



Ce document a été conçu afin de vous aider à bien remplir le questionnaire ainsi qu'à faire une lecture appropriée de votre rendement relativement à l'enjeu de **l'épanouissement et de la qualité de vie des visiteurs**.

Dans la première partie, vous trouverez les définitions nécessaires pour bien comprendre les questions et vous assurer de l'exactitude de vos réponses. Dans la seconde partie, vous trouverez l'information requise pour mieux comprendre l'enjeu.



Nous vous invitons également à visionner la [capsule vidéo](#) présentant cet enjeu, ainsi que celle qui explique [comment lire vos résultats](#).

Remplissez les questionnaires pour l'ensemble des 12 enjeux sociaux et obtenez :



- Votre indice de performance globale
- L'analyse du rayonnement de vos pratiques sociales selon les différentes parties prenantes
- L'analyse de vos résultats selon les principes de développement durable
- Un indice de la diversité et de l'inclusion sociale au sein de votre organisation
- Un indice de votre performance socioéconomique
- La possibilité d'obtenir un rapport d'appréciation des résultats du MEPS (\$)



Consignes

- Répondez à **toutes** les questions de l'onglet « PRÉSENTATION », car le calcul des indices de performance dépend de ces réponses.



Vous constaterez que les indices de performance se calculent automatiquement et sont disponibles dès que vous remplissez votre questionnaire lié à l'enjeu.

- Pour vous faciliter la tâche, plusieurs questions proposent un choix de réponses.
- Si vous omettez une question, un **résultat de zéro** est automatiquement attribué à l'indicateur qui lui est associé. Il est donc important de répondre à toutes les questions. Si un indicateur découle des réponses à plus d'une question, seule la question où la réponse est manquante obtient un résultat de zéro, et non l'ensemble de l'indicateur.
- Rappelez-vous que la qualité de vos résultats dépend de l'exactitude de vos réponses. N'hésitez pas à consulter vos collègues ou administrateurs, le cas échéant, pour remplir le questionnaire.

Sauvegarde de vos réponses

- Sauvegardez votre MEPS pour y avoir accès de nouveau. Un courriel vous sera envoyé avec l'hyperlien menant vers votre document. Il est **IMPORTANT** de conserver cet hyperlien.
- N'hésitez pas à transmettre cet hyperlien à vos collègues, car le MEPS est un tableau de bord pour l'ensemble de votre organisation. (Un seul MEPS est accepté par organisation.)
- N'oubliez pas de sauvegarder votre MEPS lorsque vous voulez quitter l'outil et que vous avez apporté au moins un changement, sinon ce changement s'effacera.
- Si vous perdez votre hyperlien, communiquez avec le Service de recherche d'Événements Attractions Québec à meps@eaq.quebec.
- N'appuyez sur le bouton « SOUMETTRE » **que lorsque vous avez achevé l'ensemble** des enjeux que vous souhaitiez évaluer.



Définitions

✦ **Mesures pour assurer de saines habitudes de vie et la sécurité des visiteurs**

Cochez, **parmi les mesures énumérées**, celles que votre organisation a mises en place pour assurer de saines habitudes de vie et la sécurité de vos visiteurs. Ne cochez rien s'il n'y en a aucune.

- Zone réservée aux fumeurs
- Restauration avec menus santé
- Mesures pour assurer la sécurité des femmes ou des groupes vulnérables
- Sensibilisation contre l'abus d'alcool ou de drogues
- Mesures gratuites d'évaluation de la qualité des drogues
- Tentes médicales
- Autre(s) mesure(s) concrète(s)

✦ **Activités avec des objectifs précis**

Parmi ces deux objectifs, sélectionnez ceux qui étaient visés par une ou des activités comprises dans votre programmation. Ne sélectionnez rien si vous ne visiez aucun de ces objectifs.

Encourager l'interaction sociale et la socialisation entre des visiteurs : activités où les visiteurs sont actifs et mis en relation avec d'autres visiteurs de façon à stimuler ou à forcer la rencontre sociale et la socialisation entre les personnes (ateliers d'improvisation, courses familiales, ateliers de création, etc.).

Favoriser le goût et le plaisir de bouger : activités où les visiteurs sont appelés à bouger, à dépenser de l'énergie et à faire un effort physique.

✦ **Aménagements pour les visiteurs**

Cochez, **parmi les éléments énumérés**, les aménagements que votre organisation a mis à la disposition des visiteurs lors de votre plus récent événement pour favoriser leur qualité de vie. Ne cochez aucune case si rien n'a été mis en place.

- Restauration sur le site
- Aire de pique-nique sur le site
- Aire de repos ou sièges pour se reposer
- Accès gratuit à une connexion Internet sans fil
- Service de paiement par Interac ou carte de crédit
- Accès gratuit à de l'eau potable
- Accès à des toilettes complètes (avec lavabo, papier, etc.)



- Zone d'aménagements familiaux (allaitement, changement de couches, endroit pour la poussette, etc.)
- Mesure(s) pour réduire la congestion aux points d'entrée
- Stationnement
- Borne pour voiture électrique
- Aire sécuritaire pour les vélos
- Autre(s) aménagement(s)

⊕ **Contact à l'année avec les visiteurs**

Parmi les moyens énumérés, sélectionnez ceux utilisés au cours de la dernière année pour transmettre des communications informatives ou d'autres types de messages à vos visiteurs afin de garder contact avec eux. Ne cochez rien si aucun moyen n'a été utilisé.

- Publications dans les médias sociaux
- Création et envoi d'infolettres

Si vous avez déclaré que vous utilisez l'un des moyens énumérés, vous devez répondre à l'une des questions suivantes ou aux deux, selon votre réponse concernant les moyens employés.

- **Fréquence des publications dans les médias sociaux**

Sélectionnez, parmi les choix de réponse, la **fréquence** qui correspond le mieux à celle à laquelle vous avez **publié des messages dans vos réseaux sociaux** au cours de la dernière année dans le but de garder un contact avec vos visiteurs.

- **Fréquence de l'envoi d'infolettres**

Sélectionnez, parmi les choix de réponse, la **fréquence** qui correspond le mieux à celle à laquelle vous avez **fait parvenir des infolettres** à vos abonnées au cours de la dernière année.



Dans un contexte de **marketing relationnel**, un contact régulier ou soutenu avec ses visiteurs vise à établir, à maintenir et à valoriser des relations personnelles et durables avec eux, et à assurer leur fidélisation.

Les **médias sociaux** désignent les plateformes numériques qui permettent de créer des réseaux sociaux en ligne afin d'établir un lien entre votre organisation et des groupes de personnes. Ils permettent et facilitent la création et l'échange de contenus (textes, photos, vidéos) entre votre organisation et votre réseau, ainsi que la collaboration et l'interaction sociale. Les plus connus sont : Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, Pinterest, YouTube et TikTok.

L'**infolettre** est un message envoyé par courriel, transmis de façon ponctuelle ou périodique, à une liste de diffusion constituée d'abonnés afin de les informer sur vos nouveautés ou votre événement. Elle permet d'établir une relation personnelle avec vos visiteurs.



Lire vos résultats

L'enjeu de l'épanouissement et de la qualité de vie des visiteurs découle principalement de la préoccupation de satisfaire leurs besoins et leurs attentes, mais aussi de leur assurer une expérience touristique de qualité. Il ne concerne qu'une seule partie prenante, soit toutes les clientèles qui se trouvent sur votre site et participent à vos activités, peu importe leur provenance. On peut les appeler visiteurs, festivaliers, participants, compétiteurs, publics, clients, consommateurs.

Le MEPS évalue globalement cet enjeu autour de quatre axes, lesquels peuvent être présents ou non, selon votre version du MEPS :

- Contribution de votre organisation aux saines habitudes de vie et à la sécurité des visiteurs
- Proposition d'activités favorisant la rencontre sociale et le bien-être physique
- Aménagements offerts aux visiteurs afin d'améliorer leur qualité de vie lors de leur visite ou de leur participation
- Communication avec les visiteurs en dehors des événements

Contribution de votre organisation aux saines habitudes de vie et à la sécurité des visiteurs

C'est en s'inspirant de trois critères énoncés par le gouvernement du Québec pour décrire les [saines habitudes de vie](#) que les indicateurs du MEPS, pour cet axe, ont été établis :

- Un mode de vie physiquement actif, car il est reconnu que l'activité physique joue un rôle important dans le maintien de la santé, du bien-être et de la qualité de vie
- Une alimentation saine, soit un facteur déterminant pour la santé
- Un mode de vie sans tabac, car le tabagisme présente des risques importants pour la santé

Il va sans dire que les pratiques mises en place par votre organisation ne garantissent pas l'adoption de saines habitudes de vie chez les visiteurs, mais au moins, vous y contribuez.

Les pratiques peuvent passer de la sensibilisation à l'offre de service, de produit ou d'activité. Par exemple vous pourriez offrir une restauration avec des menus santé ou mettre dans votre programmation des activités demandant un effort physique. Vous pourriez également faire de la sensibilisation sur l'activité physique ou sur un mode de vie sans tabac. Notez que les activités de sensibilisation peuvent prendre différentes formes : feuillet, brochure, affiche, outil audiovisuel permettant de faire des démonstrations, porte-parole, équipe verte, etc.

Cet axe inclut également les pratiques touchant la sécurité des visiteurs¹. En effet, depuis quelques années, ce dossier prend de plus en plus d'importance en tourisme, et les défis ne cessent de se multiplier. On pense évidemment à la protection contre les menaces terroristes, mais aussi à la

¹ Pour en savoir davantage sur les tendances en matière de sécurité dans les événements et les attractions touristiques, consultez le feuillet stratégique sur le sujet dans l'espace membre du site <http://www.evenementsattractions.quebec/>.



prévention des crimes contre les visiteurs (vol, violence, viol), à la prévoyance relativement aux intempéries climatiques (vents violents, chaleur extrême, etc.). À ces défis s'ajoutent depuis 2020 l'obligation d'assurer la santé des visiteurs dans un contexte de pandémie.

Activités favorisant la rencontre sociale et le bien-être

Il est question ici d'inclure dans la programmation et dans vos activités des éléments favorisant les échanges entre les personnes ainsi que le bien-être général. Le tourisme et le loisir ne sont-ils pas des activités propices à la détente, à la liberté, au divertissement et au développement ? Ces moments facilitent et favorisent les échanges et les relations sociales, car les visiteurs cherchent à aller à la rencontre d'autrui. Ils ont aussi une fonction de développement intellectuel et physique, et d'enrichissement personnel².

En l'occurrence, votre organisation offre-t-elle des activités où les visiteurs sont mis en relation entre eux de façon à stimuler ou à provoquer la rencontre sociale et la socialisation (ateliers d'improvisation, courses familiales, ateliers de création, etc.) ? Offre-t-elle également des activités éducatives qui favorisent le développement de connaissances ? Les activités physiques pourraient aussi être considérées dans l'optique du bien-être puisqu'elles contribuent aux saines habitudes de vie.

Aménagements offerts

Le bien-être et la satisfaction de tous les types de visiteurs se verront renforcés par les aménagements que votre organisation peut leur offrir. Ceux-ci sont des compléments essentiels à l'expérience du visiteur. Ce sont des détails témoignant d'un service hors pair et qui contribuent au succès de la visite.

Vous constaterez qu'une douzaine d'aménagements sont sondés dans le MEPS, comme la présence sur le site de restauration, d'aires de pique-nique, d'une zone d'aménagements familiaux, etc. Votre organisation peut aussi bonifier cette liste avec ses propres ajouts.

Communication avec le visiteur

La communication fait ici référence à toute action qui permet de garder un contact avec vos visiteurs durant l'année. Vous maintenez ainsi un lien et contribuez à assurer la continuité de votre offre touristique ou de loisirs en dehors de votre site ou de vos activités habituelles. Il faut voir ces actions de communication comme des façons d'améliorer et de poursuivre l'expérience du visiteur. Attention, il faut aller au-delà de la notion de la fidélisation client, et offrir des activités, faire vivre vos nouveautés ou créer une communauté autour de votre événement ou attraction. C'est aussi une façon de solliciter l'avis de vos visiteurs, voire de les inclure dans votre gouvernance participative. Attention, sont exclues ici toutes les actions visant essentiellement la promotion et la vente.

² Pour en savoir davantage sur le lien entre le tourisme, la santé et le bien-être, consultez l'analyse suivante : Proulx, Luce (2005), *Tourisme, santé et bien-être*, dans *Téoros*, vol. 24, n° 3, pp. 5-11, <https://journals.openedition.org/teoros/2243> (page consultée en février 2021).



Indicateurs et pondération

Enjeu de l'épanouissement et de la qualité de vie des visiteurs

- ▶ Compte pour **11 % du rendement global**.
- ▶ Est évalué à partir de **cinq indicateurs**.

Indicateurs		Pondération
1	Contribution aux saines habitudes de vie et à la sécurité des visiteurs	20 %
2	Activités favorisant la rencontre sociale	10 %
3	Activités favorisant le bien-être physique	20 %
4	Aménagements offerts aux visiteurs sur le site de l'événement	32 %
5	Soutien à l'expérience	18 %
		100 %

Notez que chacun des indicateurs a été choisi sur la base de conclusions d'études démontrant un effet positif de la pratique sociale sur la personne ou la collectivité.

L'indicateur 1 repose sur le **nombre de mesures** mises en place parmi celles suggérées dans la [liste](#).

L'indicateur 4 repose sur le **nombre d'aménagements** mis en place parmi ceux suggérés dans la [liste](#).

L'indicateur 5 est basé sur la **moyenne de quatre variables**, dont **deux principales** :

- Si vous avez des contacts durant l'année avec les visiteurs par l'intermédiaire des médias sociaux
- Si vous avez des contacts durant l'année avec les visiteurs au moyen d'une infolettre

Si vous utilisez l'un de ces moyens de communication ou les deux, les variables suivantes s'ajoutent au calcul du rendement :

- Fréquence des contacts au cours de la dernière année par l'intermédiaire des médias sociaux
- Fréquence des contacts au cours de la dernière année au moyen d'une infolettre

En l'occurrence, **quatre combinaisons sont possibles** pour cet indicateur :

- Aucun moyen de communication utilisé, ce qui se traduit par un pointage total de 0.
- Les deux moyens de communication ont été utilisés, ce qui signifie que nous passons aux deux autres questions et que le pointage correspond à la moyenne des quatre résultats.
- Les médias sociaux ont été utilisés et non l'infolettre. Dans ce cas, seule la fréquence des contacts par l'intermédiaire des médias sociaux est ajoutée au calcul.
- L'infolettre est utilisée, mais pas les médias sociaux. Dans ce cas, seule la fréquence de contacts au moyen de l'infolettre est ajoutée au calcul.



Remerciements

Le Modèle d'évaluation des pratiques sociales pour les festivals et les événements a été produit par le Service de recherche et d'intelligence d'affaires d'Événements Attractions Québec.

Sa réalisation a été rendue possible grâce à l'appui de Loto-Québec et du ministère du Tourisme.



La mise en ligne de l'outil a été réalisée par



© Événements Attractions Québec, édition révisée 2022

Avertissement

Ce document est une propriété d'Événements Attractions Québec. Toute reproduction, en totalité ou en partie, est interdite sans l'autorisation écrite d'Événements Attractions Québec.

Dans le présent document, l'emploi du genre masculin appliqué aux personnes a pour seul but d'alléger le texte et il désigne aussi bien les femmes que les hommes.

Merci aux organisations qui ont utilisé le MEPS depuis ses débuts. L'intérêt que vous lui manifestez confirme la nécessité de mises à jour continues.