

Comportement Web des touristes québécois

Faits saillants - Mai 2011

**Sondage Ipsos Descarie – Réseau de veille en tourisme
En partenariat avec le ministère du Tourisme du Québec**

Le sondage concernant le comportement des touristes québécois quant à l'utilisation d'Internet a été réalisé en partenariat avec les organismes suivants :

- Ministère du Tourisme
- ATR associées du Québec

Associations sectorielles

- Association des hôteliers du Québec
- Association des propriétaires d'autobus du Québec
- Association des stations de ski du Québec
- Association québécoise de l'industrie touristique
- Aventure Écotourisme Québec
- Fédération des pourvoiries du Québec
- Festivals et événements au Québec
- Hôtellerie Champêtre
- Société des attractions touristiques du Québec
- Société des musées québécois
- Société touristique des Autochtones du Québec
- Spas Relais santé

Associations touristiques régionales

- Office du tourisme de Québec
- Tourisme Abitibi-Témiscamingue
- Tourisme Cantons-de-l'Est
- Tourisme Centre-du-Québec
- Tourisme Laurentides
- Tourisme Laval
- Tourisme Mauricie
- Tourisme Montréal
- Tourisme Outaouais
- Tourisme Saguenay–Lac-Saint-Jean

Méthodologie

- Sondage quantitatif sur Internet à l'aide d'un panel Web
- Période de la collecte de données : du 8 au 21 mars 2011
- Au total, 3 058 questionnaires Web ont été remplis par des Québécois âgés de 18 ans et plus.
- Pour se qualifier, le répondant devait avoir séjourné (une nuit ou plus) au moins une fois à plus de 100 km de son domicile, pour un séjour d'agrément, au cours des 12 derniers mois.
- Afin d'éviter une surreprésentation des gens voyageant seulement dans des formules tout inclus dans le Sud, les répondants n'ayant fait aucun autre type de voyage ont été exclus de l'échantillon.
- Les répondants devaient aussi avoir utilisé un moyen de transport commercial (avion, train – à l'exclusion d'un train de banlieue – autocar ou voiture de location) à des fins personnelles ou de loisirs ou avoir utilisé l'hébergement commercial à des fins personnelles ou de loisirs.
- La marge d'erreur pour les données est de plus ou moins 2 %.

Faits saillants

Habitudes de séjours

- Près de 80 % des répondants ont fait plus d'un séjour d'agrément à plus de 100 km de leur domicile au cours de la dernière année. Cela semble indiquer que les Québécois qui voyagent le font régulièrement.

Description du dernier séjour

- La région de Québec est très populaire (24 %) auprès des voyageurs ayant choisi une destination québécoise.
- Notons également la popularité des Laurentides (13 %), de Montréal (12 %), de la Gaspésie (9 %), des Cantons-de-l'Est (9 %) et de Charlevoix (9 %).
- Les gens choisissent de voyager au Québec surtout (26 %) en raison de la disponibilité des activités qu'ils souhaitent pratiquer.
- L'attrait de la famille et des amis est également une raison majeure (21 %). Ces voyageurs constituent donc des ambassadeurs des destinations touristiques québécoises.
- La météo a une incidence majeure sur la décision d'opter pour un séjour à l'extérieur du Québec (41 %).
- Enfin, il est intéressant de remarquer que les séjours au Québec ne sont pas perçus comme abordables; 25 % jugent que des prix plus compétitifs auraient pu les inciter à voyager ici.
- Outre le magasinage (44 %), les activités les plus populaires au Québec sont les musées, les centres d'interprétation et les sites historiques (27 %) ainsi que les événements culturels (26 %).

Choix de la destination et planification du séjour

- Les sources d'information les plus utilisées dans le choix d'une destination sont la famille et les amis (58 %), de même qu'Internet (50 %).
- Au moment de la planification du séjour, Internet est la source d'information la plus utilisée (69 %).
- Les moteurs de recherche sont généralement utilisés en premier (24 %) pour s'informer et comparer. Les sites Web d'établissements d'hébergement sont particulièrement populaires (25 %) pour les séjours au Québec.
- Pour les voyages au Québec, les répondants sont davantage (39 %) à la recherche de contenu promotionnel et d'un répertoire complet des activités offertes.
- Ils sont moins enclins (10 %) à regarder des sites de partage de commentaires (ex. : TripAdvisor).
- Au cours des séjours au Québec, les répondants sont davantage à la recherche de renseignements en ligne à propos de l'hébergement (86 %), de la restauration (45 %) et des activités proposées (28 %).
- Ils sont toutefois beaucoup moins enclins à consulter Internet pour obtenir de l'information liée aux transports (vols et trains : 4 %; voitures de location : 7 %).

- Pour les séjours au Québec, l'impossibilité de réserver en ligne dans certains sites touristiques constitue souvent un frein majeur (28 %).
- Parmi les sources d'information hors ligne, il est intéressant de constater que les brochures et les dépliants (48 %) ainsi que les guides touristiques gratuits (39 %) continuent d'être consultés par une grande partie des répondants.

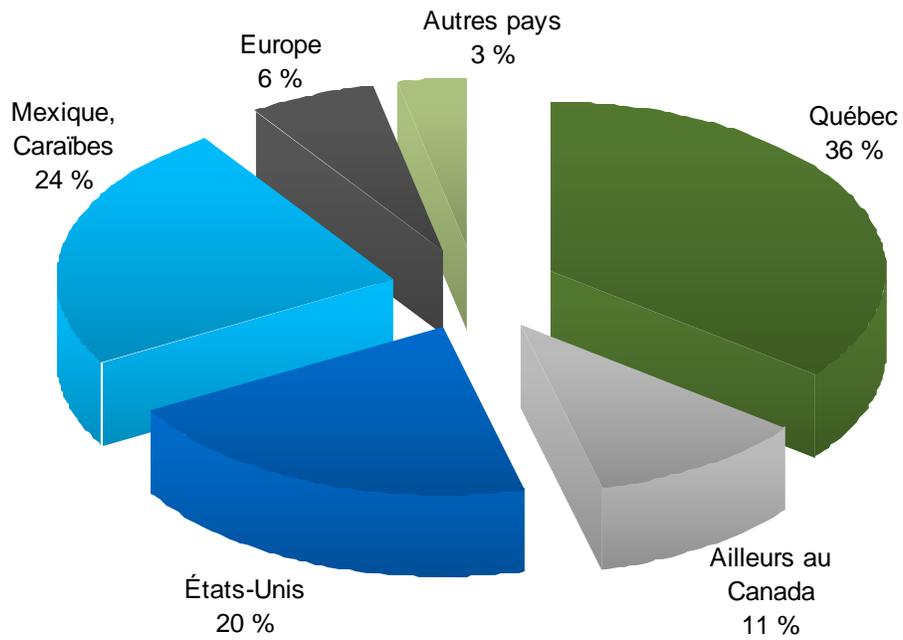
Mobilité

- Une bonne proportion (32 %) de voyageurs ont utilisé un appareil mobile durant le dernier séjour.
- Près d'un voyageur sur deux (45 %) possède un GPS.
- En voyage, l'appareil mobile sert surtout à la communication avec l'entourage (67 %), à vérifier les courriels (54 %) et à prendre des photos (45 %).
- La recherche d'information sur les produits, les applications de géolocalisation et le téléchargement de cartes ou de guides sont susceptibles d'intéresser les voyageurs.
- Les applications mobiles sont utilisées surtout afin de gagner du temps, de profiter de l'aspect pratique et de l'instantanéité de l'application.
- Pour le moment, les appareils mobiles génèrent peu d'enthousiasme en vue d'une utilisation en voyage (25 % jugent qu'ils sont très utiles et pratiques durant les voyages). Le taux d'utilisation à court terme pourrait donc demeurer assez faible.

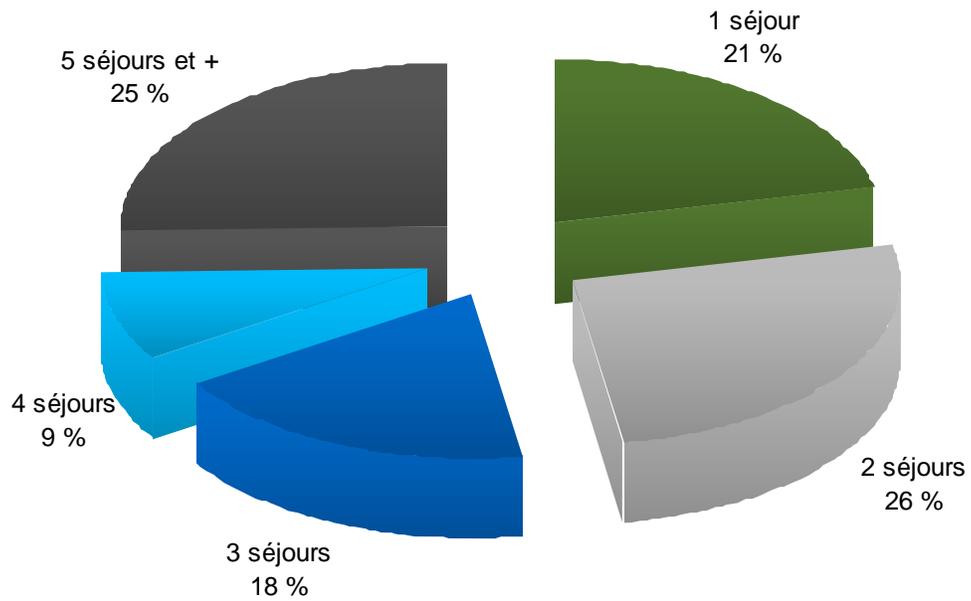
Médias sociaux :

- La moitié des voyageurs utilisent les médias sociaux plusieurs fois par semaine.
- Par contre, le recours aux médias sociaux dans le cadre de la préparation d'un voyage est plutôt limité (43 %), surtout lorsque le séjour est prévu au Québec (38 %).
- La situation est similaire pendant le séjour alors que l'utilisation des médias sociaux demeure faible (42 %), surtout lorsque le séjour se déroule au Québec (34 %).
- Le média social le plus utilisé au cours d'un séjour est sans contredit Facebook (80 %), et ce, tant chez les gens qui séjournent au Québec que chez ceux qui voyagent à l'extérieur.
- Environ 1 voyageur sur 5 qui utilise les médias sociaux est « fan » d'une page d'une entreprise ou d'une organisation touristique.
- Les gens s'inscrivent sur une page Facebook pour obtenir plus de renseignements (47 %), participer à des concours (36 %) et obtenir des rabais (34 %).
- La page Facebook d'une entreprise touristique a donc intérêt à offrir des promotions et des concours ou des jeux.

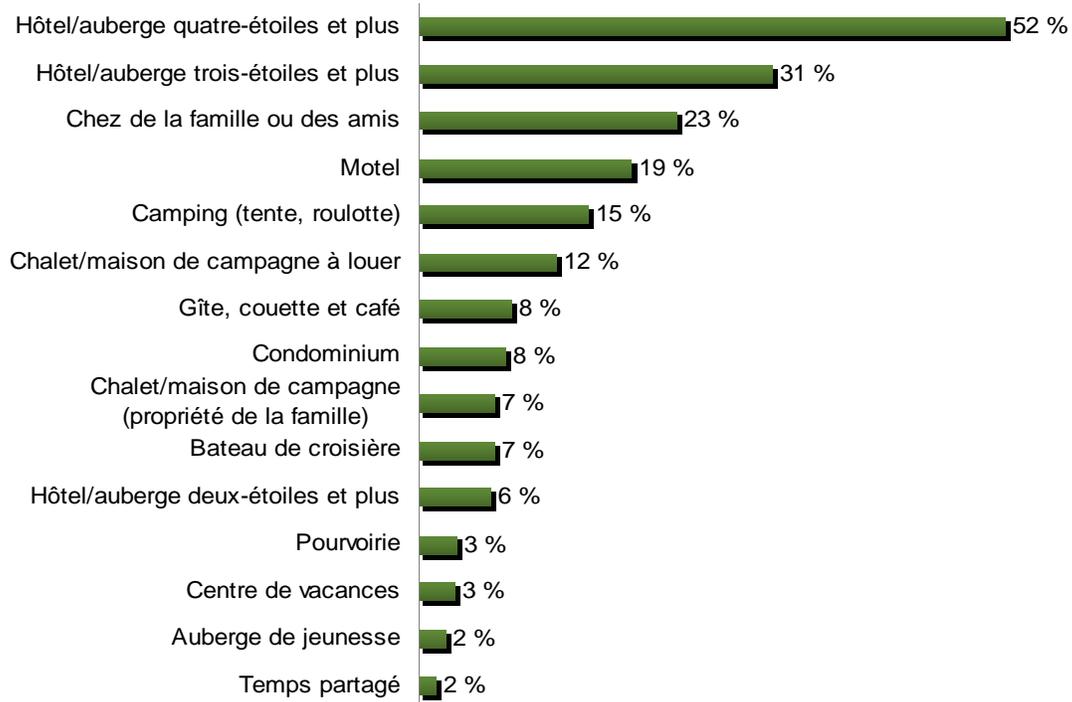
Destination du dernier voyage



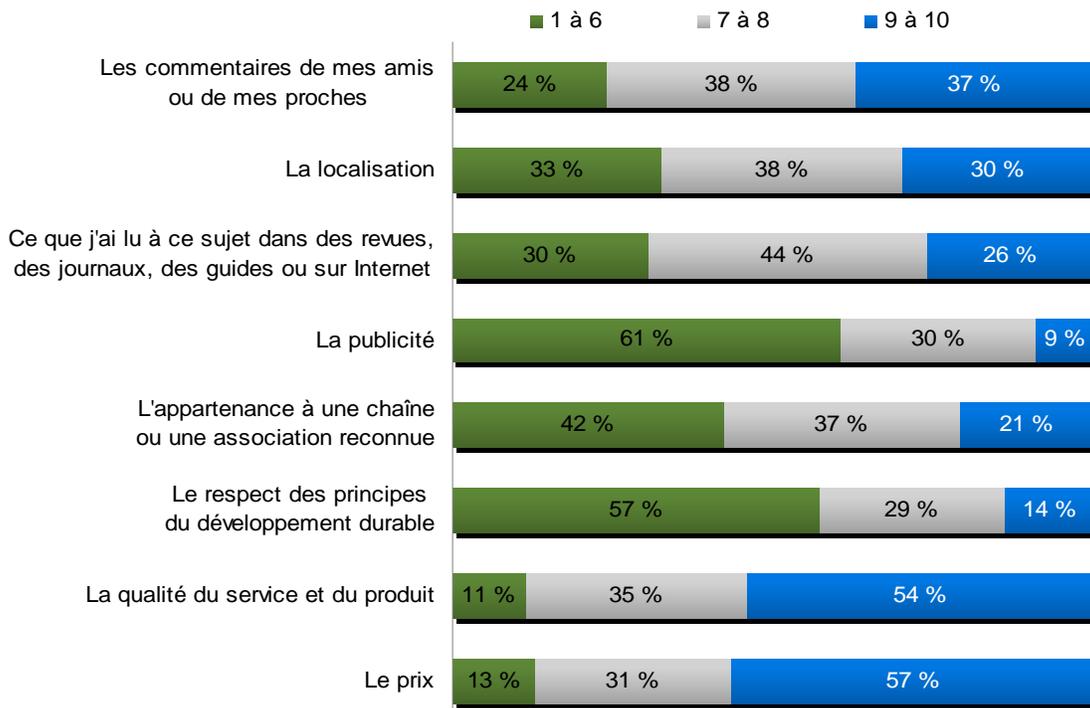
Nombre de séjours au cours des 12 derniers mois



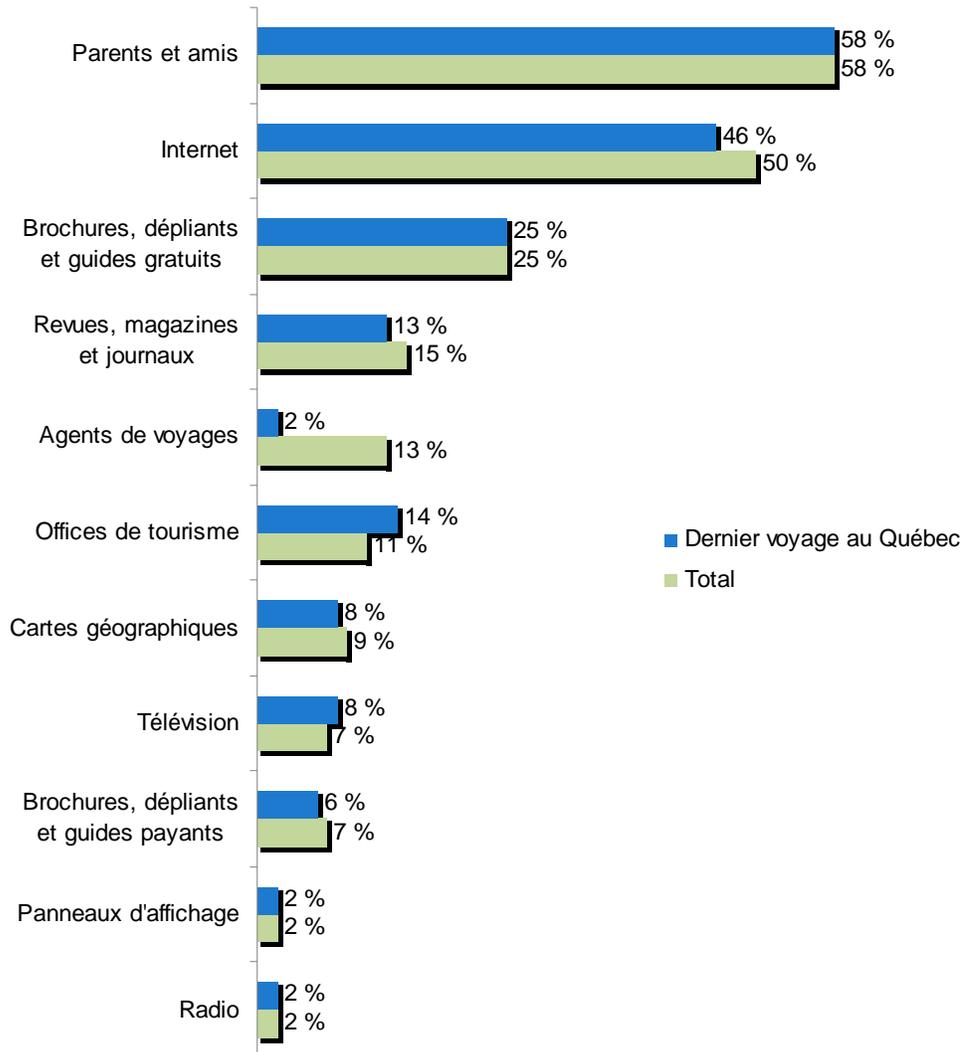
Mode d'hébergement habituellement utilisé (plusieurs mentions possibles)



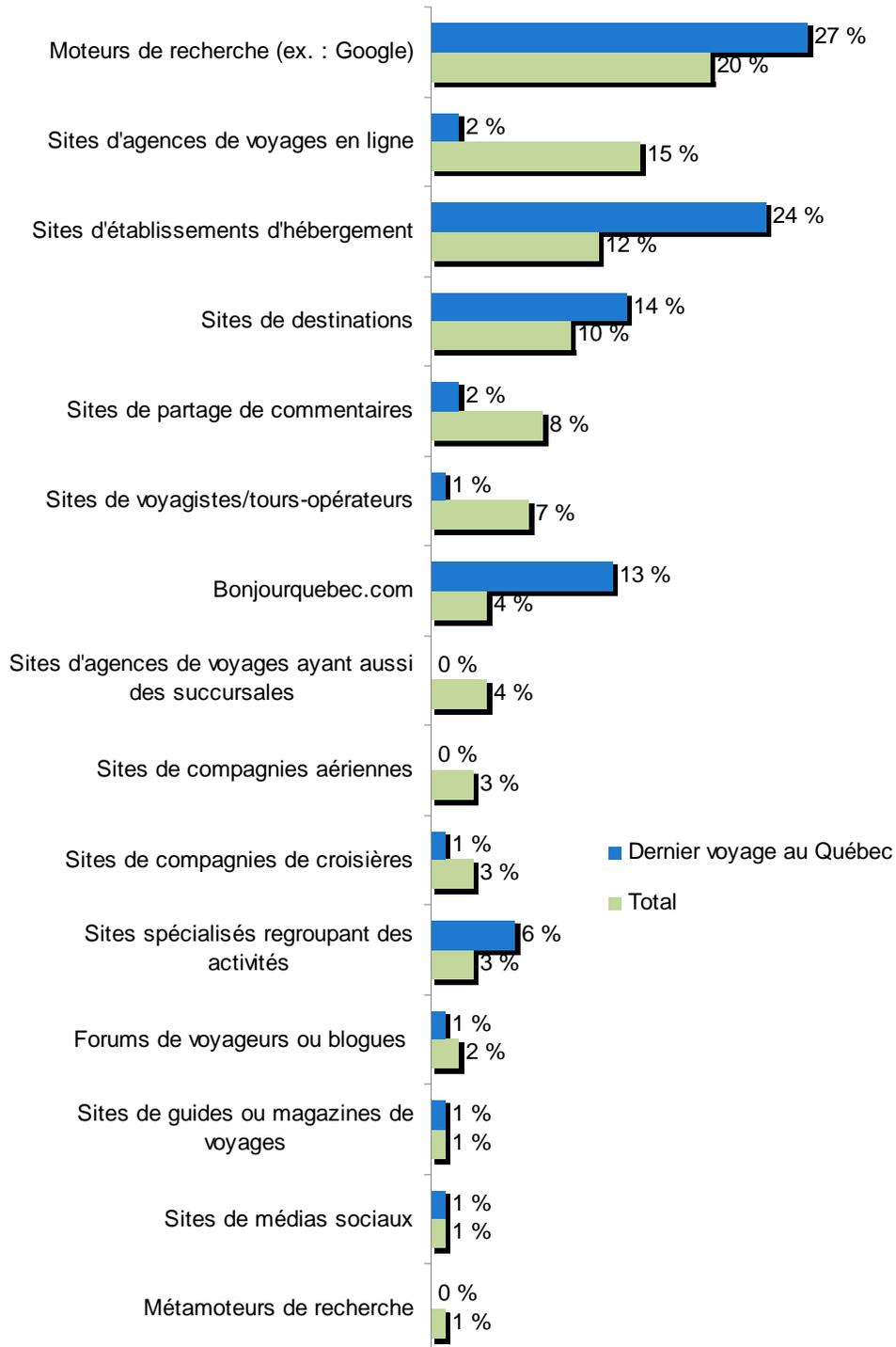
Critères de choix d'une entreprise touristique



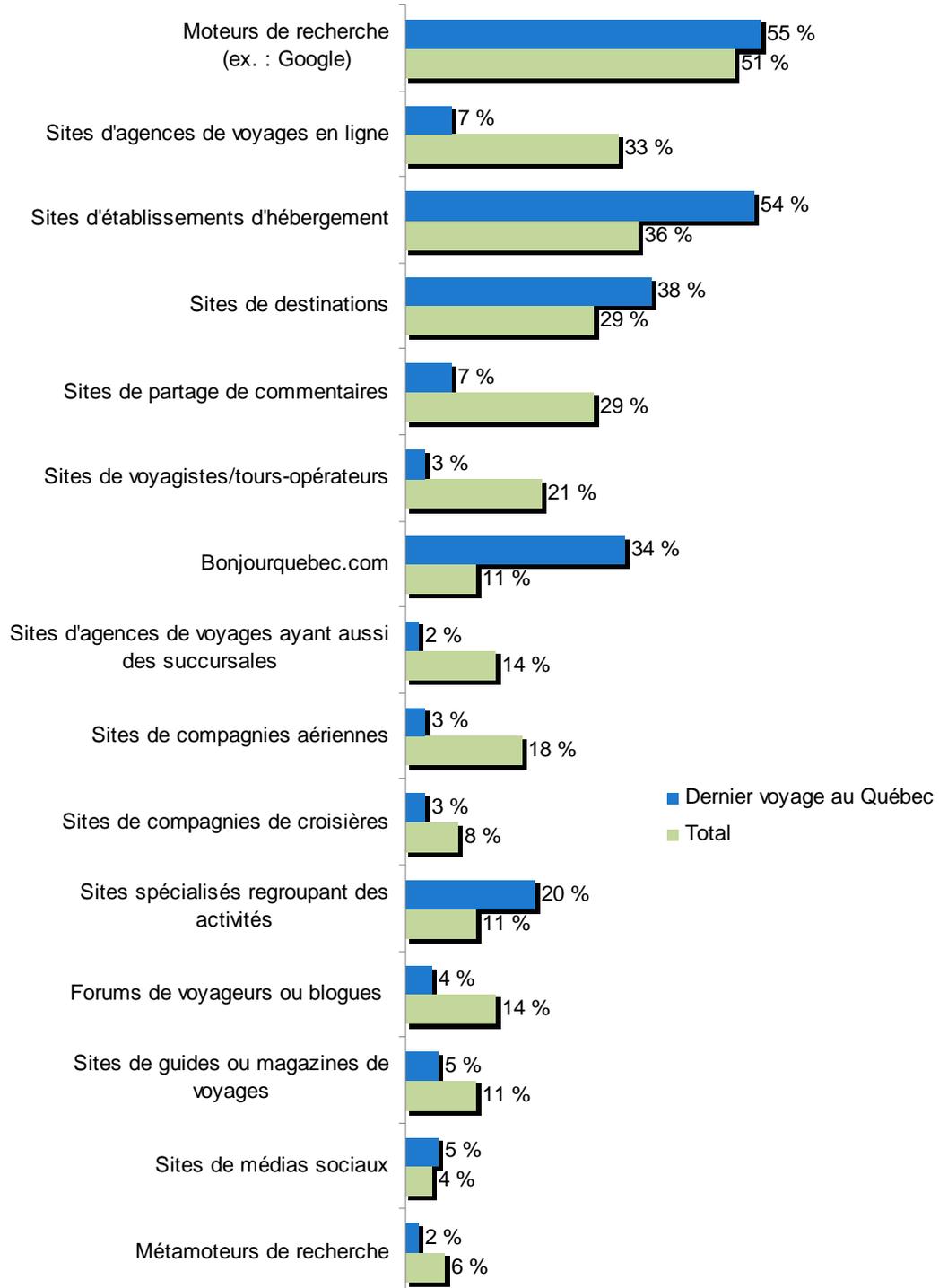
Sources d'inspiration pour choisir la destination du dernier voyage



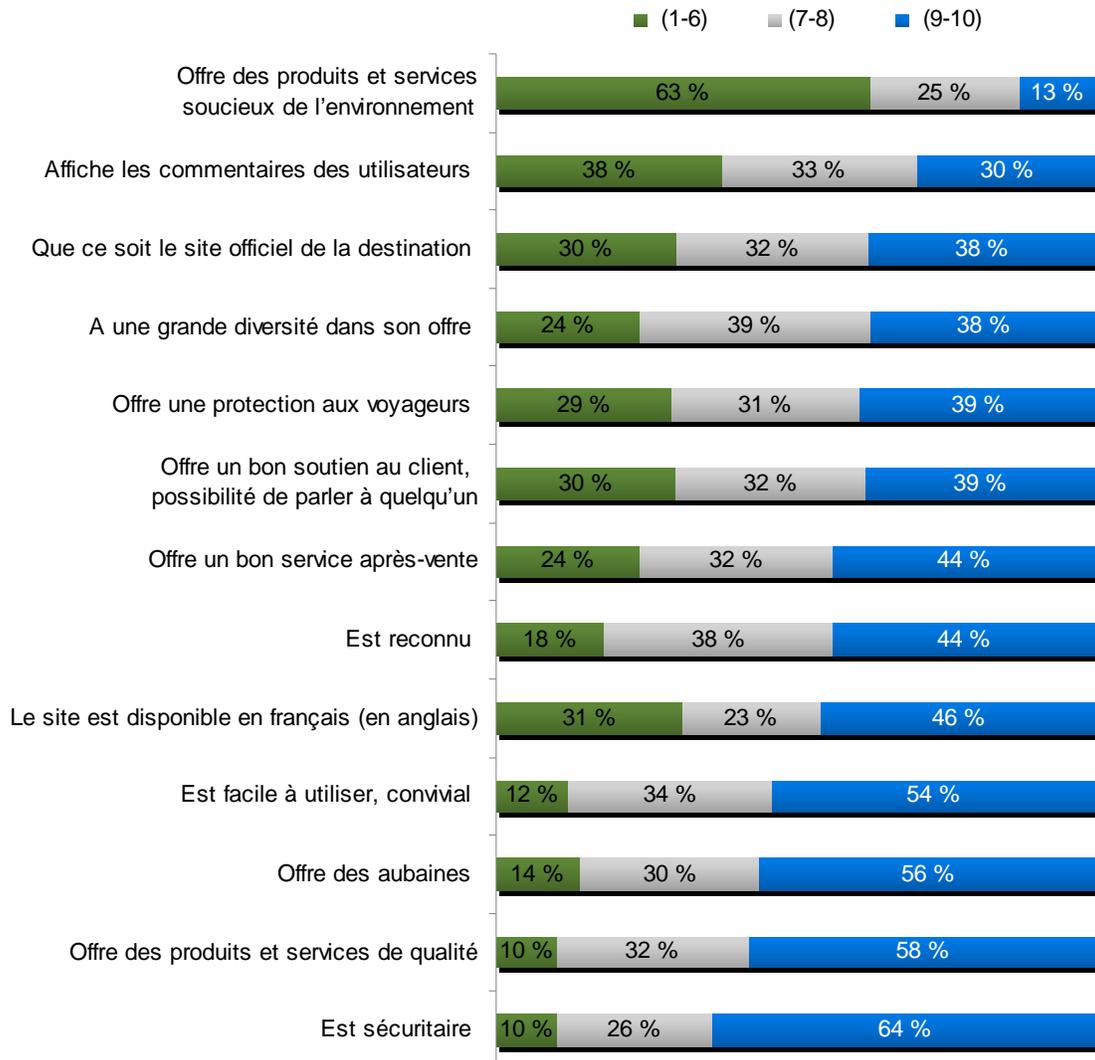
Principal type de site Web consulté pour choisir la destination



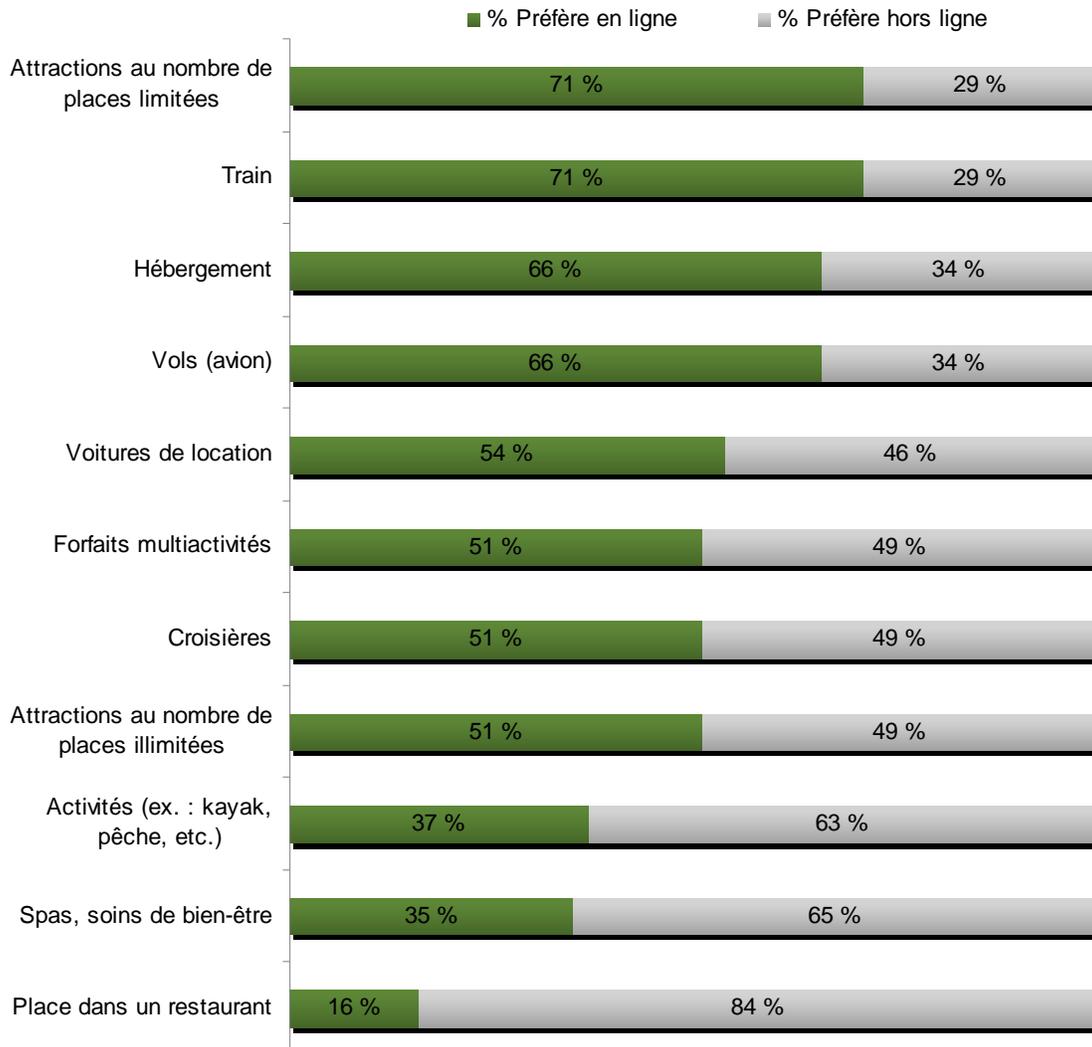
Types de sites Web consultés pour choisir la destination (plusieurs mentions)



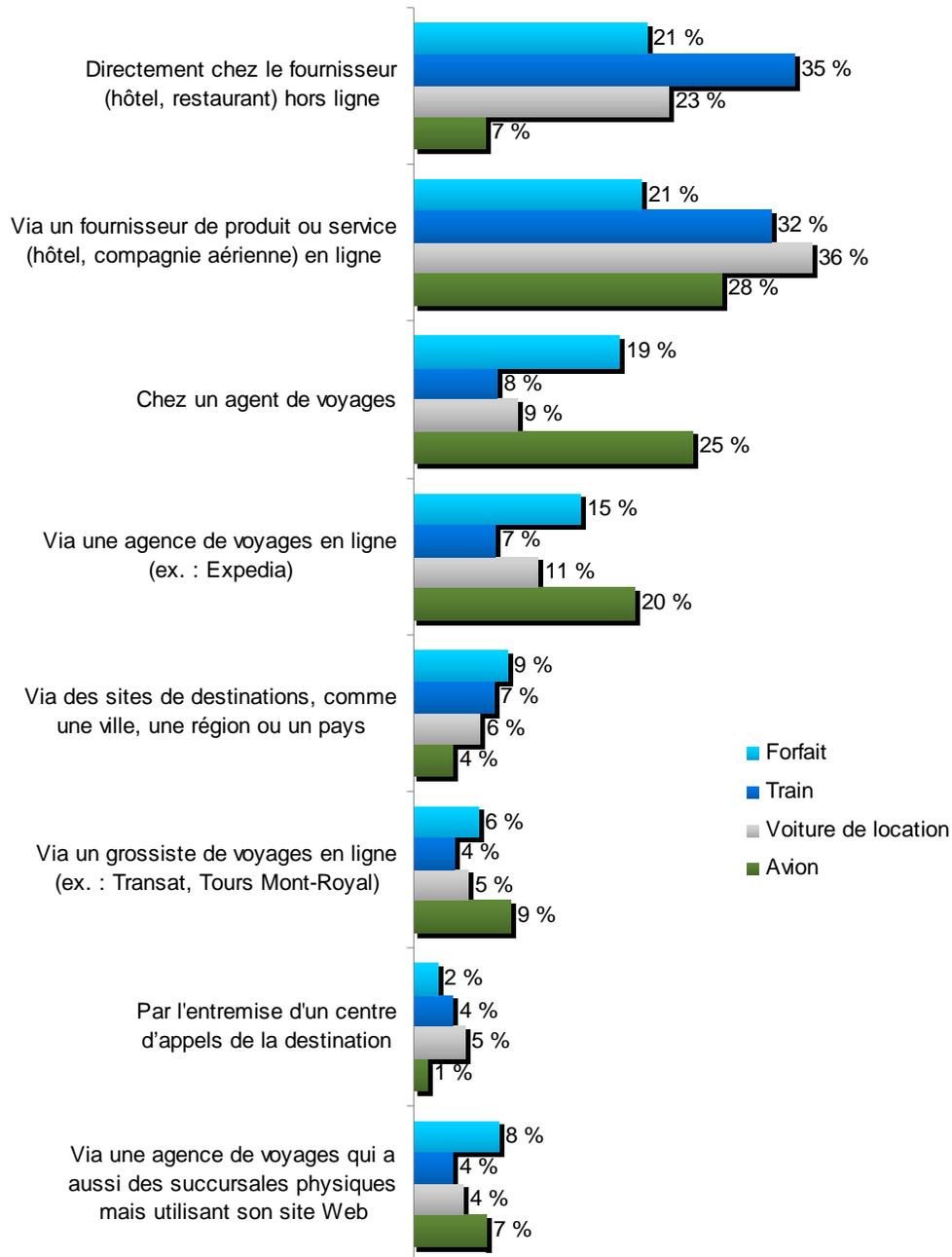
Critères de choix d'un marchand touristique en ligne (échelle de 1 à 10)



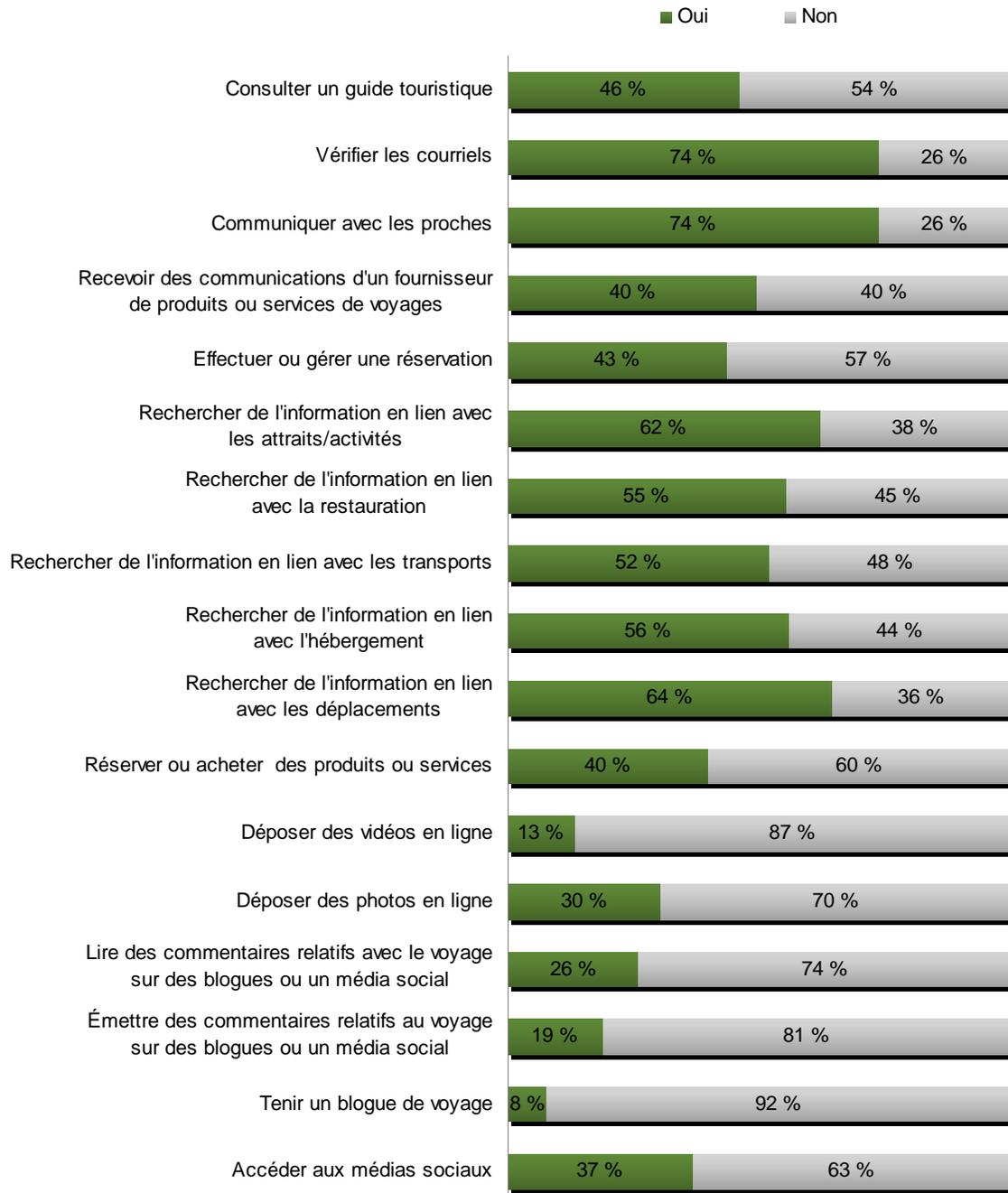
**Préférence d'achat ou de réservation
(Parmi les gens qui réservent le type de produit ou service)**



**Méthode d'achat / réservation lors du dernier voyage
(avion, voiture de location, train, forfait)**



Utilisation habituelle d'Internet durant les voyages - Portrait global



**Utilisation des médias sociaux après le voyage
(parmi les utilisateurs de médias sociaux)**

