



Montréal
Québec
Toronto
Ottawa
Calgary
Edmonton
Philadelphie
Denver
Tampa



Palmarès touristiques 2009 du Québec

Les Québécois et leurs intentions de voyages au Québec -été-automne 2009-

Première édition

Juin 2009

Dossier 66681-0915

Les palmarès touristiques du Québec été-automne 2009

- 1. Palmarès des 10 régions du Québec qui font le plus rêver les Québécois.** Sans contrainte de temps et d'argent, les Îles-de-la-Madeleine serait la première destination rêvée des Québécois, suivie par la Gaspésie et le Charlevoix.
- 2. Palmarès des 10 régions d'intentions de voyages au Québec.** Cet été, les Québécois continueront à visiter d'abord la région de Québec. L'effet 400^e anniversaire de Québec semble toujours présent !
- 3. Palmarès des 10 régions d'intentions d'excursions au Québec.** Québec (33%), Montréal (31%), les Cantons-de-l'Est (29%), les Laurentides (29%) et la Montérégie (18%) seront les cinq destinations les plus populaires pour les excursions cet été.
- 4. Palmarès des 10 événements les plus attrayants du Québec.** Au Québec, le Festival de Jazz (26%), le Festival d'été (18%) et le Festival Juste pour rire (16%) sont les trois événements touristiques qui attirent le plus les Québécois.
- 5. Palmarès des sources d'information sur le tourisme et les destinations touristiques du Québec.** Internet (72%) est de loin la source d'information incontournable dans la planification des voyages au Québec.
- 6. D'ici le 31 octobre 2009, 67% des Québécois ont l'intention de voyager.** La majorité des voyageurs resteront au Québec et été.
- 7. Les intentions de voyages d'un Québécois sur deux sont affectées par la crise économique.** Les Québécois vont voyager moins longtemps et plus près de chez eux cette année.
- 8. Pour leur voyage principal au Québec, les Québécois voyageront surtout en juillet et en août.** Leur voyage sera de courte durée. Toutefois, il est prévu que ces voyageurs fassent d'autres voyages de courte durée au Québec au cours de la période estivale.

Méthodologie

Léger Marketing et HD Marketing ont créé la première édition des Palmarès touristiques du Québec dans le but de connaître les intentions et comportements de voyages des Québécois. Il s'agit de la plus vaste étude menée sur le sujet cette année.

Méthodologie

Population à l'étude

Les Québécois âgés de 18 ans ou plus, pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

n=2550 **Québécoises et Québécois âgés de 18 ans et plus, pouvant s'exprimer en français ou en anglais.**

Les sous-catégories des répondants sont:

n=2032 Clientèle touristique: Québécois qui ont réalisé un voyage d'agrément d'une nuit ou plus au cours des 12 derniers mois ou encore qui prévoient effectuer un voyage au cours des 12 prochains mois.

n=1698 Touristes 2009: répondants qui envisagent de réaliser au moins un voyage d'une nuit ou plus d'ici le 31 octobre 2009.

n=1273 Touristes 2009 du Québec: répondants qui ont l'intention de réaliser au moins un voyage d'une nuit ou plus au Québec d'ici le 31 octobre 2009.

Méthode de la collecte des données

La présente étude a été réalisée par Internet auprès d'un échantillon représentatif de Québécois et de Québécoises. L'échantillon a été tiré à partir du panel d'internautes de Léger Marketing.

Marge d'erreur

À titre comparatif, un échantillon probabiliste de même taille (2550 répondants) comporterait une marge d'erreur de $\pm 1,9\%$.

Dates de réalisation

La collecte des données a été réalisée du 7 au 11 mai 2009.

Pondération et représentativité

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population étudiée, les données brutes de l'étude ont été pondérées en fonction de la distribution réelle de la population selon la région touristique de résidence, l'âge, le sexe, la langue maternelle, la scolarité et le fait de vivre avec des enfants de 18 ans ou moins à la maison (source : Statistique Canada, recensement de 2006).

1. Palmarès des 10 régions du Québec qui font le plus rêver les Québécois

- ▶ S'ils n'avaient aucune contrainte de temps ou d'argent, plus du quart de la clientèle touristique (27%) visiterait les Îles-de-la-Madeleine.

Sans contrainte de temps ou d'argent, quelle est la région touristique que vous aimeriez le plus visiter au Québec parmi les 22 régions touristiques ?
-clientèle touristique-
n=2032

Rang	Destination	Total
1	Îles-de-la-Madeleine	27%
2	Gaspésie	17%
3	Charlevoix	10%
4	Québec	7%
5	Duplessis	6%
6	Saguenay-Lac-Saint-Jean	5%
6	Laurentides	5%
6	Cantons-de-l'Est	5%
9	Baie-James	4%
10	Nunavik	3%

Les répondants pouvaient donner deux réponses.

2. Palmarès des 10 régions d'intentions de voyages au Québec

- ▶ D'ici le 31 octobre 2009, 47% des Québécois interrogés ont l'intention de réaliser au moins un voyage d'une nuit ou plus au Québec.
- ▶ Ces touristes québécois prévoient effectuer, en moyenne, **trois voyages d'agrément** au Québec avant le 31 octobre 2009.
- ▶ La région de Québec se démarque des autres régions. En effet, 23% des touristes québécois interrogés ont l'intention de s'y rendre pour leur principal voyage. L'effet du 400^e anniversaire de Québec semble toujours présent !

Quelle est la région principale où vous avez l'intention de séjourner?

- Les touristes qui ont l'intention de réaliser un voyage au Québec -

n=1273

Rang	Destination	Total
1	Québec	23%
2	Charlevoix	9%
3	Laurentides	8%
4	Gaspésie	7%
5	Montréal	6%
6	Cantons-de-l'Est	5%
6	Saguenay-Lac-Saint-Jean	5%
6	Bas-Saint-Laurent	5%
9	Outaouais	4%
9	Lanaudière	4%

* Le complément à 100% représente d'autres régions touristiques du Québec.

3. Palmarès des 10 régions d'intentions d'excursions au Québec

- ▶ Plus de la moitié (55%) de la clientèle touristique envisage de faire au moins une excursion d'agrément (un voyage aller-retour dans la même journée à 40 km ou plus du lieu de résidence) d'ici le 31 octobre 2009. Il est important de souligner que 30% ne sont pas encore décidés et que 15% mentionnent qu'ils n'ont pas l'intention d'en faire.
- ▶ En moyenne, ces répondants prévoient réaliser **cinq excursions** au Québec avant le 31 octobre 2009.
- ▶ Québec (33%), Montréal (31%), les Cantons-de-l'Est (29%) et les Laurentides (29%) sont les destinations les plus populaires des excursionnistes.

Identifiez la ou les régions où vous avez l'intention de faire cette ou ces excursions en 2009.

-Ceux qui ont l'intention de réaliser une excursion d'agrément au Québec -

n=1129

Rang	Destination	Total
1	Québec	33%
2	Montréal	31%
3	Cantons-de-l'Est	29%
3	Laurentides	29%
5	Montérégie	18%
6	Lanaudière	16%
7	Charlevoix	14%
7	Mauricie	14%
9	Outaouais	12%
10	Chaudière-Appalaches	10%
10	Laval	10%

*Plusieurs mentions regroupées.

4. Palmarès des 10 événements les plus attrayants du Québec

- ▶ Au Québec, le Festival de Jazz (26%) est l'événement touristique le plus attrayant. Le Festival d'été de Québec (18%) et le Festival Juste pour rire de Montréal (16%) sont d'autres événements particulièrement intéressants aux yeux des Québécois. Viennent ensuite le Cirque du Soleil à Montréal et Québec (13%) et le Moulin à images de Québec (10%). Plusieurs autres événements ont été identifiés, mais en de plus faibles proportions.

Dans un rayon de plus de 40 km et plus de votre lieu de résidence, sans contrainte de temps ou d'argent, identifiez les événements touristiques du Québec auxquels vous aimeriez le plus assister ou participer au cours des prochaines années.*

-clientèle touristique-
n=2032

Rang	Événement touristique	Total
1	Festival de Jazz de Montréal	26%
2	Festival d'été de Québec	18%
3	Festival Juste pour rire (Montréal)	16%
4	Cirque du Soleil (Montréal et Québec)	13%
5	Moulin à images (Québec)	10%
6	Festival international des Montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu	8%
7	Festival Western de St-Tite	7%
8	Carnaval de Québec	6%
9	Festival de Lanaudière	4%
10	Francofolies de Montréal	3%

* 3 mentions regroupées

5. Palmarès des sources d'information sur le tourisme et les destinations touristiques du Québec

- ▶ Internet (72%) est la source d'information incontournable dans la planification des voyages au Québec. Viennent ensuite les brochures touristiques (47%), le bouche-à-oreille (38%) et les journaux (22%).

Pour vous informer sur le tourisme et les destinations touristiques du Québec, quelle est votre ou vos principale(s) source(s) d'information?

-clientèle touristique-
n=2032

Rang	Sources d'information	Total
1	Internet	72%
2	Brochures touristiques, dépliants	47%
3	Parents & amis (bouche-à-oreille)	38%
4	Journaux	22%
5	Télévision	13%
6	Magazines	10%
7	Agences de voyages	8%
8	Radio	2%
	Autre	3%

* 3 mentions regroupées

Les sites Internet les plus consultés

1. Les sites du gouvernement (*Bonjour Québec.com, Tourisme Québec*)
2. Google
3. Les sites des ATR (régions touristiques)

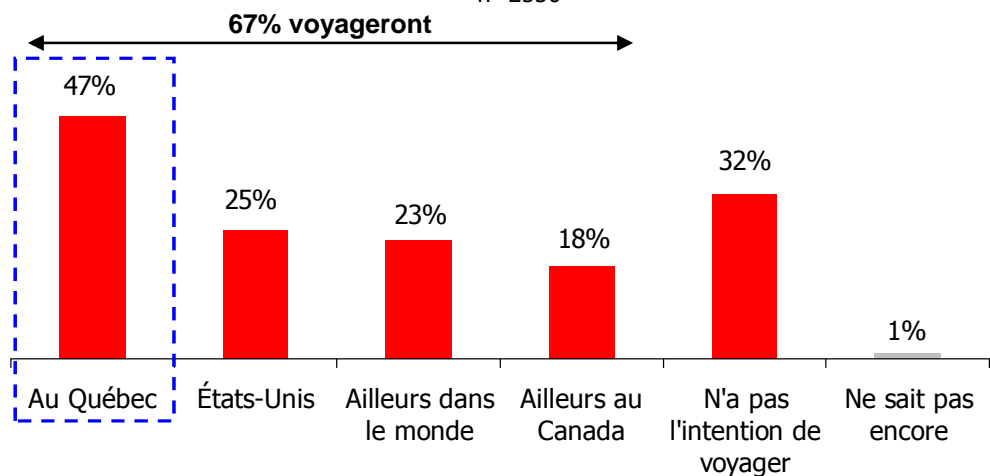
6. D'ici le 31 octobre 2009, 67% des Québécois ont l'intention de voyager. Et ils seront 47% à voyager au Québec.

- ▶ À l'heure actuelle au Québec, 47% de Québécois envisagent de réaliser un voyage d'une nuit ou plus d'ici le 31 octobre 2009 au Québec, alors que 25% planifient d'aller aux États-Unis, 23% ailleurs dans le monde et 18% au Canada. Le tiers des répondants (32%) ont affirmé qu'ils n'ont pas l'intention de voyager d'ici le 31 octobre 2009.

D'ici le 31 octobre 2009, avez-vous l'intention de réaliser un ou plusieurs voyages d'agrément ici ou à l'étranger, c'est-à-dire un voyage d'une nuit ou plus en dehors de votre résidence principale ?
SI OUI, où avez-vous l'intention d'aller ? (Plusieurs mentions possibles)

- Parmi l'ensemble de la population de 18 ans et plus -

n=2550



Qui voyagera le plus au Québec ?

- Les résidents de la Mauricie, de l'Outaouais, du Saguenay-Lac-Saint-Jean et de Chaudière-Appalaches
- Les 55-64 ans
- Les familles ayant un revenu de 40 000 \$ à 99 999 \$

7. Les intentions de voyage d'un Québécois sur deux sont affectées par la crise économique.

- ▶ Parmi la clientèle touristique, un voyageur sur deux (51%) déclare que la crise économique actuelle n'aura aucun effet sur ses intentions de voyage d'ici le 31 octobre 2009.
- ▶ Toutefois, pour l'autre moitié, la crise économique aura un impact sur leurs intentions de voyage. Les personnes touchées mentionnent qu'elles voyageront moins longtemps (15%), voyageront au Québec plutôt qu'à l'extérieur de la province (12%) ou diminueront leur budget de vacances (12%).

Est-ce que la crise économique actuelle a un effet (ou va avoir un impact) sur vos intentions de voyages d'ici le 31 octobre 2009 ?

Si oui, quel(s) impact(s) principalement?

-clientèle touristique-

n=2032

Effet sur les intentions de voyages	Total
TOTAL OUI	48%
Oui, je vais voyager moins longtemps (par exemple : une semaine plutôt que 2 semaines)	15%
Oui, je vais voyager au Québec plutôt qu'à l'extérieur	12%
Oui, je vais diminuer mon budget de vacances	12%
Oui, je ferai moins de voyages que prévu	10%
Oui, je vais chercher les prix de nuitée les moins chers	10%
Oui, je vais voyager mais je ferai moins de distance que prévu	8%
Oui, autre impact	5%
NON, PAS D'IMPACT PARTICULIER	51%
Je préfère ne pas répondre	1%

* 3 réponses possibles pour les répondants qui se disent affectés par la crise économique.

Qui sont les plus touchés ?

- ↓ Les résidents de la Mauricie et de la Montérégie
- ↓ Les femmes
- ↓ Les 35-64 ans
- ↓ Les familles ayant un revenu inférieur à 40 000 \$

Qui sont les moins touchés ?

- ↑ Les résidents des Laurentides et de Laval
- ↑ Les hommes
- ↑ Les moins de 35 ans
- ↑ Les familles avec un revenu de 100 000 \$ ou plus

8. Pour leur voyage principal au Québec, les Québécois voyageront surtout en juillet et août et leur voyage sera de courte durée. Toutefois, ils envisagent d'en faire plusieurs.

- ▶ Lors de leur principal voyage au Québec, les touristes québécois voyageront principalement durant les mois de juillet (43%) et d'août (40%). Peu de Québécois effectueront leur voyage principal en mai (8%). Notons que 19% planifient leur voyage en juin, 11% en septembre et 6% en octobre.
- ▶ Les séjours prévus au Québec s'avèrent être de courte durée : 87% d'entre eux ne dureront pas plus d'une semaine. Un Québécois sur dix (9%) profitera d'un voyage d'une durée de deux semaines ou plus et 4% ne le savent pas encore.
- ▶ Lors de leur voyage principal au Québec, quatre voyageurs québécois sur dix (39%) envisagent de séjourner à l'hôtel alors que 28% ont l'intention d'aller dormir chez des parents ou des amis. Notons que 20% disent opter pour le camping.

Quel(s) type(s) d'hébergement envisagez-vous principalement?

-Ceux qui ont l'intention de réaliser un voyage au Québec –
n=1273

Type d'hébergement	
Hôtel	39%
Chez des parents & amis	28%
Camping (tente, roulotte)	20%
Gîte, couette et café	14%
Chalet / maison de campagne à louer	10%
Chalet / maison de campagne (propriété de la famille)	6%
Pourvoirie	2%
Auberge de jeunesse	2%
Centre de vacances	1%
Autre	2%
Je ne sais pas	1%

Deux mentions possibles

Ce qu'il faut retenir...

- **Les Îles-de-la-Madeleine et la Gaspésie sont loin d'avoir atteint leur plein potentiel touristique puisqu'une bonne proportion de Québécois les rêvent mais ne vont pas les visiter. Comment passer du rêve à la réalité ?**
- **De leur côté, les régions de Québec et de Charlevoix font aussi rêver mais connaîtront en 2009, quant à elles, un réel engouement de la part des touristes québécois. Le Festival d'été de Québec et le Moulin à images prolongent l'impact du 400^{ième} de la ville;**
- **Les Québécois ne voyagent pas longtemps mais ceux qui voyagent le font souvent;**
- **Le déplacement des voyages vers le mois d'août et la fin de l'été se confirme;**
- **Les autres provinces canadiennes, malgré leur proximité, attirent moins que les États-Unis ou les voyages ailleurs dans le monde. La destination canadienne est moins attrayante, de toute évidence. Problème d'offre de produits touristiques ou simplement d'image de marque?**
- **La crise économique a un impact pour 1 touriste Québécois sur 2, mais ne les empêche pas de voyager pour autant, juste différemment;**
- **L'Internet est maintenant LA source incontournable pour se renseigner en tourisme.**

Contact et coordonnées

Pour plus d'information au sujet de cette étude, veuillez contacter :

Caroline Roy

Vice-présidente, bureau de Québec

Léger Marketing

Courriel : croy@legermarketing.com

Téléphone : (418) 522-7467 poste 23

Cellulaire: (418) 254-1825

Jean-Michel Perron

Consultant en études touristiques

HD Marketing

Courriel : jmp@hdmarketing.ca

Téléphone: (418) 802-5191