

Enquête sur les habitudes de voyage des visiteurs québécois à l'été 2022

Le Réseau de développement économique et d'employabilité (RDÉE Canada) a développé et déployé un sondage pour savoir quelles ont été les habitudes de voyage des visiteurs des marchés québécois (en premier lieu) et des marchés francophones du Canada.



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

QUI, QUOI Publication payante pour rejoindre notre marché cible, soit les visiteurs du Québec. D'autres visiteurs ont aussi participé grâce à l'annonce sur nos réseaux sociaux et l'envoi via MailChimp à notre base de données.

QUAND La collecte des données s'est déroulée du 8 au 23 septembre 2022.

COMMENT Un sondage sous forme de **concours** déployé sur le Web.



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 %.

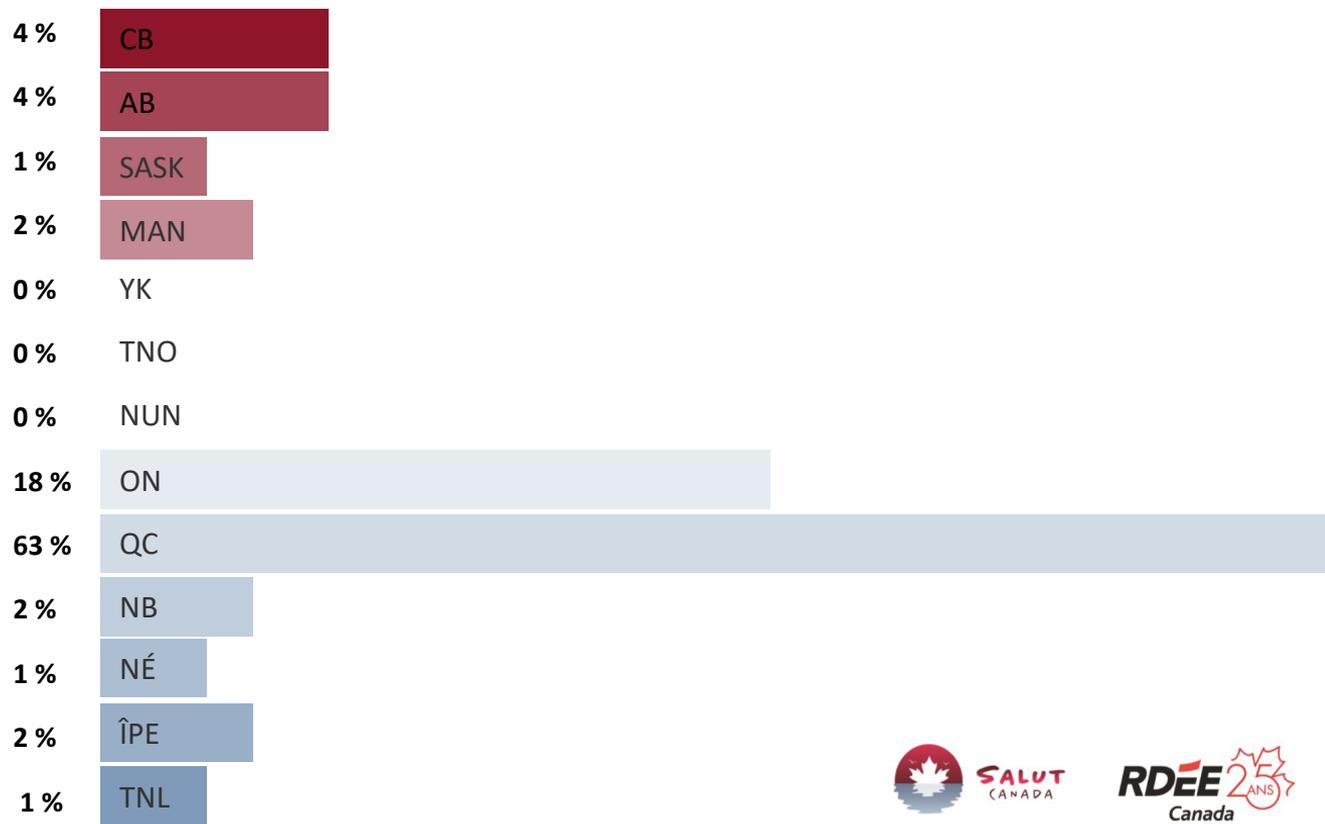
La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.



SALUT
CANADA

PROFIL DES RÉPONDANTS

Sur **667** répondants, **63 %** sont des québécois et **18 %** sont de l'Ontario. Puisque notre marché cible pour cette étude est le Québec, nous avons un très bon ratio de répondants.



HABITUDES DE VOYAGE DES RÉPONDANTS

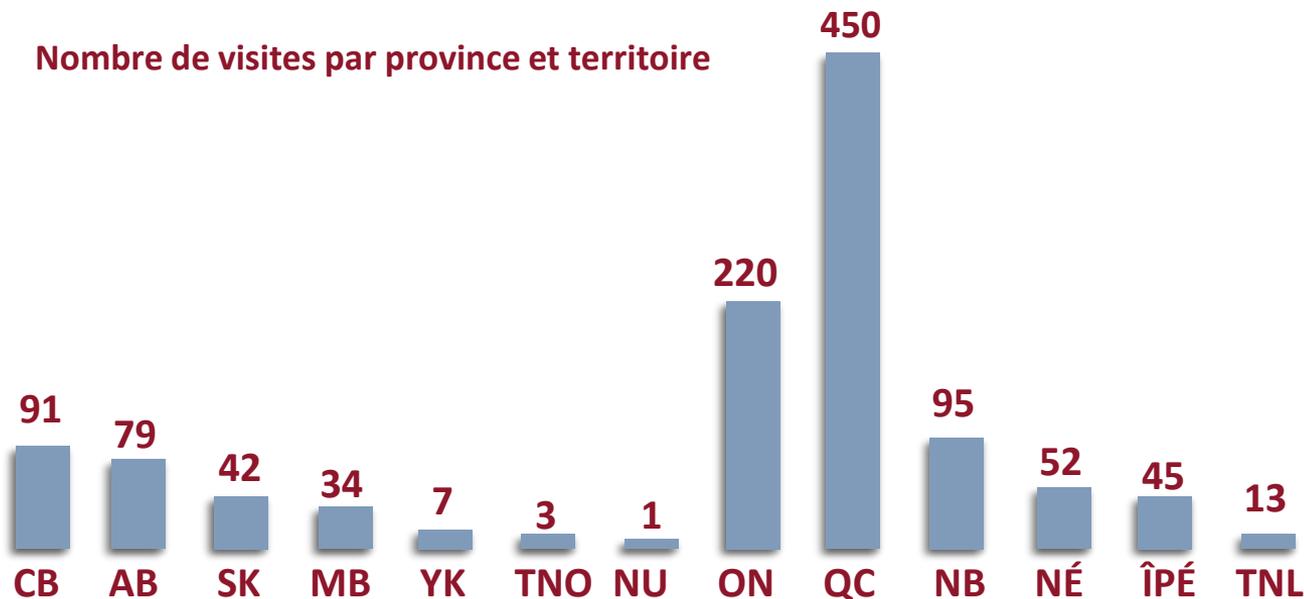
Sur les **667** répondants, **548** d'entre eux ont voyagé au Canada cet été.

Parmi les **548** répondants qui ont voyagé au Canada cet été, **67 %** ont visité le Québec.

De ceux-ci, **72 %** sont des résidents de la province du Québec.

À noter que les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse.

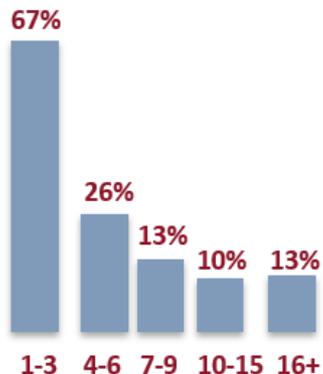
Nombre de visites par province et territoire



HABITUDES DE VOYAGE DES RÉPONDANTS

En moyenne, **62 %** des visiteurs interrogés sont restés au Canada entre **1 et 3 nuitées** consécutives. Il est donc facile de constater que la tendance des voyages plus courts et plus près de la maison était bien présente à l'été 2022.

Nuitées consécutives



Les activités privilégiées des participants sont assez variées. Parmi les plus populaires, on retrouve les **Road Trips** avec **11 %**, la visite de parents et amis et la visite de plage tous deux à **8 %**.

À noter que les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse.



SERVICES EN FRANÇAIS



Près de trois répondants sur quatre (67 %) sont d'avis qu'il est très important et important d'avoir des services en français lorsqu'ils voyagent.

De plus, ceux qui ont répondu Très important, (23 %) déclarent qu'ils visitent les endroits qui offrent des services en français seulement.

Importance d'être servi en français



470 participants ont noté les types de services en français reçus lors de leur visite. Ils ont été servis dans leur langue, soit le français, à 67 % du temps pour 197 qui n'ont pas reçu de services en français lors de leur visite.

Types de services en français



Pour plus d'information sur cette étude, merci de communiquer avec :

Chantal Nadeau, conseillère en développement économique et
employabilité – projets en tourisme

chantal.nadeau@rdee.ca

613 406-0444

CONCLUSION

Parmi les participants des marchés francophones visés qui ont visité le Canada à l'été 2022, **67 %** accordent une importance à être servis en français.

Cette étude nous démontre l'importance de travailler avec les intervenants touristiques pour qu'ils puissent offrir des services en français.

39 % des répondants désirent participer à une étude plus approfondie afin de connaître leurs habitudes et préférences de voyage. **Les résultats de celle-ci serviront à développer un guide de meilleurs pratiques pour les marchés francophones.**

