

**CHAIRE**

**de tourisme  
Transat**

**ESG UQÀM**

ÉTUDE MESURANT  
L'APPRÉCIATION ET  
L'ATTRACTIVITÉ DE  
L'EXPÉRIENCE TOURISTIQUE  
QUÉBÉCOISE

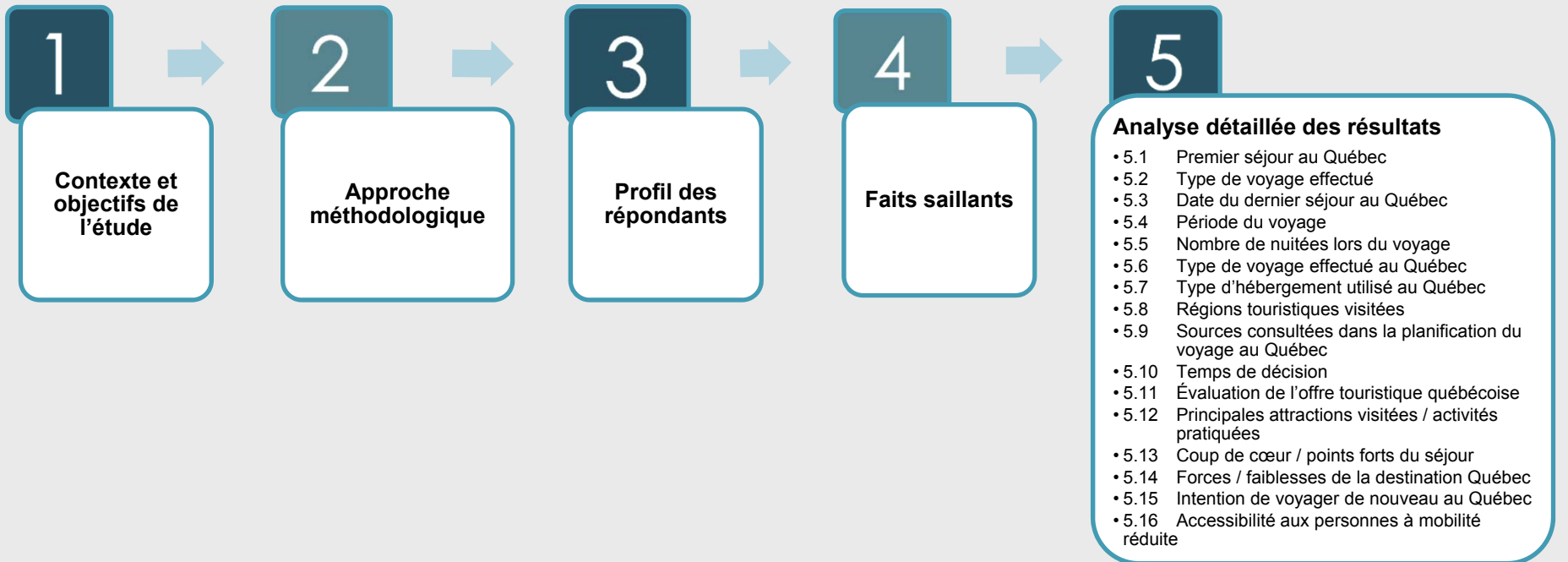
**MARCHÉ FRANÇAIS**



© Québec Original / Vlan communication



# TABLE DES MATIÈRES



1

## CONTEXTE ET OBJECTIFS



# 1

## Contexte et objectifs

### Contexte

Afin de mieux connaître et comprendre les habitudes et les comportements de voyage des clientèles ayant effectué des voyages au Québec au cours des dernières années, le ministère du Tourisme a réalisé une vaste étude portant sur l'appréciation et l'attractivité de l'expérience touristique québécoise auprès de quatre marchés cibles : le Québec, les autres provinces canadiennes, la France et les États-Unis. Ce rapport, préparé par la Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQÀM, présente les résultats du marché de la **France**.

En 2016, plus de 350 000 Français ont visité le Québec représentant des dépenses de 490 M\$. L'apport considérable des touristes français dans la performance touristique du Québec justifie la nécessité et l'importance d'approfondir la connaissance de ce marché.

La performance de l'industrie touristique québécoise repose en bonne partie sur l'apport des touristes internationaux. En 2016, les touristes provenant de l'extérieur du Canada représentaient environ 11,5 % du volume de touristes sur le territoire québécois; les autres marchés principaux étant les Québécois (76 %) et les autres Canadiens (12,5 %). Les touristes internationaux étaient responsables de près de 36 % des recettes touristiques de la province. Le marché de la France était, après les États-Unis, le principal marché international du Québec en termes de volume et de dépenses touristiques.

Le ministère du Tourisme (MTO) soutient le développement du tourisme au Québec par une connaissance documentée, approfondie et précise de ses clientèles touristiques actuelles. Ce rapport vient en appui au « Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance » et de son « Plan d'action 2016-2020, appuyer les entreprises, enrichir les régions », ainsi qu'aux actions marketing de ses partenaires de l'industrie touristique.

# 1 Contexte et objectifs

## Objectifs principaux :

- **Approfondir la connaissance sur l'appréciation et l'attractivité de l'expérience touristique des clientèles cibles qui ont voyagé au Québec**
- **Mettre à jour les connaissances sur le comportement de ces clientèles avant et pendant un voyage au Québec**

## Objectifs spécifiques :

- Dresser un portrait du type de voyage effectué par ces clientèles
- Identifier les sources d'information consultées pour la planification du voyage
- Évaluer l'appréciation de différentes composantes de leur voyage au Québec
- Déterminer les forces et les faiblesses de notre destination touristique
- Identifier les activités pratiquées et les attractions touristiques visitées par ces clientèles
- Identifier les points forts et les coups de cœur de leur séjour
- Mesurer l'intérêt à effectuer de nouveau un voyage au Québec.

2

## APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE



Source : Freepik

## 2

# Approche méthodologique

### Population à l'étude et instrument de mesure

La population à l'étude est composée des individus ayant manifesté un intérêt envers le Québec par une requête sur les différentes plateformes du MTO. Plus spécifiquement, les marchés du Québec, du Canada, des États-Unis et de la France ont été retenus. Afin d'être admissibles à l'étude, les répondants devaient être âgés de 18 ans et plus, demeurer dans l'un des marchés ciblés et pouvoir s'exprimer en français ou en anglais.

Deux groupes de répondants ont été formés selon la réponse fournie à la question filtre suivante : « Avez-vous effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années? »

1<sup>er</sup> groupe : Ceux ayant effectivement voyagé au Québec au cours des 5 dernières années.

2<sup>e</sup> groupe : Ceux n'ayant pas voyagé au Québec au cours des 5 dernières années.

**Le présent rapport expose uniquement les résultats des répondants en provenance de la France ayant voyagé au Québec au cours des cinq dernières années.**

L'ensemble des participants ayant reçu l'invitation à répondre au sondage avaient préalablement consenti à être contactés pour ce type de consultation. À titre incitatif, un prix de participation a été attribué parmi tous les participants ayant complété le sondage. Les questionnaires ont été élaborés et gérés par les professionnels du MTO.

Les courriels utilisés pour l'envoi du questionnaire en ligne proviennent de différentes bases de données internes : les abonnés aux bulletins web promotionnels du MTO, les personnes ayant fait une demande pour l'envoi de brochures promotionnelles ou effectuées des réservations d'hébergement par l'entremise du site web de Québec Original ou ayant demandé de l'information dans les centres Infotouristes ainsi que par le système de distribution de la destination (SDD).

### Échantillon

Plus de 150 000 participants potentiels ont été contactés afin de répondre au questionnaire sur l'appréciation et l'attractivité de l'expérience touristique québécoise. Au total, 10 642 questionnaires ont été remplis en ligne par les répondants des quatre marchés ciblés. De ce nombre, 8 750 ont affirmé avoir effectué un voyage au Québec au cours des 5 dernières années.

- Ce rapport présente les résultats des **2 423 répondants français** ayant affirmé avoir effectué un voyage au Québec au cours des 5 dernières années.

## 2

# Approche méthodologique

### Réalisation du prétest et de la collecte de données

Avant d'entreprendre la collecte officielle de données, un prétest a été réalisé le 19 décembre 2016 auprès de 400 participants potentiels du Québec (50), des États-Unis (100), de l'Ontario (50), des provinces maritimes (50), des provinces de l'Ouest (50) et de la France (100) afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique. Aucun ajustement au questionnaire n'a été apporté à la suite du prétest.

La collecte de données a été réalisée **du 9 au 20 janvier 2017** inclusivement. Un contrôle de qualité a été effectué en continu.

### Pondération et représentativité

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population ciblée, les données brutes de l'étude ont été pondérées en fonction de la distribution réelle des touristes de chacune des provinces et des pays sondés en fonction de l'âge des touristes (1).

### Notes de lecture du rapport

- Les totaux de certains tableaux ou figures peuvent ne pas correspondre exactement à la somme de leurs éléments, compte tenu du fait que les données ont pu être arrondies.
- Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux présentés à ces questions sont par conséquent supérieurs à 100 %.
- L'expression « touriste » est utilisée afin de désigner toute personne ayant réalisé un voyage d'agrément comprenant au moins une nuitée au Québec et à l'extérieur de leur domicile, au cours des cinq dernières années (critère d'admissibilité).
- La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée que pour alléger le texte et en faciliter la compréhension.
- Des tests de proportions ont été effectués pour identifier les différences statistiquement significatives en fonction de différentes caractéristiques sociodémographiques des répondants; ces différences sont d'ailleurs relevées dans l'analyse lorsque pertinentes à l'interprétation des résultats. Les caractéristiques sociodémographiques de la population enquêtée sont présentées dans la section « Profil des répondants » de ce document. **Un échantillon trop petit pour certaines caractéristiques sociodémographiques peut être un facteur limitatif de l'analyse détaillée des résultats.**

(1) Sources : Statistique Canada, « Enquête sur les voyages des résidents du Canada » et « Enquête sur les voyages internationaux ».



3

## PROFIL DES RÉPONDANTS



Source : Freepik

## 3 Profil des répondants

Profil des répondants (après pondération)	France
<b>Sexe</b>	
Homme	41 %
Femme	58 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

<b>Scolarité</b>	
Primaire/secondaire	8 %
Collégial ou formation technique	13 %
Diplôme de premier cycle (baccalauréat)	31 %
Diplôme d'études supérieures (maîtrise, doctorat)	46 %
Je préfère ne pas répondre	2 %

<b>Ménage comprenant une ou des personnes ayant un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité</b>	
Oui	4 %
Non	95 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Profil des répondants (après pondération)	France
<b>Occupation principale</b>	
Employé à temps plein	58 %
Employé à temps partiel	3 %
À votre compte/travailleur autonome	7 %
Étudiant	5 %
Au foyer	2 %
Sans emploi/en recherche d'emploi	5 %
Retraité	19 %
Je préfère ne pas répondre	2 %

<b>Âge</b>	
18-34 ans	44 %
35-44 ans	11 %
45-54 ans	16 %
55-64 ans	17 %
65 ans et plus	12 %
<b>Âge moyen</b>	<b>43,6 ans</b>

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 3 Profil des répondants

Profil des répondants (après pondération)	France
<b>Nombre d'adultes dans le ménage</b>	
1 adulte	23 %
2 adultes	73 %
3 adultes	2 %
4 adultes et plus	2 %
<b>Moyenne</b>	<b>1,8</b>

<b>Nombre d'enfants dans le ménage</b>	
0 enfant	64 %
1 enfant	14 %
2 enfants	16 %
3 enfants et plus	6 %
<b>Moyenne</b>	<b>0,7</b>

Profil des répondants (après pondération)	France
<b>Revenu familial annuel brut</b>	
Très faible (moins de 20 000 \$)	6 %
Faible (20 000 \$ à 39 999 \$)	30 %
Moyen (40 000 \$ à 59 999 \$)	24 %
Élevé (60 000 \$ à 99 999 \$)	12 %
Très élevé (100 000 \$ et plus)	9 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	<b>19 %</b>

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

4

## FAITS SAILLANTS



# 4

## Faits saillants

### Un voyageur fidèle

- Environ **un répondant français sur deux** n'en est pas à son premier voyage au Québec. Plus de la moitié d'entre eux ont visité la province au cours des années 2015 et 2016.
- Plus de la moitié des Français souhaitent revenir au Québec au cours des deux prochaines années. Près de trois sur dix sont toujours indécis tandis que seuls 10 % ne démontrent pas d'intérêt pour un autre voyage au Québec.

### Le dernier voyage en bref...

- Les Français ont principalement fait des **voyages d'agrément**, ce qui inclut la visite de parents et amis. Près de la moitié ont voyagé **en couple** tandis qu'environ un touriste sur cinq a voyagé en compagnie de leur famille proche, avec un ou des enfants. Enfin, près d'un voyageur sur six a effectué son voyage au Québec en solo.
- La majorité des voyages au Québec ont été effectués en période estivale (**81 %**), soit d'avril à octobre. Lors de ces voyages, les Français ont passé en moyenne **22,8 nuitées** au Québec dans **1,9** type d'hébergements différents.
- Les établissements hôteliers (60 %) occupent la première position au niveau de l'hébergement. Cependant, les touristes français apprécient beaucoup les types d'hébergement leur permettant d'être près de la population locale, que ce soit chez des parents et amis (39 %), en louant des propriétés (33 %) ou en demeurant dans des gîtes (29 %).
- Les Français sont très actifs sur le territoire québécois. En moyenne, ceux-ci ont visité **4,3 régions touristiques** lors de leur dernier voyage au Québec.
- Les régions touristiques les plus visitées par les Français sont les régions de Montréal (85 %), Québec (76 %), Saguenay–Lac-Saint-Jean (47 %) et Charlevoix (34 %).

# 4

## Faits saillants

### Planification du voyage au Québec

- Les guides, brochures, cartes et autres documentations touristiques en **format « papier »** représentent les sources d'information les plus consultées (65 %) lors de la planification du voyage au Québec.
- Le site Web [Quebecoriginal.com](http://Quebecoriginal.com) (59 %), les sites Web/applications des régions touristiques (51 %) et les parents et amis (41 %) sont également parmi les sources les plus consultées par les touristes français lorsqu'ils planifient un voyage au Québec.
- Environ trois touristes français sur quatre ont pris la décision de venir au Québec 4 mois et plus d'avance. Une infime minorité décide de traverser l'Atlantique sur un coup de tête (1 mois et moins).

### Activités pratiquées

- Le **tourisme urbain**, incluant entre autres la visite de quartiers et des tours de ville guidés, s'avère l'activité la plus souvent mentionnée par les Français (58 %). La visite de villes et villages (25 %), des parcs nationaux (22 %) et l'observation de mammifères marins (21 %) sont ensuite les activités ou attraits les plus populaires.

### Coups de cœur lors du séjour

- Le tourisme urbain, l'accueil, la gentillesse et la politesse des Québécois et la beauté des paysages/grands espaces sont les trois principaux coups de cœur ou points forts du séjour.
- D'autres éléments ont également conquis les touristes français, notamment : l'observation de mammifères marins, la visite de certaines villes et villages en particulier, les parcs nationaux ainsi que l'agrotourisme et le tourisme gourmand.

# 4

## Faits saillants

### Appréciation et évaluation de l'offre touristique québécoise

- Hébergement : la forte majorité (92 %) des touristes français est satisfaite (très ou assez) de l'hébergement offert au Québec; une infime minorité (< 2 %) est insatisfaite (peu ou pas du tout). L'accueil et la qualité du service à la clientèle sont parmi les éléments les plus appréciés des Français. Le confort et la propreté se situent également au sommet.
- Restauration : la forte majorité (91 %) des touristes français est satisfaite (très ou assez) de l'offre de restauration offerte au Québec. La propreté, l'accueil et la qualité du service à la clientèle sont parmi les éléments les plus appréciés des Français.
- Transport : la forte majorité (95 %) des touristes français est satisfaite des déplacements effectués au Québec.

### Forces et faiblesses de la destination

- Voici les trois principales forces qui ont fait presque l'unanimité : la beauté des paysages et les grands espaces, la prédominance de la langue française, l'accueil et l'ouverture d'esprit de la population.
- Les touristes français ont aussi majoritairement mentionné la sécurité de la destination, l'information touristique (complète, disponible et pertinente), la propreté des régions et des villes, le patrimoine, l'héritage et l'histoire et le fait que le Québec soit un endroit culturellement différent comme force de la destination.
- En contrepartie, l'éloignement de la destination et le coût de la vie (hébergement, restauration, déplacements, etc.) sont évalués moins favorablement par environ le tiers des touristes français et l'accessibilité aérienne (coût et disponibilité du transport aérien)/réseau routier (trafic, stationnement, indications routières, état des routes) par près du quart.

5

## ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

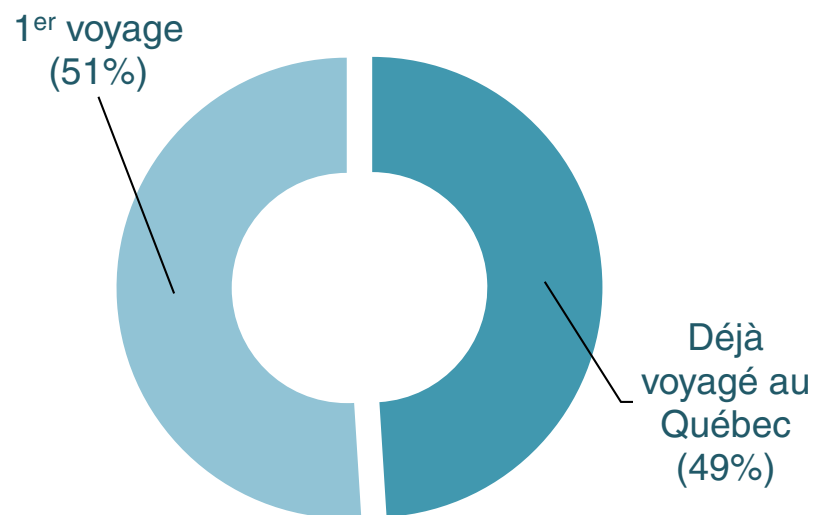


Source : monkik



5,1

## Analyse détaillée Premier séjour au Québec



Près de la moitié des touristes français interrogés n'en étaient pas à leur premier séjour au Québec

### 1<sup>er</sup> voyage



*Les hommes, davantage que les femmes, en sont à leur première expérience de voyage au Québec*



*Les jeunes touristes (18-34 ans) sont très peu nombreux à avoir déjà visité le Québec*

### Déjà voyagé au Québec



*Les touristes ayant une plus faible scolarité (Certificat d'études primaires, Brevet, BEPC, BEP, CAP) en sont moins à leur premier voyage au Québec que la moyenne française*



*Les touristes ayant des revenus familiaux élevés (3 000 € et + par mois) en sont moins à leur premier voyage dans la province que les touristes ayant des revenus familiaux plus modestes (moins de 2 000 € par mois)*

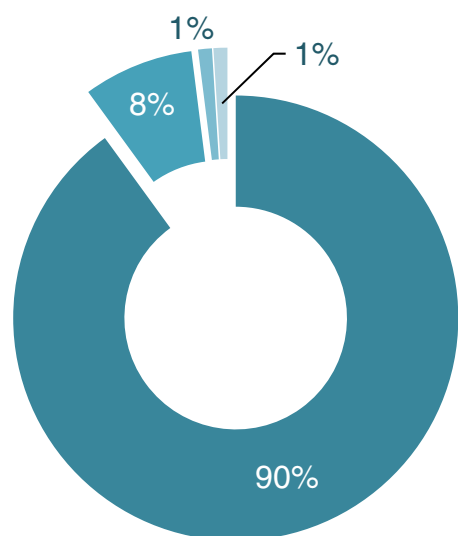
### **Baby-boomers**

*La tranche d'âge des 55 ans et + sont les plus nombreux à avoir déjà visité le Québec*

QQ1 : S'agissait-il de votre premier séjour au Québec?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.2

Analyse détaillée  
Type de voyage effectué

- Voyage d'agrément (incluant la visite de parents et amis)
- Combinaison « Voyage d'affaires et voyage d'agrément »
- Voyage d'affaires ou participation à un congrès
- Autre

Plus de 90 % des voyages étaient liés, en tout ou en partie, à un voyage d'agrément. Les voyageurs d'affaires combinent affaires et tourisme lors de leur déplacement.



*Les étudiants et les travailleurs autonomes ont moins voyagé dans un but d'agrément que la moyenne des touristes français.*



QQ2 : De quel type de séjour s'agissait-il?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

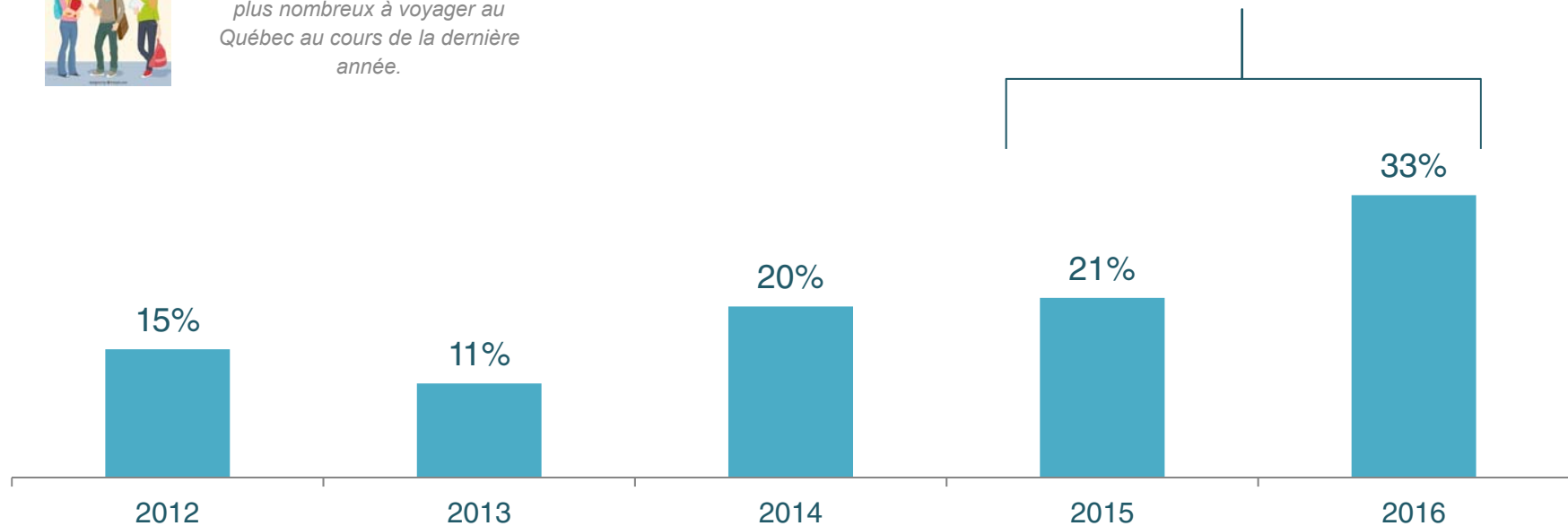
## 5.3

## Analyse détaillée Date du dernier séjour au Québec



*Les étudiants ont été relativement plus nombreux à voyager au Québec au cours de la dernière année.*

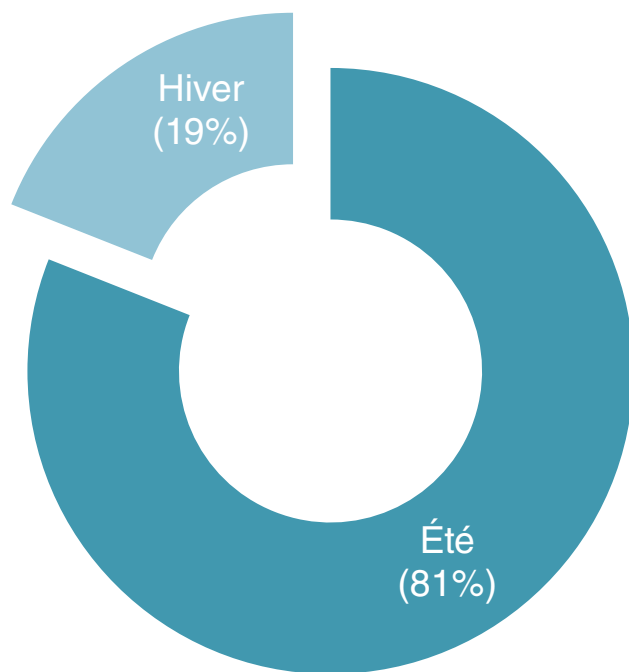
Plus de la moitié des touristes français interrogés ont visité le Québec au cours des deux dernières années.



QQ3 : Quand avez-vous effectué ce séjour au Québec?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.4

Analyse détaillée  
Période du voyage

81 % des Français ont effectué leur dernier voyage au Québec durant la période estivale (mai à octobre) tandis que 19 % l'ont fait lors de la période hivernale (novembre à avril).

QQ4 : À quel moment de l'année avez-vous effectué ce séjour au Québec?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.4

### Information complémentaire

## Période du voyage

Les liaisons aériennes directes entre la France et le Québec **sont beaucoup plus fréquentes lors de la période estivale** que lors de la période hivernale.

En effet, en 2016, environ 70 % des sièges disponibles entre les différents aéroports de France et ceux du Québec étaient entre mai et octobre. Ceci explique en partie l'engouement des Français pour leur voyage au Québec en été.

La proportion de touristes français voyageant l'été mesurée dans cette enquête est relativement élevée (81 %) par rapport à la proportion de touristes français voyageant au cours du 2<sup>e</sup> (avril à juin) et 3<sup>e</sup> (juillet à septembre) selon Statistique Canada, soit environ 69 %.

Notons toutefois que les périodes comparées ne sont pas tout à fait les mêmes. Le mois d'avril est exclu de la période estivale de cette enquête tandis qu'il est inclus dans le 2<sup>e</sup> trimestre des données de Statistique Canada; la situation inverse (inclus/exclu) s'applique pour le mois d'octobre et le 3<sup>e</sup> trimestre.

## 5.5

## Analyse détaillée Nombre de nuitées lors du voyage

En moyenne, les Français ont passé 22,8 nuitées à l'extérieur de leur domicile lors de leur dernier séjour au Québec



*Les étudiants français affichent une durée de séjour très élevée, soit 60,5 nuitées en moyenne. Il est probable qu'une partie de ces touristes soient venus au Québec pour la durée complète d'une session universitaire soit environ 15 semaines. Ces très longs séjours font en sorte d'augmenter considérablement la moyenne de séjour de cette catégorie de touristes.*



*Les jeunes touristes de 18 à 34 ans, dont possiblement une bonne proportion d'étudiants, ont séjourné plus longtemps au Québec lors de leur dernier séjour (moyenne de 29 jours) que la moyenne des touristes français.*



*Inversement, ceux âgés de 35 à 54 ans ont effectué des séjours plus courts (moyenne de 16 nuitées).*

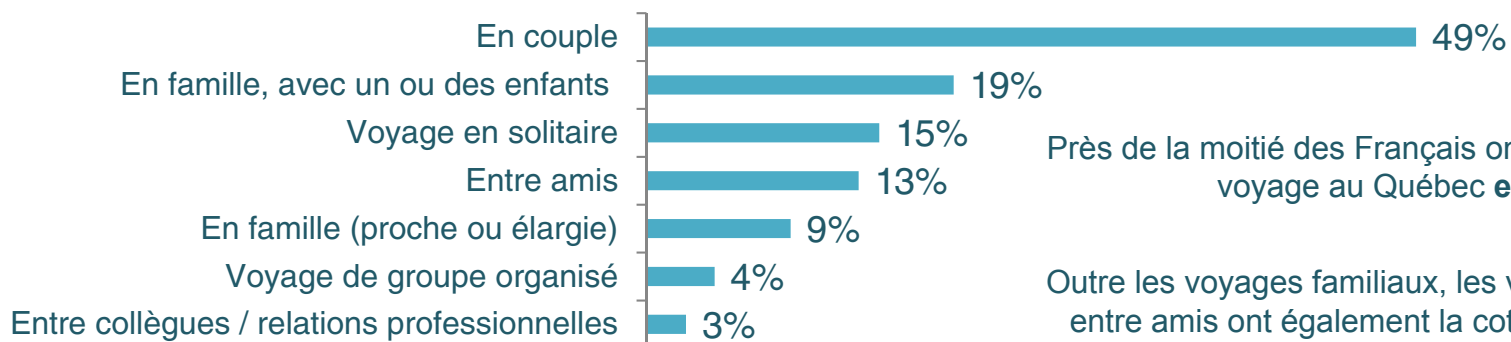
QQ5 : Quelle était la durée, en nombre de nuitées, de ce séjour au Québec?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.6

## Analyse détaillée

## Type de voyage effectué au Québec



Près de la moitié des Français ont effectué leur dernier voyage au Québec **en couple**.

Outre les voyages familiaux, les voyages en solitaire et entre amis ont également la cote chez les Français.



Plus d'un étudiant sur deux a voyagé **en solitaire** lors de leur dernier voyage au Québec.



Les travailleurs autonomes voyagent davantage en solitaire. Il est probable que bon nombre de ces voyages aient été d'ordre professionnel plutôt que des voyages d'agrément.



### Baby-boomers

Les **voyages de couple** sont préférés des voyageurs âgés de 18 à 34 ans et de 55 ans et plus tandis que les 35-54 ans en sont moins friands. Sans surprise, ceux-ci préfèrent les voyager en famille avec un ou plusieurs enfants.

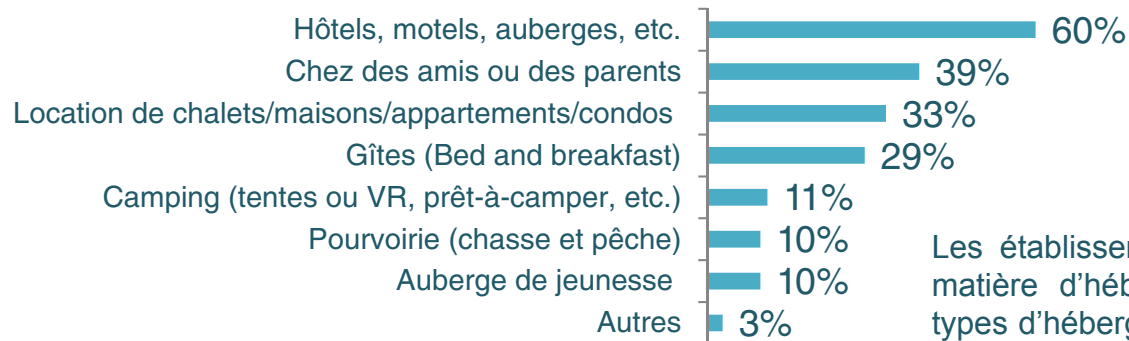
QQ6 : Avec qui avez-vous fait ce séjour au Québec? (plusieurs choix possibles)

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.7

## Analyse détaillée

## Type d'hébergement utilisé au Québec



En moyenne, les touristes français ont opté pour **1,9** type d'hébergements différents lors de leur dernier voyage au Québec.

Les établissements hôteliers occupent la première position en matière d'hébergement. Les Français affectionnent aussi les types d'hébergement leur permettant d'être près de la population locale, que ce soit chez des parents et amis, en louant des propriétés ou en demeurant dans des gîtes.



Les étudiants et les touristes ayant les revenus familiaux les moins élevés (moins de 1 000 €/mois) sont plus nombreux à résider chez leurs **parents et amis** lors de leurs séjours touristiques au Québec



Les touristes ayant les revenus familiaux les plus élevés (4 000 € et + par mois) sont plus nombreux à résider dans les **établissements hôteliers** lors de leur séjour au Québec que la moyenne des Français

Depuis l'arrivée des plateformes web, telle qu'Airbnb, l'industrie de l'hébergement touristique a vécu et vit toujours des changements importants. À la lumière des résultats de cette enquête, les Français semblent toujours préférer les établissements hôteliers conventionnels à la location de propriétés individuelles (logement entier ou partiel) dans une proportion de 2 pour 1.

Notons ici que la catégorie « Location de chalets, de maisons, d'appartements ou de condos » inclut autant les locations faites à partir de plateformes web que par d'autres moyens, et ce, sans égard à la légalité ou au respect de la réglementation en vigueur par le locateur.

QQ7 : Quel type d'hébergement avez-vous utilisé lors de ce séjour? (plusieurs choix possibles)

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)



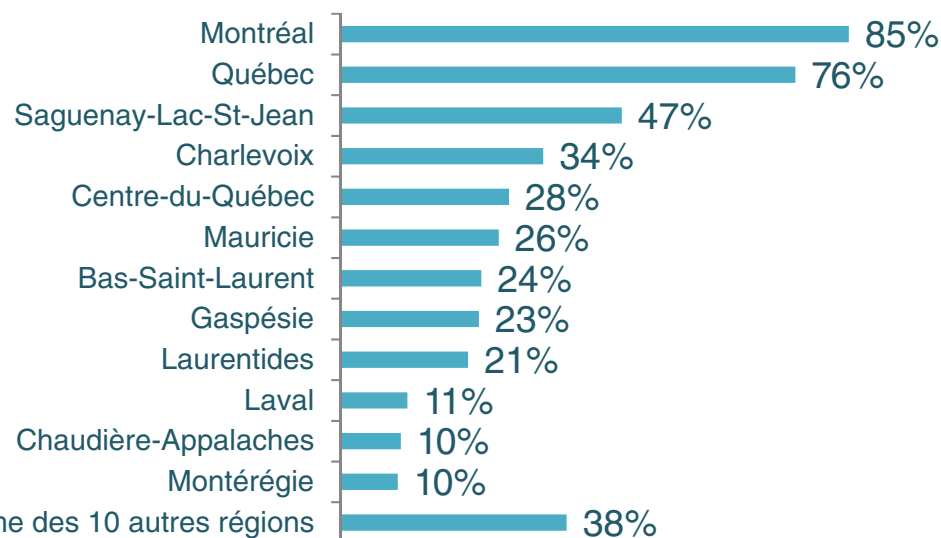
## 5.8

## Analyse détaillée

### Régions touristiques visitées



Les Français sont très actifs sur le territoire québécois. En moyenne, ceux-ci ont visité 4,3 régions touristiques lors de leur dernier voyage au Québec.



La région touristique de Montréal et dans une moindre mesure, celle de Québec ont été visitées par la plupart des touristes français. Les principaux aéroports internationaux du Québec et par conséquent, la totalité des vols provenant de la France, se retrouvent à Montréal et à Québec. Ces régions se retrouvent donc presque automatiquement dans l'itinéraire des touristes français arrivant au Québec par voie aérienne.

QQ8 : Quelles régions touristiques avez-vous visitées lors de ce séjour ? (plusieurs choix possibles)

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.8

Analyse détaillée  
Régions touristiques visitées

Les touristes français semblent avoir un itinéraire bien précis, qui comprend plusieurs régions touristiques, toutes au nord et à l'est de leur point d'arrivée habituel au Québec, soit Montréal.



*Les étudiants s'éparpillent moins sur le territoire québécois; ils demeurent principalement à Montréal.*

*Par rapport à la moyenne des Français, ils sont moins présents dans la majorité des régions du Québec, sauf à **Montréal** ainsi qu'en **Outaouais** et à **Laval**.*

### Baby-boomers

*Les touristes français de 55 ans et + sont davantage attirés par certaines **régions plus éloignées** des grands centres comme la Gaspésie et le Bas Saint-Laurent.*

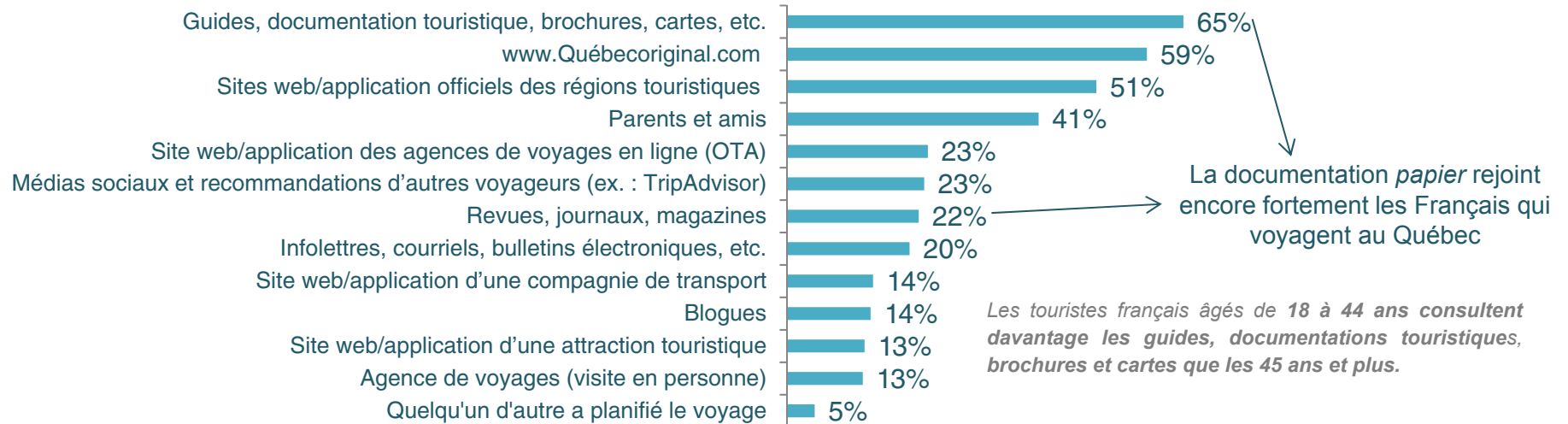
QQ8 : Quelles régions touristiques avez-vous visitées lors de ce séjour ? (plusieurs choix possibles)

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.9

## Analyse détaillée

## Sources consultées lors de la planification du voyage



Les touristes avec une forte scolarité (diplôme de l'enseignement supérieur, 2e et 3e cycles, grandes écoles) affectionnent particulièrement les **guides, documentation touristique, brochures et cartes**.



Les jeunes touristes (18-34 ans) planifient davantage leur voyage au Québec avec les **médias sociaux, les blogues et leurs parents et amis** que la moyenne des Français.



Les touristes ayant un handicap consultent davantage les **agences de voyages** que la moyenne des Français.



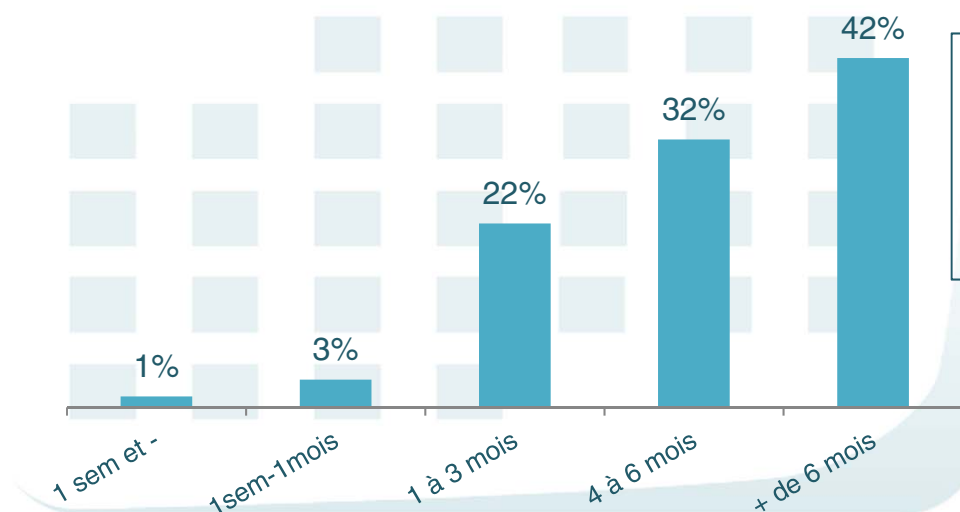
Inversement, les touristes âgés (65 ans et +) sont beaucoup moins attirés vers les médias sociaux, mais apprécient également planifier avec **leurs parents et amis**.

QQ9 : Parmi les sources d'information suivantes, veuillez indiquer celles que vous avez consultées pour planifier votre séjour au Québec (plusieurs choix possibles)  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.10

## Analyse détaillée Temps de décision

Environ trois touristes français sur quatre ont pris la décision de venir au Québec 4 mois et plus d'avance. Une infime minorité décide de traverser l'Atlantique sur un coup de tête (1 mois et moins).



Considérant que les touristes français nous visitent principalement lors de la période estivale, la décision d'effectuer un voyage au Québec s'effectue donc au cours de l'hiver précédent, probablement entre les mois de décembre à mars.

QQ10 : Combien de temps, avant le début du séjour, avez-vous pris la décision de faire ce séjour au Québec?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## Évaluation de l'offre touristique québécoise

Dans cette section, la classification par étoile sera utilisée pour présenter le niveau de satisfaction des répondants de divers éléments liés à l'hébergement, la restauration, les déplacements ainsi que sur d'autres composantes de l'offre touristique québécoise.



→ Les 4 étoiles jaunes représentent la proportion de touristes étant « **Très satisfaits** »

→ Les 3 étoiles jaunes représentent la proportion de touristes étant « **Assez satisfaits** »

→ Les 2 étoiles jaunes représentent la proportion de touristes étant « **Peu satisfaits** »

→ Une seule étoile jaune représente la proportion de touristes n'étant « **Pas du tout satisfaits** »

**N/A**

→ La mention « N/A » représente la proportion de touristes ayant répondu « Ne s'applique pas »

Les  
« Satisfaits »

Les  
« Insatisfaits »

- Pour l'hébergement, la restauration et les déplacements, les répondants étaient également invités à évaluer leur satisfaction générale à l'égard de la catégorie mentionnée. Cette appréciation générale est présentée au début de chacune des sections.
- Les résultats présentés dans cet encadré % signifient que le lecteur doit y accorder une attention particulière.

5.11a

Analyse détaillée

## Évaluation de l'hébergement au Québec



La forte majorité (92 %) des touristes français sont satisfaits (très ou assez) de l'hébergement offert au Québec; une infime minorité (>2 %) est insatisfaite (peu ou pas du tout).

L'accueil et la qualité du service à la clientèle sont parmi les éléments les plus appréciés des Français. Le confort et la propreté se situent également au sommet.

L'offre d'hébergement touristique du Québec est composée des catégories d'hébergement suivantes :

- Établissement hôtelier : hôtel, motel, auberge, etc.
- Résidence de tourisme : chalet, maison, appartement en copropriété, appartement en location, etc.
- Centre de vacances : camp de vacances, etc.
- Gîte : maison privée, propriétaire présent, petit-déjeuner inclus, maximum cinq chambres
- Auberge de jeunesse : hébergement en dortoir ou en chambre, cuisine commune, service de surveillance
- Établissement d'enseignement : université, collège, école offrant de l'hébergement aux touristes
- Établissement de camping : site pour tentes ou VR, prêt-à-camper (cabine, yourte, tout type de tente, tipi, igloo, roulotte, etc.)
- Établissement de pourvoirie : hébergement situé dans une pourvoirie
- Autre établissement d'hébergement : tout autre type d'hébergement offert à des touristes.

Rappelons que deux Français sur cinq demeurent, entre autres, chez leurs parents et amis lorsqu'ils visitent le Québec. Il s'agit d'un élément non négligeable dans leur évaluation de l'hébergement au Québec.

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (Hébergement)? N/A = Ne s'applique pas  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)



5.11a

## Analyse détaillée Évaluation de l'hébergement au Québec

### Accueil du personnel



### Qualité du service à la clientèle



L'accueil du personnel et le service à la clientèle dans les établissements d'hébergement sont les composantes **les plus appréciées** de la clientèle française; plus des deux tiers y ayant attribué quatre étoiles.

### Prix de l'hébergement



Moins élevé chez les touristes ayant les revenus familiaux les moins élevés (moins de 1 000 €/mois)

### Diversité de l'offre d'hébergement



Les touristes avec des revenus très élevés ont signifié être davantage « très satisfaits » de la diversité de l'offre d'hébergement.



Ceux ayant des revenus très faibles ont tendance à être moins satisfaits que la moyenne.

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (Hébergement)? N/A = Ne s'applique pas  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.11a

## Analyse détaillée Évaluation de l'hébergement au Québec

### Confort et propreté



### Offre et qualité des restaurants et bars sur place



Plus de la moitié des répondants français sont **très satisfaits** du confort et de la propreté des établissements d'hébergement et le tiers, de l'offre et de la qualité des restaurants et des bars sur place. Notons qu'un Français sur deux a attribué trois étoiles à la restauration.

### Services complémentaires et installations sur place (piscine, spa, voiturier, conciergerie, etc.)



### Accessibilité au réseau wifi



Une majorité de Français sont satisfaits de l'accessibilité au réseau wifi.

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (Hébergement)? N/A = Ne s'applique pas  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)



5.11a

Information complémentaire

## Évaluation de l'hébergement au Québec

Dans le cadre du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020, le MTO, en collaboration avec différents partenaires, a dévoilé en novembre 2017, **20 mesures en matière d'accueil**. Ceux-ci serviront à « Faire du Québec une destination d'excellence en matière d'accueil touristique en plaçant le visiteur au cœur des interventions et en misant sur la synergie de tous les acteurs concernés et la fierté de la population » et plus spécifiquement d'« Accroître la qualité de l'expérience et le niveau de satisfaction des visiteurs en ce qui a trait à l'accueil reçu avant, pendant et après leur séjour au Québec » et d'« augmenter les dépenses touristiques des visiteurs, prolonger la durée de séjour, accroître l'intention de retour et de recommandation de la destination. »

**Les dernières statistiques officielles disponibles sont très encourageantes en regard de la performance du secteur de l'hébergement au Québec. En effet, tous les indicateurs affichent des hausses pour l'année 2016** (unités disponibles, unités occupées, taux d'occupation, revenu quotidien moyen, revenu moyen par unité disponible). L'offre, la demande et les revenus affichent tous des taux de croissance positifs.

La taxe sur l'hébergement (TSH) a été uniformisée à 3,5 % le 1er novembre 2016<sup>1</sup> pour l'ensemble des régions touristiques du Québec<sup>2</sup>. La hausse du taux de taxation de la TSH, jumelée à une croissance du nombre d'unités occupées, et donc taxées, a permis de faire croître les revenus de TSH d'environ 18 % de 2015-2016 à 2016-2017, pour atteindre plus de 64 M\$ pour l'ensemble des régions du Québec.

1. 1er janvier 2017 pour Eeyou Istchee.
2. Excepté la région touristique du Nunavik.

En 2016, le MTO, le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT) et l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) ont piloté un **chantier portant sur la main-d'œuvre de l'industrie touristique**.

Le comité de travail, en plus des trois copilotes, était composé de 14 partenaires provenant de diverses sphères de l'industrie touristique.

Le mandat de ce comité était de « Réaliser un Plan d'action en matière de main-d'œuvre en tourisme, et ce, pour les secteurs de l'hébergement, des attraits touristiques ainsi que de la restauration (gastronomie et services aux tables) ».

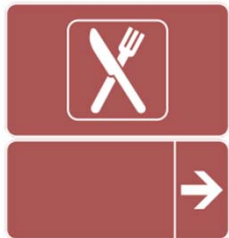
Les travaux de ce groupe de travail ont permis de retenir huit mesures de développement qui permettront de réaliser ce Plan d'action en matière de main-d'œuvre touristique :

<http://www.tourisme.gouv.qc.ca/organisation/strategies/engagements-main-doeuvre/index.html>

5.11b

Analyse détaillée

## Évaluation de la restauration au Québec



La forte majorité (91 %) des touristes français sont satisfaits (très ou assez) de l'offre de restauration offerte au Québec.

La propreté, l'accueil et la qualité du service à la clientèle sont parmi les éléments les plus appréciés des Français.

La gastronomie québécoise, intimement liée à l'industrie de la restauration, est en plein essor et bénéficie de plus en plus d'une reconnaissance, autant par les Québécois que les touristes internationaux. Elle est fortement axée sur l'utilisation de produits locaux et certains festivals et événements axés sur cette thématique ont d'ailleurs vu le jour au cours des dernières.

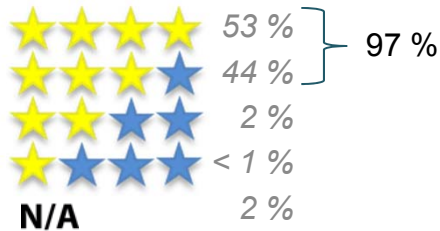
QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (Restauration)? N/A = Ne s'applique pas  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.11b

Analyse détaillée

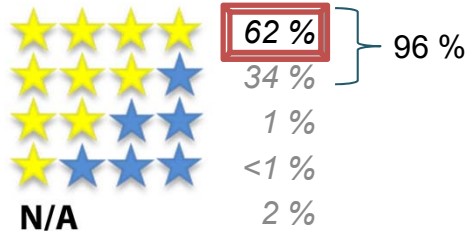
## Évaluation de la restauration au Québec

### Qualité du service à la clientèle



Les Français sont particulièrement satisfaits de l'accueil du personnel et de la qualité du service à la clientèle dans le milieu de la restauration au Québec.

### Accueil du personnel



### Propreté des lieux



QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (Restauration)? N/A = Ne s'applique pas  
 Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.11b

Analyse détaillée

## Évaluation de la restauration au Québec



Plus d'un touriste sur deux qualifie d'assez satisfaisant la diversité et la qualité de la nourriture et près d'un tiers mentionne être très satisfait.

1 répondant sur 7 se dit insatisfait de la diversité de l'offre de restauration et 1 sur 8 de la qualité de la nourriture.



Plus élevé chez les 65 ans et +



Moins élevé chez les étudiants

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (Restauration)? N/A = Ne s'applique pas  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.11c

Analyse détaillée

## Évaluation des déplacements au Québec



★★★★ 33 %

★★★★★ 63 %

★★★☆☆ 3 %

★★☆☆☆ <1 %

★☆☆☆☆ 2 %

N/A



Prix de l'essence



★★★★★ 28 %

★★★★☆ 50 %

★★★☆☆ 7 %

★★☆☆☆ <1 %

★☆☆☆☆ 15 %

N/A

La forte majorité (96 %) des touristes français sont assez ou très satisfaits des déplacements au Québec durant leur voyage en général.

Concernant le prix de l'essence, la moitié des touristes français se disent assez satisfaits.



*Les étudiants sont moins satisfaits de leurs déplacements lors de leur dernier voyage au Québec. Environ un touriste étudiant sur quatre est « peu satisfait » de son expérience en lien avec ses déplacements.*

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (Déplacements)? N/A = Ne s'applique pas  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.11c

Information complémentaire

## Évaluation des déplacements au Québec

Les déplacements sur le territoire du Québec se font dans la presque totalité par automobile, train ou autobus. Une infime minorité de touristes effectuent des voyages intra-Québec par avion, que ce soit par agrément ou par affaires.

La concentration terrestre des déplacements des touristes soulève l'enjeu des tarifs très élevés des liaisons aériennes intra-Québec. Cette problématique devient un enjeu important pour certaines régions, pour la plupart éloignées des grands centres, pour lesquelles l'accès implique de longues heures de route, ou des tarifs aériens importants, pour les touristes potentiels.

Le prix du carburant a un très faible impact déterminant sur le nombre de touristes français voyageant au Québec.

En effet, des travaux du MTO réalisé en 2015, ont mesuré qu'une hausse du prix du carburant de 1 % a pour conséquence de faire diminuer le nombre de Français qui voyagent au Québec de 0,1 %. Inversement, une baisse du prix du carburant amènerait une augmentation du même ordre.

5.11c

## Analyse détaillée Évaluation des déplacements au Québec



### Qualité des infrastructures routières (état des routes)



### Clarté des indications routières



Entre un quart et le tiers des touristes français sont **très satisfaits** de l'état des routes, de la circulation, de la clarté des indicateurs routières et du nombre d'aires de services et de repos et environ **la moitié ont mentionné être assez satisfaits**.

### Fluidité de la circulation, trafic



### Nombre d'aires de services, de repos, de haltes routières



Le réseau québécois de halte routière et de villages-relais comporte actuellement 133 lieux d'arrêts sécuritaires :

- 9 aires de service;
- 39 villages-relais;
- 17 haltes routières permanentes;
- 30 haltes routières saisonnières;
- 33 belvédères;
- 5 aires de repos pour camionneurs.

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (Déplacements)? N/A = Ne s'applique pas  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.11c

## Analyse détaillée

# Évaluation des déplacements au Québec

Uniquement le comportement des voyageurs français ayant utilisé les transports publics ou de partage est présenté ci-dessous.

### Transports publics ou de partage (bus, trains, taxis, bixi, etc.)



### Qualité du service à la clientèle des transporteurs (taxi, bus, train)



Près du tiers (31 %) des touristes français n'ont pas effectué de déplacements en transport public ou de partage, particulièrement les retraités et ceux avec un salaire élevé.

Parmi ceux qui les ont utilisé, une majorité semble satisfait de leur déplacement et d'autant plus, de la qualité du service à la clientèle des transporteurs (taxi, bus, train).

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (Déplacements)? N/A = Ne s'applique pas  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)



5.11d

Analyse détaillée

## Évaluation des autres composantes de voyage

Accueil de la population locale  
(politesse, courtoisie, ouverture d'esprit)



**4 touristes français sur 5** ont mentionné être **très satisfaits** de l'accueil de la population locale.

Le nombre élevé de visiteurs séjournant chez des parents et amis et le développement de l'économie collaborative font en sorte que la population est appelée à jouer un rôle grandissant dans l'accueil des visiteurs et l'offre d'information touristique.

L'une des mesures mises de l'avant dans le cadre des engagements du MTO en matière d'accueil est de « Promouvoir l'accompagnement de la population dans son rôle d'accueil et d'information auprès des voyageurs ».

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (autres composantes de voyage)? N/A = Ne s'applique pas  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## Évaluation des autres composantes de voyage

Tel que mentionné dans le PDIT 2012-2020 du MTO, « pour réaliser le plein potentiel de création de richesse du secteur touristique, le Québec doit offrir une expérience touristique renouvelée afin de se démarquer des autres destinations concurrentes d'envergure internationale ».

L'une des mesures centrales du PDIT est de « développer et renforcer des produits de calibre international » afin d'« enrichir le produit touristique québécois, notamment culturel et festif, hivernal, nature et d'aventure, ainsi que le tourisme d'affaires et de congrès et le tourisme au nord du 49e parallèle ».

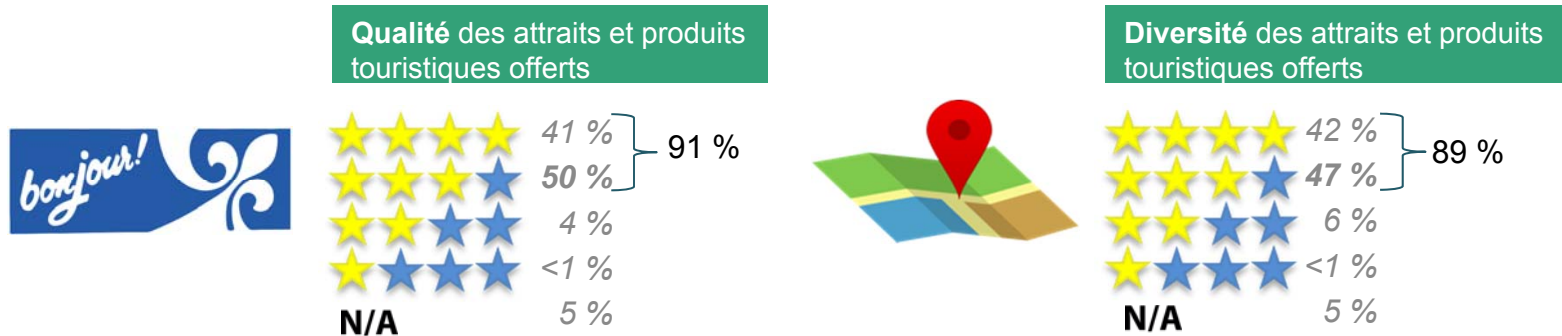
De plus, dans le Plan d'action 2016-2020 du MTO, trois mesures ont été identifiées afin de soutenir le développement de l'offre touristique :

- Assurer le déploiement de stratégies sectorielles
- Poursuivre l'aide financière aux festivals et événements touristiques
- Actualiser l'encadrement des établissements d'hébergement touristique

5.11d

Analyse détaillée

## Évaluation des autres composantes de voyage



Les Français sont globalement satisfaits de la qualité et de la diversité des attraits et des produits touristiques offerts au Québec.

Notons qu'environ la moitié des voyageurs se montrent « assez satisfaits ».



*Les ménages avec un très faible revenu sont les moins satisfaits de la qualité et de la diversité des attraits et des produits touristiques.*

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (autres composantes de voyage)? N/A = Ne s'applique pas  
 Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.11d

Analyse détaillée

## Évaluation des autres composantes de voyage

Couverture du réseau cellulaire  
(appels et données)

**Baby-boomers**  
Parmi les touristes qui ont utilisé un cellulaire, les 55 ans et plus sont légèrement moins satisfaits que les autres groupes d'âge de la couverture du réseau. Ce sont également eux qui voyagent le plus dans les régions éloignées des centres.



## Accessibilité à des toilettes publiques

Accessibilité au Wifi gratuit  
dans les lieux publics

Parmi les touristes qui ont utilisé le Wifi, les 18 à 44 ans sont légèrement moins satisfaits que les autres groupes d'âge de l'accessibilité dans les lieux publics.



## Climat, température, météo



Rappel : plus de 4 touristes français sur cinq ont effectué leur dernier voyage au Québec au cours de la période estivale.

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (autres composantes de voyage)? N/A = Ne s'applique pas  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.11d

# Évaluation des autres composantes de voyage

## Accueil et service à la clientèle à la gare



Les touristes français sont majoritairement satisfaits de l'accueil (gares et terminaux de croisières), lorsqu'applicables.

## Accueil et service à la clientèle à l'aéroport



## Accueil et service au terminal de croisières



## Accueil aux postes frontaliers



Près d'un touriste français sur cinq âgé de 18 à 34 ans sont **peu ou pas du tout satisfait** de l'accueil aux postes frontaliers (parmi ceux qui les ont utilisés).

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (autres composantes de voyage)? N/A = Ne s'applique pas  
 Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.12

Analyse détaillée

## Principales attractions visitées/activités pratiquées

*Toutes attractions/activités confondues*

La prochaine section présente les résultats des principales attractions visitées et des activités pratiquées par les touristes français lors de leur dernier voyage au Québec. Les répondants étaient invités à mentionner, sous forme de réponses ouvertes (sans choix de réponses), les différentes attractions touristiques visitées et les différentes activités touristiques pratiquées.

Les pourcentages présentés représentent la proportion de répondants ayant mentionné cette attraction/activité. Les pourcentages présentés sont supérieurs à 100 % en raison des réponses multiples fournies par les répondants. En moyenne, chaque répondant a mentionné **3,2** attractions/activités.

Cinq catégories d'attractions/activités sont présentées dans les pages suivantes :

Tous **Ensemble des attractions/activités**



**Activités de plein air et sportives**



**Activités culturelles et événementielles**



**Activités récréatives et de divertissement**

Autres **Autres attractions/activités.**

Les attractions visitées/activités pratiquées qui correspondent aux produits prioritaires, ou qui s'apparentent fortement aux produits prioritaires identifiés dans les stratégies sectorielles du MTO, sont accompagnées d'une étoile :

- Stratégie de mise en valeur du **Saint-Laurent touristique**
- Stratégie de mise en valeur du **tourisme hivernal**
- Stratégie de mise en valeur du **tourisme de nature et d'aventure**
- Stratégie de mise en valeur du **tourisme événementiel**
- Stratégie touristique québécoise **au nord du 49e parallèle**



QQ12 : Quelles sont les principales attractions touristiques visitées ou activités pratiquées lors de ce séjour au Québec (toutes activités confondues)?

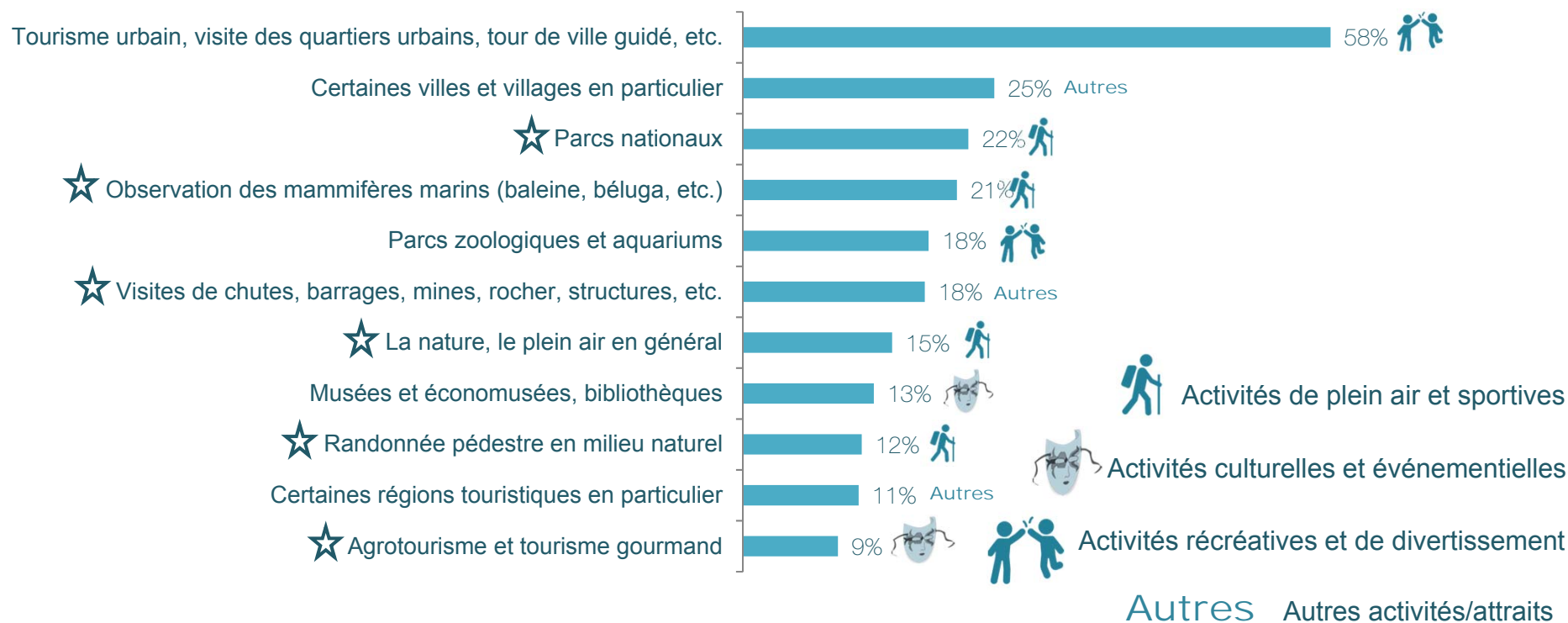
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.12

Analyse détaillée

## Principales attractions visitées/activités pratiquées

*Toutes attractions/activités confondues*



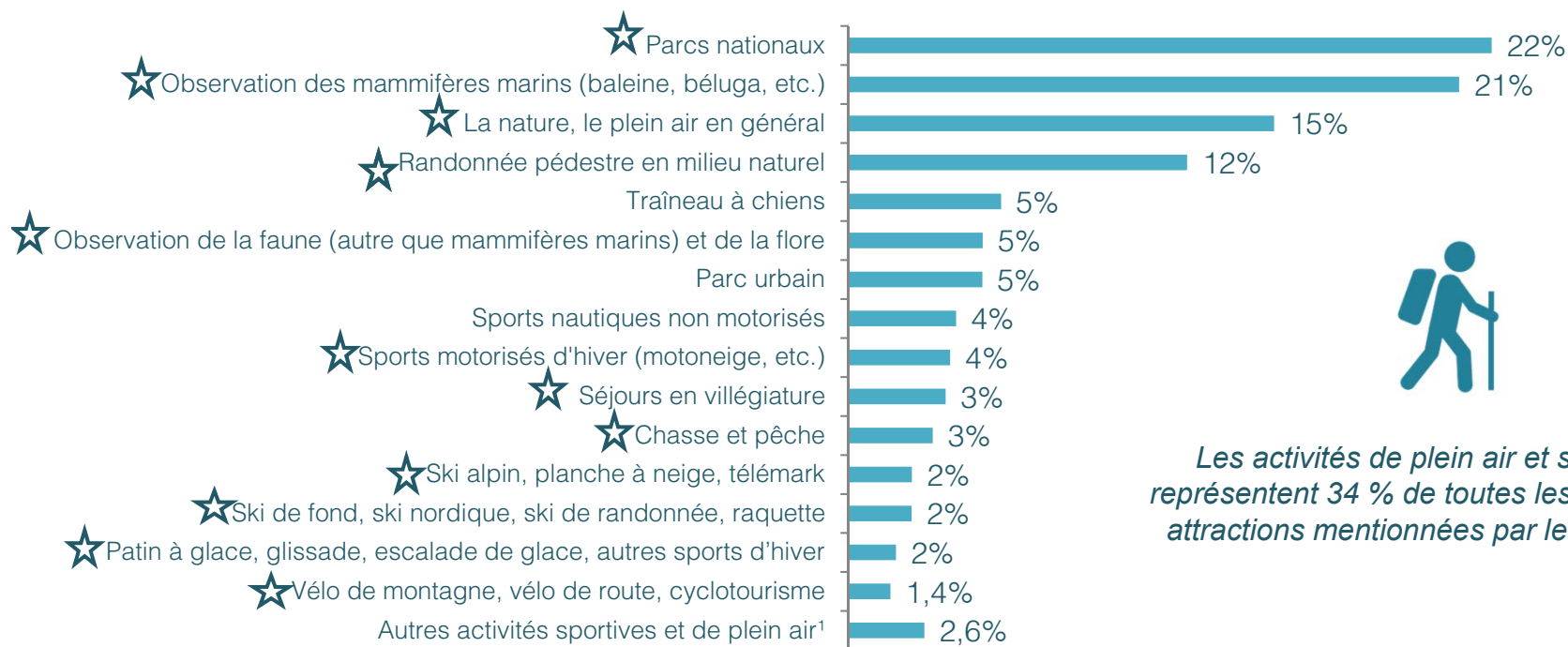
QQ12 : Quelles sont les principales attractions touristiques visitées ou activités pratiquées lors de ce séjour au Québec (toutes activités confondues)?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.12

## Analyse détaillée

## Principales attractions visitées/activités pratiquées

*Activités de plein air et sportives*

*Les activités de plein air et sportives  
représentent 34 % de toutes les activités et  
attractions mentionnées par les Français*

1. Comprend : Canyoning, spéléologie, escalade, plongée (en apnée ou sous-marine), parcours aérien, via ferrata, canyoning, golf, sports motorisés d'été (quad, motocyclette, motocross), sports nautiques motorisés (motomarine, bateau à moteur, etc.), course à pied, marche, plage et baignade

**QQ12 : Quelles sont les principales attractions touristiques visitées ou activités pratiquées lors de ce séjour au Québec (toutes activités confondues)?**

**Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)**

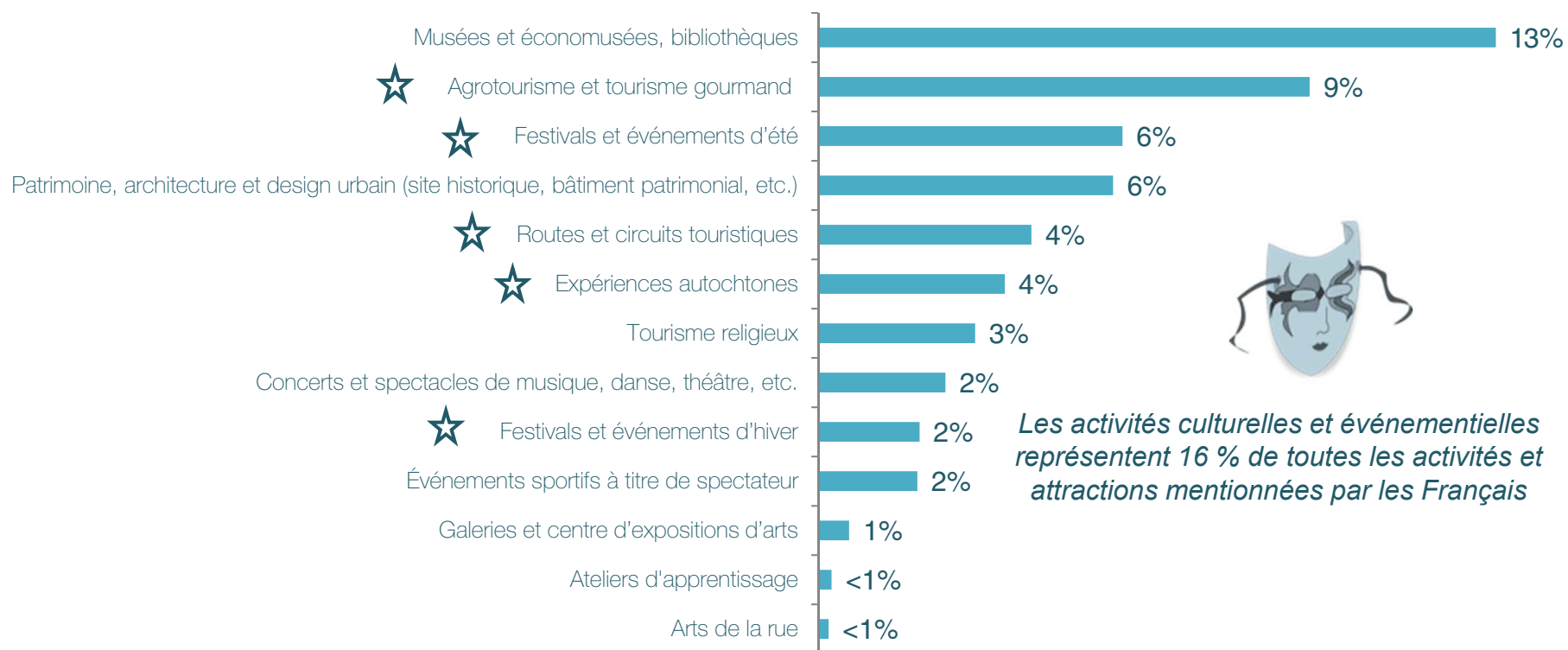


5.12

Analyse détaillée

## Principales attractions visitées/activités pratiquées

### Activités culturelles et événementielles



QQ12 : Quelles sont les principales attractions touristiques visitées ou activités pratiquées lors de ce séjour au Québec (toutes activités confondues)?

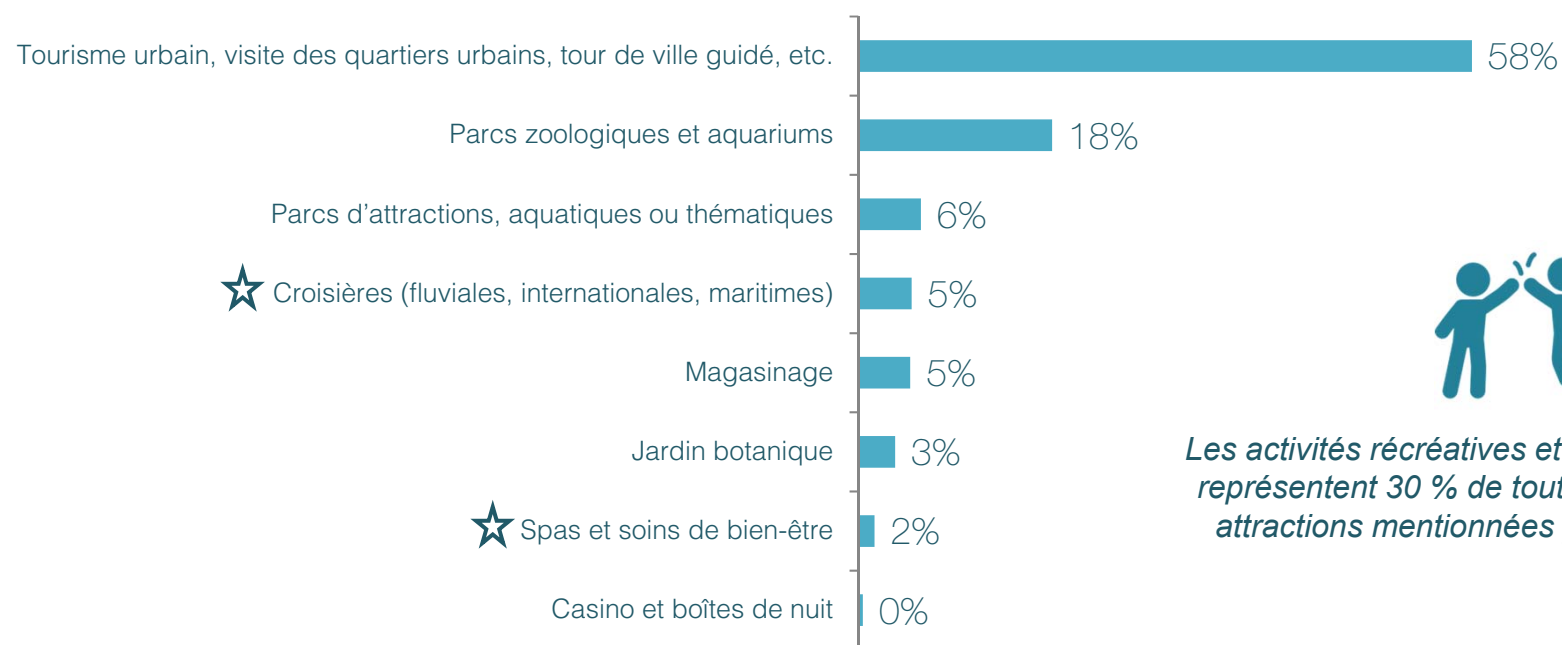
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.12

Analyse détaillée

## Principales attractions visitées/activités pratiquées

*Activités récréatives et de divertissement*



*Les activités récréatives et de divertissement  
représentent 30 % de toutes les activités et  
attractions mentionnées par les Français*

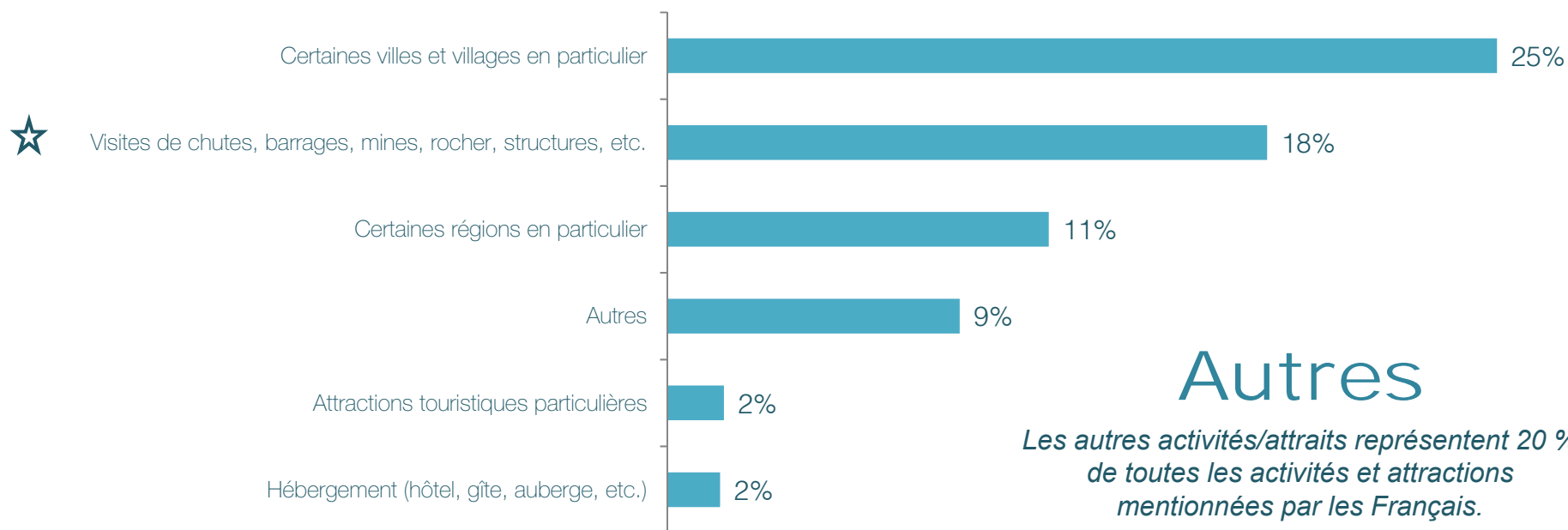
QQ12 : Quelles sont les principales attractions touristiques visitées ou activités pratiquées lors de ce séjour au Québec (toutes activités confondues)?  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.12

Analyse détaillée

## Principales attractions visitées/activités pratiquées

*Autres activités/attraits*



QQ12 : Quelles sont les principales attractions touristiques visitées ou activités pratiquées lors de ce séjour au Québec (toutes activités confondues)?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.13

## Analyse détaillée Coups de cœur, points forts du séjour



D'autres éléments ont également conquis le cœur des Français, notamment :



L'observation des mammifères marins



Certaines villes, villages et régions en particulier



Les parcs nationaux, la nature, le plein air



L'agrotourisme et le tourisme gourmand

QQ13 : Quels ont été vos coups de cœur et les points forts de ce séjour au Québec?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.14

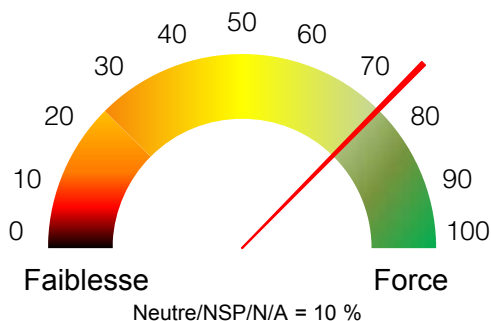
## Analyse détaillée

## Forces et faiblesses de la destination Québec

## Interprétation des résultats

Cette section **présente les résultats de l'évaluation de 20 éléments** qui composent l'offre touristique québécoise. Les répondants étaient invités à se prononcer en sélectionnant l'un des trois choix suivants : « représente une force », « représente une faiblesse ou "neutre/NSP/N/A" ».

Ce baromètre servira à présenter les résultats de l'évaluation :



Interprétation du baromètre :

- Parmi les 90 % de répondants ayant évalué cet élément, 75 % ont affirmé qu'il s'agissait d'une force de la destination Québec tandis que 25 % ont affirmé qu'il s'agissait plutôt d'une faiblesse.
- 10 % des répondants sont neutres, ne savent pas ou ont une situation pour laquelle l'évaluation de cet élément ne s'applique pas.

**L'encadré ci-dessous signifie que l'élément identifié comporte une proportion considérable d'abstentions (neutre/NSP/NA) et que les résultats doivent être interprétés avec attention.**

**xx %**

Des tests de proportions ont été effectués pour identifier les différences statistiquement significatives en fonction de différentes caractéristiques sociodémographiques des répondants; ces différences sont d'ailleurs relevées dans l'analyse lorsque pertinentes à l'interprétation des résultats.

- Lorsque la différence significative représente une plus forte proportion de mentions « **Force** » que de mentions « Faiblesse », l'image suivante est présentée :



- Lorsque la différence significative représente une plus forte proportion de mentions « **Faiblesse** » que de mentions « Force », l'image suivante est présentée :



QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.14

Analyse détaillée

## Forces et faiblesses de la destination Québec



Aux yeux des touristes français, les trois principales forces\* de la destination Québec sont les suivantes :

- La beauté des paysages et des grands espaces
- L'accueil et l'ouverture d'esprit de la population
- La prédominance de la langue française



En contrepartie, les éléments qui performent le moins bien\* sont les suivants :

- L'éloignement de la destination
- Le coût de la vie (hébergement, restauration, déplacements, etc.)
- L'accessibilité aérienne/réseau routier

*\* Les choix ont été effectués à partir d'une liste de 22 éléments.*

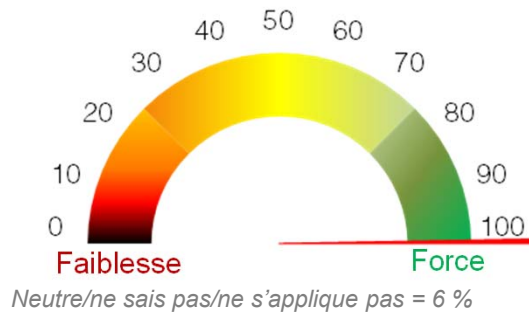
QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique?  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.14

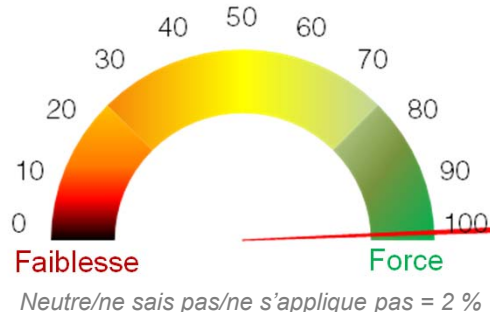
Analyse détaillée

## Forces et faiblesses de la destination Québec

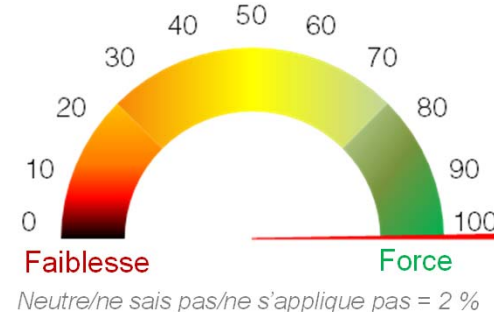
Prédominance de la langue française



Accueil et ouverture d'esprit de la population



Beauté des paysages  
Grands espaces



La prédominance de la langue française, l'accueil et l'ouverture d'esprit de la population ainsi que la beauté des paysages et les grands espaces sont indéniablement les trois plus grandes forces de la destination selon les Français.

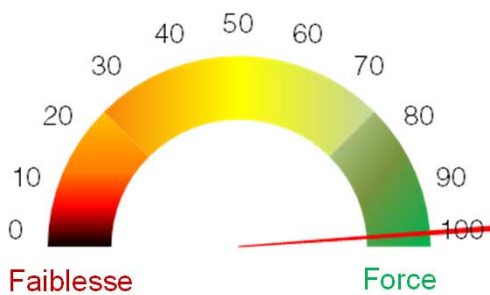
QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique.  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.14

## Analyse détaillée

## Forces et faiblesses de la destination Québec

## Observation des mammifères marins

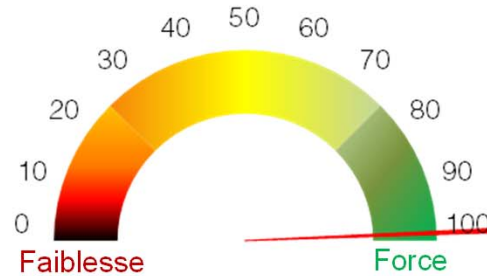


Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 11 %



Les Français apprécient particulièrement cette expérience au Québec.

## Sécurité de la destination



Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 6 %

Le Québec est perçu comme un endroit sécuritaire pour le touriste français et une force caractéristique de la destination.

Au cours des dernières années, des attentats terroristes ont touché des lieux touristiques achalandés au sein de destinations parmi les plus connues : Londres, Paris, Bruxelles, Nice, Berlin, Stockholm, Barcelone, New York, Saint-Pétersbourg, Las Vegas, etc.

Le Québec, ayant été épargné par ces événements, demeure un endroit sécuritaire aux yeux des touristes français puisqu'une forte majorité considère la sécurité de la destination comme une force du Québec.

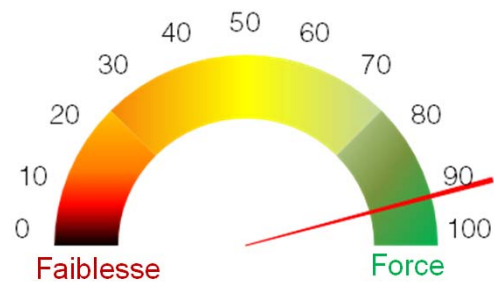
QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique.  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)



## 5.14

## Analyse détaillée

## Forces et faiblesses de la destination Québec

Diversité de l'offre  
d'hébergement

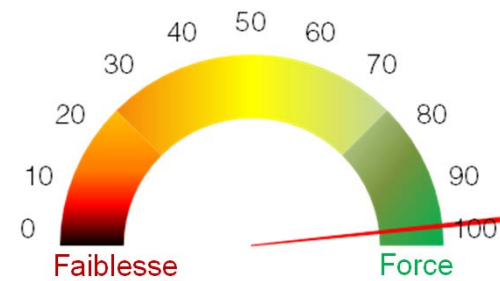
Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 11 %



Les Français sont satisfaits de la diversité de l'offre d'hébergement, car elle est indiquée en grande majorité comme une force par l'ensemble des groupes d'âge.



Un peu moins élevé chez les étudiants

Propreté des villes et des  
régions

Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 4 %

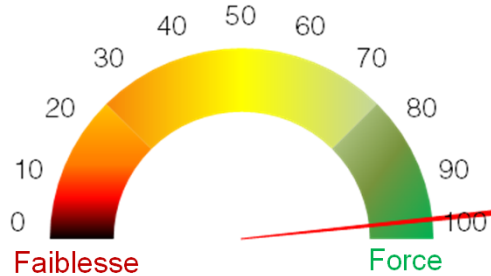


La propreté des régions et des villes est notée comme une force de la destination.

QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique.  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## 5.14 Analyse détaillée Forces et faiblesses de la destination Québec

Information touristique complète,  
disponible et pertinente

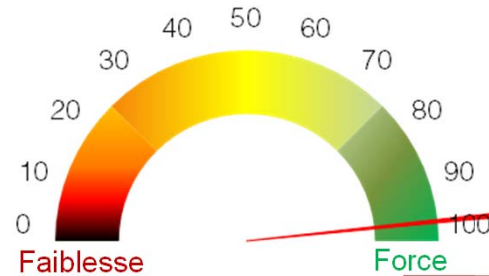


Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 5 %



Parmi les 95 % de Français qui se sont prononcés, la disponibilité et la pertinence de l'information touristique représentent une force pour la très grande majorité d'entre eux.

Offre des festivals et événements (diversité,  
envergure)

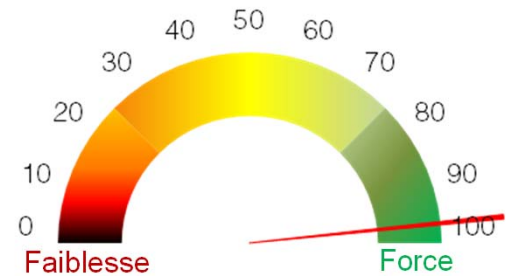


Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 23 %

On dénombre plus de 500 festivals et événements soutenus par le gouvernement du Québec sur l'ensemble du territoire du Québec. Parmi ceux-ci, 118\* ont été supportés financièrement par le MTO dans le cadre du programme d'aide financière aux festivals et événements. L'offre et la diversité de ces festivals et événements représentent une grande force de la destination Québec aux yeux des touristes français.

\*Du 1er mai 2016 au 30 avril 2017

Endroit culturellement différent



Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 7 %



La différence culturelle représente une force pour les Français.

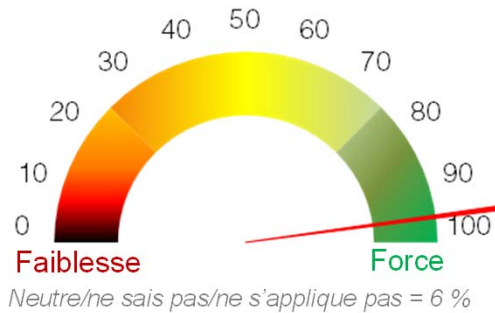
QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique?  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.14

Analyse détaillée

Forces et faiblesses de la destination Québec

Patrimoine, héritage et histoire

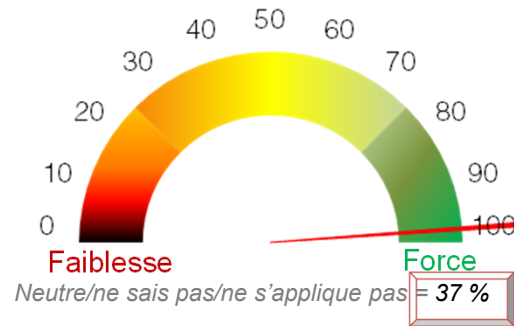


Élevé pour l'ensemble des groupes d'âge



Un peu moins élevé chez les étudiants

Expérience « Hiver » (possibilités d'y faire des activités nordiques)



Parmi les 63 % de Français qui se sont prononcés sur la possibilité de vivre l'expérience « Hiver » au Québec, la quasi-unanimité considère qu'il s'agit d'une force de la destination.



Malgré la croyance populaire, les Français n'ont pas une perception négative du climat québécois. Aux yeux d'une majorité d'entre eux, il s'agirait même d'une force plutôt que d'une faiblesse de la destination Québec. Rappelons toutefois que plus de 80 % d'entre eux nous ont visités lors de la période estivale.



Moins élevé chez les retraités et les 65 ans et +

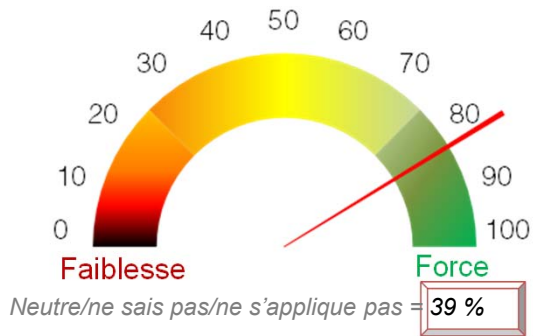
QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique.  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.14

Analyse détaillée

Forces et faiblesses de la destination Québec

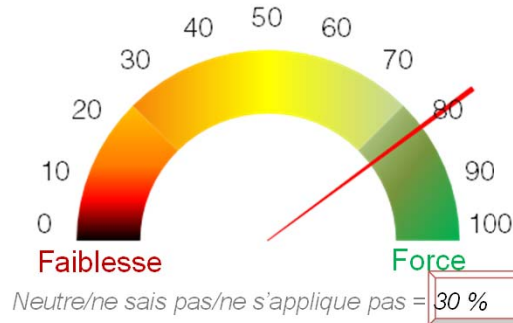
Transports publics, taxis



😊 Plus élevé chez les travailleurs autonomes

😞 Moins élevé chez les étudiants

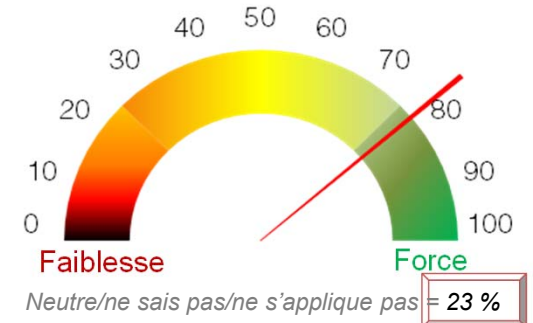
Couverture du réseau cellulaire



😞 Moins élevé chez les retraités

Certaines portions du territoire québécois éprouvent des difficultés à offrir une couverture cellulaire fiable, constante et de qualité. Les régions les moins peuplées et les plus éloignées des grands centres sont évidemment les plus touchées par ces couvertures déficientes.

Qualité et diversité des restaurants



😊 Plus élevé chez les étudiants

😞 Un peu moins élevé chez les 35-44 ans

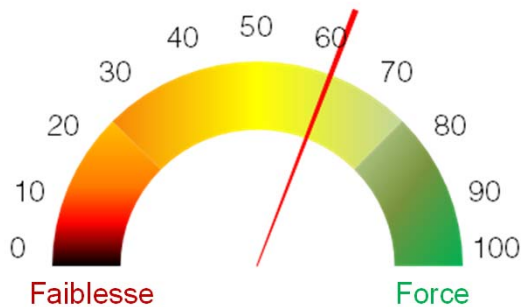
QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique.  
 Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.14

Analyse détaillée

## Forces et faiblesses de la destination Québec

Coût de la vie  
(hébergement, restauration, déplacements, etc.)



Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 14 %

Le coût élevé d'un voyage au Québec est souvent mentionné comme étant une faiblesse de la destination Québec par rapport à ses concurrents.

Toutefois, parmi les touristes français ayant fait un voyage au Québec au cours des 5 dernières années, seuls 4 touristes sur 10 perçoivent le coût de la vie au Québec comme une faiblesse de la destination. De plus, les résultats de cette étude montrent que les Français sont relativement satisfaits des prix de l'hébergement et de la restauration au Québec; deux éléments non négligeables dans un budget voyage.

QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique.  
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

## Forces et faiblesses de la destination Québec

### Coût de la vie

(hébergement, restauration, déplacements, etc.)

Une fois au Québec, les touristes français effectuent leurs dépenses en utilisant notre devise nationale, soit le dollar canadien. Le coût relatif d'un voyage au Québec peut ainsi fluctuer en fonction de la valeur de la devise canadienne par rapport à l'Euro, devise utilisée en France. Ainsi, pour un touriste français, le coût d'un voyage au Québec peut être plus attrayant en raison d'un taux de change avantageux, tel qu'il l'était au cours des dernières années. Inversement, voyager au Québec peut être plus onéreux si le taux de change entre les devises est désavantageux.

Des travaux du MTO, réalisés en 2015, ont mesuré qu'une croissance du taux de change de 1 % a pour conséquence de faire augmenter le nombre de Français qui voyagent au Québec de 0,2 %. Inversement, une baisse du taux de change amènerait toutefois une diminution du même ordre du nombre de Français en voyage au Québec.

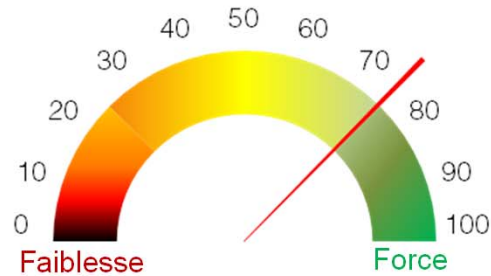
À la lumière de ces résultats, les Français semblent très peu affectés par la fluctuation des devises lorsqu'il est question de voyager au Québec.

5,14

Analyse détaillée

Forces et faiblesses de la destination Québec

Réseau routier (trafic, stationnement, indications routières, état des routes)

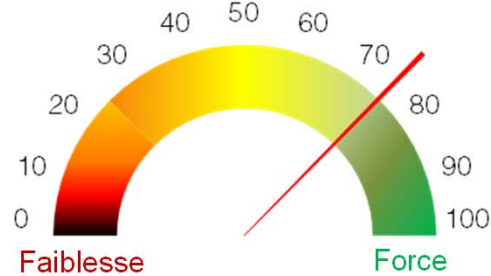


Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 14 %



Moins élevé chez les étudiants et chez les touristes ayant les revenus familiaux les plus faibles (moins de 1 000 €/mois)

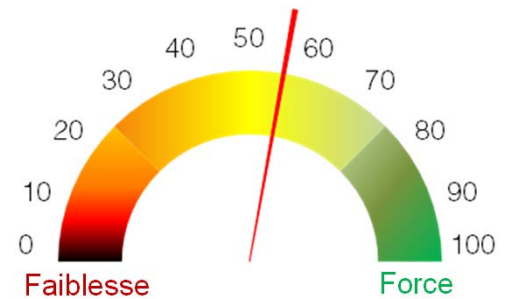
Accessibilité aérienne (coût et disponibilité du transport aérien)



Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 10 %

L'accessibilité aérienne québécoise est perçue davantage par les Français comme une force de la destination Québec. Celle-ci représente d'une part, l'accessibilité aérienne intra-Québec, c'est-à-dire les liens aériens entre les différentes destinations québécoises, et d'autre part, l'accessibilité aérienne générale de la destination à partir des différents marchés extérieurs. Il n'est pas possible d'évaluer si l'un ou l'autre, ou les deux types d'accessibilités aériennes ont été évalués par les touristes français.

Proximité/éloignement de la destination



Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 20 %



Plus élevé chez les étudiants



Moins élevé chez les retraités

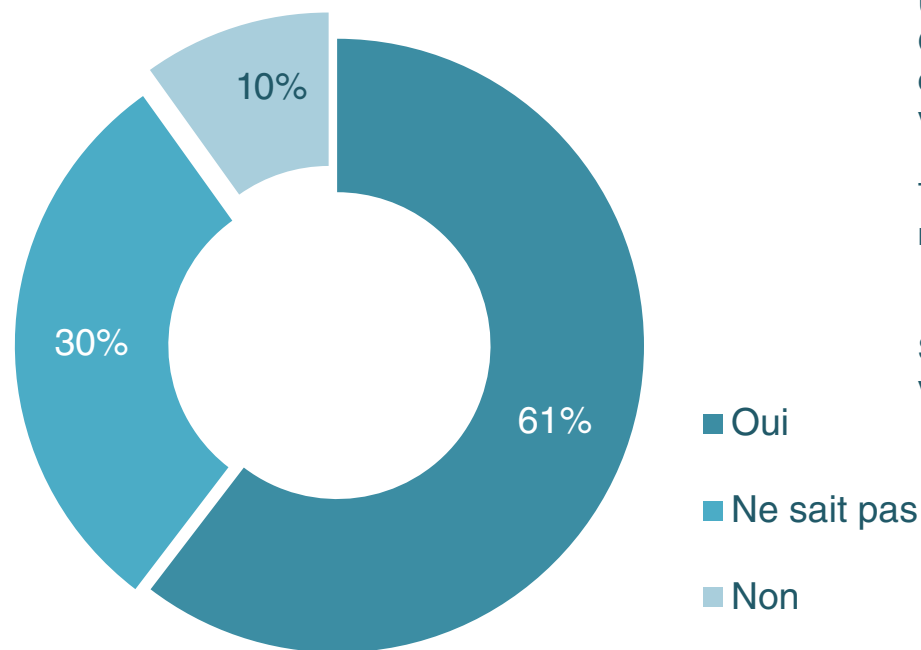
Le Québec se situe à environ 8 heures de la France par voie aérienne, en vol direct sans escale. De plus, six heures séparent les fuseaux horaires des deux pays, ce qui est non-négligeable dans l'évaluation de la proximité ou de l'éloignement d'une destination.

QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique. Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)

5.15

Analyse détaillée

## Intention de voyager de nouveau au Québec



Une forte proportion (61 %) de Français désire revenir au Québec au cours des 2 prochaines années. Rappelons qu'un touriste français sur deux n'en est pas à son premier voyage dans la province.

Trois touristes français sur dix sont toujours indécis, ce qui représente une clientèle potentielle importante.

Seuls 10 % ne démontrent pas d'intérêt à revenir nous visiter au cours des prochaines années.



**Les plus intéressés** : Les retraités démontrent un fort intérêt à effectuer un autre voyage au Québec.



**Les moins intéressés** : les jeunes touristes (18-34 ans) affichent un **intérêt relativement plus faible**. Peut-être ont-ils d'autres destinations à découvrir?

QQ20 : Avez-vous l'intention de faire un autre séjour au Québec au cours des 2 prochaines années?

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années (n=2 423)



5.16

Analyse spécifique

## Accessibilité aux personnes à mobilité réduite



Au Québec, plus de 800 000 personnes vivent avec une incapacité et ce chiffre est en croissance, en raison du vieillissement de la population. Les initiatives d'exploitants d'établissement touristique ou culturel qui souhaitent s'ouvrir à ce marché potentiel sont fortement encouragées.

En matière de tourisme accessible, les objectifs du MTO sont les suivants :

- Favoriser l'aménagement des lieux touristiques et culturels en vue de les rendre libres d'obstacle
- Encourager le tourisme au Québec et accroître la participation des personnes ayant une incapacité dans des activités touristiques et culturelles
- Faire du Québec une destination accessible à tous
- Demeurer compétitif à l'échelle mondiale.

Au Québec, Kéroul est l'organisme à but non lucratif et l'interlocuteur privilégié du MTO pour rendre le tourisme et la culture accessibles aux personnes à capacité physique restreinte.

**Cette section présente exclusivement les résultats des répondants ayant indiqué faire partie d'un ménage comprenant une ou des personnes ayant un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité.**

5.16

## Analyse spécifique Accessibilité aux personnes à mobilité réduite



### Offre touristique



Les résultats excluent  
les N/A (45 %)

### Hébergement



Les résultats excluent  
les N/A (43 %)

### Restauration



Les résultats excluent  
les N/A (41 %)

La restauration remporte le plus haut taux de satisfaction (90 %), suivi de l'offre touristique (88 %) et de l'hébergement (79 %).

Notons que plus d'une personne sur cinq a mentionné son mécontentement quant à l'accessibilité de l'hébergement.

QQ11 : Lors de ce séjour au Québec, quelle a été votre appréciation pour chacun des éléments suivants (hébergement, restaurant, offre touristique)? N/A = Ne s'applique pas

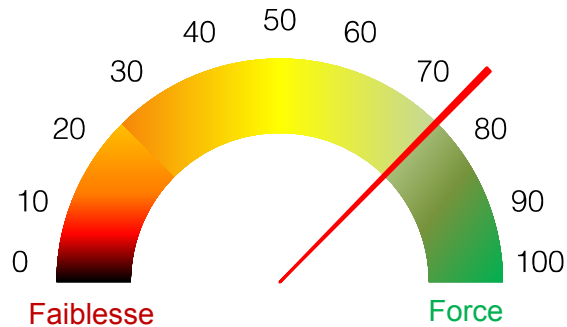
Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années et ayant indiqué faire partie d'un ménage comprenant une ou des personnes ayant un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (n=100)

## 5.16

## Analyse spécifique

## Forces et faiblesses de la destination Québec

Accessibilité de l'offre touristique en fonction des besoins des personnes handicapées ou ayant des besoins particuliers



Neutre/ne sais pas/ne s'applique pas = 46 %

Notons que près de la moitié des répondants ayant une ou des personnes avec un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité dans leur ménage sont neutres ou ont mentionné que cet élément ne s'appliquait pas à leur situation.

Parmi ceux qui se sont prononcés, les trois quarts pensent que l'accessibilité de l'offre touristique est une force de la destination et le quart perçoit plutôt cet élément comme une faiblesse.

QQ15 : Indiquez si l'élément suivant représente une force ou une faiblesse du Québec en tant que destination touristique.

Base : Ensemble des répondants français ayant effectué un séjour au Québec au cours des 5 dernières années et ayant indiqué faire partie d'un ménage comprenant une ou des personnes ayant un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (n=100)