

***Enquête sur le profil
et le comportement
de la clientèle des lieux d'accueil
au Québec***

Coordination et rédaction

Geneviève Bélanger
Direction de l'évaluation et de l'analyse stratégique
Ministère du Tourisme

Collaboration

Ghislain Dumas
Direction de l'évaluation et de l'analyse stratégique
Ministère du Tourisme
Nicole Desrochers
Direction des renseignements par téléphone et Internet
Ministère du Tourisme

Assistance technique

Denise Lemieux
Direction de l'évaluation et de l'analyse stratégique
Ministère du Tourisme

Révision linguistique

Les Publications du Québec

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Québec, 2011
ISBN : 978-2-550-63170-5
©Ministère du Tourisme, 2011

Table des matières

<i>Contexte de réalisation de l'enquête</i>	4
<i>Définitions – Note</i>	5
<i>Objectifs de l'enquête</i>	6
<i>Méthodologie</i>	7
<i>Faits saillants</i>	9
<i>Analyse des résultats de l'enquête</i>	11
<i>Provenance des visiteurs des lieux d'accueil</i>	11
<i>Types de visiteurs</i>	12
<i>Composition des groupes de voyage</i>	12
<i>But du voyage</i>	13
<i>Durée du séjour au Québec</i>	13
<i>Type d'hébergement utilisé</i>	14
<i>Délai accordé à la planification du séjour</i>	14
<i>Sources d'information utilisées au moment de la planification du séjour</i>	15
<i>Raison principale de l'arrêt au lieu d'accueil</i>	16
<i>Prolongation du séjour dans la région par rapport à la planification initiale</i>	17
<i>Prolongation du séjour dans les autres régions du Québec par rapport à la planification initiale</i>	17
<i>Autre voyage prévu dans la région à la suite d'une suggestion d'un préposé</i>	18
<i>Autres lieux d'accueil visités</i>	19
<i>Satisfaction à l'égard des lieux d'accueil</i>	19
<i>Satisfaction par rapport au voyage au Québec</i>	20
<i>Probabilité de faire un autre voyage au Québec</i>	20
<i>Utilisation des outils technologiques durant le voyage</i>	21
<i>Dépenses et retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs des lieux d'accueil participants</i>	22
<i>Dépenses moyennes des touristes au Québec</i>	22
<i>Retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs des 58 lieux d'accueil participants</i>	23
<i>Méthodologie utilisée pour calculer les retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs des 58 lieux d'accueil participants</i>	23
<i>Estimation des retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs dans l'ensemble des lieux d'accueil du Québec</i>	26
<i>Méthodologie utilisée pour calculer l'estimation des retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs dans l'ensemble des lieux d'accueil du Québec</i>	26
<i>Répartition régionale des actes de renseignement</i>	29

Contexte de réalisation de l'enquête

Lors des Journées annuelles de l'accueil touristique tenues en 2009, les gestionnaires des lieux d'accueil et de renseignements touristiques ont souhaité démontrer l'apport économique de leurs établissements afin que ces derniers soient reconnus à leur juste valeur à l'échelle locale, régionale et provinciale.

Dans le cadre du plan d'action 2010-2013 de la Politique relative aux lieux d'accueil et de renseignements touristiques, le ministère du Tourisme, appuyé par le Comité provincial des lieux d'accueil et de renseignements touristiques, a décidé de réaliser, au cours de la saison estivale 2010, une enquête permettant d'évaluer les retombées économiques des lieux d'accueil. Cette enquête a également servi à dresser un portrait de la clientèle qui fréquente ces lieux d'accueil et de mesurer sa satisfaction.

Ainsi, de la mi-juillet à la mi-octobre 2010, 53 bureaux d'information touristique et bureaux d'accueil touristique et 5 centres Infotouriste à travers le Québec ont sollicité leurs visiteurs afin qu'ils participent à l'enquête en remplissant une fiche-réponse. Au retour de leur séjour, les visiteurs ont été invités par le Ministère à répondre par Internet ou par téléphone à un sondage détaillé sur leur voyage au Québec. La Direction de l'évaluation et de l'analyse stratégique a procédé au traitement et à l'analyse des données au cours de l'hiver 2010 et du printemps 2011.

Nous sommes fiers de présenter les résultats de cette enquête pour l'ensemble des lieux d'accueil et de renseignements touristiques. Nous tenons à souligner la précieuse collaboration de dizaines de préposés aux renseignements du réseau d'accueil et du ministère du Tourisme sans qui cette opération d'envergure n'aurait pu être réalisée.

Nicole Desrochers

Présidente du Comité provincial des lieux d'accueil et de renseignements touristiques

Directrice des renseignements par téléphone et par Internet

Définitions – Note

Définitions

Acte de renseignement : Intervention du préposé d'un lieu d'accueil auprès d'un groupe de voyage.

Excursionnistes : Personnes qui ont fait un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de leur ville, dont la distance à l'aller est d'au moins 40 kilomètres.

Groupe de voyage : Groupe constitué des personnes, y inclus le répondant au sondage, qui accompagnent celui-ci et pour lesquelles il est en mesure de rapporter les dépenses faites et les activités pratiquées au cours du voyage ou de la visite.

Touristes : Personnes qui ont fait un voyage d'une nuit ou plus, mais d'une durée de moins de un an, à l'extérieur de leur ville et qui ont utilisé de l'hébergement commercial ou privé.

Visiteurs : Terme qui englobe à la fois les touristes et les excursionnistes.

Note

En raison de l'arrondissement des données, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Objectifs de l'enquête

L'objectif principal de l'enquête était de mesurer les conséquences des visites effectuées aux bureaux d'accueil touristique (BAT), aux bureaux d'information touristique (BIT) et aux centres Infotouriste (CIT) sur les comportements des visiteurs. L'enquête devait aussi dresser un profil des visiteurs des BAT, des BIT et des CIT, mesurer leur satisfaction et estimer les retombées économiques des actes de renseignement.

- **Bureau d'accueil touristique (BAT)** : Lieu d'accueil à vocation locale, que ce soit à l'échelle d'un quartier, d'une localité ou d'un ensemble de municipalités avoisinantes. Les services offerts aux visiteurs couvrent principalement le territoire de l'entité servie puisque l'objectif est d'abord la rétention de la clientèle sur place et, de façon secondaire, dans la région touristique d'appartenance.
- **Bureau d'information touristique (BIT)** : Établissement localisé dans les principales agglomérations urbaines du Québec ou sur les axes routiers de niveau supérieur ou encore à des carrefours stratégiques de circulation des flux touristiques. Il doit fournir une information complète sur la région où il se trouve et de l'information complémentaire sur les régions limitrophes, sur celles situées sur l'axe de déplacement des visiteurs et sur les pôles métropolitains de destination, notamment de Montréal et de la capitale nationale.
- **Centre Infotouriste (CIT)** : Bureau multiservice d'information touristique, administré par le ministère du Tourisme du Québec (MTO). Les visiteurs peuvent s'y informer sur toutes les destinations québécoises et y effectuer des réservations d'hébergement pour leur séjour.

Méthodologie

Le sondage a été administré en ligne et par téléphone entre le 15 juillet et le 3 décembre 2010, en utilisant le logiciel Survey Monkey. Afin de recruter les répondants, des cartons d'invitation à participer à un sondage ont été distribués aux visiteurs des lieux d'accueil par les préposés entre le 5 juillet et le 12 octobre 2010, au rythme d'un carton par acte de renseignement. Il est à noter que les cartons n'ont pas été distribués à la population locale et aux personnes en cours de planification de voyage. Notons aussi que les personnes prenant part à un voyage organisé ne faisaient pas partie de la population de l'enquête.

Au total, 15 059 répondants potentiels ont ainsi fourni leurs coordonnées. De ce nombre, 9 280 personnes ont répondu au questionnaire de sondage d'opinion envoyé à leur adresse courriel, à leur retour de voyage, et 482 personnes ont été interrogées au téléphone par des employés du MTO, ce qui totalise 9 762 questionnaires remplis. Les répondants ayant rempli le questionnaire devenaient admissibles pour gagner un bon-cadeau de 1 000 \$ canadiens échangeable contre un séjour dans l'un des 600 établissements hôteliers offrant la réservation sur bonjourquebec.com.

Parmi les 9 762 questionnaires remplis, 1 210 ont été rejetés parce qu'ils n'étaient pas complets. Par conséquent, 8 552 questionnaires ont été retenus pour effectuer l'analyse des données.

Nombre d'actes de renseignement dans les lieux d'accueil participants	155 665
Nombre de visiteurs admissibles ayant fourni leurs coordonnées	15 059
Nombre de questionnaires remplis	9 762
Nombre de questionnaires remplis retenus pour l'analyse	8 552

Préalablement à l'analyse, les données de l'enquête ont été pondérées par rapport aux données recueillies à chaque acte de renseignement par les lieux d'accueil participants. La variable de pondération est la provenance des répondants selon les principaux marchés touristiques (Québec, autres provinces canadiennes, États-Unis, autres pays que les États-Unis), et ce, pour chaque lieu d'accueil. Le traitement des données a été effectué à l'aide du logiciel SAS.

Au total, 58 lieux d'accueil, c'est-à-dire 21 BAT, 32 BIT et 5 CIT, répartis dans 16 régions touristiques du Québec ont accepté de participer à l'enquête. Notons que seuls les lieux d'accueil utilisant le système de saisie de données du MTO ont eu la possibilité de prendre part à l'exercice, puisque les données saisies dans ce système permettaient de constituer la population totale de l'enquête, définie comme l'ensemble des visiteurs qui ont généré des actes de renseignement dans les lieux d'accueil pour toute la durée de l'enquête, à l'exception de la population locale des lieux d'accueil et des visiteurs en cours de planification de voyage.

Liste des lieux d'accueil participants

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE	BAT de Témiscaming BIT de La Sarre BIT de Rouyn-Noranda BIT de Ville-Marie BIT du Pavillon du tourisme de Val-d'Or
BAS-SAINT-LAURENT	BAT de Saint-Fabien BIT de Rimouski BIT de Trois-Pistoles CIT de Dégelis
CANTONS-DE-L'EST	BAT de Bromont BAT de la région de Lac-Mégantic BAT de Place de la Gare (Granby) BIT de la MRC des Sources BIT de Memphrémagog BIT Maison du Tourisme des Cantons-de-l'Est CIT de Stanstead
CENTRE-DU-QUÉBEC	BIT de la MRC de Bécancour BIT de Nicolet
CHARLEVOIX	BIT de Charlevoix (Baie St-Paul) BIT de La Malbaie
GASPÉSIE	BIT de Pointe-à-la-Croix
LANAUDIÈRE	BAT de Saint-Côme BAT de Saint-Félix-de-Valois BAT du Vieux-Moulin (Sainte-Émilie-de-l'Énergie) BIT de l'Office du tourisme et des congrès de la région de Joliette BIT de Repentigny BIT de Saint-Donat BIT des Moulins (Terrebonne)
LAURENTIDES	BAT de Mont-Laurier BAT de Rivière-Rouge
LAVAL	BIT de Laval
MANICOUAGAN	BAT de Bergeronnes
MAURICIE	BAT de Grand-Mère BIT de Saint-Étienne-des-Grès BIT de Trois-Rivières BIT des Chenaux BIT du Haut-Saint-Maurice
MONTÉRÉGIE	BAT de Chambly BAT de Rougemont BIT de l'Île-Perrot BIT de l'Office de tourisme et des congrès du Haut-Richelieu BIT de Mont-Saint-Hilaire BIT de Sorel-Tracy BIT de Vaudreuil-Dorion BIT du Suroît CIT de Lacolle CIT de Rigaud
MONTRÉAL	BAT de l'Écluse de Lachine
OUTAOUAIS	BAT de Chénéville BIT de Maniwaki BIT de Montebello BIT Maison du tourisme de l'Outaouais
QUÉBEC	BAT de l'Île d'Orléans BAT de Sainte-Catherine-de-la-Jacques-Cartier BAT de Stoneham CIT de Québec
SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN	BAT de Carrefour d'accueil Ilnu BAT de Sainte-Rose-du-Nord

Faits saillants

- La majorité des visiteurs des lieux d'accueil viennent du Québec (55,0 %); ils sont suivis des autres provinces canadiennes (16,5 %), des pays autres que les États-Unis (13,1 %) et des États-Unis (10,2 %).
- La taille moyenne des groupes de voyageurs qui visitent les lieux d'accueil est de 2,7 personnes (adultes et enfants).
- Tous marchés confondus, 27,0 % des visiteurs des lieux d'accueil utilisent le site bonjourquébec.com et 48,3 % ont utilisé d'autres sites Web pour planifier leur séjour.
- Pour la grande majorité des visiteurs, la raison principale de l'arrêt dans un lieu d'accueil est d'obtenir de l'information auprès d'un préposé ou des cartes, des brochures ou des guides.
- L'information reçue au lieu d'accueil a incité 36,1 % des visiteurs à prolonger leur séjour dans la région du lieu d'accueil par rapport à leur planification initiale. Aussi, 15,8 % des visiteurs ont passé plus de temps que prévu dans une ou plusieurs autres régions du Québec.
- Tous types de lieux d'accueil confondus, 47,9 % des visiteurs prévoient effectuer un autre voyage dans la région pour participer à une activité ou visiter un attrait suggéré par le préposé.
- Au cours de leur séjour au Québec, plus de 40 % des répondants ont visité plus de deux lieux d'accueil.
- Dans l'ensemble, les lieux d'accueil ont très bien répondu aux attentes des visiteurs. En moyenne, ceux-ci ont accordé une note de plus de 9 sur 10 aux BAT, aux BIT et aux CIT visités.
- Tous marchés confondus, 70,6 % des visiteurs ont déclaré qu'il était « très probable » qu'ils effectuent un autre voyage au Québec au cours des 3 prochaines années.
- Lors de leur séjour au Québec, les touristes ayant fréquenté un lieu d'accueil ont dépensé 1 750 \$ en moyenne¹.
- Entre le 5 juillet et le 12 octobre 2010, 155 665 actes de renseignement ont été réalisés auprès de visiteurs dans les 58 lieux d'accueil participant à l'enquête.
- La prolongation de séjour associée à environ 38 % de ces actes de renseignement se traduit par des dépenses supplémentaires de 32,5 M\$, qui ont apporté à l'économie québécoise un produit intérieur brut (PIB) au prix du marché de 24,2 M\$.
- Au cours de la même période de l'été 2010, on estime que plus de 488 000 actes de renseignement ont été réalisés auprès de visiteurs dans 179 lieux d'accueil québécois. En extrapolant les résultats de l'enquête à l'ensemble de ces lieux d'accueil, on obtient des dépenses supplémentaires engendrées de 99,8 M\$.
- Ces dépenses de près de 100 M\$ ont apporté à l'économie québécoise un PIB au prix du marché de 74,4 M\$.

1. Ces dépenses sont pour l'ensemble du groupe de voyage et comprennent l'hébergement, le transport au Québec (à l'exception des frais de transport pour entrer au Québec ou au Canada), la restauration, le magasinage, les loisirs et divertissement et les autres dépenses.

- Elles ont engendré des revenus fiscaux de 12,2 M\$ pour le gouvernement du Québec et de 5,2 M\$ pour celui du Canada.
- Les résultats de l'enquête révèlent qu'un acte de renseignement auprès de visiteurs engendre des dépenses touristiques supplémentaires de 204 \$, ce qui apporte l'équivalent de 152 \$ en PIB au prix du marché.

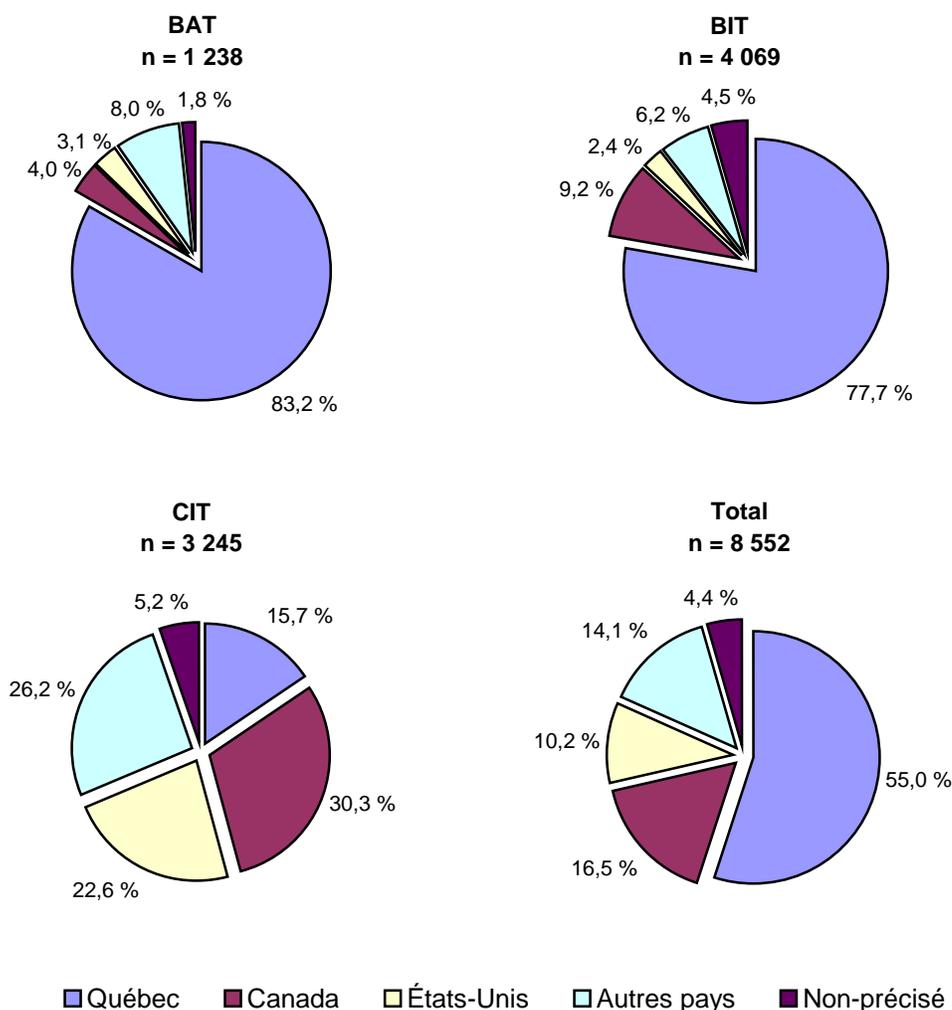
Analyse des résultats de l'enquête

Provenance des visiteurs des lieux d'accueil

Toutes catégories de lieux d'accueil confondues, la majorité des visiteurs viennent du Québec (55,0 %), suivi des autres provinces canadiennes (16,5 %), des pays autres que les États-Unis (14,1 %) et des États-Unis (10,2 %).

La clientèle des BAT et des BIT se distingue de celle des CIT en ce qui concerne la provenance de la clientèle. Dans les BAT et les BIT, plus de trois visiteurs sur quatre sont des Québécois, tandis que ces derniers comptent pour seulement 15,7 % de la clientèle des CIT. Ce sont les Canadiens des autres provinces qui fréquentent le plus les CIT (30,3 %), suivis des visiteurs des pays autres que les États-Unis (26,2 %) et des Américains (22,6 %).

Provenance des visiteurs par catégorie de lieux d'accueil



Types de visiteurs

Comme l'enquête excluait la population locale des lieux d'accueil et les personnes en cours de planification de voyage, les répondants sont des touristes ou des excursionnistes

La grande majorité (86,0 %) des visiteurs des lieux d'accueil sont des touristes. La proportion de touristes est encore plus forte dans les CIT (90,3 %) comparativement aux BAT et aux BIT. Cela s'explique sans doute par le fait que les CIT sont visités par une majorité de personnes venant des autres provinces canadiennes ou d'autres pays, et que ceux-ci visitent plus souvent le Québec au cours de voyages d'une nuit ou plus.

Types de visiteurs

	BAT n = 1 238	BIT n = 4 069	CIT n = 3 245	Total n = 8 552
Touristes	79,7 %	84,5 %	90,3 %	86,0 %
Excursionnistes	20,3 %	15,5 %	9,7 %	14,0 %

Composition des groupes de voyage

Le groupe de voyage comprend le répondant au sondage ainsi que les personnes qui l'accompagnent et pour lesquelles il est en mesure de rapporter les dépenses faites et les activités pratiquées au cours du voyage.

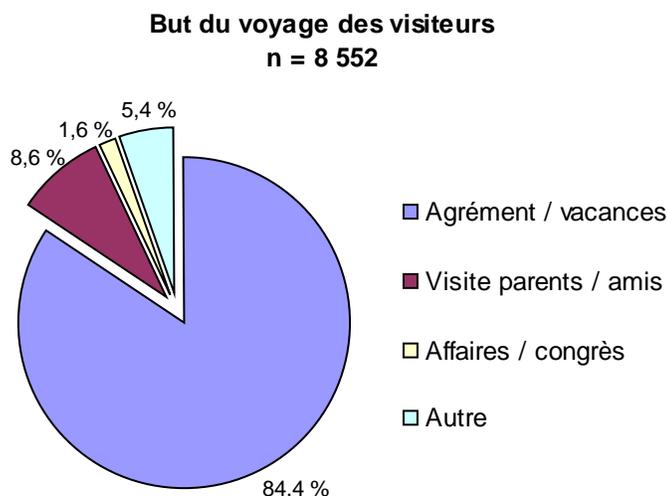
La taille moyenne des groupes de voyage visitant les lieux d'accueil est de 2,7 personnes (adultes et enfants). La majorité des groupes est composée de 2 adultes (57,1 %) et seulement 19,4 % des groupes comprennent au moins un enfant.

Composition des groupes de voyage

	n = 8 552		n = 8 552
2 adultes	57,1 %	Adultes sans enfants	80,6 %
4 adultes	8,1 %	Adultes avec enfants	19,4 %
1 adulte	7,3 %		
2 adultes et 2 enfants	6,2 %		
3 adultes	5,5 %		
2 adultes et 1 enfant	4,8 %		
2 adultes et 3 enfants	2,2 %		
Autres groupes	8,7 %		

But du voyage

La grande majorité des touristes et excursionnistes ayant visité un lieu d'accueil l'ont fait au cours d'un voyage d'agrément ou de vacances (84,4 %), tandis qu'une petite proportion des visiteurs l'ont fait à l'occasion d'une visite à des parents ou à des amis (8,6 %). Les voyageurs d'affaires ou de congrès ne composent qu'une très faible partie des visiteurs. Les buts du voyage des visiteurs sont répartis sensiblement de la même façon dans les BAT, les BIT et les CIT, ainsi que pour les touristes et les excursionnistes.



Durée du séjour au Québec

Tel que mentionné précédemment, 86,0 % des visiteurs des lieux d'accueil sont des touristes et ont donc passé au moins une nuit à l'extérieur de leur lieu de résidence. De ce nombre, 42,9 % ont passé entre 1 et 3 nuits au Québec, et le tiers ont effectué un séjour relativement long (7 nuits et plus) au Québec. Les touristes venant de pays autres que les États-Unis effectuent des séjours beaucoup plus longs, soit en moyenne 14 nuits au Québec.

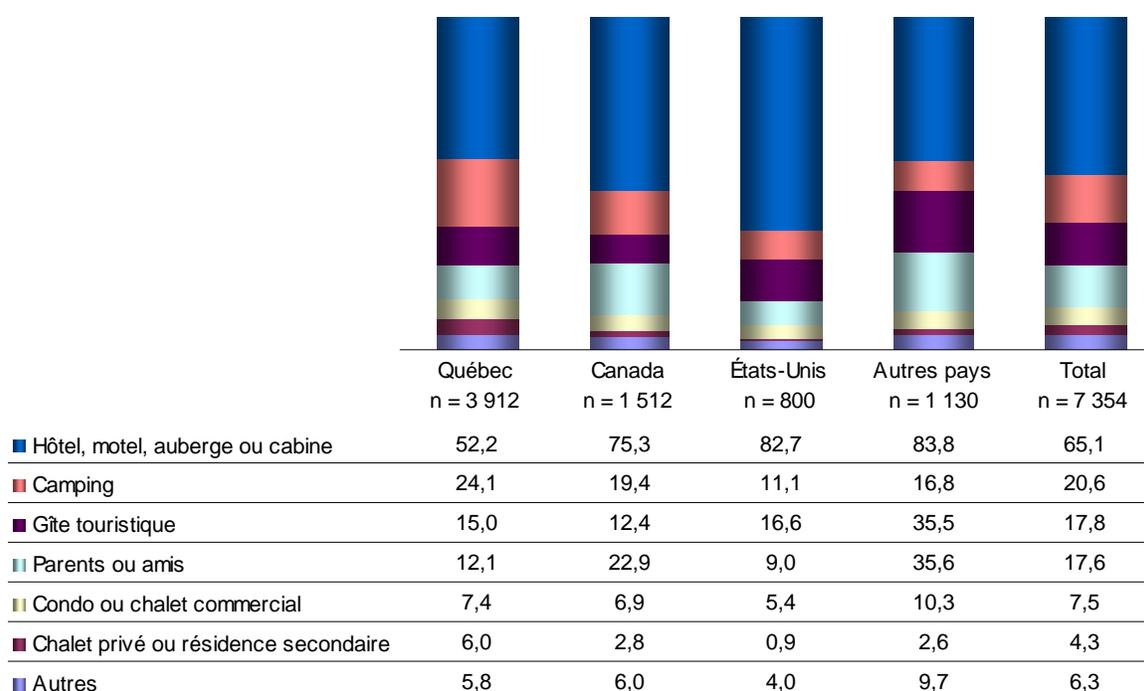
Durée du séjour au Québec des touristes selon le marché

Nuitées	Québec n = 3 884	Canada n = 1 482	États-Unis n = 796	Autres pays n = 1 126	Total n = 7 288
1 à 3	50,3 %	50,4 %	36,8 %	12,2 %	42,9 %
4 à 6	22,1 %	27,1 %	39,8 %	11,5 %	23,4 %
7 et plus	27,6 %	22,5 %	23,5 %	76,2 %	33,6 %
Moyenne	6	5	5	14	7

Type d'hébergement utilisé

Tous marchés confondus, le type d'hébergement utilisé dans une plus forte proportion par les touristes est l'hôtel, le motel, l'auberge ou la cabine. En excluant les touristes québécois, plus de 3 touristes sur 4 utilisent ce type d'hébergement au moins une fois au cours de leur voyage au Québec. Les touristes venant d'autres pays que les États-Unis choisissent plus souvent que les autres de fréquenter les gîtes touristiques (35,5 %) et de séjourner chez des parents ou des amis (35,6 %). Quant au camping, il est utilisé par 20,6 % de l'ensemble des touristes, mais ce sont les Québécois qui choisissent le plus ce mode d'hébergement au cours de leur voyage (24,1 %).

Type d'hébergement utilisé par les touristes selon le marché (%)
(plus d'une réponse possible)



Délai accordé à la planification du séjour

Les Québécois sont plus nombreux à effectuer un séjour planifié le jour même (9,0 %) ou quelques jours à l'avance (28,2 % ont planifié de 1 à 6 jours à l'avance). Toutefois, plus les visiteurs viennent de loin, plus ils planifient leur séjour longtemps à l'avance. Les visiteurs des pays autres que les États-Unis ont planifié leur séjour 4 mois à l'avance ou plus, dans 40,6 % des cas.

Tel que vu ci-dessus, les BAT et les BIT accueillent plus de Québécois, tandis que les CIT reçoivent plus de visiteurs de l'extérieur du Québec. Ainsi, les BAT et les BIT reçoivent plus de

visiteurs ayant accordé peu de temps à la planification de leur séjour. D'un autre côté, les CIT accueillent plus de touristes ayant planifié leur séjour longtemps à l'avance.

Délai accordé à la planification du séjour au Québec

	Québec n = 4 700	Canada n = 1 714	États-Unis n = 905	Autres pays n = 1 233	Total n = 8 552
Le jour même	9,0 %	3,0 %	2,9 %	2,1 %	6,1 %
1 à 6 jours	28,2 %	15,9 %	8,0 %	4,0 %	20,1 %
1 à 2 semaines	18,9 %	15,6 %	11,2 %	5,0 %	15,4 %
3 à 8 semaines	22,2 %	27,0 %	29,7 %	16,6 %	23,2 %
9 à 12 semaines	6,1 %	8,9 %	11,7 %	9,8 %	7,8 %
3 à 4 mois	6,8 %	13,2 %	15,2 %	21,3 %	11,1 %
4 mois et plus	8,2 %	15,7 %	21,2 %	40,6 %	15,8 %
Ne sais pas	0,6 %	0,7 %	0,3 %	0,5 %	0,6 %

Sources d'information utilisées au moment de la planification du séjour

De manière générale, Internet est la source d'information utilisée dans une forte proportion par les visiteurs. Tous marchés confondus, 27,0 % des visiteurs des lieux d'accueil ont utilisé le site bonjourquebec.com et 48,3 % ont consulté d'autres sites Web pour planifier leur séjour. Les bureaux de renseignements touristiques (37,7 %) et les guides touristiques régionaux (36,7 %) sont aussi utilisés par une grande partie des visiteurs. La famille et les amis sont aussi une source d'information importante, puisque 30,9 % des visiteurs se sont inspirés de leurs recommandations.

Sources d'information utilisées au moment de la planification du séjour (plus d'une réponse possible)

	Québec n = 4 700	Canada n = 1 714	États-Unis n = 905	Autres pays n = 1 233	Total n = 8 552
Autres sites Web	42,2 %	51,2 %	65,4 %	55,1 %	48,3 %
Bureaux de renseignements touristiques	37,2 %	48,2 %	42,8 %	21,4 %	37,7 %
Guides touristiques régionaux	44,6 %	30,8 %	22,9 %	24,7 %	36,7 %
Famille / amis	25,1 %	33,4 %	30,5 %	50,1 %	30,9 %
BonjourQuébec.com	23,5 %	27,4 %	28,5 %	38,5 %	27,0 %
Guides de voyage/brochures	5,8 %	16,7 %	42,0 %	72,4 %	21,4 %
Ministère du Tourisme (1-877-BONJOUR)	10,9 %	8,1 %	8,8 %	14,0 %	10,5 %
Magazines / journaux	7,6 %	7,8 %	8,6 %	9,0 %	8,0 %
Agences de voyages	0,7 %	3,6 %	5,8 %	24,4 %	5,2 %
Réseaux sociaux	1,4 %	2,3 %	2,3 %	3,2 %	1,9 %
Aucun / ne sais pas	5,1 %	1,2 %	0,1 %	0,5 %	3,1 %

L'analyse des sources d'information utilisées en fonction de la provenance des visiteurs montre des différences intéressantes. Les guides touristiques régionaux sont utilisés dans une proportion plus élevée par les visiteurs québécois (44,6 %). Pour les autres Canadiens, les sites Web en général sont les plus populaires (51,2%) à l'étape de la planification, suivis des bureaux de renseignements touristiques (48,2 %). La même réalité est observée chez les visiteurs

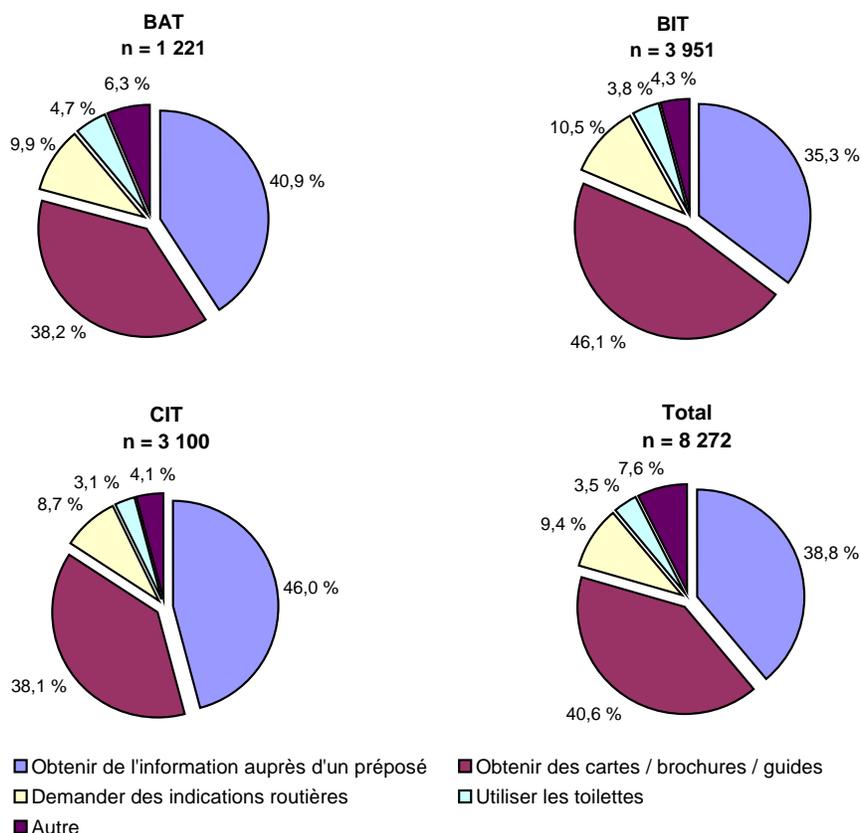
américains : les sites Web en général sont utilisés par près des deux tiers d'entre eux et les bureaux de renseignements par 42,8 %.

Quant aux guides de voyage et aux brochures, ils sont populaires auprès des Américains (42,0 %), mais surtout auprès des visiteurs des autres pays. Dans ce dernier cas, 72,4 % d'entre eux ont utilisé un guide de voyage ou une brochure au moment de la planification de leur voyage. Malgré la grande importance d'Internet dans le processus de planification, ces résultats révèlent que les publications imprimées sont toujours utilisées. Notons toutefois que la question ne permet pas d'évaluer l'importance de chacune des sources d'information pour les visiteurs, puisqu'ils devaient mentionner toutes les sources utilisées sans les classer par ordre d'importance.

Raison principale de l'arrêt au lieu d'accueil

Pour la grande majorité des visiteurs, la raison principale de l'arrêt au lieu d'accueil est d'obtenir de l'information auprès d'un préposé ou des cartes, des brochures ou des guides. La raison principale de la visite varie légèrement selon le type de lieu d'accueil. Dans les CIT, une plus grande proportion de visiteurs désirent obtenir de l'information auprès d'un préposé (46,0 %). Cela peut s'expliquer par le fait qu'une plus forte proportion de touristes qui fréquentent ces centres viennent de l'extérieur du Québec. Ceux-ci ont peut-être besoin de plus de conseils personnalisés et de suggestions d'activités que les touristes ou excursionnistes québécois.

Raison principale de l'arrêt par type de lieu d'accueil



Prolongation du séjour dans la région par rapport à la planification initiale

Prolongation du séjour dans la région par rapport à la planification initiale selon le type de lieu d'accueil

	BAT n = 1 226	BIT n = 3 919	CIT n = 3 106	Total n = 8 250
Prolongation du séjour	43,3 %	42,1 %	25,7 %	36,1 %
<i>Moins d'une journée</i>	26,6 %	23,7 %	13,2 %	20,2 %
<i>Une nuit et plus</i>	16,7 %	18,4 %	12,5 %	16,0 %
Pas de prolongation	51,0 %	53,2 %	68,4 %	58,6 %
Ne sais pas	5,7 %	4,7 %	5,9 %	5,3 %

Une question a été posée à tous les répondants afin de déterminer les conséquences de l'acte de renseignement sur le séjour dans la région du lieu d'accueil. La question était posée directement : « Est-ce que l'information reçue au lieu d'accueil vous a incité à passer plus de temps dans cette région par rapport à votre planification initiale, ne serait-ce que quelques heures de plus? ». Tous types de lieux d'accueil confondus, 36,1 % des visiteurs ont été incités à passer plus de temps dans la région visitée.

Cette proportion de visiteurs est plus élevée dans les BAT et les BIT que dans les CIT. Il est probable que l'effet est plus important pour les BAT et les BIT parce qu'ils ont prioritairement pour mandat de fournir des renseignements sur leur région respective. De plus, la clientèle des CIT, qui accueillent plus de visiteurs internationaux, peut avoir un effet sur cette donnée. Il peut être plus difficile pour ces visiteurs de changer la planification de leur voyage une fois rendus sur place, par exemple lorsque des réservations de transport ou d'hébergement ont déjà été effectuées.

Les visiteurs qui ont prolongé la durée de leur séjour dans la région d'au moins une nuit ou plus l'ont augmenté, en moyenne, de 2,1 nuits. Ceux qui ont passé moins d'une journée supplémentaire dans la région y sont restés, en moyenne, 4,1 heures de plus.

Prolongation du séjour dans les autres régions du Québec par rapport à la planification initiale

Au-delà des répercussions de l'acte de renseignement dans la région, l'information reçue a-t-elle amené les visiteurs à passer plus de temps dans d'autres régions du Québec? Les résultats indiquent que 15,8 % des visiteurs ont passé plus de temps que prévu dans une ou plusieurs autres régions du Québec, tous types de lieux d'accueil confondus.

Près de 15 % des visiteurs des CIT ont passé au moins une nuit supplémentaire dans une ou plusieurs autres régions du Québec par rapport à leur planification initiale, comparativement à 12,5 % des visiteurs qui ont passé une nuit supplémentaire dans la région du CIT visité. Ces données sont cohérentes avec la mission des CIT, qui est de promouvoir l'ensemble des régions touristiques du Québec.

Les visiteurs qui ont prolongé leur séjour dans d'autres régions d'au moins une nuit supplémentaire ont passé, en moyenne, 2,6 nuits de plus au Québec. Ceux qui ont passé moins d'une journée supplémentaire dans d'autres régions ont passé, en moyenne, 4,9 heures de plus au Québec.

Prolongation du séjour dans d'autres régions par rapport à la planification initiale selon le type de lieu d'accueil

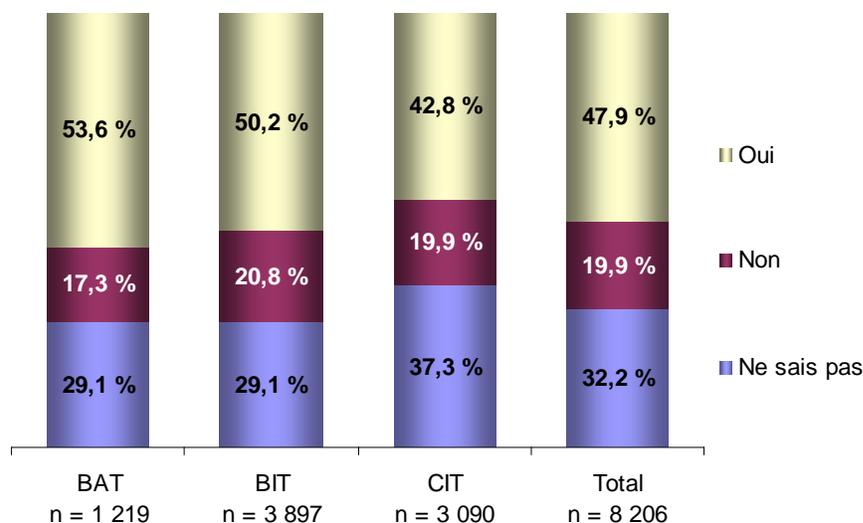
	BAT n = 1 117	BIT n = 3 502	CIT n = 2 743	Total n = 7 363
Prolongation du séjour	13,7 %	16,2 %	16,1 %	15,8 %
Moins d'une journée	3,9 %	3,0 %	1,3 %	2,5 %
Une nuit et plus	9,7 %	13,2 %	14,8 %	13,3 %
Pas de prolongation	73,5 %	74,4 %	75,6 %	74,7 %
Ne sais pas	12,8 %	9,4 %	8,3 %	9,5 %

Autre voyage prévu dans la région à la suite d'une suggestion d'un préposé

Si les renseignements transmis par les préposés amènent une bonne partie des visiteurs à modifier leur planification initiale de séjour, ils peuvent aussi les inciter à prévoir un voyage ultérieur dans la région. Pour l'ensemble des lieux d'accueil, 47,9 % des visiteurs prévoient faire un autre voyage dans la région pour participer à une activité ou visiter un attrait suggéré par le préposé.

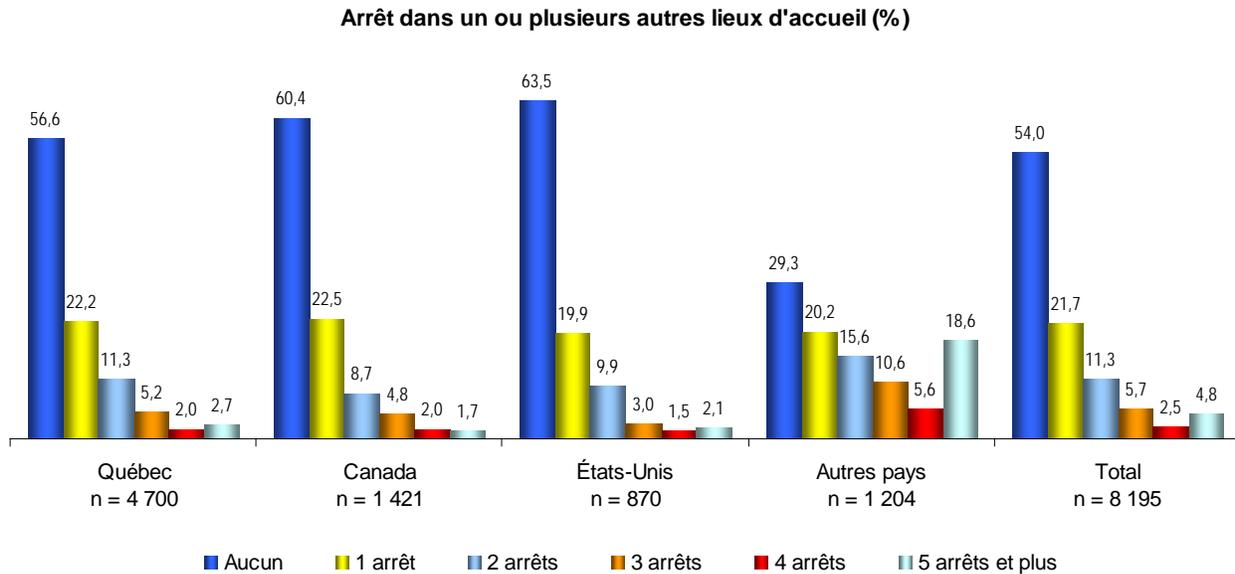
Cette proportion est plus élevée chez les visiteurs d'un BAT (53,6 %) que chez les visiteurs d'un CIT (42,8 %). Cela s'explique probablement par le fait que les CIT reçoivent plus de visiteurs de pays autres que les États-Unis, et pour qui il est possiblement moins envisageable de revenir visiter la même région du Québec. De plus, les CIT fournissent plus d'information sur l'ensemble des régions du Québec, sans nécessairement insister sur la région dans laquelle ils sont établis.

Autre voyage prévu dans la région du lieu d'accueil pour participer à une activité ou visiter un attrait suggéré par le préposé



Autres lieux d'accueil visités

Au cours de leur séjour au Québec, plus de 40 % des répondants ont visité un ou plusieurs lieux d'accueil, à l'exclusion de celui où ils ont été recrutés pour le sondage. La grande majorité des visiteurs venant de pays autres que les États-Unis se sont rendus dans plusieurs lieux d'accueil au cours de leur séjour au Québec. En effet, 18,6 % d'entre eux se sont rendus dans 5 bureaux ou plus pendant leur séjour et seulement 29,3 % ont visité uniquement le bureau où ils ont été recrutés pour le sondage.



Satisfaction à l'égard des lieux d'accueil

Dans l'ensemble, les lieux d'accueil ont très bien répondu aux attentes des visiteurs. En moyenne, ceux-ci ont accordé une note de plus de 9 sur 10 aux BAT, aux BIT et aux CIT visités.

**Le lieu d'accueil visité a-t-il répondu à vos attentes?
(1 signifie « pas du tout » et 10 « totalement satisfait »)**

	BAT n = 1 221	BIT n = 3 954	CIT n = 3 106	Ensemble n = 8 281
Moyenne sur 10	9,1	9,3	9,1	9,2

Les répondants ont aussi accordé une note sur 10 au lieu d'accueil visité, selon différents aspects. Encore une fois, le niveau de satisfaction est très élevé, plus de 9 sur 10, pour tous les éléments, en moyenne, à l'exception de la signalisation des CIT qui obtient une note tout de même très élevée de 8,6 sur 10 en moyenne.

**Degré de satisfaction par rapport aux aspects observés lors de l'arrêt au lieu d'accueil
(1 signifie « pas du tout » et 10 « totalement satisfait »)**

	BAT n = 1 221	BIT n = 3 954	CIT n = 3 106	Ensemble n = 8 281
Propreté des lieux	9,5	9,4	9,3	9,4
Temps d'attente	9,5	9,4	9,3	9,4
Politesse et courtoisie du préposé	9,6	9,6	9,6	9,6
Qualité de l'information donnée par le préposé	9,3	9,4	9,3	9,3
Signalisation adéquate	9,1	9,1	8,6	8,9
Services offerts sur place	9,1	9,2	9,1	9,2

Satisfaction par rapport au voyage au Québec

Les visiteurs ont aussi été questionnés sur leur satisfaction à l'égard de leur voyage au Québec dans son ensemble. En moyenne, le Québec a très bien répondu aux attentes des visiteurs, avec une note de 9 sur 10. Le niveau de satisfaction est très élevé, peu importe la provenance des visiteurs (entre 8,8 et 9,1 sur 10).

**Sur une échelle de 1 à 10, à quel point votre voyage au Québec
a-t-il répondu à vos attentes?**

(1 signifie « pas du tout » et 10 « totalement »)

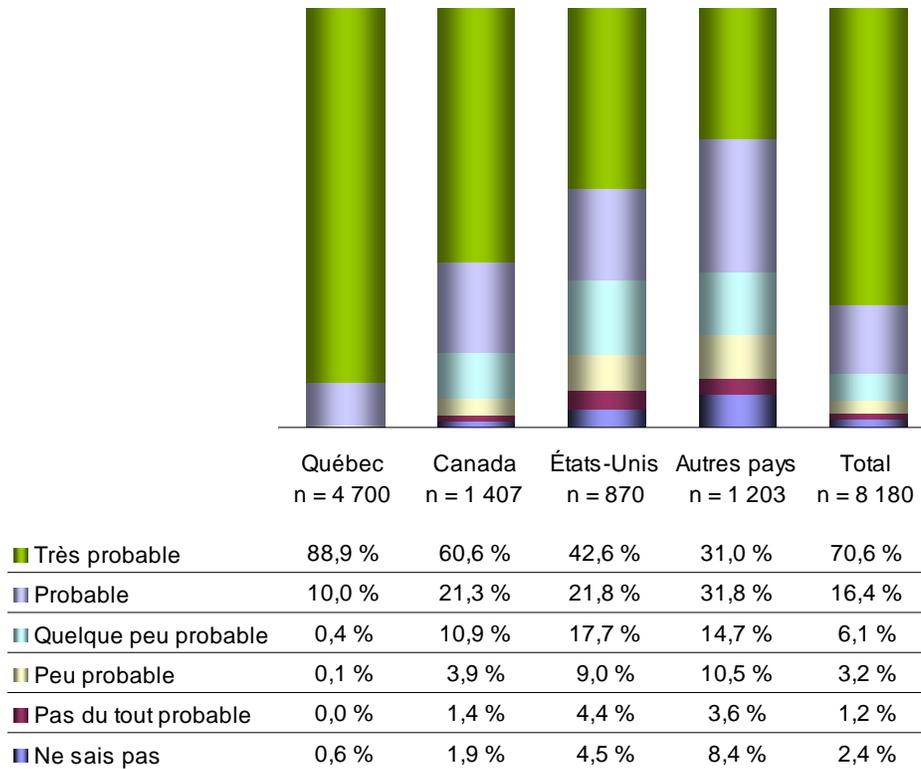
	Québec n = 4 700	Canada n = 1 407	États-Unis n = 870	Autres pays n = 1 203	Total n = 8 180
Moyenne sur 10	9,1	8,9	9,1	8,8	9,0

Probabilité de faire un autre voyage au Québec

Le niveau de satisfaction par rapport à la destination est donc très élevé. Est-ce que cela incitera les visiteurs à faire un autre voyage au Québec? Tous marchés confondus, 70,6 % des visiteurs ont déclaré qu'il était « très probable » qu'ils effectuent un autre voyage au Québec au cours des 3 prochaines années.

Les résultats varient sensiblement d'un marché à l'autre. Les Québécois sont très susceptibles de faire un autre voyage dans leur province. Chez les autres Canadiens, les intentions de retour au Québec sont élevées. Plus de 80 % d'entre eux jugent qu'il est « très probable » ou « probable » qu'ils effectuent un autre voyage au Québec d'ici 3 ans. Du côté des visiteurs internationaux, la probabilité d'un retour au Québec d'ici trois ans est tout de même forte. Environ les deux tiers des visiteurs américains et ceux des autres pays jugent « très probable » ou « probable » la réalisation d'un autre voyage au Québec.

Compte tenu de votre expérience au Québec durant ce voyage, est-il probable que vous réalisiez un autre voyage au Québec dans les 3 prochaines années?



Utilisation des outils technologiques durant le voyage

Les Québécois qui ont répondu au sondage utilisent les outils technologiques dans une moins forte proportion que les répondants des autres marchés. Seulement 16,3 % des répondants québécois utilisent un iPhone ou un autre téléphone intelligent en voyage, comparativement à 21,5 % des autres Canadiens, 33,5 % des visiteurs des pays autres que les États-Unis et 34,7 % des Américains. Pour tous les marchés, le GPS est l'outil technologique le plus utilisé en voyage.

**Outils technologiques utilisés en voyage
(Plusieurs choix possibles)**

	Québec n = 4 700	Canada n = 1 714	États-Unis n = 905	Autres pays n = 1 233	Total n = 8 552
GPS	41,9 %	42,4 %	50,9 %	38,0 %	42,4 %
Ordinateur portable	25,5 %	31,4 %	47,5 %	37,8 %	30,8 %
iPhone ou autre téléphone intelligent	16,3 %	21,5 %	34,7 %	33,5 %	21,7 %
Autres outils technologiques	7,3 %	8,4 %	9,0 %	6,2 %	7,5 %
Aucun / ne sais pas	38,8 %	16,8 %	13,7 %	24,4 %	29,6 %

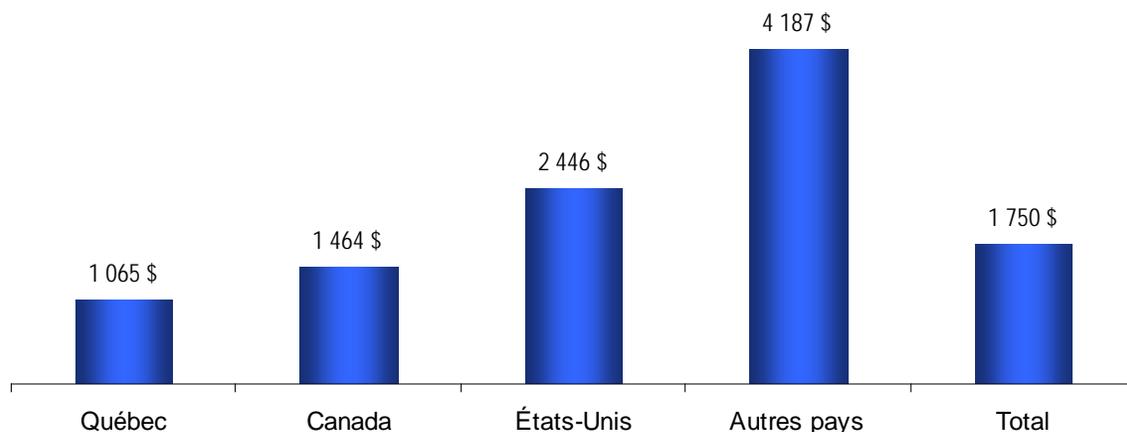
Dépenses et retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs des lieux d'accueil participants

Dépenses moyennes des touristes au Québec

Au cours de leur séjour au Québec, les touristes ayant fréquenté un lieu d'accueil ont dépensé, en moyenne, 1 750 \$. Ces dépenses sont pour l'ensemble du groupe de voyage et comprennent l'hébergement, le transport au Québec (à l'exception des frais de transport pour entrer au Québec ou au Canada), la restauration, le magasinage, les loisirs et divertissement et les autres dépenses.

La ventilation des dépenses selon la provenance des touristes confirme que, de manière générale, plus on vient de loin, plus on dépense. Les touristes des pays autres que les États-Unis ayant fréquenté un lieu d'accueil ont dépensé 4 187 \$ en moyenne durant leur séjour au Québec, toujours pour l'ensemble du groupe de voyage. Les dépenses moyennes des touristes américains s'élèvent à 2 446 \$, comparativement à 1 464 \$ pour les touristes des autres provinces du Canada et à 1 065 \$ pour les touristes québécois.

Moyenne des dépenses totales des touristes par groupe de voyage
(n = 6 809)



Retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs des 58 lieux d'accueil participants

Entre le 5 juillet et le 12 octobre 2010, 155 665 groupes de voyageurs se sont renseignés dans les 58 lieux d'accueil participants, pour un nombre équivalent d'actes de renseignement. Près de 38 % de ces actes de renseignement se sont soldés par une prolongation du séjour par les visiteurs. Parmi les groupes de voyageurs ayant prolongé leur séjour d'au moins quelques heures, on trouve plus de groupes de visiteurs québécois, soit 35 369, que de groupes de visiteurs d'autres provenances (23 171 groupes).

La prolongation du séjour implique des dépenses supplémentaires, qui totalisent 32,5 M\$ dépensés au Québec. Plus de 60 % de ces dépenses touristiques proviennent de visiteurs d'autres provenances que le Québec.

En termes de retombées économiques, ces dépenses de 32,5 M\$ ont apporté à l'économie québécoise un produit intérieur brut (PIB) au prix du marché de 24,2 M\$. Elles ont aussi engendré des revenus fiscaux de 4,0 M\$ pour le gouvernement du Québec et de 1,7 M\$ pour celui du Canada. L'effet économique de ces dépenses représente l'équivalent de 331 emplois directs et de 118 emplois indirects à temps plein. L'examen de la répartition du PIB engendré par les dépenses supplémentaires à la suite de la visite d'un lieu d'accueil révèle qu'il est généré à 39 % par les visiteurs québécois et à 61 % par les visiteurs en provenance d'autres marchés.

Méthodologie utilisée pour calculer les retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs des 58 lieux d'accueil participants

Dans le contexte de cette estimation des retombées économiques, seules les dépenses supplémentaires effectuées au Québec au cours de la période de temps supplémentaire par rapport à la planification initiale du voyage ont été considérées. Notons que d'autres études du même type considèrent aussi les dépenses associées aux activités supplémentaires réalisées sans prolongation de séjour après un passage au lieu d'accueil, ce qui n'est pas le cas pour ce sondage.

Nous avons utilisé une approche plus conservatrice en tenant compte uniquement de la part des séjours des visiteurs considérée comme « supplémentaire » par rapport à la planification initiale, en nuitées ou en heures supplémentaires. Nous avons ensuite estimé les dépenses faites par les visiteurs au cours de ce « temps supplémentaire ». Notons qu'afin d'obtenir l'estimation la plus précise possible le calcul a été fait pour chaque répondant ayant déclaré avoir passé du temps supplémentaire au Québec après une visite au lieu d'accueil. La somme de ces dépenses supplémentaires constitue le total des dépenses supplémentaires engendrées par les lieux d'accueil participants, pour les répondants au sondage uniquement.

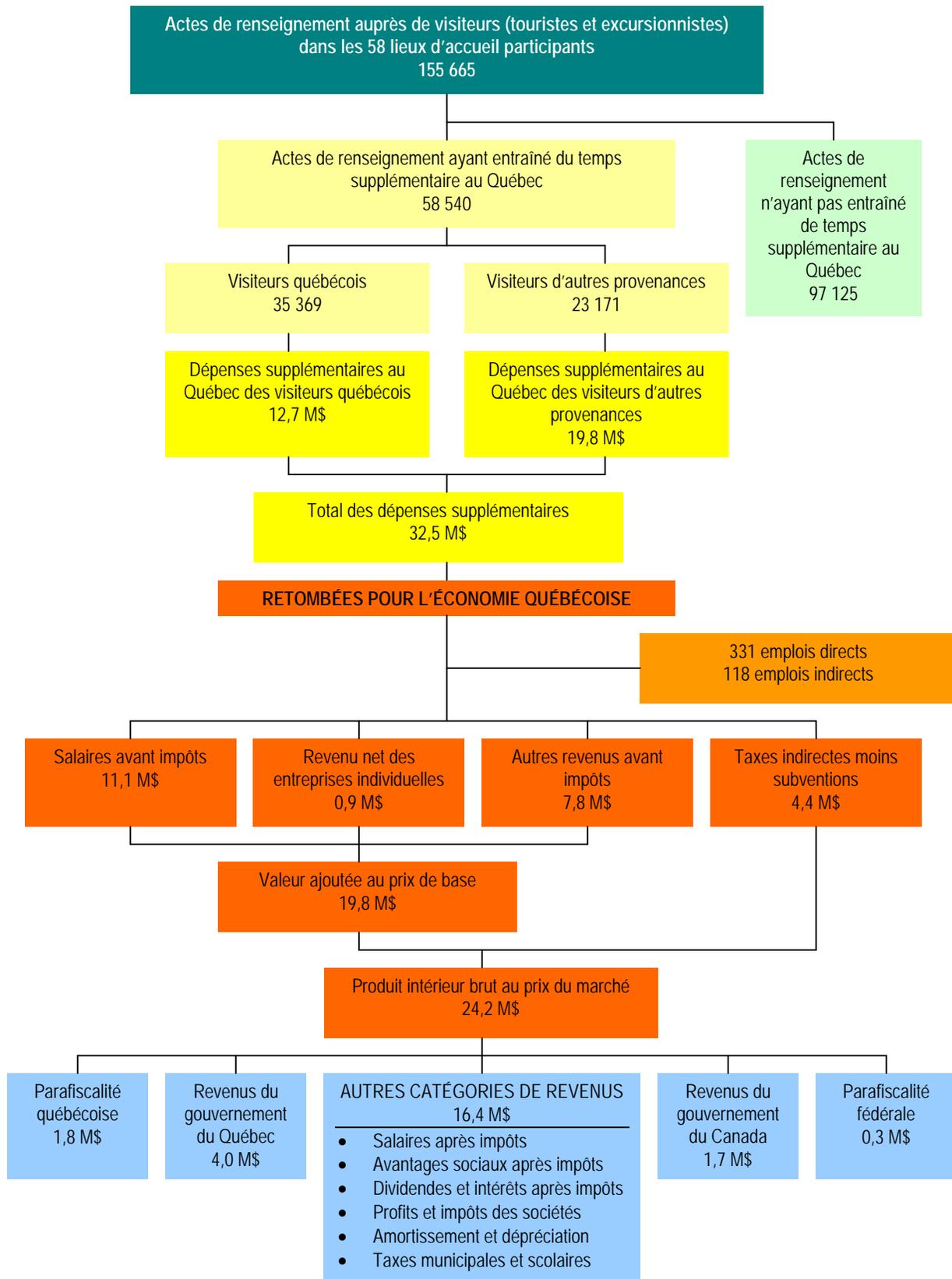
Exemple : Un visiteur a dépensé un total de 2 000 \$ au cours de son séjour de 5 nuits au Québec. Ce visiteur affirme avoir passé une nuit supplémentaire au Québec par rapport à la planification initiale de son voyage, et ce, après sa visite dans un lieu d'accueil. On considère que 20 % de ses dépenses totales sont des dépenses supplémentaires. Ainsi, une somme de

400 \$ représente la dépense supplémentaire de ce visiteur et entre dans le calcul des retombées économiques.

Afin d'obtenir une estimation des dépenses supplémentaires de tous les visiteurs ayant fréquenté les lieux d'accueil participants, les résultats ont été extrapolés à l'ensemble des actes de renseignement réalisés durant la période du sondage.

Finalement, une simulation d'impact économique à l'aide du modèle intersectoriel du Québec a été réalisée par l'Institut de la statistique du Québec afin d'estimer les retombées économiques des dépenses supplémentaires.

Retombées économiques des actes de renseignement des 58 lieux d'accueil participants



Estimation des retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs dans l'ensemble des lieux d'accueil du Québec

Si les résultats de l'enquête ont permis de produire une estimation précise des retombées économiques des actes de renseignement pour les 58 lieux d'accueil participants, nous avons aussi voulu produire des données permettant d'illustrer les effets de l'activité de l'ensemble des lieux d'accueil en exploitation au Québec à l'été 2010.

Entre le 5 juillet et le 12 octobre 2010, plus de 488 000 groupes de visiteurs se sont renseignés dans les lieux d'accueil québécois (BAT, BIT et CIT), soit plus de 292 000 groupes de visiteurs québécois et plus de 195 000 groupes de visiteurs d'autres provenances. Cela représente autant d'actes de renseignement. En extrapolant les résultats de l'enquête à ces groupes de visiteurs, on obtient des dépenses supplémentaires engendrées par les lieux d'accueil de près de 41,9 M\$ pour les visiteurs québécois et de près de 57,8 M\$ pour les visiteurs d'autres provenances, soit un total de 99,8 M\$. Cela représente près de 1 % des recettes touristiques totales du Québec.

Ces dépenses de près de 100 M\$ ont apporté à l'économie québécoise un produit intérieur brut (PIB) au prix du marché de 74,4 M\$. Elles ont engendré des revenus fiscaux de 12,2 M\$ pour le gouvernement du Québec et de 5,2 M\$ pour celui du Canada. L'incidence économique de ces dépenses représente l'équivalent de 1 017 emplois directs et de 362 emplois indirects à temps plein.

Les dépenses supplémentaires engendrées par les lieux d'accueil créent de la valeur ajoutée dans plus de 180 secteurs d'activité économique. Cinq de ces secteurs profitent de plus de 60 % de la valeur ajoutée. Ce sont les secteurs : de l'hébergement (20,9 M\$), de la restauration (6,8 M\$), du commerce de détail (6,2 M\$), du commerce de gros (1,9 M\$) et des services de divertissement et de loisirs (1,9 M\$).

Cette évaluation des retombées économiques permet aussi d'estimer les effets, en termes de dépenses, d'un acte de renseignement réalisé par un lieu d'accueil. Les résultats de l'enquête et leur extrapolation à l'ensemble des lieux d'accueil québécois révèlent qu'un acte de renseignement auprès de visiteurs (touristes et excursionnistes) engendre des dépenses touristiques supplémentaires de 204 \$, ce qui apporte l'équivalent de 152 \$ en PIB au prix du marché.

Méthodologie utilisée pour calculer l'estimation des retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs dans l'ensemble des lieux d'accueil du Québec

Nous avons extrapolé les résultats de l'enquête à 122 autres lieux d'accueil, afin d'obtenir une estimation des dépenses supplémentaires des visiteurs de l'ensemble des lieux d'accueil du Québec. En plus des 58 bureaux ayant participé à l'enquête, 49 bureaux utilisent le système de saisie de données du MTO. Ces données, considérées comme fiables, ont été utilisées pour calculer l'achalandage et la provenance des visiteurs de ces bureaux. Les 92 bureaux n'utilisant pas le système de saisie de données du Ministère ont été joints individuellement dans le but

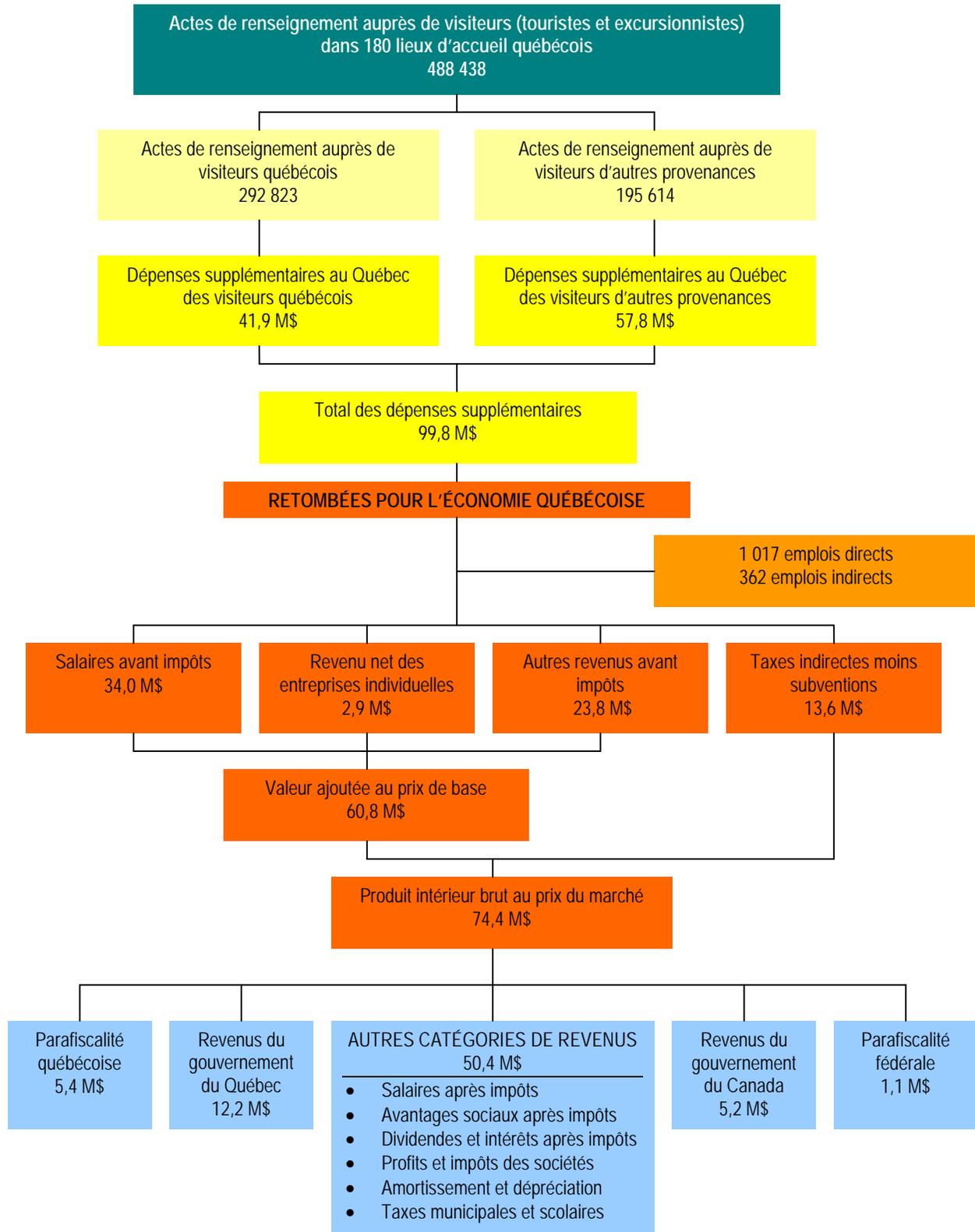
d'obtenir des données sur l'achalandage et la provenance des visiteurs pendant la période de référence de l'enquête. Ainsi, 72 bureaux sur 92 ont été en mesure d'envoyer leurs données « maison » au MTO, et ces données ont été utilisées pour estimer leur achalandage et la provenance des visiteurs (québécois ou d'autres provenances). Aucune imputation n'a été effectuée pour les 20 bureaux n'ayant fourni aucune donnée.

Ayant en main les données provenant de 180 lieux d'accueil sur 199, nous avons donc été en mesure de constituer une base de données considérée comme représentative de l'ensemble des BAT, des BIT et des CIT du Québec et d'obtenir un nombre total d'actes de renseignement adressés à des visiteurs québécois et à des visiteurs d'autres provenances.

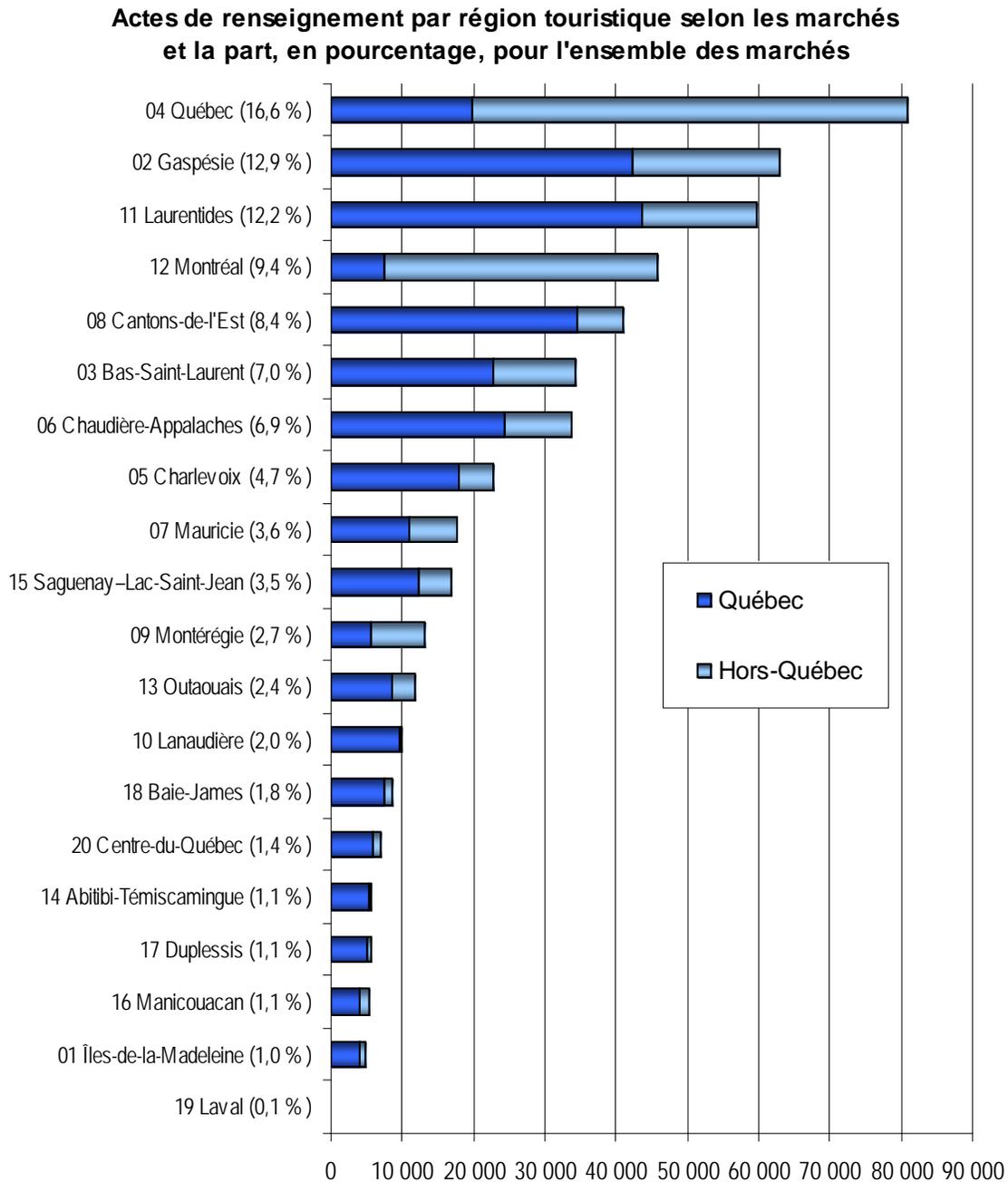
Pour l'estimation des retombées économiques des dépenses supplémentaires des visiteurs de ces 180 lieux d'accueil, nous posons l'hypothèse que la part des visiteurs (québécois et d'autres provenances) ayant prolongé leur séjour à la suite de leur visite dans un lieu d'accueil est la même pour les bureaux n'ayant pas participé à l'enquête que pour les bureaux participants. Nous posons aussi l'hypothèse que les dépenses des visiteurs des bureaux non participants sont les mêmes que celles des visiteurs des bureaux participants.

Une simulation des retombées économiques à l'aide du modèle intersectoriel du Québec a été réalisée par l'Institut de la statistique du Québec afin d'estimer les retombées économiques des dépenses supplémentaires de l'ensemble des lieux d'accueil du Québec.

Retombées économiques des actes de renseignements des 180 lieux d'accueil québécois



Répartition régionale des actes de renseignement



En se servant des données du système de saisie du MTO utilisé par plusieurs BIT, BAT et CIT, ainsi que les données « maison » fournies par les autres bureaux, il est possible de répartir par régions touristiques les 488 438 actes de renseignement effectués par les 180 lieux d'accueil. Rappelons que nous ne considérons que les actes de renseignement adressés à des visiteurs; les services à la population locale et aux personnes en cours de planification de voyage sont donc exclus.

On observe que c'est dans la région de Québec que sont réalisés le plus d'actes de renseignement auprès de touristes et d'excursionnistes; suivent la Gaspésie, les Laurentides et Montréal. Notons que les régions urbaines (Québec et Montréal) accueillent une forte proportion de visiteurs venant de l'extérieur du Québec, alors que la Gaspésie, les Laurentides et les Cantons-de-l'Est accueillent majoritairement des visiteurs québécois.