



OULIN SEIGNEURIAL
DE POINTE-DU-LAC

Rapport d'activités

2016-2017

Juin 2017

MOT DU PRÉSIDENT

Vous trouverez dans le rapport d'activités 2016-2017 les raisons qui nous permettent d'être fiers du travail accompli. Le Moulin seigneurial, hérité des Frères de l'Instruction Chrétienne, se positionne solidement à Trois-Rivières en tant que site historique et culturel.

D'année en année, grâce à une administration rigoureuse, le Moulin est en progression et attire une clientèle de plus en plus nombreuse. Alain Bourbonnais, le directeur général des trois sites, Moulin seigneurial de Pointe-du-Lac, le Vieux Presbytère de Batiscan et le Domaine seigneurial de Sainte Anne, mérite notre appréciation.

Je reconnais la généreuse implication des membres du CA que je remercie de même que celle des employés permanents et saisonniers et des membres de la corporation.

La vitalité de notre Moulin s'exprime par des expositions permanentes et artistiques, par le festival international de poésie, le souper bénéfice, la journée des Moulins, la location de salles, le site pittoresque de la marche autour de l'étang, le sentier des poètes, la visite guidée, la fabrication du pain, les Journées de la culture, l'accueil de nos visiteurs ...

Fierté et reconnaissance sont les sentiments qui m'habitent après la lecture du rapport d'activités 2016-2017.

Le président du conseil d'administration,



Jacques Milot

L'assemblée générale des membres est l'occasion de faire le bilan du dernier exercice complété. Le présent rapport résume les activités du *Moulin seigneurial de Pointe-du-Lac* réalisées du 1^{er} avril 2016 au 31 mars 2017. Il est un outil pour tout administrateur ou dirigeant et est essentiel pour étudier l'évolution de la gestion du site historique. Ce rapport présente les faits saillants de l'exercice, résume les informations livrées aux réunions du conseil d'administration, rend compte de l'atteinte des objectifs déterminés dans le plan d'action pour l'an 1 et dresse le tableau des statistiques du dernier exercice complété.

FAITS SAILLANTS

Une 8^e année au partenariat – L'entente entre le *Moulin seigneurial de Pointe-du-Lac*, la *Société du site Madeleine de Verchères* et le *Vieux presbytère de Batiscan* signée le 12 mars 2009, a été reconduite pour une 7^e année le 1^{er} avril 2016.

Le conseil d'administration et le comité culturel – Le conseil d'administration est composé du président Jacques Milot, du vice-président Robert Parenteau, du trésorier Raynald Giguère, de la secrétaire Monique Jacob ainsi que des administrateurs Jean Cloutier, Yves-Laurent Godbout et Steve Lessard.

Un comité culturel qui collabore à la planification et à l'organisation des activités est aussi en fonction. Ce comité est composé de Rita Bergeron, Gilbert Charette, Monique Jacob, Lise Nourry, Robert Parenteau et Carole Roque.

L'équipe 2016-2017 – L'équipe des employés permanents est formée du directeur général Alain Bourbonnais et de la coordonnatrice Émilie Roy-Element. L'adjointe à la coordination, Caroline Trépanier, a quitté pour un congé sans solde en décembre et est maintenant remplacée par Anne-Renaud Deschênes et Alexandre Pétrin, occupant respectivement un poste à 25 heures et 15 heures par semaine. Des employés saisonniers se joignent à l'équipe des permanents pour une période variant entre 10 et 30 semaines. Anne-Renaud Deschênes a d'abord occupé le poste d'assistante à l'accueil et à la coordination alors que William Jacob, Stéphanie L'Écuyer et Sabrina Melançon ont été de retour au poste de guide interprète. À leur 1^{ère} année, Dominic Lavoie et Steven Jihwan Kim ont complété l'équipe des guides interprètes. Enfin, le poste de responsable de l'entretien, maintenant permanent saisonnier, est confié à Bernard Lefebvre.

PARTENARIAT

Entente – L'entente de partenariat créée en 2009 en est à sa 8^e année. La *Table de coordination* a comme mandat de décider de tout sujet prévu à l'entente et de formuler des avis à leur conseil d'administration respectif sur toute matière d'intérêt commun. Elle est composée de 6 membres dont les présidents de chaque organisme ainsi qu'une personne choisie par et parmi les membres de chaque conseil d'administration. Ses membres se sont rencontrés à une reprise au cours du dernier exercice où il a été question, entre autres, des conditions d'emploi des employés permanents. Les membres de la Table devaient s'entendre sur l'élaboration d'une politique salariale pour les 3 prochaines années.

GESTION

Ressources humaines – Les 3 organismes se partagent le temps de travail de 3 employés permanents à temps plein. La répartition du temps de travail pour cet exercice est demeurée la même qu'à l'exercice précédent. La portion du temps de travail de ces employés consacrée uniquement pour le *Moulin* est de 48,12 % (1 001 heures) pour le directeur et de 48 % (874 heures) pour la coordonnatrice des expositions et des activités et (936 heures) pour l'adjointe à la coordination.

Concernant les emplois saisonniers, 1 emploi temporaire et 5 emplois pour étudiants ont été créés pour le *Moulin* grâce à l'obtention de subventions d'emplois.

Un assistant à l'accueil et à la coordination a été embauché pour une durée 30 semaines dans le cadre d'une subvention salariale d'*Emploi-Québec*. La subvention accordée couvre le taux horaire minimum et le solde est assumé par les trois organisations en fonction du nombre d'heures travaillées. Pour le *Moulin*, l'assistant a collaboré à la réalisation des activités, à la comptabilité de caisse hebdomadaire liée aux visiteurs et à la boutique, ainsi qu'à la compilation des heures des guides interprètes.

Trois étudiants ont été engagés grâce à des subventions de *l'Association des musées canadiens* dans le cadre du programme d'emploi étudiant « *Jeunesse Canada au travail* ». Deux autres étudiants ont été embauchés grâce à des subventions de *Ressources humaines et Développement des compétences Canada* dans le cadre du programme d'emploi étudiant « *Emploi d'Été Canada* ». Ces employés ont effectué des tâches d'accueil et d'animation à l'église et au *Moulin seigneurial*.



Une ressource supplémentaire a été très appréciée alors qu'une étudiante a effectué son stage pour les trois organismes-partenaires. Pauline Voyer a complété un stage prévu à sa formation en technique de tourisme au Lycée Laennac en Bretagne.

Ressources financières – Les tâches relatives à la gestion des ressources financières sont effectuées par le directeur et la coordonnatrice alors que la supervision est assurée par le conseil d'administration.

Le budget d'opération du dernier exercice du *Moulin* est de 287 577 \$ en faisant abstraction de la portion de la subvention salariale obtenue pour le poste d'assistant à l'accueil et à la coordination.

Les revenus d'opération relatifs aux services et activités offerts ainsi qu'aux dons et commandites obtenus ont totalisé 83 796 \$.

Les revenus de gestion relatifs aux salaires des employés permanents et des employés partagés par les trois partenaires sont de 82 619 \$.

Les aides au fonctionnement accordées ont été de 55 971 \$ par le *ministère de la Culture et des Communications (MCC)* et de 35 000 \$ par la *Ville de Trois-Rivières*. Notons que le MCC a établi l'aide financière consentie de 2016-17 à 2018-19. Elle augmentera de près de 40 % au cours de cette période. Cette augmentation est directement liée aux nouvelles normes du *Programme d'aide au fonctionnement des institutions muséales (PAFIM)* du MCC.

L'ensemble des subventions salariales obtenues uniquement pour le *Moulin* s'élève à 22 108 \$.

Concernant les prévisions budgétaires, voici le constat des écarts les plus significatifs. Les revenus de boutique, de location, d'administration, d'activité bénéfique et de dons ont été plus élevés que ceux prévus. En contrepartie, les dépenses d'animation, d'achats pour la boutique, de l'activité bénéfique, de l'entretien de la bâtisse et de l'entretien paysager ont été plus élevées alors que les dépenses en énergie ont été inférieures à ce qui était prévu.

Enfin, le *Moulin* présente en fin d'exercice financier un excédent des revenus sur les dépenses de 7 496 \$ pour son fonctionnement. L'évolution des actifs nets passe donc d'un surplus cumulé de 42 144 \$ au 31 mars 2016 à un surplus cumulé de 49 640 \$ au 31 mars 2017.

Ressources matérielles - Le directeur et la coordonnatrice du *Moulin* voient à la bonne gestion des équipements et des immobilisations.

L'entretien ménager du bâtiment ainsi que les préparatifs pour la location des salles font partie des tâches du personnel d'animation et d'entretien. Les employés de la *Maison Saint-Joseph* effectuent le déneigement en hiver. L'entretien paysager est confié à *Déco jardin* de *Sainte-Anne-de-la-Pérade*.

Des travaux d'assainissement du boisé ont été entrepris cette année. Cette gestion intelligente de la forêt réalisée en collaboration avec le Syndicat des producteurs de bois de la Mauricie, consistait à retirer les arbres morts ou malades pour ainsi permettre aux meilleurs éléments de bien croître.

PROGRAMMATION

Le site a été ouvert du 29 avril au 1^{er} mai pour les *Découvertes culturelles* puis du 29 mai au 10 octobre 2016, sept jours par semaine, de 10h00 à 17h00 pour les mois de juin et septembre, et de 10h00 à 18h00 pour les mois de juillet et août. La période d'ouverture a été prolongée cette année jusqu'à la fin de semaine de l'Action de Grâce. Pendant cette période, les services de visite autonome ou guidée étaient disponibles. À l'exception des mois de janvier, février et mars, en dehors de la période d'ouverture grand public, la visite du *Moulin seigneurial* était possible pour les groupes sur réservation.

Expositions permanentes – Conçues en 2002 et en 2012, les expositions ***Maître meunier*** et ***Farine de bois*** sont les produits principaux du *Moulin seigneurial*. En fonction de la période de l'année, le visiteur peut les connaître par la visite autonome ou guidée. La qualité du produit, l'accueil ainsi que le faible coût d'accès sont des éléments appréciés.



Expositions artistiques – Pour une 13^e année, le *Moulin* a participé du 29 avril au 1^{er} mai aux *Découvertes culturelles* et a permis aux artistes citoyens de la *Ville de Trois-Rivières* d'exposer leurs œuvres au *Moulin*.



Quatre expositions artistiques ont eu lieu au cours de l'été : Maurice Ferron, artiste peintre (du 4 au 29 juin), Collectif Réminiscence, disciplines diverses (du 2 au 27 juillet), Denise Jordan, artiste peintre (du 30 juillet au 24 août), et Amélie Dubois, illustratrice (du 27 août au 21 septembre).

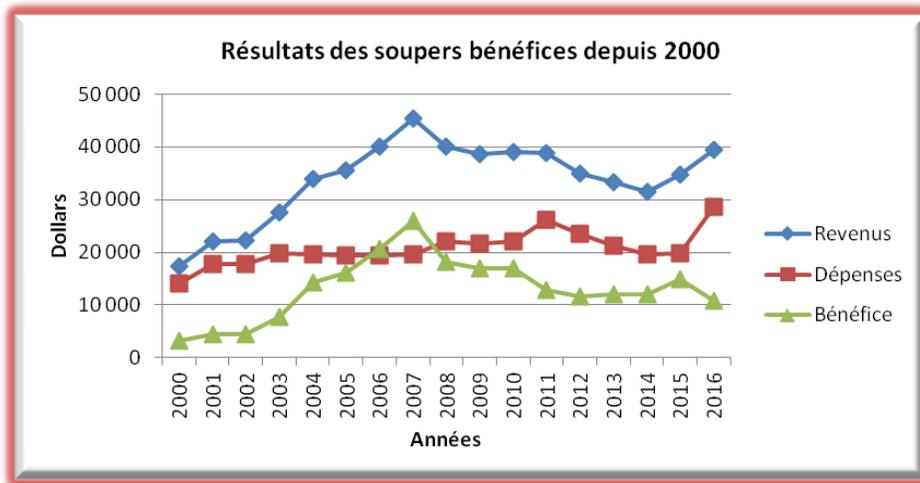
Autres activités – Les 24, 25 et 26 juin, le *Moulin* a participé pour une 4^e année aux Journées des Moulins, un événement ayant lieu à la grandeur de la province dans les moulins participants. Pour l'occasion, les visiteurs ont pu

profiter de deux entrées pour le prix d'une, et pouvaient repartir avec leur petit pain frais pour 1,50\$.

Dans le cadre du *Festival international de poésie*, le *Moulin* a présenté le 7 octobre, **Le Moulin à paroles** afin de rendre hommages aux poètes disparus dans l'année. Cet événement était aussi l'occasion d'inaugurer la 11^e station du Sentier des poètes consacrée à Paule Doyon.



Supper bénéfique – 250 convives ont participé au traditionnel souper de crabe. La 20^e édition de l'activité a généré un bénéfice de 10 760 \$. Un montant de 500 \$ a été recueilli à titre de commandites auprès des fournisseurs du Moulin. Malgré un taux de participation élevé, notons que la hausse substantielle du prix du crabe a diminué considérablement le bénéfice de l'activité.



Année	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Revenus	45 448	40 148	38 577	39 039	38 902	34 945	33 227	31 467	34 658	39 342
Dépenses	19 525	21 983	21 552	22 096	26 070	23 395	21 187	19 502	19 845	28 582
Bénéfice	25 923	18 165	17 025	16 943	12 832	11 550	12 040	11 965	14 813	10 760

Services - Les principaux services offerts sont la boutique, le service d'information touristique ainsi que la location des salles.



PROMOTION

Les actions promotionnelles du *Moulin seigneurial* sont prévues dans un plan de promotion.

Le site effectue des actions promotionnelles individuelles et en partenariat. Dans les deux cas, il s'agit de publicité et de promotion.

Bilan des actions 2016-17	
Publicité	<ul style="list-style-type: none"> • Inscription dans la <i>Carte musées</i> par Tourisme Trois-Rivières • Inscription dans les <i>Pages jaunes</i> musée et salle de réception • Inscription à la carte du Chemin du Roy avec visibilité accrue • Encarts de programmation
Promotion	<ul style="list-style-type: none"> • Communiqués aux divers médias pour tous les événements • Envoi de laissez-passer à la population par Postes Canada • Envoi de la programmation dans le bulletin <i>Le Trifluvien</i> • Site Internet www.moulin-pointedulac.com • Facebook : Récits qui font jaser • Engagement de partenariat avec Tourisme Trois-Rivières • Distribution régionale de 4 600 dépliants par Tourisme Mauricie et par À l'affiche 2000 • Distribution locale de dépliants dans les attrait, commerces et auberges du Chemin du Roy. • Oriflammes pour les expositions permanentes • Offre de visite guidée aux tours opérateurs, club sociaux, écoles de la région, centres communautaires, etc. • Offre de location aux anciens locataires, entreprises de Trois-Rivières et organismes communautaires. • Présence de la programmation sur différents sites internet : Médiat-Muse, Tourisme Mauricie, Tourisme T-R, Culture Mauricie, Quoi faire au Québec, Facebook, Wikipedia, Wikitravel, Trip Advisor, Fédération québécoise de la marche, etc.

Observatoire du Cégep de Trois-Rivières à Champlain – Comme mentionné dans le précédent rapport d'activités, *l'Observatoire de Champlain* a été rouvert au grand public l'été dernier grâce à une collaboration entre le *Cégep de Trois-Rivières*, la *Fondation du Cégep*, le député Pierre-Michel Auger et les organismes-partenaires.

Les organismes-partenaires ont donc assuré la gestion et de l'animation de l'Observatoire pour la période de préparation de 4 semaines et la période d'ouverture grand public de 8 semaines. Le temps de travail des employés permanents a été assumé par le *Moulin seigneurial*, de sorte que ce dernier a reçu les revenus de gestion négociés avec le *Cégep*. Le bilan, très positif, fait état d'une année record aux niveaux de l'achalandage et des revenus, doublé dans chaque cas.



Malgré ce succès, le *Cégep* avait pris la décision l'hiver dernier, de ne pas rouvrir *l'Observatoire* au public en 2017 puisque de trop grands investissements seraient nécessaires au niveau des infrastructures. Toutefois, aux dernières nouvelles, le député Auger a confirmé à la direction général du collège, l'obtention du financement requis pour l'ouverture du site l'été prochain. Les organismes-partenaires se sont fait récemment à nouveau confirmés par le *Cégep*, le mandat de gestion de *l'Observatoire* pour l'été 2017.

Mise en valeur du chemin du Roy – La direction voit à la coordination de la mise en valeur du Chemin du Roy pour le secteur Des Chenaux. Grâce à des subventions obtenues ainsi qu'à des contributions des municipalités de Champlain, de Batiscan et de Sainte-Anne-de-la-Pérade totalisant 30 000 \$, un plan d'action a été réalisé. En quoi cela concerne-t-il le *Moulin* ? Comme dans le cas de *l'Observatoire*, le temps de travail des employés permanents a été assumé par le *Moulin seigneurial*. Des revenus de gestion étant prévus pour ce mandat, ces revenus ont été versés à ce dernier aux fins de compensation. Il faut y voir ici une autre forme de partenariat au même titre que celui du *Cégep* pour la gestion de *l'Observatoire*.



Suite aux récentes confirmations de financement, la direction s'est vue renouveler ce mandat pour une 2^{ème} année. Notons que le plan d'action couvre la période 2016-2019.

Projet Innovation/Concertation – L’an dernier, une demande d’aide financière avait été déposée dans le cadre de la *Mesure d’aide en numérique* pour la refonte du site Internet. Le projet, liant les organismes-partenaires, comprenait aussi un volet pour la mise en valeur des archives. La demande avait toutefois été refusée. Récemment, une nouvelle demande pour ce projet révisé, a été déposée dans le cadre du programme *Aide aux projets* du MCC. Cette fois, elle a été acceptée. Le projet totalisant 47 580 \$, prévoit des contributions de 9 840 \$ en argent, soit 3 280 \$ par organisme et de 4 740 \$ en services ainsi qu’une aide financière de 33 000 \$ qui vient tout juste d’être confirmée par le MCC.

Projet Lumina – Lors de ses dernières vacances estivales en *Gaspésie*, la coordonnatrice a assisté à *Nova Lumina*, un parcours nocturne en forêt créé par *Moment Factory*. Il existe deux autres parcours semblables, soit un en *Estrie (Foresta Lumina)* et l’autre au *Lac St-Jean (Anima Lumina)*. L’idée lui est donc venue d’évaluer la possibilité de réaliser un projet semblable dans la forêt située à l’arrière du *Moulin*. Après vérification, un projet *Lumina* a été récemment confirmé en *Mauricie*. Il ne serait donc pas possible de réaliser un tel projet au *Moulin* puisque *Moment Factory* se limite à un projet par région. Il demeure toutefois une éventualité de travailler avec cette entreprise pour un tout autre projet de mise en valeur et d’animation à grand déploiement, projet qui resterait à déterminer.

Projet Immobilisations – Une demande d’aide financière dans le cadre du programme *Aide aux immobilisations* a été soumise au MCC. Le projet comprend l’éclairage extérieur de l’arrière du site (balustrade et lampadaires), la peinture des toits et de la scierie, la réparation d’un seuil de porte ainsi que le réaménagement de l’espace des toilettes et de l’atelier au rez-de-chaussée afin d’obtenir plus de rangement. Ce projet totalisant 56 985 \$, prévoit une contribution de 5 699 \$ ainsi qu’une aide financière de 51 286 \$ en attente de confirmation.

PLAN D’ACTION ET BILAN

Depuis 2006, le service en ligne Di@pason, fondé sur l’approche de la gestion axée sur les résultats, a permis au MCC de mettre en place un plan d’action et bilan (PAB) pour les clients-partenaires, comme le *Moulin*, qui déposent une demande d’aide financière dans le cadre du *Programme d’aide financière aux institutions muséales (PAFIM)*. Le PAB est un outil de gestion permettant au client-partenaire de déterminer les actions qu’il entend mener, dans un temps défini, pour atteindre ses objectifs. Il présente de façon claire et précise les critères évalués par le MCC, les objectifs du client-partenaire, les moyens d’actions et leur durée, ainsi que les résultats obtenus. À la fin de la période couverte par le PAB, le client-partenaire rend compte au MCC des résultats obtenus et du degré de réalisation des objectifs poursuivis.

Le *Moulin* s'est doté d'un plan d'action pour la période 2016-19 selon lequel il poursuit 5 objectifs répondant aux différents critères d'évaluation du *MCC*. Puisque l'an 1 est maintenant complété, un bilan a été produit pour 2016-2017. En voici les résultats :

- 1. Objectif poursuivi par le Moulin** – Offrir une programmation d'activités diversifiées permettant la mise en valeur et l'animation du Moulin seigneurial entre 2016 et 2019.

Critère évalué par le Ministère – La pertinence des expositions, des dispositifs d'interprétation et de la programmation d'activités culturelles au regard du mandat de l'institution.

- 1.1 Moyen d'action** – Période d'ouverture au public annuelle s'étendant du dernier dimanche de mai jusqu'à l'Action de Grâces permettant d'offrir un service de visite, guidée ou non, des expositions permanentes Maître meunier et Farine de bois.

Résultats obtenus – Le site a été ouvert au grand public du 29 mai au 10 octobre pour un total de 135 jours. Les services de visite guidée ont été possibles du 12 juin au 5 septembre 2016.

- 1.2 Moyen d'action** – Offrir une programmation d'expositions artistiques correspondant à la période d'ouverture au public annuelle.

Résultats obtenus – Un total de 4 expositions artistiques ont été présentées au cours de la période d'ouverture au grand public en 2016.

- 1.3 Moyen d'action** – Participer annuellement aux Découvertes Culturelles de Trois-Rivières en tant que lieu d'exposition officiel.

Résultats obtenus – Le site a participé aux Découvertes Culturelles de Trois-Rivières les 29 et 30 avril ainsi que le 1er mai 2016.

- 1.4 Moyen d'action** – Participer annuellement aux Journées des Moulins.

Résultats obtenus – Le site a participé aux Journées des Moulins les 24, 25 et 26 juin 2016.

- 1.5 Moyen d'action** – Participer annuellement au Festival international de la Poésie de Trois-Rivières en offrant l'activité *Le Moulin à paroles*.

Résultats obtenus – Le site a présenté l'activité *Le Moulin à paroles* dans le cadre du FIPTR le 7 octobre 2016.

- 2. Objectif poursuivi par le Moulin** – Renouveler annuellement l'entente de partenariat entre le Moulin seigneurial de Pointe-du-Lac, la Société du site Madeleine de Verchères et le Vieux presbytère de Batiscan et maintenir leur participation à cette entente jusqu'au 31 mars 2020.

Critère évalué par le Ministère – La gestion optimale des ressources et l'adéquation de la structure organisationnelle.

- 2.1 Moyen d'action** – Tenir annuellement au moins une réunion des membres de la Table de coordination.

Résultats obtenus – Les membres de la Table de coordination se sont rencontrés le 23 novembre 2016.

- 2.2 Moyen d'action** – Renouveler et signer annuellement l'entente de partenariat.

Résultats obtenus – En début d'année financière, les conseils d'administration des 3 organismes-partenaires ont accepté de renouveler l'entente pour un an, soit pour l'exercice 2016-17.

- 3. Objectif poursuivi par le Moulin** – Poursuivre les partenariats avec les acteurs du milieu entre 2016 et 2019.

Critère évalué par le Ministère – L'enracinement de l'institution muséale dans la collectivité et sa vie démocratique.

- 3.1 Moyen d'action** – Renouveler annuellement l'entente avec la Fabrique de Pointe-du-Lac jusqu'au 31 mars 2019 pour l'animation de l'église sur une durée de 8 semaines à partir de la Saint-Jean-Baptiste.

Résultats obtenus – Le renouvellement du partenariat entre la Fabrique et le Moulin seigneurial a permis d'ouvrir au public l'église et d'offrir des services de visite guidées pendant 8 semaines et 1 jour, soit du 26 juin au 21 juin 2016.

- 3.2 Moyen d'action** – Poursuivre la participation du Moulin seigneurial à la Carte-musées de la ville de Trois-Rivières.

Résultats obtenus – Le partenariat avec Tourisme Trois-Rivières a été renouvelé en 2016 pour la participation du site à la carte-musées.

- 3.3 Moyen d'action** – Poursuivre la collaboration avec la Coopérative de santé et de solidarité de Pointe-du-Lac pour la tenue annuelle de la Journée santé sur le site du Moulin seigneurial.

Résultats obtenus – L'édition 2016 de la Journée santé a été annulée.

3.4 Moyen d'action – Poursuivre la collaboration avec l'Auberge du Lac-St-Pierre pour l'accès aux sentiers Forestia situés à l'arrière au Moulin seigneurial.

Résultats obtenus – La collaboration avec l'Auberge du Lac St-Pierre s'est poursuivie en 2016 pour permettre l'accès à Forestia. Un plan d'assainissement du boisé a débuté en 2017.

4. Objectif poursuivi par le Moulin – Conserver l'équilibre budgétaire entre 2016 et 2019.

Critère évalué par le Ministère – La gestion optimale des ressources et l'adéquation de la structure organisationnelle.

4.1 Moyen d'action – Application de l'outil de planification, de suivi et de contrôle financier.

Résultats obtenus – L'outils de planification, de suivi et de contrôle financier a été appliqué.

4.2 Moyen d'action – Production d'états financiers mensuels et annuels.

Résultats obtenus – Les états financiers sont produits sur Sage 50. Une firme comptable produit un avis au lecteur pour les états financiers annuels.

Pour 2016-2017, ces quatre objectifs sont atteints. Tous les moyens d'actions se poursuivent pour la durée du plan d'action, soit jusqu'en 2018-19.

STATISTIQUES

Le site a été ouvert 3 jours en avril pour la *Semaine des découvertes culturelles* puis ouvert au grand public 135 jours consécutifs entre mai et octobre pour un total de 138 jours. Le tableau de la fréquentation totale par mois de la page 15 fait le constat que le *Moulin* reçoit aussi des visiteurs en dehors de sa période d'ouverture.

Fréquentation globale – Au cours de la période 2016-2017, la fréquentation totale s'est chiffrée à 8 722 visiteurs, ce qui représente une augmentation de 14,5 % par rapport à la période précédente. L'augmentation la plus significative est au niveau des entrées visiteurs avec 32,5 %. Les groupes visiteurs et locataires ont connu une hausse de 20 %.

Catégories	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Accueil	1 098	1 163	1 221	955	965	1 289	1 585	1 309	1 361	1 657
Visiteurs musée	1 936	2 096	2 123	1 990	1 945	2 055	1 713	2 007	1 686	2 234
Groupes visiteurs	609	193	370	420	359	355	831	960	902	1 072*
Groupes locataires	1 063	2 545	2 454	2 747	1 494	1 586	2 078	2 205	1 958	2 351
Activités	1 280	1 054	870	949	922	583	704	779	461	440
Expositions d'art	400	1 025	1 522	868	357	483	712	771	749	581
SOUS-TOTAL	6 386	8 076	8 560	7 929	6 042	6 351	7 623	8 031	7 117	8 335
Visiteurs église	-	-	594	585	475	376	285	410	504	387
TOTAL	6 386	8 076	9 154	8 514	6 517	6 727	7 908	8 441	7 621	8 722

*Inclus les groupes scolaires

Accueil et visiteurs individuels – En 2016, le *Moulin seigneurial* a reçu 3 891 visiteurs individuels comparativement à 3 047 en 2015.

Accueil de groupes visiteurs et de groupes locataires – Le *Moulin seigneurial* accueille deux types de clientèles de groupe : les groupes visiteurs et scolaires, ainsi que les groupes locataires.

En 2016, 26 groupes ont visité le site, dont 6 groupes scolaires. Il s'agit de deux groupes de plus qu'en 2015 avec un nombre de participants à la hausse de près de 19 %. Les réservations pour les groupes visiteurs ont principalement été effectuées par le biais d'agences de voyages organisés et *Tourisme Trois-Rivières*.

Année	Groupes visiteurs	Personnes	Groupes locataires	Personnes
2007	19	609	23	1 063
2008	6	193	47	2 545
2009	12	370	40	2 454
2010	13	420	34	2 747
2011	11	359	23	1 494
2012	15	355	36	1 586
2013	21	831	41	2 078
2014	21	960	42	2 205
2015	24	902	40	1 958
2016	26	1 072	49	2 351

Au niveau des groupes locataires, 49 groupes – un nombre record – ont tenu des rassemblements dans les salles du moulin, par rapport à 40 en 2015, soit une augmentation de 22,5 % pour un nombre de participants plus élevé de 20 %.

Questionnaire d'appréciation – Le questionnaire d'appréciation de *Médiat-Muse – Outil d'analyse de la clientèle* – a été appliqué pour une 7^e année. L'analyse des questionnaires d'appréciation permet de connaître le profil du visiteur, soit son groupe d'âge, son genre et sa provenance. L'analyse permet également de valider le choix des stratégies de communication. Enfin, les suggestions ou commentaires laissés par les visiteurs sont généralement pertinents et constructifs.

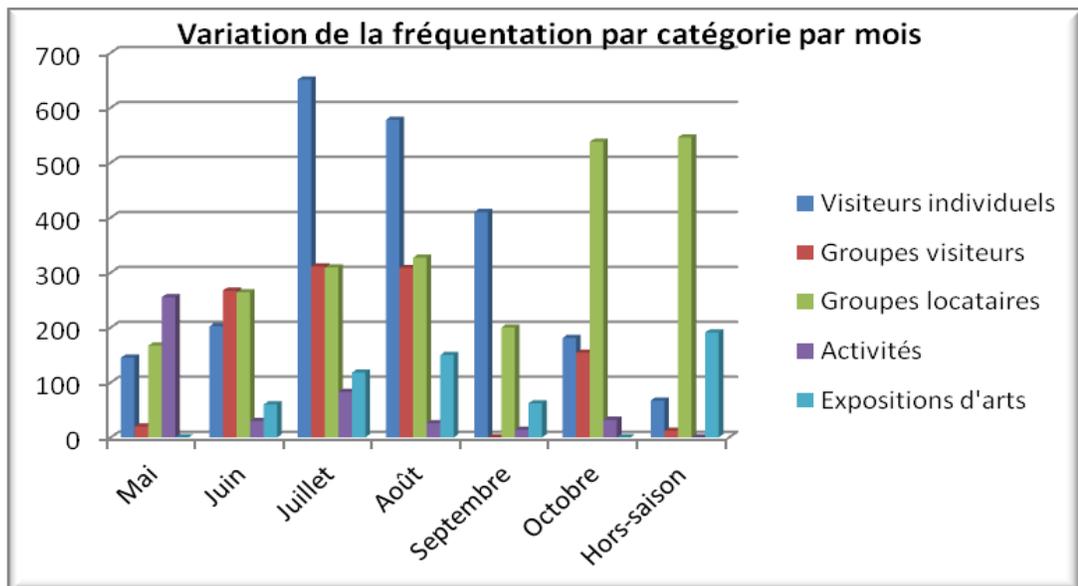
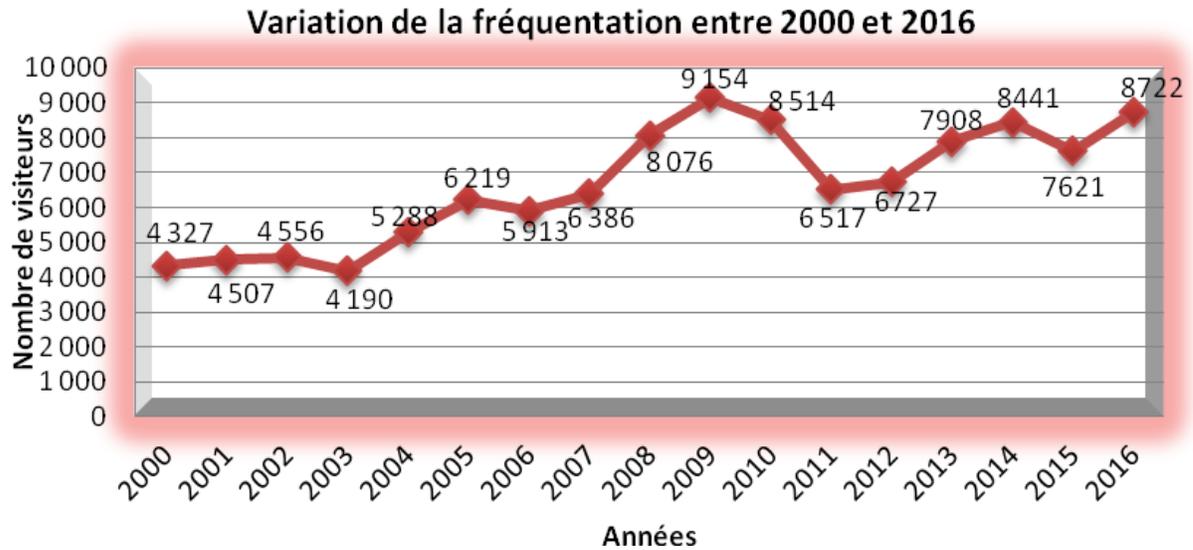
Le visiteur type est une femme (55 %)¹ âgée entre 45 et 64 ans (43 %). Les visiteurs proviennent surtout de la *Mauricie* et de *Montréal* ex aequo (18 %), d'autres régions du *Québec* (25 %), de l'*Europe* (15 %) et en sont à leur première visite au *Moulin seigneurial* (96 %). Leurs sources d'information sur le site historique sont *Internet* (22 %) et le *guide d'information touristique* (26 %). Ces visiteurs sont *très satisfaits de l'accueil reçu* (90 %) et recommanderait la visite du site historique à leur entourage (100%).

Les suggestions ou commentaires des visiteurs :

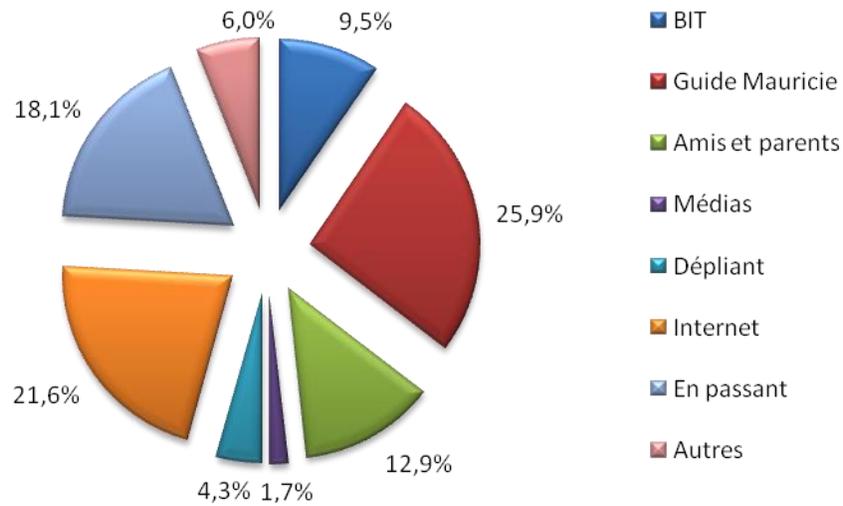
- ☞ Continuez dans cette voie.
- ☞ Très bonne visite, merci!
- ☞ Le cheminement d'une salle à l'autre manque un peu d'informations (panneau suite de la visite);
- ☞ Génial!
- ☞ Très bon animateur. Site bien conservé. Très propre. Manque publicité ?
- ☞ Guide très intéressant, de même que moulin et la scierie. Merci.
- ☞ Moins de lecture. J'aurais aimé faire fonctionner les machines pour mieux comprendre.
- ☞ Avoir un guide sur place pour des tours guidés.
- ☞ Wish we could have had a guide tour.
- ☞ Guided tour would be good, but enjoyed your exhibits.
- ☞ Merci beaucoup Dominic!
- ☞ Would have liked to see the sawmill actually working.
- ☞ Poursuivre d'être accueillant, cordial et sympathique.
- ☞ Le site est très beau.
- ☞ Merci, personnel très sympathique et très bonne connaissance du moulin. Merci de faire partager votre enthousiasme.
- ☞ Très intéressant. Le guide était très compétent.

¹ À noter que 8,4 % des répondants n'ont pas spécifié leur sexe.

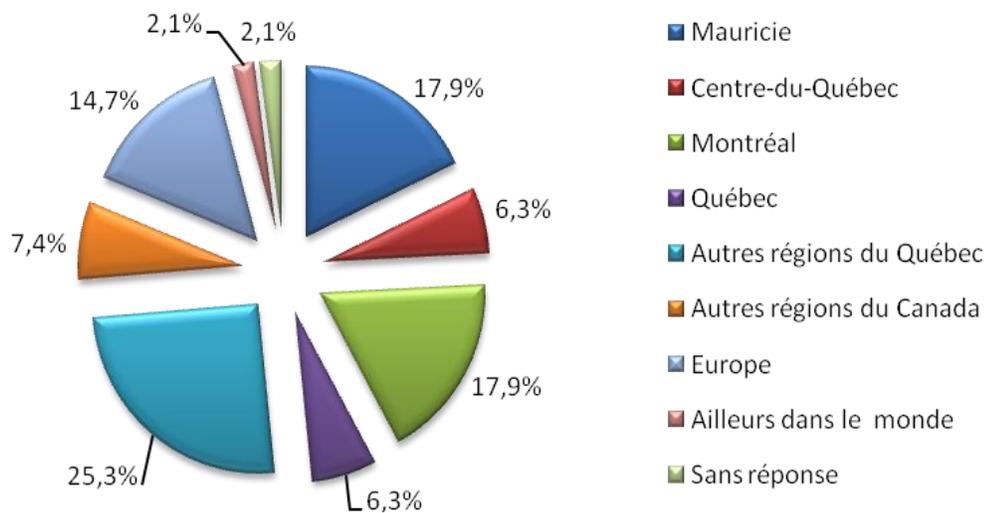
STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION POUR 2016-2017



Sources d'information



Provenance des visiteurs



STATISTIQUES DES INTERNAUTES

Site internet : recitsquifontjaser.com

Fréquentation globale par année

Année	Nombre de visites	Temps moyen passé sur le site	% Nouvelles visites
2009 ⁽¹⁾	102	00:01:54	58,13 %
2010	751	00:00:59	81,11 %
2011	990	00:01:20	78,98 %
2012	1 345	00:01:14	71,93 %
2013	1 486	00:01:08	76,58 %
2014	2 601	00:00:27	94,31 %
2015	2 518	00:00:25	95,43 %
2016	1 246	00:00:53	85,50 %
2017 ⁽²⁾	457	00:01:16	81,60 %

(1) Le site internet : recitsquifontjaser.com est en ligne depuis le 3 mars 2009.

(2) Pour 2017, les statistiques regroupent les mois de janvier à mars inclusivement.

Site internet : moulin-pointedulac.com

Fréquentation globale par année

Année	Nombre de visites	Temps moyen passé sur le site	% Nouvelles visites
2009 ⁽¹⁾	142	00:03:11	67,96 %
2010	3 973	00:02:37	77,19 %
2011	4 672	00:02:20	79,17 %
2012	5 496	00:02:31	77,00 %
2013	6 614	00:02:09	73,34 %
2014	6 760	00:02:28	78,28 %
2015	8 132	00:02:24	75,84 %
2016	10 751	00:02:20	76,30 %
2017 ⁽²⁾	2 328	00:02:19	75,30%

(1) Le site internet : moulin-pointedulac.com est en ligne depuis le 3 mars 2009.

(2) Pour 2017, les statistiques regroupent les mois de janvier à mars inclusivement.

Taux de rebond² : c'est le nombre de visiteurs ayant abouti sur le site internet et l'ayant quitté dans les secondes suivantes parce qu'ils n'ont pas trouvé ce qu'ils cherchaient ou encore le site internet ne

² - Jimdo : Un taux de rebond, c'est quoi ? <http://fr.jimdo.com/2015/02/09/un-taux-de-rebond-c-est-quoi/>
[Page consultée le 17 mars 2016]

correspondait pas à leurs attentes. Pour 2016 le taux de rebond est de 40,7 %. Ce pourcentage est exceptionnel, car généralement le taux de rebond se situe entre 40 % et 60 %. Plus un taux de rebond est faible, meilleur est la capacité de rétention du visiteur.

 **Musée virtuel canadien - Exposition virtuelle « Maître meunier »**
http://www.virtualmuseum.ca/pm_v2.php?id=exhibit_home&fl=0&lg=Francais&ex=703

Fréquentation globale par année

Année	Nombre de visites	Pages vues	Moyenne des pages vues par visite
2010 ⁽¹⁾	30	750	25,75
2011	267	6 023	23,5
2012	245	3 707	15
2013	322	4 654	14
2014	158	1 397	8
2015	188	2 256	12
2016	87	837	15
2017 ⁽²⁾	27	493	19

(1) L'exposition virtuelle a été mise en ligne en septembre 2010.

(2) Pour 2017, les statistiques regroupent les mois de janvier à mars inclusivement.

 **Musée virtuel canadien - Exposition virtuelle « Farine de bois 2.0 »**
http://www.museevirtuel-virtualmuseum.ca/Search.do?R=VE_2360&lang=fr&ex=on

Fréquentation globale par année

Année	Nombre de visites	Pages vues	Moyenne des pages vues par visite
2013 ⁽¹⁾	91	884	10
2014	25	474	19
2015	52	279	5
2016	50	850	33
2017 ⁽²⁾	2	86	189 ⁽³⁾

(1) L'exposition virtuelle a été mise en ligne en août 2013.

(2) Pour 2017, les statistiques regroupent les mois de janvier à mars inclusivement.

(3) Cette anomalie est possiblement due à la visite d'un robot sur le site.

- Le Journal du Net : Cinq conseils pour réduire votre taux de rebond.

<http://www.journaldunet.com/ebusiness/crm-marketing/taux-de-rebond/definition.shtml> [Page consultée le 17 mars 2016]