



Enquête portant sur la qualité de l'accueil reçu au Québec à l'été 2024

Produit par la Chaire de tourisme Transat (novembre 2024)

Pour le ministère du Tourisme, direction des connaissances stratégiques et de l'intelligence marketing





Plan de la présentation

1. Objectifs et contexte de l'étude
2. Caractéristiques des séjours réalisés au Québec à l'été 2024
3. Tendance dans la planification des séjours
4. Satisfaction à l'égard de l'accueil reçue au Québec
5. Priorités d'action en matière d'accueil
6. Intentions de retour et recommandation de la destination



Objectifs et contexte de l'étude

Objectifs

1. Examiner les dynamiques de planification des visiteurs.
2. Mesurer la satisfaction à l'égard de l'accueil reçu.
3. Établir les priorités d'actions pour le Québec en la matière.
4. Évaluer les intentions de retour et de recommandation.
5. Suivre les principales variations par rapport aux résultats obtenus en 2023.



Contexte de l'étude

Population à l'étude



Voyageurs **canadiens** (résidents du Québec ou de l'Ontario), **américains** et **français** ayant fait un séjour d'au moins une nuitée au Québec à l'été 2024 (entre **mai et septembre**).

Québec (n = 292)

Ontario (n = 288)

Américains : n = 290

Français : n = 234

Collecte de données



- Sondage en ligne mené auprès d'un panel privé (Léger Opinion).
- Période de collecte : Du 1^{er} au 22 octobre 2024.

Notes d'interprétation :



- La collecte de l'édition 2023 a été réalisée tardivement (en juin de l'année suivante).
- La période de référence de voyage était de mai à octobre pour l'édition 2023, alors qu'elle couvrait de mai à septembre pour cette édition.



Caractéristiques des séjours



Caractéristiques des séjours faits au Québec à l'été 2024



Caractéristiques des séjours faits au Québec à l'été 2024



Voyageurs ontariens

Au total, **10 %** des participants à cette étude ont mentionné avoir fait un séjour au Québec à l'été 2024.

Principaux types de séjours faits

39 %

Visite de
parents et
d'amis

31 %

Urbain

25 %



En nature

Palmarès des trois régions les plus visitées

1. Montréal : 55 %
2. Québec : 30 %
3. Laval : 13 %

32 % disent avoir visité le Québec pour la première fois à ce moment.

Durée moyenne

3,8 nuitées



Dépenses associées

1 370 \$
en moyenne

377 \$
par nuitée

Pour **2,1** adultes
et

1,7 enfant
en moyenne



Caractéristiques des séjours faits au Québec à l'été 2024



Voyageurs américains

Au total, **6 %** des participants à cette étude ont mentionné avoir fait un séjour au Québec à l'été 2024.

Principaux types de séjours faits



Palmarès des trois régions les plus visitées

1. Québec : 54 %
2. Montréal : 39 %
3. Centre-du-Québec : 38 %

66 % disent avoir visité le Québec pour la première fois à ce moment.

Durée moyenne

5,2 nuitées



Dépenses associées

2 799 \$
en moyenne

584 \$
par nuitée

Pour **1,9** adulte
et

1,8 enfant
en moyenne



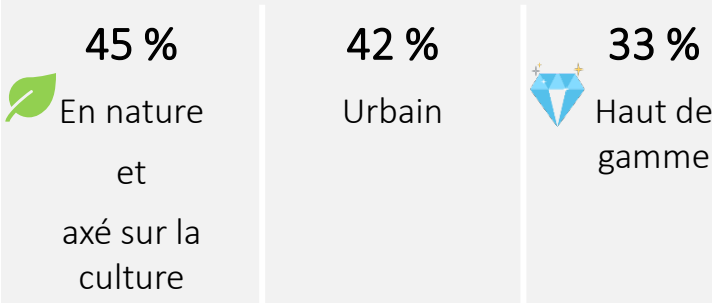
Caractéristiques des séjours faits au Québec à l'été 2024



Voyageurs français

Au total, **2 %** des participants à cette étude ont mentionné avoir fait un séjour au Québec à l'été 2024.

Principaux types de séjours faits



Palmarès des trois régions les plus visitées

1. Québec : 59 %
2. Montréal : 56 %
3. Centre-du-Québec : 44 %

72 % disent avoir visité le Québec pour la première fois à ce moment.

Durée moyenne

10,4 nuitées

Dépenses associées

3 879 \$
en moyenne

389 \$
par nuitée

Pour **2,1** adultes
et
1,8 enfant
en moyenne



Planification



Moments privilégiés pour la réserveation de chaque composante du voyage



Plus de deux mois avant le départ

Choix de la destination : **42 %**

Dates de voyage : **36 %**

Transport ou location de véhicule : **31 %**

Hébergement : **30 %**

Itinéraire : **28 %**

Quelques semaines avant le départ

Attractions, événements, spectacles
ou attraits : **24 %**



« Ils prévoient moins à l'avance et font preuve d'une plus grande flexibilité à destination. »



« Réserveation anticipée avec belle flexibilité sur place. »



« L'horizon de planification est réduit avec plus d'anticipation sur certains aspects. »



« La planification est largement plus anticipée. »



Sources d'information consultées pour planifier le voyage



91 % des visiteurs disent avoir consulté au moins une source d'information avant leur départ.

79 % : en ligne

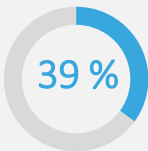
Sites Web ou applications pour réserver	51 %
Sites Web ou applications pour s'informer	47 %
Parents ou amis	38 %
Réseaux sociaux  	37 %



89 % des visiteurs disent avoir consulté au moins une source d'information pendant le voyage.

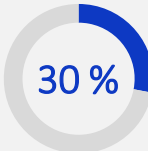
77 % : en ligne
60 % : en personne

Sites Web ou applications pour se déplacer	40 %
Sites Web ou applications pour réserver	39 %
Sites Web ou applications pour s'informer	37 %
Réseaux sociaux  	33 %



disent avoir fait appel à un bureau d'information touristique, avant ou pendant le séjour

Québécois	14 %
Ontariens	28 %
Américains	61 %
Français	54 %

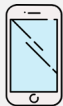


disent avoir consulté le site BonjourQuebec.com à l'un de ces moments

Québécois	8 %
Ontariens	19 %
Américains	47 %
Français	46 %



Sources d'information consultées pour planifier le voyage



À destination, la majorité dit préférer procéder en ligne plutôt qu'en personne pour...

Réserver un hébergement	66 %
S'informer sur les attraits touristiques à proximité	55 %
Gérer ses déplacements	54 %
Acheter des billets pour un attrait	51 %
Modifier son itinéraire	50 %



Les **Canadiens** semblent plus portés que les voyageurs étrangers à **réserver ou planifier en ligne** pendant leur séjour au Québec.



La vaste majorité des voyageurs sondés se déclare **satisfaite** quant aux **différentes dimensions du processus de planification** qui ont été mesurées.

Le niveau de satisfaction global est **très élevé**, et varie de **96 % à 92 %**.



Raisons ayant motivé la visite d'un bureau d'information touristique



1 Obtenir de la **documentation touristique** (56 % à 69 %)



Guides touristiques régionaux	49 %
Dépliant d'un attrait	26 %
Carte	25 %



1 Obtenir de l'**information sur l'hébergement** (56 %)



2 Obtenir des **suggestions d'activités** dans la région (50 % à 61 %)



2



3

Acheter un **billet** pour une activité ou un service touristique (45 % à 55 %)



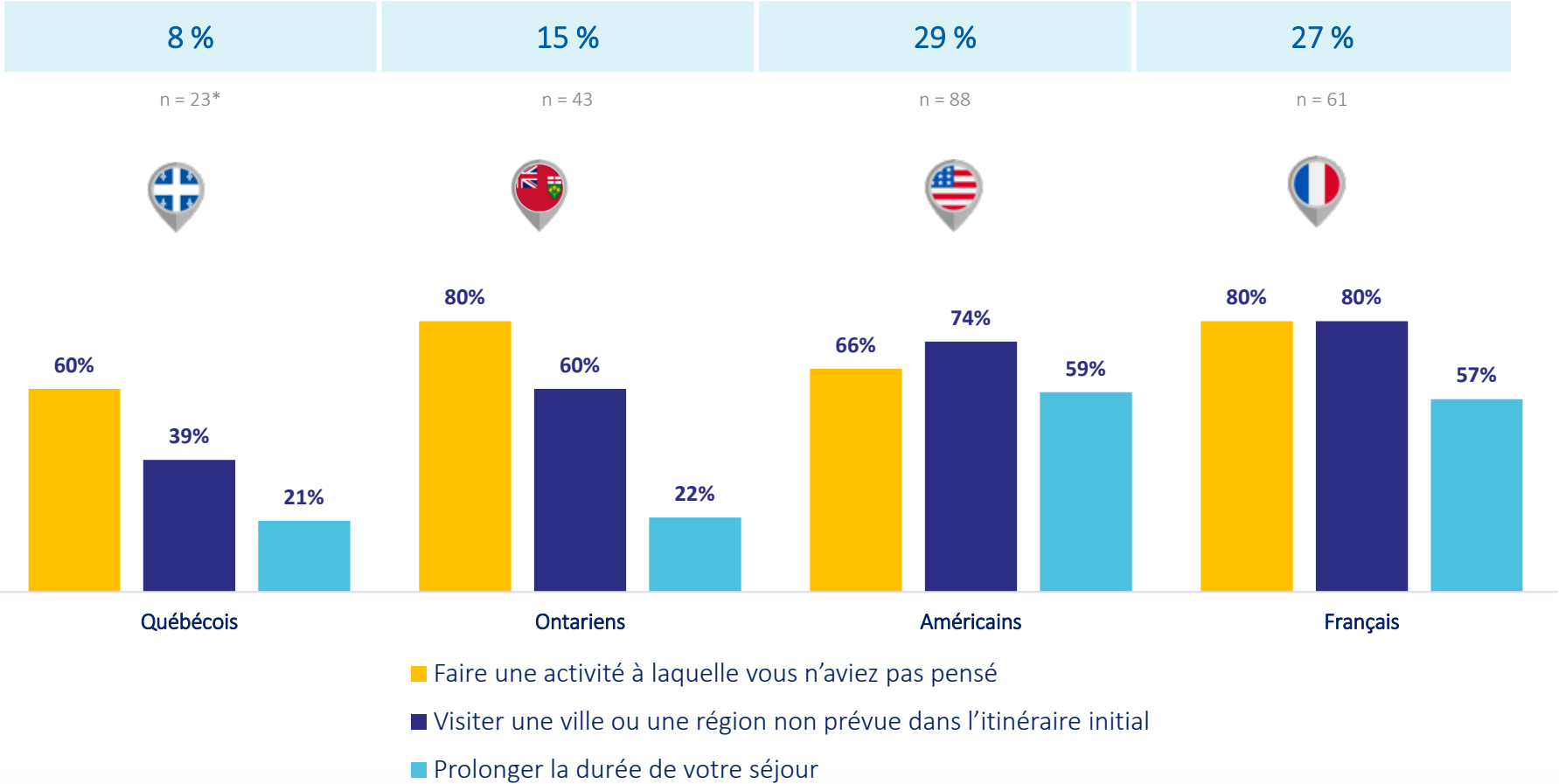
3 Obtenir un **itinéraire détaillé** pour la suite du séjour (54 %)



Visite d'un lieu d'accueil et impact sur le séjour



A mentionné avoir visité un bureau d'information touristique pendant le séjour :





Satisfaction globale



Satisfaction de l'accueil reçu



76 % se disent satisfaits de l'accueil reçu de la part des **représentants de l'industrie touristique.**

Moyenne :
8,3/10



72 %



8,0



63 %



7,8



91 %



9,0



80 %

8,4

Palmarès des cinq éléments ayant généré le **plus** de satisfaction

(% « très satisfait »)

Accueil reçu dans sa langue	60 %
Accueil reçu dans les lieux d'accueil	58 %
Accueil reçu du personnel des hébergements	57 %
Pouvoir réserver en ligne	57 %
Accueil reçu dans les attractions touristiques	57 %

Palmarès des cinq éléments ayant généré le **moins** de satisfaction

(% « très peu satisfait »)

Heures d'ouverture des attractions et restaurants	49 %
Proximité des attractions touristiques entre eux	48 %
Présence d'indications routières ou de panneaux de signalisation	47 %
Accessibilité aux personnes à mobilité réduite	47 %
Présence de bornes d'information touristique	46 %



Satisfaction liée à la visite d'un lieu d'accueil

19 %
disent avoir
visité un lieu
d'accueil
pendant le
séjour

Satisfaction spécifique aux éléments suivants... (« Très satisfait » ou « Assez satisfait »)

La qualité de l'information fournie 	100 %	70 %
La diversité des activités ou des attraits proposés	98 %	64 %
La connaissance du territoire par les conseillers 	97 %	67 %
La compréhension de vos besoins  	97 %	70 %
Son emplacement géographique	96 %	62 %
La disponibilité des conseillers	96 %	65 %
La courtoisie des conseillers 	96 %	67 %
L'accompagnement offert dans les différentes étapes de planification	94 %	60 %



Les **Américains** et les **Français** sont globalement plus satisfaits de l'accueil reçu dans les bureaux d'accueil touristique.

- 64 % se disent « très satisfaits ».



7 répondants sur 10 se disent « très satisfaits » de la **qualité de l'information fournie** et de la **compréhension de leurs besoins**.

- 87 % des visiteurs québécois.

Satisfaction de l'accueil reçu



Principales pistes d'amélioration proposées :



- Être accueilli en français : 19 %
- Bonifier les haltes routières et les aires de repos : 10 %



- Proposer un accueil ou une signalisation en anglais : 46 %



- Rendre l'information plus accessible (déplacements, activités, sur place) : 16 %
- Proposer un accueil ou une signalisation en anglais : 15 %
- Varier l'offre d'attrait et d'activités : 12 %



- Améliorer l'accueil général (plus chaleureux) : 19 %
- Rendre l'information plus accessible (déplacements, activités, sur place) : 14 %



Priorités d'action en matière d'accueil



Forces perçues du Québec comme destination



Forces du Québec

Éléments ayant une **grande importance** pour les visiteurs et pour lesquels l'industrie touristique du Québec **performe bien**.

Accueil reçu du personnel des hébergements



Accueil reçu dans les attraits touristiques



Accueil reçu dans les bureaux d'information touristique



Pouvoir réserver en ligne



Accueil reçu dans sa langue



Accueil chaleureux de la population locale





Priorités d'action du Québec comme destination



Priorités d'action

Éléments ayant **une grande importance** pour les visiteurs, mais pour lesquels l'industrie touristique du Québec **performe moins bien**.

Présence d'indications routières ou de panneaux de signalisation liés aux déplacements



Accès à des aires de service, de repos, des haltes routières et des toilettes publiques propres et en bon état



Heures d'ouverture des attrait et des restaurants



Les priorités d'action sont plus nombreuses chez les voyageurs américains.

- Niveaux d'importance moyens **plus élevés** par rapport aux autres marchés.
- **L'accueil reçu** dans les **transports** s'ajoutent aux priorités d'action globales.



L'accès aux transports touristiques est une priorité d'action pour les Ontariens et les Français.



Les priorités d'action des Québécois reflètent celles des marchés combinés.

- L'importance moyenne accordée à la **présence d'indications routières** et aux **heures d'ouverture** est **en progression** par rapport à l'été 2023.

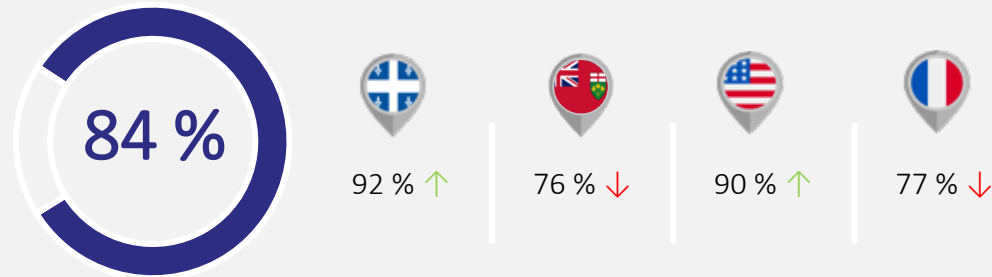


Intentions de retour et recommandation

Intentions de retour et recommandation

Les **intentions de retour au Québec** au cours des deux prochaines années sont **très élevées**.

Considère faire un autre voyage au Québec (deux prochaines années)



Principales raisons de ne pas souhaiter revisiter le Québec

Désire visiter d'autres destinations	42 %
A un budget limité (raison principale chez les Québécois et les Français)	32 %
Manque de temps ou de vacances	26 %
Juge que les prix sont élevés à destination	24 %
Insatisfait de l'offre touristique (plus importante chez les Ontariens)	18 %
Insatisfait de l'accueil reçu (plus importante chez les Ontariens)	13 %



Comparativement aux résultats obtenus en 2023 :

- La proportion de voyageurs souhaitant **revisiter le Québec** se maintient.
- La part de ceux qui ont déclaré être **limités par leur budget** a presque doublé : 32 % en 2024, contre 14 % en 2023.
- Le manque de temps** ou l'impossibilité de prendre des vacances est en **nette progression**, ayant presque quadruplé depuis l'été précédent : 26 % en 2024, contre 7 % en 2023.
- L'insatisfaction quant à l'offre touristique** est en légère progression : 18 % en 2024, contre 13 % en 2023.



Intentions de retour et recommandation

Le **niveau de recommandation** demeure également **très élevé**.



Probabilité de recommander le Québec à des parents ou amis

Recommanderait fortement (8, 9 ou 10) :

82%

8,6/10



83 %



69 % ↓



93 % ↑



83 %

Principales raisons de recommander la visite du Québec

Pour la nature et sa beauté, les paysages	24 %
Pour la variété d'attrait et d'activités proposée	23 %
Pour l'accueil chaleureux reçu	14 %
Pour la qualité des attrait et des activités proposées	10 %



Comparaison entre les marchés :

- 4 visiteurs québécois sur 10 mentionnent **la nature et la beauté des paysages**.
- Pour les visiteurs ontariens et américains, la **variété d'attrait et d'activités proposées** est la principale raison de recommander la destination.
- **29 %** des Français affirment que **l'accueil chaleureux** est la principale raison de recommander le Québec



Merci de votre attention!

Avez-vous des questions?

Pour consulter nos statistiques et études :
www.quebec.ca/statistiques-tourisme