

2043996J M

ETUDE DE LA CLIENTELE

par

Lynne Dupont  
Alain Emond  
Sophie Lachance  
Hélène Racine

Le 10 septembre 1982  
Réserve nationale de Faune  
du Cap tourmente



QH  
77  
.R4  
C3  
E88

## T A B L E D E S M A T I E R E S

<u>INTRODUCTION</u> .....	I
---------------------------	---

### METHODOLOGIE

Présentation et objectifs.....	I
Récolte des renseignements.....	I
Durée du questionnaire .....	2
Prétest.....	3
Enquête.....	3
Echantillonnage .....	3
Démarche .....	4
Emplacement .....	5
Jours de pluie .....	5
L'accueil .....	6

### CRITIQUE DU QUESTIONNAIRE

Disposition .....	7
Le contenu .....	7
Les questions .....	8

### STATISTIQUES

Recueil des données pour les questions 1-2-3 .....	16
Données supplémentaires: publicité externe (août) .....	22
Nos commentaires sur la réserve .....	23
Contacts avec les personnes ressources .....	25
Commentaires pour un projet futur .....	27
Conclusion .....	28

## INTRODUCTION

Le but de ce travail sera de faire ressortir certains points importants concernant la clientèle de la réserve de faune du Cap tourmente, tel que défini dans le manuel "Enquête auprès des Visiteurs".

Notons qu'une partie de ce travail servira au Service Canadien de la Faune (SCF), tandis que l'autre sera très utile auprès du personnel de la réserve.

Nous retrouverons, entre autres, les objectifs du SCF, la méthodologie employée, la compilation, l'analyse locale, de même que la critique du questionnaire.

## METHODOLOGIE

### PRESENTATION ET OBJECTIFS:

L'étude de la clientèle est un projet parrainé par le Service Canadien de la faune, une division d'Environnement Canada, et son but est d'interpréter les données recueillies de façon à adapter et d'évaluer les centres, en plus d'en faire une mise en marché.

### RECOLTE DES RENSEIGNEMENTS:

Notre manière de procéder se résumait à deux (2) méthodes. Premièrement le questionnaire volontaire que l'on retrouvait au Centre d'interprétation et qui permettait aux visiteurs, désireux

de se prêter à cette étude, d'y répondre par eux-mêmes.

En second lieu, nous procédions de façon sollicitée. Cette méthode permettait aux enquêteurs de recueillir l'information d'une manière régulière et précise et s'effectuait par contact personnalisé.

#### DUREE DU QUESTIONNAIRE:

Mentionnons que lorsqu'il y avait foule aux sorties, les recherchistes prenaient en moyenne de deux (2) à trois (3) minutes pour faire remplir les questionnaires. Il va sans dire que le temps de réponse était plus long, lorsque, peu de gens se présentaient sur le stationnement, à la fin de leur visite. Cela se vérifie par le fait que les enquêteurs prenaient le temps de bien fonder leur contact et discutaient plus longuement avec les répondants.

De plus, pour les visiteurs se prêtant à la forme volontaire, il fut observé que ceux-ci s'appliquaient habituellement à bien répondre aux questionnaires et nous croyons que ce type de visiteurs pouvait facilement prendre plus de cinq (5) minutes à inscrire toutes les réponses.

Ceci se comprend du fait qu'ils étaient confortablement assis en plus d'être tout à fait libres de leur temps. Toutefois, cette méthode s'effectuait loin de l'emplacement choisi par les recherchistes, et c'est pourquoi, nous ne voulons pas en faire une généralité.

PRETEST:

Cette période se déroulera du 18 mai au 23 mai 1982, inclusivement. Le but de ce prétest était de préparer les enquêteurs au mode de fonctionnement du questionnaire, à la méthode d'approche ainsi qu'à l'identification des difficultés d'interprétation qu'on pouvait y déceler. C'est pourquoi, les données recueillies ne furent pas compilées et ne font aucune-ment partie du présent rapport.

ENQUETE:

L'étude officiellement débuta le 24 mai pour se terminer le 29 août 1982. Le contenu des questions 1 à 3 inclusivement fut compilé en fonction d'une utilisation locale. Par la suite, les questionnaires furent acheminés mensuellement au responsable, et cela à des fins de traitement par ordinateur.

ECHANTILLONNAGE:

Le répondant choisi lors de l'enquête, par contact personnalisé, correspondait à la 3ième personne d'un groupe de 5, ayant terminé leurs activités. Ce choix d'un rapport de 1/5 fut déterminé lors du prétest de façon à faire ressortir un échantillonnage des plus représentatifs de la population étudiée.

Lors du prétest, il fut établi de ne pas questionner les jeunes de moins de 15 ans, ceux-ci étant habituellement accompagnés de leurs parents. Toutefois, de façon à garder le rapport constant, la personne suivant ce jeune visiteur devenait le répondant sollicité.

Cependant un groupe de dix (10) personnes et plus était représenté par un seul répondant. Ce choix s'avérait nécessaire, de manière à obtenir l'information globale, tout en évitant les risques de répétitions. A cela s'ajoute la difficulté de retenir une (1) personne sur cinq (5), en raison du nombre d'enquêteurs et de leur disponibilité lorsqu'un groupe part instantanément.

#### LA DEMARCHE:

A la fin de leurs activités, alors que les éventuels répondants s'approchaient de la sortie (le stationnement), ceux-ci étaient abordés par l'un des recherchistes qui, après les salutations d'usage, présentait le questionnaire et tentait d'obtenir la participation des visiteurs.

Dans l'affirmative, tout en demeurant le plus objectif possible, le responsable de l'étude inscrivait lui-même les réponses proposées par le visiteur.

Ainsi, contrairement à la démarche proposée par le SCF, nécessitant que les gens répondent d'eux-mêmes, aux questionnaires, nous avons préféré fonctionner de façon différente, après certaines réticences du public en général.

Dans le cas d'une réponse négative de la part des visiteurs, le recherchiste remerciait le visiteur tout en précisant sur le questionnaire que le répondant refuse de se prêter à l'étude.

EMPLACEMENT:

Le S.C.F. proposait la sortie du Centre d'interprétation comme endroit propice à l'étude de la clientèle. Cet endroit s'est avéré non favorable pour cause de rénovation, et c'est pourquoi il a fallu choisir d'autres lieux.

L'un d'entre eux, soit la Maison de la chasse, fut éliminé lors du prétest, puisque la majorité des gens qui la quittaient n'avaient pas nécessairement terminé leur visite.

Les endroits choisis furent la Maison des Français et le stationnement du Centre d'interprétation. En plus de leur proximité, ces lieux permettaient d'accueillir les gens et d'être présent au moment de leur départ.

JOURS DE PLUIE:

Lorsque le temps n'était pas propice, l'étude de la clientèle s'avérait des plus difficile puisque l'on disposait pas d'abris. A notre demande, les gens entraient à l'intérieur de la Maison des Français, pour répondre aux questionnaires.

Cela avait l'avantage de diminuer le nombre de refus car les gens pouvaient participer à notre étude sans aucun empressement.

Toutefois, ces journées influençaient la durée de la visite et par conséquent diminuaient l'intérêt des gens face à l'enquête.

L'ACCUEIL:

Le choix de l'emplacement a eu un avantage inattendu auprès des chercheurs. En effet, en se tenant près du stationnement, ceux-ci pouvaient déjà prendre contact auprès des visiteurs en les guidant aux activités offertes sur la réserve. Ainsi, au moment du départ, l'approche devenait des plus intéressantes, entre l'enquêteur et le répondant.



## CRITIQUE DU QUESTIONNAIRE

### LA DISPOSITION:

Puisque notre étude s'est déroulée pendant tout l'été, nous croyons qu'une critique de notre part pourrait être bénéfique pour un projet ultérieur.

Tout d'abord, notons que la disposition du questionnaire n'était pas tout à fait adéquate, puisque l'utilisation d'un "pad" devenait fastidieux. En effet, il aurait été préférable d'avoir plus d'espace au début du questionnaire pour ainsi éviter que les premières questions ne soient dissimulées.

De plus, il aurait été favorable de situer l'identification à la fin du questionnaire de façon à ne pas entrecouper le suivi des questions.

### LE CONTENU:

Comme nous l'avons mentionné précédemment, lors de la démarche, le questionnaire était rempli par le chercheur et non par les visiteurs. De plus, la sollicitation ne se faisait pas à la sortie du Centre mais près du stationnement. Cet emplacement remettait donc en question la pertinence même du sondage. Ceci s'explique du fait que certains points du questionnaire portaient plus particulièrement sur les activités du Centre et non sur l'aspect global de la réserve.

Un autre aspect en rapport avec le fait que les chercheurs répondaient eux-mêmes au questionnaire a modifié l'ordre établi des questions posées. Ainsi, dépendamment du contact que l'on obtenait avec le répondant, il pouvait être préférable d'intervenir l'ordre des questions. Parfois même, il devenait superflu de poser certaines questions, du fait que la réponse s'était glissée d'elle-même lors de la conversation.

Par ailleurs, notons que l'expression "CENTRE" est interprétée par les visiteurs comme le bâtiment et non la réserve comme cela aurait dû l'être. Il aurait fallu préciser cet aspect pour minimiser les ambiguïtés concernant ce terme.

#### LES QUESTIONS:

##### Question NO:1

Au cours de la visite, qu'avez-vous aimé le plus?

What was the highlight of your visit to the centre?

Cette première question n'a pas posé de difficultés au niveau de l'interprétation. Toutefois, nous avons observé que les anglophones, en général, réagissaient face au mot "highlight".

##### Question NO:2

Y-a-t-il un aspect que vous avez trouvé sans intérêt ou que vous n'avez pas compris?

Was there anything here you find uninteresting, or could not understand?

Celle-ci aurait pu faire l'objet de deux (2) questions soit:  
Y-a-t-il un aspect que vous avez trouvé sans intérêt?  
Y-a-t-il des choses que vous n'avez pas comprises?

A cette seconde partie de la question, certains répondants donnaient des suggestions au lieu de parler des différents aspects non compris lors de leur visite.

Question NO:3

Avez-vous des suggestions qui nous permettraient d'améliorer le programme?

Do you have any comments or suggestions for improvements?

Cette question fut en général bien interprétée par les visiteurs, mais nous croyons que l'apport du mot "commentaires" aurait permis aux gens de formuler les aspects négatifs concernant leur visite.

LA CODIFICATION DES QUESTIONS 1-2-3:

La codification aurait dû être plus détaillée dans le manuel, éliminant ainsi toutes confusions. De plus, chaque chercheur faisait une interprétation personnelle du codage, augmentant ainsi les ambiguïtés.

Question NO:4

Dans quelle ville avez-vous passé la nuit dernière?

In or near what city or town did you stay last night?

Cette question n'a suscité aucune difficulté particulière.

Question NO:5

Où avez-vous logé?

What type of accomodation did you use?

Il aurait été préférable que le terme "habitation privée" soit défini plus clairement, afin d'éviter certaines confusions.

Question NO:6

Combien de temps envisagez-vous de demeurer dans la région?

How long are you staying in the area?

Tout d'abord nous pensons que la question aurait dû se formuler de la façon suivante:

" Pour combien de temps êtes-vous dans la région?"

D'après les réponses fournies par les visiteurs, il nous est apparu que le mot "envisager" pouvait porter exclusivement sur les projets futurs des répondants.

Par ailleurs, le manuel n'indiquait aucune délimitation sur la notion de résident. Nous suggérons donc d'identifier la ou les régions de celui-ci.

Nous suggérons de changer le choix de réponses " je ne fais que passer" par la réponse " moins de 24 heures" et cela afin d'éviter certaines difficultés que l'utilisation du premier terme, mentionné ci-haut, a occasionné lors de la sollicitation.

Question NO:7

Quelle forme de publicité vous a incité à visiter ce centre?

Which form of advertising made you decide to visit the Centre?

D'après la formulation de la question, nous avons remarqué que les gens ont tendance à répondre à la question numéro, I3: Pourquoi êtes-vous ici?. Notez bien que le questionnaire était fait verbalement et qu'il n'est pas nécessaire de prendre cette remarque en considération.

Question NO:8

Etiez-vous renseigné sur l'existence du centre avant d'arriver dans la région?(dans un rayon de 200 km. du centre)

Did you have information about the centre before you arrived in this area?

Tout d'abord, nous avons constaté que la question était mal formulée pour les gens qui demeureraient dans un rayon de 200 km. Pour eux, le terme "avant d'arriver dans la région" faisait entrevoir que la question ne s'adressait pas directement à eux (ne leur était pas destinée).

Toutefois, comme nous l'avions mentionné plus haut, le mot "centre" aurait dû être plus explicite pour une meilleure compréhension du visiteur.

Questions NOS: 9-10-11

Quel (s) autre (s) centre (s) d'interprétation faunique, parmi les suivants, avez-vous visité (s)?

Other than this wildlife, <sup>area</sup> which of the following have you visited?

Combien de fois (y compris celle-ci) avez-vous visité le centre où vous êtes en ce moment?

Including this visit, how many times have you visited this centre?

Quelle a été la durée de votre visite aujourd'hui?  
How long were you at the centre this visit?

Ces trois (3) questions n'ont créé aucune difficulté particulière. Elles semblaient claires et précises tant au niveau de l'interprétation que du choix de réponses.

Question NO: I2

A quelle (s) activité (s) organisé(s) par le centre avez-vous participé ou comptez-vous participer?

Which of the following activities offered by the centre in this area, have you participated in, or definitely plan to participate in, during this visit?

Certaines activités mentionnées parmi le choix de réponses ne sont pas nécessairement organisés par le centre. Par conséquent, nous croyons qu'il serait préférable de modifier la question.

Question NO:I3

Pourquoi êtes-vous venu au centre?

What was your main reason for coming to the centre?

Nous avons constaté que la question était beaucoup plus précise en anglais qu'en français. Elle pouvait aussi différer lors de son interprétation. Toutefois, nous ne sommes pas en mesure de percevoir l'importance de cette différence et c'est pourquoi, nous vous mentionnons ce fait.

Question NO:I4

Où habitez-vous?

Where do you live?

Au début de l'étude, une zone de 200 km fut déterminée. A partir de cela, on fixera une liste pour permettre aux chercheurs d'établir leur codage. Après avoir fonctionné quelques temps, certaines lacunes sont apparues.

En effet, plusieurs villes importantes avaient été oubliées. Comme le projet était en place, nous avons préféré ne pas modifier la façon de procéder, et ce dans le but de ne pas faire d'erreurs plus graves au niveau du codage.

Question NO:I5

A quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

Which age category are you in?

Dans cette partie, nous désirons faire remarquer que l'âge de la majorité est plus jeune au Québec que dans les autres provinces canadiennes. Nous pensons donc que cette question devrait être traitée différemment pour les visiteurs des différentes provinces.

Question NO:I6

Combien de personnes y compris vous-même font parti de votre groupe?

Including yourself, how many are you in your group?

Cette question n'a posé aucune difficulté.

Question NO:I7

Comment définiriez-vous votre groupe? (ne cochez qu'une réponse).

Which of the following best describes your group?  
(choose one only)

Cette question nous apparaît assez précise. Toutefois, il serait important d'ajouter la catégorie "seul" dans le choix des réponses. Ce genre de situation mérite d'être considéré au même niveau que les groupes.



TRADUCTION

Nous désirons mentionner, sans toutefois en faire un grave problème, que le questionnaire semblait beaucoup plus précis en anglais. Il serait important de vérifier si cette différence avec la copie en français peut entraîner de graves erreurs lors du traitement par ordinateur.

STATISTIQUES

Nous vous présentons ci-bas un tableau explicatif concernant la durée de l'étude de la clientèle. Les différents chiffres inscrits brossent un tableau d'ensemble des quelques mois de travail que les quatres (4) chercheurs ont effectués sur la réserve.

TABLEAU

DATES	NOMBRE DE QUESTIONNAIRES	REFUS	NOMBRE DE PERSONNES
24 mai au 30 juin(38j)	404	-	2020
Juillet: 31 jours	768	39	3840
Août:(29 jrs.)	807	55	4035
Total de: 98 jours	1979	94	9895

MOYENNE/JOUR	NOMBRE DE QUESTION.	REFUS	NOMBRE DE PERSONNES
Mai et juin	11	-	53
Juillet	25	1	124
Août	28	2	139
Moyenne totale par jour:	21	.95	101

RECUEIL DES DONNEES POUR LES QUESTIONS: I-2-3

Pour vous donner un aperçu de ce que les gens ont répondu tout au long de notre étude, nous vous proposons une liste des commentaires qu'ils ont formulés.

Question: I

Au cours de la présente visite, qu'avez-vous aimé le plus?

ASPECT AIME LE PLUS

NOMBRE DE REpondANTS

La nature	243
Le paysage	205
La tranquillité	173
Le site	98
La randonnée	89
La senteur	79
Le point de vue	41
Le côté naturel	34

<u>ASPECT AIME LE PLUS</u>	<u>NOMBRE DE REpondANTS</u>
L'aménagement des sentiers	334
L'observation de la falaise	99
Le "bois sent bon"	98
La cèdrière	18
L'allée d'ormes	9
Le moqueur -chat	9
La cime	8
Le ruisseau	8
Les oiseaux	141
La variété de la flore	119
La faune	40
La préservation de la faune (aspect sauvage)	17
Le film	169
Les explications des naturalistes	83
L'accueil	69
Les expositions de fin de semaine (des naturalistes)	39
Les oiseaux empaillés	10
La pièce de théâtre (présentée une (1) seule journée)	2
Le tour guidé	2
La documentation	2
La Maison de la chasse	58
Le Centre	39
La Maison des français	10
La propreté	30

Question NO:2

Y-a-t-il un aspect que vous avez trouvé sans intérêt ou que vous n'avez pas compris?

PAS COMPRIS

Les sentiers sont trop aménagés	I6
Les indications pour les sentiers	I
Le moqueur-chat	I
La cèdrière mal indiquée	I
Les noms des sentiers	2
Piquet de la cèdrière, casse-pierre	32
clôture de bois dans le "bois v sent bon" tente dans le même sentier.	
Le rallye-nature	I
Pourquoi les oiseaux viennent ici	8
Pourquoi les oiseaux viennent en grand nombre	3
Les oiseaux empaillés	2
Pourquoi ne pas cueillir les fleurs	3
Les indications sur la réserve	3
Les points d'intérêt	6
La chasse	2

SANS INTERET

Le visiteur trouve que le sentier fini bêtement. Il doit revenir sur ses pas dans le sentier et c'est ennuyant.	13
Le "bois sent bon"	4
Les sentiers sur la réserve	3
Les ruines dans l'allée d'ormes	4
La Maison de la chasse	5
Le Centre d'interprétation	7

Question NO:3

Avez-vous des suggestions qui nous permettraient d'améliorer le programme?

SUGGESTIONS CONCERNANT LES SENTIERS

Des bancs en plus grande quantité dans les sentiers	32
Les sentiers devraient être mieux indiqués	25
Le kilométrage qu'il reste à faire devrait être indiqué	16
Les postes d'observation devraient être en plus grand nombre	15
L'altitude parcourue devrait être mentionnée	7
Des sentiers de longue durée pour le ski de fond	6
Des boucles dans les sentiers pour ne pas revenir sur nos pas	7
Plus de sentiers aménagés avec des trottoirs de bois	5
D'autres sentiers aménagés pour les handicapés	1

IDENTIFICATION (dans un feuillet ou sentiers)

La flore	193
La faune	71
Les oiseaux	50
Les pistes d'animaux	4
Les formations rocheuses	5
Les points d'intérêt	57
Les îles	2
L'aspect historique	8
L'exposition à la Maison de la chasse	4

INFORMATIONS (interne et externe)

Plus d'indications pour se rendre à la réserve	55
Manque d'indications sur la réserve	3
Plus de publicité à l'extérieur de la réserve	40
Publicité pour bien indiquer le centre	2
Plus de publicité à l'extérieur, sur les sentiers aménagés I pour les handicapés.	

TRAVAUX A FAIRE:

Améliorer la route	22
--------------------	----

SERVICES PERSONNELS:

Plus d'information de la réserve en général	6
Prolonger les heures d'ouverture	12
Ouvrir la Maison de la chasse sur l'heure du dîner	2
Services bilingues	10
Services de prêts de livres	4
Améliorer la documentation	6

SERVICES PERSONNELS: (suite)

Guides pour les visites	20
Plus de personnes ressources	I6
Plus de naturalistes	2
Brochure sur la petite ferme	I
Plus d'oiseaux empaillés	6
Diaporama des sentiers pour ceux qui ne peuvent y aller	3
Exposer le montage sur les oies pendant l'été	6
Mettre des jumelles à différents endroits	IO
Location de jumelles	II
Activités pour les enfants	7

COMMENTAIRES SUR LES SENTIERS:Le "Bois sent bon":

Il devrait se rendre plus près du fleuve	32
On devrait le nettoyer	3

La "Cèdrière":

On devrait le nettoyer	
Il ne devrait pas se terminer sur le chemin pour se rendre à la réserve	2

Le poste d'observation près de l'étang devrait être plus élevé	I
--	---

La "Cime":

On devrait aménager la cime	25
-----------------------------	----

COMMENTAIRES SUR LES SENTIERS: (suite)L'Allée d'ormes:

Prolonger le sentier jusqu'au fleuve	9
Rénover les ruines	7

AUTRES SUGGESTIONS:

Il devrait y avoir des tables à pique-nique	94
Il faudrait mettre des points d'eau	16
Plus de poubelles dans les sentiers	16
Aménager un endroit pour le camping sauvage	10
Installer un réseau de mangeoires pour les oiseaux	2
Améliorer le transport en commun	2
Permettre de circuler en bicyclette dans les sentiers	1

PUBLICITE EXTERNE:(données pour le mois d'août)

Cette partie concerne la publicité qui a le plus particulièrement attiré la clientèle sur la réserve du Cap tourmente. Vu que cette question sera étudiée dans le rapport d'Environnement Canada, nous nous attarderons spécialement sur les points autres que ceux énumérés parmi les choix de réponses. Mentionnons aussi que cette étude n'est que partielle (les 752 réponses recueillies dans le mois d'août), mais nous croyons qu'elle peut apporter un bref aperçu pour l'ensemble de l'été.

Premièrement, il ressort fortement que le "bouche à oreille" est la forme de publicité qui semble avoir le plus influencé les gens à venir ici (252 des 752 réponses retenues). Beaucoup de gens reviennent parce qu'ils connaissent bien le site (216). Les 164 autres réponses proviennent des choix énumérés à même la réponse.



Les dépliants ou brochures de la réserve provenant de différents endroits (site de camping, hôtel, motel) comptent pour 25 des réponses obtenues. De plus, les participants dirigés par Vacances-Familles, organisation opérant à l'Auberge des Gouverneurs (Beaupré), ont contribué pour 19 des inscriptions. Aussi, une brochure des sites touristiques de la région était distribué à cet hôtel. Cela a attiré des personnes dont 9 furent sélectionnées comme échantillon d'étude.

A cela s'ajoute 15 réponses de personnes ayant lu un article sur "Charlevoix", de la revue "Châtelaine" en juin 1982. Les guides de différentes sources (Guide Michelin, Guide Bleu, Guide Vert, Livre du Club Automobile du Québec....) ont contribué pour 9 des réponses obtenues, les cartes routières pour 8, On ajoute à cela des articles dans une revue de chasse pour 3, ainsi que l'article sur "Charlevoix" du Sélection du Reader's Digest pour deux (2) des réponses obtenues. Les dix (10) autres réponses ne méritent pas spécialement d'être prises en considération, vu leur nombre de mentions (un seulement chacun) et la rareté de leur catégorie.

#### NOS COMMENTAIRES SUR LA RESERVE

A partir de notre expérience de travail, nous faisons ressortir ici quelques points intéressants qui peuvent permettre l'amélioration de différents aspects inhérents à la réserve.

- Amélioration de la route pour se rendre au Centre d'interprétation.
- Plus de panneaux routiers indiquant la réserve.
- En sortant de la réserve bien indiquer dans quelle direction se trouve la route 138, St-Joachim ou les restaurants.
- Meilleure signalisation sur la réserve (ex: bien indiquer où

NOS COMMENTAIRES SUR LA RESERVE

(suite)

se trouve le Centre d'interprétation).

- Mettre les règlements bien en vue, car cela cause des problèmes.
- Obligés d'avertir les gens de ne pas faire de pique-nique
- Avertir les gens de ne pas arracher les fleurs.

En accomplissant les deux (2) tâches mentionnées précédemment, cela nous empêchait parfois de faire notre travail et d'obtenir satisfaction concernant les questionnaires.

Donc, avoir un agent au moins sur l'heure du dîner (de 11 hrs. à 14 hrs.).

- Toutefois l'on devrait permettre aux gens de pique-niquer. (on parle ici de léger goûter)
- Il faudrait bien identifier l'exposition à la Maison de la chasse.
- L'on ne devrait pas fermer la Maison de la chasse sur l'heure du dîner.
- Offrir une exposition (à la Maison de la chasse) plus pertinente. Celle-ci pourrait retracer l'historique de chaque bâtiment, les points d'intérêts (ex: casse-pierre, maison en ruines) et différents aspects rocailleux et montagneux existant depuis des générations.
- Faire une bonne publicité extérieure sur les heures d'ouverture, sur la période des oies, etc....
- Eviter de faire de la fausse publicité.
- Donner des meilleurs renseignements sur les sentiers et le Centre, car les visiteurs qui vont à la Maison de la chasse reçoivent souvent des renseignements biaisés.

- Une meilleure communication interne serait des plus appréciée entre la Maison de la chasse, le Centre et les chercheurs qui font l'accueil. (ex: si l'appareil pour les films est défectueux, le faire savoir).
- Notre présence semblait appréciée des visiteurs parce que nous étions bien situés pour les diriger sur la réserve.
- Identifier la flore <sup>et</sup> la faune de même que les différents points d'intérêt dans les sentiers.
- Avoir une équipe d'entretien (propreté) dans les sentiers au moins une fois par semaine.
- Arranger la maison en ruines pour la conserver à titre de richesse culturelle et historique.
- Indiquer les sentiers qui sont aménagés soit par une carte à jour, ou autres.
- Que les sentiers soient auto-guidés.
- Mieux indiquer le nombre de kilomètres dans les sentiers.
- Durant les fins de semaine, fixer des heures pour la représentation des films.
- Avoir des films pertinents sur les activités d'été, soit les oiseaux, les plantes, les randonnées.

CONTACTS:(avec les personnes ressources)

Tout au long de l'étude de la clientèle, les chercheurs ont fait appel à plusieurs personnes ressources. Pour une meilleure appréciation de l'aide qui nous fut proposée, nous vous offrons une critique, se voulant des plus objective, sur les possibilités nous ayant été offertes.

SOLANGE DION:

Elle nous fut utile au tout début de l'étude puisqu'elle possédait de très bonnes connaissances en statistiques. Notons toutefois qu'elle n'était pas renseignée sur le contenu du questionnaire. Elle sut toujours se montrer très accueillante et nous prodigua de bons conseils sur la méthodologie à employer.

JIM FOLEY:

Le principal handicap fut le problème de la langue. Cependant, nous avons eu quelques fois des difficultés à le rejoindre. Ceci s'est avéré des plus désagréable puisqu'il nous était parfois impossible de recevoir réponse à nos questions.

A cela s'ajoute la distance, lorsqu'il nous fallait rejoindre un responsable. Tout d'abord, la communication entre Ottawa et Québec se trouvait la plupart du temps très mauvaise. De plus, lorsque nous faisons face à un petit problème, il aurait été appréciable d'avoir quelqu'un de disponible aux environs de Québec.

Ce travail fut quand même très enrichissant puisqu'il nous a permis d'acquérir une certaine autonomie et une expérience pour un projet futur.

ROY WEBSTER:

Il remplaça Jim Foley pour compléter le projet. Aucun problème de langue ne s'est posé et lorsque nous avons eu besoin de questionnaires, l'envoi fut rapide et bien acheminé.

COMMENTAIRES: (pour un projet futur)

Afin de permettre un meilleur rendement pour un projet ultérieur, il serait sans doute très utile de considérer les quelques points énumérés ci-après.

Comme nous faisons l'accueil du public, nous aurions apprécié qu'une visite guidée des sentiers nous soit proposée au tout début de notre travail.

De plus, un historique complet des principaux bâtiments (Maison de la chasse, ruines, Maison du français) retrouvés sur la réserve, nous aurait servi à mieux renseigner les visiteurs.

A tout cela s'ajoute les nombreuses questions que les visiteurs nous posaient sur la faune et la flore. Nous aurions aimé que quelques notions nous soient fournies pour ainsi, nous permettre d'informer adéquatement les gens.

### CONCLUSION

Au terme de cette étude, nous croyons que le travail effectué lors de la période estivale a permis d'atteindre les objectifs fixés par le SCF. Ce qui nous a grandement aidé à atteindre ceux-ci fut l'attitude positive des visiteurs face à notre enquête.

Ajoutons que notre travail à titre de chercheur nous a donné l'occasion de côtoyer régulièrement le public. Dans ce sens cette expérience fut très enrichissante.