

# Portrait des visiteurs - ÎLES DE LA MADELEINE -

L'analyse des questionnaires de fin de séjour auprès de la clientèle touristique estivale (mai à octobre) des Îles de la Madeleine a été effectuée pour les années 2010, 2011 et 2012. Les résultats ne peuvent pas être utilisés pour inférer sur la clientèle hivernale, dont on peut présumer que les activités, la durée du séjour et les dépenses sont différentes de celles de la clientèle estivale. De plus, cette analyse n'inclut pas les visiteurs des croisières internationales qui n'ont pas fait l'objet du sondage.

L'analyse a visé également à faire ressortir les éventuelles différences entre les visiteurs arrivant sur l'archipel par le biais du traversier (CTMA), de l'avion et de la croisière CTMA (Vacancier) partant de Montréal, Québec et Chandler.

Le nombre de personnes sondées annuellement étant différent, la marge d'erreur (95 % de confiance) varie entre les sondages des trois années. Le portrait général qui en ressort est tout de même représentatif de la clientèle touristique estivale des Îles de la Madeleine grâce au nombre relativement élevé de répondants en 2010 (n = 1 295; marge d'erreur = 2,78 %), 2011 (n = 427; marge d'erreur = 5,07 %) et 2012 (n = 1 801; marge d'erreur = 2,34 %).

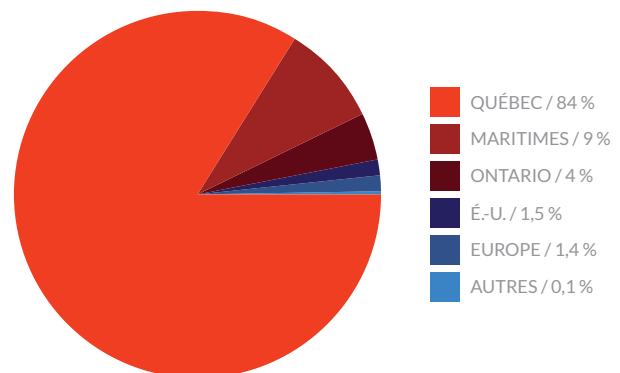
## CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES DE LA CLIENTÈLE

Entre 2010 et 2012, le flux de touristes aux Îles de la Madeleine entrant par le traversier, l'avion et la croisière CTMA, s'est maintenu en haut de 59 000 visiteurs par an et a atteint le nombre record de 61 260 en 2012. À ces touristes s'ajoutent les touristes des croisiéristes internationaux qui, en 2012, se sont chiffrés à 2 114 visiteurs.

**La clientèle touristique estivale (mai à octobre) constitue globalement 84 % de la clientèle annuelle.**

FIG. 1

### Composition de la clientèle par provenance



Environ 72 % des visiteurs d'été accèdent aux Îles de la Madeleine par la voie du traversier en provenance de Souris, Île-Prince-Édouard, tandis qu'environ 18 % y accèdent par avion et 9 % par le biais de la croisière CTMA, à partir de Montréal, Québec et Chandler. Ce portrait est très différent comparativement à la clientèle hivernale qui accède aux Îles de la Madeleine principalement par avion (78 %) et minoritairement par le traversier (22 %).

D'après l'analyse des questionnaires de fin de séjour des années 2010, 2011 et 2012, on constate que les visiteurs d'été ont un profil général de proximité géopolitique et largement francophone (90 %). En effet, les visiteurs québécois constituent près de 84 % de la clientèle totale, le restant provenant surtout des provinces maritimes du Canada (9 %), de l'Ontario (4 %), des États-Unis (1,5 %) et de l'Europe (1,4 %), particulièrement de la France.

L'âge médian des visiteurs tend à être plus jeune pour ceux qui arrivent en avion (42-45 ans), comparativement à ceux qui arrivent par le traversier (47-52 ans) et par la croisière (54-56 ans).

## ÉLÉMENTS D'ATTRACTION ET SATISFACTION DES TOURISTES

On constate que le patrimoine naturel et les paysages représentent incontestablement le facteur d'attraction principal des Îles de la Madeleine pour une très grande majorité des visiteurs. La recherche de ressourcement, détente et tranquillité, ainsi que les plages et la baignade, constituent aussi des attraits très importants, notamment dans le cas des visiteurs en traversier et avion. La culture et le patrimoine insulaires suivent en ordre d'importance, mais sont des attraits tout de même très importants, notamment pour les croisiéristes.

Globalement, les touristes se disent très satisfaits par leur expérience aux Îles de la Madeleine, indiquant l'accueil des madelinots comme étant l'élément le plus touchant. Des différences notables sont toutefois observées dans le niveau d'appréciation des différents services offerts. De plus, la clientèle québécoise semble aussi avoir une appréciation différente des services et des activités, comparativement à la clientèle hors Québec. Cette dernière tend à exprimer un niveau de satisfaction légèrement inférieur.

## DÉPENSES EFFECTUÉES AUX ÎLES DE LA MADELINE

Les dépenses estimées pour l'ensemble de la clientèle touristique estivale ont globalement augmenté de 3,9% entre 2010 à 2012, passant ainsi de 37,5 M\$ à 39,0 M\$, dans la même période. Ces montants n'incluent pas les frais de transport pour accéder aux Îles, mais représentent seulement les dépenses encourues sur le territoire de l'archipel.

L'augmentation des dépenses observée entre 2010 et 2012 est due surtout à la clientèle en avion, dont les dépenses ont augmenté d'environ 30%, passant ainsi de 7,5 M\$ à 9,7 M\$. La part de dépenses de la clientèle en avion constitue entre 20% (en 2010) et 25% (en 2012) des dépenses estimées pour l'ensemble des visiteurs d'été aux Îles de la Madeleine.

Environ 17% de l'augmentation des dépenses des visiteurs en avion est attribuable à l'augmentation du nombre de visiteurs et 83% à l'augmentation des dépenses par visiteur.

Par contre, les dépenses de la clientèle en traversier ont diminué de 1%, entre 2010 et 2012. Environ 77% de cette diminution est expliqué par la diminution des dépenses par visiteur.

En ce qui concerne la clientèle en croisière, on observe également une diminution des dépenses d'environ 12%, dans la même période. Toutefois, l'échantillon sondé étant trop petit, il est impossible d'expliquer la nature de cette diminution.

## DURÉE DES SÉJOURS

La durée des séjours moyenne est passée de 8,9 nuitées en 2010 à 9,3 nuitées par visiteur en 2012. Toutefois, des différences importantes sont observées quant à la durée des séjours en fonction du mode de transport.

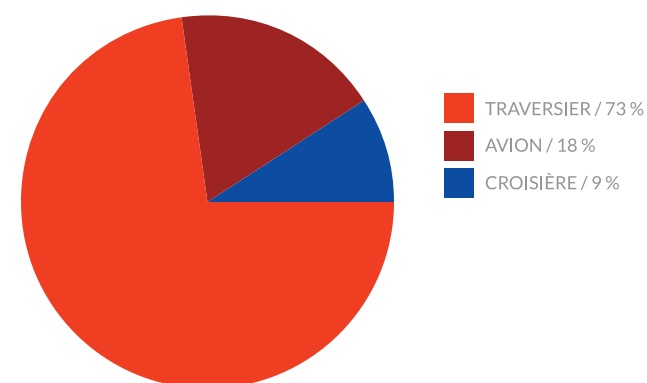
Les visiteurs utilisant le traversier tendent à effectuer des séjours plus longs (moyenne = 9,9 nuitées), comparativement à ceux qui utilisent l'avion (moyenne = 8,8 nuitées) ou la croisière (moyenne = 5,8 nuitées). De plus, les visiteurs québécois tendent à effectuer des séjours significativement plus longs que les visiteurs d'autres provenances.

FIG.2 Visiteurs par type de transport

	Mai à octobre 2010			Mai à octobre 2011			Mai à octobre 2012		
	Québec	Hors Québec	Total	Québec	Hors Québec	Total	Québec	Hors Québec	Total
<b>Traversier</b>	29 759	6 339	36 098	29 210	6 758	35 968	30 452	7 143	37 595
	82%	18%	-----	81%	19%	-----	81%	19%	-----
<b>Avion</b>	7 962	885	8 847	7 790	1 056	8 847	7 879	1 438	9 317
	90%	10%	-----	88%	12%	-----	85%	15%	-----
<b>Croisière</b>	4 511	557	5 068	4 319	534	4 853	3 945	488	4 433
	89%	11%	-----	89%	11%	-----	89%	11%	-----
<b>Total</b>	42 232	7 781	50 013	41 319	8 348	49 668	42 276	9 069	51 345
	84%	16%	-----	83%	17%	-----	82%	18%	-----

FIG.3

Répartition des visiteurs entre les modes de transport / 2010-2012



39 M\$ DÉPENSES ESTIMÉES POUR LA CLIENTÈLE DE 2012

FIG.4

Répartition (%) des dépenses entre les modes de transport

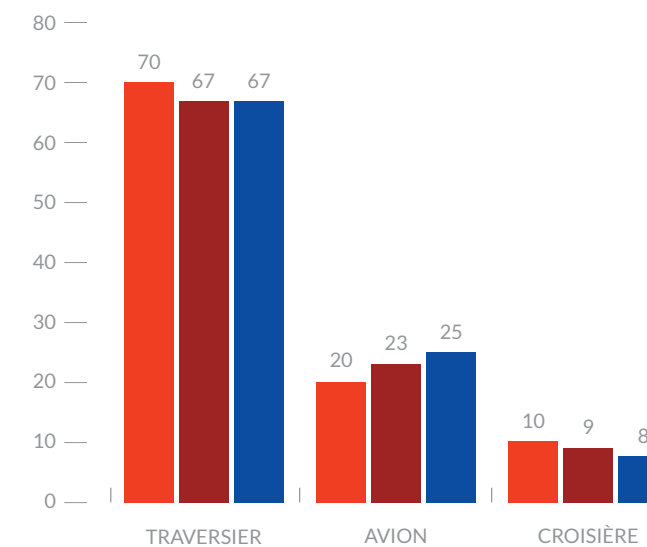


FIG.5

Activités effectuées par les visiteurs selon le mode de transport

	Traversier	Avion	Croisière	Total
<b>Restaurant / café</b>	89%	89%	89%	89%
<b>Attraits historiques et culturels</b>	80%	69%	84%	79%
<b>Plage et baignade</b>	82%	78%	45%	77%
<b>Randonnée pédestre</b>	55%	58%	31%	53%
<b>Circuits arts visuels et métiers d'art</b>	46%	21%	42%	42%
<b>Visites d'amis et/ou famille</b>	37%	46%	13%	36%
<b>Agrotourisme</b>	34%	33%	29%	33%
<b>Théâtre, spectacle</b>	34%	34%	26%	33%
<b>Excursion en bateau</b>	33%	32%	16%	31%
<b>Bar / boîte à chanson</b>	29%	32%	11%	28%
<b>Événement, festival</b>	28%	27%	6,3%	25%
<b>Observation d'oiseaux</b>	17%	18%	13%	16%
<b>Vélo</b>	16%	12%	18%	16%
<b>Pêche</b>	11%	9,5%	2,5%	10%
<b>Kayak de mer/de surf</b>	11%	12%	2,3%	10%
<b>Autres</b>	7,7%	11%	8,1%	8,2%
<b>Cerf-volant</b>	9,0%	8,2%	2,0%	8,1%
<b>Golf</b>	3,7%	2,4%	0,8%	3,21%
<b>Massothérapie</b>	2,0%	4,5%	1,3%	2,31%
<b>Kitesurf</b>	2,6%	2,2%	0,5%	2,28%
<b>Équitation</b>	2,2%	1,5%	0,5%	1,91%
<b>Voilier</b>	1,6%	2,2%	0,5%	1,60%
<b>Plongée</b>	1,7%	1,9%	0,5%	1,58%
<b>Planche à voile</b>	1,7%	2,0%	0,3%	1,57%



## CONSTATS GÉNÉRAUX

D'après l'analyse des questionnaires de fin de séjour des trois années, 2010, 2011 et 2012, la clientèle touristique « estivale » des Îles de la Madeleine semble demeurer stable sur le plan du volume. D'autre part, il est important de noter que, si dans les trois années l'on observe une augmentation de la clientèle en traversier (+4,1%) et en avion (+5,3%), la clientèle en croisière a subi une diminution relativement importante (-12,5%).

Il est également intéressant de noter que les dépenses totales effectuées sur le territoire des Îles de la Madeleine par les visiteurs pour la période de mai à octobre ont augmenté à un taux (3,9%) équivalant à celui de l'indice des prix à la consommation au Canada (4,0%) pour la même période.

Le niveau de satisfaction de l'expérience touristique aux Îles de la Madeleine est généralement très élevé. Toutefois, les résultats de l'analyse des questionnaires de fin de séjour semblent révéler une légère tendance à la baisse sur le plan de la satisfaction de la qualité de l'environnement. Ce constat pourrait faire partie d'une réflexion plus approfondie si l'on considère que le patrimoine naturel et les paysages constituent les éléments d'attraction principaux des Îles de la Madeleine.

## PARTENAIRES



La réalisation de ce projet s'inscrit dans le plan d'action de la Politique cadre de développement touristique des Îles de la Madeleine et a bénéficié d'un soutien financier de la Conférence régionale des Élus Gaspésie-Îles de la Madeleine.



Les analyses de ce portrait ont été réalisées grâce à l'appui scientifique du Centre de recherche sur les milieux insulaires et maritimes (CERMIM).



La distribution et la compilation des questionnaires aux visiteurs a été rendue possible grâce à la collaboration de CTMA.

Ce document est disponible à télécharger sur le site Internet de Tourisme Îles de la Madeleine