

Enquête 2016 sur les comportements de voyage

Marché de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis

Rapport d'analyse d'un sondage par Internet auprès des touristes du marché de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis



Leger

RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL

Léger est **la plus grande firme** de sondages, de recherche marketing et de conseils stratégiques **à propriété canadienne**

600 employés

75 conseillers

Présente dans plus de **100 pays** à travers son réseau international WIN (*Worldwide Independent Network*)

Notre firme se distingue par **l'intelligence marketing** et les **conseils stratégiques** sur mesure que nous pouvons vous offrir

Canada: Montréal, Québec, Toronto, Edmonton, Calgary / **États-Unis:** Philadelphie

Léger

RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL

Table des matières

Contexte et objectifs	7
Approche méthodologique	9
Profil des répondants	18
Analyse détaillée des résultats	23
<hr/>	
1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années	24
Faits saillants des habitudes et de la caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années	25
1.1 Nombre de voyages d'agrément réalisés au cours des trois dernières années	30
1.1.1 Voyages d'agrément des trois dernières années en période estivale	30
1.1.2 Voyages d'agrément des trois dernières années en période hivernale	32
1.1.3 Voyages d'agrément des trois dernières années	34
1.2 Destinations fréquentées lors des voyages d'agrément des trois dernières années	35
1.2.1 Destinations fréquentées en période estivale	35
1.2.2 Destinations fréquentées en période hivernale	37
1.2.3 Destinations fréquentées au cours des trois dernières années	39
1.3 Sources d'information consultées pour planifier les voyages d'agrément des trois dernières années	41
1.4 Principal critère de sélection de la destination du dernier voyage d'agrément	46

Table des matières

1.5 Pratique d'activités culturelles et événementielles à domicile et lors des voyages d'agrément	48
1.5.1 Pratique d'activités culturelles et événementielles à domicile	48
1.5.2 Pratique d'activités culturelles et événementielles lors des voyages d'agrément des trois dernières années	52
1.5.3 Importance des activités culturelles et événementielles dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément	57
1.6 Pratique d'activités de plein air et sportives à domicile et lors des voyages d'agrément	61
1.6.1 Pratique d'activités de plein air et sportives à domicile	61
1.6.2 Pratique d'activités de plein air et sportives lors des voyages d'agrément des trois dernières années	65
1.6.3 Importance des activités de plein air et sportives dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément	69
1.7 Pratique d'activités récréatives et de divertissement à domicile et lors des voyages d'agrément	73
1.7.1 Pratique d'activités récréatives et de divertissement à domicile	73
1.7.2 Pratique d'activités récréatives et de divertissement lors des voyages d'agrément des trois dernières années	76
1.7.3 Importance des activités récréatives et de divertissement dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément	79
2. Planification des voyages d'agrément	82
Faits saillants de la planification des voyages d'agrément	83
2.1 Critères de sélection d'une destination pour un voyage d'agrément	84
2.2 Temps de planification d'un voyage d'agrément	87
2.2.1 Pour les escapades de courte durée (1 à 6 nuitées)	87
2.2.2 Pour les vacances de longue durée (7 nuitées ou plus)	89

Table des matières

3. Intentions de voyage	91
Faits saillants des intentions de voyages	92
3.1 Intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois	94
3.1.1 Période envisagée pour les voyages d'agrément	94
3.1.2 Type de voyages d'agrément envisagé	97
3.1.2.1 Escapades de courte durée (1 à 6 nuitées)	97
3.1.2.2 Vacances de longue durée (7 nuitées et plus)	99
3.1.2.3 Nombre de voyages d'agrément prévus au cours des 12 prochains mois au total	101
3.1.3 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément des 12 prochains mois	102
3.1.3.1 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément en période estivale	102
3.1.3.2 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément en période hivernale	104
3.1.3.3 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément au cours des 12 prochains mois	106
3.1.4 Intention de visiter le Québec au cours des 12 prochains mois	108
3.1.5 Intention de visiter les États-Unis au cours des 12 prochains mois	111
3.2 Raisons de ne pas effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois	117
4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément	119
Faits saillants des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément	120

Table des matières

4.1 Attrait des activités culturelles et événementielles lors d'un voyage d'agrément	121
4.1.1 <i>Degré d'attractivité des activités culturelles et événementielles lors d'un voyage d'agrément</i>	121
4.1.2 <i>Activités culturelles et événementielles pouvant justifier un voyage d'agrément</i>	125
4.2 Attrait des activités de plein air et sportives lors d'un voyage d'agrément	130
4.2.1 <i>Degré d'attractivité des activités de plein air et sportives lors d'un voyage d'agrément</i>	130
4.2.2 <i>Activités de plein air et sportives pouvant justifier un voyage d'agrément</i>	135
4.3 Attrait des activités récréatives et de divertissement lors d'un voyage d'agrément	139
4.3.1 <i>Degré d'attractivité des activités récréatives et de divertissement lors d'un voyage d'agrément</i>	139
4.3.2 <i>Activités récréatives et de divertissement pouvant justifier un voyage d'agrément</i>	143
Annexe : Questionnaire	146
Contact	167

Contexte et objectifs

Contexte et objectifs

Identifier les produits touristiques ayant le plus fort potentiel d'attraction.

Dresser un profil des habitudes et des comportements de voyage des différentes clientèles touristiques ciblées.

Contexte du mandat

Dans le cadre du nouveau modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme et du Plan d'action 2016-2020 du Plan de développement de l'industrie touristique, et en appui aux futures actions marketing sur les marchés hors-Québec, le Ministère du Tourisme (MTO) se fait un point d'honneur de soutenir le développement du tourisme au Québec par une connaissance documentée, approfondie et précise de ses clientèles touristiques actuelles et potentielles.

Afin de produire des résultats d'une qualité supérieure permettant au MTO de mieux connaître et comprendre les comportements de planification et d'intention de voyage des clientèles potentielles du Québec, ce dernier a mandaté **Léger** afin de réaliser une étude de marché d'un point de vue quantitatif auprès de touristes issus de sept marchés canadiens, américains et français.

Objectifs du mandat

Le principal objectif du mandat était de doter le MTO d'un outil lui permettant d'identifier les activités touristiques les plus pratiquées et les plus attractives afin de favoriser l'attraction des clientèles touristiques.

Ainsi, les objectifs spécifiques de l'étude étaient de :

- Dresser le portrait des clientèles touristiques du Canada (Québec, Ontario et reste du Canada), des États-Unis (Atlantique-Centre, Nouvelle-Angleterre et reste des États-Unis) et de la France (aires urbaines de Paris, de Toulouse et de Lyon);
- Approfondir les connaissances des comportements de planification d'un voyage d'agrément et des critères de sélection d'une destination;
- Caractériser les voyages d'agrément des trois dernières années en termes de destinations fréquentées et de sources d'information consultées;
- Identifier les activités pratiquées lors de voyages d'agrément et l'importance de celles-ci dans le choix d'une destination;
- Connaître les intentions de voyages au cours des deux prochaines années;
- Mesurer l'intention des différentes clientèles touristiques de visiter le Québec.

Le présent rapport expose les résultats du sondage en ligne réalisé auprès des touristes issus du marché de la **Nouvelle-Angleterre** (Boston Census Metropolitan Area (CMA), Maine, New Hampshire, Vermont).¹



RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL

¹ La carte présentant les délimitations des zones de démarchage américaines (Atlantique-Centre, Nouvelle-Angleterre, Ouest des États-Unis, Sud des États-Unis et Centre-Ouest des États-Unis) est présentée à la page 15 du présent rapport d'analyse.

Approche méthodologique

Approche méthodologique

Sondage par Internet auprès de 8 839 touristes du Canada, des États-Unis et de la France.

Au total, 1 610 répondants sont issus du marché de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis.

Population à l'étude et méthode de collecte de données

La présente étude a été réalisée par sondage en ligne auprès des touristes du Canada, des États-Unis et de la France.

Afin d'être admissibles à participer à l'étude, les répondants devaient être âgés de 18 ans et plus, demeurer dans l'un des sept marchés ciblés, pouvoir s'exprimer en français ou en anglais et devaient avoir fait au moins un voyage d'agrément incluant au moins une nuitée à l'extérieur de leur région de résidence au cours des trois dernières années.

L'incidence des personnes possédant ces caractéristiques dans la population générale du Canada est de 82%, alors qu'elle est de 91% aux États-Unis et de 94% en France (le taux d'incidence varie de 75% à 96% selon les marchés). Les taux d'incidence par marché sont présentés au tableau des pages 12 et 13.

- 👉 Le taux d'incidence se définit comme la proportion de personnes possédant certaines caractéristiques spécifiques dans l'ensemble de la population d'un marché donné. Par conséquent, dans cette étude, le taux d'incidence se rapporte aux répondants âgés de 18 ans et plus, qui demeurent dans l'un des sept marchés ciblés, qui s'expriment en français ou en anglais et qui ont fait au moins un voyage d'agrément incluant au moins une nuitée à l'extérieur de leur région de résidence au cours des trois dernières années.
- 👉 À noter que, pour être admissibles à participer à l'étude, les répondants des marchés **canadiens** ciblés devaient avoir fait au moins un voyage d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur de leur **province de résidence**, alors que les répondants des marchés américains et français devaient avoir réalisé au moins un voyage d'agrément d'une nuitée ou plus à l'extérieur de leur **région métropolitaine de recensement ou de leur aire urbaine de résidence** (à l'exception des résidents du Maine, du Vermont et du New Hampshire qui devaient quant à eux avoir réalisé un voyage d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur de leur **état de résidence**).

Instrument de mesure

Le questionnaire a été élaboré par les professionnels du MTO et transmis à Léger pour y réaliser la validation, la traduction et la programmation sur sa plateforme de sondages en ligne. Au total, le questionnaire était composé d'une centaine de variables, incluant les variables d'admissibilité et de profil, et sa durée médiane de complétion en ligne a été de 12 minutes.

Approche méthodologique

Une démarche réalisée selon les règles de l'art régissant l'industrie de la recherche.



Échantillonnage

À partir du panel d'internautes de Léger et de son partenaire Research Now, l'échantillon a été tiré de façon aléatoire auprès des répondants potentiels selon un algorithme qui stratifie les invitations en fonction des caractéristiques sociodémographiques (sexe, âge, lieu de résidence) et en fonction de la date et du résultat des dernières invitations. Le plan échantillonnal est présenté au tableau des pages 12 et 13.

☞ Au total, 102 800 courriels ont été acheminés aux panélistes sélectionnés et **8 839** questionnaires ont été remplis en ligne par des panélistes répondant aux critères d'admissibilité. De ce nombre, **1 610** ont été complétés auprès de touristes du marché de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis.

Réalisation du prétest et collecte des données

Avant d'entreprendre la collecte officielle des données, un prétest a été réalisé du 7 au 10 octobre 2016 auprès de touristes du Canada (39), des États-Unis (32) et de la France (15) 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 des données a été réalisée du 11 au 23 octobre 2016 inclusivement. Un courriel d'invitation a été envoyé aux panélistes pour les inviter à répondre au sondage (code d'accès unique) et Léger a assuré l'hébergement du sondage sur son serveur de façon sécuritaire. Un contrôle de qualité a été réalisé en continu tout au long de la collecte des données. Au total, 8 839 touristes issus des marchés ciblés ont dûment complété le questionnaire en ligne, dont 1 610 pour le marché de la Nouvelle-Angleterre. Le détail du nombre de questionnaires complétés par marché est présenté au tableau des pages 12 et 13.

Pondération et représentativité

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population cible, les données brutes de l'étude ont été pondérées en fonction de la distribution réelle des populations selon les métropoles, le sexe et l'âge (sources : Statistique Canada, US Census Bureau, Insee).

Les résultats présentés **pour la zone de démarchage de la Nouvelle-Angleterre** ont été construits en fonction du poids démographique relatif de chaque région (métropole ou État) sondée par rapport au regroupement des régions sondées pour ce marché. Les données de la région de l'Atlantique-Centre sont construites de la façon suivante: les résultats pondérés de Boston CMA représentent 70% de la donnée de la région et ceux des États du Maine, du New Hampshire et du Vermont respectivement 12%, 12% et 6%.

☞ Les résultats de la Nouvelle-Angleterre étant construits qu'en fonction des populations des quatre régions ciblées (1 métropole et 3 États), les résultats présentés comportent un biais et ne sont pas nécessairement représentatifs de l'ensemble de la population de la Nouvelle-Angleterre.

Approche méthodologique

Pondération et représentativité - suite

- Les données brutes de l'étude ont également été pondérées en fonction de la distribution de la population de l'ensemble des États-Unis selon le poids démographique réel des zones de démarchage, le sexe et l'âge (sources : US Census Bureau). Cet ajustement a été nécessairement afin de représenter davantage le poids relatif réel de chaque zone de démarchage dans l'ensemble des États-Unis.
- Les résultats pondérés **pour l'ensemble des États-Unis** sont représentés dans la colonne *États-Unis* des tableaux statistiques présentés dans la section *Analyse détaillée des résultats*. La carte de la page 15 présente la délimitation des zones de démarchages américaines.
- Rappelons que seuls les résidents de certaines métropoles et de certains États ont été sondés. Par conséquent, les résultats présentés pour l'ensemble des États-Unis comportent un biais et ne sont pas nécessairement représentatifs de l'ensemble de la population des États-Unis.

Analyse des résultats

Pour chacune des variables à l'étude, les résultats des différents marchés sont présentés dans un tableau. Des tests de proportions ont été effectués pour identifier les différences statistiquement significatives; ces différences sont d'ailleurs relevées dans l'analyse lorsque pertinentes à l'interprétation des résultats.

Précision statistique

À titre comparatif, la marge d'erreur maximale estimée associée à un échantillon probabiliste de 8 839 répondants serait de $\pm 1,0\%$ dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20). Le tableau ci-dessous présente la répartition réelle de l'échantillon selon les marchés et les régions, de même que les marges d'erreur maximales comparatives et les taux d'incidence dans la population :

Approche méthodologique

Précision statistique - suite

Marché-État-Métropole	Quotas	Nombre de questionnaires complétés	Marge d'erreur maximale estimée (19 fois sur 20) ²	Taux d'incidence dans le marché
CANADA	3 000	3 007	±1,8%	82%
1. Québec	1 200	1 204	±2,8%	75%
Montréal RMR	400	402	±4,9%	81%
Québec RMR	400	401	±4,9%	79%
Autres régions	400	401	±4,9%	66%
2. Ontario	1 000	1 003	±3,1%	83%
Toronto RMR	600	601	±4,0%	83%
Ottawa RMR	400	402	±4,9%	88%
3. Reste du Canada	800	800	±3,5%	86%
Maritimes	400	400	±4,9%	87%
Ouest du Canada	400	400	±4,9%	86%
ÉTATS-UNIS	4 400	4 431	±1,5%	91%
4. Nouvelle-Angleterre	1 600	1 610	±2,4%	91%
CMA Boston	400	407	±4,9%	92%
Maine	400	400	±4,9%	86%
New Hampshire	400	402	±4,9%	90%
Vermont	400	401	±4,9%	88%
5. Atlantique-Centre	1 200	1 216	±2,8%	91%
CMA New York	400	410	±4,8%	90%
CMA Philadelphie	400	400	±4,9%	91%
CMA Washington	400	406	±4,9%	93%
6. Reste des États-Unis (Ouest, Sud et Centre-Ouest)	1 600	1 605	±2,5%	92%
CMA San Francisco	400	400	±4,9%	93%
CMA Dallas	400	401	±4,9%	92%
DMA Denver	400	401	±4,9%	92%
CMA Minneapolis	400	403	±4,9%	92%
7. FRANCE	1 400	1 401	±2,6%	94%
Aire urbaine de Paris	600	601	±4,0%	96%
Aire urbaine de Lyon	400	400	±4,9%	91%
Aire urbaine de Toulouse	400	400	±4,9%	89%
TOTAL	8 800	8 839	±1,0%	90%

Approche méthodologique

Notes de lecture du rapport

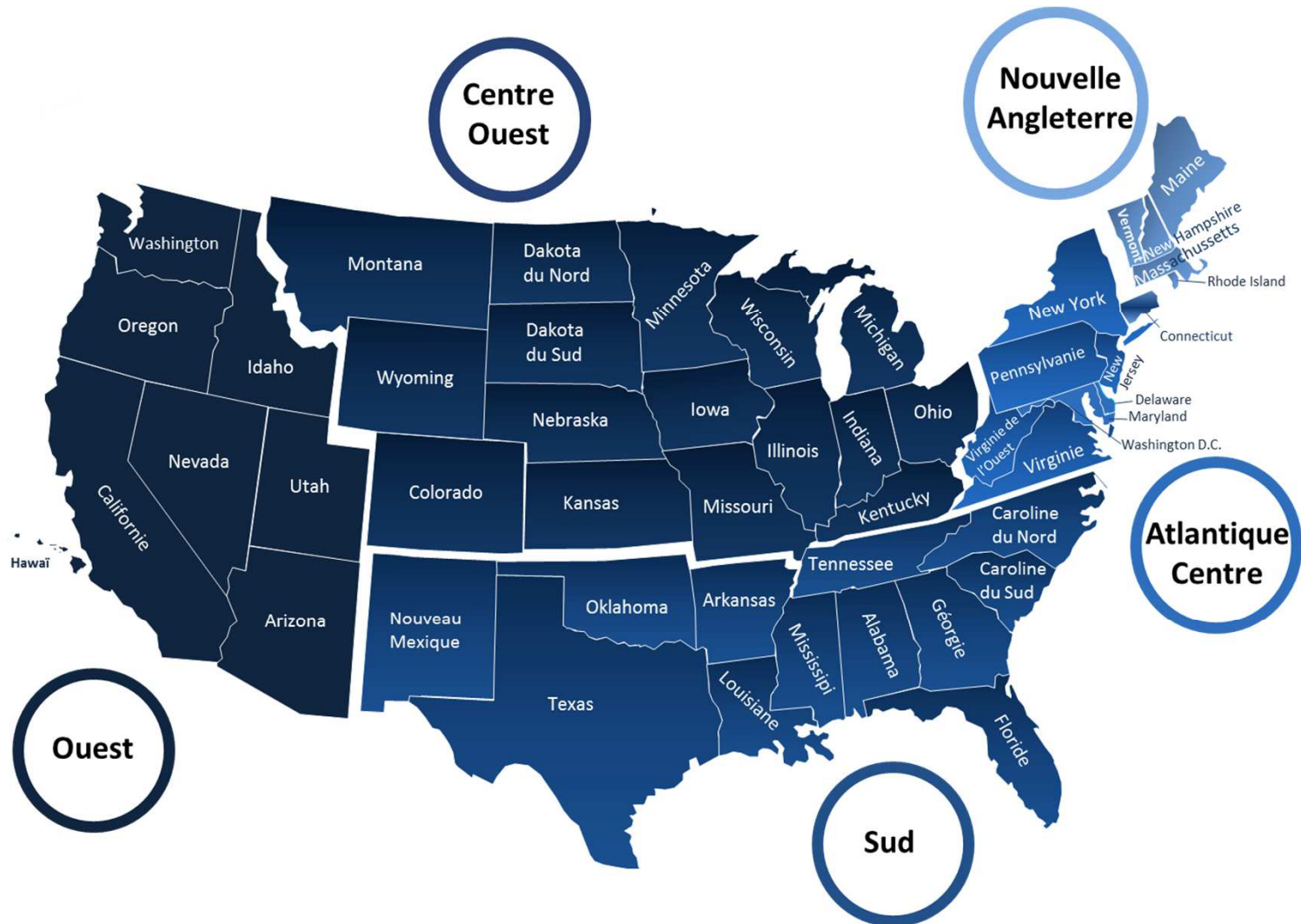
Le présent rapport d'analyse fait état des résultats obtenus auprès des touristes issus du **marché de la Nouvelle-Angleterre**. Les résultats sont présentés systématiquement selon les zones de démarchage américaines (Atlantique-Centre, Nouvelle-Angleterre, Ouest des États-Unis, Sud des États-Unis et Centre-Ouest des États-Unis) et selon les régions de résidence à l'intérieur du marché de la Nouvelle-Angleterre (Boston CMA, Maine, New Hampshire et Vermont). La carte de la page suivante présente la délimitation des zones de démarchages américaines.

- Dans les tableaux, le « n » représente le nombre réel de personnes interrogées.
- Le cas échéant, les totaux différents de 100% sont dus à la non-réponse ou à l'arrondissement à l'entier.
- Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux présentés à ces questions sont par conséquent supérieurs à 100%.
- Afin de faire ressortir les écarts entre les sous-groupes à l'étude, les proportions significativement supérieures sont présentées en **rouge** dans les tableaux, alors que celles qui sont significativement inférieures sont présentées en **bleu**.
- L'expression « touristes » est utilisée de manière générique pour désigner tous les répondants, peu importe leur provenance ou le type de voyage d'agrément réalisé.

La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.

Approche méthodologique

Délimitations des cinq zones de démarchage américaines



Approche méthodologique

Définition des termes employés dans l'analyse des résultats

- **Touriste** : Toute personne ayant réalisé au moins un voyage d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur de sa région, province ou état de résidence au cours des trois dernières années (critère d'admissibilité).
- **Voyage** : Déplacement qui comprend au moins une nuitée à l'extérieur de sa région, province ou état de résidence et qui a été effectué à des fins d'agrément ou de vacances, mais qui exclut les voyages dont le but principal était les affaires ou la participation à un congrès.
- **CMA** : Census Metropolitan Area, dont la traduction française est Région métropolitaine de recensement (RMR). Il s'agit d'un territoire formé d'une ou de plusieurs municipalités voisines les unes des autres qui sont situées autour d'un noyau. Une région métropolitaine de recensement doit avoir un noyau urbain d'au moins 50 000 habitants⁴.

À noter que le **revenu familial brut annuel** présenté dans ce rapport d'analyse représente le revenu avant impôt de tous les membres du ménage en **dollars américains** (\$US).

Approche méthodologique

Exemple de lecture des tableaux statistiques

Caractéristiques des répondants interrogés sur la question.

Parmi les 1 610 répondants de la Nouvelle-Angleterre, 57% considèrent la température dans le choix d'une destination.

Les répondants du Vermont sont, en proportion, significativement plus nombreux à considérer le prix de l'hébergement dans le choix d'une destination que ceux de Boston CMA, du Maine et du New Hampshire.

Le plus souvent, quels sont les éléments qui motivent votre choix d'une destination pour vos voyages d'agrément ?

Base : l'ensemble des répondants

	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
La température	50%	55%	50%	42%	55%	57%	56%	57%	58%	53%
Prix de l'hébergement	53%	51%	50%	57%	52%	53%	52%	54%	57%	60%
Prix des déplacements	50%	43%	46%	51%	56%	46%	45%	46%	49%	48%
Durée des déplacements	44%	47%	42%	45%	44%	43%	43%	45%	41%	42%

Nombre de répondants réels qui ont été interrogés dans chacune des catégories.

Les résultats de chacun des marchés américains sont comparés avec leur complément.

Par exemple, le marché de la Nouvelle-Angleterre est comparé à la moyenne des marchés de l'Atlantique-Centre, de l'Ouest, du Sud et du Centre-Ouest des États-Unis.

Les résultats de chacune des régions composant le marché de la Nouvelle-Angleterre sont comparés avec leur complément.

Par exemple, la région de Boston CMA est comparée à la moyenne du Maine, du New Hampshire et du Vermont.

Profil des répondants

Profil des répondants

Profil des répondants (après pondération)	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Marché des États-Unis										
Nouvelle-Angleterre	5%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	100%	100%	100%
Ouest des États-Unis	21%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Sud des États-Unis	31%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Centre-Ouest des États-Unis	25%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Atlantique-Centre	19%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Région de la Nouvelle-Angleterre										
Boston CMA	70%					70%	100%	0%	0%	0%
Maine	12%					12%	0%	100%	0%	0%
New Hampshire	12%					12%	0%	0%	100%	0%
Vermont	6%					6%	0%	0%	0%	100%
Sexe										
Homme	50%	47%	51%	50%	50%	48%	48%	49%	49%	48%
Femme	50%	53%	49%	50%	50%	52%	52%	51%	51%	52%

Pondération de la zone de démarchage de la Nouvelle-Angleterre

Tel que mentionné à la page 11 et démontré dans le tableau ci-haut, Les résultats présentés pour la zone de démarchage de la Nouvelle-Angleterre ont été construits en fonction du poids démographique relatif de chaque région (métropole ou État) sondée par rapport au regroupement des régions sondées pour ce marché. Les données de la région de l'Atlantique-Centre sont construites de la façon suivante: les résultats pondérés de Boston CMA représentent 70% de la donnée de la région et ceux des États du Maine, du New Hampshire et du Vermont respectivement 12%, 12% et 6%. Les résultats de la Nouvelle-Angleterre étant construits qu'en fonction des populations des quatre régions ciblées (1 métropole et 3 États), les résultats présentés comportent un biais et ne sont pas nécessairement représentatifs de l'ensemble de la population de la Nouvelle-Angleterre.

Profil des répondants

Profil des répondants (après pondération)	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre- Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Âge										
18 à 24 ans	13%	13%	10%	13%	13%	15%	17%	9%	10%	9%
25 à 34 ans	25%	20%	25%	26%	28%	24%	28%	14%	14%	16%
35 à 44 ans	19%	18%	19%	20%	19%	16%	16%	16%	17%	15%
45 à 54 ans	16%	18%	16%	17%	15%	16%	14%	22%	24%	20%
55 à 64 ans	13%	15%	14%	12%	13%	14%	12%	19%	18%	20%
65 ans et plus	13%	17%	16%	12%	12%	15%	13%	21%	18%	21%
Moyenne (années)	43,2	45,0	44,4	42,2	42,1	43,4	41,3	49,0	47,9	48,8
Nombre de personnes dans le ménage										
Une personne	21%	24%	24%	18%	19%	19%	21%	14%	13%	22%
Deux personnes	37%	37%	40%	33%	41%	41%	38%	46%	49%	45%
Trois personnes	18%	17%	17%	18%	18%	19%	19%	18%	19%	16%
Quatre personnes ou plus	23%	22%	18%	30%	21%	21%	22%	21%	18%	17%
Moyenne (personnes)	2,5	2,5	2,4	2,7	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,3
Présence d'enfant dans le ménage										
Oui	32%	28%	27%	38%	31%	27%	27%	29%	26%	26%
Non	68%	72%	73%	62%	69%	73%	73%	71%	74%	74%

Profil des répondants

Profil des répondants (après pondération)	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Niveau de scolarité										
Primaire/secondaire	17%	16%	11%	21%	19%	16%	14%	28%	20%	20%
• Études secondaires partielles ou moins	1%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	0%
• Diplôme d'études secondaires	12%	13%	7%	13%	12%	12%	10%	17%	13%	16%
• École technique ou de métiers	5%	3%	4%	7%	6%	4%	3%	10%	5%	4%
Universitaire	82%	84%	89%	79%	80%	83%	86%	72%	80%	80%
• Études collégiales	17%	15%	18%	19%	17%	13%	12%	19%	16%	11%
• Diplômes d'études collégiales	37%	35%	40%	35%	38%	41%	41%	34%	42%	41%
• Études supérieures ou diplôme d'études supérieures	28%	33%	31%	24%	25%	30%	33%	18%	22%	28%
Handicap										
Oui	10%	15%	11%	15%	13%	12%	10%	16%	19%	14%
Non	89%	83%	88%	83%	86%	86%	88%	82%	80%	83%

Profil des répondants

Profil des répondants (après pondération)	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre- Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Occupation principale										
Employé à temps plein	58%	57%	55%	59%	62%	56%	58%	48%	54%	48%
Employé à temps partiel	8%	8%	9%	6%	8%	10%	11%	9%	8%	11%
Travailleur autonome	6%	6%	7%	7%	4%	4%	3%	5%	5%	6%
Étudiant	4%	4%	3%	3%	4%	5%	7%	3%	1%	2%
Au foyer	5%	5%	4%	7%	5%	4%	3%	7%	9%	5%
Sans emploi	4%	3%	4%	4%	3%	4%	4%	4%	1%	4%
Retraité	14%	16%	17%	13%	13%	16%	13%	24%	21%	23%
Revenu familial annuel brut (\$US)										
19 999 \$ et moins	5%	4%	4%	7%	4%	4%	4%	7%	3%	4%
De 20 000 \$ à 39 999 \$	11%	10%	9%	14%	9%	11%	9%	16%	15%	15%
De 40 000 \$ à 59 999 \$	13%	14%	10%	14%	15%	14%	14%	19%	12%	16%
De 60 000 \$ à 79 999 \$	17%	13%	14%	19%	19%	14%	14%	13%	15%	17%
De 80 000 \$ à 99 999 \$	14%	14%	16%	12%	16%	15%	16%	11%	16%	15%
De 100 000 \$ à 149 999 \$	20%	20%	22%	17%	21%	20%	21%	14%	20%	18%
150 000 \$ et plus	13%	18%	18%	10%	10%	13%	14%	11%	12%	4%
Préfère ne pas répondre	7%	8%	7%	7%	6%	8%	8%	8%	8%	10%

Analyse détaillée des résultats

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Faits saillants des habitudes et de la caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis

Voyages d'agrément des trois dernières années

Au cours des trois dernières années, les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont réalisé, en moyenne, **5,7 voyages d'agrément** comprenant au moins une nuitée à l'extérieur de leur région de résidence.

- Cette moyenne est significativement plus élevée que celle observée dans l'ensemble des autres marchés américains.
- De façon plus précise, les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont réalisé, en moyenne, 3,3 voyages d'agrément en période estivale (mai à octobre inclusivement) au cours des trois dernières années et 2,5 voyages en période hivernale (novembre à avril inclusivement). Ces deux moyennes sont significativement plus élevées que celles observées dans l'ensemble des autres marchés américains.

Les **États-Unis** ont été la destination la plus populaire pour les voyages d'agrément des trois dernières années.

- De fait, parmi l'ensemble des touristes de la Nouvelle-Angleterre, 93% disent avoir voyagé, entre autres, aux États-Unis. Suivent loin derrière le Canada (32%), les Caraïbes (27%) et l'Europe (25%).
- De façon générale, la province de Québec a été visitée par 18% des touristes de la Nouvelle-Angleterre, toutes périodes de l'année confondues, ce qui représente un résultat significativement plus élevé par rapport aux autres marchés américains. Notons que les touristes du Vermont sont proportionnellement plus nombreux à y être venus au cours des trois dernières années (25%).
 - Plus spécifiquement en période estivale, ce sont 15% des touristes de la Nouvelle-Angleterre qui affirment avoir visité le Québec dans le cadre d'un voyage d'agrément. Cette proportion diminue de façon significative à 8% pour la période hivernale.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Faits saillants des habitudes et de la caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis

Sources d'information consultées pour la planification des voyages d'agrément

L'entourage (parents et amis) a été la principale source d'information pour planifier les voyages d'agrément des trois dernières années.

- 93% des touristes de la Nouvelle-Angleterre ont consulté au moins une source d'information pour planifier leurs voyages d'agrément des trois dernières années.
- La principale source d'information a été les parents et les amis (57% des mentions). Les sites Web ou les applications mobiles sont aussi des sources d'information souvent consultés, que ce soit ceux d'une attraction touristique (47%), d'une compagnie aérienne, de croisières, de train, d'autocar (43%), de réservation de voyages ou d'agences de voyages en ligne (43%) ou d'une destination en particulier (41%). Notons aussi que les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont significativement plus nombreux que les autres à s'être informés par le biais du site Web ou de l'application mobile des attractions touristiques, ainsi que par le biais des médias sociaux, des avis et recommandations d'autres voyageurs.

Principal critère de sélection de la destination du dernier voyage d'agrément

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont d'abord motivés par certains types d'expériences.

- Dans le processus décisionnel de la destination de leur dernier voyage d'agrément, les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont principalement été motivés par certains types d'expériences de vacances (vacances en famille, entre amis, voyage romantique, voyage d'apprentissage, voyage culinaire, etc.) (26%). Les touristes de Boston CMA ont par ailleurs été proportionnellement plus nombreux à indiquer certains types d'expériences de vacances comme principal élément déclencheur du choix de leur dernière destination de voyage.
- Pour leur part, 25% des touristes de la Nouvelle-Angleterre ont plutôt été principalement motivés par la visite de parents ou d'amis (particulièrement les touristes du Vermont), 20% par la destination elle-même (en raison de sa notoriété, sa réputation, son image, etc.), 17% par leur souhait de pratiquer certaines activités à destination et 9% par l'offre de forfaits tout inclus.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Faits saillants des habitudes et de la caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis

Activités culturelles et événementielles pratiquées

À la maison, les festivals et événements d'été sont les activités culturelles et événementielles les plus populaires auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

- En plus des festivals et événements d'été (65%), les arts de la scène (52%), les musées et écomusées (45%), les événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateurs (37%), les festivals et événements d'hiver (32%) et les galeries et centres d'expositions d'arts (30%) figurent parmi les principales activités culturelles et événementielles pratiquées à la maison.
- Au total, 88% des répondants disent pratiquer au moins une activité culturelle et événementielle lorsqu'ils sont à la maison.

Lors de voyages d'agrément des trois dernières années, ce sont les musées et écomusées qui ont eu davantage la cote auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

- De fait, au cours de leurs voyages d'agrément des trois dernières années, les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont privilégié les activités suivantes : les musées et écomusées (50%), les festivals et événements d'été (44%), les circuits et routes touristiques (41%), le patrimoine, l'architecture et le design urbain (37%) et les arts de la scène (36%).
- Au total, ce sont 87% des répondants qui disent avoir pratiqué au moins une activité culturelle et événementielle au cours d'un voyage d'agrément des trois dernières années.
- Lorsqu'on demande aux touristes de la Nouvelle-Angleterre d'identifier les activités culturelles et événementielles pratiquées lors de voyages d'agrément des trois dernières années qui ont été une raison principale d'effectuer ces voyages, 71% en ont identifié au moins une. Les plus populaires ont été les festivals et d'événements d'été (24%), les routes et circuits touristiques (20%), les musées et écomusées (17%), ainsi que le patrimoine, l'architecture et le design urbain (14%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Faits saillants des habitudes et de la caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis

Activités de plein air et sportives pratiquées

À la maison, la course à pied et la marche sont les activités de plein air et sportives les plus populaires auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

- Parmi l'ensemble des touristes de la Nouvelle-Angleterre, les principales activités de plein air et sportives pratiquées à la maison, en plus de la course à pied et de la marche (60%), sont la baignade et la plage (55%) et la randonnée pédestre en milieu naturel (41%).
- Au total, ce sont 89% qui affirment pratiquer au moins une activité de plein air ou sportive à domicile.

En voyage d'agrément, les touristes de la Nouvelle-Angleterre vont davantage se baigner et se rendre à la plage.

- Lorsqu'il est question des activités de plein air et sportives pratiquées lors des **voyages d'agrément des trois dernières années**, c'est désormais la plage et la baignade qui se classe au premier rang des activités les plus populaires (58%), suivie des parcs nationaux (48%), de la course à pied et de la marche (42%), de la randonnée pédestre en milieu naturel (41%) et de l'observation de la faune (autre que les mammifères marins) et de la flore (35%).
- Au total, 89% des répondants affirment avoir pratiqué au moins une activité de plein air et sportive lors de voyages d'agrément réalisés au cours des trois dernières années.
- Lorsqu'on demande aux touristes de la Nouvelle-Angleterre d'identifier les activités de plein air et sportives pratiquées lors de voyages d'agrément des trois dernières années qui ont été une **raison principale** d'effectuer ces voyages, 78% en ont identifié au moins une. Les plus populaires ont été la plage et la baignade (36%), les parcs nationaux (25%), les séjours en villégiature (14%), la randonnée pédestre en milieu naturel (13%), ainsi que l'observation de la faune (autre que les mammifères marins) et de la flore (12%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Faits saillants des habitudes et de la caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis

Activités récréatives et de divertissement pratiquées

À la maison, le **magasinage** est l'activité récréative et de divertissement la plus populaire auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

- De loin, l'activité récréative et de divertissement la plus populaire à la **maison** est le magasinage (71%). Les parcs urbains (34%) et les parcs zoologiques et aquariums (34%) sont également des activités populaires auprès des touristes de ce marché.
- Au total, ce sont 90% des répondants qui affirment pratiquer au moins une activité récréative et de divertissement à domicile.

Le **magasinage** a également la cote auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre lors de **voyages d'agrément**.

- En effet, 90% des touristes de la Nouvelle-Angleterre affirment avoir pratiqué des activités récréatives et de divertissement au cours de leurs **voyages d'agrément des trois dernières années**, les plus populaires étant le magasinage (64%) et, dans une moindre mesure, la visite de parcs zoologiques et d'aquariums (43%), de parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques (39%) et le tourisme urbain (35%).
- Lorsqu'on demande aux touristes de la Nouvelle-Angleterre d'identifier les activités récréatives et de divertissement pratiquées lors de voyages d'agrément des trois dernières années qui ont été une **raison principale** d'effectuer ces voyages, 69% en ont identifié au moins une. Les activités ayant eu le plus d'influence sur la décision d'effectuer un voyage d'agrément sont le magasinage (25%), les parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques (23%) et les croisières (16%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.1 Nombre de voyages d'agrément réalisés au cours des trois dernières années

D'entrée de jeu, et pour se qualifier pour l'étude, les résidents du marché de la Nouvelle-Angleterre ont été invités à préciser le nombre de voyages d'agrément comprenant au moins une nuitée réalisés au cours des trois dernières années.

Les répondants devaient indiquer le nombre de voyages d'agrément effectués pendant la période estivale, soit de mai à octobre inclusivement, et ceux réalisés pendant la période hivernale, soit de novembre à avril inclusivement. À noter que le terme « voyage » était défini et présenté de la façon suivante aux répondants :

Un déplacement qui comprend au moins une nuitée à l'extérieur de la grande région de Boston, du Maine, du New Hampshire ou du Vermont (selon le marché interrogé) et qui a été effectué à des fins d'agrément ou de vacances, mais qui exclut les voyages dont le but principal était les affaires ou la participation à un congrès.

Les répondants n'ayant effectué aucun voyage d'agrément en période estivale ou hivernale au cours des trois dernières années ne pouvaient poursuivre le questionnaire. Pour le marché de la Nouvelle-Angleterre, 91% des personnes invitées à participer à l'étude se sont qualifiées à cette question.

1.1.1 Voyages d'agrément des trois dernières années en période estivale

Au cours des trois dernières années, les touristes du marché de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis ont réalisé en moyenne **3,3 voyages d'agrément** en **période estivale** (mai à octobre inclusivement), soit un résultat statistiquement supérieur à ceux de l'ensemble des autres marchés américains ciblés pour l'étude.

Globalement, ce sont les touristes du **Vermont** qui ont effectué le plus grand nombre de voyages d'agrément en période estivale au cours des trois dernières années (3,4 voyages en moyenne).

Les différences significatives selon les sous-groupes, de même que les résultats détaillés sont présentés à la page suivante.

En moyenne **3,3 voyages** d'agrément ont été effectués par les touristes de la Nouvelle-Angleterre en **période estivale** au cours des trois dernières années.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.1.1 Voyages d'agrément des trois dernières années en période estivale - suite

La moyenne des voyages d'agrément en période estivale est significativement **plus élevée** chez :

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (3,4 voyages en moyenne) ou de 150 000 \$ et plus (3,9);
- ceux envisageant de visiter le Québec dans le cadre d'un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (3,6), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période hivernale (3,9);
- ceux résidant au Vermont (3,4);
- les touristes ayant une scolarité de niveau universitaire (3,4);
- les travailleurs (3,3);
- les touristes n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (3,3 contre 3,0 chez ceux dont c'est le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (3,3), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (3,6), des escapades et des vacances de longue durée (3,5).

Combien de voyages d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur de votre région de résidence avez-vous faits au cours des trois dernières années ?

Base : l'ensemble des répondants

	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Durant la période estivale (mai à octobre inclusivement)										
Aucun voyage	2%	3%	2%	2%	3%	2%	2%	5%	3%	3%
Un voyage	19%	19%	22%	20%	16%	16%	16%	22%	13%	14%
Deux voyages	18%	20%	15%	20%	17%	17%	17%	19%	15%	13%
Trois voyages	20%	20%	20%	21%	18%	18%	18%	16%	18%	19%
Quatre voyages	11%	11%	10%	12%	11%	12%	12%	11%	12%	12%
Cinq voyages ou plus	30%	28%	31%	25%	35%	35%	35%	26%	39%	40%
Moyenne (voyages) ⁵	3,1	3,0	3,1	3,0	3,2	3,3	3,3	2,8	3,4	3,4

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

En **période hivernale**, les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont réalisé en moyenne **2,5 voyages d'agrément** au cours des trois dernières années.

1.1.2 Voyages d'agrément des trois dernières années en période hivernale

En **période hivernale** (novembre à avril inclusivement), les touristes de la Nouvelle-Angleterre affirment avoir effectué en moyenne **2,5 voyages d'agrément** au cours des trois dernières années. Ce résultat est significativement plus élevé que celui observé dans l'ensemble des autres marchés américains.

Les touristes faisant partie des sous-groupes suivants ont réalisé un **plus grand nombre de voyages d'agrément** en période hivernale au cours des trois dernières années, en moyenne :

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (3,0 voyages en moyenne), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période hivernale (3,6);
- les retraités (2,8);
- les touristes âgés de 55 à 64 ans (2,8) et ceux âgés de 65 ans et plus (2,9);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (2,7) ou de 150 000 \$ et plus (3,4);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (2,7);
- ceux n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (2,6 contre 2,2 chez ceux dont c'est le cas);
- les hommes (2,6 contre 2,4 chez les femmes);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (2,6), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (3,0), des escapades et des vacances de longue durée (2,7);
- ceux n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (2,5 contre 2,3 chez ceux dont c'est le cas).

Les résultats détaillés sont présentés au tableau de la page suivante.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.1.2 Voyages d'agrément des trois dernières années en période hivernale - suite

Combien de voyages d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur de votre région de résidence avez-vous faits au cours des trois dernières années ?

Base : l'ensemble des répondants

	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Durant la période hivernale (novembre à avril inclusivement)										
Aucun voyage	15%	16%	11%	19%	13%	13%	11%	19%	16%	17%
Un voyage	24%	24%	23%	25%	24%	24%	25%	21%	26%	17%
Deux voyages	20%	21%	22%	19%	19%	16%	15%	15%	19%	15%
Trois voyages	16%	15%	15%	15%	18%	17%	18%	16%	12%	17%
Quatre voyages	8%	9%	9%	7%	6%	7%	7%	9%	6%	9%
Cinq voyages ou plus	17%	15%	19%	15%	20%	22%	23%	20%	21%	25%
Moyenne (voyages) ⁶	2,3	2,2	2,4	2,1	2,4	2,5	2,5	2,3	2,3	2,6

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont réalisé en moyenne **5,7 voyages** d'agrément au cours des trois dernières années.

1.1.3 Voyages d'agrément des trois dernières années

Au total, les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont réalisé **5,7 voyages** en moyenne, que ce soit en période estivale ou hivernale. Cette moyenne est significativement supérieure à celle observée dans l'ensemble des autres marchés américains.⁷

Parmi les sous-marchés composant le marché de la Nouvelle-Angleterre, ce sont les touristes du **Maine** qui ont effectué le moins grand nombre de voyages d'agrément au cours des trois dernières années (5,1 voyages en moyenne).

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre appartenant aux sous-groupes suivants ont réalisé un **plus grand nombre de voyages d'agrément**, en moyenne, au cours des trois dernières années :

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut de 100 000 \$ et plus (6,8 voyages en moyenne);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (6,6), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période hivernale (7,5);
- les retraités (6,2) et les travailleurs (5,8);
- les touristes âgés de 55 à 64 ans (6,1) et ceux âgés de 65 ans et plus (6,3);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (6,0);
- les hommes (5,9 contre 5,6 chez les femmes);
- les touristes n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (5,9 contre 5,3 chez ceux dont c'est le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (5,9), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (6,6), des escapades et des vacances de longue durée (6,3);
- ceux ayant, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (5,8 contre 5,3 de ceux dont ce n'est pas le cas).

Combien de voyages d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur de votre région de résidence avez-vous faits au cours des trois dernières années ?

Base : l'ensemble des répondants

	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Moyenne totale des voyages d'agrément des trois dernières années	5,3	5,2	5,5	5,0	5,6	5,7	5,8	5,1	5,7	6,0

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Par la suite, les touristes ont été invités à décrire leurs voyages d'agrément des trois dernières années, en termes de destinations fréquentées, de sources d'information privilégiées pour la planification, de critères de sélection d'une destination et d'activités pratiquées pendant le séjour.

1.2 Destinations fréquentées lors des voyages d'agrément des trois dernières années

1.2.1 Destinations fréquentées en période estivale

Pour leurs voyages d'agrément en **période estivale** (mai à octobre inclusivement), la majorité des touristes du marché de la Nouvelle-Angleterre ont privilégié les **États-Unis** (88% des mentions). Le Canada (29%), l'Europe (21%) et les Caraïbes (15%) suivent respectivement en deuxième, troisième et quatrième position.

En période estivale, 15% des touristes de la Nouvelle-Angleterre disent avoir visité le **Québec** au cours des trois dernières années pour un voyage d'agrément. Cette proportion est significativement **plus élevée** chez :

- les personnes envisageant de refaire un voyage au Québec au cours des 12 prochains mois (41%);
- celles âgées de 25 à 34 ans (22%);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (21%);
- celles résidant dans le Vermont (21%);
- les hommes (19% contre 11% des femmes);
- les travailleurs (16%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau universitaire (15%);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (15%), plus précisément celles qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (16%), des escapades et des vacances de longue durée (18%).

Le détail des résultats est présenté au tableau de la page suivante.

En **période estivale**, ce sont les **États-Unis** qui ont été la destination la plus populaire pour les voyages d'agrément des trois dernières années auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.2.1 Destinations fréquentées en période estivale - suite

Pouvez-vous m'indiquer les destinations que ces voyages d'agrément vous ont permis de visiter au cours des trois dernières années ?

Base : les répondants qui ont effectué un voyage d'agrément au cours des trois dernières années durant la période estivale

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4299)	Atlantique- Centre (n=1187)	Ouest (n=391)	Sud (n=391)	Centre- Ouest (n=777)	Nouvelle- Angleterre (n=1553)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Durant la période estivale (mai à octobre inclusivement)										
Canada	19%	24%	24%	15%	15%	29%	30%	25%	26%	27%
• Québec	8%	12%	10%	6%	4%	15%	14%	13%	14%	21%
• Ontario	7%	10%	9%	5%	6%	11%	13%	5%	9%	8%
• Provinces de l'Atlantique	6%	9%	7%	7%	3%	10%	10%	13%	10%	7%
• Autres provinces et territoires	8%	6%	11%	7%	6%	6%	7%	3%	6%	3%
États-Unis	87%	82%	83%	89%	93%	88%	86%	91%	92%	92%
Caraïbes	13%	22%	10%	13%	9%	15%	18%	5%	13%	4%
Mexique	14%	9%	18%	19%	11%	7%	8%	2%	6%	2%
Amérique du Sud et Centrale	5%	6%	7%	4%	4%	5%	7%	1%	3%	2%
Pays en Europe	19%	22%	23%	14%	18%	21%	24%	10%	15%	17%
Pays en Océanie	3%	4%	5%	2%	2%	2%	3%	0%	2%	2%
Pays en Asie	8%	7%	17%	6%	6%	5%	7%	1%	4%	3%
Pays en Afrique	3%	4%	4%	3%	2%	3%	4%	0%	1%	0%
Autres pays	3%	3%	4%	3%	2%	3%	4%	0%	3%	1%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Les **États-Unis** demeurent la destination la plus fréquentée pour les voyages d'agrément en **période hivernale** des trois dernières années des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

Le **Québec** a été significativement moins visité en période hivernale qu'en période estivale.

1.2.2 Destinations fréquentées en période hivernale

Les **États-Unis** conservent la pôle position des destinations les plus populaires pour des voyages d'agrément réalisés en **période hivernale** (novembre à avril inclusivement) au cours des trois dernières années (83% des mentions). Les deuxième et troisième positions sont respectivement occupées par les Caraïbes (21%) et le Canada (14%).

En période hivernale, ce sont 8% seulement des touristes de la Nouvelle-Angleterre qui ont fréquenté le **Québec** au cours des trois dernières années pour un voyage d'agrément. Cette proportion est significativement **plus élevée** chez :

- les personnes envisageant de faire un voyage au Québec au cours des 12 prochains mois (26%), plus précisément celles qui prévoient une escapade de courte durée en période hivernale (42%);
- les étudiants (17%);
- les personnes âgées de 18 à 24 ans (15%);
- celles résidant dans le Vermont (14%);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (13%);
- les hommes (12% contre 5% des femmes);
- les personnes n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (9% contre 4% de celles dont ce n'est pas le cas);
- celles qui envisagent de faire un voyage de type escapade et vacances au cours des 12 prochains mois (9%).

Le tableau de la page suivante présente les résultats détaillés.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.2.2 Destinations fréquentées en période hivernale - suite

Pouvez-vous m'indiquer les destinations que ces voyages d'agrément vous ont permis de visiter au cours des trois dernières années ?

Base : les répondants qui ont effectué un voyage d'agrément au cours des trois dernières années durant la période hivernale

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=3730)	Atlantique-Centre (n=1008)	Ouest (n=353)	Sud (n=325)	Centre-Ouest (n=688)	Nouvelle-Angleterre (n=1356)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Durant la période hivernale (novembre à avril inclusivement)										
Canada	11%	14%	17%	9%	7%	14%	15%	15%	10%	17%
• Québec	3%	5%	4%	2%	2%	8%	8%	8%	6%	14%
• Ontario	4%	6%	7%	2%	3%	5%	6%	3%	2%	4%
• Provinces de l'Atlantique	3%	5%	5%	2%	1%	3%	3%	6%	3%	2%
• Autres provinces et territoires	5%	6%	9%	5%	3%	4%	5%	3%	2%	1%
États-Unis	80%	75%	74%	83%	86%	83%	82%	84%	86%	88%
Caraïbes	15%	25%	10%	11%	15%	21%	22%	18%	19%	13%
Mexique	15%	12%	16%	16%	17%	9%	10%	10%	9%	6%
Amérique du Sud et Centrale	8%	9%	9%	7%	6%	5%	5%	5%	4%	6%
Pays en Europe	11%	13%	16%	9%	9%	13%	15%	9%	6%	6%
Pays en Océanie	4%	4%	7%	3%	3%	2%	2%	2%	1%	2%
Pays en Asie	8%	7%	14%	5%	5%	6%	7%	2%	3%	4%
Pays en Afrique	3%	5%	4%	3%	3%	2%	2%	2%	0%	1%
Autres pays	2%	3%	2%	2%	2%	2%	1%	3%	2%	2%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Les États-Unis ont définitivement été la destination préférée des touristes de la Nouvelle-Angleterre au cours des trois dernières années, que ce soit en période estivale ou hivernale.

1.2.3 Destinations fréquentées au cours des trois dernières années

Au total, que ce soit pour la période estivale ou hivernale, les États-Unis ont définitivement été la destination la plus populaire auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre (93% des mentions). Suivent loin derrière, le Canada (32%), les Caraïbes (27%) et l'Europe (25%).⁸

Le Québec a été visité par 18% des touristes du marché de la Nouvelle-Angleterre, ce qui représente une proportion significativement plus élevée par rapport à l'ensemble des autres marchés américains. Notamment, les touristes du Vermont sont proportionnellement plus nombreux à y être venus au cours des trois dernières années (25%).

Le Québec a également été **davantage privilégié** par les sous-groupes suivants :

- les personnes disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (27%);
- celles envisageant de refaire un voyage au Québec au cours des 12 prochains mois (52%);
- les hommes (24% contre 13% des femmes);
- les personnes âgées de 25 à 34 ans (28%);
- celles ayant une scolarité de niveau universitaire (20%);
- les travailleurs (20%);
- les personnes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (19%), plus précisément celles qui prévoient faire des escapades et des vacances de longue durée (22%).

Les résultats détaillés sont présentés au tableau de la page suivante.

Destinations touristiques des trois dernières années :

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont significativement plus nombreux, en proportion, à avoir visité le Québec pour leurs voyages d'agrément des trois dernières années, que ce soit en période estivale ou en période hivernale. Ils sont aussi proportionnellement plus nombreux que les touristes des autres marchés à avoir choisi d'autres destinations touristiques canadiennes en période estivale.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.2.3 Destinations fréquentées au cours des trois dernières années - suite

Pouvez-vous m'indiquer les destinations que ces voyages d'agrément vous ont permis de visiter au cours des trois dernières années ?

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre- Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Canada	22%	26%	26%	20%	16%	32%	33%	28%	28%	30%
• Québec	9%	14%	11%	8%	5%	18%	18%	16%	17%	25%
• Ontario	9%	14%	12%	6%	7%	13%	15%	6%	9%	9%
• Provinces de l'Atlantique	8%	12%	10%	8%	4%	11%	11%	15%	11%	8%
• Autres provinces et territoires	11%	10%	15%	11%	8%	8%	9%	5%	6%	3%
États-Unis	91%	88%	88%	91%	95%	93%	92%	94%	95%	94%
Caraïbes	20%	34%	14%	18%	18%	27%	30%	17%	24%	13%
Mexique	22%	16%	26%	25%	21%	12%	14%	8%	11%	6%
Amérique du Sud et Centrale	10%	12%	14%	9%	8%	8%	10%	4%	6%	6%
Pays en Europe	23%	26%	31%	18%	21%	25%	29%	15%	17%	18%
Pays en Océanie	6%	7%	10%	4%	5%	4%	5%	2%	2%	3%
Pays en Asie	12%	11%	23%	8%	9%	9%	11%	2%	6%	5%
Pays en Afrique	5%	7%	7%	5%	4%	4%	5%	2%	2%	1%
Autres pays	4%	5%	4%	5%	3%	4%	4%	3%	4%	3%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Le **bouche-à-oreille** et les **outils électroniques** (sites Web et applications mobiles) ont été les sources d'information les plus souvent consultées par les touristes de la Nouvelle-Angleterre pour planifier leurs voyages d'agrément des trois dernières années.

1.3 Sources d'information consultées pour planifier les voyages d'agrément des trois dernières années

À propos des **sources d'information consultées** pour planifier leurs voyages d'agrément des trois dernières années, la **très grande majorité** des touristes de la Nouvelle-Angleterre affirme l'avoir fait (93%). Seuls 5% n'ont consulté aucune source d'information en particulier, alors que 2% n'ont pas participé activement à l'organisation du ou des voyages.

La principale source d'information des touristes de la Nouvelle-Angleterre a été le **bouche-à-oreille** (parents et amis) (57% des mentions). Les **sites Web** ou les **applications mobiles** font également partie des sources d'information les plus souvent consultées, que ce soit ceux d'une attraction touristique (47%), d'une compagnie aérienne, de croisières, de train, d'autocar (43%), de réservation de voyages ou d'agences de voyages en ligne (43%) ou d'une destination en particulier (41%).

Soulignons que les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont été significativement plus nombreux, en proportion, à utiliser les sites Web ou les applications mobiles des attractions touristiques (47%), ainsi que les médias sociaux, avis et recommandations d'autres voyageurs (36%) pour planifier leurs voyages d'agrément des trois dernières années.

Le **bouche-à-oreille** (parents et amis) a **davantage fonctionné** auprès des touristes des sous-groupes suivants :

- les touristes envisageant de prendre des vacances de longue durée au Québec en période estivale au cours des 12 prochains mois (71%);
- les femmes (61% contre 52% des hommes);
- les touristes âgés de 18 à 24 ans (67%);
- ceux au foyer (67%) et les travailleurs (59%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel inférieur à 20 000 \$ (72%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (58%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (60%).

Les autres différences significatives entre les sous-groupes et les résultats détaillés sont présentés dans les pages suivantes.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.3 Sources d'information consultées pour planifier les voyages d'agrément des trois dernières années - suite

Les touristes des sous-groupes suivants ont été significativement plus nombreux à utiliser les **sites Web officiels** et les **applications mobiles** ...

... d'une attraction touristique (47%)

- les personnes disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (61%);
- celles âgées de 45 à 54 ans (55%) et celles âgées de 65 ans et plus (54%);
- celles ayant une scolarité de niveau universitaire (48%);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (52%), notamment des escapades et des vacances de longue durée (50%).

... d'une compagnie aérienne, de croisières, de train, d'autocar (42%)

- les personnes âgées de 45 à 54 ans (49%) et celles âgées de 65 ans et plus (50%);
- les femmes (46% contre 40% des hommes);
- celles résidant dans Boston CMA (45%);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (44%), plus précisément celles qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (47%).

... de réservation de voyages ou d'agences de voyages en ligne (42%)

- les personnes envisageant de faire un voyage au Québec au cours des 12 prochains mois (55%);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut compris de 100 000 \$ et plus (54%);
- celles âgées de 25 à 34 ans (51%);
- celles ayant une scolarité de niveau universitaire (44%);
- les travailleurs (44%);
- les personnes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (44%), plus précisément celles qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (48%), des escapades et des vacances de longue durée (48%);
- celles n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (43% contre 37% de celles dont ce n'est pas le cas).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.3 Sources d'information consultées pour planifier les voyages d'agrément des trois dernières années - suite

Les touristes des sous-groupes suivants ont été significativement plus nombreux à utiliser les **sites Web officiels** et les **applications mobiles** ...

... d'une destination (41%)

- les personnes en recherche d'emploi (61%);
- celles envisageant de faire un voyage au Québec au cours des 12 prochains mois (51%);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (49%) et de 150 000 \$ et plus (60%);
- celles âgées de 55 à 64 ans (53%) et celles âgées de 65 ans et plus (48%);
- les retraités (47%);
- les personnes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (43%), plus précisément celles qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (46%);
- celles ayant une scolarité de niveau universitaire (42%);
- celles n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (42% contre 35% de celles dont ce n'est pas le cas).

Les touristes de **Boston CMA** sont proportionnellement plus nombreux que les autres à avoir consulté différentes sources d'information pour planifier leurs voyages des trois dernières années : le site web ou l'application mobile d'une compagnie aérienne, de croisières, de train ou d'autocar (45%), des guides, de la documentation touristique, des brochures ou des cartes (28%), une agence de voyages (13%) et des blogues (13%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.3 Sources d'information consultées pour planifier les voyages d'agrément des trois dernières années - suite

Parmi les sources d'information suivantes, veuillez indiquer celles que vous avez consultées pour planifier vos voyages des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
A consulté une source d'information	93%	93%	93%	92%	93%	93%	94%	90%	92%	91%
Parents et amis	58%	55%	58%	57%	60%	57%	57%	57%	56%	53%
Site Web officiel ou application mobile d'une destination	42%	45%	36%	44%	42%	41%	40%	43%	46%	48%
Site Web ou application mobile d'une compagnie aérienne, de croisières, de train, d'autocar	41%	41%	43%	39%	42%	43%	45%	40%	38%	39%
Site Web ou application mobile d'une attraction touristique	41%	40%	40%	40%	44%	47%	47%	45%	48%	49%
Site Web ou application mobile de réservation de voyages ou d'agences de voyages en ligne	42%	40%	41%	40%	45%	43%	43%	39%	47%	41%
Médias sociaux, avis et recommandations d'autres voyageurs	32%	31%	31%	35%	30%	36%	37%	35%	34%	31%
Guides, documentation touristique, brochures, cartes	23%	24%	28%	17%	23%	26%	28%	19%	22%	24%

Suite à la page suivante →

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.3 Sources d'information consultées pour planifier les voyages d'agrément des trois dernières années - suite

Parmi les sources d'information suivantes, veuillez indiquer celles que vous avez consultées pour planifier vos voyages des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Articles dans les revues, journaux, magazines	22%	23%	25%	19%	21%	21%	22%	19%	17%	21%
Documentation touristique électronique	13%	14%	16%	10%	14%	13%	13%	13%	10%	12%
Agence de voyages	11%	13%	12%	8%	11%	12%	13%	8%	8%	10%
Blogues	12%	12%	13%	11%	12%	11%	13%	5%	8%	7%
Autres sources d'information	8%	8%	9%	7%	7%	8%	8%	9%	7%	11%
Aucune source en particulier	5%	5%	4%	5%	6%	5%	4%	8%	6%	7%
Quelqu'un d'autre a planifié le voyage	2%	2%	3%	3%	1%	2%	2%	2%	3%	2%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

La recherche de certains types d'expériences de vacances et la visite de parents et d'amis ont été particulièrement déterminantes dans le choix de la dernière destination touristique des trois dernières années pour les touristes de la Nouvelle-Angleterre.

1.4 Principal critère de sélection de la destination du dernier voyage d'agrément

Lors de la sélection de la destination de leur dernier voyage d'agrément des trois dernières années, les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont principalement été motivés par **certaines types d'expériences de vacances** (26%) et par la **visite de parents et d'amis** (25%). Ces proportions sont statistiquement similaires à celles des autres marchés américains sondés.

Les **expériences particulières de vacances** ont été **plus spécialement déterminantes** pour :

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (30%);
- ceux habitant avec des enfants de moins de 18 ans (30% contre 24% de ceux dont ce n'est pas le cas);
- les travailleurs (28%);
- les touristes résidant dans Boston CMA (27%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (27%);
- ceux n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (27% contre 18% de ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (26%), plus précisément ceux qui prévoient faire des escapades et des vacances de longue durée (28%).

La **visite de parents et amis** a été, quant à elle, **particulièrement plus déterminante** pour :

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut inférieur à 40 000 \$ (37%);
- ceux au foyer (35%);
- ceux âgés de 55 à 64 ans (33%) et ceux âgés de 65 ans et plus (32%);
- ceux ayant, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (32% contre 24% de ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux résidant dans le Vermont (32%);
- ceux prévoyant faire des escapades de courte durée au cours des 12 prochains mois (31%);
- ceux ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (31%);
- les retraités (30%);
- ceux envisageant de faire une escapade de courte durée au Québec au cours des 12 prochains mois en période estivale (28%);
- les femmes (27% contre 22% des hommes).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.4 Principal critère de sélection de la destination du dernier voyage d'agrément - suite

Mis à part les coûts et le budget, quel a été le principal élément déclencheur du choix de votre destination pour votre dernier voyage d'agrément des trois dernières années ?

Base : l'ensemble des répondants

	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Certains types d'expériences de vacances (vacances en famille/entre amis, voyage romantique, voyage historique, voyage d'apprentissage, voyage culinaire, etc.)	24%	27%	20%	26%	23%	26%	27%	22%	21%	21%
Visite de parents et amis	25%	21%	24%	25%	30%	25%	24%	26%	26%	32%
La destination que j'avais en tête en raison de sa notoriété, sa réputation, son image, etc.	18%	19%	21%	17%	18%	20%	20%	17%	19%	17%
Certaines activités particulières que je souhaitais faire (magasinage, festivals et événements, randonnée pédestre, golf, visite de parcs d'attractions, de musées, etc.)	19%	17%	21%	20%	18%	17%	16%	21%	21%	20%
Recherche de forfaits tout-inclus, de voyages organisés, etc.	10%	12%	11%	9%	8%	9%	9%	9%	8%	5%
Autre élément déclencheur	3%	3%	3%	3%	3%	4%	4%	5%	4%	6%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Les prochaines sous-sections font état des activités culturelles et événementielles, de plein air et sportives, récréatives et de divertissement pratiquées à la maison et lors des voyages d'agrément des trois dernières années, de même que de l'importance de celles-ci dans le choix de réaliser un voyage d'agrément.

1.5 Pratique d'activités culturelles et événementielles à domicile et lors des voyages d'agrément

1.5.1 Pratique d'activités culturelles et événementielles à domicile

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre se sont d'abord prononcés sur les **activités culturelles et événementielles** qu'ils pratiquent lorsqu'ils sont à leur lieu de résidence. D'emblée, mentionnons que 88% des répondants affirment pratiquer au moins une activité culturelle ou événementielle lorsqu'ils sont à la maison.

L'activité culturelle ou événementielle la plus populaire à la maison auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre est certainement les **festivals et événements d'été** (65% des mentions). Les **arts de la scène** (52%) et les **musées et écomusées** (45%) sont également fréquentés par la plupart des touristes de ce marché.

À la maison, les touristes appartenant aux sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à ...

... **fréquenter les festivals et les événements d'été (65%)**

- les touristes âgés de 25 à 34 ans (77%);
- ceux envisageant d'effectuer un voyage d'agrément au Québec au cours des 12 prochains mois (73%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (71%);
- les femmes (71% contre 59% des hommes);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (67%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (70%), des escapades et des vacances de longue durée (70%).

À la maison, les festivals et événements d'été sont les activités culturelles et événementielles les plus populaires auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.5.1 Pratique d'activités culturelles et événementielles à domicile - suite

... fréquenter les arts de la scène (52%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 40 000 \$ et 59 000 \$ (59%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (59%);
- ceux âgés de 65 ans et plus (58%);
- ceux n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (55% contre 44% de ceux dont c'est le cas);
- les femmes (55% contre 49% des hommes);
- les touristes résidant dans Boston CMA (55%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (54%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (53%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (58%), des escapades et des vacances de longue durée (56%).

... fréquenter les musées et les écomusées (45%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (59%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (58%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (51%) et ceux âgés de 55 à 64 ans (51%);
- ceux résidant dans Boston CMA (48%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (48%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (46%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (50%), des escapades et des vacances de longue durée (49%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.5.1 Pratique d'activités culturelles et événementielles à domicile - suite

Parmi les activités culturelles et événementielles suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités culturelles et événementielles pratiquées à domicile										
Festivals et événements d'été	63%	62%	61%	59%	69%	65%	65%	68%	66%	66%
Arts de la scène	48%	49%	48%	44%	53%	52%	55%	50%	42%	45%
Musées et écomusées	44%	49%	42%	39%	47%	45%	48%	39%	39%	34%
Événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateur	36%	32%	33%	36%	41%	37%	40%	32%	36%	26%
Festivals et événements d'hiver	33%	31%	29%	30%	42%	32%	31%	38%	28%	36%
Galleries et centre d'expositions d'arts	32%	32%	33%	31%	31%	30%	31%	28%	27%	23%
Patrimoine, architecture et design urbain	24%	29%	24%	19%	26%	29%	32%	20%	22%	23%
Agrotourisme et tourisme gourmand	24%	25%	28%	20%	26%	27%	26%	29%	26%	34%
Arts de la rue	22%	24%	25%	19%	23%	23%	25%	19%	20%	24%
Routes et circuits touristiques	23%	25%	30%	17%	23%	21%	23%	19%	17%	20%

Suite à la page suivante →

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.5.1 Pratique d'activités culturelles et événementielles à domicile - suite

Parmi les activités culturelles et événementielles suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre- Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités culturelles et événementielles pratiquées à domicile - suite										
Ateliers d'apprentissage	18%	19%	19%	14%	20%	18%	19%	17%	16%	16%
Tourisme religieux	8%	8%	7%	10%	6%	7%	7%	5%	5%	5%
Expériences autochtones	4%	5%	5%	3%	4%	5%	5%	4%	3%	4%
Autres activités culturelles et événementielles	2%	2%	0%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	1%
Ne pratique aucune activité culturelles et événementielles à la maison	11%	11%	9%	13%	9%	12%	11%	12%	14%	16%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Lors des voyages d'agrément des trois dernières années, les musées et écomusées et les festivals et événements d'été ont été particulièrement fréquentés par les touristes de la Nouvelle-Angleterre.

1.5.2 Pratique d'activités culturelles et événementielles lors des voyages d'agrément des trois dernières années

Au cours de leurs voyages d'agrément des trois dernières années, les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont été nombreux à visiter des musées et des écomusées (50% des mentions), ainsi qu'à fréquenter les festivals et événements d'été (44%). Les routes et circuits touristiques (41%), les activités relatives au patrimoine, à l'architecture et au design urbain (37%) et les arts de la scène (36%) font également partie des plus populaires.

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont par ailleurs proportionnellement plus nombreux que ceux des autres marchés américains à participer habituellement à différentes activités culturelles et événementielles lors des voyages d'agrément : la visite de musées et d'écomusées (50%), le parcours de routes et circuits touristiques (41%), les activités relatives au patrimoine, à l'architecture et au design urbain (37%), aux arts de la rue (30%), à l'agrotourisme et au tourisme gourmand (26%), de même que les événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateurs (22%).

Au total, ce sont 87% des touristes de la Nouvelle-Angleterre qui ont pratiqué des activités culturelles et événementielles lors de leurs voyages d'agrément des trois dernières années.

Au cours des voyages d'agrément des trois dernières années, les activités culturelles et événementielles suivantes ont été davantage pratiquées par :

... musées et écomusées (50%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (66%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période estivale (68%);
- ceux âgés de 65 ans et plus (60%);
- ceux en recherche d'emploi (67%);
- les retraités (57%);
- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (57%) et de 100 000 \$ et plus (59%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (53%);
- ceux n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (52% contre 45% de ceux dont c'est le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (51%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (55%), des escapades et des vacances de longue durée (54%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.5.2 Pratique d'activités culturelles et événementielles lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite

... festivals et événements d'été (44%)

- les touristes habitant avec des enfants âgés de moins de 18 ans (53% contre 40% de ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (51%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (50%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (49%) et ceux âgés de 35 à 44 ans (50%);
- les femmes (46% contre 41% des hommes);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (45%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (48%).

... routes et circuits touristiques (41%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (51%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (51%);
- ceux résidant dans Boston CMA (44%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (44%);
- ceux n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (43% contre 37% de ceux dont c'est le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (42%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (46%), des escapades et des vacances de longue durée (46%).

... patrimoine, architecture et design urbain (37%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (51%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (49%);
- ceux âgés de 65 ans et plus (46%);
- les retraités (44%);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (41%), des escapades et des vacances de longue durée (41%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (40%);
- ceux n'habitant pas avec des enfants âgés de moins de 18 ans (39% contre 31% de ceux dont c'est le cas).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.5.2 Pratique d'activités culturelles et événementielles lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite

... arts de la scène (36%)

- les touristes en recherche d'emploi (56%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (45%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (41%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (37%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (37%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (40%), des escapades et des vacances de longue durée (39%).

Les résultats détaillés sont présentés au tableau des pages suivantes.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.5.2 Pratique d'activités culturelles et événementielles lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite

Parmi les activités culturelles et événementielles suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités culturelles et événementielles pratiquées lors des voyages d'agrément des trois dernières années										
Musées et écomusées	45%	48%	45%	41%	46%	50%	51%	44%	48%	53%
Festivals et événements d'été	41%	42%	39%	39%	43%	44%	43%	44%	47%	41%
Routes et circuits touristiques	36%	34%	34%	37%	38%	41%	44%	35%	37%	34%
Patrimoine, architecture et design urbain	33%	34%	30%	31%	35%	37%	38%	34%	33%	39%
Arts de la scène	32%	35%	29%	30%	33%	36%	37%	30%	35%	39%
Galeries et centre d'expositions d'arts	29%	31%	31%	26%	29%	32%	34%	26%	28%	30%
Arts de la rue	26%	26%	23%	26%	27%	30%	31%	28%	27%	24%
Festivals et événements d'hiver	21%	25%	21%	18%	21%	24%	27%	19%	19%	17%
Agrotourisme et tourisme gourmand	21%	22%	23%	19%	20%	26%	26%	26%	24%	29%
Événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateur	19%	17%	16%	19%	22%	22%	21%	24%	27%	23%

Suite à la page suivante →

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.5.2 Pratique d'activités culturelles et événementielles lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite

Parmi les activités culturelles et événementielles suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités culturelles et événementielles pratiquées lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite										
Tourisme religieux	9%	10%	6%	12%	9%	7%	7%	7%	5%	6%
Ateliers d'apprentissage	8%	9%	9%	8%	6%	7%	7%	7%	7%	8%
Expériences autochtones	5%	5%	5%	5%	5%	6%	7%	4%	4%	6%
Autres activités culturelles et événementielles	2%	2%	1%	3%	2%	1%	1%	2%	2%	2%
N'a pratiqué aucune activité culturelle ou événementielle lors des voyages d'agrément des trois dernières années	15%	13%	15%	16%	15%	13%	13%	13%	16%	12%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Pour les touristes de la Nouvelle-Angleterre, les **activités culturelles et événementielles** ayant eu le plus d'influence dans la décision d'effectuer un voyage d'agrément sont la participation à des **festivals et événements d'été** et le parcours de **routes et circuits touristiques**.

1.5.3 Importance des activités culturelles et événementielles dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre qui ont pratiqué une ou plusieurs activités culturelles et événementielles lors de leurs voyages d'agrément des trois dernières années ont été invités à indiquer celles qui ont été une **raison principale** d'effectuer ces voyages d'agrément, le cas échéant.

Pour 24% des touristes de la Nouvelle-Angleterre, la tenue de **festivals et d'événements d'été** a été une motivation principale d'effectuer un voyage d'agrément au cours des trois dernières années. Les **routes et circuits touristiques** (20% des mentions), les **musées et écomusées** (17%) et le **patrimoine, l'architecture et le design urbain** (14%) figurent également parmi les activités culturelles et événementielles les plus déterminantes dans la décision de réaliser un voyage d'agrément.

☞ *Rappelons que ces activités ont aussi été les plus populaires lors de voyages d'agrément des trois dernières années (voir pages 52-56).*

Au total, ce sont 71% qui ont qualifié au moins une des activités culturelles et événementielles pratiquées de raison principale d'avoir effectué un voyage d'agrément au cours des trois dernières années.

Les activités culturelles et événementielles suivantes ont été des **critères décisionnels** particulièrement importants chez les sous-groupes suivants :

... **festivals et événements d'été (24%)**

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (35%) ou entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (32%);
- ceux habitant avec des enfants de moins de 18 ans (34% contre 20% de ceux dont c'est le cas);
- ceux ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (30%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (28%) et ceux âgés de 35 à 44 ans (30%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (28%), plus précisément ceux qui prévoient y prendre des vacances de longue durée en période estivale (55%);
- les travailleurs (26%);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (24%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.5.3 Importance des activités culturelles et événementielles dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément - suite

... routes et circuits touristiques (20%)

- les touristes envisageant de prendre des vacances de longue durée en période estivale au Québec au cours des 12 prochains mois (43%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (30%);
- les retraités (26%);
- les touristes âgés de 65 ans et plus (26%);
- ceux résidant dans Boston CMA (21%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (21%);
- ceux n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (21% contre 16% de ceux dont c'est le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (20%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (23%), des escapades et des vacances de longue durée (23%).

... musées et écomusées (17%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (20%), plus précisément ceux qui prévoient y passer des vacances de longue durée en période estivale (34%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois, des escapades et des vacances de longue durée (18%);
- ceux n'habitant pas avec des enfants âgés de moins de 18 ans (18% contre 13% de ceux dont c'est le cas).

... patrimoine, architecture et design urbain (14%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (22%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (21%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (16%), des escapades et des vacances de longue durée (16%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (16%).

Importance des activités culturelles et événementielles dans la décision d'effectuer un voyage d'agrément :

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont significativement plus nombreux, en proportion, à affirmer qu'aucune des activités culturelles et événementielles proposées n'était une raison principale d'effectuer un voyage d'agrément lors des trois dernières années.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.5.3 Importance des activités culturelles et événementielles dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément - suite

Est-ce que l'une ou plusieurs des activités culturelles et événementielles que vous avez pratiquées lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années ont été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ? Veuillez préciser laquelle ou lesquelles.

Base : les répondants qui ont pratiqué au moins une activité culturelle et événementielle lors de voyages d'agrément des trois dernières années

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=3804)	Atlantique-Centre (n=1050)	Ouest (n=340)	Sud (n=339)	Centre-Ouest (n=678)	Nouvelle-Angleterre (n=1397)	Boston CMA (n=348)	Maine (n=347)	New Hampshire (n=341)	Vermont (n=361)
Festivals et événements d'été	23%	25%	22%	21%	24%	24%	23%	26%	28%	21%
Musées et écomusées	16%	22%	17%	15%	12%	17%	17%	14%	15%	16%
Routes et circuits touristiques	17%	19%	18%	16%	17%	20%	21%	17%	16%	13%
Arts de la scène	13%	18%	12%	12%	12%	13%	13%	12%	12%	15%
Patrimoine, Architecture et design urbain	13%	16%	15%	10%	14%	14%	16%	13%	9%	14%
Festivals et événements d'hiver	12%	14%	13%	11%	9%	12%	13%	13%	12%	7%
Galleries et centres d'expositions d'art	8%	12%	9%	8%	6%	9%	10%	6%	6%	8%
Événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateur	9%	10%	8%	9%	10%	11%	10%	16%	12%	13%
Agrotourisme et tourisme gourmand	6%	8%	7%	6%	4%	8%	9%	6%	6%	8%
Arts de la rue	6%	7%	6%	7%	4%	5%	6%	5%	5%	2%
Tourisme religieux	3%	4%	3%	3%	4%	2%	2%	3%	3%	2%

Suite à la page suivante →

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.5.3 Importance des activités culturelles et événementielles dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément - suite

Est-ce que l'une ou plusieurs des activités culturelles et événementielles que vous avez pratiquées lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années ont été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ? Veuillez préciser laquelle ou lesquelles.

Base : les répondants qui ont pratiqué au moins une activité culturelle et événementielle lors de voyages d'agrément des trois dernières années

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=3804)	Atlantique-Centre (n=1050)	Ouest (n=340)	Sud (n=339)	Centre-Ouest (n=678)	Nouvelle-Angleterre (n=1397)	Boston CMA (n=348)	Maine (n=347)	New Hampshire (n=341)	Vermont (n=361)
Ateliers d'apprentissage	3%	3%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	3%	2%
Expériences autochtones	1%	2%	2%	0%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Autres activités culturelles et événementielles	2%	2%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	2%
Aucune de ces activités culturelles et événementielles n'était une raison principale d'effectuer un voyage d'agrément	28%	24%	29%	29%	30%	29%	29%	27%	31%	32%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

À la maison, la course à pied et la marche sont les activités de plein air et sportives les plus populaires auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

1.6 Pratique d'activités de plein air et sportives à domicile et lors des voyages d'agrément

1.6.1 Pratique d'activités de plein air et sportives à domicile

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre se sont ensuite prononcés sur les **activités de plein air et sportives** qu'ils pratiquent lorsqu'ils sont à leur lieu de résidence. D'emblée, mentionnons que 89% des répondants affirment pratiquer au moins une activité de plein air ou sportive lorsqu'ils sont à la maison.

L'activité de plein air et sportive la plus populaire à la maison auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre est la **course à pied** ou la **marche** (60% des mentions). Suivent ensuite la **plage** ou la **baignade** (55%) et la **randonnée pédestre en milieu naturel** (41%). Ces proportions sont par ailleurs plus élevées dans ce marché que dans les autres marchés américains sondés.

À la maison, les touristes appartenant aux sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à ...

... **pratiquer la course à pied ou la marche (60%)**

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (69%);
- les femmes (64% contre 56% des hommes);
- les touristes n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (63% contre 46% de ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (61%).

... **aller à la plage ou se baigner (55%)**

- les personnes âgées de 18 à 24 ans (65%);
- les femmes (60% contre 49% des hommes);
- les touristes résidant dans le Maine (60%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (56%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (58%), des escapades et des vacances de longue durée (58%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.6.1 Pratique d'activités de plein air et sportives à domicile - suite

... faire de la randonnée pédestre en milieu naturel (41%)

- les touristes résidant dans le Maine (52%), le New Hampshire (50%) et le Vermont (47%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (47%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade en période hivernale (58%) ou y prendre des vacances de longue durée en période estivale (66%);
- les travailleurs (43%);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (43%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (42%);
- ceux n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (42% contre 36% de ceux dont ce n'est pas le cas).

Parmi les activités de plein air et sportives suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités de plein air et sportives pratiquées à domicile										
Course à pied, marche	57%	57%	56%	54%	59%	60%	61%	57%	57%	58%
Plage et baignade	36%	44%	39%	31%	28%	55%	55%	60%	57%	38%
Randonnée pédestre en milieu naturel	39%	32%	47%	29%	50%	41%	37%	52%	50%	47%
Parcs nationaux	36%	34%	43%	23%	50%	31%	29%	46%	33%	20%
Observation de la faune (autre que mammifères marins) et de la flore	26%	23%	26%	19%	34%	29%	26%	41%	31%	31%
Séjours en villégiature	18%	15%	19%	16%	22%	18%	18%	19%	19%	15%

Suite à la page suivante →

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.6.1 Pratique d'activités de plein air et sportives à domicile - suite

Parmi les activités de plein air et sportives suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités de plein air et sportives pratiquées à domicile - suite										
Observation des mammifères marins	17%	16%	30%	12%	11%	21%	24%	23%	16%	4%
Golf	16%	16%	14%	15%	19%	15%	15%	15%	16%	13%
Sports nautiques non motorisés	12%	14%	11%	8%	14%	20%	17%	27%	28%	22%
Chasse et pêche	16%	13%	11%	16%	21%	13%	11%	23%	15%	17%
Vélo de montagne, vélo de route, cyclotourisme	15%	13%	15%	11%	20%	17%	17%	15%	17%	20%
Patin à glace, glissade, escalade de glace, autres sports d'hiver	11%	13%	9%	5%	16%	18%	18%	18%	17%	20%
Sports nautiques motorisés	11%	9%	10%	10%	15%	12%	10%	17%	15%	11%
Ski alpin, planche à neige, télémark	9%	8%	9%	4%	15%	12%	12%	10%	13%	17%
Canyoning, spéléologie, escalade, plongée	7%	8%	7%	4%	10%	8%	7%	11%	10%	4%
Événement sportif professionnel ou amateur à titre de participant	8%	7%	8%	9%	8%	7%	8%	4%	4%	6%
Ski de fond, ski nordique, ski de randonnée, raquette	6%	6%	6%	2%	11%	8%	6%	13%	13%	19%

Suite à la page suivante →

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.6.1 Pratique d'activités de plein air et sportives à domicile - suite

Parmi les activités de plein air et sportives suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités de plein air et sportives pratiquées à domicile - suite										
Sports motorisés d'hiver	5%	6%	5%	2%	7%	7%	6%	13%	7%	8%
Sports motorisés d'été	6%	6%	7%	4%	9%	7%	7%	10%	5%	6%
Parcours aérien, via ferrata, canyoning	2%	4%	3%	1%	2%	3%	4%	2%	2%	2%
Traîneau à chiens	2%	4%	2%	2%	3%	3%	3%	2%	2%	1%
Autres activités de plein air et sportives	2%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	5%
Ne pratique aucune activité de plein air ou sportive à la maison	13%	14%	12%	16%	8%	11%	11%	8%	9%	12%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Lors des **voyages d'agrément** des trois dernières années, la **plage** et la **baignade**, les **parcs nationaux** et la **course à pied** ou la **marche**, de même que la **randonnée pédestre en milieu naturel** ont été particulièrement populaires auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

1.6.2 Pratique d'activités de plein air et sportives lors des voyages d'agrément des trois dernières années

Au cours de leurs voyages d'agrément des trois dernières années, les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont été nombreux à **aller à la plage** ou se **baigner** (58% des mentions), ainsi qu'à visiter les **parcs nationaux** (48%), à pratiquer la **course à pied** ou la **marche** (42%) et la **randonnée pédestre en milieu naturel** (41%). Ces proportions sont par ailleurs significativement plus élevées dans ce marché que dans les autres marchés américains sondés.

Au total, ce sont 89% des touristes de la Nouvelle-Angleterre qui ont pratiqué des activités de plein air et sportives lors de leurs voyages d'agrément des trois dernières années.

Au cours des voyages d'agrément des trois dernières années, les activités de plein air et sportives suivantes ont été **davantage pratiquées** par :

... plage et baignade (58%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut de 100 000 \$ et plus (69%);
- ceux envisageant de faire une escapade en période hivernale au Québec au cours des 12 prochains mois (67%);
- ceux habitant avec des enfants de moins de 18 ans (66% contre 56% de ceux dont c'est le cas);
- les femmes (64% contre 52% des hommes);
- les travailleurs (61%);
- les touristes ayant une scolarité de niveau universitaire (60%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (60%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (63%), des escapades et des vacances de longue durée (62%);
- ceux n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (60% contre 51% de ceux dont ce n'est pas le cas).

... parcs nationaux (48%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (63%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (57%);
- les travailleurs (51%);
- les touristes ayant une scolarité de niveau universitaire (50%);
- ceux prévoyant de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (49%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (53%), des escapades et des vacances de longue durée (52%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.6.2 Pratique d'activités de plein air et sportives lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite

... course à pied ou marche (42%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (52%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut de 100 000 \$ et plus (52%);
- les femmes (46% contre 38% des hommes);
- les touristes résidant dans Boston CMA (44%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (44%);
- ceux n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (44% contre 38% de ceux dont c'est le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (44%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (47%), des escapades et des vacances de longue durée (46%);
- ceux n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (44% contre 34% de ceux dont ce n'est pas le cas).

... randonnée pédestre en milieu naturel (41%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (57%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (51%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période hivernale (61%);
- les travailleurs (44%);
- les touristes ayant une scolarité de niveau universitaire (44%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (43%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (47%), des escapades et des vacances de longue durée (46%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.6.2 Pratique d'activités de plein air et sportives lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite

Parmi les activités de plein air et sportives suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités de plein air et sportives pratiquées lors des voyages d'agrément des trois dernières années										
Plage et baignade	51%	56%	43%	49%	57%	58%	60%	50%	59%	56%
Parcs nationaux	45%	41%	46%	42%	51%	48%	49%	49%	48%	43%
Course à pied, marche	37%	39%	33%	37%	40%	42%	44%	36%	37%	44%
Randonnée pédestre en milieu naturel	38%	35%	39%	33%	44%	41%	42%	40%	41%	43%
Observation de la faune (autre que mammifères marins) et de la flore	33%	32%	27%	30%	41%	35%	34%	38%	35%	39%
Observation des mammifères marins	27%	29%	23%	25%	31%	30%	29%	29%	33%	28%
Séjours en villégiature	27%	26%	25%	27%	31%	30%	30%	32%	30%	28%
Sports nautiques non motorisés	16%	16%	14%	15%	18%	20%	21%	16%	22%	18%
Canyoning, spéléologie, escalade, plongée	15%	13%	13%	15%	19%	15%	16%	12%	19%	13%
Sports nautiques motorisés	13%	12%	9%	14%	15%	15%	16%	12%	15%	8%
Ski alpin, planche à neige, télémark	11%	11%	9%	12%	9%	12%	13%	6%	10%	12%
Chasse et pêche	11%	10%	7%	13%	11%	9%	8%	10%	11%	7%
Golf	9%	10%	7%	9%	11%	11%	12%	9%	11%	7%

Suite à la page suivante →

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.6.2 Pratique d'activités de plein air et sportives lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite

Parmi les activités de plein air et sportives suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités de plein air et sportives pratiquées lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite										
Patin à glace, glissade, escalade de glace, autres sports d'hiver	9%	10%	8%	10%	7%	9%	10%	5%	6%	7%
Vélo de montagne, vélo de route, cyclotourisme	8%	9%	7%	7%	9%	9%	9%	5%	10%	9%
Ski de fond, ski nordique, ski de randonnée, raquette	6%	7%	5%	5%	6%	6%	7%	5%	4%	7%
Sports motorisés d'hiver	5%	7%	4%	5%	5%	4%	5%	3%	5%	2%
Sports motorisés d'été	5%	6%	4%	4%	5%	5%	5%	4%	5%	2%
Événement sportif professionnel ou amateur à titre de participant	5%	6%	4%	6%	4%	3%	3%	2%	4%	5%
Parcours aérien, via ferrata, canyonisme	3%	5%	4%	2%	2%	4%	4%	1%	4%	2%
Traîneau à chiens	3%	4%	3%	4%	2%	4%	5%	0%	2%	3%
Autres activités de plein air et sportives	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	2%	2%	4%
N'a pratiqué aucune activité de plein air ou sportive lors des voyages d'agrément des trois dernières années	15%	15%	19%	16%	11%	11%	10%	14%	11%	13%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Pour les touristes de la Nouvelle-Angleterre, les **activités de plein air et sportives** ayant eu le plus d'influence dans la décision d'effectuer un voyage d'agrément sont la **plage et la baignade** et les **parcs nationaux**.

1.6.3 Importance des activités de plein air et sportives dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément

Chez les touristes de la Nouvelle-Angleterre qui ont pratiqué au moins une activité de plein air ou sportive lors de voyages d'agrément des trois dernières années, la **plage et la baignade** (36% des mentions) et les **parcs nationaux** (25%) ont été les principales activités ciblées comme étant des critères déterminants dans la décision d'effectuer ces voyages.

👉 Rappelons que la plage et la baignade, de même que les parcs nationaux figuraient parmi les principales activités de plein air et sportives pratiquées lors de voyage d'agrément des trois dernières années (voir pages 65-68).

Au total, ce sont 78% qui ont qualifié au moins une des activités de plein air et sportives pratiquées de raison principale d'avoir effectué un voyage d'agrément au cours des trois dernières années.

Les activités de plein air et sportives suivantes ont été des **critères décisionnels** particulièrement importants chez les sous-groupes suivants :

... plage et baignade (36%)

- les touristes envisageant de prendre des vacances de longue durée en période estivale au Québec au cours des 12 prochains mois (50%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (43%);
- les personnes habitant avec des enfants de moins de 18 ans (42% contre 34% de celles dont ce n'est pas le cas);
- les femmes (40% contre 32% des hommes);
- les travailleurs (39%);
- les touristes résidant dans Boston CMA (38%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (37%), des vacances de longue durée uniquement (50%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.6.3 Importance des activités de plein air et sportives dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément - suite

... parcs nationaux (25%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (33%), plus précisément ceux qui prévoient y prendre des vacances de longue durée en période estivale (54%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains, des escapades et des vacances de longue durée (27%);
- les travailleurs (26%).

Importance des activités de plein air et sportives dans la décision d'effectuer un voyage d'agrément :

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre et plus précisément ceux qui résident dans le Vermont sont significativement plus nombreux, en proportion, à affirmer qu'aucune des activités de plein air et sportives proposées n'était une raison principale d'effectuer un voyage d'agrément lors des trois dernières années.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.6.3 Importance des activités de plein air et sportives dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément - suite

Est-ce que l'une ou plusieurs des activités de plein air et sportives que vous avez pratiquées lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années ont été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ? Veuillez préciser laquelle ou lesquelles.

Base : les répondants qui ont pratiqué au moins une activité de plein air ou sportive lors de voyages d'agrément des trois dernières années

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=3832)	Atlantique-Centre (n=1037)	Ouest (n=328)	Sud (n=337)	Centre-Ouest (n=708)	Nouvelle-Angleterre (n=1422)	Boston CMA (n=363)	Maine (n=349)	New Hampshire (n=359)	Vermont (n=351)
Plage et baignade	32%	40%	25%	33%	30%	36%	38%	31%	32%	32%
Parcs nationaux	28%	28%	32%	26%	30%	25%	24%	28%	26%	22%
Séjours en villégiature	15%	15%	15%	14%	17%	14%	13%	17%	15%	10%
Randonnée pédestre en milieu naturel	16%	15%	20%	13%	18%	13%	12%	16%	14%	16%
Observation de la faune (autre que mammifères marins) et de la flore	12%	14%	13%	11%	12%	12%	12%	15%	12%	10%
Course à pied, marche	12%	13%	13%	13%	9%	10%	10%	11%	10%	9%
Observation des mammifères marins	9%	13%	10%	7%	9%	10%	10%	9%	8%	10%
Ski alpin, planche à neige, télémark	6%	7%	6%	7%	5%	7%	7%	4%	6%	7%
Canyoning, spéléologie, escalade, plongée	5%	5%	6%	3%	6%	5%	5%	4%	7%	4%
Golf	5%	6%	4%	4%	5%	4%	5%	3%	4%	3%
Sports nautiques non motorisés	4%	4%	5%	2%	4%	5%	5%	4%	5%	4%
Sports nautiques motorisés	3%	5%	2%	2%	3%	4%	4%	5%	3%	1%
Patin à glace, glissade, escalade de glace, autres sports d'hiver	4%	4%	4%	4%	3%	2%	3%	2%	1%	1%

Suite à la page suivante →

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.6.3 Importance des activités de plein air et sportives dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément - suite

Est-ce que l'une ou plusieurs des activités de plein air et sportives que vous avez pratiquées lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années ont été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ? Veuillez préciser laquelle ou lesquelles.

Base : les répondants qui ont pratiqué au moins une activité de plein air ou sportive lors de voyages d'agrément des trois dernières années

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=3832)	Atlantique-Centre (n=1037)	Ouest (n=328)	Sud (n=337)	Centre-Ouest (n=708)	Nouvelle-Angleterre (n=1422)	Boston CMA (n=363)	Maine (n=349)	New Hampshire (n=359)	Vermont (n=351)
Chasse et pêche	5%	4%	5%	6%	6%	3%	1%	7%	5%	5%
Ski de fond, ski nordique, ski de randonnée, raquette	3%	3%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	1%	1%
Vélo de montagne, vélo de route, cyclotourisme	3%	3%	2%	2%	3%	3%	3%	2%	5%	3%
Sports motorisés d'hiver	2%	3%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	1%	1%
Sports motorisés d'été	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%
Événement sportif professionnel ou amateur à titre de participant	3%	2%	2%	4%	2%	1%	1%	1%	1%	2%
Parcours aérien, via ferrata, canyonisme	1%	2%	2%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	0%
Traîneau à chiens	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	1%
Autres activités	1%	1%	2%	1%	1%	1%	0%	2%	2%	3%
Aucune de ces activités de plein air et sportives n'était une raison principale d'effectuer un voyage d'agrément	20%	16%	19%	20%	22%	22%	20%	23%	25%	28%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

À la maison, le **magasinage** est l'activité récréative et de divertissement la plus populaire auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

1.7 Pratique d'activités récréatives et de divertissement à domicile et lors des voyages d'agrément

1.7.1 Pratique d'activités récréatives et de divertissement à domicile

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre se sont finalement prononcés sur les **activités récréatives et de divertissement** qu'ils pratiquent lorsqu'ils sont à leur lieu de résidence. D'emblée, mentionnons que 90% des répondants affirment pratiquer au moins une activité récréative et de divertissement lorsqu'ils sont à la maison.

L'activité récréative et de divertissement la plus populaire à la maison auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre est sans conteste le **magasinage** (71% des mentions). Cette proportion est par ailleurs plus élevée dans ce marché que dans les autres marchés américains sondés. Les **parcs urbains** et les **parcs zoologiques et aquariums** (34% dans les deux cas) sont également fréquentés par plusieurs touristes de la Nouvelle-Angleterre.

À la maison, les touristes appartenant aux sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à ...

... magasiner (71%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut inférieur à 20 000 \$ (81%) et de 150 000 \$ et plus (79%);
- les femmes (80% contre 62% des hommes);
- les touristes n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (73% contre 67% de ceux dont c'est le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (72%).

... fréquenter les parcs urbains (34%)

- les touristes en recherche d'emploi (53%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (52%), plus précisément ceux qui prévoient y prendre des vacances de longue durée en période estivale (71%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (44%);
- ceux résidant dans Boston CMA (39%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (36%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (35%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (38%), des escapades et des vacances de longue durée (38%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.7.1 Pratique d'activités récréatives et de divertissement à domicile - suite

... fréquenter les parcs zoologiques et aquariums (34%)

- les touristes habitant avec des enfants de moins de 18 ans (51% contre 28% de ceux dont c'est le cas);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (43%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (44%) et ceux âgés de 35 à 44 ans (41%);
- ceux résidant dans Boston CMA (40%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (39%), plus précisément ceux qui prévoient y prendre des vacances de longue durée en période estivale (52%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois sous forme d'escapades et de vacances de longue durée (37%);
- les femmes (37% contre 31% des hommes);
- les travailleurs (36%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.7.1 Pratique d'activités récréatives et de divertissement à domicile - suite

Parmi les activités récréatives et de divertissement suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre- Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités récréatives et de divertissement pratiquées à domicile										
Magasinage	68%	67%	64%	70%	71%	71%	70%	74%	76%	69%
Parc urbain	44%	42%	48%	41%	47%	34%	39%	23%	21%	21%
Parcs zoologiques et aquariums	46%	40%	41%	49%	54%	34%	40%	20%	26%	11%
Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques	35%	31%	33%	39%	35%	26%	26%	28%	31%	16%
Jardin botanique	33%	30%	30%	38%	35%	23%	26%	22%	10%	7%
Casino et boîtes de nuit	24%	27%	24%	18%	29%	23%	25%	23%	14%	9%
Spas et soins de bien-être	22%	22%	25%	22%	22%	18%	20%	13%	16%	13%
Tourisme urbain, visite des quartiers urbains, tour de ville guidé, etc.	19%	23%	22%	15%	17%	20%	24%	12%	10%	10%
Croisières	10%	12%	12%	9%	6%	9%	11%	8%	6%	4%
Autres activités récréatives et de divertissement	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	3%	3%
Ne pratique aucune activité récréative ou de divertissement à la maison	8%	9%	10%	8%	7%	10%	9%	11%	13%	17%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Lors des **voyages d'agrément** des trois dernières années, le **magasinage**, de même que les **parcs zoologiques et les aquariums**, les **parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques** ainsi que le **tourisme urbain** ont été particulièrement populaires auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

1.7.2 Pratique d'activités récréatives et de divertissement lors des voyages d'agrément des trois dernières années

Au cours de leurs voyages d'agrément des trois dernières années, plus de la moitié des touristes de la Nouvelle-Angleterre ont **magasiné** (64% des mentions). Ils ont aussi été nombreux à visiter les **parcs zoologiques et aquariums** (43%) et les **parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques** (39%) et à faire du **tourisme urbain** (35%).

Au total, ce sont 90% des touristes de la Nouvelle-Angleterre qui ont pratiqué des activités récréatives et de divertissement lors de leurs voyages d'agrément des trois dernières années.

Au cours des voyages d'agrément des trois dernières années, les activités récréatives et de divertissement suivantes ont été **davantage pratiquées** par :

... **magasinage** (64%)

- les touristes envisageant de faire une escapade de courte durée en période hivernale au Québec au cours des 12 prochains mois (76%);
- les femmes (73% contre 55% des hommes);
- les touristes âgés de 25 à 34 ans (69%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (66%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (66%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (68%).

... **parcs zoologiques et aquariums** (43%)

- les personnes au foyer (59%);
- celles envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (54%);
- celles habitant avec des enfants de moins de 18 ans (53% contre 40% de celles dont c'est le cas);
- celles âgées de 25 à 34 ans (50%);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (45%), plus précisément celles qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (47%), des escapades et des vacances de longue durée (47%).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.7.2 Pratique d'activités récréatives et de divertissement lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite

... parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques (39%)

- les personnes au foyer (59%);
- celles habitant avec des enfants de moins de 18 ans (55% contre 34% de celles dont c'est le cas);
- celles envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (52%);
- celles âgées de 25 à 54 ans (47%);
- les travailleurs (42%);
- les personnes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (41%), plus précisément celles qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (43%), des escapades et des vacances de longue durée (43%).

... tourisme urbain, visite des quartiers urbains, tour de ville guidé, etc. (35%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (52%);
- ceux âgés de 65 ans et plus (43%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (42%);
- les retraités (40%);
- les touristes ayant une scolarité de niveau universitaire (38%);
- ceux résidant dans Boston CMA (38%);
- ceux n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (38% contre 25% de ceux dont c'est le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (36%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (40%), des escapades et des vacances de longue durée (39%).

Le détail des résultats est présenté au tableau de la page suivante.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.7.2 Pratique d'activités récréatives et de divertissement lors des voyages d'agrément des trois dernières années - suite

Parmi les activités récréatives et de divertissement suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Activités récréatives et de divertissement pratiquées lors des voyages d'agrément des trois dernières années										
Magasinage	58%	58%	52%	60%	60%	64%	65%	64%	65%	61%
Parcs zoologiques et aquariums	41%	37%	36%	43%	44%	43%	43%	45%	45%	41%
Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques	34%	37%	31%	34%	31%	39%	39%	43%	40%	33%
Casino et boîtes de nuit	34%	36%	32%	35%	34%	32%	33%	28%	34%	23%
Tourisme urbain, visite des quartiers urbains, tour de ville guidé, etc.	33%	36%	34%	32%	30%	35%	38%	27%	28%	24%
Jardin botanique	30%	31%	33%	24%	33%	31%	34%	26%	26%	27%
Croisières	27%	30%	30%	26%	24%	27%	29%	23%	25%	17%
Parc urbain	24%	25%	27%	21%	24%	26%	28%	22%	19%	25%
Spas et soins de bien-être	21%	23%	23%	21%	20%	22%	26%	13%	14%	12%
Autres activités récréatives et de divertissement	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	3%	4%
N'a pratiqué aucune activité récréative ou de divertissement lors de voyages d'agrément des trois dernières années	11%	10%	12%	10%	11%	10%	9%	12%	9%	13%

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

Pour les touristes de la Nouvelle-Angleterre, les **activités récréatives et de divertissement** ayant eu le plus d'influence dans la décision d'effectuer un voyage d'agrément sont le **magasinage**, la **visite de parcs d'attractions**, **aquatiques ou thématiques**, et les **croisières**.

1.7.3 Importance des activités récréatives et de divertissement dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément

Chez les touristes de la Nouvelle-Angleterre qui ont pratiqué au moins une activité récréative et de divertissement lors de leurs voyages d'agrément des trois dernières années, le **magasinage** (25% des mentions), les **parcs d'attractions**, **aquatiques ou thématiques** (23%) et les **croisières** (16%) ont été les principales activités ciblées comme étant des critères déterminants dans la décision d'effectuer ces voyages.

☞ Rappelons que les principales activités récréatives et de divertissement réalisées lors de voyages d'agrément des trois dernières années sont le magasinage et la visite de parcs zoologiques, d'aquariums, de parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques et le tourisme urbain (voir pages 76-78). Par conséquent, il appert que certaines d'entre elles ont eu plus d'influence que les autres dans la décision de réaliser ces voyages.

Au total, ce sont 69% qui ont qualifié au moins une des activités récréatives et de divertissement pratiquées de raison principale d'avoir effectué un voyage d'agrément au cours des trois dernières années.

Les activités récréatives et de divertissement suivantes ont été des **critères décisionnels** particulièrement importants chez les sous-groupes suivants :

... magasinage (25%)

- les touristes envisageant de prendre des vacances de longue durée en période estivale au Québec au cours des 12 prochains mois (56%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (39%);
- ceux ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (31%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale seulement (31%);
- les femmes (29% contre 21% des hommes).

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.7.3 Importance des activités récréatives et de divertissement dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément - suite

... parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques (23%)

- les touristes habitant avec des enfants de moins de 18 ans (36% contre 17% de ceux dont ce n'est pas le cas);
- les personnes au foyer (32%) et les travailleurs (25%);
- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (30%), plus précisément ceux qui prévoient y passer des vacances de longue durée en période hivernale (54%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (28%) et ceux âgés de 35 à 44 ans (36%);
- ceux résidant dans le Maine (29%);
- les femmes (25% contre 19% des hommes).

... croisières (16%)

- les touristes envisageant de prendre des vacances de longue durée en période estivale au Québec au cours des 12 prochains mois (45%);
- ceux âgés de 65 ans et plus (26%);
- les retraités (24%);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (17%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (19%), des escapades et des vacances de longue durée (19%).

Les résultats détaillés sont présentés au tableau de la page suivante.

Importance des activités récréatives et de divertissement dans la décision d'effectuer un voyage d'agrément :

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont significativement plus nombreux, en proportion, à affirmer qu'aucune des activités récréatives et de divertissement proposées n'était une raison principale d'effectuer un voyage d'agrément lors des trois dernières années.

1. Habitudes et caractérisation des voyages d'agrément des trois dernières années

1.7.3 Importance des activités récréatives et de divertissement dans le choix d'effectuer un voyage d'agrément - suite

Est-ce que l'une ou plusieurs des activités récréatives et de divertissement que vous avez pratiquées lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années ont été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ? Veuillez identifier laquelle ou lesquelles.

Base : les répondants qui ont pratiqué au moins une activité récréative ou de divertissement lors de voyages d'agrément des trois dernières années

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=3975)	Atlantique-Centre (n=1095)	Ouest (n=353)	Sud (n=360)	Centre-Ouest (n=713)	Nouvelle-Angleterre (n=1454)	Boston CMA (n=368)	Maine (n=363)	New Hampshire (n=367)	Vermont (n=356)
Magasinage	22%	25%	19%	22%	21%	25%	26%	25%	23%	21%
Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques	21%	23%	20%	21%	19%	23%	22%	29%	23%	21%
Croisières	21%	21%	22%	23%	18%	16%	17%	16%	14%	10%
Casino et boîtes de nuit	19%	21%	18%	21%	17%	12%	10%	12%	19%	13%
Tourisme urbain, visite des quartiers urbains, tour de ville guidé, etc.	15%	17%	20%	14%	12%	13%	15%	8%	7%	7%
Parcs zoologiques et aquariums	16%	16%	14%	16%	17%	13%	12%	19%	13%	13%
Jardin botanique	9%	11%	11%	6%	9%	7%	8%	7%	4%	7%
Spas et soins de bien-être	8%	11%	8%	8%	5%	7%	8%	3%	4%	3%
Parc urbain	6%	9%	7%	5%	7%	5%	5%	4%	3%	4%
Autres activités récréatives et de divertissement	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	3%
Aucune de ces activités récréatives et de divertissement n'était une raison principale d'effectuer un voyage d'agrément	24%	21%	23%	23%	29%	31%	32%	28%	29%	34%

2. Planification des voyages d'agrément

2. Planification des voyages d'agrément

Faits saillants de la planification des voyages d'agrément

Touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis

Choix d'une destination pour un voyage d'agrément

Les principaux critères de sélection d'une destination pour un voyage d'agrément sont la **température**, le **prix de l'hébergement** et le **besoin de dépaysement**.

- Ces critères récoltent respectivement 57%, 53% et 48% des mentions. Le prix des déplacements (46%), la durée des déplacements (43%) et la sécurité de la destination (39%) sont également des éléments importants pris en considération dans le choix d'une destination.
- Comparativement aux autres marchés américains, les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont proportionnellement plus nombreux à considérer la température (57%) et la facilité de comprendre la langue de la destination (21%) lors du choix d'une destination pour un voyage d'agrément.

Temps de planification pour un voyage d'agrément

La plupart des touristes de la Nouvelle-Angleterre vont décider de la destination pour une **escapade de courte durée d'un à trois mois à l'avance**.

- Plus précisément, 11% vont choisir leur destination pour des escapades de courte durée (1 à 6 nuitées) moins d'une semaine à l'avance, 29% entre une semaine et un mois, **46% entre un et trois mois**, 11% entre quatre et six mois et 3% plus de six mois à l'avance.

Pour des **vacances de longue durée**, les touristes de la Nouvelle-Angleterre choisissent leur destination **un mois et plus à l'avance**.

- Plus précisément, 4% vont choisir leur destination pour des vacances de longue durée (7 nuitées ou plus) moins d'une semaine à l'avance, 9% entre une semaine et un mois et **87% un mois et plus à l'avance** (29% entre un et trois mois, 37% entre quatre et six mois et 21% plus de six mois à l'avance).

2. Planification des voyages d'agrément

Pour choisir la destination d'un voyage d'agrément, les touristes de la Nouvelle-Angleterre tiennent particulièrement compte de la **température**, du **prix de l'hébergement** et du **besoin de dépaysement**.

2.1 Critères de sélection d'une destination pour un voyage d'agrément

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont été interrogés sur leur mode de préparation général de leurs voyages d'agrément. Au chapitre de la sélection d'une destination, les touristes ont été invités à identifier, parmi une liste de 11 suggestions, les principaux critères qui motivent le plus souvent leur choix.

Globalement, c'est la **température** (57% des mentions), le **prix de l'hébergement** (53%) et le **besoin de dépaysement** (48%) qui ont la plus grande influence sur le choix des destinations touristiques pour les voyages d'agrément chez les touristes de la Nouvelle-Angleterre.

Soulignons que les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont proportionnellement plus nombreux que les touristes des autres marchés américains à considérer la température (57%) et la facilité de compréhension de la langue de la destination (21%) lors du choix d'une destination pour un voyage d'agrément. À l'inverse, ils sont significativement moins nombreux à tenir compte du taux de change (10%) et de l'adaptation de l'offre touristique aux besoins des personnes handicapées ou ayant des besoins particuliers (4%).

La **température** est un élément plus particulièrement important chez :

- les personnes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (64%);
- celles au foyer (67%);
- les retraités (62%);
- les personnes n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (58% contre 52% de celles dont c'est le cas);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (58%).

Les sous-groupes suivants considèrent davantage le **prix de l'hébergement** :

- les personnes résidant dans le Vermont (60%);
- les retraités (60%);
- les personnes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 60 000 \$ et 79 999 \$ (60%);
- celles âgées de 55 à 64 ans (60%) et celles âgées de 65 ans et plus (59%);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois sous forme d'escapades de courte durée (60%);
- les femmes (56% contre 50% des hommes);
- les personnes n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (55% contre 47% de celles dont c'est le cas).

2. Planification des voyages d'agrément

2.1 Critères de sélection d'une destination pour un voyage d'agrément - suite

Le **besoin de dépaysement** est un critère de sélection significativement plus élevé chez :

- les personnes en recherche d'emploi (64%);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (55%);
- celles résidant dans le New Hampshire (55%) et dans le Maine (53%);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (55%), des escapades et des vacances de longue durée (51%);
- celles ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (54%);
- celles n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (49% contre 42% de celles dont c'est le cas).

2. Planification des voyages d'agrément

2.1 Critères de sélection d'une destination pour un voyage d'agrément - suite

Le plus souvent, quels sont les éléments qui motivent votre choix d'une destination pour vos voyages d'agrément ?

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre- Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
La température	50%	55%	50%	42%	55%	57%	56%	57%	58%	53%
Prix de l'hébergement	53%	51%	50%	57%	52%	53%	52%	54%	57%	60%
Prix des déplacements	50%	43%	46%	51%	56%	46%	45%	46%	49%	48%
Durée des déplacements	44%	47%	42%	45%	44%	43%	43%	45%	41%	42%
Le besoin de dépaysement, sortir de la routine	47%	43%	46%	51%	48%	48%	45%	53%	55%	49%
La sécurité de la destination	41%	39%	42%	44%	37%	39%	41%	36%	38%	33%
La qualité et la variété de l'offre touristique	34%	33%	35%	35%	32%	34%	35%	34%	28%	34%
La recherche d'un endroit culturellement différent	27%	29%	30%	23%	29%	29%	31%	23%	21%	20%
La facilité de compréhension de la langue de la destination	17%	18%	21%	13%	17%	21%	23%	15%	16%	13%
Taux de change	10%	12%	14%	9%	7%	10%	11%	6%	5%	10%
L'adaptation de l'offre touristique aux besoins des personnes handicapées ou ayant des besoins particuliers	6%	8%	7%	7%	4%	4%	5%	3%	4%	3%
Autres critères de sélection	5%	4%	4%	5%	6%	5%	5%	5%	9%	9%

2. Planification des voyages d'agrément

2.2 Temps de planification d'un voyage d'agrément

En ce qui concerne le temps de planification d'un voyage d'agrément, les touristes de la Nouvelle-Angleterre se sont prononcés sur le temps requis avant le voyage pour choisir la destination. Deux formules de voyages d'agrément ont été proposées aux répondants, soit des escapades de courte durée (1 à 6 nuitées) et des vacances de longue durée (7 nuitées et plus).

La destination des escapades de courte durée se décide souvent d'un à trois mois d'avance.

2.2.1 Pour les escapades de courte durée (1 à 6 nuitées)

Pour des **escapades de courte durée** (1 à 6 nuitées), la plupart des touristes de la Nouvelle-Angleterre affirment décider de la destination **d'un à trois mois** à l'avance (46%). Un autre 40% prend **moins d'un mois** pour statuer de leur destination (29% d'une semaine à moins d'un mois et 11% moins d'une semaine).

Les touristes appartenant aux sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à décider de la destination pour une escapade de courte durée **moins d'un mois à l'avance** (40%) :

- les touristes envisageant de prendre des vacances de longue durée en période estivale au Québec au cours des 12 prochains mois (60%);
- ceux au foyer (53%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (51%);
- ceux ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (46%).

2. Planification des voyages d'agrément

2.2.1 Pour les escapades de courte durée (1 à 6 nuitées) - suite

À l'inverse, les sous-groupes suivants ont une **plus forte propension** à planifier leur destination **un mois et plus à l'avance** (60%) :

- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois sous forme de vacances de longue durée (72%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (71%);
- ceux âgés de 55 à 64 ans (66%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (61%);
- ceux envisageant de faire une escapade de courte durée en période estivale au Québec au cours des 12 prochains mois (60%).

En général, combien de temps à l'avance décidez-vous du choix de la destination pour vos voyages d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur de votre région de résidence ?

Base : l'ensemble des répondants

	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Pour les escapades de courte durée (1 à 6 nuitées)										
Moins d'une semaine	11%	12%	14%	10%	10%	11%	12%	10%	11%	9%
D'une semaine à un mois	27%	28%	24%	26%	29%	29%	29%	35%	26%	30%
De 1 à 3 mois	46%	46%	47%	47%	46%	46%	47%	40%	45%	46%
De 4 à 6 mois	10%	9%	9%	11%	10%	11%	11%	11%	12%	10%
Plus de 6 mois	5%	5%	6%	6%	4%	3%	2%	5%	5%	5%

2. Planification des voyages d'agrément

Pour les **vacances de longue durée**, les touristes de la Nouvelle-Angleterre planifient leur destination **un mois et plus à l'avance**.

2.2.2 Pour les vacances de longue durée (7 nuitées et plus)

Pour des **vacances de longue durée** (7 nuitées et plus), la grande majorité des touristes de la Nouvelle-Angleterre affirment décider de la destination **un mois et plus** à l'avance (87%). Seulement 13% s'y prennent moins d'un mois à l'avance pour décider de la destination de vacances de longue durée.

Soulignons que les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont significativement moins nombreux que les touristes des autres marchés américains à décider de la destination des vacances de longue durée d'une semaine à un mois avant le départ (9%).

Les touristes appartenant aux sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à décider de la destination pour des vacances de longue durée **moins d'un mois à l'avance** (13%) :

- les étudiants (33%);
- les personnes disposant d'un revenu familial annuel brut inférieur à 20 000 \$ (27%) ou compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (19%);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale seulement (19%), spécialement sous forme d'escapades de courte durée (22%);
- celles âgées de 18 à 24 ans (22%) et celles âgées de 35 à 44 ans (19%);
- celles ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (18%);
- celles résidant dans Boston CMA (15%);
- celles n'envisageant pas de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (14%).

2. Planification des voyages d'agrément

2.2.2 Pour les vacances de longue durée (7 nuitées et plus) - suite

À l'inverse, les sous-groupes suivants ont une **plus forte propension** à planifier leur destination **un mois et plus à l'avance** (87%) :

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (95%);
- ceux âgés de 55 ans et plus (94%);
- les retraités (93%);
- les touristes résidant dans le New Hampshire (92%) et dans le Vermont (92%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (90%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période estivale (93%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (88%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (88%), sous forme de vacances de longue durée (98%) ou d'escapades et de vacances (87%).

En général, combien de temps à l'avance décidez-vous du choix de la destination pour vos voyages d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur de votre région de résidence ?

Base : l'ensemble des répondants

	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Pour les vacances de longue durée (7 nuitées ou plus)										
Moins d'une semaine	5%	5%	5%	5%	3%	4%	5%	4%	4%	2%
D'une semaine à un mois	10%	13%	12%	8%	8%	9%	10%	8%	5%	6%
De 1 à 3 mois	29%	30%	27%	30%	30%	29%	30%	27%	30%	28%
De 4 à 6 mois	34%	34%	35%	31%	37%	37%	37%	35%	38%	34%
Plus de 6 mois	22%	18%	22%	25%	23%	21%	19%	25%	24%	30%

3. Intentions de voyage

3. Intention de voyages

Faits saillants des intentions de voyage

Touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis

Intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Au cours des 12 prochains mois, que ce soit en période estivale ou hivernale, **95% des touristes de la Nouvelle-Angleterre prévoient effectuer un voyage d'agrément.**

- Plus spécifiquement 86% prévoient réaliser un voyage d'agrément durant la période estivale (mai à octobre inclusivement), soit une proportion statistiquement comparable à celle des marchés américains à l'étude. Pour leur part, 76% prévoient voyager durant la période hivernale (novembre à avril inclusivement).
- Parmi les touristes de la Nouvelle-Angleterre qui ont l'intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois, 92% comptent effectuer au moins une escapade de courte durée (1 à 6 nuitées), pour la plupart, entre une et trois escapades (73%). Pour leur part, 80% comptent réaliser au moins un voyage de longue durée (7 nuitées ou plus). Toutefois, une plus grande proportion compte en réaliser un seul (42%).
- En moyenne, les touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis comptent réaliser 2,3 escapades de courte durée et 1,5 voyage de longue durée au cours des 12 prochains mois.

Raisons de ne pas effectuer de voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Le manque de ressources financières est la principale raison de ne pas vouloir effectuer de voyage d'agrément.

- Invités à se prononcer sur les raisons pour lesquelles ils n'envisagent pas effectuer de voyages d'agrément au cours des 12 prochains mois, les touristes de la Nouvelle-Angleterre concernés (5% de l'ensemble des touristes de ce marché) évoquent, en premier lieu, des raisons financières (48%), suivies du manque de temps (37%) et de l'absence de vacances ou l'insuffisance de vacances accumulées (21%).

3. Intention de voyages

Faits saillants des intentions de voyage

Touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis

Destinations envisagées

Les **États-Unis** seraient la destination privilégiée pour un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois.

- En effet, ce sont 88% des touristes de la Nouvelle-Angleterre qui prévoient voyager vers les États-Unis au cours des 12 prochains mois, particulièrement dans les états de la Floride (38%), du Massachusetts (36%), du Maine (27%), du New Hampshire (25%) et de New York (23%). Suivent le Canada (36%), les Caraïbes (31%) et l'Europe (28%).
- Par ailleurs, toutes périodes de l'année confondues, 21% des répondants disent avoir l'intention de visiter le Québec lors d'un prochain voyage d'agrément, ce qui représente une proportion significativement plus élevée par rapport à aux autres marchés américains. Les touristes demeurant dans le Vermont sont ceux où la probabilité de visiter le Québec est la plus élevée (29%).
 - Plus spécifiquement en période estivale, ce sont 18% des touristes de la Nouvelle-Angleterre qui affirment avoir l'intention de visiter le Québec dans le cadre d'un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois. Cette proportion diminue de façon significative à 10% pour un voyage d'agrément en période hivernale.

Type de voyages d'agrément envisagés au Québec

Pour un voyage d'agrément au Québec, le type de voyage envisagé est plus particulièrement une **escapade de courte durée durant la période estivale**.

- Lorsqu'on demande aux touristes de la Nouvelle-Angleterre qui comptent se rendre au Québec dans le cadre d'un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois de définir le type de voyage envisagé, 79% affirment vouloir y faire de courtes escapades durant la période estivale, 39% de courtes escapades durant la période hivernale, 19% de longues vacances au cours de la période estivale et 20% de longues vacances au cours de la période hivernale. Ces résultats démontrent que les touristes de la Nouvelle-Angleterre qui comptent se rendre au Québec envisagent d'y effectuer plusieurs types de voyages, à différentes périodes dans l'année.
- Notons que, comparativement aux autres marchés américains, les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont proportionnellement plus nombreux à avoir l'intention de faire des escapades de courte durée au Québec (97%), notamment en période hivernale (39%).

3. Intention de voyages

3.1 Intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Après s'être prononcés sur leurs voyages d'agrément des trois dernières années et sur les activités qu'ils y ont pratiquées, les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont été interrogés sur leurs intentions de voyage des 12 prochains mois, tant en période estivale qu'en période hivernale.

3.1.1 Période envisagée pour les voyages d'agrément

Au total, 95% des touristes de la Nouvelle-Angleterre ont l'intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois, que ce soit en période estivale ou hivernale.

Plus spécifiquement, ce sont 86% des touristes de la Nouvelle-Angleterre qui comptent effectuer un voyage d'agrément durant la **période estivale**, alors que 76% prévoient voyager durant la **période hivernale**.

Les touristes appartenant aux sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à envisager d'effectuer un voyage d'agrément d'au moins une nuitée à l'extérieur de leur région de résidence ...

... **durant la période estivale (86%)**

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (94%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période estivale (100%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (91%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale seulement (100%), des escapades et des vacances de longue durée (94%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut de 100 000 \$ et plus (93%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (90%);
- ceux résidant dans Boston CMA (88%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (87%).

Au cours des 12 prochains mois ...

86% des touristes de la Nouvelle-Angleterre envisagent de réaliser un voyage d'agrément d'au moins une nuitée en **période estivale**.

76% des touristes de la Nouvelle-Angleterre comptent le faire en **période hivernale**.

3. Intention de voyages

3.1.1 Période envisagée pour les voyages d'agrément - suite

... durant la période hivernale (76%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (90%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (89%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période hivernale (100%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (81%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période hivernale seulement (100%), des escapades et des vacances de longue durée (85%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (81%);
- ceux résidant dans Boston CMA (79%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (79%);
- ceux n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (78% contre 67% de ceux dont ce n'est pas le cas).

3. Intention de voyages

3.1.1 Période envisagée pour les voyages d'agrément - suite

Avez-vous l'intention d'effectuer un ou des voyages d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur de votre région de résidence au cours des 12 prochains mois ?

Base : l'ensemble des répondants

	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Durant la période estivale (mai à octobre inclusivement)										
Oui	85%	88%	85%	84%	85%	86%	88%	80%	83%	86%
Non	15%	12%	15%	16%	15%	14%	12%	20%	17%	14%
Durant la période hivernale (novembre à avril inclusivement)										
Oui	77%	76%	80%	74%	79%	76%	79%	71%	70%	71%
Non	23%	24%	20%	26%	21%	24%	21%	29%	30%	29%
Total ont l'intention de réaliser un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois, toutes périodes de l'année confondues	94%	95%	92%	92%	95%	95%	95%	94%	93%	93%

3. Intention de voyages

3.1.2 Type de voyages d'agrément envisagés

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre qui prévoient réaliser au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois, que ce soit durant la période estivale ou hivernale (95%), ont été invités à préciser le type de voyages qu'ils ont l'intention d'effectuer, à savoir s'il s'agit d'escapades de courte durée (1 à 6 nuitées) ou de vacances de longue durée (7 nuitées ou plus).

3.1.2.1 Escapades de courte durée (1 à 6 nuitées)

Globalement, 92% des touristes de la Nouvelle-Angleterre affirment avoir l'intention d'effectuer au moins une escapade de courte durée au cours des 12 prochains mois, pour la plupart, jusqu'à deux escapades (54%). Ces résultats sont similaires sur le plan statistique à ceux observés dans les autres marchés américains à l'étude.

Les touristes appartenant aux sous-groupes suivants sont plus nombreux, en proportion, à prévoir **effectuer au moins une escapade de courte durée** au cours des 12 prochains mois (92%) :

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (97%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (96%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (95%) et ceux âgés de 45 à 54 ans (95%);
- ceux habitant avec des enfants de moins de 18 ans (95% contre 90% de ceux dont c'est le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (93%), sous forme d'escapades de courte durée (100%);
- les travailleurs (92%);
- les touristes ayant une scolarité de niveau universitaire (92%);
- ceux n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (92% contre 87% de ceux dont ce n'est pas le cas).

La grande majorité des touristes de la Nouvelle-Angleterre prévoient effectuer au moins une **escapade de courte durée** au cours des 12 prochains mois.

3. Intention de voyages

3.1.2.1 Escapades de courte durée (1 à 6 nuitées) - suite

En moyenne, les touristes de la Nouvelle-Angleterre prévoient réaliser **2,3 escapades de courte durée** au cours des 12 prochains mois. Cette moyenne est significativement plus élevée chez les sous-groupes suivants :

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (2,7 voyages en moyenne), plus particulièrement ceux ayant l'intention d'y faire une escapade de courte durée période hivernale (3,2);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (2,7), des escapades et des vacances de longue durée (2,6);
- les retraités (2,5) et les travailleurs (2,4);
- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (2,5) ou de 150 000 \$ et plus (2,8);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (2,4).

Au cours des 12 prochains mois, combien de ces voyages d'agrément seront ... ?

Base : les répondants qui ont l'intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

	États-Unis (n=4167)	Atlantique-Centre (n=1150)	Ouest (n=370)	Sud (n=372)	Centre-Ouest (n=760)	Nouvelle-Angleterre (n=1515)	Boston CMA (n=387)	Maine (n=375)	New Hampshire (n=378)	Vermont (n=375)	Période estivale seulement (n=802)	Période hivernale seulement (n=392)	Périodes estivale et hivernale (n=2973)
Des escapades de courte durée (1 à 6 nuitées)													
Aucun voyage	4%	3%	3%	5%	5%	4%	4%	5%	6%	6%	8%	12%	1%
Un voyage	27%	28%	26%	28%	26%	27%	28%	27%	24%	17%	45%	46%	21%
Deux voyages	27%	29%	25%	28%	26%	27%	26%	27%	29%	31%	24%	20%	30%
Trois voyages	19%	21%	21%	16%	18%	19%	19%	18%	16%	22%	13%	13%	22%
Quatre voyages	7%	7%	9%	7%	7%	10%	10%	9%	10%	8%	2%	1%	9%
Cinq voyages et plus	12%	10%	11%	12%	13%	10%	9%	8%	11%	12%	3%	2%	13%
Moyenne (escapades) ⁹	2,3	2,3	2,4	2,3	2,4	2,3	2,3	2,3	2,3	2,5	1,6	1,5	2,6
Ne sait pas / Refus	4%	3%	3%	4%	5%	4%	4%	6%	4%	5%	5%	6%	3%

3. Intention de voyages

La plupart des touristes de la Nouvelle-Angleterre envisagent de réaliser une seule **vacance de longue durée** au cours des 12 prochains mois.

3.1.2.2 Vacances de longue durée (7 nuitées ou plus)

Lorsqu'on demande aux touristes de la Nouvelle-Angleterre de préciser le nombre de vacances de longue durée qu'ils prévoient faire au cours des 12 prochains mois, 80% disent avoir l'intention d'en effectuer au moins une, dont 42% qui comptent n'en faire qu'une seule. Notons que 15% n'ont pas l'intention de réaliser ce type de voyage au cours des 12 prochains mois. Cette dernière proportion est statistiquement similaire à celle observée parmi l'ensemble des autres marchés américains.

Les touristes appartenant aux sous-groupes suivants sont plus nombreux, en proportion, à prévoir **effectuer au moins une vacance de longue durée** au cours des 12 prochains mois (80%) :

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut de 100 000 \$ et plus (90%);
- ceux âgés de 55 à 64 ans (86%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains en période estivale et hivernale (86%), sous forme de vacances de longue durée (100%) ou d'escapades et de vacances (100%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (85%), plus précisément ceux qui prévoient y prendre des vacances de longue durée en période estivale (99%) ou hivernale (100%);
- les travailleurs (82%);
- les touristes résidant dans Boston CMA (82%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (81%).

En moyenne, les touristes de la Nouvelle-Angleterre prévoient réaliser **1,5 voyage de longue durée** au cours des 12 prochains mois. Cette moyenne est significativement plus élevée chez les sous-groupes suivants :

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (1,9 voyage en moyenne), plus particulièrement ceux qui prévoient y faire un voyage de longue durée en période hivernale (2,5);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (1,7), des escapades et des vacances de longue durée (1,8);
- les touristes âgés de 55 à 64 ans (1,8) ou de 65 ans et plus (1,7);
- les retraités (1,8);
- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (1,7) ou de 150 000 \$ et plus (1,8);
- ceux résidant dans Boston CMA (1,6);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (1,6).

3. Intention de voyages

3.1.2.2 Vacances de longue durée (7 nuitées ou plus) - suite

Au cours des 12 prochains mois, combien de ces voyages d'agrément seront ... ?

Base : les répondants qui ont l'intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

	États-Unis (n=4167)	Atlantique- Centre (n=1150)	Ouest (n=370)	Sud (n=372)	Centre- Ouest (n=760)	Nouvelle- Angleterre (n=1515)	Boston CMA (n=387)	Maine (n=375)	New Hampshire (n=378)	Vermont (n=375)	Période estivale seulement (n=802)	Période hivernale seulement (n=392)	Périodes estivale et hivernale (n=2973)
Des vacances de longue durée (7 nuitées ou plus)													
Aucun voyage	16%	13%	11%	21%	17%	15%	13%	17%	20%	17%	28%	28%	9%
Un voyage	41%	41%	43%	41%	40%	42%	42%	42%	41%	45%	44%	41%	40%
Deux voyages	21%	24%	20%	17%	23%	22%	23%	23%	21%	20%	12%	14%	27%
Trois voyages	10%	10%	11%	10%	8%	9%	10%	5%	8%	9%	6%	8%	11%
Quatre voyages	4%	4%	6%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	2%	1%	5%
Cinq voyages et plus	3%	3%	3%	3%	3%	3%	4%	2%	1%	2%	1%	1%	4%
Moyenne (vacances) ¹⁰	1,5	1,6	1,7	1,4	1,5	1,5	1,6	1,3	1,3	1,4	1,1	1,1	1,7
Ne sait pas / Refus	5%	5%	5%	4%	6%	5%	5%	7%	5%	6%	7%	7%	4%

3. Intention de voyages

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre qui ont l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois envisagent de réaliser **3,7 voyages** en moyenne, que ce soit des escapades ou des vacances de longue durée.

3.1.2.3 Nombre de voyages d'agrément prévus au cours des 12 prochains mois au total

Au total, les touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis qui ont l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois prévoient faire **3,7 voyages d'agrément** en moyenne, que ce soit de courtes escapades ou de longues vacances.¹¹

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre appartenant aux sous-groupes suivants ont l'intention de réaliser un **plus grand nombre de voyages d'agrément**, en moyenne, au cours des 12 prochains mois :

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (4,5 voyages en moyenne);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (4,3), des escapades et des vacances de longue durée (4,4);
- les retraités (4,2);
- les touristes âgés de 55 ans et plus (4,1);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (4,1) ou de 150 000 \$ et plus (4,5);
- les hommes (3,9 contre 3,6 chez les femmes);
- les touristes ayant une scolarité de niveau universitaire (3,9);
- ceux résidant dans Boston CMA (3,8).

Au cours des 12 prochains mois, combien de ces voyages d'agrément seront ... ?

Base : les répondants qui ont l'intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

	États-Unis (n=4167)	Atlantique-Centre (n=1150)	Ouest (n=370)	Sud (n=372)	Centre-Ouest (n=760)	Nouvelle-Angleterre (n=1515)	Boston CMA (n=387)	Maine (n=375)	New Hampshire (n=378)	Vermont (n=375)
Moyenne totale des voyages d'agrément prévus au cours des 12 prochains mois	3,8	3,8	4,0	3,6	3,7	3,7	3,8	3,5	3,5	3,7

3. Intention de voyages

En **période estivale**, ce sont les **États-Unis** qui seraient la destination la plus populaire pour les voyages d'agrément des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

3.1.3 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément - suite

Il a ensuite été demandé aux touristes du marché de la Nouvelle-Angleterre qui prévoient effectuer au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (95%) d'indiquer les destinations qu'ils comptent visiter.

3.1.3.1 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément en période estivale

Pour de courtes escapades ou de longues vacances durant la **période estivale** (mai à octobre inclusivement), les touristes du marché de la Nouvelle-Angleterre ont l'intention de visiter, en plus grande proportion, les États-Unis (82%) et, dans une moindre mesure, le Canada (33%), l'Europe (22%) et les Caraïbes (16%).

Durant cette période, ce sont 18% des touristes de la Nouvelle-Angleterre qui prévoient visiter le **Québec** au cours des 12 prochains mois pour un voyage d'agrément. Cette proportion est significativement **plus élevée** chez :

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (87%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période estivale (94%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (28%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (26%) ou entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (24%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (22%), des escapades et des vacances de longue durée (22%);
- les hommes (22% contre 15% des femmes);
- les travailleurs (21%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (20%).

Le détail des résultats est présenté au tableau de la page suivante.

3. Intention de voyages

3.1.3.1 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément en période estivale - suite

Et quelles destinations envisagez-vous jusqu'ici pour vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Base : les répondants qui ont l'intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4167)	Atlantique- Centre (n=1150)	Ouest (n=370)	Sud (n=372)	Centre- Ouest (n=760)	Nouvelle- Angleterre (n=1515)	Boston CMA (n=387)	Maine (n=375)	New Hampshire (n=378)	Vermont (n=375)
Pour des escapades/vacances en période estivale (mai à octobre inclusivement)										
Canada	22%	29%	22%	17%	19%	33%	34%	32%	28%	28%
• Le Québec	9%	15%	7%	7%	8%	18%	19%	17%	18%	22%
• L'Ontario	9%	13%	8%	7%	7%	10%	11%	5%	9%	8%
• Provinces de l'Atlantique	8%	13%	6%	7%	6%	14%	14%	18%	14%	10%
• Autres provinces et territoires	8%	7%	11%	6%	7%	7%	8%	3%	6%	3%
États-Unis	80%	77%	72%	79%	88%	82%	80%	85%	87%	87%
Les Caraïbes	17%	21%	14%	20%	13%	16%	19%	8%	12%	5%
Mexique	14%	10%	16%	16%	13%	8%	10%	3%	5%	3%
Amérique du Sud et Amérique Centrale	7%	9%	7%	9%	5%	5%	7%	2%	3%	2%
Pays en Europe	21%	23%	24%	18%	21%	22%	26%	13%	16%	16%
Pays en Océanie	5%	4%	7%	4%	4%	3%	3%	2%	2%	2%
Pays en Asie	9%	8%	15%	9%	6%	7%	8%	2%	2%	2%
Pays en Afrique	4%	4%	3%	4%	3%	3%	4%	1%	1%	1%
Autre(s) pays	2%	3%	2%	4%	1%	3%	3%	2%	2%	0%

3. Intention de voyages

Les **États-Unis** demeurent la destination la plus convoitée des touristes de la Nouvelle-Angleterre pour les voyages d'agrément en **période hivernale** des 12 prochains mois.

Le **Québec** est une destination moins envisagée pour un voyage en période hivernale.

3.1.3.2 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément en période hivernale

En **période hivernale**, les **États-Unis** demeurent la destination la plus populaire pour y effectuer un voyage d'agrément au cours de la prochaine année (75% des mentions). Cette dernière proportion est d'ailleurs supérieure à celle observée pour l'ensemble des États-Unis. Les deuxième et troisième positions sont respectivement occupées par les Caraïbes (22%) et le Canada (18%).

Alors que 18% des touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis envisageaient de visiter **le Québec** au cours de la période estivale 2017, ce sont maintenant 10% qui ont l'intention de le visiter au cours de la **période hivernale**. C'est le cas plus particulièrement des sous-groupes suivants :

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (46%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période hivernale (76%);
- ceux résidant dans le Vermont (14%);
- les hommes (13% contre 7% des femmes);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (11%), des escapades et des vacances de longue durée (11%).

Le détail des résultats est présenté au tableau de la page suivante.

3. Intention de voyages

3.1.3.2 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément en période hivernale - suite

Et quelles destinations envisagez-vous jusqu'ici pour vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Base : les répondants qui ont l'intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4167)	Atlantique- Centre (n=1150)	Ouest (n=370)	Sud (n=372)	Centre- Ouest (n=760)	Nouvelle- Angleterre (n=1515)	Boston CMA (n=387)	Maine (n=375)	New Hampshire (n=378)	Vermont (n=375)
Pour des escapades/vacances en période hivernale (novembre à avril inclusivement)										
Canada	12%	16%	15%	10%	9%	18%	19%	14%	13%	20%
• Le Québec	4%	5%	5%	3%	2%	10%	10%	9%	10%	14%
• L'Ontario	5%	6%	6%	4%	4%	6%	8%	2%	4%	5%
• Provinces de l'Atlantique	5%	6%	5%	6%	3%	5%	6%	5%	3%	2%
• Autres provinces et territoires	5%	7%	8%	3%	4%	6%	7%	3%	3%	4%
États-Unis	72%	67%	68%	73%	77%	75%	74%	80%	77%	81%
Les Caraïbes	20%	26%	12%	18%	23%	22%	23%	23%	22%	11%
Mexique	15%	12%	14%	13%	20%	9%	9%	8%	8%	8%
Amérique du Sud et Amérique Centrale	8%	9%	10%	7%	7%	9%	10%	5%	4%	6%
Pays en Europe	14%	15%	14%	13%	13%	14%	16%	9%	8%	9%
Pays en Océanie	5%	5%	7%	6%	5%	4%	5%	3%	3%	3%
Pays en Asie	10%	8%	17%	9%	7%	8%	10%	2%	4%	2%
Pays en Afrique	3%	5%	3%	3%	3%	3%	4%	1%	1%	2%
Autre(s) pays	2%	4%	1%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	3%

3. Intention de voyages

Pour un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois, les États-Unis seraient la destination privilégiée des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

3.1.3.3 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément au cours des 12 prochains mois

Au total, que ce soit pour la période estivale ou hivernale, les États-Unis ont définitivement la cote auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre (88% des mentions). Suivent, le Canada (36%), les Caraïbes (31%) et l'Europe (28%).¹²

☞ *Rappelons qu'il s'agit également des destinations qui ont été les plus populaires au cours des trois dernières années auprès des touristes de ce marché (voir pages 35-40).*

Au total, 21% des touristes de la Nouvelle-Angleterre ont l'intention de visiter le Québec, ce qui représente une proportion significativement plus élevée par rapport à l'ensemble des autres marchés américains. Notamment, les touristes demeurant dans le Vermont sont proportionnellement plus nombreux à avoir l'intention d'y venir au cours des 12 prochains mois (29%).

Le Québec serait également une destination vacances **davantage privilégiée** par les sous-groupes suivants :

- les personnes âgées de 25 à 34 ans (29%);
- celles résidant dans le Vermont (29%);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 80 000 \$ et 149 999 \$ (28%);
- les hommes (26% contre 17% des femmes);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (25%), des escapades et des vacances de longue durée (25%);
- les travailleurs (24%);
- les touristes ayant une scolarité de niveau universitaire (23%).

Le détail des résultats est présenté au tableau de la page suivante.

Destinations touristiques envisagées au cours des 12 prochains mois :

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont significativement plus nombreux, en proportion, à envisager de visiter le Québec pour leurs voyages d'agrément des 12 prochains mois, que ce soit en période estivale ou en période hivernale.

3. Intention de voyages

3.1.3.3 Destinations envisagées pour les voyages d'agrément au cours des 12 prochains mois - suite

Et quelles destinations envisagez-vous jusqu'ici pour vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Base : les répondants qui ont l'intention d'effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4167)	Atlantique- Centre (n=1150)	Ouest (n=370)	Sud (n=372)	Centre- Ouest (n=760)	Nouvelle- Angleterre (n=1515)	Boston CMA (n=387)	Maine (n=375)	New Hampshire (n=378)	Vermont (n=375)
Canada	25%	32%	27%	21%	21%	36%	36%	34%	33%	35%
• Le Québec	11%	17%	10%	8%	9%	21%	21%	21%	21%	29%
• L'Ontario	11%	16%	13%	9%	9%	13%	15%	6%	11%	10%
• Provinces de l'Atlantique	11%	16%	10%	11%	8%	16%	16%	20%	16%	10%
• Autres provinces et territoires	11%	12%	15%	9%	9%	10%	11%	5%	7%	6%
États-Unis	87%	83%	83%	87%	92%	88%	87%	93%	92%	92%
Les Caraïbes	29%	36%	20%	29%	29%	31%	34%	26%	27%	14%
Mexique	22%	17%	24%	22%	25%	14%	15%	10%	11%	9%
Amérique du Sud et Amérique Centrale	13%	14%	14%	13%	10%	11%	13%	7%	6%	7%
Pays en Europe	27%	29%	30%	25%	27%	28%	31%	18%	20%	20%
Pays en Océanie	8%	8%	11%	8%	8%	5%	6%	4%	4%	4%
Pays en Asie	15%	12%	25%	14%	10%	11%	13%	4%	5%	3%
Pays en Afrique	6%	7%	6%	6%	5%	5%	6%	2%	2%	2%
Autre(s) pays	4%	5%	3%	5%	2%	4%	4%	3%	3%	3%

3. Intention de voyages

Pour leur **prochain voyage d'agrément prévu au Québec**, plus des trois quarts des touristes de la Nouvelle-Angleterre qui comptent visiter la province ont l'intention de le faire en **période estivale**, dans le cadre d'une **escapade de courte durée**.

3.1.4 Intention de visiter le Québec au cours des 12 prochains mois

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre qui envisagent de **visiter le Québec** dans le cadre d'un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (21%) ont été invités à préciser s'ils comptent s'y rendre durant la période estivale ou la période hivernale et le type de voyage envisagé.

Une plus grande proportion de touristes de la Nouvelle-Angleterre ont l'intention de réaliser **une escapade de courte durée en période estivale** lors de leur prochain passage au Québec (79%). Pour leur part, 39% prévoient y faire une escapade de courte durée durant la période hivernale (cette proportion est d'ailleurs plus élevée que celle observée parmi l'ensemble des autres marchés américains), 19% un voyage de longue durée durant la période estivale (une proportion plus faible que celle observée parmi l'ensemble des autres marchés américains) et 20% un voyage de longue durée en période hivernale.

Pour leur **prochain voyage d'agrément prévu au Québec**, les sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à envisager réaliser ...

... une escapade de courte durée en période estivale (79%)

- les touristes envisageant de prendre des vacances de longue durée au Québec en période hivernale au cours des 12 prochains mois (98%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale seulement (94%) ou en période estivale et hivernale (82%), des escapades et des vacances de longue durée (82%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (90%);
- ceux âgés de 55 à 64 ans (88%).

... une escapade de courte durée en période hivernale (39%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (62%);
- ceux résidant dans le Vermont (57%);
- les travailleurs (43%).

3. Intention de voyages

3.1.4 Intention de visiter le Québec au cours des 12 prochains mois - suite

... des vacances de longue durée en période estivale (19%)

- les personnes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (41%);
- les hommes (23% contre 13% des femmes);
- les travailleurs (23%);
- les personnes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (22%), des escapades et des vacances de longue durée (22%).

... des vacances de longue durée en période hivernale (20%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (62%);
- ceux ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (33%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (28%);
- les hommes (25% contre 12% des femmes);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (24%), des escapades et des vacances de longue durée (23%);
- ceux résidant dans Boston CMA (24%);
- les travailleurs (23%).

Le tableau de la page suivante présente les résultats détaillés.

Types de voyages envisagés au Québec :

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont significativement plus nombreux, en proportion, que l'ensemble des autres marchés américains à prévoir faire une escapade de courte durée au Québec (97%). Ils sont par ailleurs plus nombreux que les touristes des autres marchés à prévoir le faire en période hivernale (39%).

3. Intention de voyages

3.1.4 Intention de visiter le Québec au cours des 12 prochains mois - suite

Votre ou vos voyages d'agrément prévus au Québec seront-ils ... ?

Base : les répondants qui ont l'intention de visiter le Québec dans le cadre d'un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=627)	Atlantique- Centre (n=172)	Ouest (n=34)	Sud (n=26) ¹³	Centre- Ouest (n=58)	Nouvelle- Angleterre (n=337)	Boston CMA (n=75)	Maine (n=75)	New Hampshire (n=76)	Vermont (n=111)
Total escapades de courte durée	89%	90%	81%	98%	82%	97%	97%	98%	93%	97%
Des escapades de courtes durée durant la période estivale	74%	74%	73%	73%	73%	79%	81%	70%	81%	73%
Des escapades de courtes durée durant la période hivernale	29%	28%	24%	41%	16%	39%	37%	46%	34%	57%
Total vacances de longue durée	51%	55%	56%	48%	51%	34%	41%	15%	23%	18%
Des vacances de longue durée durant la période estivale	39%	41%	40%	38%	44%	19%	22%	6%	20%	13%
Des vacances de longue durée durant la période hivernale	21%	24%	29%	20%	11%	20%	24%	11%	6%	13%

3. Intention de voyages

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre qui comptent voyager aux États-Unis au cours des 12 prochains mois le feraient plus particulièrement dans les états de la **Floride** (38%) et du **Massachusetts** (36%).

3.1.5 Intention de visiter les États-Unis au cours des 12 prochains mois

De leur côté, les touristes du marché de la Nouvelle-Angleterre qui ont l'intention de **voyager vers les États-Unis** lors d'un voyage d'agrément des 12 prochains mois (88%) ont été interrogés sur les états qu'ils prévoient visiter.¹⁴

Les états américains les plus convoités pour un prochain voyage d'agrément sont la **Floride** (38%), le **Massachusetts** (36%), le **Maine** (27%), le **New Hampshire** (25%) et **New York** (23%). D'ailleurs, les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont proportionnellement **plus nombreux** que les touristes des autres marchés américains ciblés à avoir l'intention de visiter ces états, à l'exception de New York où ils sont aussi nombreux.

Soulignons également que les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont plus nombreux à prévoir se rendre dans les états suivants : Vermont (13%), Connecticut (11%), Rhode Island (8%), Georgie (6%) et Kansas (2%).

Pour leur prochain voyage d'agrément prévu aux États-Unis, les sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à avoir l'intention de se rendre ...

... en Floride (38%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (49%);
- les retraités (44%);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (42%), plus précisément des escapades et des vacances de longue durée (42%);
- ceux n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (41% contre 23% de ceux dont c'est le cas);
- ceux résidant dans Boston CMA (40%).

... au Massachusetts (36%)

- les touristes âgés de 25 à 34 ans (49%) et ceux âgés de 35 à 44 ans (45%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (44%);
- ceux habitant avec des enfants de moins de 18 ans (44% contre 33% de ceux dont ce n'est pas le cas);
- les hommes (42% contre 31% des femmes);
- les touristes résidant dans Boston CMA (40%);
- les travailleurs (38%);
- les touristes ayant une scolarité de niveau universitaire (37%).

3. Intention de voyages

3.1.5 Intention de visiter les États-Unis au cours des 12 prochains mois - suite

... dans le Maine (27%)

- les touristes âgés de 65 ans et plus (35%);
- ceux qui résident dans le New Hampshire (35%);
- les retraités (34%);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (31%).

... dans le New Hampshire (25%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (37%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (32%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (27%).

... dans l'état de New York (23%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (37%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (31%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (26%);
- ceux résidant dans Boston CMA (25%);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (24%);
- ceux n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (24% contre 14% de ceux dont c'est le cas).

3. Intention de voyages

3.1.5 Intention de visiter les États-Unis au cours des 12 prochains mois - suite

Quel(s) état(s) américain(s) envisagez-vous visiter lors de vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Base : les répondants qui ont l'intention de visiter les États-Unis dans le cadre d'un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=2452)	Atlantique- Centre (n=687)	Ouest (n=212)	Sud (n=226)	Centre- Ouest (n=441)	Nouvelle- Angleterre (n=886)	Boston CMA (n=240)	Maine (n=218)	New Hampshire (n=233)	Vermont (n=195)
Floride	23%	30%	13%	24%	23%	38%	40%	30%	38%	26%
Californie	32%	21%	71%	19%	29%	17%	20%	8%	15%	10%
New York	18%	29%	19%	16%	9%	23%	25%	12%	18%	28%
New Jersey	6%	21%	5%	1%	2%	8%	9%	4%	5%	8%
Massachusetts	7%	11%	6%	5%	2%	36%	40%	25%	30%	26%
Pennsylvanie	5%	19%	2%	1%	2%	7%	6%	8%	9%	12%
Colorado	15%	6%	8%	11%	34%	6%	6%	2%	5%	8%
Maine	4%	7%	1%	2%	3%	27%	25%	31%	35%	30%
Nevada	11%	7%	18%	9%	13%	7%	7%	5%	6%	5%
Texas	18%	4%	6%	45%	7%	8%	9%	4%	8%	2%
Virginie	5%	14%	2%	4%	2%	5%	4%	9%	6%	9%
Maryland	4%	13%	1%	2%	0%	5%	5%	7%	5%	2%
Caroline du Nord	5%	9%	2%	4%	4%	6%	5%	6%	8%	7%
District of Columbia	4%	9%	2%	2%	1%	8%	10%	4%	4%	5%
New Hampshire	3%	4%	1%	2%	1%	25%	25%	25%	25%	28%
Arizona	8%	5%	11%	5%	14%	5%	6%	4%	7%	4%

Suite à la page suivante →

3. Intention de voyages

3.1.5 Intention de visiter les États-Unis au cours des 12 prochains mois - suite

Quel(s) état(s) américain(s) envisagez-vous visiter lors de vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Base : les répondants qui ont l'intention de visiter les États-Unis dans le cadre d'un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=2452)	Atlantique- Centre (n=687)	Ouest (n=212)	Sud (n=226)	Centre- Ouest (n=441)	Nouvelle- Angleterre (n=886)	Boston CMA (n=240)	Maine (n=218)	New Hampshire (n=233)	Vermont (n=195)
Caroline du Sud	4%	7%	2%	3%	3%	6%	6%	7%	6%	8%
Connecticut	3%	7%	1%	2%	1%	11%	10%	14%	16%	11%
Hawaii	10%	3%	20%	11%	7%	5%	6%	1%	3%	3%
Georgie	4%	5%	3%	4%	3%	6%	6%	8%	5%	4%
Oregon	6%	4%	14%	2%	6%	3%	2%	2%	4%	5%
Vermont	2%	5%	0%	2%	1%	13%	13%	8%	14%	25%
Washington	6%	4%	11%	3%	5%	3%	3%	1%	3%	4%
Delaware	2%	6%	1%	1%	0%	2%	2%	2%	3%	1%
Louisiane	5%	3%	3%	10%	3%	5%	6%	3%	2%	2%
Rhode Island	1%	4%	0%	0%	0%	8%	10%	2%	5%	2%
Tennessee	3%	4%	2%	4%	3%	4%	4%	2%	1%	3%
Alaska	3%	3%	2%	3%	3%	3%	3%	2%	4%	1%
Illinois	5%	3%	3%	6%	6%	3%	3%	2%	3%	2%
Minnesota	6%	1%	2%	2%	19%	2%	2%	1%	2%	2%
Montana	3%	2%	4%	3%	3%	2%	2%	1%	2%	2%
Nouveau-Mexique	4%	3%	4%	5%	6%	3%	3%	1%	2%	0%

Suite à la page suivante →

3. Intention de voyages

3.1.5 Intention de visiter les États-Unis au cours des 12 prochains mois - suite

Quel(s) état(s) américain(s) envisagez-vous visiter lors de vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Base : les répondants qui ont l'intention de visiter les États-Unis dans le cadre d'un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=2452)	Atlantique- Centre (n=687)	Ouest (n=212)	Sud (n=226)	Centre- Ouest (n=441)	Nouvelle- Angleterre (n=886)	Boston CMA (n=240)	Maine (n=218)	New Hampshire (n=233)	Vermont (n=195)
Utah	4%	3%	5%	2%	6%	3%	3%	3%	3%	3%
Alabama	1%	2%	0%	2%	1%	2%	2%	3%	1%	0%
Kentucky	1%	2%	0%	1%	1%	1%	1%	3%	0%	1%
Michigan	2%	2%	1%	1%	3%	2%	2%	3%	3%	0%
Missouri	3%	1%	2%	4%	4%	2%	2%	1%	0%	2%
Ohio	2%	2%	2%	2%	2%	3%	3%	4%	3%	2%
Virginie-Occidentale	1%	3%	0%	1%	0%	2%	2%	3%	1%	1%
Wisconsin	4%	1%	2%	2%	11%	3%	4%	0%	0%	2%
Wyoming	2%	1%	2%	1%	6%	2%	2%	1%	2%	2%
Arkansas	3%	1%	0%	8%	1%	1%	1%	0%	0%	2%
Dakota du Nord	1%	1%	0%	0%	2%	1%	1%	1%	3%	1%
Dakota du Sud	2%	1%	1%	1%	4%	1%	1%	1%	1%	0%
Idaho	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	0%	1%	2%
Indiana	2%	1%	2%	1%	2%	1%	1%	3%	1%	0%
Iowa	2%	1%	1%	2%	4%	1%	2%	1%	1%	1%
Kansas	2%	0%	0%	2%	4%	2%	2%	0%	0%	1%

Suite à la page suivante →

3. Intention de voyages

3.1.5 Intention de visiter les États-Unis au cours des 12 prochains mois - suite

Quel(s) état(s) américain(s) envisagez-vous visiter lors de vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Base : les répondants qui ont l'intention de visiter les États-Unis dans le cadre d'un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=2452)	Atlantique- Centre (n=687)	Ouest (n=212)	Sud (n=226)	Centre- Ouest (n=441)	Nouvelle- Angleterre (n=886)	Boston CMA (n=240)	Maine (n=218)	New Hampshire (n=233)	Vermont (n=195)
Mississippi	1%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	0%
Nebraska	1%	1%	1%	0%	2%	1%	1%	1%	1%	0%
Oklahoma	3%	1%	0%	8%	1%	1%	1%	0%	0%	1%

3. Intention de voyages

La principale raison évoquée par les touristes de la Nouvelle-Angleterre de ne pas prévoir de voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois a trait au **manque de ressources financières** (48%).

3.2 Raisons de ne pas effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Les touristes qui n'ont pas l'intention d'effectuer de voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (5%), que ce soit en période estivale ou hivernale, ont été questionnés sur les raisons pour lesquelles ils ne l'envisagent pas.

Les principales raisons soulevées ont trait aux **finances** (48%) et au **manque de temps** (37%). Par rapport aux autres marchés américains, les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont proportionnellement plus nombreux à ne pas envisager de réaliser un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois pour ces deux raisons. Inversement, ils sont proportionnellement moins nombreux que les touristes des autres marchés à ne pas avoir l'intention d'effectuer un voyage d'agrément à cause d'obligations familiales.

Notons qu'aucune différence significative n'est observée selon les sous-groupes.

Pourquoi n'avez-vous pas l'intention d'effectuer un voyage d'agrément impliquant au moins une nuitée à l'extérieur de votre région de résidence au cours des 12 prochains mois ?

Base : les répondants qui n'ont pas l'intention de réaliser un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=264)	Atlantique-Centre (n=66)	Ouest (n=30)	Sud (n=29) ¹⁵	Centre-Ouest (n=44)	Nouvelle-Angleterre (n=95)	Boston CMA (n=20) ¹¹	Maine (n=25) ¹⁵	New Hampshire (n=24) ¹⁵	Vermont (n=26) ¹⁵
Raisons financières	32%	22%	36%	29%	38%	48%	49%	47%	42%	51%
Manque de temps	25%	18%	16%	30%	30%	37%	47%	25%	10%	35%
Obligations familiales	16%	17%	16%	19%	13%	5%	0%	19%	4%	25%
Pas de vacances, pas assez de vacances accumulées	16%	10%	17%	20%	14%	21%	26%	12%	15%	13%
Problème de santé, âge	8%	10%	6%	10%	8%	7%	4%	18%	8%	0%
Capacité physique restreinte	5%	10%	0%	6%	6%	7%	9%	2%	9%	0%

Suite à la page suivante →

3. Intention de voyages

3.2 Raisons de ne pas effectuer un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois - suite

Pourquoi n'avez-vous pas l'intention d'effectuer un voyage d'agrément impliquant au moins une nuitée à l'extérieur de votre région de résidence au cours des 12 prochains mois ?

Base : les répondants qui n'ont pas l'intention de réaliser un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=264)	Atlantique- Centre (n=66)	Ouest (n=30)	Sud (n=29) ¹⁶	Centre- Ouest (n=44)	Nouvelle- Angleterre (n=95)	Boston CMA (n=20) ¹⁶	Maine (n=25) ¹⁶	New Hampshire (n=24) ¹⁶	Vermont (n=26) ¹⁶
Je ferai des voyages d'agrément, mais uniquement dans ma région de résidence	6%	2%	7%	4%	10%	3%	0%	7%	10%	6%
Langue étrangère	2%	4%	4%	0%	0%	3%	5%	0%	0%	0%
Barrière au voyage	3%	3%	3%	4%	0%	3%	5%	0%	0%	0%
Sécurité	3%	3%	4%	0%	7%	4%	5%	7%	0%	0%
Taux de change	0%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%
Autres raisons	7%	8%	3%	9%	8%	6%	5%	2%	11%	10%
Aucune raison en particulier	21%	20%	17%	24%	20%	18%	15%	21%	25%	22%

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

Faits saillants de l'évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

Touristes de la Nouvelle-Angleterre des États-Unis

Attrait des activités lors des voyages d'agrément

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre ont un **intérêt généralement modéré** à l'égard de l'ensemble des activités possibles de pratiquer lors d'un voyage d'agrément.

- Le tableau ci-dessous présente, dans l'ordre, toutes les activités culturelles et événementielles, de plein air et sportives, récréatives et de divertissement qui présentent une note moyenne d'attrait de 6,0 sur 10 et plus pour les touristes de la Nouvelle-Angleterre. Rappelons que la note 1 signifie qu'il s'agit d'une activité qui n'est pas du tout attrayante à pratiquer lors d'un voyage d'agrément, alors que la note 10 signifie qu'il s'agit d'une activité très attrayante.
- Les résultats en [bleu](#) présentent le pourcentage de touristes de la Nouvelle-Angleterre ayant sélectionné cette activité comme étant une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément. À noter que seuls les répondants ayant démontré un degré d'attractivité élevé à l'égard d'une activité particulière (ayant donné une note de 7 sur 10 et plus) se sont prononcés sur le fait que cette activité soit une motivation suffisante ou non de voyager. Au regard des résultats, on constate que, tous types d'activités confondus, la plage et la baignade, les festivals et événements d'été et les parcs nationaux sont celles qui s'avèrent les plus attrayantes et les plus susceptibles de motiver un voyage d'agrément.

Activités culturelles et événementielles	Activités de plein air et sportives	Activités récréatives et de divertissement
<ul style="list-style-type: none">• Festivals et événements d'été (7,2 51%)• Arts de la scène (6,8 32%)• Musées et écomusées (6,5 27%)• Patrimoine, architecture et design urbain (6,3 28%)• Routes et circuits touristiques (6,2 29%)	<ul style="list-style-type: none">• Plage et baignade (7,4 52%)• Parcs nationaux (7,2 51%)• Observation de la faune et de la flore (6,5 33%)• Observation des mammifères marins (6,4 33%)• Randonnée pédestre en milieu naturel (6,1 28%)• Séjours en villégiature (6,0 29%)	<ul style="list-style-type: none">• Parcs zoologiques et aquariums (6,5 36%)• Magasinage (6,2 30%)• Croisières (6,2 39%)• Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques (6,0 37%)

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

Une série d'activités culturelles et événementielles, de plein air et sportives, récréatives et de divertissement a été présentée aux touristes du marché de la Nouvelle-Angleterre. Ces derniers devaient indiquer, à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où la note 1 signifie qu'il s'agit d'une activité qui n'est pas du tout attrayante et la note 10 qu'il s'agit d'une activité très attrayante, le degré d'attrait de chacune des activités lors d'un voyage d'agrément, de même que les activités pouvant justifier un voyage d'agrément.

À noter que pour faciliter la lecture des résultats, seules les notes moyennes d'attrait sur 10 sont présentées pour chacune des activités évaluées.

4.1 Attrait des activités culturelles et événementielles lors d'un voyage d'agrément

4.1.1 Degré d'attractivité des activités culturelles et événementielles lors d'un voyage d'agrément

Participer à des **festivals** et des **événements d'été** à destination (7,2 sur 10), apprécier les **arts de la scène** (6,8 sur 10), visiter les **musées et les économusées** (6,5 sur 10), découvrir le **patrimoine**, l'**architecture** et le **design urbain** (6,3 sur 10), ainsi que parcourir les **routes et circuits touristiques** (6,2 sur 10) seraient les activités culturelles et événementielles les plus attrayantes à réaliser lors d'un voyage d'agrément selon les touristes de la Nouvelle-Angleterre.

Les notes moyennes d'attrait pour les principales activités culturelles et événementielles sont significativement **plus élevées** chez les sous-groupes suivants :

Festivals et événements d'été (7,2 sur 10)

- les touristes âgés de 25 à 34 ans (7,7 sur 10);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 40 000 \$ et 79 999 \$ (7,7 sur 10);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (7,6 sur 10), plus précisément ceux qui prévoient y prendre des vacances de longue durée en période estivale (8,3 sur 10);
- les femmes (7,5 sur 10 contre 6,9 sur 10 chez les hommes);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (7,3 sur 10), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (7,4 sur 10), des escapades et des vacances de longue durée (7,3 sur 10).

Selon les touristes de la Nouvelle-Angleterre, l'**activité culturelle ou événementielle** la plus attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément serait de prendre part à des **festivals et événements d'été**.

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.1.1 Degré d'attractivité des activités culturelles et événementielles lors d'un voyage d'agrément - suite

Arts de la scène (6,8 sur 10)

- les personnes en recherche d'emploi (7,8 sur 10);
- celles âgées de 18 à 24 ans (7,1 sur 10) et celles âgées de 25 à 34 ans (7,3 sur 10);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (7,1 sur 10);
- celles ayant, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (7,1 sur 10 contre 6,7 sur 10 chez celles dont ce n'est pas le cas);
- les femmes (6,9 sur 10 contre 6,6 sur 10 chez les hommes);
- les personnes résidant dans Boston CMA (6,9 sur 10);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (6,8 sur 10), plus précisément celles qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (7,0 sur 10), des escapades et des vacances de longue durée (6,9 sur 10).

Musées et économusées (6,5 sur 10)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (7,1 sur 10), plus précisément ceux qui prévoient y prendre des vacances de longue durée en période estivale (7,9 sur 10);
- ceux ayant, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (6,9 sur 10 contre 6,4 sur 10 chez ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (6,8 sur 10);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (6,7 sur 10);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (6,6 sur 10);
- ceux résidant dans Boston CMA (6,5 sur 10);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (6,5 sur 10), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (6,7 sur 10), des escapades et des vacances de longue durée (6,6 sur 10).

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.1.1 Degré d'attractivité des activités culturelles et événementielles lors d'un voyage d'agrément - suite

Patrimoine, architecture et design urbain (6,3 sur 10)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (7,3 sur 10);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (6,7 sur 10);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (6,4 sur 10);
- ceux résidant dans Boston CMA (6,4 sur 10);
- les hommes (6,4 sur 10 contre 6,1 sur 10 chez les femmes);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (6,3 sur 10), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (6,6 sur 10), des escapades et des vacances de longue durée (6,5 sur 10).

Routes et circuits touristiques (6,2 sur 10)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (6,7 sur 10), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade en période estivale (6,7 sur 10) ou y prendre des vacances de longue durée en été (7,7 sur 10);
- ceux âgés de 25 à 44 ans (6,6 sur 10);
- ceux résidant dans Boston CMA (6,4 sur 10);
- ceux ayant une scolarité de niveau universitaire (6,3 sur 10);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (6,2 sur 10), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (6,4 sur 10), des escapades et des vacances de longue durée (6,4 sur 10).

Attraits à l'égard des activités culturelles et événementielles :

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre affichent des notes moyennes d'attrait significativement plus faibles que l'ensemble des marchés américains ciblés pour toutes les activités culturelles et événementielles suggérées, à l'exception des festivals et événements d'été, des arts de la scène et de la rue, où les résultats sont similaires sur le plan statistique.

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.1.1 Degré d'attractivité des activités culturelles et événementielles lors d'un voyage d'agrément - suite

Veillez évaluer chacune des activités culturelles et événementielles suivantes à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie qu'il s'agit d'une activité pas du tout attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément et 10 qu'il s'agit d'une activité très attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément.

Base : l'ensemble des répondants

Degré d'attrait des activités Note moyenne sur 10	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre- Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Festivals et événements d'été	7,0	7,2	7,0	7,0	6,9	7,2	7,3	7,2	7,2	6,9
Arts de la scène	6,6	6,8	6,6	6,7	6,5	6,8	6,9	6,5	6,6	6,3
Musées et écomusées	6,5	6,7	6,5	6,5	6,4	6,5	6,5	6,2	6,3	6,4
Patrimoine, architecture et design urbain	6,5	6,7	6,5	6,5	6,3	6,3	6,4	6,1	6,0	6,0
Routes et circuits touristiques	6,3	6,4	6,2	6,5	6,1	6,2	6,4	5,6	5,7	5,6
Agrotourisme et tourisme gourmand	6,0	6,2	6,1	5,9	5,7	5,8	5,9	5,6	5,5	5,7
Galleries et centres d'expositions d'art	5,9	6,1	6,1	5,9	5,6	5,8	5,9	5,3	5,4	5,3
Festivals et événements d'hiver	6,0	6,1	5,9	6,1	5,7	5,8	5,9	5,6	5,4	5,2
Arts de la rue	5,6	5,7	5,7	5,7	5,1	5,5	5,6	5,3	5,1	5,1
Événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateur	5,6	5,6	5,5	5,9	5,6	5,4	5,5	5,2	5,3	5,0
Ateliers d'apprentissage	4,7	5,0	4,8	4,6	4,3	4,5	4,6	4,1	4,2	4,1
Expériences autochtones	4,2	4,4	4,3	4,3	3,9	3,6	3,7	3,3	3,1	3,4
Tourisme religieux	3,9	4,1	3,6	4,4	3,5	3,1	3,2	2,9	2,7	2,9

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

Les festivals et événements d'été sont les activités culturelles et événementielles les plus porteuses pour justifier un voyage d'agrément auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

4.1.2 Activités culturelles et événementielles pouvant justifier un voyage d'agrément

Lorsqu'on demande aux touristes de la Nouvelle-Angleterre d'identifier, parmi les activités culturelles et événementielles évaluées, celles qui seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément, un peu plus de la moitié d'entre eux identifient les **festivals** et **événements d'été** (51%). Suivent ensuite, dans des proportions moins élevées, les **arts de la scène** (32%), les **routes et circuits touristiques** (29%), le **patrimoine**, l'**architecture** et le **design urbain** (28%), les **musées** et **économusées** (27%) et les **festivals** et **événements d'hiver** (27%).

Au total, 84% des touristes de la Nouvelle-Angleterre ont identifié au moins une activité culturelle ou événementielle qui serait une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément.

Les sous-groupes suivants sont significativement **plus nombreux** à affirmer que les activités culturelles et événementielles suivantes seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément :

Festivals et événements d'été (51%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (64%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (63%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (63%);
- les femmes (57% contre 46% des hommes);
- les travailleurs (54%);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (53%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (54%);
- ceux n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (52% contre 43% de ceux dont ce n'est pas le cas).

Arts de la scène (32%)

- les personnes en recherche d'emploi (48%);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut inférieur à 20 000 \$ (48%) ou compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (41%);
- celles envisageant de faire une escapade en période hivernale au Québec au cours des 12 prochains mois (47%);
- celles n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (35% contre 25% de celles dont c'est le cas);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (34%).

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.1.2 Activités culturelles et événementielles pouvant justifier un voyage d'agrément - suite

Routes et circuits touristiques (29%)

- les retraités (38%);
- les personnes disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (37%);
- celles âgées de 65 ans et plus (36%);
- celles envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (35%), plus précisément celles qui prévoient y faire une escapade en période hivernale (44%) et y prendre des vacances en période estivale (55%);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période estivale et hivernale (32%), des escapades et des vacances de longue durée (32%);
- celles n'ayant pas, ou un membre de leur ménage de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (31% contre 23% de celles dont ce n'est pas le cas);
- celles n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (31% contre 25% de celles dont c'est le cas);
- celles ayant une scolarité de niveau universitaire (30%).

Patrimoine, architecture et design urbain (28%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (38%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période hivernale (49%);
- les retraités (36%);
- les touristes âgés de 55 ans et plus (34%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (32%) et de 150 000 \$ et plus (36%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois sous forme d'escapades et de vacances de longue durée (31%);
- les femmes (30% contre 25% des hommes);
- les touristes ayant une scolarité de niveau universitaire (29%).

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.1.2 Activités culturelles et événementielles pouvant justifier un voyage d'agrément - suite

Musées et écomusées (27%)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (37%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période hivernale (49%);
- ceux âgés de 65 ans et plus (35%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut de 150 000 \$ et plus (35%);
- les retraités (33%);
- les touristes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois sous forme d'escapades et de vacances de longue durée (29%);
- ceux n'habitant pas avec des enfants de moins de 18 ans (29% contre 23% de ceux dont c'est le cas).

Festivals et événements d'hiver (27%)

- les touristes en recherche d'emploi (48%);
- les étudiants (44%);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut inférieur à 20 000 \$ (44%) ou compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (39%);
- ceux envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (34%), plus précisément ceux qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période hivernale (51%);
- ceux âgés de 18 à 24 ans (34%) et ceux âgés de 25 à 34 ans (31%);
- ceux ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (32%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (27%), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (29%).

Le détail des résultats est présenté au tableau des pages suivantes.

Activités culturelles et événementielles qui justifieraient un voyage d'agrément :

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre sont significativement plus nombreux, en proportion, à affirmer que les festivals et événements d'été, ainsi que les activités relatives à l'agrotourisme ou au tourisme gourmand seraient, pour eux, une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément.

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.1.2 Activités culturelles et événementielles pouvant justifier un voyage d'agrément - suite

Maintenant, veuillez indiquer quelles activités culturelles et événementielles, parmi les suivantes, seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs mentions possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Festivals et événements d'été	44%	46%	42%	43%	43%	51%	52%	53%	47%	46%
Arts de la scène	31%	30%	34%	30%	29%	32%	33%	31%	28%	34%
Patrimoine, architecture et design urbain	29%	29%	32%	28%	29%	28%	29%	28%	24%	26%
Routes et circuits touristiques	30%	27%	28%	33%	29%	29%	31%	28%	26%	25%
Musées et écomusées	28%	28%	32%	26%	27%	27%	27%	27%	26%	29%
Festivals et événements d'hiver	25%	28%	24%	25%	25%	27%	28%	28%	21%	23%
Événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateur	24%	21%	24%	25%	26%	24%	23%	26%	25%	27%
Galeries et centres d'expositions d'art	20%	20%	22%	18%	21%	20%	21%	17%	14%	16%
Agrotourisme et tourisme gourmand	18%	19%	21%	16%	18%	22%	23%	21%	16%	17%
Arts de la rue	16%	14%	19%	16%	14%	15%	16%	16%	12%	13%
Ateliers d'apprentissage	13%	13%	16%	11%	12%	14%	16%	13%	9%	12%

Suite à la page suivante →

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.1.2 Activités culturelles et événementielles pouvant justifier un voyage d'agrément - suite

Maintenant, veuillez indiquer quelles activités culturelles et événementielles, parmi les suivantes, seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs mentions possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Tourisme religieux	12%	11%	11%	13%	14%	10%	10%	12%	8%	10%
Expériences autochtones	11%	10%	13%	9%	13%	10%	10%	10%	7%	12%
Aucune de ces activités me serait une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément	10%	9%	11%	8%	11%	7%	8%	5%	5%	8%
Aucune activité n'est particulièrement attrayante (note inférieure à 7 sur 10 pour toutes les activités)	8%	9%	9%	8%	7%	9%	8%	9%	12%	11%

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

Aux yeux des touristes de la Nouvelle-Angleterre, les **activités de plein air et sportives** les plus attrayantes à réaliser lors d'un voyage d'agrément seraient la **baignade et la plage** et la **visite de parcs nationaux**.

4.2 Attrait des activités de plein air et sportives lors d'un voyage d'agrément

4.2.1 Degré d'attractivité des activités de plein air et sportives lors d'un voyage d'agrément

Parmi les activités de plein air et sportives suggérées, les plus attrayantes à réaliser lors d'un voyage d'agrément, selon les touristes de la Nouvelle-Angleterre, seraient la **baignade et la plage** (7,4 sur 10), la **visite de parcs nationaux** (7,2 sur 10), **l'observation de la faune et de la flore** (6,5 sur 10) et des **mammifères marins** (6,4 sur 10). Les autres activités évaluées récoltent des notes moyennes d'attrait variant de 3,1 à 6,1 sur 10.

Les notes moyennes d'attrait pour les principales activités de plein air et sportives sont significativement **plus élevées** chez les sous-groupes suivants :

Plage et baignade (7,4 sur 10)

- les étudiants (8,0 sur 10);
- les personnes disposant d'un revenu familial annuel brut inférieur à 20 000 \$ (7,9 sur 10) ou compris entre 100 000 \$ et 149 999 \$ (7,7 sur 10);
- celles âgées de 18 à 24 ans (7,8 sur 10), de 25 à 34 ans (7,9 sur 10) et de 35 à 44 ans (7,7 sur 10);
- celles habitant avec des enfants de moins de 18 ans (7,8 sur 10 contre 7,2 sur 10 chez celles dont ce n'est pas le cas);
- celles ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (7,7 sur 10);
- les femmes (7,7 sur 10 contre 7,1 sur 10 chez les hommes);
- les personnes résidant dans Boston CMA (7,6 sur 10);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (7,4 sur 10), plus précisément celles qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (7,6 sur 10), des escapades et des vacances de longue durée (7,6 sur 10);
- les travailleurs (7,5 sur 10).

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.2.1 Degré d'attractivité des activités de plein air et sportives lors d'un voyage d'agrément - suite

Visite de parcs nationaux (7,2 sur 10)

- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (7,5 sur 10), plus précisément ceux qui prévoient y passer des vacances de longue durée en période estivale (8,3 sur 10);
- ceux ayant, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (7,5 sur 10 contre 7,2 sur 10 chez ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (7,5 sur 10);
- ceux habitant avec des enfants âgés de moins de 18 ans à la maison (7,4 sur 10 contre 7,1 sur 10 chez ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (7,3 sur 10), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (7,4 sur 10), des escapades et des vacances de longue durée (7,4 sur 10).

Observation de la faune (autre que les mammifères marins) et la flore (6,5 sur 10)

- les personnes au foyer (7,0 sur 10);
- celles habitant avec des enfants âgés de moins de 18 ans (7,0 sur 10 contre 6,4 sur 10 chez celles dont ce n'est pas le cas);
- celles envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (7,0 sur 10), plus précisément celles qui prévoient y passer des vacances de longue durée en période estivale (7,7 sur 10);
- celles ayant, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (6,9 sur 10 contre 6,5 sur 10 chez celles dont ce n'est pas le cas);
- celles âgées de 25 à 34 ans (6,8 sur 10);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (6,6 sur 10), plus précisément en période estivale et hivernale (6,7 sur 10), des escapades et des vacances de longue durée (6,8 sur 10).

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.2.1 Degré d'attractivité des activités de plein air et sportives lors d'un voyage d'agrément - suite

Observation des mammifères marins (6,4 sur 10)

- les étudiants (7,4 sur 10);
- les personnes habitant avec des enfants âgés de moins de 18 ans (7,0 sur 10 contre 6,2 sur 10 chez celles dont ce n'est pas le cas);
- celles ayant, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (6,8 sur 10 contre 6,4 sur 10 chez celles dont ce n'est pas le cas);
- celles envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (6,7 sur 10);
- celles âgées de 25 à 34 ans (6,7 sur 10);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (6,5 sur 10), plus précisément en période estivale et hivernale (6,6 sur 10), des escapades et des vacances de longue durée (6,7 sur 10).

Les résultats détaillés sont présentés dans les tableaux des pages suivantes.

Attraits à l'égard des activités de plein air et sportives :

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre affichent des notes moyennes d'attrait significativement plus faibles que l'ensemble des marchés américains ciblés pour 11 des 21 activités de plein air et sportives proposées, à l'exception de la plage et de la baignade pour lesquelles ils affichent au contraire une note moyenne d'attrait significativement plus élevée que dans les autres marchés.

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.2.1 Degré d'attractivité des activités de plein air et sportives lors d'un voyage d'agrément - suite

Veillez évaluer chacune des activités de plein air et sportives suivantes à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie qu'il s'agit d'une activité pas du tout attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément et 10 qu'il s'agit d'une activité très attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément.

Base : l'ensemble des répondants

Degré d'attrait des activités Note moyenne sur 10	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Parcs nationaux	7,3	7,2	7,4	7,2	7,4	7,2	7,2	7,4	7,4	7,1
Plage et baignade	7,1	7,3	6,7	7,1	7,1	7,4	7,6	6,8	7,1	6,9
Observation des mammifères marins	6,6	6,6	6,5	6,6	6,7	6,4	6,5	6,4	6,6	6,2
Observation de la faune (autre que mammifères marins) et de la flore	6,6	6,6	6,6	6,6	6,7	6,5	6,5	6,6	6,7	6,5
Séjours en villégiature	6,2	6,1	6,1	6,4	6,2	6,0	6,0	6,0	6,2	5,8
Randonnée pédestre en milieu naturel	6,1	5,9	6,2	6,1	6,2	6,1	6,1	5,9	6,1	5,9
Course à pied, marche	5,7	6,0	6,0	5,6	5,4	5,7	5,9	5,4	5,4	5,5
Sports nautiques non motorisés	5,4	5,4	5,1	5,5	5,3	5,5	5,7	5,0	5,4	5,0
Canyoning, spéléologie, escalade, plongée	5,2	5,0	5,1	5,3	5,2	4,9	5,2	4,4	4,6	4,1
Sports nautiques motorisés	5,1	5,1	4,8	5,3	5,0	4,9	5,1	4,4	4,5	4,1
Ski alpin, planche à neige, télémark	4,4	4,3	4,3	4,6	4,3	4,1	4,4	3,3	3,8	3,4
Patin à glace, glissade, escalade de glace, autres sports d'hiver	4,2	4,4	4,2	4,3	3,9	4,1	4,4	3,5	3,6	3,6

Suite à la page suivante →

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.2.1 Degré d'attractivité des activités de plein air et sportives lors d'un voyage d'agrément - suite

Veillez évaluer chacune des activités de plein air et sportives suivantes à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie qu'il s'agit d'une activité pas du tout attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément et 10 qu'il s'agit d'une activité très attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément.

Base : l'ensemble des répondants

Degré d'attrait des activités Note moyenne sur 10	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre- Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Vélo de montagne, vélo de route, cyclotourisme	4,2	4,3	4,2	4,3	4,1	4,1	4,3	3,4	3,7	3,6
Sports motorisés d'été	4,2	4,3	4,1	4,5	3,8	3,9	4,1	3,7	3,6	3,1
Chasse et pêche	4,3	4,1	4,0	4,8	4,0	3,8	3,9	3,7	3,6	3,3
Sports motorisés d'hiver	4,1	4,2	4,0	4,4	3,7	3,9	4,1	3,6	3,6	3,1
Ski de fond, ski nordique, ski de randonnée, raquette	3,9	4,0	3,9	4,0	3,8	3,8	3,9	3,4	3,6	3,7
Événement sportif professionnel ou amateur à titre de participant	3,8	4,0	3,8	4,0	3,6	3,4	3,7	2,9	3,0	2,9
Golf	3,6	3,9	3,6	3,7	3,5	3,4	3,6	3,0	3,0	2,8
Parcours aérien, via ferrata, canyonisme	3,7	3,8	3,7	3,9	3,4	3,4	3,7	2,9	3,1	2,8
Traîneau à chiens	3,4	3,7	3,5	3,5	3,2	3,1	3,3	2,6	2,7	2,9

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

La **plage** et la **baignade**, de même que les **parcs nationaux** sont les **activités de plein air et sportives** les plus porteuses pour justifier un voyage d'agrément auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

4.2.2 Activités de plein air et sportives pouvant justifier un voyage d'agrément

Lorsqu'on demande aux touristes d'identifier, parmi les activités de plein air et sportives évaluées, celles qui seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément, les principales sont la **plage** et la **baignade** (52%), les **parcs nationaux** (51%) et, dans une moindre mesure, l'**observation des mammifères marins** (33%), l'**observation de la faune (autre que les mammifères marins)** et de la **flore** (33%), les **séjours en villégiature** (29%) et la **randonnée pédestre en milieu naturel** (28%).

Au total, 89% des touristes de la Nouvelle-Angleterre ont identifié au moins une activité de plein air ou sportive qui serait une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément.

Les sous-groupes suivants sont significativement plus nombreux à affirmer que les activités de plein air et sportives suivantes seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément :

Plage et baignade (52%)

- les touristes âgés de 45 à 54 ans (58%);
- les femmes (57% contre 46% des hommes);
- les touristes résidant dans Boston CMA (54%);
- ceux n'envisageant pas de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (54%).

Parcs nationaux (51%)

- les personnes âgées de 65 ans et plus (62%);
- les retraités (59%);
- les touristes envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (56%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (52%).

Observation de mammifères marins (33%)

- les personnes en recherche d'emploi (53%);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (42%);
- celles habitant avec des enfants de moins de 18 ans (37% contre 32% chez celles dont c'est le cas);
- les femmes (35% contre 30% des hommes);
- les personnes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (34%), plus précisément celles qui prévoient le faire en période hivernale seulement (44%).

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.2.2 Activités de plein air et sportives pouvant justifier un voyage d'agrément - suite

Observation de la faune (autre que les mammifères marins) et de la flore (33%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (46%) et de 150 000 \$ et plus (42%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois en période hivernale seulement (43%);
- ceux âgés de 65 ans et plus (41%);
- les femmes (35% contre 30% des hommes);
- les touristes n'ayant pas, ou un membre de leur ménage, de handicap, de capacité physique restreinte ou de problème de mobilité (34% contre 27% de ceux dont ce n'est pas le cas).

Séjours en villégiature (29%)

- les touristes envisageant de passer des vacances de longue durée en période estivale au Québec au cours des 12 prochains mois (53%);
- ceux ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (38%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois sous forme d'escapades de courte durée (37%);
- ceux résidant dans le New Hampshire (36%).

Randonnée pédestre en milieu naturel (28%)

- les touristes disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (35%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois sous forme d'escapades de courte durée (34%);
- ceux âgés de 25 à 34 ans (32%);
- les travailleurs (29%).

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.2.2 Activités de plein air et sportives pouvant justifier un voyage d'agrément - suite

Maintenant, veuillez indiquer quelles activités de plein air et sportives, parmi les suivantes, seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Plage et baignade	47%	50%	39%	48%	48%	52%	54%	45%	51%	48%
Parcs nationaux	49%	47%	49%	47%	53%	51%	50%	54%	54%	50%
Observation des mammifères marins	32%	33%	32%	31%	31%	33%	34%	30%	33%	32%
Observation de la faune (autre que mammifères marins) et de la flore	33%	31%	31%	36%	33%	33%	32%	33%	34%	32%
Séjours en villégiature	29%	30%	27%	32%	28%	29%	28%	31%	36%	25%
Randonnée pédestre en milieu naturel	27%	27%	28%	25%	29%	28%	29%	27%	26%	25%
Course à pied, marche	19%	24%	21%	17%	16%	21%	23%	16%	17%	17%
Sports nautiques non motorisés	14%	15%	15%	13%	13%	16%	17%	13%	16%	11%
Canyoning, spéléologie, escalade, plongée	15%	14%	16%	15%	15%	16%	16%	14%	15%	11%
Ski alpin, planche à neige, télémark	15%	14%	15%	15%	14%	18%	20%	11%	14%	16%
Sports nautiques motorisés	14%	15%	15%	13%	11%	15%	16%	14%	14%	9%
Chasse et pêche	16%	13%	15%	17%	17%	15%	15%	16%	14%	13%
Vélo de montagne, vélo de route, cyclotourisme	12%	12%	14%	10%	11%	15%	17%	9%	12%	13%

Suite à la page suivante →

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.2.2 Activités de plein air et sportives pouvant justifier un voyage d'agrément - suite

Maintenant, veuillez indiquer quelles activités de plein air et sportives, parmi les suivantes, seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre- Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Golf	13%	13%	13%	12%	13%	15%	17%	12%	14%	10%
Sports motorisés d'hiver	11%	12%	13%	12%	9%	13%	13%	13%	12%	10%
Sports motorisés d'été	11%	13%	11%	10%	10%	12%	12%	13%	13%	10%
Événement sportif professionnel ou amateur à titre de participant	11%	12%	12%	11%	10%	11%	12%	8%	10%	11%
Ski de fond, ski nordique, ski de randonnée, raquette	11%	12%	12%	10%	9%	12%	13%	8%	9%	12%
Patin à glace, glissade, escalade de glace, autres sports d'hiver	11%	13%	11%	10%	9%	13%	15%	9%	10%	9%
Parcours aérien, via ferrata, canyoning	9%	10%	11%	8%	7%	10%	10%	7%	8%	8%
Traîneau à chiens	9%	11%	10%	6%	9%	10%	11%	8%	8%	8%
Aucune de ces activités me serait une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément	5%	5%	6%	4%	5%	5%	5%	5%	5%	4%
Aucune activité n'est particulièrement attrayante (note inférieure à 7 sur 10 pour toutes les activités)	8%	9%	10%	8%	7%	6%	6%	7%	7%	9%

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

Aux yeux des touristes de la Nouvelle-Angleterre, les **activités récréatives et de divertissement** les plus attrayantes à réaliser lors d'un voyage d'agrément seraient la visite de **parcs zoologiques et d'aquariums**, les **croisières** et le **magasinage**.

4.3 Attrait des activités récréatives et de divertissement lors d'un voyage d'agrément

4.3.1 Degré d'attractivité des activités récréatives et de divertissement lors d'un voyage d'agrément

Parmi les activités récréatives et de divertissement suggérées, les trois activités les plus attrayantes à réaliser lors d'un voyage d'agrément seraient la visite de **parcs zoologiques et d'aquariums** (6,5 sur 10), la **réalisation d'une croisière** (6,2 sur 10) et le **magasinage** (6,2 sur 10). Les autres activités récréatives et de divertissement suivent de près, avec des notes moyennes d'attrait variant de 5,0 sur 10 à 6,0 sur 10.

☞ *Notons que, comparativement aux activités culturelles et sportives, aucune activité récréative ou de divertissement ne franchit le cap de 7,0 sur 10.*

Les notes moyennes d'attrait pour les principales activités récréatives et de divertissement sont significativement **plus élevées** chez les sous-groupes suivants :

Parcs zoologiques et aquariums (6,5 sur 10)

- les personnes en recherche d'emploi (7,9 sur 10);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut inférieur à 20 000 \$ (7,8 sur 10) et compris entre 20 000 \$ et 59 999 \$ (7,0 sur 10);
- celles au foyer (7,6 sur 10);
- celles envisageant de passer des vacances de longue durée en période estivale au Québec au cours des 12 prochains mois (7,4 sur 10);
- celles habitant avec des enfants âgés de moins de 18 ans (7,3 sur 10 contre 6,2 sur 10 chez celles dont ce n'est pas le cas);
- les étudiants (7,3 sur 10);
- les personnes ayant, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (7,0 sur 10 contre 6,4 sur 10 chez celles dont ce n'est pas le cas);
- celles ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (7,0 sur 10);
- celles âgées de 18 à 24 ans (7,0 sur 10), de 25 à 34 ans (6,9 sur 10) et de 35 à 44 ans (6,8 sur 10);
- les femmes (6,7 contre 6,3 chez les hommes);
- les personnes ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (6,5 sur 10), plus précisément ceux qui prévoient le faire en période estivale seulement (6,8 sur 10), des escapades et des vacances de longue durée (6,6 sur 10).

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.3.1 Degré d'attractivité des activités récréatives et de divertissement lors d'un voyage d'agrément - suite

Croisières (6,2 sur 10)

- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (6,8 sur 10);
- celles disposant d'un revenu familial annuel brut inférieur à 20 000 \$ (6,8 sur 10);
- celles âgées de 18 à 24 ans (6,8 sur 10) et de 25 à 34 ans (6,5 sur 10);
- celles au foyer (6,7 sur 10);
- celles envisageant de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (6,6 sur 10), plus précisément celles qui prévoient y faire une escapade de courte durée en période estivale (6,5 sur 10) ou y passer des vacances de longue durée en période estivale ou hivernale (7,6 sur 10 dans les deux cas);
- celles habitant avec des enfants âgés de moins de 18 ans (6,6 sur 10 contre 6,0 sur 10 chez ceux dont ce n'est pas le cas);
- celles ayant, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (6,5 sur 10 contre 6,1 sur 10 chez celles dont ce n'est pas le cas);
- celles résidant dans Boston CMA (6,3 sur 10);
- celles ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (6,2 sur 10), plus précisément celles qui prévoient le faire en période estivale et hivernale (6,4 sur 10 des escapades et des vacances de longue durée (6,5 sur 10).

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.3.1 Degré d'attractivité des activités récréatives et de divertissement lors d'un voyage d'agrément - suite

Magasinage (6,2 sur 10)

- les touristes envisageant de passer des vacances de longue durée en période hivernale au Québec au cours des 12 prochains mois (7,3 sur 10);
- ceux au foyer (7,1 sur 10);
- ceux ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (7,0 sur 10);
- ceux âgés de 18 à 34 ans (6,9 sur 10) et ceux âgés de 35 à 44 ans (6,6 sur 10);
- ceux habitant avec des enfants âgés de moins de 18 ans (6,7 sur 10 contre 6,0 sur 10 chez ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut compris entre 40 000 \$ et 79 999 \$ (6,6 sur 10);
- les femmes (6,5 sur 10 contre 5,8 sur 10 chez les hommes);
- les touristes ayant, ou un membre de leur ménage, un handicap, une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité (6,5 sur 10 contre 6,1 sur 10 chez ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux résidant dans Boston CMA (6,3 sur 10);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (6,2 sur 10), plus précisément des escapades et des vacances de longue durée (6,4 sur 10).

Attraits à l'égard des activités récréatives et de divertissement :

Les touristes de la Nouvelle-Angleterre affichent des notes moyennes d'attrait significativement moins élevées que l'ensemble des marchés américains ciblés pour toutes les activités récréatives et de divertissement suggérées, à l'exception de la visite de parcs zoologiques et d'aquariums, où les résultats sont similaires sur le plan statistique.

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.3.1 Degré d'attractivité des activités récréatives et de divertissement lors d'un voyage d'agrément - suite

Veillez évaluer chacune des activités récréatives et de divertissement suivantes à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie qu'il s'agit d'une activité pas du tout attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément et 10 qu'il s'agit d'une activité très attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément.

Base : l'ensemble des répondants

Degré d'attrait des activités Note moyenne sur 10	États-Unis (n=4431)	Atlantique- Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre- Ouest (n=804)	Nouvelle- Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Parcs zoologiques et aquariums	6,5	6,6	6,4	6,8	6,3	6,5	6,5	6,6	6,5	6,4
Croisières	6,4	6,5	6,2	6,6	6,1	6,2	6,3	5,9	6,2	5,5
Magasinage	6,2	6,6	6,2	6,4	5,8	6,2	6,3	6,0	5,9	5,5
Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques	6,1	6,3	6,0	6,4	5,9	6,0	6,0	6,1	6,1	5,4
Jardin botanique	6,1	6,2	6,1	6,2	5,8	5,8	6,0	5,6	5,4	5,5
Tourisme urbain, visite des quartiers urbains, tour de ville guidé, etc.	5,9	6,4	6,3	5,9	5,4	5,8	6,1	5,2	5,0	4,8
Parc urbain	5,7	5,9	5,9	5,8	5,3	5,3	5,5	4,7	4,8	4,4
Spas et soins de bien-être	5,5	5,8	5,6	5,7	5,0	5,2	5,5	4,3	4,9	4,4
Casino et boîtes de nuit	5,3	5,5	5,3	5,6	4,8	5,0	5,3	4,4	4,9	4,1

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

Les **croisières** de même que les **parcs d'attractions, aquatiques, thématiques, zoologiques et aquariums** sont les **activités récréatives et de divertissement** les plus porteuses pour justifier un voyage d'agrément auprès des touristes de la Nouvelle-Angleterre.

4.3.2 Activités récréatives ou de divertissement pouvant justifier un voyage d'agrément

En terminant, lorsqu'on demande aux touristes d'identifier, parmi les activités récréatives et de divertissement évaluées, celles qui seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément, une plus grande proportion de touristes de la Nouvelle-Angleterre identifie les **croisières** (39%), la visite de **parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques** (37%) et de **parcs zoologiques** et d'**aquariums** (36%). Les autres activités proposées récoltent entre 20% et 30% des mentions.

Au total, 78% des touristes de la Nouvelle-Angleterre ont identifié au moins une activité récréative ou de divertissement qui serait une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément.

Les sous-groupes suivants sont significativement **plus nombreux** à affirmer que les activités récréatives et de divertissement suivantes seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément :

Croisières (39%)

- les touristes âgés de 65 ans et plus (54%);
- ceux ayant l'intention de faire au moins un voyage d'agrément au cours des 12 prochains mois (53%);
- les retraités (47%);
- les touristes n'envisageant pas de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (41%).

Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques (37%)

- les touristes en recherche d'emploi (52%);
- ceux qui sont au foyer (52%);
- ceux habitant avec des enfants âgés de moins de 18 ans (48% contre 33% de ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux âgés de 35 à 44 ans (48%);
- ceux résidant dans le Maine (45%) ou dans le New Hampshire (45%);
- ceux n'envisageant pas de voyager au Québec au cours des 12 prochains mois (38%).

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.3.2 Activités récréatives ou de divertissement pouvant justifier un voyage d'agrément – suite

Parcs zoologiques et aquariums (36%)

- les touristes résidant dans le Maine (48%) ou dans le New Hampshire (41%);
- ceux au foyer (45%);
- ceux ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (43%);
- ceux habitant avec des enfants âgés de moins de 18 ans (40% contre 34% de ceux dont ce n'est pas le cas);
- ceux disposant d'un revenu familial annuel brut inférieur à 40 000 \$ (46%);
- ceux envisageant de prendre des vacances au Québec en période hivernale au cours des 12 prochains mois (53%);

Le détail des résultats est présenté au tableau de la page suivante.

4. Évaluation des activités à réaliser lors d'un voyage d'agrément

4.3.2 Activités récréatives ou de divertissement pouvant justifier un voyage d'agrément - suite

Maintenant, veuillez indiquer quelles activités récréatives et de divertissement, parmi les suivantes, seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement.

Base : l'ensemble des répondants

Plusieurs réponses possibles Mentions assistées	États-Unis (n=4431)	Atlantique-Centre (n=1216)	Ouest (n=400)	Sud (n=401)	Centre-Ouest (n=804)	Nouvelle-Angleterre (n=1610)	Boston CMA (n=407)	Maine (n=400)	New Hampshire (n=402)	Vermont (n=401)
Croisières	43%	42%	37%	47%	44%	39%	38%	41%	43%	37%
Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques	38%	37%	38%	42%	35%	37%	34%	45%	45%	36%
Parcs zoologiques et aquariums	33%	32%	31%	34%	32%	36%	33%	48%	41%	37%
Magasinage	31%	34%	31%	33%	26%	30%	28%	42%	34%	27%
Casino et boîtes de nuit	30%	32%	32%	30%	29%	28%	27%	32%	34%	23%
Tourisme urbain, visite des quartiers urbains, tour de ville guidé, etc.	27%	31%	31%	23%	25%	28%	29%	26%	25%	21%
Spas et soins de bien-être	27%	28%	29%	29%	23%	25%	25%	26%	28%	22%
Jardin botanique	26%	27%	26%	26%	24%	25%	25%	30%	25%	27%
Parc urbain	22%	24%	27%	20%	20%	20%	21%	19%	18%	15%
Aucune de ces activités me serait une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément	7%	6%	9%	6%	9%	7%	7%	5%	5%	9%
Aucune activité n'est particulièrement attrayante (note inférieure à 7 sur 10 pour toutes les activités)	11%	10%	10%	10%	13%	14%	14%	11%	12%	19%

Annexe

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



I - Langue du sondage

Préférez-vous répondre à ce questionnaire en français ou en anglais ?
Would you prefer to complete the survey in English or French?

- English (9)
- Français (12)

INTRO

Bonjour,

Vous avez été invité(e) à répondre à une étude portant sur les vacances et les voyages. Votre collaboration est grandement appréciée. Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce questionnaire.

Il est à noter que la forme masculine utilisée dans ce questionnaire désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.

Cliquez sur la flèche pour commencer le questionnaire.



INT01 - POSER À TOUS

« J'accepte de répondre honnêtement et de façon réfléchie aux questions du sondage qui suit. »

- Oui (1)
- Non (NE)

TXT1 - POSER À TOUS

Les premières questions serviront à des fins statistiques uniquement.

CNTRY - POSER À TOUS

Dans quel pays demeurez-vous ?

- Canada (42)
- États-Unis (73)
- France (79)
- Autre (96)

PROV - POSER SI CANADA

Quelle est votre province (territoire) de résidence ?

- Colombie-Britannique (BC)
- Alberta (AB)
- Saskatchewan (SK)
- Manitoba (MB)
- Ontario (ON)
- Québec (QC)
- Nouveau-Brunswick (NB)
- Nouvelle-Écosse (NS)
- Île-du-Prince-Édouard (PE)
- Terre-Neuve-et-Labrador (NF)
- Territoires du Nord-Ouest (NT)
- Yukon (YK)
- Nunavut (NU)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

1

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



CA3 - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- Québec (QC)
- Ontario (ON)
- Reste du Canada (RC)

QAB - POSER SI PROV=AB

Dans quelle région de l'Alberta demeurez-vous ?

- Calgary (61)
- Edmonton (62)
- Autre région de l'Alberta (63)

QABA - POSER SI QAB=61

Résidez-vous à l'intérieur des limites de la ville de Calgary en Alberta ?

- Oui (1)
- Non (2)

QABB - POSER SI QABA=1

Dans quel quadrant de la ville de Calgary habitez-vous ?

- Sud-Ouest (1)
- Sud-Est (2)
- Nord-Ouest (3)
- Nord-Est (4)

QABC - POSER SI QAB=62

Résidez-vous à l'intérieur des limites de la ville d'Edmonton en Alberta ?

- Oui (1)
- Non (2)

QBC - POSER SI PROV=BC

Dans quelle région de la Colombie-Britannique habitez-vous ?

- Région du Grand Vancouver (70)
- Autre région de Colombie-Britannique (71)

QON - POSER SI PROV=ON

Dans quelle région de l'Ontario demeurez-vous ?

- Grande région de Toronto (1)
(incluant Peterborough, Kitchener-Cambridge-Waterloo, Oshawa, Hamilton, Brantford, St. Catharines-Niagara, Guelph, Barrie)
- Grande région d'Ottawa (excluant Gatineau) (2)
- Autres régions de l'Ontario (3)

REGON - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- Toronto RMR et banlieues (1)
- Ottawa RMR (2)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

2

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q0QC - POSER À TOUS

Dans quelle région du Québec demeurez-vous ?

- Bas-Saint-Laurent (1)
- Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)
- Capitale-Nationale (3)
- Mauricie (4)
- Estrie (5)
- Montréal (6)
- Outaouais (7)
- Abitibi-Témiscamingue (8)
- Côte-Nord (9)
- Nord-du-Québec (10)
- Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine (11)
- Chaudière-Appalaches (12)
- Laval (13)
- Lanaudière (14)
- Laurentides (15)
- Montérégie (16)
- Centre-du-Québec (17)

Q0QCA - POSER SI Q0QC=14 (Lanaudière)

Il est possible que votre ville de résidence ne figure pas dans la liste. Pour des raisons de traitement statistique, seulement certaines villes, en périphérie de l'Île-de-Montréal, sont identifiées. Si c'est le cas, veuillez choisir la réponse « Autres villes ». Dans quelle ville demeurez-vous ?

- L'Assomption (1)
- Charlemagne (2)
- L'Épiphanie (3)
- Lavaltrie (4)
- Mascouche (5)
- Repentigny (6)
- Saint-Sulpice (7)
- Terrebonne (8)
- Autres villes de Lanaudière (96)

Q0QCB - POSER SI Q0QC=15 (Laurentides)

Il est possible que votre ville de résidence ne figure pas dans la liste. Pour des raisons de traitement statistique, seulement certaines villes, en périphérie de l'Île-de-Montréal, sont identifiées. Si c'est le cas, veuillez choisir la réponse « Autres villes ». Dans quelle ville demeurez-vous ?

- Blainville (1)
- Boisbriand (2)
- Bois-des-Filion (3)
- Deux-Montagnes (4)
- Gore (5)
- Kanesatake (6)
- Lorraine (7)
- Mirabel (8)
- Oka (9)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

3

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



- Pointe-Calumet (10)
- Rosemère (11)
- Saint-Colomban (12)
- Sainte-Anne-des-Plaines (13)
- Sainte-Marthe-sur-le-Lac (14)
- Sainte-Thérèse (15)
- Saint-Eustache (16)
- Saint-Jérôme (17)
- Saint-Joseph-du-Lac (18)
- Saint-Placide (19)
- Autres villes des Laurentides (96)

Q0QCC - POSER SI Q0QC=16 (Montérégie)

Il est possible que votre ville de résidence ne figure pas dans la liste. Pour des raisons de traitement statistique, seulement certaines villes, en périphérie de l'Île-de-Montréal, sont identifiées. Si c'est le cas, veuillez choisir la réponse « Autres villes ». Dans quelle ville demeurez-vous ?

- Beauharnois (1)
- Beloeil (2)
- Boucherville (3)
- Brossard (4)
- Candiac (5)
- Carignan (6)
- Chambly (7)
- Châteauguay (8)
- Coteau-du-Lac (9)
- Delson (10)
- Hudson (11)
- Kahnawake (12)
- La Prairie (13)
- Léry (14)
- Les Cèdres (15)
- Les Coteaux (16)
- L'Île-Cadieux (17)
- L'Île-Perrot (18)
- Longueuil (19)
- McMasterville (20)
- Mercier (21)
- Mont-Saint-Hilaire (22)
- Notre-Dame-de-l'Île-Perrot (23)
- Otterburn Park (24)
- Pincourt (25)
- Pointe-des-Cascades (26)
- Richelieu (27)
- Saint-Amable (28)
- Saint-Basile-le-Grand (29)
- Saint-Bruno-de-Montarville (30)
- Saint-Constant (31)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

4

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



- Sainte-Catherine (32)
- Sainte-Julie (33)
- Saint-Isidore (34)
- Saint-Lambert (35)
- Saint-Lazare (36)
- Saint-Mathias-sur-Richelieu (37)
- Saint-Mathieu (38)
- Saint-Mathieu-de-Beloil (39)
- Saint-Philippe (40)
- Saint-Zotique (41)
- Terrasse-Vaudreuil (42)
- Varennes (43)
- Vaudreuil-Dorion (44)
- Vaudreuil-sur-le-Lac (45)
- Verchères (46)
- Autres villes de la Montérégie (96)

Q00CD - POSER SI Q00C=3 (Capitale-Nationale)

Il est possible que votre ville de résidence ne figure pas dans la liste. Pour des raisons de traitement statistique, seulement certaines villes, en périphérie de la ville de Québec sont identifiées. Si c'est le cas, veuillez choisir la réponse « Autres villes ». Dans quelle ville demeurez-vous ?

- Ville de Québec (1)
- Boischatel (2)
- Château-Richer (3)
- Fossambault-sur-le-Lac (4)
- L'Ancienne-Lorette (5)
- L'Ange-Gardien (6)
- Lac-Beauport (7)
- Lac-Delage (8)
- Lac-Saint-Joseph (9)
- Neuville (10)
- Notre-Dame-des-Anges (11)
- Saint-Augustin-de-Desmaures (12)
- Saint-François-de-l'Île-d'Orléans (13)
- Saint-Gabriel-de-Valcartier (14)
- Saint-Jean-de-l'Île-d'Orléans (15)
- Saint-Laurent-de-l'Île-d'Orléans (16)
- Saint-Pierre-de-l'Île-d'Orléans (17)
- Sainte-Brigitte-de-Laval (18)
- Sainte-Catherine-de-la-Jacques-Cartier (19)
- Sainte-Famille (20)
- Sainte-Pétronille (21)
- Shannon (22)
- Stoneham-et-Tewkesbury (23)
- Wendake (24)
- Autres villes de la Capitale-Nationale (96)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

5

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q00CE - POSER SI Q00C=12 (Chaudière-Appalaches)

Il est possible que votre ville de résidence ne figure pas dans la liste. Pour des raisons de traitement statistique, seulement certaines villes, en périphérie de la ville de Québec sont identifiées. Si c'est le cas, veuillez choisir la réponse « Autres villes ». Dans quelle ville demeurez-vous ?

- Ville de Lévis (1)
- Beaumont (2)
- Saint-Henri (3)
- Saint-Lambert-de-Lauzon (4)
- Autres villes de Chaudière-Appalaches (96)

REGIO - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- MTL RMR (1)
- QC RMR (2)
- AUTRES RÉGIONS (3)

NOMX - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- BAS-SAINT-LAURENT (1)
- SAGUENAY/LAC-SAINT-JEAN (2)
- QUEBEC - RMR (3)
- MAURICIE (4)
- ESTRIE (5)
- MONTREAL (6)
- OUTAOUAIS (7)
- ABITIBI/TEMISCAMINGUE (8)
- COTE-NORD (9)
- GASPESIE (11)
- CHAUDIERE-APPALACHES - RMR (12)
- LAVAL (13)
- LANAUDIÈRE - RMR (14)
- LAURENTIDES - RMR (15)
- MONTEREGIE - RMR (16)
- LANAUDIÈRE-AUTRES (24)
- LAURENTIDE-AUTRES (25)
- MONTEREGIE-AUTRES (26)
- CHAUDIERES-APPALACHES AUTRES (32)
- QUEBEC AUTRES (33)
- CENTRE-DU-QUEBEC (17)

REGRC - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- Maritimes (1)
- Ouest du Canada (2)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

6

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



USSTATE - POSER SI USA

Dans quel état habitez-vous ?

- Alabama (1)
- Alaska (2)
- Arizona (3)
- Arkansas (4)
- Californie (5)
- Caroline du Nord (6)
- Caroline du Sud (7)
- Colorado (8)
- Connecticut (9)
- Dakota du Nord (10)
- Dakota du Sud (11)
- Delaware (12)
- District of Columbia (13)
- Floride (14)
- Georgie (15)
- Hawaii (16)
- Idaho (17)
- Illinois (18)
- Indiana (19)
- Iowa (20)
- Kansas (21)
- Kentucky (22)
- Louisiane (23)
- Maine (24)
- Maryland (25)
- Massachusetts (26)
- Michigan (27)
- Minnesota (28)
- Mississippi (29)
- Missouri (30)
- Montana (31)
- Nebraska (32)
- Nevada (33)
- New Hampshire (34)
- New Jersey (35)
- New York (36)
- Nouveau-Mexique (37)
- Ohio (38)
- Oklahoma (39)
- Oregon (40)
- Pennsylvanie (41)
- Rhode Island (42)
- Tennessee (43)
- Texas (44)
- Utah (45)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

7

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



- Vermont (46)
- Virginie (47)
- Virginie occidentale (48)
- Washington (49)
- Wisconsin (50)
- Wyoming (51)

BOST - POSER SI USSTATE=26 - Résidents du Massachusetts
Demeurez-vous dans la Grande région de Boston ?

- Oui (1)
- Non (2)

NY - POSER SI USSTATE=35-36 - Résidents de New York et du New Jersey et de la Pennsylvanie
Demeurez-vous dans la Grande région de New York ?

- Oui (1)
- Non (2)

PHIL - POSER SI USSTATE=12-41 OU USSTATE=35 ET NY=02 - Résidents du Delaware, de Pennsylvanie et du New Jersey
Demeurez-vous dans la Grande région de Philadelphie ?

- Oui (1)
- Non (2)

WASH - POSER SI USSTATE=25-47-48 - Résidents du Maryland, de la Virginie et de la Virginie occidentale
Demeurez-vous dans la Grande région de Washington ?

- Oui (1)
- Non (2)

SAN - POSER SI USSTATE=05 - Résidents de la Californie
Demeurez-vous dans la Grande région de San Francisco ?

- Oui (1)
- Non (2)

DAL - POSER SI USSTATE=44 - Résidents du Texas
Demeurez-vous dans la Grande région de Dallas ?

- Oui (1)
- Non (2)

DEN - POSER SI USSTATE=08 - Résidents du Colorado
Demeurez-vous dans la Grande région de Denver ?

- Oui (1)
- Non (2)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

8

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



MIN - POSER SI USSTATE=28-50 - Résidents du Minnesota et du Wisconsin
Demeurez-vous dans la Grande région de Minneapolis ?

- Oui (1)
- Non (2)

US3 - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- Nouvelle-Angleterre (1)
- Atlantique-Centre (2)
- Ouest-Sud-Centre-Ouest (3)

REGNA - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- CMA Boston (1)
- Maine (2)
- New Hampshire (3)
- Vermont (4)

REGAC - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- CMA New York (1)
- CMA Philadelphie (2)
- CMA Washington (3)

REGOS - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- CMA San Francisco (Ouest) (1)
- CMA Dallas (Sud) (2)
- CMA Denver (Centre-Ouest) (3)
- CMA Minneapolis (Centre-Ouest) (4)

REGFR - POSER SI FRANCE

Demeurez-vous ... ?

- ... Dans la grande région de Paris (aire urbaine de Paris) (1)
- ... Dans la grande région de Lyon (aire urbaine de Lyon) (2)
- ... Dans la grande région de Toulouse (aire urbaine de Toulouse) (3)
- ... Dans une autre région de la France (4)

FR3 - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- Aire urbaine de Paris (1)
- Aire urbaine de Lyon (2)
- Aire urbaine de Toulouse (3)

MARCH - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- du Québec (1)
- de l'Ontario (2)
- du Nouveau-Brunswick (3)
- de la Nouvelle-Écosse (4)
- de l'Alberta (5)
- de la Colombie-Britannique (6)
- de la Grande région de Boston (7)
- du Maine (8)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

9

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



- du New Hampshire (9)
- du Vermont (10)
- de la Grande région de New York (11)
- de la Grande région de Philadelphie (12)
- de la Grande région de Washington (13)
- de la Grande région de San Francisco (14)
- de la Grande région de Dallas (15)
- de la Grande région de Denver (16)
- de la Grande région de Minneapolis (17)
- de la Grande région de Paris (18)
- de la Grande région de Lyon (19)
- de la Grande région de Toulouse (20)

MARCH1 - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)

- au Québec (1)
- en Ontario (2)
- au Nouveau-Brunswick (3)
- en Nouvelle-Écosse (4)
- en Alberta (5)
- en Colombie-Britannique (6)
- dans la Grande région de Boston (7)
- dans le Maine (8)
- dans le New Hampshire (9)
- dans le Vermont (10)
- dans la Grande région de New York (11)
- dans la Grande région de Philadelphie (12)
- dans la Grande région de Washington (13)
- dans la Grande région de San Francisco (14)
- dans la Grande région de Dallas (15)
- dans la Grande région de Denver (16)
- dans la Grande région de Minneapolis (17)
- dans la Grande région de Paris (18)
- dans la Grande région de Lyon (19)
- dans la Grande région de Toulouse (20)

SEXE - POSER À TOUS

Êtes-vous de sexe ... ?

Note : Les personnes transgenres, transsexuels et intersexués doivent indiquer le sexe auquel elles s'identifient le plus.

- Masculin (1)
- Féminin (2)

AGENUM - POSER À TOUS

Quel âge avez-vous ?

Je préfère ne pas répondre (999)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

10

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



AGEQT - VARIABLE DE CALCUL (MASQUÉE)
Quel âge avez-vous ?

- Moins de 18 ans (0)
- De 18 à 24 ans (1)
- De 25 à 34 ans (2)
- De 35 à 44 ans (3)
- De 45 à 54 ans (4)
- De 55 à 64 ans (5)
- De 65 à 74 ans (6)
- 75 ans ou plus (7)
- Je préfère ne pas répondre (9)

SCOLCAN - POSER SI CANADA
Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété (diplôme obtenu) ?

- Primaire ou moins (1)
- Secondaire général ou professionnel (2)
- Collégial général préuniversitaire ou professionnel technique (3)
- Universitaire 1er cycle (Certificat, baccalauréat) (4)
- Universitaire 2e et 3e cycle (Maîtrise, doctorat, postdoctorat) (5)
- Je préfère ne pas répondre (9)

EDUC - POSER SI USA
Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété (diplôme obtenu) ?

- Études secondaires partielles ou moins (0-11 années d'études) (1)
- Diplôme d'études secondaires (12 années d'étude) (2)
- École technique ou de métiers (3)
- Études collégiales (4)
- Diplômes d'études collégiales (5)
- Études supérieures ou diplôme d'études supérieures (6)
- Je préfère ne pas répondre (9)

SCOLFRA - POSER SI FRANCE
Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété (diplôme obtenu) ?

- Aucun (1)
- Certificat d'études primaires (2)
- Brevet, BEPC (3)
- BEP, CAP (4)
- Baccalauréat (5)
- Bac + 2 ans ou niveau bac + 2 (DUT, BTS, instituteur, DÉUG, diplômes paramédicaux ou sociaux) (6)
- Diplôme de l'enseignement supérieur (2e et 3e cycles, grandes écoles) (7)
- Je préfère ne pas répondre (9)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

11

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



LANGU - POSER SI CANADA

Quelle est la langue que vous avez apprise en premier lieu à la maison dans votre enfance et que vous comprenez toujours ?

- Français (1)
- Anglais (2)
- Autre (3)
- Français et anglais (7)
- Français et autres (4)
- Anglais et autres (5)
- Autres et autres (6)
- Je préfère ne pas répondre (9)

HISP - POSER SI USA
Êtes-vous d'origine hispanique ou latino-américaine ?

- Oui (1)
- Non (2)
- Je préfère ne pas répondre (9)

RACE - POSER SI USA
Veuillez indiquer votre groupe ethnique :

- Amérindien ou Autochtone de l'Alaska (1)
- Asiatique ou Asiatique américain (2)
- Noir ou Africain américain (3)
- Caucasiens (Blanc) (4)
- Autre (5)
- Je préfère ne pas répondre (9)

FOY1 - POSER À TOUS
En vous incluant, combien de personnes composent votre ménage en incluant les adultes et les enfants ?
Inscrivez le nombre de personnes dans votre ménage :

- Une seule (moi-même) (1)
- Je préfère ne pas répondre (99)

FOY2 - POSER SI FOY1>1 ET FOY1<99
De ces (FOY1) personnes qui composent votre ménage, combien sont des enfants de moins de 18 ans ?
Inscrivez le nombre d'enfants dans votre ménage :

- Aucun (0)
- Je préfère ne pas répondre (99)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

12

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q1 - POSER À TOUS

Combien de voyages d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur ^f('MARCH')^ avez-vous faits au cours des 3 dernières années ?

Le terme « voyage » peut être défini comme un déplacement qui comprend au moins une nuitée à l'extérieur ^f('MARCH')^ et qui a été effectué à des fins d'agrément ou de vacances, mais qui exclut les voyages dont le but principal était les affaires ou la participation à un congrès.

	Aucun voyage	1 voyage	2 voyages	3 voyages	4 voyages	5 voyages et plus	Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre
Durant la période estivale (mai à octobre) (1)	97	1	2	3	4	5	99
Durant la période hivernale (novembre à avril) (2)	97	1	2	3	4	5	99

Q2 - POSER SI MARCH=01 - Résidents du Québec

Pouvez-vous indiquer les destinations (pays, provinces, etc.) que ces voyages d'agrément vous ont permis de visiter au cours des trois dernières années ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q2A - Durant la période estivale (mai à octobre)	Q2B - Durant la période hivernale (novembre à avril)
L'Ontario (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q2AGRID - Q2A - POSER SI MARCH=2 - Résidents de l'Ontario

Pouvez-vous indiquer les destinations (pays, provinces, etc.) que ces voyages d'agrément vous ont permis de visiter au cours des trois dernières années ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q2AA - Durant la période estivale (mai à octobre)	Q2AB - Durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q2BGRID - Q2B - POSER SI MARCH=3 - Résidents du Nouveau-Brunswick

Pouvez-vous indiquer les destinations (pays, provinces, etc.) que ces voyages d'agrément vous ont permis de visiter au cours des trois dernières années ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q2BA - Durant la période estivale (mai à octobre)	Q2BB - Durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Ontario (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



	Q2BA - Durant la période estivale (mai à octobre)	Q2BB - Durant la période hivernale (novembre à avril)
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q2C - POSER SI MARCH=4 - Résidents de la Nouvelle-Écosse
Pouvez-vous indiquer les destinations (pays, provinces, etc.) que ces voyages d'agrément vous ont permis de visiter au cours des trois dernières années ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q2CA - Durant la période estivale (mai à octobre)	Q2CB - Durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Ontario (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

15

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



	Q2CA - Durant la période estivale (mai à octobre)	Q2CB - Durant la période hivernale (novembre à avril)
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q2D - POSER SI MARCH=5 - Résidents de l'Alberta
Pouvez-vous indiquer les destinations (pays, provinces, etc.) que ces voyages d'agrément vous ont permis de visiter au cours des trois dernières années ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q2DA - Durant la période estivale (mai à octobre)	Q2DB - Durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Ontario (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

16

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q2E - POSER SI MARCH=6 - Résidents de la Colombie-Britannique

Pouvez-vous indiquer les destinations (pays, provinces, etc.) que ces voyages d'agrément vous ont permis de visiter au cours des trois dernières années ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q2EA - Durant la période estivale (mai à octobre)	Q2EB - Durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Ontario (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q2F - POSER SI MARCH=7-20 - Résidents des autres marchés

Pouvez-vous indiquer les destinations (pays, provinces, etc.) que ces voyages d'agrément vous ont permis de visiter au cours des trois dernières années ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q2FA - Durant la période estivale (mai à octobre)	Q2FB - Durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Ontario (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

17

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



	Q2FA - Durant la période estivale (mai à octobre)	Q2FB - Durant la période hivernale (novembre à avril)
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q3 - POSER À TOUS

Parmi les activités culturelles et événementielles suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années :

Le terme « voyage » peut être défini comme un déplacement qui comprend au moins une nuitée à l'extérieur (MARCH) et qui a été effectué à des fins d'agrément ou de vacances, mais qui exclut les voyages dont le but principal était les affaires ou la participation à un congrès.

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q3A - Je pratique habituellement cette activité à la maison	Q3B - J'ai pratiqué cette activité lors d'un voyage d'agrément des trois dernières années
Festivals et événements d'été (festivals, foires, concerts extérieurs, etc.) (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festivals et événements d'hiver (carnaval, fête des neiges, etc.) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arts de la scène (concerts et spectacles de musique, danse, théâtre, etc.) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musées et écomusées (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Galeries et centre d'expositions d'arts (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arts de la rue (spectacles et animation de rue, caricaturistes, portraitistes, autres artistes de rue) (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Routes et circuits touristiques (exemple : route des vins) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Patrimoine, Architecture et design urbain (site historique, bâtiment patrimonial, art public, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateur (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

18

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



	Q3A - Je pratique habituellement cette activité à la maison	Q3B - J'ai pratiqué cette activité lors d'un voyage d'agrément des trois dernières années
Ateliers d'apprentissage (cours de cuisine, atelier de photo, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agrotourisme et tourisme gourmand (marchés publics, visites à la ferme, restauration locale, repas gastronomique, cabane à sucre, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tourisme religieux (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expériences autochtones (13)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres activités culturelles et événementielles (veuillez préciser) : (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Je ne pratique aucune activité culturelle et événementielle, que ce soit à la maison ou lors de mes voyages d'agrément des trois dernières années. (97)

Q4 - Poser si Q3B coché UNE activité culturelle ou événementielle A-N seulement]

Est-ce que cette activité culturelle et événementielle que vous avez pratiquée lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années a été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ?

- Oui (1)
 Non (2)

Q5 - Poser Q5 si Q3B coché au moins deux activités culturelles et événementielles A-N

Est-ce que l'une ou plusieurs des activités culturelles et événementielles que vous avez pratiquées lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années ont été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ? Veuillez préciser laquelle ou lesquelles :

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- Festivals et événements d'été (festivals, foires, concerts extérieurs, etc.) (1)
 Festivals et événements d'hiver (carnaval, fête des neiges, etc.) (2)
 Arts de la scène (concerts et spectacles de musique, danse, théâtre, etc.) (3)
 Musées et écomusées (4)
 Galeries et centre d'expositions d'arts (5)
 Arts de la rue (spectacles et animation de rue, caricaturistes, portraitistes, autres artistes de rue) (6)
 Routes et circuits touristiques (exemple : route des vins) (7)
 Patrimoine, Architecture et design urbain (site historique, bâtiment patrimonial, art public, etc.) (8)
 Événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateur (9)
 Ateliers d'apprentissage (cours de cuisine, atelier de photo, etc.) (10)
 Agrotourisme et tourisme gourmand (marchés publics, visites à la ferme, restauration locale, repas gastronomique, cabane à sucre, etc.) (11)
 Tourisme religieux (12)
 Expériences autochtones (13)
 Autres (96)
 Aucune de ces activités culturelles et événementielles n'a motivé un voyage d'agrément au cours des trois dernières années (97)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

19

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q6 - POSER À TOUS

Parmi les activités de plein air et sportives suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années :

Le terme « voyage » peut être défini comme un déplacement qui comprend au moins une nuitée à l'extérieur (MARCH) et qui a été effectué à des fins d'agrément ou de vacances, mais qui exclut les voyages dont le but principal était les affaires ou la participation à un congrès.

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q6A - Je pratique habituellement cette activité à la maison	Q6B - J'ai pratiqué cette activité lors d'un voyage d'agrément des trois dernières années
Observation des mammifères marins (baleine, béluga, etc.) (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observation de la faune (autre que mammifères marins) et de la flore (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parcs nationaux (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Séjours en villégiature (camping, hôtellerie en milieu naturel, chalets, pourvoiries, etc.) (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Course à pied, marche (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Randonnée pédestre en milieu naturel (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plage et baignade (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sports nautiques non motorisés (voile, canoë, kayak, planche à voile, surf, rafting, paddleboard, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sports nautiques motorisés (motomarine, bateau à moteur, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Canyoning, spéléologie, escalade, plongée (en apnée ou sous-marine) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ski alpin, planche à neige, télémark (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ski de fond, ski nordique, ski de randonnée, raquette (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Patin à glace, glissade, escalade de glace, autres sports d'hiver (13)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chasse et pêche (mer, lac, rivière, sous la glace, etc.) (14)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vélo de montagne, vélo de route, cyclotourisme (15)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parcours aérien, via ferrata, canyoning (16)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sports motorisés d'hiver (motoneige, quad, véhicule tout terrain) (17)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sports motorisés d'été (quad, motocyclette, motocross) (18)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Événement sportif professionnel ou amateur à titre de participant (marathon, triathlon, courses à obstacles, championnat, tournoi, compétition, etc.) (19)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Traineau à chiens (20)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Golf (21)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres activités de plein air et sportives (veuillez préciser) : (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

20

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Je ne pratique aucune activité de plein air et sportive, que ce soit à la maison ou lors de mes voyages d'agrément des trois dernières années. (97)

Q7 - Poser si Q6B coché UNE activité de plein air et sportive A-V seulement
Est-ce que cette activité de plein air et sportive que vous avez pratiquée lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années a été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ?

- Oui (1)
 Non (2)

Q8 - Poser Q8 si Q6B coché au moins deux activités de plein air et sportives A-V
Est-ce que l'une ou plusieurs des activités de plein air et sportives que vous avez pratiquées lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années ont été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ? Veuillez préciser laquelle ou lesquelles :

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- Observation des mammifères marins (baleine, béluga, etc.) (1)
- Observation de la faune (autre que mammifères marins) et de la flore (2)
- Parcs nationaux (3)
- Séjours en villégiature (camping, hôtellerie en milieu naturel, chalets, pourvoires, etc.) (4)
- Course à pied, marche (5)
- Randonnée pédestre en milieu naturel (6)
- Plage et baignade (7)
- Sports nautiques non motorisés (voile, canoë, kayak, planche à voile, surf, rafting, paddleboard) (8)
- Sports nautiques motorisés (motomarine, bateau à moteur, etc.) (9)
- Canyoning, spéléologie, escalade, plongée (en apnée ou sous-marine) (10)
- Ski alpin, planche à neige, télémark (11)
- Ski de fond, ski nordique, ski de randonnée, raquette (12)
- Patin à glace, glissement, escalade de glace, autres sports d'hiver (13)
- Chasse et pêche (mer, lac, rivière, sous la glace, etc.) (14)
- Vélo de montagne, vélo de route, cyclotourisme, (15)
- Parcours aérien, via ferrata, canyoning (16)
- Sports motorisés d'hiver (motoneige, quad, véhicule tout terrain) (17)
- Sports motorisés d'été (quad, motocyclette, motocross) (18)
- Événement sportif professionnel ou amateur à titre de participant (marathon, triathlon, courses à obstacles, championnat, tournoi, compétition, etc.) (19)
- Traîneau à chiens (20)
- Golf (21)
- Autres (96)
- Aucune de ces activités de plein air et sportives n'a motivé un voyage d'agrément au cours des trois dernières années (97)

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q9 - POSER À TOUS

Parmi les activités récréatives et de divertissement suivantes, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles vous pratiquez habituellement lorsque vous êtes à votre lieu de résidence et celle(s) que vous avez pratiquée(s) pendant vos voyages d'agrément des trois dernières années :

Le terme « voyage » peut être défini comme un déplacement qui comprend au moins une nuitée à l'extérieur (MARCH) et qui a été effectué à des fins d'agrément ou de vacances, mais qui exclut les voyages dont le but principal était les affaires ou la participation à un congrès.

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q9A - Je pratique habituellement cette activité à la maison	Q9B - J'ai pratiqué cette activité lors d'un voyage d'agrément des trois dernières années
Parc urbain (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jardin botanique (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parcs zoologiques et aquariums (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Croisières (fluviales, internationales, maritimes) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Casino et boîtes de nuit (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spas et soins de bien-être (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Magasinage (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tourisme urbain, visite des quartiers urbains, tour de ville guidé, etc. (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres activités récréatives et de divertissement (veuillez préciser) : (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Je ne pratique aucune activité récréative ou de divertissement, que ce soit à la maison ou lors de mes voyages d'agrément des trois dernières années. (97)

Q10 - Poser si Q9B coché UNE activité récréative et de divertissement A-J seulement
Est-ce que cette activité récréative et de divertissement que vous avez pratiquée lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années a été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ?

- Oui (1)
 Non (2)

Q11 - POSER si Q9B coché au moins deux activités récréatives et de divertissement A-J

Est-ce que l'une ou plusieurs des activités récréatives et de divertissement que vous avez pratiquées lors de vos voyages d'agrément des trois dernières années ont été une raison principale d'effectuer ces voyages d'agrément ? Veuillez préciser laquelle ou lesquelles :

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- Parc urbain (1)
- Jardin botanique (2)
- Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques (3)
- Parcs zoologiques et aquariums (4)
- Croisières (fluviales, internationales, maritimes) (5)
- Casino et boîtes de nuit (6)
- Spas et soins de bien-être (7)

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



- Magasinage (8)
- Tourisme urbain, visite des quartiers urbains, tour de ville guidé, etc. (9)
- Autres (96)
- Aucune de ces activités récréatives et de divertissement n'a motivé un voyage d'agrément au cours des trois dernières années (97)

Q12 - POSER À TOUS

En général, combien de temps à l'avance décidez-vous du choix de la destination pour vos voyages d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur (MARCH) ?

*Le terme « voyage » peut être défini comme un déplacement qui comprend au moins une nuitée à l'extérieur *(MARCH)* et qui a été effectué à des fins d'agrément ou de vacances, mais qui exclut les voyages dont le but principal était les affaires ou la participation à un congrès.*

	Moins d'une semaine	D'une semaine à moins d'un mois	De 1 à 3 mois	De 4 à 6 mois	Plus de 6 mois
Pour les escapades de courte durée (1-6 nuitées) (1)	1	2	3	4	5
Pour les vacances de longue durée (7 nuitées et plus) (2)	1	2	3	4	5

Q13 - POSER À TOUS

Parmi les sources d'information suivantes, veuillez indiquer celles que vous avez consultées pour planifier vos voyages d'agrément des trois dernières années :

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- Guides (Lonely Planet, Routard, etc.), documentation touristique, brochures, cartes (1)
- Site Web officiel ou application mobile d'une destination (pays, provinces, régions, villes) (2)
- Articles dans les revues, journaux, magazines (3)
- Documentation touristique électronique (infolettres, courriels, bulletins électroniques) (4)
- Agence de voyages (visite en personne) (5)
- Site Web ou application mobile de réservation de voyages ou d'agences de voyages en ligne (Expedia, Booking.com, etc.) (6)
- Site Web ou application mobile d'une compagnie aérienne, de croisières, de train, d'autocar (7)
- Site Web ou application mobile d'une attraction touristique (8)
- Blogues (9)
- Médias sociaux / Avis et recommandations d'autres voyageurs (ex. : TripAdvisor) (10)
- Parents et amis (11)
- Autres sources d'information (96)
- Aucune source d'information en particulier (97)
- Quelqu'un d'autre a planifié le voyage (98)

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q14 - POSER À TOUS

Le plus souvent, quels sont les éléments qui motivent votre choix d'une destination pour vos voyages d'agrément ?

Le terme « voyage » peut être défini comme un déplacement qui comprend au moins une nuitée à l'extérieur (MARCH) et qui a été effectué à des fins d'agrément ou de vacances, mais qui exclut les voyages dont le but principal était les affaires ou la participation à un congrès.

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- Taux de change (1)
- Prix de l'hébergement (2)
- Prix des déplacements (3)
- Durée des déplacements (4)
- La température (5)
- La sécurité de la destination (6)
- La qualité et la variété de l'offre touristique (7)
- Le besoin de dépaysement, sortir de la routine (8)
- La recherche d'un endroit culturellement différent (9)
- L'adaptation de l'offre touristique aux besoins des personnes handicapées ou ayant des besoins particuliers (10)
- La facilité de compréhension de la langue de la destination (11)
- Autres critères de décisions (veuillez préciser) : (96)

Q15 - POSER À TOUS

Mis à part les coûts et le budget, quel a été le principal élément déclencheur du choix de votre destination pour votre dernier voyage d'agrément des trois dernières années ?

- La destination que j'avais en tête en raison de sa notoriété, sa réputation, son image, etc. (1)
- Certaines activités particulières que je souhaitais faire (magasinage, festivals et événements, randonnée pédestre, golf, visite de parcs d'attractions, de musées, etc.) (2)
- Certains types d'expériences de vacances (vacances en famille/entre amis, voyage romantique, voyage historique, voyage d'apprentissage, voyage culinaire, etc.) (3)
- Recherche de forfaits tout-inclus, de voyages organisés, etc. (4)
- Visite de parents et amis (5)
- Autre élément déclencheur (veuillez préciser) : (96)

Q16 - POSER À TOUS

Avez-vous l'intention d'effectuer un ou des voyages d'agrément comprenant au moins une nuitée à l'extérieur (MARCH) au cours des 12 prochains mois ?

Le terme « voyage » peut être défini comme un déplacement qui comprend au moins une nuitée à l'extérieur (MARCH) et qui a été effectué à des fins d'agrément ou de vacances, mais qui exclut les voyages dont le but principal était les affaires ou la participation à un congrès.

	Oui	Non
Durant la période estivale (mai à octobre inclusivement) (1)	1	2
Durant la période hivernale (novembre à avril inclusivement) (2)	1	2

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q17 - Poser Q17 si Q16A=02 ET Q16B=02

Pourquoi n'avez-vous pas l'intention d'effectuer un voyage d'agrément impliquant au moins une nuitée à l'extérieur (MARCH) au cours des 12 prochains mois ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- Manque de temps (1)
- Pas de vacances / Pas assez de vacances accumulées (2)
- Raisons financières (manque d'argent, budget limité) (3)
- Problème de santé, âge (4)
- Taux de change (5)
- Capacité physique restreinte (handicap, problème de mobilité, etc.) (6)
- Obligations familiales (grossesse, enfants en bas âge, proche aidant, etc.) (7)
- Langue étrangère (8)
- Barrière au voyage (passeport, visa, douane) (9)
- Sécurité (peur des transports, terrorisme, etc.) (10)
- Je ferai des voyages d'agrément, mais uniquement (MARCH) (11)
- Autres raisons (96)
- Aucune raison en particulier (97)

Q18 - Poser Q18 si Q16A=01 OU Q16B=01

Au cours des 12 prochains mois, combien de ces voyages d'agrément seront ... ?

	Aucun voyage	1 voyage	2 voyages	3 voyages	4 voyages	5 voyages et plus	Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre
... Des escapades de courte durée (1-6 nuitées) (1)	97	1	2	3	4	5	99
... Des vacances de longue durée (7 nuitées et plus) (2)	97	1	2	3	4	5	99

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

25

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q19 - Poser Q19 si Q16A=01 OU Q16B=01 ET MARCH=01

Et quelles destinations envisagez-vous jusqu'ici pour vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q19A - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19B - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
L'Ontario (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q19AGRID - Poser si Q16A=01 OU Q16B=01 ET MARCH=02 - Résidents de l'Ontario

Et quelles destinations envisagez-vous jusqu'ici pour vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q19AA - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19AB - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Colombie-Britannique,	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

26

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



	Q19AA - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19AB - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)		
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q19BGRID - Poser si Q16A=01 OU Q16B=01 ET MARCH=3 - Résidents du Nouveau-Brunswick
Et quelles destinations envisagez-vous jusqu'ici pour vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q19BA - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19BB - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Ontario (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

27

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



	Q19BA - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19BB - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)		
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q19C - Poser si Q16A=01 OU Q16B=01 ET MARCH=4 - Résidents de la Nouvelle-Écosse
Et quelles destinations envisagez-vous jusqu'ici pour vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q19CA - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19CB - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Ontario (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

28

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q19D - Poser si Q16A=01 OU Q16B=01 ET MARCH=5 - Résidents de l'Alberta
Et quelles destinations envisagez-vous jusqu'ici pour vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q19DA - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19DB - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Ontario (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q19E - Poser si Q16A=01 OU Q16B=01 ET MARCH=6 - Résidents de la Colombie-Britannique
Et quelles destinations envisagez-vous jusqu'ici pour vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q19EA - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19EB - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Ontario (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

29

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



	Q19EA - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19EB - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
Canada (Alberta, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur, Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q19F - Poser si Q16A=01 OU Q16B=01 ET MARCH=7-20 - Résidents des autres marchés
Et quelles destinations envisagez-vous jusqu'ici pour vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q19FA - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19FB - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
Le Québec (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Ontario (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provinces de l'Atlantique du Canada (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve-et-Labrador) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres provinces et territoires du Canada (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Saskatchewan, Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
États-Unis (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les Caraïbes (Cuba, République dominicaine, Jamaïque, etc.) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mexique (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amérique du Sud et Amérique Centrale (Argentine, Brésil, Costa Rica, Équateur,	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

30

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)

Tourisme
Québec

	Q19FA - Pour des escapades/vacances durant la période estivale (mai à octobre)	Q19FB - Pour des escapades/vacances durant la période hivernale (novembre à avril)
Honduras, Panama, Pérou, etc.) (7)		
Pays en Europe (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni, Russie, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Asie (Chine, Japon, Inde, Thaïlande, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pays en Afrique (Afrique du Sud, Maroc, Égypte, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre(s) pays (96)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q20A - Poser si Q19AA-AF=1 OU Q19AB-AF=1 ET MARCH=02-20 ET Q16_1=1 ET Q16_2=1 – Résidents de tous les marchés sauf Québec

Votre ou vos voyages d'agrément prévus au Québec seront-ils ... ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

	Q20A_1 Des escapades de courte durée (1-6 nuitées)	Q20A_2 Des vacances de longue durée (7 nuitées et plus)
Oui, en période estivale (mai à octobre) (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oui, en période hivernale (novembre à avril) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Non (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q20B - Poser si Q19AA-AF=1 OU Q19AB-AF=1 ET MARCH=02-20 ET Q16_1=2 OU Q16_2=2 – Résidents de tous les marchés sauf Québec

Votre ou vos voyages d'agrément prévus au Québec (durant la période estivale (mai à octobre inclusivement) / durant la période hivernale (novembre à avril inclusivement)) seront-ils ... ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- ... Des escapades de courte durée (1-6 nuitées) (1)
 ... Des vacances de longue durée (7 nuitées et plus) (2)

Q21 - Poser Q21 si Q19A-F=4 OU Q19B-F=4

Quel(s) état(s) américain(s) envisagez-vous visiter lors de vos voyages d'agrément des 12 prochains mois ?

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- Alabama (1)
 Alaska (2)
 Arizona (3)
 Arkansas (4)
 Californie (5)
 Caroline du Nord (6)
 Caroline du Sud (7)
 Colorado (8)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

31

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)

Tourisme
Québec

- Connecticut (9)
 Dakota du Nord (10)
 Dakota du Sud (11)
 Delaware (12)
 District of Columbia (13)
 Floride (14)
 Georgie (15)
 Hawaï (16)
 Idaho (17)
 Illinois (18)
 Indiana (19)
 Iowa (20)
 Kansas (21)
 Kentucky (22)
 Louisiane (23)
 Maine (24)
 Maryland (25)
 Massachusetts (26)
 Michigan (27)
 Minnesota (28)
 Mississippi (29)
 Missouri (30)
 Montana (31)
 Nebraska (32)
 Nevada (33)
 New Hampshire (34)
 New Jersey (35)
 New York (36)
 Nouveau-Mexique (37)
 Ohio (38)
 Oklahoma (39)
 Oregon (40)
 Pennsylvanie (41)
 Rhode Island (42)
 Tennessee (43)
 Texas (44)
 Utah (45)
 Vermont (46)
 Virginie (47)
 Virginie occidentale (48)
 Washington (49)
 Wisconsin (50)
 Wyoming (51)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

32

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



Q22 - POSER À TOUS

Veillez évaluer chacune des activités culturelles et événementielles suivantes à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie qu'il s'agit d'une activité pas du tout attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément et 10 qu'il s'agit d'une activité très attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Festivals et événements d'été (festivals, foires, concerts extérieurs, etc.) (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festivals et événements d'hiver (carnaval, fête des neiges, etc.) (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arts de la scène (concerts et spectacles de musique, danse, théâtre, etc.) (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musées et écomusées (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Galeries et centre d'expositions d'arts (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arts de la rue (spectacles et animation de rue, caricaturistes, portraitistes, autres artistes de rue) (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Routes et circuits touristiques (exemple : route des vins) (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Patrimoine, Architecture et design urbain (site historique, bâtiment patrimonial, art public, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateur (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ateliers d'apprentissage (cours de cuisine, atelier de photo, etc.) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agrotourisme et tourisme gourmand (marchés publics, visites à la ferme, restauration locale, repas gastronomique, cabane à sucre, etc.) (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tourisme religieux (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expériences autochtones (13)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q23 - Poser Q23 si Q22>=07 pour une activité culturelle et événementielle A-M seulement
Est-ce que cette activité culturelle et événementielle serait une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement?

- Oui (1)
 Non (2)

Q24 - Poser Q24 si Q22>=07 pour au moins deux activités culturelles et événementielles A-M
Maintenant, veuillez indiquer quelles activités culturelles et événementielles, parmi les suivantes, seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement :

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- Festivals et événements d'été (festivals, foires, concerts extérieurs, etc.) (1)
 Festivals et événements d'hiver (carnaval, fête des neiges, etc.) (2)
 Arts de la scène (concerts et spectacles de musique, danse, théâtre, etc.) (3)
 Musées et écomusées (4)
 Galeries et centre d'expositions d'arts (5)
 Arts de la rue (spectacles et animation de rue, caricaturistes, portraitistes, autres artistes de rue) (6)
 Routes et circuits touristiques (exemple : route des vins) (7)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

33

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



- Patrimoine, Architecture et design urbain (site historique, bâtiment patrimonial, art public, etc.) (8)
 Événements sportifs professionnels ou amateurs à titre de spectateur (9)
 Ateliers d'apprentissage (cours de cuisine, atelier de photo, etc.) (10)
 Agrotourisme et tourisme gourmand (marchés publics, visites à la ferme, restauration locale, repas gastronomique, cabane à sucre, etc.) (11)
 Tourisme religieux (12)
 Expériences autochtones (13)
 Aucune de ces activités culturelles et événementielles ne pourrait justifier un voyage d'agrément (97)

Q25 - POSER À TOUS

Veillez évaluer chacune des activités de plein air et sportives suivantes à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie qu'il s'agit d'une activité pas du tout attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément et 10 qu'il s'agit d'une activité très attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Observation des mammifères marins (baleine, béluga, etc.) (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observation de la faune (autre que mammifères marins) et de la flore (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parcs nationaux (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Séjours en villégiature (camping, hôtellerie en milieu naturel, chalets, pourvoiries, etc.) (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Course à pied, marche (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Randonnée pédestre en milieu naturel (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plage et baignade (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sports nautiques non motorisés (voile, canoë, kayak, planche à voile, surf, rafting, paddleboard, etc.) (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sports nautiques motorisés (motomarine, bateau à moteur, etc.) (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Canyoning, spéléologie, escalade, plongée (en apnée ou sous-marine) (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ski alpin, planche à neige, télémark (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ski de fond, ski nordique, ski de randonnée, raquette (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Patin à glace, glissade, escalade de glace, autres sports d'hiver (13)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chasse et pêche (mer, lac, rivière, sous la glace, etc.) (14)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vélo de montagne, vélo de route, cyclotourisme (15)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parcours aérien, via ferrata, canyoning (16)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sports motorisés d'hiver (motoneige, quad, véhicule tout terrain) (17)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sports motorisés d'été (quad, motocyclette, motocross) (18)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Événement sportif professionnel ou amateur à titre de participant (marathon, triathlon, courses à obstacles, championnat, tournoi, compétition, etc.) (19)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

34

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Traineau à chiens (20)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Golf (21)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q26 - Poser Q26 si Q25=>=07 pour une activité de plein air et sportive A-U seulement
Est-ce que cette activité de plein air et sportive serait une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement?

- Oui (1)
 Non (2)

Q27 - Poser Q27 si Q25=>=07 pour au moins deux activités de plein air et sportives A-U
Maintenant, veuillez indiquer quelles activités de plein air et sportives, parmi les suivantes, seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement :

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- Observation des mammifères marins (baleine, béluga, etc.) (1)
- Observation de la faune (autre que mammifères marins) et de la flore (2)
- Parcs nationaux (3)
- Séjours en villégiature (camping, hôtellerie en milieu naturel, chalets, pourvoiries, etc.) (4)
- Course à pied, marche (5)
- Randonnée pédestre en milieu naturel (6)
- Plage et baignade (7)
- Sports nautiques non motorisés (voile, canoë, kayak, planche à voile, surf, rafting, paddleboard) (8)
- Sports nautiques motorisés (motomarine, bateau à moteur, etc.) (9)
- Canyoning, spéléologie, escalade, plongée (en apnée ou sous-marine) (10)
- Ski alpin, planche à neige, télémark (11)
- Ski de fond, ski nordique, ski de randonnée, raquette (12)
- Patin à glace, glissement, escalade de glace, autres sports d'hiver (13)
- Chasse et pêche (mer, lac, rivière, sous la glace, etc.) (14)
- Vélo de montagne, vélo de route, cyclo-tourisme (15)
- Parcours aérien, via ferrata, canyoning (16)
- Sports motorisés d'hiver (motoneige, quad, véhicule tout terrain) (17)
- Sports motorisés d'été (quad, motocyclette, motocross) (18)
- Événement sportif professionnel ou amateur à titre de participant (marathon, triathlon, courses à obstacles, championnat, tournoi, compétition, etc.) (19)
- Traineau à chiens (20)
- Golf (21)
- Aucune de ces activités de plein air et sportives ne pourrait justifier un voyage d'agrément (97)

Q28 - POSER À TOUS
Veuillez évaluer chacune des activités récréatives et de divertissement suivantes à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie qu'il s'agit d'une activité pas du tout attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément et 10 qu'il s'agit d'une activité très attrayante à réaliser lors d'un voyage d'agrément.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Parc urbain (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jardin botanique (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

35

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Parcs zoologiques et aquariums (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Croisières (fluviales, internationales, maritimes) (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Casino et boîtes de nuit (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spas et soins de bien-être (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Magasinage (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tourisme urbain, visite des quartiers urbains, tour de ville guidé, etc. (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q29 - Poser Q29 si Q28=>=07 pour une activité récréative et de divertissement A-I seulement
Est-ce que cette activité récréative et de divertissement serait une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement?

- Oui (1)
 Non (2)

Q30 - Poser Q30 si Q28=>=07 pour au moins deux activités récréatives et de divertissement A-I
Maintenant, veuillez indiquer quelles activités récréatives et de divertissement, parmi les suivantes, seraient une motivation suffisante pour justifier un voyage d'agrément pour vous personnellement :

Plusieurs réponses possibles. Veuillez cocher tous les choix qui s'appliquent.

- Parc urbain (1)
- Jardin botanique (2)
- Parcs d'attractions, aquatiques ou thématiques (3)
- Parcs zoologiques et aquariums (4)
- Croisières (fluviales, internationales, maritimes) (5)
- Casino et boîtes de nuit (6)
- Spas et soins de bien-être (7)
- Magasinage (8)
- Tourisme urbain, visite des quartiers urbains, tour de ville guidé, etc. (9)
- Aucune de ces activités récréatives et de divertissement ne pourrait justifier un voyage d'agrément (97)

Q31 - POSER À TOUS
Pour vous, d'autres activités pourraient-elles justifier un voyage d'agrément ?

Plusieurs réponses possibles. Soyez clair et précis dans vos réponses. Il peut s'agir d'activités culturelles, événementielles, de plein air, sportives, récréatives ou de divertissement.

- Inscrivez votre ou vos réponses : (96)
 Non, aucune autre activité ne pourrait justifier un voyage d'agrément (97)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

36

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



TXT2 - POSER À TOUS

Les dernières questions serviront à des fins statistiques uniquement afin de regrouper vos réponses avec celles des autres répondants de l'étude.

EMPLOCAN - POSER SI CANADA

Quelle est votre situation d'emploi actuelle ?

- Employé à temps plein (30 heures ou plus par semaine) (1)
- Employé à temps partiel (moins de 30 heures par semaine) (2)
- À votre compte / travailleur autonome (3)
- Étudiant (4)
- Au foyer (5)
- Sans emploi / En recherche d'emploi (6)
- Retraité (7)
- Je préfère ne pas répondre (9)

EMPLOUSA - POSER SI USA

Quelle est votre situation d'emploi actuelle ?

- Employé à temps plein (30 heures ou plus par semaine) (1)
- Employé à temps partiel (moins de 30 heures par semaine) (2)
- À votre compte / travailleur autonome (3)
- Étudiant (4)
- Au foyer (5)
- Sans emploi / En recherche d'emploi (6)
- Retraité (7)
- Je préfère ne pas répondre (99)

EMPLOFRA - POSER SI FRANCE

Quelle est votre situation d'emploi actuelle ?

- Employé à temps plein (30 heures ou plus par semaine) (1)
- Employé à temps partiel (moins de 30 heures par semaine) (2)
- À votre compte / travailleur autonome (3)
- Étudiant (4)
- Au foyer (5)
- Sans emploi / En recherche d'emploi (6)
- Retraité (7)
- Je préfère ne pas répondre (99)

HAND - POSER À TOUS

Est-ce que vous ou un membre de votre ménage avez un handicap (handicap physique, déficience visuelle, déficience auditive, etc.), une capacité physique restreinte ou un problème de mobilité ?

- Oui (1)
- Non (2)
- Je préfère ne pas répondre (9)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

37

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)



REVENCAN - POSER SI CANADA

Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le revenu total avant impôt de tous les membres de votre foyer pour l'année 2015 ?

- 19 999 \$ et moins (1)
- De 20 000 \$ à 39 999 \$ (2)
- De 40 000 \$ à 59 999 \$ (3)
- De 60 000 \$ à 79 999 \$ (4)
- De 80 000 \$ à 99 999 \$ (5)
- De 100 000 \$ à 149 999 \$ (6)
- De 150 000 \$ et plus (7)
- Je préfère ne pas répondre (9)

REVENUSA - POSER SI USA

Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le revenu total avant impôt de tous les membres de votre foyer pour l'année 2015 ?

- 19 999 \$ et moins (1)
- De 20 000 \$ à 39 999 \$ (2)
- De 40 000 \$ à 59 999 \$ (3)
- De 60 000 \$ à 79 999 \$ (4)
- De 80 000 \$ à 99 999 \$ (5)
- De 100 000 \$ à 149 999 \$ (6)
- De 150 000 \$ et plus (7)
- Je préfère ne pas répondre (9)

REVENFRA - POSER SI FRANCE

Dans quelle catégorie se situe votre revenu mensuel net ?

- Moins de 1 000 € (1)
- Entre 1000 € et 1999 € (2)
- Entre 2000 € et 2999 € (3)
- Entre 3000 € et 3999 € (4)
- 4000 € ou plus (5)
- Je préfère ne pas répondre (9)

POSTAL6 - POSER SI CANADA

En terminant, veuillez indiquer les six caractères de votre code postal :

Inscrivez votre code postal :

- Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre (A9A9A9)

POSTAL3 - POSER SI POSTAL6=REFUS

Pouvez-vous alors indiquer les trois premiers caractères de votre code postal ?

Inscrivez les trois premiers caractères de votre code postal :

- Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre (A9A)

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

38

Annexe : Questionnaire

Enquête 2016 sur les comportements de voyage
Ministère du Tourisme du Québec (MW79010_007A)

Tourisme
Québec

POSTALS - POSER SI US OU FRANCE

En terminant, veuillez indiquer les cinq chiffres de votre code postal :

Inscrivez votre code postal :

Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre (99999)

MessComplete

Nous vous remercions de votre participation !

www.leger360.com

Pour plus d'information sur cette étude :

Marilyne Bordeleau

Analyste sénior

☎ 418 522-7467

✉ mbordeleau@leger360.com

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil

580-580, Grande Allée Est

Québec (Québec) G1R 2K2

Léger

RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL