



**MONTRÉAL**

1180, rue Drummond  
Bureau 620  
Montréal (Québec) H3G 2S1  
T 514 878-9825

**QUÉBEC**

3340, rue de La Pérade  
3<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1X 2L7  
T 418 687-8025

# SONDAGE AUPRÈS DES JEUNES QUÉBÉCOIS SUR L'ATTRAIT DE LA GASPÉSIE COMME DESTINATION TOURISTIQUE

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ À TOURISME GASPÉSIE

<b>03</b>	/INTRODUCTION
<b>04</b>	/FAITS SAILLANTS
<b>07</b>	/CHAPITRE 1 : VACANCES D'AGRÈMENT
<b>12</b>	/CHAPITRE 2 : DESTINATIONS
<b>22</b>	/CHAPITRE 3 : PERCEPTIONS DE LA GASPÉSIE
<b>41</b>	/CONCLUSIONS

## ANNEXES

- /1.** MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE
- /2.** QUESTIONNAIRE
- /3.** TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS (SOUS PLI SÉPARÉ)

## CONTEXTE

Tourisme Gaspésie assure la promotion au Québec de la région touristique de la Gaspésie et souhaite amorcer un virage afin que la région soit perçue comme plus accessible, plus jeune et plus dynamique auprès de ses cibles. L'organisation veut notamment revoir le positionnement de la région et rajeunir son image.

## OBJECTIFS GÉNÉRAUX

- Positionner la Gaspésie comme la destination « trippante » du Québec;
- Accroître la notoriété et l'attrait de la région auprès de clientèles plus jeunes, notamment les familles;
- Fidéliser la clientèle actuelle.

## OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

- Mesurer les perceptions et l'intérêt de la destination Gaspésie auprès de deux cibles :
- les jeunes de 18 à 34 ans;
  - les jeunes familles (25 à 44 ans avec enfants).

## MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE\*

Un sondage en ligne a été mené du 4 au 9 février 2016 auprès de 814 répondants de la population cible (408 répondants du segment des 18 à 34 ans sans enfants; 406 répondants du segment des 25 à 44 ans avec enfants), et ce en français et en anglais. L'échantillon a été tiré du panel Or de SOM, lequel est constitué exclusivement d'internautes recrutés de façon aléatoire par téléphone fixe et cellulaire; il s'agit donc d'un échantillon probabiliste. Les données ont été pondérées pour refléter au mieux les caractéristiques de la population à l'étude. La marge d'erreur maximale, pour l'ensemble des répondants, est de 4,9 %, 19 fois sur 20. Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon (6,9 % pour le segment des 18 à 34 ans sans enfants; 6,8 % pour le segment des 25 à 44 ans avec enfants).

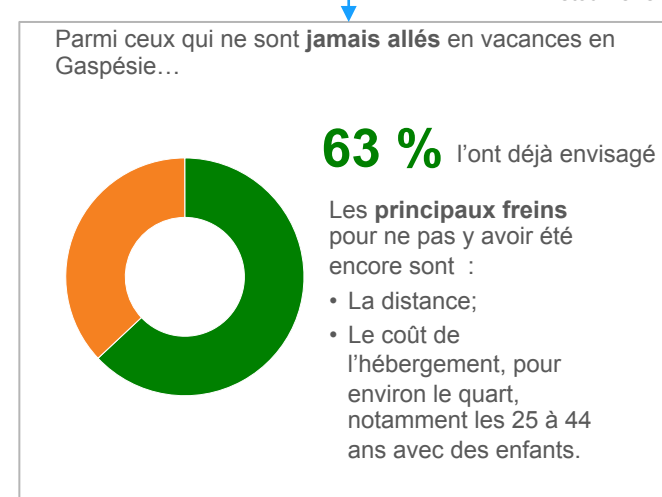
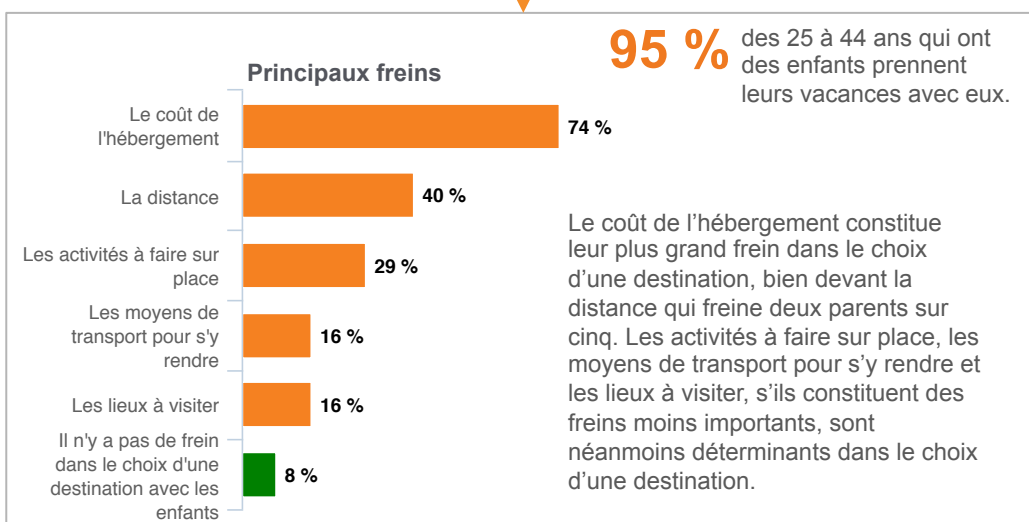
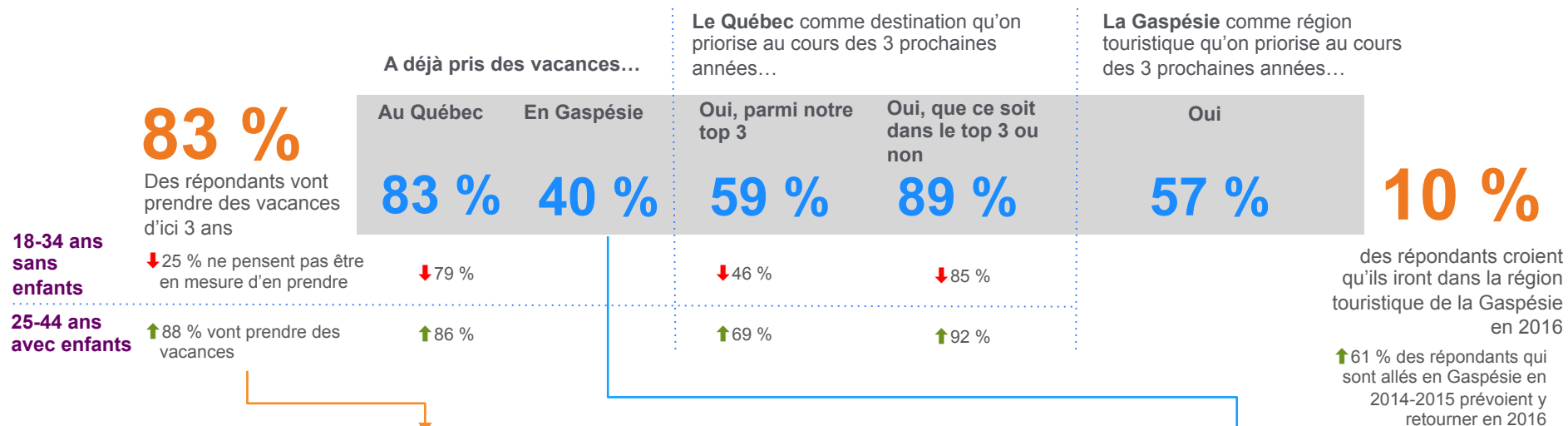
\* La méthodologie détaillée est présentée en annexe.

# Faits saillants



## FAITS SAILLANTS

La région touristique de la Gaspésie détient la position enviable de destination prioritaire parmi les régions touristiques à visiter auprès des répondants qui pensent visiter le Québec au cours des trois prochaines années. Déjà deux répondants sur cinq y sont allés en vacances.



## FAITS SAILLANTS

### Satisfaction

(note moyenne sur 10)



Satisfaction à l'égard de la Gaspésie comme destination de vacances d'agrément, pour les répondants qui y sont allés

### Recommandation

(note moyenne sur 10)



Probabilité de recommander la Gaspésie comme destination de vacances d'agrément

L'accueil des Gaspésiens et leur chaleur à l'égard de ceux qui ont visité la région font présentement sa force. Le positionnement de la Gaspésie sur les différents autres aspects demeure consolidable et les caractéristiques de ce qu'elle peut offrir doivent être communiquées aux clientèles sondées.

	Moyenne sur 10	18-34 sans enfants	25-44 avec enfants	
<b>Accueillante</b>	<b>8,4</b>	8,5	8,5	Caractéristiques <b>plus fortement associées</b> à la Gaspésie
<b>Plein air</b>	<b>7,9</b>	8,3 ↑	7,6 ↓	
<b>Vacances en famille</b>	<b>7,8</b>	8,1	7,6	
<b>Grand choix d'activités</b>	<b>7,3</b>	7,7 ↑	7,1 ↓	Caractéristiques <b>modérément associées</b> à la Gaspésie
<b>Intéressante pour mon groupe d'âge</b>	<b>7,3</b>	7,2	7,4	
<b>Gourmande</b>	<b>7,2</b>	7,4	7,1	
<b>Dépaysante</b>	<b>6,9</b>	6,5 ↓	7,2 ↑	Caractéristiques <b>moins associées</b> à la Gaspésie
<b>Dynamique</b>	<b>6,8</b>	7,0	6,7	
<b>Trippante</b>	<b>6,8</b>	7,0	6,7	
<b>Renouvelée</b>	<b>6,4</b>	6,5	6,3	

# Chapitre 1

## VACANCES D'AGRÉMENT

- Prévion de vacances d'agrément
- Vacances d'agrément avec les enfants

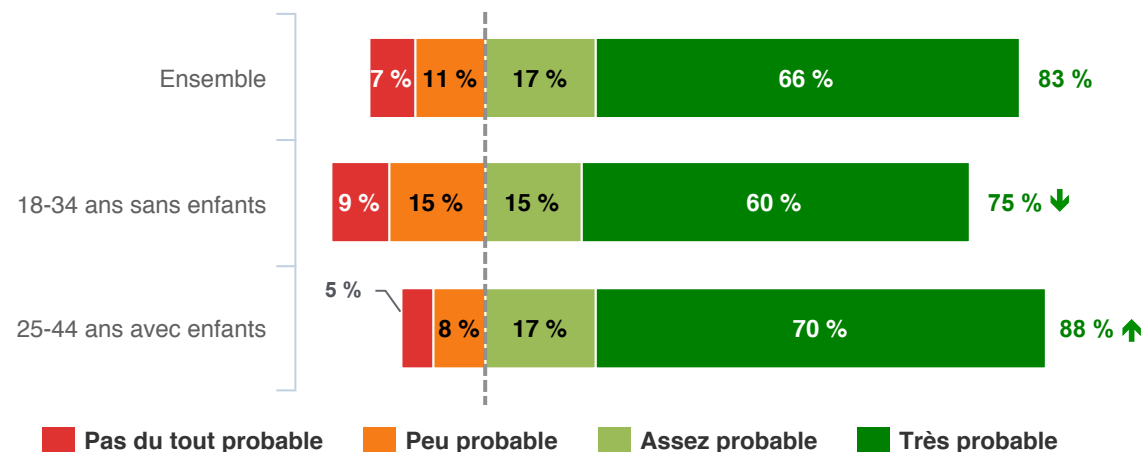
# PRÉVISION DE VACANCES D'AGRÉMENT

Cette étude porte sur les **vacances d'agrément**, c'est-à-dire des vacances qui :

- ne concernent pas le travail;
- ne sont pas spécifiquement prises pour aller voir des amis ou de la famille;
- sont d'une durée d'une nuit ou plus;
- se déroulent à l'extérieur de la ville de résidence.

## QV1. Quelle est la probabilité que vous preniez des vacances d'agrément au cours des trois prochaines années?

Base : tous, excluant la non-réponse; n : 812



### Une majorité prévoit prendre des vacances d'agrément

Le segment des 25 à 44 ans avec enfants **est plus susceptible** de prendre des vacances d'agrément (88 %), en particulier les 40 à 44 ans (93 %).

Le quart du segment des 18 à 34 ans sans enfants estiment improbable qu'ils prennent de telles vacances (25 %).

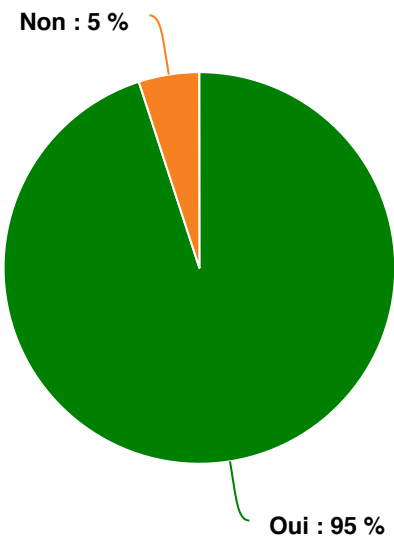
D'autres sous-groupes se distinguent avec une probabilité supérieure :

- les mieux nantis (revenu familial supérieur à 75 000 \$ : 95 %);
- les répondants qui ont une scolarité universitaire (92 %);
- les travailleurs (88 %);
- les répondants qui détiennent un permis de conduire (85 %).



## QP1. De manière générale, prenez-vous vos vacances d'agrément avec vos enfants?

Base : répondants de 25 à 44 ans avec enfants, excluant la non-réponse; n : 399



### Les vacances, une affaire de famille!

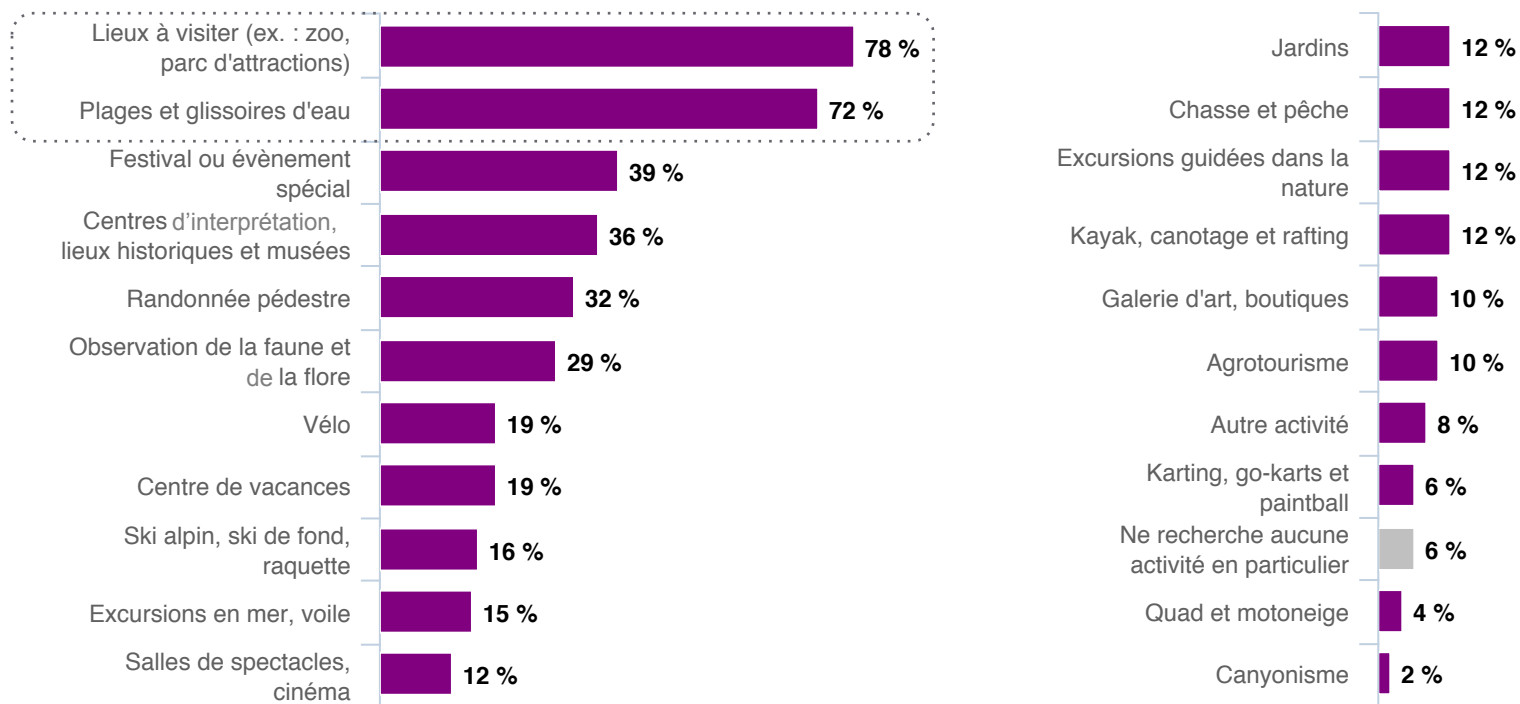
Rares sont les parents qui ne prennent pas leurs vacances avec leurs enfants (5 %). Pour séduire les parents, il importe donc que **la destination touristique soit attrayante pour les familles.**

Les parents les plus jeunes (25 à 29 ans) et les parents qui ont un seul enfant sont un peu plus enclins à prendre leurs vacances d'agrément seuls (respectivement 25 % et 10 % de « Non »).

## VACANCES D'AGRÉMENT AVEC LES ENFANTS (SUITE)

### QP2. Recherchez-vous des activités spécifiques lorsque vous choisissez une destination pour les vacances avec vos enfants?

Base : parents qui prennent leurs vacances avec leurs enfants; n : 376

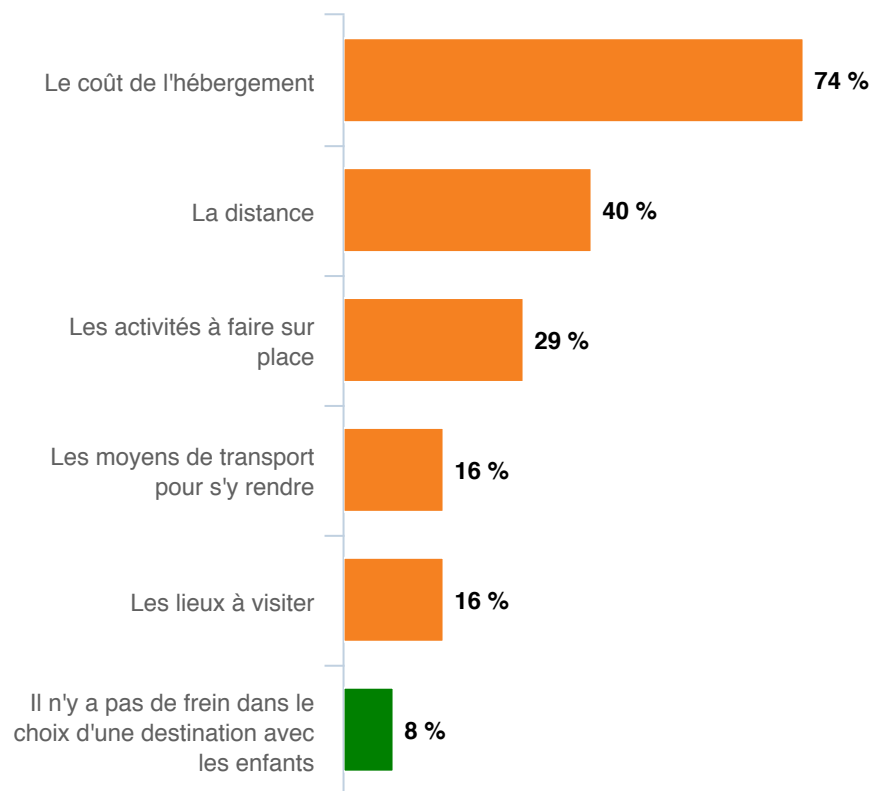


- Les parents recherchent avant tout – et de loin – **des activités à vocation familiale et divertissante**, où les enfants pourront s’amuser (ex. : parc d’attractions, plages et glissoires).
- Les **sports privilégiés** en famille sont surtout ceux qui demandent peu d’habiletés, peu d’équipement ou qu’on peut faire à prix accessibles (randonnée pédestre, vélo, raquette).

## VACANCES D'AGRÉMENT AVEC LES ENFANTS (SUITE)

### QP3. Quels sont les freins dans le choix d'une destination lorsque vous voyagez avec vos enfants?

Base : parents qui prennent leurs vacances avec leurs enfants, excluant la non-réponse; n : 375



Le **coût de l'hébergement**, obstacle numéro 1 pour les vacances familiales, rebute particulièrement les 25 à 29 ans (100 %) et les familles à faible revenu (moins de 35 000 \$ : 85 %). Les répondants qui estiment peu ou pas du tout probable qu'ils prennent des vacances d'agrément au cours des prochaines années sont également plus nombreux à mentionner le coût de l'hébergement (86 %).

La **distance** est certes beaucoup moins préoccupante (40 %), mais n'en demeure pas moins **un enjeu pour attirer des touristes en Gaspésie**. Surtout que, plus une distance est grande, plus elle risque d'entraîner des coûts autres, tels que des frais d'hébergement.

De plus, les moyens de transport pour se rendre à destination constituent un frein dans le choix de 16 % des parents sondés et plus spécifiquement pour les familles dont le revenu est plutôt modique (15 000 \$ à 24 999 \$ : 66 %) et qui ont les parents entre 30 et 34 ans (24 %).

# Chapitre 2

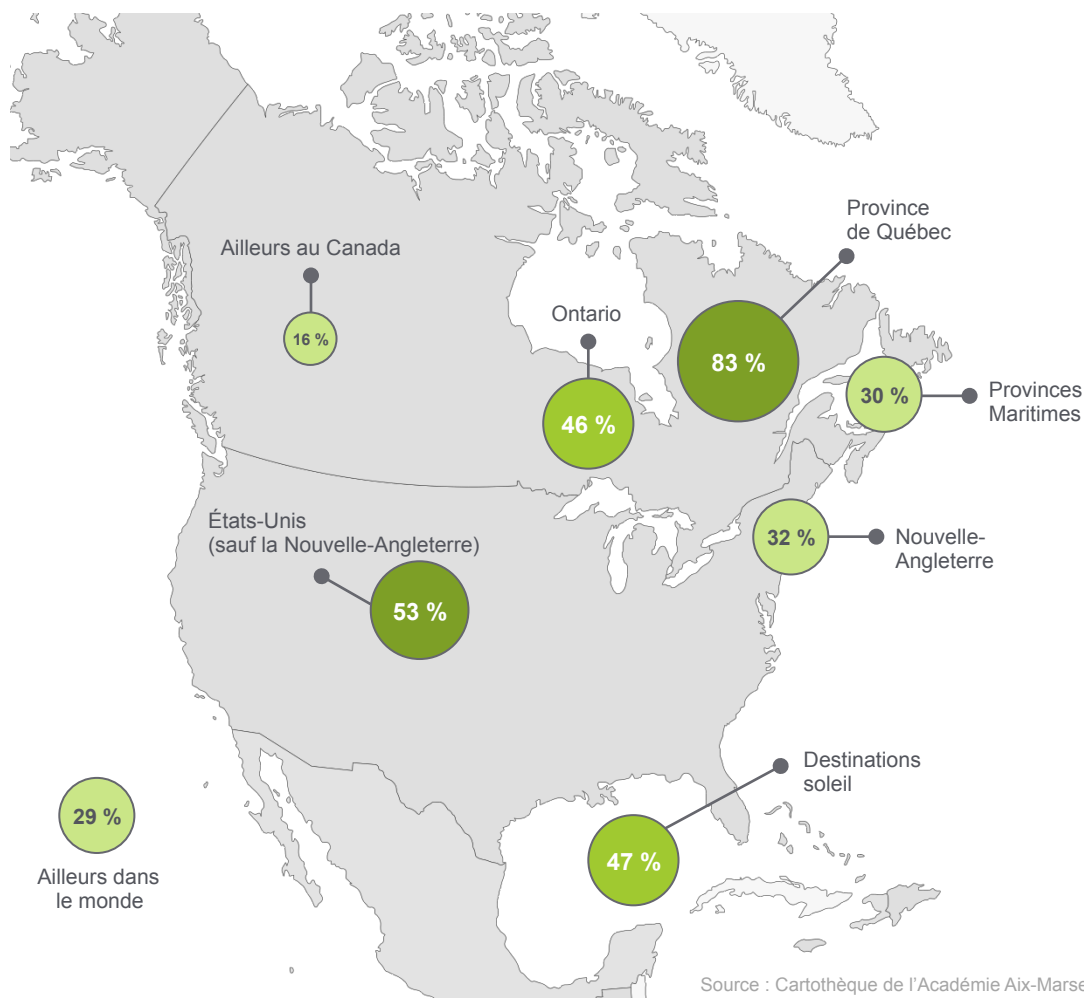
## DESTINATIONS

- Destinations visitées
- Destinations privilégiées
- Vacances d'agrément au Québec
- Vacances d'agrément en Gaspésie

## DESTINATIONS VISITÉES

Q11a. Lesquelles des destinations suivantes avez-vous déjà visitées lors de vacances d'agrément?

Base : tous, excluant la non-réponse; n : 813



Plus de **huit répondants sur dix** ont déjà pris des vacances d'agrément au **Québec**. Cette proportion est significativement différente pour les deux segments ciblés :

- 18 à 34 ans sans enfants : 79 %;
- 25 à 44 ans avec enfants : 86 %.

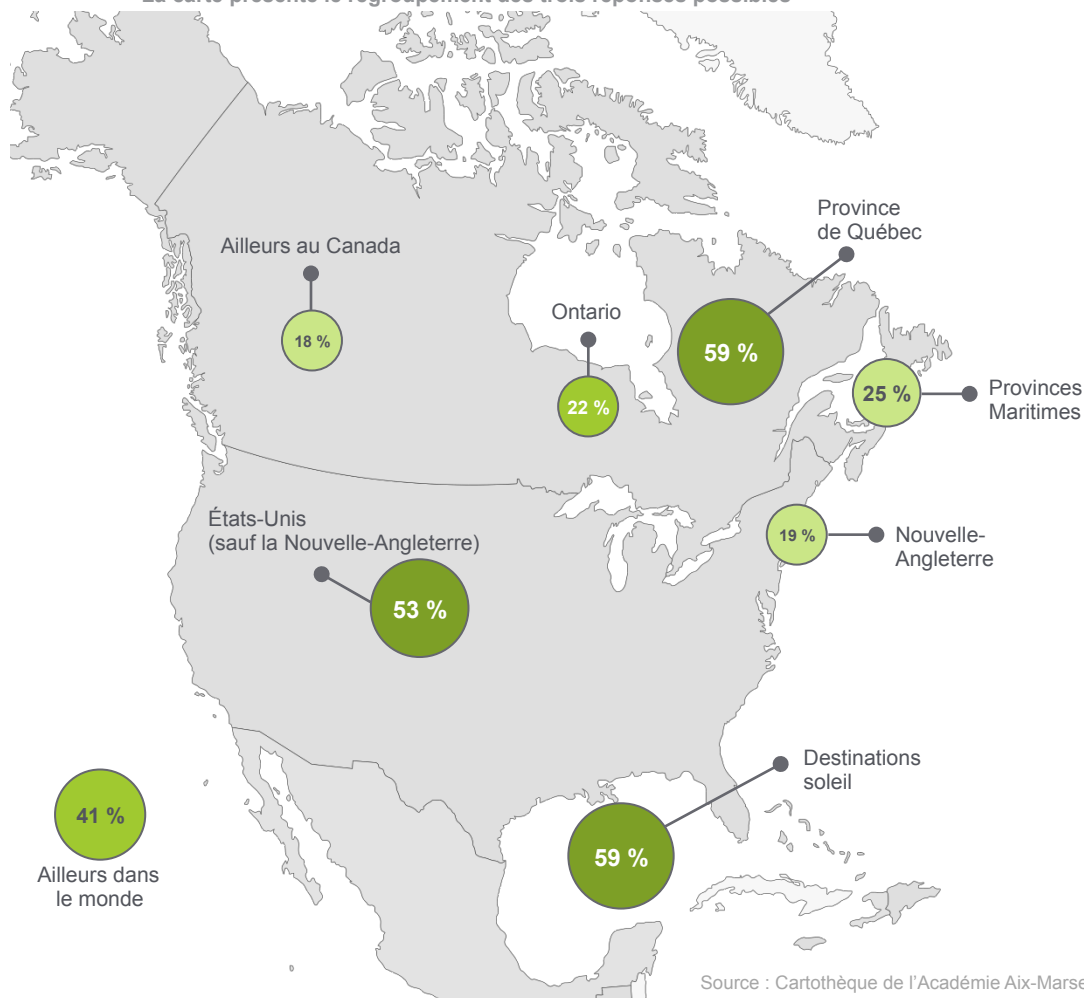
En outre, il est intéressant de constater que **ceux qui prévoient visiter la Gaspésie cette année n'en sont pas à leurs premières vacances** : 99 % d'entre eux ont déjà pris des vacances d'agrément au Québec.

## DESTINATIONS PRIVILÉGIÉES

Q12. Lesquelles des destinations suivantes prioriseriez-vous pour vos vacances d'agrément des trois prochaines années?

Base : tous, excluant la non-réponse; n : 804

La carte présente le regroupement des trois réponses possibles



Les destinations « soleil » et les États-Unis sont **les deux principales concurrentes** du Québec pour le choix des vacances d'agrément des trois prochaines années, particulièrement chez les familles.

Le **Québec** fait partie des choix de 69 % des 25 à 44 ans avec enfants, alors que moins de la moitié des 18 à 34 ans sans enfants en font une priorité (46 %). Ces derniers souhaitent parcourir le monde (57 %).

Les vacances au Québec sont un choix plus prisé des répondants aux **revenus médians** (35 000 \$ à 75 000 \$ : 70 %) et des **familles nombreuses** (3 enfants : 83 %).

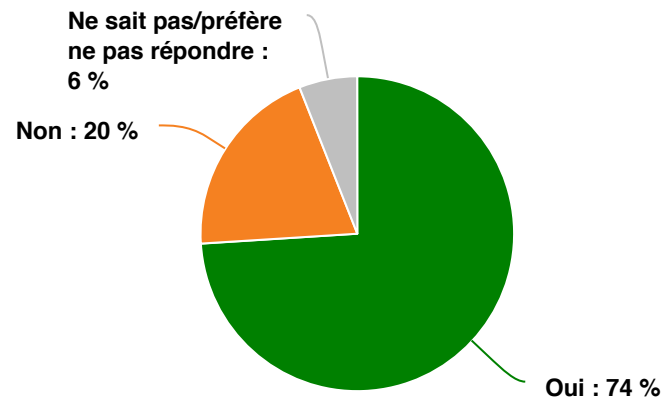
### Premier choix

Province de Québec	31 %
Destinations soleil	25 %
Ailleurs dans le monde	18 %
États-Unis (sauf la N-A)	12 %
Ontario	4 %
Maritime	4 %
Ailleurs au Canada	3 %
Nouvelle-Angleterre	3 %

## VACANCES D'AGRÉMENT AU QUÉBEC

Q13a. Envisagez-vous quand même de prendre des vacances d'agrément au Québec au cours des trois prochaines années même si la province ne figure pas parmi les trois destinations que vous priorisez pour vos vacances d'agrément?

Base : répondants qui n'ont pas mentionné le Québec dans leurs priorités de vacances des trois prochaines années; n : 350

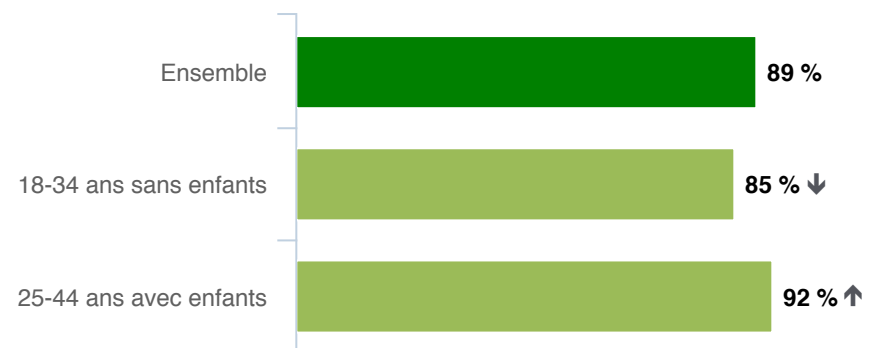


Les trois quarts des répondants **qui ne priorisent pas le Québec** comme destination de vacances des trois prochaines années **pourraient tout de même prendre des vacances au Québec**. C'est davantage le cas des femmes (81 %) que des hommes (65 %).

### Proportion de répondants qui envisagent le Québec, de façon prioritaire ou non

Base : tous les répondants, n : 814

C'est donc **neuf répondants sur dix** qui pourraient prendre des vacances d'agrément au Québec au cours des trois prochaines années, **une proportion qui est légèrement plus faible pour les 18 à 34 ans sans enfants**.



## VACANCES D'AGRÉMENT AU QUÉBEC (SUITE)



Q13b. Pour quelles raisons n'envisagez-vous pas de prendre des vacances d'agrément au Québec au cours des trois prochaines années?

Base : répondants qui n'envisagent pas le Québec; n : 71

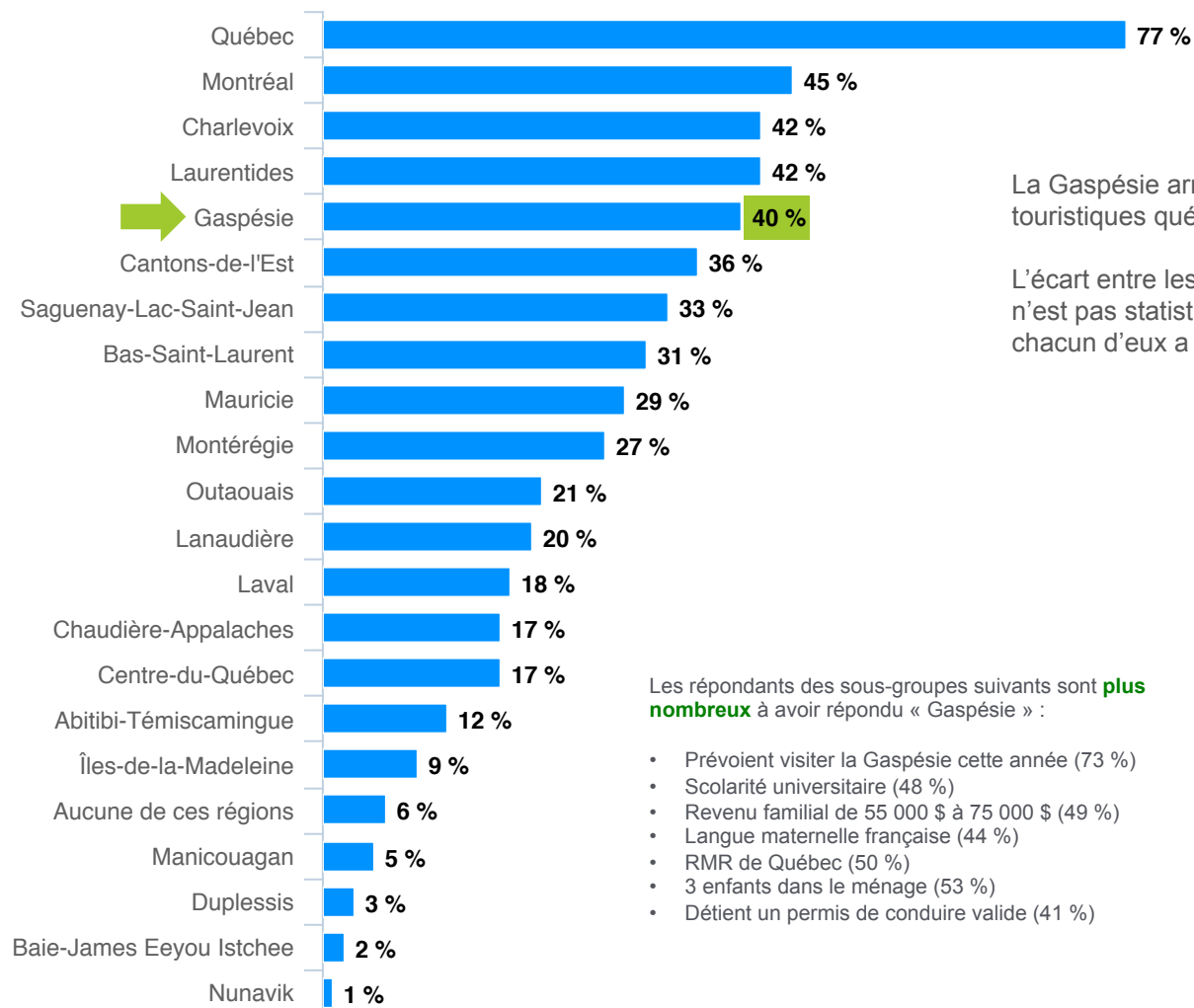
Raisons	%	Pistes pour contrer les arguments négatifs
Le Québec n'est pas une destination touristique attirante ou de qualité	12	Faire découvrir les attraits de la Gaspésie.
Le Québec est trop cher par rapport à d'autres destinations	11	Considérer le principal obstacle évoqué précédemment (le coût de l'hébergement) et montrer l'importance de faire de la Gaspésie une destination accessible.
Recherche plutôt les endroits chauds et ensoleillés	10	Montrer l'éventail des activités à faire l'été.
Ne veut pas passer ses vacances trop proche de la maison	10	Tabler sur l'éloignement de la Gaspésie par rapport aux autres régions du Québec.
Veut aller ailleurs qu'au Québec	8	---
Recherche le dépaysement et l'exotisme	6	Miser sur le dépaysement de la Gaspésie, ses multiples facettes.
Veut aller à la rencontre de cultures différentes	5	Mettre en valeur la culture locale de la Gaspésie, ses spécificités.
Recherche un accès à la plage, à la mer	4	Mettre les plages en valeur.
A déjà visité le Québec et recherche la nouveauté	3	Montrer que la Gaspésie s'est renouvelée.
Autre	14	---
Ne sait pas	33	Beaucoup d'indécis qui n'attendent peut-être que d'être convaincus.



# VACANCES D'AGRÉMENT EN GASPÉSIE

## Q14. Lesquelles des régions touristiques québécoises suivantes avez-vous déjà visitées lors de vacances d'agrément?

Base : tous, excluant la non-réponse; n : 808



La Gaspésie arrive au **cinquième rang** des régions touristiques québécoises visitées par la population cible.

L'écart entre les deux segments principaux de l'étude n'est pas statistiquement significatif : environ 40 % de chacun d'eux a déjà visité la Gaspésie.

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux** à avoir répondu « Gaspésie » :

- Prévoient visiter la Gaspésie cette année (73 %)
- Scolarité universitaire (48 %)
- Revenu familial de 55 000 \$ à 75 000 \$ (49 %)
- Langue maternelle française (44 %)
- RMR de Québec (50 %)
- 3 enfants dans le ménage (53 %)
- Détient un permis de conduire valide (41 %)

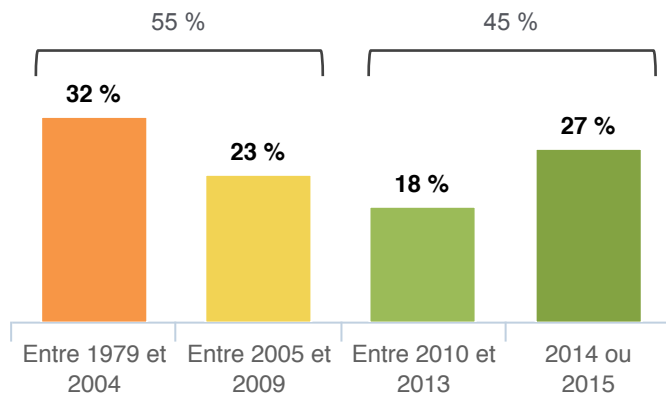
Les répondants des sous-groupes suivants sont **moins nombreux** à avoir répondu « Gaspésie » :

- 25 à 29 ans (32 %)
- Études secondaires ou moins (35 %)
- Revenu familial de moins de 35 000 \$ (29 %)
- Autre langue maternelle (25 %)
- RMR de Montréal (35 %)
- 5 enfants dans le ménage (0 %)
- Ne détient pas de permis de conduire valide (28%)

## VACANCES D'AGRÉMENT EN GASPÉSIE (SUITE)

**QG5. Vous avez répondu avoir déjà pris des vacances d'agrément dans la région touristique de la Gaspésie. En quelle année avez-vous pris ces vacances?**

Base : répondants qui ont pris des vacances en Gaspésie, excluant la non-réponse; n : 350

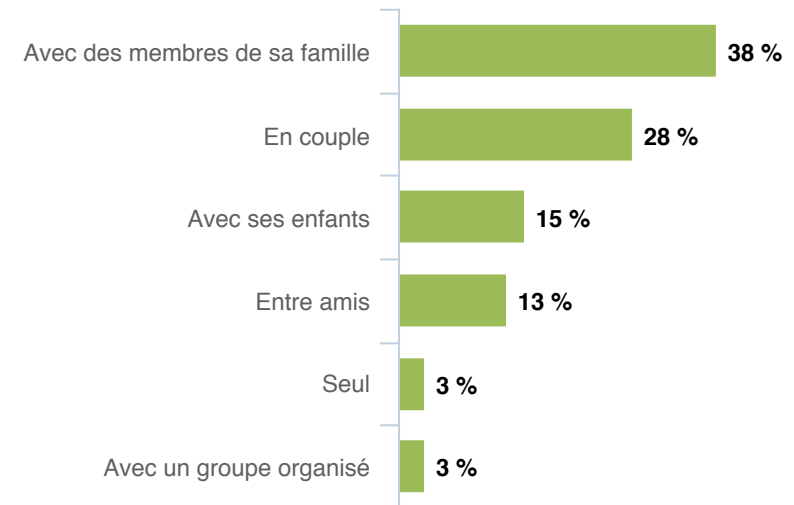


Le dernier séjour en Gaspésie date **de plus de 10 ans pour le tiers des répondants**. Un peu moins de la moitié y sont allés depuis 2010.

À noter que 61 % des répondants qui prévoient visiter la Gaspésie cette année y ont fait leur dernier séjour en 2014 ou en 2015, suggérant l'idée d'une **certaine fidélité** à l'égard de la Gaspésie.

**QG6. Est-ce des vacances que vous avez faites...?**

Base : répondants qui ont pris des vacances en Gaspésie, excluant la non-réponse; n : 369



Comme le dernier séjour peut dater d'assez longtemps, les cellules de voyage ne seraient vraisemblablement pas les mêmes aujourd'hui.

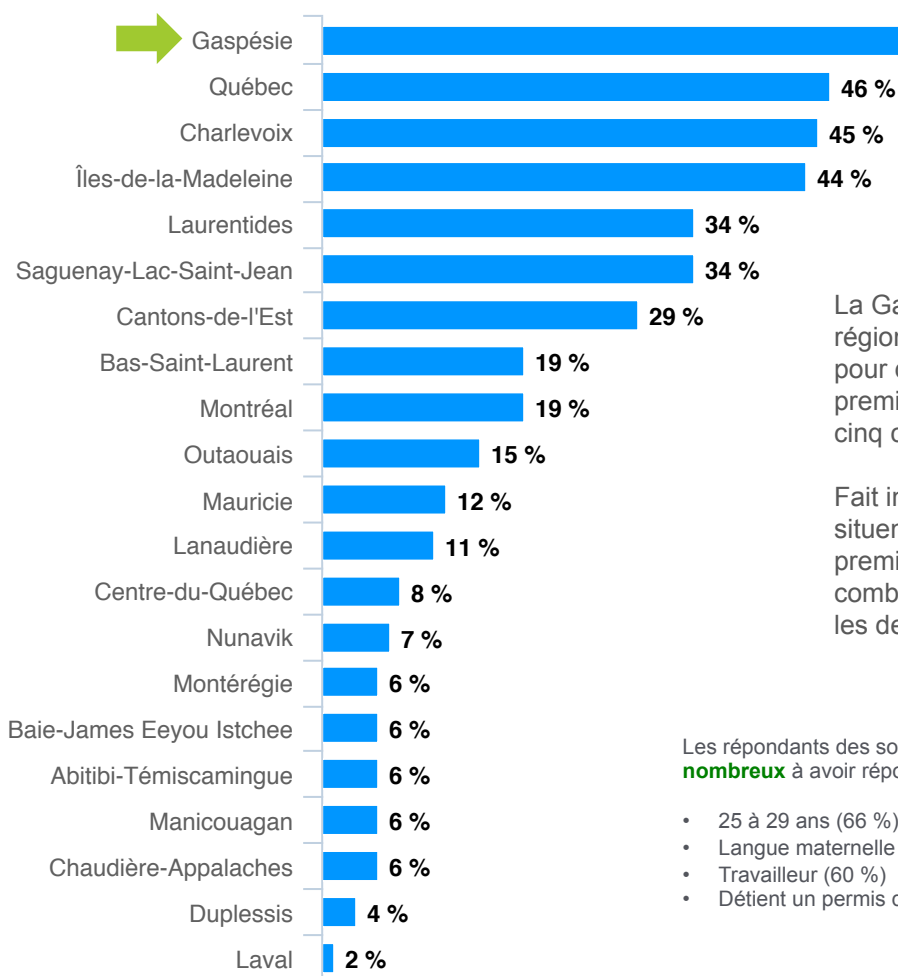
Par exemple, ce sont surtout **les répondants plus jeunes** (18 à 24 ans) qui sont allés en Gaspésie **avec des membres de leur famille** (71 %), probablement avec leurs parents. Les 18 à 34 ans sans enfants se démarquent de la même façon (55 %), ce qui peut avoir un effet, positif ou négatif, sur leur perception de la région.

# VACANCES D'AGRÉMENT EN GASPÉSIE (SUITE)

Q15. Lesquelles des régions touristiques québécoises suivantes considéreriez-vous pour prendre des vacances d'agrément?

Base : tous; n : 814

5 réponses possibles



### Premier choix (top 8)

Gaspésie	22 %
Québec	15 %
Îles-de-la-Madeleine	14 %
Charlevoix	9 %
Laurentides	8 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	5 %
Cantons-de-l'Est	3 %
Montréal	2 %

La Gaspésie arrive au **premier rang** des régions touristiques québécoises considérées pour des vacances d'agrément, tant pour le premier choix (22 %), que pour l'ensemble des cinq choix possibles combinés (57 %).

Fait intéressant, les **Îles-de-la-Madeleine** se situent assez près derrière (3<sup>e</sup> rang pour le premier choix, 4<sup>e</sup> rang pour les choix combinés). Un forfait qui permettrait de visiter les deux régions pourrait être intéressant.

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux** à avoir répondu « Gaspésie » :

- 25 à 29 ans (66 %)
- Langue maternelle française (60 %)
- Travailleur (60 %)
- Détient un permis de conduire valide (59 %)

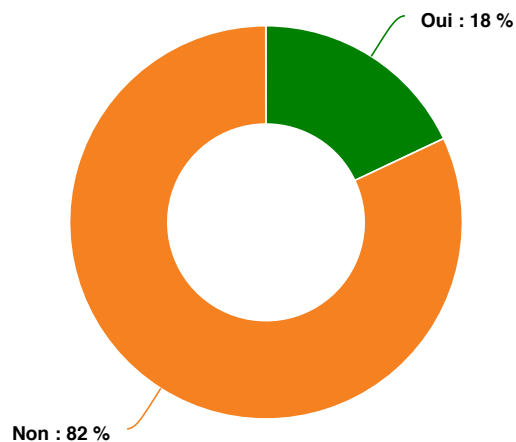
Les répondants des sous-groupes suivants sont **moins nombreux** à avoir répondu « Gaspésie » :

- Revenu familial de moins de 35 000 \$ (47 %)
- Autre langue maternelle (47 %)
- Sans emploi (41 %)
- Étudiant (50 %)
- Ne détient pas de permis de conduire valide (39 %)

## VACANCES D'AGRÉMENT EN GASPÉSIE (SUITE)

### Q16. Avez-vous prévu visiter la Gaspésie cette année?

Base : répondants qui ont choisi la Gaspésie dans leurs priorités; n : 490



Parmi les répondants qui ont identifié la Gaspésie dans les destinations québécoises qu'ils considéreraient, **un peu moins d'une personne sur cinq prévoit visiter la Gaspésie cette année**, une proportion plus faible dans la région de Montréal (13 %) et plus élevée ailleurs au Québec (26 %).

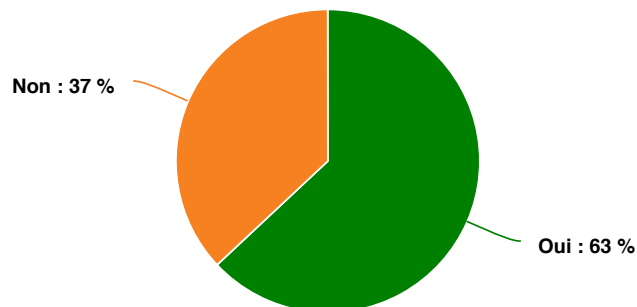
Sur la base de tous les répondants (qu'ils considèrent ou non la Gaspésie), cette proportion correspond à 10 % : **une personne sur dix, dans l'ensemble de la population ciblée, pourrait visiter la Gaspésie cette année.**

Cette proportion est de 8 % chez les 18 à 34 ans sans enfants, et de 12 % chez les 25 à 44 ans avec enfants. Toutefois, l'écart n'est pas statistiquement significatif.

### QG9. Vous avez répondu ne pas avoir déjà fait de vacances d'agrément dans la région touristique de la Gaspésie.

Est-ce que vous l'avez déjà envisagé comme destination par le passé?

Base : répondants qui ne sont pas allés en vacances en Gaspésie; n : 442



Parmi les répondants qui n'ont jamais pris de vacances en Gaspésie, **près des deux tiers l'ont toutefois déjà envisagé.**

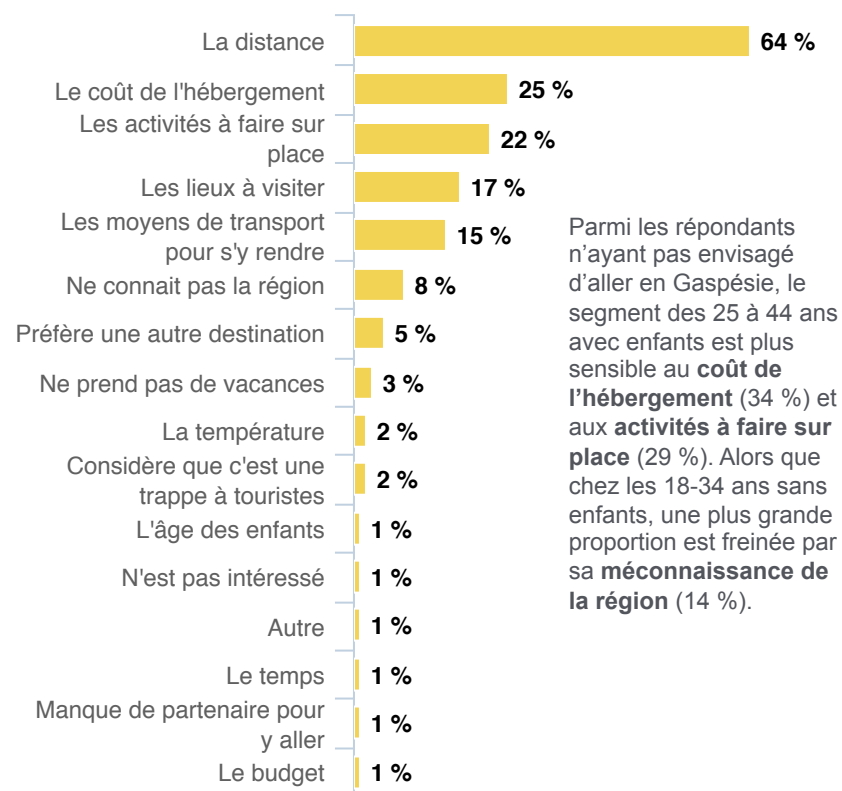
*Voir leurs freins à la page suivante.*

## VACANCES D'AGRÉMENT EN GASPÉSIE (SUITE)

**La distance demeure le défi majeur pour attirer davantage de touristes** : parmi ceux qui ne l'ont pas visitée, autant ceux qui ne l'envisagent pas (64 %) que ceux qui l'ont déjà envisagé (57 %) l'évoquent comme un frein au fait d'y aller.

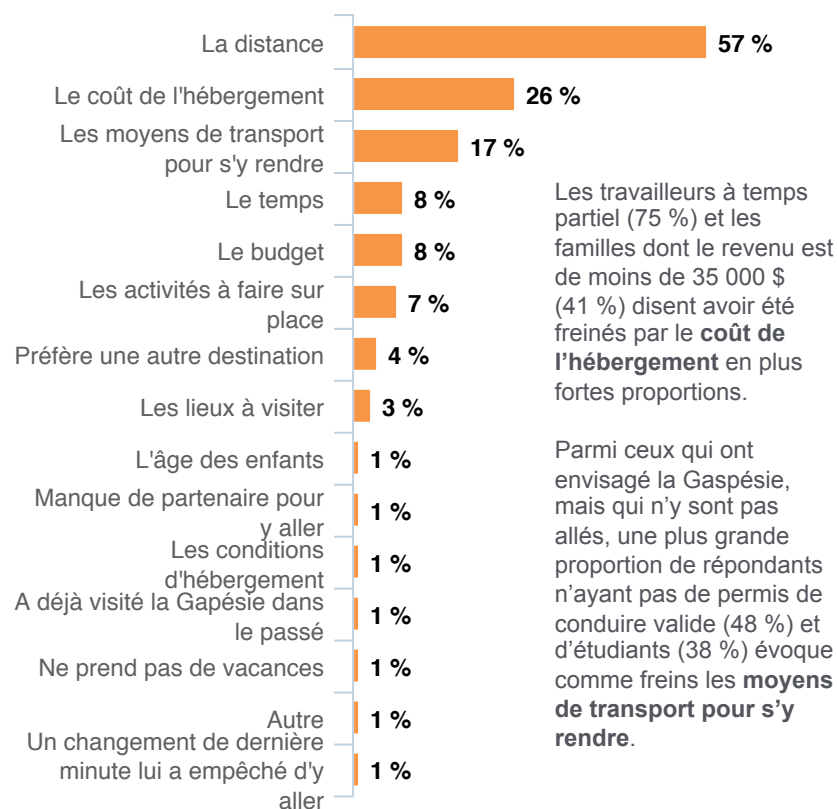
### QG10. Pour quelles raisons n'avez-vous pas déjà envisagé de visiter la région touristique de la Gaspésie?

Base : répondants qui ne sont pas allés en vacances en Gaspésie et qui ne l'ont pas envisagé, excluant la non-réponse; n : 147



### QG11. Quels ont été les freins qui vous ont empêché de visiter la région touristique de la Gaspésie jusqu'à présent?

Base : répondants qui ne sont pas allés en vacances en Gaspésie, mais qui l'ont envisagé, excluant la non-réponse; n : 264



# Chapitre 3

## PERCEPTIONS DE LA GASPÉSIE

- Perception de la Gaspésie par les images
- Caractéristiques de la Gaspésie
- Dernier séjour en Gaspésie (satisfaction, recommandation)

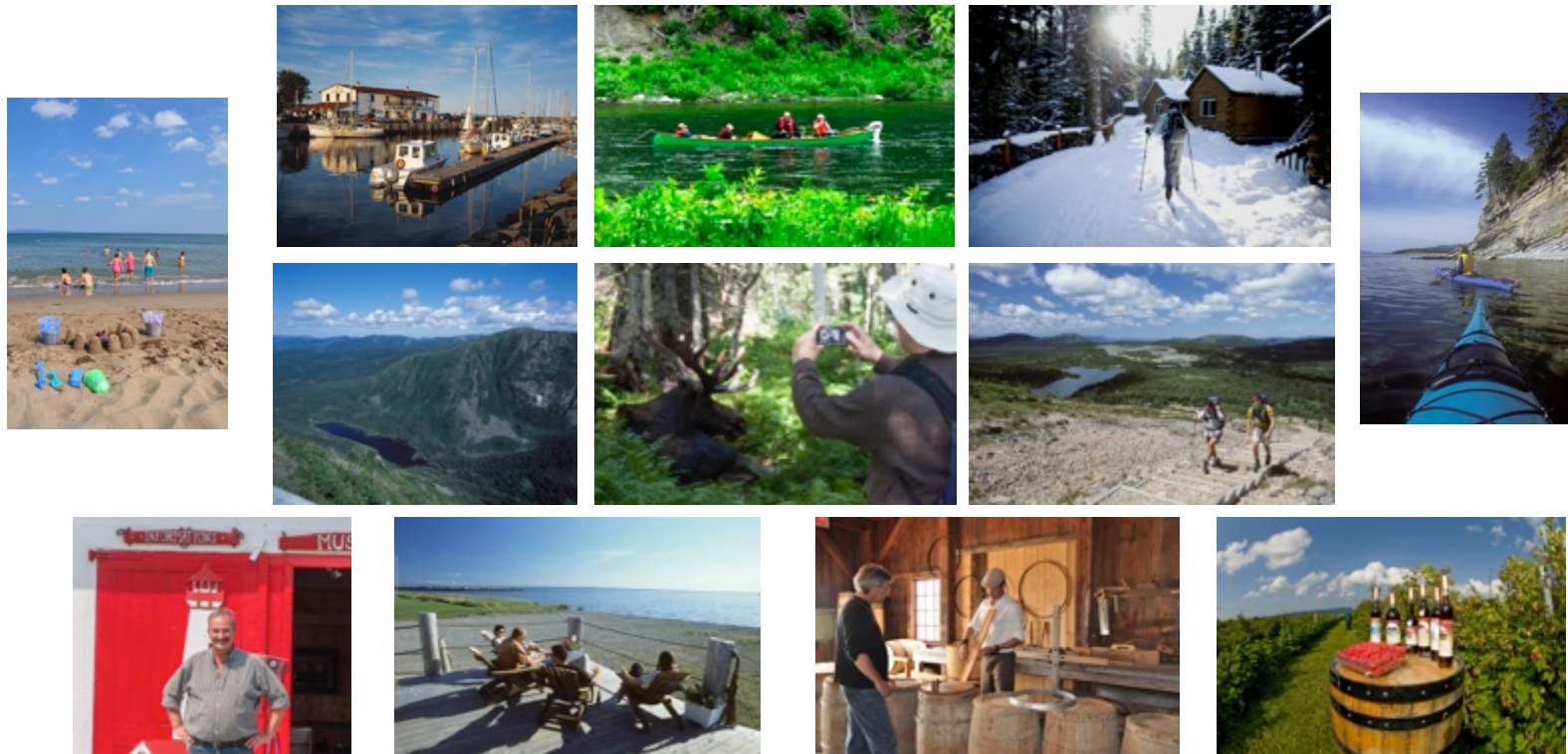
# PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES MÉTHODOLOGIE

Les questions suivantes visaient à comprendre la perception qu'ont les répondants de la région touristique de la Gaspésie en tant que destination de vacances d'agrément.

La perception a été mesurée de deux manières différentes :

- Par le biais d'énoncés à partir desquels les répondants devaient situer leur niveau d'accord en donnant une note de 1 à 10
- Par le biais d'images :

Les 12 images suivantes ont été choisies parce qu'elles représentaient chacun des éléments caractéristiques de la Gaspésie.



1. Elles ont été présentées de manière aléatoire aux répondants qui choisissaient celles qui illustraient leur perception de la Gaspésie. Chacun pouvait choisir entre 0 et 3 images.
2. Une image était ensuite sélectionnée aléatoirement parmi les images retenues (pour ceux qui en choisissaient) et présentée à nouveau afin que le répondant justifie son choix.



# LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES LE CHOIX D'IMAGES DES RÉPONDANTS

QG1. Choisissez les images qui représentent le mieux ce qu'évoque pour vous la Gaspésie comme région touristique pour des vacances d'agrément.

Base : tous les répondants, excluant la non-réponse; n : 808

Note : les répondants pouvaient choisir jusqu'à 3 images

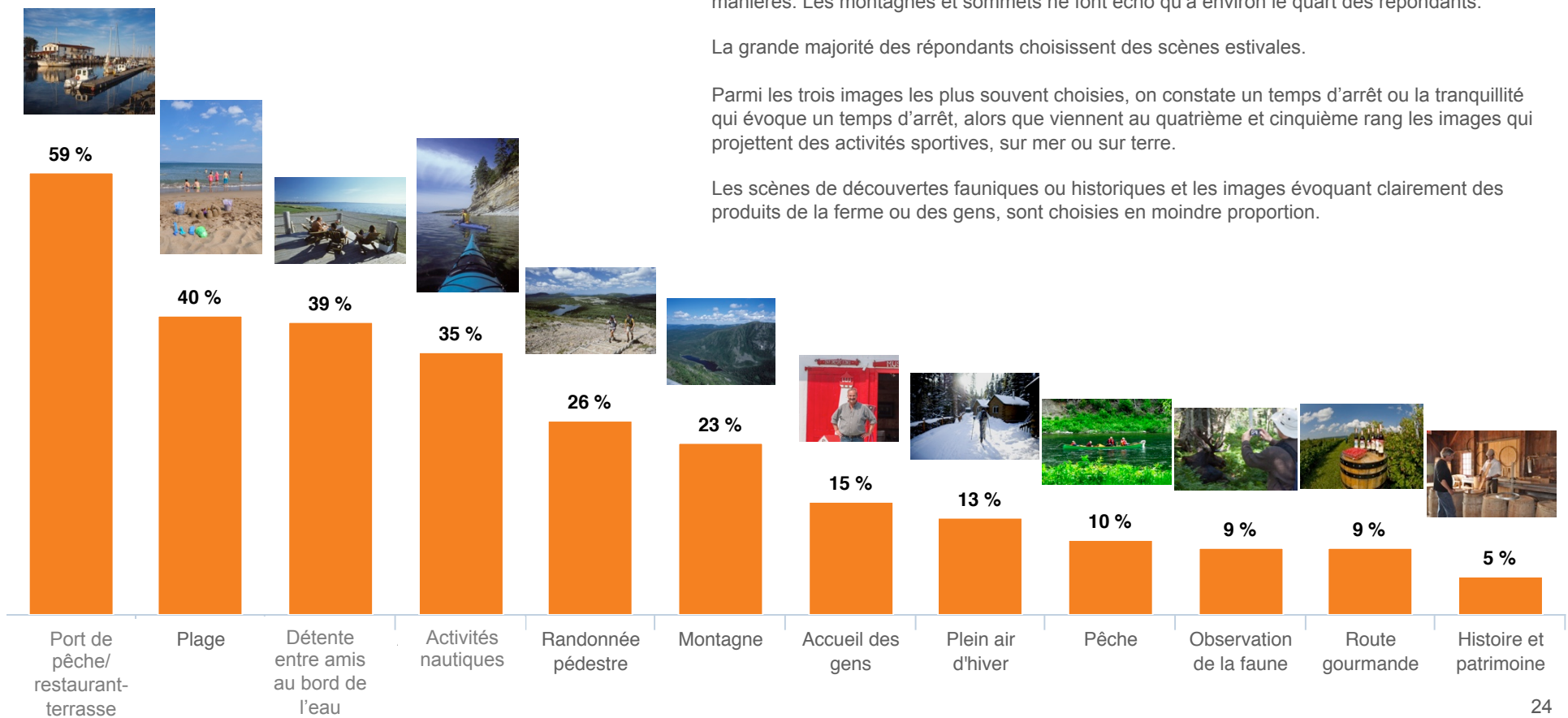
La majorité des répondants choisissent l'image représentant un port de pêche avec restaurant et terrasse, comme image qui évoque pour eux la Gaspésie (59 %).

En outre, les quatre images les plus souvent sélectionnées illustrent la mer de différentes manières. Les montagnes et sommets ne font écho qu'à environ le quart des répondants.

La grande majorité des répondants choisissent des scènes estivales.

Parmi les trois images les plus souvent choisies, on constate un temps d'arrêt ou la tranquillité qui évoque un temps d'arrêt, alors que viennent au quatrième et cinquième rang les images qui projettent des activités sportives, sur mer ou sur terre.

Les scènes de découvertes fauniques ou historiques et les images évoquant clairement des produits de la ferme ou des gens, sont choisies en moindre proportion.





# PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES LE CHOIX D'IMAGES DES RÉPONDANTS (SUITE)

## Des familles plus portées sur la détente et l'observation

Les répondants de 18 à 34 ans sans enfants sont **plus nombreux** à avoir choisi l'image suivante pour illustrer la région :



45 %

Les répondants de 25 à 44 ans ayant des enfants sont **plus nombreux** à avoir choisi les images suivantes pour illustrer la région :



62 %



46 %



10 %

Possiblement trop calmes pour eux, les répondants qui donnent une **note de satisfaction de 1 à 6** à l'égard de leurs vacances en Gaspésie sont **plus nombreux** à avoir choisi les images suivantes pour illustrer la région (à noter que ce sous-groupe ne compte que très peu de répondants) :



86 %



69 %

## Des choix qui divergent aussi selon le groupe d'âge

Les sous-groupes suivants ont sélectionné ces images en plus forte proportion :

18-24 ans



51 %



30 %

25-29 ans — ne se distinguent pas statistiquement

30-34 ans



19 %



14 %



13 %

35-39 ans



17 %

40-44 ans



70 %



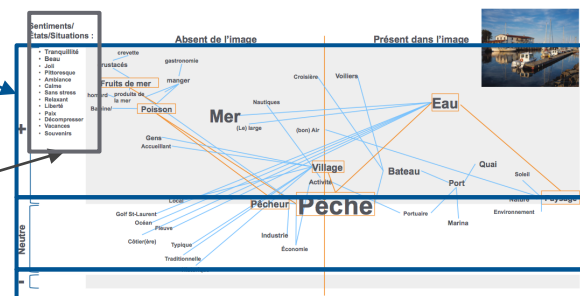
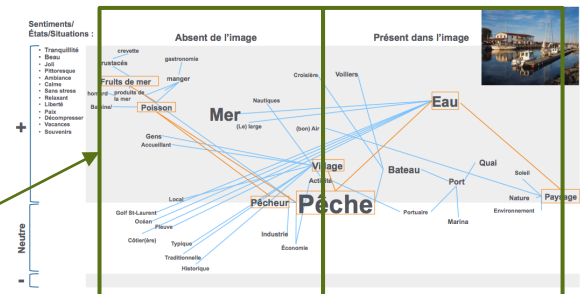
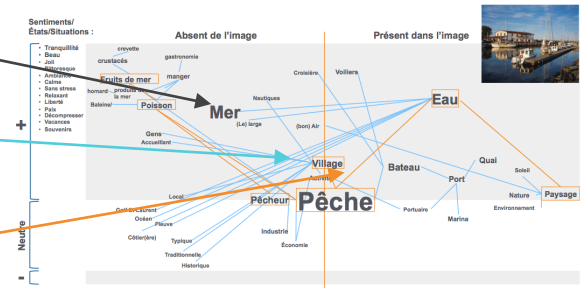
8 %

# PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

## MÉTHODOLOGIE - PERCEPTIONS JUSTIFIANT LE CHOIX D'IMAGE

Les prochaines pages présentent l'analyse des perceptions des répondants en fonction des éléments qu'ils inscrivent pour justifier leur choix d'images. Le verbatim recueilli a été analysé de la manière suivante:

<p><b>Pour le choix lexical et l'occurrence</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les mots significatifs utilisés dans les verbatim sont illustrés dans le graphique : <b>leur taille</b> témoigne du nombre de fois qu'ils ont été utilisés dans le verbatim de l'ensemble des répondants qui avaient sélectionné l'image et qui ont justifié leur choix.</li> </ul>
<p><b>Pour la parenté entre le lexique utilisé</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les mots sont disposés dans un champ lexical à deux niveaux :                     <ul style="list-style-type: none"> <li>des <b>traits bleus</b> unissent des mots qui partagent au moins en partie leur sens (synonymes, mots de même famille) ou qui ont été utilisés ensemble dans les verbatim des participants (par ex. : « froid » et « polaire »);</li> <li>des <b>traits oranges</b> lient entre eux les groupes de mots pour faire ressortir les grands thèmes qui les unissent .</li> </ul> </li> </ul> <p>À noter : un champ lexical est l'ensemble des mots qui, dans un texte, se rapportent à une même notion. Pour notre analyse, nous posons l'image comme étant la notion de laquelle émane le sens perçu par les répondants.</p>
<p><b>Afin d'établir si les éléments retenus sont présents ou non dans l'illustration</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le graphique est divisé en <b>deux zones verticales</b> :                     <ul style="list-style-type: none"> <li>la première, à <b>gauche</b>, réunit les mots décrivant des <b>éléments qu'il n'est pas possible d'observer</b> dans l'image (absents);</li> <li>la deuxième, à <b>droite</b>, présente les <b>éléments observables</b> dans l'image (présents).</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Pour comprendre si la perception est positive, neutre ou négative</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les mots ont été positionnés dans l'une ou l'autre des <b>trois zones horizontales</b> témoignant du point de vue du répondant (du contexte dans lequel ils ont été pris dans la réponse de chacun) :                     <ul style="list-style-type: none"> <li><b>positif, en haut;</b></li> <li><b>négatif, en bas;</b></li> <li><b>neutre, au centre</b> : utilisée lorsque le répondant se contente de décrire l'image sans exposer d'opinion.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Faire ressortir les émotions, sentiments ou états d'esprit exprimés</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les mots relatant précisément un état d'esprit sont disposés à la gauche du graphique et ont également été traités selon :                     <ul style="list-style-type: none"> <li>le nombre de fois qu'ils ont été utilisés (différentes tailles);</li> <li>leur connotation positive ou négative (disposés en haut/bas du graphique)</li> </ul> </li> </ul>



# LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

## PERCEPTIONS JUSTIFIANT LE CHOIX D'IMAGE

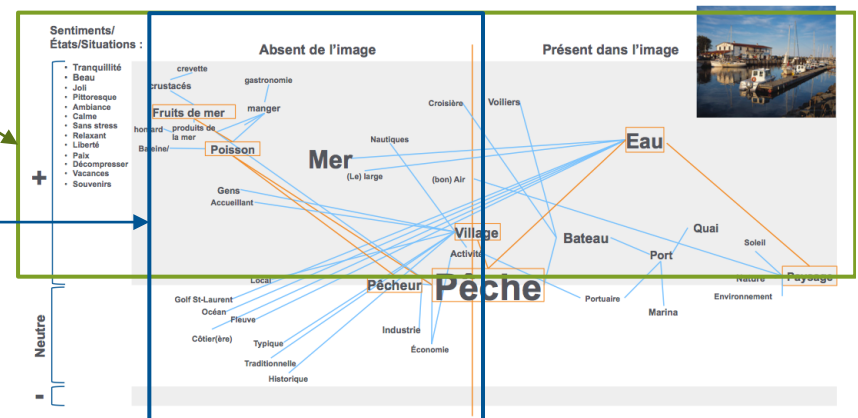


L'analyse du verbatim lié à cette image témoigne de la forte relation perçue par les répondants de la Gaspésie à l'eau et à son littoral, mais aussi de l'importance de la pêche, autant pour la région et ses habitants que dans son paysage.

Les commentaires décrivent en partie la perception qu'ont les répondants de la Gaspésie, mais aussi ce qu'ils souhaitent y trouver en tant que destination.

- ✓ **Pour les communications :**  
Un type de représentation qui interpelle un grand nombre parce qu'elle concentre plusieurs des perceptions les plus communes de la Gaspésie.

- Des mots et sentiments ou états évoqués, aucun n'est négatif, au contraire : cette image inspire à bon nombre de répondants des **commentaires à connotation positive**.
- La pêche, et dans une moindre mesure l'eau et la mer, est l'un des mots les plus utilisés. Plus de la moitié des commentaires font état de pêche ou de pêcheurs.
- L'image suscite beaucoup d'éléments **non représentés** :
  - on tend à la replacer dans un **contexte plus large** (par exemple: celle du village ou d'un port de mer);
  - elle évoque aussi la **présence de gens** et génère des commentaires sur leur accueil, leurs activités;
  - certains répondants se projettent également dans l'image et se rappellent des **souvenirs vécus en Gaspésie** ou des **scènes qu'ils aimeraient y vivre**. C'est dans cette optique qu'ils écrivent à propos de plats ou de spécialités locales (fruits de mer, poisson) ou de marches sur le bord du port et de croisières en mer.

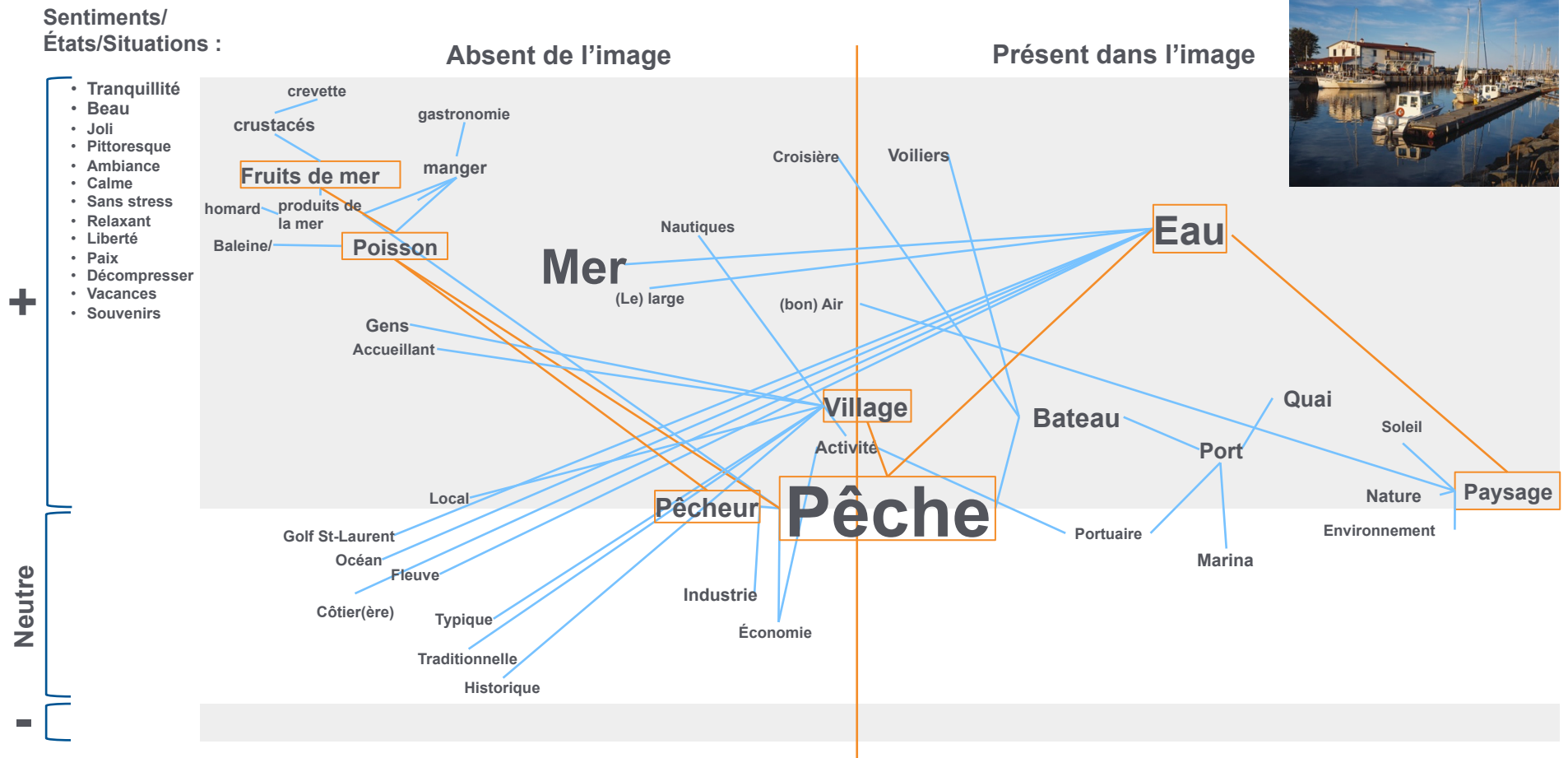


- Voir le graphique d'analyse détaillée à la page suivante

# LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

## PERCEPTIONS JUSTIFIANT LE CHOIX D'IMAGE (SUITE)

Base : ont choisi cette image, l'image leur a ensuite été présentée aléatoirement, excluant la non-réponse, n : 179



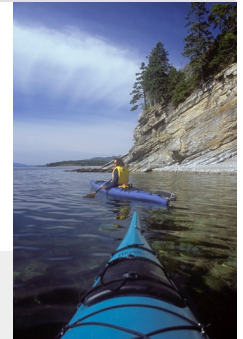




# LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

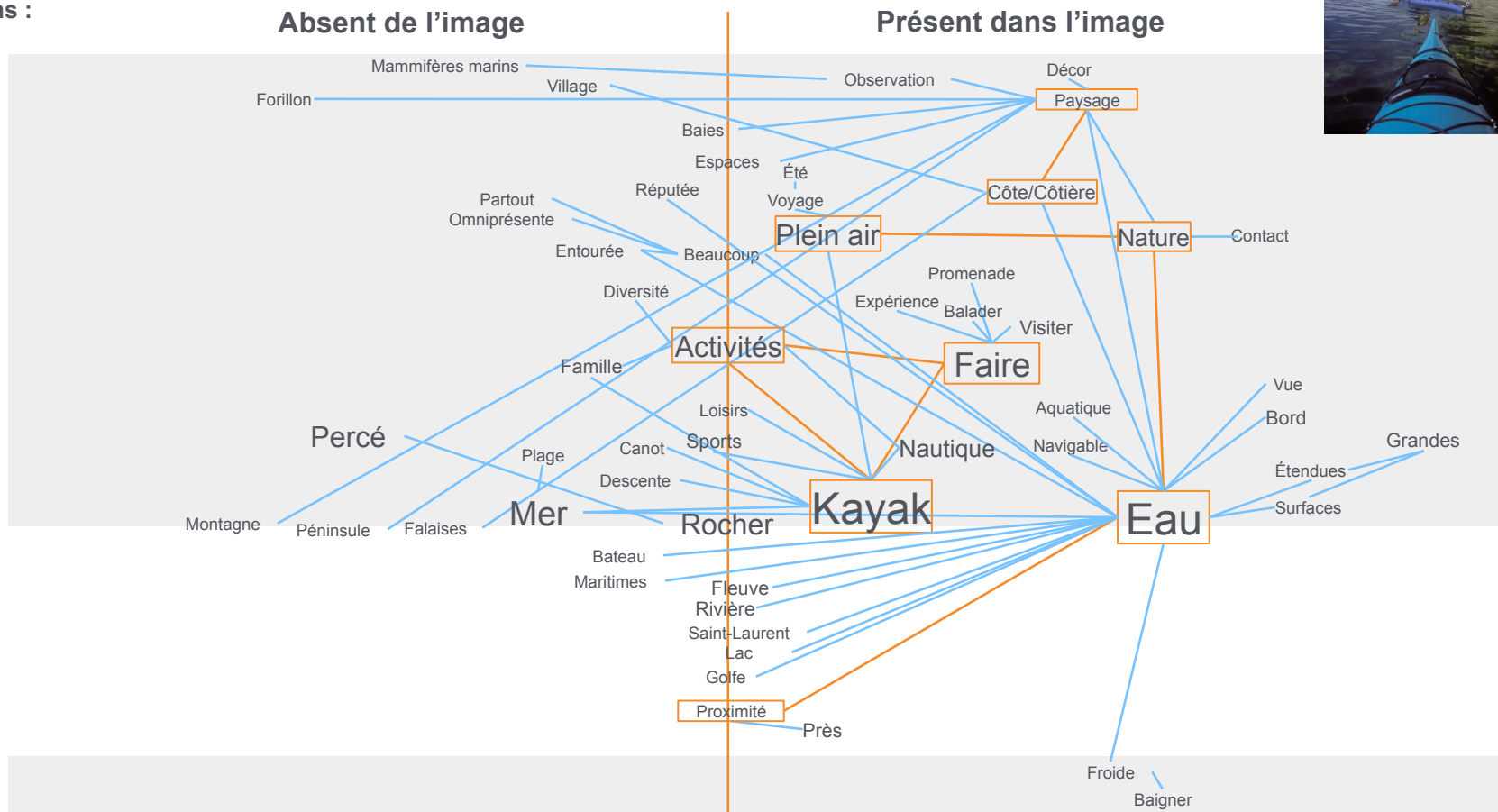
## PERCEPTIONS JUSTIFIANT LE CHOIX D'IMAGE (SUITE)

Base : ont choisi cette image, l'image leur a ensuite été présentée aléatoirement, excluant la non-réponse, n : 78



### Sentiments/ États/Situations :

- On peut
  - J'aime
  - Belle (vue)
  - Profiter
  - Reposant
  - Tranquillité
  - Idéal
  - Accessible
  - Plaisirs
  - Souvenirs
  - Beauté
  - Super
  - J'adore
  - Je recherche
  - Wow
- +
- Je suppose
- Neutre
- 

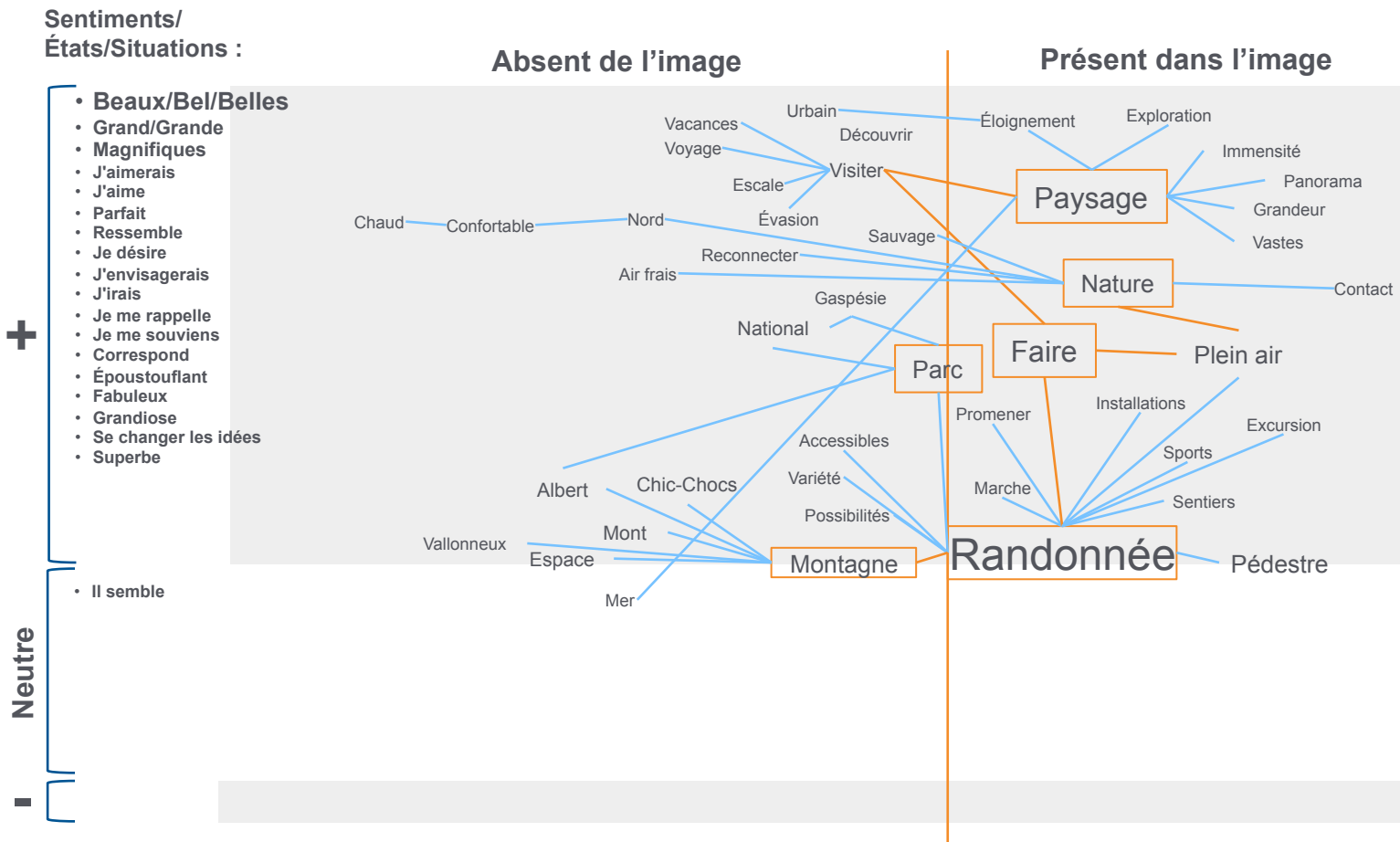




# LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

## PERCEPTIONS JUSTIFIANT LE CHOIX D'IMAGE (SUITE)

Base : ont choisi cette image, l'image leur a ensuite été présentée aléatoirement, excluant la non-réponse, n : 67







# LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

## PERCEPTIONS JUSTIFIANT LE CHOIX D'IMAGE (SUITE)

Base : ont choisi cette image, l'image leur a ensuite été présentée aléatoirement, excluant la non-réponse, n : 41

Sentiments/  
États/Situations :

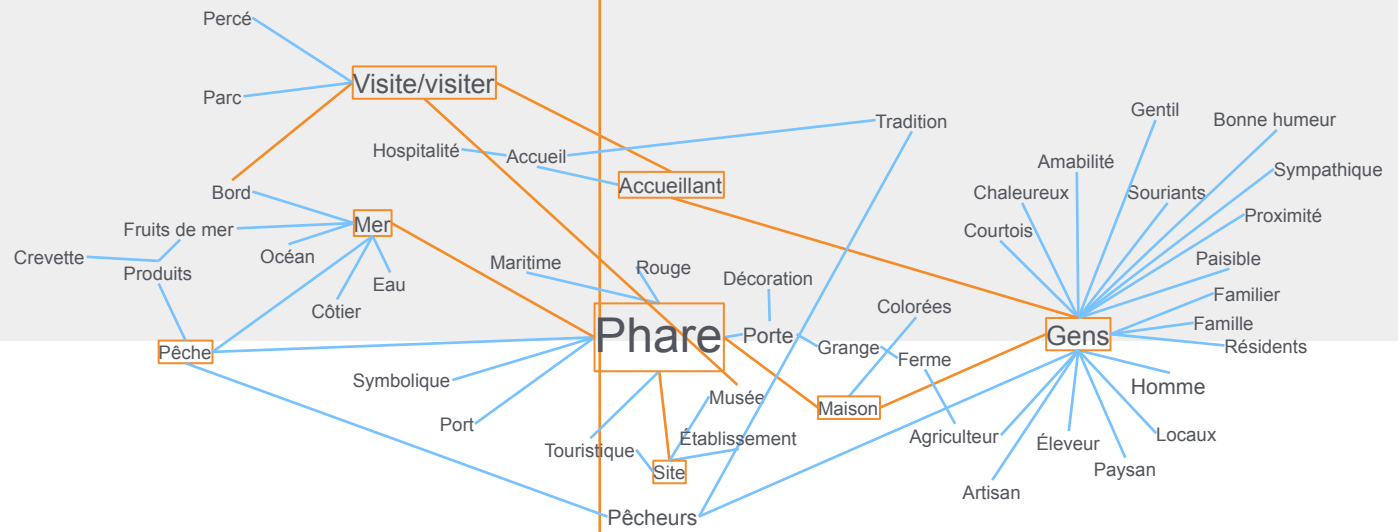
- Magnifique
- Me fait penser
- Semble

+

Neutre

Absent de l'image

Présent dans l'image



# LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

## PERCEPTIONS JUSTIFIANT LE CHOIX D'IMAGE (SUITE)

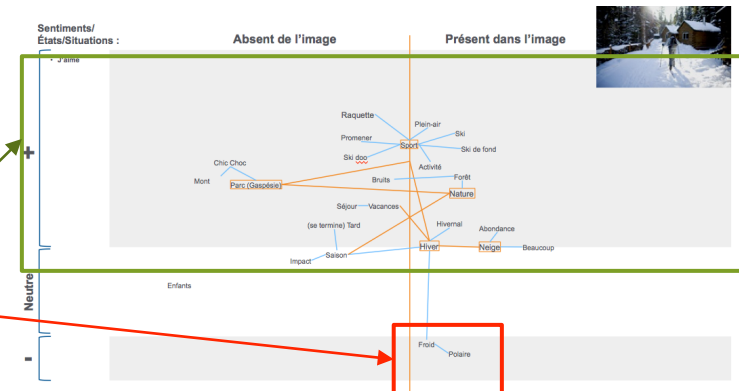


À la lumière de cette analyse, il appert que ce sont les sportifs d'hiver, ceux qui apprécient les activités hivernales, qui se projettent avant tout dans cette image, et plus particulièrement ceux qui vont en Gaspésie l'hiver pour s'adonner à leur sport.

Plusieurs voient dans cette image le reflet d'un hiver gaspésien particulièrement long et neigeux : positif pour ceux qui font des sports d'hiver, mais négatif pour ceux dont l'hiver est synonyme du froid.

- ✓ **Pour les communications :**  
Un type d'illustration qui interpelle les initiés et les adeptes de sports d'hiver.

- Les répondants sont peu nombreux à avoir choisi cette image (environ une centaine) et seulement 19 d'entre eux l'ont commentée de sorte que le poids de chacun des mots est moindre (de 1 à 5 mentions par mot).
  - Les répondants se montrent en grande proportion fidèles à l'image en **décrivant un paysage d'hiver** : « neige » est le mot le plus souvent employé (5 répondants), suivi de « hiver » et « nature ».
  - Si conformément à l'image, quatre répondants utilisent le mot « ski » ou font référence au ski de fond, plusieurs autres répondants font un lien entre ce qui est représenté et **les activités hivernales** (au sens large) et d'autres activités qu'ils pratiquent en hiver, mais qui ne figurent pas sur l'image (notamment la raquette, pour 3 personnes).
- La grande majorité des commentaires, même s'ils sont descriptifs, relatent des éléments dans un **contexte positif**. Seul le **froid est connoté négativement** : au sens qu'il fait froid ou que le froid est polaire.
- En fait, l'image renvoie la plupart des répondants à **leur propre expérience hivernale**, qu'elle soit en Gaspésie ou ailleurs :
  - Au-delà de ce que l'on décrit de l'image, ils mentionnent leurs vacances, des sports et activités auxquels ils s'adonnent;
  - Certains évoquent plus précisément des séjours faits au Parc de la Gaspésie ou pensent aux monts Chic-Chocs.

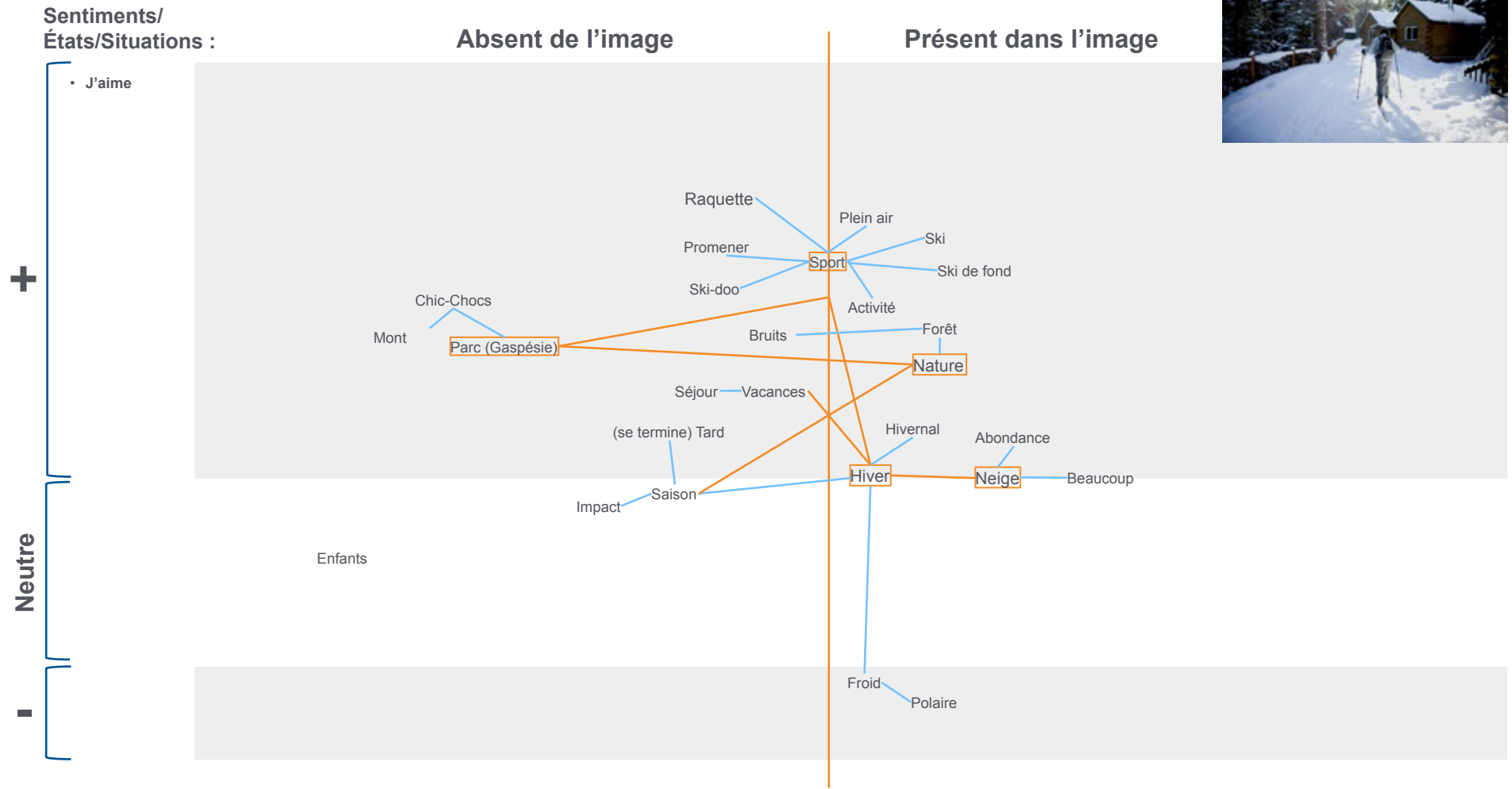


- Voir le graphique d'analyse détaillée à la page suivante

# LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

## PERCEPTIONS JUSTIFIANT LE CHOIX D'IMAGE (SUITE)

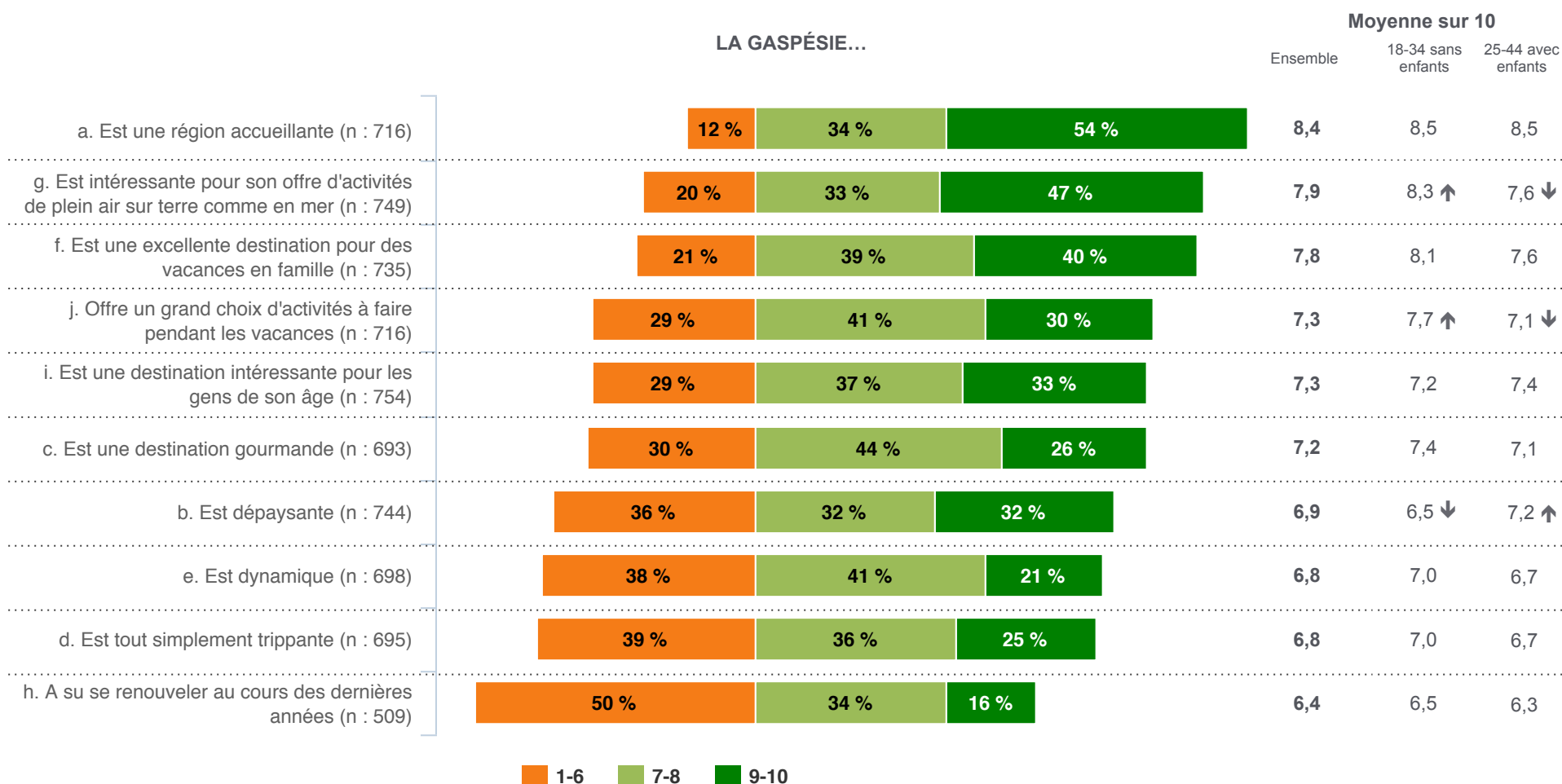
Base : ont choisi cette image, l'image leur a ensuite été présentée aléatoirement, excluant la non-réponse, n : 19



# CARACTÉRISTIQUES DE LA GASPÉSIE

QG4. Indiquez dans quelle mesure vous êtes en accord avec les énoncés suivants.

Base : tous les répondants, excluant la non-réponse



★ Pour tous les attributs, les répondants qui ont déjà visité la Gaspésie en ont une perception plus positive.

Caractéristiques **plus fortement associées** à la Gaspésie

Accueillante  
Plein air  
Famille

Avec des notes moyennes de 7,8 à 8,4 sur 10, ces caractéristiques sont celles qui reflètent le plus adéquatement la perception des répondants, même s'il ne s'agit pas encore d'une adéquation parfaite.

- Une plus forte proportion des 18 à 34 ans sans enfants trouvent la région intéressante pour son offre d'activités, sur terre comme sur mer. À preuve, ils sont également plus nombreux à avoir choisi l'image du kayak de mer pour représenter la Gaspésie comme région touristique.

Caractéristiques **modérément associées** à la Gaspésie

Intéressante  
Gourmande  
Grand choix d'activités

Avec des scores moyens de 7,2 et 7,3 sur 10, le positionnement de la Gaspésie comme étant d'intérêt pour les groupes d'âge ciblés ou pour avoir des activités diversifiées et un parcours gastronomique peut être renforcé.

- Les 18 à 34 ans sans enfants sont une fois de plus davantage en accord avec le fait que la Gaspésie offre un grand choix d'activités, démontrant que cette cible y trouve plus aisément son compte présentement.

Caractéristiques **moins associées** à la Gaspésie

Renouvelée  
Dynamique  
Trippante  
Dépaysante

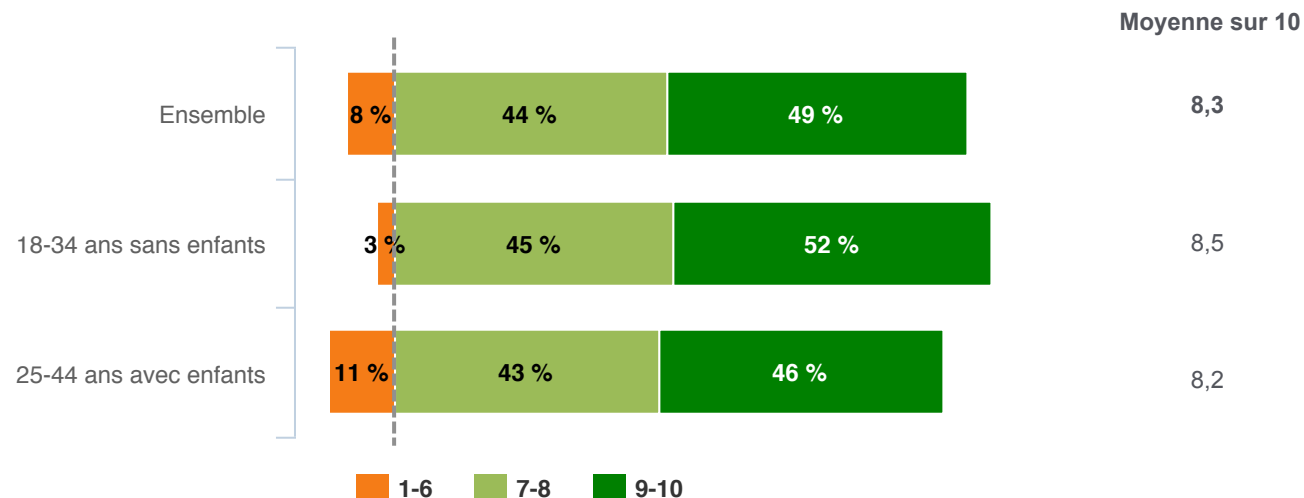
Les notes moyennes de ces caractéristiques se situent en bas de 7 sur 10, témoignant que la Gaspésie doit concrétiser son positionnement de destination renouvelée, dynamique ou dépaysante auprès de ces cibles.

- Le niveau d'accord des 25 à 44 ans avec enfants comme quoi la Gaspésie est une région dépaysante est un peu plus élevé que celui des 18 à 34 ans sans enfants, mais demeure consolidable.

## DERNIER SÉJOUR EN GASPÉSIE (SATISFACTION)

QG7. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Pas du tout satisfait » et 10 « Tout à fait satisfait », en quelle mesure avez-vous été satisfait(e) de la région touristique de la Gaspésie comme destination de vacances d'agrément?

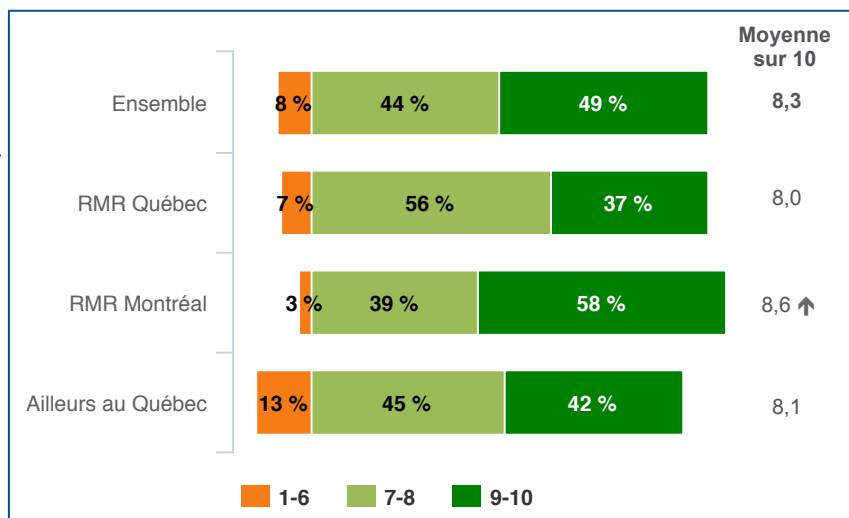
Base : répondants qui sont allés en Gaspésie pour des vacances d'agrément, excluant la non-réponse; n : 366



La **satisfaction** à l'égard du dernier séjour en Gaspésie est **plutôt bonne**, avec une note moyenne de 8,3 sur 10.

La satisfaction est plus grande chez les habitants de la région de Montréal, et plus faible pour ceux de la région de Québec et d'ailleurs au Québec. →

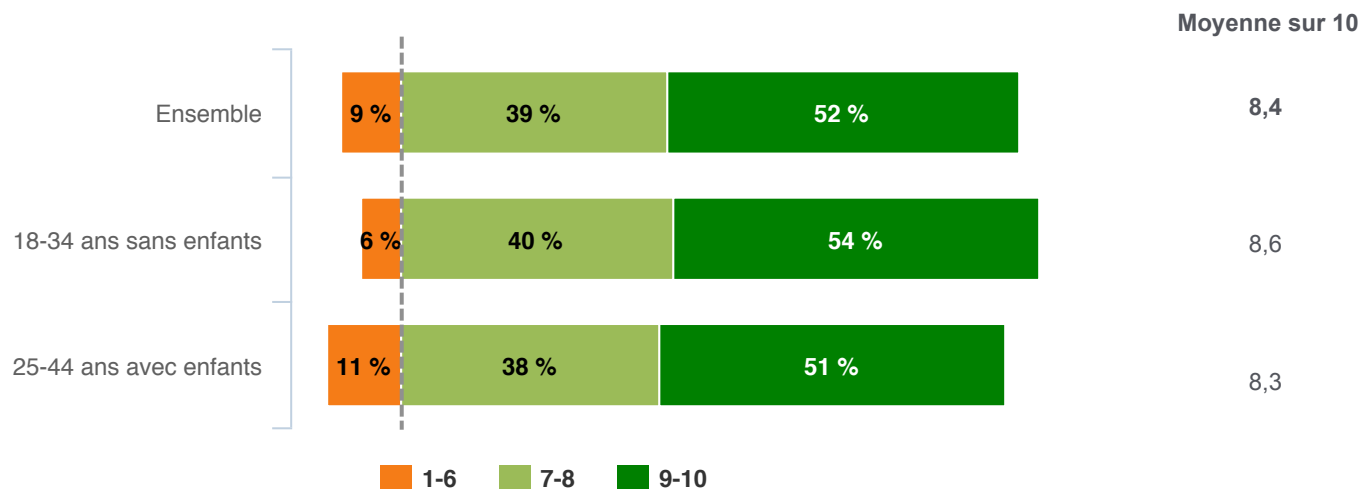
L'écart entre les deux segments principaux de l'étude n'est pas statistiquement significatif.



## DERNIER SÉJOUR EN GASPÉSIE (RECOMMANDATION)

QG8. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous ne recommanderiez pas du tout la Gaspésie et 10 que vous recommanderiez tout à fait la Gaspésie, recommanderiez-vous la région touristique de la Gaspésie comme destination de vacances d'agrément?

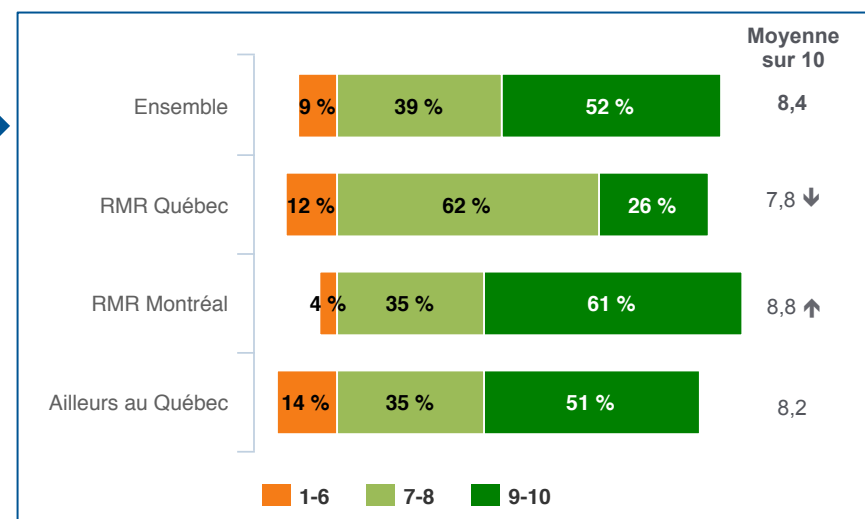
Base : répondants qui sont allés en Gaspésie pour des vacances d'agrément, excluant la non-réponse; n : 366



La **taux de recommandation** est sensiblement le même que le taux de satisfaction (réf. : page précédente).

Encore une fois, les résidents de la région de Montréal sont plus positifs, alors que ceux de la région de Québec le sont moins.

L'écart entre les deux segments principaux de l'étude, quant à lui, n'est pas statistiquement significatif.





# Conclusions



## CONCLUSIONS



### **LA GASPÉSIE : UN LEADERSHIP DE RÉGION TOURISTIQUE ENVISAGÉE POUR SES VACANCES QUI SE CONFIRME**

La Gaspésie se classe bonne première parmi les régions de la province, avec plus de la moitié des répondants qui la priorisent pour leurs vacances d'agrément, et un répondant sur dix, au total, qui affirme vouloir la visiter en 2016.

★ Du nombre de ceux qui veulent la visiter en 2016, notons que la majorité, soit 61 %, disent déjà y être allés dans les deux dernières années, confirmant l'idée que se développe une certaine fidélité parmi ses visiteurs : une caractéristique qui mériterait d'être mise de l'avant pour vanter la région aux yeux de nouveaux visiteurs.

Non loin derrière, la région des Îles-de-la-Madeleine arrive en quatrième position des intentions de visites, avec 44 % de répondants souhaitant s'y rendre dans les trois prochaines années.

★ Une offre de vacances qui réunirait ces deux parties de la région administrative pourrait être d'un certain intérêt pour les visiteurs d'une ou l'autre des régions touristiques.

### **LES 18 À 34 SANS ENFANTS : DANS DE MOINS BONNES DISPOSITIONS POUR ALLER EN GASPÉSIE**

Bien que la majorité des répondants affirment qu'ils prendront des vacances au cours des trois prochaines années, il en demeure qu'un répondant sur cinq ne pense pas être en mesure de le faire. Cette proportion grimpe à 25 % pour les 18 à 34 ans sans enfants, segment où l'on retrouve aussi une plus forte proportion de gens aux études ou sans emploi et qui dispose, en moyenne, d'un revenu moins élevé.

★ Une formule étudiante ou à prix modique pourrait constituer une piste de solution pour attirer cette clientèle disposant de moins de moyens financiers.

### **LES 25 À 44 ANS AVEC ENFANTS : UNE CIBLE INTÉRESSÉE POUVANT ÊTRE SÉDUITE AVEC DE BONNES OFFRES**

La clientèle des 25 à 44 ans avec enfants est davantage disposée à prendre des vacances, et la quasi-totalité d'entre eux le fait en famille. Rares sont ceux qui répondent ne voir aucun frein dans le choix d'une destination de vacances avec leurs enfants (9 %) : le coût de l'hébergement constitue le frein majeur, alors que la distance n'est évoquée que par 41 % des parents.

★ Même si la distance n'est pas un facteur déterminant pour la majorité des parents, il en demeure que plus un lieu est éloigné, plus il engage de frais d'hébergement qui, eux, constituent le frein principal à choisir un lieu de vacances. Un forfait famille avec hébergement serait à envisager.

### UN POSITIONNEMENT À RENFORCER SUR LE MARCHÉ

Parmi les énoncés mesurés, seul celui affirmant que la Gaspésie est une région accueillante récolte une note moyenne de plus de 8 sur 10 auprès des deux populations à l'étude (8,4). Les autres énoncés positionnant notamment la Gaspésie comme étant plus jeune, accessible ou dynamique, obtiennent des scores moyens de 6,4 à 7,9 sur 10, témoignant de l'écart qu'il reste à combler entre l'image perçue par ces clientèles cibles et celle que la région souhaite avoir.

- À prendre en compte dans les études de satisfaction et de recommandation :
  - L'expérience démontre qu'un élément récoltant une note moyenne de 9 et plus sur 10 peut être considéré comme ayant atteint sa cible.
  - Une note moyenne entre 8 et 9 est considérée bonne, mais laisse place à amélioration, tout comme une note entre 7 et 8, qui reflète des avis mitigés.
  - Un élément dont l'évaluation moyenne obtient une note plus basse que 7 sur 10 mérite qu'on lui accorde une attention particulière parce qu'elle témoigne d'une insatisfaction certaine de la part d'une proportion appréciable des gens qui ont donné leur avis.
- Il faut garder à l'esprit qu'une note moyenne reflète des proportions et qu'une moyenne plus basse est nécessairement le signe qu'une plus petite proportion de répondants ont octroyé des notes élevées.

Les 18 à 34 ans sans enfants sont plus nombreux à être d'accord que la région est intéressante pour son offre d'activités sur terre comme sur mer (8,3, contre 7,6 pour les 25 à 44 ans avec enfants). À preuve, ils sont également plus nombreux à choisir l'image du kayak de mer pour représenter la Gaspésie comme région touristique. Ils croient aussi en plus forte proportion que la Gaspésie a un grand nombre d'activités à faire pendant les vacances (7,7).

Contrairement à eux, les 25 à 44 ans avec enfants illustrent davantage la Gaspésie par des images de bord de mer et de plage. Pourtant, leur score moyen de la Gaspésie comme destination familiale est de 7,6, et ils donnent 7,1 au grand nombre d'activités.

- ★ Près des trois quarts des parents vont chercher les plages et les glissoires d'eau pour leur destination vacances, et la majorité des répondants prioriseront une destination soleil dans les trois prochaines années (ne comprenant pas les plages des plus proches voisins de la région, tels que le Nouveau-Brunswick ou la Nouvelle-Angleterre). Avec son littoral et ses plages, la Gaspésie peut s'affirmer davantage comme lieu de soleil et de mer auprès de cette clientèle.
- ★ La grande majorité des parents s'informent sur les lieux à visiter, et 3 parents sur 10 ne choisiront pas une destination faite d'endroits intéressants. Il s'agit de diffuser à ces parents les différentes activités qui les attendent sur place pour s'amuser avec leurs enfants. Les zoos, les parcs d'attractions et les jeux d'eau semblent judicieux, de même que des activités sportives adaptées aux familles qui sauront piquer l'intérêt des plus jeunes, qui ne croient plus pouvoir s'y adonner maintenant qu'ils ont leurs enfants.

## CONCLUSIONS



### **L'ACCESSIBILITÉ : UN POSITIONNEMENT QUI MÉRITE D'ÊTRE DÉVELOPPÉ**

Il demeure à convaincre les deux groupes à l'étude que la Gaspésie est une destination pour eux. Elle ne leur semble pas de leur âge (7,3), pas assez dépaysante (6,9) et certainement pas encore dynamique (6,8) ou trippante (6,8). Plus que tout, les répondants ne jugent pas que la région a su se renouveler (6,4), ce qui permet de penser que pour plusieurs, la Gaspésie demeure associée aux vacances qu'ils ont pu y faire avec leurs parents, avec les bons ou les mauvais côtés que cela comporte.

- ★ Le groupe des 18 à 34 ans sans enfants est par ailleurs moins enclin à prendre des vacances au Québec (46 % classent la province dans leur « top 3 »), mais souhaite en plus forte proportion voyager ailleurs dans le monde (56 %). La Gaspésie doit non seulement véhiculer sa différence, mais s'imposer face aux destinations exotiques envisagées par ce sous-groupe.
- ★ Que ce soit pour y attirer les parents soucieux du coût de leur hébergement, les étudiants estimant ne pas en avoir les moyens, ceux qui pensent pouvoir partir ailleurs dans le monde pour un budget équivalent, tout autant que ceux qui ne sont pas encore allés parce qu'ils la croient trop loin, la Gaspésie a tout intérêt à se démarquer par un positionnement d'accessibilité. Sa proximité à la mer est bien connue, elle a déjà démontré l'accessibilité de sa population à ceux qui s'y sont rendus, il reste toutefois à faire les premiers pas auprès de ceux qui ne la connaissent pas encore.

# Annexe 1

## MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Cette annexe présente tous les renseignements pertinents concernant le déroulement de l'étude. Elle contient la méthodologie détaillée et les résultats administratifs du sondage, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats et, le cas échéant, à reproduire l'étude selon le même protocole de recherche.

**OBJECTIFS DE L'ÉTUDE** Les objectifs principaux de l'étude sont d'évaluer les perceptions des jeunes adultes québécois et des jeunes familles à l'égard de la Gaspésie comme région touristique pour des vacances d'agrément.

**PLAN DE SONDAGE**

**Population cible**  
Les Québécois âgés de 18 à 34 ans, ainsi que les Québécois de 25 à 44 ans qui ont des enfants, qu'ils soient francophones ou anglophones.

**Base de sondage**  
Un échantillon d'internautes tiré du panel Or de SOM. Les panélistes sont recrutés exclusivement de façon aléatoire par téléphone fixe et cellulaire; il s'agit donc d'un échantillon probabiliste.

**Plan d'échantillonnage**  
L'échantillon a été constitué de façon à respecter la répartition des adultes de 18 à 44 ans au Québec selon la région (RMR de Québec, RMR de Montréal, ailleurs au Québec), l'âge et le sexe, la langue maternelle, la scolarité et la proportion de personnes seules. L'objectif était d'avoir le point de vue de 400 répondants de chacun des groupes (18-34 sans enfants et 25-44 avec enfants). La collecte a permis la réalisation de 814 entrevues.

**QUESTIONNAIRE** Le questionnaire utilisé a été élaboré par SOM et validé et approuvé par la responsable de l'étude chez Tourisme Gaspésie. On peut en consulter la version finale en annexe.

**COLLECTE**

**Période de collecte**  
Du 4 au 9 février 2016.

**Mode de collecte**  
Sondage en ligne, invitations par courriel gérées par SOM, collecte sur les serveurs de SOM.

**Résultats administratifs**  
Les résultats détaillés de la collecte sont présentés à la page suivante. Le taux de réponse est de 32,9 %.

## MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)



### Tourisme Gaspésie (Jeunes) Sondage réalisé du 4 au 9 février 2016

<b>RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB</b>	
Taille de l'échantillon	2 491
Nombre d'entrevues visées	800
<b>INVITATIONS ENVOYÉES</b>	
Invitations envoyées (A)	2 476
Adresse de courriel sur la liste noire	2
Échec lors de l'envoi du courriel	0
<b>UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE</b>	
Questionnaires complétés	814
Hors de la population visée	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0
Unité jointe répondante totale (B)	814
<b>UNITÉ JOINTE TARDIVE</b>	
Accès lorsque collecte de la strate terminée	52
Accès lorsque collecte terminée	60
<b>UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE</b>	
Abandon durant le questionnaire	98
Courriel automatique reçu indiquant absence du répondant	0
Courriel reçu indiquant refus de répondre	0
Désabonnement	5
Entrevue rejetée suite au contrôle qualité	6
<b>UNITÉ JOINTE TOTALE (C)</b>	1 035
<b>UNITÉ NON JOINTE</b>	
Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Quota de l'utilisateur dépassé	0
Détection par antipourriels	0
Autres messages de retour non reconnus	11
Unité non jointe totale (D)	11
<b>UNITÉ INEXISTANTE</b>	
Courriel invalide (usager@)	2
Courriel invalide (@domaine)	0
Duplicata	0
Unité inexistante totale (E)	2
<b>TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))</b>	<b>41,8 %</b>
<b>TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)</b>	<b>78,6 %</b>
<b>TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))</b>	<b>32,9 %</b>

### PONDÉRATION ET TRAITEMENT

Les données ont été pondérées de la façon suivante, pour chacune des trois grandes régions (RMR de Québec, RMR de Montréal, ailleurs au Québec) :

- Selon le poids des groupes ciblés (18-34 ans sans enfants, 25-44 ans avec enfants);
- Selon la distribution conjointe d'âge (18-24, 25-34, 35-44) et de sexe;
- En fonction de la langue maternelle;
- Selon la proportion d'adultes vivant seuls;
- Selon la distribution québécoise du plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun ou secondaire/DEP, collégial, universitaire).

Une pondération multivariée à 10 itérations par la méthode itérative du quotient est réalisée pour assurer une représentation fidèle à toutes ces distributions.

Note : Les distributions utilisées afin de réaliser cette pondération proviennent d'un traitement pondéré de tous les panélistes Or recrutés durant la dernière année.

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB.

Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut les variables pertinentes à l'analyse.

### MARGE D'ERREUR

Les marges d'erreur présentées à la page suivante tiennent compte de l'effet de plan. L'effet de plan apparaît lorsque les entrevues complétées ne sont pas réparties proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou de pondération. L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants. Par exemple, au tableau de la page suivante (pondération pour une base adulte), la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 403 ( $814 \div 2,018$ ).

La marge d'erreur varie selon la valeur de la proportion estimée. En effet, la marge d'erreur est plus grande lorsque la proportion est voisine de 50 % et plus petite à mesure que la proportion s'éloigne de 50 %. Le tableau de la page suivante donne les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.



## MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Région			
	Ensemble	RMR Québec	RMR Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	814	140	374	300
EFFET DE PLAN	2,018	2,220	2,022	1,805
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	±1,0%	±2,5%	±1,4%	±1,5%
95 % ou 5 %	±2,1%	±5,4%	±3,1%	±3,3%
90 % ou 10 %	±2,9%	±7,4%	±4,3%	±4,6%
80 % ou 20 %	±3,9%	±9,9%	±5,8%	±6,1%
70 % ou 30 %	±4,5%	±11,3%	±6,6%	±7,0%
60 % ou 40 %	±4,8%	±12,1%	±7,1%	±7,4%
<b>50 % (MARGE MAXIMALE)</b>	±4,9%	±12,3%	±7,2%	±7,6%

## MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Ensemble	Strate	
		18-34 ans sans enfants	25-44 ans avec enfants
NOMBRE D'ENTREVUES	814	408	406
EFFET DE PLAN	2,018	2,010	1,940
PROPORTION :			
99 % ou 1 %	±1,0%	±1,4%	±1,3%
95 % ou 5 %	±2,1%	±3,0%	±3,0%
90 % ou 10 %	±2,9%	±4,1%	±4,1%
80 % ou 20 %	±3,9%	±5,5%	±5,4%
70 % ou 30 %	±4,5%	±6,3%	±6,2%
60 % ou 40 %	±4,8%	±6,7%	±6,6%
<b>50 % (MARGE MAXIMALE)</b>	±4,9%	±6,9%	±6,8%

# Annexe 2

QUESTIONNAIRE



## Sondage auprès des jeunes Québécois sur l'attrait de la Gaspésie comme destination touristique

### Tourisme Gaspésie

---

---

/\*

### Légende

<b>/*texte*/</b>	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas au répondant.
<b>-&gt; ou -&gt;&gt;</b>	Signifie « Passez à la question... ».
<b>-&gt;out</b>	Termine le sondage (répondant non admissible).
<b>-&gt;fin</b>	Termine le sondage (répondant admissible, questionnaire rempli)
<b>Instructions en gris</b>	Ce qui apparaît en gris dans le questionnaire correspond à des directives techniques. Il n'est pas nécessaire de comprendre leur formulation pour prendre connaissance du questionnaire. D'ailleurs, une note explicative, placée avant les directives techniques pertinentes, précise leur fonction.  Un document décrivant les principales instructions techniques peut être fourni sur demande.

\*/

Q\_BI                    Bienvenue.  
->>V1

Q\_MP                    Mot de passe \_\_\_\_\_

**/\*À importer du panel pour le traitement :**

SE1    Occupation (haut niveau)  
SE5    Scolarité  
SE10   Revenu familial  
SE12   Sexe

**Données panel pour identifier les répondants :**

IDNAISS            Âge du participant  
SE6    Nbre de personnes dans le ménage  
SE7    Nbre enfants dans le ménage  
SE8B1 et suivante    Âge des enfants  
SE20   Détient un permis de conduire valide\*/

**/\*Section V : Prévision de vacances d'agrément à court/moyen terme\*/**

Q\_V1                    Cette étude porte sur les vacances d'agrément, c'est-à-dire, des vacances qui...  
[/]<ul>  
<li>Ne concernent pas le travail;</li>  
<li>Ne sont pas spécifiquement prises pour aller voir des amis ou de la famille;</li>  
<li>Sont d'une durée d'une nuit ou plus;</li>  
<li>Se déroulent à l'extérieur de votre ville de résidence.</li></ul>[/]

Quelle est la probabilité que vous preniez des vacances d'agrément au cours des trois prochaines années?

1=Très probable  
2=Assez probable  
3=Peu probable  
4=Pas du tout probable  
9=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

---

**/\*Légende**

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/

**/\*Section I : Intérêt pour la région touristique de la Gaspésie\*/**

Q\_I1a

[/]<style>input {margin-left: -16px;float: left} label {margin-left: 10px;float: left}</style>[/]  
Lesquelles des destinations suivantes avez-vous ((G déjà visitées)) lors de vacances d'agrément? \*Cochez tous les choix qui s'appliquent\*

\*Choix multiples  
\*ChoixMinMax=1,8  
\*Selectif=95,99

- 1=Le Québec
- 2=L'Ontario
- 3=Les provinces de l'Atlantique (Nouveau-Brunswick, Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador)
- 4=Autre lieu au Canada
- 5=La Nouvelle-Angleterre (Maine, Massachusetts, New Hampshire, Vermont, Rhode Island, Connecticut)
- 6=Autre lieu aux États-Unis (ex. : New York, Floride, Californie, etc.)
- 7=Une destination soleil (ex. : Cuba, République Dominicaine, etc.)
- 8=Autre lieu dans le monde
- 95=\*Aucune de ces destinations
- 99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

**/\*Note:**

**Poser QI2a si QV1=1,2,3,9, sinon, aller à QI2alta\*/**

Q\_sicall2  
->>I2alta

si q#V1=1,2,3,9->I2a

Q\_I2a

Lesquelles des destinations suivantes prioriseriez-vous pour vos vacances d'agrément des trois prochaines années?  
\*Jusqu'à 3 choix possibles, en ordre de priorité\*

\*Favoris=3,MIN=1,MULT=90,UN=95,99

- 1=Le Québec
- 2=L'Ontario
- 3=Les provinces de l'Atlantique (Nouveau-Brunswick, Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador)
- 4=Autre lieu au Canada
- 5=La Nouvelle-Angleterre (Maine, Massachusetts, New Hampshire, Vermont, Rhode Island, Connecticut)
- 6=Autre lieu aux États-Unis (ex. : New York, Floride, Californie, etc.)
- 7=Une destination soleil (ex. : Cuba, République Dominicaine, etc.)
- 8=Autre lieu dans le monde
- 95=\*Aucune de ces destinations
- 99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

->>cali3a

---

**/\*Légende**

\**texte*\* : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\**texte*\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/

**/\*Note :**                   **Affichage alternatif du libellé pour ceux qui ne pensent pas prendre de vacances d'agrément (Q\_V1=4)\*/**

Q\_I2alta                   Si vous deviez prendre des vacances d'agrément au cours des trois prochaines années, laquelle/lesquelles des destinations suivantes prioriseriez-vous? \*Jusqu'à 3 choix possibles, en ordre de priorité\*

\*Favoris=3,MIN=1,MULT=90,UN=95,99

- 1=Le Québec
- 2=L'Ontario
- 3=Les provinces de l'Atlantique (Nouveau-Brunswick, Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador)
- 4= Autre lieu au Canada
- 5=La Nouvelle-Angleterre (Maine, Massachusetts, New Hampshire, Vermont, Rhode Island, Connecticut)
- 6= Autre lieu aux États-Unis
- 7=Une destination soleil (ex. : Cuba, République Dominicaine, etc.)
- 8= Autre lieu dans le monde
- 95=\*Aucune de ces destinations
- 99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

->>cali3alt

**/\*Note :**                   **Si a répondu Québec, aller à QI4, sinon, aller à Q\_I3a\*/**

Q\_sicali3a  
->>i3a

si q#i2a=1 ou q#i2a\_1=1 ou q#i2a\_2=1->i4a

Q\_I3a                    Envisagez-vous quand même de prendre des vacances d'agrément au Québec au cours des trois prochaines années même si la province ne figure pas parmi les trois destinations que vous priorisez pour vos vacances d'agrément?

- 1=Oui
- 2=Non
- 9=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

->>cali3b

**/\*Note :**                   **Affichage alternatif du libellé pour ceux qui ne pensent pas prendre de vacances d'agrément (Q\_V1=4)\*/**

Q\_sicali3alt  
->>i3alt

si q#i2alta=1 ou q#i2alta\_1=1 ou q#i2alta\_2=1->i4a

Q\_I3alt                   Envisageriez-vous quand même de prendre des vacances d'agrément au Québec au cours des trois prochaines années même si la province ne figure pas parmi les trois destinations que vous prioriseriez pour vos vacances d'agrément?

- 1=Oui
- 2=Non
- 9=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

---

**/\*Légende**

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/

->>cali3balt

**/\*Note :**                   **Si a répondu oui aller à QI4, sinon, poser Q\_I3b\*/**

Q\_sicali3b  
->>i3bnsp

si q#i3a=1->i4a

Q\_I3b                    Pour quelles raisons n'envisagez-vous pas de prendre des vacances d'agrément au Québec au cours des trois prochaines années?

\*exclusif=(I3b,I3bnsp)

<< \_\_\_\_\_  
99=\*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre\*suf nsp>>

->>i4a

**/\*Note :**                   **Affichage alternatif du libellé pour ceux qui ne pensent pas prendre de vacances d'agrément (Q\_V1=4) \*/**

Q\_sicali3balt  
->>i3balt

si q#i3alt=1->i4a

Q\_I3balt                Pour quelles raisons n'envisageriez-vous pas de prendre des vacances d'agrément au Québec au cours des trois prochaines années?

\*exclusif=(i3balt,i3baltnsp)

<< \_\_\_\_\_  
99=\*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre\*suf nsp>>

->>i4a

---

**/\*Légende**

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/



**/\*Note :**                   **Présenter une illustration des régions sur une carte de la province\*/**

Q\_14a                    Lesquelles des régions touristiques québécoises suivantes avez-vous déjà visitées lors de vacances d'agrément? \*Cochez tous les choix qui s'appliquent\* \*Cliquez sur l'image pour l'agrandir\*

((M CARTEQUEBEC.JPG,372))

\*Seuil=6

\*Choix multiples

\*ChoixMinMax=1,21

\*Selectif=95,99

- 1=Îles-de-la-Madeleine
- 2=Gaspésie
- 3=Bas-Saint-Laurent
- 4=Québec
- 5=Charlevoix
- 6=Chaudière-Appalaches
- 7=Mauricie
- 8=Cantons-de-l'Est
- 9=Montérégie
- 10=Lanaudière
- 11=Laurentides
- 12=Montréal
- 13=Outaouais
- 14=Abitibi-Témiscamingue
- 15=Saguenay-Lac-Saint-Jean
- 16=Manicouagan
- 17=Duplessis
- 18=Baie-James Eeyou Istchee
- 19=Laval
- 20=Centre-du-Québec
- 21=Nunavik
- 95=\*Aucune de ces régions
- 99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

---

**/\*Légende**

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*

Q\_I5a

Lesquelles des régions touristiques québécoises suivantes considéreriez-vous pour prendre des vacances d'agrément? \*Jusqu'à 5 choix possibles, en ordre de priorité\* \*Cliquez sur l'image pour l'agrandir\*

((M CARTEQUEBEC.JPG,372))

\*Favoris=5,MIN=1,UN=95,99

- 1=Îles-de-la-Madeleine
- 2=Gaspésie
- 3=Bas-Saint-Laurent
- 4=Québec
- 5=Charlevoix
- 6=Chaudière-Appalaches
- 7=Mauricie
- 8=Cantons-de-l'Est
- 9=Montérégie
- 10=Lanaudière
- 11=Laurentides
- 12=Montréal
- 13=Outaouais
- 14=Abitibi-Témiscamingue
- 15=Saguenay-Lac-Saint-Jean
- 16=Manicouagan
- 17=Duplessis
- 18=Baie-James Eeyou Istchee
- 19=Laval
- 20=Centre-du-Québec
- 21=Nunavik
- 95=\*Aucune de ces régions
- 99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

**/\*Note :** Pour ceux qui ont choisi la Gaspésie (Q\_I5=2), allez à Q\_I6, sinon aller à la section P\*/

Q\_sicali6 si q#i5a=2 ou q#i5a\_1=2 ou q#i5a\_2=2 ou q#i5a\_3=2 ou q#i5a\_4=2->cali6lire  
->>calP1

Q\_incali6lire lorsque q#i5a\_4=blanc alors nepaslire q#l6a=5 et  
lorsque q#i5a\_3=blanc alors nepaslire q#l6a=4 et  
lorsque q#i5a\_2=blanc alors nepaslire q#l6a=3 et  
lorsque q#i5a\_1=blanc alors nepaslire q#l6a=2

->>l6a

---

#### /\*Légende

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/

Q\_I6a

Vous avez sélectionné les régions touristiques suivantes :

<I5a>  
<I5a\_1>  
<I5a\_2>  
<I5a\_3>  
<I5a\_4>

Avez-vous prévu visiter l'une d'entre elles cette année?  
\*Cochez tous les choix qui s'appliquent\*

\*Choix Multiples  
\*ChoixMinMax=1,5  
\*Selectif=6,9

1=Oui, <I5a>  
2=Oui, <I5a\_1>  
3=Oui, <I5a\_2>  
4=Oui, <I5a\_3>  
5=Oui, <I5a\_4>  
6=Non  
9=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

**/\*Section P : Section parents\*/**

**/\*Poser section P seulement si SE7>0 (le ménage compte un ou plusieurs enfants) ET SE8B1>1998 (enfants âgés de moins de 18 ans), sinon aller à Section G\*/**

Q\_sicalP1  
->>P1

si strate=1->Gintro

Q\_P1

De manière générale, prenez-vous vos vacances d'agrément avec vos enfants?

1=Oui  
2=Non  
9=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

---

**/\*Légende**

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*

**/\*Note :** Pour ceux qui ont dit oui (Q\_P1=1), aller à Q\_P2, sinon Section G\*/

Q\_sicalP2  
->>GIntro

si q#P1=1->P2a

Q\_P2a

Recherchez-vous des activités spécifiques lorsque vous choisissez une destination pour les vacances avec vos enfants? \*Cochez tous les choix qui s'appliquent\*

\*Rotation  
\*Choix multiples  
\*ChoixMinMax=1,20  
\*Selectif=95,99

- 1=Lieux à visiter : zoo, parc d'attractions ou autres
- 2=Excursions en mer, voile
- 3=Plages et glissoires d'eau
- 4=Kayak, canotage et rafting
- 5=Canyonisme
- 6=Randonnée pédestre
- 7=Excursions guidées dans la nature
- 8=Centre de vacances
- 9=Vélo
- 10=Karting, go-karts et paintball
- 11=Chasse et pêche
- 12=Ski alpin, ski de fond, raquette
- 13=Quad et motoneige
- 14=Observation de la faune et la flore
- 15=Centres d'interprétations, lieux historiques et musées
- 16=Galerie d'art, boutiques
- 17=Salles de spectacles, cinéma
- 18=Jardins
- 19=Festival ou évènement spécial
- 20=Agrotourisme (rencontre avec producteurs ou dégustations)
- 90=\*Autre activité
- 95=\*Je ne recherche aucune activité en particulier
- 99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

---

#### /\*Légende

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/

Q\_P3a

Quels sont les freins dans le choix d'une destination lorsque vous voyagez avec vos enfants?

\*Rotation

\*Choix multiples

\*ChoixMinMax=1,6

\*Selectif=95,99

1=La distance (trop loin d'où nous habitons)

2=Les moyens de transport pour s'y rendre

3=Le coût de l'hébergement

4=Les lieux à visiter

5=Les activités à faire sur place

90=\*Autre, veuillez préciser dans la boîte ci-dessous <précisez>

95=\*Il n'y a pas de frein dans le choix d'une destination avec mes enfants

99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

### **/\*Section G : Perception de la Gaspésie\*/**

#### **/\*Tous les répondants\*/**

Q\_GIntro

Les prochaines questions concernent plus spécifiquement la région touristique de la Gaspésie.

[/]<div id="img1" align="center">[/] ((M GASPESIE.JPG, 480)) []/</div>[/]

2=\*Continuer

---

#### **/\*Légende**

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*

Q\_G1a

```
[/]<link rel="stylesheet" href="biggercheckboxes.css" media="all" type="text/css"
/><script>$(document).ready( function()
{$('#input[type=checkbox]').toggleClass("big");</script>[/]Choisissez les images qui
représentent le mieux ce qu'évoque pour vous la Gaspésie comme région
touristique pour des vacances d'agrément?
*((G Pour sélectionner une image, veuillez cliquer sur la boîte située à sa
gauche))*
*Jusqu'à 3 images peuvent être choisies*
*Cliquez sur l'image pour l'agrandir*
```

\*Seuil=4

\*Rotation

\*Choix multiples

\*ChoixMinMax=0,3

```
1=((M 1RANDO.JPG, 216)) /*Randonnée pédestre*/
2=((M 2KAYAK.JPG, 216)) /*Activités nautiques/kayak*/
3=((M 3PECHE.JPG, 216)) /*Pêche*/
4=((M 4FAUNE.JPG, 216)) /*Observation de la faune*/
5=((M 5GOURMAND.JPG, 216)) /*Route gourmande*/
6=((M 6PLAGE.JPG, 216)) /*Plage*/
7=((M 7PLEINAIR.JPG, 216)) /*Plein air d'hiver*/
8=((M 8ACCUEIL.JPG, 216)) /*Accueil des gens*/
9=((M 9HISTOIRE.JPG, 216)) /*Histoire et patrimoine*/
10=((M 10MONTAGNE.JPG, 216)) /*Montagne*/
11=((M 11PORT.JPG, 216)) /*Port*/
12=((M 12DETENTE.JPG, 216)) /*Détente*/
```

### **/\*À la QG2 insérer une des images choisies en G1, choisir de manière aléatoire\*/**

Q\_sicalG2

si q#G1a=1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12->remplirG2

->>rotG4

Q\_inremplirG2

```
lorsque q#G1a=1 alors q#vmult=1 et
lorsque q#G1a=2 alors q#vmult=2 et
lorsque q#G1a=3 alors q#vmult=3 et
lorsque q#G1a=4 alors q#vmult=4 et
lorsque q#G1a=5 alors q#vmult=5 et
lorsque q#G1a=6 alors q#vmult=6 et
lorsque q#G1a=7 alors q#vmult=7 et
lorsque q#G1a=8 alors q#vmult=8 et
lorsque q#G1a=9 alors q#vmult=9 et
lorsque q#G1a=10 alors q#vmult=10 et
lorsque q#G1a=11 alors q#vmult=11 et
lorsque q#G1a=12 alors q#vmult=12
```

->>choix

---

#### **/\*Légende**

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*

Q\_vmult                   \*Auto\*


1=1RANDO.JPG  
1=2KAYAK.JPG  
1=3PECHE.JPG  
1=4FAUNE.JPG  
1=5GOURMAND.JPG  
1=6PLAGE.JPG  
1=7PLEINAIR.JPG  
1=8ACCUEIL.JPG  
1=9HISTOIRE.JPG  
1=10MONTAGNE.JPG  
1=11PORT.JPG  
1=12DETENTE.JPG

Q\_inchoix                choix de 1 parmi q#vmult (1 ou 2 ou 3 ou 4 ou 5 ou 6 ou 7 ou 8 ou 9 ou 10 ou 11 ou 12) dans  
q#AFFG2

->>G2

Q\_AFFG2                 \*Auto\*

1=1RANDO.JPG  
2=2KAYAK.JPG  
3=3PECHE.JPG  
4=4FAUNE.JPG  
5=5GOURMAND.JPG  
6=6PLAGE.JPG  
7=7PLEINAIR.JPG  
8=8ACCUEIL.JPG  
9=9HISTOIRE.JPG  
10=10MONTAGNE.JPG  
11=11PORT.JPG  
12=12DETENTE.JPG  
99=\*

Q\_G2                    En quelques mots, inscrivez pourquoi vous avez sélectionné l'image  
suivante pour décrire votre perception de la Gaspésie, comme région  
touristique pour des vacances d'agrément.  
[/][/]

\*exclusif=(G2,G2nsp)

<< \_\_\_\_\_  
99=\*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre\*suf nsp>>

---

**/\*Légende**

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/

## **/\*Rotation QG4a à QG4j\*/**

Q_inrotG4	rotation=q#G4a, q#G4b, q#G4c, q#G4d, q#G4e, q#G4f, q#G4g, q#G4h, q#G4i, q#G4j (après=q#valid)
Q_G4a	Indiquez dans quelle mesure vous êtes en accord avec les énoncés suivants.  La région touristique de la Gaspésie est une ((G <b>région accueillante</b> )).
*format matriciel	1=1 (Pas du tout d'accord) 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 9=9 10=10 (Tout à fait d'accord) 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Q_G4b	La région touristique de la Gaspésie est ((G <b>dépaysante</b> )).
*format matriciel	
Q_G4c	La région touristique de la Gaspésie est une ((G <b>destination gourmande</b> )).
*format matriciel	
Q_G4d	La région touristique de la Gaspésie est ((G <b>tout simplement trippante</b> )).
*format matriciel	
Q_G4e	La région touristique de la Gaspésie est ((G <b>dynamique</b> )).
*format matriciel	
Q_G4f	La région touristique de la Gaspésie est une ((G <b>excellente destination pour des vacances en famille</b> )).
*format matriciel	
Q_G4g	La région touristique de la Gaspésie m'intéresse ((G <b>pour son offre d'activités de plein air, sur terre comme en mer</b> )).
*format matriciel	
Q_G4h	La région touristique de la Gaspésie ((G <b>a su se renouveler</b> )) au cours des dernières années.
*format matriciel	
Q_G4i	La région touristique de la Gaspésie est ((G <b>une destination intéressante</b> )) pour les gens de mon âge.
*format matriciel	
Q_G4j	La région touristique de la Gaspésie ((G <b>m'offre un grand choix d'activités à faire pendant mes vacances</b> )).
*format matriciel	

---

### **/\*Légende**

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*



Q\_VALID Cette question est un test pour s'assurer que c'est bien une personne qui répond à ce sondage.

\*format lineaire Choisir simplement le chiffre « 6 » parmi les choix suivants.

1=1  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=10  
99=\*Je ne sais pas

**/\*Note :** Pour ceux qui ont répondu déjà être allé en Gaspésie (Q\_I4=2), allez à Q\_G5, sinon Q\_G9\*/

Q\_sicalG5 si q#i4a=2->G5  
->>G9

Q\_G5 Vous avez répondu avoir déjà pris des vacances d'agrément dans la région touristique de la Gaspésie. En quelle année avez-vous pris ces vacances?  
\*Inscrire la date la plus récente si vous y avez été à plusieurs reprises\*

\*exclusif=(G5,G5nsp)  
<<  
<<Année :>><<\_\_\_\_\_\*bornes=1900,2016  
9999=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre\*suf nsp>>  
>>

Q\_G6 Est-ce des vacances que vous avez faites...?

1=Seul(e)  
2=En couple  
3=Avec vos enfants  
4=Entre amis  
5=Avec un groupe organisé  
6=Avec des membres de votre famille  
9=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

---

#### /\*Légende

\**texte*\* : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\**texte*\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/

Q\_G7 Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Pas du tout satisfait » et 10 « Tout à fait satisfait », en quelle mesure avez-vous été satisfait(e) de la région touristique de la Gaspésie comme destination de vacances d'agrément?

\*format linéaire

1=1 (Pas du tout satisfait)  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=10 (Tout à fait satisfait)  
99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q\_G8 Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous ne recommanderiez pas du tout la Gaspésie et 10 que vous recommanderiez tout à fait la Gaspésie, recommanderiez-vous la région touristique de la Gaspésie comme destination de vacances d'agrément?

\*format linéaire

1=1 (Je ne recommanderais pas du tout la Gaspésie)  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=10 (Je recommanderais tout à fait la Gaspésie)  
99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

**/\*Note :** Pour ceux qui n'ont pas déjà visité la Gaspésie (Q\_I4≠2), allez à Q\_G9; sinon, si (Q\_I4=2), allez à Q\_FIN\*/

Q\_sicalG9  
->>G9

si q#i4a=2->FIN

Q\_G9 Vous avez répondu ne pas avoir déjà fait de vacances d'agrément dans la région touristique de la Gaspésie. Est-ce que vous l'avez déjà envisagé comme destination par le passé?

1=Oui->G11a  
2=Non->G10a

---

#### /\*Légende

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/

Q\_G10a

Pour quelles raisons n'avez-vous pas déjà envisagé de visiter la région touristique de la Gaspésie?

\*Choix Multiples  
\*ChoixMinMax=1,6  
\*Selectif=99

1=La distance (trop loin d'où nous habitons)  
2=Les moyens de transport pour s'y rendre  
3=Le coût de l'hébergement  
4=Les lieux à visiter  
5=Les activités à faire sur place  
90=\*Autre, veuillez préciser dans la boîte ci-dessous <précisez>  
99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

->>FIN

Q\_G11a

Quels ont été les freins qui vous ont empêché de visiter la région touristique de la Gaspésie jusqu'à présent?

\*Choix Multiples  
\*ChoixMinMax=1,6  
\*Selectif=99

1=La distance (trop loin d'où nous habitons)  
2=Les moyens de transport pour s'y rendre  
3=Le coût de l'hébergement  
4=Les lieux à visiter  
5=Les activités à faire sur place  
90=\*Autre, veuillez préciser dans la boîte ci-dessous <précisez>  
99=\*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q\_FIN

Merci d'avoir répondu à ce questionnaire.

((F 80% ((F #9D9FA2 Les illustrations contenues dans ce questionnaire ont été fournies par l'organisme Tourisme Gaspésie.))))

\*\*\*informations

Projet=TOURGASPESIE  
Fichier=FTOURGASPESIE /\*Version anglaise commence par A\*/  
Reseau=serveur1:P16040WEB:  
Siteext=clients3.som.ca  
Pages=pmjonathan:users:jgagne:documents:P16040WEB:PW16040WEB:  
/\*MobilePages=pmjonathan:users:jgagne:documents:P16040WEB:mPW16040WEB:\*/  
Modeles=pmjonathan:users:jgagne:documents:P16040WEB:modeles-panel-or:  
Images=pmjonathan:users:jgagne:documents:P16040WEB:IMG:  
Debut=V1 /\*putech0\*/  
Effacer=Oui  
Email=pw16040@web.som.ca  
Espace=5,80  
Noquestion=non  
Progression=Oui  
Boutonstd=Oui  
TypeSondage=1 /\*Mettre 2 si sondage sans mp\*/

---

#### /\*Légende

\**texte*\* : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; /\**texte*\*/ : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/

Motdepasse=mp /\*Commenter si sondage type 2\*/  
Repmult=Non  
Interrompre=Oui  
Duree=5  
Precedent=Oui  
/\*Sections=(A,B),(C,D)\*/  
Stats=mfbisson  
Inputcle=Oui

---

**/\*Légende**

**\*texte\*** : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; **...** : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; **->** ou **->>** : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=**: Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/\*texte\*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur\*/