

ÉTATS GÉNÉRAUX DU TOURISME DE CHARLEVOIX

Présentation réalisée par Pierre-Paul Leduc
Directeur général SATQ-FEQ
2 février 2010



Trois fonctions importantes à considérer

- Capacité d'animer et de bonifier une destination ou un produit
- Capacité de promouvoir une destination ou un produit
- Capacité d'être l'attraction (première raison du déplacement)



- Quelques statistique sur les festivals et événements



Thématiques des festivals et événements

Thématique	2009	
	n	%
Alimentaire ou gastronomique	15	6,47
Art visuel	18	7,76
Artisanat et métier d'art	4	1,72
Carnaval ou événement hivernal	15	6,47
Cinéma ou théâtre	11	4,74
Country Western	7	3,02
Éco-nature	2	0,86
Ethnique ou folklorique	8	3,45
Événement automnal	5	2,16
Événement horticole	1	0,43
Expositions et produits agricoles	5	2,16
Familial	23	9,91
Fête nationale	3	1,29
Feux d'artifice	4	1,72
Historique ou commémoratif	6	2,59
Humour et arts de la rue	5	2,16
Montgolfière	4	1,72
Musical	54	23,28
Poésie ou littérature	3	1,29
Populaire	18	7,76
Sport	21	9,05
Total	232	100



Répartition des festivals et événements selon la période d'activité¹

Mois	2009		2008	
	Nombre d'événements	Répartition (%)	Nombre d'événements	Répartition (%)
Janvier	8	3,5	8	3,7
Février	12	5,3	10	4,6
Mars	4	1,8	4	1,8
Avril	1	0,4	2	0,9
Mai	14	6,1	14	6,5
Juin	39	17,1	40	18,4
Juillet	62	27,2	55	25,3
Août	43	18,9	51	23,5
Septembre	31	13,6	15	6,9
Octobre	12	5,3	14	6,5
Novembre	1	0,4	1	0,5
Décembre	1	0,4	3	1,4
Total	228	100	217	100

} 63,2 % (pour Juin, Juillet, Août)
 } 18,9 % (pour Septembre, Octobre)
 } 67,2 % (pour Juin, Juillet, Août)
 } 13,4 % (pour Septembre, Octobre)

¹ La période de l'activité représente le mois où le festival/événement a débuté. Par exemple, si un événement débute le 31 août, il sera classé dans le mois d'août.



Statistiques d'achalandage selon les catégories des festivals et événements

Catégorie		Nombre moyen de visiteurs 2008 (N = 180)	Médiane des visiteurs 2008 (N=180)
Alimentaire ou gastronomique	n=13	34 423	25 000
Art visuel	n=17	70 218	19 700
Artisanat et métier d'art	n=2*	22 500	22 500
Carnaval ou événement hivernal	n=8	201 138	30 000
Cinéma ou théâtre	n=9	82 367	30 155
Country Western	n=6	40 000	32 500
Éco-nature	n=1	nd	nd
Ethnique ou folklorique	n=8	103 487	61 250
Événement automnal	n=4*	32 125	32 500
Événement horticole	n=1	nd	nd
Expositions et produits agricoles	n=3*	140 500	7 500
Familial	n=15	49 878	30 000
Fête nationale	n=3*	355 000	35 000
Feux d'artifice	n=3*	140 200	100 000
Historique ou commémoratif	n=4*	114 303	23 606
Humour et arts de la rue	n=2*	28 150	28 150
Montgolfière	n=4*	167 125	170 000
Musical	n=44	174 394	21 500
Poésie ou littérature	n=3*	17 777	7 332
Populaire	n=16	33 700	22 100
Sport	n=14	44 171	23 500
Total	n=180	99 800	24 600

*Étant donné leurs petits échantillons, ces données doivent être utilisées à titre indicatif seulement.



Statistiques d'achalandage selon le regroupement de régions des festivals et événements

Regroupement de région		Achalandage moyen 2008	Médiane des visiteurs 2008
Montréal	n=27	306 247	115 000
Québec	n=13	326 923	80 000
Régions périphériques ¹	n=88	38 509	20 000
Régions ressources ²	n=52	39 550	21 150
Total :	180	99 800	28 000

¹Régions périphériques : Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec, Charlevoix, Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Laval, Montérégie, Outaouais.

²Régions ressources : Abitibi-Témiscamingue, Baie-James/Nunavik, Bas-Saint-Laurent, Duplessis, Gaspésie, Îles de la Madeleine, Manicouagan, Mauricie, Saguenay—Lac-Saint-Jean.



Intérêt pour les événements culturels/festivals québécois

(Étude du marché touristique hors-Québec - Voyageurs d'été)

Étude du marché touristique hors-Québec - Voyageurs d'été

- L'étude fut réalisée à partir d'un sondage quantitatif via un panel Internet. La population à l'étude est constituée de personnes âgées de 18 ans et plus dans les régions de Toronto, Ottawa, Boston ou New York. Ces répondants ont pris au moins 1 fois au cours des 24 derniers mois des vacances hors de leur l'état/province incluant au moins une nuit à l'extérieur.

Parmi les vacanciers qui connaissent les événements culturels/festivals québécois

% de répondants se disant intéressés et très intéressés	Total (%)	New York (%)	Boston (%)	Toronto (%)	Ottawa (%)
Festival d'Été de Québec	61	64	67	60	49
Festival Montréal en Lumières	56	61	63	50	44
Grands Feux Loto-Québec	54	54	59	50	47
Festival Juste pour Rire	54	46	47	62	65
Carnaval de Québec	53	48	53	59	54
Festival International de Jazz de Montréal	52	52	53	54	46
L'International des Feux Loto-Québec présenté par Telus	52	50	58	49	51
Festival d'Été de Tremblant	51	54	55	46	46
Festival de montgolfières de Gatineau	50	50	54	38	56
International de Montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu	43	47	52	36	29
Mondial des Cultures de Drummondville	42	50	47	38	23
Festival de Lanaudière	31	33	35	31	21

Q. Veuillez indiquer votre intérêt pour la fréquentation de ces événements culturels/festivals du Québec ...



Intérêt pour les événements culturels/festivals québécois (suite)

(Étude du marché touristique hors-Québec - Voyageurs d'été)

Parmi les vacanciers qui connaissent les événements culturels/festivals québécois

% de répondants se disant intéressés et très intéressés	Total (%)	New York (%)	Boston (%)	Toronto (%)	Ottawa (%)
Grand Prix du Canada – F1	27	23	24	32	32
Les Fêtes de la Nouvelle-France SAQ	27	27	26	28	24
FrancoFolies de Montréal	24	28	26	20	17
Festival Western de Saint-Tite	23	27	27	23	13
Challenge sur glace Continental et Carnaval de Sherbrooke	22	25	21	23	15
Régates Molson Dry de Valleyfield	22	23	23	22	17
Féria Vélo de Montréal	16	18	16	16	12
Challenge Bell présenté par la Banque Nationale du Canada	16	15	15	19	16
Coupe Rogers, étape des séries Masters de l'ATP	16	14	14	21	17
Divers/Cité	13	12	13	17	11

Q. Veuillez indiquer votre intérêt pour la fréquentation de ces événements culturels/festivals du Québec ...



Participation à des événements culturels lors du voyage au Québec – mentions assistées

(Étude du marché touristique hors-Québec - Voyageurs d'été)

Parmi les vacanciers ayant déjà visité le Québec

	Total (%)	New York (%)	Boston (%)	Toronto (%)	Ottawa (%)
Aucun	80	84	81	73	75
Festival International de Jazz de Montréal	6	5	7	8	6
Festival d'Été de Québec	5	5	5	6	6
Carnaval de Québec	3	3	3	4	3
Juste pour Rire	2	1	3	2	5
Grand Prix du Canada F1	2	1	1	4	1
Festival d'Été de Tremblant	2	3	1	2	3
Festival Montréal en lumières	1	0	3	1	1
Festival de montgolfières de Gatineau	1	0	0	1	8
Divers/Cité	1	0	2	1	1
L'International des Feux Loto-Québec	1	0	0	2	0
Les Grands Feux Loto-Québec	1	0	1	0	2
Féria Vélo de Montréal	1	0	1	1	0

Q. Au risque de vous répéter, quels événements culturels/festivals du Québec avez-vous fréquenté lors de votre dernier voyage?



Résultats 2008 - étude sur la provenance des clientèles

(Budget d'opération de 300 000 \$ et moins)

Profil des 21 festivals Budget d'opération de 300 00 \$ et moins		
Codes postaux valides fournis, incluant les mentions textes de pays étrangers	23 300	4,62 %
Provenance	Nb. de visiteurs ²	Ratio/visiteurs totaux
Canada	499 113	99,07 %
Clientèle locale (40 km et moins)	328 368	65,18 %
Province de Québec, 40 km et plus	162 007	32,16 %
Québec Total	488 387	96,94 %
Canada hors-Québec	10 725	2,13 %
États-Unis	1 467	0,29 %
Autres pays	3 234	0,64 %
Total de visiteurs résidants à plus de 40 km	175 444	34,82 %
Excursionnistes (résidants à plus de 40 km, mais ont effectué un aller-retour)³	61 365	12,18 %
Touristes (visiteurs ayant déclaré avoir séjourné 1 nuit ou plus pour assister au festival)	114 079	22,64 %
Achalandage déclaré par les festivals ¹	503 814	100,00 %

¹ Les données sur l'achalandage des festival sont non validées selon les méthodes reconnues par le ministère du Tourisme et ont été fournies par les festivals.



Résultats 2008 – étude sur l’achalandage et la provenance des clientèles

(Budget d’opération de plus de 300 000 \$)

Profil des 20 festivals Budget de 300 000 \$ et plus			
<i>Achalandage et provenance</i>	<i>TOTAL</i>	<i>Répartition</i>	<i>Moyenne du groupe</i>
Total	1 325 607	100,0 %	66 280
Personne unique	636 062	48,0 %	31 803
Local	890 152	67,2 %	44 508
Excursionniste	124 223	9,4 %	6 211
Touristique	311 228	23,5 %	15 561
<i>Québec</i>	203 713	15,4 %	10 186
<i>Autre prov.</i>	36 078	2,7 %	1 804
<i>USA</i>	19 424	1,5 %	971
<i>Autres pays</i>	52 034	3,9 %	2 602
Excur. et tour.	435 452	32,8 %	21 773
Proportion centrée			76,9%
Centré exc. et tour.	305 197	23,0 %	15 260



Résultats 2007 – étude sur l’achalandage et la provenance des clientèles

(Festivals du RÉMI)

Profil de 20 festivals du RÉMI			
<i>Achalandage et provenance</i>	<i>TOTAL</i>	<i>Répartition</i>	<i>Proportion centrée</i>
Total de visites	13 901 000	100,0 %	-
Local	9 443 000	67,9 %	-
Excursionnistes et touristes Québécois	311 228	22,4 %	77 %
Touristes hors-Québec	124 223	9,7 %	55 %



- Quelques statistiques sur les attractions touristiques



Catégories des attractions touristiques

Catégorie	n	%
Activité culturelle ou grand spectacle	11	5,58
Activité récréative ou sportive	29	14,72
Agrotourisme	3	1,52
Casino	3	1,52
Centre éducatif ou d'interprétation	18	9,14
Croisière ou excursion en bateau	10	5,08
Excursion en train	1	0,51
Jardin	4	2,03
Mine ou caverne	1	0,51
Musée ou galerie d'art	29	14,72
Parc aquatique	4	2,03
Parc d'attractions et d'amusement	9	4,57
Parc, site naturel ou réserve faunique	19	9,64
Rafting	1	0,51
Route ou circuit thématique	2	1,02
Site historique, patrimonial ou religieux	34	17,26
Théâtre ou salle de spectacles	3	1,52
Visite industrielle	10	5,08
Zoo ou aquarium	6	3,05
Total	197	100



Taux d'activité des attractions membres de la SATQ selon le regroupement de régions et les saisons

Regroupement de région	Activité estivale (%)	Activité automnale (%)	Activité hivernale (%)	Activité printanière (%)
Montréal	100	93,94	75,76	100
Québec	100	100	79,17	100
Régions périphériques ¹	100	86,02	47,31	90,32
Régions ressources ²	100	82,98	34,04	78,72
Total	100	88,32	52,79	90,36

¹Régions périphériques : Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec, Charlevoix, Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Laval, Montérégie, Outaouais.

²Régions ressources : Abitibi-Témiscamingue, Baie-James/Nunavik, Bas-Saint-Laurent, Duplessis, Gaspésie, Îles de la Madeleine, Manicouagan, Mauricie, Saguenay—Lac-Saint-Jean.



Statistiques d'achalandage selon le regroupement de régions des attractions touristiques avec frais d'admission

Regroupement de régions		Achalandage moyen 2009	Médiane des visiteurs 2009
Montréal	n=15	331 777	64 337
Québec	n=15	113 703	44 153
Régions périphériques ¹	n=38	102 392	15 659
Régions ressources ²	n=15	63 428	10 815
Total :	n=83	138 850	21 618

¹Régions périphériques : Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec, Charlevoix, Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Laval, Montérégie, Outaouais.

²Régions ressources : Abitibi-Témiscamingue, Baie-James/Nunavik, Bas-Saint-Laurent, Duplessis, Gaspésie, Îles de la Madeleine, Manicouagan, Mauricie, Saguenay—Lac-Saint-Jean.



Intérêt pour les attractions touristiques québécoises

(Étude du marché touristique hors-Québec - Voyageurs d'été)

Parmi les vacanciers qui connaissent les attractions touristiques québécoises

Répondants se disant intéressés et très intéressés	Total (%)	New York (%)	Boston (%)	Toronto (%)	Ottawa (%)
Vieux-Québec	78	74	79	78	80
Vieux-Montréal et les Quais du Vieux-Port	75	74	78	76	74
Observation de baleines sur l'estuaire du Saint-Laurent	69	70	60	74	74
Mont-Tremblant	58	60	61	54	61
Parc olympique	43	44	51	38	35
Musée canadien des civilisations	55	43	41	62	75
Fjord du Saguenay	55	56	57	54	52
Rocher Percé	52	45	50	54	62
Barrage hydroélectrique de la Baie-James	27	28	27	29	24

Q. Veuillez indiquer votre intérêt pour la visite de ces importantes attractions touristiques du Québec ...



Attractions touristiques visitées lors du voyage au Québec – mentions assistées

(Étude du marché touristique hors-Québec - Voyageurs d'été)

Parmi les vacanciers ayant déjà visité le Québec

Mentions spontanées	Total (%)	New York (%)	Boston (%)	Toronto (%)	Ottawa (%)
Vieux-Montréal et les Quais du Vieux-Port	51	54	54	44	39
Vieux-Québec	38	38	36	42	33
Parc olympique à Montréal	29	31	32	24	19
Tremblant et sa région avoisinante	9	8	4	14	26
Musée canadien des civilisations dans la région d'Ottawa/Gatineau	5	1	2	12	25
Rocher Percé	2	2	1	3	4
Observation de baleines sur l'estuaire du Saint-Laurent	4	4	1	5	3
Fjord du Saguenay	2	3	1	3	1
Central hydroélectrique de la Baie-James	1	1	1	0	0
Aucune	22	20	25	23	22

Q. Au risque de vous répéter, quelles régions du Québec ou attractions touristiques parmi celles-ci avez-vous visité lors de votre dernier voyage?



La qualité du produit

- Originalité/unicité
- Un lien fort avec le milieu et ses atouts
- Un processus d'innovation continu
- La capacité d'attirer une ou des clientèles particulières (niche, clientèle spécialisée)



Les conditions de succès (suite)

■ La qualité du service

Les prestations de services à la clientèle :

- Accueil
- Professionnalisme dans les relations avec la clientèle
- Communication de l'information
- Connaissance de la clientèle
- Mesure de la satisfaction de la clientèle
- Traitement des plaintes

Les ressources humaines :

- Planification organisationnelle
- Formation du personnel par rapport à la qualité
- Encadrement du personnel

Les équipements disponibles pour les clientèles :

- Utilisation d'équipements appropriés
- Entretien des équipements



Les conditions de succès (suite)

- La qualité du service (suite)

Les clientèles ayant des contraintes ou besoins particuliers :

- Politique d'accueil et de service
- Formation
- Diffusion de l'information concernant l'accessibilité

La sécurité de la clientèle :

- Plan de gestion des risques
- Plan d'urgence

Le respect de l'environnement naturel et humain

Fournisseurs, sous-traitants et concessionnaires



Les conditions de succès (suite)

- Une perspective de développement durable

Dimension économique

Dimension sociale

Dimension environnementale

