



MONTRÉAL

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

QUÉBEC

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

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

RAPPORT PRÉLIMINAIRE

PRÉSENTÉ À TOURISME GASPÉSIE

03	/Introduction
04	/Faits saillants
06	/Chapitre 1 : Vacances d'agrément
11	/Chapitre 2 : Destinations
21	/Chapitre 3 : Perceptions de la Gaspésie
36	/Conclusions

ANNEXES

- /1. Méthodologie détaillée
- /2. Questionnaire

INTRODUCTION

CONTEXTE

Tourisme Gaspésie assure la promotion de la région touristique de la Gaspésie au Québec. L'organisme a amorcé depuis plusieurs années un virage afin que la Gaspésie soit notamment perçue comme une destination incontournable pour les jeunes et les jeunes familles du Québec.



OBJECTIFS

Dans ce contexte, Tourisme Gaspésie s'est adjoint les services de SOM pour reconduire une étude réalisée en 2016 pour mesurer la notoriété et le positionnement actuel de la Gaspésie comme destination touristique auprès de deux clientèles : les résidents du Québec de 18 à 34 ans sans enfants et les résidents du Québec 25 à 44 ans avec enfants. La prestation réalisée est globalement similaire à celle de 2016.

Les principaux objectifs du sondage sont les suivants :

- Identifier les destinations touristiques préférées;
- Mesurer le niveau d'attrait de la Gaspésie comme destination touristique;
- Évaluer les perceptions au sujet de la Gaspésie;
- Identifier les freins éventuels pour un séjour d'agrément en Gaspésie;
- Identifier les principaux atouts de la Gaspésie, comme destination touristique;
- Identifier les destinations concurrentes;
- Déterminer si les perceptions et l'intérêt de la destination Gaspésie auprès de ces deux cibles ont significativement évolué depuis 2016.



MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE*



- Un sondage en ligne a été mené du 9 au 14 janvier 2019 auprès de 867 répondants francophones et anglophones n'ayant pas participé au sondage de 2016. Plus précisément, ce sondage a été mené auprès de 431 répondants du segment des 18 à 34 ans sans enfants et de 436 répondants du segment des 25 à 44 ans avec enfants.
- Deux échantillons ont été utilisés : un échantillon de 580 répondants issus du panel Or de SOM, lequel est constitué exclusivement d'internautes recrutés de façon aléatoire par téléphone fixe et cellulaire et un échantillon de 287 panélistes d'un partenaire.
- Les données ont été pondérées pour refléter au mieux les caractéristiques de la population à l'étude.
- En raison de l'utilisation du panel non probabiliste d'un partenaire, aucune marge d'erreur ne peut être communiquée. À titre indicatif seulement, si l'ensemble du sondage avait été fait à partir d'un échantillon probabiliste, la marge d'erreur maximale associée, pour 867 répondants, aurait été de $\pm 4,4\%$, 19 fois sur 20.

* La méthodologie détaillée est présentée en annexe.

A network diagram in the top right corner, featuring a complex web of interconnected nodes and lines. The nodes are represented by small circles in various shades of teal and grey, connected by thin, light blue lines. The overall aesthetic is clean and modern, typical of a professional presentation.

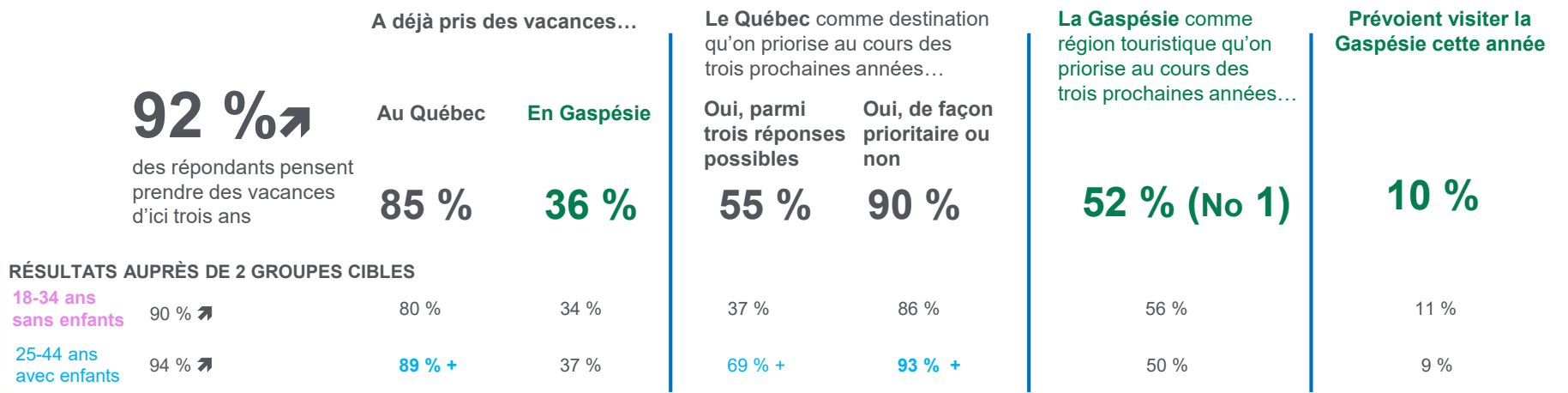
Faits saillants

FAITS SAILLANTS

RAPPEL DE LA POPULATION À L'ÉTUDE : 18-34 ANS SANS ENFANTS ET 25-44 ANS AVEC ENFANTS

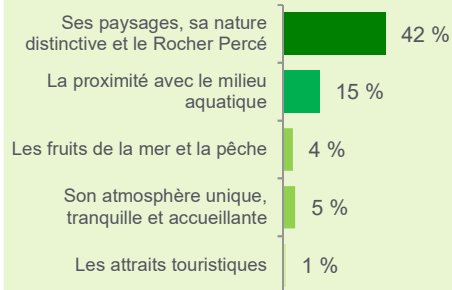


COMPORTEMENTS TOURISTIQUES



PERCEPTIONS DE LA GASPÉSIE*

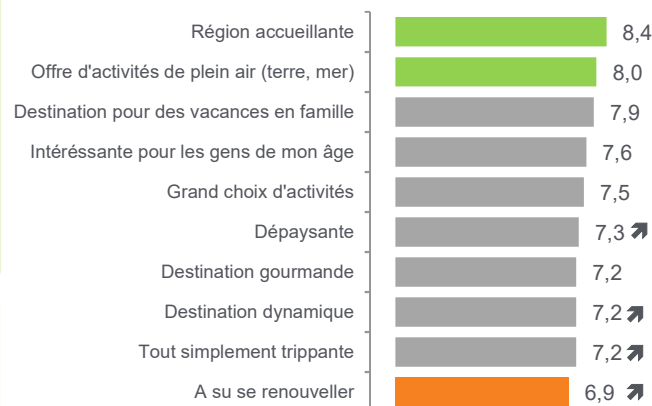
Principales forces



Principaux défauts :

- La distance
- Le coût de l'hébergement
- Les moyens de transport pour s'y rendre

Perception de la Gaspésie (note moyenne sur 10)



ÉVALUATION*

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 (TNR : 57 ↗)

* Pas de différences notables selon les 2 groupes cibles.

Chapitre 1

VACANCES D'AGRÉMENT

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



PRÉVISION DE VACANCES D'AGRÉMENT

La plupart prévoient prendre des vacances au cours des trois prochaines années.

Comparativement à 2016, une plus grande proportion de répondants prévoient prendre des vacances d'agrément au cours des trois prochaines années. Ce premier résultat constitue une grande opportunité pour la Gaspésie, comme pour l'ensemble des destinations touristiques d'agrément.

Les répondants des sous-groupes suivants sont plus nombreux, en proportion, à prévoir prendre des vacances d'agrément au cours des trois prochaines années :

- + Les répondants vivant avec 2 enfants (97 %);
- + Les diplômés universitaires (97 %).

À l'inverse, les sous-groupes de répondants suivants sont relativement moins nombreux à prévoir des vacances d'agrément :

- Les répondants dont le revenu familial est de moins de 55 000 \$ (moins de 35 000 \$: 87 %, de 35 000 \$ à 54 999 \$: 84 %);
- Ceux qui n'ont aucun diplôme d'études ou un niveau de scolarité secondaire (87 %).

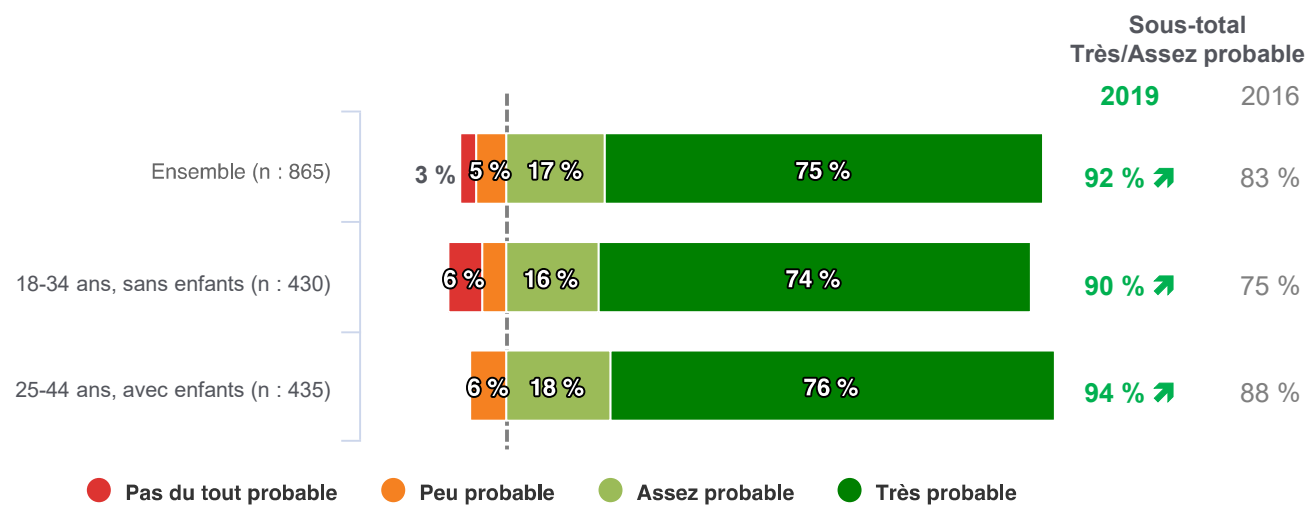
QV1. Quelle est la probabilité que vous preniez des vacances d'agrément au cours des trois prochaines années?

Base : tous, excluant la non-réponse; n : 865

À titre de rappel, la définition suivante était affichée en début de sondage :

*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.



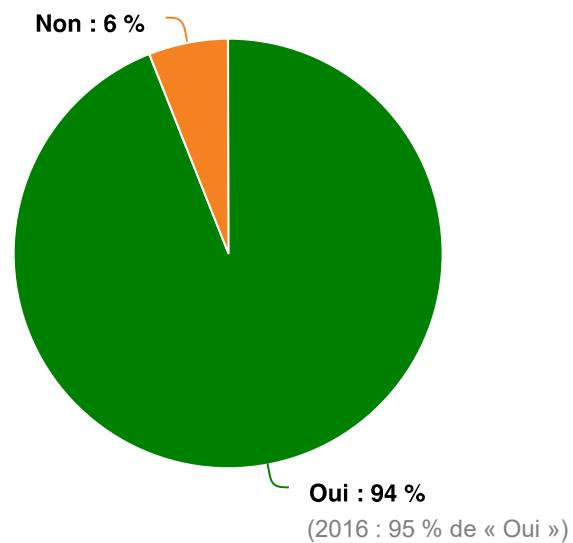
VACANCES D'AGRÉMENT AVEC LES ENFANTS

Pour les parents, les vacances restent une affaire de famille!

De manière générale, la quasi-totalité des jeunes parents (94 %) prennent leurs vacances en famille. Seule une faible proportion (6 %) choisit de partir sans enfants.

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 : 431



VACANCES D'AGRÉMENT AVEC LES ENFANTS (SUITE)

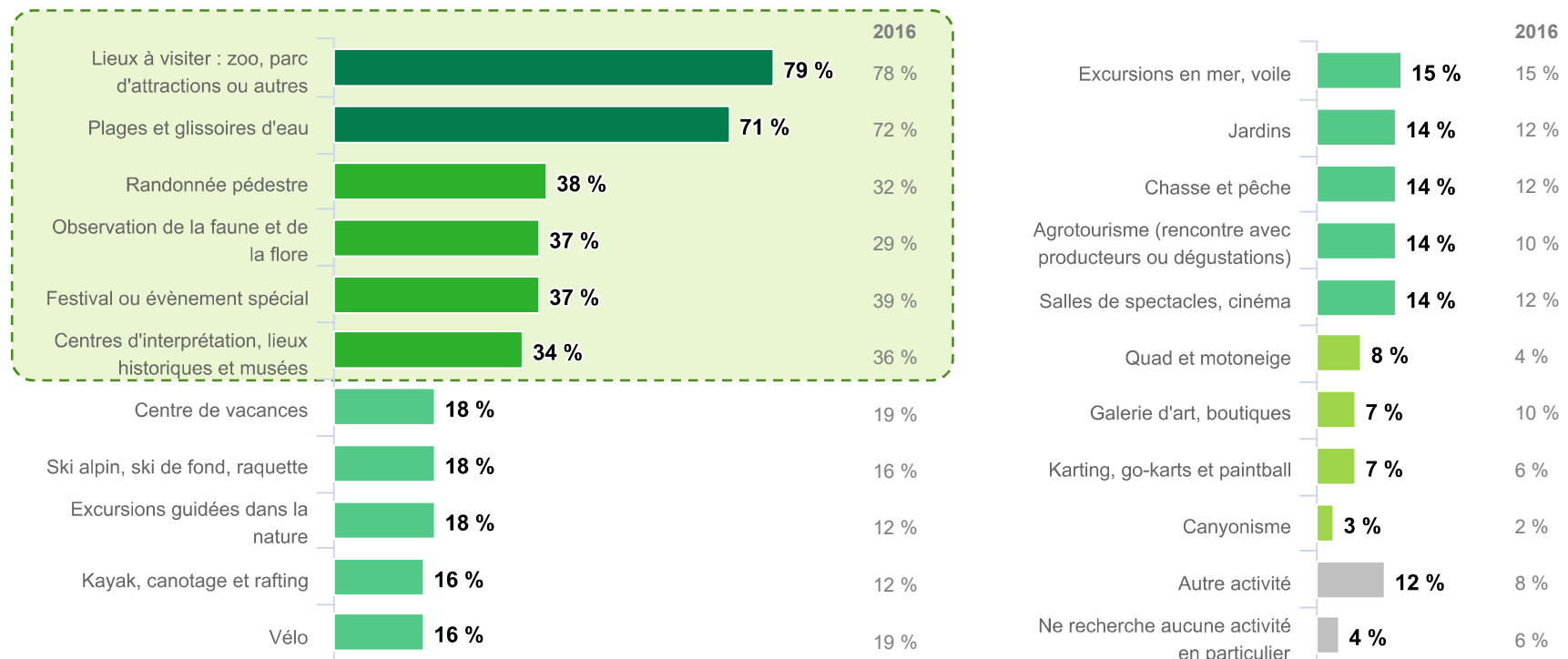
De jeunes familles à la recherche de lieux à visiter et d'accès à l'eau pour s'amuser et se rafraîchir.

Les activités recherchées lors du choix d'une destination pour des vacances avec des enfants demeurent les mêmes que celles identifiées en 2016 :

- **Les activités les plus recherchées demeurent les lieux à visiter** (tels que les zoos, les parcs d'attractions ou autres) (79 %), **suivis des plages et des glissoires d'eau** (71 %). À cet égard, la pénurie de sauveteurs rapportée dans les médias* au cours de la saison estivale 2018 mérite l'attention des professionnels du tourisme.
- Plus d'un tiers des jeunes familles recherchent des destinations offrant la possibilité d'y faire de la **randonnée pédestre** (38 %) ou de **l'observation de la faune et de la flore** (37 %), soit des activités de découverte peu onéreuses. Le pouvoir d'attraction des festivals et des événements spéciaux (37 %), et des centres d'interprétation, de lieux historiques et de musées (34 %) mérite également d'être souligné.

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 : 407



* <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1113362/penurie-sauveteurs-quebec>

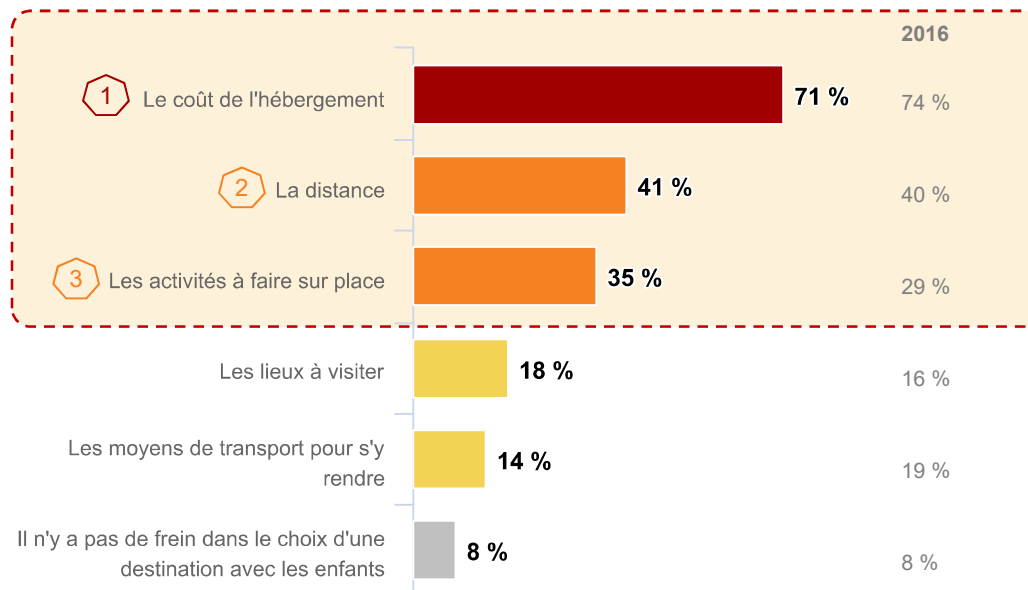
Le budget des vacances d'agrément avec les enfants est un enjeu majeur.

Le classement des principaux freins dans le choix des destinations pour les vacances d'agrément avec des enfants est le même qu'en 2016 :

- Le coût de l'hébergement reste le principal critère déterminant pour la plupart des parents qui prennent leurs vacances avec leurs enfants (71 %);
- Vient ensuite la distance (41 %), qui englobe à la fois le coût associé pour se rendre sur place et la durée du déplacement;
- Le troisième frein correspond aux activités à faire sur place (35 %).

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 : 431





Chapitre 2

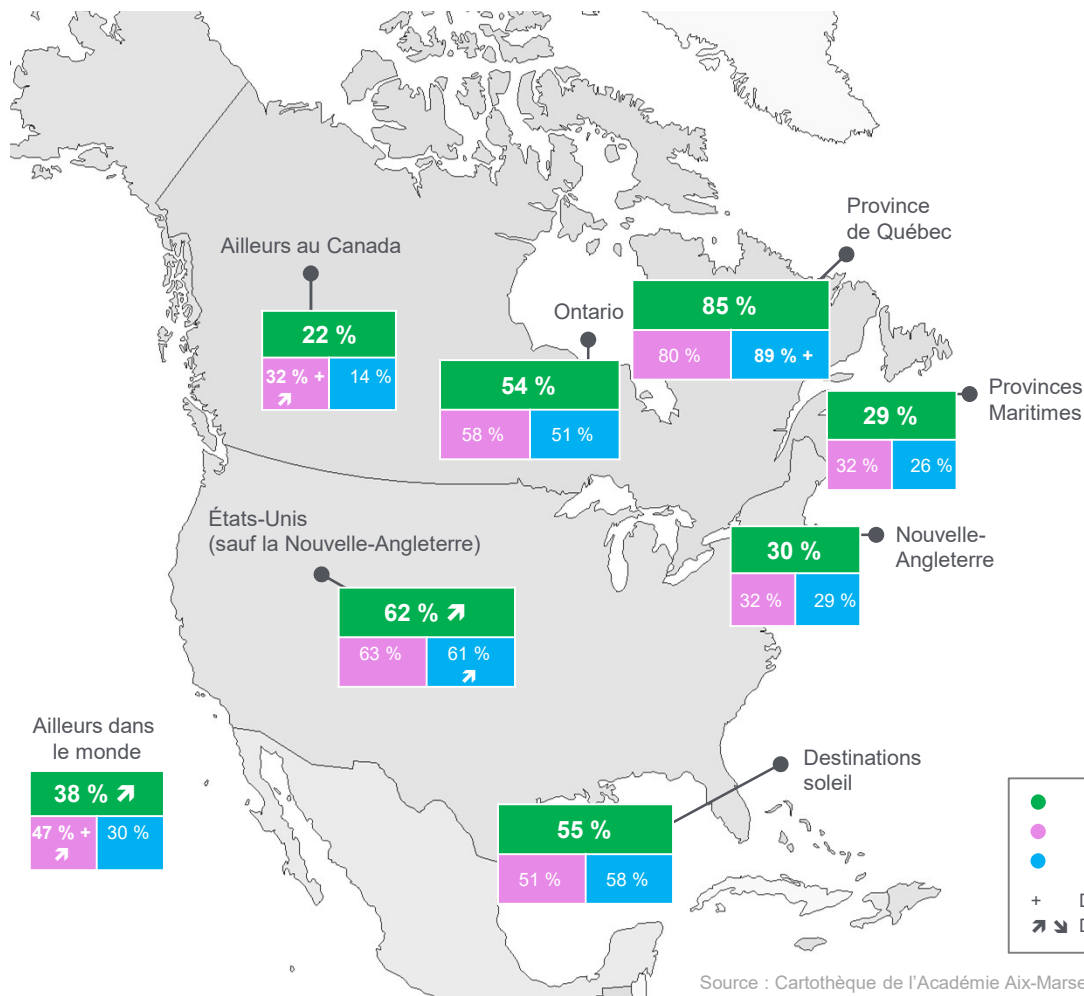
DESTINATIONS

- 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 : 866



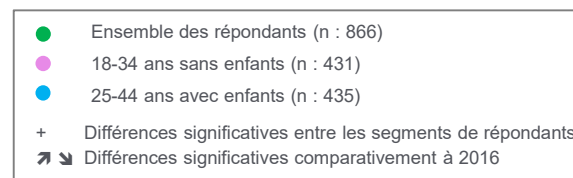
Le Québec est la principale destination pour des vacances d'agrément.

Plus de **huit répondants sur dix** ont déjà pris des vacances d'agrément au **Québec**. Comme en 2016, les jeunes familles sont proportionnellement plus nombreuses à y avoir passé des vacances (89 % comparativement à 80 % pour les jeunes adultes sans enfants).

Si le Québec reste leur principale destination de vacances, les jeunes adultes sans enfants sont proportionnellement plus nombreux à avoir visité d'autres lieux au Canada (32 %) ou dans le monde (47 %).

Comparativement à la mesure de 2016, deux destinations enregistrent une embellie :

- les États-Unis (excluant la Nouvelle-Angleterre), particulièrement auprès des jeunes familles (61 % comparativement à 49 % en 2016);
- et ailleurs dans le monde, principalement auprès des jeunes adultes sans enfants (47 % comparativement à 32 %).



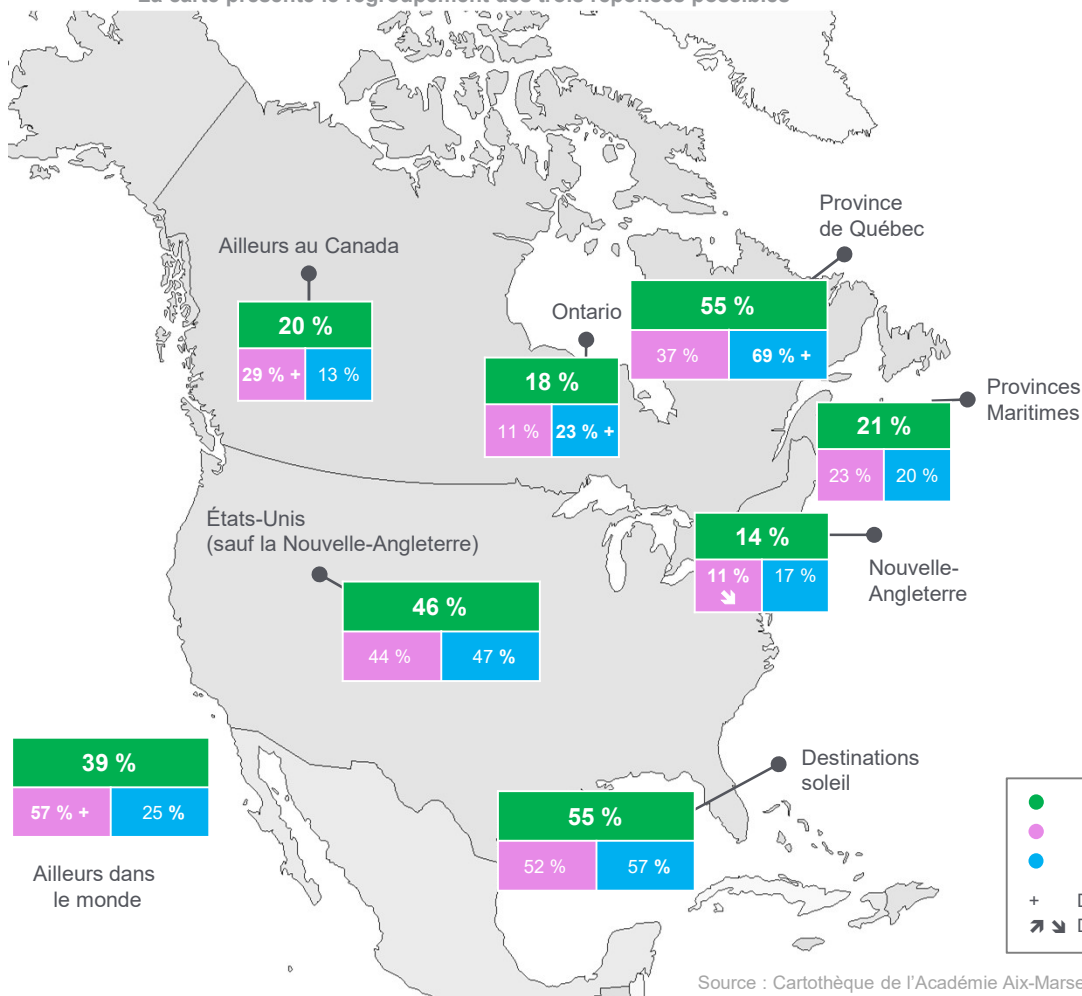
Source : Cartothèque de l'Académie Aix-Marseille, http://www.histgeo.ac-aix-marseille.fr/webphp/carte.php?num_car=2893&lang=fr

DESTINATIONS PRIVILÉGIÉES

Q12ARG. Lesquelles des destinations suivantes prioriseriez-vous pour vos vacances d'agrément des trois prochaines années?

Base : tous, excluant la non-réponse; n : 856

La carte présente le regroupement des trois réponses possibles



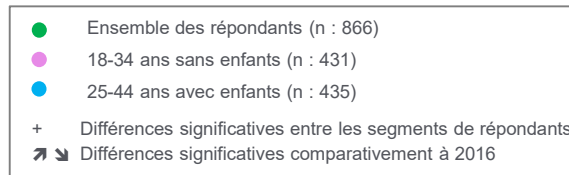
Les mêmes destinations continuent d'être priorisées pour des vacances.

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

Le **Québec** est davantage privilégié par les jeunes familles (69 %), il l'est toutefois moins par les jeunes adultes sans enfants (37 %), davantage désireux de découvrir le reste du monde (57 % prioriseraient une destination « Ailleurs dans le monde »).

De plus, les sous-groupes de répondants suivants sont proportionnellement plus nombreux à prioriser le Québec :

- Les francophones (66 %);
- Ceux qui détiennent un permis de conduire valide (56 %);
- Ceux qui vivent ailleurs au Québec (63 %);
- Les répondants avec enfants, notamment ceux de 35 à 44 ans (67 %).

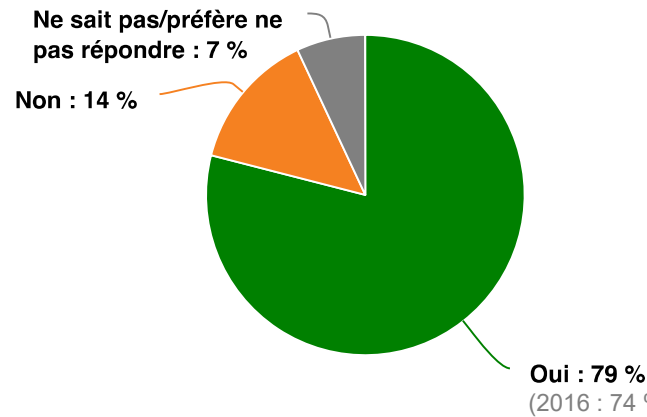


VACANCES D'AGRÉMENT AU QUÉBEC

La plupart pourraient envisager des vacances au Québec au cours des trois prochaines années.

Q13AR. 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 : 397



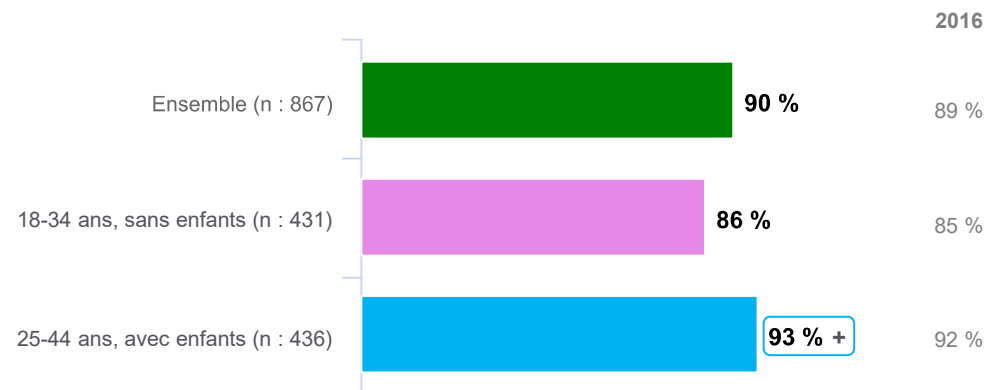
Près de huit répondants sur dix **qui ne priorisent pas** le Québec comme destination de vacances des trois prochaines années **pourraient tout de même prendre des vacances au Québec.**

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

Base : tous les répondants; n : 867

Globalement, **neuf répondants sur dix (90 %)** pourraient envisager des vacances au Québec au cours des trois prochaines années.

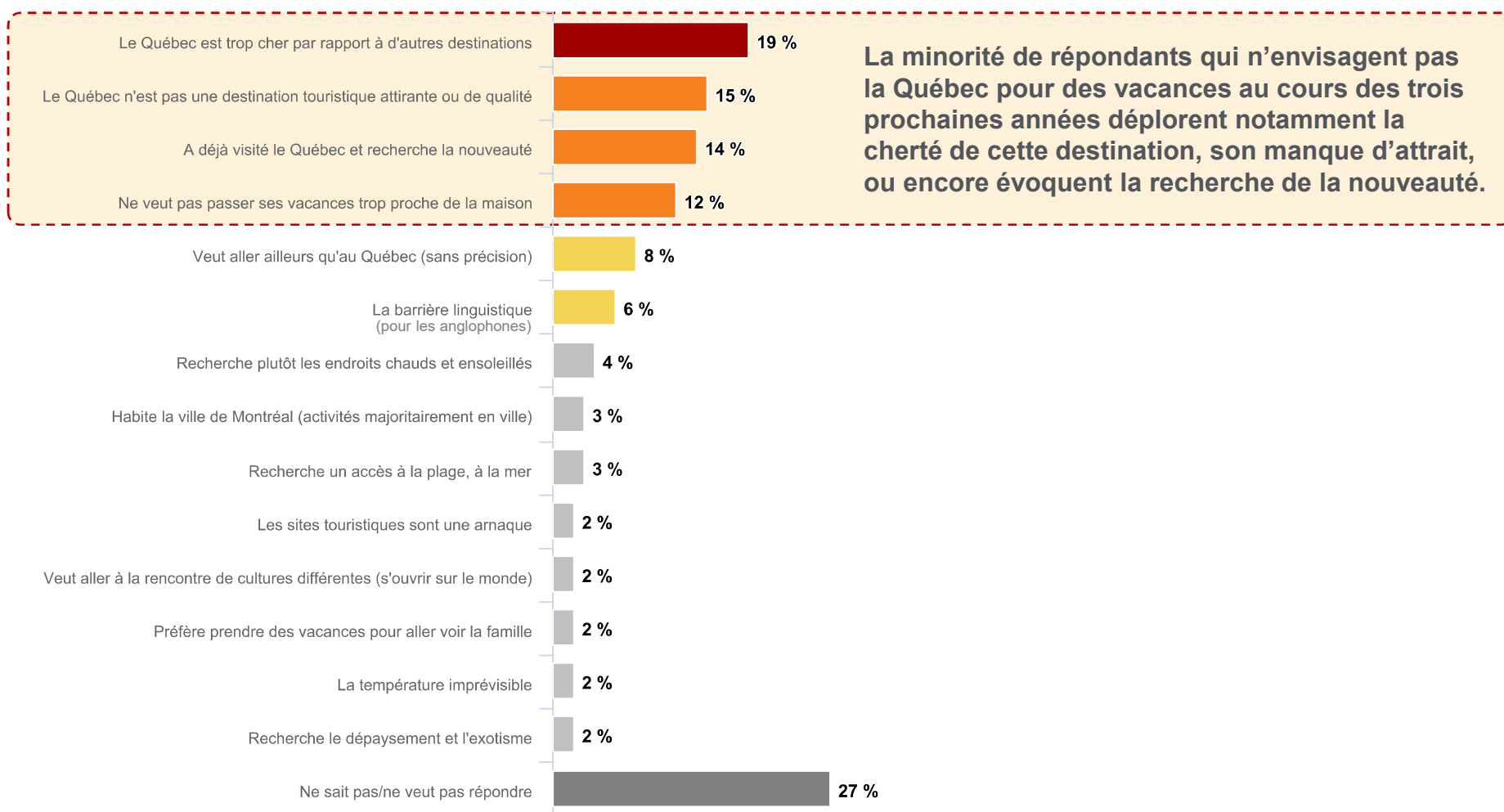
Les jeunes adultes sans enfants sont très légèrement moins nombreux à envisager le Québec pour des vacances d'agrément d'ici fin 2021 (86 %).



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?

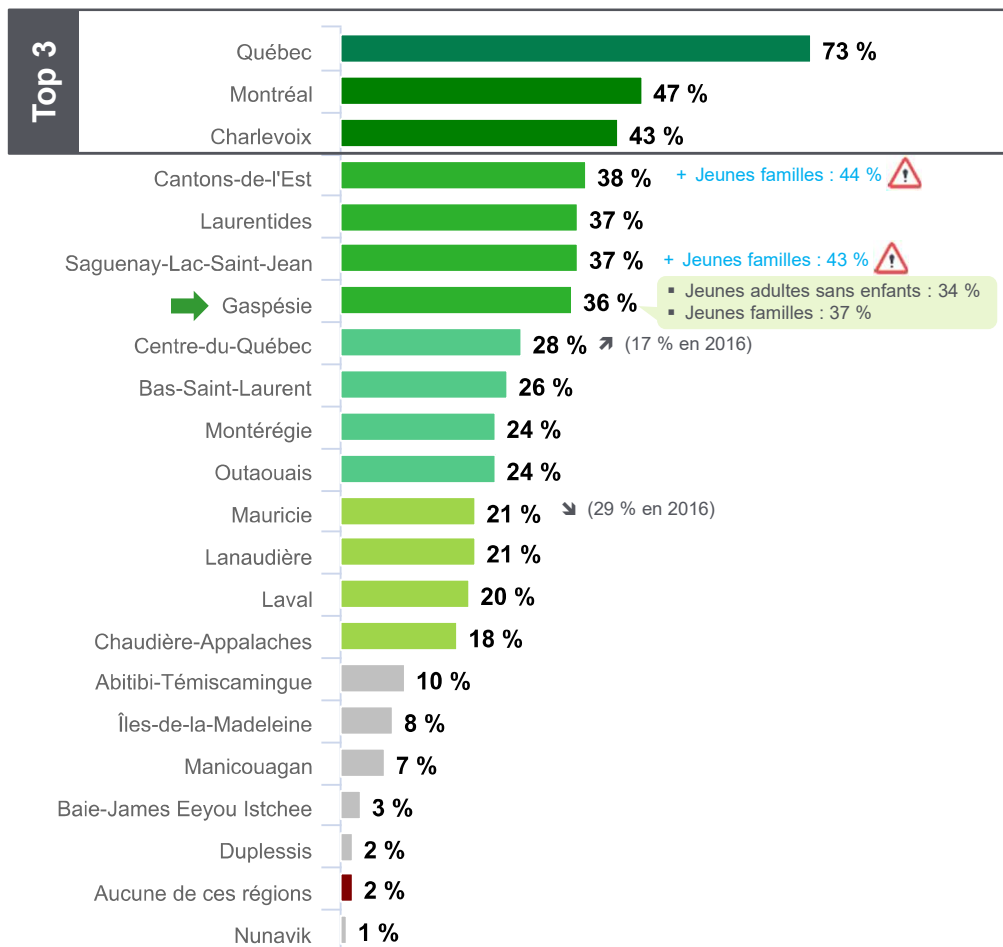
Base : répondants qui n'envisagent pas le Québec; n : 82



RÉGIONS TOURISTIQUES QUÉBÉCOISES DÉJÀ VISITÉES

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

Base : tous, excluant la non-réponse; n : 852



La région de la Capitale-Nationale figure en tête des régions québécoises déjà visitées pour des vacances.

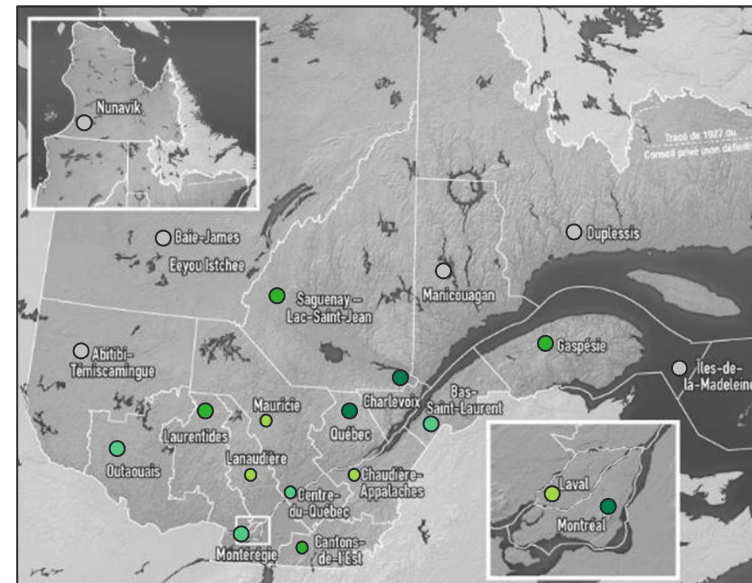
La Gaspésie figure entre le 4^e et le 7^e rang des régions touristiques déjà visitées par les jeunes adultes sans enfants et les jeunes familles, avec des résultats similaires à ceux des Cantons-de-l'Est, des Laurentides et du Saguenay-Lac-Saint-Jean.

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

- + Les francophones (42 %);
- + Les détenteurs d'un permis de conduire valide (38 %);
- + Les résidents de la RMR de Québec (48 %);

À l'opposé, les non-francophones sont proportionnellement moins nombreux à avoir déjà visité la Gaspésie (15 %).

Compte tenu de l'attrait qu'ont les jeunes familles pour les Cantons-de-l'Est et le Saguenay-Lac-Saint-Jean, une activité de veille de l'offre touristique proposée aux jeunes familles par ces deux régions est fortement recommandée.



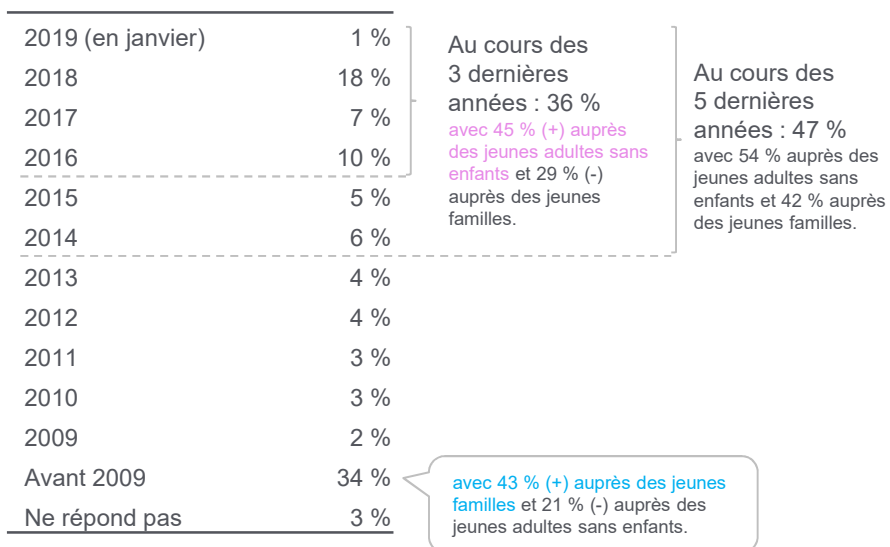
VACANCES D'AGRÉMENT EN GASPÉSIE

Plus du tiers des visiteurs de la Gaspésie ont effectué leur dernier séjour au cours des 3 dernières années.

Pour ceux qui ont pris des vacances en Gaspésie, l'année de venue pour des vacances est plus récente pour les jeunes adultes sans enfants que pour les jeunes familles.

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?

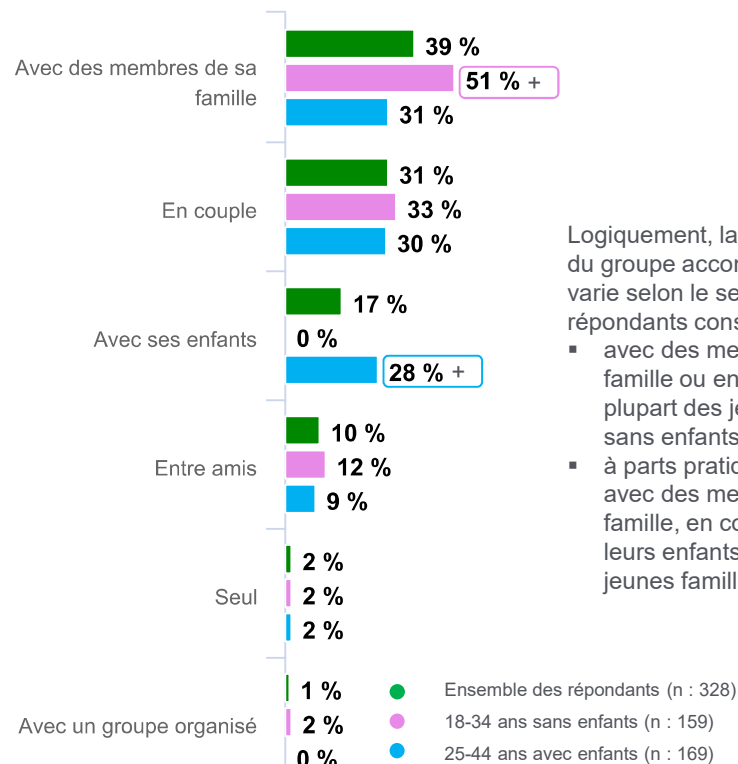
Base : répondants qui ont pris des vacances en Gaspésie, excluant la non-réponse; n : 330



Le dernier séjour en Gaspésie a généralement été fait accompagné.

QG6. Est-ce que ces vacances que vous avez faites...?

Base : répondants qui ont pris des vacances en Gaspésie, excluant la non-réponse; n : 328



Logiquement, la composition du groupe accompagnateur varie selon le segment de répondants considéré :

- avec des membres de leur famille ou en couple pour la plupart des jeunes adultes sans enfants;
- à parts pratiquement égales avec des membres de leur famille, en couple ou avec leurs enfants pour les jeunes familles.

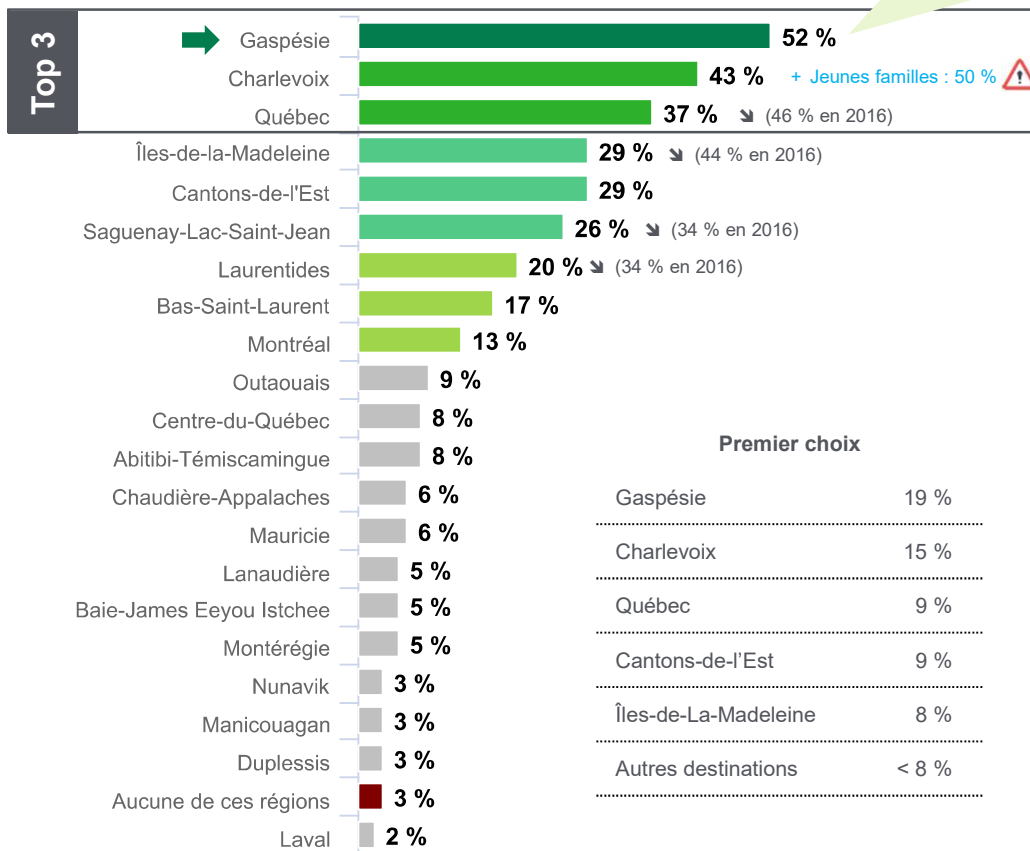
RÉGIONS TOURISTIQUES QUÉBÉCOISES ENVISAGÉES

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

Base : tous, n : 867

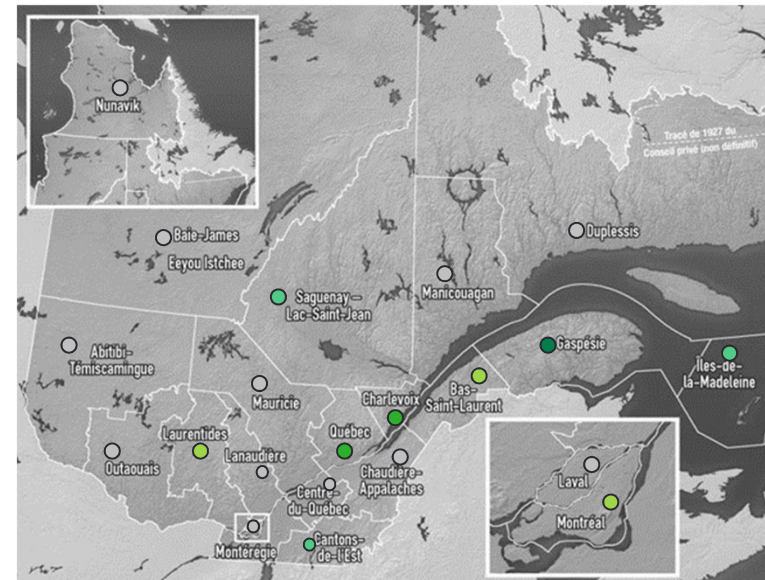
5 réponses possibles

- Jeunes adultes sans enfants : 56 %
- Jeunes familles : 50 %



La Gaspésie reste en tête des régions touristiques québécoises envisagées.

Comme en 2016, la Gaspésie figure au 1^{er} rang des régions touristiques envisagées pour prendre des vacances d'agrément, suivie par les régions de Charlevoix et de la Capitale-Nationale.

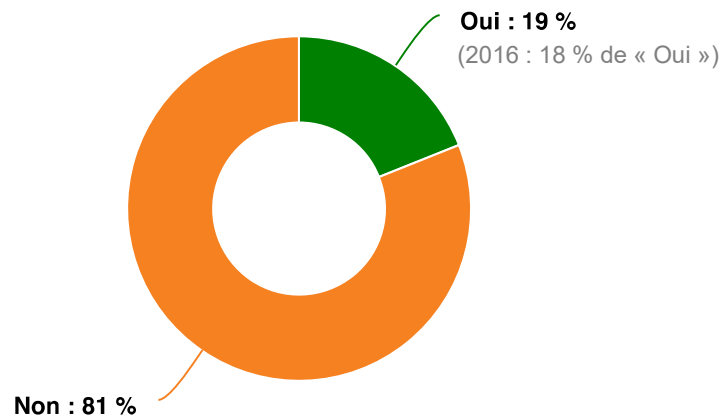


Source : Alloprof, <http://www.alloprof.qc.ca/ImagesDesFiches/8000-8999-Geographie-au-secondaire/8021/802111.jpg>

VACANCES D'AGRÉMENT EN GASPÉSIE (SUITE)

Q16T. Avez-vous prévu visiter la Gaspésie cette année?

Base : répondants qui ont choisi la Gaspésie dans leurs priorités; n : 462



Un répondant sur 10 déclare prévoir visiter la Gaspésie cette année.

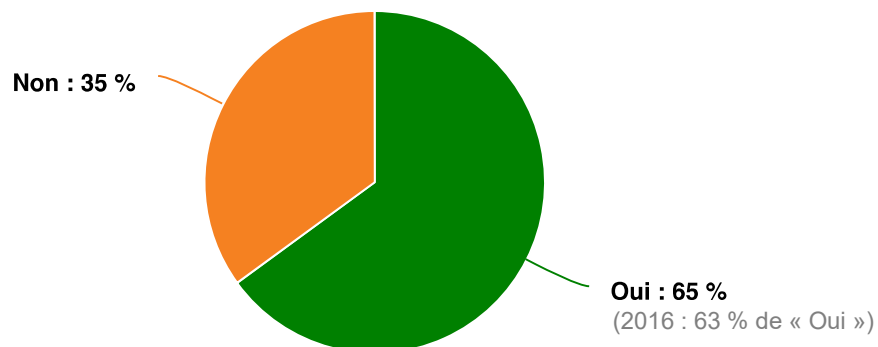
Parmi ceux qui ont identifié la Gaspésie dans les destinations québécoises qu'ils considéreraient, **près d'un répondant sur cinq prévoit visiter la Gaspésie cette année (19 %)**. Sur la base de tous les répondants (qu'ils considèrent ou non la Gaspésie), **une personne sur dix (10 %) pourrait visiter la Gaspésie cette année** (avec 11 % auprès des jeunes adultes sans enfants et 9 % auprès des jeunes familles).

On n'observe pas de différences significatives entre les sous-groupes de répondants selon leurs principales caractéristiques sociodémographiques.

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 : 537



Parmi les répondants qui n'ont jamais pris de vacances en Gaspésie, **près des deux tiers l'ont toutefois déjà envisagé (65 %)**.

Voir leurs freins à la page suivante.

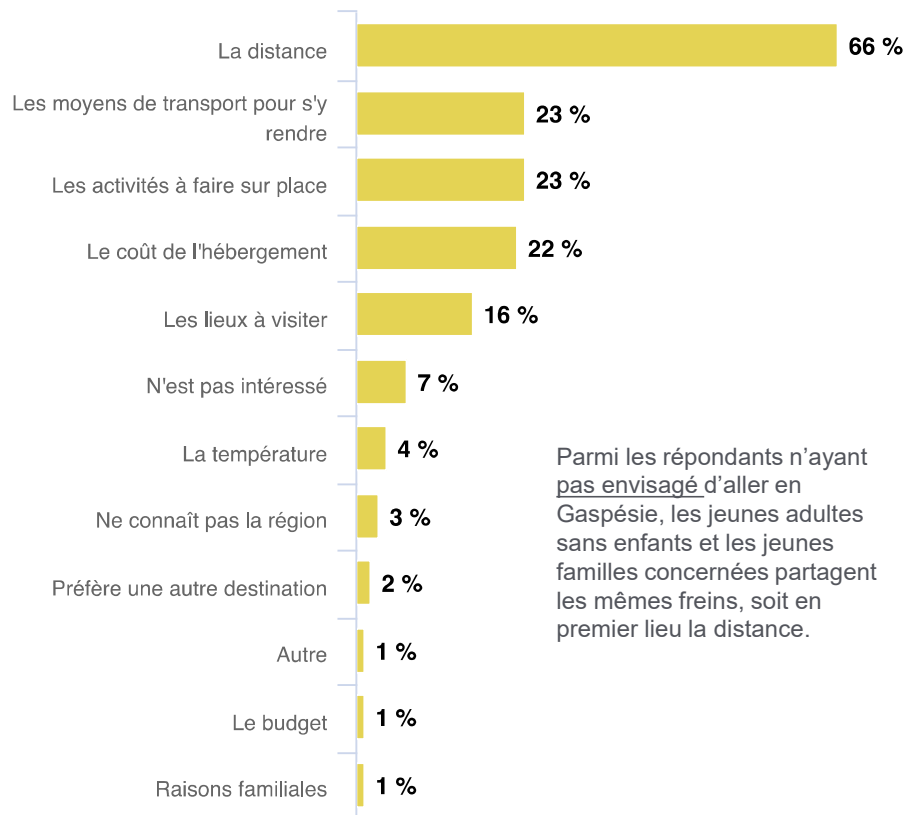
VACANCES D'AGRÉMENT EN GASPÉSIE (SUITE)



La distance demeure le principal frein à la venue en Gaspésie

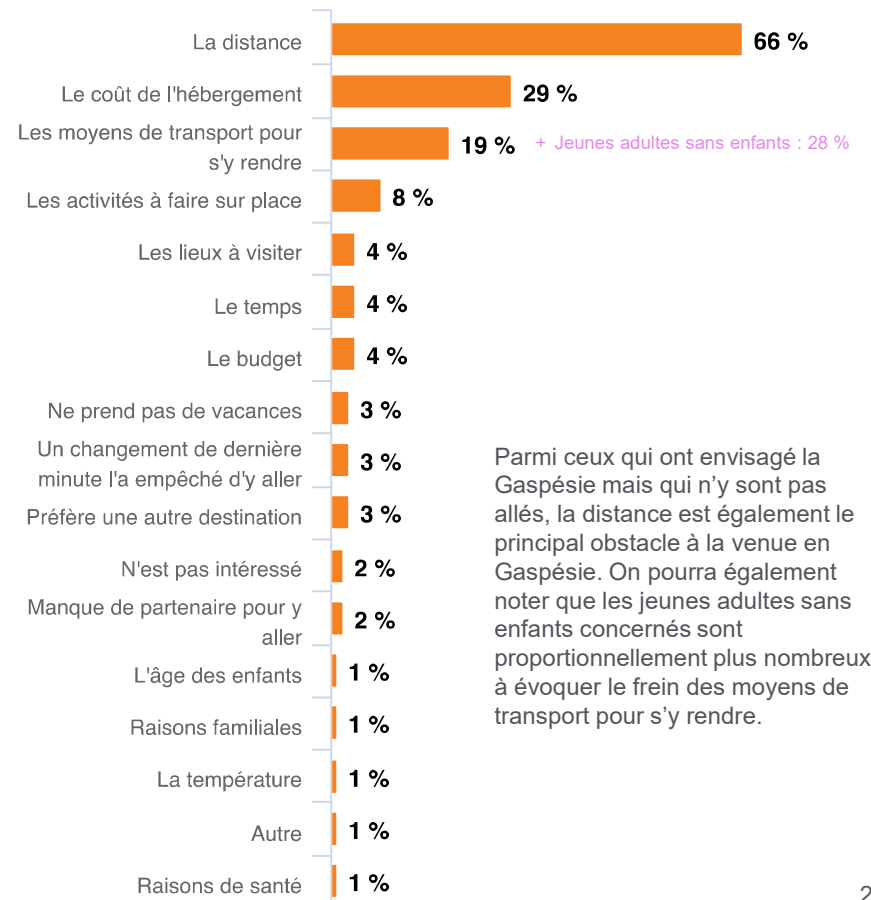
QG10. Pour quelles raisons n'avez-vous pas déjà envisagé de visiter la région touristique de la Gaspésie?

Base : répondants qui ne sont pas allés en vacances en Gaspésie et qui ne l'ont pas envisagé, excluant la non-réponse; n : 172



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 : 325



Chapitre 3

PERCEPTIONS DE LA GASPÉSIE

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



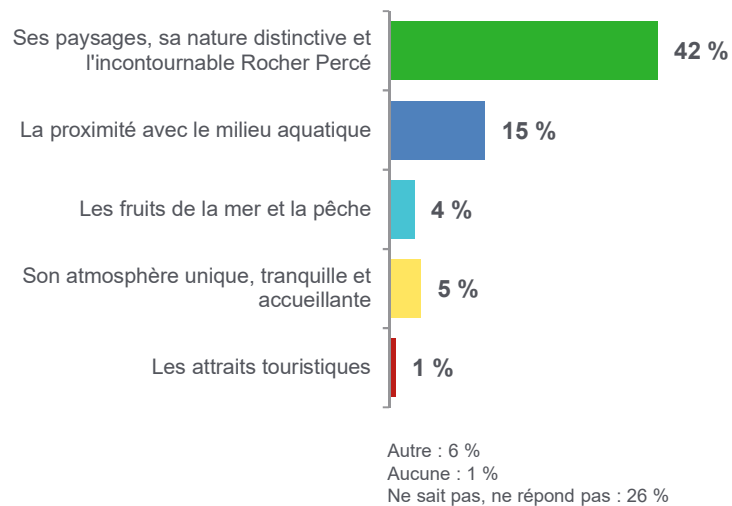
PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PRINCIPALES FORCES

Quel que soit le segment de clientèle considéré, les principales forces de la Gaspésie, comparativement aux autres destinations québécoises, peuvent être regroupées en cinq grands thèmes :

1. Ses paysages, sa nature distinctive et l'incontournable Rocher Percé (42 %);
2. La proximité avec le milieu aquatique (15 %);
3. Les fruits de mer et la pêche (4 %);
4. Son atmosphère unique, tranquille et accueillante (5 %);
5. Ses attraits touristiques (1 %).

QP3AGR. D'après vous, quelle est la principale force de la Gaspésie comparativement aux autres destinations québécoises?

Base : tous les répondants, excluant la non-réponse; n : 867



Détail des principales forces spontanément mentionnées

Sous-total « Ses paysages, sa nature distinctive et l'incontournable Rocher Percé »	42 %, avec :
▪ La beauté du paysage (le décor, la vue, etc.)	23 %
▪ Le Rocher Percé	9 %
▪ La nature (campagne, parcs naturels, etc.)	8 %
▪ Les activités de plein air (randonnées, etc.)	1 %
Sous-total « La proximité avec le milieu aquatique »	15 %, avec :
▪ La proximité de la mer (air marin, la mer sans précision)	10 %
▪ Le fleuve	2 %
▪ L'eau (sans précision)	2 %
▪ La plage	1 %
Sous-total « Les fruits de mer et la pêche »	4 %, avec :
▪ Les fruits de mer	3 %
▪ La pêche	1 %
Sous-total « Son atmosphère »	5 %, avec :
▪ L'ambiance de tranquillité (calme, relaxant)	2 %
▪ L'accueil des gens (l'hospitalité)	2 %
▪ L'endroit est unique	1 %
Les attraits touristiques (sans précision)	1 %

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

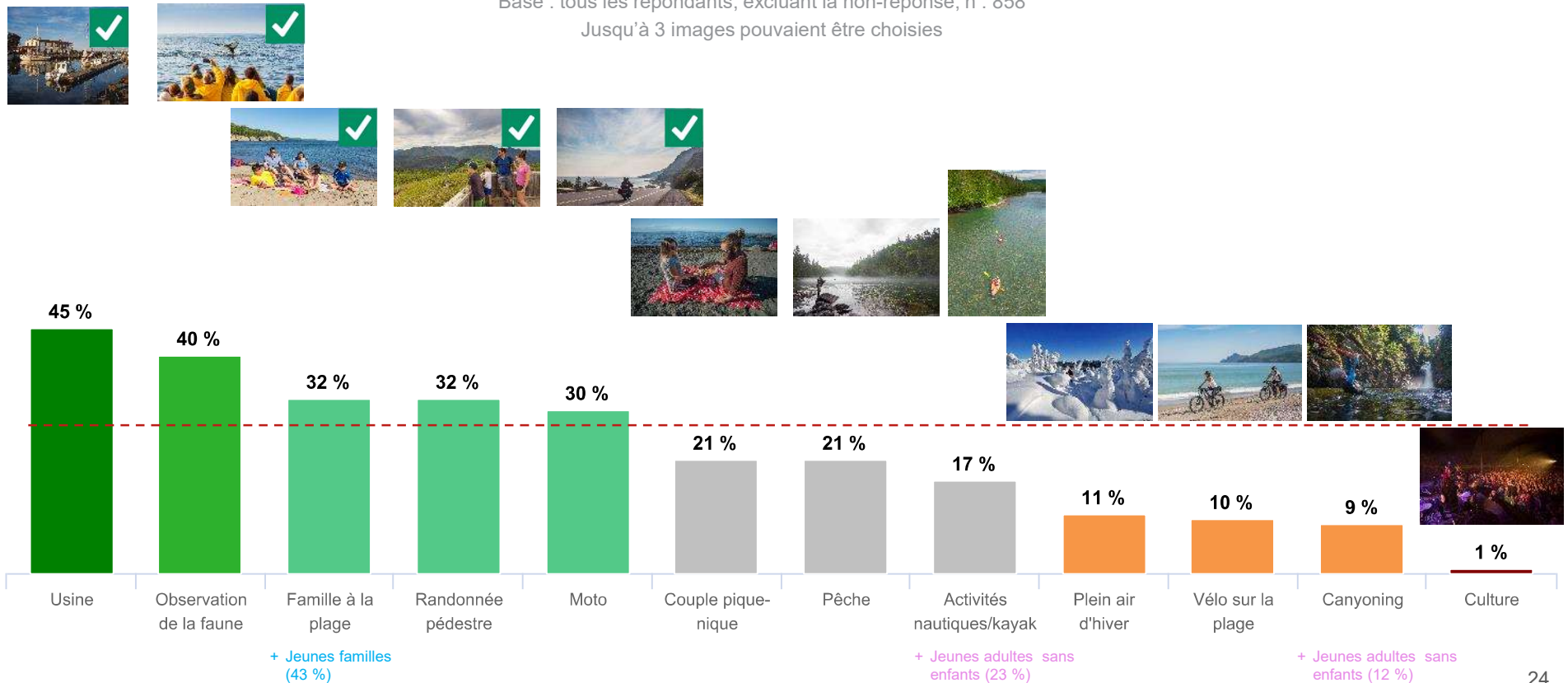
5 des 12 images choisies pour représenter la Gaspésie comme région touristique pour des vacances d'agrément ont reçu plus d'appui.

Parmi les 12 images présentées, 2 se démarquent comme étant fortement évocatrices de la Gaspésie : l'image de la Vieille Usine de L'Anse-à-Beaufils et l'image d'observation de la faune. Viennent ensuite l'image de la famille à la plage, de la randonnée pédestre et de la moto.

À titre de rappel, sur les 12 présentées, jusqu'à 3 images pouvaient être choisies. Sur le lot, 7 images ont été choisies dans moins de 3/12 des cas (25 %). Les 4 images les moins populaires sont celles proposées pour représenter le plein air d'hiver, le vélo sur la plage, le canyoning et la culture en Gaspésie. Elles pourraient être remplacées dans le cadre des prochaines campagnes promotionnelles.

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 : 858
Jusqu'à 3 images pouvaient être choisies

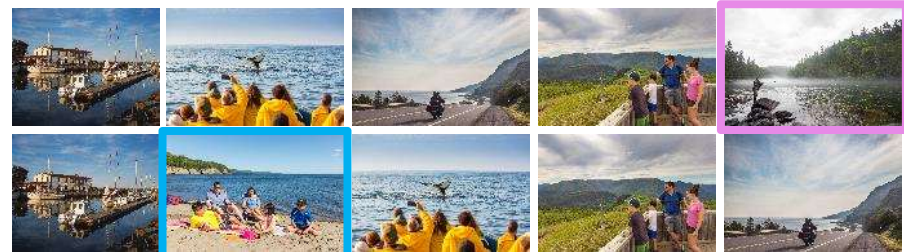


LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES LE CHOIX D'IMAGES DES RÉPONDANTS (SUITE)

Le classement des images choisies comme représentant le mieux la Gaspésie comme région touristique pour des vacances d'agrément varie selon le segment de clientèle considéré.

Logiquement les jeunes adultes sans enfants sont proportionnellement moins nombreux à choisir l'image de la famille à la plage.

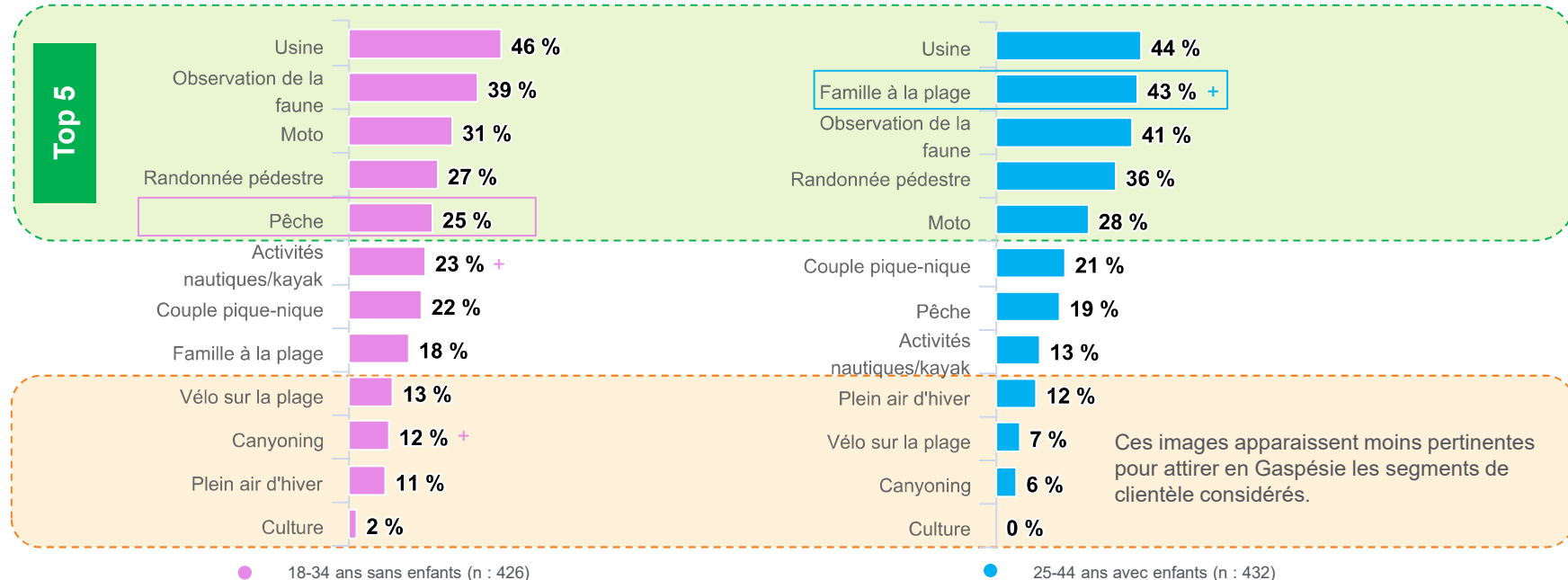
Les cinq images préférées des **jeunes adultes sans enfants** sont les suivantes :



Tandis que les cinq préférées des **jeunes familles** sont les suivantes :

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



LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

LE CHOIX D'IMAGES DES RÉPONDANTS (SUITE)

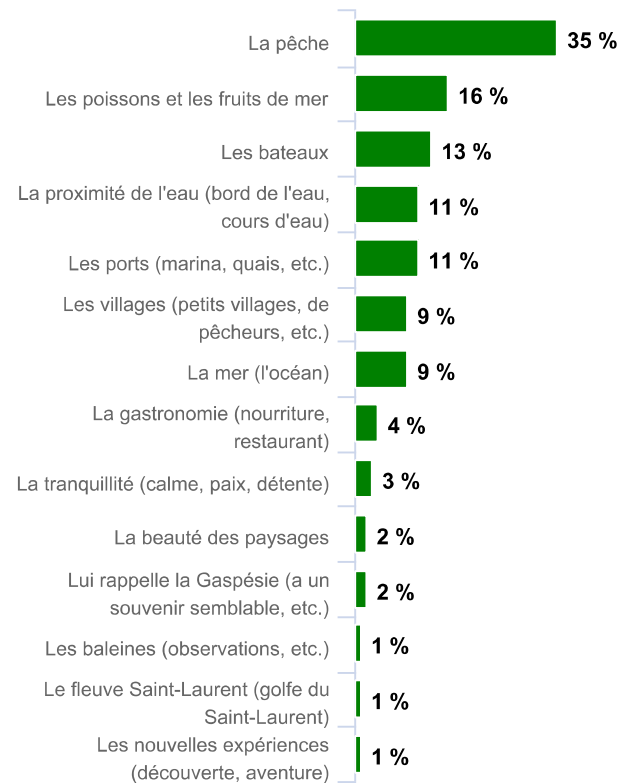


L'image de la Vieille Usine de L'Anse-à-Beaufils arrive en tête des images choisies pour présenter la Gaspésie comme région touristique pour des vacances d'agrément (46 % des jeunes adultes sans enfants et 44 % des jeunes familles l'ont choisie).

Le pouvoir évocateur de cette image dépasse largement la seule représentation de l'attrait photographié.

QG2R 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

(n : 149)



LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

LE CHOIX D'IMAGES DES RÉPONDANTS (SUITE)

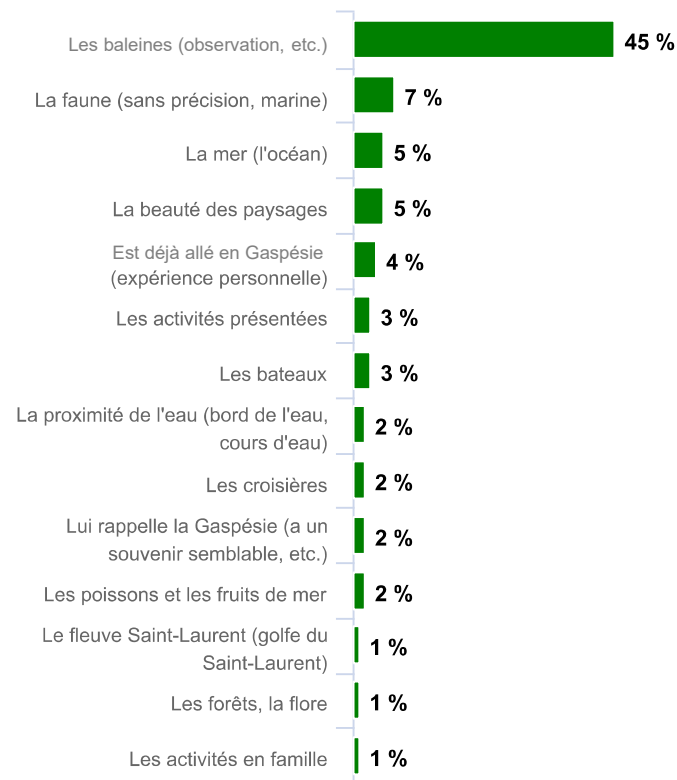


L'image de l'observation de la faune a été choisie par 39 % des jeunes adultes sans enfants et par 41 % des jeunes familles pour présenter la Gaspésie comme région touristique pour des vacances d'agrément.

L'attrait de cette photo s'explique principalement par la présence d'une baleine et la forte association de ce mammifère à la Gaspésie.

QG2R 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:

(n : 126)



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

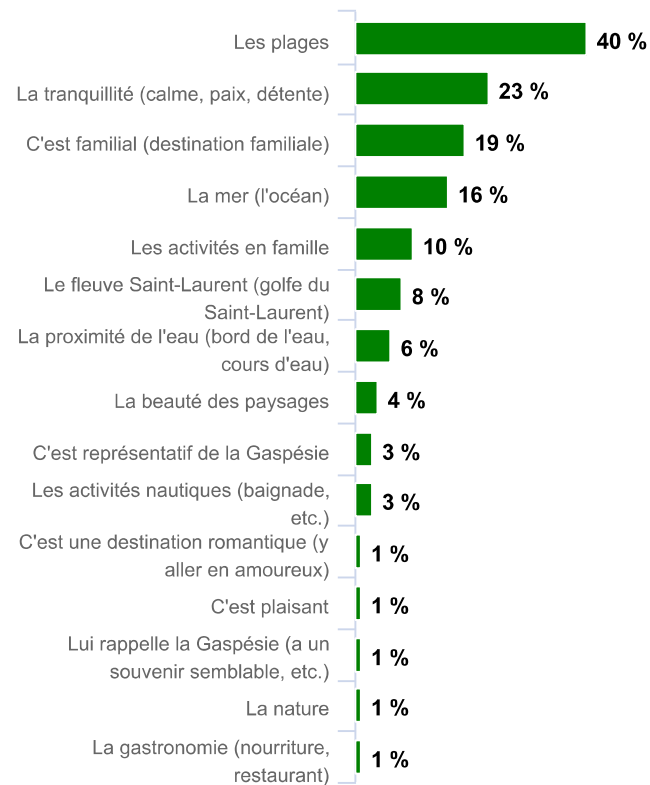


Logiquement, l'image de la famille à la plage a été davantage choisie par les jeunes familles pour présenter la Gaspésie comme région touristique pour des vacances d'agrément (43 % comparativement à 18 % pour les jeunes adultes sans enfants).

La force de cette photo peut s'expliquer par le fait qu'elle évoque notamment la plage, la tranquillité de la région et la proximité de l'eau, en plus de la famille.

QG2R 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:

(n : 98)



LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

LE CHOIX D'IMAGES DES RÉPONDANTS (SUITE)



L'image de la randonnée pédestre figure dans les 5 images les plus choisies pour présenter la Gaspésie comme région touristique pour des vacances d'agrément (27 % des jeunes adultes sans enfants et 36 % des jeunes familles l'ont choisie).

Elle a notamment été désignée parce qu'elle évoque la beauté des paysages et de la nature distinctive de la région.

QG2R 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

(n : 107)



LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

LE CHOIX D'IMAGES DES RÉPONDANTS (SUITE)

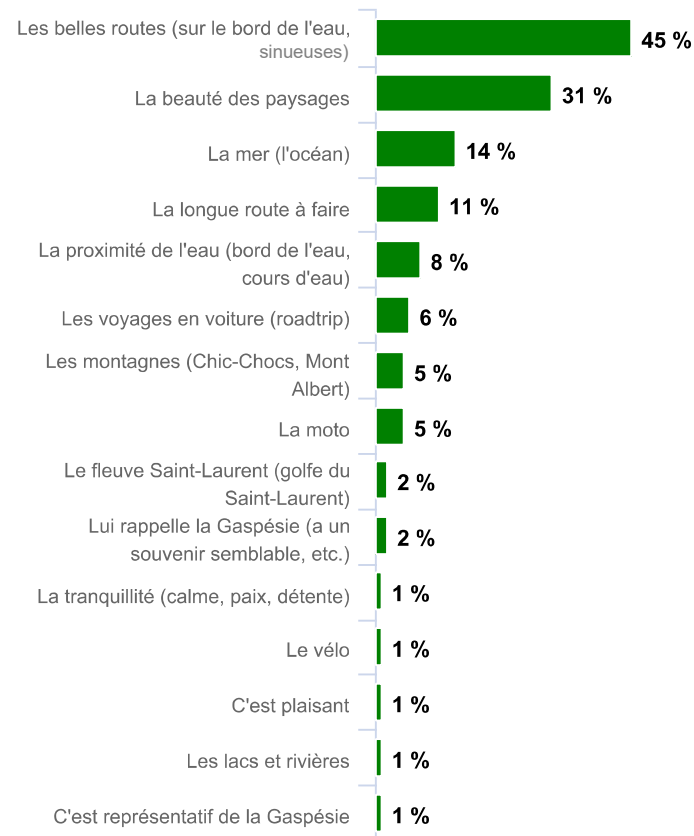


L'image de la moto figure également parmi les cinq images les plus choisies pour présenter la Gaspésie comme région touristique pour des vacances d'agrément (31 % des jeunes adultes sans enfants et 28 % des jeunes familles l'ont choisie).

Elle évoque les belles routes de la région et, plus largement, la beauté des paysages et la proximité de l'eau.

QG2R 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

(n : 89)



LA PERCEPTION DE LA GASPÉSIE PAR LES IMAGES

LE CHOIX D'IMAGES DES RÉPONDANTS (SUITE)

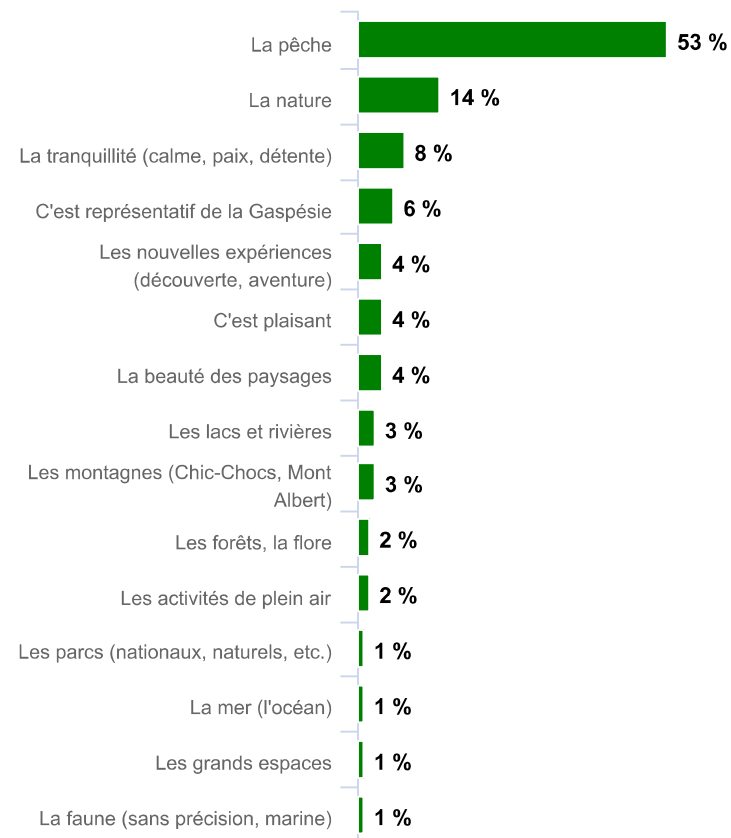


L'image de pêche a été davantage choisie par les jeunes adultes sans enfants pour présenter la Gaspésie comme région touristique pour des vacances d'agrément (25 % comparativement à 19 % pour les jeunes adultes sans enfants).

Cette photo évoque principalement la pêche, mais aussi la nature distinctive et la quiétude de la destination.

QG2R 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

(n : 59)



CARACTÉRISTIQUES DE LA GASPÉSIE



Comparativement à la mesure de 2016, la perception de la Gaspésie comme étant une destination dépaysante, dynamique, « tout simplement trippante » ou qui a « su se renouveler au cours des dernières années » s'améliore. Ces caractéristiques ne sont pas encore fortement associées à la Gaspésie, mais ces résultats sont encourageants.

	Moyenne sur 10		
	2019	2016	
 Accueillante	8,4	8,4	Atouts de la destination, avec un bon niveau d'accord qui reste néanmoins parfaite.
Plein air	8,0	7,9	
Vacances en famille	7,9	7,8	Caractéristiques modérément associées à la Gaspésie.
Intéressante pour mon groupe d'âge	7,6	7,3	
Grand choix d'activités	7,5	7,3	
Dépaysante	7,3 ↗	6,9	
Gourmande	7,2	7,2	
Dynamique	7,2 ↗	6,8	
Trippante	7,2 ↗	6,8	
Renouvelée	6,9 ↗	6,4	Caractéristique moins associée à la Gaspésie.

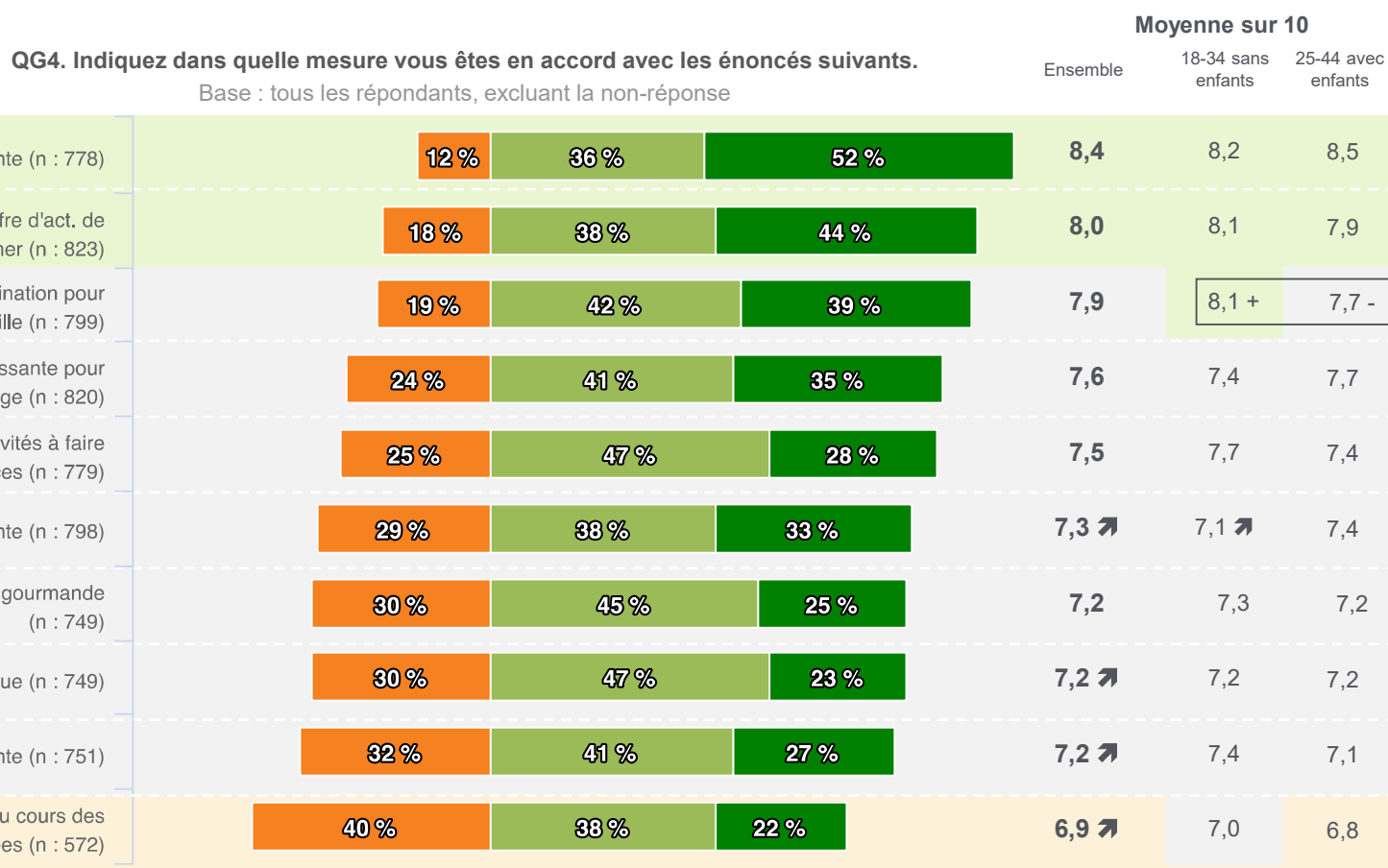
★ Pour tous les attributs, les répondants qui ont déjà visité la Gaspésie en ont une perception plus positive.

QG4. Indiquez dans quelle mesure vous êtes en accord avec les énoncés suivants. Base : tous les répondants, excluant la non-réponse

CARACTÉRISTIQUES DE LA GASPÉSIE (SUITE)

La perception des caractéristiques de la Gaspésie est globalement similaire auprès des deux cibles, soit les jeunes adultes sans enfants et les jeunes familles.

La seule différence concerne la perception que « la Gaspésie est une excellente destination pour des vacances en famille ». On pourra s'étonner que ce soient les jeunes adultes sans enfants, et non les jeunes familles, qui sont relativement davantage en accord avec cet énoncé.



● 1 à 6 ● 7-8 ● 9-10

DERNIER SÉJOUR EN GASPÉSIE (SATISFACTION)

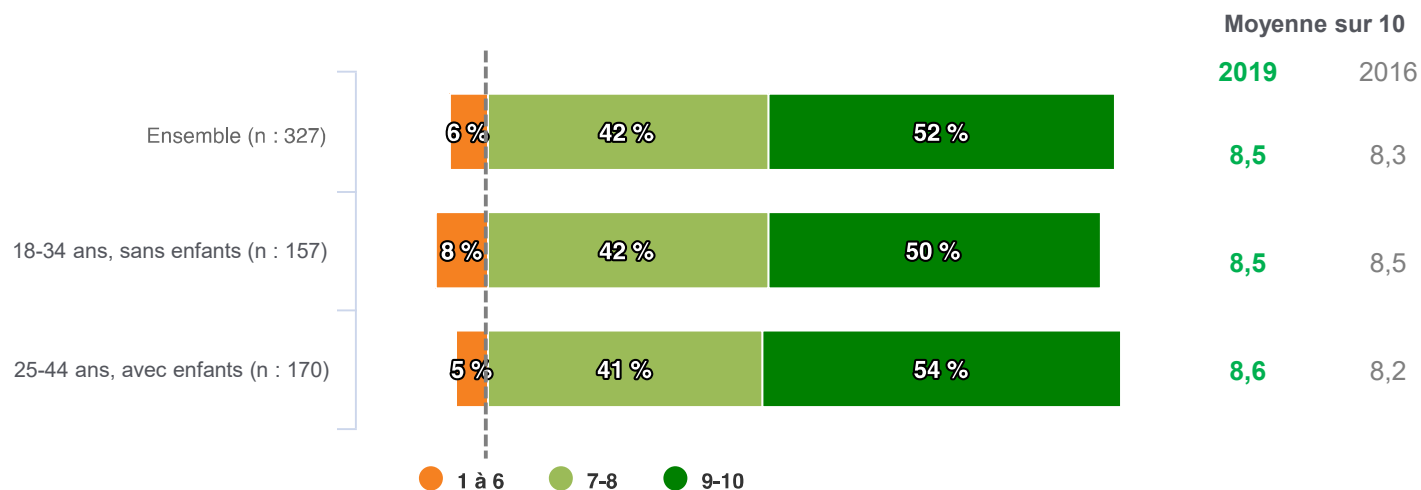
Un bon niveau de satisfaction pour la Gaspésie

Avec une note moyenne de 8,5 sur 10, le niveau de satisfaction à l'égard du dernier séjour en Gaspésie est bon, mais reste perfectible, avec une note moyenne de 8,5 sur 10.

Ce niveau de satisfaction est globalement similaire, quel que soit le profil sociodémographique des répondants.

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



DERNIER SÉJOUR EN GASPÉSIE (RECOMMANDATION)

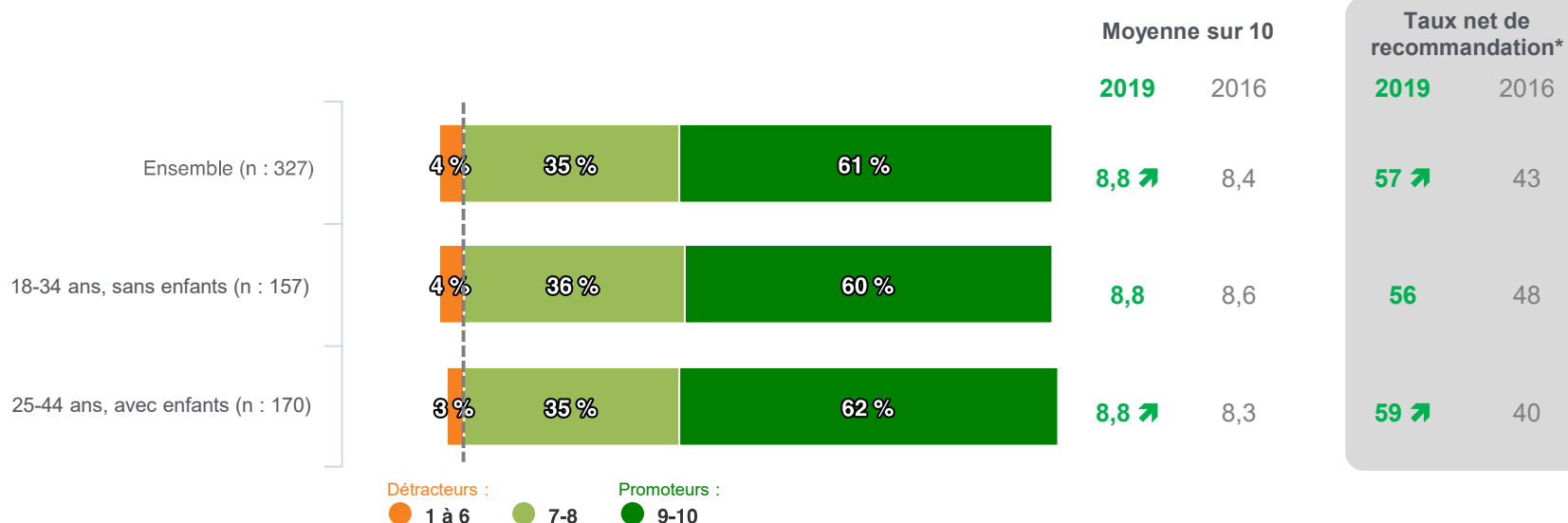


Le taux net de recommandation de la Gaspésie progresse, notamment auprès des jeunes familles

La différence entre les promoteurs (61 %) et les détracteurs (4 %) donne un bon taux net de recommandation (TNR) de 57, en progression comparativement à 2016, particulièrement auprès des jeunes familles.

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



* Taux net de recommandation (TNR) = % Promoteurs - % Détracteurs



Conclusions

CONCLUSIONS

FORCES

- La Gaspésie reste en tête des régions touristiques québécoises envisagées pour des vacances d'agrément.
- Parmi les jeunes adultes sans enfants et les jeunes familles, autour d'un répondant sur dix déclare prévoir visiter la Gaspésie cette année.
- Les principales forces de la Gaspésie sont :
 - Ses paysages et sa nature distinctive, et la notoriété spontanée du Rocher Percé;
 - Sa proximité avec la mer et le fleuve (et la présence des baleines);
 - Les fruits de mer et la pêche;
 - Son atmosphère unique, tranquille et accueillante;
 - Ses attraits touristiques.
- Parmi les 12 images testées pour représenter la Gaspésie, deux se démarquent comme étant fortement évocatrices des vacances en la Gaspésie : l'image de la Vieille Usine de L'Anse-à-Beaufils et l'image d'observation de la faune. Viennent ensuite l'image de la famille à la plage, de la randonnée pédestre et de la moto (route de mer). La plupart ont en commun leurs capacités à évoquer plusieurs des forces distinctives de la Gaspésie.
- Deux caractéristiques sont fortement associées à la Gaspésie et peuvent être considérées comme des atouts de la région : son accueil et son offre d'activités de plein air, sur terre comme en mer.

OPPORTUNITÉS

- Comparativement à 2016, les jeunes adultes sans enfants et les jeunes familles sont proportionnellement plus nombreux à prévoir prendre des vacances au cours des trois prochaines années.
- Le Québec est la principale destination pour des vacances d'agrément, notamment pour les jeunes familles.
- Lors du choix d'une destination pour des vacances avec leurs enfants, les jeunes familles sont avant tout à la recherche de lieux à visiter (zoos, parcs d'attractions) et d'accès à l'eau.
- Les jeunes familles sont proportionnellement plus nombreuses à avoir visité les Cantons-de-l'Est et le Saguenay-Lac-Saint-Jean. Une activité de veille de l'offre touristique proposée aux jeunes familles est conseillée afin de repérer d'éventuelles bonnes pratiques.

FAIBLESSES

- La distance demeure le principal frein à la venue en Gaspésie. Le budget et la durée du déplacement sont deux aspects à considérer comme des obstacles éventuels.
- Comparativement à la mesure de 2016, la perception de la Gaspésie comme étant une destination dépaysante, dynamique, « tout simplement trippante » ou qui a « su se renouveler au cours des dernières années » s'améliore. Toutefois, ces caractéristiques ne sont pas encore fortement associées à la Gaspésie. Ces résultats, décevants mais encourageants, témoignent des travaux engagés par Tourisme Gaspésie pour améliorer la perception des caractéristiques de la destination sur le long terme.

MENACES

- Comparativement à 2016, deux destinations touristiques hors Québec semblent avoir été davantage visitées : les États-Unis (excluant la Nouvelle-Angleterre) pour les jeunes familles et les destinations ailleurs dans le monde pour les jeunes adultes sans enfants.
- Les destinations « soleil » et les États-Unis demeurent les deux principales concurrentes du Québec pour des vacances d'agrément au cours des trois prochaines années.
- Le coût de l'hébergement, et plus largement le budget des vacances d'agrément, est un enjeu majeur, particulièrement pour les jeunes familles.

CONCLUSIONS (SUITE)

- ATOUTS**
- Les **forces distinctives appréciées de la Gaspésie** : ses paysages, la proximité du fleuve et de la mer, la pêche.
 - Les **attraits et les activités emblématiques** (p. ex. : Rocher-Percé, Vieille Usine de L'Anse-à-Beaufils, baleines).
 - Les **caractéristiques fortement associées à la Gaspésie** : accueil, offre d'activités de plein air, sur terre et en mer.

- ASPECTS À TRAVAILLER**
- Poursuivre le travail de longue haleine pour **modifier les perceptions des caractéristiques** de la Gaspésie :

	Jeunes adultes sans enfants	Jeunes familles
Destination qui sait se renouveler	x	x
Destination tout simplement trippante	x	x
Destination dynamique	x	x
Destination gourmande	x	x
Destination dépayssante	x	x
Destination offrant un grand choix d'activités	x	x
Destination intéressante pour les gens de son âge	x	x
Destination pour des vacances en famille		x

- **Atténuer l'impression de distance**, par exemple avec la promotion de ses belles routes, des routes touristiques ou encore de liaisons aériennes abordables.
- Convaincre les visiteurs potentiels que le **rapport qualité-prix de la Gaspésie** peut-être aussi intéressant que d'autres destinations hors Québec, par exemple avec l'existence de quelques forfaits « tout-compris » avantageux.
- Continuer la veille concurrentielle de l'offre touristique mondiale.

- POUR LES JEUNES FAMILLES**
- Promouvoir davantage la capacité de la Gaspésie à offrir les principales activités recherchées par les familles**, soit : des lieux à visiter, des plages et des glissoires d'eau, des sentiers de randonnées et des lieux d'observation de la faune et de la flore accessibles, des festivals ou d'autres types d'évènements ainsi que des centres d'interprétation, des lieux historiques et des musées.

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 L'objectif de cette annexe est de réunir les informations utiles sur le déroulement de l'enquête par internet. Pour ce faire, nous expliquons la méthodologie utilisée et nous en présentons les résultats administratifs, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats, et ainsi à pouvoir la reproduire selon le même protocole au besoin.

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.

Bases de sondage et plan d'échantillonnage

Deux échantillons ont été utilisés :

- un échantillon de répondants issus du panel Or de SOM, lequel est constitué exclusivement d'internautes recrutés de façon aléatoire par téléphone fixe et cellulaire. Cet échantillon excluait les personnes qui avaient participé au sondage de 2016;
- un échantillon complémentaire issu du panel d'un partenaire.

Le tableau suivant détaille le nombre de répondants par strate et par type d'échantillon.

En nombre de répondants	Panel Or de SOM	Panel d'un partenaire	Total
Strate des 18-34 ans sans enfants	189	242	431
Strate des 25-44 ans avec enfants	391	45	436
Total	580	287	867

QUESTIONNAIRE Le questionnaire utilisé était très semblable à celui utilisé en 2016. Il a été élaboré par SOM, 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 9 au 14 janvier 2019.

Mode d'entrevue

- Questionnaires autoadministrés auprès du panel Or de SOM.
- Invitations par courriel gérées par SOM.
- Collecte web sur les serveurs de SOM.

Résultats de la collecte web (les résultats détaillés sont présentés à la page suivante)

Taux de réponse : 17 %

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	6841	Désabonnement	4
Nombre d'entrevues visées	800	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	23
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 333
Invitations envoyées (A)	6 841	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	0	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	2	Quota de l'utilisateur dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	867	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	42	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	282	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	1 191	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	28	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	19,5 %
Abandon durant le questionnaire	87	TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	89,3 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	17,4 %

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;
- 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 485 ($867 \div 1,787$).

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	867	179	412	276
EFFET DE PLAN	1,787	1,648	1,479	1,989
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,9	1,9	1,2	1,7
95 % ou 5 %	1,9	4,1	2,6	3,6
90 % ou 10 %	2,7	5,6	3,5	5,0
80 % ou 20 %	3,6	7,5	4,7	6,7
70 % ou 30 %	4,1	8,6	5,4	7,6
60 % ou 40 %	4,4	9,2	5,8	8,2
50 % (MARGE MAXIMALE)	4,4	9,4	5,9	8,3