



Projet Baromètre régional

Résultats Chaudière-Appalaches Enquête auprès des visiteurs – Saison été 2015

CHAIRE de tourisme
Transat

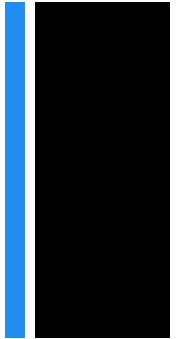
ESG UQÀM

Pour Tourisme Chaudière-Appalaches

Octobre 2015



Sommaire

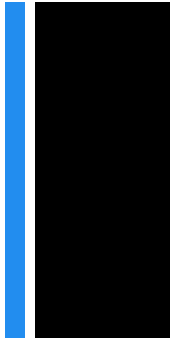


SONDAGE À LA CLIENTÈLE (sondage Web via Survey Monkey)

- Profil
- Expérience
- Planification
- Mobilité et médias sociaux
- Expérience et coup de coeur



Méthodologie



- Période de collecte des courriels de juillet à septembre 2015
- Deux certificats cadeaux d'une valeur de 500 \$ ainsi qu'une Apple Watch ou une carte-cadeau Apple d'une valeur de 700 \$ ont été offerts comme incitatif à remplir le sondage
- Le sondage s'est déroulé entre le 23 juin et la fin septembre 2015
- Les questions réfèrent à une excursion ou à un voyage touristique réalisé au cours de l'été 2015 dans la région de Chaudière-Appalaches
- 2055 questionnaires ont été complétés



Provenance des visiteurs

N = 1974

Québec = 97,4 %

Région touristique	%
Montréal	8
Laval	1,9
Laurentides	3,7
Lanaudière	3,5
Montérégie	10,9
Cantons-de-l'Est (Estrie)	4,9
Charlevoix	0,6
Outaouais	1,2
Centre-du-Québec	4,5
Mauricie	3,2
Québec	23,5
Chaudière-Appalaches	27,6
Abitibi-Témiscamingue	0,4
Saguenay-Lac-St-Jean	1,2
Bas-St-Laurent	3,8
Gaspésie	0,3
Côte-Nord - Duplessis	0,1
Côte-Nord - Manicouagan	0,5

Autres provinces canadiennes	%
Ontario	1,1
Nouveau-Brunswick	0,4
Îles-du-Prince-Édouard	0,1
Terre-Neuve-et-Labrador	0,1
Colombie-Britannique	0,3
Alberta	0,1
Saskatchewan	0,2
Manitoba	0,1
Yukon	0,1

N = 54

Autres pays d'origine	%
États-Unis	28,6
France	38,1
Royaume-Uni	9,5
Belgique	4,8
Suisse	9,5
Autre pays	9,5

N = 21

Profil des visiteurs

+

N = 2047

N = 1754

Groupe d'âge	%
Moins de 18 ans	0,1
18 à 24 ans	2,5
25 à 34 ans	9,3
35 à 44 ans	14,7
45 à 54 ans	21,5
55 à 64 ans	31,5
65 à 74 ans	18,3
75 ans et plus	2,1

Langue parlée à la maison	%
Français	96,7
Anglais	1,6

Ménage	%
En couple sans enfant à la maison	52,9
En couple avec enfant à la maison	26,6
Célibataire/divorcé/séparé sans enfant à la maison	14,6
Célibataire/divorcé/séparé avec enfant à la maison	2,9

Niveau d'éducation	%
Primaire/secondaire	13,8
Collégial/École technique ou professionnelle	39,6
Universitaire – premier cycle	30,3
Universitaire – niveau supérieur	16,2

Sexe	%
Homme	37,3
Femme	62,7

N = 1754

Revenu annuel du foyer	%
Moins de 25 000 \$	5,4
25 000 \$ à 49 999 \$	19,7
50 000 \$ à 74 999 \$	20,4
75 000 \$ à 99 999 \$	14,8
100 000 \$ à 149 999 \$	11,5
150 000 \$ à 199 999 \$	3,5
200 000 \$	2



But principal de la visite

N = 2006

But de la visite	%
Agrément (vacances/loisirs)	81,3
Visiter parents et amis	8,2
Affaires	1,4
Pas visité la région Chaudière-Appalaches en 2015	0,8
Autres	8,3

N = 30

Voyage d'affaires

Principale raison du voyage

%

Conférence, congrès, exposition ou foire commerciale	20
Réunions d'affaires, ventes ou achats commerciaux	43,3
Déplacement routinier pour vous rendre au travail	20

N = 165

Parents et amis

Affirmation qui décrit le mieux la visite

%

Uniquement dans le but de visiter parents et amis	23,6
Pour visiter parents ou amis ET pour voir/visiter la région	67,9
Visite brève de parents ou amis et visite la région la majorité du temps	8,5



Principale raison d'avoir choisi Chaudière-Appalaches comme destination

But de la visite d'agrément	%	N = 1801
Visiter un <u>endroit précis*</u> dans la région	14,3	Camping, Domaine Joly, Grosse île, Ile aux grues, Saint-Jean-Port-Joli, etc.
La beauté des paysages	13,9	
Visiter un <u>attrait ou un musée*</u> en particulier	12,4	Grosse île, Isle-aux-grues, Domaine Joly, la Seigneurie des aulnaies, maison J.A Vachon, musée de la Mémoire vivante, musée des anciens Canadiens, etc.
Pour pratiquer une <u>activité*</u> en particulier	8,8	
Se ressourcer et se reposer	8,6	
Le plein air en général, la faune et la flore	7,8	Pommes, golf, voile, pêche, randonnée pédestre, vélo, théâtre, etc.
Restauration, gastronomie ou produits du terroir	7,6	
La culture et le patrimoine	6,8	
Recommandations de parents ou amis	3,4	
Assister à un <u>événement/festival*</u>	3,1	Amène tes toasts, Auberge des glacis, Carrefour mondial de l'accordéon, cueillette de pommes, chants marins, portes ouvertes fermes, etc.
L'opportunité de visiter des parents ou amis	2,7	
Le dépaysement	2,2	
Pas certain, jamais visité la région	0,9	
Autre	7,4	

* Éléments pour lesquels les répondants ont pu nommer un endroit, un attrait, une activité ou un événement précis et qui ont été un incitatif à choisir la région comme destination de voyage.

+ Quand? Combien de temps? Par quel moyen?

Nombre de nuitées	%
Aucune nuit	35,9
1 nuit	20,7
2 nuits	19,2
3 nuits	8,3
4 nuits	4,8
5 nuits	2,9
6 nuits	1
7 nuits	1,8
8 nuits et +	5,4
nuitées en moyenne	2,5

N = 1968

N = 1955

N = 1260	Principal mode d'hébergement	%
	Camping (tente, roulotte, motorisé)	21,7
	Hôtel/motel/auberge 4 étoiles et +	19,9
	Hôtel/motel/auberge 3 étoiles	17,1
	Gîte, couette et café	14,7
	Hôtel/motel/auberge 2 étoiles et moins	4
	Chez de la famille ou des amis	4,2
	Chalet/maison de campagne à louer	6,9
	Chalet/maison de campagne (propriété de la famille)	4,1
	Hébergement insolite (ex. refuge, yourte, tipi, cabane, etc.)	2,2
	Autre	5

N = 2115

Période	%	Période	%
Janvier	0,1	Juillet	39,9
Février	0,2	Août	46
Mars	0,1	Septembre	10,7
Avril	0,1	Octobre	0,3
Mai	0,3	Novembre	0,1
Juin	2,3	Décembre	0,1

Moyens de transport utilisés pour se rendre à destination	%
Automobile (non louée)	80,8
Bateau privé	0,6
Moto	2,3
Véhicule récréatif / motorisé	4,2
Voiture de location	2,4
Traversier	2,7
Vélo	2,3
Autre (train, autocar, avion, autre)	4,6



Secteurs visités

N = 2821	Secteurs visités lors du dernier séjour en Chaudière-Appalaches	%
	Lotbinière (Saint-Antoine-de-Tilly, Sainte-Croix, Leclerville)	14,3
	Région de Thetford (Adstock, Disraeli, Thetford Mines, Beaulac-Garthby, Saint-Joseph-de-Coleraine, etc.)	5,6
	Lévis	11,8
	La Beauce (Saint-Georges, Frampton, Saint-Séverin, Beauceville, Sainte-Marie, etc.)	12,9
	Les Etchemins (Sainte-Camille-de-Lellis, Saint-Magloire, Saint-Prosper, Lac-Etchemin, etc.)	3,2
	Bellechasse (Beaumont, Saint-Damien-de-Buckland, Saint-Philémon, Saint-Michel-de-Bellechasse, etc.)	11,7
	Montmagny, Grosse-Île et l'Isle-aux-Grues	17,8
	La Côte-du-Sud (Saint-Jean-Port-Joli, l'Islet, Saint-Pamphile, etc.)	22,8

Composition du groupe



N = 1947

Groupe d'âge (1 pers. +)	%
0 à 6 ans	9,7
7 à 12 ans	10,5
13 à 17 ans	6,2
18 à 24 ans	5
25 à 34 ans	12,9
35 à 44 ans	20,7
45 à 54 ans	31,5
55 à 64 ans	43
65 à 74 ans	25,5
75 ans et plus	5,6

Interprétation (groupe d'âge):

43 % des répondants ont mentionné avoir au moins une personne de 55 à 64 ans (en les incluant) au sein de son groupe lors de leur dernier voyage à l'été 2015.

N = 1947

Composition du groupe	%
Seul	3,8
En couple	47,9
En famille avec des enfants	14,6
Avec une ou plusieurs autres familles avec des enfants	3,1
En famille avec des adultes seulement	10,3
Avec un ou plusieurs autres couples	5,3
Avec un ou des ami(s)	9,5
En famille avec des grands-parents	1,1
Comme grands-parents avec des petits-enfants	0,8
Avec un groupe organisé	1,8
Avec un ou des collègues de travail	0,5
Autre lien de parenté avec enfant(s)	0,3
Autre	1,1



Autres régions visitées, dépenses

Autres régions touristiques visitées durant le séjour	%
Saguenay_Lac-St-Jean	2
Laurentides	1,3
Lanaudière	1,1
Bas-St-Laurent	10,1
Charlevoix	5,2
Mauricie	2,2
Montérégie	1,3
Montréal	2,4
Centre-du-Québec	5,2
Québec	14,1
Cantons-de-l'Est	4,1
Gaspésie	4,7
Autre	3,9
Aucune	42,4

N = 2556

Dépenses moyennes du groupe :
595 \$ CAN (incluant transport)

Moyenne des dépenses du groupe par catégorie	\$
Hébergement	220
Transport	81
Restauration	115
Aliments et boissons	58
Loisirs et divertissements	54
Achat d'équipement et vêtements	16
Souvenirs et autres dépenses	36



Information sur les visites antérieures

N = 1837

Avant 2015, à quand remonte votre dernière visite touristique ou de loisir en Chaudière-Appalaches ?	%
C'était mon premier voyage dans la région	19,4
J'habite la région et je n'ai fait aucun séjour touristique	16,2
1 an ou moins	32,5
2 ans	8,9
3 ans	4,9
4 ans	2,5
5 ans	3,6
6 ans	1,3
7 ans	1,3
8 ans	0,9
9 ans	0,4
10 ans	1,6
Plus de 10 ans	6,6

N = 1175

Nb de nuitées lors de ce précédent séjour	%
0 nuitée	18,4
1 nuitée	26,4
2 nuitées	29,1
3 nuitées	12,5
4 nuitées	3,8
5 nuitées	3,1
6 nuitées	1,7
7 nuitées	2,3
Plus de 7 nuitées	2,7

N = 1054

À combien de reprises avez-vous visité la région lors des 3 dernières années	%
Entre 1 et 5 fois	70,6
Entre 6 et 15 fois	13,8
Entre 16 et 23 fois	15,6

Expérience touristique – information sur le dernier séjour ou excursion

Activités pratiquées

%

N = 4335



Musée, centre d'interprétation et site historique	18,3
Attraction de divertissement (parcs thématiques, aquatiques)	3,1
Observation de la faune ou oiseaux	6,9
Croisière aux baleines	0,5
Parc nature ou provincial	9,3
Magasinage	8,1
Repas à l'extérieur, bars, boîtes de nuit	11,9
Spa, soins de santé	2
Concert, spectacle musical	2,1
Théâtre, spectacle d'humour	3,2
Galerie d'art	6,6
Événement culturel, gastronomique et autre	4,4
Assister à un événement sportif (ex. partie du hockey)	0,3
Visiter des amis, la parenté	7,1
Cueillette fruits, légumes, visite producteurs produits terroir	7,3
Rendez-vous médical ou autre visite reliée à la santé	0,5
Réunion d'affaires, conférence ou séminaire	0,4
Aucune	4,5
Autre	3,6

N = 2526

Activités sportives

%

Golf	3,9
Vélo	12,7
Chasse	0,2
VTT (quad)	1,2
Bateau de plaisance	3,6
Pêche	2,8
Randonnée pédestre (en nature)	28,5
Activités nautiques (ex. kayak, canot, etc.)	2,9
Plage, baignade	10,5
Participer à un événement sportif (marathon, raid, etc.)	0,4
Équitation	0,6
Aucune	31,8
Autre	0,9



Degré d'importance (%) des facteurs suivants dans votre décision d'avoir choisi Chaudière-Appalaches comme destination

N = 1468 à 1771

1 = ce n'est pas important du tout et 10 = c'est extrêmement important

Facteurs considérés	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bon rapport qualité/prix	3,3	0,7	0,7	1,6	6,4	5,2	11,5	21,9	20	28,7
Température	8,1	2	2,5	2,3	11,2	9	13,8	19,1	14,5	17,6
Vos intérêts personnels	2,2	0,6	0,7	1,1	3	4,2	9,7	21,7	22	34,9
Occasion de visiter parents ou amis	31,9	5,6	4,1	3,2	7,2	3,7	8,1	9,1	8,7	18,4
Chance de participer à des activités intéressantes	3,5	1,2	1,5	1,5	6,8	6,2	11,6	23,1	18,2	26,4
Restauration	5,7	1,6	2,5	3,2	8,4	9,7	14,8	20	17,5	16,6
Culture locale, les gens	4,4	1,5	2,3	2,4	7,5	5,7	14,3	23,6	17	21,2
Histoire, patrimoine	4,2	2,1	2,9	2,9	7	7,3	14	19,5	19,2	21,1
Observation de la faune	6,9	3,1	4	4,3	10,2	8,8	15,1	19,6	13,6	14,5
Beauté des paysages	1,2	-	0,6	0,5	2,8	2,9	7,4	19,5	28,9	36,4
Découverte des villes et villages	2,5	0,9	1,5	1,9	5,4	5	11,2	23,9	22,6	25,1
Gastronomie, produits du terroir	3,6	1,2	2,4	2,3	8	7,3	13,8	20,7	19,8	21
Occasion de vous ressourcer, vous reposer	3,2	1,5	1,6	1,8	5,4	6	9,4	19,2	21,1	30,8

+ Degré d'importance (moyenne) des facteurs suivants dans votre décision d'avoir choisi Chaudière-Appalaches

N = 1468 à 1771

Moyenne de 1 à 10

Facteurs considérés	Moyenne
Bon rapport qualité/prix	8
Température	7
Vos intérêts personnels	8,3
Occasion de visiter parents ou amis	5,2
Chance de participer à des activités intéressantes	7,8
Restauration	7,2
Culture locale, les gens	7,5
Histoire, patrimoine	7,4
Observation de la faune	6,7
Beauté des paysages	8,6
Découverte des villes et villages	8
Gastronomie, produits du terroir	7,6
Occasion de vous ressourcer, vous reposer	8



Niveau de satisfaction (%) des facteurs suivants concernant votre dernière visite en Chaudière-Appalaches

N = 1303 à 1768

1 = complètement insatisfait et 10 = complètement satisfait

Facteurs considérés	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Variété des activités et attraits	0,3	0,1	0,6	1,2	3,9	6	16,7	24,7	21	25,6
Qualité des activités et attraits	0,3	0,1	0,3	0,8	2,4	3,4	11,7	24,9	25,9	30,2
Qualité des hébergements touristiques	0,5	0,4	0,4	0,8	2,8	3,8	11,3	22,7	23,6	33,8
Qualité de l'information touristique	0,2	0,2	0,2	1,1	3	4,1	9,8	23,4	24,2	33,7
Qualité de l'accueil	0,2	-	0,4	0,3	0,9	1,8	5,4	18	27,5	45,6
Qualité de la restauration	0,3	0,3	0,4	1,6	3	4,4	13,4	25,6	22,6	28,5
Rapport qualité/prix	0,2	0,3	0,2	0,7	3	4	14,2	27	21,6	28,8
Température	1,1	0,9	1,3	1,6	6,8	7	13,6	21,1	17,3	29,3



Niveau de satisfaction (%) des facteurs suivants concernant votre dernière visite en Chaudière-Appalaches

N = 1426 à 1751

1 = complètement insatisfait et 10 = complètement satisfait

Facteurs considérés	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Culture locale, les gens	0,2	0,1	0,5	0,7	3,5	4,6	14	23,4	22,3	30,6
Histoire, patrimoine	0,2	0,4	0,9	1,4	3,9	5,4	13,8	21,1	21,8	31,1
Observation de la faune	0,4	0,8	1,8	1,8	6,4	9,7	16,2	21,8	18,7	22,4
Beauté des paysages	-	0,1	0,1	0,3	1	1,7	7,4	19,6	25,9	44
Gastronomie, produits du terroir	0,1	0,3	0,6	0,5	3,9	5,2	11,9	24,4	22,9	30,2
Découverte des villes et villages	0,2	0,2	0,4	0,7	2,3	4	13,1	24,8	23,7	30,5
Signalisation, affichage	0,6	0,7	1	1,1	4,4	6,9	17,6	25,2	18,8	23,6
Service en anglais*	1,3	-	-	1,3	5	6,3	15	25	20	26,3

* Questionnaire en anglais seulement. N = 80



Niveau de satisfaction (moyenne) des facteurs suivants concernant votre dernière visite en Chaudière-Appalaches

N = 1426 à 1751

Moyenne sur une échelle de 1 à 10

Facteurs	Moyenne	Facteurs	Moyenne
Variété des activités et attraits	8,2	Culture locale, les gens	8,4
Qualité des activités et attraits	8,5	Histoire, patrimoine	8,3
Qualité des hébergements touristiques	8,5	Observation de la faune	7,8
Qualité de l'information touristique	8,5	Beauté des paysages	9
Qualité de l'accueil	9	Gastronomie, produits du terroir	8,4
Qualité de la restauration	8,3	Découverte des villes et villages	8,4
Rapport qualité/prix	8,4	Signalisation, affichage	8
Température	8		



Accueil, satisfaction et intention de revenir

N = 1827

Avez-vous l'intention de visiter de nouveau Chaudière-Appalaches au cours des 12 prochains mois?	%
Oui	78,8
Non	21,2

N = 1779

Diriez-vous que votre dernière expérience en Chaudière-Appalaches (2015)...

%

N'a pas rejoint vos attentes envers Chaudière-Appalaches comme destination touristique	1,1
A rejoint vos attentes envers Chaudière-Appalaches comme destination touristique	75,8
A surpassé vos attentes envers Chaudière-Appalaches comme destination touristique	23,1

N = 388

Pourquoi?	%
Désire découvrir une autre destination	58,2
Manque de temps, de vacances	23,2
Raison financière, budget limité	7
Autre priorité (ex. rénovation, maternité)	6,4
Autre	5,1

N = 1779

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Moyenne sur 10
Recommanderiez-vous la destination à des parents/amis?	-	0,1	0,1	0,1	0,7	1,3	8,2	21,2	20	48,5	9

1 = Je ne recommanderais définitivement pas et 10 = Je recommanderais définitivement



Période de planification et source d'information

N = 1772

Combien de temps à l'avance avez-vous planifié ce dernier séjour ou excursion?

	%
Journée même	14,1
1 à 3 jours	22,2
4 à 7 jours	11,4
1 à 2 semaines	13
2 à 4 semaines	11,9
1 à 2 mois	11,5
2 à 4 mois	8,2
Plus de 4 mois	7,6

N = 2933

Sources d'information qui vous ont inspiré à choisir Chaudière-Appalaches (plusieurs choix possibles)

	%
Brochures, dépliants et guides	20,6
Internet	30,2
Offices de tourisme, bureaux d'information touristiques	8
Revue, magazines et journaux	4,8
Télévision	3,2
Radio	0,8
Panneau d'affichage	1,8
Agent de voyages	0,3
Parents et amis	22,6
Aucune source d'information	7,6

N = 1772

Avez-vous utilisé Internet afin de vous inspirer à choisir Chaudière-Appalaches ?

OUI 73,4 %

N = 1772

Avez-vous utilisé le guide officiel de la destination pour planifier votre dernier séjour ou excursion en Chaudière-Appalaches ?

OUI 28,3 %

+ Types d'information consultés lors de la planification du séjour ou de l'excursion en Chaudière-Appalaches

N = 2528

Types de sites Internet consultés pour planifier votre séjour ou excursion		%
Sites d'agences de voyage ou de voyagistes		0,4
Sites d'établissements d'hébergements		17,5
Sites de partage de commentaires sur les voyages (ex. TripAdvisor)		4,3
Sites de médias sociaux (ex. Facebook)		3,5
Moteurs de recherche généraux (ex. Google)		28,6
Sites de destinations (ex. Tourisme Laval)		18,2
Sites d'attractions (ex. SkyVenture)		12,6
BonjourQuebec.com/Quebec Original		6,1
Autre		4,1

Ex. dans « autre » : booking.com, Camping Québec, club de mycologie, Tuango, Massif du Sud

N = 2110

Types d'information consultée en ligne pour vous informer ou comparer des produits		%
Cartes sur le Web localisant les services		22,5
Forfaits ou propositions d'itinéraires		18,1
Avis et recommandations d'autres voyageurs sur le Web		8,7
Photos/vidéos d'autres voyageurs sur le Web		7,9
Avis de connaissances sur les réseaux sociaux		4,8
Brochures à télécharger		9,6
Fiches d'information, articles sur la destination		24,4
Autre		4,1

Ex. dans « autre » : je connais déjà la destination, heures d'ouvertures des attrait

N = 2271

Catégories de produit pour lesquelles vous avez cherché de l'information sur le Web

Hébergement	Vols (avion)	Voitures de location	Restauration	Train	Forfaits multi-activités	Activités ou attractions	Autre
33,9 %	0,4 %	0,5 %	20,6 %	0,6 %	10,3 %	28,5 %	5,2 %

Ex. dans « autre » : agrotourisme, croisière, bateau, horaires, sentiers, pistes cyclables, produits du terroir

+ Composantes de la réservation en ligne – Chaudière-Appalaches

N = 1296

Avez-vous acheté ou réservé en ligne au moins une partie de votre séjour ou excursion?

OUI 36,1

N = 632

Composantes du séjour ou de l'excursion qui ont été achetées ou réservées sur Internet

	%
Hébergement	60,3
Vol	0,3
Voiture de location	0,8
Places dans un restaurant	6,2
Autres moyens de transport	4,4
Forfait	14,2
Activité ou attraction	13,8

N = 468

1 = complètement insatisfait et 10 = complètement satisfait

Niveau de satisfaction de votre expérience en ligne	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
La facilité générale de réserver en ligne	0,2	-	0,2	0,6	2,4	1,5	9,4	22,4	24,6	38,7
La diversité et la richesse de l'offre réservable en ligne	0,2	0,4	-	0,9	3,8	2,6	16,2	25,9	19,7	30,3
La convivialité, fluidité du processus de réservation	0,2	0,4	-	0,6	2,4	2,4	11,1	22,6	24,4	35,9
La disponibilité et le détail de l'information utile	-	0,2	0,4	0,2	2,1	2,6	12,6	23,3	25,2	33,3



Utilisation de l'appareil mobile en cours de visite

N = 1767

Durant votre visite en Chaudière-Appalaches, avez-vous utilisé un appareil mobile (téléphone ou tablette)?

%

OUI
59,9

N = 2059

Quelles actions avez-vous réalisées PENDANT votre voyage	%
Accéder aux médias sociaux, en lien ou non avec mon voyage	18,6
Rechercher de l'information touristique	20,6
Consulter un guide touristique (en ligne ou téléchargé au préalable)	7
Utiliser une application liée au tourisme	16,2
Réserver ou acheter des produits et services	5,9
Utiliser Google Map ou autre outil de géolocalisation	31,7

N = 917

Niveau de satisfaction quant à...	Pas du tout satisfait	Peu satisfait	Moyennement satisfait	Satisfait	Très satisfait
L'accessibilité de zones Wi-Fi	3,4	9,5	25,5	37,4	24,2

N = 1052

Mon appareil mobile ...	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Ni en désaccord ni d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
...a amélioré la qualité de mon expérience de voyage	4,6	6,1	31	38,2	20,2
...m'a permis d'avoir accès à des informations de voyage pratiques	5,5	4,8	26,9	42,6	20,2
Je n'ai presque pas utilisé mon appareil en raison d'un manque de connectivité Internet	29	24,4	23,1	15,5	8
Je préfère ne pas utiliser mon appareil mobile durant mes voyages	35,8	21	25,9	11,3	6



Utilisation de l'appareil mobile en cours de visite

N = 2133

AVANT votre dernière visite, avez-vous utilisé les médias sociaux pour...

%

S'inspirer, choisir la destination

14,1

S'informer sur les produits de tourisme (connaître les « bonnes adresses »)

16,6

Obtenir des trucs et astuces

3,3

Lire des commentaires en lien avec des expériences touristiques

8,9

L'utilisation des médias sociaux avant mon voyage n'était pas en lien avec celui-ci

7,4

Je n'ai pas utilisé les médias sociaux avant mon voyage

49,6

N = 2125

PENDANT votre dernière visite, avez-vous utilisé les médias sociaux pour...

%

S'informer sur les produits de tourisme

11,1

Émettre des commentaires en lien avec le voyage

3,8

Lire des commentaires en lien avec des expériences touristiques

4,7

Déposer des photos/vidéos de voyage

8,8

Communiquer avec les proches, mettre à jour son statut

12

L'utilisation des médias sociaux pendant mon voyage n'était pas en lien avec celui-ci

5,9

Je n'ai pas utilisé les médias sociaux pendant mon voyage

53,8

N = 1922

APRÈS votre dernière visite, avez-vous utilisé les médias sociaux pour...

%

Émettre des commentaires en lien avec le voyage

14,1

Déposer des photos/vidéos de voyage

17,9

L'utilisation des médias sociaux après mon voyage n'était pas en lien avec celui-ci

10,6

Je n'ai pas utilisé les médias sociaux après mon voyage

57,4



Si vous pouviez nommer une **chose qui aurait pu améliorer votre expérience** touristique en Chaudière-Appalaches, ce serait quoi?

Les éléments qui ont été cités plusieurs fois par les répondants sont regroupés ci-après par grande catégorie

Catégorie	Éléments redondants et commentaires des répondants (N = 2055)
Restauration, hébergement	<ul style="list-style-type: none"> • Le manque de diversité dans les restaurants, le nombre et la qualité des menus ++++ • Le manque de diversité dans les hébergements • Le prix trop élevé des hébergements et restaurants (rapport qualité/prix) ++ • L'hygiène dans certains hébergements et campings
Circulation, signalisation, indications touristiques et accès aux sites	<ul style="list-style-type: none"> • La signalisation et les indications routières touristiques ++++ (attraits, vignobles, parcs, gîtes, villages, sites historiques, etc.) • Cartes touristiques (Web et papier) pas assez nombreuses et détaillées • Signalisation et panneaux en anglais • Manque d'informations touristiques aux points stratégiques (à l'entrée des parcs, églises, haltes routières, etc.) • Haltes routières ++ • L'état des routes et les travaux +++
Accueil et service à la clientèle	<ul style="list-style-type: none"> • Accueil aux Bureaux d'informations touristiques et sur certains sites pas toujours agréable • Personnel qui ne parle pas toujours anglais • Accès Internet
Gastronomie, produits du terroir	<ul style="list-style-type: none"> • Plus de produits du terroir, de fermes, de marchés locaux • Plus de restaurants gastronomiques
Activités, attractions, sentiers de randonnée pédestre et pistes cyclables	<ul style="list-style-type: none"> • Les horaires d'ouvertures et le manque d'informations à ce sujet ++++ (attraits, restaurants, boutiques, etc.) • Meilleures indications sur les sentiers de randonnée pédestres • Plus de sites d'observation et aires de repos sur le fleuve +++ • L'offre d'activités plus diversifiée et plus familiale (enfants et adolescents) • Pistes cyclables plus sécuritaires et mieux indiquées • Bénéficiaire de forfaits et rabais intéressants
Autre	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience très positive pour beaucoup de répondants • Avoir plus de temps pour profiter de la région +++

+ Éléments qui ont été cités encore plus souvent que les autres

+ Si vous pouviez nommer une chose qui a constitué un **coup de cœur** de votre visite en Chaudière-Appalaches, ce serait quoi?

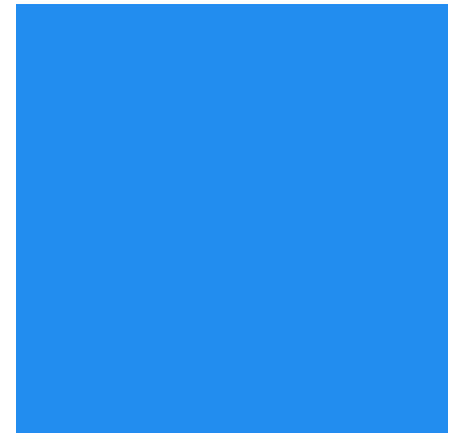
Les éléments qui ont été cités plusieurs fois par les répondants sont regroupés ci-après par grande catégorie

Catégorie	Éléments redondants et commentaires des répondants (N = 2055)
Patrimoine naturel	<ul style="list-style-type: none"> • La beauté des paysages +++ • Le fleuve +++ • Les vignobles, la Route des vins • La campagne • Grosse Ile, Isle-aux-grues
Patrimoine historique et culturel	<ul style="list-style-type: none"> • Les villages pittoresques • L'Histoire • Artisanat, boutiques d'art +++
Accueil	<ul style="list-style-type: none"> • Accueil des résidents, des propriétaires de gîtes, dans les musées, etc. ++ • Amabilité des gens ++
Activités, hébergements, sentiers, évènements	<ul style="list-style-type: none"> • Les campings, les gîtes et les auberges (camping du Lac-George, Maison de l'Ermitage, Chez Octave, Maison Normand, Auberge des Glacis, etc.) • La diversité des activités • Les pistes cyclables • Sites : Maison Vachon, Mine, Seigneurie des aulnaies, les moulins, parc Massif du Sud, etc. • Musées : Anciens Canadiens, maritime, Mémoire vivante, etc. • Fêtes et festivals • Belles pistes cyclables
Gastronomie, produits du terroir	<ul style="list-style-type: none"> • Les fermes et les produits locaux (Cassis et Mélisse, etc.) +++ • Cueillettes de fruits, ferme d'alpagas • Gastronomie, restaurants ++ • Microbrasseries

+ Éléments qui ont été cités encore plus souvent que les autres



Enquête auprès des visiteurs 2015



CHAIRE

**de tourisme
Transat**

ESG UQÀM