



SALUT
CANADA

RDÉE
Canada



Enquête sur le tourisme francophone et bilingue au Canada.

Le Réseau de développement économique et d'employabilité (RDÉE Canada) a mandaté la firme Léger pour réaliser une étude portant sur les habitudes de voyage des Québécois francophones, en général et dans leur pays.

RDÉE
Canada

Le leader du développement économique
des communautés francophones et acadiennes



SALUT
CANADA

TABLE DES MATIÈRES

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE	04
FAITS SAILLANTS	07
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	11
1. Critères de choix d'une destination	12
1.1 Importance du voyage	13
1.2 Facteurs d'influence dans le choix d'une destination	14
1.3 Importance des critères de choix	16
1.4 Importance du français dans la prestation de services	19
2. Portrait du dernier voyage au Canada	20
2.1 Provinces visitées	21
2.2 Période de l'année	22
2.3 Type de séjour réalisé	23
2.4 Budget alloué	24
2.5 Expériences touristiques pratiquées	25
2.6 Services en français reçus	27

TABLE DES MATIÈRES

3. Notoriété de l'offre touristique au Canada	28
3.1 Degré de connaissance de l'offre touristique	29
3.2 Sources d'information	30
4. Habitudes de voyage	31
4.1 Périodes préconisées pour des vacances	32
4.2 Types d'hébergement privilégiés	33
4.3 Modes de transport	34
4.4 Cellule de voyage	35
4.5 Expériences recherchées	36
PROFIL DES RÉPONDANTS	41

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

COMMENT

Un **sondage Web** auprès des Québécois adultes et francophones ayant voyagé dans une autre province canadienne que le Québec au cours des cinq dernières années. Les répondants proviennent de deux sous-échantillons distincts* :

- Le panel d'internautes de Léger, soit un panel représentatif de la population;
- Une liste d'environ 260 contacts fournie par le RDÉE. Tous les contacts qui y figuraient ont été invités à participer à l'étude par un courriel d'invitation contenant un hyperlien unique sécurisé.

QUI

Au total, **430 voyageurs québécois francophones** ont participé à l'étude, soit 400 provenant du panel d'internautes de Léger et 30 de la liste fournie par le RDÉE.

À titre indicatif, la marge d'erreur maximale d'un échantillon probabiliste de même taille est de +/-4,7%, 19 fois sur 20.

QUAND

Avant d'entreprendre la collecte officielle des données, un prétest a été réalisé le 11 janvier 2023 afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique.

La collecte des données s'est déroulée du 12 au 29 janvier 2023 inclusivement.

PONDÉRATION

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population visée, les données brutes de l'échantillon tiré du panel ont été pondérées en fonction de la région de résidence, du sexe, de l'âge, de la scolarité et de la présence d'enfant dans le ménage (selon la base administrative). Les données n'ont pas été pondérées pour le sous-échantillon provenant de la liste.

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.

Le texte d'analyse et les différences significatives selon le profil des répondants se rapportent uniquement au sous-échantillon provenant du panel de Léger.

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.

* Les deux sous-échantillons sont traités de façon indépendante dans le présent rapport d'analyse.

INCIDENCE (PANEL SEULEMENT) | SÉJOUR D'AGRÉMENT AU CANADA

Globalement, 30% des Québécois francophones disent avoir fait au moins un séjour d'agrément dans une province canadienne autre que le Québec au cours des cinq dernières années.

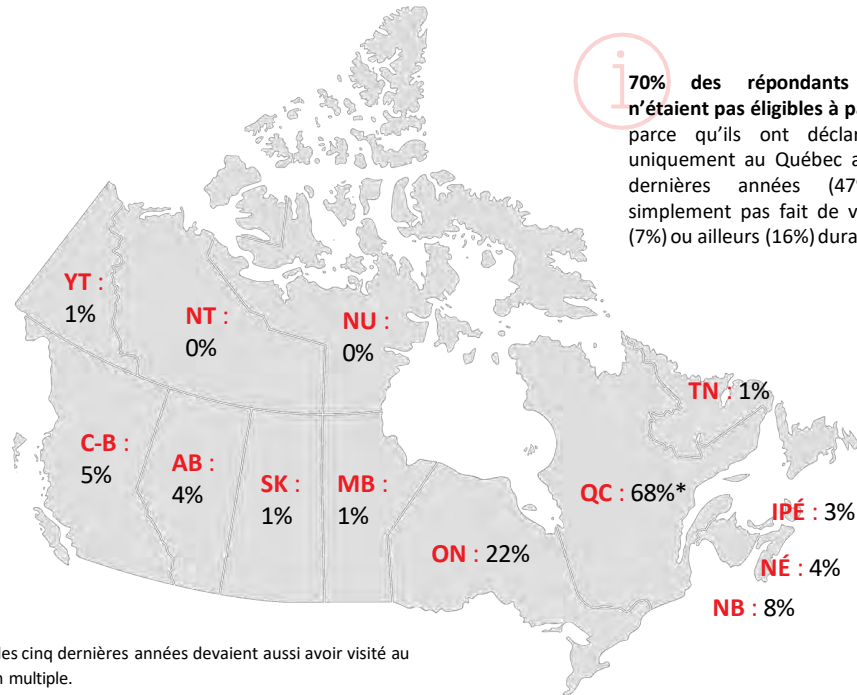
Plus spécifiquement, 21% ont visité le Québec et au moins une autre province canadienne, alors que 9% ont voyagé hors Québec uniquement.

Seuls ces répondants **étaient éligibles** à participer au sondage. Les questions subséquentes n'ont été posées qu'à ceux-ci.

Outre le Québec, **l'Ontario a été la province canadienne la plus visitée des cinq dernières années (22%).**

Au cours des cinq dernières années, dans quelle(s) province(s) canadienne(s) avez-vous fait au moins un séjour d'agrément?

Base : l'ensemble des répondants avant filtrage (n=1 289) – plusieurs mentions possibles



70% des répondants avant filtrage n'étaient pas éligibles à participer à l'étude parce qu'ils ont déclaré avoir voyagé uniquement au Québec au cours des cinq dernières années (47%) ou n'avaient simplement pas fait de voyage au Canada (7%) ou ailleurs (16%) durant cette période.

* Pour être éligibles à participer à l'étude, les répondants qui ont séjourné au Québec au cours des cinq dernières années devaient aussi avoir visité au moins une autre province canadienne. // Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

FAITS SAILLANTS

Note : les faits saillants sont le reflet des résultats et des constats observés chez les Québécois francophones sondés via le panel d'internautes de Léger, compte tenu de leur représentativité dans la population. Les résultats du sous-échantillon provenant de la liste fournie par le RDÉE sont présentés uniquement dans la section *Résultats détaillés*.

À la lumière des résultats de cette étude, il est possible de conclure qu'il y a une opportunité de développer et de communiquer davantage l'offre touristique francophone et bilingue au Canada.

Voici quelques résultats clés à retenir :

46%

accordent une importance **au fait d'être servi(e) en français lorsqu'ils voyagent**, dont 8% qui visitent exclusivement des destinations où il leur sera possible de communiquer en français.

25%

des voyageurs québécois francophones placent la possibilité d'être servi(e) en français **dans le Top 3 des éléments les plus importants** pour eux lorsqu'ils évaluent l'offre touristique d'une destination.

41%

déclarent **n'avoir reçu aucun service, ni aucune documentation en français** lors de leur dernier voyage au Canada, proportion qui augmente considérablement dans les provinces de l'Ouest.

49%

disent n'avoir **jamais entendu parler de l'offre touristique francophone et bilingue canadienne**, en dehors du Québec.

Sans être un facteur discriminant pour la plupart, la possibilité de parler français peut certainement influencer les décisions en matière de voyage. Voici quelques éléments à garder en tête :

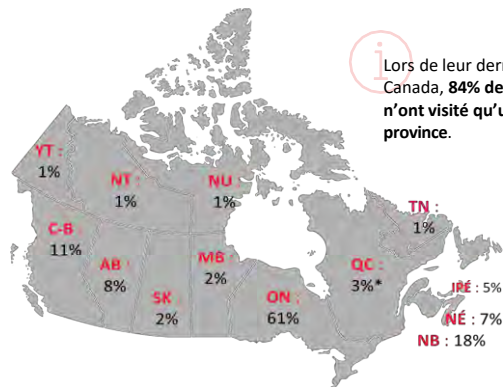
1. L'importance de la communication en français dans un contexte de voyage **varie selon le profil des Québécois francophones**. En effet, si elle tend à être moindre chez les clientèles plus jeunes (moins de 35 ans) et les résidents des centres urbains, elle est toutefois largement exacerbée chez les Québécois plus âgés et les résidents des régions autres que Québec et Montréal, particulièrement ceux de l'est du Québec (pour qui la possibilité d'être servi(e) en français est l'une des principales considérations).
2. Une majorité de Québécois francophones estiment qu'ils connaissent peu ou pas du tout l'offre touristique disponible dans les provinces canadiennes autres que le Québec, de façon générale (64%). **Ainsi, la connaissance limitée des Québécois ne s'applique pas qu'aux expériences francophones et bilingues disponibles** dans leur pays, mais bien à l'offre touristique dans son ensemble.
3. L'accessibilité à une offre touristique francophone et bilingue **est actuellement inégale** à l'intérieur du Canada. Malgré les deux langues officielles, l'anglais prime largement dans un contexte de tourisme hors Québec.

FAITS SAILLANTS | PORTRAIT DU DERNIER SÉJOUR AU CANADA

30% des Québécois francophones disent avoir fait au moins un voyage dans une province canadienne autre que le Québec au cours des 5 dernières années.

PROVINCE(S) VISITÉE(S) LORS DU DERNIER SÉJOUR

L'Ontario a été la province canadienne la plus populaire chez les Québécois francophones.



Lors de leur dernier voyage au Canada, 84% des répondants n'ont visité qu'une seule province.

PÉRIODE DU DERNIER SÉJOUR AU CANADA

47% ont voyagé au Canada (à l'extérieur du Québec) au cours de la dernière année.



9%



29%



5%



4%

CARACTÉRISTIQUES DU DERNIER SÉJOUR AU CANADA

Plus la distance parcourue pour se rendre à destination est grande, plus la durée de séjour est élevée.

	Total	ONT.	ATL.	AB/SK /MB	C.-B.
Court séjour : 1 à 3 nuitées	46%	64%	28%	16%	15%
Moyen séjour : 4 à 6 nuitées	26%	21%	35%	30%	24%
Long séjour : 7 nuitées ou plus	27%	15%	36%	54%	61%

Plus la durée du dernier séjour est élevée, plus le budget alloué au voyage augmente.



Court séjour (1 à 3 nuitées) : 1 071 \$
Moyen séjour (4 à 6 nuitées) : 2 000 \$
Long séjour (7+ nuitées) : 2 902 \$

Le budget qui a été alloué au dernier séjour est également influencé par le revenu du ménage.

ACTIVITÉS PRATIQUÉES LORS DU DERNIER SÉJOUR AU CANADA

Bien entendu, les activités les plus populaires en voyage sont influencées par la/les province(s) visitée(s). Voici le Top 3 des activités les plus pratiquées, au global et selon la destination visitée.

Total	ONT.	ATL.	AB/SK/MB	C.-B.
Musées ou lieux patrimoniaux (40%)	Musées ou lieux patrimoniaux (39%)	Plage et baignade (47%)	Parcs, réserves fauniques et sites naturels (61%)	Parcs, réserves fauniques et sites naturels (68%)
Escapade en milieu urbain (39%)	Escapade en milieu urbain (34%)	Musées ou lieux patrimoniaux (44%)	Escapade en milieu urbain (59%)	Escapade en milieu urbain (50%)
Magasinage (33%)	Magasinage (34%)	Parcs, réserves fauniques et sites naturels (41%)	Musées ou lieux patrimoniaux (54%)	Musées ou lieux patrimoniaux (45%) / road trips (45%)

* Les répondants qui ont visité le Québec lors de leur dernier voyage ont aussi visité une autre province canadienne au cours de ce même séjour.

FAITS SAILLANTS | HABITUDES GÉNÉRALES DE VOYAGE

65% des Québécois francophones déclarent que de voyager est une priorité dans leur vie, pour la plupart, assez importante (52%).

PÉRIODE(S) PRÉCONISÉE(S) POUR DES VACANCES

L'été est la période la plus convoitée pour y prendre des vacances.



78%



31%



37%

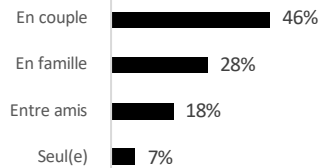


22%

Parmi ceux qui prennent surtout leurs vacances en été (78% de l'ensemble), près de la moitié (48%) préfèrent prendre leurs vacances plus spécifiquement durant le mois d'août, après les vacances de la construction.

CELLULE DE VOYAGE

Les Québécois francophones voyagent le plus souvent en couple. La cellule de voyage varie toutefois selon l'âge des répondants.



EXPÉRIENCES TOURISTIQUES RECHERCHÉES

De façon générale, lorsqu'ils voyagent, les Québécois francophones vont surtout rechercher des expériences touristiques de plein air.



Les 35-44 ans ont un intérêt marqué pour les **road trips** et les **expériences en famille** (respectivement 56% et 52%) et les 65 ans+, pour les **circuits touristiques** et **visites guidées** (42% dans les deux cas).

MODES DE TRANSPORT UTILISÉS

Tant pour se rendre qu'une fois arrivés à destination, la plupart des répondants préfèrent utiliser un mode de transport individuel pour se déplacer, particulièrement leur véhicule personnel.

Pour se rendre à destination

Pour se déplacer une fois à destination



60% (personnel)



58% (personnel)
17% (loué)



26%



10%

HÉBERGEMENT PRIORISÉ

L'hôtel et la location d'un chalet ou d'une maison d'une tierce personne sont les types d'hébergement préférés en voyage.



Activités de plein air les plus populaires



Randonnée pédestre 77%
Plage et baignade 71%
Camping 51%

Activités culturelles ou de divertissement les plus populaires



Musées ou lieux culturels patrimoniaux 80%
Festivals et événements 59%
Visite de zoo et aquarium 51%

Activités culinaires ou agrotouristiques les plus populaires



Vignobles 53%
Microbrasseries 50%
Circuits culinaires 49%

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1. CRITÈRES DE CHOIX D'UNE DESTINATION

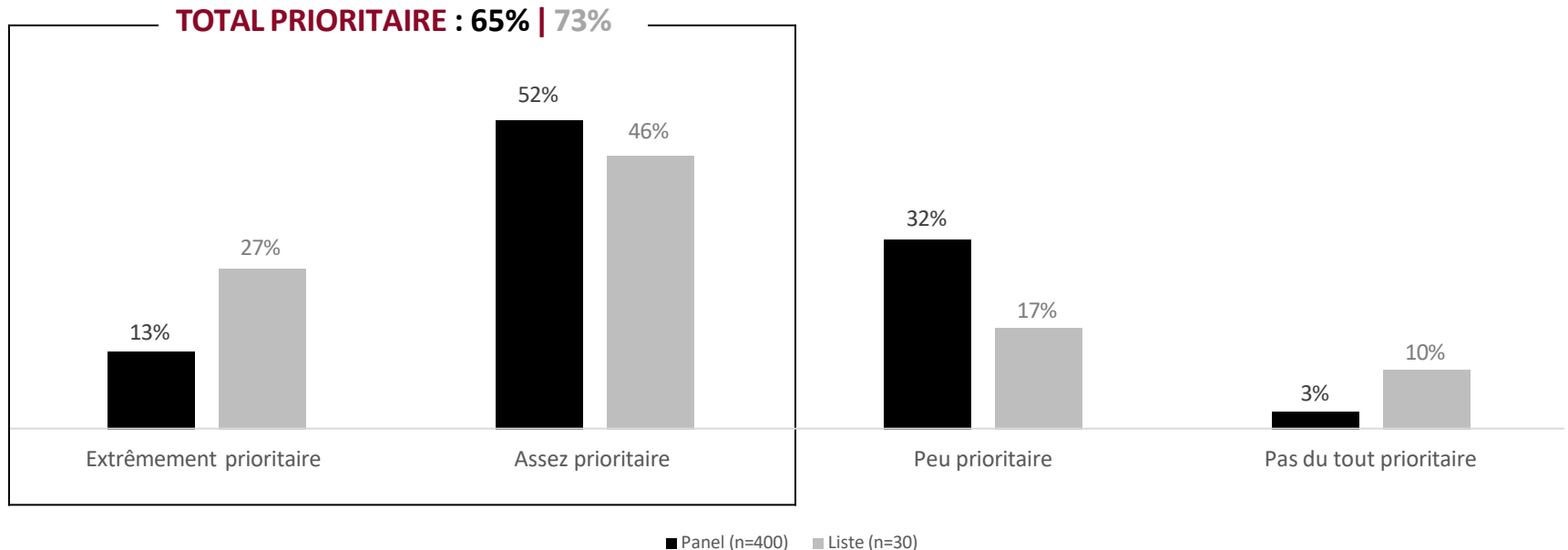
1.1 IMPORTANCE DU VOYAGE

Une majorité de Québécois francophones affirment que le voyage est une priorité dans leur vie (65%).

C'est le cas plus particulièrement des détenteurs d'un diplôme universitaire (76%), des Québécois ayant un revenu familial annuel brut de 100 000 \$ et plus (76%) et des résidents de la grande région de Montréal (73%).

D'abord, à quel point le voyage est-il prioritaire dans votre vie?

Base : l'ensemble des répondants



1.2 FACTEURS D'INFLUENCE DANS LE CHOIX D'UNE DESTINATION

Les critères de choix d'une destination touristique sont influencés par l'importance qu'accordent les Québécois aux voyages.

En effet, parmi ceux pour qui les voyages sont une priorité dans leur vie, c'est d'abord **une certaine soif d'aventure** qui anime leur processus décisionnel : le désir de découvrir une nouvelle destination (53%), l'envie d'être dépaysés (28%) et de sortir des sentiers battus en découvrant des endroits peu connus (12%). Pour leur part, les répondants pour qui voyager n'est pas une priorité accordent beaucoup plus d'importance **au budget alloué** (52%) et, bien que moins fortement, à la volonté de visiter des amis ou de la famille (27%).

Néanmoins, nonobstant la place qu'occupent les voyages dans leur vie, le besoin de s'évader, de se ressourcer et de se reposer (47%), de même que les attraits naturels de la destination convoitée (42%) demeurent des facteurs d'influence importants.

En revanche, le fait de pouvoir communiquer en français ne semble pas être un critère décisif dans le choix d'une destination (7%).

Quels sont les éléments qui influencent le plus le choix d'une destination?

	Panel	PRIORITÉ ACCORDÉE AUX VOYAGES		Liste
		Prioritaire	Non prioritaire	
<i>Base : l'ensemble des répondants, jusqu'à trois réponses possibles</i>	400	267	133	30
S'évader, se ressourcer, se reposer	47%	44%	54%	53%
Le désir de visiter une nouvelle destination	45%	53%	31%	40%
Les attraits naturels de la destination	42%	43%	38%	23%
Le budget	42%	37%	52%	47%

Suite à la page suivante

1.2 FACTEURS D'INFLUENCE DANS LE CHOIX D'UNE DESTINATION

- SUITE

Quels sont les éléments qui influencent le plus le choix d'une destination?

	Panel	PRIORITÉ ACCORDÉE AUX VOYAGES		Liste
		Prioritaire	Non prioritaire	
<i>Base : l'ensemble des répondants, jusqu'à trois réponses possibles</i>	400	267	133	30
L'envie d'être dépaycé(e)	23%	28%	12%	17%
Visiter des parents ou amis	19%	15%	27%	7%
Une attraction ou un événement en particulier	18%	17%	19%	30%
Le désir de revisiter une destination connue	12%	12%	11%	3%
Visiter des destinations peu fréquentées, peu connues	9%	12%	3%	10%
Le fait de pouvoir communiquer dans votre langue (offre de services en français)	7%	5%	10%	20%
Le fait de pouvoir y pratiquer un sport ou une activité	6%	7%	4%	10%
Les recommandations de parents/amis	5%	6%	3%	7%
Le fait de pouvoir travailler à destination (dans le cadre d'un voyage d'affaires, ou pour du télétravail)	1%	2%	1%	13%
Autre élément	1%	2%	0%	0%

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

1.3 IMPORTANCE DES CRITÈRES DE CHOIX | ATTRAITS ET ACTIVITÉS

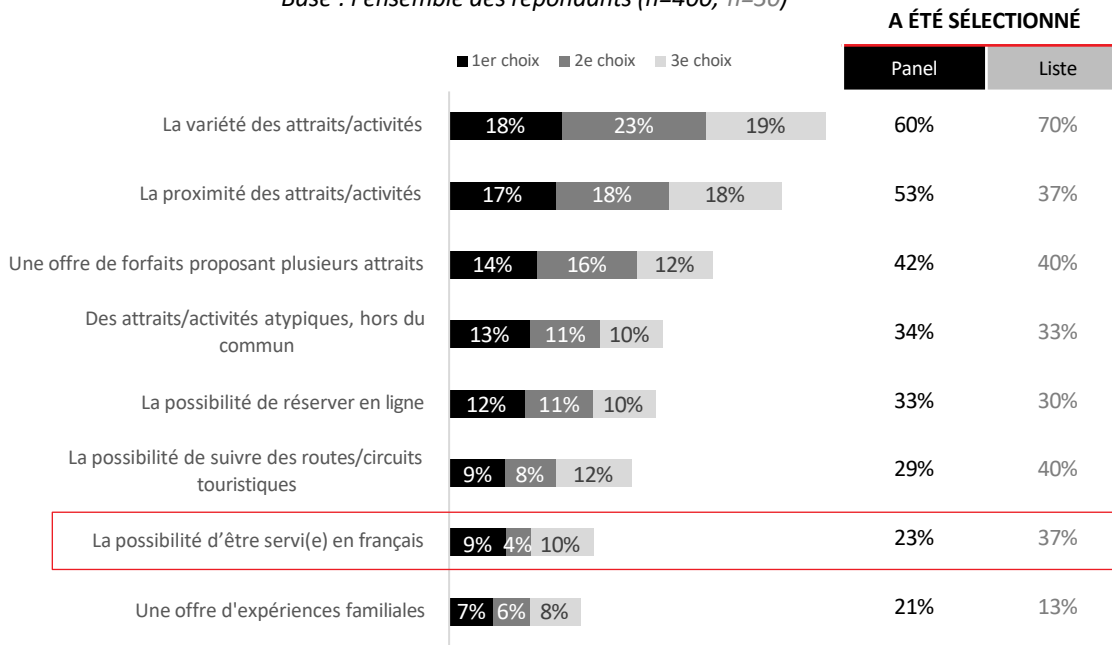
i Pour les prochaines questions, les répondants ont été invités à se placer dans la peau d'une personne qui, dans le cadre de la planification d'un voyage, évalue l'offre touristique de la destination convoitée en termes d'activités et d'attraits, d'hébergement et de restauration.

Lorsqu'il est question de la planification des activités à réaliser à destination, les répondants vont d'abord considérer la variété (60%) et la proximité (53%) des attraits et activités, et la possibilité d'en combiner plusieurs sous un même forfait (42%).

Parmi les huit les éléments évalués, la **possibilité d'être servi(e) en français** arrive au 7^e rang; 23% l'ayant sélectionnée dans leur Top 3.

Parmi les éléments ci-dessous ayant trait **aux activités et attraits**, outre le prix, quels seraient les trois plus importants, c'est-à-dire ceux que vous considèreriez le plus en planifiant votre voyage?

Base : l'ensemble des répondants (n=400; n=30)*



* Les données présentées dans le graphique (choix 1, 2 et 3) se rapportent aux résultats obtenus pour le sous-échantillon provenant du panel.

1.3 IMPORTANCE DES CRITÈRES DE CHOIX | HÉBERGEMENT

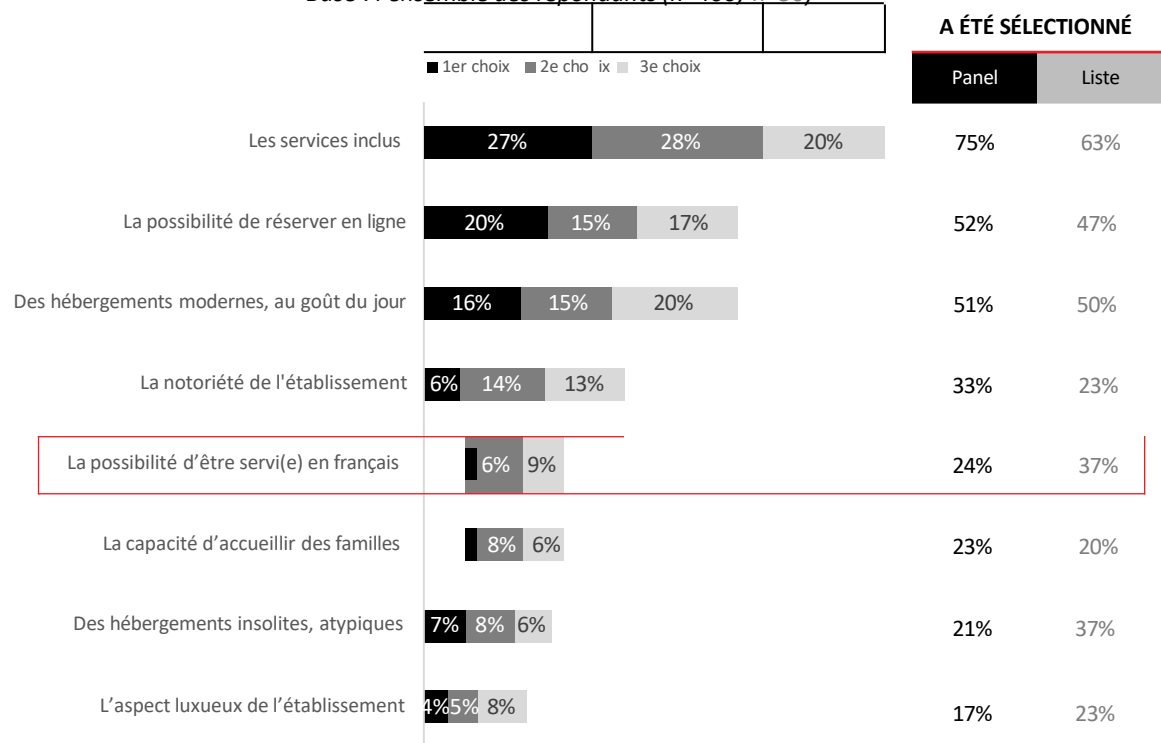
Lorsqu'ils planifient leur hébergement en voyage, les Québécois francophones considèrent d'abord les services inclus (75%).

La possibilité de réserver en ligne (52%) et la modernité de l'établissement (51%) complètent le Top 3 des critères d'importance en matière d'hébergement en voyage.

La possibilité de communiquer en français, pour sa part, se glisse au 5^e rang (24%).

Parmi les éléments ci-dessous ayant trait à l'offre d'hébergement, outre le prix, quels seraient les trois plus importants, c'est-à-dire ceux que vous considèreriez le plus en planifiant votre voyage?

Base : l'ensemble des répondants (n=400; n=30)*



* Les données présentées dans le graphique (choix 1, 2 et 3) se rapportent aux résultats obtenus pour le sous-échantillon provenant du panel.

1.3 IMPORTANCE DES CRITÈRES DE CHOIX | RESTAURATION

Lorsqu'ils évaluent l'offre de restauration d'une destination, les répondants vont accorder une importance plus grande à la variété des restaurants (80%).

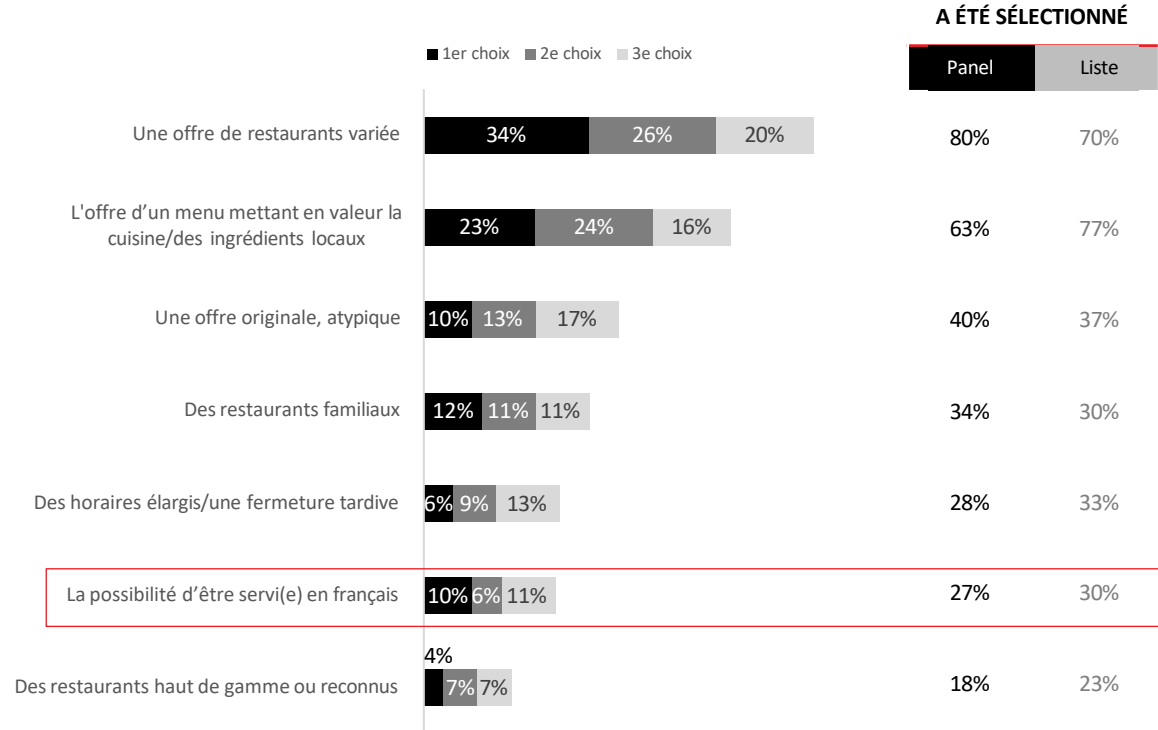
Viennent ensuite la possibilité de goûter à des mets élaborés à partir de produits locaux (63%) et la proposition d'une offre atypique (40%).

La possibilité de communiquer en français figure dans le top 3 des aspects les plus importants de 27% des répondants.

Ainsi, lorsqu'ils évaluent les attraits et activités d'une destination, de même que son offre d'hébergement et de restauration, **le quart des Québécois francophones placent le fait d'être servi(e) en français dans le Top 3 des éléments les plus importants pour eux.** Son importance est d'ailleurs exacerbée parmi les 65 ans et plus et les résidents de l'est du Québec; ces derniers faisant même de l'offre de services en français leur principale considération parmi les éléments évalués.

Parmi les éléments ci-dessous ayant trait à l'offre de restauration, outre le prix, quels seraient les trois plus importants, c'est-à-dire ceux que vous considèreriez le plus en planifiant votre voyage?

Base : l'ensemble des répondants (n=400; n=30)*



* Les données présentées dans le graphique (choix 1, 2 et 3) se rapportent aux résultats obtenus pour le sous-échantillon provenant du panel.

1.4 IMPORTANCE DU FRANÇAIS DANS LA PRESTATION DE SERVICES

Globalement, 46% des Québécois francophones déclarent qu’il est important pour eux d’être servis en français lorsqu’ils voyagent, dont 8% pour qui il s’agit d’une nécessité.

Tel qu’observé précédemment, l’importance d’une offre de services en français en voyage est plus élevée chez les 55 ans et plus (59%) et les résidents de l’est du Québec (70%, dont 24% qui affirment visiter exclusivement des endroits qui offrent des services en français).

Sans nécessairement être un facteur discriminant pour la plupart, ces résultats démontrent que la possibilité de communiquer en français **peut certainement influencer les décisions de plusieurs Québécois francophones en matière de voyage**. À l’heure actuelle, c’est une personne sur cinq qui affirme que le fait d’être servi(e) en français ne joue aucun rôle dans leur choix d’une destination touristique (20%).

Quel niveau d’importance accordez-vous au fait d’être servi(e) en français lorsque vous voyagez?

	Panel	ÂGE			RÉGION DE RÉSIDENCE					Liste
		18-34 ans	35-54 ans	55 ans+	Mtl RMR	QC RMR	Est	Centre	Ouest	
<i>Base : l’ensemble des répondants</i>	400	112	145	143	157	62	33	75	73	30
TOTAL IMPORTANT	46%	31%	42%	59%	42%	38%	70%	48%	48%	77%
Très important (Je visite les endroits qui offrent des services en français seulement)	8%	3%	11%	8%	6%	3%	24%	8%	9%	17%
Assez important	38%	28%	30%	51%	36%	35%	46%	40%	39%	60%
TOTAL PEU OU PAS IMPORTANT	54%	69%	58%	41%	58%	62%	30%	52%	52%	23%
Peu important	34%	42%	35%	28%	40%	36%	14%	31%	30%	16%
Aucune importance (cela n’a aucun impact sur les endroits que je visite)	20%	27%	23%	13%	18%	26%	16%	22%	22%	7%

2. PORTRAIT DU DERNIER VOYAGE AU CANADA

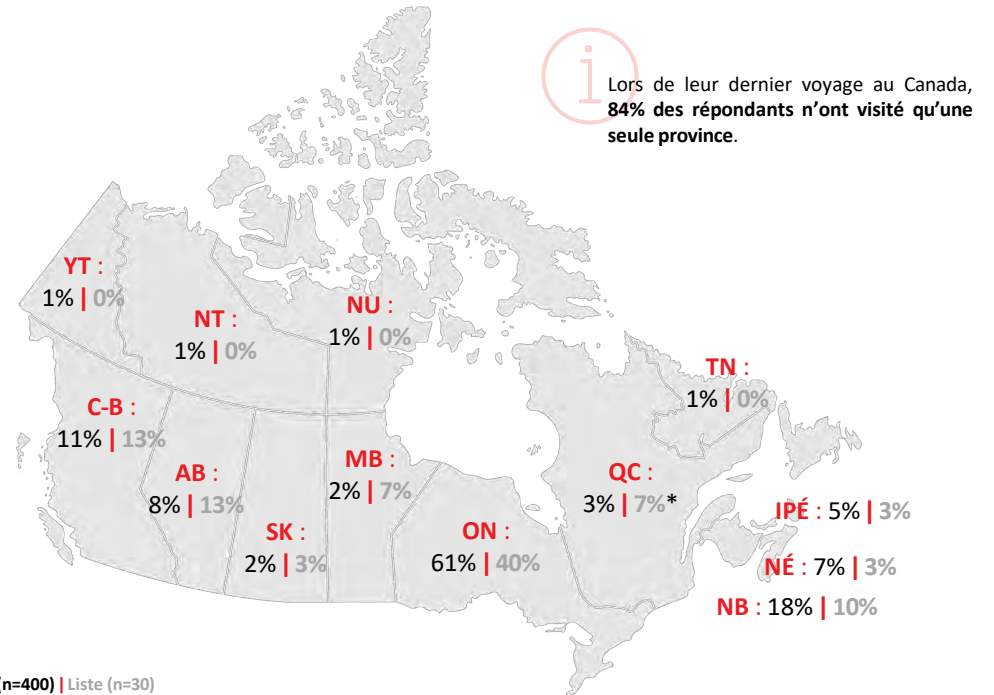
2.1 PROVINCES VISITÉES

Lors de leur dernier voyage effectué dans une province canadienne autre que le Québec, la plupart des Québécois francophones disent avoir visité l'Ontario (61%).

Cette province a d'ailleurs été la plus populaire chez tous les sous-groupes, à l'exception des résidents de l'est du Québec qui, de par leur proximité géographique avec le Nouveau-Brunswick, ont été plus nombreux à y avoir voyagé (44%).

Quelle est la / quelles sont les province(s) canadienne(s) que vous avez visitée(s) lors de ce dernier voyage effectué dans une province canadienne autre que le Québec?

Base : l'ensemble des répondants – plusieurs mentions possibles



* Les répondants qui ont visité le Québec lors de leur dernier voyage ont aussi visité une autre province canadienne au cours de ce même séjour. Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

2.2 PÉRIODE DE L'ANNÉE

Pour 47% des répondants, le dernier voyage dans une province canadienne autre que le Québec a été effectué au cours de la dernière année, surtout durant la période estivale (29%).

Le portrait est toutefois différent pour les **Québécois francophones pour qui les voyages ne sont pas une priorité dans leur vie**, alors que 46% rapportent avoir effectué leur dernier voyage en sol canadien il y a plus de trois ans.

À quand remonte le dernier voyage dans une province canadienne autre que le Québec que vous avez effectué?

	Panel	PRIORITÉ ACCORDÉE AUX VOYAGES		Liste
		Prioritaire	Non prioritaire	
<i>Base : l'ensemble des répondants</i>	400	267	133	30
AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE	47%	55%	32%	37%
Cet automne (octobre 2022 ou plus récent)	9%	9%	7%	10%
Cet été (juin à septembre 2022)	29%	35%	19%	17%
Au printemps dernier (avril ou mai 2022)	5%	8%	0%	3%
À l'hiver dernier (décembre 2021 à mars 2022)	4%	3%	6%	7%
Il y a plus d'un an, mais moins de trois	22%	26%	16%	20%
Il y a plus de trois ans	28%	18%	46%	37%
Je ne suis pas certain(e)	3%	1%	6%	7%

2.3 TYPE DE SÉJOUR RÉALISÉ

Plus la distance parcourue pour se rendre à destination est grande, plus la durée de séjour est élevée.

Ainsi, les répondants ayant visité l'Ontario et/ou les provinces atlantiques ont majoritairement réalisé des séjours de courte ou de moyenne durée (moins de 7 nuitées), alors que ceux qui ont voyagé vers l'Ouest (Prairies et Colombie-Britannique) sont plus nombreux à y être restés 7 nuitées ou plus.

Lors de ce dernier voyage, quel type de séjour touristique avez-vous fait?

	Panel	DESTINATION(S) VISITÉE(S)*				NOMBRE DE PROVINCES VISITÉES		Liste
		Ontario	Provinces atlantiques	Prairies	Colombie-Britannique	Une seule	Plusieurs	
<i>Base : l'ensemble des répondants</i>	400	244	91	38	37	341	48	30
TOTAL COURT OU MOYEN SÉJOUR (moins de 7 nuitées)	72%	85%	63%	46%	39%	78%	43%	77%
1 à 3 nuitées consécutives	46%	64%	28%	16%	15%	50%	27%	37%
4 à 6 nuitées consécutives	26%	21%	35%	30%	24%	28%	16%	40%
TOTAL LONG SÉJOUR (7 nuitées ou plus)	27%	15%	36%	54%	61%	22%	54%	20%
7 à 9 nuitées consécutives	12%	8%	15%	10%	14%	12%	6%	13%
10 à 15 nuitées consécutives	9%	3%	12%	27%	27%	6%	29%	7%
16 nuitées ou plus	6%	4%	9%	17%	21%	4%	19%	0%
Je ne me souviens plus	1%	0%	2%	0%	0%	0%	3%	3%

* Seuls les résultats pour les provinces canadiennes comprenant un nombre suffisant de répondants (n<30) sont présentés. Il est à noter que les catégories ne sont pas mutuellement exclusives, puisqu'un répondant pouvait avoir visité plusieurs provinces lors d'un même séjour.

Note : les **provinces atlantiques** regroupent la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve. Les **Prairies** regroupent l'Alberta, la Saskatchewan et le Manitoba.

2.4 BUDGET ALLOUÉ

Plus la durée du dernier séjour est élevée, plus le budget alloué au voyage augmente.

Les répondants ayant effectué un **court séjour** (1 à 3 nuitées) ont dépensé, en moyenne, un peu plus de 1 000 \$ pour leur voyage (pour eux et tous les membres de leur groupe). Cette moyenne grimpe à près de 3 000 \$ pour un **séjour de longue durée** (7 nuitées ou plus).

Le budget alloué au dernier voyage augmente également selon le revenu annuel du ménage.

À l'occasion de votre dernier séjour, quel montant a été alloué à l'ensemble de vos dépenses, pour vous et tous les membres de votre groupe?

	Panel	REVENU FAMILIAL ANNUEL BRUT					DURÉE DU SÉJOUR			Liste
		Moins de 40K	40-59K	60-79K	80-99K	100K et plus	1 à 3 nuitées	4 à 6 nuitées	7 nuitées ou plus	
<i>Base : l'ensemble des répondants</i>	400	40	60	56	56	149	181	107	110	30
Moins de 500 \$	13%	24%	13%	21%	6%	9%	25%	4%	1%	17%
Entre 500 \$ et 999 \$	26%	55%	30%	20%	25%	19%	41%	15%	9%	17%
Entre 1 000 \$ et 1 999 \$	27%	16%	28%	29%	33%	25%	19%	40%	28%	17%
Entre 2 000 \$ et 2 999 \$	10%	0%	10%	12%	11%	16%	4%	20%	13%	13%
Entre 3 000 \$ et 3 999 \$	7%	1%	11%	6%	7%	8%	5%	8%	9%	7%
Entre 4 000 \$ et 4 999 \$	4%	2%	1%	5%	5%	5%	2%	2%	9%	13%
5 000 \$ et plus	7%	0%	0%	6%	5%	14%	1%	5%	19%	7%
<i>Moyenne (\$)*</i>	1 783	864	1 471	1 713	1 885	2 284	1 071	2 000	2 902	2 166
Je ne me souviens plus / Je préfère ne pas répondre	7%	1%	7%	1%	7%	4%	5%	6%	12%	10%

* La moyenne a été calculée à partir du point milieu de chacune des catégories. La valeur 250 a été utilisée pour la catégorie *Moins de 500 \$* et la valeur 5 500 a été utilisée pour la catégorie *5 000 \$ et plus*.

2.5 EXPÉRIENCES TOURISTIQUES PRATIQUÉES

Les principales activités pratiquées lors du dernier séjour au Canada diffèrent selon la/les province(s) visitée(s).

Bien que la visite de musées et de lieux culturels patrimoniaux, de même que les escapades en milieu urbain soient des activités largement pratiquées, peu importe la destination, certaines expériences touristiques ont été plus prisées selon la province visitée :

- les Québécois francophones qui ont voyagé vers les provinces atlantiques ont fait de **la plage et de la baignade** l'activité la plus populaire (47%);
- ceux ayant voyagé vers l'Ouest du pays (Prairies et Colombie-Britannique) ont été plus nombreux à avoir **visité des jardins, parcs, réserves fauniques ou sites naturels**, et à avoir fait un **road trip**.

Lors de ce séjour, quelles activités et expériences touristiques avez-vous pratiquées?

	Panel	DESTINATION(S) VISITÉE(S)*				Liste
		Ontario	Provinces atlantiques	Prairies	Colombie-Britannique	
<i>Base : l'ensemble des répondants, plusieurs mentions possibles</i>	400	244	91	38	37	30
Visite de musées ou de lieux culturels patrimoniaux	40%	39% ①	44% ②	54% ③	45% ③	47%
Escapade en milieu urbain	39%	34% ②	40%	59% ②	50% ②	53%
Magasinage	33%	34% ③	24%	47%	34%	30%
Plage et baignade	30%	25%	47% ①	17%	37%	20%
Visite de jardin, parc, réserve faunique ou site naturel	30%	22%	41% ③	61% ①	68% ①	30%
Road trips	29%	26%	34%	52%	45% ③	37%
Expériences culinaires/agrotouristiques	23%	19%	27%	26%	39%	27%

Suite à la page suivante

* Seuls les résultats pour les provinces canadiennes comprenant un nombre suffisant de répondants (n<30) sont présentés. Il est à noter que les catégories ne sont pas mutuellement exclusives, puisqu'un répondant pouvait avoir visité plusieurs provinces lors d'un même séjour.
Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

2.5 EXPÉRIENCES TOURISTIQUES PRATIQUÉES - SUITE

Lors de ce séjour, quelles activités et expériences touristiques avez-vous pratiquées?

	Panel	DESTINATION(S) VISITÉE(S)*				Liste
		Ontario	Provinces atlantiques	Prairies	Colombie-Britannique	
<i>Base : l'ensemble des répondants, plusieurs mentions possibles</i>	400	244	91	38	37	30
La visite de parents et amis	21%	19%	16%	18%	32%	23%
Participation à un festival ou un événement	20%	23%	24%	23%	22%	17%
Activités de plein air « sportives »	19%	13%	22%	34%	28%	13%
Lieu à vocation artistique ou culturelle	14%	12%	18%	15%	20%	23%
Visite de zoo et aquarium	13%	13%	7%	15%	19%	7%
Expérience de bien-être	12%	12%	11%	17%	10%	20%
Activités nautiques	11%	9%	16%	19%	18%	0%
Parc aquatique, d'attractions ou thématique	7%	8%	6%	6%	3%	7%
Croisière	5%	4%	4%	12%	19%	10%
Chasse et pêche	4%	4%	3%	3%	1%	3%
Événement sportif	1%	1%	1%	1%	0%	0%
Autres	3%	4%	0%	0%	0%	3%

* Seuls les résultats pour les provinces canadiennes comprenant un nombre suffisant de répondants (n<30) sont présentés. Il est à noter que les catégories ne sont pas mutuellement exclusives, puisqu'un répondant pouvait avoir visité plusieurs provinces lors d'un même séjour.
Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

2.6 SERVICES EN FRANÇAIS REÇUS

La disponibilité des services en français est variable d'une province à l'autre.

Ainsi, 72% des Québécois francophones qui ont voyagé au Nouveau-Brunswick – seule province officiellement bilingue du Canada – déclarent avoir reçu des services en français en tout temps (28%) ou sur demande (44%). Ces proportions diminuent largement ailleurs au Canada (Ontario : 40% ont pu recevoir des services en français, en tout temps ou sur demande; autres provinces de l'Atlantique : 39%; Prairies : 18%; Colombie-Britannique : 17%).

Lors de ce voyage, quels types de services en français avez-vous reçus?

	Panel	DESTINATION(S) VISITÉE(S)*					Liste
		Ontario	Nouveau-Brunswick	Autres provinces atlantiques	Prairies	Colombie-Britannique	
<i>Base : l'ensemble des répondants</i>	400	244	68	37	38	37	30
Services en français en tout temps	12%	11%	28%	6%	2%	2%	23%
Services en français sur demande	28%	29%	44%	33%	16%	15%	40%
Uniquement des articles promotionnels ou de la documentation disponibles en français	18%	16%	10%	31%	22%	20%	17%
Je n'ai reçu aucun service, ni aucune documentation ou article promotionnel en français	41%	44%	17%	29%	60%	64%	20%

* Seuls les résultats pour les provinces canadiennes comprenant un nombre suffisant de répondants (n<30) sont présentés. Il est à noter que les catégories ne sont pas mutuellement exclusives, puisqu'un répondant pouvait avoir visité plusieurs provinces lors d'un même séjour.

3. NOTORIÉTÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE AU CANADA

3.1 DEGRÉ DE CONNAISSANCE DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Une vaste majorité des Québécois francophones affirment connaître l'offre touristique disponible au Québec (83%), pour la plupart, plutôt bien (63%).

En revanche, le portrait est nettement différent lorsqu'il s'agit des autres provinces canadiennes; la majorité affirmant n'avoir qu'une **faible (56%), voire aucune (7%) connaissance** de leur offre touristique respective.

En tant que destinations touristiques, à quel point estimez-vous connaître l'offre (activités, attraits, hébergement, restauration, etc.)?

	Au Québec		Dans les autres provinces canadiennes	
	Panel	Liste	Panel	Liste
<i>Base : l'ensemble des répondants</i>	400	30	400	30
TOTAL BIEN	83%	83%	36%	40%
Très bien	20%	50%	7%	17%
Plutôt bien	63%	33%	29%	23%
TOTAL PEU OU PAS DU TOUT	17%	17%	64%	60%
Peu	16%	13%	56%	53%
Pas du tout	1%	3%	7%	7%

3.2 SOURCES D'INFORMATION

Près de la moitié des répondants (49%) affirment n'avoir jamais entendu parler de l'offre touristique francophone et bilingue canadienne en dehors du Québec.

Ce résultat rejoint le constat émis précédemment à l'effet que les Québécois francophones sont généralement peu au fait de l'offre touristique disponible dans les autres provinces canadiennes, de façon générale.

Toutefois, considérant l'importance non négligeable qu'ils accordent au fait d'être servi(e) en français lorsqu'ils voyagent (46% disent que c'est très ou assez important pour eux), une communication accrue de l'offre touristique francophone et bilingue hors Québec serait sans doute salutaire.

De quelle manière avez-vous entendu parler de l'offre touristique francophone et bilingue canadienne en dehors du Québec?

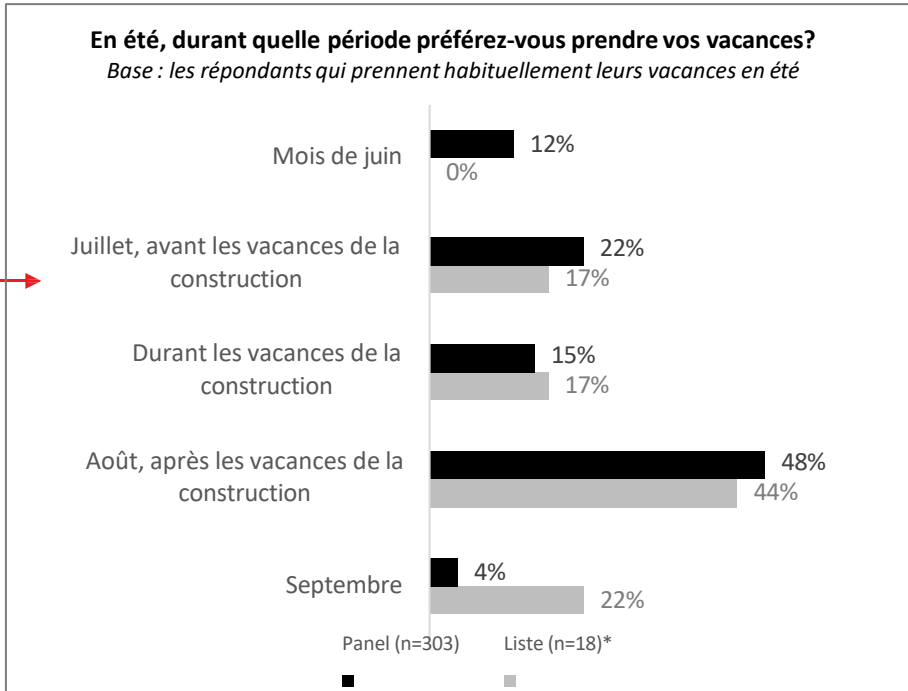
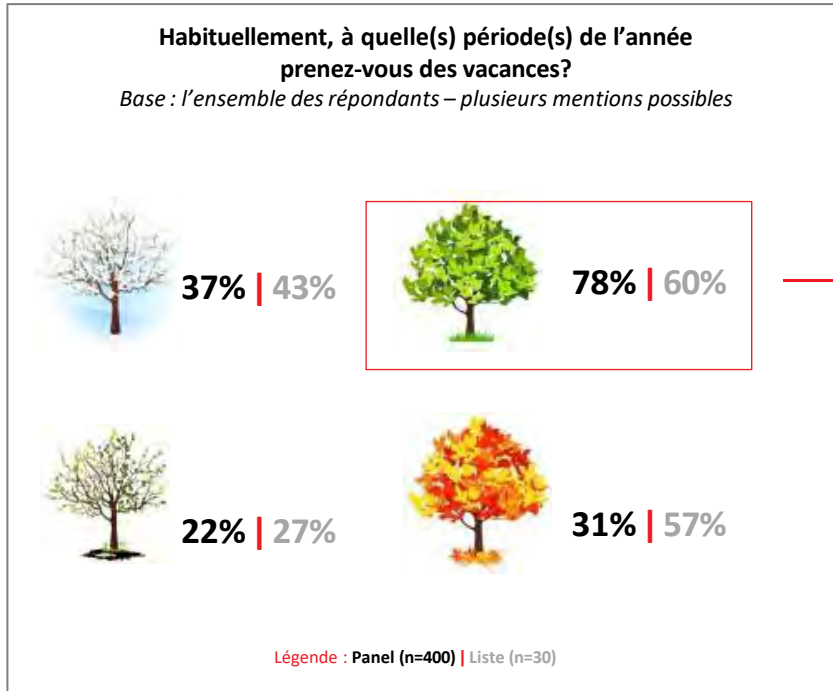
	Panel	Liste
<i>Base : l'ensemble des répondants, plusieurs mentions possibles</i>	400	30
Moteur de recherche (Google, Bing, etc.)	22%	30%
Médias sociaux	18%	43%
Site Web de Destination Canada	8%	27%
Site Web de Salut Canada	4%	20%
Autres	6%	3%
J'en ai entendu parler, mais je ne me souviens plus où	11%	3%
Je n'ai jamais entendu parler de l'offre touristique francophone et bilingue canadienne en dehors du Québec	49%	23%

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

4. HABITUDES GÉNÉRALES DE VOYAGE

4.1 PÉRIODES PRÉCONISÉES POUR DES VACANCES

La saison estivale, particulièrement le mois d'août après les vacances de la construction, est la période la plus convoitée pour y prendre des vacances, et ce, peu importe le profil des répondants.



Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple. Notons que quelques Québécois ont affirmé ne jamais prendre de vacances (1% pour le sous-échantillon provenant du panel et 7% pour celui provenant de la liste).

* Les résultats sont présentés à titre indicatif seulement en raison du faible nombre de répondants (n<30).

4.2 TYPES D'HÉBERGEMENT PRIVILÉGIÉS

Lorsqu'ils voyagent, les Québécois préfèrent séjourner dans un hôtel ou motel (de préférence de petite taille; 49%) ou louer un chalet, un appartement ou une maison meublée d'une tierce personne (41%).

Ce dernier type d'hébergement est particulièrement prisé des ménages avec enfants (50%).

De façon générale, lorsque vous planifiez un voyage, quels types d'hébergement préférez-vous?

	Panel	Liste
<i>Base : l'ensemble des répondants, jusqu'à trois réponses possibles</i>	400	30
Hôtels/motels de petite taille	49%	47%
Location de chalet, appartement, maison meublée	41%	27%
Grands hôtels	34%	43%
Chez de la famille ou des amis	21%	23%
Camping	20%	17%
Auberge	17%	30%
Gîte touristique	10%	20%
Véhicule récréatif/fourgonnette aménagée	7%	7%
Centre de vacances/de villégiature	4%	17%
Résidence secondaire	2%	7%
Pourvoirie ou camp forestier	2%	7%
Autre type d'hébergement	1%	0%

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

4.3 MODES DE TRANSPORT

Tant pour se rendre qu'une fois arrivés à destination, la plupart des répondants préfèrent un mode de transport individuel pour se déplacer, particulièrement leur véhicule personnel.

Bien qu'ils demeurent minoritaires, les 18-34 ans ont une préférence plus marquée que les autres pour un mode de transport collectif, que ce soit pour se rendre à destination ou une fois arrivés sur place (respectivement 42% et 29%).

Quel mode de transport préférez-vous?

	Pour vous rendre à destination		Pour vous déplacer une fois à destination	
	Panel	Liste	Panel	Liste
<i>Base : l'ensemble des répondants</i>	400	30	400	300
TRANSPORT INDIVIDUEL MOTORISÉ	68%	77%	80%	83%
Mon véhicule automobile	60%	77%	58%	70%
Mon véhicule récréatif (RV, roulotte)	4%	0%	2%	0%
Un véhicule automobile loué	2%	0%	17%	13%
Motocyclette	2%	0%	1%	0%
Un véhicule récréatif loué	0%	0%	2%	0%
TRANSPORT COLLECTIF MOTORISÉ	32%	23%	19%	13%
Avion/Hydravion	26%	23%	1%	3%
Train	3%	0%	7%	0%
Autobus	2%	0%	10%	10%
Bateau	1%	0%	1%	0%
Vélo	0%	0%	1%	3%

4.4 CELLULE DE VOYAGE

Les Québécois francophones voyagent le plus souvent en couple (46%).

Notons toutefois que la cellule de voyage varie selon l'âge des répondants. Ainsi, les 18-24 ans sont plus nombreux à voyager **en famille sans enfant** (40%) et les 35-44 ans, **en famille avec enfant(s)** (55%).

Le plus souvent, voyagez-vous...?

ÂGE

	Panel	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans+	Liste
<i>Base : l'ensemble des répondants</i>	400	48	64	74	71	77	66	30
En couple	46%	15%	43%	26%	50%	60%	67%	60%
En famille	28%	50%	24%	55%	33%	12%	5%	17%
Sans enfant	6%	40%	1%	0%	5%	0%	4%	0%
Avec enfant(s)	22%	10%	23%	55%	28%	12%	1%	17%
Entre amis	18%	26%	27%	17%	9%	19%	16%	24%
Adultes seulement	14%	21%	22%	13%	3%	16%	15%	17%
Adultes et enfant(s)	4%	5%	5%	4%	6%	3%	1%	7%
Seul(e)	7%	8%	6%	1%	7%	9%	10%	0%
En groupe organisé	1%	2%	0%	2%	1%	0%	3%	0%

4.5 EXPÉRIENCES RECHERCHÉES

Globalement, les activités de plein air sont les expériences touristiques les plus recherchées en voyage (55%), encore plus chez les 18-34 ans (73%).

Chez les 35-44 ans, notons un intérêt marqué pour les *road trips* et les **expériences en famille** (respectivement 56% et 52%) et, chez les 65 ans et plus, pour les **circuits touristiques et visites guidées** (42% dans les deux cas).

Par ailleurs, mentionnons que les résidents de la grande région de Montréal sont de plus grands fervents d'art, de culture et de divertissement (47%), d'expériences culinaires et agrotouristiques (40%) et d'escapades en milieu urbain (40%) lorsqu'ils voyagent.

Lorsque vous voyagez, quelles sont les expériences touristiques que vous recherchez?

	Panel	ÂGE						Liste
		18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans+	
<i>Base : l'ensemble des répondants, plusieurs mentions possibles</i>	400	48	64	74	71	77	66	30
Activités de plein air	55%	73%	73%	64%	54%	48%	31%	57%
Road trips	42%	42%	47%	56%	38%	35%	33%	37%
Arts, culture et divertissement	38%	33%	38%	40%	42%	33%	41%	53%
Expériences culinaires/agrotouristiques	33%	38%	40%	27%	36%	30%	31%	43%
Escapade en milieu urbain	32%	35%	33%	31%	33%	33%	30%	63%

Suite à la page suivante

4.5 EXPÉRIENCES RECHERCHÉES - SUITE

Lorsque vous voyagez, quelles sont les expériences touristiques que vous recherchez?

ÂGE

	Panel	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans+	Liste
<i>Base : l'ensemble des répondants, plusieurs mentions possibles</i>	400	48	64	74	71	77	66	30
Expériences en famille	30%	19%	30%	52%	31%	17%	27%	17%
Circuit touristique (activité/itinéraire organisé)	26%	21%	16%	29%	23%	18%	42%	33%
Visite guidée	25%	22%	18%	16%	28%	18%	42%	27%
Réserve faunique	24%	24%	30%	23%	30%	27%	12%	13%
Activités éducatives	16%	19%	19%	22%	16%	14%	9%	27%
Manifestation sportive	8%	8%	10%	11%	9%	3%	5%	10%
Pouvoirie	6%	3%	3%	7%	8%	10%	5%	10%
Expériences autochtones	5%	3%	1%	11%	10%	4%	0%	10%
Aucune de ces expériences	1%	2%	2%	0%	1%	2%	2%	0%

4.5 EXPÉRIENCES RECHERCHÉES | ARTS, CULTURE ET DIVERTISSEMENT



Les Québécois qui ont déclaré rechercher des expériences en lien avec l'art, la culture et le divertissement, le plein air et le tourisme culinaire ou agrotouristique en voyage ont été invités à préciser les activités qui les intéressent le plus parmi une liste de suggestions.

La visite de musées ou de lieux culturels patrimoniaux est la plus intéressante aux yeux des Québécois qui recherchent ce type d'expérience en voyage (80%).

Ce constat s'avère pour l'ensemble des sous-groupes, peu importe leur profil.

- Bien qu'elle ne représente pas l'activité la plus intéressante pour eux, soulignons que **les 18-34 ans** ont un intérêt marqué pour la visite de galerie d'art ou de théâtre (63%). **Les 35-54 ans**, pour leur part, ont un penchant pour les festivals et événements (72%) et pour la visite de parcs aquatiques, d'attraction ou thématique (52%).

Plus précisément, quelles sont les activités d'arts, de culture et de divertissement qui vous intéressent?

	Panel	Liste
<i>Base : les répondants ayant mentionné rechercher ce type d'expérience en voyage, plusieurs mentions possibles</i>	156	16*
Visite de musées ou de lieux culturels patrimoniaux	80%	69%
Festivals et événements	59%	56%
Visite de zoo et aquarium	51%	44%
Galerie d'art/théâtre	46%	38%
Parc aquatique, d'attractions ou thématique	37%	25%
Magasinage	36%	38%
Lieu de détente/spa	32%	44%
Croisière	23%	13%
Expérience de bien-être	17%	19%

* Les résultats sont présentés à titre indicatif seulement en raison du faible nombre de répondants (n<30). Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

4.5 EXPÉRIENCES RECHERCHÉES | ACTIVITÉS DE PLEIN AIR

Peu importe leur profil, les Québécois qui recherchent des activités de plein air lorsqu'ils voyagent vont surtout s'intéresser à la randonnée pédestre (77%), de même qu'à la plage et la baignade (71%).

Plus précisément, quelles sont les **activités de plein air** qui vous intéressent?

	Panel	Liste		Panel	Liste
<i>Base : les répondants ayant mentionné rechercher ce type d'expérience en voyage, plusieurs mentions possibles</i>	226	17*	- SUITE	226	17*
Randonnée pédestre	77%	82%	Chasse et pêche	20%	0%
Plage et baignade	71%	59%	Ski de fond	18%	18%
Camping	51%	29%	Kayak de mer	16%	12%
Parc et réserve	48%	41%	Motoneige	16%	12%
Raquette	23%	29%	Cyclotourisme	15%	12%
Patinage sur glace	23%	18%	Golf	12%	18%
Canot	22%	18%	Plongée	10%	24%
Kayak de rivière	22%	35%	Rafting	7%	12%
Ski alpin	21%	18%	Aucune de ces activités	2%	0%

* Les résultats sont présentés à titre indicatif seulement en raison du faible nombre de répondants (n<30). Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

4.5 EXPÉRIENCES RECHERCHÉES | GASTRONOMIE ET AGROTOURISME

Les Québécois qui souhaitent vivre une expérience culinaire ou agrotouristique en voyage vont surtout s'intéresser à la visite de vignobles (53%) et de microbrasseries (50%), et à la réalisation de circuits culinaires (49%).

Soulignons que la fréquentation de vignobles et de microbrasseries est une activité particulièrement intéressante aux yeux des **35-54 ans** (respectivement 71% et 65%), alors que les circuits touristiques sont surtout populaires chez les **55 ans et plus** (62%).

Lorsque vous voyagez, quelles sont les **activités d'expérience culinaire et agrotouristique** que vous recherchez?

	Panel	Liste
<i>Base : les répondants ayant mentionné rechercher ce type d'expérience en voyage, plusieurs mentions possibles</i>	126	13*
Vignobles	53%	54%
Microbrasseries	50%	62%
Circuits culinaires	49%	46%
Arts culinaires	47%	38%
Ferme à la table	33%	46%
Cabanes à sucre	30%	23%
Aucune de ces activités	3%	8%

* Les résultats sont présentés à titre indicatif seulement en raison du faible nombre de répondants (n<30).
Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS

SOUS-ÉCHANTILLON

Profil	Panel (n=400)*	Liste (n=30)
Sexe		
Masculin	50%	23%
Féminin	50%	73%
Âge		
18-24 ans	10%	0%
25-34 ans	14%	13%
35-44 ans	20%	17%
45-54 ans	16%	10%
55-64 ans	18%	40%
65 ans et plus	21%	20%
Région de résidence		
Montréal RMR	47%	43%
Québec RMR	11%	7%
Autres régions	42%	50%
Présence d'enfant dans le ménage		
Oui	27%	17%
Non	73%	83%

SOUS-ÉCHANTILLON

Profil	Panel (n=400)*	Liste (n=30)
Scolarité		
Primaire / secondaire	26%	17%
Collégial	41%	23%
Universitaire	33%	60%
Occupation principale		
Travailleur	61%	57%
Étudiant	8%	0%
Retraité	29%	37%
Autre	2%	7%
Revenu familial annuel brut		
Moins de 40 000 \$	12%	17%
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	16%	3%
Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	14%	13%
Entre 80 000 \$ et 99 999 \$	14%	17%
Entre 100 000 \$ et 119 999 \$	15%	13%
120 000 \$ et plus	19%	20%
Je préfère ne pas répondre	10%	17%

* Profil après pondération des résultats. Pour la portion liste client, les données ne sont pas pondérées. Le complément à 100% représente la non-réponse.

CONCLUSION

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

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

chantal.nadeau@rdee.ca

613.406.0444

Les résultats de cette étude démontrent très bien l'importance accordée au fait d'obtenir des services en français et bilingues, et les besoins à combler, particulièrement pour certains segments, et dans certaines provinces.