



**Sondage annuel sur l'expérience
des visiteurs en voyage d'agrément à Montréal**

Année 2010

Sommaire exécutif

Service de la recherche – Tourisme Montréal



Objectifs de l'étude

- Tracer le portrait des visiteurs ayant séjourné à Montréal dans un contexte de voyage d'agrément.
- Déterminer les perceptions et mesurer leur niveau de satisfaction à l'égard des différentes composantes de leur expérience montréalaise.
- Suivre l'évolution des indicateurs de performance tout au long de l'année de manière à pouvoir comparer les résultats selon la période de visite.
- Faire une évaluation comparative des indicateurs selon les différentes périodes et groupes cibles.

Approche méthodologique

- Un sondage Web a été réalisé auprès des touristes de 18 ans et plus ayant effectué un séjour d'agrément de **deux nuitées ou plus** à Montréal au cours de l'année 2010.
- Ces touristes avaient été préalablement recrutés par différentes approches : bureaux d'accueil touristique, attractions et hôtels de Montréal, recrutement sur les sites de plusieurs événements ou sites touristiques majeurs de Montréal, ainsi qu'à partir de la base de données transactionnelle du site Web de Tourisme Montréal.
- Au total, 2 895 personnes ont répondu au sondage Web, ce qui correspond à une marge d'erreur de 2 %.

Portrait des séjours à Montréal

Notons que le portrait présenté ici est représentatif des voyageurs d'agrément ayant répondu au sondage. Le sondage exclut les voyageurs ayant séjourné une seule nuit ou moins à Montréal.

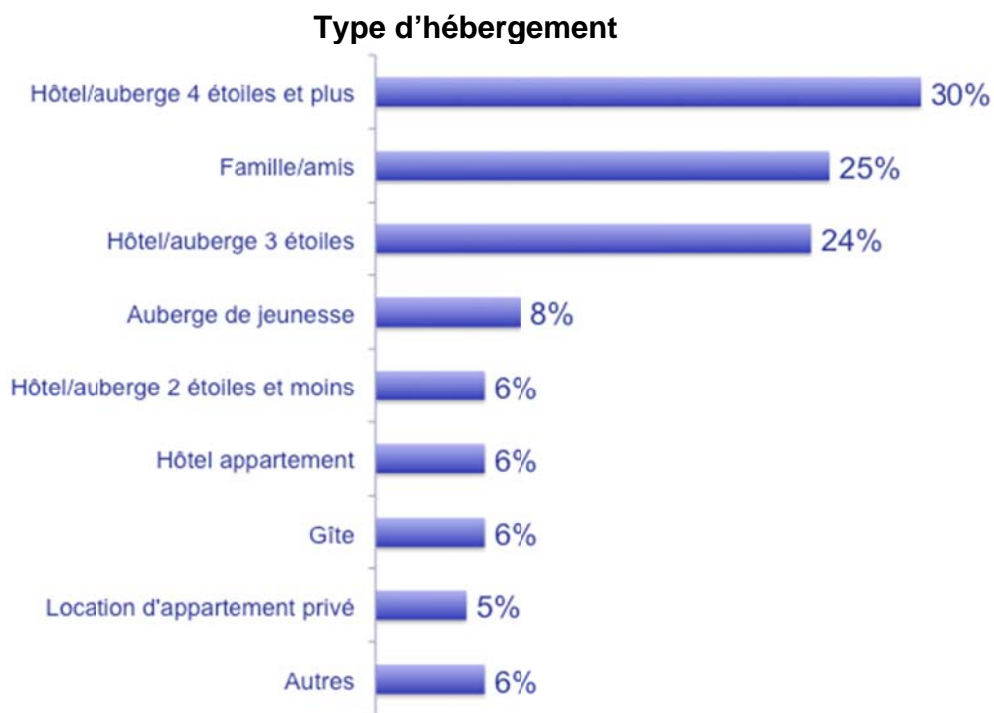
- 96 % des répondants au sondage voyagent de manière individuelle plutôt qu'en groupe organisé. La taille moyenne du groupe est de 2,7 personnes, le plus souvent des couples – surtout pour les visiteurs canadiens et américains – ou des amis.



Q23. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux qui vous accompagnait lors de votre séjour à Montréal ?

- Un répondant sur deux n'a effectué qu'un seul séjour d'agrément à Montréal au cours des 5 dernières années. Les Québécois se révèlent naturellement plus actifs dans le tourisme montréalais puisqu'ils sont 72 % à avoir effectué 5 séjours et plus à Montréal sur 5 ans (vs 29 % dans l'ensemble).
- Les séjours sont de courte durée, majoritairement de 2 à 3 nuitées. Logiquement, plus les touristes viennent de loin et plus ils demeurent longtemps sur place. On remarque les surreprésentations suivantes :
 - Les visiteurs provenant de l'extérieur du Canada et des États-Unis pour les séjours de 8 nuitées et plus;
 - Les visiteurs provenant du Canada (mais de l'extérieur du Québec) et des États-Unis pour les séjours de 4 à 7 nuitées;
 - Les Québécois et les Ontariens pour les séjours de 2 à 3 nuitées.
- En général, les répondants au sondage ont fait des séjours plus longs durant la saison estivale plutôt qu'à tout autre moment de l'année.

- C'est aussi lors de la période estivale que l'achalandage touristique est le plus important.
- Le profil de la provenance des visiteurs d'agrément varie sensiblement selon la période. On note les surreprésentations suivantes de lieux d'origine des visiteurs selon le mois :
 - De janvier à mars : Québec et Est du Canada;
 - Mai : Ontario et Est du Canada;
 - En août : Europe (entre autres, la France);
 - En novembre/décembre : Ontario et États-Unis.
- Les répondants au sondage s'hébergent principalement :
 - À l'hôtel (4 étoiles ou 3 étoiles), particulièrement les Canadiens et Américains;
 - Chez de la famille/amis, surtout les Québécois;
 - On note une plus grande diversité de modes d'hébergement parmi les visiteurs provenant de l'Europe.

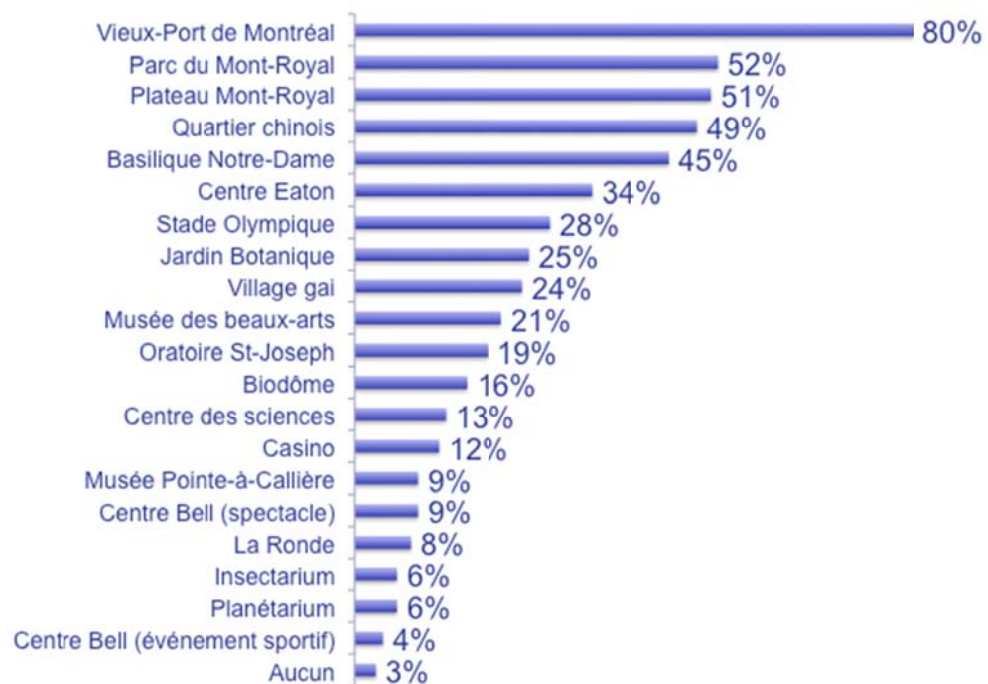


Q13. Dans quel type d'hébergement avez-vous séjourné durant votre séjour à Montréal ?

Le séjour en détail

- Les lieux les plus fréquemment visités sont :
 - Le Vieux-Port
 - Le parc du Mont-Royal
 - Le Plateau Mont-Royal
 - Le Quartier chinois
 - La basilique Notre-Dame

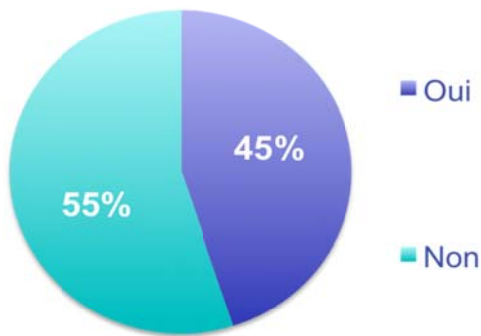
Lieux et attractions touristiques visités



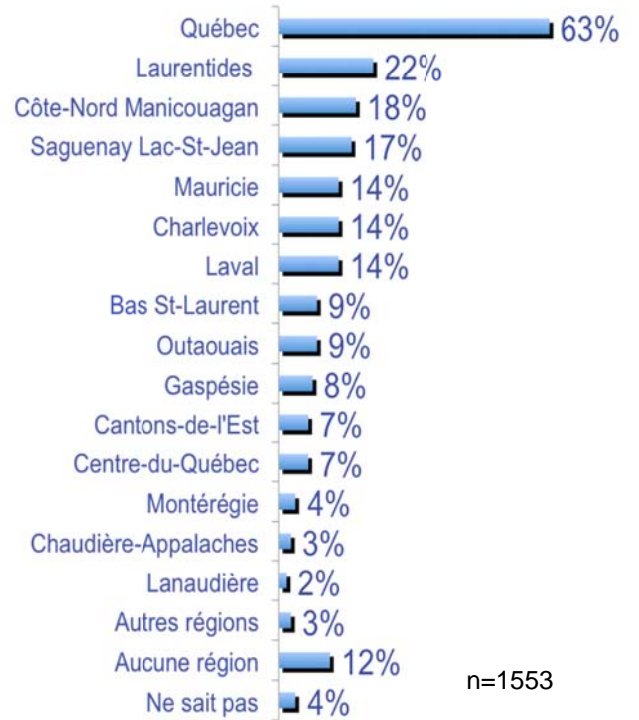
Q19. Parmi les lieux ou attraites touristiques suivants, lequel/lesquels avez-vous visité(s) durant votre séjour à Montréal ?

- Règle générale, plus les visiteurs viennent de loin, plus nombreux sont les sites et attractions qu'ils visitent.
- Une fois sur place, les répondants ont indiqué avoir trouvé les informations dont ils avaient besoin sur Internet (54 %) ou dans les brochures touristiques (51 % — principalement des cartes ou des guides).
- Ils se déplacent principalement en métro (68 %).

- 45 % des répondants au sondage ont indiqué avoir visité d'autres régions, dans le cadre du même séjour, particulièrement les visiteurs provenant de l'extérieur du Canada et des États-Unis.
- La région de Québec est, de loin, la plus visitée dans le cadre du séjour.



n=2895

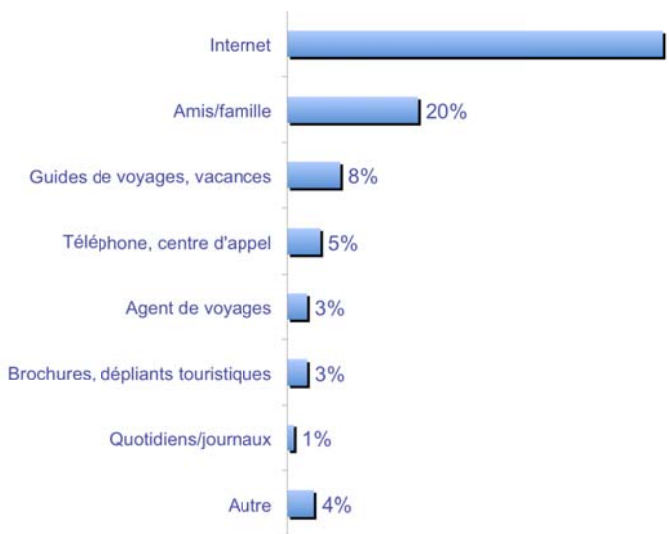


n=1553

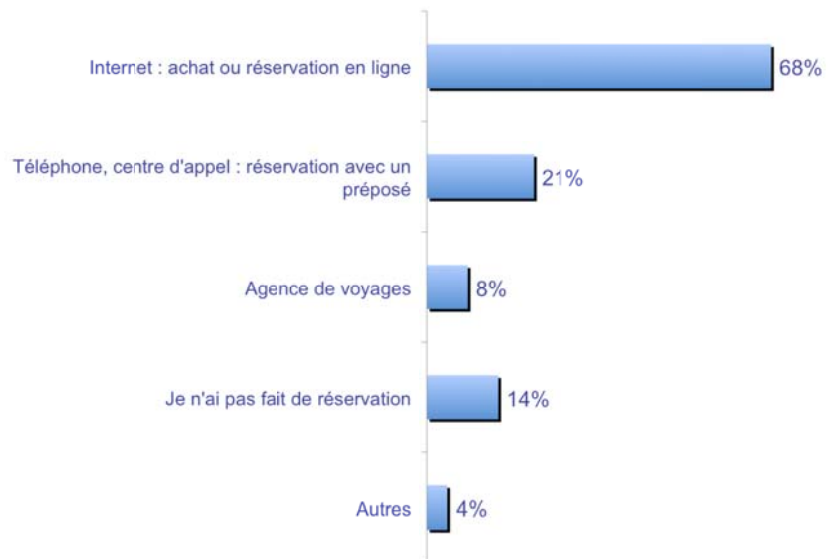
Processus de planification du séjour

- Le bouche-à-oreille est une source d'information et d'inspiration importante dans le choix de la destination.
- L'Internet demeure toutefois l'outil par excellence de planification, d'organisation et de réservation/achat du séjour à Montréal.

Principale source d'information



Moyen transactionnel

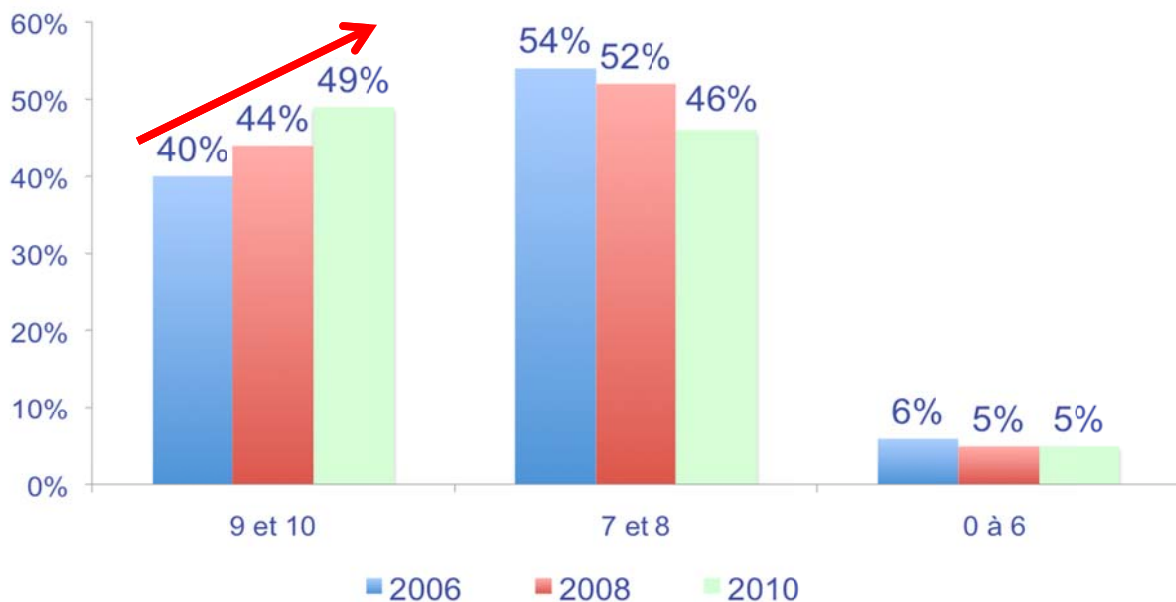


- Les délais de planification du séjour varient en moyenne entre 30 et 50 jours avant le départ. Les séjours comptant plus d'une destination seront planifiés plus à l'avance, alors que ceux qui ne visent que Montréal seront organisés dans de plus courts délais.
- Par ailleurs, les Québécois, plus proches de Montréal, consacrent moins de temps à organiser ce type de séjour.
- À la suite du séjour, c'est encore le bouche-à-oreille qui sera utilisé pour faire partager l'expérience du voyage (pour donner envie à d'autres de visiter Montréal), mais aussi l'Internet, et plus particulièrement Facebook.

Satisfaction à l'égard du séjour

- Une excellente note de satisfaction de 8,5/10 est décernée à Montréal. Cet indicateur est d'ailleurs en hausse constante depuis 2006.
- Les visiteurs provenant du Canada (de l'extérieur du Québec), des États-Unis et d'ailleurs en Amérique sont particulièrement satisfaits.

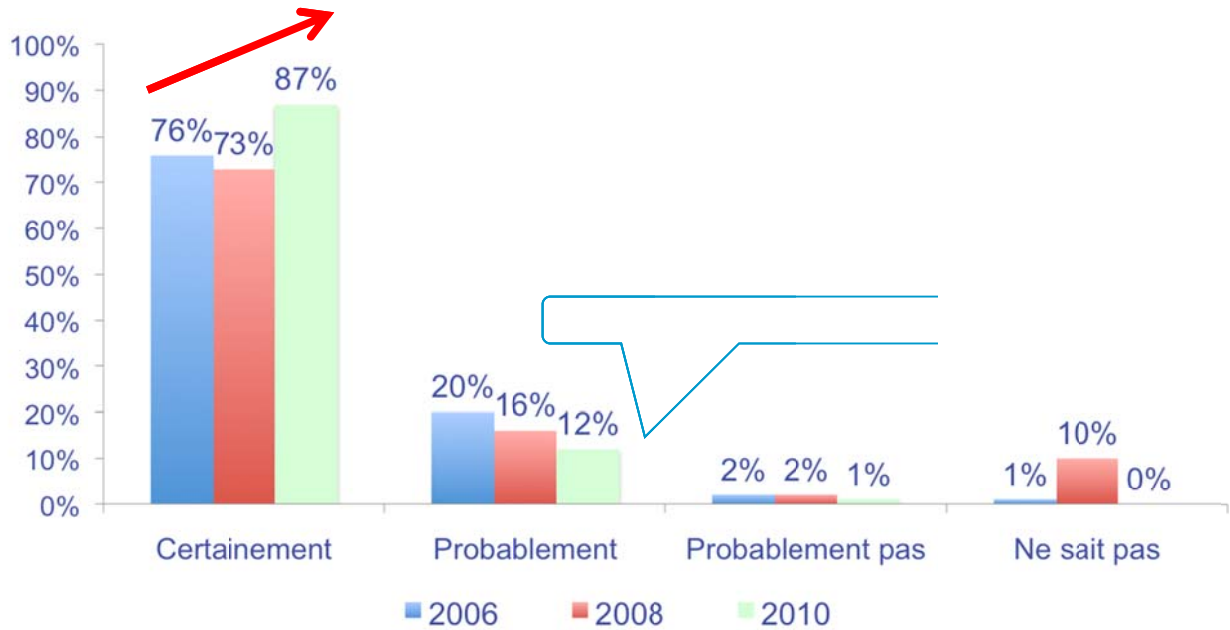
Satisfaction à l'égard du séjour



Q25. Globalement, quelle note de 0 à 10 (0 = nul, 10 = excellent) accordez-vous à votre séjour à Montréal?

- Un autre indicateur de la bonne santé du tourisme à Montréal est « l'intention de recommander Montréal ». Cet indicateur, déjà élevé par le passé, atteint un sommet en 2010.

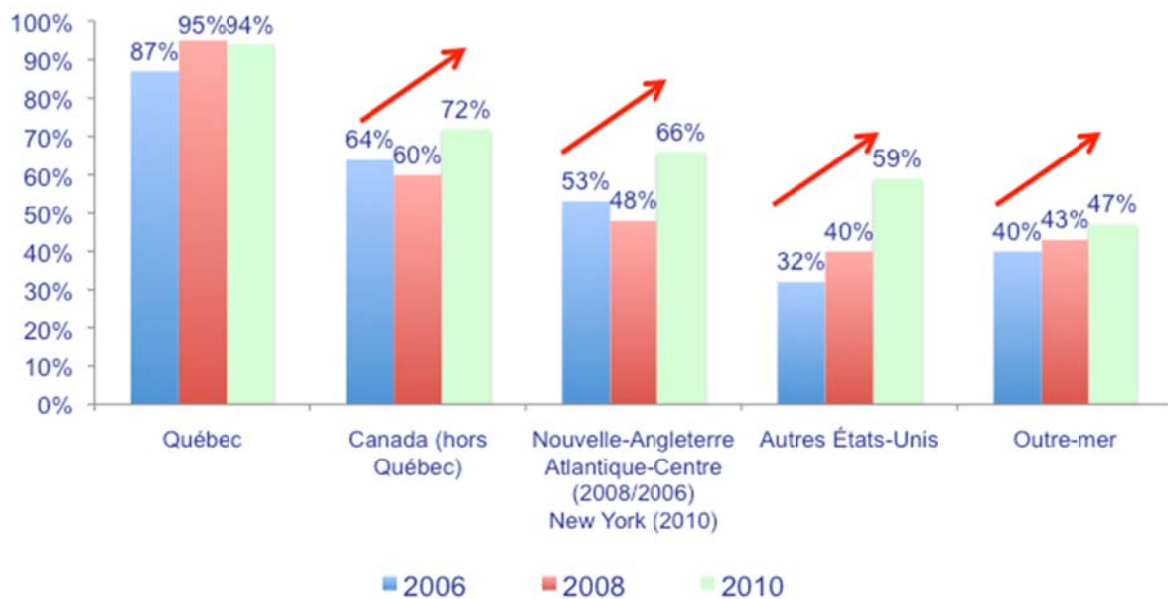
Intention de recommandation



Q29. Pensez-vous recommander un séjour à Montréal à des parents ou amis?

- Enfin, l'intention de retour à Montréal au cours des 5 prochaines années, est en croissance depuis 2006 et ce, pour tous les marchés.
- Certains marchés se distinguent tout de même par une croissance particulièrement forte de l'intention de retour à Montréal, entre autres, le marché des États-Unis.

Intention de retour



Q28. Envisagez-vous de revenir à Montréal au cours des cinq prochaines années?

- Montréal est très appréciée, entre autres pour son ambiance, sa vie culturelle et la diversité des activités possibles.
- Les infrastructures d'hébergement et la qualité et l'efficacité des services qui y sont offerts sont aussi particulièrement appréciées.

Satisfaction – Top 10

		Très satisfait
Ambian	# L'ambiance de la ville	68
	Les arts et la culture	67
	La facilité à s'organiser et à s'y retrouver dans la ville	62
Héber	# La courtoisie et la compétence du personnel de l'hébergement	66
	L'efficacité des procédures de réservation pour l'hébergement	63
	L'efficacité des procédures sur place de l'hébergement	62
Diver	# La diversité des restaurants	65
	Le divertissement offert par la ville	64
	La variété des activités possibles	63
	La variété et la qualité des bars et discothèques	61

- Les 5 éléments considérés comme les plus importants à expérimenter, selon les visiteurs, sont :
 - La visite de la ville (62 %)
 - Les transports en commun (43 %)
 - Les parcs et espaces verts (41 %)
 - La gastronomie locale (40 %)
 - Les événements et festivals (39 %)

En résumé

- Les habitudes de séjour à Montréal varient considérablement selon l'origine des visiteurs.

Toutefois, de manière générale, on constate que :

- Les séjours sont plutôt de courte durée et concentrés dans la saison estivale;
- Les hôtels traditionnels 4 ou 3 étoiles, ainsi que la famille ou les amis sont les modes d'hébergements les plus répandus;
- Le Vieux-Port est une attraction touristique particulièrement prisée;
- La recommandation de la famille et des amis représente la principale source d'influence dans le choix de la destination Montréal;
- L'Internet est le principal outil employé pour organiser le séjour à Montréal;
- Dans l'ensemble, un séjour à Montréal s'avère être une expérience très satisfaisante; une excellente raison pour recommander fortement la destination;
- L'ambiance de la ville, sa vie culturelle, les structures d'hébergement et la diversité des activités possibles constituent ses principales forces.

Veillez noter que le rapport complet des résultats du sondage est disponible sur le site Web de Tourisme Montréal (en français uniquement) : <http://www.tourisme-montreal.org/Tourisme-Montreal/Trousse-d-outils>