

**MONTRÉAL**

1180, rue Drummond
Bureau 620
Montréal (Québec) H3G 2S1
T 514 878-9825

QUÉBEC

3340, rue de La Pérade
3^e étage
Québec (Québec) G1X 2L7
T 418 687-8025

VACANCES, VOYAGE ET EXPÉRIENCE CLIENT DANS LES ÉTABLISSEMENTS D'HÉBERGEMENT POUR LA SAISON ESTIVALE 2019

RÉSULTATS D'UN SONDAGE SOM-LAFRENIÈRE

03	/Méthodologie
04	/Chapitre 1 : Intentions de vacances et de voyage pour la saison estivale
10	/Chapitre 2 : Expérience client dans les établissements d'hébergement touristiques

Ce sondage en ligne a été mené du **15 au 17 mai 2019** auprès de **1 012 internautes adultes francophones du Québec**. L'échantillon a été tiré du panel Or de SOM, lequel est constitué exclusivement d'internautes recrutés de façon aléatoire par téléphone fixe et cellulaire; il s'agit donc d'un échantillon probabiliste. Les données ont été pondérées pour refléter au mieux les caractéristiques de la population. La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,9 %, 19 fois sur 20.

Dans ce sondage, 720 répondants prévoient faire **un voyage d'agrément d'au moins une nuitée au cours de la prochaine période estivale (1^{er} juin au 30 septembre 2019)** et plusieurs données portent spécifiquement sur ce sous-groupe. À titre informatif, la marge d'erreur maximale pour les répondants qui prévoient faire un voyage d'agrément (n : 720) est de 4,6 %, 19 fois sur 20.

À propos de SOM

SOM est une firme de recherche spécialisée dans la collecte, l'analyse et la visualisation des données. Avec près de 300 employés à Montréal, à Québec et en région, SOM aide les entreprises d'ici à comprendre le monde qui les entoure (marchés, clients, employés) et à orienter leurs actions stratégiques (marketing, expérience client, satisfaction des employés, etc.). Avec SOM, les entreprises obtiennent la bonne information pour la bonne décision.

Pour info : jfortin@som.ca

À propos de Daniel Lafrenière

Daniel Lafrenière est conférencier et stratège en expérience client multicanal, avec une propension pour le numérique. Œuvrant depuis plus de 30 ans dans le domaine, il est l'auteur de *Les dessous de l'expérience client* (2018), *De kessé l'expérience client?* (2017), du *Petit guide de la grande expérience client* (2012) et co-auteur de *Talk to me – Get personal. Get relevant. Get more customers!* (2010).

Pour info : daniel@daniellafreniere.com



Chapitre 1

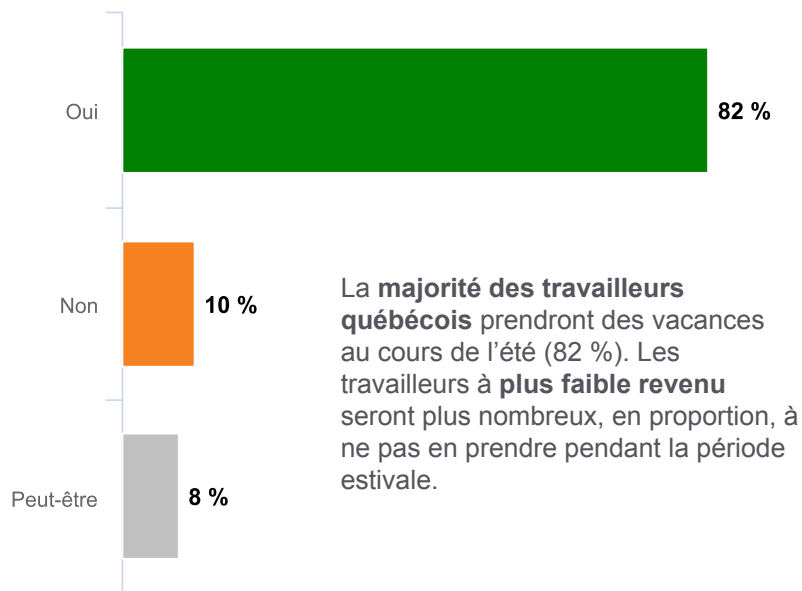
INTENTIONS DE VACANCES ET DE VOYAGE POUR LA PROCHAINE SAISON ESTIVALE

- Jours de vacances
- Intentions de voyage
- Régions du monde
- Régions du Québec

JOURS DE VACANCES

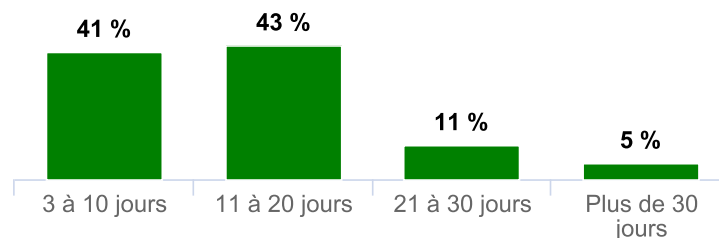
Prévoyez-vous prendre des vacances au cours de la période estivale 2019 (du 1^{er} juin au 30 septembre)?

Base : travailleurs, n : 598



Combien de jours ouvrables de vacances prendrez-vous au cours de la période estivale 2019 (du 1^{er} juin au 30 septembre)?

Base : travailleurs qui prévoient prendre des vacances, excluant la non-réponse; n : 496



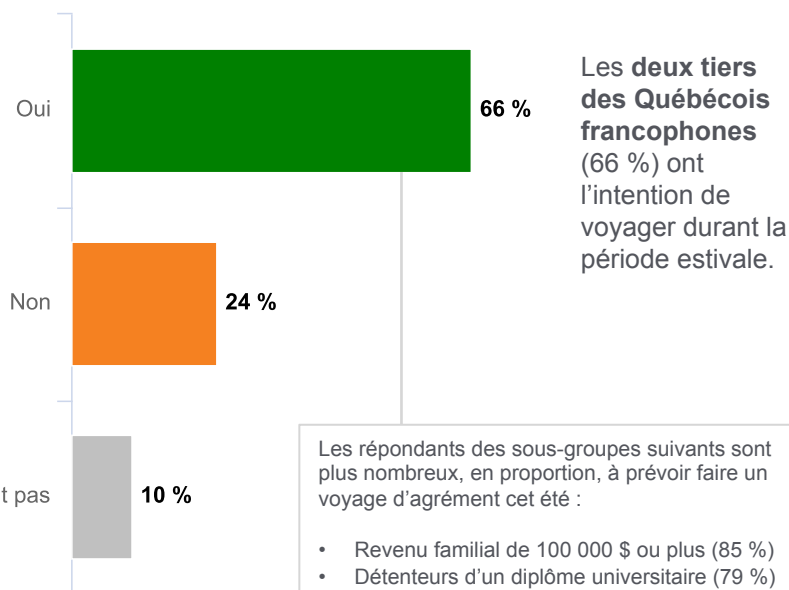
En **moyenne**, les travailleurs qui comptent prendre des vacances pendant la saison estivale s'absenteront **15,8 jours ouvrables**, soit environ 3 semaines. On observe que :

- Les vacances sont un peu plus longues pour les **mieux nantis** et les **diplômés universitaires** (19 jours).
- Les **femmes** prendront moins de vacances que les hommes cet été : 47 % d'entre elles seront absentes 10 jours ou moins, contre 36 % pour les hommes.

INTENTIONS DE VOYAGE

Au cours de la période estivale (du 1^{er} juin au 30 septembre 2019), prévoyez-vous faire un voyage d'agrément (c'est-à-dire un voyage pour le plaisir, qui n'est pas lié au travail ou à une autre obligation) d'au moins une nuit à l'extérieur de votre domicile?

Base : tous, n : 1012



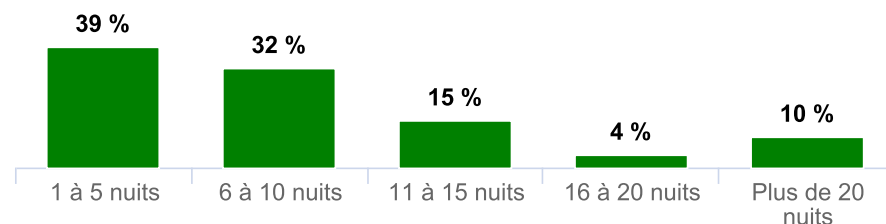
Les **deux tiers des Québécois francophones** (66 %) ont l'intention de voyager durant la période estivale.

Les répondants des sous-groupes suivants sont plus nombreux, en proportion, à prévoir faire un voyage d'agrément cet été :

- Revenu familial de 100 000 \$ ou plus (85 %)
- Détenteurs d'un diplôme universitaire (79 %)
- Habitants de la région de Québec (76 %)
- Hommes (71 %)
- Travailleurs (71 %)

Au total, combien de nuits prévoyez-vous passer à l'extérieur de votre domicile, pour la période du 1^{er} juin au 30 septembre 2019, dans le cadre d'un voyage d'agrément?

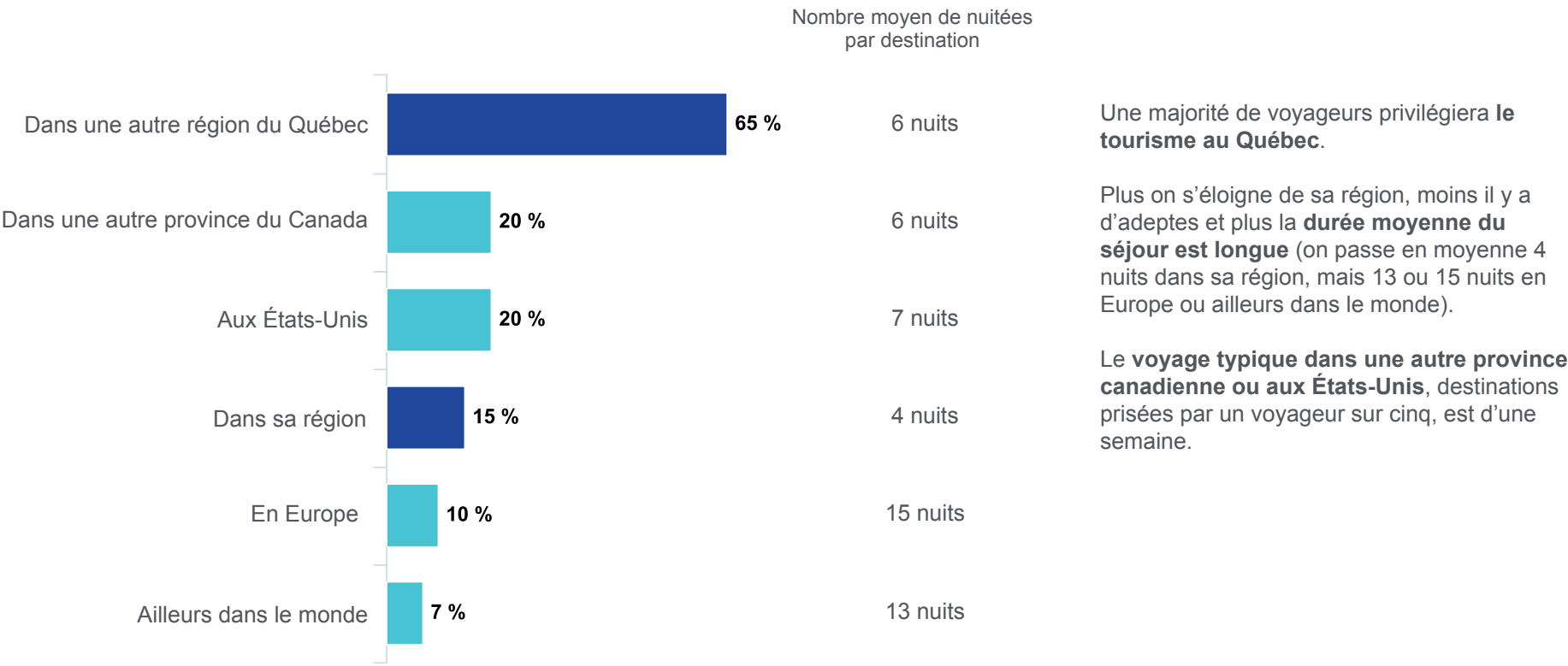
Base : ceux qui prévoient faire un voyage d'agrément, excluant la non-réponse; n : 681



En **moyenne**, les Québécois qui feront un voyage d'agrément passeront **9,6 nuitées** hors de leur domicile.

Proportion de voyageurs qui passeront au moins une nuitée dans l’une ou l’autre des régions suivantes*

Base : répondants qui prévoient passer une nuitée à l’extérieur de leur domicile durant la prochaine saison estivale, excluant la non-réponse; n : 681

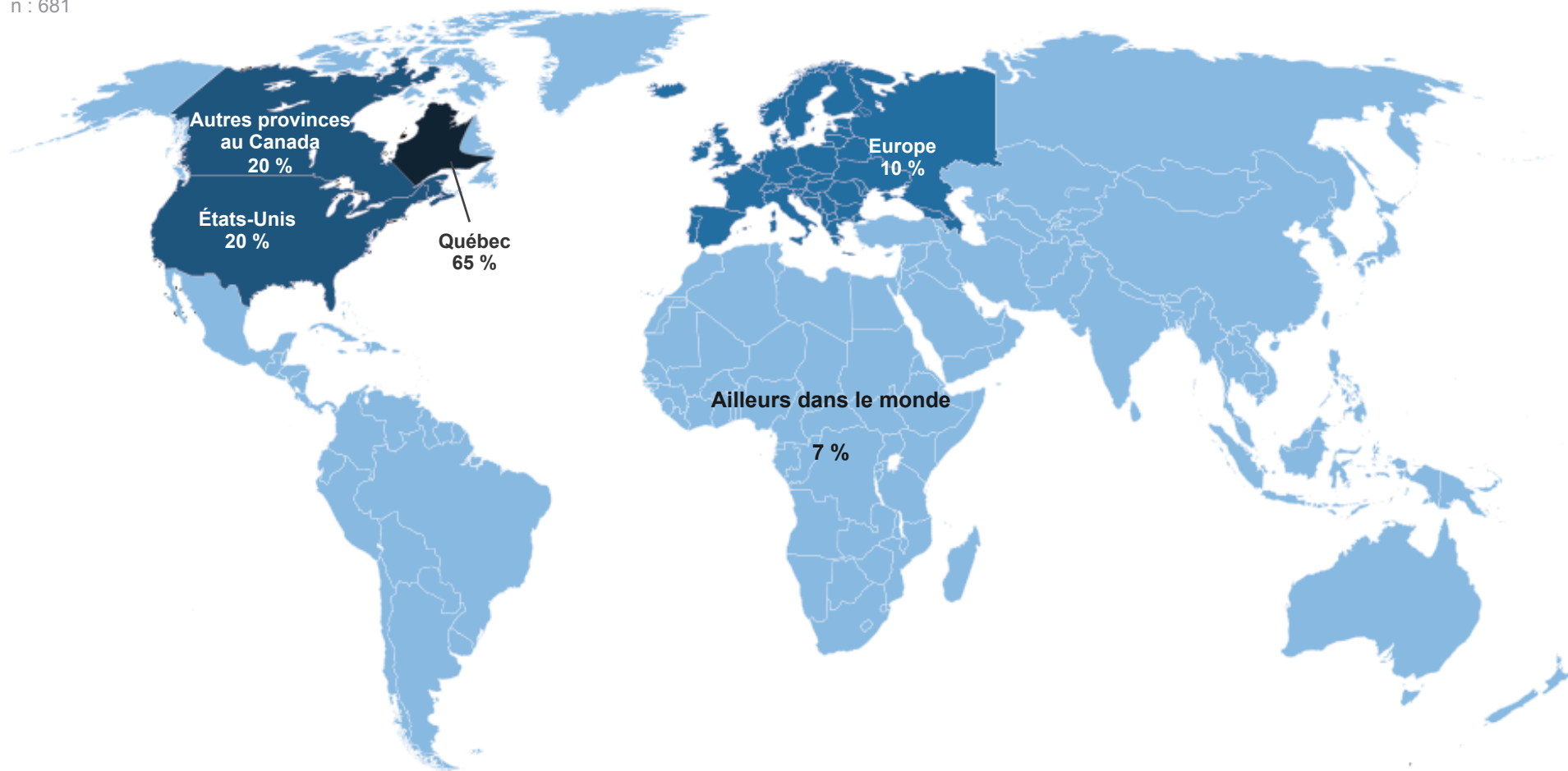


* Un même répondant peut passer du temps dans plusieurs lieux. Pour cette raison, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés.

RÉGIONS DU MONDE (SUITE)

Proportion de voyageurs qui passeront au moins une nuitée dans l'une ou l'autre des régions suivantes*

Base : répondants qui prévoient passer une nuitée à l'extérieur de leur domicile durant la prochaine saison estivale, excluant la non-réponse;
n : 681



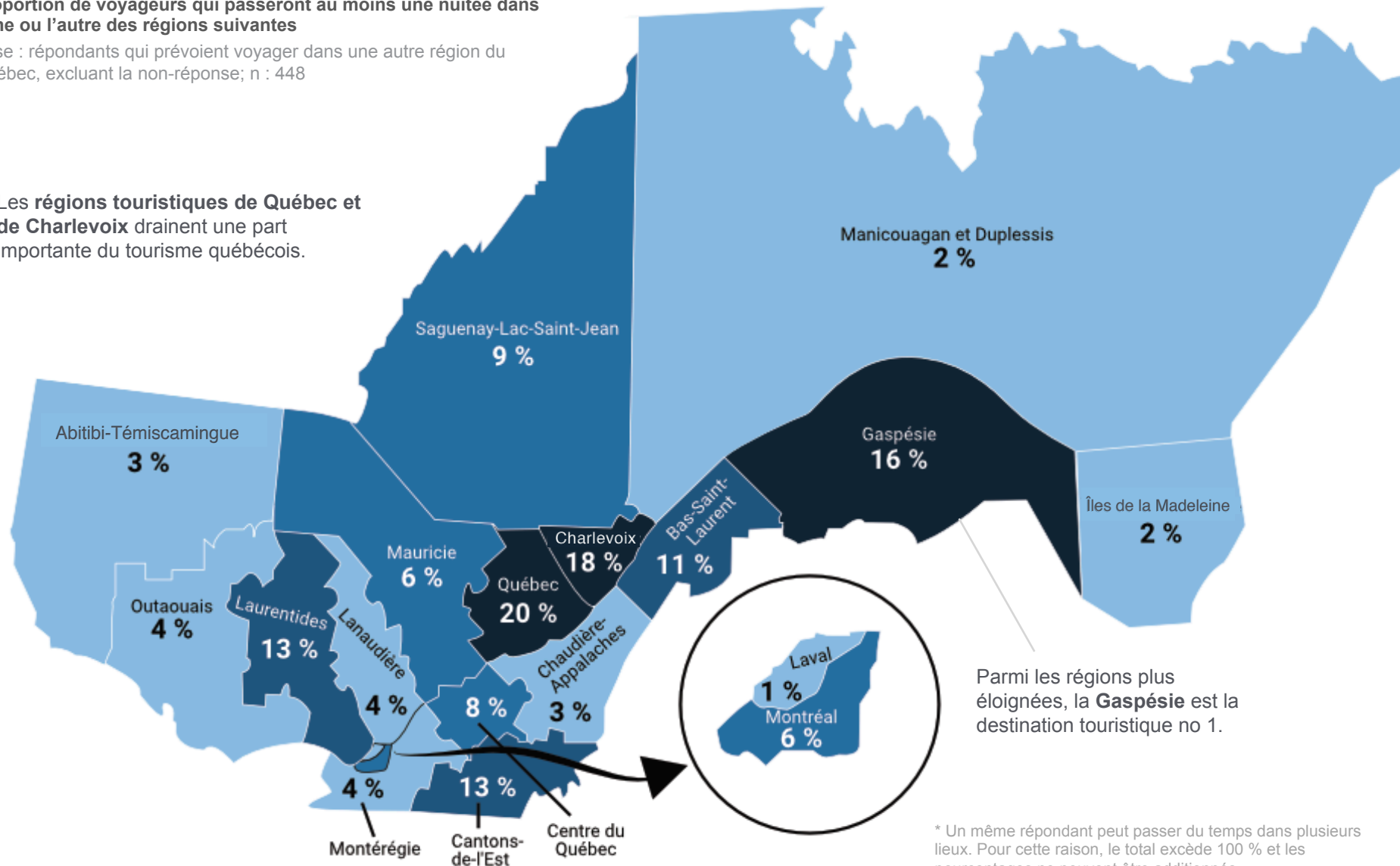
* Un même répondant peut passer du temps dans plusieurs lieux. Pour cette raison, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés.

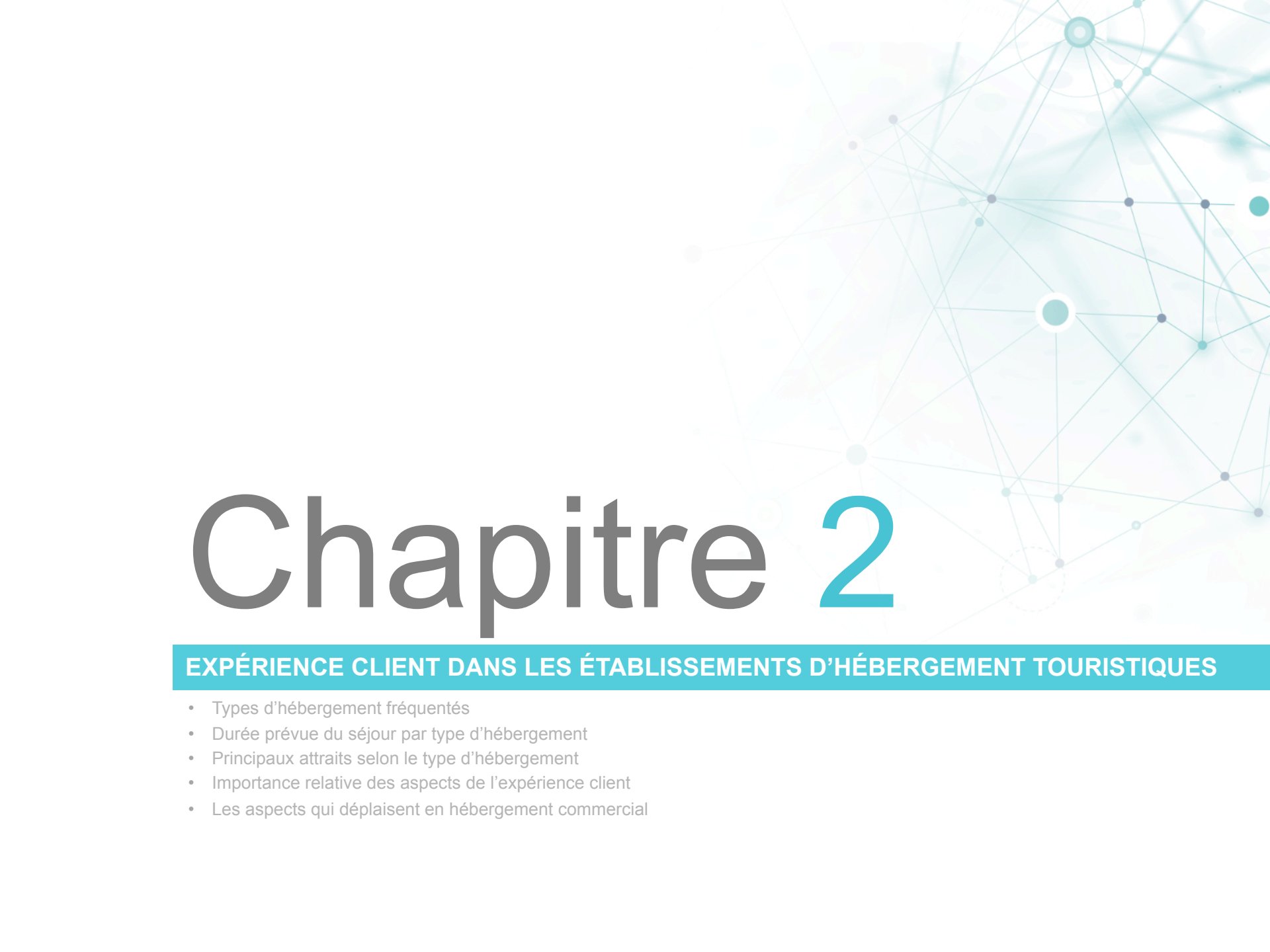
RÉGIONS DU QUÉBEC

Proportion de voyageurs qui passeront au moins une nuitée dans l'une ou l'autre des régions suivantes

Base : répondants qui prévoient voyager dans une autre région du Québec, excluant la non-réponse; n : 448

Les régions touristiques de Québec et de Charlevoix drainent une part importante du tourisme québécois.





Chapitre 2

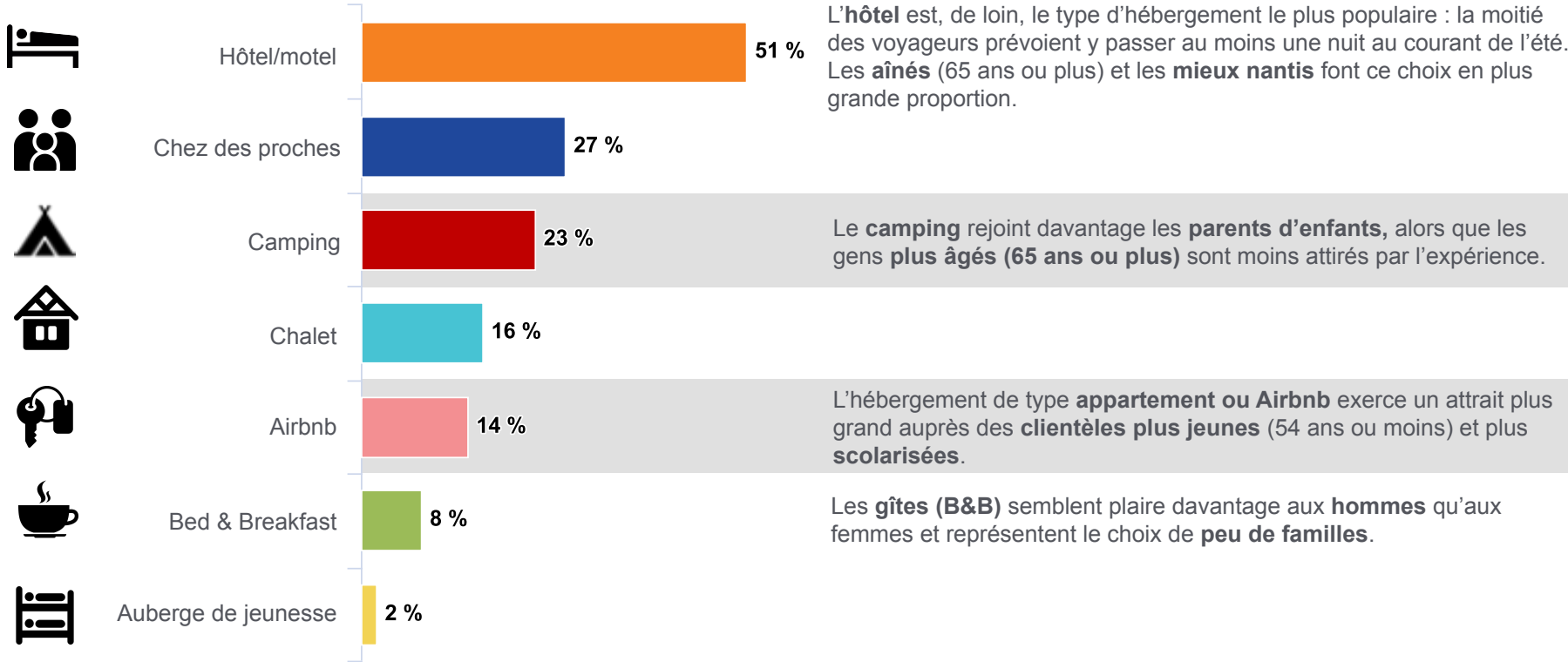
EXPÉRIENCE CLIENT DANS LES ÉTABLISSEMENTS D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUES

- Types d'hébergement fréquentés
- Durée prévue du séjour par type d'hébergement
- Principaux attraits selon le type d'hébergement
- Importance relative des aspects de l'expérience client
- Les aspects qui déplaisent en hébergement commercial

TYPES D'HÉBERGEMENT FRÉQUENTÉS

Proportion de voyageurs qui passeront au moins une nuitée dans l'un ou l'autre des types d'hébergement suivants*

Base : répondants qui prévoient passer une nuitée à l'extérieur de leur domicile durant la prochaine saison estivale, excluant la non-réponse; n : 666



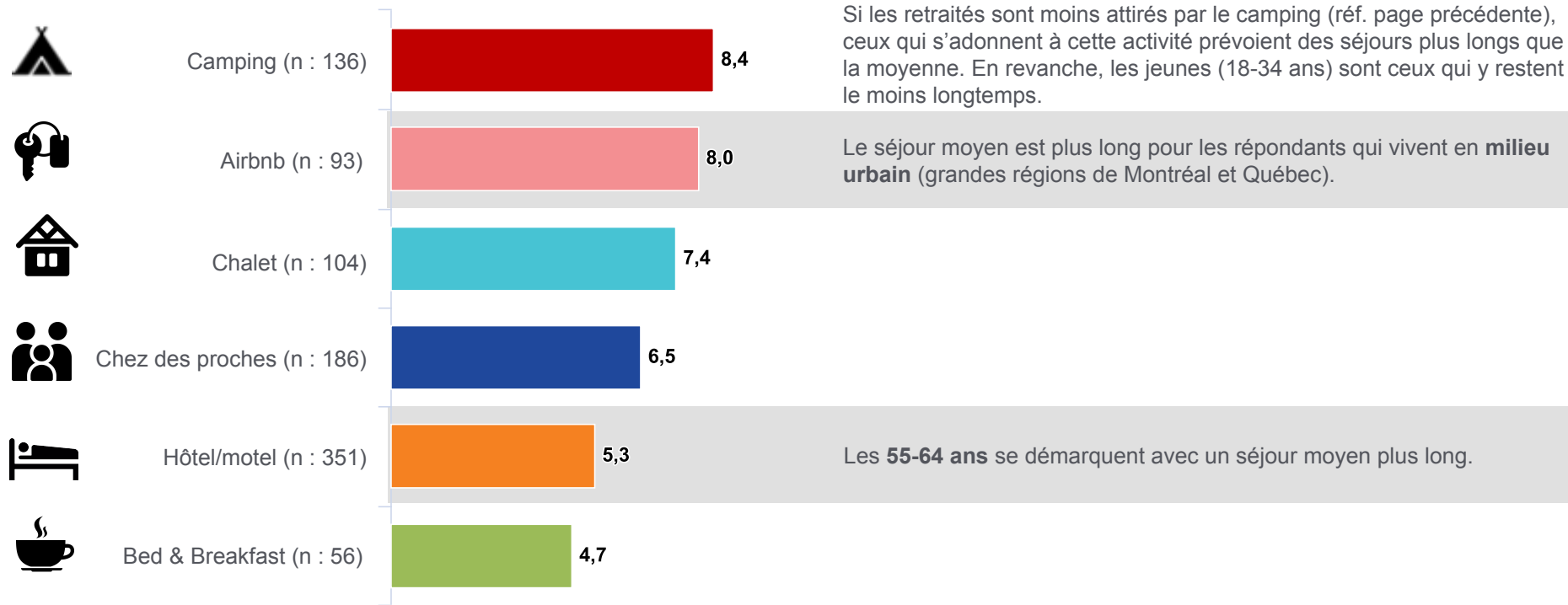
* Un même répondant peut passer du temps dans plusieurs types d'hébergement. Pour cette raison, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés.

DURÉE PRÉVUE DU SÉJOUR PAR TYPE D'HÉBERGEMENT

Nombre moyen de nuitées que l'on prévoit passer dans l'un ou l'autre des types d'hébergement suivants

Base : répondants qui prévoient passer une nuitée dans l'un ou l'autre des hébergements*, excluant la non-réponse

La durée moyenne des séjours est **plus grande lorsque l'on peut être autonome** (camping, airbnb, chalet). À l'inverse, on reste beaucoup moins longtemps à l'hôtel (qui est le type d'hébergement le plus populaire, rappelons-le) et au gîte. Dans plusieurs cas et sans surprise, plus les **revenus** sont élevés, plus le séjour envisagé est long.



* Les données pour l'hébergement de type auberge de jeunesse ne sont pas présentées étant donné le faible nombre de répondants qui font ce choix.

PRINCIPAUX ATTRAITS SELON LE TYPE D'HÉBERGEMENT

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans le type d'hébergement suivant?

Base : répondants qui prévoient fréquenter un établissement commercial, réponses fournies seulement pour l'établissement où ils comptent passer le plus de nuits durant la prochaine saison estivale.

Trois réponses possibles; 5 réponses les plus populaires par type d'hébergement*

 HÔTEL/MOTEL (n : 272)		 BED&BREAKFAST (n : 36)		 AIRBNB (n : 75)		 CHALET (n : 84)		 CAMPING (n : 111)	
%		%		%		%		%	
1. Le confort	72	1. La localisation	50	1. Le prix	67	1. La localisation	55	1. Le prix	60
2. Les services offerts	41	2. Le prix	32	2. L'autonomie	55	2. La tranquillité	51	2. La tranquillité	48
3. La localisation	30	3. La tranquillité	30	3. La possibilité de préparer des repas	54	3. La possibilité de préparer des repas	50	3. La localisation	44
4. La tranquillité	27	4. L'autonomie	28	4. La localisation	37	4. Le confort	45	4. L'autonomie	38
5. La sécurité	22	5. Les services offerts	27	5. Le confort	25	5. L'autonomie	28	5. La possibilité de préparer des repas	35

- La **tranquillité** est particulièrement importante en **chalet** et en **camping**.
- Le **prix** est un avantage indéniable du **camping** et d'un **Airbnb**, alors qu'il n'apparaît pas dans le top 5 en hôtellerie ni en chalet.
- En **hôtellerie** (hôtel, motel), on recherche avant tout le **confort**. La **variété des services offerts** y revêt par ailleurs beaucoup plus d'importance que dans tous les autres types d'hébergement.
- L'**indépendance** (autonomie, possibilité de préparer des repas) apparaît dans le top 5 de la location de **chalets**, d'appartements **Airbnb** et d'espaces de **camping**.
- La **localisation** est un attrait particulièrement intéressant à mettre en valeur pour les B&B et les chalets.

* Question fermée où les répondants pouvaient sélectionner jusqu'à 3 choix de réponses (le total excède donc 100 %). Les tableaux présentent les 5 réponses les plus populaires selon le type d'hébergement.

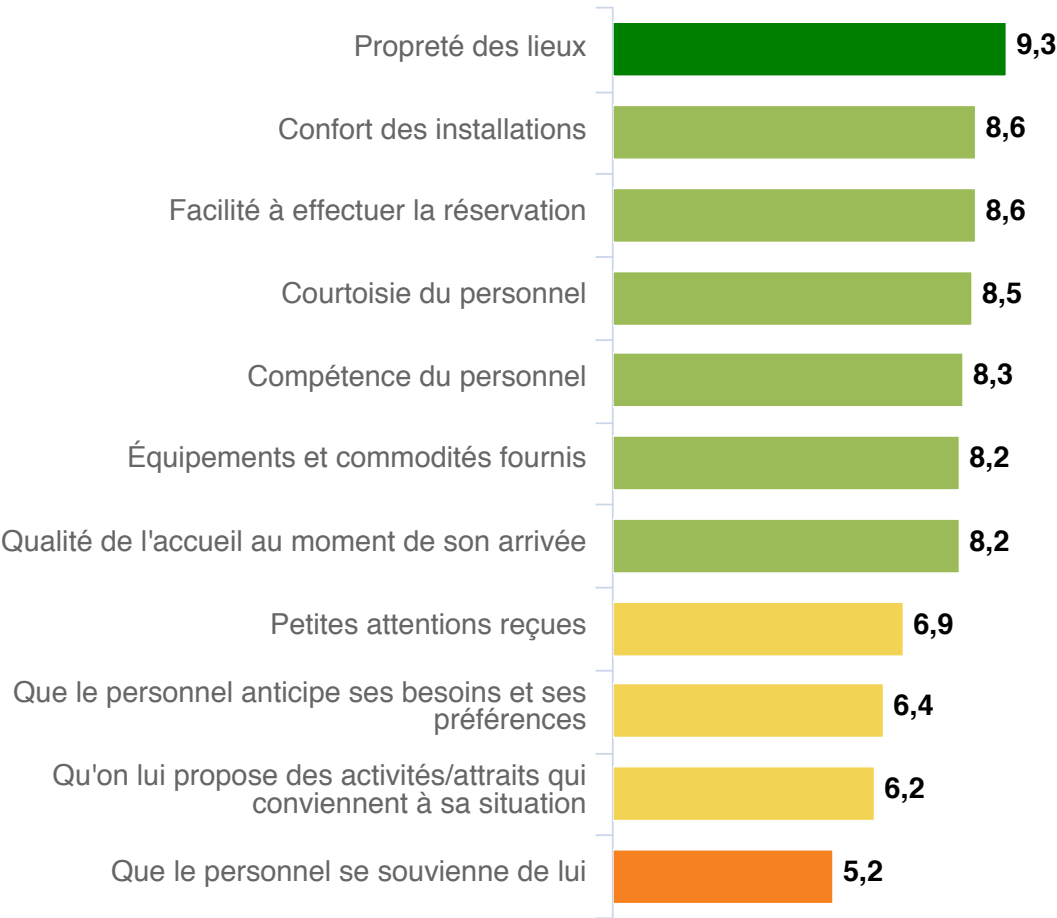
IMPORTANCE RELATIVE DES ASPECTS DE L'EXPÉRIENCE CLIENT



Quelle importance accorderez-vous aux éléments suivants dans les établissements d'hébergement que vous fréquenteriez cet été?

Base : répondants qui prévoient fréquenter un établissement commercial durant la prochaine saison estivale, excluant la non-réponse; n : 620

Le graphique présente l'importance moyenne (note sur 10)*



Une fois qu'on est **bien logé** (propreté, confort), c'est **le personnel** qui peut faire toute la différence dans l'expérience client en hébergement commercial.

Si les **attentions** et la **personnalisation** peuvent certainement créer un « wow », ce n'est pas le plus important pour la clientèle. Bien sûr, ça dépend du type d'hébergement. Les petites attentions, par exemple, sont plus importantes en hôtellerie (7,3).

* 1=Pas du tout important et 10=Très important.

LES ASPECTS QUI DÉPLAISENT EN HÉBERGEMENT COMMERCIAL

Qu'est-ce qui vous déplaît le plus dans l'expérience client d'un séjour en hébergement commercial?*

Base : répondants qui prévoient fréquenter un établissement commercial durant la prochaine saison estivale

« Le premier contact : si la personne n'est pas souriante, elle laisse l'impression qu'elle n'aime pas sa job et qu'on n'est pas important pour elle. »

« Pas avoir la possibilité de discuter avec les employés et de partager la culture locale. »

« Les personnes froides, pas de sourire, qui donnent l'impression qu'on dérange. »

« Le manque de compétence, l'incapacité à fournir des renseignements touristiques pertinents. »

« C'est beau la familiarité, mais je déteste quand à l'accueil d'un motel, le préposé me parle comme si on était des amis de longue date. »

« Le nombre élevé de clients qui rend l'expérience impersonnelle. »

Le manque de savoir-être du personnel est au cœur de l'expérience client, comme en rendent compte plusieurs des réponses obtenues.