

# ***DONNÉES MARKETING ET SEGMENTATION DES CLIENTÈLES***

*8 novembre 2023*

#4

# INTELLIGENCE TOURISTIQUE

Gestion durable  
de la destination



# CANALISER LES VISITEURS EN DEHORS DE JUILLET ET AOÛT



**COLLECTE**

**COMPILATION**

**ANALYSE**

# POINTS DE CONTACT AVEC LE VISITEUR

Sondage de fin de séjour

Sondage aux randonneurs SEVEM

Appels au bureau d'information

Données Environics

Abonnement aux infolettres

Courriels au bureau d'information

Demandes d'information (offres promotionnelles)

Site Web

Actes d'accueil au comptoir

Campagnes publicitaires

Demandes d'information (courriels)

Demandes de réservation d'hébergement

Réservations CTMA

Dates d'arrivée CTMA

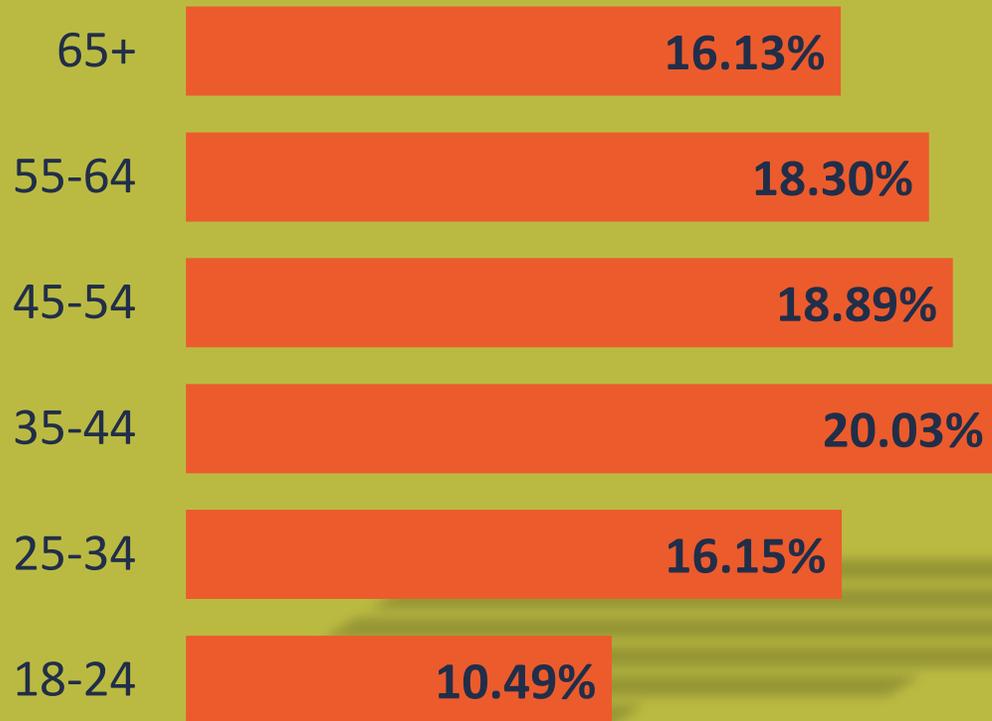
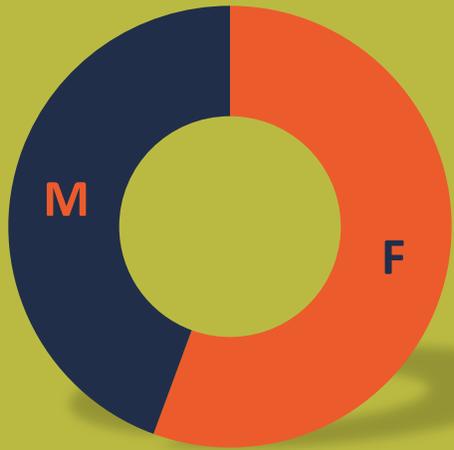
Dates de départ CTMA

Participation aux concours

Commande Guide touristique officiel

Données Propulso

Aux Îles, je m'engage

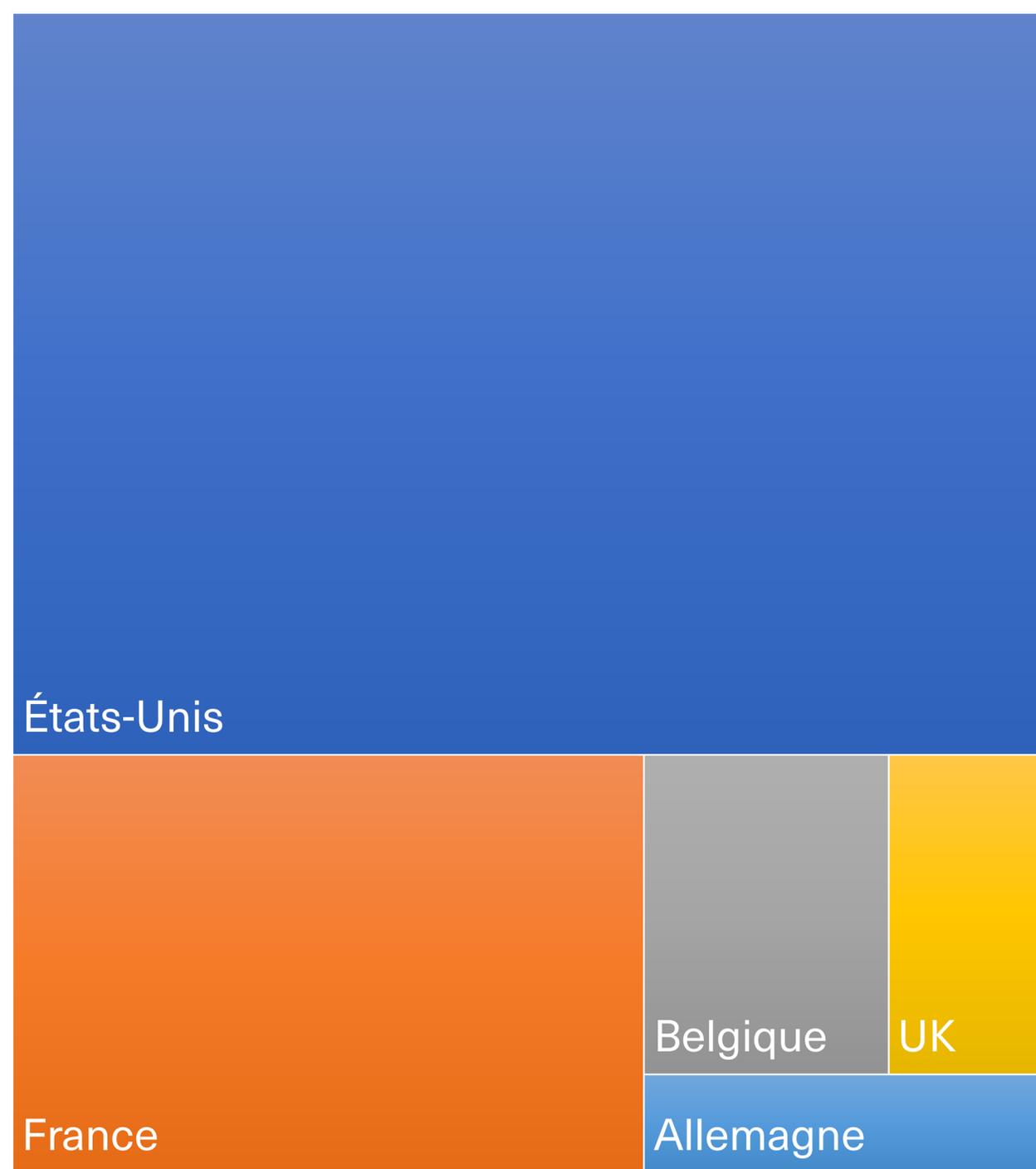


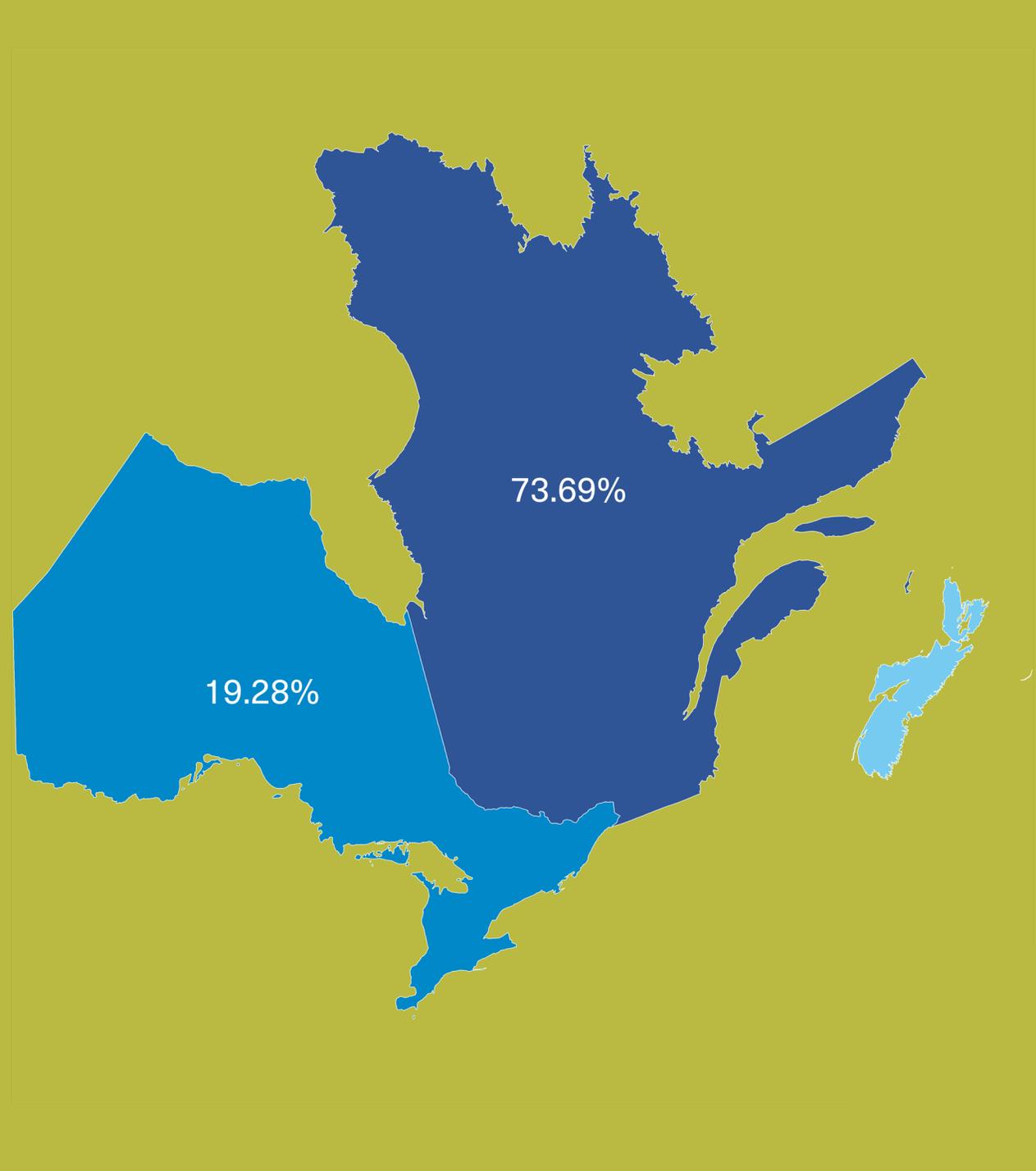
QUI SONT-ILS ?

UTILISATEURS vs VISITEURS

# PROVENANCE DES UTILISATEURS (Site Web)

Top 5 de la provenance  
internationale (2022)



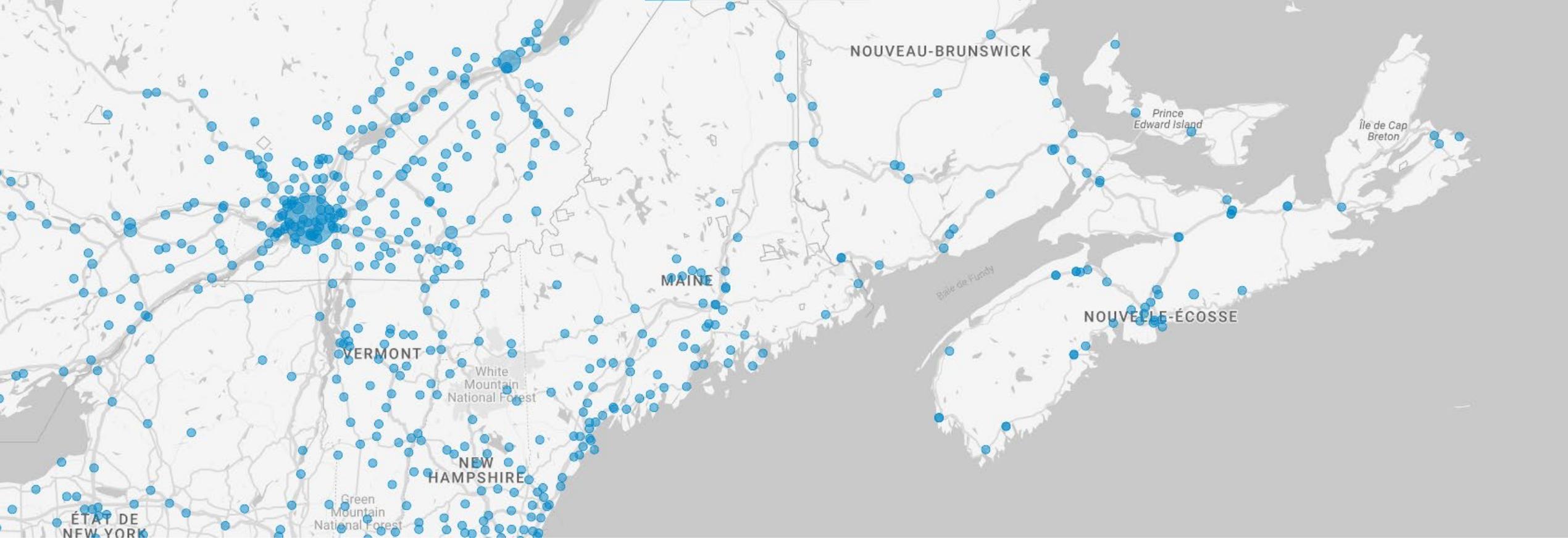


## PROVENANCE DES UTILISATEURS (Site Web)

Top 3 des provinces  
canadiennes (2022)

Grâce à la CTMA, nous connaissons le  
comportement de plus de  
**70% de la TOTALITÉ**  
des visiteurs des  
Îles de la Madeleine !



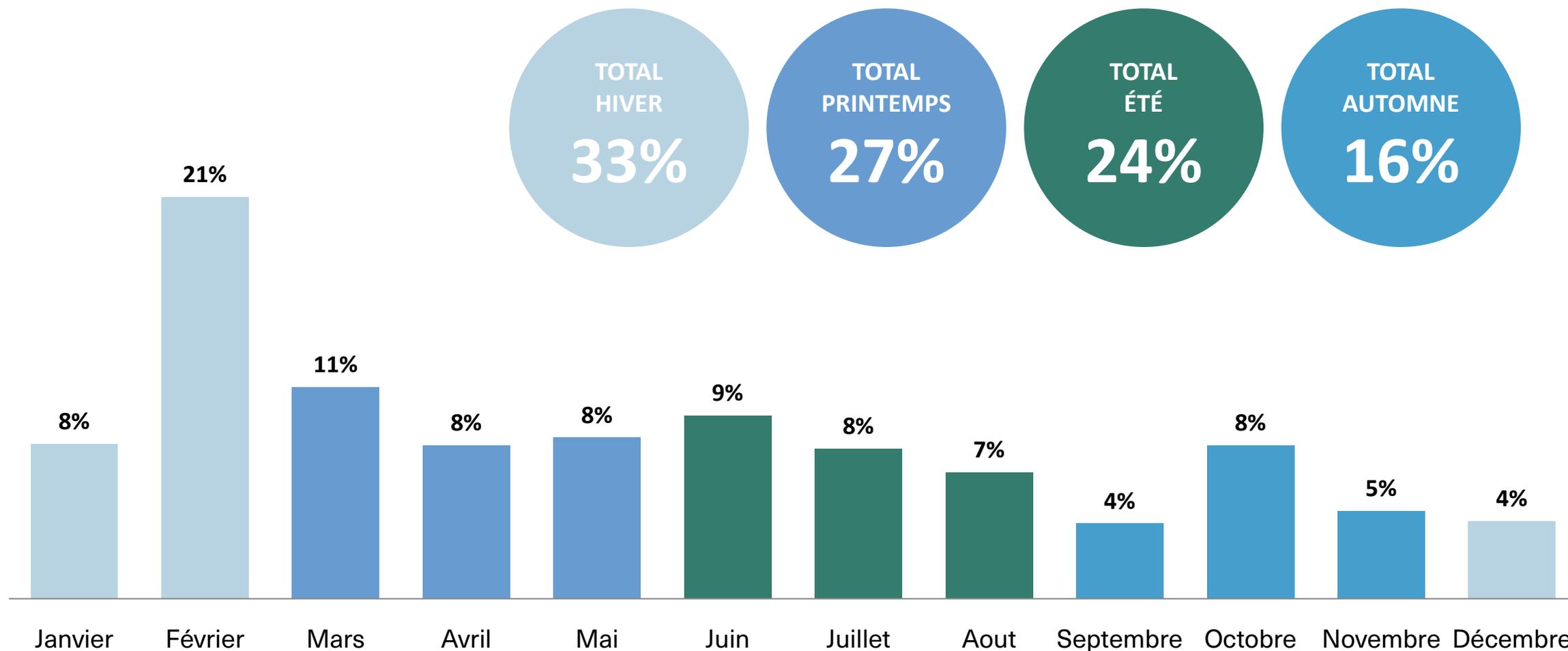


## Répartition des codes postaux des visiteurs

5%	5%	7%	5%	7%	7%	5%	5%	4%	7%	7%	6%	2%	4%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
1%	0%	2%	0%	2%	2%	0%	0%	1%	2%	2%	0%	3%	0%
7%	6%	12%	6%	12%	12%	6%	6%	5%	12%	12%	7%	3%	8%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
1%	0%	2%	0%	2%	1%	0%	1%	0%	2%	1%	0%	3%	0%
8%	7%	10%	7%	10%	8%	7%	7%	7%	10%	8%	8%	2%	9%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
1%	1%	2%	1%	2%	2%	0%	1%	1%	2%	2%	0%	4%	0%
8%	7%	11%	7%	11%	2%	7%	2%	11%	11%	8%	8%	3%	8%
0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	2%	0%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
1%	1%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	4%	0%
9%	9%	10%	9%	10%	10%	9%	10%	6%	10%	10%	10%	4%	10%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	3%	0%
9%	9%	8%	9%	8%	9%	9%	10%	8%	9%	10%	4%	11%	8%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
0%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%
12%	13%	5%	13%	5%	5%	12%	5%	5%	13%	4%	14%	10%	
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
1%	2%	0%	2%	0%	0%	2%	2%	1%	0%	0%	1%	5%	0%
14%	16%	5%	16%	5%	3%	16%	17%	15%	5%	3%	15%	7%	15%
1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	5%	0%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	1%	10%	0%
10%	11%	7%	11%	7%	8%	10%	10%	12%	7%	8%	11%	7%	11%
0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	0%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	0%	3%	0%
4%	5%	3%	5%	3%	3%	4%	5%	6%	3%	3%	5%	0%	5%

# DATE DE RÉSERVATION (CTMA) % DE VISITEURS DE 2015 À 2023

Source des données : CTMA (Croisière + Traversier) (Résultats parmi les personnes arrivées via le CTMA Croisière ou Traversier)

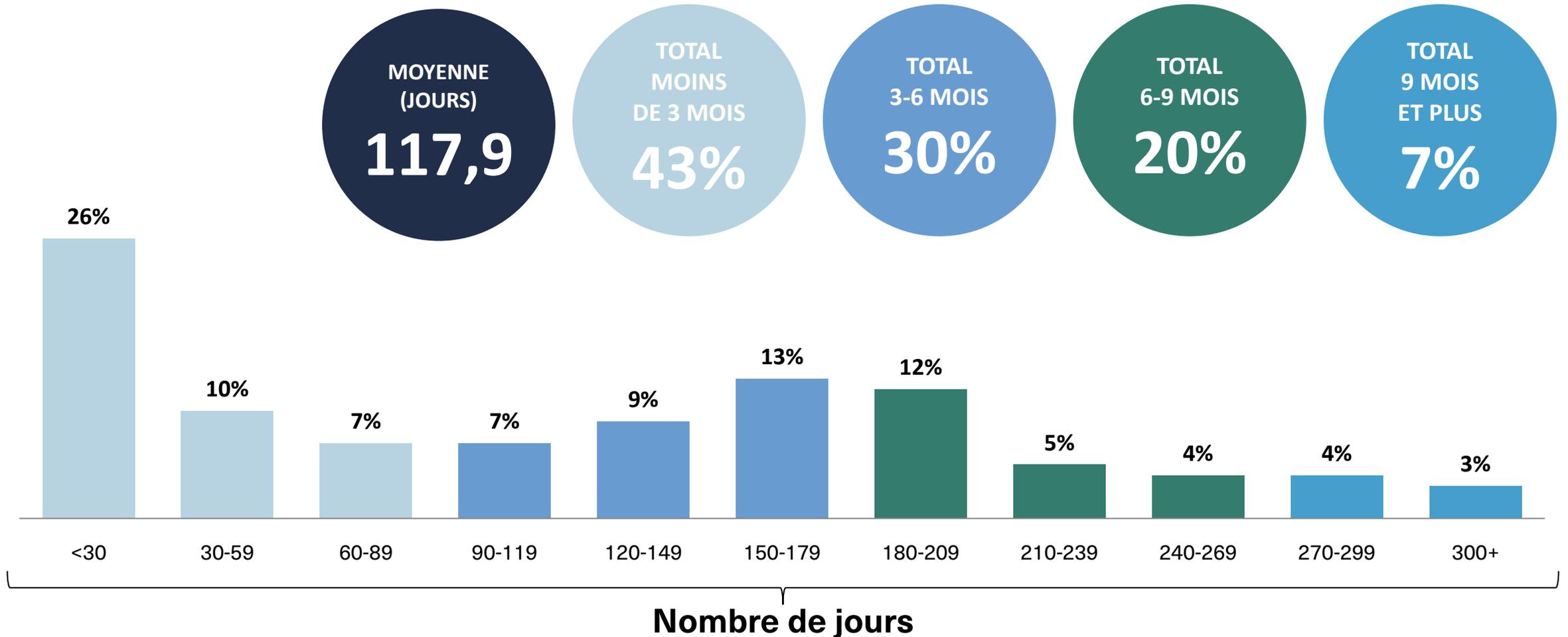


# TEMPS DE LA RÉSERVATION (CTMA) AU DÉBUT DU SÉJOUR

% DE VISITEURS DE 2015 À 2023

Source des données : CTMA (Croisière + Traversier) (Résultats parmi les personnes arrivées via le CTMA Croisière ou Traversier)

LEAD TIME

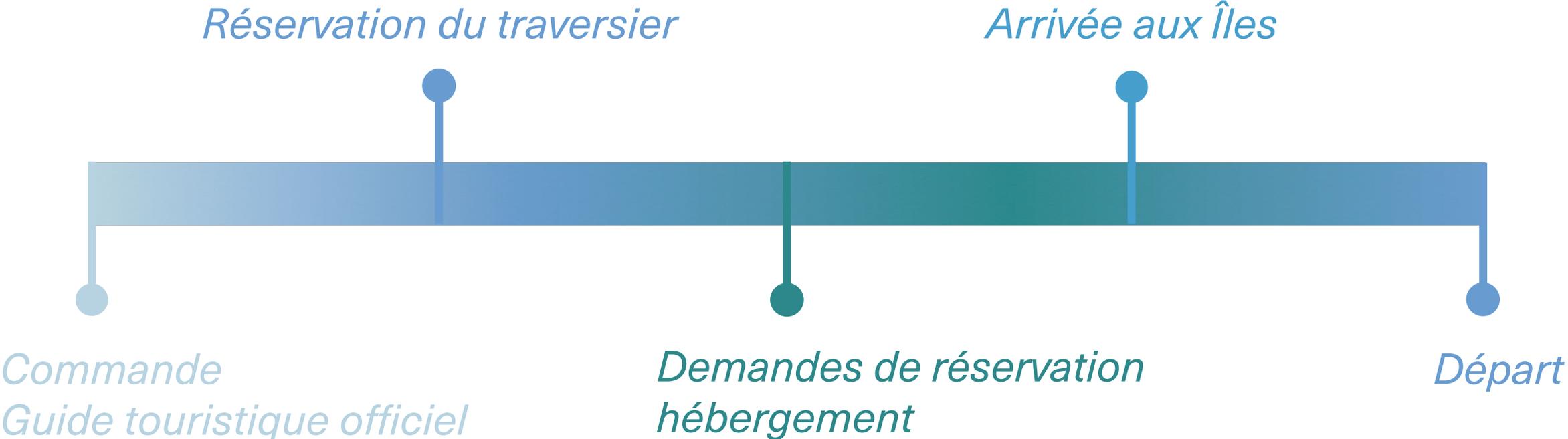




## Faire de la basse saison un premier choix ou une raison de revenir aux Îles

Amener le visiteur à adopter un comportement lui permettant de prendre soin de la destination en voyageant de façon plus responsable et durable

# TRACER LE(S) PARCOURS DES VOYAGEURS (BASSE SAISON)



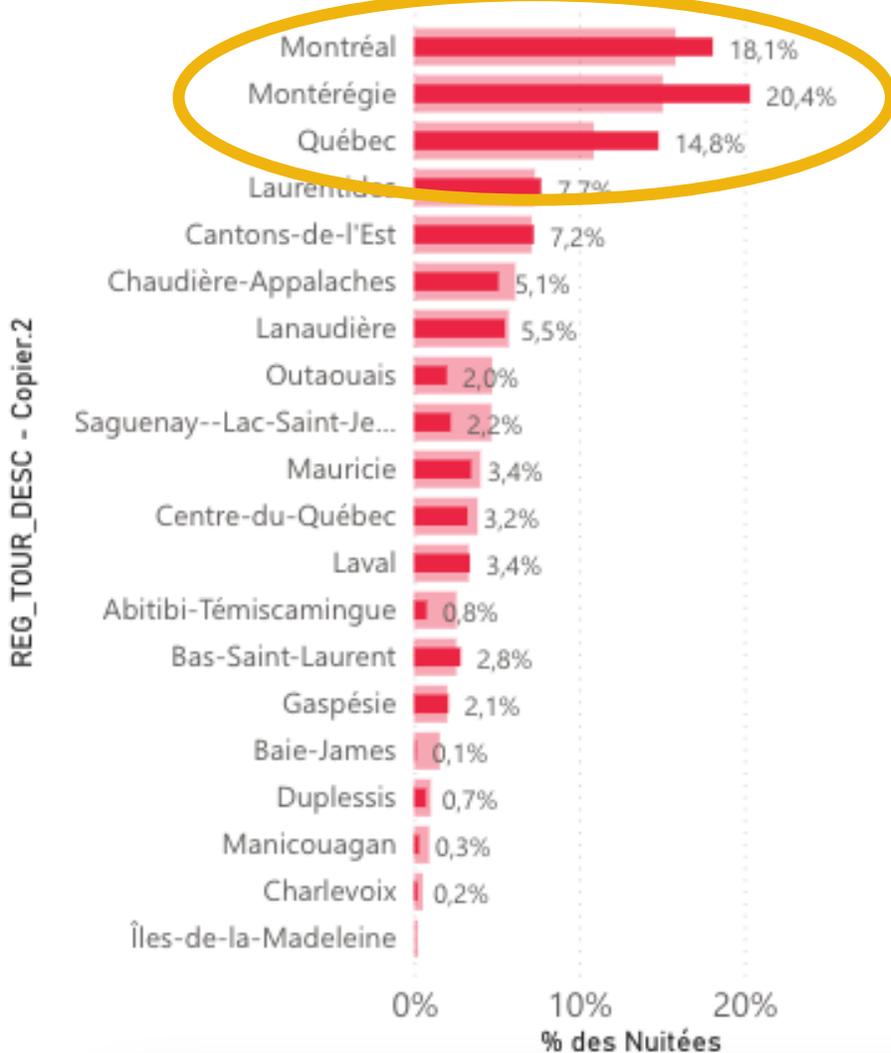
Visiteur

Touriste

Excursionniste



Région touristique d'origine ( forage par division de recensement), en parts de marché des nuitées

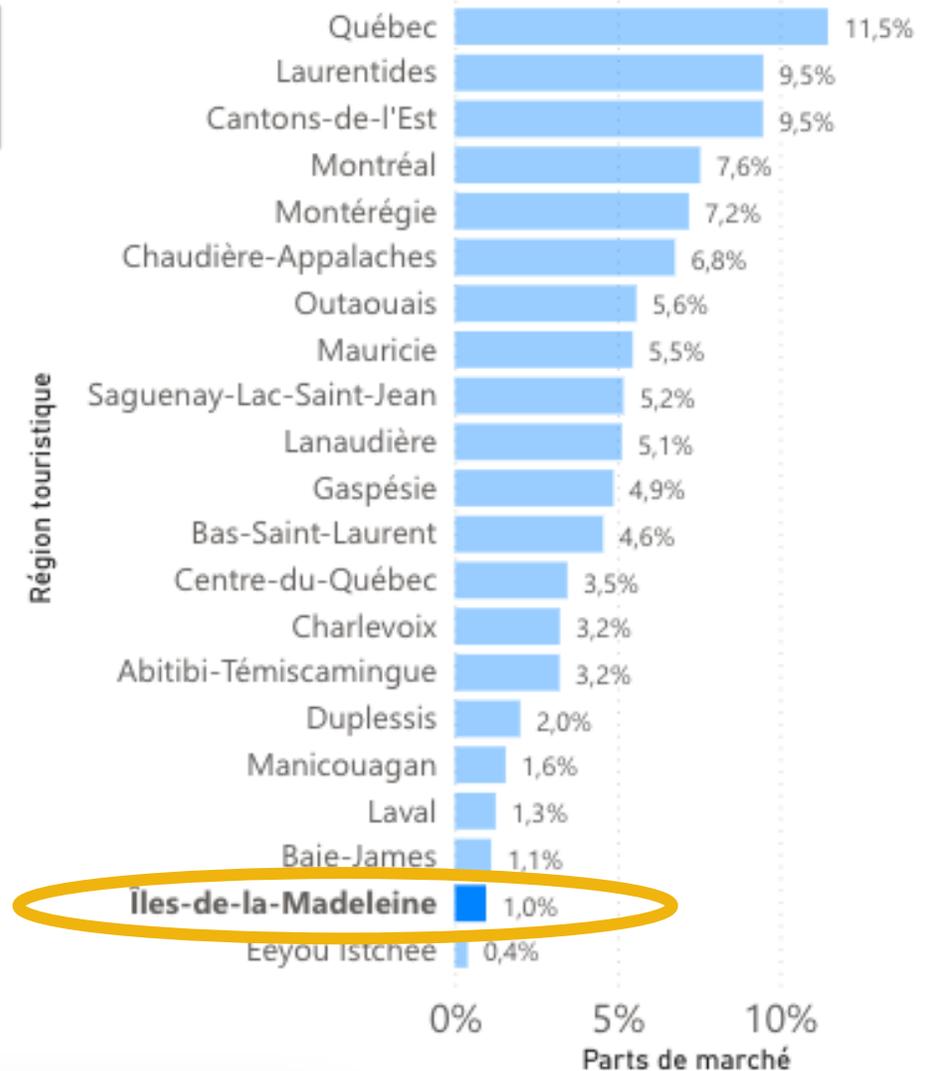


**INTRA-QUÉBEC**

Nuitées et nuitées par visite, par division de recensement d'origine

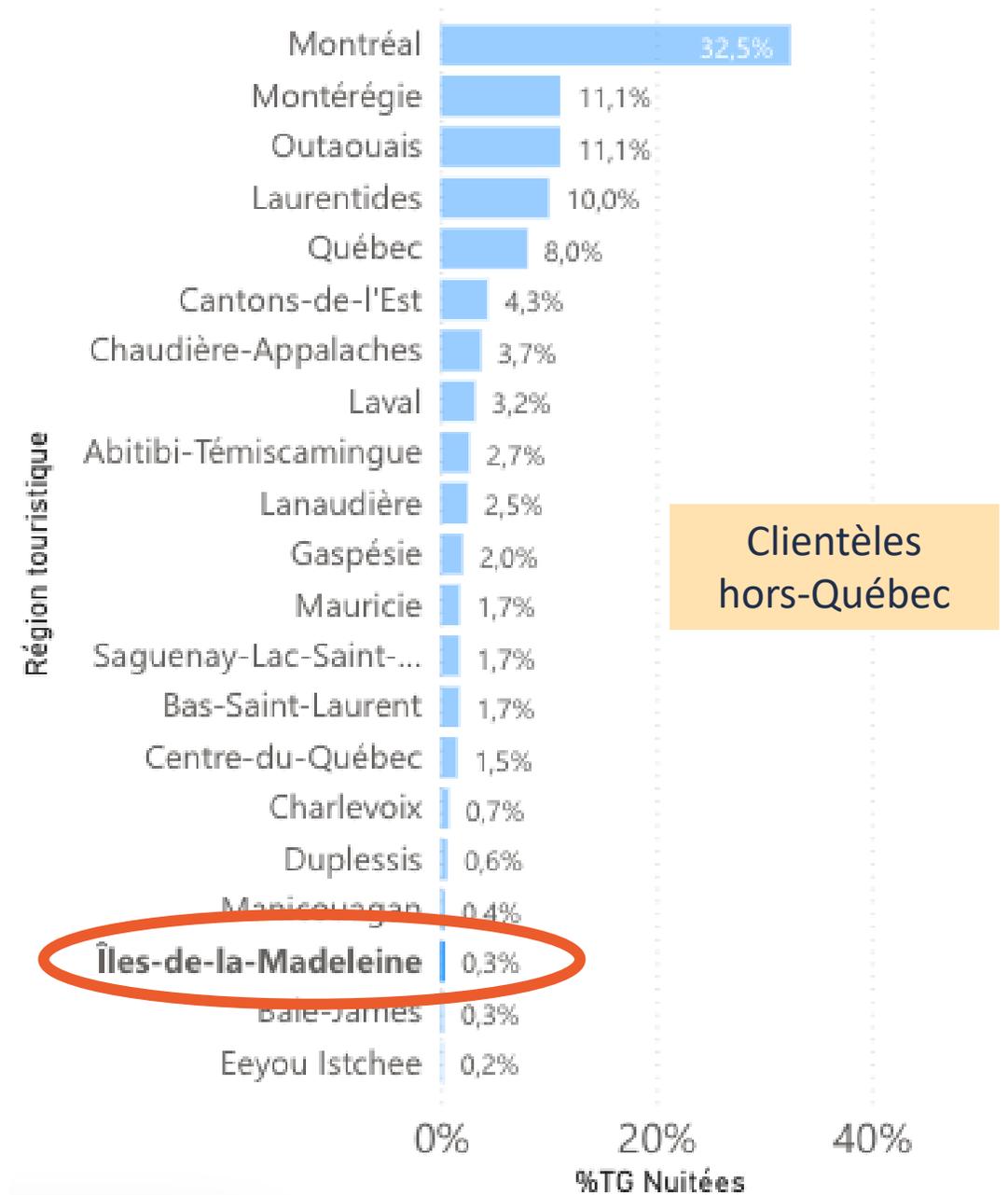
Div. de recensement	Nuitées	Parts de marché %	Nuitées/visite
Montréal, QC	136 401	17,64%	6,3
Québec, QC	90 453	11,70%	7,0
Longueuil, QC	48 897	6,32%	6,8
Laval, QC	25 456	3,29%	6,2
Roussillon, QC	22 141	2,86%	6,9
La Vallée-du-Richelieu, QC	19 253	2,49%	6,8
Sherbrooke, QC	19 224	2,49%	6,4
Lévis, QC	18 330	2,37%	6,8
Francheville, QC	16 561	2,14%	6,5
Minganie--Le Golfe-du-Saint-Laurent, QC	16 154	2,09%	7,9
Thérèse-De Blainville, QC	15 172	1,96%	6,5
Le Haut-Richelieu, QC	14 448	1,87%	7,2
Les Moulins, QC	13 552	1,75%	6,2
La Rivière-du-Nord, QC	12 680	1,64%	6,3
Gatineau, QC	11 752	1,52%	5,8
Rimouki...	11 616	1,50%	6,8
<b>Total</b>	<b>773 271</b>	<b>100,00%</b>	<b>6,4</b>

Région de destination, en parts de marché des nuitées





## Région de destination, en parts de marché



## HORS-QUÉBEC

### Nuitées et nuitées par visite, par division de recensement d'origine

Div. de recensement	Nuitées	Parts de marché %	Nuitées/visite
Ottawa, ON	9 974	11,85%	4,2
Halifax, NS	7 546	8,97%	2,5
Westmorland, NB	6 802	8,08%	4,0
Gloucester, NB	6 634	7,88%	2,7
Toronto, ON	5 355	6,36%	3,0
Queens, PE	4 413	5,24%	4,2
Kent, NB	1 995	2,37%	3,2
Cape Breton, NS	1 963	2,33%	1,5
Inverness, NS	1 661	1,97%	1,9
Peel, ON	1 653	1,96%	3,1
Halton, ON	1 463	1,74%	3,1
Restigouche, NB	1 425	1,69%	6,1
Prescott and Russell, ON	1 419	1,69%	3,8
Division No. 1, NL	1 392	1,65%	2,7
Greater Vancouver, BC	1 226	1,46%	3,9





# ÎLES DE LA MADELEINE

LA référence

An aerial photograph of a coastal landscape. A wide, sandy beach runs diagonally from the bottom left towards the top right. To the right of the beach, there are green dunes with some vegetation. The water is a deep blue, and the sky is a lighter blue. The text "PRÉCISION REDOUTABLE" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

PRÉCISION  
REDOUTABLE

Gulf of St Lawrence



Bay St  
Lawrence



# *LA CONSTANTE ÉVOLUTION*

- La compilation de la donnée change (GA4)
- Adapter les objectifs et assurer une veille
- Développer des outils au besoin
- Mieux conseiller et adapter l'offre



  
GRAND PALLADIUM  
HOTELS & RESORTS

 transat



Offrez-vous  
des vacances de rêve  
dans les Caraïbes

[Réserver](#)

VS

Fous des Îles  
Fous de l'automne



Tourisme  
ÎLES DE LA MADELEINE



DÉCOUVREZ 

A scenic view of a red rock cliffside overlooking the ocean. The sky is a deep blue, and numerous white birds are seen in flight, some perched on the cliff face. The water in the foreground is calm, reflecting the colors of the sky and the cliff. The word "CONVERSION" is overlaid in large, white, sans-serif capital letters across the center of the image.

CONVERSION

# Collaborer ensemble



Faire de la basse saison  
un premier choix ou  
une raison de revenir



TOURISME Îles DE LA  
Madeleine

