

Principaux faits saillants

Attractivité et positionnement de la nature et du plein air comme expérience touristique

Faits saillants d'un sondage mené auprès
des adeptes d'activités de plein air et en
nature en période estivale et hivernale



DATE 2023-06-20 NUMÉRO DE PROJET 16604-001

Léger

Comprendre le monde

TABLE DES MATIÈRES

CONTEXTE	3
VOLET ESTIVAL	4
APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE	5
FAITS SAILLANTS	8
1. ADEPTES DE PLEIN AIR ET DE NATURE AU QUÉBEC EN ÉTÉ	9
2. ADEPTES DE PLEIN AIR ET DE NATURE HORS QUÉBEC EN ÉTÉ	18
VOLET HIVERNAL	25
APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE	26
FAITS SAILLANTS	29
3. ADEPTES DE PLEIN AIR ET DE NATURE AU QUÉBEC EN HIVER	30
4. ADEPTES DE PLEIN AIR ET DE NATURE HORS QUÉBEC EN HIVER	39
PROFIL DES RÉPONDANTS	46
ANNEXE	57

CONTEXTE

La présente étude s'inscrit dans la volonté du comité d'orientation en développement des connaissances stratégiques en tourisme de bien documenter les expériences touristiques qui sont promues sur les marchés intérieurs et extérieurs. Elle permettra de mieux orienter l'offre touristique des produits nature et plein air et établir des stratégies ciblées en matière de fidélisation et d'acquisition de clientèle.*

Plus précisément, la Sépaq et le MTO ont conjointement mandaté Léger afin de mener une vaste étude sur la perception du Québec en tant que destination plein air. L'étude en question compte deux volets, référant à deux clientèles différentes, soit :

- **Période estivale** : clientèle touristique ayant pratiqué des activités de plein air au Québec (visiteurs) et hors Québec (non-visiteurs) entre les mois de mai et d'octobre 2022.
- **Période hivernale** : clientèle touristique ayant pratiqué des activités de plein air au Québec (visiteurs) et hors Québec (non-visiteurs) entre les mois de décembre 2022 et mars 2023.

Le présent rapport d'analyse contient les résultats des deux mesures (période estivale et hivernale).

Les principaux objectifs sont de :

- Identifier les activités de plein air et les lieux de pratique chez la clientèle n'ayant pas visité le Québec;
- Identifier les préférences et les critères déterminants dans le choix d'activités de plein air et de lieux de pratique;
- Mesurer de façon sommaire la notoriété de la destination Québec;
- Évaluer les forces et les faiblesses perçues de la destination en matière de tourisme de nature et de plein air;
- Définir le positionnement et l'image du Québec par rapport à d'autres destinations concurrentes et/ou similaires;
- Mesurer le taux de motivation et l'attractivité de la destination Québec (activités à pratiquer, lieux à visiter, etc.);
- Identifier les éléments clés qui serviraient de base à une stratégie visant à attirer la clientèle potentielle et à fidéliser la clientèle actuelle;
- Identifier le profil sociodémographique de la clientèle actuelle et potentielle.



VOLET ESTIVAL



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE | ADEPTES DE PLEIN AIR AU QUÉBEC

MÉTHODE

Un **sondage Web** mené auprès des adeptes de plein air et de nature du Québec, du reste du Canada, des États-Unis et d'ailleurs dans le monde, ayant pratiqué une activité de plein air ou en nature au Québec entre les mois de mai et d'octobre 2022 dans le cadre d'un séjour incluant au moins une nuitée ou d'une excursion à plus de 40 km de leur résidence.

ÉCHANTILLON

Au total, **1 648 répondants** ont participé à l'étude. La marge d'erreur maximale pour un échantillon de même taille est de +/-2,4%, 19 fois sur 20. Afin d'assurer une représentativité selon l'origine des visiteurs, des quotas par marché géographique avaient été imposés. La répartition finale de l'échantillon est présentée ci-dessous :

Lieu de résidence	Quotas initiaux	Nombre de répondants
Québec	500	536
Ontario et provinces maritimes	400	452
Nord-est des États-Unis*	300	163
Europe francophone**	400	322
Autres***	-	175
TOTAL	1 600	1 648

COLLECTE

Avant d'entreprendre la collecte officielle des données, un prétest a été réalisé le 15 décembre 2022 afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique. La collecte des données s'est déroulée du 16 décembre 2022 au 1^{er} février 2023 inclusivement.

PONDÉRATION

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population, les données brutes ont été pondérées selon le lieu de résidence.

ARRONDISSEMENT DES PROPORTIONS

Le complément à 100% est attribuable à l'arrondissement à l'entier des proportions ou à la non-réponse.

Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux présentés à ces questions sont par conséquent supérieurs à 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives pertinentes sont présentés dans les tableaux et graphiques, ou dans les commentaires d'analyse.

Les données en caractères gras et **rouges** signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants. À l'inverse, les données en caractères gras et **verts** signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants.

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.

NOTES AUX LECTEURS

*Le Nord-est des États-Unis comprend les États suivants : Maine, New Hampshire, Vermont, Massachusetts, Rhode Island, Connecticut, New York, New Jersey, Pennsylvanie, Maryland, Delaware et District de Columbia.

** L'Europe francophone est composée de la France, de la Belgique et de la Suisse. // *** Les répondants se retrouvant dans la catégorie *Autres* proviennent d'autres provinces canadiennes que le Québec, l'Ontario et les Maritimes (n=43), d'autres États américains que ceux du Nord-est (n=75) et d'autres pays que ceux de l'Europe francophone (n=57).

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE | ADEPTES DE PLEIN AIR HORS QUÉBEC

MÉTHODE



Un **sondage Web** mené auprès des voyageurs canadiens (plus spécifiquement de l'Ontario et des Maritimes), du Nord-est des États-Unis et de l'Europe francophone ayant fait au moins un séjour d'agrément à l'extérieur de leur domicile entre les mois de mai et d'octobre 2022, et **n'ayant jamais visité le Québec auparavant ou l'ayant fait il y a plus de trois ans.**

✎ Afin d'être éligibles à participer à l'étude, les répondants devaient déclarer qu'ils leur arrivent de faire des séjours durant lesquels ils pratiquent des activités de plein air ou en nature, ne serait-ce qu'à l'occasion.

L'échantillon a été tiré à partir du panel d'internautes de Léger, soit un panel représentatif de la population, et du panel de son partenaire de confiance Dynata.

ÉCHANTILLON



Au total, **1 051 répondants** ont participé à l'étude. À titre indicatif, la marge d'erreur maximale d'un échantillon probabiliste de même taille est de +/-3,0%, 19 fois sur 20. Des quotas par marché géographique avaient été imposés. La répartition finale de l'échantillon est présentée ci-dessous :

Lieu de résidence	Quotas initiaux	Nombre de répondants
Ontario et provinces maritimes	350	350
Nord-est des États-Unis*	350	351
Europe francophone**	350	350
TOTAL	1 050	1 051

COLLECTE



Avant d'entreprendre la collecte officielle des données, un prétest a été réalisé le 13 décembre 2022 afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique. La collecte des données s'est déroulée du 14 au 23 décembre 2022 inclusivement.

PONDÉRATION



Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population visée, les données brutes ont été pondérées en fonction du lieu de résidence, du sexe et de l'âge (selon la base administrative).

NOTES AUX LECTEURS

ARRONDISSEMENT DES PROPORTIONS

Le complément à 100% est attribuable à l'arrondissement à l'entier des proportions ou à la non-réponse.

Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux présentés à ces questions sont par conséquent supérieurs à 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives pertinentes sont présentés dans les tableaux et graphiques, ou dans les commentaires d'analyse.

Les données en caractères gras et **rouges** signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants. À l'inverse, les données en caractères gras et **verts** signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants.

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.

*Le Nord-est des États-Unis comprend les États suivants : Maine, New Hampshire, Vermont, Massachusetts, Rhode Island, Connecticut, New York, New Jersey, Pennsylvanie, Maryland, Delaware et District de Columbia.

** L'Europe francophone est composée de la France, de la Belgique et de la Suisse.



FAITS SAILLANTS

1. ADEPTES DE PLEIN AIR ET DE NATURE AU QUÉBEC EN ÉTÉ (VISITEURS)

Note : les données présentées dans cette section sont sur la base de l'ensemble des répondants (n=1 648). Lorsque la base diffère, cette dernière est précisée.

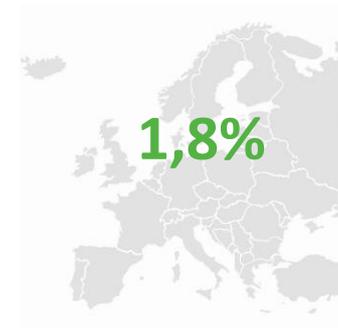
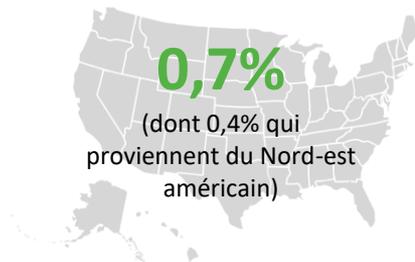
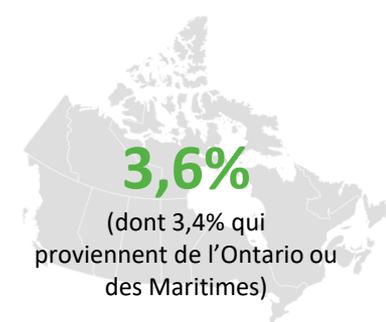
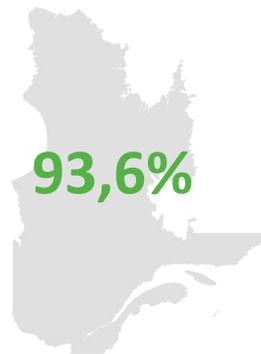
FAITS SAILLANTS | PROVENANCE DES ADEPTES DE PLEIN AIR AU QUÉBEC

DÉFINITION DES ADEPTES DU PLEIN AIR ET DE LA NATURE AU QUÉBEC ET PROVENANCE GÉOGRAPHIQUE

i Afin d'être admissibles à l'étude, les répondants devaient avoir pratiqué une activité de plein air ou en nature dans le cadre d'un **séjour d'agrément d'au moins une nuitée OU d'une excursion d'une journée à plus de 40 km de leur lieu de résidence au Québec entre les mois de mai et d'octobre 2022.**

🚶 Seuls les locaux (Québécois ayant **uniquement** pratiqué une telle activité dans le cadre d'une excursion de moins de 40 km du domicile) ont été exclus de l'étude. Ces derniers représentaient 27% des Québécois, avant filtrage (VFILTRE1).

Les répondants admissibles sont catégorisés comme des adeptes de plein air et de la nature au Québec.



Note : tout au long du rapport, ces répondants sont décrits comme « visiteurs », puisqu'ils ont visité au moins un site touristique de plein air et de nature au Québec.

FAITS SAILLANTS | DERNIER SÉJOUR AU QUÉBEC : PORTRAIT

PREMIÈRE VISITE AU QUÉBEC (parmi les touristes; n=1 513; Q1)*

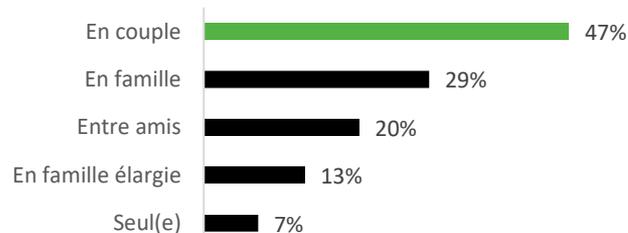
Plus les visiteurs viennent de loin, plus ils sont nombreux à déclarer que la pratique d'activités de plein air et en nature à l'été 2022 a été effectuée dans le cadre d'un **premier séjour de plein air au Québec**.

QUÉBEC	ONT. + ATL.	N.-E. DES É-U	EUROPE FRANCO	AUTRE
3%	13%	47%	58%	67%

CELLULE DE VOYAGE (parmi les touristes; Q6)

Les visiteurs sondés ont surtout voyagé **en couple**.

Notons tout de même que les visiteurs en provenance de l'Europe francophone sont beaucoup plus nombreux que ceux des autres marchés à avoir voyagé en famille (40%). La cellule de voyage varie également selon l'âge; les 35-54 ans ayant surtout voyagé en famille.



RÉGIONS TOURISTIQUES VISITÉES (parmi les touristes; Q2)

Au cours du dernier séjour, les **centres urbains** que sont Québec et Montréal ont été des incontournables pour les visiteurs de l'extérieur du Canada. Chez les Québécois, les régions des **Cantons-de-l'Est** et des **Laurentides** ont été les plus visitées.

La Gaspésie, Charlevoix et le Saguenay-Lac-Saint-Jean ont également été des destinations touristiques populaires à l'été 2022.

TOP 5

QUÉBEC	ONT. + ATL.	N.-E. DES É-U	EUROPE FRANCO	AUTRE
Cantons-de-l'Est (27%)	Québec (28%)	Québec (56%)	Québec (84%)	Québec (69%)
Laurentides (23%)	Gaspésie (23%)	Montréal (26%)	Montréal (78%)	Montréal (63%)
Charlevoix (20%)	Charlevoix (22%)	Gaspésie (20%)	SLSJ (57%)	Gaspésie (34%)
Québec (18%)	Laurentides (21%)	Charlevoix (20%)	Charlevoix (48%)	Charlevoix (30%)
Bas Saint-Laurent (17%)	Bas Saint-Laurent (17%)	SLSJ (19%)	Gaspésie (44%)	SLSJ (29%)
Moyenne : 2,1 régions	Moyenne : 2,2 régions	Moyenne : 2,2 régions	Moyenne : 5,0 régions	Moyenne : 4,0 régions



2,2 régions visitées

lors du dernier séjour. Cette moyenne est beaucoup plus élevée chez les visiteurs en provenance de l'Europe francophone (5,0).

* Sont considérés comme des touristes les répondants qui ont visité un site ou un établissement touristique au Québec dans le cadre d'un séjour d'au moins une nuitée. Par définition, tous les visiteurs de l'extérieur du Québec sont des touristes et, chez les Québécois, 75% sont catégorisés comme tel.

FAITS SAILLANTS | DERNIER SÉJOUR AU QUÉBEC : PORTRAIT

NOMBRE DE NUITÉES (parmi les touristes; Q4)



6,3 nuitées

(en moyenne) passées à l'extérieur lors du dernier séjour.

Plus les visiteurs viennent de loin, plus la durée de séjour tend à augmenter :

- Québec : **5,6**
- Ontario et Maritimes : **8,3**
- Nord-est des États-Unis : **7,9**
- Europe francophone : **15,2**
- Autre : **20,6**

TYPES D'HÉBERGEMENT (parmi les touristes; Q5)

Le camping a été le type d'hébergement le plus populaire (surtout chez les Québécois!)... sauf pour les visiteurs de l'Europe francophone.

En effet, ces derniers ont privilégié l'hôtel ou l'auberge de trois étoiles ou moins (44%).

TOP 3

QUÉBEC	ONT. + ATL.	N.-E. DES É-U	EUROPE FRANCO	AUTRE
Camping (75%)	Camping (58%)	Camping (41%)	Hôtel 3 étoiles - (44%)	Camping (42%)
Chalet/location d'une maison (18%)	Hôtel 3 étoiles - (19%)	Hôtel 3 étoiles - (28%)	Bed and breakfast (31%)	Hôtel 4 étoiles + (30%)
Hôtel 3 étoiles - (6%)	Hôtel 4 étoiles + (18%)	Chalet/location d'une maison (21%)	Chalet/location d'une maison (30%)	Hôtel 3 étoiles - (29%)

ACTIVITÉS DE PLEIN AIR PRATIQUÉES AU QUÉBEC (Q9A0)

Peu importe d'où ils viennent, les visiteurs ont surtout pratiqué la randonnée pédestre en nature lors de leur séjour au Québec.

Les répondants en provenance de l'Europe francophone ont été particulièrement friands de cette activité. Par ailleurs, comme observé précédemment, la pratique de camping (que ce soit en tente, prêt-à-camper ou avec un VR) a été particulièrement populaire auprès des Québécois.

TOP 5

QUÉBEC	ONT. + ATL.	N.-E. DES É-U	EUROPE FRANCO	AUTRE
Randonnée pédestre en nature (90%)	Randonnée pédestre en nature (89%)	Randonnée pédestre en nature (83%)	Randonnée pédestre en nature (98%)	Randonnée pédestre en nature (93%)
Baignade/plage en lac ou en rivière (42%)	Baignade/plage en lac ou en rivière (38%)	Ornithologie ou observation de la faune (30%)	Ornithologie ou observation de la faune (39%)	Ornithologie ou observation de la faune (30%)
Camping en tente ou prêt-à-camper (40%)	Camping en tente ou prêt-à-camper (35%)	Baignade/plage en lac ou en rivière (27%)	Baignade/plage en lac ou en rivière (33%)	Vélo sur pistes cyclables (23%)
Vélo sur pistes cyclables (31%)	Vélo sur pistes cyclables (29%)	Camping en tente ou prêt-à-camper (26%)	Location de chalet en nature (28%)	Camping en tente ou prêt-à-camper (22%)
Camping avec un véhicule récréatif (25%)	Camping avec un véhicule récréatif (26%)	Vélo sur pistes cyclables (20%)	Séjour en auberge ou hôtel en nature (27%)	Baignade/plage en lac ou en rivière (22%)
Moyenne : 3,5 activités	Moyenne : 3,3 activités	Moyenne : 2,6 activités	Moyenne : 3,5 activités	Moyenne : 2,9 activités



3,5 activités pratiquées

lors du dernier séjour d'agrément, moyenne un peu moins élevée chez les Américains du Nord-est (2,6).

FAITS SAILLANTS | DERNIER SÉJOUR AU QUÉBEC : SATISFACTION

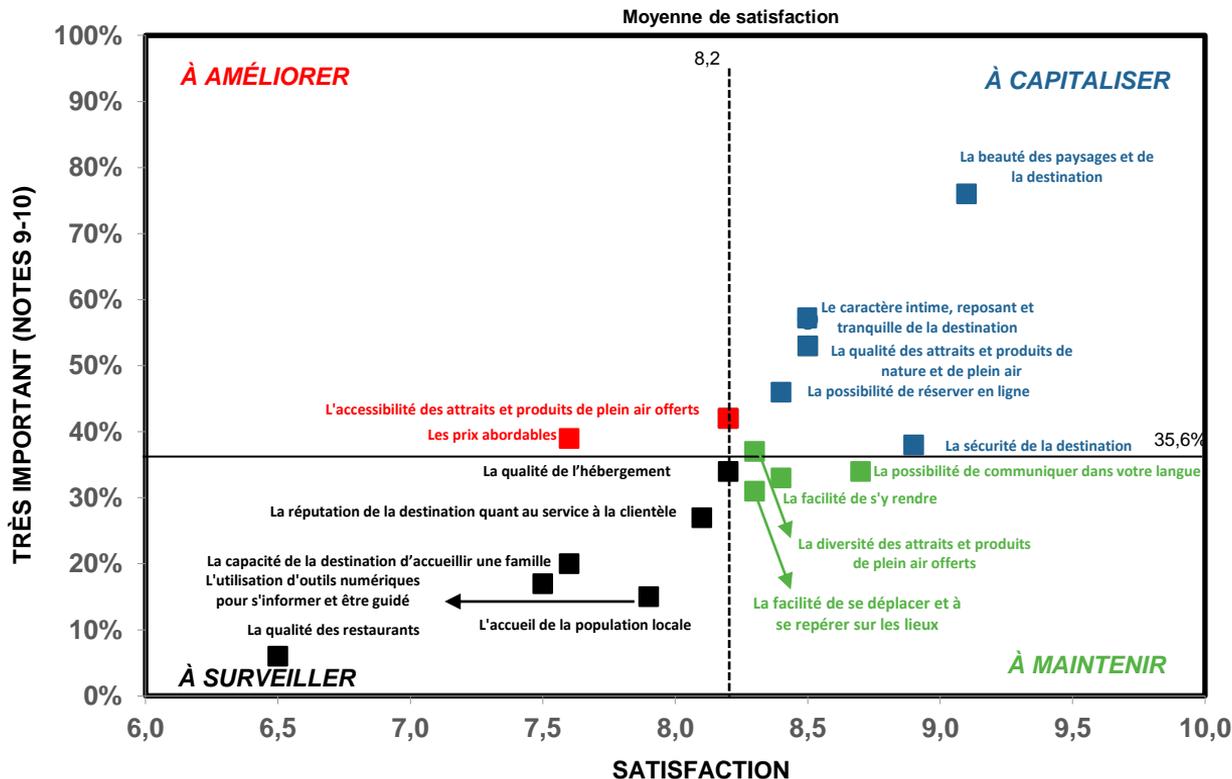
Lors de leur séjour au Québec à l'été 2022, les visiteurs ont particulièrement apprécié la beauté des paysages, la sécurité et le caractère intime et tranquille de la destination, de même que la qualité des attraits et produits de nature et de plein air et la possibilité de réserver en ligne. Ces éléments figurent également parmi les plus importants à leurs yeux.

Bonne nouvelle : les 17 éléments évalués sont jugés satisfaisants par les visiteurs (un peu moins la qualité des restaurants, mais son importance est également moins grande).

Complément d'information (Q15)

Pour vivre une expérience de plein air et en nature optimale, les visiteurs, selon leur provenance, vont rechercher des aspects différents. Les Québécois vont surtout apprécier la tranquillité et l'isolement, de même que de se retrouver au cœur de la nature. Pour leur part, les Ontariens et résidents des provinces maritimes accordent une importance particulière à la proximité d'un cours d'eau, les Américains à l'accessibilité aux montagnes et les résidents de l'Europe francophone, à la possibilité de contempler des paysages différents de chez eux. Néanmoins, les différentes clientèles ont un point commun : ils attribuent une grande importance aux paysages spectaculaires.

MATRICE IMPORTANCE/SATISFACTION (Q7BEO et Q8AL)



FAITS SAILLANTS | IMPORTANCE DU PLEIN AIR EN VOYAGE

L'IMPORTANCE DU PLEIN AIR (parmi les touristes; Q7A)

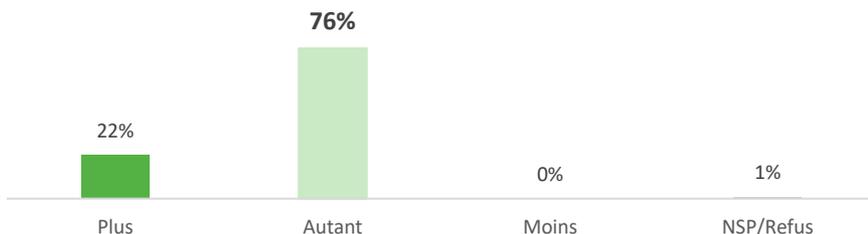
Chez les Canadiens et les Américains du Nord-est, la possibilité de faire des activités en nature et de plein air était LE facteur central dans le choix de voyager au Québec, alors que chez les visiteurs de l'Europe francophone, ce critère n'était pas décisif, mais tout de même important.

	QUÉBEC	ONT. + ATL.	N.-E. des É-U	EUROPE FRANCO	AUTRE
Facteur prioritaire	66%	60%	51%	33%	29%
Parmi les trois plus importants	31%	35%	39%	58%	61%
Pas parmi les trois plus importants	2%	4%	10%	7%	8%

IMPORTANCE DU PLEIN AIR POST PANDÉMIE (QNEW)

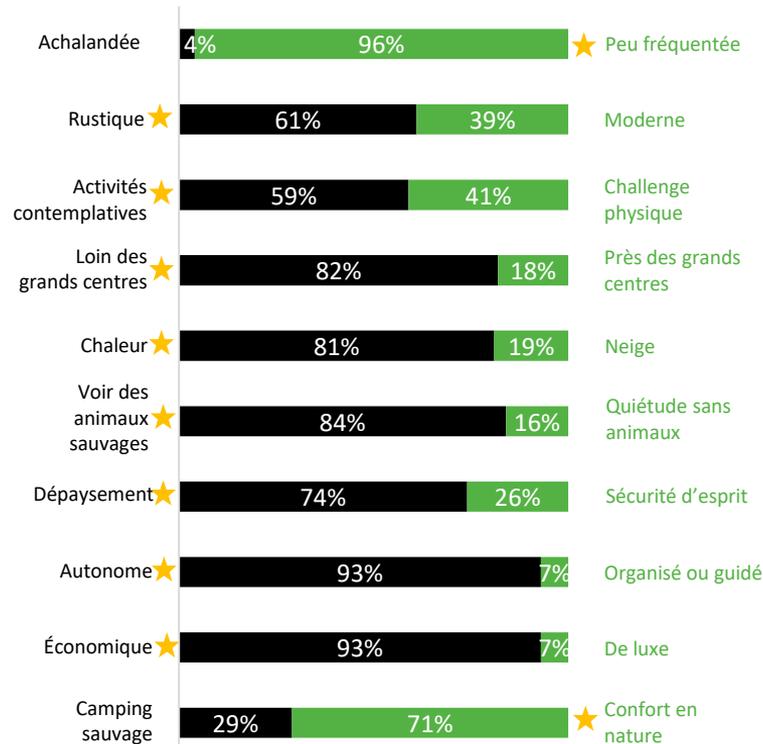
La possibilité de pratiquer des activités de plein air et en nature en voyage est aussi (76%), voire plus (22%) importante qu'avant la pandémie.

Ce constat s'avère pour l'ensemble des répondants, peu importe leur provenance ou leur profil.



PERCEPTIONS D'UNE DESTINATION IDÉALE (Q16)

Chez les différents marchés d'intérêt, ces tendances demeurent.



FAITS SAILLANTS | ACTIVITÉS DE PLEIN AIR EN VOYAGE

LIEUX CONVOITÉS (Q14)

Lorsqu'ils voyagent dans le but de faire des activités de plein air et en nature, les répondants vont souvent opter pour les **parcs nationaux ou les parcs provinciaux, d'État, naturels ou régionaux**.

Certaines préférences sont toutefois perceptibles selon les différents marchés.

	QUÉBEC	ONT. + ATL.	N.-E. DES É-U	EUROPE FRANCO	AUTRE
Parcs nationaux	80%	84%	85%	82%	88%
Parcs provinciaux, d'État, naturels ou régionaux	79%	93%	85%	64%	80%
Réerves fauniques, forêt national ou forêt d'État	57%	46%	73%	56%	63%

TYPES DE SÉJOUR LES PLUS POPULAIRES (Q13)

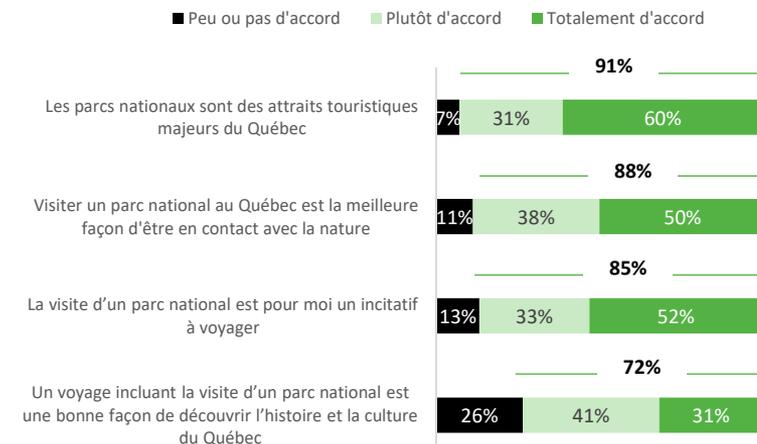
Les voyages de type « **nature, plein air et aventure** » figurent au **1^{er} rang des types de voyages les plus populaires chez les visiteurs (88%)**, suivis des voyages de type « **soleil et plage/mer** » (39%).

Ce constat s'avère pour l'ensemble des visiteurs, peu importe leur provenance et leur profil sociodémographique.

PERCEPTIONS DES PARCS NATIONAUX (Q23AD)

Aux yeux des visiteurs sondés, les **parcs nationaux jouent un rôle important** dans l'expérience de plein air de façon globale, mais aussi dans la découverte de l'histoire et de la culture au Québec. Ils représentent définitivement un incitatif majeur à voyager.

Ces perceptions sont largement partagées parmi l'ensemble des visiteurs, peu importe leur provenance. Notons un enthousiasme toutefois moindre chez les Québécois lorsqu'il s'agit de l'importance des parcs nationaux comme vecteur de découverte de l'histoire et de la culture du Québec (29% se prononcent très en accord avec cet énoncé, alors que cette proportion se situe entre 47% et 53% pour les autres marchés).



FAITS SAILLANTS | LE QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE ET DE PLEIN AIR

FAMILIARITÉ AVEC LE QUÉBEC (parmi les visiteurs hors Québec; Q17)

Globalement, 83% se disent **familiers avec le Québec** en tant que destination touristique, dont 30% **très familiers**.



PRINCIPALES FORCES ET FAIBLESSES (Q20 et Q21)

Aux yeux des visiteurs, les **principales forces du Québec** résident dans la beauté de ses paysages, ses nombreux cours d'eau, son offre à la fois urbaine et de plein air et sa culture canadienne-française.

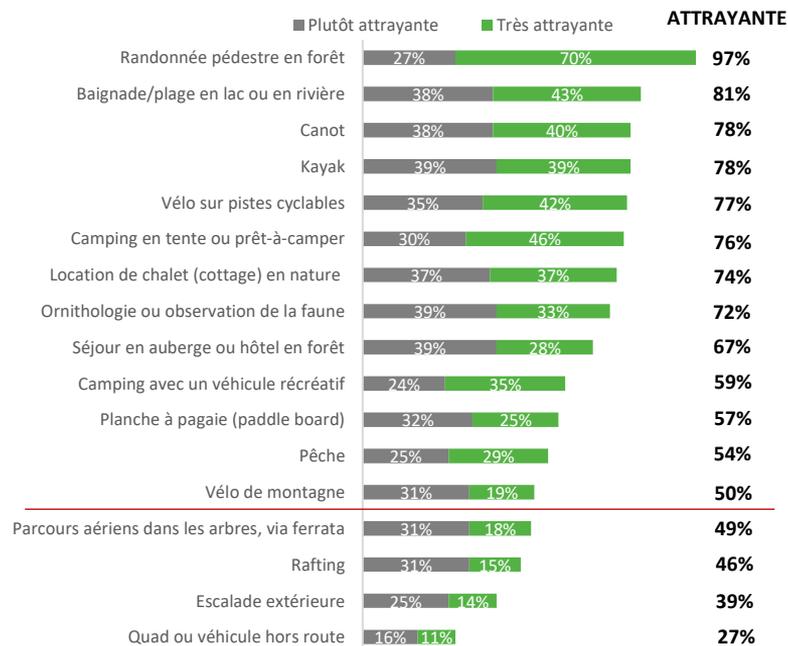
TOP 3

QUÉBEC	ONT. + ATL.	N.-E. DES É-U	EUROPE FRANCO	AUTRE
Grand nombre de lacs et rivières (73%)	Beauté des paysages (82%)	Beauté des paysages (70%)	Beauté des paysages (87%)	Beauté des paysages (73%)
Beauté des paysages (69%)	Grand nombre de lacs et rivières (56%)	Culture canadienne-française (63%)	Grand nombre de lacs et rivières (63%)	Pratique d'activités de plein air et urbaines (55%)
Diversité des activités de plein air (53%)	Culture canadienne-française (55%)	Pratique d'activités de plein air et urbaines (63%)	Culture canadienne-française (60%)	Culture canadienne-française (54%)

Les conditions météorologiques difficiles, le fait qu'il s'agit d'une destination dispendieuse (surtout pour les clientèles plus éloignées) et la barrière de la langue pour les clientèles anglophones sont les **trois principales faiblesses identifiées**.

ACTIVITÉS LES PLUS ATTRAYANTES AU QUÉBEC (Q22AP)

La randonnée pédestre en forêt et la baignade en lac ou en rivière sont perçues comme les activités les plus attrayantes à pratiquer au Québec parmi celles évaluées. Ces deux activités figurent également parmi les plus pratiquées lors du dernier séjour au Québec.



FAITS SAILLANTS | LE QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE ET DE PLEIN AIR

LE QUÉBEC COMME DESTINATION PLEIN AIR (Q19AN)

Dans l'esprit des visiteurs, le Québec jouit d'un **positionnement fort enviable** en tant que destination de plein air et de nature, dans tous les marchés d'intérêt.

Intention de visite (Q24A)

L'intérêt à voyager à nouveau au Québec en période estivale au cours des cinq prochaines années est au rendez-vous.

% INTÉRESSÉ :

	Total	1 ^{er} séjour de plein air au Québec
Québec	89%	82%
Ont. + Atl.	86%	75%
N-E des É-U	72%	64%
Europe franco	56%	52%
Autre	51%	41%

Attributs	QUÉBEC	ONT. + ATL.	N.-E. DES É-U	EUROPE FRANCO	AUTRE
Sécuritaire	76% ★	48% ★	41% ★	66% ★	52% ★
Nature accessible	74% ★	65% ★	50% ★	71% ★	46% (2 ^e ; Ouest canadien)
Amical	71% ★	44% ★	44% ★	83% ★	48% ★
Familial	66% ★	38% ★	26% ★	50% ★	26% ★
Confortable	62% ★	44% ★	33% (2 ^e ; Nord-est É-U)	49% ★	38% ★
Idéale pour moi	61% ★	54% ★	56% ★	62% ★	40% ★
Authentique	56% ★	52% ★	52% ★	61% ★	51% ★
Sauvage	55% ★	46% (2 ^e ; Ouest canadien)	37% (2 ^e ; Ouest canadien)	56% ★	38% (2 ^e ; Ouest canadien)
Diversifié	46% ★	31% ★	28% (2 ^e ; Nord-est É-U)	36% (2 ^e ; pays franco euro.)	29% ★
Divertissant	43% ★	39% ★	37% ★	25% (2 ^e ; pays franco euro.)	35% ★
Unique	31% (3 ^e ; Ouest canadien)	35% (2 ^e ; pays scandinaves)	49% ★	42% ★	48% ★
Spectaculaire	27% (3 ^e ; Ouest canadien)	29% (3 ^e ; Ouest canadien)	34% (2 ^e ; Ouest canadien)	45% ★	33% (2 ^e ; Ouest canadien)
Peu fréquenté	25% (2 ^e ; pays scandinaves)	14% (3 ^e ; pays scandinaves)	17% (3 ^e ; pays scandinaves)	31% ★	22% (2 ^e ; pays scandinaves)
Dépaysant	17% (4 ^e ; pays scandinaves)	29% (3 ^e ; Ouest canadien)	28% (3 ^e ; Ouest canadien)	49% ★	37% (2 ^e ; Ouest canadien)

★ Énoncés pour lesquels le Québec occupe le premier rang. Lorsqu'il n'occupe pas le premier rang, sa position de même que la destination gagnante sont indiquées entre parenthèses. Notons toutefois que, pour certains énoncés, des proportions importantes de répondants n'ont pas été en mesure de se prononcer.

2. ADEPTES DE PLEIN AIR ET DE NATURE HORS QUÉBEC EN ÉTÉ (NON-VISITEURS)

Note : les données présentées dans cette section sont sur la base de l'ensemble des répondants (n=1 051). Lorsque la base diffère, cette dernière est précisée.

FAITS SAILLANTS | INCIDENCE DANS LA POPULATION

DÉFINITION DES ADEPTES DU PLEIN AIR ET DE LA NATURE HORS QUÉBEC ET INCIDENCE DANS LA POPULATION



Afin d'être admissibles à participer à l'étude, les répondants devaient avoir effectué au moins un séjour d'agrément d'une nuitée ou plus entre les mois de mai et d'octobre 2022, n'avoir jamais visité le Québec (ou l'avoir fait il y a plus de trois ans) et réaliser, ne serait-ce qu'à l'occasion, des séjours en hébergement payant qui incluent la pratique d'activités de plein air ou en nature.

Les répondants admissibles sont catégorisés comme des adeptes d'activités de plein air et de nature, non-visiteurs des établissements touristiques et sites de plein air au Québec.

Note : tout au long du rapport, ces répondants sont décrits comme « non-visiteurs ».



Base : l'ensemble des répondants (avant filtrage; n=2 512)*

71% ont réalisé au moins un séjour d'agrément entre mai et octobre 2022.

57% n'ont **jamais** visité le Québec (36%) ou l'ont visité il y a plus de trois ans (21%).

52% réalisent, ne serait-ce qu'à l'occasion, des séjours d'agrément en hébergement payant qui incluent la pratique d'activités de plein air ou en nature.



52% étaient éligibles à participer à l'étude.

Les questions subséquentes n'ont été posées qu'à ces répondants.

* Les résultats présentés ont tous été rapportés sur la base totale, afin d'obtenir un portrait représentatif parmi l'ensemble de la population à l'étude.

FAITS SAILLANTS | DERNIER SÉJOUR D'AGRÉMENT : PORTRAIT

DESTINATION(S) VISITÉE(S) LORS DU DERNIER SÉJOUR D'AGRÉMENT (Q3)

Naturellement, les répondants ont surtout effectué leur dernier séjour d'agrément **dans leur pays respectif**.

CANADA

20%

Ontario et Maritimes : **73%**
 États-Unis : **15%**
 Europe francophone : **18%**

ÉTATS-UNIS

46%

Ontario et Maritimes : **31%**
 États-Unis : **91%**
 Europe francophone : **18%**

EUROPE

52%

Ontario et Maritimes : **10%**
 États-Unis : **11%**
 Europe francophone : **85%**

AILLEURS

14%

Ontario et Maritimes : **14%**
 États-Unis : **15%**
 Europe francophone : **14%**

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU DERNIER SÉJOUR D'AGRÉMENT (Q4, Q5 et Q6)



7,3 nuitées

(en moyenne) passées à l'extérieur lors du dernier séjour.

Cette moyenne est plus élevée parmi ceux qui ont voyagé vers une destination autre que le Canada, les États-Unis et l'Europe (9,1).

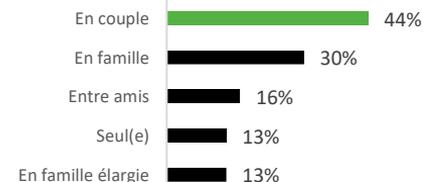
Les types d'hébergement priorités divergent selon les marchés.

Les Canadiens sont plus nombreux que les répondants des autres marchés à avoir séjourné chez leur entourage, alors que les Américains ont eu une nette préférence pour les hôtels de 4 étoiles ou plus, et les Européens francophones, pour les hôtels de trois étoiles ou moins.

ONTARIO + ATLANTIQUE	ÉTATS-UNIS	EUROPE FRANCO
Hôtel 4 étoiles + (35%)	Hôtel 4 étoiles + (50%)	Hôtel 3 étoiles - (37%)
Famille ou amis (30%)	Famille ou amis (27%)	Hôtel 4 étoiles + (30%)
Hôtel 3 étoiles - (22%)	Hôtel 3 étoiles - (19%)	Famille ou amis (19%)

Nonobstant leur provenance, les répondants ont surtout voyagé en couple.

La cellule de voyage varie toutefois selon l'âge, alors que les 30-44 ans ont surtout voyagé en famille.



FAITS SAILLANTS | DERNIER SÉJOUR D'AGRÉMENT : SATISFACTION

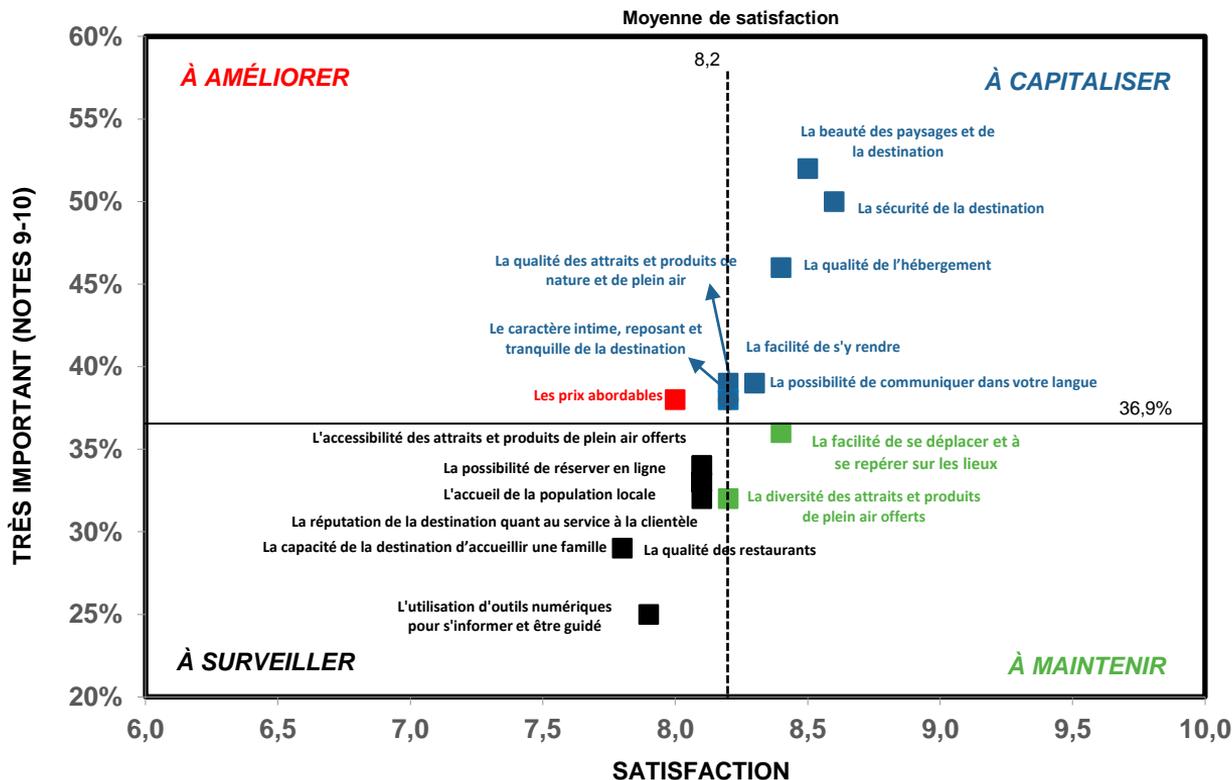
MATRICE IMPORTANCE/SATISFACTION (Q7BEO et Q8AL)

Malgré le positionnement de certains énoncés dans les cadrans **À AMÉLIORER** et **À SURVEILLER**, on constate qu'aucun des 17 éléments évalués n'a été particulièrement problématique lors du dernier séjour d'agrément, au contraire. Les notes de satisfaction générale oscillent entre 7,8 et 8,5 sur 10, soit d'excellents résultats.

Les éléments les plus importants aux yeux des répondants (beauté des paysages, sécurité de la destination et qualité de l'hébergement) sont également ceux qui récoltent les plus hautes notes moyennes de satisfaction.

Complément d'information (Q15)

Lorsqu'on leur demande d'identifier, parmi une liste de suggestions, les éléments liés au plein air et à la nature les plus importants pour eux pour vivre une expérience optimale de séjour, les répondants identifient la proximité de la mer (38%), les paysages spectaculaires (37%) et la tranquillité et l'isolement (33%).



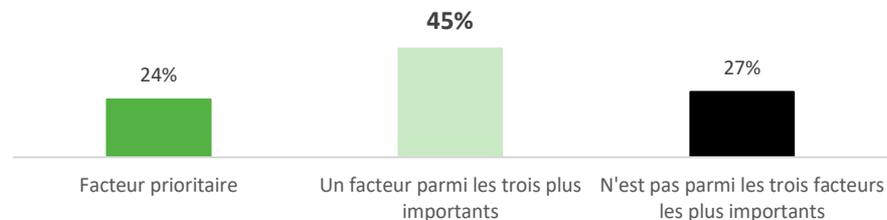
L'interprétation des cadrans de la matrice est disponible en Annexe du présent rapport.

FAITS SAILLANTS | IMPORTANCE DU PLEIN AIR EN VOYAGE

LE PLEIN AIR DANS LE CHOIX D'UNE DESTINATION (Q7A)

Sans être LE critère décisif, la possibilité de faire des activités en nature ou de plein air a tout de même eu une importance certaine dans le choix de la dernière destination visitée (peu importe la destination).

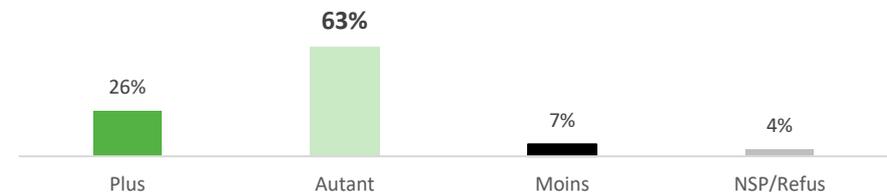
Notons toutefois que les 65 ans et plus ont accordé une importance moindre à ce critère.



IMPORTANCE DU PLEIN AIR POST PANDÉMIE (QNEW)

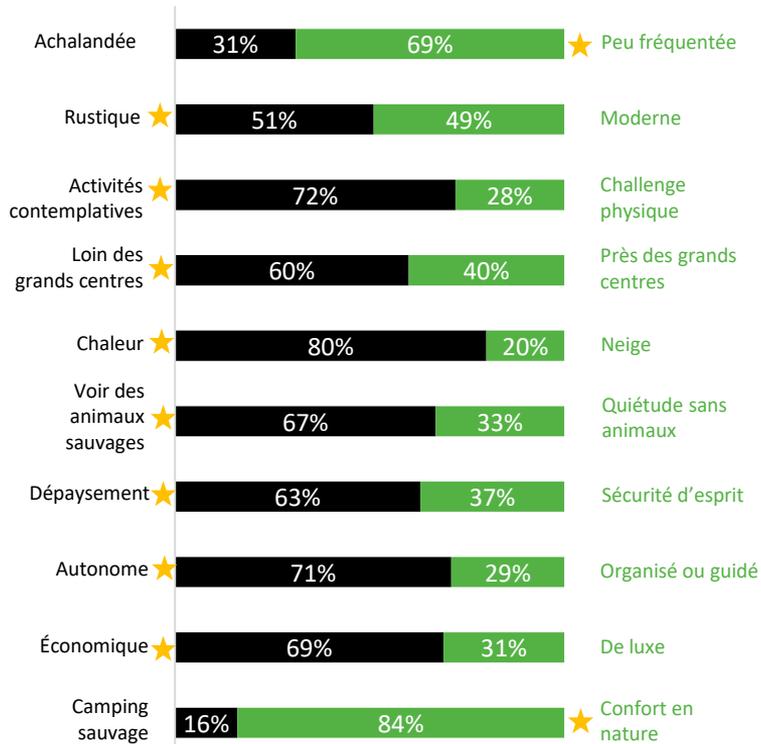
La possibilité de pratiquer des activités de plein air et en nature en voyage est aussi (63%), voire plus (26%) importante qu'avant la pandémie.

Ce constat s'avère pour l'ensemble des répondants, peu importe leur provenance ou leur profil.



PERCEPTIONS D'UNE DESTINATION IDÉALE (Q16)

Chez les différents marchés d'intérêt, ces tendances demeurent.



FAITS SAILLANTS | ACTIVITÉS DE PLEIN AIR EN VOYAGE

LIEUX CONVOITÉS (Q14)

Lorsqu'ils voyagent dans le but de faire des activités de plein air et en nature, les répondants vont souvent opter pour les **parcs nationaux ou les parcs provinciaux, d'État, naturels ou régionaux**.

Certaines préférences sont toutefois perceptibles selon les différents marchés.

	TOTAL	ONT. + ATL	É-U	EUROPE FRANCO
Parcs provinciaux, d'État, naturels ou régionaux	42%	52%	36%	45%
Parcs nationaux	41%	38%	44%	40%
Centre de villégiature/de vacances/resorts privés	35%	48%	43%	29%
Réserves fauniques, forêt national ou forêt d'État	31%	21%	37%	27%

TYPES DE SÉJOUR LES PLUS POPULAIRES (Q13)

Les voyages de « **nature, plein air et aventure** » figurent au 2^e rang des types de voyages les plus populaires (46%), derrière les voyages de type « **soleil et plage/mer** » (49%).

Les répondants en provenance de l'Europe francophone font toutefois exception à la règle, alors que les séjours d'aventure, de nature et de plein air sont leurs préférés.

ACTIVITÉS DE PLEIN AIR PRATIQUÉES EN VOYAGE (Q9AO)

Peu importe d'où ils viennent et la destination qu'ils ont visitée dans le cadre de leur dernier séjour d'agrément, les répondants ont surtout **pratiqué la randonnée pédestre en nature**.

Les répondants en provenance de l'Europe francophone ont été particulièrement friands de cette activité.

TOP 5

TOTAL	ONT. + ATL	É-U	EUROPE FRANCO
Randonnée Pédestre en nature (55%)	Randonnée Pédestre en nature (50%)	Randonnée Pédestre en nature (44%)	Randonnée Pédestre en nature (63%)
Baignade/plage en lac ou en rivière (38%)	Baignade/plage en lac ou en rivière (27%)	Baignade/plage en lac ou en rivière (41%)	Baignade/plage en lac ou en rivière (38%)
Vélo sur pistes cyclables (20%)	Location de chalet en nature (16%)	Pêche (19%)	Vélo sur pistes cyclables (23%)
Pêche (14%)	Vélo sur pistes cyclables (13%)	Vélo sur pistes cyclables (18%)	Séjour en auberge ou hôtel en nature (15%)
Séjour en auberge ou hôtel en nature (13%)	Ornithologie (11%)	Ornithologie (16%)	Vélo de montage (12%)
Moyenne : 2,2 activités	Moyenne : 1,9 activité	Moyenne : 2,3 activités	Moyenne : 2,2 activités



2,2 activités pratiquées

lors du dernier séjour d'agrément, moyenne un peu moins élevée chez les Canadiens (1,9).

FAITS SAILLANTS | LE QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE ET DE PLEIN AIR

DEGRÉ DE FAMILIARITÉ AVEC LE QUÉBEC (Q17)

Globalement, **32%** se disent **familiers avec le Québec** en tant que destination touristique, dont **3%** très familiers.



46%



28%



33%

LE QUÉBEC COMME DESTINATION PLEIN AIR (Q19AN)

Le Québec jouit d'un **positionnement fort enviable** en tant que destination de plein air et de nature, surtout auprès des clientèles hors Canada.

Attributs	%	Rang	Gagnant	Attributs	%	Rang	Gagnant
Amical ★	40%	1 ^{er}	Québec	Confortable ★	28%	1 ^{er}	Québec
Nature accessible ★	33%	1 ^{er}	Québec	Diversifié	27%	2 ^e	Pays franco-européens
Dépaysant ★	33%	1 ^{er}	Québec	Divertissant	27%	2 ^e	Nord-est États-Unis
Authentique ★	32%	1 ^{er}	Québec	Spectaculaire ★	27%	1 ^{er}	Québec
Idéale pour moi ★	32%	1 ^{er}	Québec	Sécuritaire ★	27%	1 ^{er}	Québec
Unique ★	32%	1 ^{er}	Québec	Sauvage	22%	2 ^e	Ouest canadien
Familial ★	29%	1 ^{er}	Québec	Peu fréquenté	17%	3 ^e	Pays scandinaves

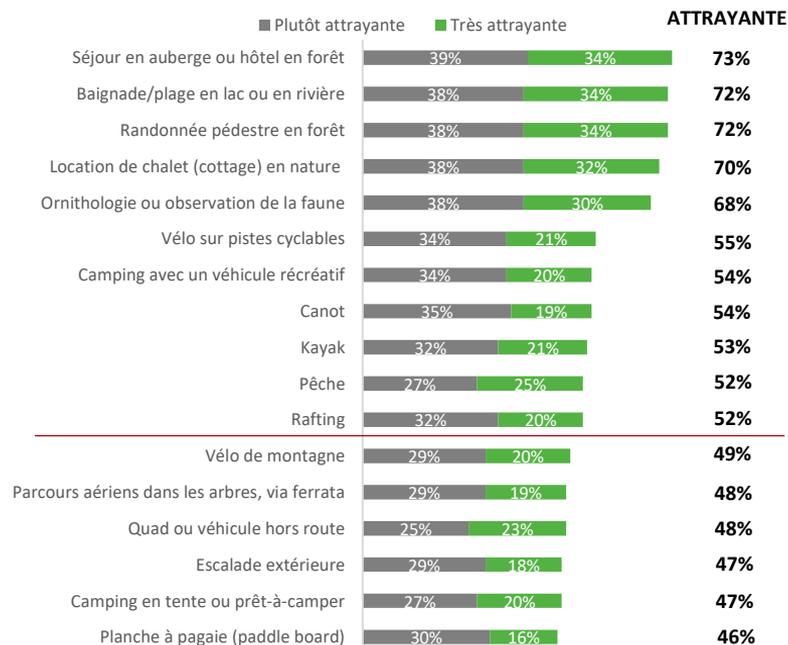
Notons que les Canadiens sont généralement **moins nombreux** à placer le Québec au 1^{er} rang.

★ Énoncés pour lesquels le Québec occupe le premier rang. Notons toutefois que, pour certains énoncés, des proportions importantes de répondants n'ont pas été en mesure de se prononcer.

ACTIVITÉS LES PLUS ATTRAYANTES AU QUÉBEC (Q22AP)

Le séjour en hébergement en forêt, la baignade en lac ou en rivière, la randonnée pédestre, la location de chalet en nature et l'ornithologie sont perçus comme les activités les plus attrayantes à réaliser au Québec.

Notons que les Canadiens sont **moins nombreux** à juger ces activités très attrayantes.





VOLET HIVERNAL



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE | ADEPTES DE PLEIN AIR AU QUÉBEC

MÉTHODE

Un **sondage Web** mené auprès des Québécoises et Québécois, adeptes de plein air et de nature dans leur province.

✎ Afin d'être éligibles à participer à l'étude, ces derniers devaient avoir personnellement fait un séjour d'agrément d'au moins une nuitée à l'extérieur de leur domicile, mais dans la province de Québec, entre le 17 décembre 2022 et le 31 mars 2023, au cours duquel ils ont pratiqué au moins une activité de plein air ou en nature.

L'échantillon a été tiré à partir du panel d'internautes de Léger, soit un panel représentatif de la population québécoise.

ÉCHANTILLON

Au total, **501 Québécoises et Québécois adeptes de plein air et de nature**, âgé(e)s de 18 ans et plus, et pouvant s'exprimer en français ou en anglais ont participé à l'étude.

À titre indicatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon probabiliste de même taille est de +/- 4,4%, 19 fois sur 20.

COLLECTE

Avant d'entreprendre la collecte officielle des données, un prétest a été réalisé le 8 mai 2023 afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique. La collecte des données s'est déroulée du 10 au 28 mai 2023 inclusivement.

PONDÉRATION

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population, les données brutes ont été pondérées selon le sexe, l'âge, la région de résidence, la scolarité, la langue maternelle et la présence d'enfant(s) dans le ménage (selon la base administrative).

ARRONDISSEMENT DES PROPORTIONS

Le complément à 100% est attribuable à l'arrondissement à l'entier des proportions ou à la non-réponse.

Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux présentés à ces questions sont par conséquent supérieurs à 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives pertinentes sont présentés dans les tableaux et graphiques, ou dans les commentaires d'analyse.

Les données en caractères gras et **rouges** signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants. À l'inverse, les données en caractères gras et **verts** signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants.

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 | ADEPTES DE PLEIN AIR HORS QUÉBEC

MÉTHODE

Un **sondage Web** mené auprès des voyageurs canadiens (plus spécifiquement de l'Ontario et des Maritimes), du Nord-est des États-Unis et de l'Europe francophone ayant fait au moins un séjour d'agrément à l'extérieur de leur domicile entre le 17 décembre 2022 et le 31 mars 2023, et **n'ayant jamais visité le Québec auparavant ou l'ayant fait il y a plus de trois ans**.

✎ Afin d'être éligibles à participer à l'étude, les répondants devaient déclarer qu'ils leur arrivent de faire des séjours durant lesquels ils pratiquent des activités de plein air ou en nature, ne serait-ce qu'à l'occasion.

L'échantillon a été tiré à partir du panel d'internautes de Léger, soit un panel représentatif de la population, et du panel de son partenaire de confiance Dynata.

ÉCHANTILLON

Au total, **917 répondants** ont participé à l'étude. À titre indicatif, la marge d'erreur maximale d'un échantillon probabiliste de même taille est de +/-3,2%, 19 fois sur 20. Des quotas par marché géographique avaient été imposés. La répartition finale de l'échantillon est présentée ci-dessous :

Lieu de résidence	Quotas initiaux	Nombre de répondants
Ontario et provinces maritimes	300	308
Nord-est des États-Unis*	300	305
Europe francophone**	300	304
TOTAL	900	917

COLLECTE

Avant d'entreprendre la collecte officielle des données, un prétest a été réalisé le 8 mai 2023 afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique. La collecte des données s'est déroulée du 10 au 28 mai 2023 inclusivement.

PONDÉRATION

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population visée, les données brutes ont été pondérées en fonction du lieu de résidence, du sexe et de l'âge (selon la base administrative).

NOTES AUX LECTEURS

ARRONDISSEMENT DES PROPORTIONS

Le complément à 100% est attribuable à l'arrondissement à l'entier des proportions ou à la non-réponse.

Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux présentés à ces questions sont par conséquent supérieurs à 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives pertinentes sont présentés dans les tableaux et graphiques, ou dans les commentaires d'analyse.

Les données en caractères gras et **rouges** signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants. À l'inverse, les données en caractères gras et **verts** signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants.

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.

* Le Nord-est des États-Unis comprend les États suivants : Maine, New Hampshire, Vermont, Massachusetts, Rhode Island, Connecticut, New York, New Jersey, Pennsylvanie, Maryland, Delaware et District de Columbia.

** L'Europe francophone est composée de la France, de la Belgique et de la Suisse.



FAITS SAILLANTS

3. ADEPTES DE PLEIN AIR ET DE NATURE AU QUÉBEC EN HIVER (VISITEURS)

Note : les données présentées dans cette section sont sur la base de l'ensemble des répondants (n=501).

FAITS SAILLANTS | PROVENANCE DES ADEPTES DE PLEIN AIR AU QUÉBEC

DÉFINITION DES ADEPTES DU PLEIN AIR ET DE LA NATURE AU QUÉBEC



Afin d'être admissibles à l'étude, les Québécois devaient avoir fait personnellement un séjour d'agrément au Québec d'au minimum une nuitée à l'extérieur de leur domicile entre le 17 décembre 2022 et le 31 mars 2023.



Seuls ceux ayant pratiqué au moins une activité de plein air ou en nature lors de ce séjour ont été conservés dans l'échantillon final.

Les répondants admissibles sont catégorisés comme des adeptes du plein air et de la nature au Québec.

Base : l'ensemble des répondants (avant filtrage; n=1 650)

44%

ont réalisé un séjour d'au moins une nuitée à l'extérieur de leur domicile, mais dans la province de Québec, entre les mois de décembre 2022 et mars 2023 (NEW.VISIT.FILTRE1).

De ceux-ci...

70%

ont pratiqué au moins une activité de plein air ou en nature au cours de ce séjour (NEW.VISIT.FILTRE2).

Globalement, en combinant ces résultats :



30% étaient éligibles à participer à l'étude.

Les questions subséquentes n'ont été posées qu'à ces répondants.

FAITS SAILLANTS | DERNIER SÉJOUR AU QUÉBEC : PORTRAIT

PREMIER SÉJOUR DE PLEIN AIR AU QUÉBEC (Q1)



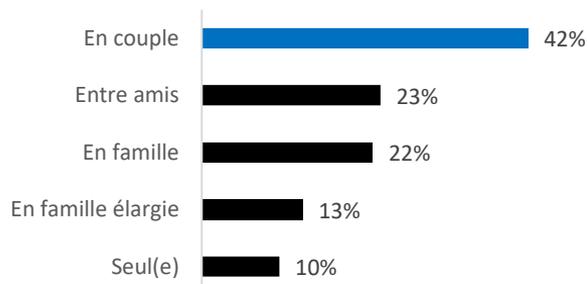
Pour 15% des Québécois ayant fait un séjour de plein air ou de nature au Québec lors de la précédente période hivernale, il s'agissait de leur premier séjour du type dans leur province, proportion plus élevée parmi les 18-24 ans (25%).

Ainsi, la vaste majorité (85%) avait déjà une expérience du Québec comme destination de plein air et de nature.

CELLULE DE VOYAGE (Q6)

Les visiteurs sondés ont surtout voyagé en couple.

La cellule de voyage varie toutefois selon l'âge; les 35-44 ans ayant surtout voyagé en famille (41%).



RÉGIONS TOURISTIQUES VISITÉES (Q2)

Les régions de Québec (22%), des Laurentides (18%) et de Charlevoix (17%) ont été les destinations les plus populaires lors du dernier séjour en hiver.

Bien entendu, la proximité géographique du lieu de résidence a eu un certain impact sur les régions visitées.

TOP 5

TOTAL	MONTRÉAL RMR	QUÉBEC RMR	AUTRES RÉGIONS
Québec (22%)	Laurentides (26%)	Charlevoix (21%)	Québec (23%)
Laurentides (18%)	Québec (24%)	Chaudière-Appalaches (15%)	Charlevoix (17%)
Charlevoix (17%)	Charlevoix (16%)	Montréal (12%)	Saguenay-Lac-Saint-Jean (15%)
Cantons-de-l'Est (11%)	Cantons-de-l'Est (12%)	Saguenay-Lac-Saint-Jean (12%)	Cantons-de-l'Est (12%)
Saguenay-Lac-Saint-Jean (10%)	Lanaudière (10%) / Gaspésie (10%)	Laurentides (10%)	Bas Saint-Laurent (10%) / Laurentides (10%) / Montréal (10%)



1,5 région visitée
lors du dernier séjour.

FAITS SAILLANTS | DERNIER SÉJOUR AU QUÉBEC : PORTRAIT

NOMBRE DE NUITÉES (Q4)



3,6 nuitées

(en moyenne) passées à l'extérieur lors du dernier séjour.

Cette moyenne est toutefois moins élevée parmi :

- Les Québécois âgés de 55 ans et plus (2,8);
- Les résidents de la grande région de Québec (2,5).

TYPES D'HÉBERGEMENT (Q5)

Les Québécois ont surtout séjourné dans un **établissement hôtelier (4 étoiles ou plus pour la plupart)** ou chez de la famille ou des amis lors de leur dernier séjour.

Le camping figure au 5^e rang des types d'hébergement prisés (11%), et a particulièrement été populaire auprès des 18-34 ans (19%).

TOP 5

TOTAL	18-34 ans	35-54 ans	55 ans +
Famille ou amis (29%)	Famille ou amis (29%)	Hôtel/auberge 4 étoiles ou plus (31%)	Famille ou amis (38%)
Hôtel/auberge 4 étoiles ou plus (29%)	Hôtel/auberge 4 étoiles ou plus (26%)	Famille ou amis (23%)	Hôtel/auberge 4 étoiles ou plus (30%)
Chalet/maison de campagne à louer (19%)	Chalet/maison de campagne à louer (21%)	Chalet/maison de campagne à louer (23%)	Hôtel/auberge 3 étoiles ou moins (13%)
Hôtel/auberge 3 étoiles ou moins (14%)	Camping (19%)	Hôtel/auberge 3 étoiles ou moins (15%)	Chalet/maison de campagne à louer (12%)
Camping (11%)	Hôtel/auberge 3 étoiles ou moins (14%)	Camping (8%)	Bed and breakfast (gîte) (5%)

ACTIVITÉS DE PLEIN AIR PRATIQUÉES AU QUÉBEC (Q9A0)

Peu importe leur profil, les visiteurs ont surtout **pratiqué la randonnée pédestre en nature** lors de leur séjour en hiver au Québec.

Notons que les 18-34 ans ont été de plus grands adeptes du patin sur glace (22%) et du camping en tente ou prêt-à-camper (16%). Selon les régions de résidence, peu de différences sont observées si ce n'est que la pêche blanche a été une activité plus populaire auprès des visiteurs d'autres régions que Montréal et Québec (15%).

	TOTAL	- suite	TOTAL
Randonnée pédestre en nature	64%	Activités d'interprétation de la nature	9%
Location de chalet en nature (pour la villégiature, sans pêche)	19%	Ski de fond (piste ou hors-piste)	9%
Raquette en nature	16%	Ornithologie ou observation de la faune	7%
Patin sur glace	16%	Ski alpin sans remontée mécanique/télémark/ski de haute route/Snowkite	7%
Glissade	15%	Randonnée en motoneige	7%
Séjour en auberge ou hôtel en nature	13%	Canot/kayak hivernal	5%
Camping en tente ou prêt-à-camper	11%	Traîneau à chiens	4%
Pêche blanche	10%	Via ferrata hivernale (escalade)/tyroparcs	1%
Vélo en nature (Fatbike)	9%		



2,2 activités pratiquées

lors du dernier séjour d'agrément, moyenne un peu plus élevée chez les ménages avec enfant(s) (2,5).

FAITS SAILLANTS | DERNIER SÉJOUR AU QUÉBEC : SATISFACTION

MATRICE IMPORTANCE/SATISFACTION (Q7BEO et Q8AL)

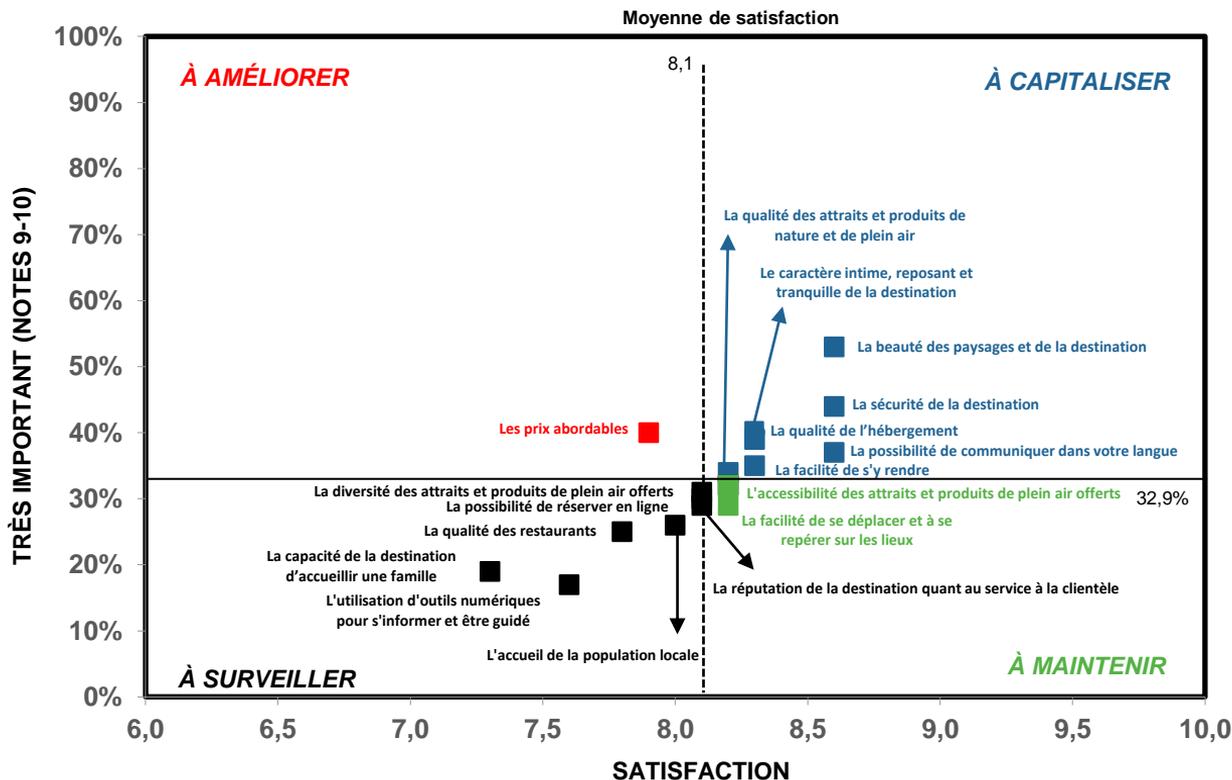
Lors de leur séjour au Québec à l'hiver 2023, les visiteurs ont particulièrement apprécié la beauté des paysages, la sécurité et le caractère intime de la destination, la possibilité de communiquer dans leur langue, la qualité de l'hébergement, de même que la qualité des attraits et produits de nature et de plein air. Ces éléments figurent également parmi les plus importants à leurs yeux.

Bonne nouvelle : les 17 éléments évalués sont jugés généralement satisfaisants par les visiteurs (notes de satisfaction de 7,3 à 8,6 sur 10). Une petite attention doit toutefois être portée aux prix, actuellement positionnés comme un élément à améliorer.



Complément d'information (Q15)

Pour vivre une expérience de plein air et en nature optimale, les visiteurs interrogés vont surtout rechercher la tranquillité et l'isolement, les paysages spectaculaires, la proximité d'un cours d'eau et se retrouver au cœur de la nature.



FAITS SAILLANTS | IMPORTANCE DU PLEIN AIR EN VOYAGE

L'IMPORTANCE DU PLEIN AIR (Q7A)

Pour la plus grande part des Québécois (49%), la possibilité de faire des activités en nature ou de plein air figurait parmi les trois facteurs les plus importants dans la décision de faire un séjour en période hivernale au Québec.

Notons que pour plus du tiers des résidents d'autres régions que Montréal et Québec, la réalisation d'activités de plein air était au cœur de leur décision (34%).

	TOTAL	MONTRÉAL RMR	QUÉBEC RMR	AUTRES RÉGIONS
Facteur prioritaire	28%	23%	27%	34%
Parmi les trois plus importants	49%	54%	46%	44%
Pas parmi les trois plus importants	21%	22%	28%	19%

IMPORTANCE DU PLEIN AIR POST PANDÉMIE (QNEW)

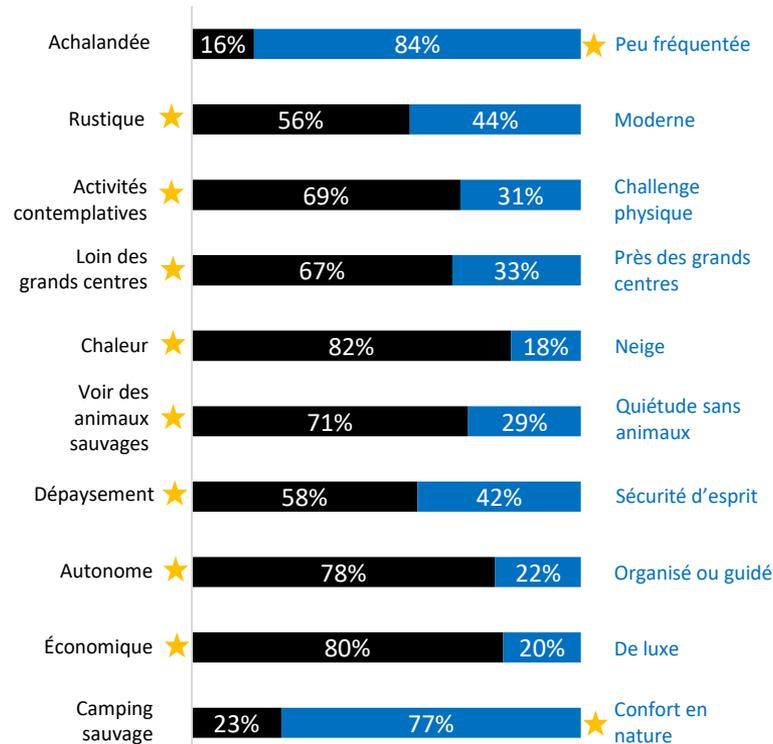
La possibilité de pratiquer des activités de plein air et en nature en voyage est aussi (67%), voire plus (26%) importante qu'avant la pandémie.

Chez les 18-34 ans, cette dernière proportion grimpe à 41%, signe d'une influence notable de la pandémie sur les habitudes de voyage chez les plus jeunes.

	TOTAL	18-34 ans	35-54 ans	55 ans +
Plus important qu'avant	26%	41%	21%	12%
Aussi important qu'avant	67%	52%	69%	81%
Moins important qu'avant	4%	4%	4%	5%

PERCEPTIONS D'UNE DESTINATION IDÉALE (Q16)

Ces tendances demeurent, nonobstant le profil des Québécois.

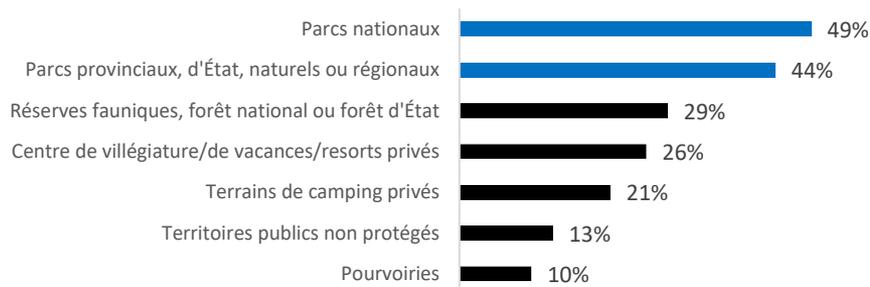


FAITS SAILLANTS | ACTIVITÉS DE PLEIN AIR EN VOYAGE

LIEUX CONVOITÉS (Q14)

Lorsqu'ils voyagent dans le but de faire des activités de plein air et en nature, les répondants vont souvent opter pour les **parcs nationaux (49%)** ou les **parcs provinciaux, d'État, naturels ou régionaux (44%)**.

Les réserves fauniques, forêts nationales ou forêts d'État arrivent au 3^e rang des lieux privilégiés (29%), et sont particulièrement populaires chez les 18-34 ans (38%).



TYPES DE SÉJOUR LES PLUS POPULAIRES (Q13)

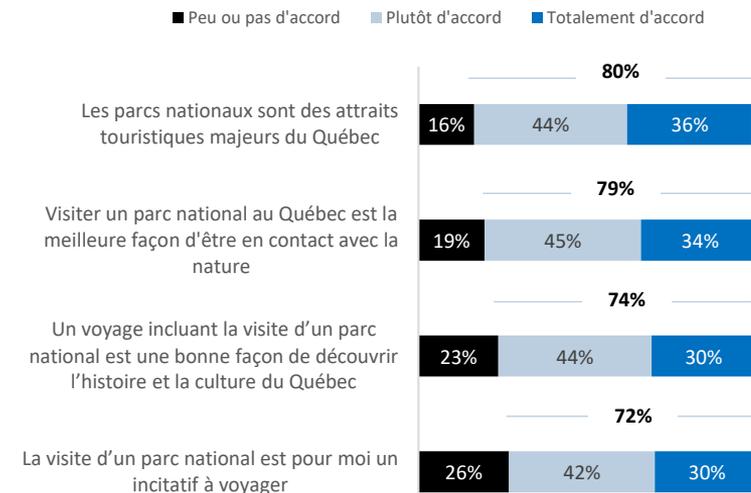
Les voyages de type « **nature, plein air et aventure** » figurent au **1^{er} rang des types de voyages les plus populaires chez les visiteurs (48%)**, suivis de près par les voyages de type « **soleil et plage/mer** » (47%).

Ce constat s'avère pour l'ensemble des visiteurs, peu importe leur région de résidence et leur profil sociodémographique.

PERCEPTIONS DES PARCS NATIONAUX (Q23AD)

Aux yeux d'une majorité de Québécois, peu importe leur profil, **les parcs nationaux jouent un rôle** dans l'expérience de plein air de façon globale, mais aussi dans la découverte de l'histoire et de la culture au Québec. Ils représentent un incitatif à voyager.

Notons toutefois que la plus grande proportion des répondants démontrent un enthousiasme modéré; entre 42% et 45% se disant **plutôt** d'accord avec les différents énoncés évalués.



FAITS SAILLANTS | LE QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE ET DE PLEIN AIR

ENSEMBLE ÉVOQUÉ DU QUÉBEC (Q18)

Lorsqu'ils pensent au Québec en tant que destination touristique, les visiteurs évoquent surtout :

*La nature /
le plein air*
31%

*La beauté des paysages /
de la destination*
14%

*Les grands espaces /
le vaste territoire*
12%

PRINCIPALES FORCES ET FAIBLESSES (Q20 et Q21)

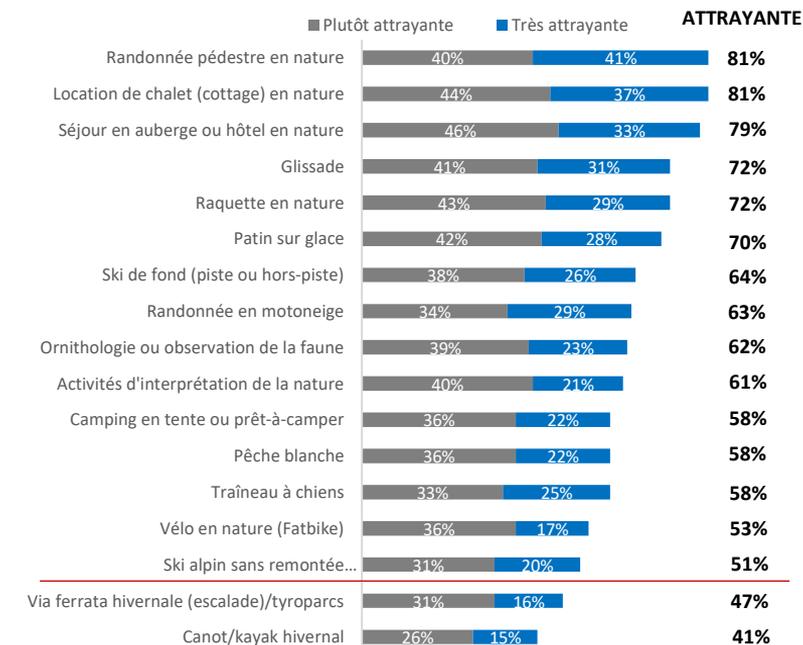
Aux yeux des visiteurs, les **principales forces du Québec** résident dans la beauté de ses paysages, ses nombreux cours d'eau, son offre à la fois urbaine et de plein air et sa diversité d'activités de plein air.

Les **conditions météorologiques hivernales** sont perçues à la fois comme une force et une faiblesse de la destination aux yeux des Québécois. S'ils apprécient en faire l'expérience, ils leur reprochent toutefois leur imprévisibilité.

TOP 5 DES FORCES	TOTAL	TOP 5 DES FAIBLESSES	TOTAL
La beauté des paysages	53%	Conditions météorologiques difficiles/imprévisibles	43%
La diversité des activités de plein air	45%	Destination dispendieuse	33%
La possibilité de faire l'expérience de conditions météorologiques hivernales	37%	Endroit trop éloigné	23%
Le grand nombre de lacs et de rivières	35%	Barrière de la langue	20%
La possibilité de pratiquer à la fois des activités urbaines et de plein air lors d'un même séjour	35%	L'offre d'hébergement ou de restauration	14%

ACTIVITÉS LES PLUS ATTRAYANTES AU QUÉBEC (Q22AP)

La **randonnée pédestre et la location de chalet en nature** sont perçues comme les activités les plus attrayantes à pratiquer au Québec en hiver parmi celles évaluées. Ces deux activités figurent également parmi les plus pratiquées lors du dernier séjour au Québec.



FAITS SAILLANTS | LE QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE ET DE PLEIN AIR

LE QUÉBEC COMME DESTINATION PLEIN AIR (Q19AN)

Dans l'esprit des visiteurs, le Québec jouit d'un **positionnement fort enviable** en tant que destination de plein air et de nature, particulièrement aux yeux de ceux qui demeurent dans une région autre que Montréal et Québec.

Intention de visite (Q24B)

L'intérêt à séjourner à nouveau au Québec en période hivernale au cours des cinq prochaines années est au rendez-vous : 69% démontrent de l'intérêt à répéter l'expérience (68% parmi ceux qui en étaient à leur premier séjour de plein air au Québec).

Attributs	TOTAL	MONTRÉAL RMR	QUÉBEC RMR	AUTRES RÉGIONS
Sécuritaire	72% ★	67% ★	85% ★	74% ★
Nature accessible	69% ★	66% ★	64% ★	75% ★
Amical	64% ★	60% ★	71% ★	69% ★
Familial	68% ★	63% ★	77% ★	72% ★
Confortable	67% ★	64% ★	67% ★	70% ★
Idéale pour moi	50% ★	43% ★	47% ★	59% ★
Authentique	56% ★	50% ★	62% ★	61% ★
Sauvage	41% (2 ^e ; ouest canadien)	38% (2 ^e ; ouest canadien)	22% (2 ^e ; ouest canadien)	50% ★
Diversifié	47% ★	48% ★	46% ★	46% ★
Divertissant	50% ★	48% ★	40% ★	56% ★
Unique	34% (2 ^e ; pays scandinaves)	34% (2 ^e ; pays scandinaves)	23% (3 ^e ; pays scandinaves)	38% ★
Spectaculaire	30% (3 ^e ; ouest canadien)	25% (3 ^e ; ouest canadien)	18% (3 ^e ; ouest canadien)	40% ★
Peu fréquenté	22% (2 ^e ; pays scandinaves)	22% (2 ^e ; pays scandinaves)	13% (4 ^e ; pays scandinaves)	24% ★
Dépaysant	19% (4 ^e ; pays scandinaves)	17% (4 ^e ; pays scandinaves)	9% (4 ^e ; pays scandinaves)	25% (2 ^e ; pays scandinaves)

★ Énoncés pour lesquels le Québec occupe le premier rang. Lorsqu'il n'occupe pas le premier rang, sa position de même que la destination gagnante sont indiquées entre parenthèses. Notons toutefois que, pour certains énoncés, des proportions importantes de répondants n'ont pas été en mesure de se prononcer.

4. ADEPTES DE PLEIN AIR ET DE NATURE HORS QUÉBEC EN HIVER (NON-VISITEURS)

Note : les données présentées dans cette section sont sur la base de l'ensemble des répondants (n=917).

FAITS SAILLANTS | INCIDENCE DANS LA POPULATION

DÉFINITION DES ADEPTES DU PLEIN AIR ET DE LA NATURE HORS QUÉBEC ET INCIDENCE DANS LA POPULATION



Afin d'être admissibles à participer à l'étude, les répondants devaient avoir effectué au moins un séjour d'agrément d'une nuitée ou plus entre le 17 décembre 2022 et le 31 mars 2023, n'avoir jamais visité le Québec (ou l'avoir fait il y a plus de trois ans) et réaliser, ne serait-ce qu'à l'occasion, des séjours en hébergement payant qui incluent la pratique d'activités de plein air ou en nature.

Les répondants admissibles sont catégorisés comme des adeptes d'activités de plein air et de nature, non-visiteurs des établissements touristiques et sites de plein air au Québec.



Base : l'ensemble des répondants (avant filtrage; n=2 622)*

59% ont réalisé au moins un séjour d'agrément entre le 17 décembre 2022 et le 31 mai 2023

47% n'ont **jamais** visité le Québec (28%) ou l'ont visité il y a plus de trois ans (19%).

45% réalisent, ne serait-ce qu'à l'occasion, des séjours d'agrément en hébergement payant qui incluent la pratique d'activités de plein air ou en nature.



45% étaient éligibles à participer à l'étude.

Les questions subséquentes n'ont été posées qu'à ces répondants.

Note : tout au long du rapport, ces répondants sont décrits comme « non-visiteurs ».

* Les résultats présentés ont tous été rapportés sur la base totale, afin d'obtenir un portrait représentatif parmi l'ensemble de la population à l'étude.

FAITS SAILLANTS | DERNIER SÉJOUR D'AGRÉMENT : PORTRAIT

DESTINATION(S) VISITÉE(S) LORS DU DERNIER SÉJOUR D'AGRÉMENT (Q3)

Naturellement, les répondants ont surtout effectué leur dernier séjour d'agrément **dans leur pays respectif.**

CANADA

17%

Ontario et Maritimes : **64%**
 États-Unis : **10%**
 Europe francophone : **14%**

ÉTATS-UNIS

44%

Ontario et Maritimes : **35%**
 États-Unis : **91%**
 Europe francophone : **19%**

EUROPE

54%

Ontario et Maritimes : **7%**
 États-Unis : **8%**
 Europe francophone : **87%**

AILLEURS

21%

Ontario et Maritimes : **26%**
 États-Unis : **14%**
 Europe francophone : **24%**

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU DERNIER SÉJOUR D'AGRÉMENT (Q4, Q5 et Q6)



7,4 nuitées

(en moyenne) passées à l'extérieur lors du dernier séjour.

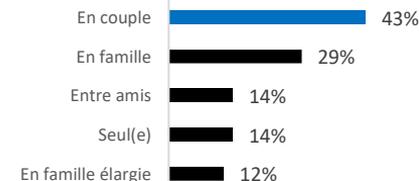
Cette moyenne est plus élevée parmi ceux qui ont voyagé vers une destination autre que le Canada, les États-Unis et l'Europe (14,1).

L'hôtel ou l'auberge 4 étoiles ou plus a été le type d'hébergement priorisé des répondants lors de leur dernier séjour, quoiqu'un peu moins populaire auprès du marché de l'Europe francophone.

ONTARIO + ATLANTIQUE	ÉTATS-UNIS	EUROPE FRANCO
Hôtel/auberge 4 étoiles et plus (53%)	Hôtel/auberge 4 étoiles et plus (51%)	Hôtel/auberge 4 étoiles et plus (32%)
Chez de la famille ou des amis (26%)	Chez de la famille ou des amis (30%)	Hôtel/auberge 3 étoiles et moins (26%)
Hôtel/auberge 3 étoiles et moins (19%)	Hôtel/auberge 3 étoiles et moins (20%)	Chez de la famille ou des amis (18%)

Nonobstant leur provenance, les répondants ont surtout voyagé **en couple.**

La cellule de voyage varie toutefois selon l'âge, alors que les 35-44 ans ont surtout voyagé en famille (50%).



FAITS SAILLANTS | DERNIER SÉJOUR D'AGRÉMENT : SATISFACTION

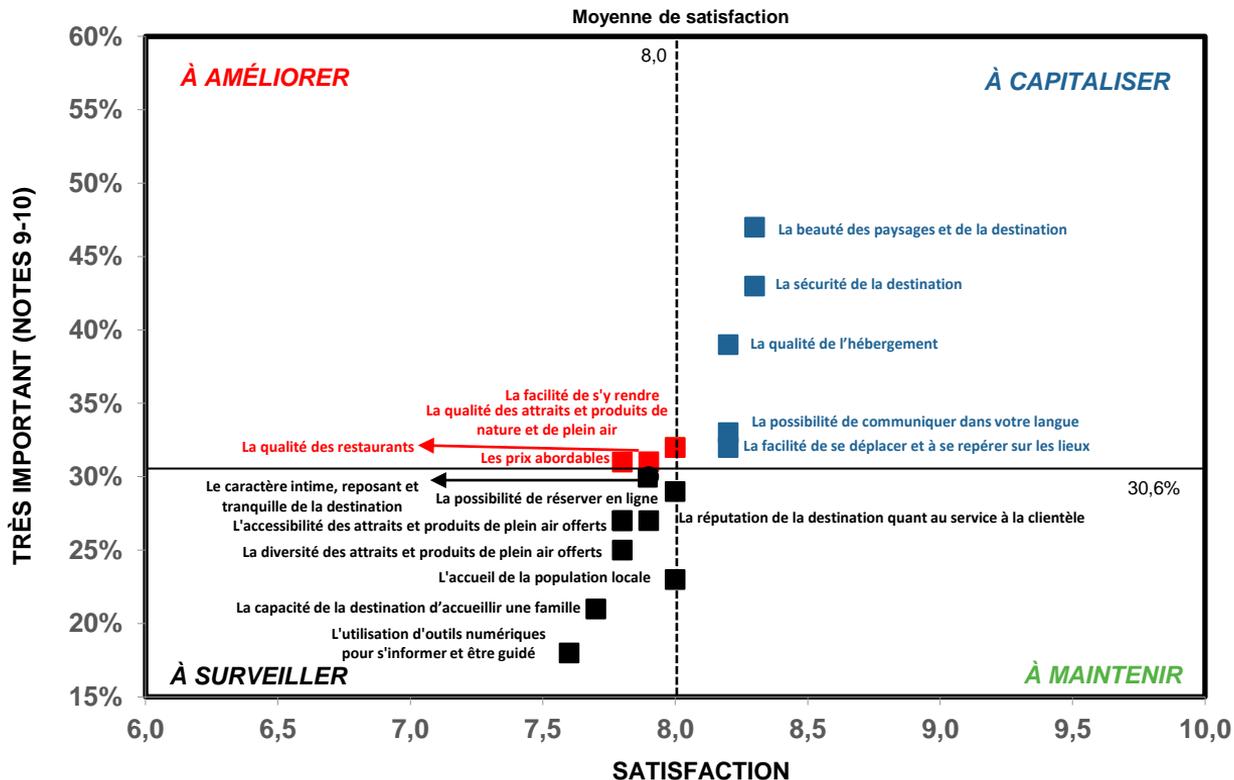
MATRICE IMPORTANCE/SATISFACTION (Q7BEO et Q8AL)

Malgré le positionnement de certains énoncés dans les cadrans **À AMÉLIORER** et **À SURVEILLER**, on constate qu'aucun des 17 éléments évalués n'a été particulièrement problématique lors du dernier séjour d'agrément, au contraire. Les notes de satisfaction générale oscillent entre 7,7 et 8,3 sur 10, soit d'excellents résultats.

Les éléments les plus importants aux yeux des répondants (beauté des paysages, sécurité de la destination et qualité de l'hébergement) sont également ceux qui récoltent les plus hautes notes moyennes de satisfaction.

Complément d'information (Q15)

Lorsqu'on leur demande d'identifier, parmi une liste de suggestions, les éléments liés au plein air et à la nature les plus importants pour eux pour vivre une expérience optimale de séjour, les répondants identifient la proximité d'un cours d'eau (mer : 39%; lacs et rivières : 24%), les paysages spectaculaires (39%) et la tranquillité et l'isolement (29%).



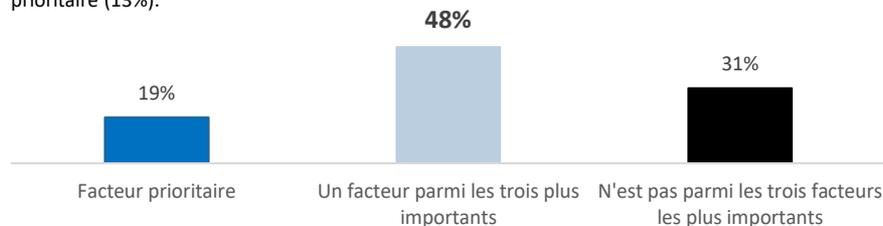
L'interprétation des cadrans de la matrice est disponible en Annexe du présent rapport.

FAITS SAILLANTS | IMPORTANCE DU PLEIN AIR EN VOYAGE

LE PLEIN AIR DANS LE CHOIX D'UNE DESTINATION (Q7A)

Sans être LE critère décisif, la possibilité de faire des activités en nature ou de plein air a tout de même eu une importance certaine dans le choix de la dernière destination visitée (peu importe la destination).

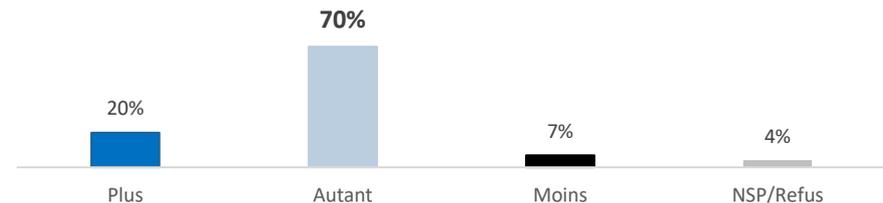
Notons toutefois que les Canadiens sont moins nombreux à déclarer qu'il s'agissait de leur facteur prioritaire (13%).



IMPORTANCE DU PLEIN AIR POST PANDÉMIE (QNEW)

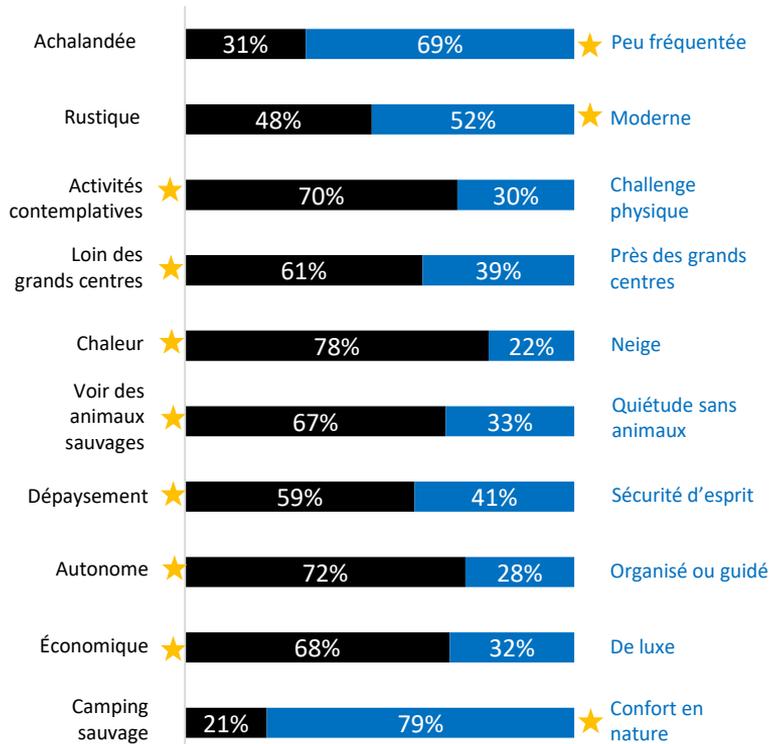
La possibilité de pratiquer des activités de plein air et en nature en voyage est aussi importante qu'avant la pandémie pour la plupart (70%).

Ce constat s'avère pour l'ensemble des répondants, peu importe leur provenance ou leur profil.



PERCEPTIONS D'UNE DESTINATION IDÉALE (Q16)

Chez les différents marchés d'intérêt, ces tendances demeurent.



FAITS SAILLANTS | ACTIVITÉS DE PLEIN AIR EN VOYAGE

LIEUX CONVOITÉS (Q14)

Lorsqu'ils voyagent dans le but de faire des activités de plein air et en nature, les répondants vont souvent opter pour les **parcs nationaux ou les parcs provinciaux, d'État, naturels ou régionaux**.

Certaines préférences sont toutefois perceptibles selon les différents marchés.

	TOTAL	ONT. + ATL	É-U	EUROPE FRANCO
Parcs nationaux	41%	37%	52%	35%
Parcs provinciaux, d'État, naturels ou régionaux	40%	53%	35%	41%
Centre de villégiature/de vacances/resorts privés	31%	40%	39%	25%
Réserves fauniques, forêt national ou forêt d'État	30%	17%	38%	28%

TYPES DE SÉJOUR LES PLUS POPULAIRES (Q13)

Les voyages de « **nature, plein air et aventure** » figurent au 2^e rang des types de voyages les plus populaires (44%), derrière les voyages de type « **soleil et plage/mer** » (49%).

Notons que les séjours de plein air, nature et aventure sont particulièrement attractifs auprès des clientèles de l'Europe francophone (49%), et un peu moins chez les Canadiens (32%).

ACTIVITÉS DE PLEIN AIR PRATIQUÉES EN VOYAGE (Q9A0)

Peu importe d'où ils viennent et la destination qu'ils ont visitée dans le cadre de leur dernier séjour d'agrément, les répondants ont surtout **pratiqué la randonnée pédestre en nature**.

Les répondants en provenance de l'Europe francophone ont été particulièrement friands de cette activité.

TOP 5

TOTAL	ONT. + ATL	É-U	EUROPE FRANCO
Randonnée pédestre en nature (48%)	Randonnée pédestre en nature (40%)	Randonnée pédestre en nature (37%)	Randonnée pédestre en nature (56%)
Vélo en nature (Fatbike) (15%)	Activités d'interprétation de la nature (10%)	Activités d'interprétation de la nature (13%)	Vélo en nature (Fatbike) (21%)
Activités d'interprétation de la nature (12%)	Ornithologie ou observation de la faune (9%)	Ornithologie ou observation de la faune (12%)	Séjour en auberge ou hôtel en nature (16%)
Séjour en auberge ou hôtel en nature (12%)	Location de chalet (cottage) en nature (8%)	Patin sur glace (9%)	Activités d'interprétation de la nature (12%)
Ornithologie ou observation de la faune (10%)	Séjour en auberge ou hôtel en nature (7%)	Séjour en auberge ou hôtel en nature (6%)	Raquette en nature (9%)



1,5 activité pratiquée

lors du dernier séjour d'agrément, moyenne un peu moins élevée chez les Canadiens (1,0) et les Américains (1,2).

FAITS SAILLANTS | LE QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE ET DE PLEIN AIR

DEGRÉ DE FAMILIARITÉ AVEC LE QUÉBEC (Q17)

Globalement, 31% se disent **familiers avec le Québec** en tant que destination touristique, dont 4% très familiers.



48%



31%



29%

LE QUÉBEC COMME DESTINATION PLEIN AIR (Q19AN)

Le Québec jouit d'un **positionnement fort enviable** en tant que destination de plein air et de nature, surtout auprès des clientèles de l'Europe francophone.

Attributs	%	Rang	Gagnant	Attributs	%	Rang	Gagnant
Authentique ★	40%	1 ^{er}	Québec	Nature accessible ★	31%	1 ^{er}	Québec
Amical ★	39%	1 ^{er}	Québec	Confortable ★	30%	1 ^{er}	Québec
Unique ★	35%	1 ^{er}	Québec	Familial ★	28%	1 ^{er}	Québec
Spectaculaire ★	34%	1 ^{er}	Québec	Divertissant ★	28%	1 ^{er}	Québec
Sécuritaire ★	33%	1 ^{er}	Québec	Diversifié ★	26%	1 ^{er}	Québec
Idéale pour Moi ★	32%	1 ^{er}	Québec	Sauvage	24%	2 ^e	Ouest canadien
Dépaysant ★	31%	1 ^{er}	Québec	Peu fréquenté	16%	3 ^e	Pays scandinaves

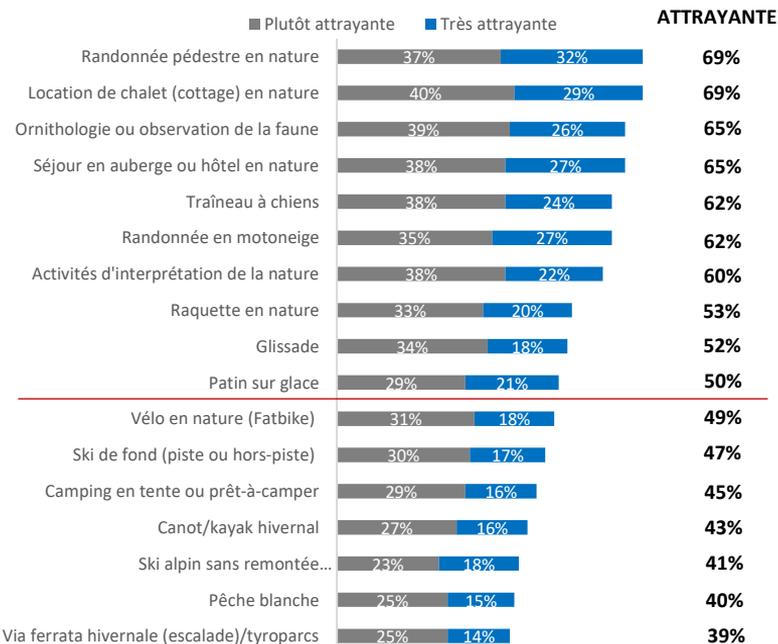
Notons que les Canadiens sont généralement **moins nombreux** à placer le Québec au 1^{er} rang.

★ Énoncés pour lesquels le Québec occupe le premier rang. Notons toutefois que, pour certains énoncés, des proportions importantes de répondants n'ont pas été en mesure de se prononcer.

ACTIVITÉS LES PLUS ATTRAYANTES AU QUÉBEC (Q22AP)

La **randonnée pédestre et la location de chalet en nature** sont perçues comme les activités les plus attrayantes à réaliser au Québec.

Notons toutefois que les Canadiens et les Américains démontrent généralement un **moins grand enthousiasme** à l'égard des différentes activités hivernales évaluées.



PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS | VISITEURS ESTIVAUX

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=1 648)	Québec (n=536)	Ont. / Maritimes (n=452)	N.-E. États-Unis (n=163)	Europe franco (n=322)	Autre (n=175)
Sexe						
Masculin	50%	50%	51%	57%	57%	59%
Féminin	50%	50%	49%	43%	43%	41%
Âge						
18-24 ans	3%	3%	2%	6%	2%	1%
25-34 ans	13%	14%	14%	12%	16%	10%
35-44 ans	19%	19%	17%	19%	19%	15%
45-54 ans	19%	19%	18%	20%	23%	17%
55-64 ans	28%	29%	24%	17%	28%	25%
65 ans et plus	17%	17%	23%	25%	13%	30%
Présence d'enfant(s) dans le ménage						
Oui	29%	30%	22%	26%	28%	16%
Non	70%	69%	76%	72%	71%	83%
Langue maternelle						
Français	84%	88%	29%	3%	89%	13%
Anglais	10%	7%	56%	86%	3%	56%
Autre	6%	5%	14%	10%	7%	30%

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total	Québec (n=536)	Ont. / Maritimes (n=452)	N.-E. États-Unis (n=163)	Europe franco (n=322)	Autre (n=175)
Scolarité (CANADA)						
Primaire / Secondaire		12%	6%	-	-	9%
Collégial		25%	16%			16%
Universitaire		62%	76%			74%
Scolarité (ÉTATS-UNIS)						
Primary school / Secondary school – Junior High				0%		1%
Secondary school – High school				5%		4%
College – undergraduate				28%		29%
College – graduate in pursuit of a Master's Degree				40%		36%
College – graduate in pursuit of a Doctorate Degree				27%		29%
Scolarité (EUROPE FRANCOPHONE)						
Certificat d'études primaires					0%	
Brevet, BEPC					0%	
BEP, CAP					3%	
Baccalauréat					5%	
Bac + 2 ans ou niveau bac+ 2					21%	
Diplôme de l'enseignement supérieur					67%	

Le complément à 100% représente la non-réponse.

PROFIL DES RÉPONDANTS | VISITEURS ESTIVAUX - SUITE

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=1 648)	Québec (n=536)	Ont. / Maritimes (n=452)	N.-E. États-Unis (n=163)	Europe franco (n=322)	Autre (n=175)
Origine ethnique						
Caucasien	90%	90%	83%	86%	92%	85%
Noir (Africain, Afro-Américain, etc.)	1%	1%	0%	2%	0%	0%
Latino-américain (Mexicain, Chilien, Costaricain, etc.)	1%	1%	0%	1%	0%	2%
Chinois	1%	1%	6%	2%	0%	1%
Arabe (Moyen-Orient, Maghreb)	<1%	0%	1%	1%	1%	1%
Sud-Asiatique (Indien, Bangladais, Pakistanais, Sri-Lankais, etc.)	<1%	0%	1%	0%	0%	1%
Asiatique du Sud-Est (Vietnamien, Cambodgien, Malaisien, etc.)	<1%	0%	0%	1%	0%	1%
Coréen	<1%	0%	0%	2%	0%	0%
Philippin	<1%	0%	0%	1%	0%	0%
Autochtones/Premières Nations	<1%	0%	1%	0%	1%	0%
Autre	3%	3%	2%	2%	3%	4%
Occupation principale						
Travailleur	61%	61%	61%	62%	71%	58%
Étudiant	3%	3%	2%	5%	1%	1%
Retraité	29%	29%	33%	25%	18%	35%
Autre	6%	6%	3%	4%	9%	5%

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total	Québec (n=536)	Ont. / Maritimes (n=452)	N.-E. États-Unis (n=163)	Europe franco (n=322)	Autre (n=43)
Revenu familial annuel brut (CAN)						
Moins de 40 000 \$		8%	2%			12%
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$		10%	8%			5%
Entre 60 000 \$ et 74 999 \$		11%	8%			7%
Entre 75 000 \$ et 99 999 \$		16%	12%			9%
Entre 100 000 \$ et 124 999 \$		16%	15%			19%
125 000 \$ et plus		24%	34%			33%
Revenu familial annuel brut (É-U)						
Moins de 35 000 \$				2%		1%
Entre 35 000 \$ et 49 999 \$				6%		4%
Entre 50 000 \$ et 99 999 \$				21%		24%
100 000 \$ et plus				53%		52%
Revenu mensuel net (EUROPE FRANCO)						
Moins de 1 000 €					1%	
Entre 1 000 € et 1 999 €					13%	
Entre 2 000 € et 2 999 €					22%	
Entre 3 000 € et 3 999 €					20%	
Entre 4 000 € et 4 999 €					10%	
5 000 € et plus					24%	

Le complément à 100% représente la non-réponse.

PROFIL DES RÉPONDANTS | VISITEURS ESTIVAUX - SUITE

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total	Québec	Ont. / Maritimes	N.-E. États-Unis	Europe franco	Autre
État de résidence (É-U)		-	-	(n=163)	-	(n=75)
Maine				9%		0%
New Hampshire				8%		0%
Vermont				15%		0%
Massachusetts				21%		0%
Rhode Island				2%		0%
Connecticut				4%		0%
New York				20%		0%
New Jersey				7%		0%
Pennsylvanie				6%		0%
Maryland				4%		0%
Delaware				1%		0%
District de Columbia				2%		0%
Autre				0%		100%

PROFIL DES RÉPONDANTS | NON-VISITEURS ESTIVAUX

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=1 051)	Ontario / Maritimes (n=350)	N.-E. États-Unis (n=351)	Europe franco (n=350)
Sexe				
Masculin	50%	50%	51%	49%
Féminin	50%	50%	49%	51%
Âge				
18-24 ans	8%	9%	11%	5%
25-34 ans	17%	19%	19%	15%
35-44 ans	20%	15%	16%	23%
45-54 ans	18%	17%	16%	19%
55-64 ans	21%	18%	17%	24%
65 ans et plus	17%	22%	20%	13%
Présence d'enfant(s) dans le ménage				
Oui	36%	31%	33%	39%
Non	63%	69%	65%	60%
Langue maternelle				
Français	46%	5%	1%	81%
Anglais	43%	81%	93%	4%
Autre	11%	14%	5%	14%

Le complément à 100% représente la non-réponse.

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=1 051)	Ontario / Maritimes (n=350)	N.-E. États-Unis (n=351)	Europe franco (n=350)
Scolarité (CANADA)				
Primaire / Secondaire		14%		
Collégial		30%		
Universitaire		56%		
Scolarité (ÉTATS-UNIS)				
Primary school / Secondary school – Junior High			3%	
Secondary school – High school			34%	
College – undergraduate			39%	
College – graduate in pursuit of a Master's Degree			17%	
College – graduate in pursuit of a Doctorate Degree			7%	
Scolarité (EUROPE FRANCOPHONE)				
Certificat d'études primaires				3%
Brevet, BEPC				5%
BEP, CAP				14%
Baccalauréat				24%
Bac + 2 ans ou niveau bac + 2				26%
Diplôme de l'enseignement supérieur				28%

PROFIL DES RÉPONDANTS | NON-VISITEURS ESTIVAUX - SUITE

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=1 051)	Ontario / Maritimes (n=350)	N.-E. États-Unis (n=351)	Europe franco (n=350)
Origine ethnique				
Caucasien	80%	73%	78%	82%
Noir (Africain, Afro-Américain, etc.)	5%	3%	12%	1%
Latino-américain (Mexicain, Chilien, Costaricain, etc.)	3%	1%	3%	3%
Arabe (Moyen-Orient, Maghreb)	2%	1%	0%	3%
Sud-Asiatique (Indien, Bangladais, Pakistanais, Sri-Lankais, etc.)	1%	5%	2%	0%
Asiatique du Sud-Est (Vietnamien, Cambodgien, Malaisien, etc.)	1%	1%	0%	1%
Chinois	1%	6%	1%	0%
Philippin	1%	4%	1%	1%
Autre	5%	6%	3%	6%
Occupation principale				
Travailleur	61%	56%	58%	64%
Étudiant	3%	7%	2%	4%
Retraité	22%	28%	24%	21%
Autre	13%	9%	16%	11%

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=1 051)	Ontario / Maritimes (n=350)	N.-E. États-Unis (n=351)	Europe franco (n=350)
Revenu familial annuel brut (CANADA)				
Moins de 40 000 \$		13%		
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$		16%		
Entre 60 000 \$ et 74 999 \$		15%		
Entre 75 000 \$ et 99 999 \$		13%		
Entre 100 000 \$ et 124 999 \$		10%		
125 000 \$ et plus		24%		
Revenu familial annuel brut (ÉTATS-UNIS)				
Moins de 35 000 \$			20%	
Entre 35 000 \$ et 49 999 \$			13%	
Entre 50 000 \$ et 99 999 \$			33%	
100 000 \$ et plus			30%	
Revenu mensuel net (EUROPE FRANCOPHONE)				
Moins de 1 000 €				3%
Entre 1 000 € et 1 999 €				20%
Entre 2 000 € et 2 999 €				28%
Entre 3 000 € et 3 999 €				17%
Entre 4 000 € et 4 999 €				14%
5 000 € et plus				13%

Le complément à 100% représente la non-réponse.

PROFIL DES RÉPONDANTS | NON-VISITEURS ESTIVAUX - SUITE

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=1 051)	Ontario / Maritimes (n=350)	N.-E. États-Unis (n=351)	Europe franco (n=350)
État de résidence (ÉTATS-UNIS)				
Maine			2%	
New Hampshire			2%	
Vermont			1%	
Massachusetts			12%	
Rhode Island			2%	
Connecticut			5%	
New York			32%	
New Jersey			17%	
Pennsylvanie			21%	
Maryland			5%	
Delaware			1%	
District de Columbia			1%	

PROFIL DES RÉPONDANTS | VISITEURS HIVERNAUX

Profil après pondération des résultats	Total (n=501)
Sexe	
Masculin	54%
Féminin	46%
Âge	
18-24 ans	14%
25-34 ans	21%
35-44 ans	23%
45-54 ans	15%
55-64 ans	16%
65 ans et plus	12%
Présence d'enfant(s) dans le ménage	
Oui	35%
Non	65%
Langue maternelle	
Français	74%
Anglais	19%
Autre	7%
Scolarité (CANADA)	
Primaire / Secondaire	24%
Collégial	38%
Universitaire	38%

Profil après pondération des résultats	Total (n=501)
Origine ethnique	
Caucasien	85%
Noir (Africain, Afro-Américain, etc.)	3%
Arabe (Moyen-Orient, Maghreb)	3%
Latino-américain (Mexicain, Chilien, Costaricain, etc.)	2%
Chinois	1%
Asiatique du Sud-Est (Vietnamien, Cambodgien, Malaisien, etc.)	1%
Philippin	1%
Autochtones/Premières Nations	1%
Sud-Asiatique (Indien, Bangladais, Pakistanais, Sri-Lankais, etc.)	<1%
Asiatique de l'Ouest (Iranien, Afghan, etc.)	<1%
Autre	3%
Occupation principale	
Travailleur	66%
Étudiant	8%
Retraité	17%
Autre	4%

Profil après pondération des résultats	Total (n=501)
Revenu familial annuel brut	
Moins de 40 000 \$	15%
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	17%
Entre 60 000 \$ et 74 999 \$	13%
Entre 75 000 \$ et 99 999 \$	15%
Entre 100 000 \$ et 124 999 \$	16%
125 000 \$ et plus	19%

Le complément à 100% représente la non-réponse.

PROFIL DES RÉPONDANTS | NON-VISITEURS HIVERNAUX

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=917)	Ontario / Maritimes (n=308)	N.-É. États-Unis (n=305)	Europe franco (n=304)
Sexe				
Masculin	54%	51%	53%	55%
Féminin	46%	49%	47%	45%
Âge				
18-24 ans	9%	11%	8%	9%
25-34 ans	19%	14%	27%	16%
35-44 ans	17%	18%	14%	18%
45-54 ans	16%	18%	14%	17%
55-64 ans	22%	14%	19%	25%
65 ans et plus	17%	24%	18%	15%
Présence d'enfant(s) dans le ménage				
Oui	36%	29%	33%	38%
Non	63%	70%	67%	61%
Langue maternelle				
Français	45%	1%	1%	76%
Anglais	42%	84%	93%	8%
Autre	13%	14%	6%	16%

Le complément à 100% représente la non-réponse.

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=917)	Ontario / Maritimes (n=308)	N.-É. États-Unis (n=305)	Europe franco (n=304)
Scolarité (CANADA)				
Primaire / Secondaire		16%		
Collégial		34%		
Universitaire		50%		
Scolarité (ÉTATS-UNIS)				
Primary school / Secondary school – Junior High			1%	
Secondary school – High school			23%	
College – undergraduate			45%	
College – graduate in pursuit of a Master's Degree			23%	
College – graduate in pursuit of a Doctorate Degree			8%	
Scolarité (EUROPE FRANCOPHONE)				
Certificat d'études primaires				2%
Brevet, BEPC				2%
BEP, CAP				11%
Baccalauréat				24%
Bac + 2 ans ou niveau bac + 2				26%
Diplôme de l'enseignement supérieur				33%

PROFIL DES RÉPONDANTS | NON-VISITEURS HIVERNAUX - SUITE

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=917)	Ontario / Maritimes (n=308)	N.-E. États-Unis (n=305)	Europe franco (n=304)
Origine ethnique				
Caucasien	77%	75%	75%	79%
Noir (Africain, Afro-Américain, etc.)	5%	4%	9%	3%
Arabe (Moyen-Orient, Maghreb)	5%	2%	1%	7%
Latino-américain (Mexicain, Chilien, Costaricain, etc.)	3%	1%	6%	1%
Sud-Asiatique (Indien, Bangladais, Pakistanais, Sri-Lankais, etc.)	2%	4%	1%	1%
Asiatique du Sud-Est (Vietnamien, Cambodgien, Malaisien, etc.)	1%	1%	0%	2%
Asiatique de l'Ouest (Iranien, Afghan, etc.)	1%	0%	0%	1%
Chinois	1%	4%	2%	0%
Philippin	<1%	2%	1%	0%
Autochtones/Premières nations	<1%	2%	0%	0%
Autre	3%	2%	3%	4%
Occupation principale				
Travailleur	63%	60%	60%	65%
Étudiant	3%	6%	3%	2%
Retraité	21%	25%	19%	22%
Autre	12%	6%	16%	10%

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=917)	Ontario / Maritimes (n=308)	N.-E. États-Unis (n=305)	Europe franco (n=304)
Revenu familial annuel brut (CANADA)				
Moins de 40 000 \$		12%		
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$		16%		
Entre 60 000 \$ et 74 999 \$		9%		
Entre 75 000 \$ et 99 999 \$		18%		
Entre 100 000 \$ et 124 999 \$		12%		
125 000 \$ et plus		19%		
Revenu familial annuel brut (ÉTATS-UNIS)				
Moins de 35 000 \$			17%	
Entre 35 000 \$ et 49 999 \$			10%	
Entre 50 000 \$ et 99 999 \$			40%	
100 000 \$ et plus			29%	
Revenu mensuel net (EUROPE FRANCOPHONE)				
Moins de 1 000 €				2%
Entre 1 000 € et 1 999 €				18%
Entre 2 000 € et 2 999 €				25%
Entre 3 000 € et 3 999 €				17%
Entre 4 000 € et 4 999 €				16%
5 000 € et plus				14%

Le complément à 100% représente la non-réponse.

PROFIL DES RÉPONDANTS | NON-VISITEURS HIVERNAUX - SUITE

MARCHÉS

Profil après pondération des résultats	Total (n=917)	Ontario / Maritimes (n=308)	N.-E. États-Unis (n=305)	Europe franco (n=304)
État de résidence (ÉTATS-UNIS)				
Maine			1%	
New Hampshire			3%	
Vermont			0%	
Massachusetts			11%	
Rhode Island			1%	
Connecticut			6%	
New York			30%	
New Jersey			16%	
Pennsylvanie			24%	
Maryland			5%	
Delaware			1%	
District de Columbia			1%	

ANNEXE :

INTERPRÉTATION DES CADRANS DE LA MATRICE IMPORTANCE/SATISFACTION

INTERPRÉTATION DES CADRANS DE LA MATRICE IMPORTANCE/SATISFACTION



Leger

Comprendre le monde

