



Intentions de voyage des Canadiens, des Américains et des Français à l'été 2024

Rapport détaillé de l'enquête en ligne

Chaire de tourisme Transat (mai 2024)

Pour le ministère du Tourisme, direction des connaissances stratégiques et de l'intelligence d'affaires

TABLE DES MATIÈRES



1.	Contexte, objectifs et méthodologie	p. 3
2.	Sommaire exécutif	p. 6
3.	Résultats détaillés	p. 17
	Section 1 : Intentions de voyage pour la prochaine année	p. 18
	Section 2 : Voyages d'agrément prévus au Québec à l'été 2024	p. 30
4.	Annexes	p. 60
	Annexe I – Intentions de faire un voyage d'agrément en dehors de la saison estivale	p. 61
	Annexe II – Intentions de faire de voyage d'affaires dans la prochaine année	p. 64
	Annexe III – Profil des répondants	p. 68

Contexte, objectifs et méthodologie

Contexte et objectifs de l'étude

Le ministère du Tourisme (MTO) mène chaque année une étude portant sur les intentions de voyage estivales des marchés cibles du Québec, visant notamment à documenter le voyage principal prévu au Québec.

Dans le cadre d'une entente de services avec le ministère du Tourisme, la Chaire de tourisme Transat a pour mandat la réalisation de cette enquête.

Cette enquête en ligne, réalisée auprès de près de 4 000 voyageurs âgés de 18 ans et plus vise à :

- Jauger les intentions de voyage d'agrément à l'été 2024, notamment l'incidence par marché et par destination, le nombre de séjours prévus, les destinations considérées ainsi que les expériences touristiques envisagées;
- Identifier les principaux freins et les principales motivations à faire un voyage d'agrément au Québec;
- Mesurer l'intérêt envers les filières touristiques principales du MTO (tourisme de nature, tourisme autochtone, tourisme haut de gamme et tourisme gourmand);
- Dresser le profil du voyage principal prévu au Québec;
- Jauger les intentions de voyage d'agrément pour la prochaine année hors de la période estivale et les destinations pressenties;
- Chiffrer les intentions de voyage d'affaires pour la prochaine année et les destinations envisagées.

Objectifs et méthodologie

Méthodologie

Mode de collecte 	<ul style="list-style-type: none">• Sondage en ligne mené auprès d'un panel privé (Léger);• Programmé par l'équipe de Léger, hébergé sur leur plateforme et diffusé auprès de leur panel.			
Population à l'étude 	<ul style="list-style-type: none">• Voyageurs canadiens (Ontario, Québec, provinces de l'Atlantique, et l'Ouest canadien qui envisagent de faire un séjour touristique d'au moins une nuit hors domicile à l'été 2024;• Voyageurs américains (Atlantique-Centre et Nouvelle-Angleterre) et français qui envisagent de faire un tel séjour;• S'exprimant en français ou en anglais;• Âgés de 18 ans et plus.			
Échantillonnage et quotas 	<ul style="list-style-type: none">• Au total, 3 961 répondants ont rempli le sondage, parmi lesquels... <table border="1"><tr><td data-bbox="461 772 1217 1175"><ul style="list-style-type: none">• Canadiens : n= 2 483<ul style="list-style-type: none">• 40 % du Québec (n= 997)• 20 % de l'Ontario (n= 496)• 20 % des provinces de l'atlantique (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador) (n= 492)• 20 % de l'Ouest canadien (Colombie-Britannique et Alberta) (n= 498)</td><td data-bbox="1217 772 1956 1175"><ul style="list-style-type: none">• Américains : n= 984*<ul style="list-style-type: none">• 18 % de l'Atlantique-Centre (n= 175)• 82 % de la Nouvelle-Angleterre (n= 809)<p><i>*Note : suite à une erreur de manipulation de quotas lors de la période de collecte, aucun répondant issu des états du Delaware, du District de Columbia, du Maryland, de la Virginie et West Virginia n'a été inclus à l'étude. Les résultats de ce marché sont à interpréter avec prudence lorsque comparés à des éditions antérieures de cette enquête.</i></p></td><td data-bbox="1956 772 2333 1175"><ul style="list-style-type: none">• Français : n= 494</td></tr></table>	<ul style="list-style-type: none">• Canadiens : n= 2 483<ul style="list-style-type: none">• 40 % du Québec (n= 997)• 20 % de l'Ontario (n= 496)• 20 % des provinces de l'atlantique (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador) (n= 492)• 20 % de l'Ouest canadien (Colombie-Britannique et Alberta) (n= 498)	<ul style="list-style-type: none">• Américains : n= 984*<ul style="list-style-type: none">• 18 % de l'Atlantique-Centre (n= 175)• 82 % de la Nouvelle-Angleterre (n= 809) <p><i>*Note : suite à une erreur de manipulation de quotas lors de la période de collecte, aucun répondant issu des états du Delaware, du District de Columbia, du Maryland, de la Virginie et West Virginia n'a été inclus à l'étude. Les résultats de ce marché sont à interpréter avec prudence lorsque comparés à des éditions antérieures de cette enquête.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">• Français : n= 494
<ul style="list-style-type: none">• Canadiens : n= 2 483<ul style="list-style-type: none">• 40 % du Québec (n= 997)• 20 % de l'Ontario (n= 496)• 20 % des provinces de l'atlantique (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador) (n= 492)• 20 % de l'Ouest canadien (Colombie-Britannique et Alberta) (n= 498)	<ul style="list-style-type: none">• Américains : n= 984*<ul style="list-style-type: none">• 18 % de l'Atlantique-Centre (n= 175)• 82 % de la Nouvelle-Angleterre (n= 809) <p><i>*Note : suite à une erreur de manipulation de quotas lors de la période de collecte, aucun répondant issu des états du Delaware, du District de Columbia, du Maryland, de la Virginie et West Virginia n'a été inclus à l'étude. Les résultats de ce marché sont à interpréter avec prudence lorsque comparés à des éditions antérieures de cette enquête.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">• Français : n= 494		

Objectifs et méthodologie

Méthodologie

Incidence		Québec 70 %	Ontario 74 %	Provinces de l'Atlantique 67 %	Ouest canadien 74 %	Nord-Est des États-Unis 68 %	France 80 %
Questionnaire		<ul style="list-style-type: none">Le questionnaire a été réalisé conjointement par l'équipe de la Chaire et celle de l'équipe du ministère du Tourisme, et traduit par l'équipe de Léger.					
Paramètres de l'étude		Période de collecte					
		<ul style="list-style-type: none">Du 11 au 21 avril 2024					
		Durée moyenne			Durée médiane		
<ul style="list-style-type: none">4 minutes 30 secondes			<ul style="list-style-type: none">4 minutes 59 secondes				
Pondération		<ul style="list-style-type: none">Les données des marchés canadiens sont pondérées selon l'âge, le sexe, la région et la scolarité, tandis que celles du Nord-est des États-Unis et de la France sont pondérées selon l'âge, le sexe et la région.Les données sur base totale comprennent chaque marché agrégé également, sans considérer la taille des populations d'origine.					



Sommaire exécutif

Sommaire exécutif



Cette enquête en ligne menée auprès de près de 4 000 répondants provenant des principaux marchés (canadiens, américains et français) a permis de répondre aux questions suivantes :

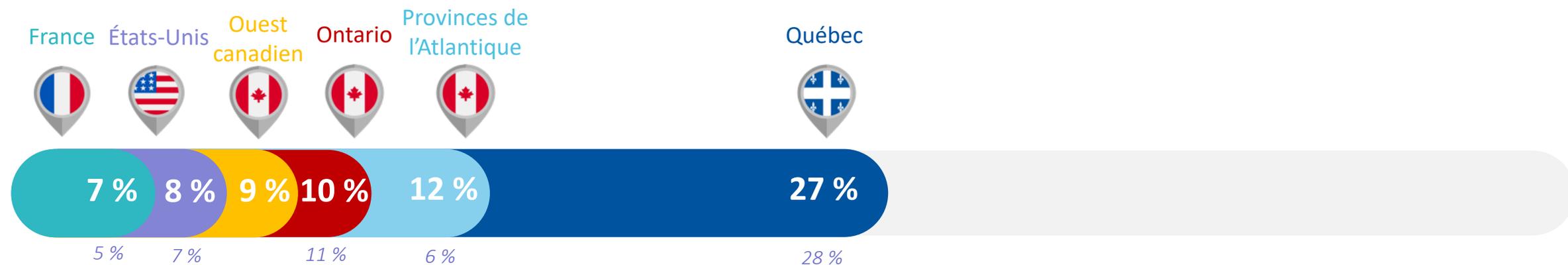
1. Quelles sont les **intentions de voyage** à l'égard du Québec pour la prochaine année?
2. Quelles sont les **principales motivations** à visiter le Québec à l'été 2024?
3. À l'inverse, quels sont les **principaux freins**?
4. Quelles sont les **perspectives de voyage** à l'été 2024 pour chacun des marchés sondés?

Quelles sont les intentions de voyage d'agrément à l'égard du Québec pour la prochaine année?

% de ceux qui prévoient faire un voyage d'agrément à l'été 2024 et qui prévoient visiter le Québec



% de ceux qui prévoient faire un voyage d'agrément en dehors de la saison estivale, et qui prévoient visiter le Québec



• Pour obtenir les résultats détaillés, consultez la p. 23 et l'Annexe I.

Note : les données indiquées en mauve sont tirées de l'enquête portant sur les intentions de voyage à l'été 2023. Le total n'inclut pas de visiteurs de l'Ouest canadien. La représentativité des États-Unis diffère, car certains états ne sont pas inclus pour l'édition 2024 de cette étude. Ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

Quelles sont les principales motivations à visiter le Québec à l'été?



Québec



Ontario



Provinces de l'Atlantique



Ouest canadien



Nord-Est des États-Unis



France

% de ceux qui prévoient faire un voyage d'agrément à l'été et qui prévoient visiter le Québec

54 %	16 %	12 %	4 %	6 %	4 %
------	------	------	-----	-----	-----

Principales motivations à visiter le Québec

1

J'ai l'habitude de prendre des vacances au Québec à l'été 35 %	La visite de parents ou d'amis 35 %	La visite de parents ou d'amis 51 %	Le désir de visiter une nouvelle destination 47 %	Une attraction ou un évènement en particulier 50 %	La sécurité de la destination 73 %
---	--	--	--	---	---------------------------------------

2

La visite de parents ou d'amis 29 %	Une attraction ou un évènement en particulier 29 %	Une attraction ou un évènement en particulier 21 %	La visite de parents ou d'amis 44 %	Le désir de visiter une nouvelle destination 44 %	Le désir de visiter une nouvelle destination 51 %
--	---	---	--	--	--

3

La courte durée du séjour 23 %	Le désir de visiter une nouvelle destination 27 %	Le désir de visiter une nouvelle destination 17 %	Une attraction ou un évènement en particulier 24 %	La sécurité de la destination 41 %	Les recommandations de parents ou d'amis 42 %
-----------------------------------	--	--	---	---------------------------------------	--

* Pour obtenir les résultats détaillés, consultez les p. 44 et 45.

Quels sont les principaux freins à visiter le Québec à l'été?



% de ceux qui prévoient faire un voyage d'agrément à l'été, mais qui ne prévoient PAS visiter le Québec

	Principaux freins à visiter le Québec					
1	Je recherche une destination plus dépaysante 36 %	J'ai déjà assez visité le Québec 25 %	Je n'ai aucune attirance ou intérêt envers le Québec 24 %	Je n'ai aucune attirance ou intérêt envers le Québec 27 %	Je ne connais pas assez son offre touristique 20 %	Je trouve les prix trop élevés au Québec 29 %
2	Je trouve les prix trop élevés au Québec 31 %	Je n'ai aucune attirance ou intérêt envers le Québec 23 %	J'ai déjà assez visité le Québec 21 %	Je préfère voyager à proximité de mon domicile 23 %	Je n'ai aucune attirance ou intérêt envers le Québec 19 %	Mon budget ne me permet pas de voyager au Québec cet été 28 %
3	J'ai déjà assez visité le Québec 29 %	Je recherche une destination plus dépaysante 13 %	Mon budget ne me permet pas de voyager au Québec cet été 16 %	Mon budget ne me permet pas de voyager au Québec cet été 21 %	Mon budget ne me permet pas de voyager au Québec cet été 15 %	Je ne connais pas assez l'offre touristique Je préfère voyager à proximité de mon domicile 18 %

* Pour obtenir les résultats détaillés, consultez les p. 24 et 25.

Quelles sont les perspectives de voyage à l'été?



Québec

Les voyageurs québécois ont prévu faire cet été **3,3 voyages** au total, dont **2,4 voyages** au Québec (en moyenne, 80 % des voyages prévus)

Quelles expériences recherchent-ils?

Plage et baignade	45 %
Roadtrip	35 %
Visite de musée, lieu culturel ou patrimonial &	32 %
Activité de plein air « sportive »	

Où prévoient-ils aller?

Québec	54 %
États-Unis	26 %
Ontario	16 %
Europe	16 %

Caractéristiques du voyage principal prévu au Québec (le plus long en termes de nuitées)

(n= 530)

1 214 \$

(dépense moyenne)

1 000 \$

(médiane)

Dépenses estimées pour : **2,0** adultes et **0,4** enfant

4,4 nuitées

en moyenne

320 \$

par nuit

(n= 428)

Principales régions touristiques envisagées

1. Québec (29 %)
2. Charlevoix (22 %)
3. Laurentides (18 %)
4. Gaspésie (17 %)
5. Cantons-de-l'Est (14 %)
5. Bas-Saint-Laurent (14 %)

Principaux types de séjours

- Séjour en nature (35 %)
- Visite de parents et amis (30 %)
- Séjour de détente (26 %)

Principaux types d'hébergement

- Grand établissement commercial (39 %)
- Famille ou amis (26 %)
- Camping ou hébergement prêt-à-camper (24 %)

Filières principales d'intérêt



80 %



68 %



37 %



25 %

* Pour obtenir les résultats détaillés, consultez les p. 27 et 31 (nb de voyages); 28-29 (expériences recherchées); 23 (destinations); 52 (dépenses et nuitées); 34-35 (régions visitées); 46-47 (types de séjour); 49 (types d'hébergement) et 48 (filières touristiques).

Quelles sont les perspectives de voyage à l'été?



Ontario

Les voyageurs ontariens ont prévu faire cet été **3,7 voyages** au total, dont **2,3 voyages** au Québec (en moyenne, 58 % des voyages prévus)

Quelles expériences recherchent-ils?

Plage et baignade	48 %
Roadtrip	46 %
Visite de musée, lieu culturel ou patrimonial	35 %

Où prévoient-ils aller?

Ontario	53 %
États-Unis	26 %
Québec	16 %
Europe	13 %

Caractéristiques du voyage principal prévu au Québec (le plus long en termes de nuitées)

(n=91)

1 457 \$

(dépense moyenne)

1 000 \$

(médiane)

Dépenses estimées pour : **2,1 adultes** et **0,4 enfant**

3,5 nuitées
en moyenne

423 \$
par nuit

(n=77)

Principales régions touristiques envisagées

1. Montréal (65 %)
2. Québec (34 %)
3. Outaouais (12 %)
4. Laval (11 %)
5. Laurentides (10 %)
5. Centre-du-Québec (10 %)

Principaux types de séjours

- Séjour urbain (39 %)
- Séjour de détente (32 %)
- Visite de parents et d'amis (30 %)

Principaux types d'hébergement

- Grand établissement commercial (45 %)
- Famille ou amis (34 %)
- Hébergement collaboratif (27 %)

Filières principales d'intérêt



75 %



73 %



54 %



40 %

* Pour obtenir les résultats détaillés, consultez les p. 27 et 31 (nb de voyages); 28-29 (expériences recherchées); 23 (destinations); 52 (dépenses et nuitées); 34-35 (régions visitées); 46-47 (types de séjour); 49 (types d'hébergement) et 48 (filières touristiques).

Quelles sont les perspectives de voyage à l'été?



Provinces de l'Atlantique

Les voyageurs des provinces de l'Atlantique ont prévu faire cet été

4,0 voyages au total, dont **2,1 voyages** au Québec

(en moyenne, 64 % des voyages prévus)

Quelles expériences recherchent-ils?

Roadtrip	59 %
Plage et baignade	46 %
Expérience gastronomique	32 %

Où prévoient-ils aller?

Provinces de l'Atlantique	56 %
Ontario	22 %
États-Unis	20 %
Québec	12 %



Caractéristiques du voyage principal prévu au Québec (le plus long en termes de nuitées)

(n=62)

1 683 \$

(dépendance moyenne)

1 200 \$

(médiane)

Dépenses estimées pour : **1,9 adulte** et **0,5 enfant**

4,5 nuitées
en moyenne

367 \$
par nuit

(n=50)

Principales régions touristiques envisagées

1. Montréal (47 %)
2. Québec (35 %)
3. Gaspésie (16 %)
4. Laval (15 %)
5. Outaouais (10 %)

Principaux types de séjours

- Visite de parents et d'amis (54 %)
- Séjour axé sur la culture (26 %)
- Séjour de détente (22 %)

Principaux types d'hébergement

- Grand établissement commercial (46 %)
- Famille ou amis (46 %)
- Hébergement collaboratif (15 %)

Filières principales d'intérêt



58 %



58 %



39 %



32 %

* Pour obtenir les résultats détaillés, consultez les p. 27 et 31 (nb de voyages); 28-29 (expériences recherchées); 23 (destinations); 52 (dépenses et nuitées); 34-35 (régions visitées); 46-47 (types de séjour); 49 (types d'hébergement) et 48 (filières touristiques).

Quelles sont les perspectives de voyage à l'été?

Ouest canadien

Les voyageurs de l'Ouest canadien ont prévu faire cet été **4,1 voyages** au total, dont **2,5 voyages** au Québec

(en moyenne, 58 % des voyages prévus)

Quelles expériences recherchent-ils?

 Roadtrip	59 %
 Plage et baignade	46 %
 Activité de plein air « sportive »	34 %

Où prévoient-ils aller?

Ouest canadien	62 %
États-Unis	26 %
Reste du Canada	16 %
Québec	4 %

Caractéristiques du voyage principal prévu au Québec (le plus long en termes de nuitées)

(n= 18)

2 435 \$

(dépendance moyenne)

1 500 \$

(médiane)

Dépenses estimées pour : **2,0 adultes** et **0,1 enfant**

8,5 nuitées

en moyenne

344 \$

par nuit

(n= 13)

Principales régions touristiques envisagées

1. Montréal (52 %)
2. Cantons-de-l'Est (28 %)
3. Centre-du-Québec (27 %)
4. Gaspésie (23 %)
5. Baie-James (20 %)

Principaux types de séjours

- Visite de parents ou d'amis (41 %)
- Séjour de détente (41 %)
- Séjour gourmand (35 %)

Principaux types d'hébergement

- Grand établissement commercial (57 %)
- Camping ou hébergement prêt-à-camper (31 %)
- Véhicule récréatif, van aménagée (26 %)

Filières principales d'intérêt



82 %



82 %



21 %



63 %

* Pour obtenir les résultats détaillés, consultez les p. 27 et 31 (nb de voyages); 28-29 (expériences recherchées); 23 (destinations); 52 (dépenses et nuitées); 34-35 (régions visitées); 46-47 (types de séjour); 49 (types d'hébergement) et 48 (filières touristiques).

Quelles sont les perspectives de voyage à l'été?



Nord-Est des États-Unis

Les voyageurs américains ont prévu faire cet été

4,4 voyages au total, dont **3,1 voyages** au Québec

(en moyenne, 59 % des voyages prévus)

Quelles expériences recherchent-ils?

	Plage et baignade	57 %
	Roadtrip	43 %
	Visite de musée, lieu culturel ou patrimonial	42 %

Où prévoient-ils aller?

États-Unis	82 %
Europe	13 %
Ailleurs dans le monde	11 %
Québec	6 %

Caractéristiques du voyage principal prévu au Québec (le plus long en termes de nuitées)

(n= 42)

3 299 \$

(dépendance moyenne)

2 000 \$

(médiane)

Dépenses estimées pour : **2,3 adultes** et **0,5 enfant**

5,9 nuitées

en moyenne

740 \$

par nuit

(n= 36)

Principales régions touristiques envisagées

1. Montréal (49 %)
2. Québec (38 %)
3. Centre-du-Québec (25 %)
4. Cantons-de-l'Est (23 %)
5. Bas-Saint-Laurent (21 %)

Principaux types de séjours

- Séjour urbain (64 %)
- Séjour de détente (52 %)
- Séjour de nature et d'aventure (47 %)

Principaux types d'hébergement

- Grand établissement commercial (61 %)
- Hébergement collaboratif (30 %)
- Famille ou amis (23 %)

Filières principales d'intérêt



85 %



85 %



72 %



81 %

* Pour obtenir les résultats détaillés, consultez les p. 27 et 31 (nb de voyages); 28-29 (expériences recherchées); 23 (destinations); 52 (dépenses et nuitées); 34-35 (régions visitées); 46-47 (types de séjour); 49 (types d'hébergement) et 48 (filières touristiques).

Quelles sont les perspectives de voyage à l'été?



France

Les voyageurs français ont prévu faire cet été **4,4 voyages** au total, dont **2,6 voyages** au Québec (en moyenne, 68 % des voyages prévus)

Quelles expériences recherchent-ils?

	Plage et baignade	61 %
	Visite de musée, lieu culturel ou patrimonial	45 %
	Expérience gastronomique	39 %

Où prévoient-ils aller?

Europe	89 %
Ailleurs dans le monde	12 %
États-Unis	7 %
Québec	4 %

Caractéristiques du voyage principal prévu au Québec (le plus long en termes de nuitées)

(n=17)

3 179 \$

(dépendance moyenne)

2 500 \$

(médiane)

Dépenses estimées pour : **1,9** adulte et **0,3** enfant

14,9 nuitées
en moyenne

307 \$
par nuit
(n=11)

Principales régions touristiques envisagées

1. Québec (48 %)
2. Montréal (45 %)
3. Côte-Nord-Manicouagan (27 %)
4. Centre-du-Québec (23 %)
5. Charlevoix (21 %)

Principaux types de séjours

- Séjour axé sur la culture (58 %)
- Séjour urbain (58 %)
- Séjour en nature (52 %)

Principaux types d'hébergement

- Grand établissement commercial (49 %)
- Hébergement collaboratif (30 %)
- Hébergement de petite taille (24 %)

Filières principales d'intérêt



87 %



91 %



92 %



54 %

* Pour obtenir les résultats détaillés, consultez les p. 27 et 31 (nb de voyages); 28-29 (expériences recherchées); 23 (destinations); 52 (dépenses et nuitées); 34-35 (régions visitées); 46-47 (types de séjour); 49 (types d'hébergement) et 48 (filières touristiques).



Résultats détaillés



Section 1

Intentions de voyage à l'été 2024

Faits saillants

La saison estivale s'affiche comme la période privilégiée pour le voyage, la majorité des répondants affirmant planifier un séjour à ce moment.

- Selon le marché sondé, entre 67 % et 80 % des voyageurs prévoient faire un voyage d'agrément à l'été 2024.
- Les Canadiens qui résident dans l'une des **provinces de l'Atlantique et les Américains du Nord-Est** font part des intentions les plus **modérées** (respectivement 67 % et 68 %), tandis que le **marché français** s'affiche comme étant **le plus dynamique** de tous (80 % d'entre eux).

Les finances personnelles sont globalement citées comme étant le principal obstacle au voyage à l'été 2024.

- La moitié de ceux qui ne voyageront pas à l'été indique que **des raisons financières** les empêcheront de voyager lors de la période estivale. Les résidents de **l'Atlantique** s'affichent les **plus sensibles** à cet égard (60 % d'entre eux), et les **Québécois**, les moins **sensibles** (40 %).
 - Comparativement à l'étude menée en 2023, cette raison est plus souvent citée par les marchés canadiens et américains.
- La 2^e raison principale concerne le **fait de voyager à une autre période de l'année**. Or, ce frein est **beaucoup plus secondaire**, invoqué par deux fois moins de répondants (entre 17 % et 29 % des voyageurs, selon le marché sondé).

Faits saillants

Les destinations les plus prisées à l'été demeurent celles qui sont près de chez soi. Plus de la moitié des voyageurs sondés prévoit ainsi visiter son pays ou sa province.

- Quelque **54 % des voyageurs québécois sondés prévoient visiter la belle province à l'été**, à l'image d'une proportion comparable de **Canadiens** qui privilégieront leur coin de pays (53 % des voyageurs ontariens en Ontario; 56 % des voyageurs des provinces de l'Atlantique et 62 % des voyageurs de l'Ouest canadien).
- Ce phénomène **trouve écho chez les Américains** (82 % disent qu'ils visiteront les États-Unis) et les **Français** (89 % d'entre eux en Europe).
- Les **voyageurs québécois** croient également se diriger vers les **États-Unis** (26 % d'entre eux), l'Ontario ou l'Europe (16 %), comme en 2023.

Pour les marchés hors Québec, la province occupe une place modeste au cœur des intentions de voyage.

- Les intentions de visite au Québec de ces marchés varient **entre 4 % et 16 %**. Les visiteurs de l'Ontario et des provinces de l'Atlantique s'affichent comme étant **les plus nombreux** (respectivement 16 % et 12 % des voyageurs), tandis que cette proportion **diminue considérablement** chez les Canadiens de l'Ouest (4 %), les Américains du Nord-Est (6 %) et les Français (4 %).

Faits saillants

Les raisons de ne pas visiter le Québec varient largement selon le marché d'origine, sans grande prédominance pour l'ensemble des répondants.

- Les **Québécois** disent préférer une **destination plus dépaysante** (36 %), **perçoivent que les prix sont trop élevés au Québec** (31 %), ou **mentionnent l'avoir déjà suffisamment visité** (29 %).
- Pour les **Canadiens anglais**, le **manque d'attrance ou d'intérêt** est la raison la plus fréquemment mentionnée (entre 23 % et 27 %, selon le marché).
- Les **marchés géographiquement plus éloignés** montrent une **capacité budgétaire plus précaire** pour visiter la province (Ouest canadien : 21 %; France : 28 %).
- Ceux qui sont **plus rapprochés** déclarent plus souvent avoir **déjà assez visité le Québec** (Ontario : 25 %; Atlantique : 21 %).
- Quant à eux, les **résidents de l'Ouest canadien** disent plutôt **préférer voyager à proximité de leur domicile** (23 %).
- La **méconnaissance de l'offre** représente le frein principal chez les **Américains** (20 %, contre 11 % de l'ensemble des répondants).
- Finalement, le marché **français** s'affiche comme étant **plus sensible aux coûts et frais engendrés par un voyage au Québec** (29 %, contre 17 % du total), mais estime aussi **mal connaître l'offre touristique** (18 %).

Faits saillants

Globalement, les voyageurs estivaux rechercheront à l'été 2024 des expériences comparables à celles vécues l'été précédent : plage et baignade, *roadtrip*, visite de musée ou de lieu culturel ou patrimonial, expérience gastronomique et activité de plein air sportive.

- Au total, ces cinq activités **génèrent le plus d'intérêt** auprès de l'ensemble des répondants et se classent dans le « top 3 » de chacun des marchés, peu importe la destination visitée :
 1. **Plage et baignade** : 50 % (contre 47 % en 2023);
 2. **Roadtrip** : 42 % (c. 33 % en 2023);
 3. **Visite de musée ou de lieu culturel ou patrimonial** : 35 % (c. 36 % en 2023);
 4. **Expériences gastronomiques** : 34 % (c. 34 % en 2023);
 5. **Activité de plein air « sportive »** : 33 % (c. 22 % en 2023).
- Les **voyageurs du Canada anglais** font preuve d'un plus **grand engouement envers le *roadtrip*** que les marchés francophones (Ontario: 46 %; atlantique et ouest-canadien: 59 %; c. Québec : 35 % et France : 10 %).
- Les **marchés internationaux sondés** disent être plus intéressés par la **plage et la baignade** que les marchés canadiens (Américains: 57 % et Français : 61 %, c. de 45 % à 48 %) ainsi que par les **visites culturelles** (respectivement 42 % et 45 %, c. de 28 % à 32 %).

Destinations considérées pour un voyage d'agrément à l'été



Q08 à Q013 Dans le cadre d'un voyage d'agrément, quelle(s) destination(s) avez-vous l'intention de visiter...? *Cochez tout ce qui s'applique.*

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	5 681	1 419	675	714	672	1 590	611
Prévoient faire un voyage d'agrément à l'été	72 %	70 %	74 %	67 % ↓	74 %	68 % ↓	80 % ↑
n=	3 961	997	496	492	498	984	494
Sous-total : Canada	53 %	70 % ↑	73 % ↑	82 % ↑	76 % ↑	14 % ↓	5 % ↓
Québec	16 %	54 % ↑ ①	16 % ③	12 % ↓	4 % ↓	6 % ↓	4 % ↓
Ontario	19 %	16 % ③	53 % ↑ ①	22 % ↑ ②	12 % ↓	8 % ↓	2 % ↓
Provinces de l'Atlantique	15 %	10 % ↓	11 % ↓	56 % ↑ ①	6 % ↓	4 % ↓	1 % ↓
Ouest canadien	15 %	4 % ↓	10 % ↓	8 % ↓	62 % ↑ ①	4 % ↓	- ↓
Reste du Canada	7 %	5 % ↓	12 % ↑	8 %	16 % ↑ ③	3 % ↓	1 % ↓
États-Unis	31 %	26 % ↓ ②	26 % ②	20 % ③	26 % ↓ ②	82 % ↑ ①	7 % ↓ ③
Europe	25 %	16 % ↓ ③	13 % ↓	8 % ↓	12 % ↓	13 % ↓ ②	89 % ↑ ①
Ailleurs dans le monde	11 %	9 %	11 %	7 % ↓	14 % ↑	11 % ③	12 % ②

Base 1 : totale (n= 5 681)

Base 2 : ensemble des répondants qui prévoient voyager à l'été (n= 3 961)

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché, lorsqu'ils diffèrent du total.

Raisons de ne pas faire de voyage d'agrément à l'été



QC1 Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas l'intention de faire un voyage d'agrément cet été? *Cochez tout ce qui s'applique.*

	Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien	États-Unis (Nord-Est)	France
n=	5 681	1 419	675	714	672	1 590	611
 Ne prévoient pas faire de voyage d'agrément à l'été	28 %	30 %	26 %	33 % ↑	26 % ↓	32 % ↑	20 % ↓
n=	443	121	58	59	64	107	34
Pour des raisons financières	50 %	40 % ↓ 24 %	46 % ① 29 %	60 % ↑ ① 35 %	51 %	58 % ① 40 %	47 % 63 %
Je voyagerai à une autre période de l'année	24 %	29 %	28 % ②	17 % ②	25 %	20 % ②	21 %
Je n'ai pas suffisamment de possibilités de vacances	14 %	15 %	7 %	11 %	25 % ↑	4 % ↓	19 %
Je ne sais pas encore si je souhaite voyager	10 %	9 %	9 %	7 %	14 %	16 % ③	4 %
Je n'ai pas d'intérêt à voyager	9 %	11 %	10 %	7 %	6 %	7 %	17 % ↑
Autres raisons	14 %	11 %	19 % ③	12 % ③	14 %	13 %	14 %
Aucune raison en particulier	2 %	3 %	1 %	5 %	2 %	-	2 %

Base 1 : totale (n= 5 681).

Base 2 : ne prévoient pas faire de voyage d'agrément à l'été 2024, mais prévoient voyager à un autre moment dans l'année (n= 443).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché lorsqu'ils diffèrent du total.

Les données indiquées en mauve sont tirées de l'enquête portant sur les intentions de voyage à l'été 2023. La représentativité des États-Unis diffère, car certains États ne sont pas inclus pour l'édition 2024 de cette étude. Elles sont présentées à titre indicatif seulement.

Raisons de ne pas visiter le Québec à l'été (1/2)



QD2 Quelle(s) raison(s), parmi les suivantes, expliquerait(ent) le mieux votre désintérêt à voyager au Québec cet été? *Cochez tout ce qui s'applique.*

	Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien	États-Unis (Nord-Est)	France
n=	3 961	997	496	492	498	984	494
Ne prévoient pas visiter le Québec à l'été 2024	84 %	46 % ↓	84 %	88 % ↑	96 % ↑	94 % ↑	96 % ↑
n=	3 179	450	404	426	480	942	477
Je n'ai aucune attirance ou intérêt envers le Québec	19 %	9 % ↓	23 % ↑ 2	24 % ↑ 1	27 % ↑ 1	19 % 2	8 % ↓
Mon budget ne me permet pas de voyager au Québec cet été	18 %	6 % ↓	12 % ↓	16 % 3	21 % ↑ 3	15 % 3	28 % ↑ 2
J'ai déjà assez visité le Québec	18 %	29 % ↑ 3	25 % ↑ 1	21 % 2	14 % ↓	12 % ↓	15 % ↓
Je trouve les prix trop élevés au Québec	17 %	31 % ↑ 2	11 % ↓	12 % ↓	13 % ↓	11 % ↓	29 % ↑ 1
Je préfère voyager à proximité de mon domicile	16 %	-	11 % ↓	13 % ↓	23 % ↑ 2	14 %	18 % 3
Je recherche une destination plus dépaysante	12 %	36 % ↑ 1	13 % 3	7 % ↓	13 %	10 %	8 % ↓
Je ne connais pas suffisamment son offre touristique	11 %	2 % ↓	9 %	6 % ↓	7 % ↓	20 % ↑ 1	18 % ↑ 3

Base 1 : prévoient faire un voyage d'agrément à l'été 2024 (n= 3 961).

Base 2 : prévoient faire un voyage d'agrément à l'été 2024, mais pas au Québec (n= 3 179).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché lorsqu'ils diffèrent du total.

Raisons de ne pas visiter le Québec à l'été (2/2)



QD2 Quelle(s) raison(s), parmi les suivantes, expliquerait(ent) le mieux votre désintérêt à voyager au Québec cet été? *Cochez tout ce qui s'applique.*

	Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien	États-Unis (Nord-Est)	France
n=	3 179	450	404	426	480	942	477
Le prix des hébergements me semble trop élevé	11 %	19 % ↑	8 % ↓	8 % ↓	11 %	8 % ↓	15 % ↑
L'offre touristique ne me semble pas intéressante	8 %	9 %	7 %	8 %	9 %	7 %	7 %
Je trouve la température peu intéressante au Québec	6 %	17 % ↑	3 % ↓	4 % ↓	4 % ↓	5 %	11 % ↑
Les hébergements disponibles ne m'intéressent pas	2 %	2 %	2 %	3 % ↑	2 %	3 %	1 %
Le Québec semble trop à risque d'événements météorologiques extrêmes	2 %	2 %	1 % ↓	1 %	1 % ↓	4 % ↑	4 % ↑
Autre	11 %	9 %	16 %	14 %	15 %	7 %	4 % ↓
Rien en particulier	17 %	15 %	20 % ↑	21 % ↑	15 %	22 % ↑	9 % ↓

Base 1 : prévoient faire un voyage d'agrément à l'été 2024 (n= 3 961).

Base 2 : prévoient faire un voyage d'agrément à l'été 2024, mais pas au Québec (n= 3 179).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Nombre de voyages d'agrément prévus à l'été

QD0 Environ combien de voyages différents avez-vous l'intention de réaliser (peu importe la destination)? *Une estimation suffit.*

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	3 784 à 3 878	945 à 991	478 à 492	480 à 483	482 à 493	967 à 971	471 à 486
Nb moyen de voyages d'agrément prévus	4,0	3,3 ↓ 3,1	3,7 3,2	4,0 3,0	4,1	4,4 ↑ 3,8	4,4 ↑ 5,2
 <i>Nb. moyen d'escapades (1 à 7 nuitées)</i>	2,1	2,2 1,9	2,2 1,9	2,1 2,0	2,1	2,2 2,3	2,2 2,5
 <i>Nb. moyen de séjours (plus de 7 nuitées)</i>	1,5	1,3 1,0	1,5 1,0	1,8 ↑ 0,9	1,7	1,9 ↑ 1,4	1,9 ↑ 2,1

Base : variable. Prévoient faire un voyage d'agrément à l'été 2024, excluant les valeurs extrêmes.

Notes : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les données indiquées en mauve sont tirées de l'enquête portant sur les intentions de voyage à l'été 2023. La représentativité des États-Unis diffère, car certains États ne sont pas inclus pour l'édition 2024. Elles sont présentées à titre indicatif seulement.

Expériences touristiques envisagées à l'été (1/2)

QTYPQC Et quelles expériences touristiques prévoyez-vous vivre lors de vos voyages cet été, toutes destinations confondues? *Cochez tout ce qui s'applique.*

	Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien	États-Unis (Nord-Est)	France
n=	3 961	997	496	492	498	984	494
 Plage et baignade	50 % 47 %	45 % ↓ 1	48 %	46 % ↓ 2	46 % ↓ 2	57 % ↑	61 % ↑ 1
 Roadtrip	42 % 33 %	35 % ↓ 2	46 % ↑	59 % ↑ 1	59 % ↑ 1	43 %	10 % ↓
 Visite de musée, lieu culturel ou patrimonial	35 % 36 %	32 % 3	35 %	31 % ↓	28 % ↓	42 % ↑	45 % ↑ 2
 Expérience gastronomique	34 % 34 %	30 %	34 %	32 % 3	30 %	36 %	39 % ↑ 3
Activité de plein air « sportive »	33 % 22 %	32 % 3	30 %	31 %	34 % 3	31 %	37 % ↑
Activité de plein air « contemplative »	28 % 23 %	31 % ↑	22 % ↓	26 %	27 %	25 %	35 % ↑
Escapade en milieu urbain	27 % 24 %	29 %	27 %	22 % ↓	31 % ↑	30 %	25 %
Séjour de villégiature	24 % 26 %	24 %	34 % ↑	24 %	20 % ↓	23 %	21 % ↓
Participer à un festival ou événement culturel	23 % 24 %	22 %	26 % ↑	25 %	20 % ↓	28 % ↑	15 % ↓

Base : prévoient faire un voyage d'agrément à l'été 2024 (n= 3 961).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché lorsqu'ils diffèrent du total.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les données indiquées en mauve sont tirées de l'enquête portant sur les intentions de voyage à l'été 2023. Le total n'inclut pas de visiteurs de l'Ouest canadien. La représentativité des États-Unis diffère, car certains états ne sont pas inclus pour l'édition 2024 de cette étude. Elles sont présentées à titre indicatif seulement.

Expériences touristiques envisagées à l'été (2/2)

QTYPQC Et quelles expériences touristiques prévoyez-vous vivre lors de vos voyages cet été, toutes destinations confondues? *Cochez tout ce qui s'applique.*

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	3 961	997	496	492	498	984	494
Activité nautique non motorisée	14 % <small>14 %</small>	13 %	15 %	10 % ↓	18 % ↑	14 %	12 % ↓
Expérience de bien-être	13 % <small>12 %</small>	11 %	13 %	12 %	9 % ↓	16 % ↑	17 % ↑
Activité nautique motorisée	11 % <small>9 %</small>	7 % ↓	9 % ↓	11 %	11 %	14 % ↑	13 % ↑
Croisière	10 % <small>10 %</small>	10 %	10 %	7 % ↓	11 %	17 % ↑	8 % ↓
Chasse et pêche	9 % <small>9 %</small>	11 % ↑	9 %	8 %	9 %	10 %	6 % ↓
Expérience agrotouristique	6 % <small>7 %</small>	9 % ↑	6 %	2 % ↓	5 %	5 %	12 % ↑
Autres expériences	14 % <small>15 %</small>	13 %	18 %	14 %	19 %	16 %	7 %

Base : prévoient faire un voyage d'agrément à l'été 2024 (n= 3 961).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les données indiquées en mauve sont tirées de l'enquête portant sur les intentions de voyage à l'été 2023. Le total n'inclut pas de visiteurs de l'Ouest canadien. La représentativité des États-Unis diffère, car certains états ne sont pas inclus pour l'édition 2024 de cette étude. Elles sont présentées à titre indicatif seulement.



Section 2

Voyages d'agrément prévus au Québec à l'été 2024

Faits saillants

La grande majorité des Français prévoyant visiter le Québec à l'été 2024 visiteront la province pour la première fois. Ce phénomène est plus mesuré pour les touristes américains et ceux provenant de l'Ouest canadien.

- Sur l'ensemble des répondants qui visiteront le Québec à l'été, 16 % d'entre eux disent qu'ils **visiteront le Québec pour la première fois**.
- Les marchés principaux qui effectueront **leur premier voyage au Québec** sont l'**Ouest canadien** (39 %), les **États-Unis** (47 %), ainsi que la **France** (82 %).

Québec et Montréal restent les destinations privilégiées des visiteurs.

- La **région de Québec** attirera la **plus large proportion de visiteurs** (31 % de l'échantillon total). Il s'agit de la **destination privilégiée** par les voyageurs **québécois** (29 % d'entre eux) et **français** (48 %).
- Du côté des **marchés anglophones**, c'est **Montréal** qui trône en tête de liste : entre 45 % et 65 % des visiteurs des différents marchés prévoient la visiter.
 - La métropole est **largement moins considérée** par les **voyageurs québécois** : seuls 9 % croient y faire leur voyage principal.

Faits saillants

Globalement, les mois de juillet et d'août sont privilégiés pour le voyage principal au Québec, mais la période la plus prisée varie selon le marché.

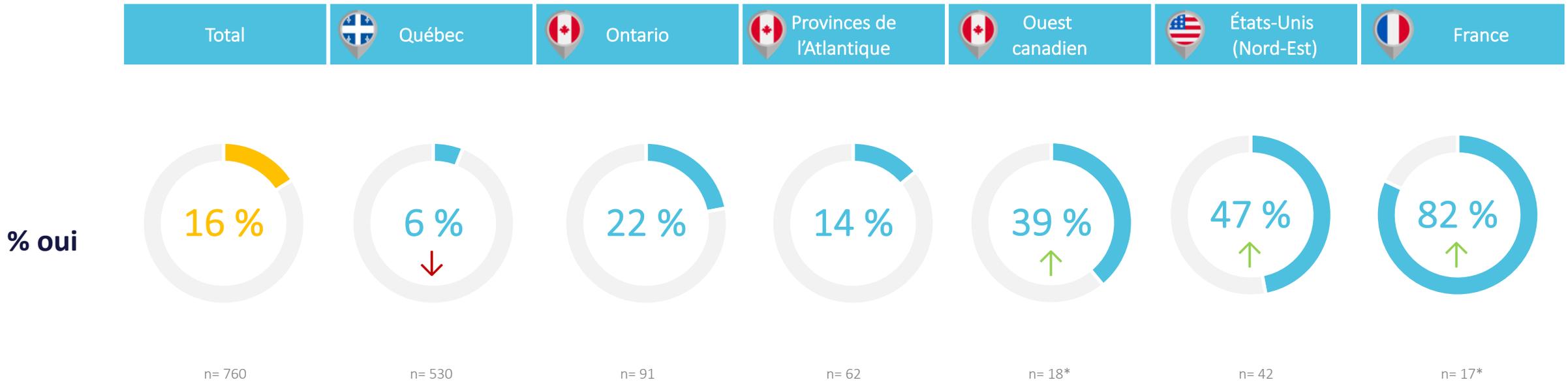
- Pour les Québécois, les Ontariens et les Américains, le mois de **juillet** semble être le **plus propice** (respectivement à 32 %, 40 % et 39 %).
- Le mois d'**août** est privilégié par les **voyageurs des provinces de l'Atlantique** (26 %).
- Les **Canadiens de l'ouest** préfèrent voyager légèrement plus tôt dans l'année, priorisant plutôt le **mois de juin** (27 %).
- Quant aux **Français**, près de la moitié de ces derniers (47 %) planifie faire leur voyage en **septembre**.

La durée moyenne du voyage principal prévu semble être corrélée positivement à la distance parcourue pour rejoindre la destination.

- Les résidents du **Québec et des provinces situées plus près de celui-ci** (Ontario et Atlantique) prévoient faire en moyenne **un séjour de 3,5 à 4,5 nuitées**.
- Les **voyageurs américains** prévoient plutôt une durée moyenne de **5,9 nuitées**, ceux de **l'Ouest canadien**, de **8,5 nuitées**, et ceux de **France**, de **14,9 nuitées**.

Premier voyage au Québec

QA1 Est-ce que ce voyage serait votre premier voyage au Québec?



Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n< 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Destinations québécoises envisagées pour le voyage principal (1/2)

QREGQC Quelle(s) région(s) du Québec envisagez-vous de visiter cet été pour un voyage d'agrément?

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	760	530	91	62	18*	42	17*
Québec	31 %	29 % 1	34 % 2	35 % 2	17 %	38 % 2	48 % 1
Montréal	29 %	9 % ↓	65 % ↑ 1	47 % ↑ 1	52 % ↑ 1	49 % ↑ 1	45 % 2
Charlevoix	15 %	22 % ↑ 2	3 % ↓	6 % ↓	13 %	10 %	21 %
Gaspésie	15 %	17 %	6 % ↓	16 % 3	23 %	16 %	12 %
Laurentides	14 %	18 % ↑ 3	10 %	3 % ↓	10 %	9 %	10 %
Cantons-de-l'Est	12 %	14 %	8 %	3 % ↓	28 % ↑ 2	23 % ↑	5 %
Bas-Saint-Laurent	12 %	14 %	5 % ↓	7 %	18 %	21 %	14 %
Centre-du-Québec	10 %	8 % ↓	10 %	4 % ↓	27 % ↑ 3	25 % ↑ 3	23 % ↑ 3
Outaouais	9 %	9 %	12 % 3	10 %	9 %	8 %	-
Saguenay-Lac-Saint-Jean	8 %	10 % ↑	2 % ↓	5 %	-	8 %	15 %
Chaudière-Appalaches	7 %	8 %	3 %	7 %	5 %	13 %	5 %

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent le positionnement relatif de l'échantillon total. Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Destinations québécoises envisagées pour le voyage principal (2/2)

QREGQC Quelle(s) région(s) du Québec envisagez-vous de visiter cet été pour un voyage d'agrément?

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	760	530	91	62	18*	42	17*
Mauricie	7 %	9 % ↑	2 % ↓	2 % ↓	5 %	10 %	17 %
Abitibi-Témiscamingue	6 %	4 %	6 %	8 %	10 %	14 % ↑	9 %
Laval	6 %	3 % ↓	11 % ↑	15 % ↑	3 %	9 %	5 %
Montérégie	5 %	4 %	3 %	7 %	4 %	13 % ↑	5 %
Lanaudière	5 %	6 %	3 %	4 %	7 %	8 %	-
Côte-Nord-Manicouagan	5 %	4 %	1 %	4 %	-	10 %	27 % ↑
Côte-Nord-Duplessis	4 %	3 %	-	5 %	4 %	11 % ↑	17 % ↑
Îles-de-la-Madeleine	4 %	3 %	1 %	4 %	9 %	8 %	18 % ↑
Baie-James	3 %	-	2 %	3 %	20 % ↑	18 % ↑	15 % ↑
Eeyou Istchee	2 %	1 % ↓	-	3 %	-	11 % ↑	7 % ↑
Nunavik	2 %	-	-	1 %	5 %	16 % ↑	10 % ↑

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent le positionnement relatif de l'échantillon total. Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Période du voyage principal au Québec

QA2 À quelle période de l'été est-il prévu?



	Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien	États-Unis (Nord-Est)	France
n=	760	530	91	62	18*	42	17*
Mai	8 %	5 % ↓	11 %	10 %	20 % ↑	12 %	5 %
Juin	15 %	15 %	11 %	20 %	27 % 1	16 %	9 %
Juillet	32 %	32 % 1	40 % 1	24 %	22 %	39 % 1	17 %
2 premières semaines	21 %	19 %	32 % ↑	15 %	14 %	31 %	8 %
2 dernières semaines	11 %	13 %	8 %	9 %	8 %	8 %	9 %
Août	26 %	31 % ↑	20 %	26 % 1	5 % ↓	13 %	16 %
Septembre	9 %	8 %	8 %	4 %	18 %	11 %	45 % ↑ 1
Octobre	2 %	1 % ↓	1 %	7 % ↑	3 %	-	4 %
Ne sait pas encore	8 %	9 %	9 %	8 %	5 %	8 %	4 %

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Le chiffre 1 illustre la première position de chaque marché.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Nombre de nuitées du voyage principal au Québec

QA3 Combien de nuitées (hors de votre lieu principal de résidence) durera ce séjour? *Une estimation suffit.*

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	633	438	80	51	13*	38	13*
Nb moyen de nuitées prévues	4,5	4,4	3,5 ↓	4,5	8,5 ↑	5,9 ↑	14,9 ↑
1 ou 2 nuitées	26 %	31 % ↑	27 %	19 %	7 %	12 %	-
3 ou 4 nuitées	33 %	30 %	49 % ↑	29 %	20 %	33 %	11 % ↓
5 ou 6 nuitées	17 %	16 %	14 %	25 %	11 %	21 %	6 %
7 nuitées ou plus	25 %	22 %	10 % ↓	26 %	61 % ↑	34 %	83 % ↑

Base : ensemble des répondants prévoyant faire un voyage d'agrément au Québec à l'été, excluant les « Ne sait pas » et les valeurs extrêmes (n= 633).

Notes : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Faits saillants

La visite de parents ou d'amis incite bon nombre de Canadiens à visiter le Québec, mais les principales motivations varient selon les marchés sondés.

- Les Québécois soulignent davantage que les autres marchés avoir l'**habitude de visiter le Québec** à l'été (35 %). Bon nombre prévoit également **visiter parents et amis** (29 %), alors que 23 % semblent motivés par la courte durée de leur séjour.
- La **visite de parents et d'amis** est aussi l'une des principales motivations à visiter le Québec pour **les voyageurs ontariens** (35 %), de **l'Atlantique** (51 %) ainsi que de **l'Ouest canadien** (44 %).
- La **participation à un événement ou le désir de visiter une attraction en particulier** motive particulièrement les **Américains** à se déplacer au Québec (50 % d'entre eux).
- Les visiteurs provenant des marchés qui sont **géographiquement plus éloignés** mentionnent plus souvent que les autres le **désir de visiter une nouvelle destination** (Américains : 44 %; ouest-canadien : 47 %; Français : 51 %).
- La **sécurité de la destination** s'affiche comme étant particulièrement attrayante aux yeux des **Français** (73 % d'entre eux – il s'agit de la principale motivation déclarée), et des Américains (41 %).
- La majorité des **Français** (58 %) anticipent faire un **séjour axé sur la culture**, toute comme une grande proportion d'**Américains** (41 %). Ces derniers montrent aussi un intérêt marqué pour le **séjour de nature et d'aventure** (47 %).

Faits saillants

À l'image des motivations, les visiteurs provenant des différents marchés disent privilégier des types de voyage distincts. Les séjours urbains attirent davantage les voyageurs ontariens, américains et français, tandis que les Canadiens de l'Atlantique et de l'Ouest visiteront plutôt leurs proches. Les Québécois, quant à eux, privilégient surtout les séjours en plein air.

- Au total, la visite de parents et d'amis est le type de séjour le plus anticipé pour le voyage principal au Québec, surtout pour les résidents de l'Atlantique (54 %) et de l'Ouest canadien (41 %).
- Le **séjour en nature** est particulièrement ciblé par les **voyageurs québécois** (35 %) et **français** (52 %), se distinguant de la tendance des autres marchés.
- Les voyageurs **ontariens, français et américains** font part d'un intérêt accru envers le **séjour urbain**, l'envisageant respectivement à 39 %, 58 % et 64 %.
- Le **séjour de détente** suscite également un intérêt considérable pour plusieurs marchés, surtout les Canadiens de l'Ouest (41 %) et les Américains (52 %).
- Près de la moitié des **Américains** sondés anticipent aussi faire un **séjour de nature et d'aventure** (47 %). Ils montrent un intérêt certain envers le **séjour culturel** (41 % d'entre eux), tout comme une majorité de **Français** (58 %).

Faits saillants

Le tourisme de nature et le tourisme gourmand représentent les filières au plus haut potentiel, mais la thématique autochtone suscite un intérêt marqué chez les marchés hors Canada.

- Parmi les quatre filières sondées, le **tourisme de nature** se classe en tête de liste. Les **marchés canadiens et américains** se disent les plus intéressés (Atlantique : 58 %; Ontario : 75 %; Québec : 80 %; ouest-canadien : 82 %; États-Unis : 85 %).
- Le **tourisme gourmand** se classe globalement en 2^e position, avec un niveau d'intérêt un peu plus polarisé, variant entre 58 % et 91 %, selon le marché. Les voyageurs de la **France** (91 %), des **États-Unis** (85 %) et de **l'Ouest canadien** (82 %) montrent un niveau d'intérêt **plus marqué** à l'égard de cette thématique.
- Le **tourisme autochtone** intéresse moins de la moitié des voyageurs sondés. C'est toutefois l'une des filières principales pour les **Français**, avec un taux d'intérêt de 92 %. Les **Américains** s'affichent également sensibles à ce thème (72 % d'entre eux).
- Pour sa part, le **tourisme haut de gamme** semble **l'axe touristique le moins niché**, intéressant globalement le tiers des répondants. Les marchés présentant le plus d'opportunités à cet égard sont les **États-Unis** (81 % se disent intéressés), **l'Ouest canadien** (63 %) et la **France** (54 %).

Faits saillants

Les établissements hôteliers du Québec accueilleront une large part des voyageurs, surtout ceux provenant de l'extérieur de la province.

- Les **grands établissements commerciaux** représentent le **principal type d'hébergement prévu** par l'ensemble des marchés lors de leur voyage principal, variant de 39 % à 61 % en fonction du marché géographique. Les **Américains** sont les **plus nombreux** à dire qu'ils y séjourneront, et les **Québécois**, les **moins nombreux**.
- Chez les **Québécois**, les **types d'hébergement envisagés varient davantage** que pour les autres marchés. Une proportion comparable de voyageurs prévoit séjourner chez **la famille ou les amis**, faire du **camping**, louer un **hébergement collaboratif** ou faire appel à un **établissement de petite taille** (entre 21 % et 26 % d'entre eux).

Le voyage se fera principalement en couple, ou en famille.

- Plus de 2 voyageurs sur 5 (42 %) prévoient faire leur voyage principal au Québec **en couple**, alors que le tiers prévoit le faire **en famille** (31 %).
- Une faible part de l'échantillon prévoit voyager **entre amis** (13 %), ou **seul** (11 %).
- On trouve quelques distinctions parmi les marchés : les **Canadiens de l'Ouest** se disent plus nombreux à voyager **en couple** (64 %), les **Québécois** et les **Français**, en **famille** (respectivement 35 % et 43 %), les **Américains**, entre **amis**, et les résidents de l'**Atlantique**, en **solo** (23 %).

La voiture demeure le mode de transport privilégié pour se rendre à destination, surtout par les Québécois.

- La quasi-totalité des **Québécois** (90 %) prévoit utiliser sa **voiture** dans le cadre de ce séjour.
- Au-delà de l'avion, plus du tiers des **Ontariens** (38 %) disent qu'ils prendront le **train**, et plus du quart des **Canadiens de l'Ouest** conduiront leur **véhicule récréatif**.

Faits saillants

Les dépenses moyennes prévues au Québec pour ce voyage oscillent entre 1 214 \$ et 3 299 \$, selon le marché d'origine.

- Les Québécois prévoient les dépenses les plus **modestes** de tous les marchés (1 214 \$).
- Les **autres Canadiens** sondés déclarent un **budget plus élevé** (variant entre 1 457 \$ et 2 435 \$). Cela se traduit d'ailleurs par une **dépense par nuitée plus élevée**, même si le séjour moyen des Ontariens est plus court que celui déclaré par les Québécois (3,5 nuitées, contre 4,4 nuitées).
- Les dépenses déclarées par les **visiteurs américains et français** sont **les plus élevées**, se chiffrant respectivement à 3 299 \$ et 3 179 \$.
- Les **Américains** ont une **dépense journalière élevée** (740 \$ contre 372 \$ pour l'ensemble des répondants), ce qui conduit à une dépense totale par séjour très importante (3 299 \$), même si leur séjour moyen est de moins d'une semaine. À l'inverse, les **Français** ont une **dépense journalière plus faible** (307 \$), mais leurs dépenses totales restent parmi les plus élevées (3 179 \$).

**Les moyennes présentées excluent les valeurs extrêmes. Comme ces variables sont traitées de façon distincte, la dépense moyenne par nuitée ne peut être obtenue en multipliant les dépenses moyennes par la moyenne des nuitées.*

Faits saillants

Concernant la planification de ce voyage, en avril 2024, l'hébergement et les dates de voyage sont les éléments réservés le plus à l'avance. Toutefois, seul le tiers avait déjà réservé ces éléments, en totalité ou en partie.

- Le quart des répondants n'avait entrepris aucune démarche de planification en lien avec l'hébergement, les dates de voyage, ou l'itinéraire.
- Une encore plus faible proportion de répondants disait avoir réservé leur billet de transport (21 %, en tout ou en partie) ou leurs billets d'attractions ou d'événements (17 %).
- Les voyageurs québécois étaient alors encore moins avancés que les autres voyageurs concernant l'achat de billet (billet de transport : 11 %; attraction ou événement : 13 %).
- Les Canadiens de l'ouest semblaient néanmoins avoir un itinéraire plus défini que les autres, 45 % de ces voyageurs mentionnant l'avoir déjà réservé. En revanche, les dates de voyage semblaient moins certaines que pour le reste de l'échantillon (planifié : 34 %, contre 26 % au total).
- La moitié des Américains disait pour sa part avoir déjà réservé son hébergement, contre 35 % de tous les voyageurs sondés.
- Finalement, sur l'ensemble des éléments sondés, les voyageurs français démontrent un niveau de planification plus avancé que le reste des répondants.

Motivations à faire ce voyage principal au Québec (1/2)

QA4 Qu'est-ce qui vous motive à faire ce voyage au Québec? *Cochez tout ce qui s'applique.*

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	760	530	91	62	18*	42	17*
La visite de parents ou d'amis	33 %	29 % ↓ ②	35 % ①	51 % ↑ ①	44 % ②	37 %	10 % ↓
J'ai l'habitude de prendre des vacances au Québec à l'été	27 %	35 % ↑ ①	20 %	14 % ↓	17 %	22 %	4 % ↓
Une attraction ou un évènement en particulier	25 %	22 % ↓	29 % ②	21 % ②	24 % ③	50 % ↑ ①	33 %
Le désir de visiter une nouvelle destination	25 %	22 % ↓	27 % ③	17 % ③	47 % ↑ ①	44 % ↑ ②	51 % ↑ ②
La courte durée de mon séjour	19 %	23 % ↑ ③	17 %	15 %	14 %	10 %	-
La sécurité de la destination	18 %	16 %	11 % ↓	7 % ↓	17 %	41 % ↑ ③	73 % ↑ ①
Les dépenses liées aux déplacements	12 %	13 %	8 %	3 % ↓	15 %	26 % ↑	9 %
L'incertitude du contexte économique	11 %	13 %	15 %	3 % ↓	17 %	3 %	5 %
Les recommandations de parents ou d'amis	11 %	8 % ↓	11 %	15 %	3 %	21 %	42 % ↑ ③

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché lorsqu'ils diffèrent du total.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Motivations à faire ce voyage principal au Québec (2/2)

QA4 Qu'est-ce qui vous motive à faire ce voyage au Québec? *Cochez tout ce qui s'applique.*

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	760	530	91	62	18*	42	17*
Le prix de l'essence	9 %	9 %	17 % ↑	3 % ↓	10 %	8 %	5 %
L'inspiration tirée de campagnes promotionnelles	4 %	2 % ↓	5 %	5 %	5 %	17 % ↑	8 %
L'augmentation du coût de la vie	4 %	4 %	2 %	2 %	20 % ↑	-	5 %
Autre	3 %	4 %	3 %	6 %	-	-	4 %
Rien en particulier	5 %	7 %	1 % ↓	8 %	3 %	4 %	-

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Type(s) du voyage principal au Québec (1/2)

QA5 De quel(s) type(s) de voyage s'agira-t-il? Cochez tout ce qui s'applique.

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	760	530	91	62	18*	42	17*
Visite de parents et amis	32 %	30 % 	30 % 	54 %  	41 % 	26 %	10 % 
Séjour en nature	30 %	35 %  	17 % 	15 % 	17 %	33 %	52 %  
Séjour de détente	28 %	26 % 	32 % 	22 % 	41 % 	52 %  	21 %
Séjour urbain	26 %	17 % 	39 %  	21 %	26 % 	64 %  	58 %  
Séjour de nature et d'aventure	24 %	25 %	16 %	17 %	18 %	47 %  	31 %
Séjour axé sur la culture	23 %	17 % 	26 %	26 % 	25 %	41 % 	58 %  
Séjour gourmand	17 %	15 %	13 %	18 %	35 %  	27 %	12 %

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches  et  indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché lorsqu'ils diffèrent du total.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Type(s) du voyage principal au Québec (2/2)

QA5 De quel(s) type(s) de voyage s'agira-t-il? Cochez tout ce qui s'applique.

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	760	530	91	62	18*	42	17*
Séjour axé sur un événement en particulier	11 %	8 % ↓	15 %	12 %	24 % ↑	19 %	13 %
Séjour de chasse et pêche	9 %	10 %	6 %	7 %	29 % ↑	5 %	8 %
Séjour axé sur les parcs d'attractions	8 %	5 % ↓	9 %	11 %	17 %	21 % ↑	12 %
Croisière	4 %	1 % ↓	7 % ↑	2 %	5 %	9 % ↑	17 % ↑
Autre	1 %	1 %	1 %	1 %	5 %	3 %	-
Ne sait pas encore	4 %	4 %	2 %	7 %	-	-	-

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Intérêt envers les filières touristiques à haut potentiel dans le cadre du voyage principal au Québec

QA11 Et à quel point êtes-vous intéressé par ces différentes thématiques dans le cadre de votre voyage au Québec?

% est intéressé		Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien	États-Unis (Nord-Est)	France
n=		760	530	91	62	18*	42	17*
	Tourisme de nature <i>(Découverte et appréciation de l'environnement et de la biodiversité de la destination, ainsi que la pratique d'activité physique dans ces lieux)</i>	77 %	80 % ↑	75 %	58 % ↓ 1	82 % 1	85 % 1	87 %
	Tourisme gourmand <i>(Découverte d'un territoire à travers des activités agrotouristiques et des expériences culinaires authentiques, créatives et festives)</i>	70 %	68 %	73 %	58 % ↓ 1	82 % 1	85 % ↑ 1	91 % ↑
	Tourisme autochtone <i>(Expériences authentiques favorisant la rencontre des Nations autochtones)</i>	43 %	37 % ↓	54 % ↑	39 %	21 % ↓	72 % ↑	92 % ↑ 1
	Tourisme haut de gamme <i>(Expériences nichées, sur mesure et généralement plus dispendieuses, permettant la réalisation d'activité distinctive unique et de qualité supérieure)</i>	34 %	25 % ↓	40 %	32 %	63 % ↑	81 % ↑	54 % ↑

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1 illustrent la filière principale d'intérêt de chaque marché lorsqu'elle diffère du total.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Types d'hébergement envisagés lors du voyage principal au Québec

QA6 Toujours dans le cadre de ce voyage, quel(s) type(s) d'hébergement allez-vous utiliser? Cochez tout ce qui s'applique.

	Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien	États-Unis (Nord-Est)	France
n=	760	530	91	62	18*	42	17*
 Grand établissement commercial	43 %	39 % ↓ 1	45 %	46 % 1	57 % 1	61 % ↑ 1	49 % 1
 Famille ou amis	29 %	26 % 2	34 %	46 % ↑ 1	16 %	23 % 3	15 %
 Hébergement collaboratif	23 %	23 %	27 %	15 % 3	20 %	30 % 2	30 % 2
Établissement d'hébergement de petite taille	20 %	21 %	24 %	9 % ↓	25 %	21 %	24 % 3
Camping ou hébergement prêt-à-camper	20 %	24 % ↑ 3	13 % ↓	14 %	31 % 2	14 %	15 %
Véhicule récréatif, van aménagée	8 %	8 %	5 %	1 % ↓	26 % ↑ 3	12 %	3 %
Résidence secondaire	5 %	3 %	3 %	5 %	14 % ↑	13 % ↑	5 %
Autre	-	1 %	-	-	-	-	-
Ne sait pas encore	4 %	3 %	2 %	6 %	-	5 %	23 % ↑

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché lorsqu'ils diffèrent du total.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Groupe de voyage du voyage principal au Québec

QA7 Allez-vous voyager...?

	Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien	États-Unis (Nord-Est)	France
n=	760	530	91	62	18*	42	17*
 En couple	42 %	43 %	37 %	35 %	64 % ↑ 1	44 % 1	39 % 2
 En famille (proche ou élargie)	31 %	35 % ↑	29 %	29 %	7 % ↓	20 %	43 % 1
Avec des amis	13 %	10 % ↓	20 % ↑	10 %	17 % 2	24 % ↑ 2	-
Seul	11 %	8 % ↓	8 %	23 % ↑	11 %	10 %	18 %
Ne sait pas encore	3 %	3 %	6 %	3 %	-	2 %	-

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1 et 2 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché lorsqu'ils diffèrent du total.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Moyens de transport du voyage principal au Québec

QA8 Quel(s) moyen(s) de transport avez-vous l'intention d'utiliser pour vous rendre à destination? Cochez tout ce qui s'applique.

	Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien	États-Unis (Nord-Est)	France
n=	760	530	91	62	18*	42	17*
 Automobile, moto	78 %	90 % ↑ ①	65 % ↓ ①	78 % ①	18 % ↓	62 % ↓ ①	35 % ↓ ②
 Avion	15 %	2 % ↓	19 %	18 % ②	56 % ↑ ①	55 % ↑ ②	76 % ↑ ①
 Train	11 %	4 % ↓	38 % ↑ ②	4 % ↓	13 %	14 %	13 %
Véhicule récréatif, van aménagée	8 %	8 % ②	3 %	4 %	28 % ↑ ②	10 %	13 %
Autocar, transport touristique	6 %	3 % ↓	8 %	8 %	15 %	9 %	26 % ↑
Embarcation maritime	2 %	1 % ↓	3 %	-	15 % ↑	6 %	3 %
Ne sait pas encore	1 %	1 %	2 %	-	-	-	-

Base : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 (n= 760).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1 et 2 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché lorsqu'ils diffèrent du total.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Dépenses prévues lors du voyage principal au Québec

QA9 Veuillez estimer le montant total de vos dépenses lors de ce voyage.



	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	745	522	88	62	16*	41	16*
Moyenne	1 484 \$	1 214 \$ ↓	1 457 \$	1 683 \$	2 435 \$ ↑	3 299 \$ ↑	3 179 \$ ↑
Médiane	1 000 \$	1 000 \$	1 000 \$	1 200 \$	1 500 \$	2 000 \$	2 500 \$
Nb. moyen d'adultes inclus	2,0	2,0	2,1	1,9	2,0	2,3	1,9
Nb. moyen d'enfants inclus	0,4	0,4	0,4	0,5	0,1	0,5	0,3
n=	616	428	78	48	12*	37	13*
Nb. moyen de nuitées	4,5	4,4	3,5	4,5	8,5 ↑	5,9	14,9 ↑
Dépense moyenne par nuitée	372 \$	320 \$	423 \$	367 \$	344 \$	740 \$ ↑	307 \$

Base 1 : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024, excluant les valeurs extrêmes (n= 745).

Base 2 : prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024 et ayant indiqué une durée de séjour, excluant les valeurs extrêmes (n= 616).

Comme ces variables sont traitées de façons distinctes, la dépense moyenne par nuitée ne peut être obtenue en multipliant les dépenses moyennes par la moyenne des nuitées.

Notes : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

*En raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Planification du voyage principal au Québec

Total

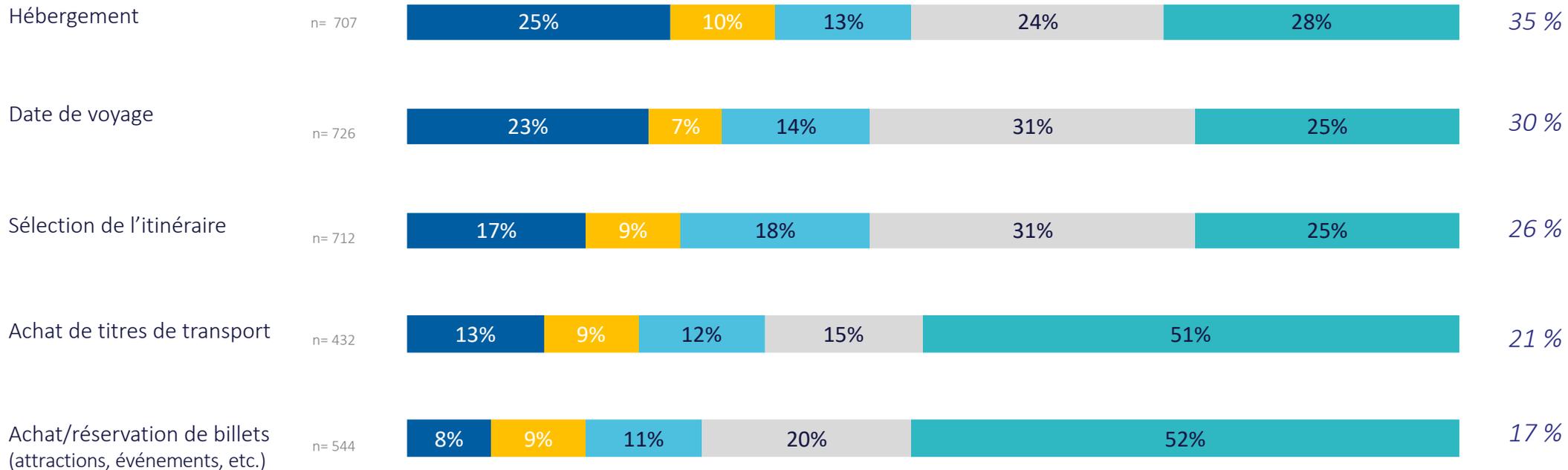
QA10 Concernant la planification de ce voyage, à quelle étape vous situez-vous pour chacun des éléments suivants?



Étape de planification en cours

■ Réserveation effectuée au complet ■ Réserveation effectuée en partie ■ Choix définitif, sans achat ni réserveation ■ Démarche ou réflexion entamée ■ Aucune démarche entreprise

% réserveation effectuée (en tout ou en partie)



Base : variable. Prévoient faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024, excluant les « Ne sait pas ».
Rappel méthodologique : les données ont été colligées du 11 au 21 avril 2024.

Planification du voyage principal au Québec



Québec

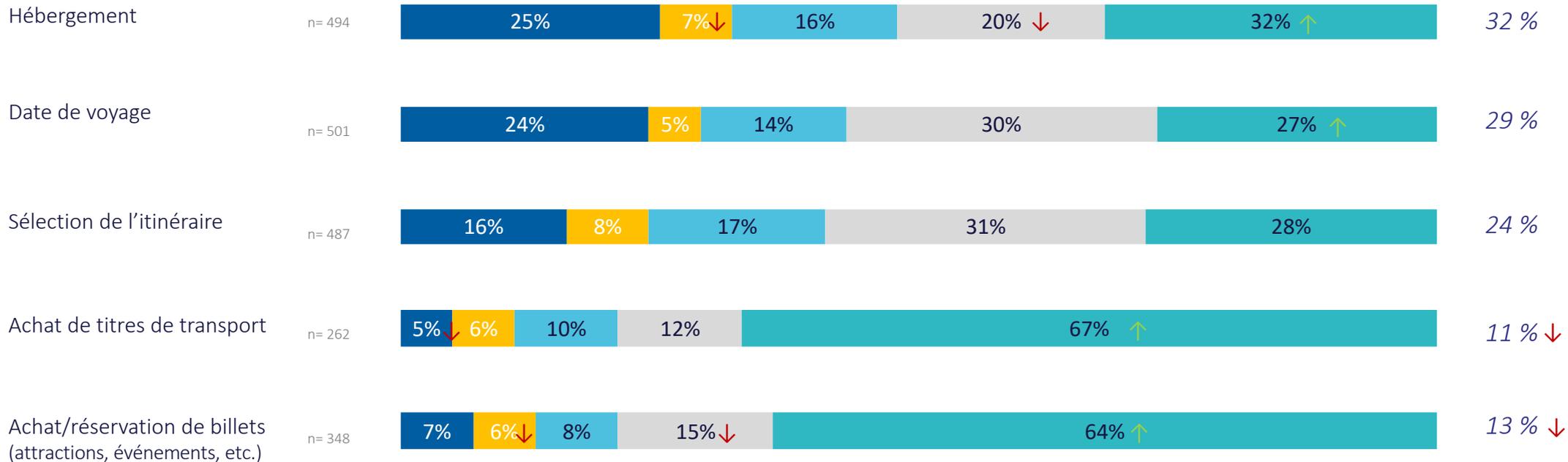
QA10 Concernant la planification de ce voyage, à quelle étape vous situez-vous pour chacun des éléments suivants?



Étape de planification en cours

■ Réserveation effectuée au complet ■ Réserveation effectuée en partie ■ Choix définitif, sans achat ni réserveation ■ Démarche ou réflexion entamée ■ Aucune démarche entreprise

% réserveation effectuée (en tout ou en partie)



Base : variable. Québécois prévoyant faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024, excluant les « Ne sait pas ».

Rappel méthodologique : les données ont été colligées du 11 au 21 avril 2024.

Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Planification du voyage principal au Québec

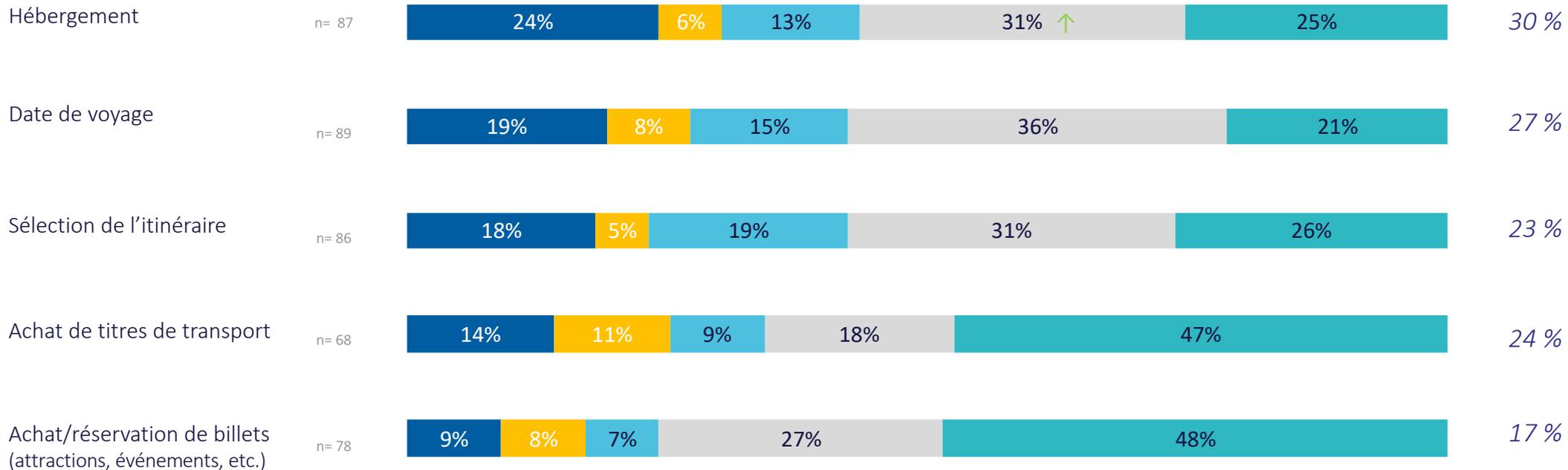


QA10 Concernant la planification de ce voyage, à quelle étape vous situez-vous pour chacun des éléments suivants?

Étape de planification en cours

■ Réserveation effectuée au complet ■ Réserveation effectuée en partie ■ Choix définitif, sans achat ni réserveation ■ Démarche ou réflexion entamée ■ Aucune démarche entreprise

% réserveation effectuée (en tout ou en partie)



Base : variable. Ontariens prévoyant faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024, excluant les « Ne sait pas ».

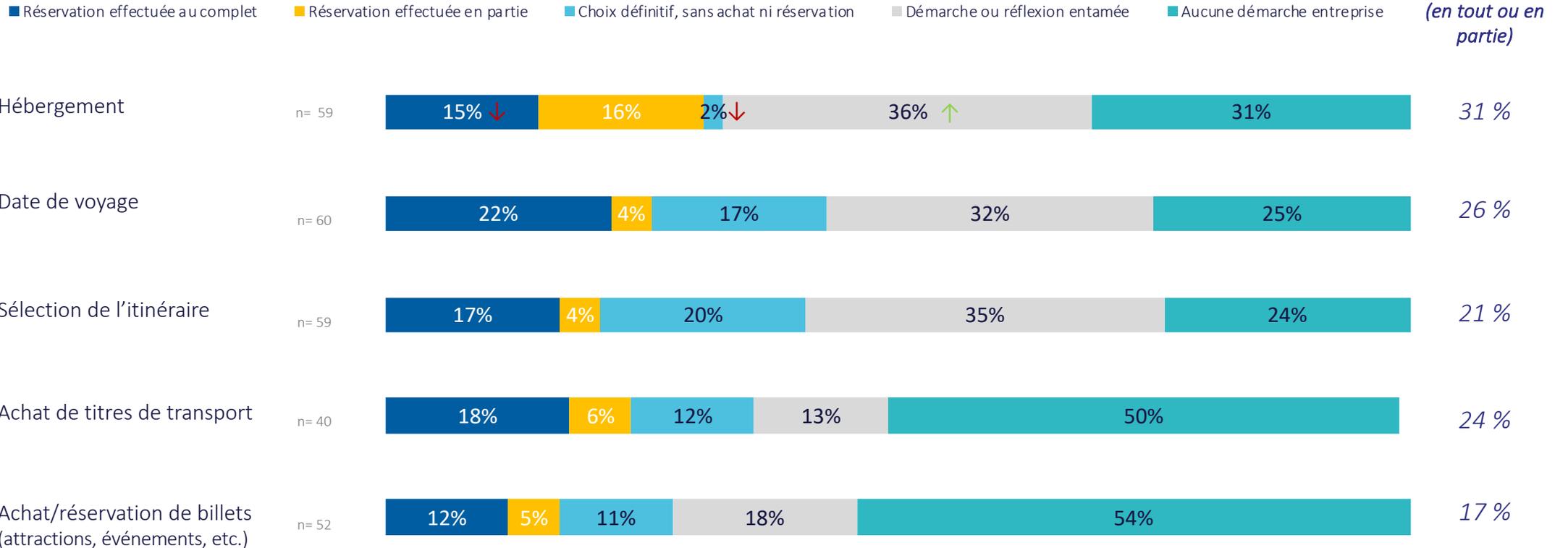
Rappel méthodologique : les données ont été colligées du 11 au 21 avril 2024.

Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Planification du voyage principal au Québec

QA10 Concernant la planification de ce voyage, à quelle étape vous situez-vous pour chacun des éléments suivants?

Étape de planification en cours



Base : variable. Résidents des provinces de l'Atlantique prévoyant faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024, excluant les « Ne sait pas ».

Rappel méthodologique : les données ont été colligées du 11 au 21 avril 2024.

Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Planification du voyage principal au Québec



Ouest
canadien

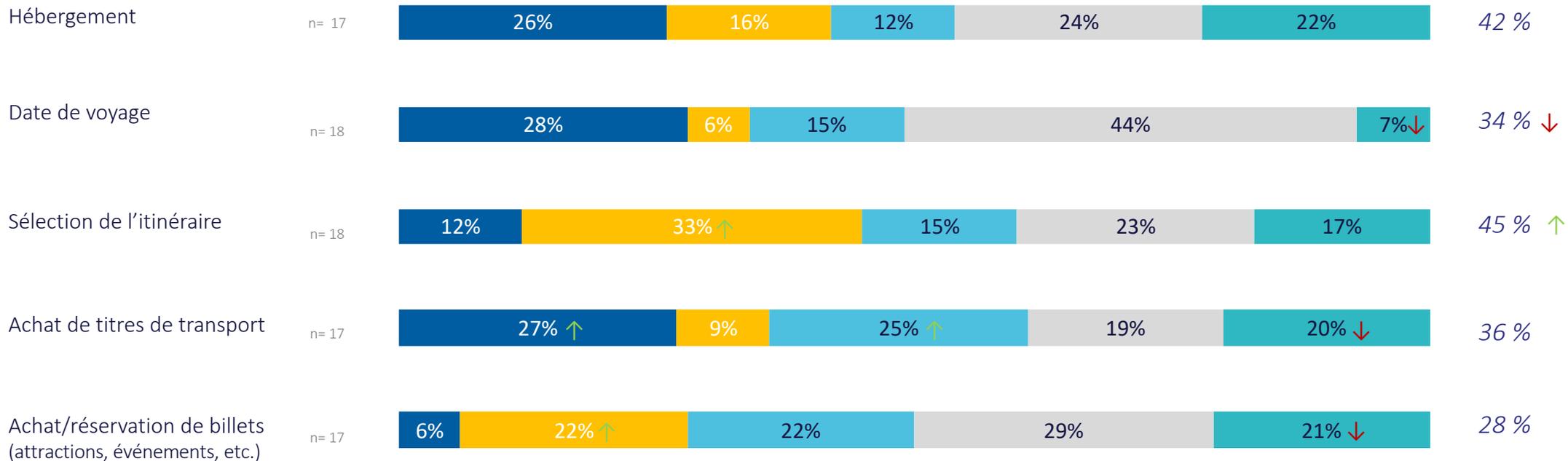
QA10 Concernant la planification de ce voyage, à quelle étape vous situez-vous pour chacun des éléments suivants?



Étape de planification en cours

■ Réserveation effectuée au complet ■ Réserveation effectuée en partie ■ Choix définitif, sans achat ni réserveation ■ Démarche ou réflexion entamée ■ Aucune démarche entreprise

% réserveation effectuée
(en tout ou en partie)



Base : variable. Résidents de l'Ouest canadien prévoyant faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024, excluant les « Ne sait pas ».

Rappel méthodologique : les données ont été colligées du 11 au 21 avril 2024.

Notes : en raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Planification du voyage principal au Québec



États-Unis
(Nord-Est)

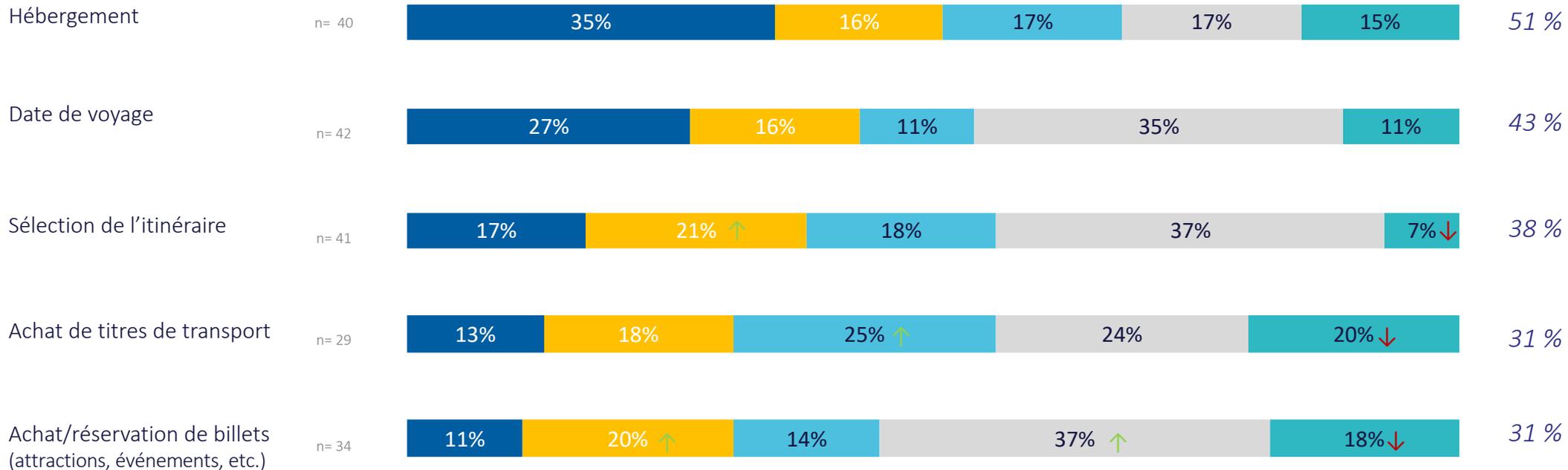
QA10 Concernant la planification de ce voyage, à quelle étape vous situez-vous pour chacun des éléments suivants?



Étape de planification en cours

% réservation effectuée
(en tout ou en partie)

■ Réservation effectuée au complet ■ Réservation effectuée en partie ■ Choix définitif, sans achat ni réservation ■ Démarche ou réflexion entamée ■ Aucune démarche entreprise



Base : variable. Américains prévoyant faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024, excluant les « Ne sait pas ».

Rappel méthodologique : les données ont été colligées du 11 au 21 avril 2024.

Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Planification du voyage principal au Québec



France

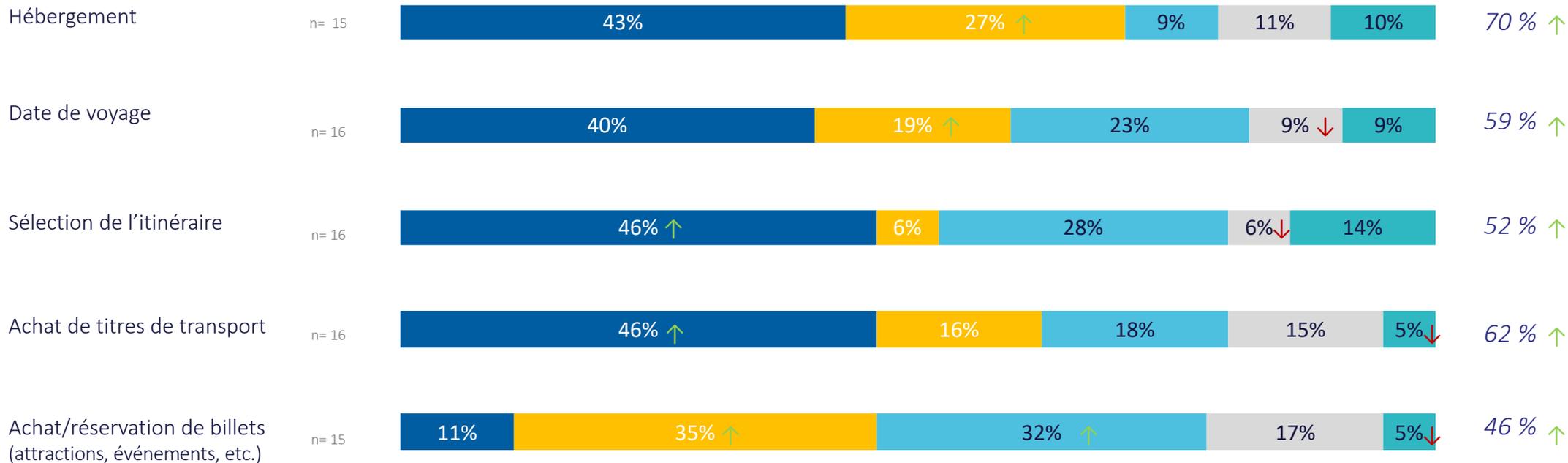
QA10 Concernant la planification de ce voyage, à quelle étape vous situez-vous pour chacun des éléments suivants?



Étape de planification en cours

■ Réserveation effectuée au complet ■ Réserveation effectuée en partie ■ Choix définitif, sans achat ni réserveation ■ Démarche ou réflexion entamée ■ Aucune démarche entreprise

% réserveation effectuée (en tout ou en partie)



Base : variable. Français prévoyant faire un voyage d'agrément au Québec à l'été 2024, excluant les « Ne sait pas ».

Rappel méthodologique : les données ont été colligées du 11 au 21 avril 2024.

Notes : en raison de la petite taille du sous-groupe (n < 30), ces données doivent être interprétées avec prudence.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.



Annexes



Annexe I

Intentions de faire un voyage d'agrément en dehors de la saison estivale



**Note : les données de cette section concernent les répondants qui planifient voyager dans la prochaine année, mais en dehors de l'été 2024. Certains répondants ne se sont pas qualifiés pour cette étude, mais les données colligées permettent de dresser le portrait de la prochaine année.*

Faits saillants

La période estivale est sans conteste la plus prisée pour un séjour d'agrément, mais plus de la moitié des voyageurs prévoient voyager en dehors de cette période.

- Selon le marché sondé, **entre 57 % et 71 % des répondants** disent avoir l'intention de voyager dans la prochaine année, mais à un **autre moment qu'à l'été**, soit entre novembre 2024 et mars 2025.
- De tous les marchés sondés, les **voyageurs français** ainsi qu'**ontariens** sont **plus nombreux à vouloir le faire** (respectivement 71 % et 67 %). Les voyageurs des **provinces de l'Atlantique** le planifient **le moins** (57 %).

La province de résidence demeure la destination la plus prisée à cette période, mais les choix sont plus variés qu'à l'été.

- Ainsi, 27 % des **Québécois** qui voyageront estiment qu'ils visiteront le **Québec**, mais 26 % prévoient aussi visiter une **destination autre que le Canada, les États-Unis ou l'Europe**. Les **États-Unis** et **l'Europe** sont, toutefois, considérés par 21 % et 19 % d'entre eux respectivement.
- Cette dynamique s'observe également dans tous les marchés sondés.

Le Québec s'affiche comme étant une destination légèrement plus attirante qu'à l'été pour les Canadiens de l'ouest et les marchés internationaux.

- Entre 7 % et 8 % des voyageurs originaires de ces marchés disent avoir l'intention de **visiter la belle province en dehors de la période estivale**, alors que cette proportion varie entre 4 % et 6 % à l'été.
- Les **intentions des Québécois diminuent toutefois de moitié à cette période** (54 % à l'été, contre 27 %), et que celles des **Ontariens** passent de 16 % à 10 %.

Destinations considérées pour un voyage d'agrément hors été 2024



Q08 à Q010 Dans le cadre d'un voyage d'agrément, quelle(s) destination(s) avez-vous l'intention de visiter...? *Cochez tout ce qui s'applique.*

	Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien	États-Unis (Nord-Est)	France
n=	5 681	1 419	675	714	672	1 590	611
Prévoient faire un voyage d'agrément hors été	64 %	62 %	67 % ↑	57 % ↓	65 %	61 %	71 % ↑
n=	3 598	889	461	424	446	923	455
Sous-total : Canada	34 %	39 % ↑	42 % ↑	56 % ↑	48 % ↑	15 % ↓	9 % ↓
Québec	12 %	1 27 % ↑ 54 %	10 % 16 %	12 % 12 %	8 % ↓ 4 %	8 % ↓ 6 %	7 % ↓ 4 %
Ontario	12 %	9 % ↓	27 % ↑ 1	15 % ↑	11 %	8 % ↓	2 % ↓
Provinces de l'Atlantique	10 %	7 % ↓	7 % ↓	32 % ↑ 1	8 %	4 % ↓	3 % ↓
Ouest canadien	10 %	5 % ↓	9 %	8 %	31 % ↑ 1	5 % ↓	2 % ↓
Reste du Canada	6 %	7 %	8 % ↑	6 %	12 % ↑	4 % ↓	2 % ↓
États-Unis	30 %	21 % ↓ 3	27 % 1	21 % ↓ 2	28 % 2	67 % ↑ 1	15 % ↓ 3
Europe	28 %	19 % ↓	18 % ↓	14 % ↓	16 % ↓	19 % ↓ 2	75 % ↑ 1
Ailleurs dans le monde	21 %	26 % ↑ 2	24 % 3	17 % ↓ 3	25 % ↑ 3	16 % ↓ 3	18 % ↓ 2

Base 1 : totale (n= 5 681).

Base 2 : ensemble des répondants sondés qui prévoient faire un voyage d'agrément en dehors de la saison estivale (n= 3 598).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché, lorsqu'ils diffèrent du total.

Les données indiquées en rose présentent les intentions de voyage au Québec à l'été.



Annexe II

Intentions de faire un voyage d'affaires dans la prochaine année



**Note : les données de cette section concernent les répondants qui planifient voyager dans la prochaine année, incluant en dehors de l'été 2024. Certains répondants ne se sont pas qualifiés pour cette étude, mais les données colligées permettent de dresser le portrait de la prochaine année.*

Faits saillants

Moins du tiers des voyageurs sondés prévoit faire un voyage d'affaires Au courant de la prochaine année, soit à l'été ou à un autre moment. Ce phénomène est plus fréquent chez les marchés hors Canada.

- Entre 15 % et 17 % des **Québécois**, des **Ontariens** et des **résidents de l'Atlantique** prévoient se **déplacer pour affaires**, peu importe la destination et la période sondée. Chez les **Américains**, c'est plutôt le quart des voyageurs qui le déclarent, et environ 30 % des Français.

Tout comme les voyages d'agrément, les voyages d'affaires sont majoritairement prévus dans la province, région de résidence, ou pays.

- À l'été 2024, entre 42 % et 56 % des **voyageurs d'affaires canadiens** disent qu'ils visiteront **leur province** par affaires.
- Les trois quarts des résidents du **Nord-Est des États-Unis** prévoient plutôt **faire un voyage d'affaires aux États-Unis**, et 85 % des Français ont l'intention de **faire un tel voyage en Europe**.

Pour les marchés hors Québec, le Québec demeure une destination d'affaires peu prisée.

- Les intentions sont **nettement moins élevées** chez les **Ontariens** (14 %), **l'Atlantique** (13 %), les **Américains** (9 %), les **Canadiens de l'ouest** (7 %), ainsi que les **Français** (5 %).
- Quelque 56 % des voyageurs d'affaires québécois prévoient **visiter le Québec à l'été 2024**.

Destinations considérées pour un voyage d'affaires à l'été 2024

QF8 à QF10 Dans le cadre d'un voyage d'affaires, quelle(s) destination(s) avez-vous l'intention de visiter...? Cochez tout ce qui s'applique.

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	5 681	1 419	675	714	672	1 590	611
Prévoient faire un voyage d'affaires à l'été	20 %	15 % ↓	16 % ↓	15 % ↓	20 %	25 % ↑	30 % ↑
n=	1 129	219	114	122	142	319	213
Sous-total : Canada	45 %	78 % ↑	66 % ↑	75 % ↑	69 % ↑	18 % ↓	6 % ↓
Québec	15 %	56 % ↑ ①	14 %	13 %	7 % ↓	9 % ↓	5 % ↓
Ontario	17 %	26 % ↑ ②	45 % ↑ ①	19 % ②	14 %	12 % ↓ ③	3 % ↓
Provinces de l'Atlantique	11 %	9 %	13 %	42 % ↑ ①	9 %	5 % ↓	3 % ↓
Ouest canadien	15 %	7 % ↓	15 % ③	11 %	52 % ↑ ①	8 % ↓	2 % ↓
Reste du Canada	8 %	7 %	14 % ↑	7 %	18 % ↑ ③	4 % ↓	2 % ↓
États-Unis	30 %	12 % ↓ ③	29 % ②	16 % ↓ ③	24 % ↓ ②	75 % ↑ ①	13 % ↓ ②
Europe	30 %	8 % ↓	14 % ↓	7 % ↓	15 % ↓	16 % ↓ ②	85 % ↑ ①
Ailleurs dans le monde	8 %	6 %	13 % ↑	1 % ↓	7 %	7 %	11 % ↑ ③

Base 1 : totale (n= 5 681).

Base 2 : ensemble des répondants sondés qui feront un voyage d'affaires à l'été 2024 (n= 1 129).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché, lorsqu'ils diffèrent du total.

Destinations considérées pour un voyage d'affaires hors été 2024

QF8 à QF10 Dans le cadre d'un voyage d'affaires, quelle(s) destination(s) avez-vous l'intention de visiter...? *Cochez tout ce qui s'applique.*

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	5 681	1 419	675	714	672	1 590	611
Prévoient faire un voyage d'affaires hors été	21 %	15 % ↓	17 % ↓	17 % ↓	23 %	26 % ↑	29 % ↑
n=	1 196	225	118	133	157	344	219
Sous-total : Canada	41 %	65 % ↑	61 % ↑	65 % ↑	63 % ↑	14 % ↓	12 % ↓
Québec	15 %	45 % ↑ ①	18 % ③	15 %	12 % ↓	6 % ↓	8 % ↓
Ontario	16 %	20 % ②	36 % ↑ ①	19 % ②	19 % ③	9 % ↓	6 % ↓
Provinces de l'Atlantique	9 %	6 %	12 %	29 % ↑ ①	7 %	3 % ↓	3 % ↓
Ouest canadien	14 %	4 %	11 %	16 %	39 % ↑ ①	7 % ↓	5 % ↓
Le reste du Canada	9 %	10 %	14 % ↑	11 %	17 % ↑	2 % ↓	4 % ↓
États-Unis	30 %	19 % ↓ ③	27 % ↓ ②	13 % ↓	24 % ↓ ②	66 % ↑ ①	20 % ↓ ②
Europe	28 %	10 % ↓	11 % ↓	19 % ↓ ②	15 % ↓	19 % ↓ ②	71 % ↑ ①
Ailleurs dans le monde	12 %	11 %	18 % ↑ ③	8 %	12 %	11 % ③	15 % ③

Base 1 : totale (n= 5 681).

Base 2 : ensemble des répondants sondés qui feront un voyage d'affaires en dehors de la saison estivale (n= 1 196).

Notes : plusieurs choix de réponse possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Les chiffres 1, 2 et 3 illustrent les positionnements relatifs de chaque marché, lorsqu'ils diffèrent du total.



Annexe III

Profil des répondants

Profil sociodémographique (1/10)

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France	
	n= 3 961	997	496	492	498	984	494	
Sexe	Femme	50 %	50 %	52 %	52 %	52 %	47 % ↓	50 %
	Homme	49 %	50 %	47 %	48 %	48 %	53 % ↑	50 %
	Je me définis autrement	-	1 %	1 % ↑	-	-	-	-
	n= 3 961	997	496	492	498	984	494	
Âge	Sous-total : 18 à 34 ans	26 %	24 %	28 %	23 % ↓	26 %	30 % ↑	27 %
	18-24 ans	9 %	9 %	11 %	8 %	7 % ↓	11 %	11 %
	25-34 ans	17 %	15 %	17 %	15 %	19 %	19 %	16 %
	Sous-total : 35 à 54 ans	34 %	33 %	35 %	33 %	34 %	34 %	33 %
	35-44 ans	17 %	18 %	18 %	17 %	19 %	18 %	15 %
	45-54 ans	16 %	15 %	17 %	16 %	15 %	17 %	18 %
	Sous-total : 55 ans et plus	40 %	43 %	37 %	44 % ↑	40 %	36 % ↓	40 %
	55-64 ans	17 %	15 %	17 %	18 %	18 %	17 %	15 %
	65-74 ans	17 %	19 %	15 % ↓	19 %	15 %	14 % ↓	22 % ↑
	75 ans et plus	5 %	20 %	6 %	7 % ↑	7 % ↑	5 %	3 % ↓

Base : ensemble des répondants, excluant les « Préfère ne pas répondre » (n= 3 961).

Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Profil sociodémographique (2/10)

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	3 961	997	496	492	498	984	494
Employé à temps plein	49 %	51 %	47 %	47 %	46 %	48 %	53 % ↑
Retraité	26 %	29 % ↑	24 %	32 % ↑	23 %	18 % ↓	28 %
Employé à temps partiel	9 %	9 %	9 %	9 %	11 %	11 %	7 %
Travailleur autonome, chef d'entreprise	6 %	5 %	4 % ↓	5 %	9 % ↑	8 % ↑	3 % ↓
Étudiant	6 %	7 %	10 % ↑	4 % ↓	4 % ↓	5 %	5 %
Au foyer	4 %	2 % ↓	2 % ↓	2 % ↓	8 % ↑	7 % ↑	3 %
Sans emploi/en recherche	4 %	2 % ↓	6 % ↑	3 %	4 %	6 % ↑	2 % ↓
Autre	2 %	1 % ↓	2 %	1 %	2 %	3 % ↑	1 %

Occupation principale

Base : ensemble des répondants, excluant les « Préfère ne pas répondre » (n= 3 961).

Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Profil sociodémographique (3/10)

Plus haut niveau d'éducation complété

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	2 474	996	493	488	497	967	492
Secondaire, professionnel ou moins	25 %	28 %	22 % ↓	21 % ↓	29 % ↑	-	-
Collégial/Cégep/École technique	42 %	40 %	41 %	51 % ↑	36 % ↓	-	-
Universitaire	33 %	32 %	38 % ↑	28 % ↓	35 %	-	-
Secondaire, professionnel ou moins	-	-	-	-	-	22 %	-
Collégial ou école technique	-	-	-	-	-	36 %	-
Universitaire	-	-	-	-	-	42 %	-
Brevet de collèges, BEPC, BEP, CAP ou moins	-	-	-	-	-	-	17 %
Baccalauréat	-	-	-	-	-	-	29 %
Bac+2, diplôme d'enseignement supérieur	-	-	-	-	-	-	54 %

Base : variable. Ensemble des répondants, excluant les « Préfère ne pas répondre ».

Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Profil sociodémographique (4/10)

	Total	Québec	Ontario	Provinces de l'Atlantique	Ouest canadien
n=	3 183	884	450	454	447
Sous-total : moins de 60 000 \$	34 %	28 % ↓	33 %	38 % ↑	31 %
Moins de 20 000 \$	6 %	3 % ↓	8 % ↑	3 % ↓	4 % ↓
De 20 000 \$ à 39 999 \$	12 %	9 % ↓	10 %	18 % ↑	11 %
De 40 000 \$ à 59 999 \$	16 %	16 %	15 %	17 %	16 %
Sous-total : de 60 000 \$ à 99 999 \$	30 %	32 %	27 % ↓	32 %	32 %
De 60 000 \$ à 79 999 \$	16 %	14 %	16 %	19 % ↑	14 %
De 80 000 \$ à 99 999 \$	14 %	18 % ↑	11 % ↓	13 %	18 % ↑
Sous-total : 100 000 \$ à 149 999 \$	22 %	25 % ↑	23 %	21 %	22 %
De 100 000 \$ à 119 999 \$	11 %	13 %	12 %	10 %	11 %
De 120 000 \$ à 149 999 \$	11 %	12 %	11 %	11 %	11 %
Sous-total : 150 000 \$ et plus	14 %	15 %	18 % ↑	10 % ↓	16 %
De 150 000 \$ à 199 999 \$	8 %	9 %	11 % ↑	6 % ↓	10 %
200 000 \$ et plus	6 %	6 %	7 %	4 % ↓	6 %

Revenu brut du ménage (CAD)

Base : ensemble des répondants, excluant les « Préfère ne pas répondre » (n= 3 183).

Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste des Canadiens.

Profil sociodémographique (5/10)

		 États-Unis (Nord-Est)
		n= 948
Revenu du brut ménage (USD)	Sous-total : moins de 60 000 \$	40 %
	Moins de 20 000 \$	10 %
	De 20 000 \$ à 39 999 \$	14 %
	De 40 000 \$ à 59 999 \$	16 %
	Sous-total : de 60 000 \$ à 99 999 \$	28 %
	De 60 000 \$ à 79 999 \$	15 %
	De 80 000 \$ à 99 999 \$	13 %
	Sous-total : 100 000 \$ à 149 999 \$	18 %
	De 100 000 \$ à 119 999 \$	10 %
	De 120 000 \$ à 149 999 \$	8 %
	Sous-total : 150 000 \$ et plus	13 %
	De 150 000 \$ à 199 999 \$	6 %
	200 000 \$ et plus	7 %

		 France
		n= 477
Revenu mensuel net du ménage	Moins de 1999 €	18 %
	Sous-total : 2 000 € à 3 999 €	45 %
	De 2 000 € à 2 999 €	25 %
	De 3 000 € à 3 999 €	28 %
	Sous-total : 4 000 € et plus	11 %
	De 4 000 € à 4 999 €	17 %
	Plus de 5 000 €	11 %

Base 1 : ensemble des répondants américains, excluant les « Préfère ne pas répondre » (n= 948).

Base 2 : ensemble des répondants français, excluant les « Préfère ne pas répondre » (n= 477).

Profil sociodémographique (6/10)



QSIT Parmi les énoncés suivants, lequel décrit le mieux la composition de votre ménage?

		Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=		3 696	940	453	471	471	884	477
Situation familiale	Sous-total : en couple	71 %	74 %	70 %	72 %	72 %	65 % ↓	72 %
	Sous-total : présence d'enfants	38 %	38 %	38 %	31 % ↓	37 %	42 % ↑	42 % ↑
	n=	3 961	997	496	492	498	984	494
	Couple sans enfant à la maison	36 %	38 %	33 %	43 % ↑	38 %	28 % ↓	36 %
	Couple avec enfant(s) à la maison	30 %	31 %	29 %	26 % ↓	30 %	30 %	34 % ↑
	Personne vivant seule	22 %	20 %	22 %	23 %	21 %	24 %	21 %
	Famille monoparentale	5 %	4 %	5 %	3 % ↓	5 %	7 % ↑	6 %
	Autre	7 %	6 %	11 % ↑	5 % ↓	6 %	10 % ↑	3 % ↓

Base 1 : ensemble des répondants, excluant les « Autre » (n= 3 696).

Base 2 : ensemble des répondants (n= 3 961).

Note : les flèches ↑ et ↓ indiquent des différences significatives entre le marché et le reste de l'échantillon.

Profil sociodémographique (7/10)

Marché d'origine

	Total	 Québec	 Ontario	 Provinces de l'Atlantique	 Ouest canadien	 États-Unis (Nord-Est)	 France
n=	3 961	997	496	492	498	984	494
Sous-total : Canada	67 %	100 %	100 %	100 %	100 %	-	-
Québec	17 %	100 %	-	-	-	-	-
Ontario	17 %	-	100 %	-	-	-	-
Sous-total : Provinces de l'Atlantique	17 %	-	-	100 %	-	-	-
Nouveau-Brunswick	6 %	-	-	33 %	-	-	-
Nouvelle-Écosse	7 %	-	-	39 %	-	-	-
Île-du-Prince-Edward	1 %	-	-	5 %	-	-	-
Terre-Neuve-Labrador	4 %	-	-	22 %	-	-	-
Sous-total : Ouest canadien	17 %	-	-	-	100 %	-	-
Alberta	7 %	-	-	-	41 %	-	-
Colombie-Britannique	10 %	-	-	-	59 %	-	-
Sous-total : États-Unis	17 %	-	-	-	-	100 %	-
Nouvelle-Angleterre	13 %	-	-	-	-	81 %	-
Atlantique-Centre	3 %	-	-	-	-	19 %	-
France	17 %	-	-	-	-	-	100 %

Base : ensemble des répondants (n= 3 961).

Profil sociodémographique (8/10)



Québec

Q06 Où se situe votre lieu de résidence principale ?

Grande région de Montréal	50 %
Grande région de Québec	10 %
Ailleurs au Québec	40 %



Ontario

Q07 Dans quelle région de l'Ontario habitez-vous?

Grande région de Toronto	44 %	Windsor - Sarnia	4 %
Grande région d'Ottawa	11 %	Nord-Est	4 %
Hamilton - Niagara Peninsula	11 %	Muskoka – Kawarthas	3 %
Kitchener - Waterloo – Barrie	10 %	Nord-Ouest	2 %
Grande région de London	6 %	Stratford - Bruce Peninsula	2 %
Kingston-Pembroke	4 %		

Base 1 : ensemble des répondants québécois (n= 997).

Base 2 : ensemble des répondants ontariens (n= 496).

Profil sociodémographique (9/10)



Nord-Est des États-Unis

Q03 Dans quel État habitez-vous?

Nouvelle-Angleterre		Atlantique Centre	
Massachusetts	13 %	New York	34 %
New Hampshire	3 %	Pennsylvanie	23 %
Maine	2 %	New Jersey	17 %
Rhode Island	2 %	Connecticut	6 %
Vermont	1 %	Delaware	-
		District de Columbia	-
		Maryland	-
		Virginie	-
		Virginie-Occidentale	-

Base : ensemble des répondants américains (n= 984).

Profil sociodémographique (10/10)



France

Q03 Dans quelle région résidez-vous?

Île-de-France	21 %	Pays de la Loire	6 %
Auvergne-Rhône-Alpes	11 %	Bretagne	6 %
Hauts-de-France	10 %	Normandie	6 %
Occitanie	9 %	Bourgogne-Franche-Comté	4 %
Nouvelle-Aquitaine	9 %	Centre-Val de Loire	3 %
Grand Est	8 %	Corse	-
Provence-Alpes-Côte d'Azur	8 %		

Base : ensemble des répondants français (n= 494).