

Conférence tourisme rural

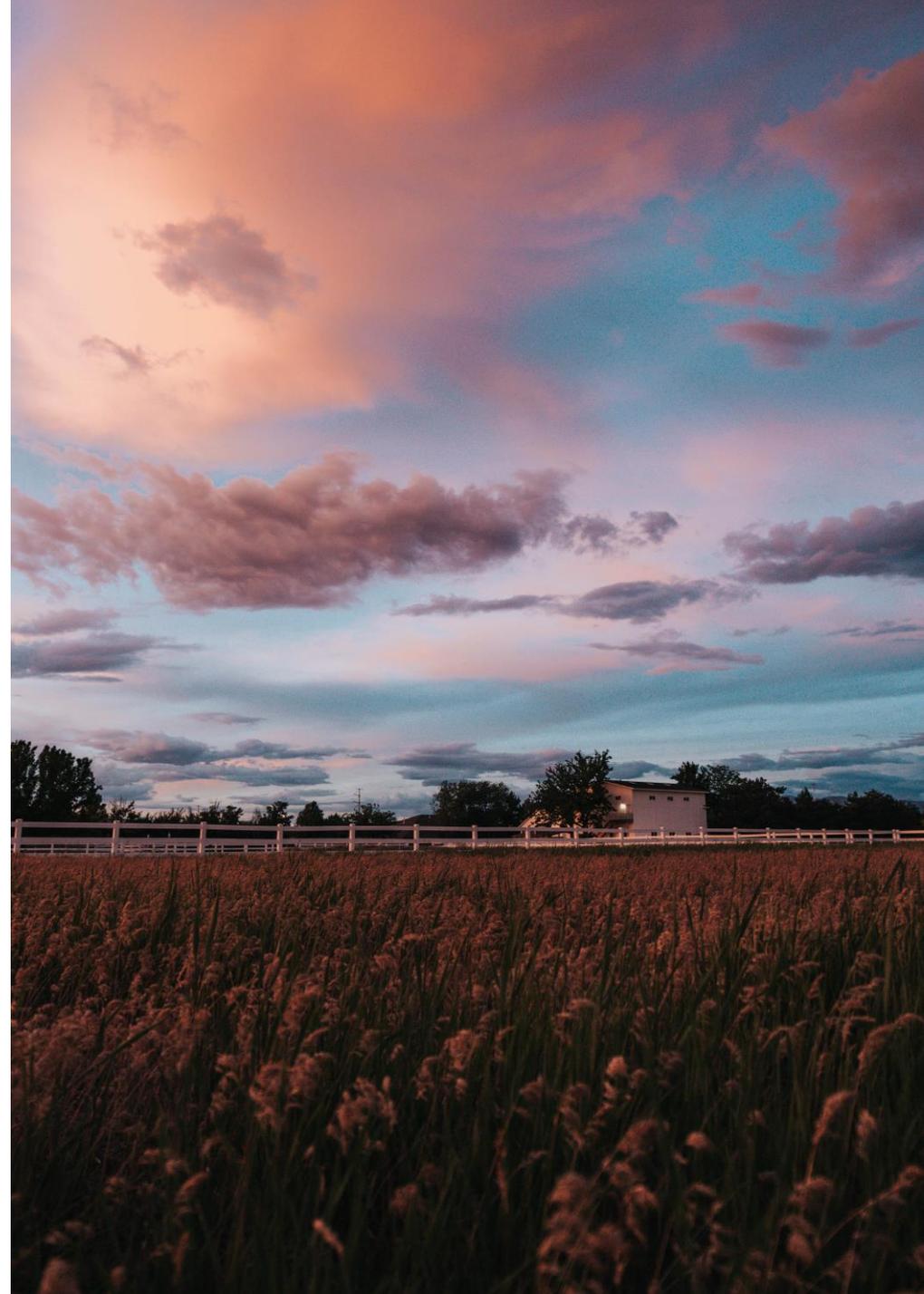
Par Élisabeth Sirois

Dans le cadre de la tournée du 40e
anniversaire de Tourisme Outaouais

Avril 2022

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQÀM

OUTAOUAIS
tourismeoutaouais.com



À propos de la Chaire de tourisme Transat



- Veille dédiée/ciblée;
- Étalonnage;
- Enquêtes quantitatives;
- Entrevues, groupes de discussion et communautés en ligne;
- Collecte et analyse de données secondaires;
- Approche méthodologique sur mesure;
- Diagnostics et recommandations;
- Animation et conférence.

Plan de présentation

1

Comportements des clientèles québécoises

2

Intentions de voyage

3

Revue des tendances en tourisme

- Hébergement
- Agrotourisme et tourisme gourmand
- Attractions
- Plein air

4

Bibliographie



1

Comportements des clientèles québécoises

Quelques legs de la pandémie

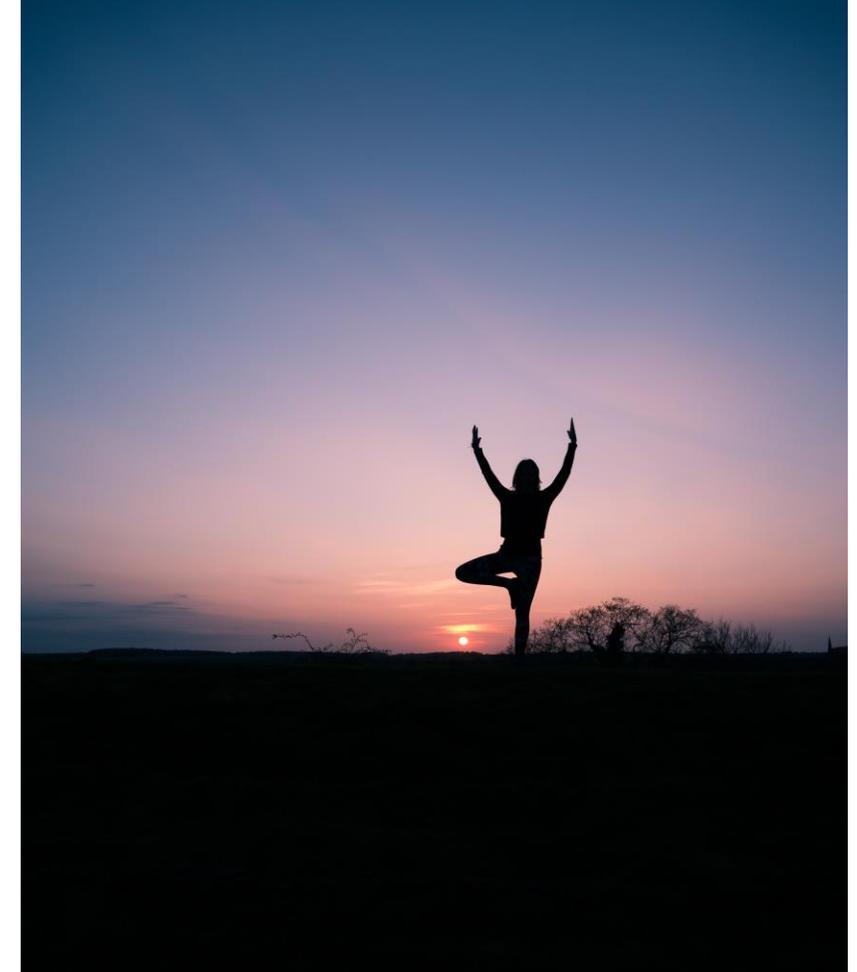
La quête du bien-être

- Les Québécois souhaitent se rapprocher de la nature pour son effet thérapeutique.
- Ils consacrent plus de temps et d'argent pour prendre soin de leur santé physique et mentale.

À retenir



Mettre en valeur les atouts de la nature et les grands espaces comme promesse de bien-être aux visiteurs.



Source de l'image : [Unsplash](#)

Quelques legs de la pandémie

Le tourisme de proximité

- Les résidents sont des consommateurs de l'offre touristique locale (surtout depuis les 2 dernières années) ; prise de conscience de l'intérêt touristique du Québec.
- Les coûts associés aux voyages et la sensibilité aux enjeux climatiques pourraient inciter certains à voyager plus localement à l'avenir.

À retenir



Considérer les résidents comme une clientèle dans les communications.

Proportion des voyageurs québécois ayant effectué un séjour au Québec à l'été 2021 par rapport à 2020



	Été 2021 (n = 1 206)	Été 2020 (n = 1 172)
A fait au moins un séjour d'une nuit	86%	64%
A fait un court séjour (1 à 3 nuits)	68%	53%
A fait un moyen séjour (4 à 13 nuits)	35%	24%
A fait un long séjour (+ de 13 nuits)	7%	6%

Base : variable. Ensemble des répondants de chaque étude.

Source : Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 4 décembre 2021 auprès de 1 206 voyageurs québécois âgés de 18 à 74 ans.
Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 18 au 24 novembre 2020 auprès de 1 172 voyageurs québécois âgés de 18 à 74 ans.

Quelques legs de la pandémie

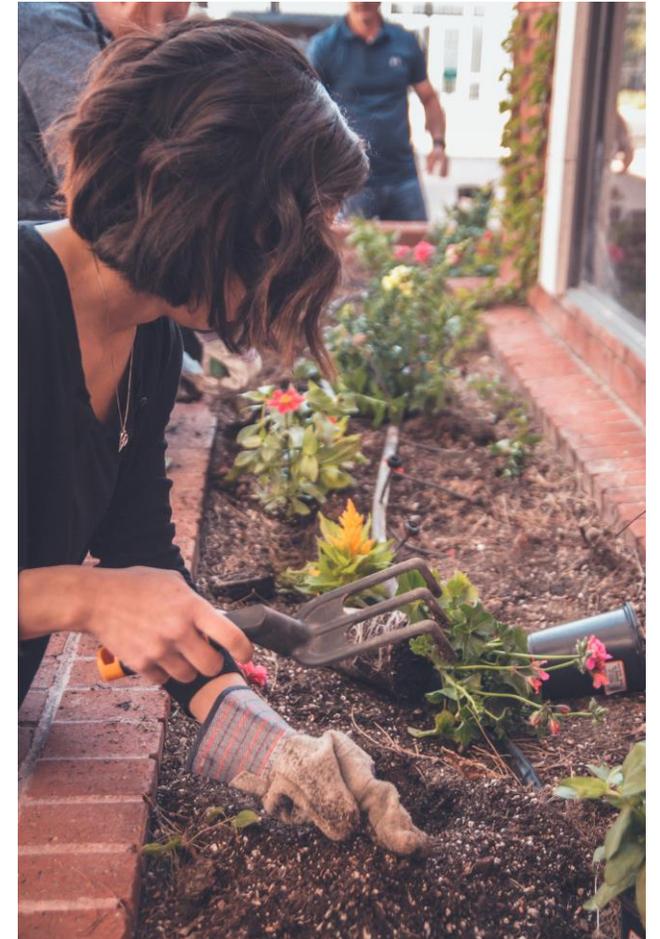
La recherche d'expériences qui reflètent l'essence de la communauté

- Les Québécois recherchent des expériences ancrées dans le territoire. Ils veulent découvrir les spécialités du coin, la communauté locale, leurs coups de cœur et leurs lieux de prédilection.
 - Exemple de la collaboration entre les Cantons-de-l'Est et l'organisation Rues Principales.
- Phénomène du tourisme lent ; voyager lentement permet de mieux comprendre les modes de vie de la destination visitée, en rencontrant les locaux et en développant une connexion plus profonde avec eux.

À retenir



Faciliter une cohabitation harmonieuse entre les résidents et les visiteurs contribue à l'attractivité de la destination.



Source de l'image : [Unsplash](#)

Quelques legs de la pandémie

Le télétravail

- Le télétravail engendre une réorganisation du travail qui permet plus de flexibilité aux travailleurs.
- Phénomène de *workation*.
 - « Contraction des mots anglais *work* (travail) et *vacation* (vacances) et se caractérise par des séjours en télétravail durant lesquels des périodes libres ou des journées de congé sont consacrées aux vacances ». *

Prolongation du séjour ? Profiter des périodes moins achalandées ?

À retenir



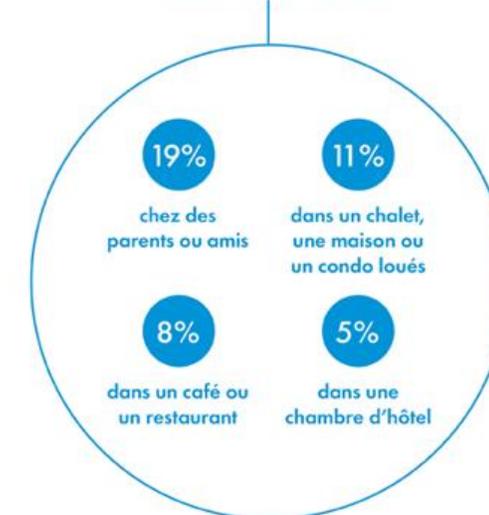
Développer des offres qui correspondent aux besoins des télétravailleurs.

Explorer de nouveaux lieux pour télétravailler

Parmi les voyageurs québécois,

42% se trouvaient en situation de télétravail en 2021
(19% en totalité et 23% en partie)

38% en ont fait hors de leur résidence principale



Base 1 : totale (n = 1 206)

Base 2 : ensemble des répondants ayant fait du télétravail en 2021 (n = 569)

Base 3 : ensemble des répondants ayant fait du télétravail en 2021 qui possèdent une résidence secondaire (n = 106)

Source : Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1 206 voyageurs québécois âgés de 18 à 74 ans.

Quelques legs de la pandémie

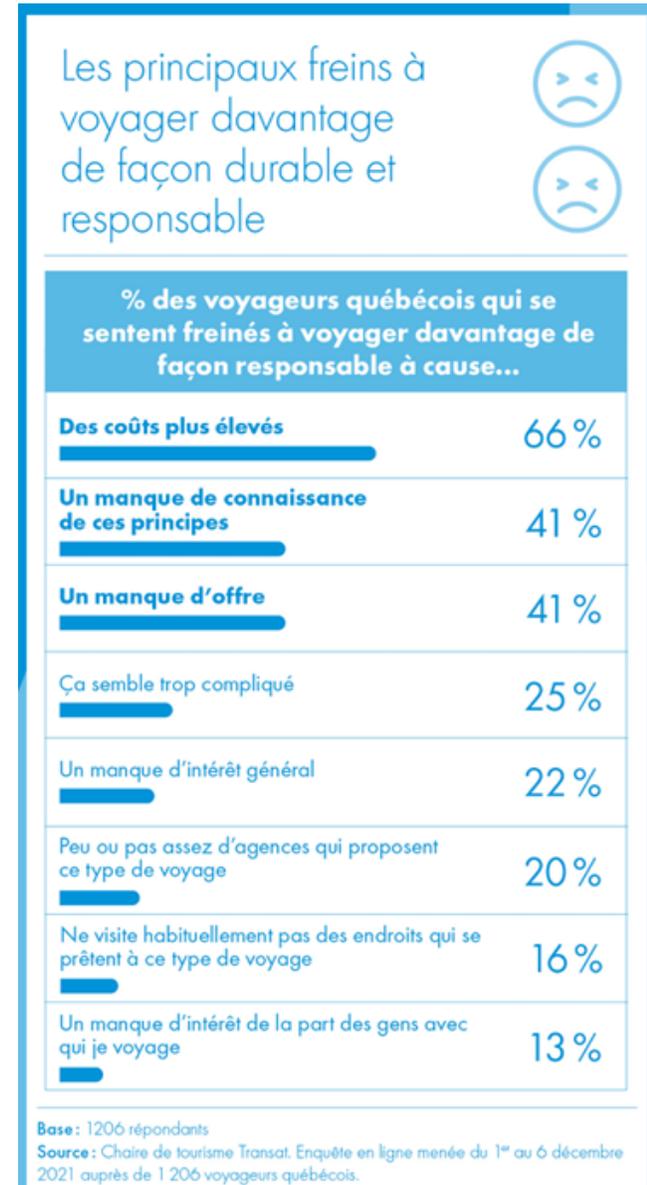
Une conscientisation face aux changements climatiques

- La pandémie a favorisé une prise de conscience pour des voyages plus responsables.
 - Deux voyageurs québécois sur trois souhaitent voyager de façon plus responsable ; *
 - Un répondant sur deux affirme être prêt à modifier ses habitudes de voyage, si cela peut aider à réduire son empreinte carbone. *

À retenir



Poursuivre la transition écologique en misant sur la connaissance, la créativité, les partenariats, les investissements et surtout sur une démarche collective et concertée.



Quelques legs de la pandémie

L'omniprésence numérique

- La technologie est utilisée partout ; pour communiquer, travailler, se divertir, relaxer, planifier des voyages...
- Le développement des technologies pendant la pandémie a aidé au respect des mesures sanitaires (distanciation et sans-contact).
- Ce sont des habitudes qui vont perdurer.

À retenir



Investir pour assurer
une forte présence sur le Web et
pour offrir une
plateforme de réservation performante.



Source de l'image : [Unsplash](#)

2

Intentions de voyage

L'engouement pour le voyage est fort

La privation de vacances en 2021 et les intentions des voyageurs québécois en 2022

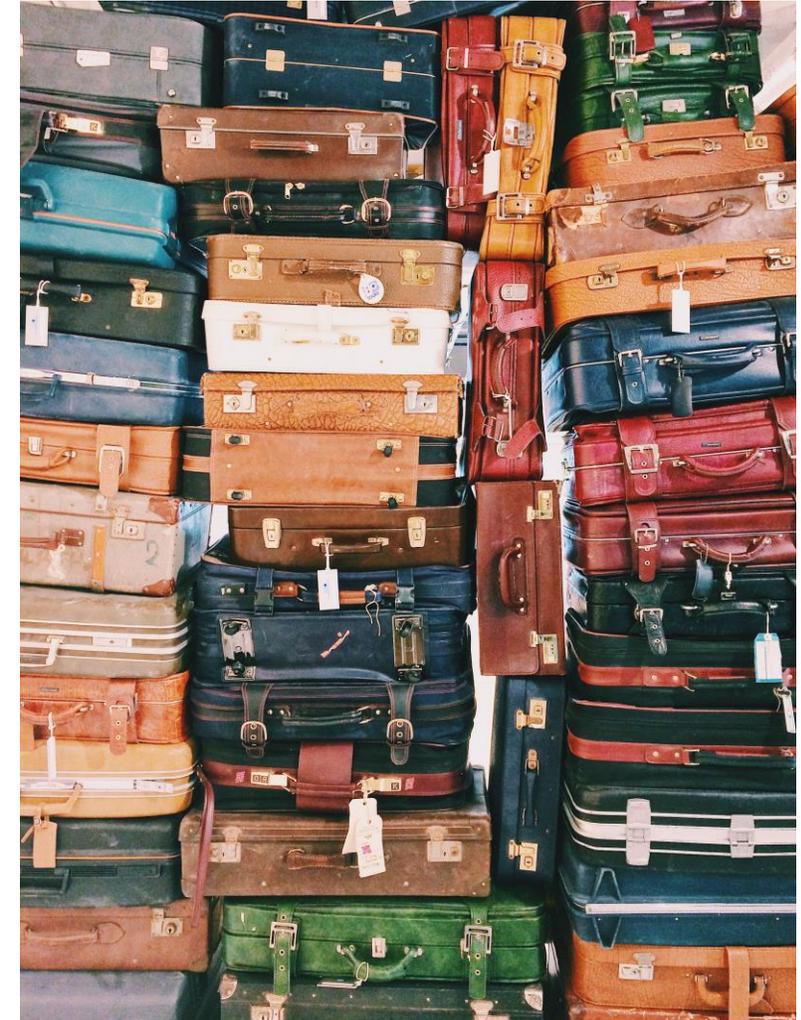
- Une majorité de Québécois ont l'impression de s'être privés de vacances en 2021 (53 %) ;
- Les travailleurs adultes du Québec prévoient prendre en moyenne 21 jours de vacances cette année (2022), et la grande majorité d'entre eux (95 %) admettent l'importance de prendre des vacances périodiques pour leur santé et bien-être.

– *Expedia 2022*

Les prévisions de voyages

- 81 % des répondants prévoient prendre au moins une fois des vacances avec leur famille et leurs amis au cours des six prochains mois.

– *Expedia en collaboration avec Wakefield Research novembre 2021*



Source de l'image : [Unsplash](#)

L'engouement pour le voyage est fort

L'intérêt envers les voyages

- Des milliers de personnes interrogées ont déclaré qu'elles seraient prêtes à renoncer aux concerts (71 %), à l'achat de nouveaux vêtements (64 %) ou aux soupers aux restaurants (36 %) pendant six mois ou plus afin de voyager.
– *Toluna Research 2022*

Les tendances mondiales en matière de voyages

- 86 % des personnes interrogées prévoient dépenser autant ou plus en voyages en 2022 par rapport à une année pré-pandémique typique ;
- 62 % des personnes interrogées prévoient faire 2 à 4 voyages en 2022 et 76 % prévoient voyager davantage en famille en 2022 qu'en 2021.
– *American Express Travel 2022*



Source de l'image : [Unsplash](#)

Un optimisme bien présent

Selon un sondage effectué par Destination Canada auprès de 1 800 répondants canadiens :

Réponses à l'affirmation : *Je me sens à l'aise de voyager...*

- Dans des communautés voisines à la mienne (85 %)
- Dans des communautés de ma province (86 %)
- Dans d'autres provinces ou territoires du Canada (76 %)
- Aux États-Unis (51 %)
- Dans d'autres pays (46 %)

Je me sens à l'aise de voyager... Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=76)*	Urban/Urbain (n=326)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	81%	85%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	93%	84%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	76%	75%
The United States / ... aux États-Unis	49%	50%
Internationally / ... dans d'autres pays	39%	47%



Source de l'image : [Unsplash](https://unsplash.com)

3

Revue des tendances en tourisme

Hébergement en nature

L'hébergement expérientiel

- L'hébergement expérientiel constitue parfois le produit d'appel, la destination.
- Grande diversification de l'offre de prêt-à-camper :
 - yourte, dôme, maison flottante, cabane dans les arbres ;
 - site patrimonial (église, couvent, monastère, etc.) ;
 - site autochtone (tipi, igloo, maison longue, etc.) ;
 - chalet écologique, hébergement éphémère, etc.

Hôtel UNIQ



Source de l'image : [Hôtel UNIQ](#)

Parc Omega



Source de l'image : [Parc Omega](#)

Hébergement en nature

Chalet

- Airbnb ou Chaletsalouer.com continue de prendre d'importantes parts de marché.
- Entre avril et juin 2021, les revenus d'Airbnb sont quatre fois plus élevés qu'en 2020 à la même période de l'année. Ceci représente une hausse de 10 % par rapport à 2019.
- Le chalet évoque notamment :
 - la création d'une bulle familiale, des moments mémorables en plein air avec les proches, la possibilité de relaxer/décrocher dans un milieu confortable en nature.

Les voyageurs québécois interrogés en décembre 2021 par la Chaire de tourisme Transat ont exprimé un intérêt significatif envers les chalets en nature (68 %) et les campings non traditionnels (45 %) pour un prochain séjour. Autour du tiers des sondés s'intéressent à la caravane/motorisé et au van aménagé.

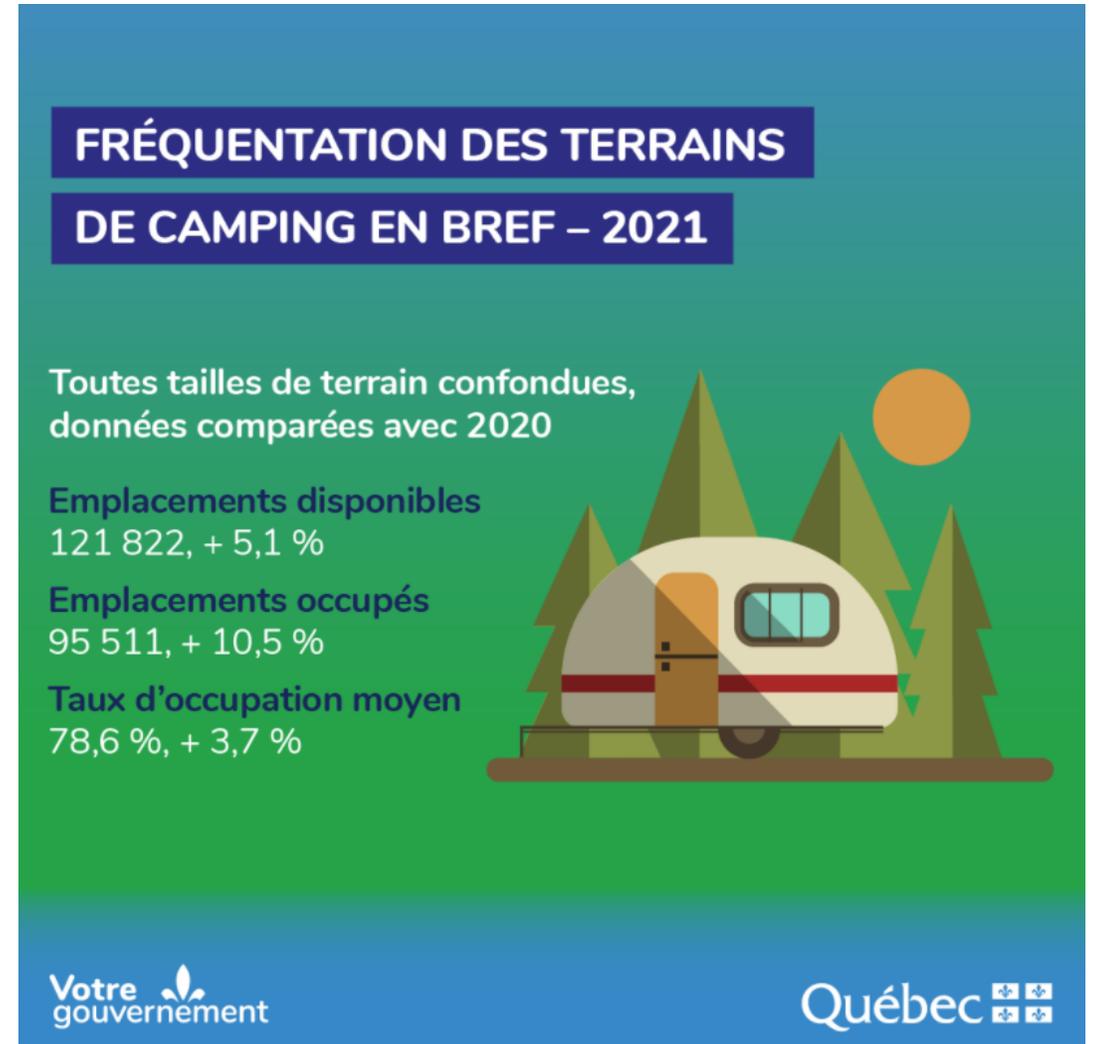


Source de l'image : [Unsplash](#)

Camping

- Il y a une croissance de la demande pour les campings de passage depuis le début de la pandémie.
- Taux d'occupation moyen des terrains de camping au Québec en 2021 :
 - 78,6 % de fréquentation par tous les types de campeurs (hausse de 3,7 %) ; *
 - 57,3 % de fréquentation par les campeurs saisonniers (hausse de 0,9 %) ; *
 - 49,9 % de fréquentation par les campeurs de passage (hausse de 7,4 %) . *

* En comparaison avec 2020.



Source de l'image : [Twitter Tourisme Québec](#)

Hôtellerie

Redéfinition des espaces communs

- Les hôtels se transforment pour accueillir les télétravailleurs qui nécessitent un lieu physique pour rencontrer des clients ou pour des réunions d'équipes.
- Le secteur hôtelier établit des partenariats avec d'autres secteurs d'activité ayant souffert de la pandémie pour valoriser certains espaces inoccupés

Projet Passerelle – Hôtel Monville



Source de l'image : © Sylviane Robini

Hôtellerie

Démarche de transition durable

- Les clients s'informent et se questionnent de plus en plus face aux démarches durables mises en place par les hôtels (utilisation de produits nettoyants écologiques, réduction de l'utilisation de plastique à usage unique, offre de restauration avec produits locaux et de saison...)

Domaine Château Bromont



Source de l'image : [Domaine Château Bromont](#)

Hôtellerie

Utilisation des nouvelles technologies

- Le sans-contact pour une expérience client sécuritaire (utilisation du téléphone intelligent personnel pour clé mobile ou pour enregistrement en ligne, robotisation du service aux chambres...)
- Infrastructure numérique efficace et actuelle (service Internet rapide, système de divertissement moderne – Netflix, Youtube, Spotify)



Source de l'image : [Unsplash](https://unsplash.com)

Agrotourisme et tourisme gourmand

Plateformes de mutualisation et d'organisation de l'offre

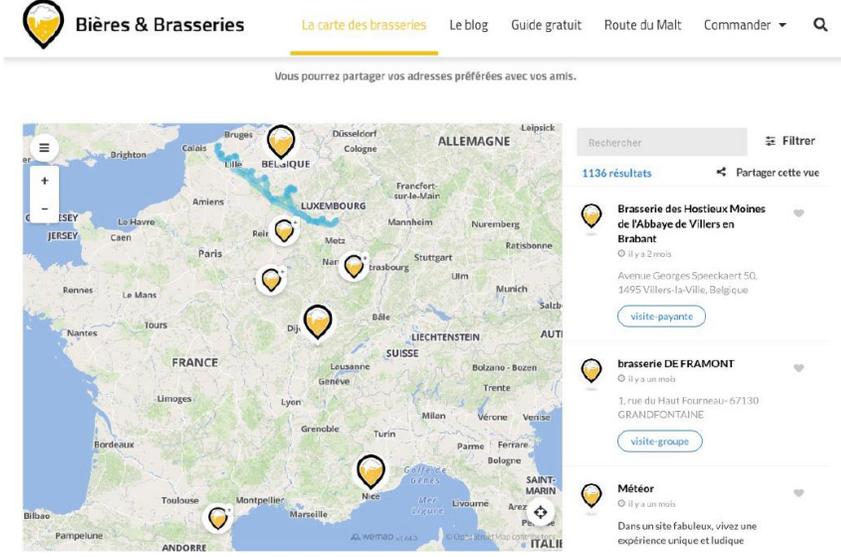
- Essor des cartes interactives/plateformes en ligne ou applications qui permettent de trouver des producteurs, commerces alimentaires et restaurateurs locaux près de chez soi.
- Il est intéressant de favoriser des critères spécifiques garantissant l'origine régionale du produit et sa qualité.

Application mobile *Taste of Nova Scotia*



Source de l'image: [Taste of Nova Scotia](#)

Carte interactive Bières & Brasseries



Source de l'image: [Bières & Brasseries](#)

Agrotourisme et tourisme gourmand

Expériences mixtes

- Favoriser des partenariats locaux avec des industries complémentaires.
- Combiner des expériences gastronomiques avec d'autres secteurs d'activité permet d'élargir sa clientèle cible.
 - Par exemple une sortie en plein air combinée avec une dégustation de produits du terroir.

Saria Aventure – Yoga vignoble



Source de l'image : [Saria Aventure](#)

Agrotourisme et tourisme gourmand

Pratiques durables

- Promouvoir ses pratiques durables. Que cela concerne
 - Démarches en économie circulaire ;
 - Approvisionnement responsable et local ;
 - Mesures anti-gaspillage ou zéro déchet ;
 - Revalorisation des déchets alimentaires ;
 - Utilisation d'emballages et d'ustensiles compostables, recyclables ou comestibles.

Le Kamouraska – Microbrasserie Tête d'Allumette



Source de l'image : [Microbrasserie Tête d'Allumette](#)

MicroBrasserie Charlevoix



Source de l'image : [MicroBrasserie Charlevoix](#)

Agrotourisme et tourisme gourmand

Itinéraires gourmands

- Les voyageurs québécois sont à la recherche d'expériences qui reflètent l'essence de la communauté visitée.
- Les itinéraires gourmands sont un moyen original de découvrir une destination : sa culture, son histoire, ses habitants et ses lieux.

Zofa Excursions - Charlevoix



Source de l'image : [Zofa Excursions](#)

Trail 579 – New Jersey



Source de l'image : [579 Trail](#)

Agrotourisme et tourisme gourmand

L'intégration des technologies

- L'utilisation des technologies en agrotourisme a permis à plusieurs producteurs de garder contact avec leurs clientèles malgré les restrictions de déplacements en lien avec la COVID-19.
- Allier la technologie à la découverte d'attraits ou d'expériences permet de promouvoir son offre par le biais d'une expérience ludique et interactive.
- Cela permet également de cibler de nouveaux segments de clientèles potentiels.

Réalité augmentée - Vignobles France



Source de l'image : [Tour hebdo](#)



Source de l'image : [L'empreinte des fées](#)

Attractions - terrains de golf

- Engouement de l'activité depuis le début de la pandémie – loisir en plein air qui permet la distanciation physique.
 - Selon l'ACGQ, les terrains de golf situés en région ont enregistré en moyenne une augmentation de fréquentation de plus de 20 % en 2021 par rapport à 2020.
- Mise en place de partenariats entre les clubs de golf pour créer des offres groupées, à l'image de la carte Passe-Partout dans les stations de ski.
 - Objectif : « consolider la forfaitisation golfique dans la province » (ACGQ, 2022).
- Diversification de l'offre pour déjouer les effets de la saisonnalité du sport.

Suisse – Barnes Winter Golf Week



Source de l'image : [Barnes Winter Golf Week](#)

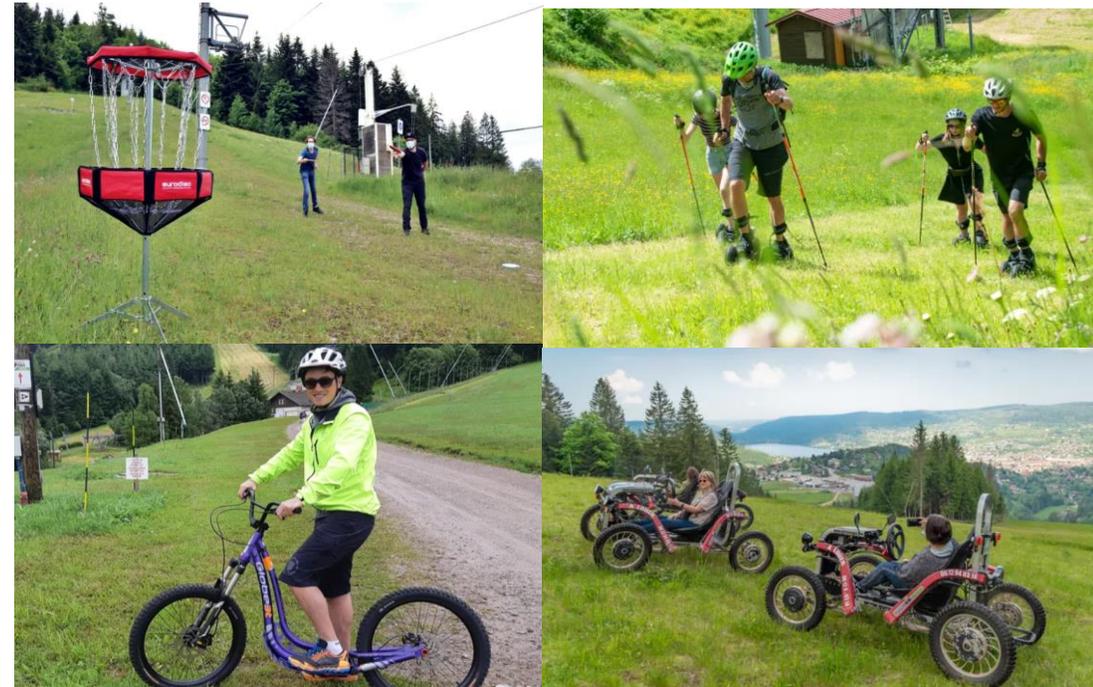
Attractions – centres de ski

- Offre d'activités 4 saisons. Diversification et adaptation aux changements climatiques.
- Selon données 2020-2021 ASSQ : achalandage plus soutenu durant les jours de semaine dans les stations québécoises (augmentation de 3 % d'achalandage les jours de semaine) = répercussions du télétravail ?
- Pratiques écoresponsables – de plus en plus de stations sont carboneutres.

Selon sondage h2 publié par Skift : les motivations pour prendre des vacances à la montagne vont bien au-delà du ski :

- Profiter de l'atmosphère et prendre de l'air frais (60 %) ;
- Passer du temps en famille et avec les amis (44 %) ;
- Recharger ses batteries et déconnecter du quotidien (40 %) ;
- Utiliser les installations de bien-être comme le spa (28 %).

France – Station de ski de la Mauseleine



Source des images : [France bleu](#)

Attractions – spas

- L'industrie du bien-être en général a le vent dans les voiles ; les voyageurs sont en quête de bien-être.
- Les spas peuvent tirer leur épingle du jeu par une offre qui met en valeur les bienfaits pour la santé physique et mentale.
- Une offre qui intègre de plus en plus le contact avec la nature – sentiers, soins à l'extérieur, bains naturels etc.
- Le télétravail crée une opportunité de création de forfaits pour sortir de la maison afin de prendre soin de soi.
- Les voyageurs pourraient s'intéresser particulièrement aux offres de bien-être qui:
 - se démarquent ou qui reflètent l'esprit du lieu ;
 - nourrissent le corps ET l'esprit (traditions locales, aliments locaux de qualité...)



Source de l'image : [Unsplash](#)

Plein air

Engouement pour la longue randonnée

- La randonnée, le cyclisme et la baignade représentent les trois activités de plein air les plus populaires au Québec.
- Deux tendances favorisent la popularisation de la longue randonnée :
 - Le tourisme lent ;
 - L'augmentation du nombre d'adeptes d'activités de plein air.

En 2020, d'après un sondage de la Chaire de tourisme Transat, un voyageur québécois sur trois a indiqué que la COVID-19 les incitait à faire davantage de séjours en nature. En 2021, ce type de voyage figurait parmi le top 3 des activités des Québécois qui avaient l'intention de voyager à l'été (29%), derrière les séjours de détente (32 %) et la visite de parents et amis (30 %).

Italie – *The Sentiero dei Parchi*



Source de l'image : [BBC Travel](#)

Plein air

Augmentation des adeptes autonomes = développement de circuits spécialisés

- Le nombre d'adeptes qui font du plein air augmente et les marchés niches s'élargissent.
- De plus en plus de clientèles sont autonomes et équipées, qu'elles soient néophytes ou expérimentées, elles sont toujours à la recherche des lieux de pratique.

Finlande – Circuit court spécialisé

Colour therapy



Source de l'image : [Metsähallitus](#)

Plein air

Van life

- Il y a un intérêt croissant pour les *road trips* en petit VR.
- Peu de données sont disponibles pour l'instant.
- La *van life* est un enjeu pour certaines municipalités québécoises.
- Comment tirer le potentiel de cette clientèle?

Terego



Source de l'image : [Terego](#)

Finlande – Café Bar Pesula



Source de l'image : [Trip Advisor](#)

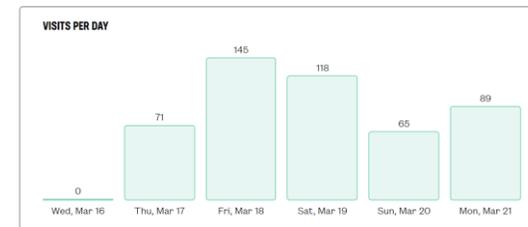
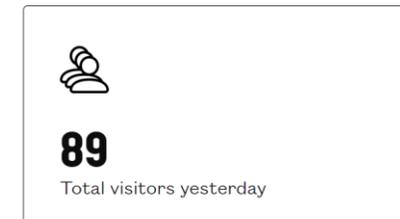
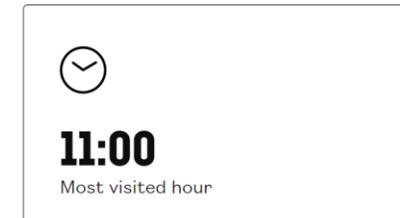
Plein air

Technologies en nature

- Chez les adeptes, les technologies sont utilisées plus pour la gestion que pour l'expérience.
- Des entretiens avec la génération Y (2020) démontrent que l'utilisation du téléphone en nature est peu appréciée par les répondants. Ils utilisent leur mobile pour le GPS et pour les photos, mais ne publieront leurs clichés qu'une fois arrivé à la maison.
 - La technologie devrait donc être utilisée pour attirer les néophytes par la ludification.
- La variété et la quantité d'outils pour la gestion de l'achalandage augmentent depuis le début de la pandémie.
- Les plateformes de réservation en ligne ou l'enregistrement obligatoire connaissent aussi un essor.
 - Les entreprises en plein air s'adaptent aux restrictions sanitaires.

Islande – Tableau de bord

GOSSLÓÐ



Source de l'image : [Visit Iceland](https://www.visit-iceland.is/)

Plein air

Multiactivités

- La combinaison de plusieurs activités, issues de plusieurs secteurs se popularise.
- Parmi les Québécois qui ont visité un parc national ou régional dans le cadre d'un séjour d'agrément durant les 12 derniers mois, 42 % ont aussi visité un musée ou une galerie d'art durant un voyage.

Royaume-Uni – *National park experiences*



Source de l'image : [National park experiences](#)

*« Une ressource au service des décideurs de
l'industrie touristique »*

veilletourisme.ca



Écrivez-nous

chaire.tourisme@uqam.ca



Merci !

4

Bibliographie

Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1 206 voyageurs québécois.

Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 18 au 24 novembre 2020 auprès de 1 172 voyageurs québécois.

Colombo, Damien. « [Les 4 saisons à la station de la Mauselaine à Gérardmer](#) », france bleu, juillet 2021.

Destination Canada. « [Sondage hebdomadaire de Destination Canada sur l'opinion des résidents quant à la situation liée à la COVID-19](#) », 22 mars 2022.

Expedia. « [Traveler Value Index – 2022 Outlook](#) », 2022.

HNR Hotel News. « [The World is Ready to Travel According to the Amex 2022 Global Travel Trends Report](#) », mars 2022.

HNR Hotel News. « [TravelPort Survey finds People Prioritize Travel over Entertainment, Shopping and even Self-care](#) », mars 2022.

Gouvernement du Québec. « [Fréquentation des terrains de camping en bref – 2021](#) », décembre 2021.

Lorry, Jean-Luc. « [La pratique du golf poursuit son élan](#) », Le Soleil, février 2022.

Massé, Stéphanie. « [Trois tendances en plein air pour s'inspirer](#) », Réseau de veille en tourisme, février 2022.

Massé, Stéphanie. « [Un restaurant «Bienvenue aux VR](#) », Réseau de veille en tourisme, octobre 2021.

Massé, Stéphanie. « [Techno en nature : oui ou non](#) », Réseau de veille en tourisme, juin 2021.

Pinsard, Léa. « [Gestion des flux : le tableau de bord de Visit Iceland](#) », etourisme.info, mars 2022.

Poisson, Sophie. « [L'hôtellerie montréalaise accueille les arts vivants](#) », Magazine et répertoire Ananas, novembre 2021.

Racine, Amélie. « [Les télétravailleurs, un segment à saisir](#) », Réseau de veille en tourisme, février 2022.

TourismExpress. « [Bilan préliminaire de la saison de ski 2020-2021](#) », juin 2021.

TravelPulse. « [53 % des Québécois ont l'impression de s'être privés de vacances en 2021 selon Expedia](#) », février 2022.

Vividata. « Étude Vividata à l'égard des consommateurs canadiens Printemps 2021 », avril 2021.