



Portrait du tourisme dans le Québec maritime : Regard sur des données inédites

Les Rendez-vous du Québec maritime 2022

Marc-Antoine Désy

Ministère du Tourisme

Direction des connaissances stratégiques et de l'intelligence d'affaires

1^{er} Novembre 2022

Plan de présentation

- Quelques chiffres pour caractériser le Québec maritime
- Portrait origine-destination des visiteurs d'Amérique du Nord
- Regard sur les motoneigistes hors-Québec
- Regard sur le marché français
- Perspectives futures pour la destination

Panorama de haut niveau

Le Québec maritime dans l'ensemble du tourisme québécois

3

	Québec	Hors-Québec total	Autres provinces	États-Unis	Autres pays
Nuitées	13%	3,4%	4,5%	1,5%	3,5%
Dépenses	16%	3,7%	4%	1,5%	5%
Rang combiné	3e	5e	4e	8e	3e

- Québec Maritime, combiné, équivaut en volume de dépenses:
 - Québec: 3^e rang combiné des régions touristiques québécoises pour les dépenses des visiteurs
 - Autres provinces: 4^e rang combiné
 - Autres pays: 3^e rang combiné
 - États-Unis: 8^e rang combiné
- De manière comparative, les États-Unis font moins leur « poids » dans le Québec Maritime.

Intentions de voyage : Destination québécoises envisagées à l'été 2022



QREGQC Quelle(s) région(s) du Québec envisagez-vous de visiter cet été pour un voyage d'agrément?			
Québec	2 46 % ↑	Saguenay-Lac-Saint-Jean	4 % ↓
Montréal	1 62 % ↑	Chaudière-Appalaches	2 % ↓
Charlevoix	3 % ↓	Outaouais	9 %
Cantons-de-l'Est	6 % ↓	Mauricie	2 % ↓
Bas-Saint-Laurent	5 % ↓	Abitibi-Témiscamingue	5 %
Centre-du-Québec	3 15 %	Eeyou Istchee/Baie-James	3 % ↓
Gaspésie	7 % ↓	Montréal	3 %
Laurentides	11 %	Lanaudière	3 %
Côte-Nord	5 % ↓	Laval	8 %
Îles-de-la-Madeleine	3 % ↓	Nunavik	-

Québec maritime

- 20% des réponses (plus d'une possible) ont inclus une des destinations du Québec maritime dans leurs choix

Base : Ontariens prévoyant voyager au Québec à l'été 2022 (n = 177).
Plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.
Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre les marchés et le reste de l'échantillon.
Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché.

Intentions de voyage : Destination québécoises envisagées à l'été 2022



Américains (Nord-Est)

QREGQC Quelle(s) région(s) du Québec envisagez-vous de visiter cet été pour un voyage d'agrément?			
Québec	② 40 %	Saguenay-Lac-Saint-Jean	8 %
Montréal	① 43 % ↑	Chaudière-Appalaches	16 % ↑
Charlevoix	16 %	Outaouais	10 %
Cantons-de-l'Est	23 % ↑	Mauricie	8 %
Bas-Saint-Laurent	16 %	Abitibi-Témiscamingue	14 % ↑
Centre-du-Québec	③ 32 % ↑	Eeyou Istchee/Baie-James	18 % ↑
Gaspésie	11 % ↓	Montréal	9 % ↑
Laurentides	8 % ↓	Lanaudière	7 %
Côte-Nord	16 % ↑	Laval	6 %
Îles-de-la-Madeleine	8 %	Nunavik	7 % ↑

Québec maritime

- 51% des réponses (plus d'une possible) ont inclus une des destinations du Québec maritime dans leurs choix

Base : Américains prévoyant voyager au Québec à l'été 2022 (n = 277).

Plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre les marchés et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché.

Intentions de voyage : Destination québécoises envisagées à l'été 2022



QREGQC Quelle(s) région(s) du Québec envisagez-vous de visiter cet été pour un voyage d'agrément?			
Québec	1 52 % ↑	Saguenay-Lac-Saint-Jean	8 %
Montréal	2 47 % ↑	Chaudière-Appalaches	11 %
Charlevoix	16 % ↓	Outaouais	5 %
Cantons-de-l'Est	12 %	Mauricie	10 %
Bas-Saint-Laurent	29 % ↑	Abitibi-Témiscamingue	11 %
Centre-du-Québec	3 36 % ↑	Eeyou Istchee/Baie-James	16 % ↑
Gaspésie	12 %	Montérégie	5 %
Laurentides	11 %	Lanaudière	5 %
Côte-Nord	20 % ↑	Laval	6 %
Îles-de-la-Madeleine	21 % ↑	Nunavik	4 %

Québec maritime

- 81% des réponses (plus d'une possible) ont inclus une des destinations du Québec maritime dans leurs choix

Base : Français prévoyant voyager au Québec à l'été 2022 (n = 190).

Plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

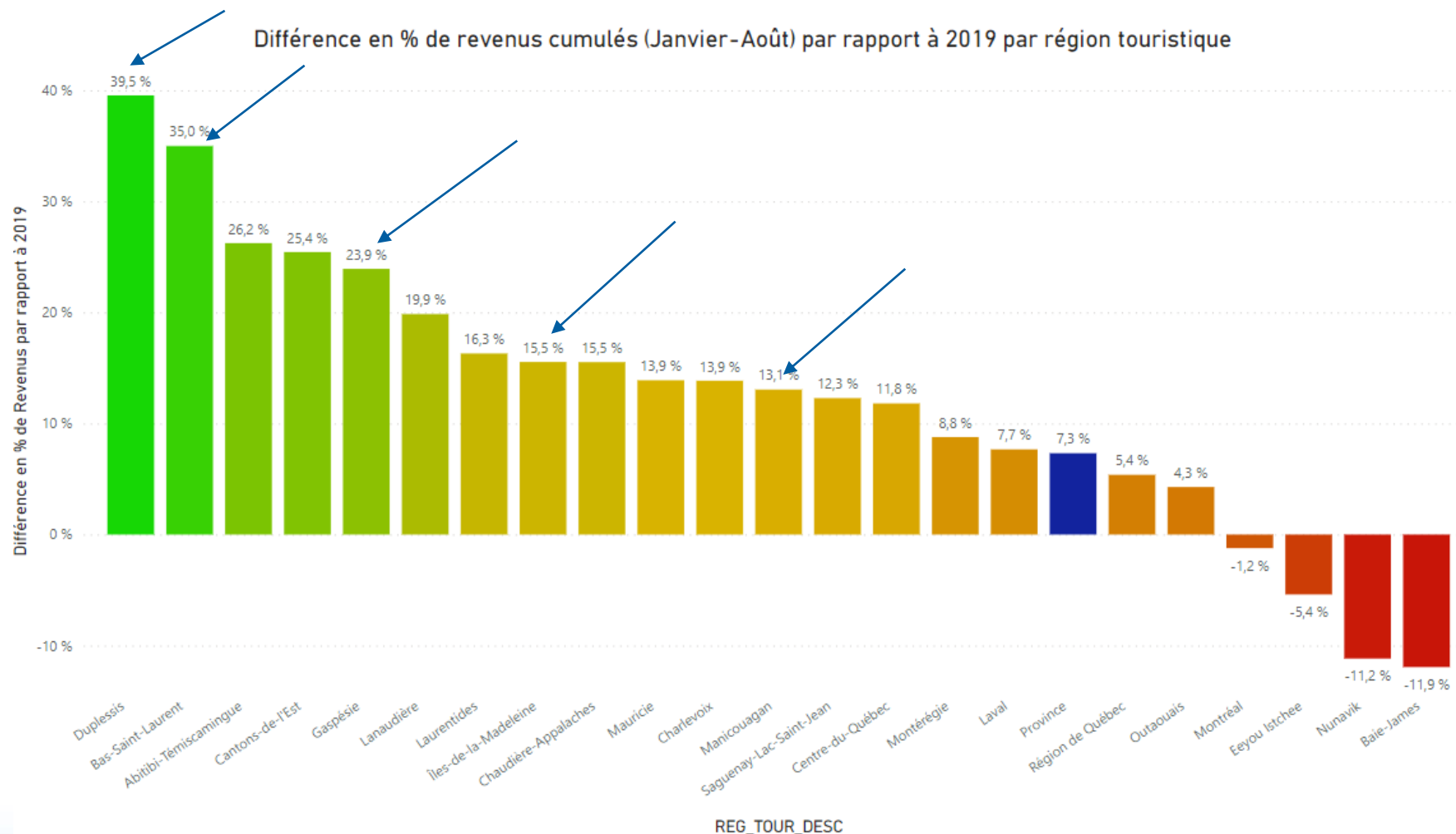
Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre les marchés et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché.

REGARD SUR L'HÉBERGEMENT

Le Québec maritime se débrouille bien

7



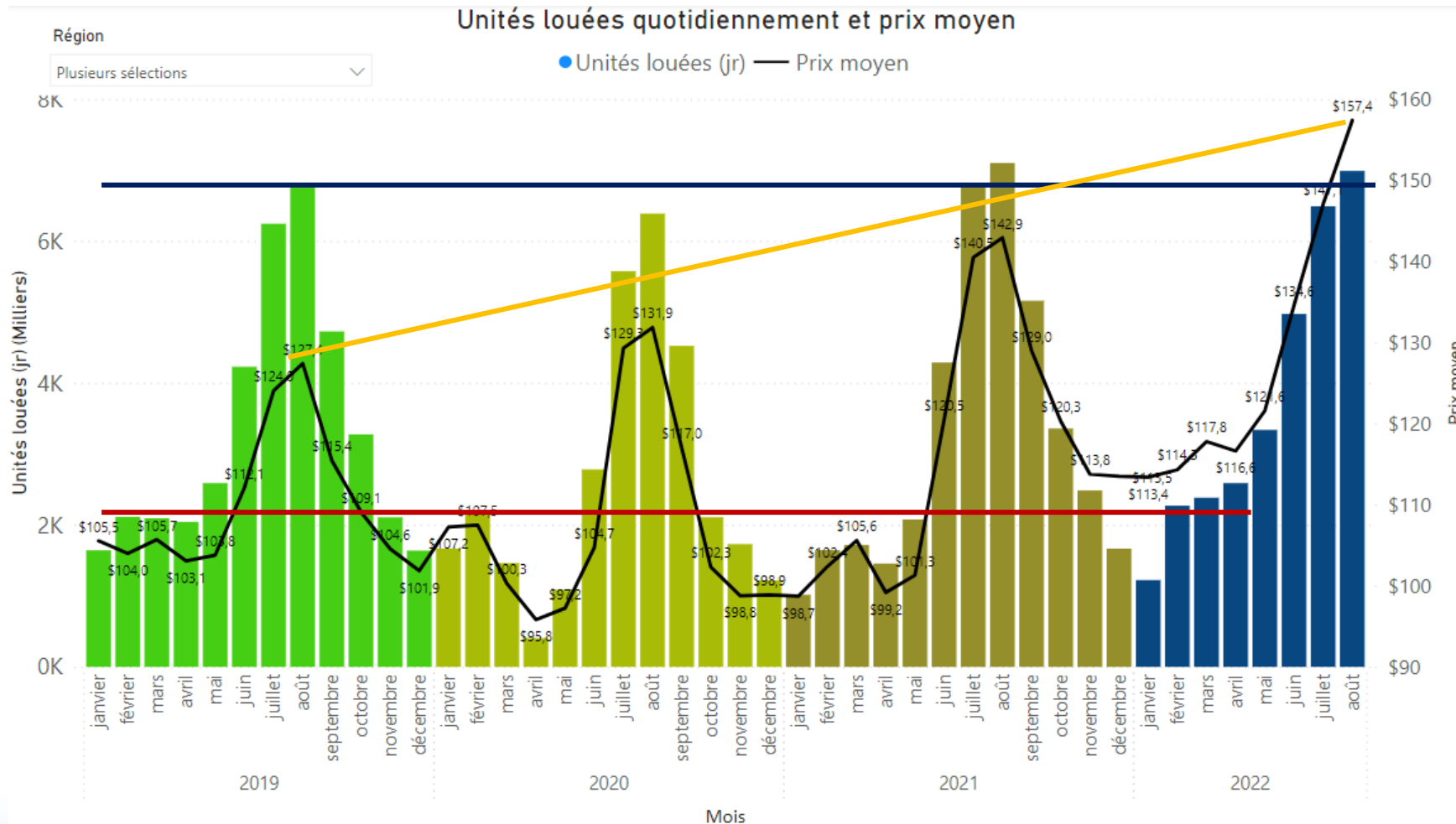
Hébergement commercial

- Les régions surpassent le niveau de revenu de 2019
- Elles surpassent la majorité des régions du Québec
- Effet d'une fréquentation comparable à 2019 et une montée des prix

Panorama de haut niveau

Le Québec maritime se débrouille bien

8



Hébergement commercial

- Un niveau d'activité étonnamment stable
- Produit résilient face à la pandémie
- Le défi: conserver un niveau d'activité comparable avec le retour des québécois vers des destinations internationales.



[Cette photo](#) par Auteur inconnu est soumise à la licence [CC BY-SA](#)

Portrait Origine-Destination des visiteurs Canadiens hors-Québec en 2019

Caractéristiques des clientèles

ENVIRONICS
ANALYTICS

10

Source de données *VisitorView Canada-USA*

VisitorView utilise des données de localisation mobile anonymisées, des données du recensement, des données d'études de consommation et des analyses diverses

- Rendu disponible grâce au partenariat avec Destination Canada



Dans le but de...

- Accéder à des données sur les visiteurs
- Identifier les habitudes de voyage
- Améliorer les profils des voyageurs
- Faire un portrait collectif de leurs caractéristiques selon leur lieu de résidence
 - Ex: St-Lambert vs Rosemont

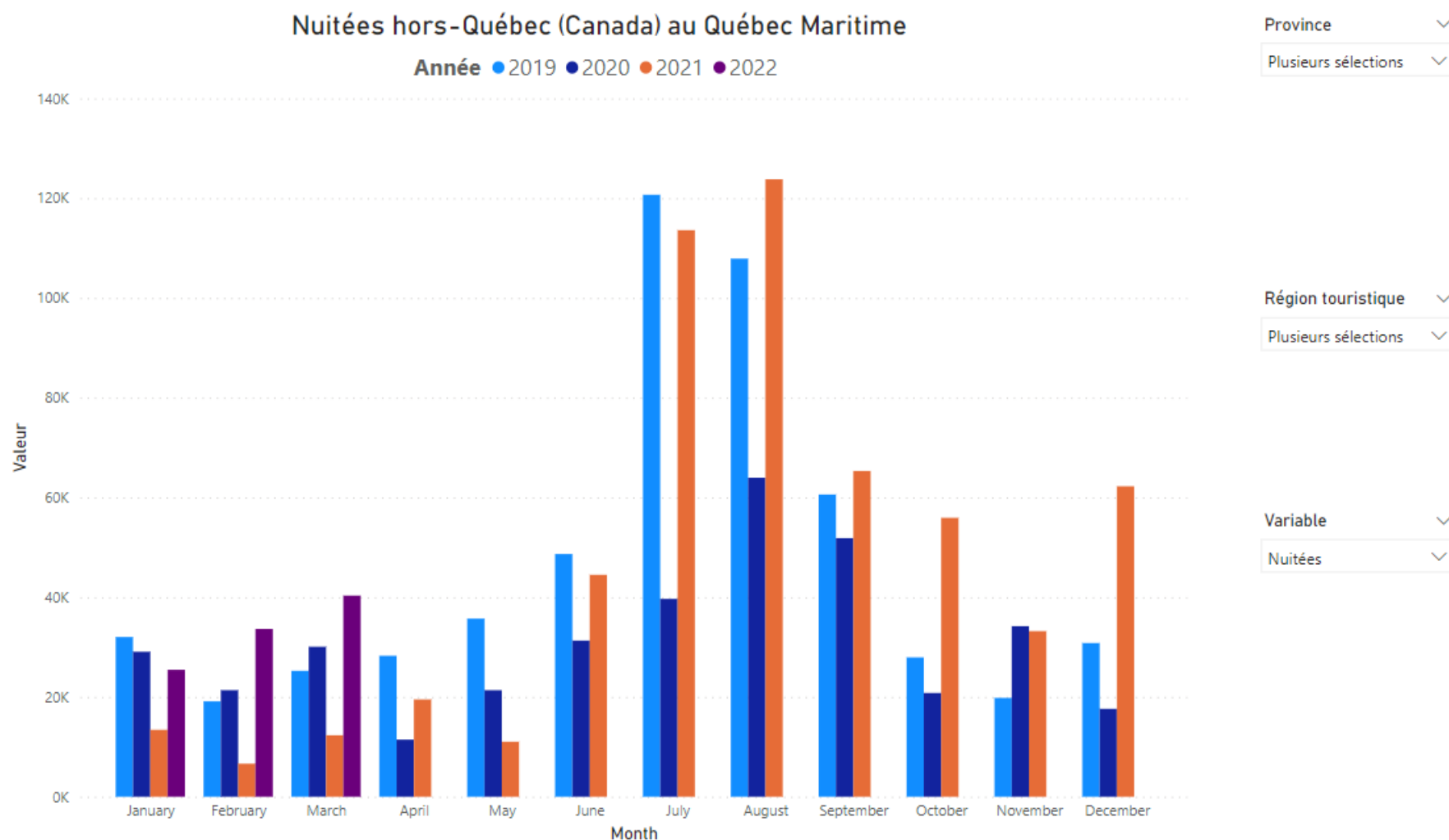
Limitations de *VisitorView*

- Capte tout séjour d'une nuitée à 60km minimum du domicile (Lieu usuel de soir)
- Différent de l'environnement de données usuel issu de Statistique Canada ou des estimations du MTO (ne pas faire une comparaison directe entre les deux sources)
- Ne discrimine pas, ni ne détermine l'intention de voyage
 - Famille ou amis
 - Agrément
 - Affaires et travail
 - Études etc.
- Ne détermine pas le lieu de séjour
 - Parenté
 - Hôtel
 - Chalet
 - Bateau



- N'est pas un outil parfait
- A ses limitations et voit plus large que notre clientèle habituelle
- Capte toute activité qui implique une nuitée à 60 km du domicile, ce qui peut amener du 'bruit'
- Pour certains petits domaines, la qualité des données peut être variable
- Reste néanmoins un bon outil de mesure du 'mouvement humain' disponible en ce moment pour le milieu touristique au Canada, pour identifier des tendances

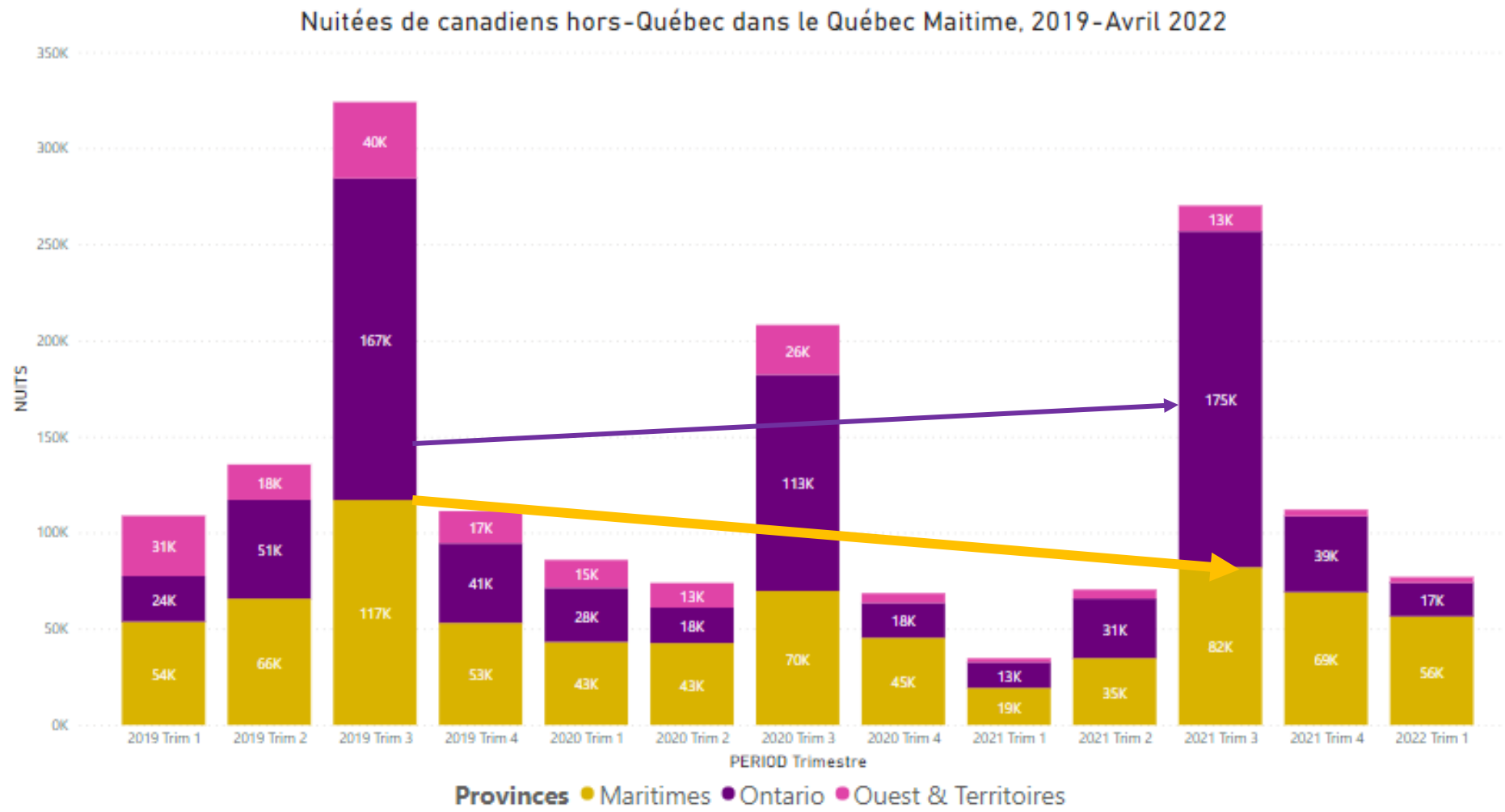
Nuitées Canada hors-Québec au Québec maritime 2019-2022



Tendance générale

- Données à partir d'Avril 2022: Inutilisables
- 2020: Effet clair de la bulle Atlantique et du tourisme 'près de la maison'
- Été 2021: Retour en force des ontariens et des *maritimers*

Répartition des nuitées Canada hors-Québec depuis 2019



Tendance générale

- Les maritimes, à l'exception du 3^e trimestre, génèrent environ 50% du volume de nuitées

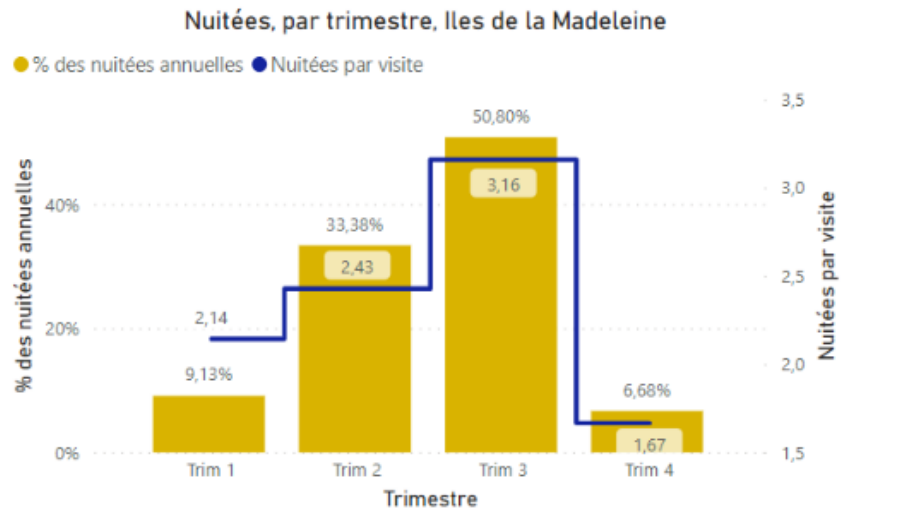
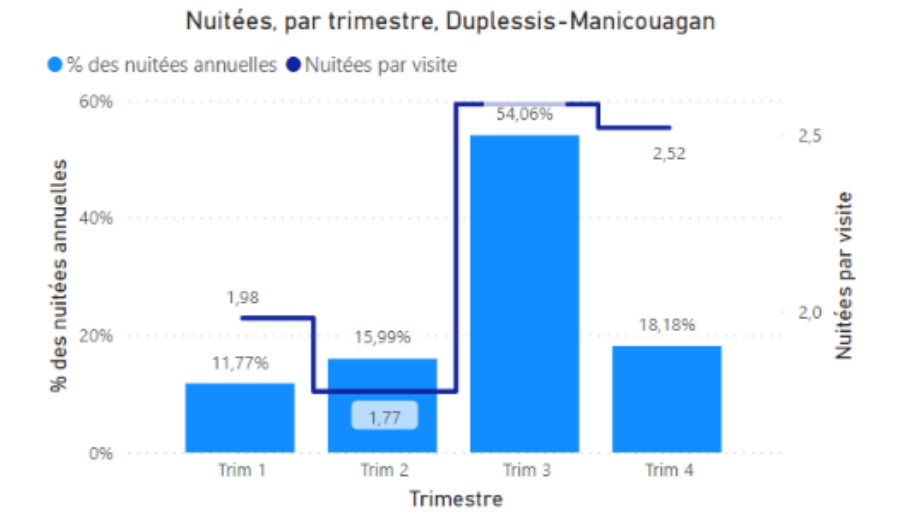
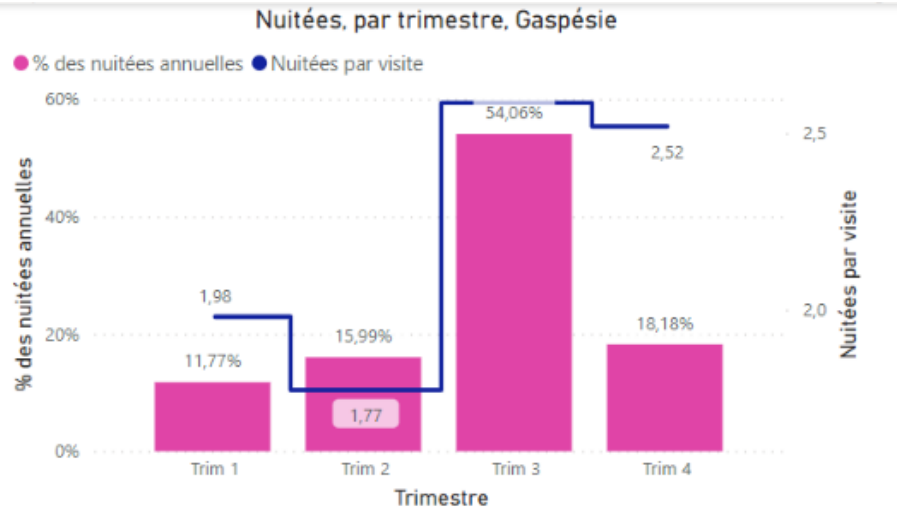
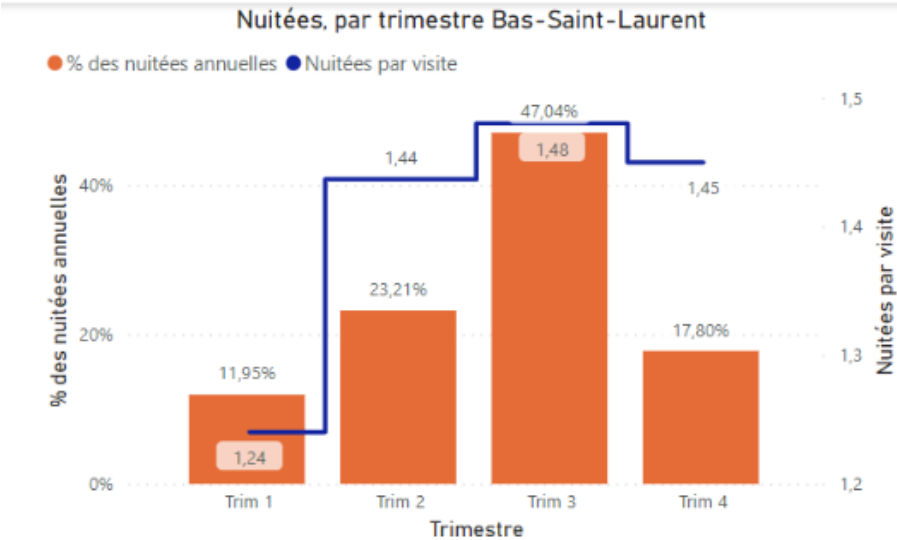
Effets de la pandémie

- Baisse généralisée en 2020 et récupération en partielle en 2021
- Hausse absolue (+5%) des visiteurs ontariens au T3 2021 vs 2019

Répartition des nuitées Canada hors-Québec par trimestre en 2019

Saisonnalité

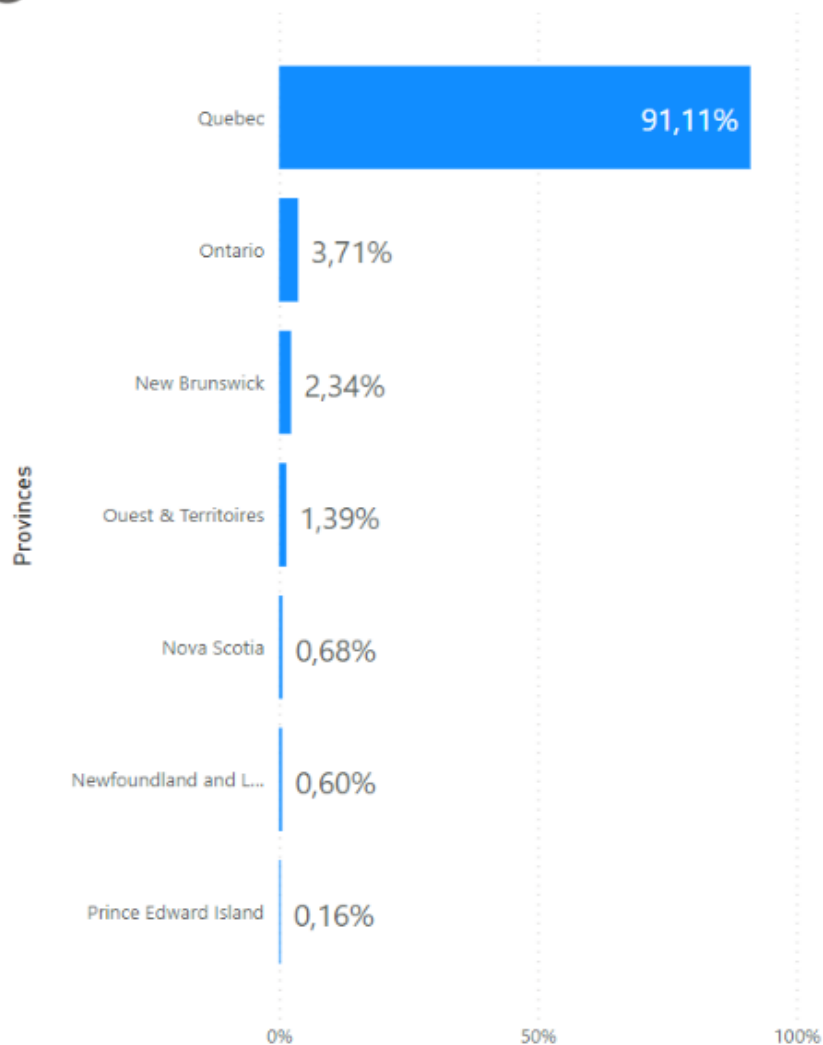
- Portraits saisonniers analogues
 - Environ 50% du volume est au T3
- Iles-de-la Madeleine: 2^e trimestre a un poids plus important que pour les autres régions



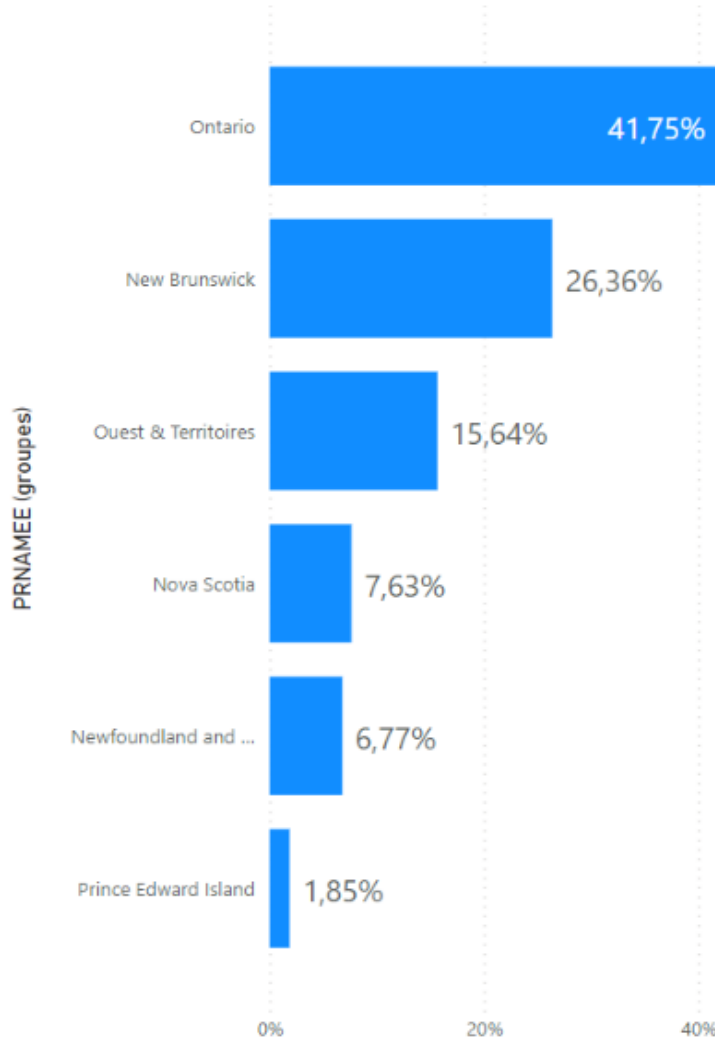
Portrait des visiteurs du Canada au Québec maritime en 2019



Parts des nuitées totale en 2019, par province d'origine



Parts des nuitées totales en 2019 des provinces hors-Québec



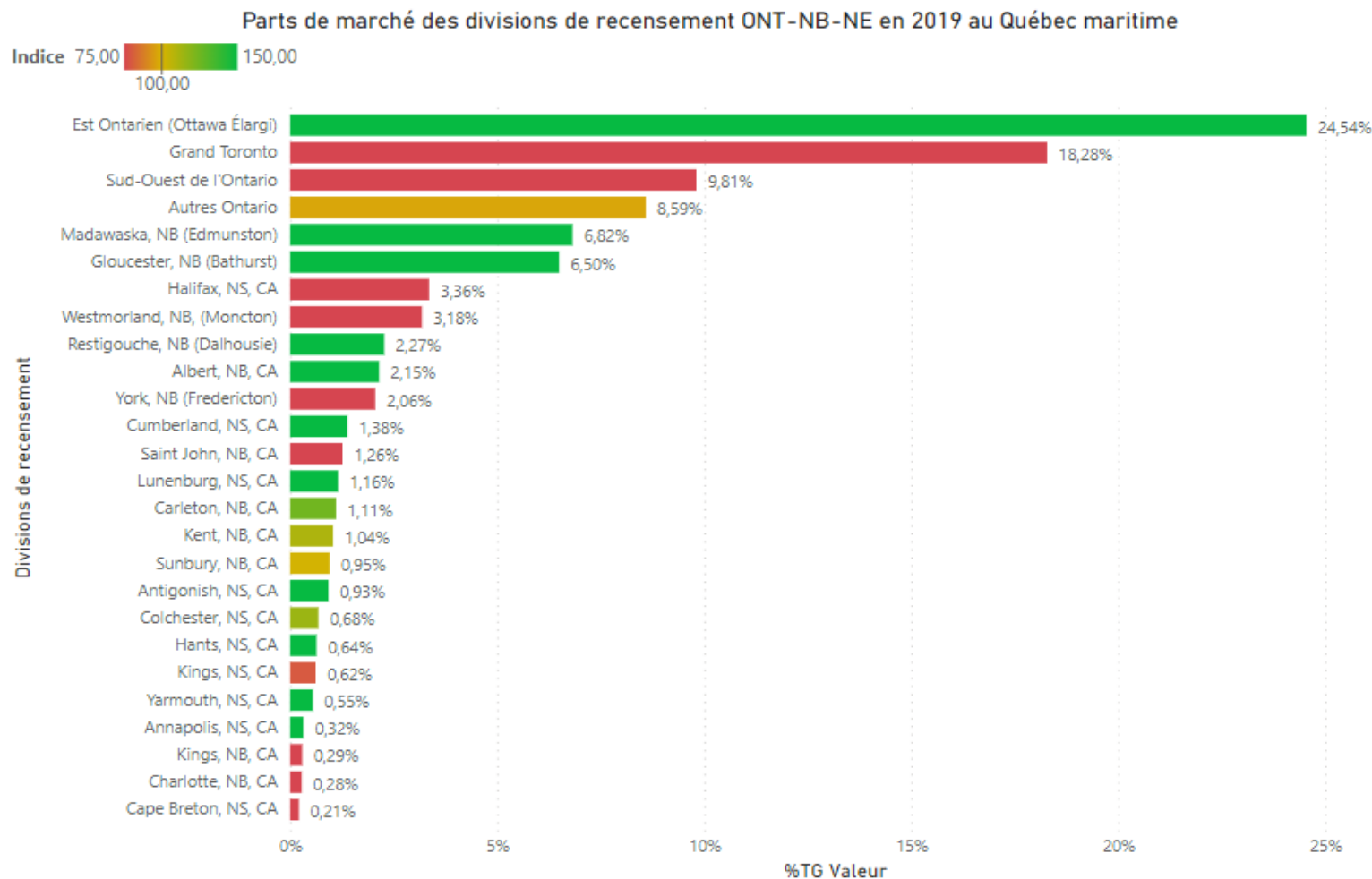
Le Québec est 90% des nuitées canadiennes au Québec

- L'Ontario reste le marché prépondérant dans la plupart des régions
- Le Nouveau-Brunswick constitue, malgré sa population moindre, un marché qui est presque 4 fois plus important que la Nouvelle-Écosse

Origine des visiteurs ONT-NB-NE en 2019 – T2-T3

Gaspésie et Bas St-Laurent

16



Globalement

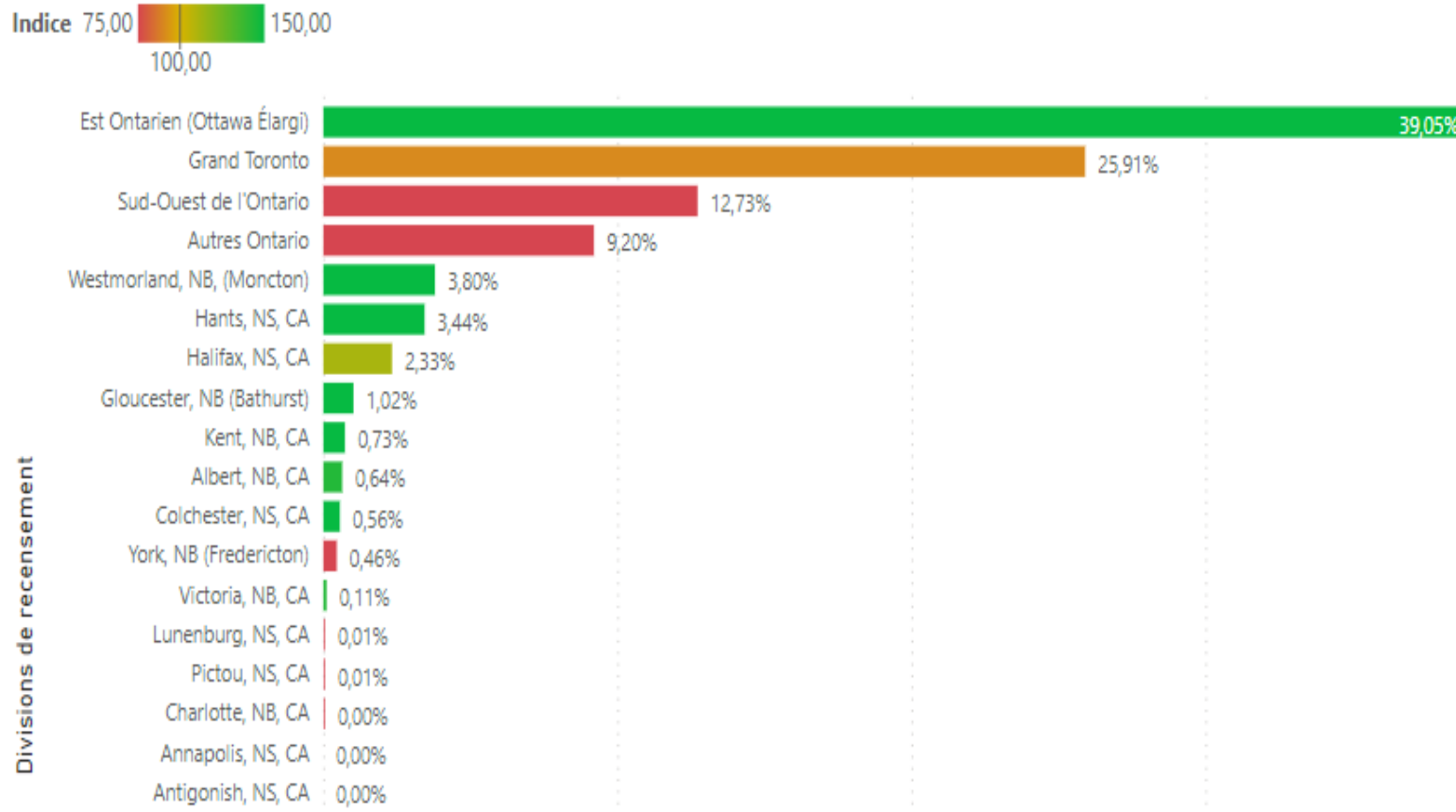
- Ottawa et l'Est Ontarien est le marché unique le plus porteur pour Québec maritime
- Grand Toronto reste important mais moins susceptible de vous visiter
- Nouveau-Brunswick francophone est aussi un pourvoyeur important de clientèle
- La région, surtout le BSL, reste une région de transit importante entre les maritimes et l'Ontario, ce qui génère des nuitées en conséquence

Origine des visiteurs ONT-NB-NE en 2019 – T2-T3

Manicouagan et Duplessis

17

Parts de marché des divisions de recensement ONT-NB-NE en 2019 au Québec maritime



Globalement

- L'Ontario est dominant avec 87% des nuitées.
- Les maritimes ne pèsent pas lourd, sauf pour Terre-Neuve et Labrador (hors graphique) avec 18% des nuitées
- Ottawa et l'Est Ontarien est le marché unique le plus porteur.
- Avec Toronto, c'est plus de 65% des nuitées qui proviennent de ces deux régions métropolitaines élargies

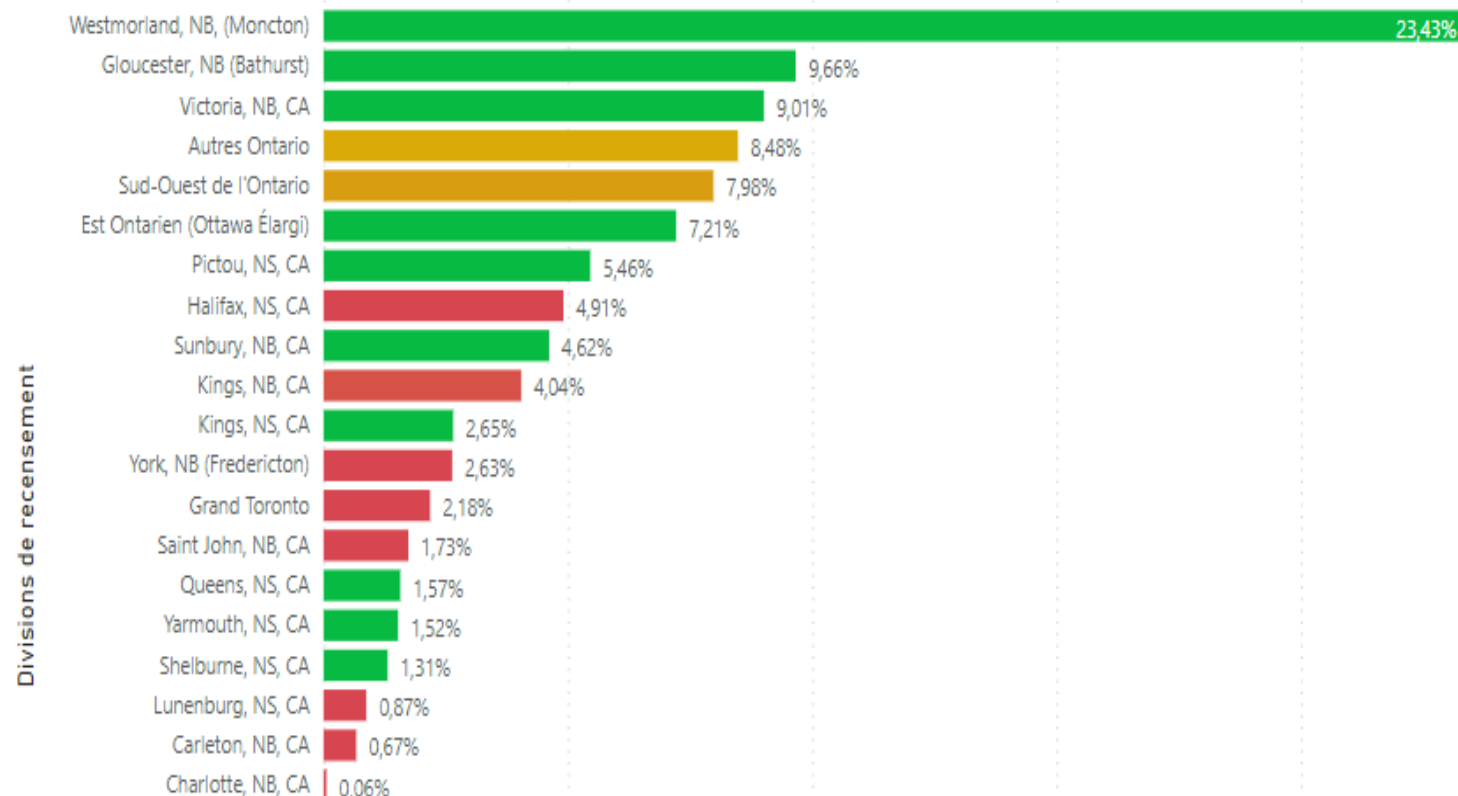
Origine des visiteurs ONT-NB-NE en 2019 – T2-T3

Iles de la Madeleine

18

Parts de marché des divisions de recensement ONT-NB-NE en 2019 au Québec maritime

Indice 75,00 100,00 150,00



Globalement

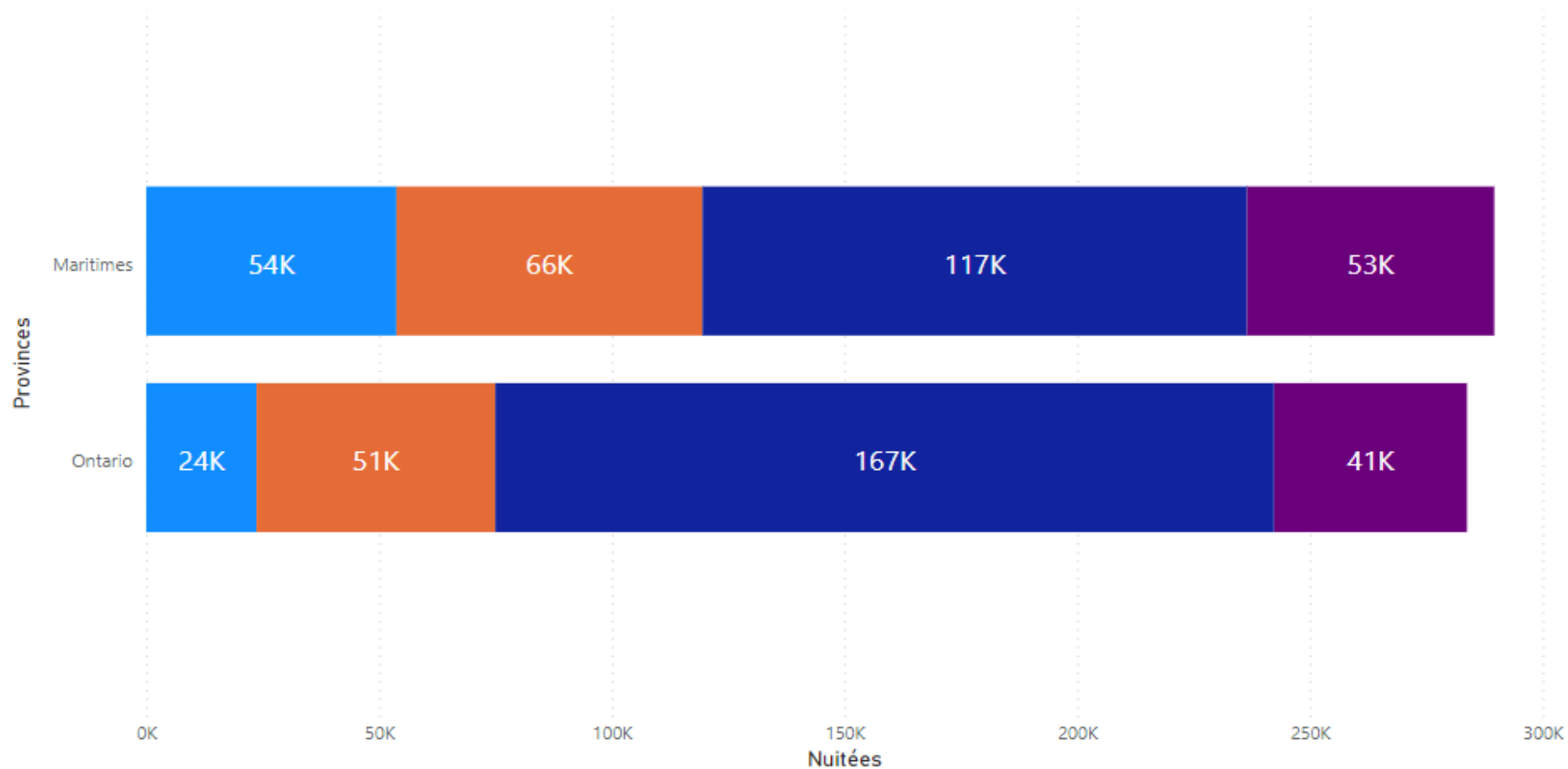
- 73% des nuitées des 3 provinces proviennent du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse (Effet de l'industrie de la pêche?)
- L'Ontario reste relativement discret.
- À noter, Toronto et Ottawa ne sont pas les marchés prédominants en Ontario
 - Pic autour de Windsor (K+S Windsor Salt?)

Différence de provenance de la clientèle au Québec maritime

T1-2019 vs T3-2019

Nuitées totales en 2019 par trimestre, Ontario et Maritimes

● Trim 1 ● Trim 2 ● Trim 3 ● Trim 4



- Malgré sa plus faible population, les maritimes dépassent le volume de l'Ontario
- Autre qu'au 3e trimestre, votre clientèle des Maritimes est prépondérante
- En été, l'Ontario a 1,5 fois le poids de toutes les Maritimes, malgré la distance et les liens économiques et sociaux

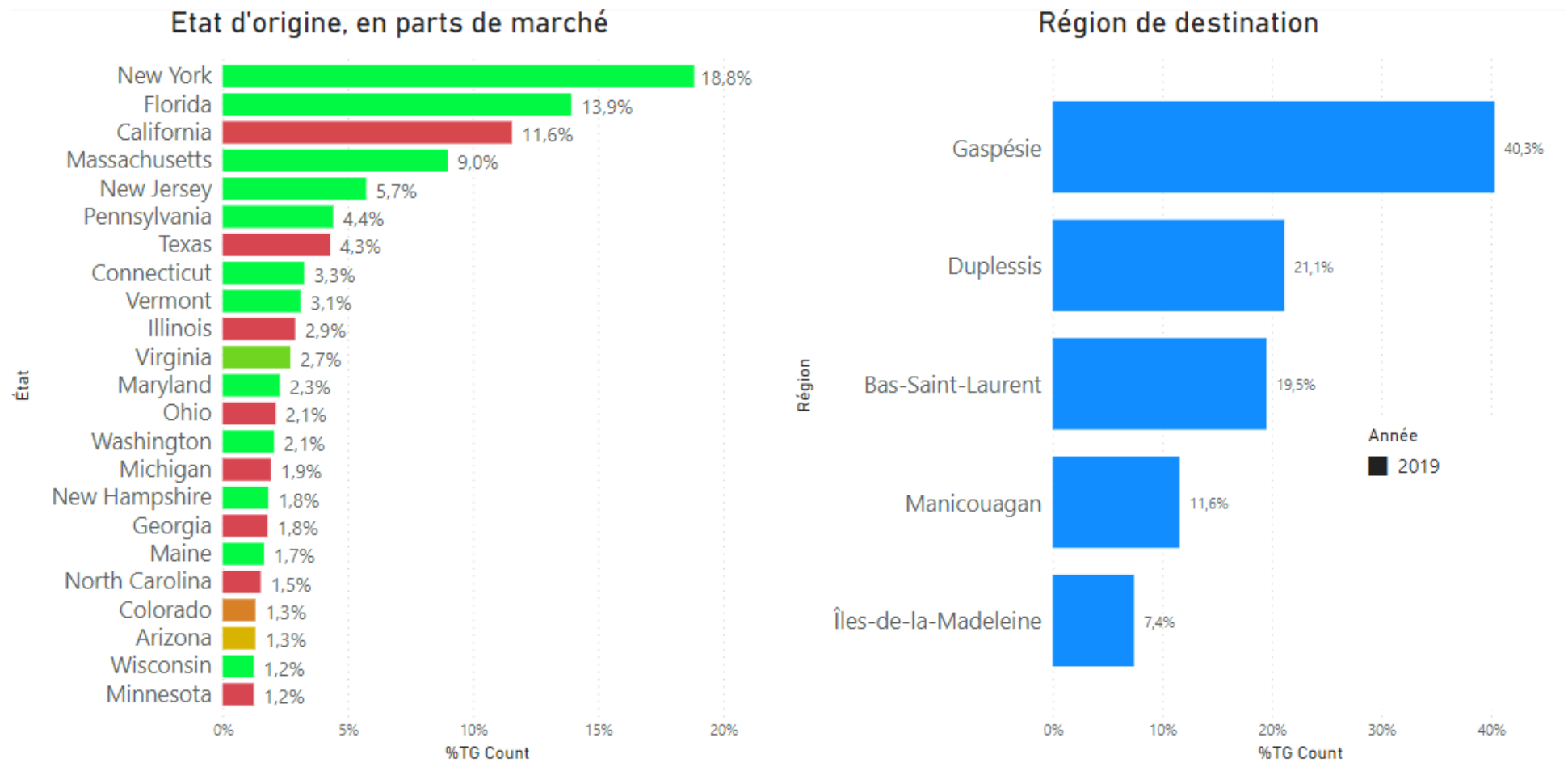
Portrait Origine-
Destination des
visiteurs du
Nord-Est
américain en
2019



Cette photo par Auteur inconnu est soumise à la licence CC BY-NC-ND

Portrait Origine-Destination des visiteurs américains en 2019 (Tous états confondus)

Québec maritime



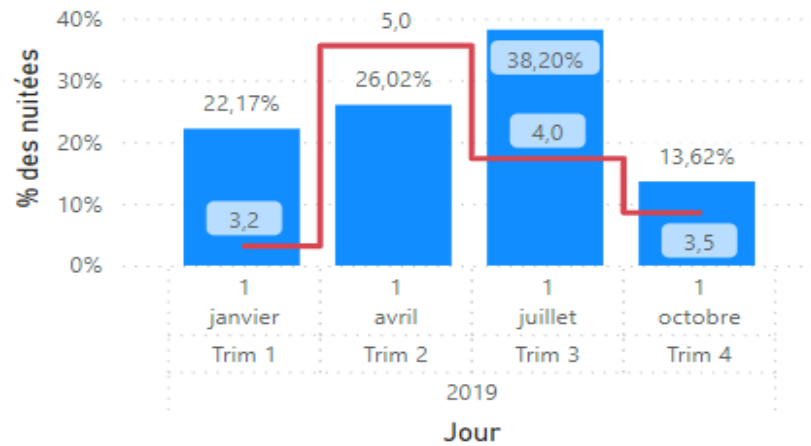
- De manière surprenante, Duplessis arrive en 2^e position...après la Gaspésie
- Explications possibles:
 - Pêche au saumon
 - Pêche
 - Anticosti
 - Chasse
 - Ports de Sept-Îles et HSP

Attention: La source des données utilisées par Environics est basée sur l'État de résidence (*Common Evening Location*). Or, de nombreux canadiens vivent de manière temporaire en Floride et semble être inclus dans le total des visiteurs pour la Floride. Veuillez utiliser les données sur la Floride avec prudence.

Répartition des nuitées par trimestre, Nord-Est des États-Unis en 2019

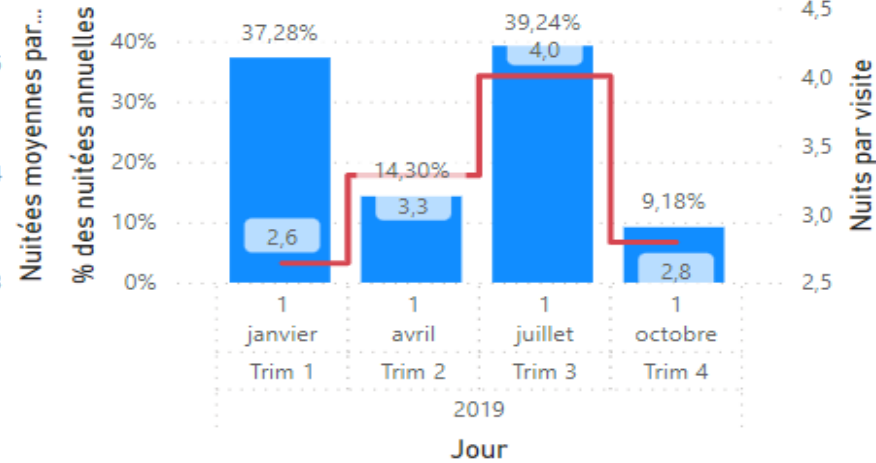
Québec Maritime

● % des nuitées ● Nuitées moyennes par visite



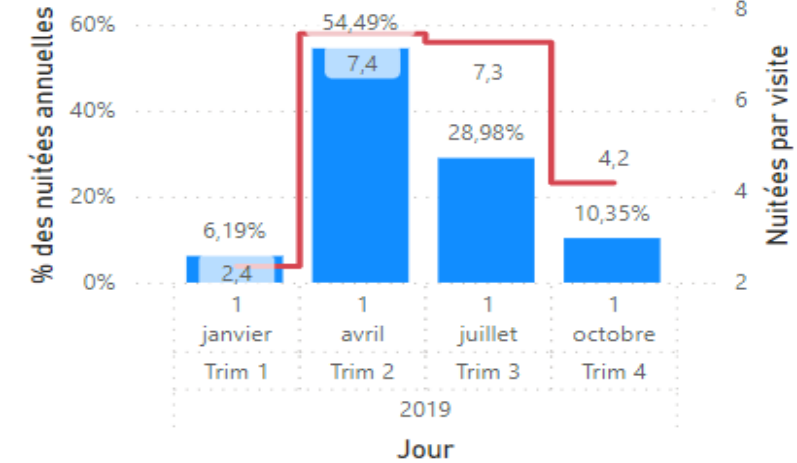
Bas Saint-Laurent

● % des nuitées annuelles ● Nuits par visite



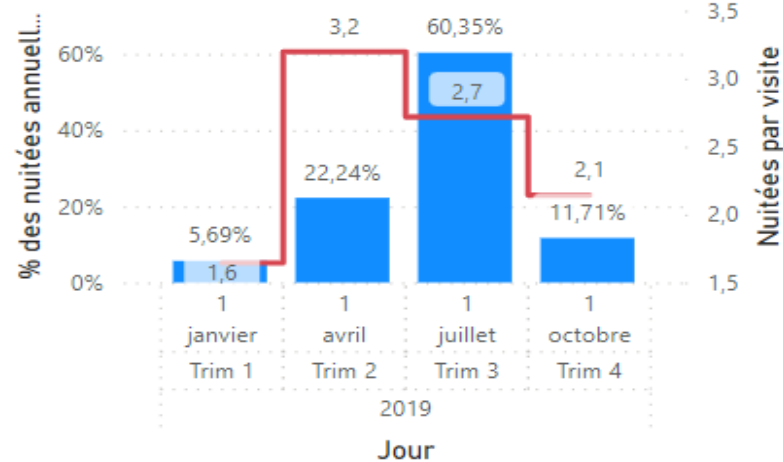
Duplessis

● % des nuitées annuelles ● Nuitées par visite



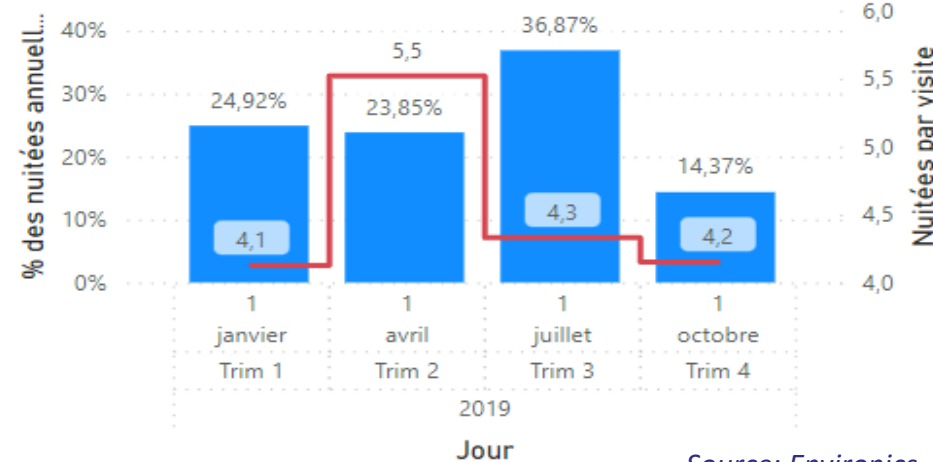
Manicouagan

● % des nuitées annuelles ● Nuitées par visite



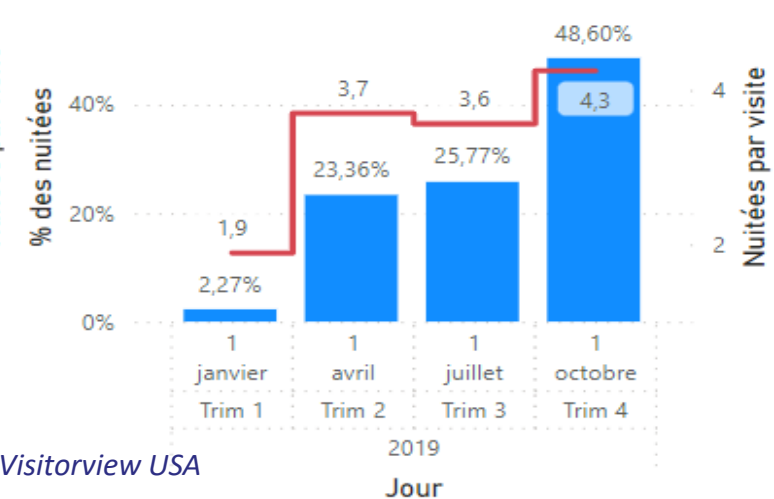
Gaspésie

● % des nuitées annuelles ● Nuitées par visite



Iles de la Madeleine

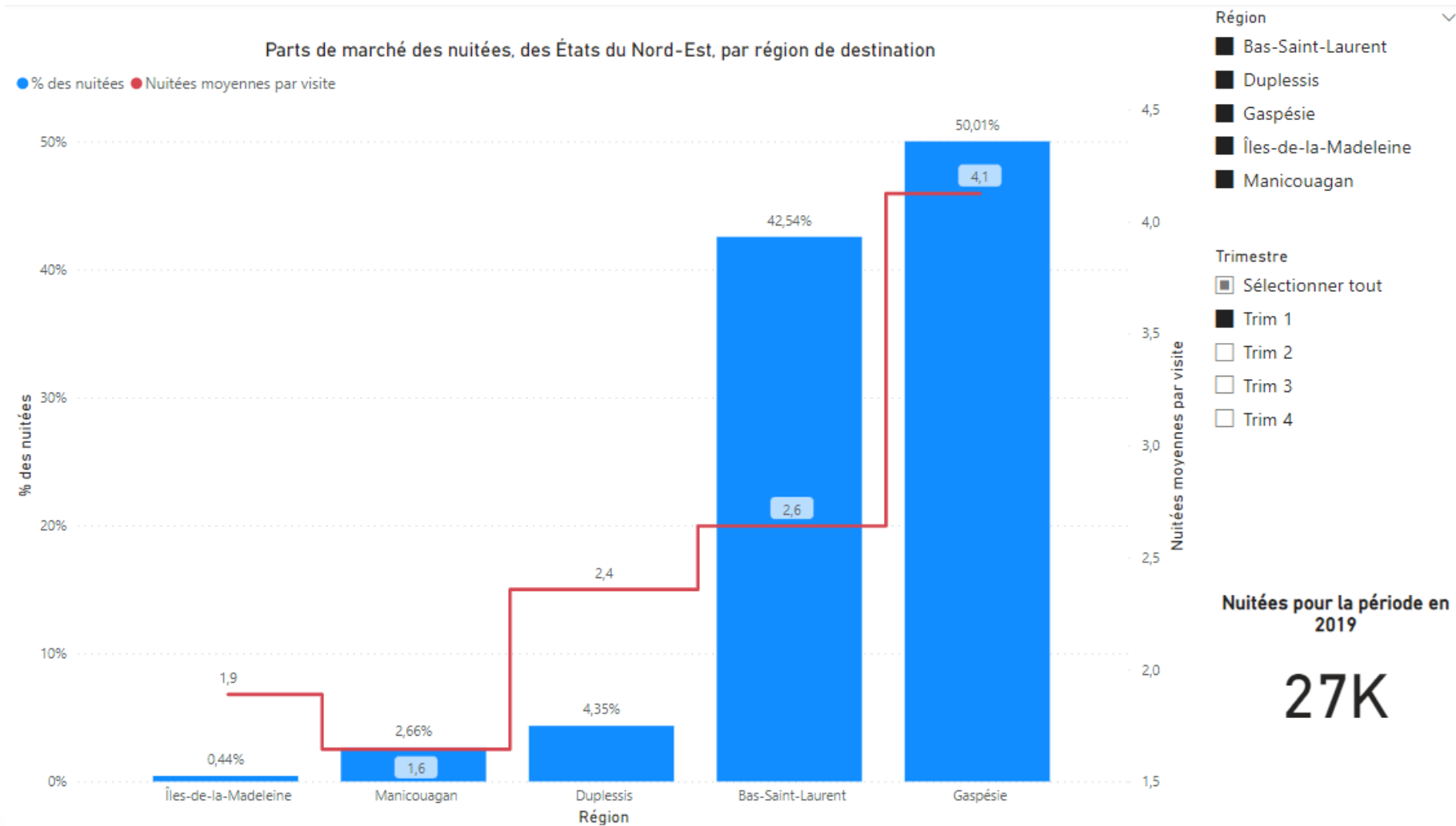
● % des nuitées ● Nuitées par visite



Différent de l'environnement de données usuel issu de Statistique Canada ou des estimations du MTO (ne pas faire une comparaison directe entre les deux sources)

Source: Environics, Visitorview USA

Part des nuitées (Nord-Est États-Unis) – par région de visite: Trimestre 1 2019

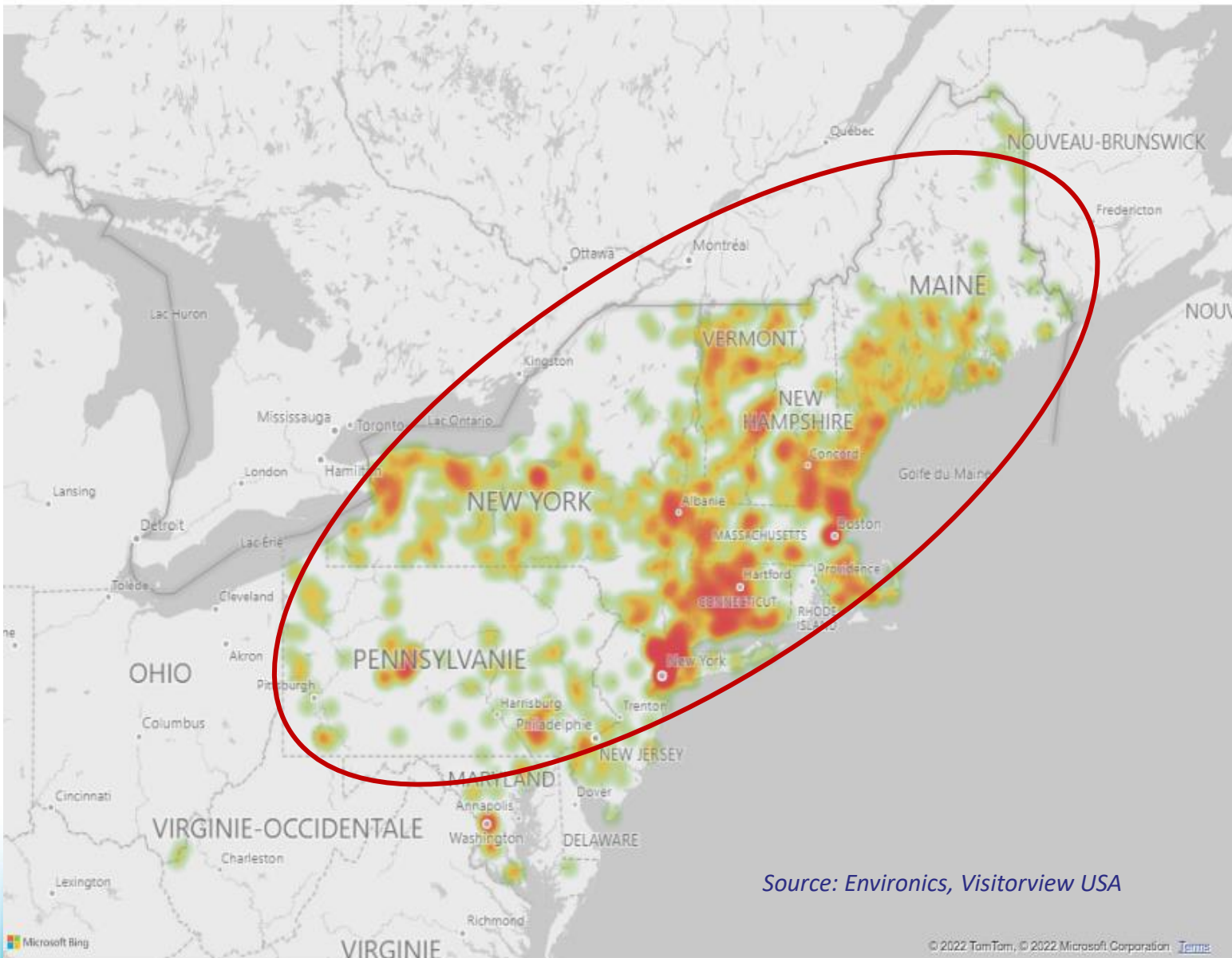


Gaspésie et BSL

- 92% des nuitées
- Influence probable du produit motoneige et du plein-air
- Maine, Connecticut et État de New-York surreprésentés
- Le reste des régions reçoit peu d'américains: Opportunités à explorer?
 - Note: Problèmes F-A Gauthier en 2019

Nuitées (Nord-Est États-Unis) au Québec maritime: Trimestre 1 2019

Zip-



Région

- ☒ Sélectionner tout
- ☐ Bas-Saint-Laurent
- ☐ Duplessis
- ☐ Gaspésie
- ☐ Îles-de-la-Madeleine

Etat

Tout

Trimestre

- ☒ Sélectionner tout
- ☐ Trim 1
- ☐ Trim 2
- ☐ Trim 3
- ☐ Trim 4

27K

Somme de Valeur

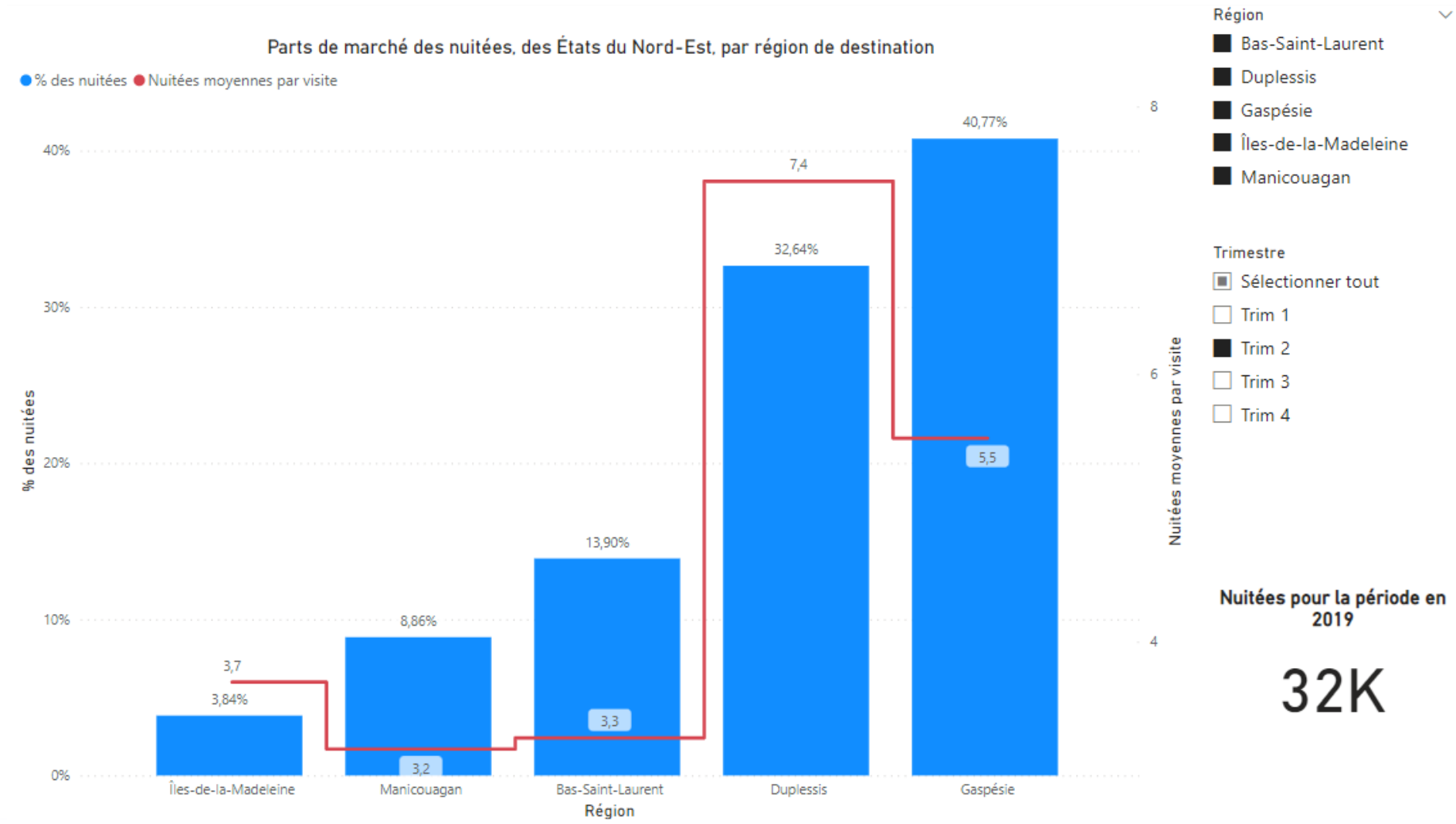
24

Gaspésie et BSL

- Régions rurales prennent plus d'importance
 - 16% dans zones rurales
 - New Haven: 11%
 - Burlington: 6%
 - Boston: 5%
- États
 - Connecticut: 21%
 - Maine: 21%
 - New York: 15%
 - Vermont: 14%
 - New Hampshire: 11%
 - Mass: 10%

Québec

Part des nuitées (Nord-Est États-Unis) – par région de visite: Trimestre 2 2019



Gaspésie et Duplessis

- 74% des nuitées
- Séjours de longue durée (5-7 jours)

Explications possibles

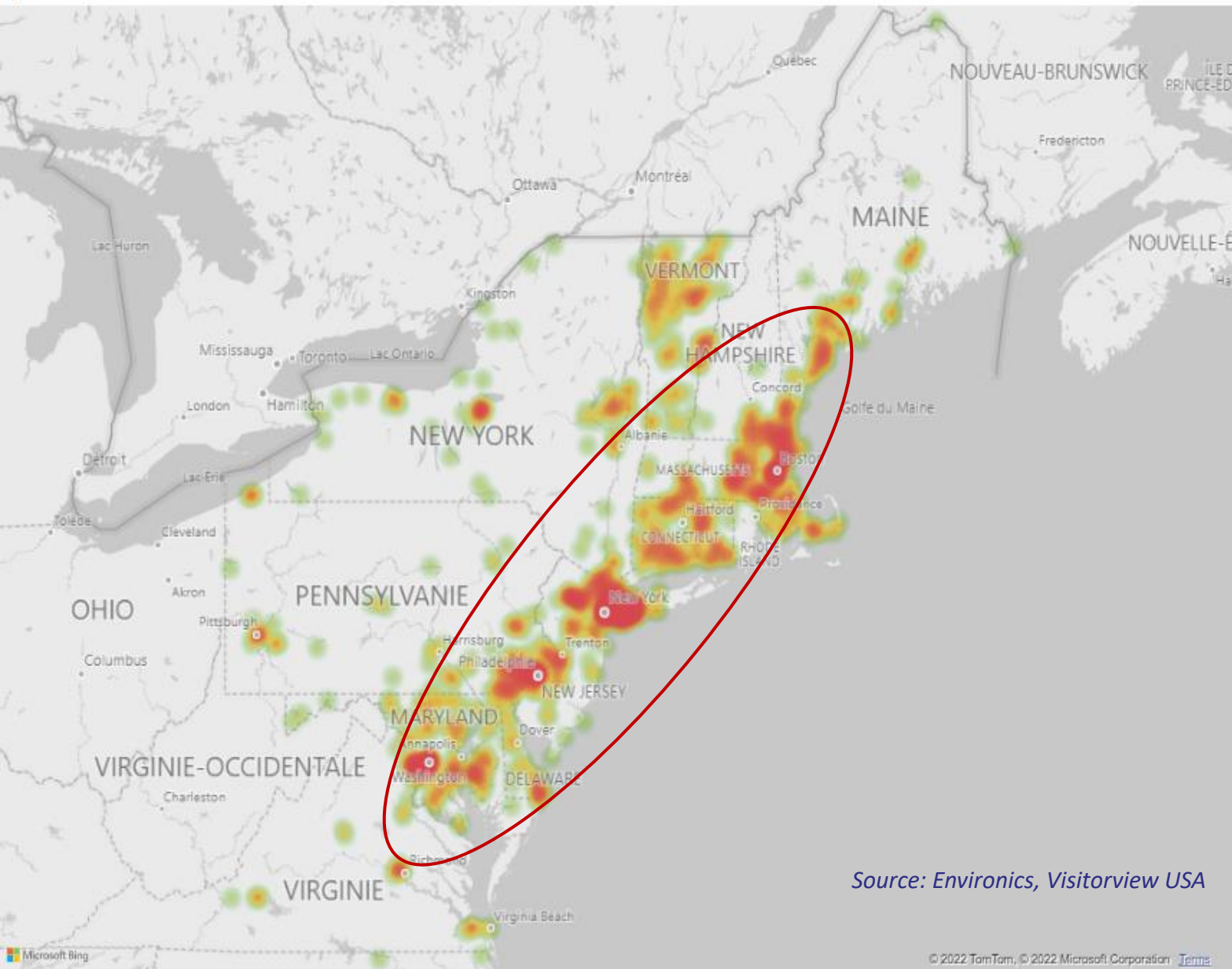
- Pêche au saumon?
- Ouverture des pourvoiries?

3 États: 64% du volume

- New York: 38%
- Mass.: 14%
- Virginie: 11%

Nuitées (Nord-Est États-Unis) au Québec maritime: Trimestre 2 2019

zip-



Source: Environics, Visitorview USA

Région

- ☒ Sélectionner tout
- ☐ Bas-Saint-Laurent
- ☐ Duplessis
- ☐ Gaspésie
- ☐ Îles-de-la-Madeleine

Etat

Tout

Trimestre

- ☒ Sélectionner tout
- ☐ Trim 1
- ☒ Trim 2
- ☐ Trim 3
- ☐ Trim 4

32K

Somme de Valeur

26

Gaspésie et Duplessis

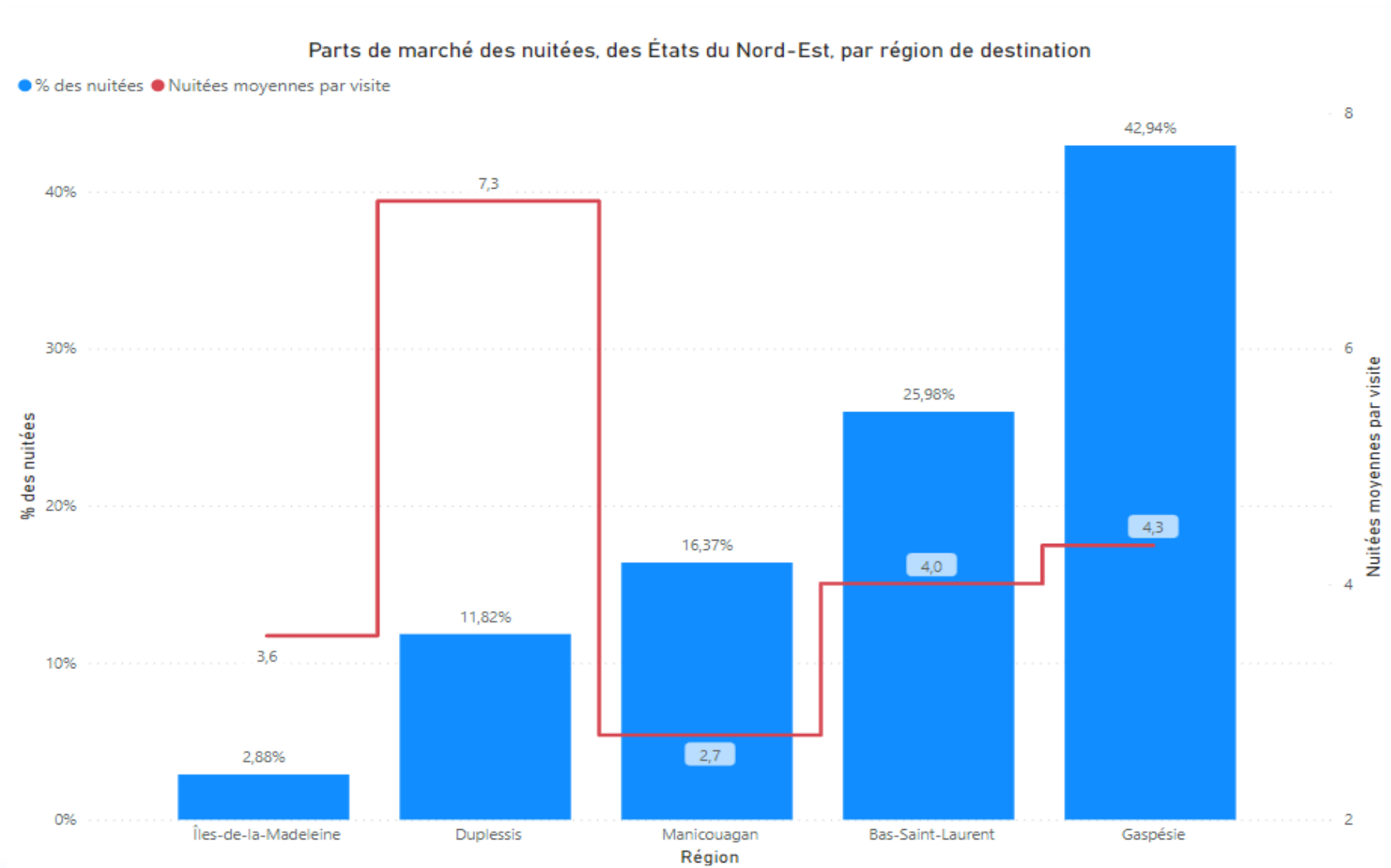
- 74% des nuitées

Explications possibles

- Pêche au saumon?
- Ouverture des pourvoiries?
- Concentrée dans des régions métropolitaines avec un profil aisé.
 - NYC metro: 41%
 - Washington: 10%
 - Boston: 7%
 - Rural: 2%

Québec

Part des nuitées (Nord-Est États-Unis) – par région de visite: Trimestre 3 2019



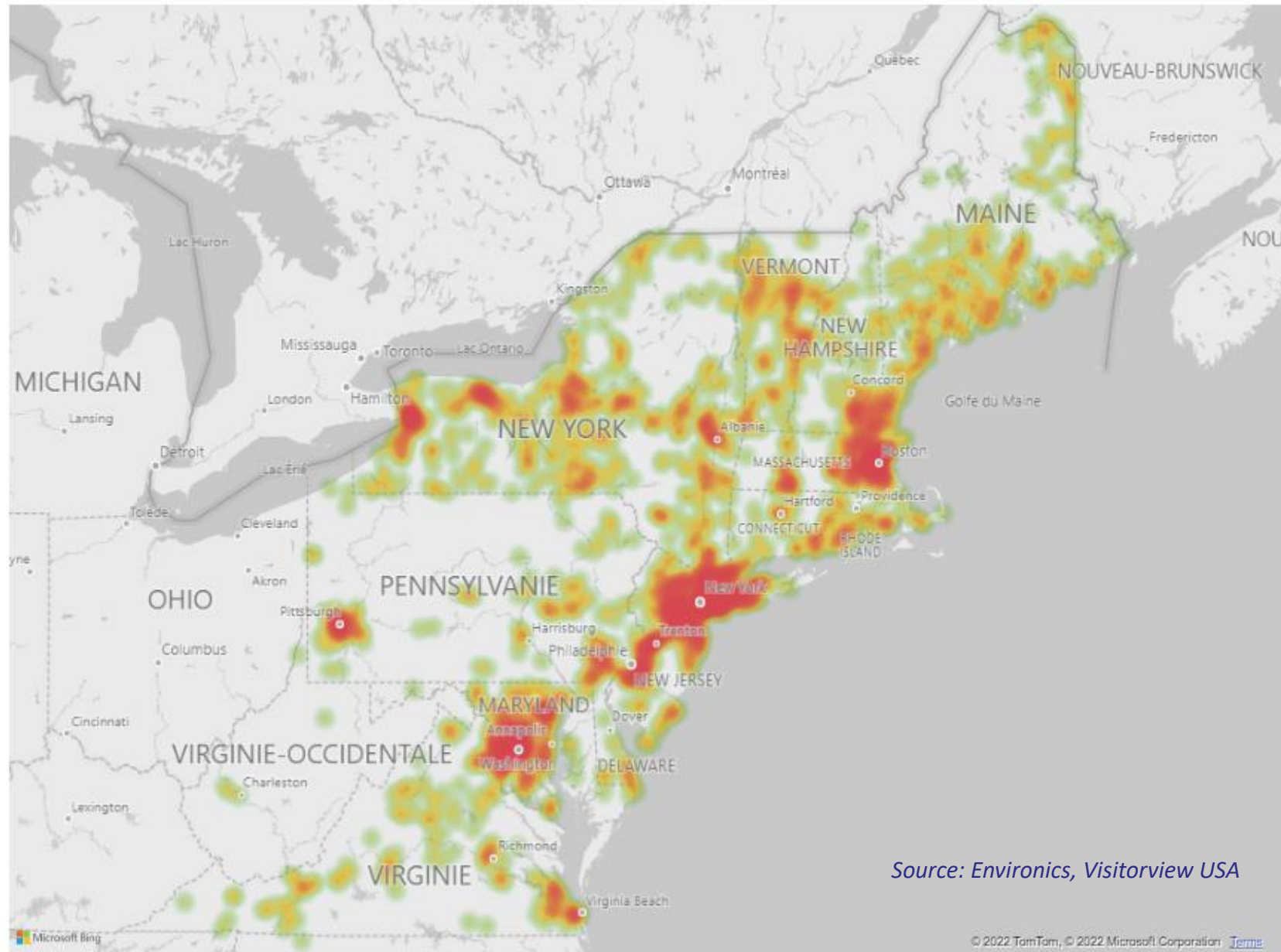
27

- Gaspésie
- 43% des nuitées
- BSL
- 26% des nuitées
- Côte-Nord
- 27% des nuitées

- Durée de séjour varie selon la région:
- Duplessis: 7,3 nuitées
 - Gaspésie-BSL-ÎdeM: Environ 4 nuitées
 - Manicouagan: Moins de 3

Nuitées (Nord-Est États-Unis) au Québec maritime: Trimestre 3 2019

Zip-



Région

- Sélectionner tout
- Bas-Saint-Laurent
- Duplessis
- Gaspésie
- Îles-de-la-Madeleine

Etat

Tout

Trimestre

- Sélectionner tout
- Trim 1
- Trim 2
- Trim 3
- Trim 4

46K

Somme de Valeur

28

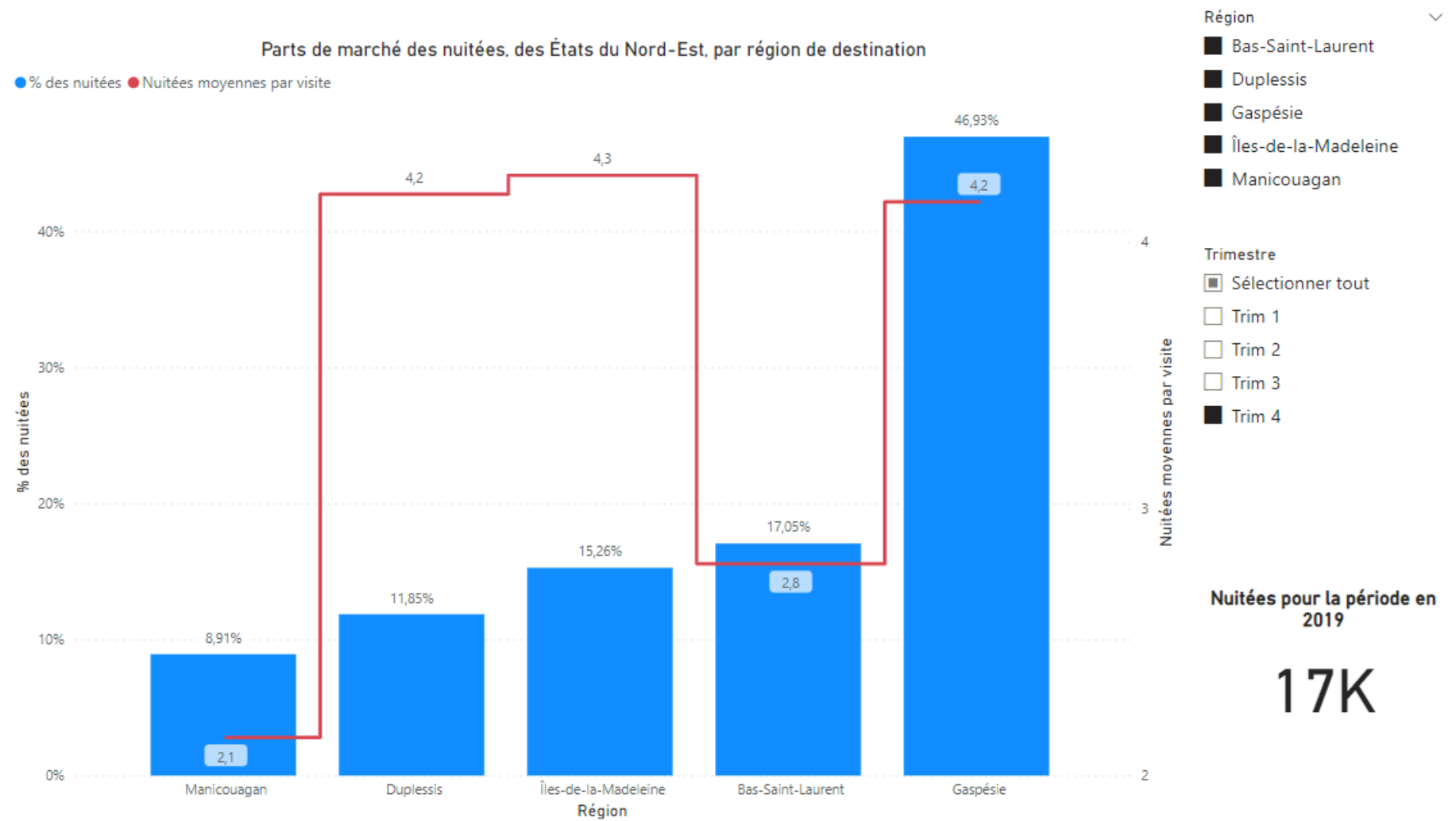
Provenance
diversifiée

Zones urbaines
d'importance

- NYC metro: 21%
- Boston: 13%
- Washington: 9%
- Portland: 7%
- Baltimore: 6%
- Philadelphie: 3%

Québec

Part des nuitées (Nord-Est États-Unis) – par région de visite: Trimestre 4 2019



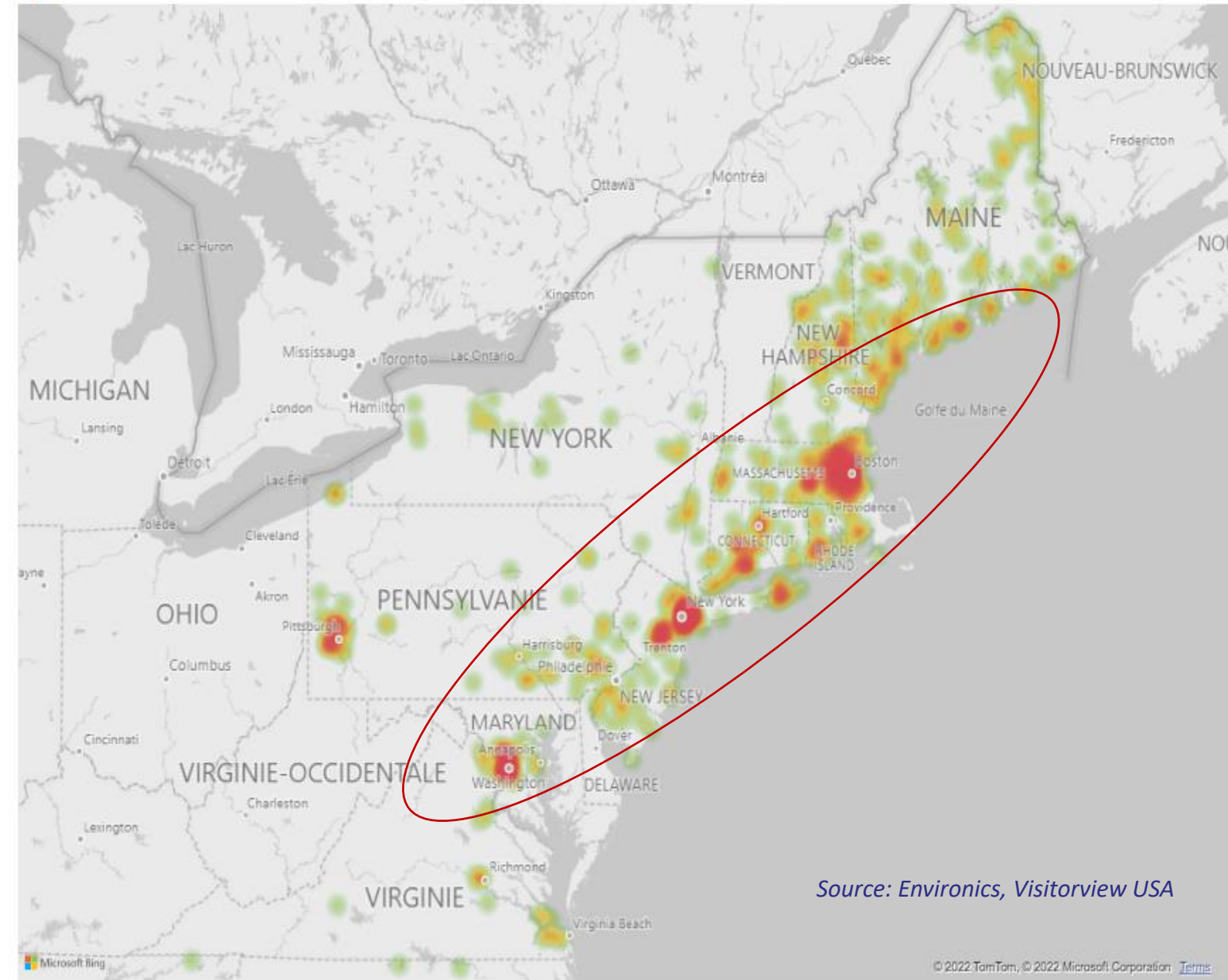
29

Plus petit volume des trimestres

La part des Iles de la Madeleine, de manière surprenante, est la plus élevée des 4 trimestres

Nuitées (Nord-Est États-Unis) au Québec maritime: Trimestre 4 2019

zip-



Source: Environics, Visitorview USA

Region

- ☒ Sélectionner tout
- ☐ Bas-Saint-Laurent
- ☐ Duplessis
- ☐ Gaspésie
- ☐ Îles-de-la-Madeleine

Etat

Tout

Trimestre

- ☒ Sélectionner tout
- ☐ Trim 1
- ☐ Trim 2
- ☐ Trim 3
- ☒ Trim 4

17K

Somme de Valeur

30

4 régions méro (66% du volume)

- Boston: 27%
- New York: 18%
- Washington: 12%
- Portland: 9%

Québec



Regard sur les motoneigistes hors-Québec



Portrait des motoneigistes au Québec

- Source: Enquête sur les voyages des motoneigistes à l’hiver 2019, en collaboration avec la FCMQ

Droits d'accès aux sentiers fédérés du Québec en 2019 (excluant la location)

Provenance	Droits d'accès	%
Québec	98 374	88,5 %
Ontario et ROC	8 460	7,6 %
États-Unis	4 336	3,9 %
Total	111 170	100 %

Portrait des motoneigistes au Québec : Nuitées 2019

Nuitées passées en voyage selon les régions

Région	Total	Québec	Ontario	États-Unis
Saguenay–Lac-Saint-Jean	17,1 %	17,9 %	10,4 %	19,1 %
Gaspésie	13,5 %	14,0 %	9,7 %	12,7 %
Mauricie	9,2 %	10,3 %	3,0 %	6,2 %
Abitibi-Témiscamingue	8,6 %	5,8 %	31,5 %	4,1 %
Laurentides	8,0 %	6,9 %	15,9 %	7,2 %
Lanaudière	7,9 %	7,2 %	9,9 %	13,9 %
Manicouagan	7,4 %	8,6 %	1,0 %	0,9 %
Bas-Saint-Laurent	6,1 %	6,6 %	1,9 %	7,0 %
Chaudière-Appalaches	4,9 %	5,0 %	1,1 %	10,8 %
Charlevoix	4,6 %	5,0 %	1,1 %	5,8 %
Québec	3,9 %	3,9 %	2,8 %	7,0 %
Cantons-de-l'Est	2,5 %	2,8 %	0,5 %	2,0 %
Outaouais	2,2 %	1,4 %	8,5 %	0,4 %
Duplessis	1,6 %	1,9 %	0,2 %	0,0 %
Nord-du-Québec	1,2 %	1,1 %	1,9 %	1,0 %
Centre-du-Québec	0,9 %	1,0 %	0,0 %	1,6 %
Montérégie	0,4 %	0,4 %	0,3 %	0,1 %
Îles-de-la-Madeleine	0,1 %	0,1 %	0,0 %	0,0 %
Montréal	0,0 %	0,0 %	0,2 %	0,1 %
Laval	0,0 %	0,0 %	0,1 %	0,1 %

QVOY8A1. Nuitées passées dans les régions visitées.

Source: Enquête sur les voyages des motoneigistes à l'hiver 2019, en collaboration avec la FCMQ

BSL et Gaspésie 33

- Tirent bien leur épingle du jeu dans les destinations motoneige des marchés hors-Québec
- Gaspésie+BSL combiné
 - Ontario: 3^e rang
 - États-Unis: 1^{er} rang
- Si on inclut Chaudière-Appalaches, c'est 30% des nuitées des américains en motoneige
- Côte-Nord: Attention: Année des problèmes FA Gauthier

Québec

Satisfaction comparée du produit motoneige 2019

34

Aspect (évaluation sur 10)	Total	Québec	Ontario	États-Unis
L'étendue du réseau de sentiers	8,8	8,8	9,1	9,5
L'entretien des sentiers	7,9	7,8	8,7	8,9
La signalisation sur les sentiers	7,4	7,3	8,0	8,5
Les outils (cartes et application mobile) pour s'orienter sur le réseau de sentiers	7,9	7,9	8,4	9,0
Les services offerts le long des sentiers (relais, postes d'essence, etc.)	7,9	7,8	8,6	8,9
L'accès en motoneige aux hôtels, motels et auberges	8,1	8,0	8,9	9,1
La qualité de l'accueil à votre lieu d'hébergement	8,8	8,8	9,1	9,3
La qualité de l'hébergement (chambre, confort)	8,5	8,5	8,8	8,9
L'accès en motoneige aux restaurants	8,0	7,9	8,6	8,9
La qualité des restaurants (rapport qualité/prix)	8,0	8,0	8,6	8,7
Le réseau de sentiers permettant de traverser les villes et villages	7,5	7,4	8,4	8,8
Satisfaction moyenne	8,1	8,0	8,7	9,0

QGEN6. Sur une échelle de 0 à 10, où « 0 » signifie « aucunement » et « 10 » « totalement », à quel niveau êtes-vous satisfait de l'expérience vécue lors de vos voyages en motoneige au Québec pour chacun des aspects suivants?

Ontario et États-Unis:

- Apprécie des sentiers à perte de vue
- Apprécie l'accueil dans des lieux d'hébergement accessibles en motoneige
- Satisfaction moyenne plus élevée que les québécois

Critères de choix pour un voyage de motoneige

35

KM par jour en voyage

- Québec: 267 km/jr
- Ontario: 278 km/jr
- États-Unis: 316 km/jr

- La qualité de la neige est fondamentale pour les hors-Québec et les américains

Aucune activité autre

- 51% Québec
- 72% Ontario
- 86% États-Unis

Critères	Total	Québec	Ontario	États-Unis
Qualité des sentiers	47,7 %	51,3 %	35,5 %	45,3 %
Quantité de neige	40,9 %	36,4 %	45,4 %	47,8 %
Beauté des paysages	39,0 %	49,6 %	31,0 %	22,2 %
Variété de sentiers	31,9 %	36,9 %	18,3 %	27,5 %
Proximité des pistes avec l'hébergement	28,7 %	31,5 %	19,1 %	27,2 %
Accessibilité de la destination	27,5 %	27,2 %	33,1 %	26,1 %
Prix des droits d'accès aux sentiers	19,1 %	26,1 %	11,4 %	9,0 %
Qualité et variété de l'hébergement	17,4 %	17,7 %	12,4 %	18,4 %
Visite de parents et amis	16,2 %	14,8 %	19,7 %	17,7 %
Qualité et variété des restaurants	13,5 %	15,4 %	10,8 %	10,9 %
Sécurité des aires de stationnement pour les motoneiges et les véhicules de transport	12,6 %	10,8 %	15,0 %	15,0 %
Prix de l'essence	6,6 %	8,2 %	3,7 %	4,6 %
Taux de change	2,2 %	--	--	7,1 %
Variété des autres activités offertes à destination (ex. agrotourisme, événements)	1,9 %	1,4 %	4,4 %	1,8 %
Autre critère	10,1 %	8,5 %	8,2 %	13,7 %

QGEN5. Pour ces voyages de motoneige en dehors du Québec, quels étaient les principaux critères du choix d'une destination?

Portrait des motoneigistes canadiens hors-Québec et américains au Québec

36

- Basé sur la liste des codes postaux 2019 partagée avec le MTO par la FCMQ
- Traité avec les produits Environics
- Portrait synthétique de la clientèle ayant acheté des accès aux sentiers de motoneige.



[Cette photo](#) par Auteur inconnu est soumise à la licence [CC BY-SA](#)

Portrait des motoneigistes canadiens hors-Québec au Québec

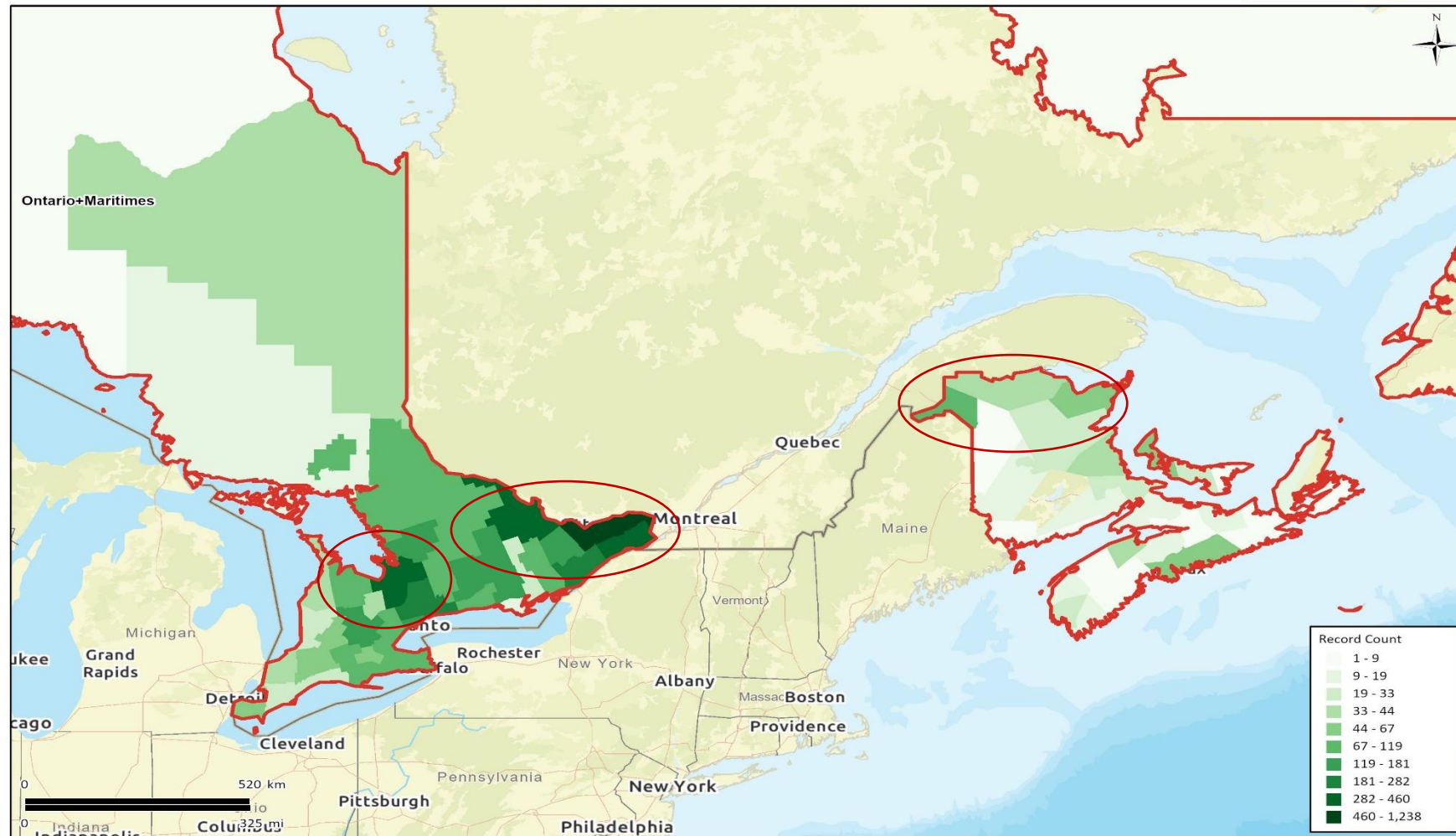
37

- Âge moyen du responsable de famille: 55 ans (+3%)
 - Surreprésentés à partir de 45 ans
- Couples sans enfants: 42% (+6%)
- Revenu moyen du ménage: 131 332\$ (+13%)
 - Surreprésentés à partir de 100,000\$
- 17% sont de langue maternelle française (+464%)
- 26% sont bilingues (+264%)
- Étapes de vie des segments porteurs
 - Familles d'âge moyen: 47%
 - Familles plus âgées et 'nids libres': 27%
 - Célibataires ou couples âgés: 13%
- Éducation
 - Diplôme de collège (Équivalent CEGEP): 24% (+18%)
 - Baccalauréat: 26% (-5%)



Répartition des acheteurs d'accès des motoneigistes canadiens hors-Québec au Québec

38



Data Sources: <https://en.environmentalcanada.ca/Environ/About/1/2022>
Copyright 2022© Environics Analytics (EA). | © 2006-2022 TomTom
Basemap Sources: Esri, HERE, Garmin, FAO, NOAA, USGS, EPA, NRCan, Parks Canada Powered by Esri
Disclaimer: Scale bar is for reference only

Portrait des motoneigistes américains au Québec

39

- Âge moyen du responsable de famille: 55 ans (+4%)

- Surreprésentés à partir de 55 ans

- Couples sans enfants: 47% (+13%)

- Revenu moyen du ménage: 102 175\$ USD (+9%)

- Surreprésentés à partir de 100,000\$

- Activités surreprésentées

- Chasse: +57%
- Bateau à moteur: +28%
- Pêche: +27%
- Camping: +19%

- Affiliation politique

- Indépendants avec tendance républicaine: +22%
- Républicains: +30%

- Éducation

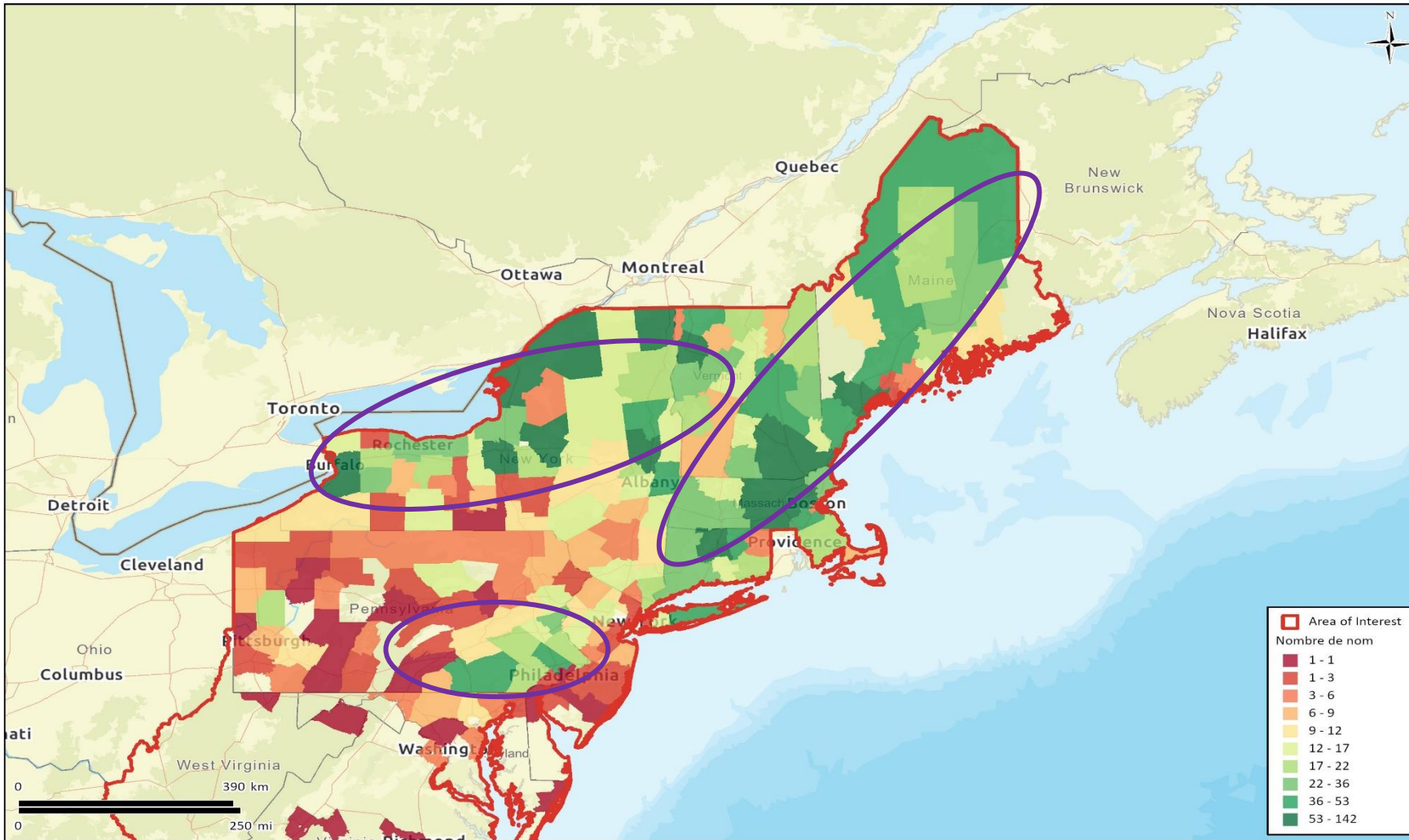
- Secondaire: 30% (+11%)
- Diplôme de collège: 10% (+22%)
- Baccalauréat: 20% (+6%)
- Maîtrise: 10% (+20%)



- Segments porteurs

- Conservateurs classiques : 25% (+229%)
- Couples prudents: 17% (+130%)
- Richesse accumulée : 15% (+33%)
- Nids vides aisés: 13% (+48%)

Répartition des acheteurs d'accès des motoneigistes américains au Québec



Data Sources: <https://en.onvionicsanalytics.com/envision/About/3/2020>
Copyright 2022© Environics Analytics (EA). | © 2006-2022 TomTom
Basemap Sources: VCGI, Esri, HERE, Garmin, FAO, NOAA, USGS, EPA Powered by Esri
Disclaimer: Scale bar is for reference only

Zones à bon potentiel

- Axe Connecticut-Mass-NH-Maine
- Nord de l'État de New York et Vermont
 - Syracuse, Rochester, Buffalo, Burlington
- Sud de la Pennsylvanie
 - Allentown
 - Harrisburg
 - Piedmont des Appalaches



QUÉBEC CÔTÉ MER

Regard sur le
marché français



Regard sur la clientèle outre-mer : marché de la France

- Premier marché outre-mer du Québec
- Marché prioritaire de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec
- Touristes enclins à visiter une variété de régions touristiques au Québec
- Séjours touristiques beaucoup plus longs (en moyenne) que ceux en provenance des autres marchés cibles

	Total	Québécois	Ontariens	Ouest canadien	Maritimes	Américains (Nord-Est)	Français
n =	1 222	607	143	70	90	237	77
Nbre moyen de nuitées prévues	5,8	5,0 ↓	5,6	7,2 ↑	5,8	5,9	11,0 ↑
Séjour de 1 ou 2 nuitées	18 %	28 % ↑	17 %	1 % ↓	9 % ↓	6 % ↓	3 % ↓
Séjour de 3 ou 4 nuitées	29 %	1 30 %	1 34 %	29 %	1 37 %	27 %	4 % ↓
Séjour de 5 ou 6 nuitées	22 %	17 % ↓	22 %	33 % ↑	21 %	1 36 % ↑	9 % ↓
Séjour de 7 nuitées ou plus	1 31 %	26 % ↓	26 %	1 37 %	33 %	30 %	1 84 % ↑

Nombre de nuitées du voyage principal prévu au Québec à l'été 2022, *Enquête sur les intentions de voyages des Canadiens, des Américains et des Français à l'été 2022*, Chaire de tourisme Transat



Motivations et freins à la visite

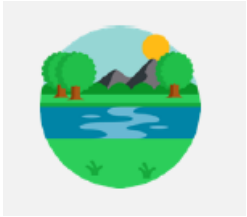
3 principales motivations et 3 principaux freins à visiter le Québec à l'été 2022

- Désir de visiter une nouvelle destination (63 %)
- Recommandations de parents et d'amis (40 %) ← Ambassadeurs du Québec maritime
- Sécurité de la destination (32 %)
- Prix trop élevés (27 %)
- Ne connaît pas suffisamment l'offre (22 %) ← Occasion !
- Préfère voyager à proximité du domicile (20 %)

Source : *Enquête sur les intentions de voyages des Canadiens, des Américains et des Français à l'été 2022*, Chaire de tourisme Transat



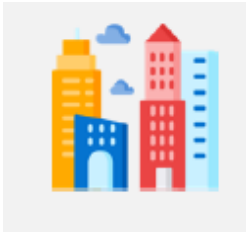
Perception de la destination du Québec



De beaux paysages variés
95 %



Une culture francophones unique en
Amérique du Nord
82 %



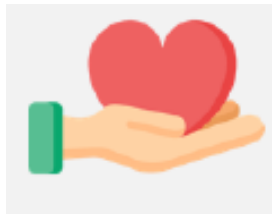
Des villes vibrantes
82 %



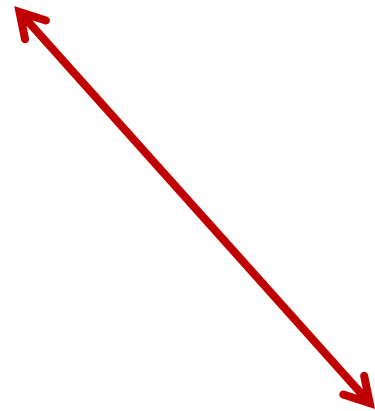
Des activités qui correspondent à mes
intérêts
76 %



Des événements culturels intéressants
83 %



Une population locale accueillante
92 %



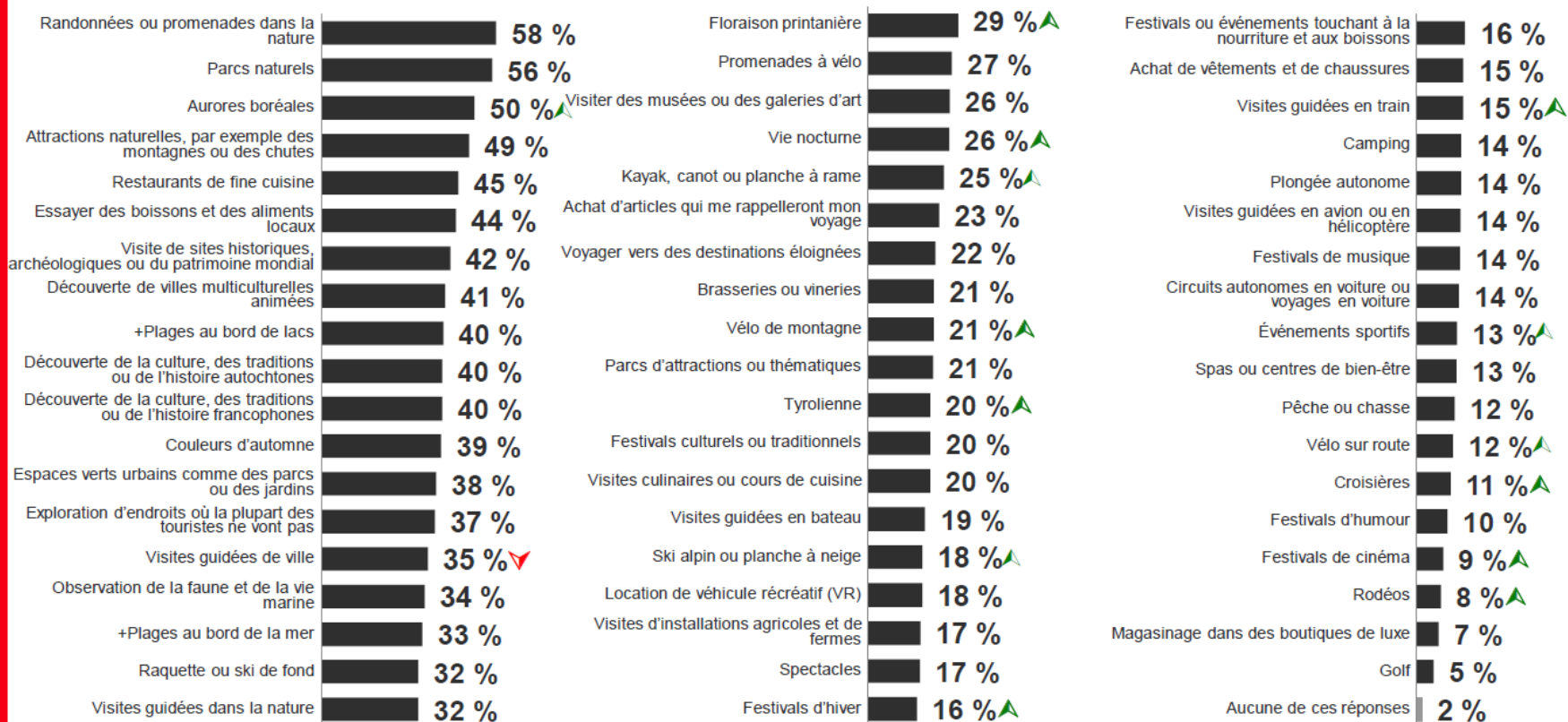
Source : *Enquête sur les intentions de voyages des Canadiens, des Américains et des Français à l'été 2022*, Chaire de tourisme Transat



Le Québec maritime a plusieurs atouts à mettre de l'avant auprès de la clientèle française

VTM de la France – Octobre 2021

Activités d'intérêt pour un futur voyage au Canada



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

* Nouvel énoncé dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=673).
FT11. À quelles activités aimeriez-vous participer pendant un voyage au Canada? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)



Attributs de la destination – forces et faiblesses relatives

Le calcul de la force relative d'une marque est une technique qui sert à normaliser les données entre les destinations concurrentes et à éliminer l'effet de la « destination majeure » (les grandes destinations ont davantage tendance à être associées à chacun des attributs) et l'effet de l'« attribut-catégorie » (certains attributs ont tendance à être davantage associés à toutes les destinations).

		Canada (n=1 500)	Australie (n=502)	Chine (n=499)	Islande (n=502)	Inde (n=499)	Japon (n=501)	Afrique du Sud (n=501)	Corée du Sud (n=499)	Thaïlande (n=499)	États-Unis (n=498)
Motivations de première importance	C'est un endroit où je peux me détendre										
	C'est un endroit où je peux passer du temps de qualité en famille ou entre amis										
	Offre des aventures qui plaisent à tous										
	C'est un endroit sécuritaire										
	C'est un endroit qui amène à former des souvenirs mémorables										
	C'est un endroit fantastique pour passer des vacances normales sans surprise										
	C'est un endroit qui m'inspire										
	C'est un endroit dont je serais fier/fière de parler après l'avoir visité										
	Offre des aventures stimulantes pour moi										
Villes	Propose des boutiques intéressantes										
	Ses villes regorgent de nombreuses attractions intéressantes										
	Ses villes sont idéales pour l'exploration et pour se plonger dans l'atmosphère des lieux										
Visites/Excursions	Allie le meilleur des activités de plein air et des expériences urbaines										
	C'est un endroit fantastique pour visiter plusieurs destinations										
Plein air	Offre d'excellentes activités de plein air qui m'intéressent										
	Offre un cadre et des paysages magnifiques										
	C'est une excellente destination pour observer la faune dans son habitat naturel										
Nourriture	Offre des expériences culinaires fantastiques										
Culture	Offre des expériences historiques et culturelles fantastiques										
	Possède une culture unique que j'aimerais découvrir lors de mes vacances										
	Cet endroit présente une scène artistique dynamique										
Général	Offre un bon rapport qualité-prix										
	Facilement accessible à partir de là où j'habite										
	La population locale est amicale et accueillante										
	C'est un endroit où je peux vivre des expériences inaccessibles chez moi										

Force significative (niveau de confiance de 90 %)

Faiblesse/opportunité d'amélioration significative (niveau de confiance de 90 %)

À noter que tous les répondants ont évalué le Canada ainsi que trois pays choisis au hasard parmi les destinations concurrentes.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années).

MP5. NEW. Nous voudrions connaître vos impressions générales sur certaines destinations, même si vous n'y êtes jamais allé(e). Veuillez sélectionner toutes les destinations qui, selon vous, s'appliquent à l'énoncé.

Sélectionnez « Aucune de ces réponses » si vous pensez qu'aucune des destinations ne s'applique.

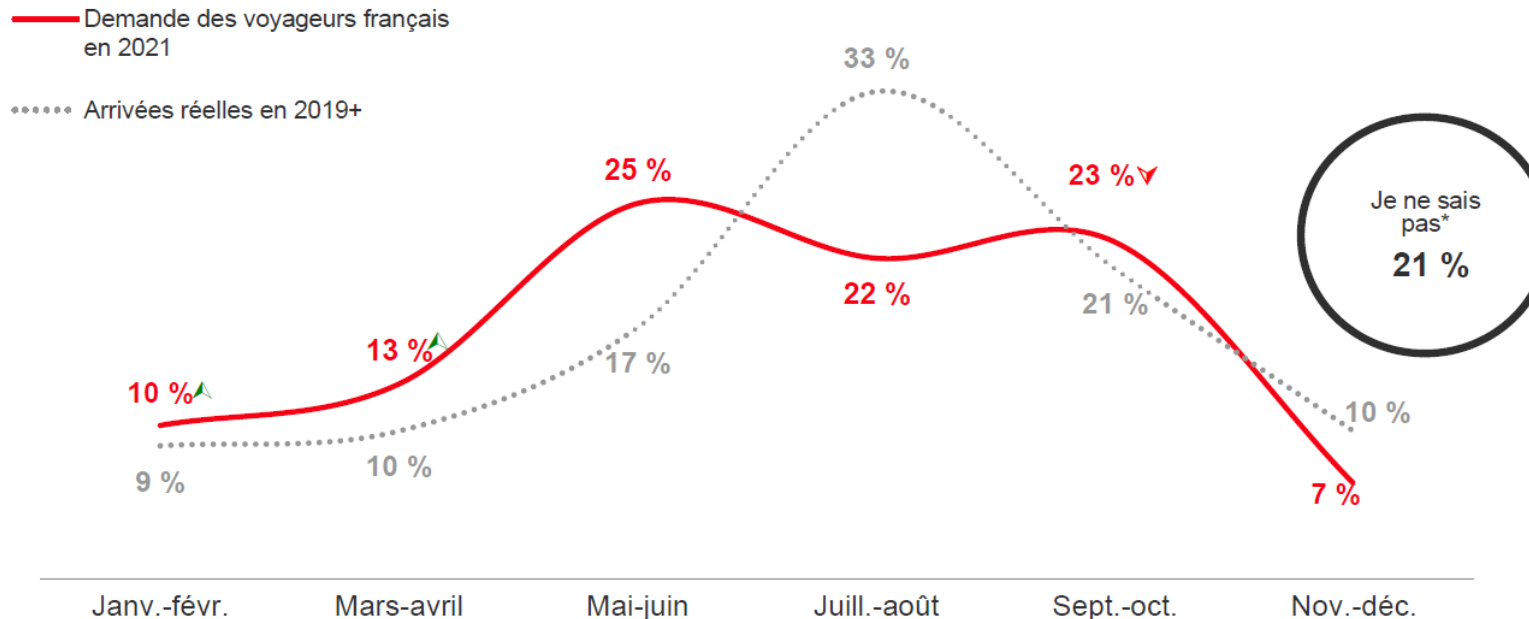




Voyageurs enclins à nous visiter en dehors de la haute saison touristique

VTM de la France – Octobre 2021

Demande saisonnière en France



Répondants français ayant prévu un voyage au Québec à l'été 2022 :

- 30 % en juillet;
- 20 % en août;
- 27 % en septembre.

Source : *Enquête sur les intentions de voyages des Canadiens, des Américains et des Français à l'été 2022*, Chaire de tourisme Transat

* Source : Statistique Canada, Dénombrement à la frontière, 2019

* Les réponses « Je ne sais pas » sont exclues du graphique de la demande saisonnière.

▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Répondants rendus aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, excluant les réponses « Je ne sais pas » (n=1 190). PC3. À quelle période de l'année envisageriez-vous de faire un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)



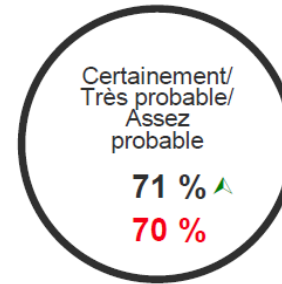
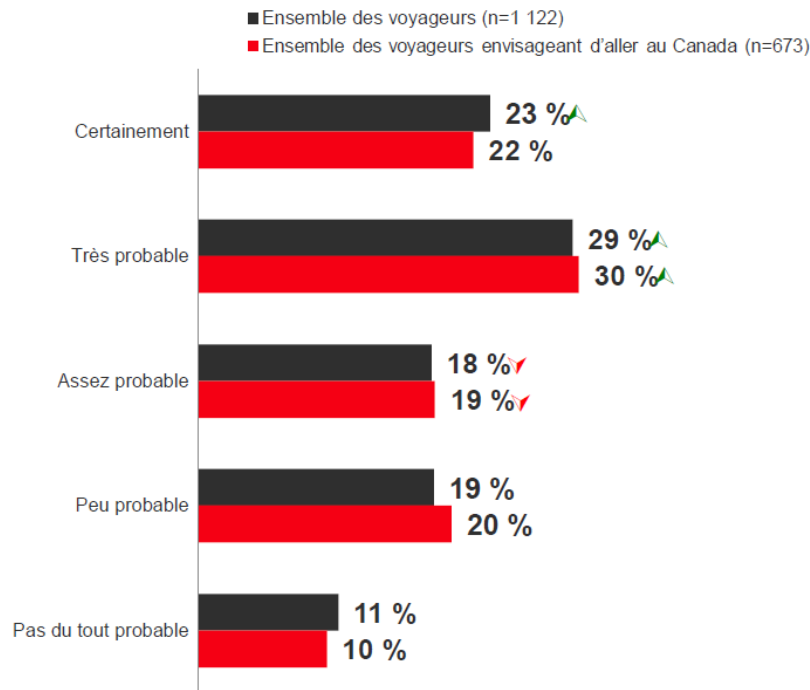
Source: Destination Canada, Veille touristique mondiale, 2021



Voyageurs enclins à faire appel à une agence

VTM de la France – Octobre 2021

Recours à une agence de voyages pour un futur voyage



70 % des voyageurs français envisage de faire appel à une agence de voyages ou à un voyageur pour les aider dans leurs recherches ou la réservation de leur futur voyage au Canada

▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada, au Japon, aux États-Unis ou en Australie.
FT6. Les agences de voyages offrent un service personnalisé visant à aider les particuliers, les groupes et les voyageurs d'affaires à planifier et à organiser leurs voyages, que ce soit pour acheter un voyage organisé ou réserver des vols ou des hôtels. Parmi les agences de voyages, mentionnons Carrefour Voyages ou Voyageurs du Monde, mais pas les services de réservation en ligne comme Expedia ou Opodo. Quelle est la probabilité que vous fassiez appel à une agence de voyages ou à un voyageur pour vous aider dans vos recherches ou pour réserver un voyage vers [destination]?



Source: Destination Canada, Veille touristique mondiale, 2021



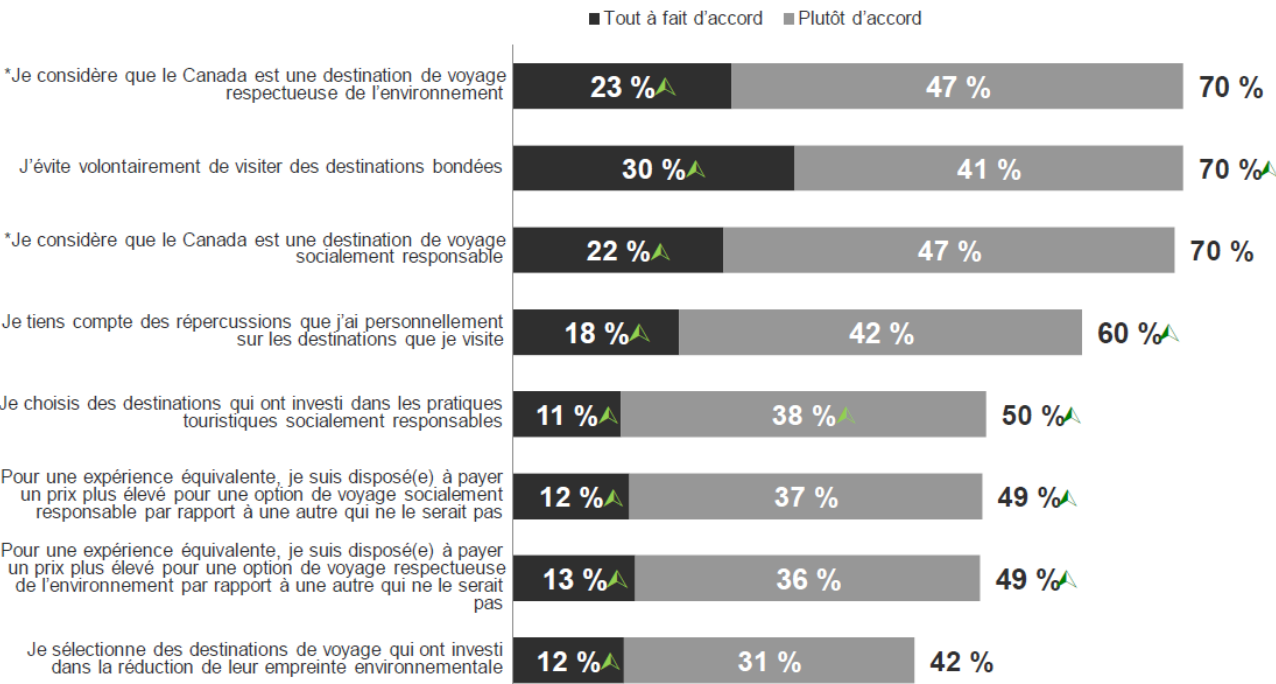
Perspectives futures pour la destination



Tourisme responsable et durable: l'industrie doit guider le chemin

VTM de la France – Octobre 2021

Voyage durable



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

* Base : Répondants rendus aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada (n=1 190).

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) (n=1 500).

PC31. Le voyage durable est défini comme « voyage qui réduit au minimum les répercussions négatives sur l'environnement, l'économie et la société de la destination, tout en apportant des contributions positives aux populations locales et en protégeant le patrimoine naturel et culturel de la destination ». Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les énoncés suivants...

Virage inévitable dans les prochaines années d'un point de vue environnemental, mais également bénéfique pour l'industrie et pour l'ensemble de la société québécoise.

Le Ministère souhaite que le Québec soit une destination d'avant-garde en termes de tourisme responsable et durable.



Perspectives pour le futur

Trimestre 1	Trimestre 2
<ul style="list-style-type: none">• Motoneige• Ski, randonnée, raquette• <i>Workation</i>- Télétravail• Séjours régénératifs• Corporatif/affaires• Événements ponctuels (style 'traversée de la Gaspésie')• Transit Ontario-Maritimes	<ul style="list-style-type: none">• Pêche au saumon et en pourvoirie• Saison de pêche au homard/crabe• Motoneige (résiduel)• Ski, randonnée, raquette (résiduel)• <i>Workation</i> - Télétravail• Séjours régénératifs• Corporatif/affaires• Début haute saison québécoise• Croisières• Transit Ontario-Maritimes
Trimestre 3	Trimestre 4
<ul style="list-style-type: none">• Haute saison: clientèles familiales• Mammifères marins• Chasse/pêche• Road trip• Plein air/camping• Tourisme autochtone• Tourisme gourmand• Festivals• Européens/Ontariens en automne• Croisières• Transit Ontario-Maritimes	<ul style="list-style-type: none">• Visite de parents et amis• Chasse• Européens/Ontariens en automne• Début de saison de motoneige (début de saison hâtif)• Ski, randonnée, raquette (début de saison hâtif)• <i>Workation</i> -Télétravail• Séjours régénératifs• Corporatif/affaires• Transit Ontario-Maritimes

Principaux défis

Trimestre 1 <ul style="list-style-type: none">• Accessibilité/Transport à destination• Favoriser la connaissance du produit pour les motoneigistes• Avertir les motoneigistes actifs de vos conditions de neige et de sentiers dans les canaux appropriés• S'assurer d'insérer le produit ski dans les réseaux d'intérêt appropriés (Médias spécialisés/réseaux sociaux hors-piste)• Explorer les produits 'workation' ou séjours régénératifs pour clientèles aisées (ex: Long séjour hors-saison)• Pénurie de main d'œuvre/ouverture des produits/services Proposer des produits pour les touristes en transit	Trimestre 2 <ul style="list-style-type: none">• Accessibilité/Transport à destination• Étirer la saison de motoneige/ski tardivement en créant des opportunités de disponibilité tardive de neige pour des 'mordus'• Renouveler et rajeunir la clientèle de pêche au saumon et en pourvoirie• Explorer les produits 'workation' ou séjours régénératifs pour clientèles aisées (ex: Long séjour hors-saison)• Pénurie de main d'œuvre/ouverture des produits/services• Proposer des produits pour les touristes en transit
Trimestre 3 <ul style="list-style-type: none">• Accessibilité/Transport à destination• Pénurie de main d'œuvre pour faire face à la 'vague' de tourisme de 'masse'• Surtourisme potentiel aux Îles (juillet-août)• Faire connaître la région aux Ontariens et Américains pour les 'Road Trip'<ul style="list-style-type: none">• Route des grands parcs du Québec sur Mer• Route des bouts du monde• Inscrire la région dans les circuits majeurs de tourisme nature/aventure• Proposer des produits pour les touristes en transit	Trimestre 4 <ul style="list-style-type: none">• Accessibilité/Transport à destination• Renouveler la clientèle de chasse• Faire connaître les débuts d'hiver hâtifs pour la motoneige, le ski de randonnée/raquette (Médias spécialisés/réseaux sociaux)• Pénurie de main d'œuvre/ouverture des produits/services• Explorer les produits 'workation' ou séjours régénératifs pour clientèles aisées (ex: Long séjour hors-saison)• Proposer des produits pour les touristes en transit

Voir plus loin...

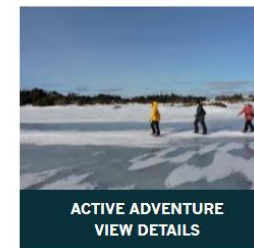


Cette photo par Auteur inconnu est soumise à la licence [CC BY-ND](#)

This small and sparsely populated ex-fishing island off the coast of Newfoundland, a Canadian province on the Atlantic, is not a place you can get to without concerted effort. From any major North American city, it takes at least one plane, a car, and a ferry to get here. <https://news.artnet.com/art-world/fogo-island-arts-1563967>

Fogo Island Inn

- Situé sur une île à 2h30 de Gander, TNL incluant un traversier
 - Accès difficile et cher
- Ouvert à l'année
- Prix moyen d'une chambre: de 2575\$ à 5075\$ par nuit, tout inclus
- Tourisme régénératif axé sur la durabilité/communauté
- Ont réussi à vendre leur éloignement exotique en *slow travel* à haute valeur ajoutée
- Entreprise à vocation sociale



ACTIVE ADVENTURE
VIEW DETAILS



CULTURAL CONNECTIONS
VIEW DETAILS



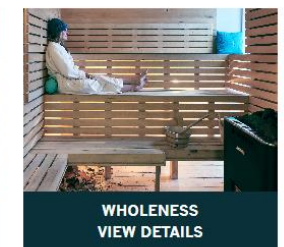
COMMUNITY IMMERSION
VIEW DETAILS



FOODWAYS
VIEW DETAILS




NATURE & WILDLIFE
VIEW DETAILS

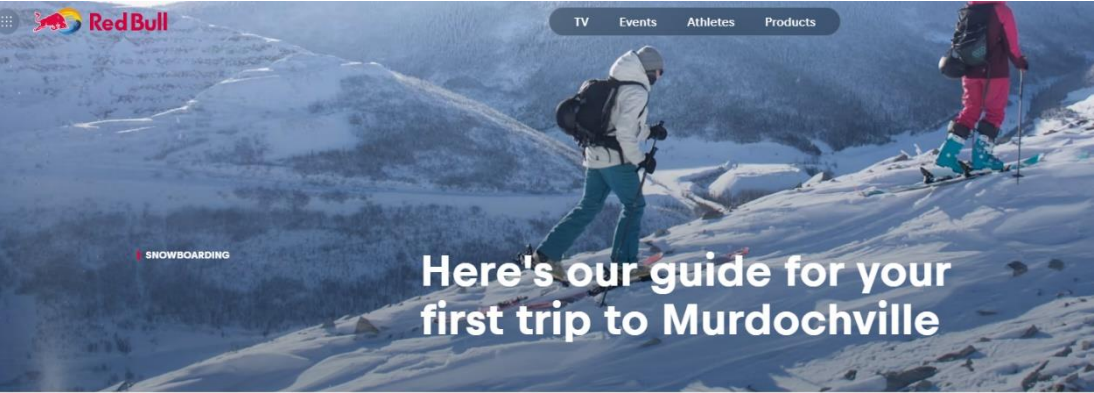


WHOLENESS
VIEW DETAILS

Mais regardez aussi dans votre cour.....



TV Events Athletes Products



SNOWBOARDING

Here's our guide for your first trip to Murdochville

Are you always turning west to get your backcountry fix? Don't overlook Murdochville, Quebec.

By Taylor Sudermann
3 min read • Published on 11/04/2018 • 4:04 PM EST

Save ☆

The east coast answer to your west coast fascination is the small town of Murdochville, Quebec, located near the Péninsule de Gaspé.

National Geographic Names Quebec Islands Populated By Baby Seals Top Place To Travel 2020

This might be the fluffiest reason for travel.




Stefanie Hanrahan

November 25, 2019, 10:03 PM — Updated



MAGPIE VIDEO

Click image below



MAGPIE, QUEBEC

In terms of dramatic scenery, untouched wilderness, spectacular camps and numerous class 4 - 4+ rapids, the Magpie is without question one of the top whitewater rafting destinations in the world and in the top two or three in North America. Earth River pioneers rafting on this now classic trip completing the first rafting expedition in 1988.

"It is the unbroken wilderness that makes the Magpie a superior experience to the Middle Fork of the Salmon"

- Robert F. Kennedy Jr.,
President WaterKeeper Alliance -

Mais regardez aussi dans votre cour.....

Saddle Bagging the Gaspé Peninsula (Tom Rosato)

Published on Wednesday, January 4, 2012 in News & Updates, Snowmobile Travel
Tags: humor, people, trail-riding, travel

We did it – sixteen hundred and fifty (1650) miles in eight days on a sled. Just as planned – well, almost, anyways. A group from the [Easy Riders Snowmobile Club](#) toured the [Gaspé Peninsula in Quebec, Canada](#) in a counter-clockwise direction beginning and ending in Jackman, Maine.



Our saddle bagging trip of the Gaspé Peninsula began with five guys, but ended with only four. The original five included Larry McCullough riding a 2009 Arctic Cat Turbo Z1 LXR; Russ Glidden on a 2010 Yamaha Vector GT LTX; Herb Hilton on a 2006 Polaris FST Turbo; Ron Cater on a 2010 Skidoo Renegade X 600 ETEC; and me, Tom Rosato, riding a 2010 Ski-Doo GSX 1200 LE. Unfortunately, the trip ended for Herb after only 35 miles of riding, just over the border in Canada.

The Gaspé Peninsula, Quebec

There is simply nowhere to ride like the Gaspé Peninsula, a large outcropping jutting out into the Atlantic Ocean on the south shore of the mighty St. Lawrence River. You can be riding at sea level, then an hour later be snowmobiling up high in rugged mountains that soar to 4,000 feet above the waterline. The scenery is awesome either way. There are actually many locations in the Gaspé where you can look one way and see an ocean-going freighter, then turn your head the other way to view beautiful snow-capped mountains, all from the seat of your sled. Trail 595 down through the peninsula's interior can be a religious experience for a serious snowmobiler. This 125-mile boondocking delight takes you through a micro-clime that is home to the only reindeer herd south of the 53rd parallel. There's only one outpost of civilization, the relais roughly halfway across this run. On the southeastern corner of the peninsula, Roche Perce (Perce Rock) is one of the most recognizable natural attractions in Canada. And throughout it all, the truly superior trails of Quebec provide outstanding riding. Of course, the great dining and enticing lodging that characterize Quebec makes visiting Gaspé very comfortable. If you are looking for a truly unforgettable vacation experience, the loop around the Gaspé will provide memories that will last a lifetime.



The Gaspé Peninsula offers coastal and mountainous snowmobiling, all in one trip.

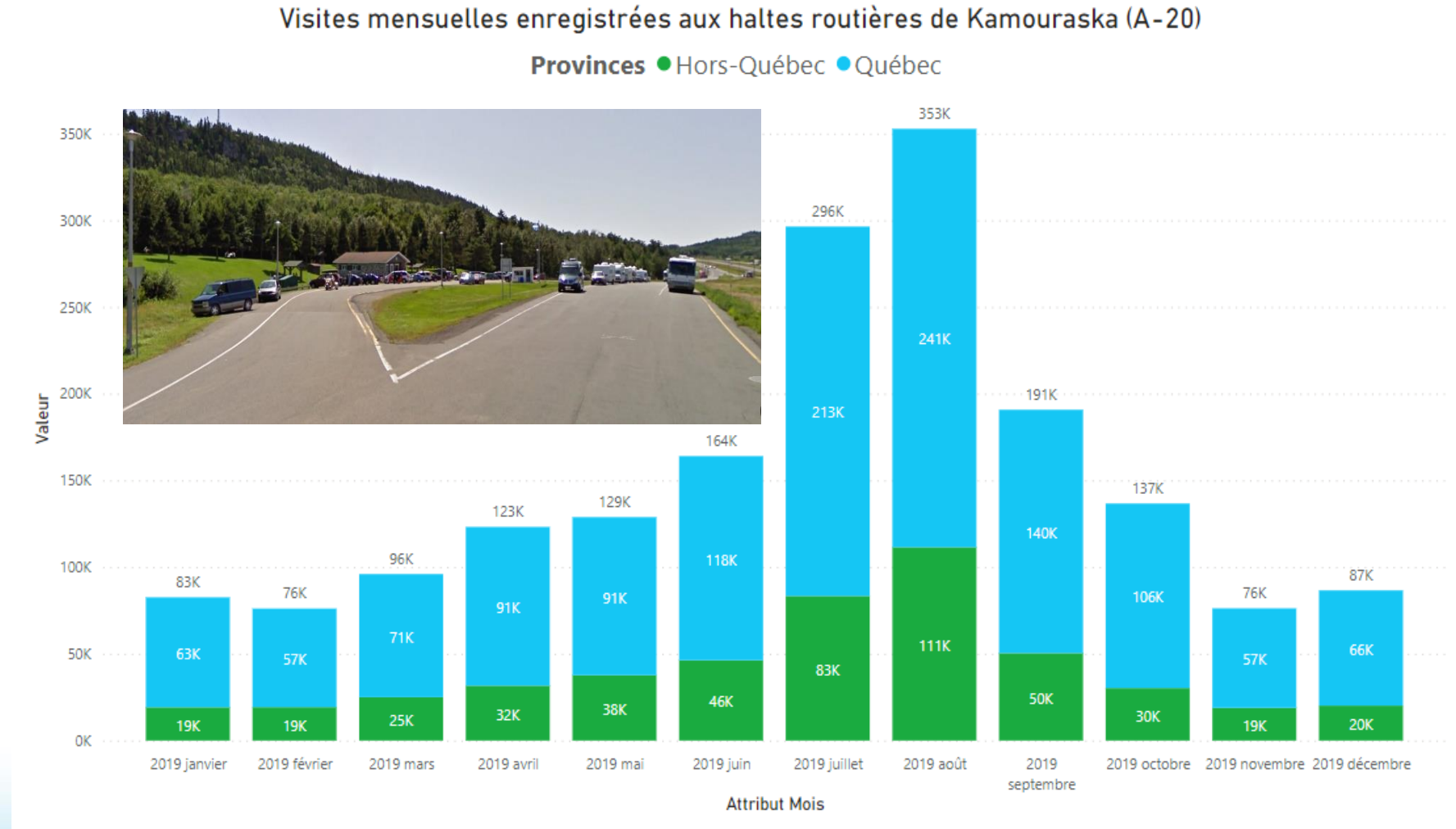
Riding the Perimeter of the Gaspé Peninsula - My Bucket List Trip!

Posted by Tonnya Sayah - DSG Outerwear Ambassador on Jul 17th 2018

As snowmobilers, we all have those trips that we know we have to do! There are a few snowmobiling trips on my list: Yellowstone, the Upper Peninsula and, of course, (as with many east coasters) the Gaspé! This year I had the opportunity to spend eight days doing the perimeter of the Gaspé Peninsula. My husband had done the trip once before and we were itching to do it together. Since it was so cold when he did it in February, we decided to shoot for mid-March this time. We were a bit concerned if they would have sufficient snow, but found that was a needless worry, I'm pretty sure we were riding on a good 6-8 feet of snow at most times. I have to say, the trip did not disappoint, the views were incredible! The trails were amazing and the hospitality was second to none.

Et ne laissez pas passer le transit Ontario-Maritimes sans essayer de les retenir.....

- Un visiteur est plus facile à faire arrêter en route que de le convaincre de vous consacrer un voyage
- Environ 27% des visites mensuelles enregistrées aux haltes de Kamouraska est d'origine hors-Québec
- Représente un total annuel de près de 494 000 visites hors-Québec, seulement pour les passages à ces haltes routières
- Avez-vous une stratégie et des produits spécifiques pour les retenir?





**Merci de nous
accueillir parmi vous,
c'est un privilège de
vous visiter dans
votre belle région**

Questions?
