

SONDAGE AUPRÈS DES CLIENTÈLES PRATIQUANT LE QUAD, LA MOTONEIGE ET LA MOTO

EN VUE DE LA FUTURE CAMPAGNE MARKETING DE TOURISME GASPÉSIE
SUR LE MARCHÉ DES PROVINCES MARITIMES – Avril 2020



TOURISME
GASPÉSIE
NS



TABLE DES MATIÈRES

Mise en contexte _____	3
Méthodologie _____	3
Profil sociodémographique _____	4
Pratique habituelle _____	6
Pratique en voyage _____	11
Expérience de la Gaspésie ou intérêt à venir visiter la destination _____	26
Intérêt envers la destination et les activités _____	28
Freins à un voyage en Gaspésie _____	33
Incitatifs pour venir en Gaspésie _____	34
Faits saillants et recommandations _____	37

MISE EN CONTEXTE

Tourisme Gaspésie souhaite pénétrer le marché des provinces maritimes en misant, dans un premier temps, sur certaines activités phares. En vue de sa future stratégie d'entrée sur ce marché, elle a identifié une première clientèle cible précise : celle pratiquant les activités motorisées comme le quad, la moto et la motoneige.

Activités attractives majeures pour les Québécois, Tourisme Gaspésie souhaite mesurer de façon plus précise le taux d'incidence chez les résidents du Nouveau-Brunswick, de la Nouvelle-Écosse et de l'Île-du-Prince-Édouard. Pour cela, l'organisation a souhaité effectuer un sondage auprès de ces adeptes. Par ailleurs, afin d'élaborer des stratégies pertinentes et des actions ayant des résultats pleinement mesurables et quantifiables pour la destination, ce sondage permet d'éclairer Tourisme Gaspésie sur les comportements de ces pratiquants au regard de dimensions comme les voyages qu'ils réalisent, les activités qu'ils aiment faire, les services dont ils souhaitent bénéficier, leurs destinations favorites, etc.

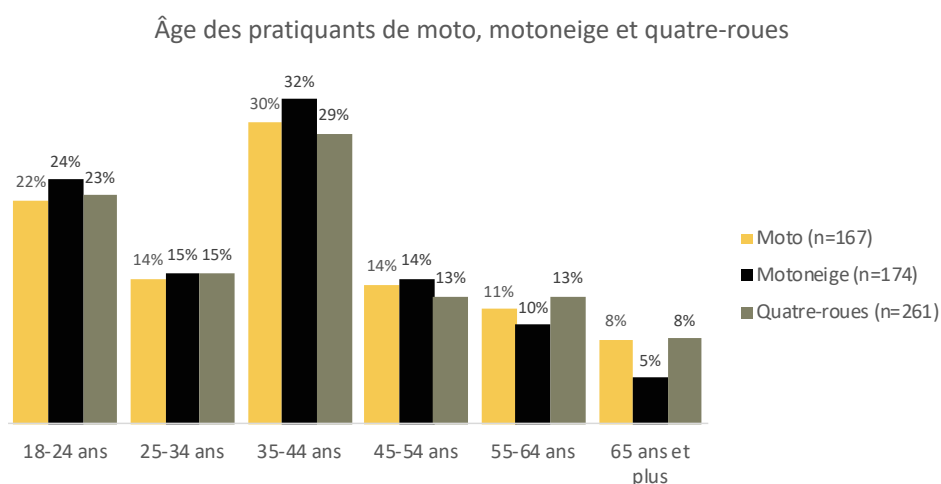
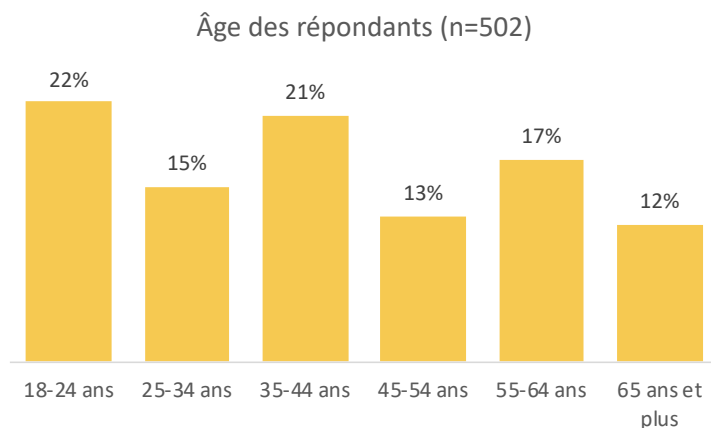
TouriScope a été le fier partenaire dans cette démarche pour la réalisation et l'analyse de ce sondage.

MÉTHODOLOGIE

- Les répondants sont issus de panels Web fournis par la firme MBA Recherche;
- Le panel était composé de répondants âgés de 18 ans ou plus, résidant au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse ou sur l'Île-du-Prince-Édouard;
- Pour être qualifiés, les répondants devaient pratiquer au moins l'une des trois activités (motoneige, quatre-roues ou moto) ou encore montrer un intérêt à pratiquer l'une d'elles;
- Au total, 502 personnes ont complété le sondage;
- Un biais (une règle) a été volontairement appliqué afin d'obtenir un minimum de 300 pratiquants, dont au moins 70 adeptes pour chacune des activités;
- Le sondage s'est déroulé durant la période comprise entre le 1^{er} et le 14 avril 2020.

PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE

1. Âge



- Une part importante des motocyclistes ont entre 35 et 44 ans (30 %);
- La deuxième catégorie d'âge la plus représentée est la catégorie des 18-24 ans (22 %).

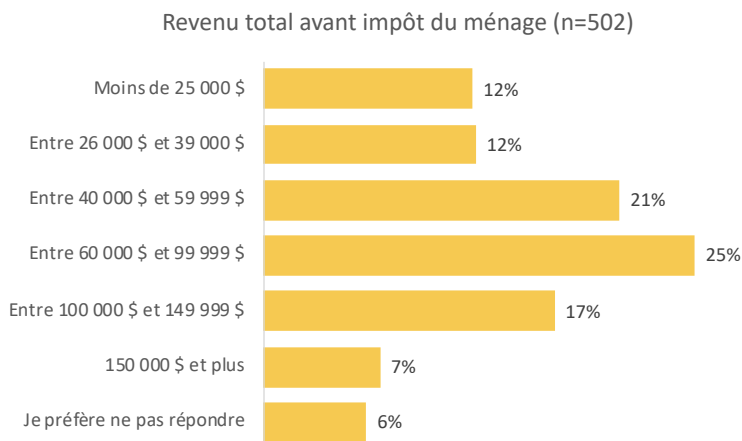


- La motoneige est davantage pratiquée par les gens ayant entre 35 et 44 ans (32 %);
- Seuls 5 % des répondants de 65 ans et plus pratiquent la motoneige.



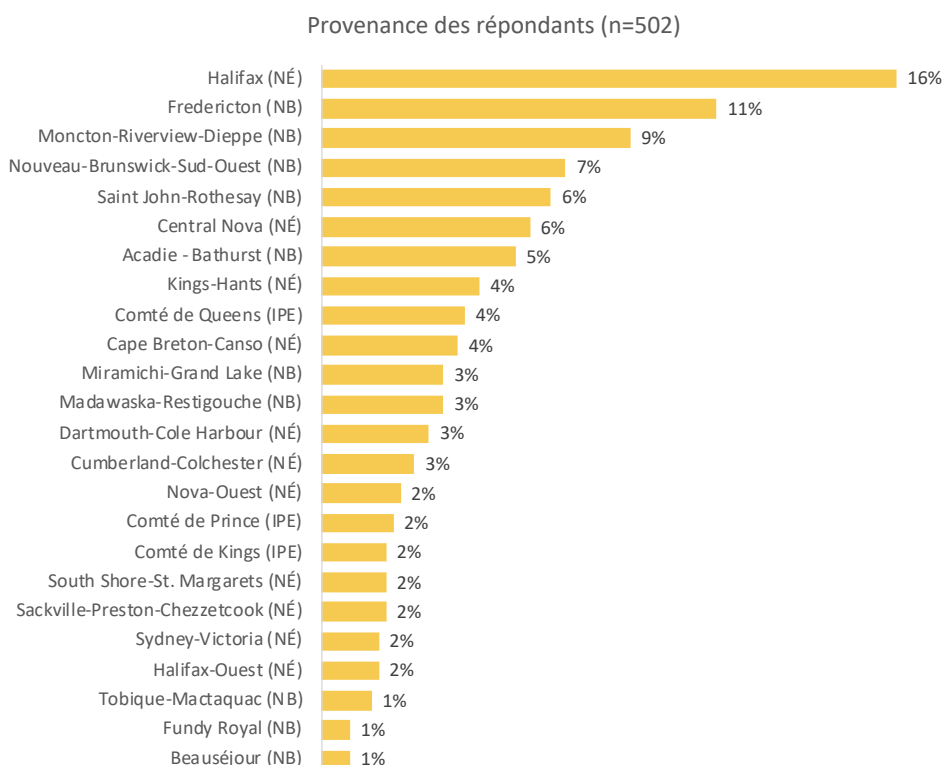
- Environ 29 % des personnes qui pratiquent le quatre-roues ont entre 35 et 44 ans;
- On note que 13 % des répondants qui font du quatre-roues ont entre 55 et 64 ans.

2. Revenus



- Le quart des répondants disposent d'un revenu total pour son ménage situé entre 60 000 \$ et 99 999 \$;
- Soulignons que 13 % des motocyclistes ont un revenu de 150 000 \$ ou plus comparativement à seulement 8 % des motoneigistes et 7 % des quadistes.

3. Provenance



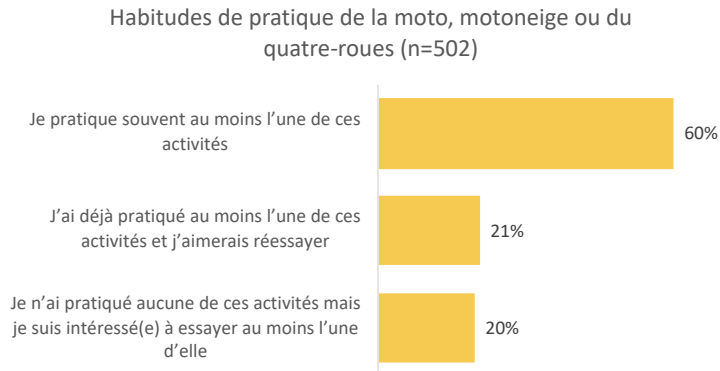
- On compte une part égale de répondants qui proviennent du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse (46 %)

- Une proportion de 8 % sont des résidents de l'Île-du-Prince-Édouard.

Par ailleurs :

- Une plus grande proportion (16 %) des répondants habitent Halifax, suivi par Fredericton (11 %) et Moncton-Riverview, Dieppe (9 %);

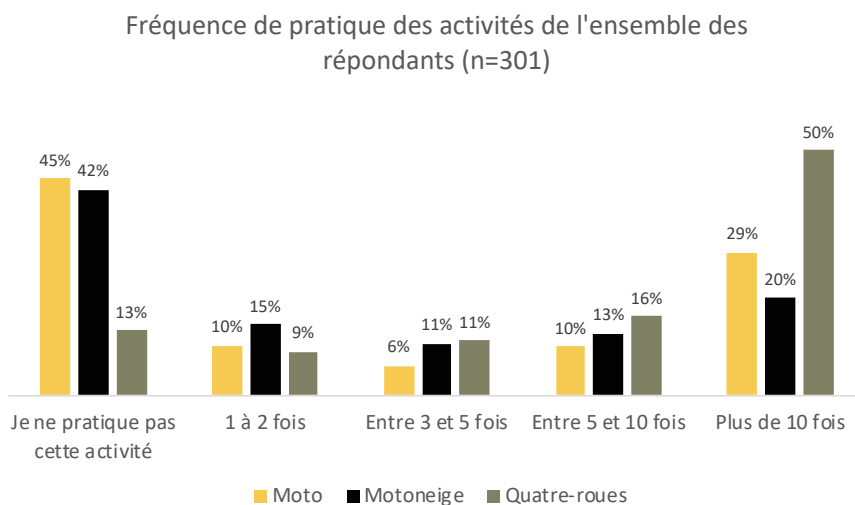
PRATIQUE HABITUELLE

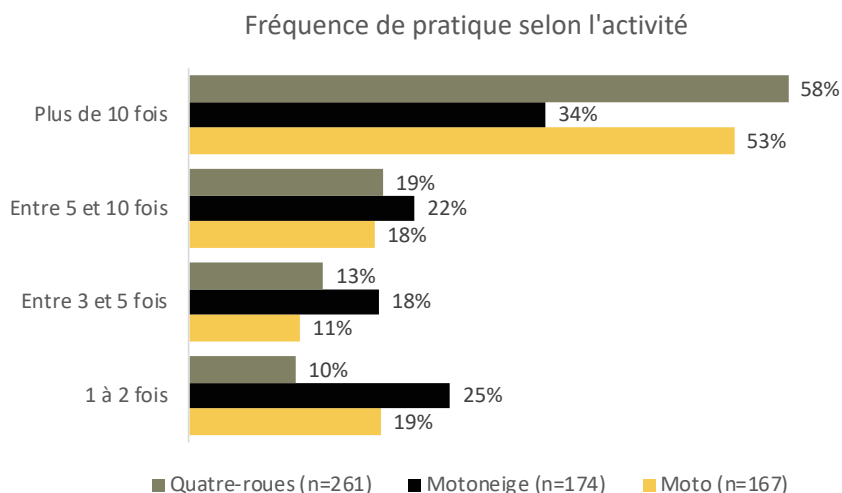


- Plus de 60 % des répondants pratiquent régulièrement au moins l'une des activités mentionnées;
- On note un intérêt à essayer au moins l'une des activités auprès de 20 % de l'échantillon constitué de personnes qui n'ont jamais pratiqué l'une des trois activités.

Les questions suivantes font référence aux personnes qui pratiquent régulièrement au moins l'une des trois activités.

1. Fréquence de pratique





- Près de la moitié (45 %) des répondants ne pratiquent pas la moto;
- Parmi ceux qui en font, plus de la moitié (53 %) sortent souvent (plus de 10 fois par an) contre 19 % qui sortent une à deux fois par an.

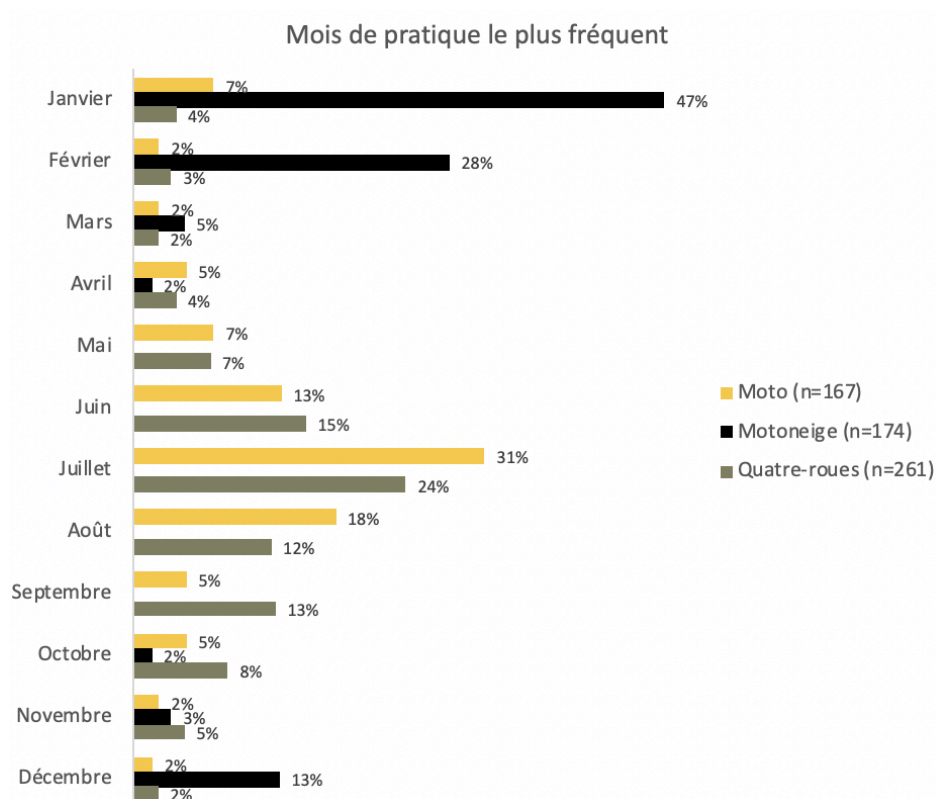


- 42 % des répondants ne pratiquent pas la motoneige;
- Par contre, parmi ceux qui en font, 34 % pratiquent cette activité plus de 10 fois par année et 22 % d'entre eux la pratiquent entre 5 et 10 fois par an;
- Un quart des motoneigistes sortent seulement une à deux fois par an.



- Le quatre-roues semble plus populaire puisque seuls 13 % ne pratiquent pas cette activité;
- Parmi les quadistes, ce sont 58 % qui pratiquent l'activité plus de 10 fois par an et 19 % entre 5 et 10 fois.

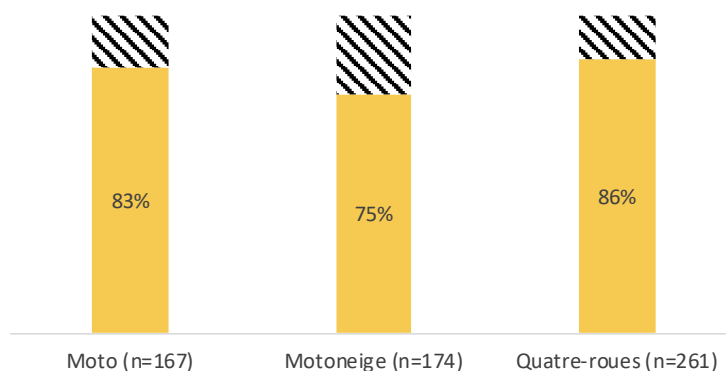
2. Mois de pratique



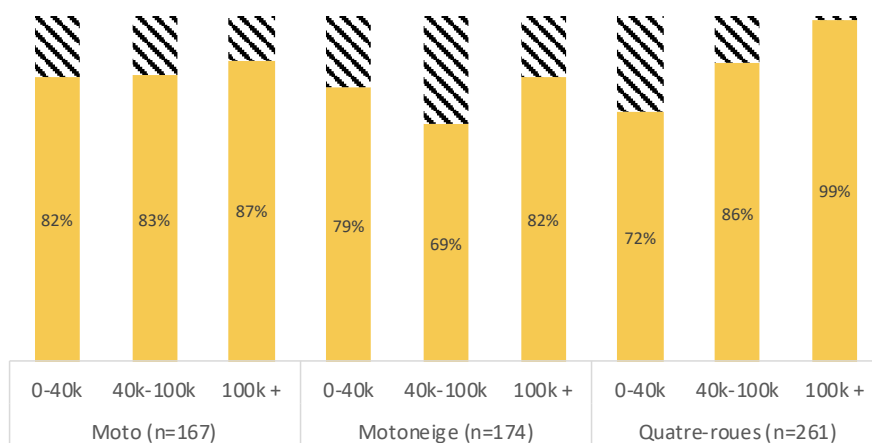
- La moto est surtout pratiquée au cours des mois de juillet (31 %) et août (18 %);
- Fait intéressant, les pratiquants de quatre-roues sont actifs toute l'année, mais privilégient la saison estivale et automnale. D'ailleurs, plus d'un quart des quadistes ayant entre 45 et 54 ans (27 %) pratique au mois de septembre. Cette proportion est plus faible pour les autres tranches d'âge.
- La motoneige se pratique naturellement durant les mois de janvier (45 %), février (26 %) et décembre (12 %).

3. Équipement

Possession de l'équipement propre à l'activité

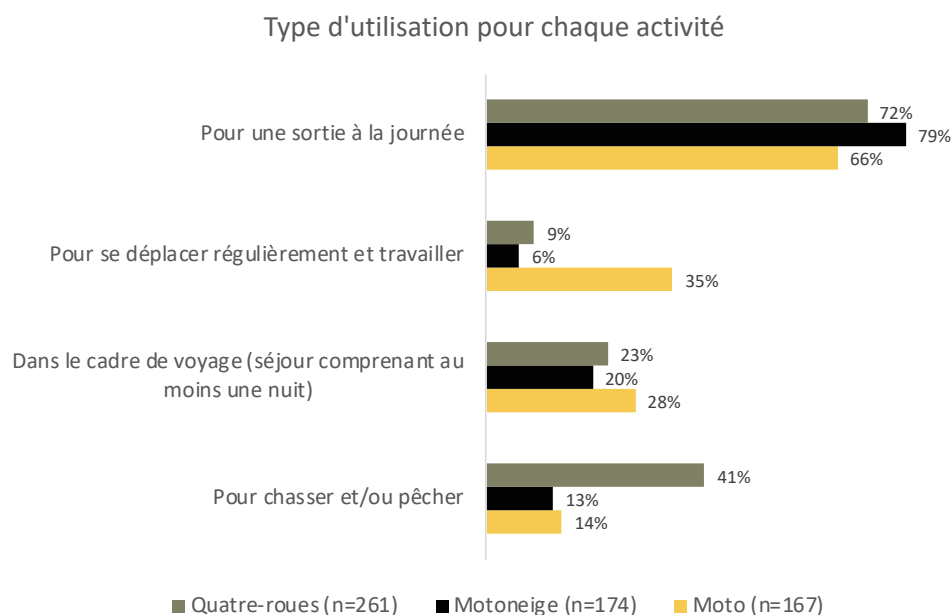


Possession de l'équipement selon le revenu



- La majorité des pratiquants de chaque activité possède son propre équipement;
- Ni l'âge ni le revenu ne semblent être des facteurs déterminants dans la possession de motoneige, de moto ou de quatre-roues;
- La quasi-totalité des quadistes ayant un revenu supérieur à 100 000 \$ (99 %) possède un quatre-roues.

4. Type d'utilisation

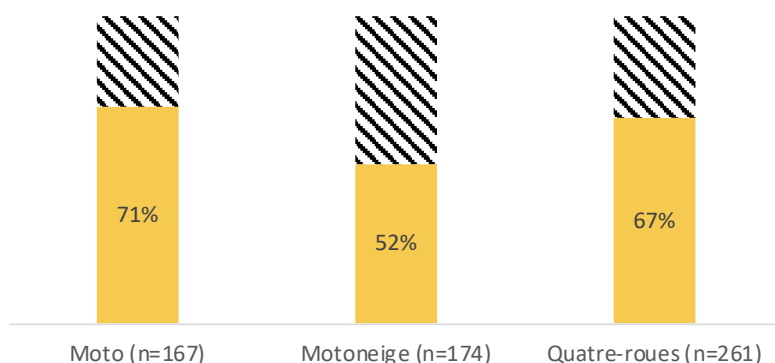


- Les motocyclistes utilisent leur moto pour se déplacer régulièrement (35 %), ce qui n'est pas le cas des pratiquants de motoneige (6 %) et de quatre-roues (9 %);
- Les répondants pratiquent surtout la moto, la motoneige ou le quatre-roues au cours d'une sortie à la journée;
- Parmi les pratiquants de quatre-roues, 41 % d'entre eux l'utilisent notamment pour chasser et/ou pêcher;
- Fait significatif, une part importante (entre 20 % et 28 %) des adeptes utilisent leur engin motorisé dans le cadre de séjours touristiques.

PRATIQUE EN VOYAGE

1. Voyage dédié à l'activité

Voyage dédié à l'activité, effectué au cours des trois dernières années incluant une nuit en dehors du domicile



La plupart des adeptes de chacune des activités ont effectué au moins un voyage au cours des trois dernières années. Voici leurs caractéristiques de façon plus précise :

- Parmi les motocyclistes ayant déjà visité la Gaspésie, 85 % ont effectué un voyage de moto au cours des trois dernières années contre 74 % des motoneigistes et 70 % des quadistes;



- On note que 84 % des motocyclistes qui font des voyages en moto en effectuent en moyenne 5 ou plus au cours d'une année;
- Les motocyclistes de la Nouvelle-Écosse sont plus susceptibles (76 %) d'avoir effectué un voyage à moto au cours des trois dernières années.
- Les deux tiers des motocyclistes ayant effectué un voyage à motoneige au cours des trois dernières années se montrent intéressés ou très intéressés par un forfait.



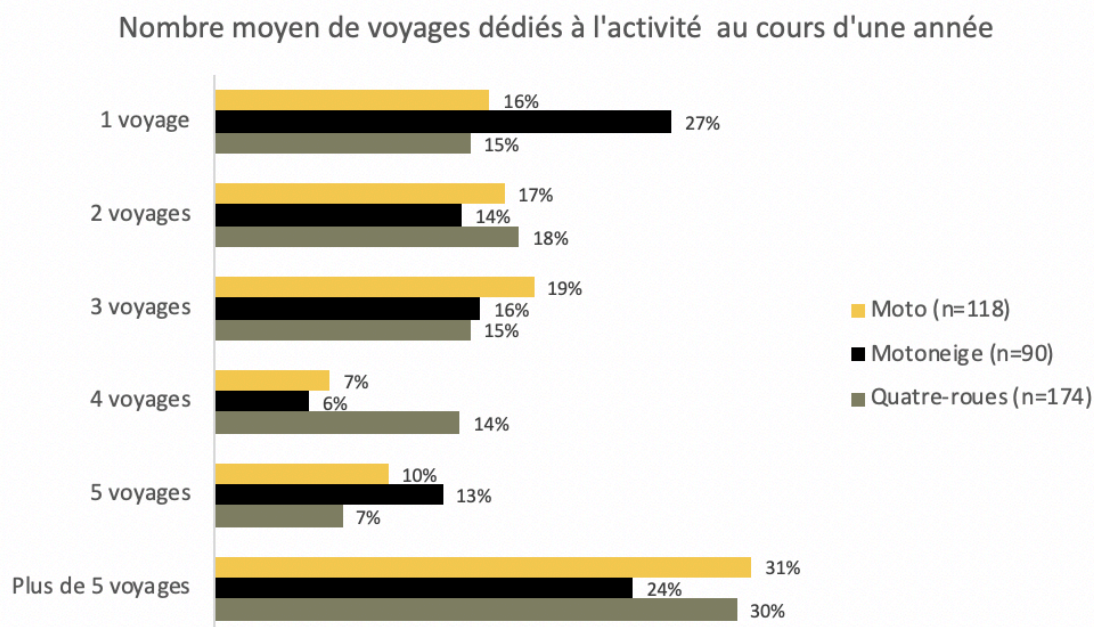
- Plus de la moitié des motoneigistes (52 %) ont effectué des voyages dédiés au cours des trois dernières années;
- Plus de 64 % d'entre eux se montrent intéressés ou très intéressés par un forfait.



- Une grande majorité des quadistes (67 %) a déjà effectué un voyage dédié au cours des trois dernières années;
- Parmi les quadistes très intéressés par un forfait, 71 % ont déjà effectué un voyage de quatre-roues au cours des trois dernières années;
- Le segment des 25-34 ans est le plus susceptible (77 %) d'avoir effectué un voyage dédié au quad au cours des trois dernières années.

2. Nombre moyen de voyages effectués au cours d'une année

Les données suivantes font référence aux répondants effectuant des voyages dédiés au cours d'une année.



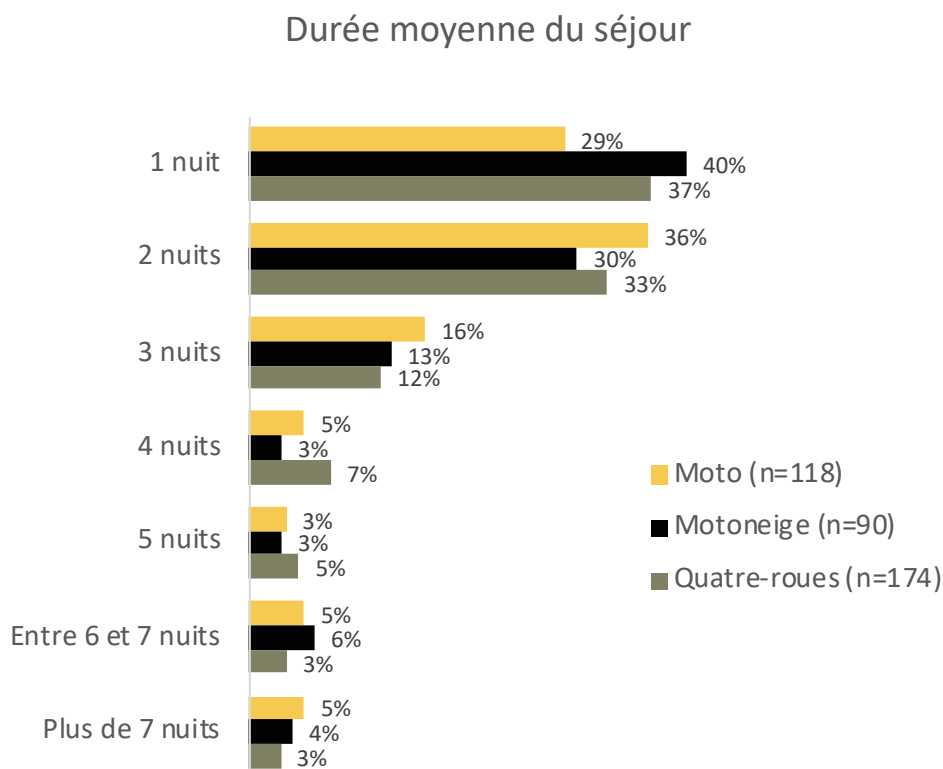
- M**

 - Plus de la moitié (52 %) réalisent entre 1 et 3 voyages par année, mais plus du tiers (31 %) voyagent plus souvent à l'extérieur de son domicile (5 fois ou plus);
 - Plus de 62 % des adeptes assidus semblent intéressés ou très intéressés par un forfait.
- M
N**

 - Les motoneigistes sont presque autant à voyager peu (27 % ne réalisent qu'un seul voyage) que souvent (24 % réalisent plus de 5 voyages);
 - Le revenu ne semble pas être un frein pour effectuer de nombreux voyages de motoneige : 31 % des motoneigistes ayant un revenu de moins de 40 000 \$ effectuent plus de 5 voyages par an comparativement à 19 % de ceux gagnant plus de 100 000 \$ par an;
 - Ce sont surtout les motoneigistes qui font un seul voyage par année qui se montrent les plus intéressés à profiter d'un forfait (59 %).
- Q-
R**

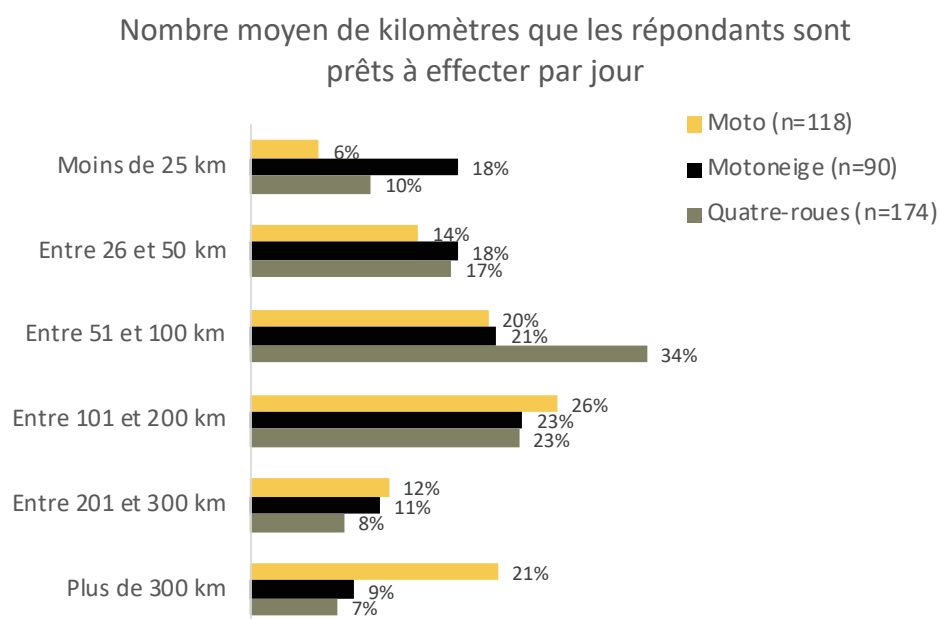
 - Les adeptes de quatre-roues voyagent plus souvent que les autres. La majorité (51 %) font 4 voyages ou plus par année;
 - Les quadistes qui effectuent plus de cinq voyages par an sont les plus intéressés à profiter de forfaits (70 %).

3. Durée moyenne du séjour



- La plupart des adeptes, toutes activités confondues, réalisent des courts séjours soit entre une ou deux nuits à chaque fois;
- Néanmoins, une part non négligeable de ces adeptes réalisent en moyenne des séjours de 3 nuits;
- Pour les séjours un peu plus longs (entre 4 et 7 nuits), ce sont les quadistes les plus représentés (15 %), puis les motocyclistes (13 %) et les motoneigistes (12 %).

4. Nombre moyen de kilomètres par jour



- Chez les motocyclistes, on remarque une plus grande propension à réaliser davantage de kilomètres puisque plus du quart (26 %) se dit prêt à faire entre 101 et 200 km et 21 % d'entre eux plus de 300 km ;

- Près des trois quarts des motocyclistes disposés à parcourir plus de 200 km se disent intéressés ou très intéressés par un forfait.



- Environ 75 % des motoneigistes réalisant moins de 25 km se disent intéressés ou très intéressés par un forfait ;
- Une majorité de motoneigistes ne sont pas prêts à parcourir plus de 100 km par jour (57 %) alors que le segment des grands voyageurs (200 km et plus) représente 20 % de la clientèle ;

- Les motoneigistes qui font les plus longs trajets sont aussi ceux qui ont tendance à faire le plus de voyages de motoneige annuellement.



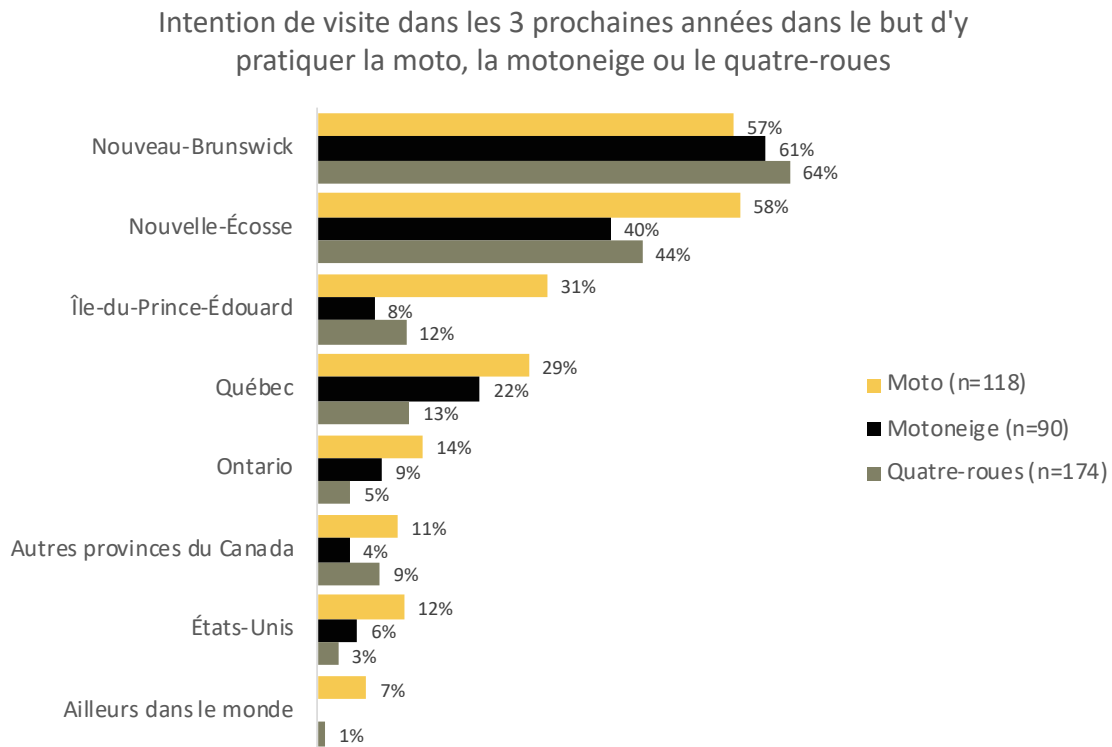
- Plus du tiers des pratiquants de quatre-roues (34 %) sont prêts à faire entre 51 et 100 km par jour ;

- Le segment des amateurs de longue distance (plus de 200 km) représente 15 % de la clientèle ;

- Les quadistes prêts à dépasser les 200 km sur une journée sont les plus intéressés (74 %) à profiter d'un forfait.

5. Intention de voyage dans les trois prochaines années

Pour cette question, il a été demandé aux répondants de ne pas tenir compte de la pandémie de Covid-19 et de répondre en fonction d'un contexte normal de planification de voyage.



De façon générale, les répondants favorisent davantage les voyages dans leur propre province pour chacune des activités.

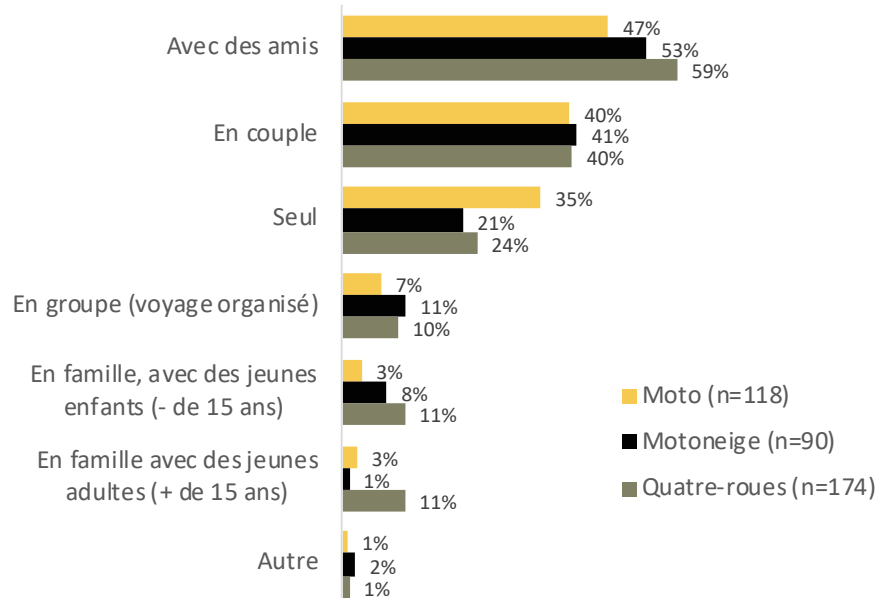
- Quelque 57 % des motocyclistes, 61 % des motoneigistes et 64 % des quadistes ont l'intention de visiter le Nouveau-Brunswick au cours des trois prochaines années;
- Plus de la moitié des motocyclistes (58 %) a l'intention de visiter la Nouvelle-Écosse;
- La Nouvelle-Écosse est la deuxième région la plus populaire comme destination de voyage pour les motoneigistes (40 %) et les quadistes (44 %);

Et pourtant!

- Les motocyclistes se montrent très enclins à découvrir plusieurs destinations de voyages en moto. Ils se montrent d'ailleurs les plus intéressés à visiter le Québec (29 %). Parmi eux, les 25-34 ans semblent les plus curieux, suivis des 45-54 ans;
- Les motoneigistes sont également plus intéressés (22 %) que les quadistes (13 %) à venir découvrir le Québec prochainement.

6. Composition du groupe lors de la pratique des activités

Type d'accompagnateurs pour pratiquer l'activité au cours du prochain voyage



- En général, les répondants comptent pratiquer leur activité avec des amis lors du prochain voyage, particulièrement dans le cas des quadistes (59 %) et des motoneigistes (53 %);
- Une forte proportion des répondants estime également pratiquer leur activité en couple au cours du prochain voyage;
- Les quadistes sont les plus susceptibles d’emmener leurs enfants;
- D’une manière générale, les plus jeunes (18-24 ans) sont ceux qui prévoient le plus de voyager en groupe (voyage organisé).



- Plus du tiers des motocyclistes (35 %) pratiqueront la moto seul lors de leur prochain voyage (et 40 % pour ceux ayant l’intention de visiter le Québec);
- Environ 15 % des motocyclistes âgés de 18 à 24 ans opteront pour un groupe organisé;



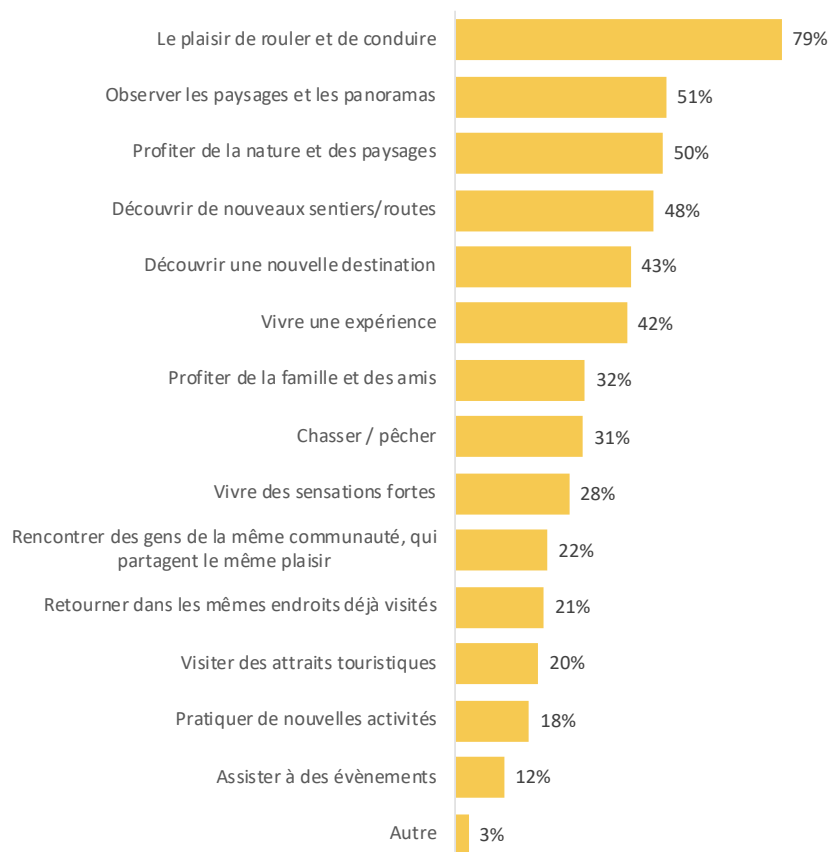
- Un quart des motoneigistes âgés de 18 à 24 ans pratiquera en groupe organisé;
- Plus de 71 % des motoneigistes ayant l’intention de visiter le Québec le feront avec des amis.



- **Le quatre-roues est une activité qui semble attirer les familles puisque 22 % des pratiquants le feront en famille avec enfants ou jeunes adultes;**
- **Parmi les jeunes quadistes (18-24 ans), 19 % feront leur prochain voyage en groupe.**

7. Motivations principales

Principales motivations de la pratique de la motoneige, de la moto ou du quatre-roues au cours d'un voyage (n=228)



- **Le plaisir de rouler et de conduire constitue la principale source de motivation (79 %) de voyage de moto, de motoneige ou de quatre-roues;**
- **Les adeptes des plus longues distances montrent un plus grand intérêt à rencontrer des gens de la même communauté, qui partagent le même plaisir;**
- **Les répondants prêts à parcourir plus de 100 km par jour sont également plus motivés (28 %) par la visite des attractions touristiques que les autres (14 %);**

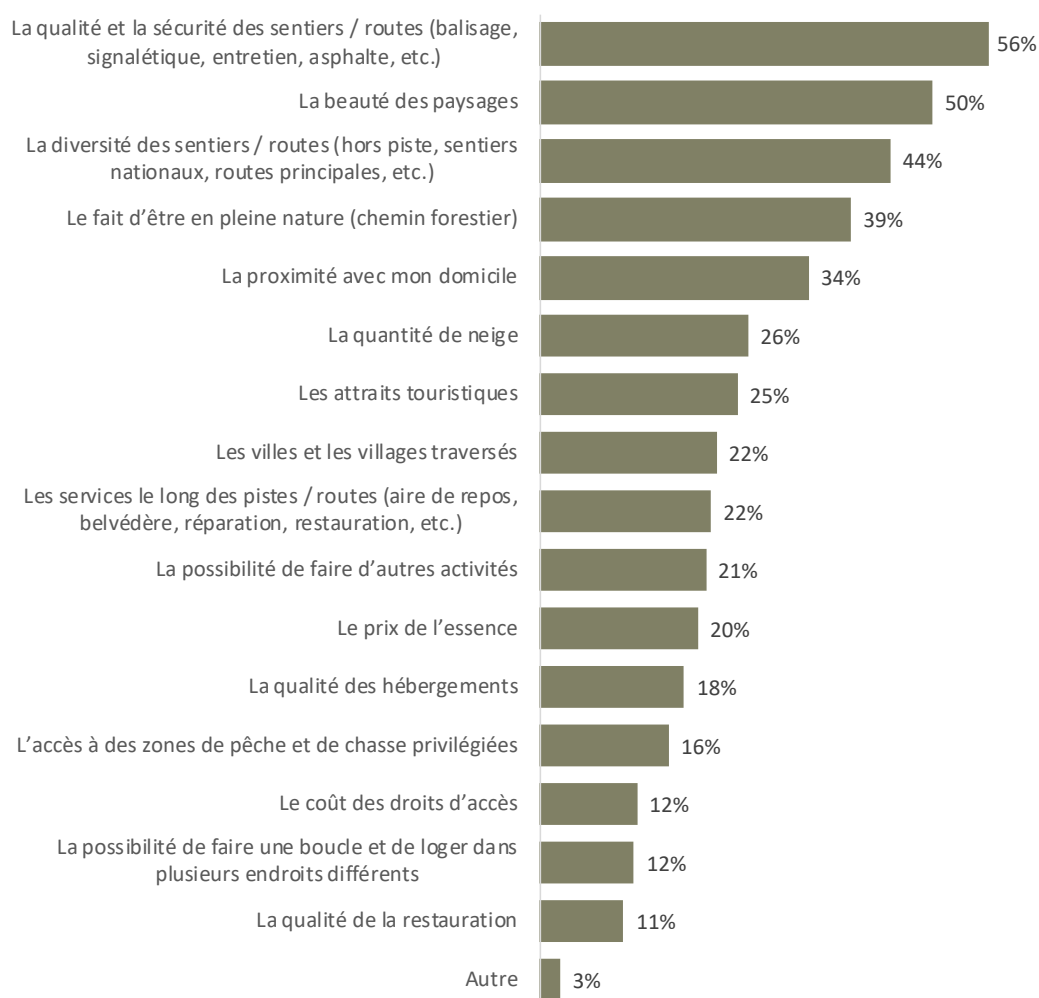
- La même constatation est faite en ce qui concerne la motivation à assister à des événements : 18 % pour ceux enclins à parcourir plus de 100 km par jour comparativement à 6 % pour les autres ;
- Parmi les personnes étant très intéressées à profiter d'un forfait, 66 % indiquent l'observation des paysages et des panoramas comme motivation lors d'un voyage.

Principales motivations à pratiqué l'activité au cours d'un voyage des personnes ayant indiqué un très fort intérêt à profiter d'un forfait (n=71)



8. Principaux critères de sélection d'une destination ou d'un itinéraire

Principaux critères pour choisir une destination et un itinéraire (n=301)



- Les répondants accordent une grande importance à la qualité et la sécurité des sentiers et des routes pour le choix de leur destination de voyage (56 %);
- Ce critère est d'autant plus important chez les motoneigistes (63 %) et les quadistes (60 %) tandis que les motocyclistes l'ont mentionné à 51 %;
- On remarque que 34 % des répondants indiquent la proximité de leur domicile dans leurs critères principaux de choix;
- Les grands voyageurs (5 fois et plus) sont aussi ceux qui considèrent le plus la possibilité de faire une boucle comme un critère important (24 %) contre 9 % chez ceux qui effectuent 1 ou 2 voyages par année;
- Les adeptes de 65 ans et plus indiquent la beauté des paysages (62 %) comme critère le plus important;

- Les services le long des pistes sont importants aux yeux des 55-64 ans (41 %) et des plus de 65 ans (34 %), comparativement à seulement 13 % pour les 18-24 ans et 18 % pour les 25-34 ans;
- La possibilité de faire une boucle est bien plus considérée par les 45-54 ans (28 %) que pour les autres tranches d'âge (25-34 ans : 7 %/55-64 ans : 15 %);
- La qualité et la sécurité des sentiers sont moins mentionnées par les répondants de 65 ans et plus (48 %) que par les 18-24 ans (60 %) comme critère de choix;
- La beauté des paysages (56 %), la diversité des sentiers/routes (48 %), la qualité et la sécurité des sentiers/routes (46 %) et la qualité des hébergements (43 %) sont les critères de décision les plus importants pour les répondants ayant l'intention de visiter le Québec dans les trois prochaines années;
- Les répondants ayant l'intention de visiter le Québec prochainement mentionnent également à 29 % la qualité de la restauration et à 22 % le coût des droits d'accès comme critères décisionnels pour le choix de leur destination ou itinéraire.

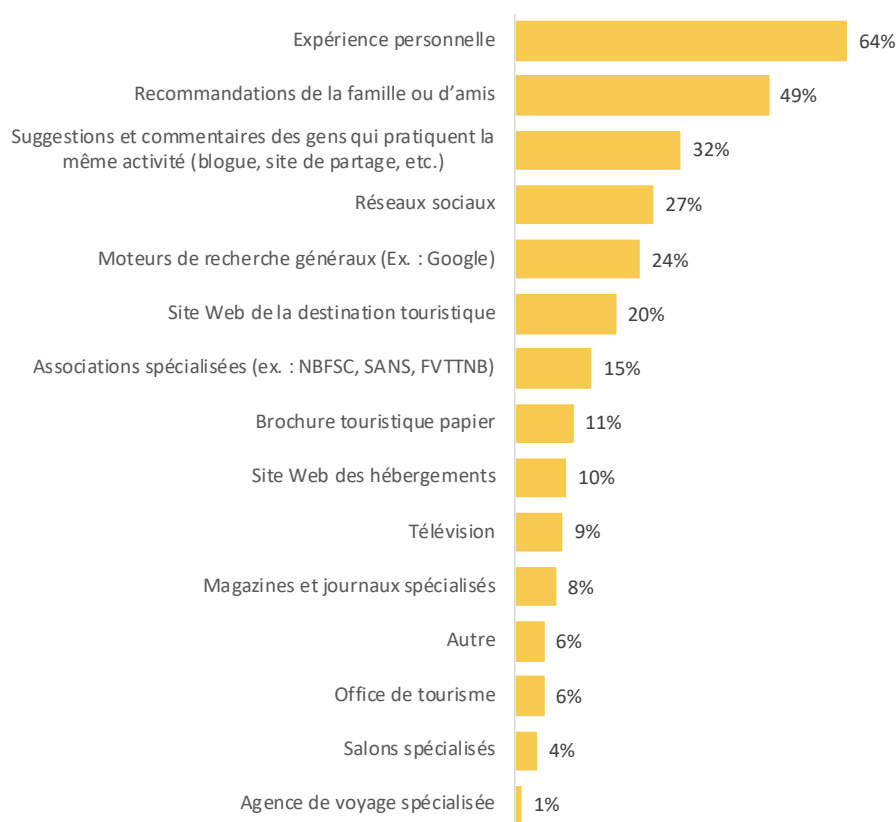
Principaux critères pour choisir une destination et un itinéraire les répondants ayant un très fort intérêt à profiter d'un forfait (n=87)



- On remarque que les répondants étant très intéressés à profiter d'un forfait ont mentionné comme principaux critères de choix, la qualité et la sécurité des routes/sentiers (66 %) la beauté des paysages (60 %), la diversité des sentiers/routes (49 %) et le fait d'être en pleine nature (47 %).

9. Éléments d'inspiration pour une sortie ou un voyage en moto, motoneige ou quatre-roues

Éléments utilisés pour s'inspirer à faire une sortie ou un voyage à moto, motoneige ou quatre-roues (n=301)

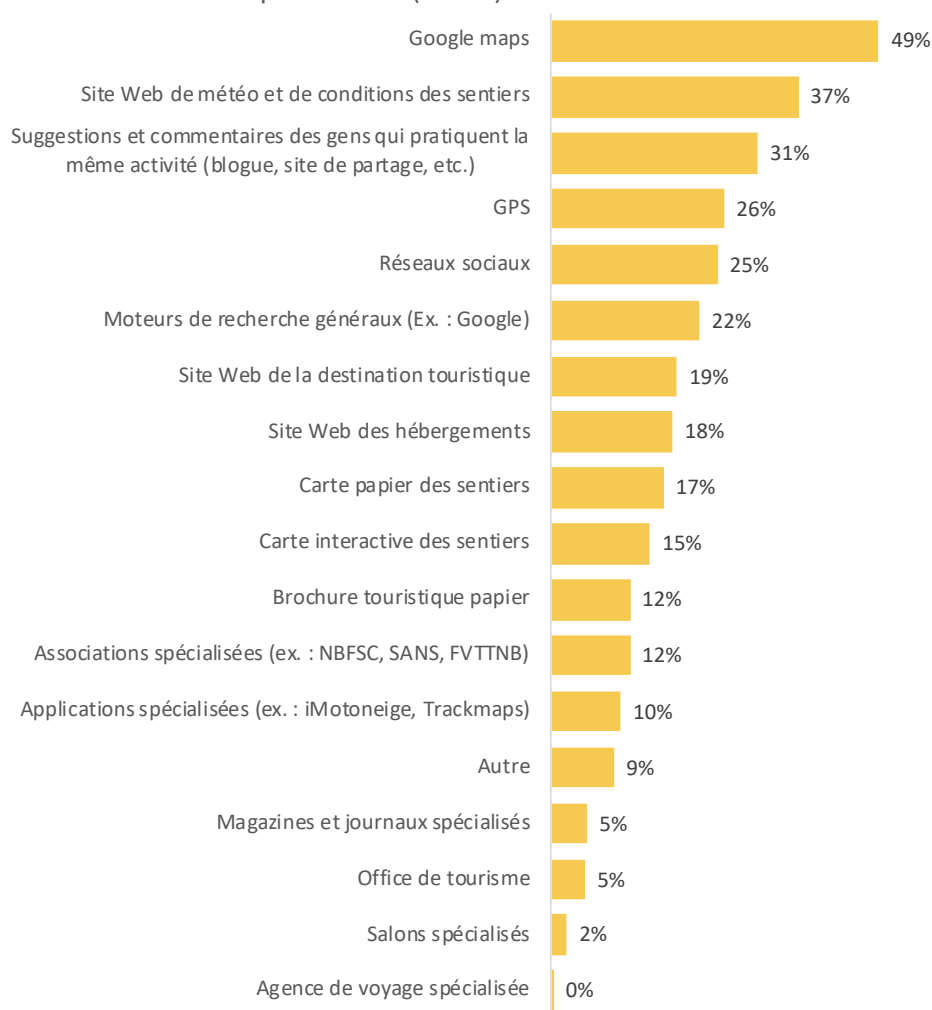


- Une grande part (64 %) s'inspire de leur propre expérience pour faire une sortie à moto, motoneige ou quatre-roues;
- Le bouche-à-oreille porte également une place importante dans l'inspiration des pratiquants puisque 49 % d'entre eux s'orientent grâce aux recommandations de la famille ou des amis et 32 % grâce aux commentaires de personnes pratiquant la même activité;
- Notons que 27 % des répondants qui font de la moto consultent le site Web de la destination touristique contre seulement 16 % des quadistes et 20 % des motoneigistes;

- Les répondants qui voyagent le plus (5 voyages et plus par an) sont aussi ceux qui se tournent le plus vers des sources d'informations spécialisées : associations spécialisées (24 %), offices de tourisme (11 %) ou salons spécialisés (9 %).

10. Éléments de planification pour une sortie ou un voyage de moto, motoneige ou quad

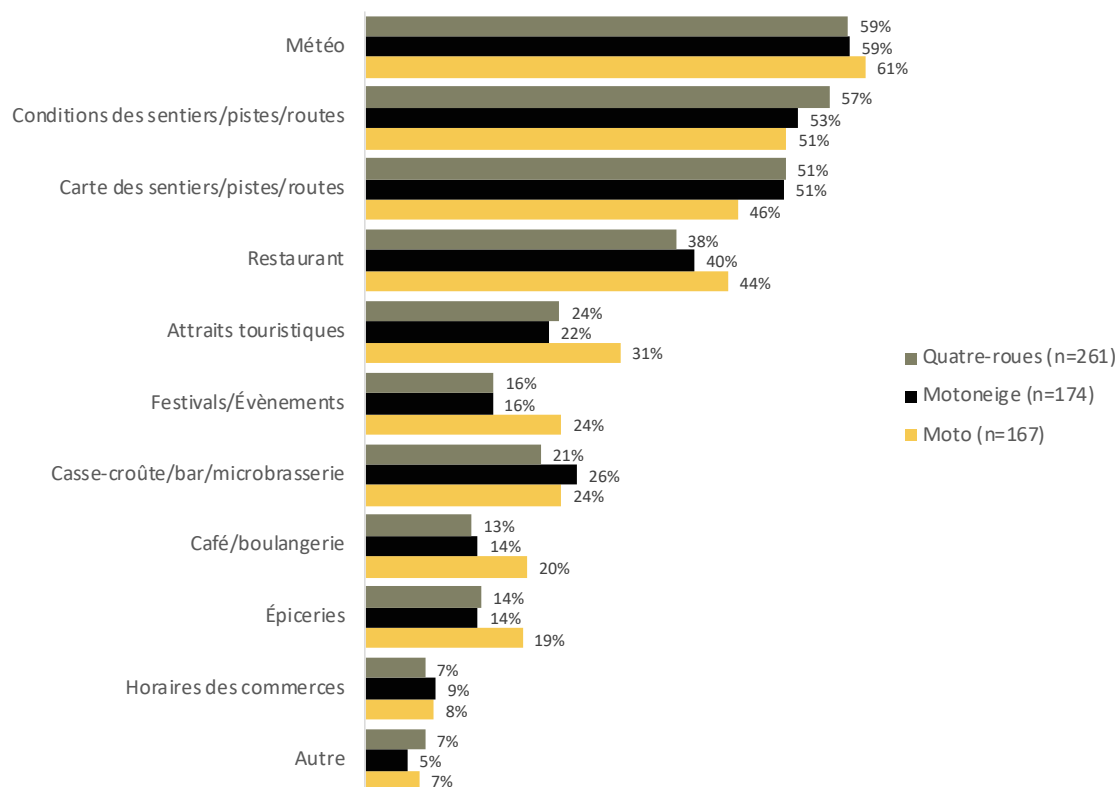
Éléments utilisés pour planifier une sortie ou un voyage à moto, motoneige ou quatre-roues (n=301)



- Google Maps est l'outil le plus utilisé par les répondants pour planifier leurs sorties ou voyages (49 %);
- La météo et les conditions des sentiers occupent une place importante dans la planification (37 %);
- Les motocyclistes utilisent également un GPS lors de la planification de leurs sorties ou voyages à moto (33 %);
- Les grands voyageurs (5 voyages et plus dans l'année) ont plus tendance à utiliser des sources de planification spécialisées : associations spécialisées (20 %), applications spécialisées (17 %), magazines et journaux spécialisés (10 %).

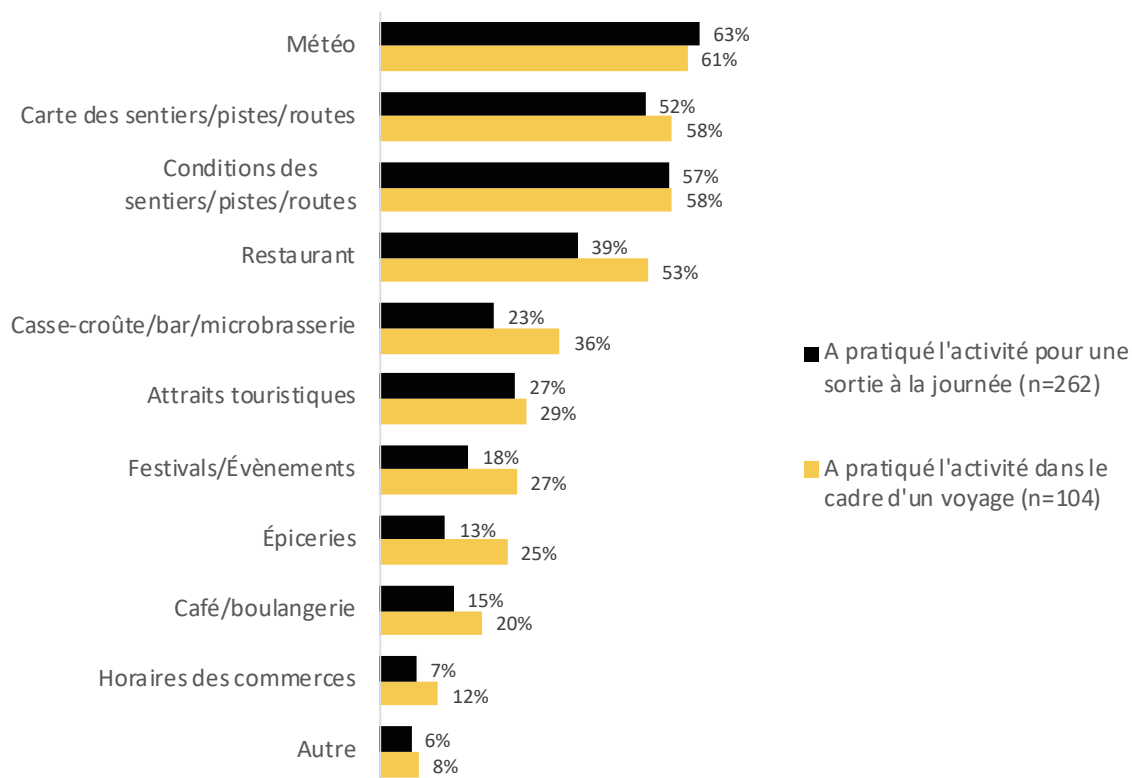
11. Informations les plus recherchées en voyage

Informations les plus souvent recherchées au cours d'un voyage à moto, motoneige ou quatre-roues



- La météo est l'élément d'information le plus recherché lors des voyages (60 %);
- Les informations à propos de la météo sont des éléments recherchés en priorité aussi bien par les répondants ayant pratiqué leur activité au cours d'une sortie à la journée (63 %) ou lors d'un voyage (61 %);
- Pour les motocyclistes, les restaurants (44 %), ainsi que les différents attrait touristique (31 %), les festivals et évènements (24 %) et les commerces d'alimentation (épicerie et café/boulangerie) sont des éléments d'informations davantage recherchés que par les pratiquants des autres activités;
- Les fervents des voyages (5 et plus par an) recherchent davantage des casse-croustes/bars/microbrasseries (31 %) que les personnes qui voyagent moins souvent. C'est également le cas pour les épicerie (23 %).

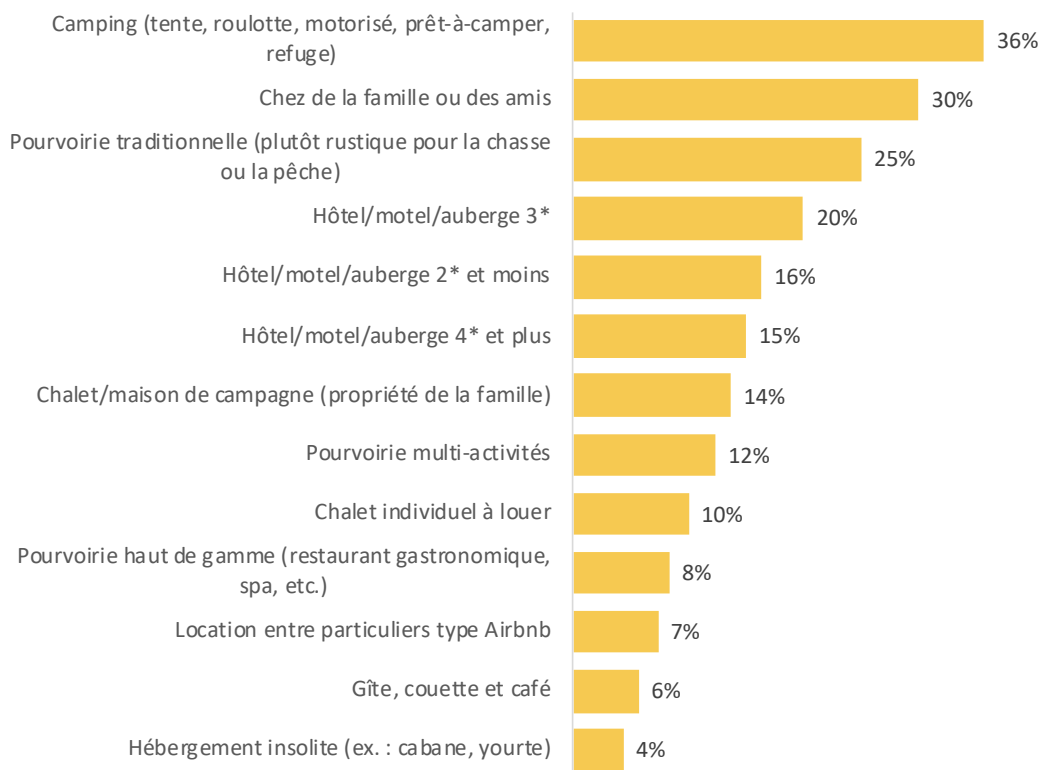
Informations les plus recherchées au cours d'un voyage à motoneige, moto ou quatre-roues



- L'information à propos de la restauration (53 %) et des casse-croûtes/bars/microbrasseries (36 %) est plus recherchée par les répondants ayant pratiqué une activité dans le cadre d'un voyage que ceux qui sont sortis pour la journée ;
- Les répondants ayant pratiqué une activité lors d'un voyage recherchent plus d'informations à propos des commerces d'alimentation (épicerie et café/boulangerie) et des festivals/événements que ceux ayant pratiqué une activité au cours d'une journée.

12. Types d'hébergements préférés lors d'un voyage de moto, motoneige ou quatre-roues

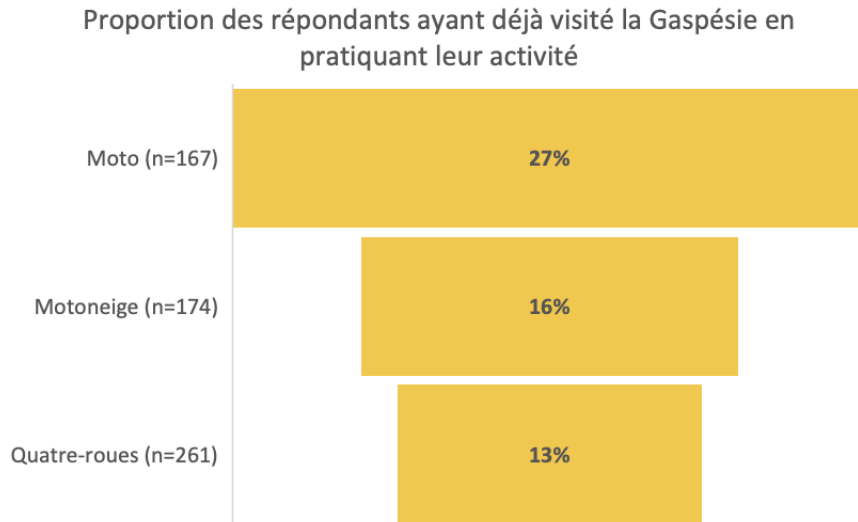
Types d'hébergements préférés lors d'un voyage de moto, motoneige ou quatre-roues | 3 choix possibles (n=301)



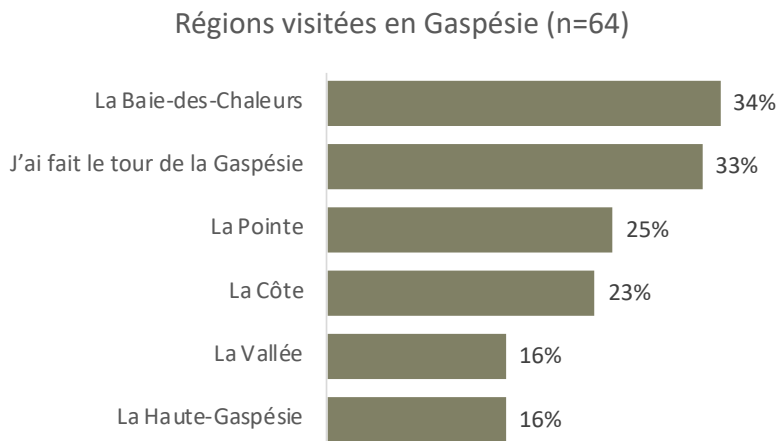
- Le camping est le type d'hébergement préféré par les répondants (36 %);
- Les motoneigistes adoptent souvent un hébergement dans la catégorie du camping, notamment des prêt-à-camper, des roulettes ou des refuges (42 %);
- Les répondants ayant un plus fort revenu (plus de 100 000 \$ par an) préfèrent davantage les pourvoiries haut de gamme (16 %) ainsi que les chalets individuels (18 %);
- Les répondants qui ont un revenu moyen (40 000 \$ à 100 000 \$) fréquentent plus les pourvoiries traditionnelles rustiques (32 %);
- Les adeptes qui ont l'intention de visiter le Québec pour pratiquer leur activité au cours des trois prochaines années préfèrent le camping (35 %), les hôtels/motels/auberges 3 étoiles (32 %) et les hôtels/motels/auberges 4 étoiles et plus (30 %).

EXPÉRIENCE DE LA GASPÉSIE OU INTÉRÊT À VENIR VISITER LA DESTINATION

1. Connaissance de la Gaspésie



- Parmi les répondants, 27 % qui pratiquent la moto ont déjà visité la Gaspésie, 16 % dans le cas de la motoneige et 13 % pour le quatre-roues;
- 46 % des motocyclistes ayant l'intention de visiter le Québec au cours des 3 prochaines années dans le but de faire de la moto ont déjà visité la Gaspésie. C'est aussi le cas pour 37 % des motoneigistes et 31 % des adeptes du quatre-roues;
- La région la plus visitée est la Baie-des-Chaleurs (34 %), mais on note tout de même que 33 % ont fait le tour de la Gaspésie. Beaucoup ont tout de même poussés jusqu'à la Pointe et la Côte alors que la Vallée et la Haute-Gaspésie ont été moins visitées.

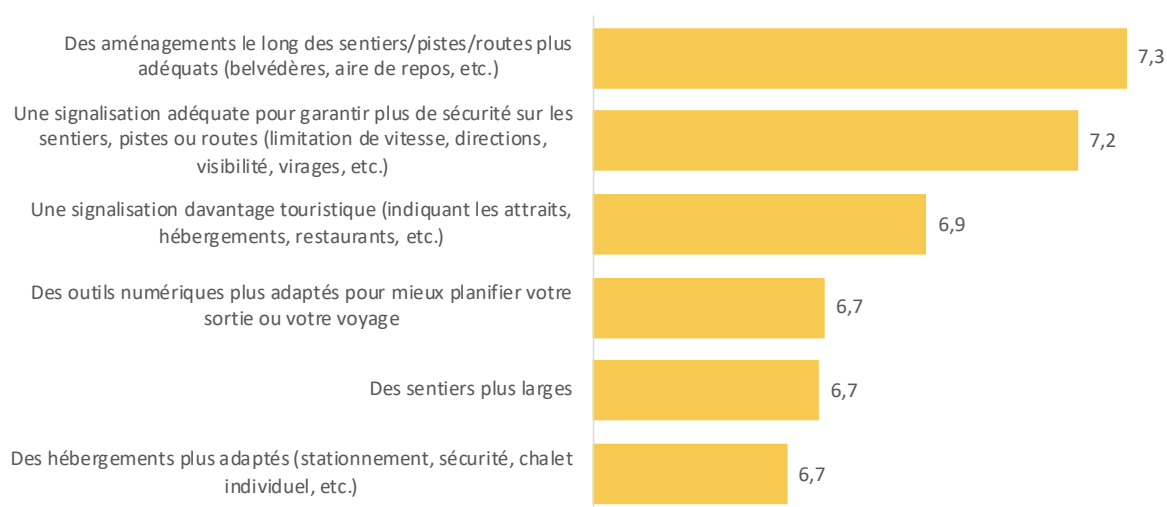


Les coups de cœur mentionnés par les personnes ayant visité la Gaspésie (n=64) sont (question ouverte) :

- Tout (sans précision) : 23 %;
- Percé/le Roché Percé : 13 %;
- La côte (sans précision) : 9 %;
- Faire de la moto : 9 %.

2. Intérêt général envers certains éléments en lien avec la pratique

Intérêt moyen sur 10 à bénéficier des éléments suivants par rapport à la pratique de la moto, motoneige ou quatre-roues (n=301)



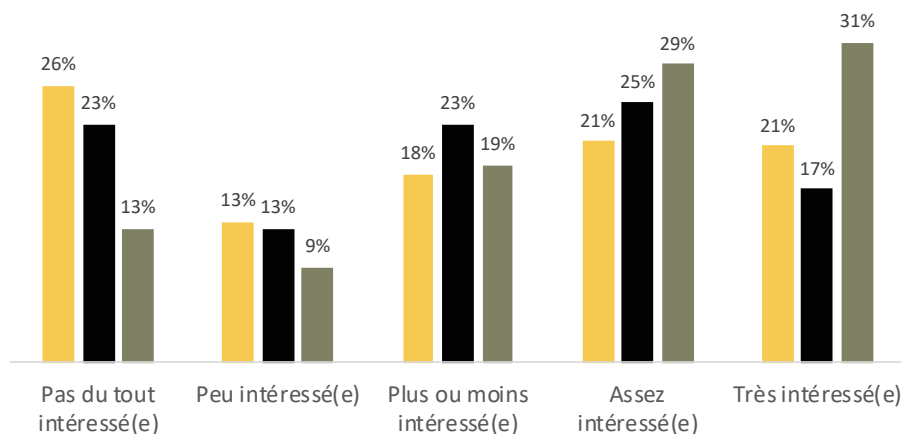
- Les répondants indiquent un fort intérêt pour bénéficier d'aménagements plus adéquats le long des sentiers/pistes/routes (7,3);
- Les motoneigistes et les quadistes accordent une plus grande importance à la signalisation et la sécurité;
- Les motocyclistes accordent une importance moins grande (6,8) à la signalisation touristique que les motoneigistes (7,1) et les quadistes (6,9).

INTÉRÊT ENVERS LA DESTINATION ET LES ACTIVITÉS

Les questions suivantes ont été posées aux personnes n'ayant jamais visité la Gaspésie en moto, motoneige ou quatre-roues.

1. Intérêt de visiter la Gaspésie en moto, motoneige ou quatre-roues

Intérêt pour visiter la Gaspésie en moto, motoneige ou quatre-roues (n=438)



- Environ 39 % des répondants se disent peu ou pas du tout intéressés à visiter la Gaspésie en moto (ce qui est compréhensible considérant le permis requis pour conduire une moto);
- L'intérêt à pratiquer la moto en Gaspésie demeure élevé (42 % assez ou très intéressés);
- L'intérêt est plus élevé chez les 55-64 ans : la moitié d'entre eux affiche un intérêt (32 % très intéressé; 18 % assez intéressé).



- La majorité des répondants montrent un intérêt à visiter la Gaspésie en motoneige (42 % très ou assez intéressé);
- 36 % demeurent peu intéressés.

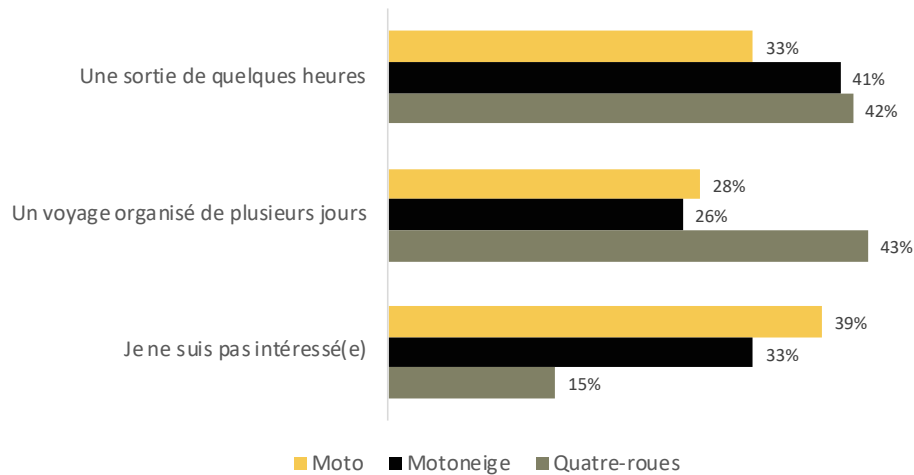
- Le quatre-roues semble un produit particulièrement attractif comme activité pour visiter la Gaspésie (60 % des répondants sont très ou assez intéressés);



- Seuls 22 % des répondants se disent peu ou pas du tout enclins à visiter la région en quatre-roues;
- Les 25-34 ans ont un très fort intérêt à visiter la Gaspésie en quatre-roues (40 %) et 36 % des 55-64 ans.
- Les personnes se laissant éventuellement tentées par un forfait sont motivées pour visiter la Gaspésie en quatre-roues (83 % très ou assez intéressés), en moto (60 %) et en motoneige (57 %).

2. Intérêt pour une sortie ou pour un voyage organisé

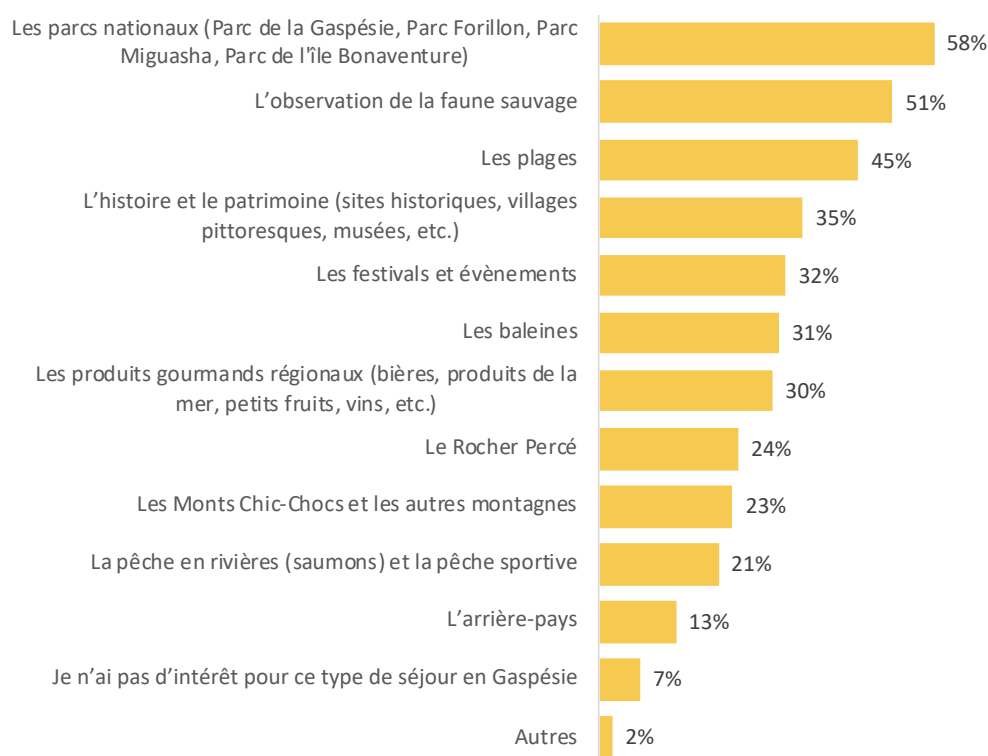
Intérêt pour un voyage organisé ou une sortie de quelques heures selon le type d'activité (n=438)



- M
 - Pour la pratique de la moto en Gaspésie, les répondants semblent moins intéressés par une sortie de quelques heures ou par un voyage organisé (39 % ne sont pas intéressés);
 - Un tiers des répondants seraient intéressés pour pratiquer la moto en Gaspésie au cours d'une sortie de quelques heures (33 %);
 - Les répondants ayant un intérêt pour profiter d'un forfait mentionnent être intéressés à pratiquer la moto lors d'un voyage organisé (42 %).
- M
N
 - Les répondants sont plutôt intéressés par une sortie de quelques heures (41 %);
 - Un tiers des répondants indique ne pas être intéressés du tout;
 - On note un intérêt presque équivalent pour pratiquer la motoneige lors d'une sortie (39 %) ou d'un voyage (37 %) chez les personnes motivées à profiter d'un forfait.
- Q-
R
 - Les répondants sont autant intéressés par un voyage organisé (43 %) que par une sortie de quelques heures (42 %) en quatre-roues;
 - Les 25-34 ans semblent plus intéressés par un voyage organisé que les autres tranches d'âge (59 %);
 - Parmi les personnes qui aimeraient profiter d'un forfait, la grande majorité (68 %) préfère un voyage organisé pour pratiquer le quatre-roues en Gaspésie.

3. Aspects prioritaires à découvrir dans le cas d'une visite en Gaspésie

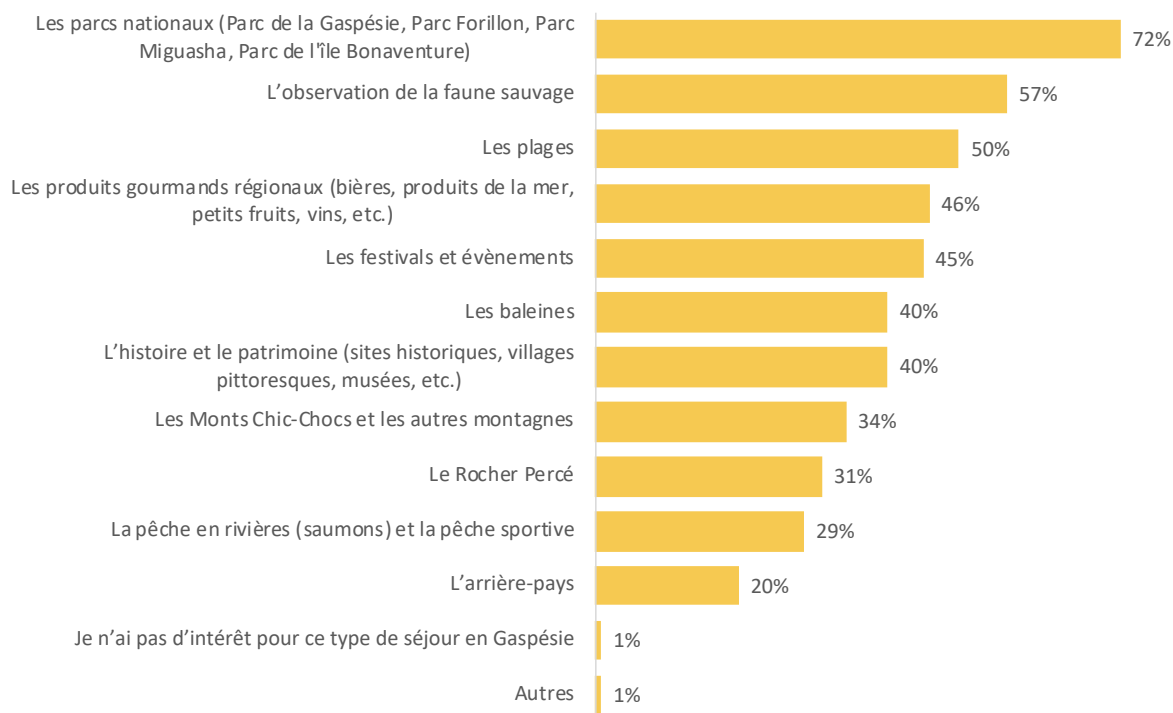
Aspects préférés à découvrir lors d'un éventuel séjour de moto, motoneige ou quatre-roues (n=438)



Dans le cadre d'un éventuel séjour de moto, motoneige ou quatre-roues en Gaspésie :

- Les répondants sont principalement intéressés à découvrir les parcs nationaux, la faune sauvage ainsi que les plages;
- L'histoire, le patrimoine, les festivals, les événements, les baleines et les produits gourmands arrivent tout de suite derrière;
- Les produits gourmands régionaux attirent grandement les 25-34 ans (44 %) ainsi que les 55-64 ans (46 %).

Aspects préférés à découvrir lors d'un éventuel séjour par les personnes très intéressées à profiter d'un forfait (n=122)

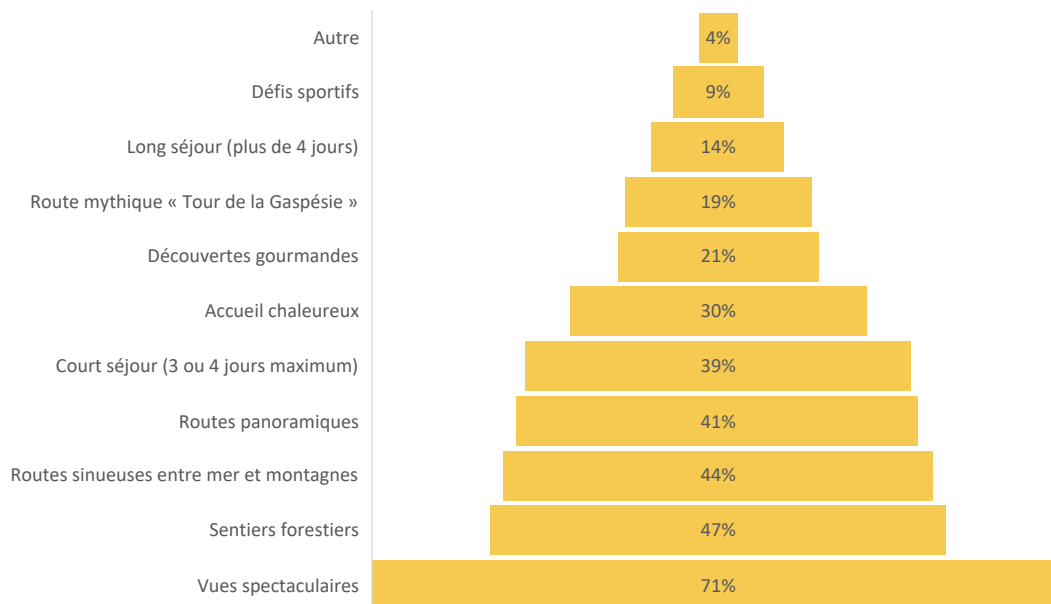


Si les répondants avaient la possibilité de profiter d'un forfait :

- Ils privilégieraient les parcs nationaux (72 %), l'observation de la faune sauvage (57 %), les plages (50 %) et les produits gourmands régionaux (46 %).

4. Synonymes d'une escapade en Gaspésie

Synonymes d'une escapade en Gaspésie en moto, motoneige ou quatre-roues (n=438)

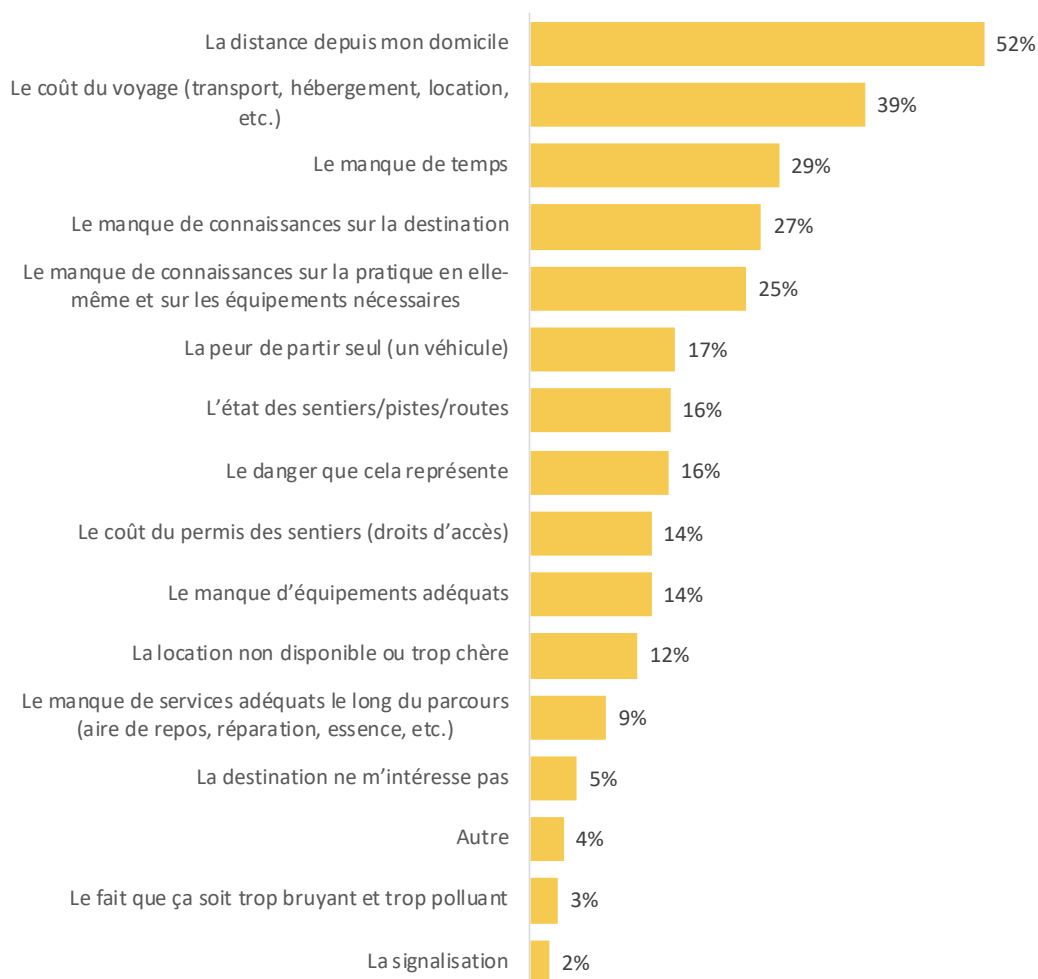


- Une éventuelle escapade en Gaspésie est synonyme de vues spectaculaires pour une plus grande proportion de répondants (71 %);
- Les sentiers forestiers viennent tout de suite après, puis les routes emblématiques entre mer et montagnes et celles offrant un panorama à couper le souffle;
- Près de 40 % ont mentionné le court-séjour lorsqu'ils pensent à la Gaspésie;
- Les 65 ans et plus mentionnent grandement les routes panoramiques (61 %);
- On note que 28 % des personnes qui sont très intéressées par un forfait mentionnent la route mythique comme synonyme d'escapade en Gaspésie.

Les questions suivantes ont été posées à l'ensemble des répondants.

FREINS À UN VOYAGE EN GASPÉSIE

Freins majeurs pour ne pas réaliser un voyage à moto, motoneige ou quatre-roues en Gaspésie (n=502)



- Sans surprise, la distance depuis le domicile (52 %) ainsi que le coût du voyage (39 %) sont les plus grands freins à effectuer un voyage en Gaspésie;
- Le manque de temps, mais aussi le manque de connaissances de la destination ont été mentionnés;
- Le manque de connaissances relatives à la pratique semble gêner près d'un quart (25 %) les répondants;
- L'état des sentiers ou des pistes/routes est un frein mentionné par 18 % des motoneigistes et 16 % des quadistes et des motocyclistes;
- Le coût du permis des sentiers est un frein pour 16 % des motoneigistes, 14 % des quadistes et pour 11 % des motocyclistes;

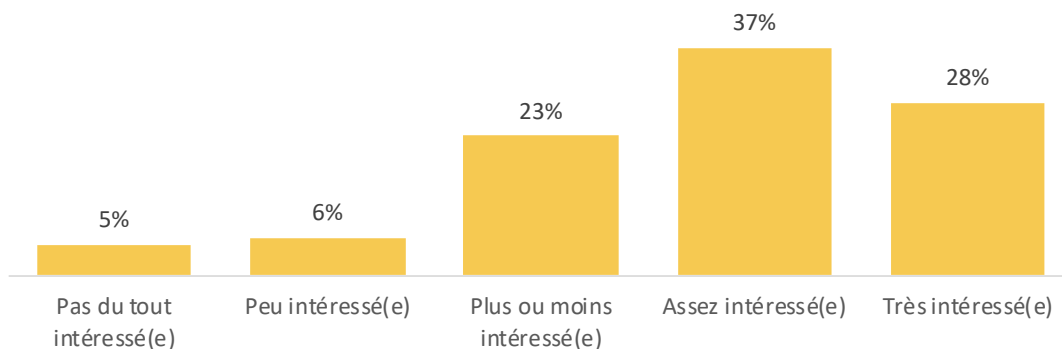
- Les résidents de l'Île-du-Prince-Édouard sont grandement freinés par le manque de connaissances sur la pratique en elle-même et sur les équipements nécessaires (44 %) et par le manque d'équipement adéquat (23 %);
- Un tiers des personnes ayant déjà visité la Gaspésie indiquent comme freins principaux le manque de temps suivi par la distance avec le domicile (31 %) puis l'état des sentiers/pistes/routes (23 %);
- Le coût du voyage a une incidence plus grande sur les personnes qui n'ont jamais visité la région (30 %) que sur celles qui l'ont déjà visitée (16 %);
- Les personnes qui ont un intérêt à bénéficier d'un forfait sont également freinées par le manque de services adéquats le long du parcours (15 %).

INCITATIFS POUR VENIR EN GASPÉSIE

1. Intérêt à profiter d'un forfait

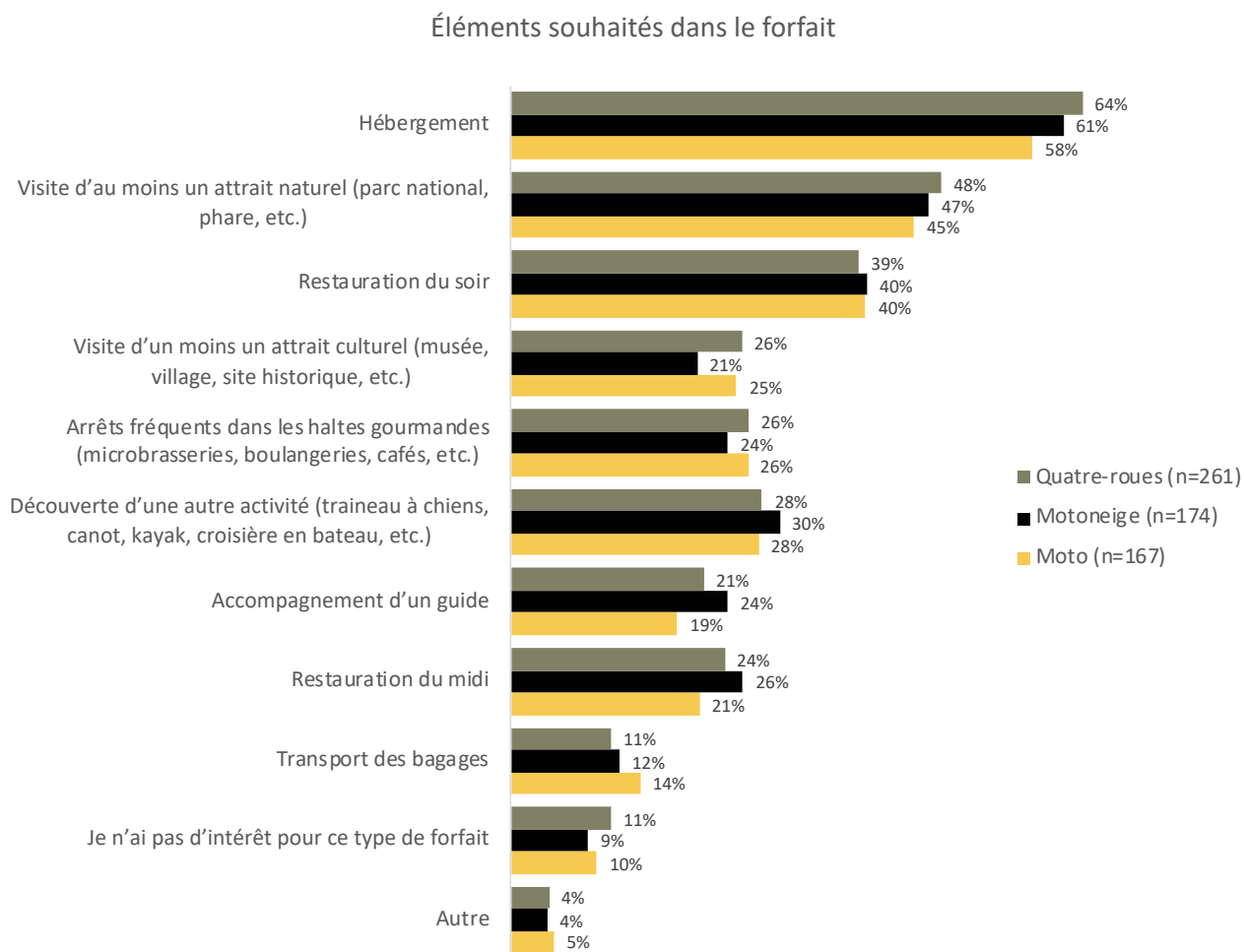
Les répondants ont été interrogés à propos de leur intérêt à pratiquer l'une des trois activités dans le cadre d'un forfait de 3 jours et 2 nuits où au moins la restauration et l'hébergement seraient inclus.

Intérêt à pratiquer la moto, la motoneige ou le quatre-roues dans le cadre d'un forfait de 3 jours / 2 nuits (n=502)



- Une forte majorité des répondants (65 %) indiquent être assez ou très intéressés par un forfait;
- La pratique d'une activité en particulier n'a pas d'incidence sur l'intérêt des répondants envers un forfait;
- Plus de 41 % des 25-34 ans sont très intéressés à profiter d'un forfait;
- Les 55-64 ans sont ceux qui sont le plus intéressés par un forfait (78 % très et assez intéressés).

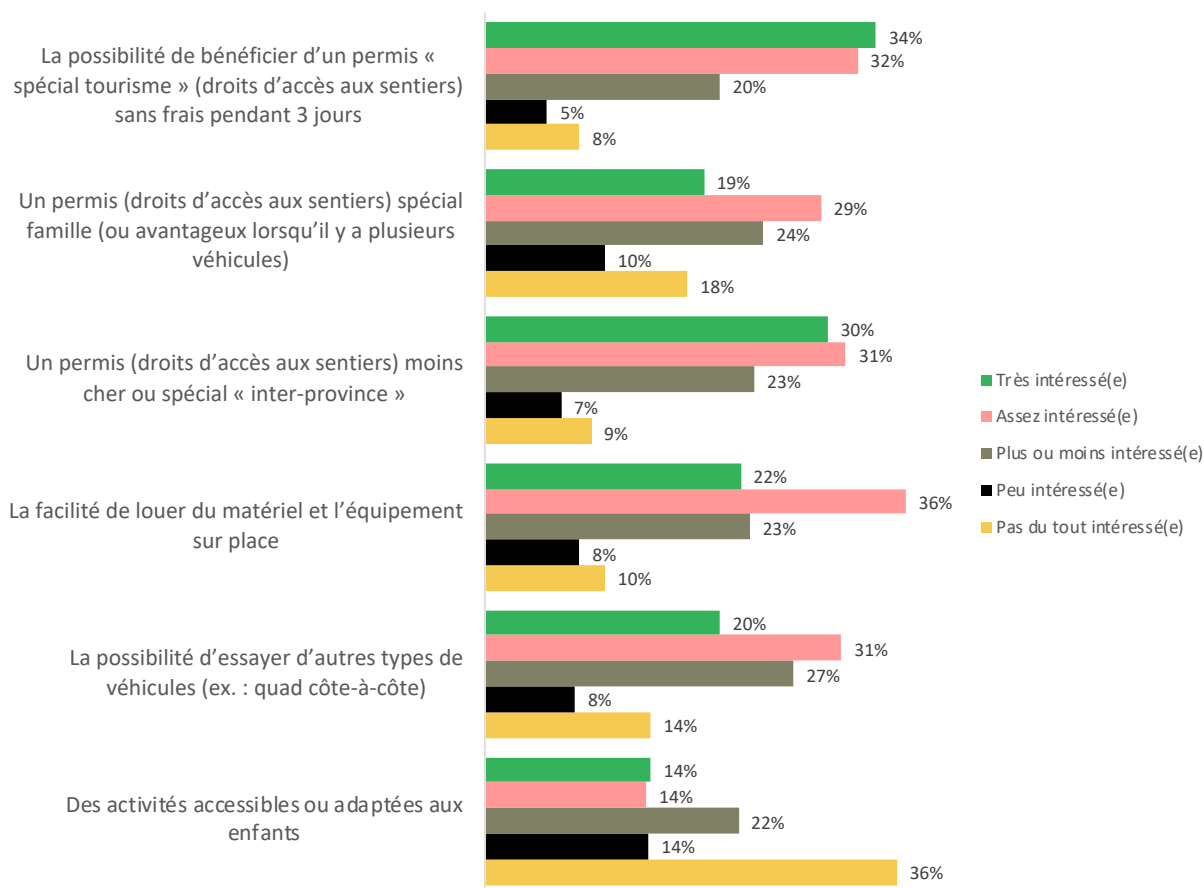
2. Éléments souhaités dans le forfait



- Globalement, le type d'activité pratiqué par les répondants n'a pas une grande incidence sur le type d'éléments souhaités dans les forfaits;
- Une majorité des répondants s'attendent à bénéficier de l'hébergement dans leur forfait ou de la restauration du soir;
- Ce qui est intéressant, ce sont les proportions à vouloir visiter/faire d'autres choses ou à bénéficier d'autres services : attrait naturel, attrait culturel, haltes gourmandes, découverte d'une autre activité, etc. ;
- Pour les 55-64 ans par exemple, 71 % souhaiteraient visiter un attrait naturel;
- Les résidents de Nouvelle-Écosse ont un plus fort intérêt à ce que la restauration du soir soit incluse dans le forfait (50 %) que les résidents du Nouveau-Brunswick (36 %) et de l'Île-du-Prince-Édouard (31 %).

3. Autres éléments d'intérêt pour réaliser une sortie ou un voyage en Gaspésie

Autres éléments pouvant contribuer à hausser l'intérêt à réaliser une sortie ou un voyage à moto, motoneige ou quatre-roues en Gaspésie (n=502)



- Plus de 66 % des répondants seraient intéressés ou très intéressés à bénéficier d'un permis « spécial tourisme »;
- Le deuxième élément serait un permis moins cher ou « inter-province » (61 %);
- La location d'équipement sur place semble aussi être une dimension importante.

FAITS SAILLANTS ET RECOMMANDATIONS

Suite à l'analyse des résultats de ce sondage, TouriScope est en mesure d'identifier plusieurs pistes de recommandations en vue de la future campagne marketing sur les provinces maritimes et ciblant les clientèles qui pratiquent la moto, la motoneige et le quad. Toutefois, ces recommandations sont des conseils qui s'appuient sur les grands constats qui ressortent de ce sondage. D'autres facteurs contextuels rentrent en compte dans l'élaboration de futures actions comme les produits à maturité, les expériences phares mises en valeur, les actions déjà mises en place et mesurables, les acteurs de la destination, etc.

La prochaine section met en lumière les faits saillants de l'analyse et aborde les premières grandes recommandations tout en sachant qu'une analyse plus pointue quant à chacun des segments permettra des actions encore plus ciblées et pertinentes.

Des marchés et des segments prometteurs

- ⇒ Le taux de pratique pour ces trois activités est plus important en Nouvelle-Écosse (le taux d'incidence dans la population est de 29 %) et au Nouveau-Brunswick (27 %), contre 19 % à l'Île-du-Prince-Édouard. Dans ces marchés, Halifax, Fredericton et Moncton-Riverview-Dieppe sont les 3 villes où habitent la majorité de ces clientèles. La priorité devrait donc aller vers ces deux marchés avec des actions concentrées sur ces sous-marchés dans un premier temps.
- ⇒ Par ailleurs, une autre clientèle importante est celle qui ne pratique pas, mais qui démontre un intérêt envers ces activités. Le taux d'incidence est presque le même dans les trois provinces (46 %). En frôlant la moitié de la population qui souhaiterait essayer la pratique, Tourisme Gaspésie pourrait capitaliser sur la force de son produit et de la commercialisation déjà en place pour adapter ses actions à cette clientèle.
- ⇒ Les quadistes sont les plus nombreux dans les Maritimes, relativement aux deux autres activités (20 % de la population en Nouvelle-Écosse et au Nouveau-Brunswick en font). La moto et la motoneige sont aussi davantage pratiquées en Nouvelle-Écosse (16 % et 15 %) qu'au Nouveau-Brunswick (12 % et 13 %). Tourisme Gaspésie peut distinguer et concentrer ses efforts sur toutes ces clientèles en fonction de leur poids et de leur volume de touristes potentiels.

- ⇒ Si la plupart des répondants ont l'intention de voyager dans leur propre province dans les trois prochaines années, les motocyclistes et les motoneigistes se montrent les plus intéressés à visiter le Québec (29 % et 22 %), contre 13 % pour les quadistes. Si les quadistes sont en volume les plus importants, ils n'apparaissent pas forcément les plus curieux de la destination. Il y a clairement des opportunités d'attirer l'ensemble de ces clientèles en misant prioritairement sur les voyages de découvertes pour la moto et la motoneige alors que les formules de type forfait peuvent, elles, viser les trois activités.

Mise en marché ciblée

L'analyse a notamment permis de mettre en lumière deux grandes catégories de visiteurs : les « grands voyageurs » (ceux qui réalisent de grandes distances, qui possèdent leur matériel, etc.) et les « hédonistes curieux » qui veulent découvrir l'activité, mais de façon plus encadrée lors d'un court-séjour.

- ⇒ Pour l'ensemble des pratiquants, ce sont des gens qui pratiquent souvent leur activité et qui possèdent leur propre équipement. Il faut donc les considérer clairement comme des initiés et non comme des amateurs.
- ⇒ Les adeptes de quatre-roues voyagent plus souvent que les autres.
- ⇒ Par contre, on constate que le niveau d'intérêt à profiter d'un forfait de 3 jours et 2 nuits pour pratiquer l'une des trois activités est aussi élevé auprès des pratiquants que pour les autres répondants qui montrent de l'intérêt pour au moins l'une de ces trois activités. La forfaitisation est, dans tous les cas, une avenue très prometteuse.
- ⇒ En général, les répondants comptent pratiquer leur activité avec des amis lors du prochain voyage, particulièrement dans le cas des quadistes (59 %) et des motoneigistes (53 %). Voyager en couple fait également partie de leur intention. Les quadistes sont les plus susceptibles d'emmener leurs enfants et les plus jeunes (18-24 ans) sont ceux qui prévoient le plus de voyager en groupe (voyage organisé). Aussi, les actions doivent être menées en gardant en tête que l'aspect social est très important pour ces clientèles. Les aménagements, les infrastructures, les services, les visites ou les activités doivent considérer cette dimension dans les détails. Ils seront attentifs et sensibles à tout ce qui leur permet de s'arrêter de façon sécuritaire, de discuter, de partager, de se regrouper, de jouer, etc. Tourisme Gaspésie veillera à mettre en valeur ces atouts dans sa campagne.
- ⇒ Les motocyclistes sont les plus nombreux à être déjà venus en Gaspésie, suivi des motoneigistes et des quadistes. Aussi, la région

la plus visitée est la Baie-des-Chaleurs. Un tiers (33 %) ont fait le tour et certains ont poussé jusqu'à la Pointe et la Côte, mais la Vallée et la Haute-Gaspésie sont moins connues. L'organisation pourrait s'inspirer de ses succès antérieurs en termes de communication et de commercialisation pour séduire ces nouvelles clientèles.

- ⇒ Les courts-séjours sont plutôt privilégiés (1 à 2 nuits surtout et jusqu'à 3 nuits), mais la proportion de « grands voyageurs » est aussi élevée. Deux clientèles se distinguent clairement. Tourisme Gaspésie pourrait les attirer en mettant de l'avant des séjours encadrés et de courte durée d'un côté et valoriser la distance, le dépaysement ou l'accès à des lieux uniques pour les voyageurs.

Développement des expériences

- ⇒ Les motocyclistes sont naturellement plus enclins à réaliser davantage de kilomètres dans une journée. À l'inverse, la majorité des motoneigistes (57 %) ne veulent pas parcourir plus de 100 km par jour (34 % chez les quadistes). Il faut en tenir compte dans les forfaits proposés ou les actions afin de garantir une qualité d'expérience qui respecte le rythme de chacun.
- ⇒ Les répondants accordent une grande importance à la qualité, la sécurité et la diversité des sentiers et des routes, suivi par la beauté des paysages. Par ailleurs, ceux ayant l'intention de visiter le Québec prochainement mentionnent également la qualité de la restauration et le coût des droits d'accès. Tourisme Gaspésie renforcera sa position de destination fiable, car capable de garantir une expérience mémorable et sécuritaire. Il faudra également mettre de l'avant la qualité de la restauration (produits locaux, restaurants gastronomiques, haltes gourmandes, etc.).
- ⇒ Dans le cadre d'un éventuel séjour en Gaspésie, les répondants sont principalement intéressés à découvrir les parcs nationaux, la faune sauvage ainsi que les plages. Puis l'histoire, le patrimoine, les festivals, les événements, les baleines et les produits gourmands. Dans le cadre d'un forfait, les parcs nationaux, l'observation de la faune sauvage, les plages, et les produits gourmands régionaux sont les éléments les plus cités. Des forfaits avec la SEPAQ, les agriculteurs locaux, les marchés fermiers ou les zones naturelles exceptionnelles pourront être élaborés.
- ⇒ Une forte majorité des répondants (65 %) indiquent être intéressés par un forfait (dont 41 % des 25-34 ans) et les 55-64 ans demeurent les plus intéressés. Fait intéressant, mis à part l'hébergement et la restauration, les répondants veulent visiter et faire d'autres choses : attrait naturel, attrait culturel, haltes gourmandes, découverte d'une autre activité, etc. Tourisme Gaspésie a tout intérêt à forfaitiser un ensemble d'expériences qui pourront combler les

attentes des différentes clientèles au sein d'un même groupe (conjoint-e, enfant-s, etc.).

- ⇒ Le camping est très recherché par l'ensemble des répondants. Ceux ayant l'intention de visiter le Québec au cours des trois prochaines années préfèrent dans l'ordre le camping, les hôtels/motels/auberges 3 étoiles et les hôtels/motels/auberges 4 étoiles et plus. Tous ces types d'hébergements sont à valoriser dans la future campagne de marketing.

Moyens pour les rejoindre

- ⇒ Si une grande partie s'inspire de leur propre expérience pour faire une sortie, le bouche-à-oreille fonctionne visiblement très bien pour s'inspirer. Les recommandations de la famille, d'amis ou de pairs étant très importantes, l'organisation pourrait s'assurer de la satisfaction des visiteurs en restant en contact après leur séjour. Ces futurs ambassadeurs pourront à leur tour vanter les atouts de la destination.
- ⇒ Les motocyclistes consultent le site Web d'une destination touristique plus assidument que les motoneigistes (20 %) et les quadistes (16 %). Une attention plus fine quant aux informations présentes sur le site Web devra être portée (navigation, liens vers les prestataires, photos, vidéos, etc.). Par ailleurs, Google Maps est l'outil le plus utilisé (49 %). Tourisme Gaspésie pourrait inciter ces membres à s'assurer de bien être référencés.

Message promotionnel

- ⇒ Lorsque naturellement, la moto se pratique plus l'été (juillet-août) et la motoneige l'hiver (décembre, janvier, février), le quad se pratique toute l'année. Cette dernière clientèle sera donc sensible à une offre quatre-saisons mettant en valeur des paysages, des attraits, des produits ou des services uniques et adaptés.
- ⇒ Les répondants pratiquent surtout ces activités au cours d'une sortie à la journée, mais une part importante (entre 20 % et 28 %) fait des séjours touristiques. Ces deux clientèles distinctes représentent des clientèles à fort potentiel. D'un côté on les séduira avec des circuits découvertes, l'appel de l'aventure, les grands espaces, la liberté, les paysages, etc. De l'autre, on vantera l'idée d'être encadré où tout est organisé avec un forfait de 2-3 jours.
- ⇒ Le plaisir de rouler et de conduire constitue la principale source de motivation (79 %), suivi des paysages, du fait de profiter de la nature et de découvrir une nouvelle destination. La Gaspésie est tout indiquée pour répondre aux attentes de ces clientèles. Tourisme Gaspésie mettra de l'avant le désir d'évasion, le sentiment de liberté,

la découverte des grands espaces, mais aussi ses routes, sa nature et ses vues panoramiques. Toutefois, il faudra trouver ce qui se démarque des provinces maritimes pour ces mêmes aspects.

- ⇒ En voyage, la météo est l'élément d'information le plus recherché (60 %) et pour les motocyclistes, les restaurants, les attraits touristiques, les festivals et événements et les commerces d'alimentation (épiceries et café/boulangerie) sont des éléments plus importants encore que pour les autres. Autant d'éléments que la destination devrait mettre de l'avant pour séduire cette clientèle.
- ⇒ Concernant les freins, la distance depuis le domicile ainsi que le coût du voyage sont les plus grands freins à effectuer un voyage en Gaspésie, mais le manque de temps ainsi que le manque de connaissances de la destination ont été mentionnés. Il importe de diffuser largement les atouts touristiques de la destination.