stationnement, la diversité des magasins et les prix des produits sont les améliorations jugées prioritaires par les travailleurs.
- La catégorie de la restauration a été cotée la plus haute alors que les services et les marchandises de type grands magasins ont reçu la moyenne la plus faible.

4. Comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales

- Les travailleurs fréquentent principalement de 4 à 8 fois les mégacentres de Beauport, Sainte-Foy/Duplessis et Lebourgneuf.
- 10% des répondants se rendent plus souvent dans les autres destinations commerciales.

QUATRIÈME PARTIE

ANALYSE DES QUESTIONNAIRES VISITEURS RÉGIONAUX

Cette partie de l'étude porte sur la perception des visiteurs régionaux envers le Vieux-Québec. Tout comme le sondage aux résidents et travailleurs, elle est divisée en quatre grands volets :

1. Typologie et profil des visiteurs régionaux
2. Comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec
3. Perception et opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec
4. Comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales

Plus de 2 100 personnes ont été interpellées et 419 ont complété le questionnaire. Le taux de réponse se situe donc à environ 19,7%.

Près de 700 personnes souhaitaient répondre au sondage, mais n'étaient pas éligibles (ex : provenant de l'extérieur) et les autres (environ 1 000) ne voulaient pas participer à la présente étude.

NOTE IMPORTANTE : La cueillette d'information a été réalisée directement auprès des visiteurs régionaux et ainsi le taux de réponse pour chaque question est très élevé. Seules les questions où le nombre d'abstentions est supérieur à 15 ont été mentionnées dans le rapport.

En annexe G, vous trouverez les réponses brutes de même que le taux de réponse pour chaque question.

1. Typologie et profil des visiteurs régionaux

Bien qu'il ne fût pas demandé dans le questionnaire, les sondeurs ont noté quelques informations (groupe d'âge et sexe) afin de pouvoir dresser succinctement un profil des visiteurs régionaux.

Le tableau ci-dessous présente le groupe d'âge des répondants. Le groupe prédominant est celui des 35-64 ans.

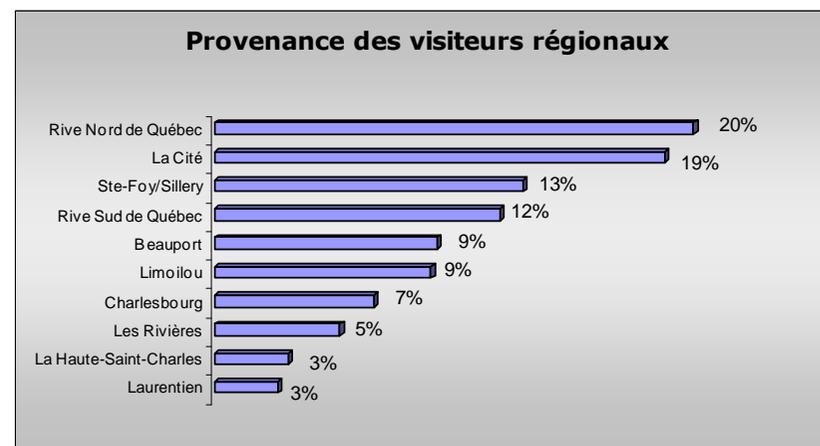
GRUPE D'ÂGE DES RÉPONDANTS	RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Moins de 18 ans	4	1,0%
18-34 ans	96	23,4%
35-64 ans	275	66,9%
65 ans et plus	36	8,8%

Au cours de la cueillette d'information le sexe des répondants a été marqué de sorte à établir les faits suivants :

- 50% des répondants étaient des femmes
- 32% des répondants étaient des hommes
- 18% des répondants étaient des couples

La **première question** a permis d'identifier la **provenance** des personnes sondées.

Les résultats sont dévoilés dans le diagramme à barres ci-après. En examinant ce dernier plus en détail, on constatera qu'une majorité des répondants provient des différents arrondissements de la Ville de Québec, soit 68%.



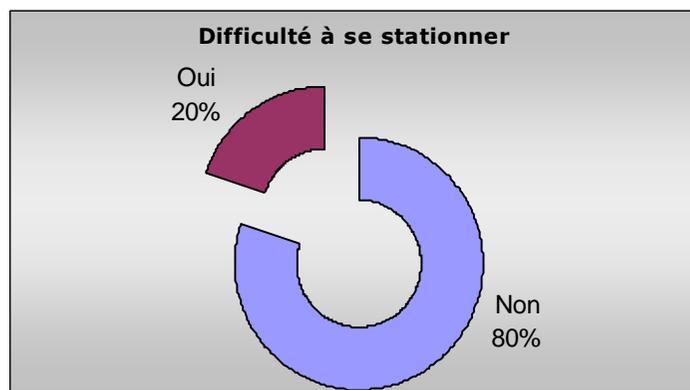
La **question 3** était formulée de manière à déterminer le **moyen de transport le plus utilisé** pour se rendre dans le secteur à l'étude.

Les faits qui peuvent en être tirés sont que plus du tiers, soit 38% s'est déplacé en automobile dans le Vieux-Québec. C'est le transport en autobus avec 23% qui est le deuxième moyen de transport le plus populaire auprès des visiteurs régionaux. C'est d'ailleurs ce qu'illustre le tableau suivant.

MOYEN DE TRANSPORT UTILISÉ	RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Voiture	160	38,2%
Autobus	97	23,2%
À pied	82	19,6%
Vélo	42	10,0%
Autre	38	9,1%

La **question 4** cherchait à savoir si les répondants avaient rencontré des **problèmes quant au stationnement**. De plus, il leur était demandé de préciser la nature de ces difficultés.

Le diagramme circulaire révèle qu'une majorité importante, soit 80%, affirme n'avoir rencontré aucune difficulté à se stationner.



Parmi ceux aillant eu des problèmes de stationnement (32 répondants), voici les ennuis les plus souvent soulevés :

- Manque d'espaces (18 répondants) (56%)
- Dispendieux (7 répondants) (22%)

Note : *Il est important de mentionner que plusieurs personnes (39) affirmant n'avoir rencontré aucune difficulté ont tout même émis des commentaires à l'égard du stationnement. Ces derniers ont été insérés dans l'annexe G.*

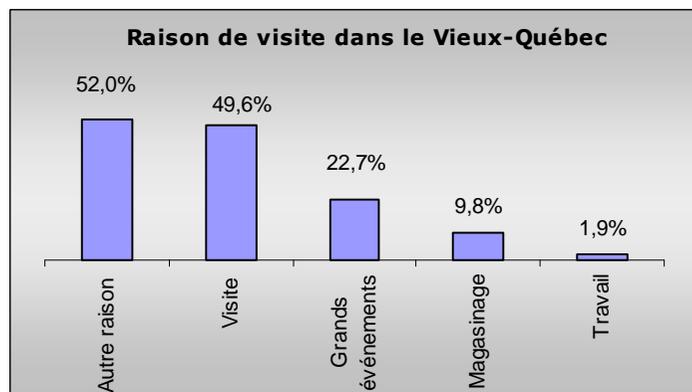
Cette quatrième question nous amène à la fin du volet portant sur la typologie des visiteurs régionaux.

2. Comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

Sept questions permettent d'en apprendre davantage sur le comportement d'achat des visiteurs régionaux dans le Vieux-Québec.

La **question 5** était libellée ainsi : **« Quelle est la principale raison de votre présence dans le Vieux-Québec aujourd'hui ? »**

Une faible majorité précise se déplacer dans le secteur pour d'autres raisons que celles suggérées, mais prétendent également à 49,6% se déplacer dans le secteur pour visiter.



Les 218 répondants qui affirmaient se déplacer pour d'autre raisons ont précisé ces dernières et elles se traduisent comme suit :

- Fête du 400^e (44 répondants) (20%)
- Promenade/Balade (32 répondants) (15%)
- Activités/spectacles/festival (31 répondants) (14%)
- Restaurants (17 répondants) (8%)
- Sport (15 répondants) (7%)

- Musées (13 répondants) (6%)
- Vieux-Port (11 répondants) (5%)
- Détente/Plaisir (10 répondants) (4,5%)
- Bouquinistes (7 répondants) (3%)
- Faire visiter les amis (7 répondants) (3%)
- Marché du Vieux-Port (7 répondants) (3%)
- Température (7 répondants) (3%)
- Marcher (6 répondants) (2,7%)
- Rendez-vous (6 répondants) (2,7%)
- Visite en famille (6 répondants) (2,7%)
- Beauté (5 répondants) (2%)

De plus, parmi les 95 répondants affirmant venir dans le Vieux-Québec pour les grands événements, 56 d'entre eux ont mentionné les Fêtes du 400^e.

La **question 6** pouvait se lire ainsi : **« Au cours des douze derniers mois, à quelle fréquence êtes-vous venu dans le Vieux-Québec ? »**

Les résultats ont été compilés dans le tableau ci-dessous et rapportent que, majoritairement, les gens (69%) viennent dans le Vieux-Québec plus de 8 fois par année.

	RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Plus de 8 fois	289	69,0%
Entre 6 et 8 fois	27	6,3%
Entre 4 et 6 fois	32	7,6%
Entre 2 et 4 fois	39	9,3%
Moins de 2 fois	32	7,6%

Les **raisons** les plus populaires pour se déplacer dans le secteur sont les suivantes :

- Promenade (151 répondants) (38%)
- Restaurants (104 répondants) (26%)
- Visite (76 répondants) (19%)
- Magasinage (63 répondants) (16%)
- Grands événements (53 répondants) (13%)
- Spectacles (42 répondants) (10%)
- Plaisir (30 répondants) (7,5%)
- Musées (26 répondants) (6,5%)

La **question 7** a permis de connaître la **saison** qui attire le plus les visiteurs régionaux et c'est la période estivale pour 75 % des répondants.

Grâce à la **question 8**, il était possible d'en apprendre davantage sur les **commerces qui incitent les répondants à venir dans le Vieux-Québec**.

Les magasins les plus fréquemment énoncés sont les suivants :

- Restaurants et cafés (113 répondants) (27%)
- Magasins de vêtements (46 répondants) (11%)
- Marché du Vieux-Port (42 répondants) (10%)
- Galeries d'arts (18 répondants) (4%)

Note importante : Il est important d'indiquer que 144 répondants (34%) ont indiqué qu'aucun commerce en particulier ne les incite à se déplacer dans le secteur.

Note importante: Pour les magasins de vêtements, il est essentiel de préciser que le magasin Simons a été cité par 27 répondants (59%) sur 46.

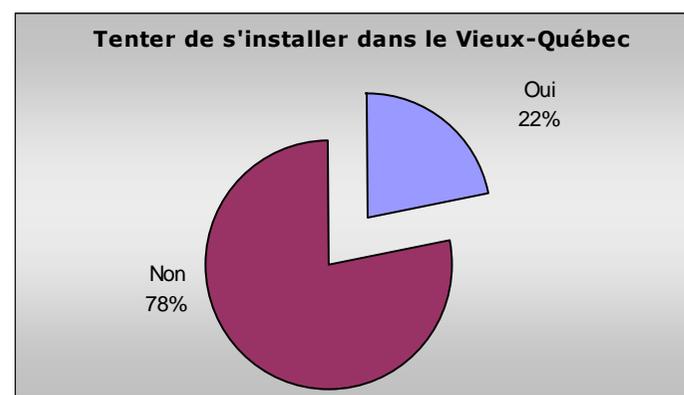
La **question 9** cherchait à savoir quels **commerces seraient visités** au moment de leur présence dans le secteur. Alors, voici les commerces ou types de commerces que les répondants avaient l'intention de visiter :

- Marché du Vieux-Port (79 répondants) (19%)
- Restaurants (49 répondants) (12%)
- Boutique de vêtements (44 répondants) (11%)
- Bouquinistes (16 répondants) (4%)
- Galeries d'art (13 répondants) (3%)

Note importante : 170 répondants (41%) affirmaient qu'ils avaient l'intention de ne visiter aucun commerce lors de leur présence dans le Vieux-Québec.

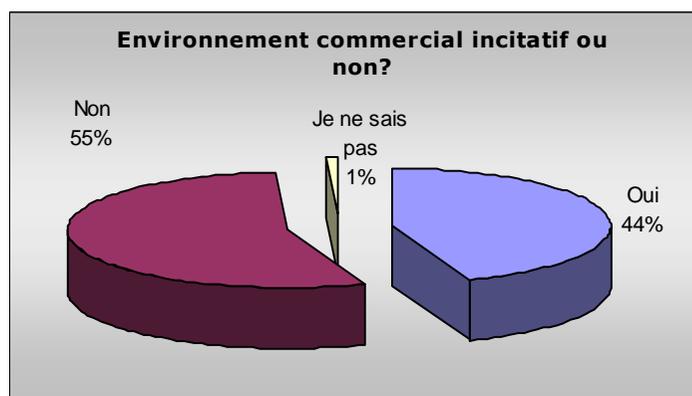
C'est à la **question 10** qu'il était possible d'évaluer si les visiteurs seraient **tentés de s'installer dans le Vieux-Québec**.

Le diagramme de répartition expose que c'est en nombre supérieur (soit 78%) que les répondants affirment qu'ils ne seraient pas tentés d'aménager dans le secteur.



La dernière question de ce volet, **question 11**, était formulée ainsi : **« L'environnement commercial du Vieux-Québec, est-il incitatif ou dissuasif à la résidence ? ».**

Les résultats ont permis de concevoir le graphique circulaire ci-dessous. En effet, la vision des répondants est assez partagée, puisque 44 % jugent que l'environnement commercial est incitatif alors que 55 % présument qu'il est dissuasif.



Voici quelques **raisons** énumérées pour soutenir que l'environnement commercial est incitatif :

- Proximité (42 répondants) (38%)
- Beauté (15 répondants) (13%)
- Attire les gens/beaucoup de vie (10 répondants) (9%)
- Beaucoup de commerces et de services/variété (10 répondants) (9%)
- Ambiance (8 répondants) (7%)
- Beaucoup d'activités ou choses (6 répondants) (5%)

À l'inverse, vous trouverez quelques **justifications** expliquant pourquoi l'environnement commercial est dissuasif :

- Absence de services et commerces de base (51 répondants) (35%)
- Reliés à l'activité touristique (30 répondants) (21%)
- Achalandage (21 répondants) (14%)
- Bruits (18 répondants) (12%)
- Stationnement (17 répondants) (12%)
- Circulation (10 répondants) (7%)
- Dispendieux (10 répondants) (7%)
- Manque de terrain/verdure (9 répondants) (6%)

Note : Le nombre d'abstentions pour cette question s'élève à 61.

Note importante : Les répondants ont eu beaucoup de difficulté à comprendre cette question et ce même après explications, d'où le fait que leur justification ne se limite pas uniquement à l'environnement commercial, mais plutôt aux différentes composantes de l'ensemble du secteur.

Cette question complète la section portant sur le comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec. La perception et l'opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec est le prochain sujet analysé pour les visiteurs régionaux.

3. Perception et opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

Cette troisième partie évaluera la perception à l'égard des rues commerciales du secteur grâce à quatre questions.

Le tableau ci-dessous résume les **avantages à consommer** dans le Vieux-Québec pour les visiteurs, tel que demandé à la **question 12**.

AVANTAGES	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Ambiance	139	34,3%
Aucun avantage en particulier	116	28,6%
Encourager l'économie locale et le quartier (ex : Encourager les commerçants de mon quartier, Encourager les commerçants locaux pour maintenir une diversité, etc.)	68	16,8%
Exclusivité/Originalité	46	11,4%
Proximité (ex : tout peut se faire à pied, etc.)	40	9,9%
Beauté/Cachet	26	6,4%
Restaurants	21	5,2%

Un deuxième tableau a été produit pour exposer les résultats de la **question 13** soient les **inconconvénients** pour les visiteurs à consommer dans le Vieux-Québec.

INCONVÉNIENTS	NOMBRE DE RÉPONDANTS	POURCENTAGE
Stationnement (ex : manque d'espaces, dispendieux, etc.)	139	34,1%
Prix (ex : prix élevé, etc.)	112	27,5%
Aucun inconconvénient	107	26,2%
Circulation	24	5,9%
Achalandage	22	5,4%

En croisant les données, bien que les visiteurs régionaux ne semblent pas avoir rencontré (majoritairement) de difficultés à se stationner, il n'en demeure pas moins, qu'ils estiment que le stationnement est un inconconvénient.

La **question 14** se lisait comme suit : **« En utilisant une note sur 10, comment évaluez-vous les rues commerciales du Vieux-Québec sur les aspects suivants? (0 étant la note la plus faible et 10 la plus forte) ».**

Les données recueillies lors de cette question ont permis de calculer une note moyenne pour chaque catégorie.

- L'atmosphère 9,1/10
- La sécurité 8,7/10
- La qualité des restaurants 8,7/10
- La propreté 8,6/10
- Le service à la clientèle 8,5/10
- Les vitrines et les aménagements des établissements 8,4/10
- La qualité des commerces 8,0/10
- L'accessibilité 7,8/10
- La diversité, le choix des commerces 7,5/10
- Le prix des produits et services 6,3/10
- Le stationnement 4,9/10

L'atmosphère est l'aspect le mieux coté par les visiteurs, alors que le stationnement et le prix des produits ont reçu les plus faibles notes.

À la **question 15**, il était demandé quels étaient **les commerces ou services manquant** dans le Vieux-Québec. Vous trouverez ici-bas les commerces ou services les plus souvent nommés :

- Aucun (200 répondants) (49%)
- Épicerie/Alimentation (82 répondants) (20%)
- Commerces de proximité et de base (22 répondants) (5%)
- Toilettes publiques (18 répondants) (4%)
- Mobilité urbain (16 répondants) (3,8 %)
- Pharmacie (14 répondants) (3,4 %)
- Restaurants (13 répondants) (3,2%)
- Plus de diversité/ variété (8 répondants) (2%)
(c'est pour les touristes)

Dans le volet suivant, nous procéderons à l'analyse du comportement d'achat des visiteurs régionaux à l'égard des autres destinations commerciales.

4. Comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales

Ce quatrième et dernier volet comporte seulement une question.

La **dernière question** demandait si **au cours des douze derniers mois, les répondants avaient fréquenté d'autres artères commerciales et/ou centres commerciaux que le Vieux-Québec.** Un tableau synthèse a pu être créé à partir des résultats.

Les secteurs les moins fréquentés par les visiteurs régionaux sont les trois mégacentres (Beauport, Sainte-Foy/Duplessis et Lebourgneuf). Alors que les secteurs les plus visités sont : Laurier Québec, Place Sainte-Foy et Place de la Cité.

	FAUBOURG	SAINT-ROCH	GRANDE-ALLÉE	CARTIER	LAURIER QUÉBEC	PLACE DE LA CITÉ	PLACE SAINTE-FOY	GALERIES DE LA CAPITALE	PLACE FLEUR DE LYS	COSTCO	WAL-MART	MÉGACENTRE BEAUPORT	MÉGACENTRE STE-FOY/DUPLESSIS	MÉGACENTRE LEBOURGNEUF
MOINS DE 2 FOIS	174	141	139	144	86	115	102	141	218	259	192	334	306	298
ENTRE 2 ET 4 FOIS	55	65	62	59	52	45	44	74	54	25	44	19	32	32
ENTRE 4 ET 6 FOIS	25	38	42	32	40	43	44	35	32	13	29	8	22	27
ENTRE 6 ET 8 FOIS	18	18	23	19	19	16	19	15	14	13	14	6	9	12
PLUS DE 8 FOIS	134	132	135	150	209	183	194	147	98	102	133	48	44	44
AUTRES RÉPONSES	11	24	17	14	12	16	15	6	2	6	6	2	5	5
TOTAL RÉPONDANTS	417	418	418	418	418	418	418	418	418	418	418	417	418	418

NOTE IMPORTANTE : En annexe G, vous trouverez un tableau précisant par secteur le nombre de répondants qui ne fréquentent jamais les autres artères commerciales.

L'analyse de la question 16 met donc fin à l'analyse complète pour les visiteurs régionaux et également à l'ensemble de l'étude de marché.

RÉSULTATS EN BREF

1. Typologie des visiteurs régionaux

- Plus de 2 100 personnes ont été interpellées et 419 ont complété le sondage, chiffrant ainsi le taux de réponse à 19,7%.
- Le groupe d'âge le plus représenté est celui des 35-64 ans avec 66,9% des répondants.
- 50% des répondants sont des femmes, 32% des hommes et 18% des couples.
- Une majorité, soit 68 % des visiteurs régionaux viennent du territoire de la Ville de Québec.
- La voiture (38%) et l'autobus (23%) sont les moyens de transport les plus employés pour se déplacer dans le secteur.
- 80% des personnes qui se sont déplacées en voiture n'ont rencontré aucune difficulté de stationnement.

2. Comportement d'achat à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

- 49,6 % des répondants disent être venus dans le Vieux-Québec pour visiter.
- Une majorité, soit 69% ont fréquenté le secteur plus de 8 fois au cours de la dernière année.
- La saison estivale attire 75% des répondants.
- Les commerces qui incitent à se déplacer dans le secteur sont :
 - Restaurants
 - Boutiques de vêtements
 - Marché du Vieux-Port
- Les commerces les plus visités lors de la présence des visiteurs régionaux dans le secteur sont :
 - Marché du Vieux-Port
 - Restaurants
 - Boutiques de vêtements
- 22% des visiteurs régionaux souhaitent s'installer dans le Vieux-Québec.
- L'opinion des répondants quant à savoir si l'environnement commercial est incitatif ou dissuasif est partagée. 44% soutiennent que l'environnement commercial est incitatif, alors que 55% dissuasif.

3. Perception et opinion à l'égard des artères commerciales du Vieux-Québec

- Le principal avantage à consommer dans le Vieux-Québec, selon les visiteurs régionaux, est l'ambiance alors que le principal inconvénient semble être le stationnement.
- L'atmosphère est l'aspect du Vieux-Québec qui a reçu la plus forte note, alors que le stationnement la plus faible.
- Les épiceries et les commerces de proximité ont été identifiés comme étant les plus absents dans le secteur.

4. Comportement d'achat à l'égard des autres destinations commerciales

- Les secteurs les moins fréquentés par les visiteurs régionaux sont les trois mégacentres (Beauport, Sainte-Foy/Duplessis et Lebourgneuf). Alors que les secteurs les plus visités sont : Laurier Québec, Place Sainte-Foy et Place de la Cité.