

Portrait du tourisme dans les régions de Côte-Nord et Charlevoix – Été 2022

Tourisme Côte-Nord et Charlevoix | Rapport | Octobre 2022

CALOSUM

Table des matières

Contexte

- 4. Liminaire
- 5. Stratégie de recherche
- 6. Notes de lecture
- 7. Profil des répondants de la Côte-Nord
- 8. Profil des répondants de la région de Charlevoix

Résultats

- 10. Modalités du voyage
- 16. Planification du voyage
- 24. Points d'intérêt du voyage
- 33. Évaluation du séjour
- 36. Historique de visite de la Côte-Nord et dans Charlevoix

Conclusions

- 41. Bilan - Côte-Nord
- 42. Bilan - Charlevoix

CONTEXTE DE L'ÉTUDE



Liminaire

Contexte

Tourisme Côte-Nord et Tourisme Charlevoix souhaitent en savoir plus sur les touristes ayant visité ces destinations pour leurs vacances cet été.

Les deux organisations s'intéressaient plus particulièrement à leur parcours: de la planification de leur visite (délais, sources d'information), à leur expérience une fois rendu sur place (lieux et attraits touristiques visités, hébergement choisi, dépenses effectuées) et à leur perception de leur séjour (satisfaction et intention de revenir).

L'information sera utilisée afin d'alimenter la réflexion stratégique entourant la planification de la saison 2023.

Compte tenu de ce qui précède, les services de Callosum ont été retenus et une étude quantitative a été réalisée.

Questions de recherche

- ▶ Pourquoi les touristes ont-ils choisi cette destination?
- ▶ Comment ont-ils préparé leur voyage?
- ▶ Quels ont été les grands jalons de leur séjour (où, quand, comment, pourquoi)?
- ▶ Quelle a été l'appréciation de leur expérience dans la région?

Stratégie de recherche

| | |
|---------------------------------|---|
| Méthode de collecte des données | Sondage papier auto-administré |
| Cible | <ul style="list-style-type: none">• Touristes qui ont visité la Côte-Nord cet été pour leurs vacances d'été 2022 (francophones ou anglophones)• Si ces touristes avaient visité la région de Charlevoix lors du même voyage, quelques questions additionnelles leur ont été posées |
| Recrutement des répondants | <ul style="list-style-type: none">• Des formulaires papier ont été distribués par des préposés habillés aux couleurs de TCN dans les files d'attente pour entrer sur les traversiers (Tadoussac/Baie Sainte-Catherine ; Les Escoumins/Trois-Pistoles ; Baie-Comeau Godbout/Matane).• Ces formulaires ont été récupérés :<ul style="list-style-type: none">○ Juste avant d'entrer dans le traversier aux Escoumins○ Juste avant d'entrer dans le traversier à Baie-Comeau○ Dans le traversier avant de descendre à Tadoussac• Les voyageurs invités à remplir le formulaire avaient déjà visité la Côte-Nord puisqu'ils ont été interceptés lorsqu'ils ont quitté la région. |
| Incitatif | TCN s'est engagé à planter un arbre par questionnaire rempli, dans le contexte d'un projet de reboisement social mené par Arbre Évolution (qui aura lieu à Forestville à l'automne 2022) ainsi qu'un don à Carbone Boréal. |
| Taille d'échantillon | 500 répondants |

Notes de lecture

Différences statistiquement significatives entre sous-groupes

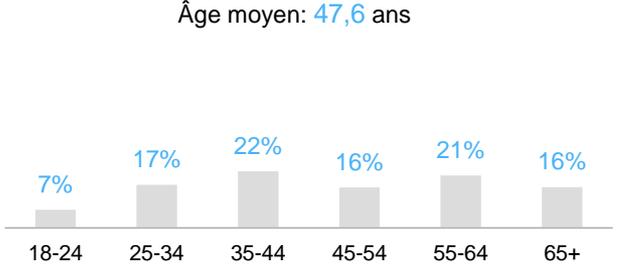
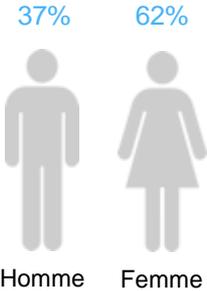
Dans ce rapport, un test de proportions a été réalisé afin de vérifier s'il y avait des différences significatives entre les sous-groupes de notre échantillon.

Lorsque c'est le cas, une lettre est placée à droite du résultat. Cette lettre indique que le résultat est significativement supérieur à celui de la colonne correspondante (à un niveau de confiance de 95%).

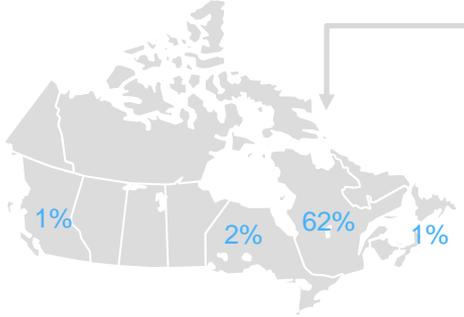
Par exemple, dans le tableau ci-dessous, le résultat de 75% obtenu chez les 45-54 ans est significativement supérieur à ceux 18-34 ans (A) et des 35-44 ans (B), mais pas à celui des 55 ans et plus.

| 18-34 ans A | 35-44 ans B | 45-54 ans C | 55 ans et plus D |
|----------------|----------------|----------------|---------------------|
| 59% | 66% | 75% AB | 77% |

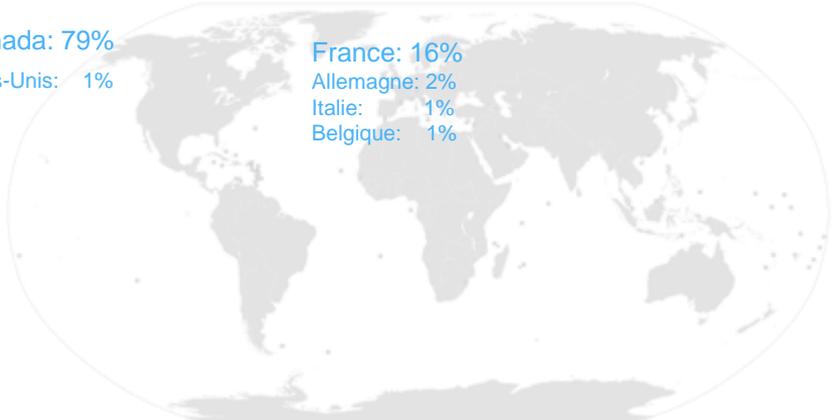
Profil des répondants de la Côte-Nord



- 57%  Ont complété l'université
- 71%  Travailleurs temps plein ou partiel
- 23%  Retraités
- 92%  Répondent en français
- \$101K  Revenu du ménage

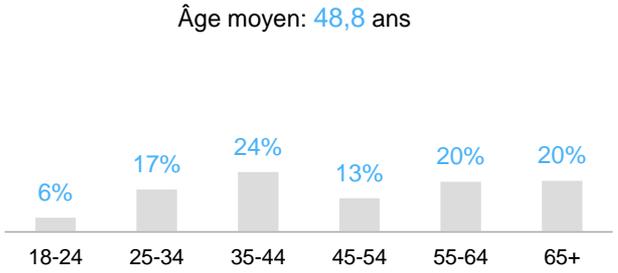


Canada: 79%
États-Unis: 1%

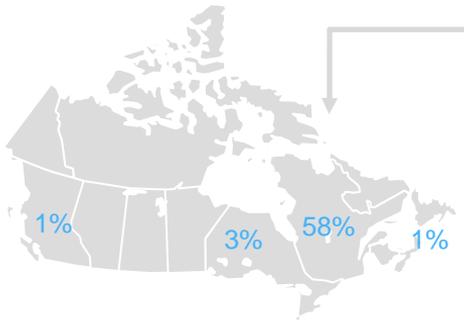


Canadiens n'ayant pas précisé de province: 13%

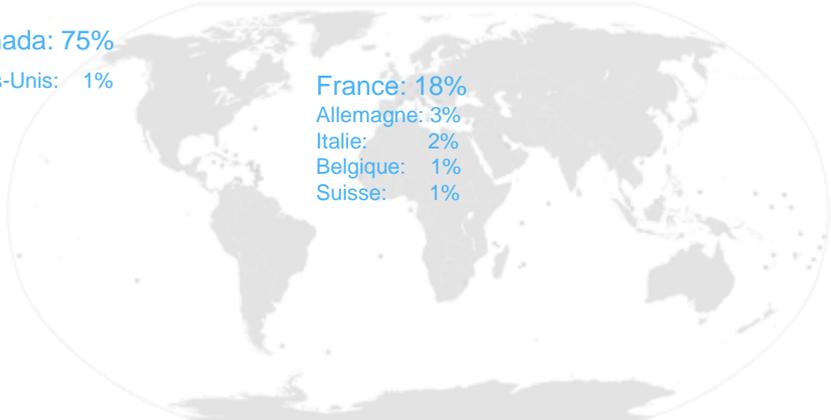
Profil des répondants de la région de Charlevoix



- 55% Ont complété l'université
- 70% Travailleurs temps plein ou partiel
- 25% Retraités
- 90% Répondent en français
- \$104K Revenu du ménage



Canada: 75%
États-Unis: 1%



Canadiens n'ayant pas précisé de province : 11%



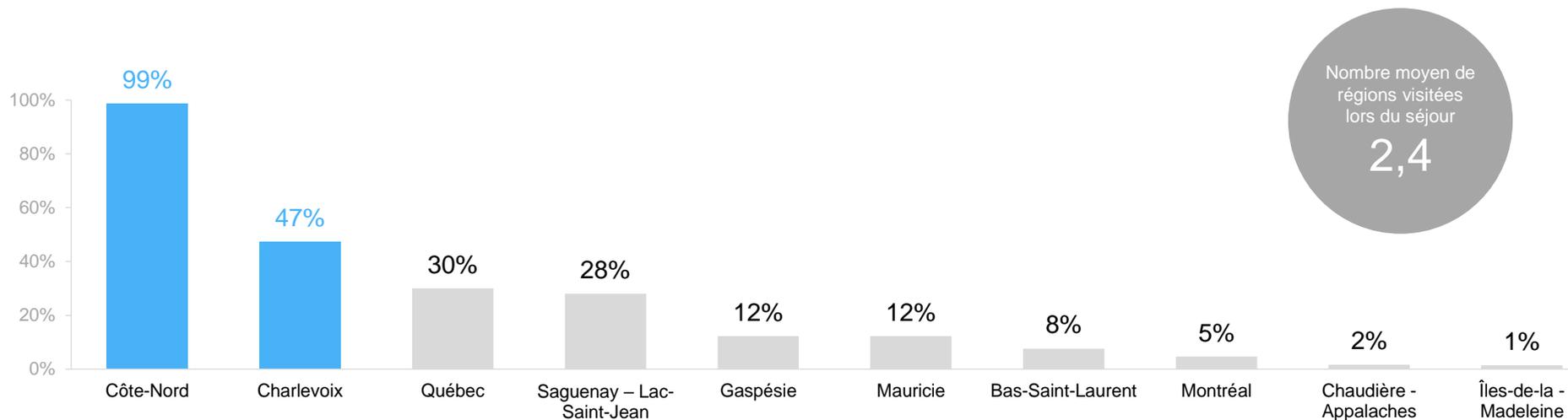
RÉSULTATS DE RECHERCHE



MODALITÉS DU VOYAGE

Régions visitées

Alors ? Environ la moitié des touristes de la Côte-Nord que nous avons interrogés ont aussi visité la région de Charlevoix. En moyenne, ils ont visité 2,4 régions lors de leur séjour. Les deux autres régions les plus populaires chez ces visiteurs sont Québec et le Saguenay-Lac-Saint-Jean.



Autres destinations mentionnées par les touristes hors-Canada uniquement:

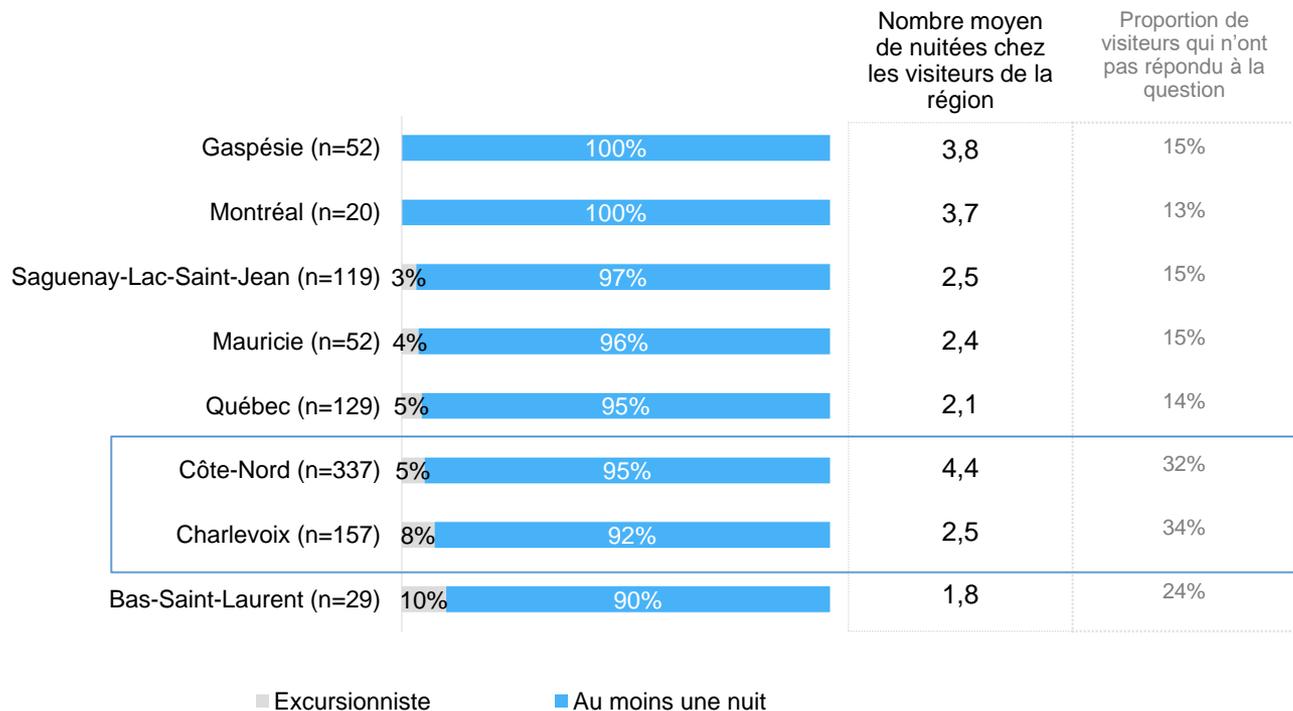
Toronto 6%
Ontario 6%
Ottawa 4%
Mont-Tremblant 2%
Laurentides 2%
Niagara 2%

Après de tous les répondants n=500

Q1. Parmi les régions suivantes, lesquelles avez-vous visitées lors de votre séjour?

Nombre de nuitées dans chacune des régions visitées

Alors ? Le bassin de répondants interrogés comporte très peu d'excursionnistes. Sans surprise, c'est sur la Côte-Nord que le nombre de nuitées est le plus important (4 jours en moyenne). Les Canadiens (surtout les Québécois) sont ceux qui passent le plus de temps dans la région. Fait intéressant à noter, les visiteurs de la Côte-Nord qui sont aussi allés dans Charlevoix ont passé 2,5 nuitées dans la région.



Nombre moyen de nuitées sur la Côte-Nord surdéveloppé chez:

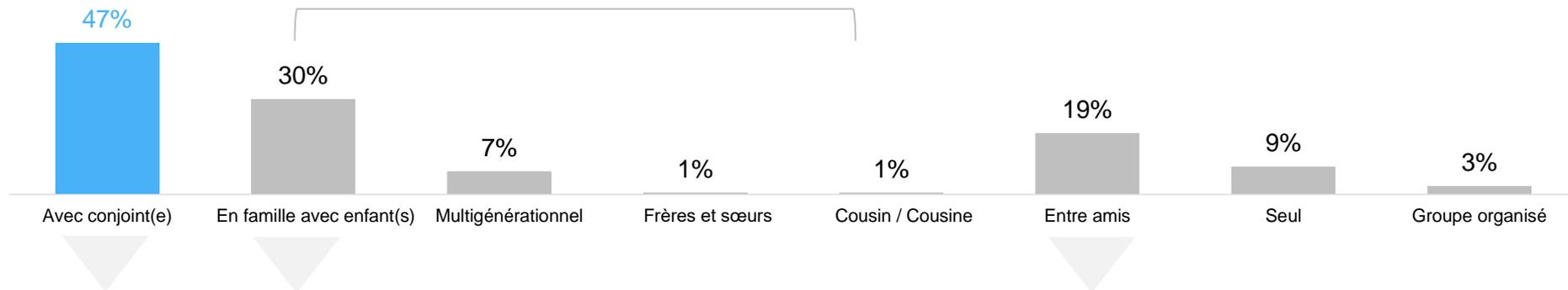
| Origine | Nombre moyen de nuitées |
|---------------------|-------------------------|
| Québec (A) | 5,2 BC |
| Reste du Canada (B) | 3,4 C |
| Ailleurs (C) | 1,7 |

Compagnons de voyage

Alors ? L'échantillon interrogé voyage d'abord en couple, avant d'inclure la famille (principalement les enfants), ou les amis. À noter que les 55 ans et plus visitent la Côte-Nord et la région de Charlevoix en couple, les 35-54 ans avec leurs enfants (principalement) ou en couple, alors que les plus jeunes sont les plus susceptibles de voyager avec leurs amis (2ème option après le couple).

NET En famille

36%



Surdéveloppé chez:

18-34 ans (A) 43%
 35-54 ans (B) 33%
 55-64 ans (C) 63% AB
 65 ans et plus (D) 68% AB

Côte-Nord (E) 47%
 Charlevoix (F) 56% E

Surdéveloppé chez:

18-34 ans (A) 20% CD
 35-54 ans (B) 54% ACD
 55-64 ans (C) 10%
 65 ans et plus (D) 9%

Surdéveloppé chez:

18-34 ans (A) 32% BCD
 35-54 ans (B) 15%
 55-64 ans (C) 19%
 65 ans et plus (D) 12%

Type d'hébergement

Alors ? L'hôtel est le type d'hébergement le plus choisi, surtout dans Charlevoix. Le camping et la maison/chalet de location sont les hébergements concurrents les plus populaires. L'hébergement chez des proches est une option plus répandue chez les touristes de la Côte-Nord.

| | Côte-Nord n=429 | Charlevoix n=175 |
|-----------------------------------|--------------------|---------------------|
| Hôtel | 32% | 45% |
| Camping | 26% | 21% |
| Maison ou chalet de location | 20% | 16% |
| Chez des proches | 17% | 3% |
| Auberge | 7% | 9% |
| VR / motorisé | 6% | 7% |
| Bed & Breakfast | 4% | 5% |
| Pourvoirie | 3% | 0% |
| Auberge de jeunesse | 2% | 2% |
| Résidence secondaire / Mon chalet | 1% | 0% |

Différences entre les sous-groupes de l'échantillon

| | | Sur la Côte-Nord | Hôtel | Camping |
|------------------------|--------------------|------------------|--------|---------|
| Âge | 18-34 ans (A) | | 21% | 30% D |
| | 35-54 ans (B) | | 34% A | 29% D |
| | 55-64 ans (C) | | 30% | 29% D |
| | 65 ans et plus (D) | | 41% A | 12% |
| Pays d'origine | Québec (E) | | 26% | 27% |
| | Canada hors QC (F) | | 22% | 35% G |
| | Ailleurs (G) | | 53% EF | 19% |
| Dans Charlevoix | | | | |
| Pays d'origine | Québec (E) | | 36% | 27% G |
| | Canada hors QC (F) | | 43%* | 18%* |
| | Ailleurs (G) | | 63% E | 9% |

* Faible taille d'échantillon

Dépenses moyennes par jour par catégorie

Alors ? Sans surprise, la plus grande dépense est l'hébergement, avant l'alimentation. Au contraire, le magasinage ne semble pas être une priorité lors de ces vacances, ce qui surprend peu puisque l'on choisit la Côte-Nord et Charlevoix pour les beaux paysages, la faune et le plein air. Les répondants qui ont voyagé à Charlevoix semblent avoir dépensé plus en hébergement (peut-être parce qu'ils ont été plus nombreux à mentionner avoir choisi de dormir à l'hôtel) et en alimentation.

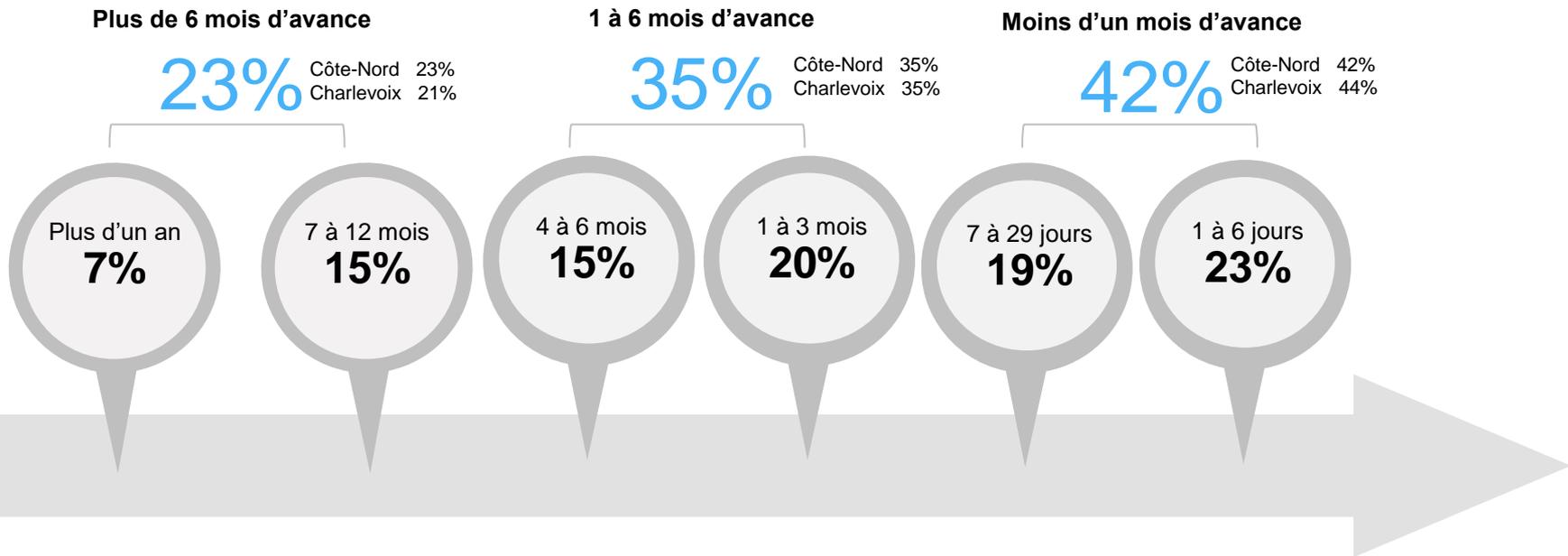
| | Hébergement n=438 | Restauration / Alimentation n=436 | Magasinage n=302 | Loisirs / Divertissements n=336 | Transports (incluant l'essence) n=389 |
|---|----------------------|---|---------------------|---------------------------------------|--|
| Dépense par poste | 129\$ | 93\$ | 28\$ | 70\$ | 65\$ |
| Par les répondants sur la Côte-Nord (A) | 127\$ | 92\$ | 28\$ | 70\$ | 65\$ |
| Par les répondants sur Charlevoix (B) | 156\$ A | 109\$ A | 33\$ | 80\$ | 70\$ |
| N'ont pas répondu à la question | 12% | 13% | 40% | 33% | 22% |
| Disent n'avoir rien dépensé | 15% | 6% | 51% | 26% | 6% |



PLANIFICATION DU VOYAGE

Moment de la décision d'aller sur la Côte-Nord / Charlevoix

Alors ? Les voyageurs de dernière minute (moins d'un mois d'avance) comptent tout de même pour près de la moitié des visiteurs, ce qui confirme que les activités de communication/promotion doivent s'étendre sur toute la période estivale. Ces activités doivent aussi commencer tôt pour rejoindre les visiteurs qui prennent leur décision plus en amont (23% décident plus de 6 mois d'avance).



Auprès de tous les répondants qui ont répondu à la question et sans ceux qui ne se rappellent pas n=492
Q3. Combien de jour(s) AVANT votre départ avez-vous décidé d'aller sur la Côte-Nord et/ou Charlevoix?

Moment de la décision d'aller sur la Côte-Nord / Charlevoix

Alors ? Pour attirer les voyageurs étrangers, il faut s'y prendre environ six mois avant le début de l'été. Les Canadiens sont bien moins pressés de faire leur choix, probablement parce que la logistique impliquée est plus facile à gérer. Pour cette même raison, les personnes n'ayant pas à gérer des enfants ou à combiner des générations sont aussi plus tardives dans leur prise de décision.

| Différences entre les sous-groupes de l'échantillon | | Moins d'un mois d'avance | De 1 à 6 mois d'avance | Plus de 6 mois d'avance |
|---|----------------------------|--------------------------|------------------------|-------------------------|
| Âge | 18-34 ans (A) | 48% B | 40% | 12% |
| | 35-54 ans (B) | 35% | 38% | 27% A |
| | 55-64 ans (C) | 44% | 32% | 24% A |
| | 65 ans et plus (D) | 45% | 27% | 27% A |
| Revenu du ménage | Moins de 60K\$ (E) | 57% FG | 28% | 15% |
| | 60K\$ - 99K\$ (F) | 41% | 34% | 25% E |
| | 100K\$ + (G) | 33% | 41% E | 26% E |
| Pays d'origine | Québec (H) | 47% J | 30% | 23% |
| | Canada hors Québec (I) | 52% J | 32% | 16% |
| | Ailleurs dans le monde (J) | 22% | 50% HI | 28% |
| Compagnons de voyage | Seul (K) | 64% LMN | 26% | 10% |
| | En couple (L) | 43% M | 35% | 22% K |
| | En famille (M) | 30% | 40% | 30% K |
| | Entre amis (N) | 44% M | 32% | 24% K |

Sources d'information consultées

Alors ? Le bouche-à-oreille est la principale source d'information consultée lors de la planification du voyage, suivi par les sites Internet. Les guides de voyage et les brochures sont aussi des références importantes sur la région pour les touristes.



Après de tous les répondants n=500

Q4. Quelle(s) SOURCE(S) D'INFORMATION avez-vous consultée(s) pour vous renseigner au sujet de la Côte-Nord et/ou la région Charlevoix?

Sources d'information consultées

Alors ? Les recommandations sont de loin les plus utiles pour rejoindre les moins de 35 ans et des Canadiens. Au contraire, les visiteurs hors Canada utilisent davantage les guides de voyage. Les médias sociaux rejoignent plus les 18-34 ans.

| Différences entre les sous-groupes de l'échantillon | | Recommandation de la famille, des amis | Autres sites web | Guide de voyage | Site web Tourisme Côte-Nord | Brochures, dépliants touristiques | Médias sociaux | Site web de Tourisme Charlevoix |
|---|------------------------|--|------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------|---------------------------------|
| Âge | 18-34 ans (A) | 71% BCD | 43% CD | 20% | 25% D | 14% | 22% CD | 9% |
| | 35-54 ans (B) | 53% | 41% CD | 19% | 19% | 11% | 17% CD | 11% |
| | 55-64 ans (C) | 58% | 25% | 17% | 19% | 24% B | 7% | 8% |
| | 65 ans et plus (D) | 47% | 19% | 24% | 10% | 19% | 8% | 9% |
| Revenu du ménage | Moins de 60K\$ (E) | 58% | 26% | 19% | 17% | 17% G | 11% | 9% |
| | 60K\$ - 99K\$ (F) | 61% | 37% | 22% | 24% | 20% G | 13% | 10% |
| | 100K\$ + (G) | 57% | 39% E | 16% | 19% | 9% | 20% | 9% |
| Pays d'origine | Québec (H) | 64% J | 32% | 7% | 23% J | 14% | 14% | 11% |
| | Canada hors Québec (I) | 58% J | 31% | 12% | 18% | 13% | 13% | 10% |
| | Ailleurs (J) | 37% | 44% H | 61% HI | 10% | 20% | 17% | 6% |
| Compagnons de voyage | Seul (K) | 72% L | 21% | 9% | 16% | 14% | 7% | 2% |
| | En couple (L) | 52% | 33% | 22% | 24% | 21% N | 15% | 13% K |
| | En famille (M) | 60% | 39% K | 23% K | 17% | 14% | 12% | 11% |
| | Entre amis (N) | 76% LM | 35% | 15% | 19% | 6% | 16% | 8% |
| Région visitée | Côte-Nord (Q) | 57% | 34% | 20% | 19% | 16% | 14% | 10% |
| | Charlevoix (R) | 51% | 37% | 24% | 18% | 17% | 19% | 19% Q |

Après de tous les répondants n=500

Q4. Quelle(s) SOURCE(S) D'INFORMATION avez-vous consultée(s) pour vous renseigner au sujet de la Côte-Nord et/ou la région Charlevoix?

Raisons de visiter la Côte-Nord et la région de Charlevoix

Alors ? La nature (surtout) et le plein air, ainsi que les baleines (Côte-Nord) sont les principaux arguments à mettre de l'avant pour inciter à visiter la Côte-Nord et la région de Charlevoix. Le fait d'être au calme est aussi un atout.

| Leviers de la visite | | Côte-Nord A n=444 | Charlevoix B n=194 |
|----------------------------|---|-------------------------|--------------------------|
| Leviers primaires | Pour la beauté des paysages | 66% | 72% |
| | Pour l'observation des baleines | 54% B | 28% |
| | Pour les activités de plein air | 47% | 45% |
| | Parce que j'ai déjà visité/aimé la région | 31% | 40% A |
| Leviers secondaires | Pour le calme / moins de monde | 27% B | 19% |
| | Pour visiter des proches | 23% B | 9% |
| | J'ai toujours voulu visiter la région | 20% | 18% |
| Leviers tertiaires | Pour la culture | 10% | 12% |
| | Pour la température et le climat | 10% | 12% |
| | Pour la gastronomie | 9% | 15% A |
| | Pour la proximité | 7% | 15% A |
| | Pour la variété de l'offre | 5% | 7% |
| | Pour un événement particulier | 4% | 4% |
| | Pour le prix | 2% | 2% |
| | Pour les festivals et événements | 2% | 1% |
| | Il y avait davantage de disponibilités | 2% | 1% |

Après de tous les répondants sans ceux qui n'ont pas répondu à la question

Q5. Pour quelle(s) raison(s) avez-vous choisi la Côte-Nord et/ou Charlevoix plutôt qu'une autre destination?

Leviers primaires ► Différences significatives entre les sous-groupes

Alors ? Sans surprise, la beauté des paysages rejoint tout le monde, peu importe l'âge, alors que le plein air et les baleines (Côte-Nord) rejoignent davantage les moins de 65 ans. Les baleines sont l'argument à promouvoir pour attirer les touristes hors-Canada.

| Côte-Nord | | Beauté des paysages | Observation des baleines | Activités de plein air |
|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| Âge | 18-34 ans (A) | 69% | 55% D | 57% CD |
| | 35-54 ans (B) | 69% | 62% D | 56% CD |
| | 55-64 ans (C) | 66% | 52% D | 38% D |
| | 65 ans et plus (D) | 57% | 36% | 19% |
| Revenu du ménage | Moins de 60K\$ (E) | 63% | 45% | 41% |
| | 60K\$ - 99K\$ (F) | 68% | 53% | 45% |
| | 100K\$ + (G) | 71% | 56% | 60% EF |
| Pays d'origine | Québec (H) | 66% | 47% | 54% IJ |
| | Canada hors Québec (I) | 62% | 47% | 38% |
| | Ailleurs dans le monde (J) | 71% | 81% HI | 38% |
| Compagnons de voyage | Seul (K) | 58% | 30% | 38% |
| | En couple (L) | 70% N | 55% K | 41% |
| | En famille (M) | 71% N | 62% K | 58% KI |
| | Entre amis (N) | 57% | 49% K | 53% |
| Genre | Homme (O) | 64% | 46% | 38% |
| | Femme (P) | 68% | 59% O | 53% O |

| Charlevoix | | Beauté des paysages | Activités de plein air | Observation des baleines |
|-------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| Âge | 18-34 ans (A) | 74% | 62% D | 21% |
| | 35-54 ans (B) | 74% | 51% D | 34% |
| | 55-64 ans (C) | 78% | 47% D | 31% |
| | 65 ans et plus (D) | 59% | 13% | 21% |
| Revenu du ménage | Moins de 60K\$ (E) | 60% | 29% | 23% |
| | 60K\$ - 99K\$ (F) | 75% | 45% | 25% |
| | 100K\$ + (G) | 78% E | 51% E | 29% |
| Pays d'origine | Québec (H) | 75% | 53% J | 22% |
| | Canada hors Québec (I) | 77% | 40% | 23% |
| | Ailleurs dans le monde (J) | 60% | 29% | 44% H |

Raisons justifiant la non-visite de la région de Charlevoix

Alors ? Le manque de temps est la principale raison pour laquelle les touristes de la Côte-Nord n'ont pas visité la région de Charlevoix. La bonne nouvelle, c'est qu'il s'agit d'une « barrière » circonstancielle qu'il est facile de lever avec des activités de communication/promotion.

Barrières

| | | |
|--|------------|---|
| Manque de temps | 42% | |
| Pas dans le programme / Pas prévu / Pas dans le voyage organisé ciblé | 14% | |
| Déjà visité auparavant / plusieurs fois / Connaît la région | 10% | ← |
| Arrêt transitoire uniquement / De passage / Passage du traversier | 7% | |
| Prochaine étape du voyage | 5% | ← |
| Arrivé par autre itinéraire | 2% | |
| Priorité à la Côte-Nord | 2% | |
| N'avait pas entendu parler de la destination / Ne connaît pas la région / Manque d'information | 2% | ← |
| Déjà visité il n'y a pas longtemps | 2% | |
| Je vis à proximité / J'y vis | 2% | |
| J'avais réservé ailleurs | 1% | |
| Visite familiale | 1% | |
| Destination sport d'hiver | 1% | |
| Ne sait pas où c'est | 1% | |
| Pas de logement disponible | 1% | |
| Trop de monde / Je préfère qu'il y ait moins de monde | 1% | |
| Plus cher que la Côte-Nord / Trop cher | 1% | |
| Prévu dans un prochain voyage | 1% | |
| Je suis juste venu.e pour les baleines | 1% | |
| Pas intéressé | 1% | |
| Rien à dire / N'a pas répondu à la question | 14% | |

| | |
|------------------|-------|
| Québec (A) | 13% C |
| Autre Canada (B) | 7% |
| Autre pays (C) | 0% |

| | |
|------------------|--------|
| Québec (A) | 3% |
| Autre Canada (B) | 2% |
| Autre pays (C) | 14% AB |

| | |
|------------------|------|
| Québec (A) | 1% |
| Autre Canada (B) | 0% |
| Autre pays (C) | 6% A |



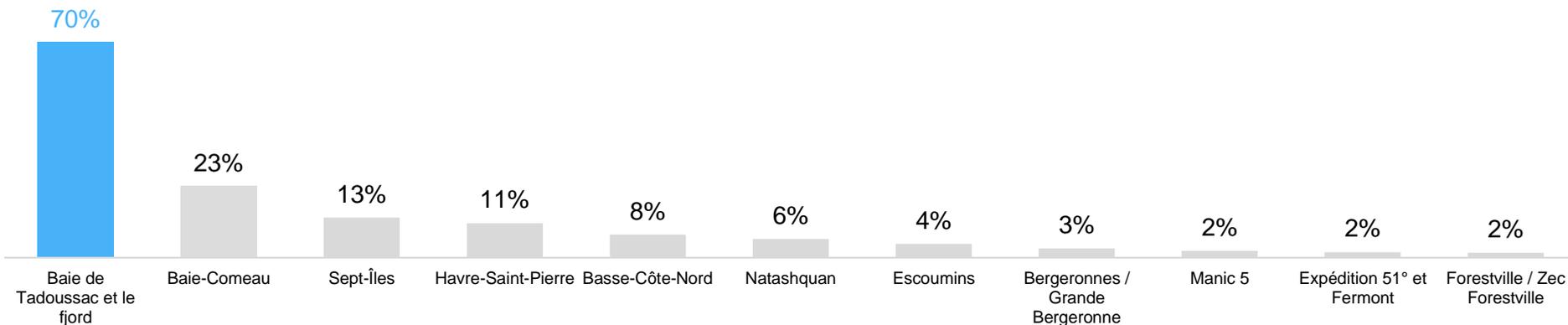
POINTS D'INTÉRÊT DU VOYAGE

Lieux visités sur la Côte-Nord

Alors ? La baie et le fjord de Tadoussac est de très loin le lieu le plus visité sur la Côte-Nord. Sa proportion de visiteurs est trois fois plus élevée que celle de Baie-Comeau, le deuxième lieu le plus visité.

Auprès des visiteurs de la Côte-Nord

Mentions avec un résultat d'au moins 2%



Lieux visités sur la Côte-Nord ► Différences significatives

Alors ? Les Canadiens ont davantage tendance à mentionner d'autres destinations de la Côte-Nord que les visiteurs venus d'ailleurs, à l'exception de Tadoussac et du fjord, visités par presque tous les visiteurs hors-Canada. Il semble s'agir du seul lieu qu'ils ont visité ou presque. Les moins de 55 ans sont aussi plus susceptibles de visiter les alentours de Tadoussac.

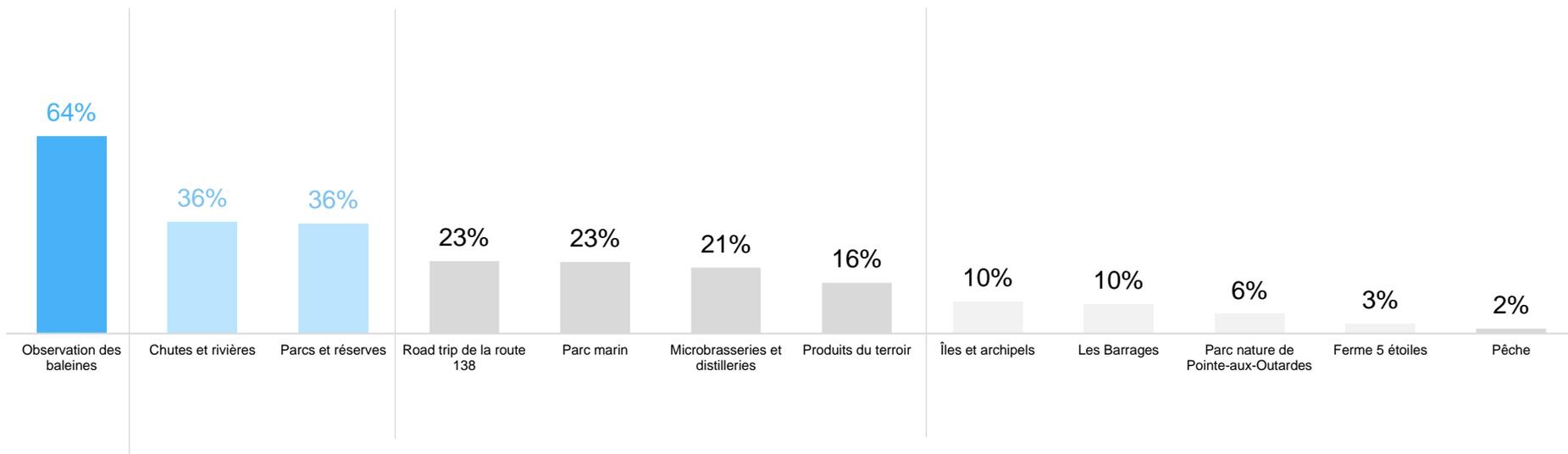
| | | Baie de Tadoussac et le fjord | Baie-Comeau | Sept-Îles | Havre-Saint-Pierre |
|----------------|------------------------|-------------------------------|-------------|-----------|--------------------|
| Âge | 18-34 ans (A) | 80% CD | 22% | 12% | 9% |
| | 35-54 ans (B) | 75% CD | 20% | 11% | 7% |
| | 55-64 ans (C) | 57% | 26% | 19% | 19% AB |
| | 65 ans et plus (D) | 61% | 29% | 13% | 14% |
| Pays d'origine | Québec (H) | 64% | 26% J | 16% J | 14% J |
| | Canada hors Québec (I) | 55% | 35% J | 18% J | 15% J |
| | Ailleurs (J) | 97% HI | 7% | 3% | 0% |

Attraites visités sur la Côte-Nord

Alors ? Les baleines sont l'attraction principale sur la Côte-Nord, devant les chutes et les rivières et les parcs été réserves. La route 138, le parc marin, les microbrasseries et distilleries, les produits du terroir, les îles et archipels et les barrages sont aussi, mais moins, mentionnés.

Auprès des visiteurs de la Côte-Nord

Mentions avec un résultat d'au moins 2%



Attraites visitées en Côte Nord ► Différences significatives

Alors ? En cohérence avec les résultats précédents, les visiteurs hors-Canada sont plus susceptibles d'observer les baleines. Ceci est aussi vrai pour les moins de 65 ans. Il semble que cette activité est davantage réalisée en groupe. À noter que les moins de 55 ans semblent plus intéressés par les réserves et parcs et les microbrasseries et distilleries.

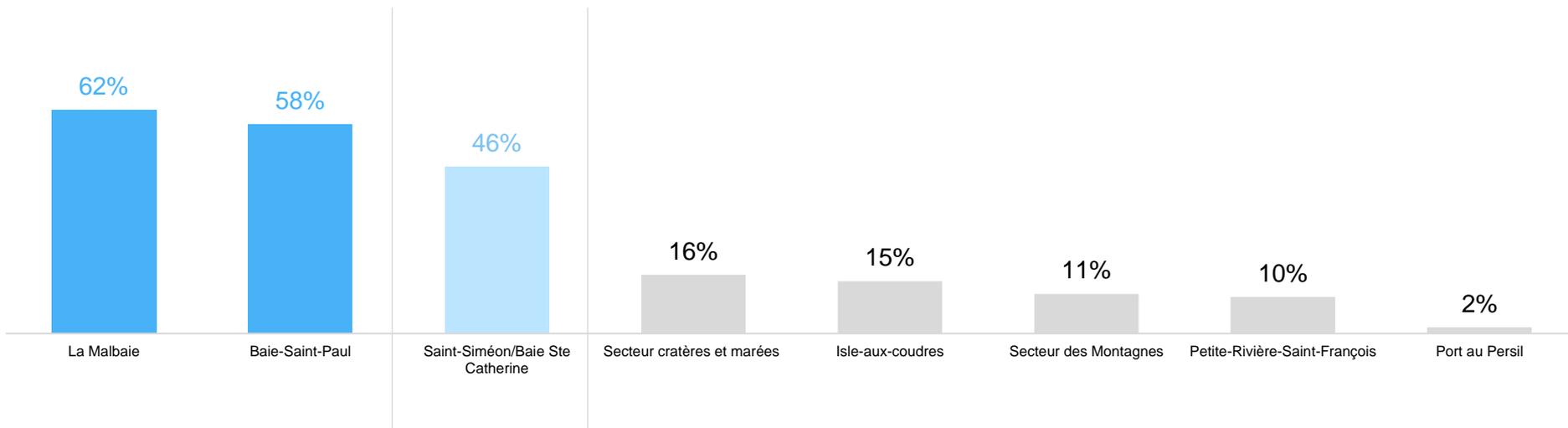
| | | Observation des baleines | Chutes et rivières | Parcs et réserves | Road trip de la route 138 | Parc marin | Microbrasseries et distilleries | Produits du terroir |
|----------------------|------------------------|--------------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|------------|---------------------------------|---------------------|
| Âge | 18-34 ans (A) | 68% D | 42% | 47% CD | 27% | 25% | 31% CD | 13% |
| | 35-54 ans (B) | 70% D | 34% | 43% CD | 24% | 28% D | 23% D | 15% |
| | 55-64 ans (C) | 63% D | 38% | 29% D | 17% | 19% | 16% | 19% |
| | 65 ans et plus (D) | 46% | 33% | 10% | 25% | 16% | 11% | 22% |
| Revenu du ménage | Moins de 60K\$ (E) | 49% | 34% | 27% | 20% | 14% | 19% | 9% |
| | 60K\$ - 99K\$ (F) | 66% E | 41% | 34% | 28% | 17% | 24% | 17% |
| | 100K\$ + (G) | 66% E | 36% | 41% E | 21% | 33% EF | 26% | 19% E |
| Pays d'origine | Québec (H) | 59% | 35% | 37% I | 25% | 26% | 24% | 20% J |
| | Canada hors Québec (I) | 51% | 33% | 22% | 27% | 17% | 16% | 15% |
| | Ailleurs (J) | 91% HI | 41% | 44% I | 16% | 21% | 18% | 7% |
| Compagnons de voyage | Seul (K) | 35% | 26% | 30% | 19% | 16% | 30% | 14% |
| | En couple (L) | 64% K | 39% | 34% | 25% | 22% | 18% | 18% |
| | En famille (M) | 74% KL | 36% | 42% | 20% | 33% KLN | 20% | 15% |
| | Entre amis (N) | 65% K | 30% | 41% | 21% | 16% | 32% LM | 20% |

Lieux visités dans la région de Charlevoix

Alors ? Dans la région de Charlevoix, La Malbaie et Baie-Saint-Paul se distinguent (autour de 60% de visiteurs), suivies par Saint-Siméon / Baie-Ste-Catherine. Les autres lieux sont visités chacun par au plus 20% des visiteurs de la région.

Auprès des visiteurs de Charlevoix

Mentions avec un résultat d'au moins 2%



Auprès de tous les répondants qui ont visité la région de Charlevoix et qui ont répondu à la question n=227

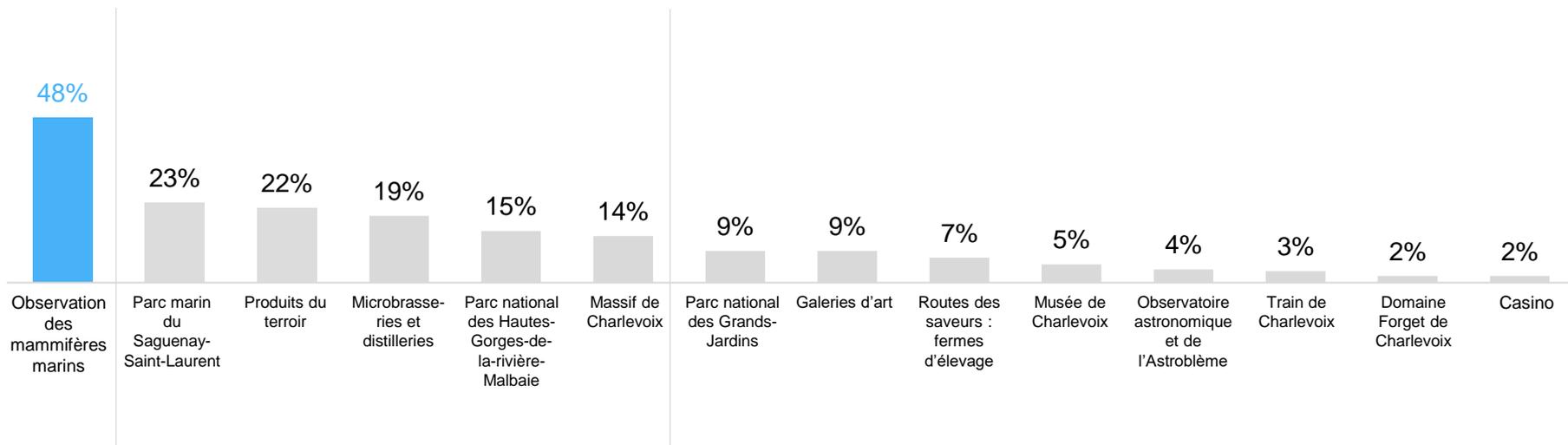
Q10. Quel(s) LIEU(X) avez-vous visité(s) durant votre séjour dans Charlevoix?

Attraits visités dans la région de Charlevoix

Alors ? L'observation des baleines est aussi la première activité pratiquée dans la région de Charlevoix. Les parcs nationaux et le Massif sont également des attraits populaires, de même que les activités agro-touristiques.

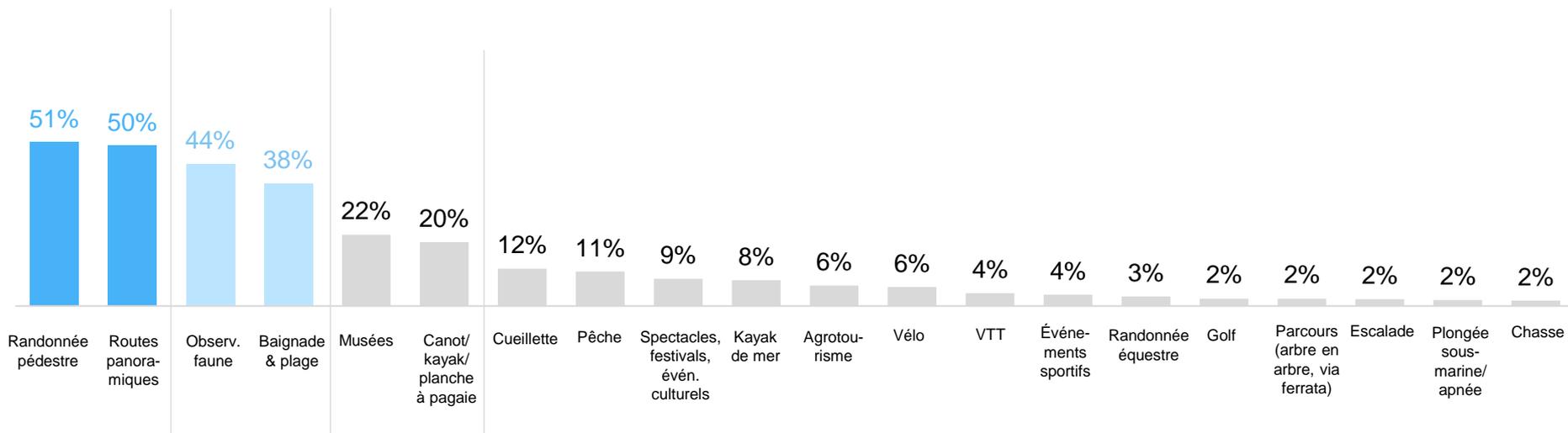
Auprès des visiteurs de Charlevoix

Mentions avec un résultat d'au moins 2%



Activités pratiquées lors du séjour

Alors ? Puisque les attraits les plus visités impliquent l'observation de la nature (chutes et rivières, parc et réserves, etc.) et des mammifères marins, et que la beauté des paysages est aussi très prisée, il est peu surprenant de voir que la randonnée pédestre, les routes panoramiques et l'observation de la faune font partie des activités les plus pratiquées, en plus de la baignade et la plage.



Aucune activité: 3%

Activités pratiquées ► Différences significatives

Alors ? Les visiteurs hors-Canada semblent plus se focaliser sur les trois activités les plus populaires. L'observation de la faune semble davantage être une activité de groupe. Les moins de 55 ans sont plus portés à la marche, l'observation de la faune, la baignade et le canot, kayak et planche à pagaie.

| | | Randonnée pédestre | Routes panoramiques | Observation de la faune | Baignade et plage | Visite de musées et d'économusées | Canot / kayak / planche à pagaie |
|----------------------|------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------|-------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| Âge | 18-34 ans (A) | 67% BCD | 50% | 58% BCD | 48% CD | 17% | 26% CD |
| | 35-54 ans (B) | 54% D | 46% | 46% D | 44% CD | 23% | 26% CD |
| | 55-64 ans (C) | 42% | 52% | 38% | 25% | 25% | 10% |
| | 65 ans et plus (D) | 33% | 56% | 29% | 26% | 25% | 11% |
| Revenu du ménage | Moins de 60K\$ (E) | 39% | 44% | 38% | 41% | 17% | 21% |
| | 60K\$ - 99K\$ (F) | 57% E | 55% | 46% | 37% | 21% | 23% |
| | 100K\$ + (G) | 56% E | 45% | 47% | 40% | 23% | 20% |
| Pays d'origine | Québec (H) | 57% I | 49% I | 41% | 43% J | 23% | 21% |
| | Canada hors Québec (I) | 31% | 36% | 34% | 35% | 18% | 14% |
| | Ailleurs (J) | 49% I | 64% HI | 63% IJ | 27% | 22% | 21% |
| Compagnons de voyage | Seul (K) | 55% | 34% | 21% | 37% | 16% | 29% L |
| | En couple (L) | 51% | 55% KN | 45% K | 28% | 23% | 15% |
| | En famille (M) | 53% | 50% | 49% K | 53% L | 24% | 28% L |
| | Entre amis (N) | 49% | 42% | 53% K | 42% L | 22% | 22% |
| Genre | Homme (Q) | 49% | 47% | 45% | 26% | 17% | 20% |
| | Femme (R) | 52% | 52% | 44% | 45% Q | 25% | 21% |

Auprès de tous les répondants qui ont répondu à la question n= Q12. Quelle(s) ACTIVITÉ(S) pratiquez-vous durant votre séjour sur la Côte-Nord et/ou dans Charlevoix?



ÉVALUATION DU SÉJOUR

Satisfaction à l'égard du séjour

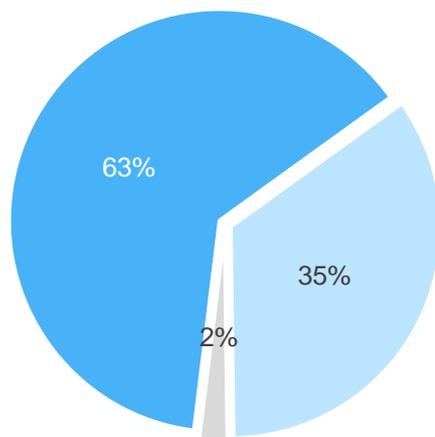
Alors ? Les répondants semblent avoir beaucoup apprécié leur expérience sur la Côte-Nord et dans Charlevoix (environ 60% donnent une note excellente).

Moyenne sur 10 >

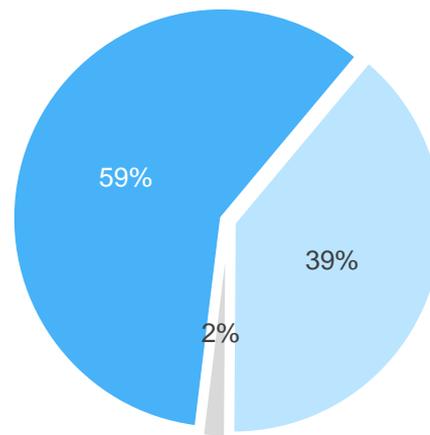
8,9

8,8

| Moyenne surdéveloppée chez: | |
|-----------------------------|-------|
| Origine | |
| Québec (A) | 9,0 C |
| Canada hors QC (B) | 8,8 |
| Ailleurs (C) | 8,6 |



Côte-Nord



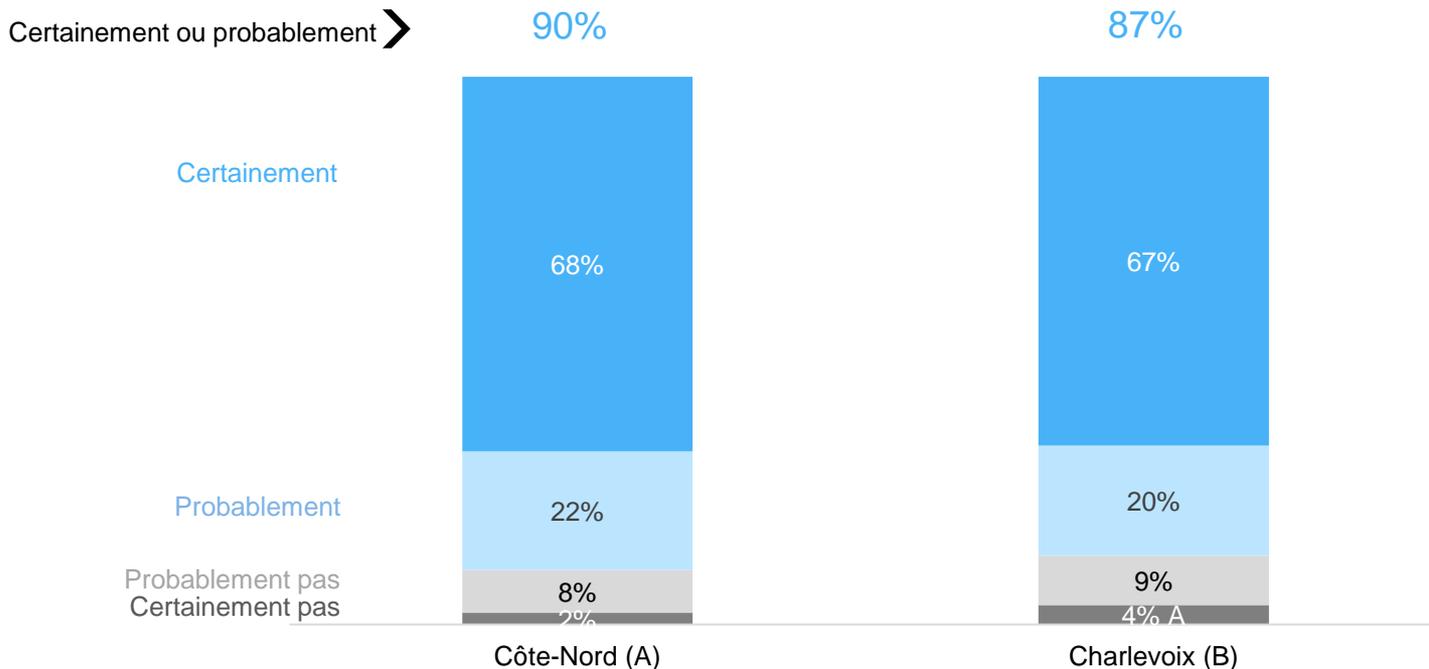
Charlevoix

| Moyenne surdéveloppée chez: | |
|-----------------------------|-------|
| 18-34 ans (A) | 8,5 |
| 35-54 ans (B) | 8,9 A |
| 55-64 ans (C) | 8,7 |
| 65 ans &+ (D) | 9,0 A |

■ 9-10 sur 10 ■ 7-8 sur 10 ■ 4-6 sur 10 ■ 1-3 sur 10

Intention de revenir dans la région pour un séjour d'agrément

Alors ? L'intention de revenir dans les deux régions s'aligne sur la forte satisfaction des visiteurs: Environ 90% aimeraient répéter l'expérience, dont approximativement 70% certainement.

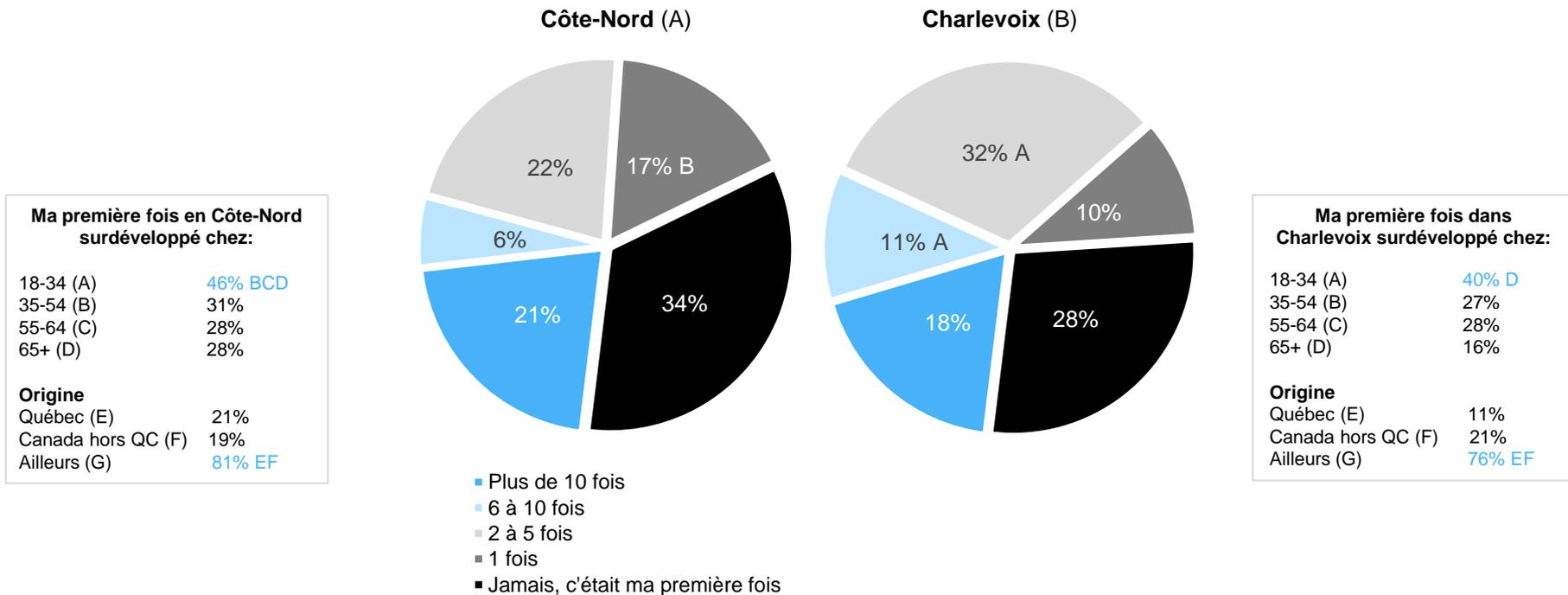




HISTORIQUE DE VISITE SUR LA CÔTE-NORD ET DANS CHARLEVOIX

Visites passées dans les deux régions

Alors ? Une part importante des touristes de chacune des deux régions l'avaient déjà visitée dans le passé (66% pour la Côte-Nord et 72% pour Charlevoix). Les visiteurs assidus (plus de 5 fois) comptent pour environ 30% de la clientèle de chacune des deux régions.



Ma première fois en Côte-Nord surdéveloppé chez:

| | |
|-----------|---------|
| 18-34 (A) | 46% BCD |
| 35-54 (B) | 31% |
| 55-64 (C) | 28% |
| 65+ (D) | 28% |

Origine

| | |
|--------------------|--------|
| Québec (E) | 21% |
| Canada hors QC (F) | 19% |
| Ailleurs (G) | 81% EF |

Ma première fois dans Charlevoix surdéveloppé chez:

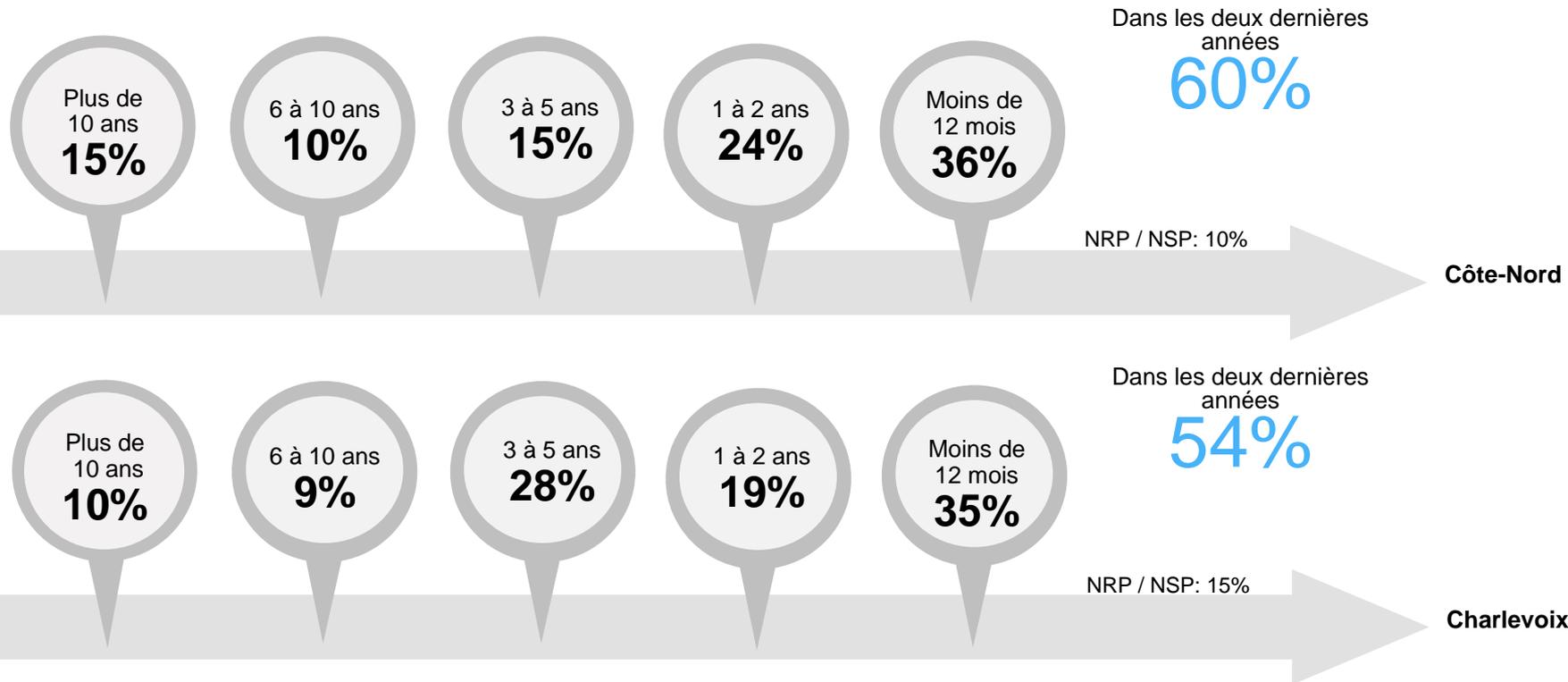
| | |
|-----------|-------|
| 18-34 (A) | 40% D |
| 35-54 (B) | 27% |
| 55-64 (C) | 28% |
| 65+ (D) | 16% |

Origine

| | |
|--------------------|--------|
| Québec (E) | 11% |
| Canada hors QC (F) | 21% |
| Ailleurs (G) | 76% EF |

Moment du dernier séjour

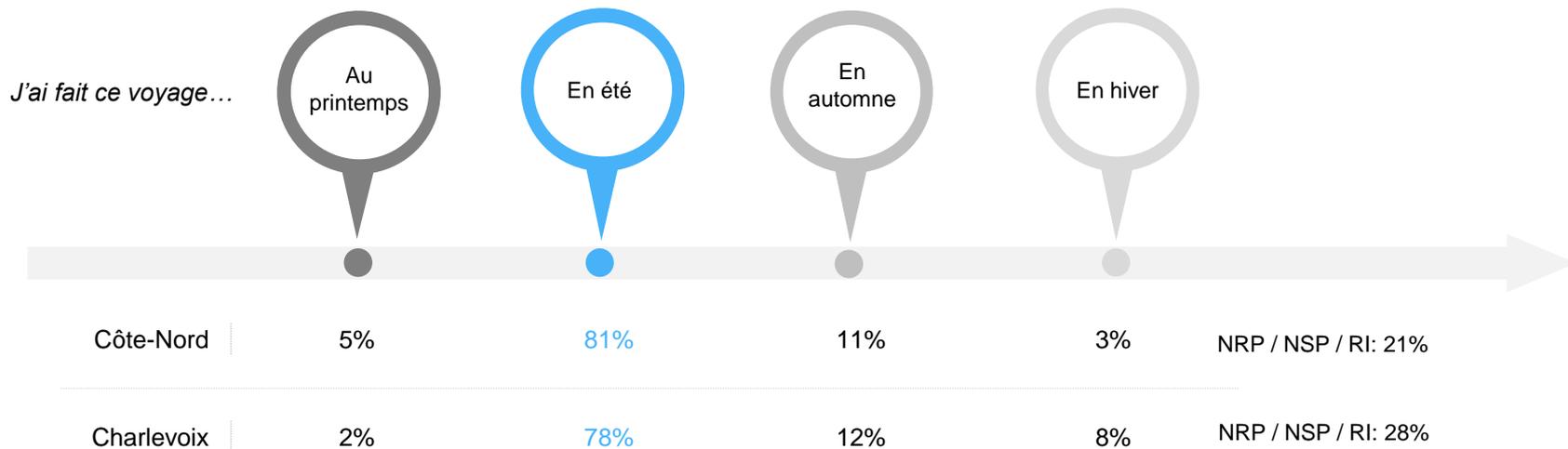
Alors ? Le dernier voyage des personnes qui ont un historique dans les régions visitées est plutôt récent (plus de la moitié dans les deux dernières années). Plus de 20% des répondants reviennent après une longue absence (plus de cinq ans).



Après de tous les répondants qui ont fait au moins un voyage précédent dans la région visitée, et ont su répondre à la question (Côte-Nord n=303 / Charlevoix n=152)
Q18.À quand remonte ce voyage?

Saison du dernier séjour

Alors ? Les voyages dans les deux régions d'intérêt semblent réservés à l'été.



Après de tous les répondants qui ont fait au moins un voyage précédent dans la région visitée, et ont su répondre à la question (Côte-Nord n=263 / Charlevoix n=129)
Q19.À quelle saison avez-vous fait ce voyage?

A grayscale photograph of a person's hands writing on a document with a pen. The image is overlaid with the text 'CONCLUSIONS DE LA RECHERCHE'. The word 'CONCLUSIONS' is in white, and 'DE LA RECHERCHE' is in blue. The background is a blurred grayscale image of a person writing on a document.

CONCLUSIONS DE LA RECHERCHE

Bilan: Côte-Nord

| | |
|------------------------|---|
| Comment? | <ul style="list-style-type: none">• La région compte 38% de visiteurs hors-Québec.• Le nombre de nuitées dans la région s'établit à 4,4 en moyenne, un résultat qui descend à 1,7 chez les visiteurs hors-Canada.• Près de la moitié des visiteurs sont venus avec un conjoint seulement.• Les types d'hébergement les plus populaires sont hôtels, suivis par les campings et maisons de location. |
| Leviers de la visite? | <ul style="list-style-type: none">• La beauté des paysages est définitivement un moteur important dans la décision de se déplacer sur la Côte-Nord (66%). Les visiteurs apprécient plus particulièrement les chutes et rivières, parcs et réserves.• L'observation des baleines fait partie des autres leviers majeurs (54%), de même que les activités en plein air (47%). |
| Lieux les plus visités | <ul style="list-style-type: none">• La Baie de Tadoussac et le fjord remporte tous les honneurs (70%). Ce lieu attire davantage les 18-54 ans et les visiteurs hors-Canada.• Classé deuxième, Baie-Comeau suit avec seulement 23% des voix. |
| Bilan | <ul style="list-style-type: none">• De manière générale, les visiteurs sont très satisfaits de leur expérience dans la région (moyenne de 8,9/10 et 63% d'enthousiastes qui ont donné une note de 9-10 sur 10)• La presque totalité (90%) souhaitent revenir sur la Côte-Nord, avec 68% de convaincus.• Les Québécois donnent de meilleurs scores. |
| Promouvoir | <ul style="list-style-type: none">• Via le bouche-à-oreille, la source d'information de loin la plus utilisée pour se renseigner sur la région (57%).• Via le référencement sur les moteurs de recherche.• Via les guides de voyage pour les touristes hors-Canada.• Tout au long de l'année, car 42% des visiteurs ont pris leur décision d'aller sur la Côte-Nord moins d'un mois avant de partir.• Il est toutefois important de s'adresser aux visiteurs hors-Canada plus tôt dans l'année. |

Bilan: Charlevoix

| | |
|------------------------|--|
| Comment? | <ul style="list-style-type: none">• La région compte 42% de visiteurs hors-Québec.• Le nombre de nuitées dans la région s'établit à 2,5 en moyenne.• Près de 60% des visiteurs sont venus avec un conjoint seulement (un résultat supérieur à ce qu'on a pu voir pour les visiteurs de la Côte-Nord).• L'hôtel est définitivement le type d'hébergement privilégié (45%). |
| Leviers de la visite? | <ul style="list-style-type: none">• La beauté des paysages domine nettement: 72% des visiteurs ont choisi la région pour cette raison.• Les activités de plein air suivent. L'observation des baleines est la première activité pratiquée dans la région de Charlevoix. Les parcs nationaux et le Massif sont également des attraits populaires. |
| Lieux les plus visités | <ul style="list-style-type: none">• La Malbaie et Baie-Saint-Paul remportent la palme avec des résultats autour de 60%.• Saint-Siméon / Baie-Ste-Catherine suit (46%). |
| Bilan | <ul style="list-style-type: none">• De manière générale, les visiteurs sont très satisfaits de leur expérience dans la région (moyenne de 8,8/10 et 59% d'enthousiastes qui ont donné une note de 9-10 sur 10)• La presque totalité (87%) souhaitent revenir dans Charlevoix, avec 67% de convaincus. |
| Promouvoir | <ul style="list-style-type: none">• Via le bouche-à-oreille, la source d'information de loin la plus utilisée pour se renseigner sur la région (51%).• Via le référencement sur les moteurs de recherche.• Via les guides de voyage pour les touristes hors-Canada.• Tout au long de l'année, car 44% des visiteurs ont pris leur décision d'aller dans Charlevoix moins d'un mois avant de partir.• Il est toutefois important de s'adresser aux visiteurs hors-Canada plus tôt dans l'année. |

MERCI

CALLOSUM

Des idées qui inspirent

www.callosum.ca