

# Enquête de perceptions sur les Québécois et le voyage de groupe par autocar



**DESJARDINS**

MARKETING STRATÉGIQUE

Partenaire des innovateurs



ASSOCIATION DES PROPRIÉTAIRES  
D'AUTOBUS DU QUÉBEC

Tourisme  
Québec 

3 avril 2013

# 1. Rappel du mandat et des objectifs

L'Association des propriétaires d'autobus du Québec (APAQ) a mandaté la firme Desjardins Marketing Stratégique, experte en tourisme, en recherche marketing et connaissant bien l'industrie du transport nolisé de personnes, afin de réaliser le mandat suivant :

**« En collaboration avec l'APAQ et ses membres, mener une enquête de perceptions sur les Québécois et le voyage de groupe par autocar auprès de trois groupes cibles : un volet grand public, auprès de répondants adultes québécois (perceptions, part de marché, intérêt et intentions, etc.); un volet auprès des agences forfaitistes du Québec (pratiques d'affaires, perceptions, vision du secteur, critères de choix, etc.); un volet auprès des organisateurs de groupes (origine et profil, perceptions, critères, connaissances et comportement, etc.). Soumettre les résultats en vue d'une diffusion au congrès annuel des membres.**

# 1. Rappel du mandat et des objectifs (suite)

## **Objectifs volet 1 : sondage grand public**

- Mesurer la part de marché, soit la proportion de Québécois ayant déjà voyagé en groupe.
- Sonder les Québécois quant à leurs perceptions, satisfaction et motivation aux voyages de groupes. Évaluer le niveau de connaissance et de valeur perçue associée aux voyages de groupe à bord d'autocar.

## **Objectifs volet 2 : sondage agences forfaitistes**

- Cerner les facteurs d'influence pour réaliser ou non des voyages de groupe par autocar.
- Circonscrire les tendances et la vision du développement des voyages de groupe par autocar.
- Évaluer la satisfaction et les critères de choix pour ce type de voyage.
- Évaluer le niveau de connaissance et de perceptions quant aux modalités d'opération propre aux autocars (normes et règlements de sécurité de l'industrie).
- Cerner les pratiques d'affaires des entreprises en regard de la mise en marché de ce type d'affaires.
- Évaluer les profils de clientèles de ces agences adeptes de cette forme de voyage.

# 1. Rappel du mandat et des objectifs (suite)

## **Objectifs volet 3 : sondage auprès des organisateurs**

- Tracer un portrait type des organisateurs de groupe.
- Évaluer leurs perceptions, satisfaction et habitudes pour cette formule de voyage.
- Mesurer leur niveau de connaissance, leurs intentions et la valeur perçue de cette formule.
- Cerner les critères de choix et les comportements dans leur processus de choix d'un fournisseur.

## 2. Sondage auprès du grand public

### 2.1 Résultats du sondage omnibus

Avant le début du sondage Web auprès des internautes québécois âgés de 18 ans ou plus, un sondage omnibus (téléphonique) d'une question, réalisé par la firme SOM, a été mené auprès de 1 009 Québécois âgés de 18 ans et plus. L'objectif de celui-ci était d'estimer le nombre de voyages de groupe organisé en autocar en partance du Québec réalisés par ces derniers et de voir la différence entre les résultats de ceux-ci et du panel Web utilisé dans le cadre de cette enquête.

**QA1. AU COURS DES 5 DERNIÈRES ANNÉES, SOIT DEPUIS 2008, COMBIEN DE VOYAGES DE GROUPE ORGANISÉS EN AUTOCAR AVEZ-VOUS FAITS EN PARTANCE DU QUÉBEC, PEU IMPORTE LA DESTINATION EN AMÉRIQUE DU NORD? (N=1 009)**

|                   | Proportion     |
|-------------------|----------------|
| Aucun voyage      | 78,0 %         |
| 1 voyage          | 10,0 %         |
| 2 voyages et plus | 11,0 %         |
| NSP/NRP           | 1,0 %          |
| <b>Total</b>      | <b>100,0 %</b> |

*On constate que 78,0 % des Québécois n'ont effectué aucun voyage de groupe organisé en autocar en partance du Québec au cours des 5 dernières années.*

*Si l'on ne considère que ceux ayant réalisé au moins un voyage au cours de cette période, la moyenne de voyages effectués par personne est de 3,41. Les personnes de 18 à 24 ans (34,0 %) sont proportionnellement plus nombreuses que la moyenne à avoir effectué plus de 2 voyages de groupe organisés en autocar au cours des 5 dernières années.*

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

### 2.2 Méthodologie de l'enquête

#### POPULATION CIBLE

Les internautes québécois âgés de 18 ans ou plus.

#### BASE DE SONDAGE

L'échantillon a été tiré du panel Or de SOM. Le panel Or est constitué d'internautes recrutés de façon aléatoire par téléphone. Il s'agit donc d'un échantillon probabiliste.

#### PLAN D'ÉCHANTILLONNAGE

L'échantillon est stratifié de façon à respecter la répartition des internautes adultes du Québec selon les variables suivantes : âge, sexe, scolarité, taille du ménage, langue maternelle et région (Montréal, Québec, ailleurs). Au total, 425 panélistes ont répondu au sondage, soit 25 de plus que le nombre visé (400).

#### QUESTIONNAIRE

Le questionnaire a été conçu par Desjardins Marketing Stratégique, puis révisé, traduit et programmé par SOM. La version finale du questionnaire est présentée en annexe.

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

### **COLLECTE**

La collecte des données s'est déroulée du 13 au 17 février 2013.

Le sondage était en ligne et accessible uniquement par un lien sécurisé. La gestion des invitations et des rappels a été effectuée par SOM, ainsi que la collecte. Les invitations ont été envoyées le 13 février 2013. Le taux de réponse à l'enquête est de 42,6 %.

### **PONDÉRATION**

Les données ont été pondérées pour refléter au mieux la distribution des internautes québécois selon leur profil sociodémographique (âge, sexe, scolarité, taille du ménage, langue maternelle et région de résidence). Le profil sociodémographique des internautes est obtenu à partir des données consolidées de notre omnibus, qui est lui-même pondéré pour représenter l'ensemble de la population adulte et dont on extrait le profil des internautes. Enfin, les données ont aussi été pondérées en fonction du nombre de voyages de groupe en autocar tel que mesuré dans la question omnibus.

### **TRAITEMENT**

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB.

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

### **MARGE D'ERREUR**

La marge d'erreur varie selon la valeur de la proportion estimée. En effet, la marge d'erreur est plus grande lorsque la proportion est voisine de 50 % et plus petite à mesure que la proportion s'éloigne de 50 %. À un intervalle de confiance de 95 %, 19 fois sur 20, la marge d'erreur est de 2,2 pour l'ensemble des répondants et de 4,4 pour les répondants qui ont effectué au moins un voyage de groupe en autocar au cours des cinq dernières années (voyageurs).

### **Note au lecteur :**

**Il est à noter que seuls les écarts statistiquement pertinents et significatifs selon les sous-groupes à l'étude seront mentionnés dans ce rapport. Par exemple, si les hommes et les femmes ont des perceptions ou des comportements différents, les écarts statistiquement significatifs seront notés.**

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

### 2.3 Profil sociodémographique

Le tableau qui suit présente le profil sociodémographique des personnes ayant répondu à l'enquête.

|                           | Nombre | Proportion |
|---------------------------|--------|------------|
| Âge (n=424)               |        |            |
| • 18 à 24 ans             | 49     | 12 %       |
| • 25 à 34 ans             | 75     | 18 %       |
| • 35 à 44 ans             | 77     | 18 %       |
| • 45 à 54 ans             | 108    | 25 %       |
| • 55 à 64 ans             | 70     | 16 %       |
| • 65 ans et plus          | 45     | 11 %       |
| Sexe (n=424)              |        |            |
| • Homme                   | 215    | 51 %       |
| • Femme                   | 209    | 49 %       |
| Langue Maternelle (n=424) |        |            |
| • Français                | 332    | 78 %       |
| • Autre                   | 92     | 22 %       |
| Scolarité (n=424)         |        |            |
| • Aucun/secondaire/DEP    | 193    | 46 %       |
| • Collégial               | 107    | 25 %       |
| • Universitaire           | 124    | 29 %       |

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

|                                 | Nombre | Proportion |
|---------------------------------|--------|------------|
| <b>Revenu Familial (n=307)</b>  |        |            |
| • Moins de 15 000 \$            | 13     | 4 %        |
| • 15 000 \$ à 24 999 \$         | 30     | 10 %       |
| • 25 000 \$ à 34 999 \$         | 31     | 10 %       |
| • 35 000 \$ à 54 999 \$         | 59     | 19 %       |
| • 55 000 \$ à 74 999 \$         | 66     | 21 %       |
| • 75 000 \$ à 99 999 \$         | 51     | 17 %       |
| • 100 000 \$ et plus            | 57     | 19 %       |
| <b>Taille du ménage (n=424)</b> |        |            |
| • 1                             | 44     | 10 %       |
| • 2                             | 380    | 90 %       |
| <b>Résidence (n=413)</b>        |        |            |
| • Propriétaire                  | 298    | 72 %       |
| • Locataire                     | 115    | 28 %       |
| <b>Région (n=424)</b>           |        |            |
| • RMR de Québec                 | 58     | 14 %       |
| • RMR de Montréal               | 212    | 50 %       |
| • Ailleurs en province          | 154    | 36 %       |

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

### 2.4 Résultats de l'enquête

#### QUALIFICATION DU RÉPONDANT

Un peu plus du trois quarts (78,1 %) des répondants à l'enquête n'a pas effectué de voyages de groupe organisés en autocar au cours des 5 dernières années, alors que 12 % en ont fait plus de 2.

Si l'on ne considère que ceux ayant réalisé au moins un voyage au cours de cette période, la moyenne de voyages effectués par personne est de 2,87. Les personnes de 18 à 24 ans (33,0 %) sont proportionnellement plus nombreuses que la moyenne à avoir effectué plus de 2 voyages de groupe organisés en autocar au cours des 5 dernières années.

**QA1. AU COURS DES 5 DERNIÈRES ANNÉES, SOIT DEPUIS 2008, COMBIEN DE VOYAGES DE GROUPE ORGANISÉS EN AUTOCAR AVEZ-VOUS FAITS EN PARTANCE DU QUÉBEC, PEU IMPORTE LA DESTINATION EN AMÉRIQUE DU NORD? (N=424)**

|                   | Proportion     | Nombre moyen de voyage |
|-------------------|----------------|------------------------|
| Aucun voyage      | 78,1 %         | 0,0                    |
| 1 voyage          | 9,8 %          | 1,0                    |
| 2 voyages et plus | 12,1 %         | 4,4                    |
| <b>Total</b>      | <b>100,0 %</b> |                        |

} Moyenne de 2,87 voyages par personne

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

Si l'on infère les données à la population du Québec de plus de 18 ans, ce sont près de 1 392 000 personnes qui ont effectuées au moins un voyage de groupe organisé en autocar en partance du Québec au cours des cinq dernières années. Ensemble, ces personnes ont faits, au total, environ 3 995 000 voyages au cours de cette période.

### NOMBRE DE VOYAGES DE GROUPE ORGANISÉS EN AUTOCAR EN PARTANCE DU QUÉBEC – DONNÉES INFÉRÉES À LA POPULATION QUÉBÉCOISE DE PLUS DE 18 ANS

|                   | Proportion    | Population du Québec       |
|-------------------|---------------|----------------------------|
| 1 voyage          | 9,8 %         | 622 900 personnes          |
| 2 voyages et plus | 12,1 %        | 769 000 personnes          |
| <b>Total</b>      | <b>21,9 %</b> | <b>1 391 900 personnes</b> |

Moyenne de 2,87 voyages par personne

Sources : Recensement 2011, Statistique Canada

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

Quatre personnes sur cinq (80,0 %) ont passé au moins une nuitée à l'extérieur de leur résidence lors de leur dernier voyage de groupe organisé par autocar en partance du Québec, dont près de la moitié (45,7 %) ont séjourné plus de 3 nuits à l'extérieur de chez eux.

Si l'on ne considère que ceux qui ont fait des voyages qui comportaient plus d'une nuitée à l'extérieur de leur résidence, la moyenne de nuitées effectuée par voyage est de 5,53.

**QB2. LORS DE VOTRE DERNIER VOYAGE DE GROUPE PAR AUTOCAR EN PARTANCE DU QUÉBEC, COMBIEN DE NUITS AVEZ-VOUS PASSÉES À L'EXTÉRIEUR DE CHEZ VOUS? (N=108)**

|                 | Proportion     | Nombre moyen de nuitées |                                      |
|-----------------|----------------|-------------------------|--------------------------------------|
| Aucune nuit     | 20,0 %         | 0,0                     | } Moyenne de 5,53 nuitées par voyage |
| 1 à 2 nuits     | 34,3 %         | 1,7                     |                                      |
| 3 nuits et plus | 45,7 %         | 8,4                     |                                      |
| <b>Total</b>    | <b>100,0 %</b> |                         |                                      |

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

L'agrément constitue le principal motif du dernier voyage par autocar en partance du Québec des personnes ayant répondu à la présente enquête. Le deuxième motif de voyage des répondants est un voyage scolaire de plus d'une journée. Il n'est donc pas étonnant de constater que les personnes de 18 à 24 ans (47,8 %) sont proportionnellement plus nombreuses que la moyenne à avoir comme motif du dernier voyage un voyage scolaire.

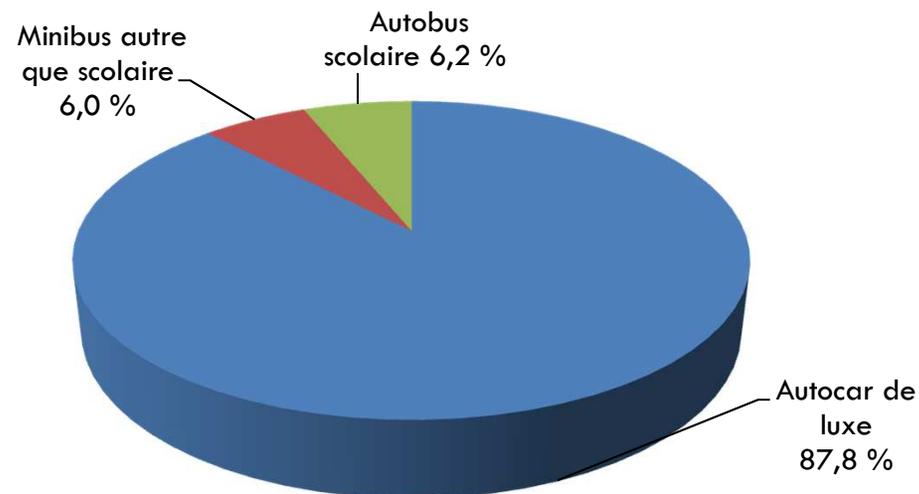
**QB2. QUEL ÉTAIT LE MOTIF PRINCIPAL DE CE DERNIER VOYAGE DE GROUPE PAR AUTOCAR EN PARTANCE DU QUÉBEC? (N=109)**

|   | Proportion     |
|---|----------------|
| <b>Un voyage d'agrément (ex. vacances)</b>  | <b>65,7 %</b>  |
| Un voyage scolaire (plus d'une journée)     | 17,8 %         |
| Une sortie scolaire (une journée seulement) | 5,5 %          |
| Un voyage sportif                           | 5,5 %          |
| Un voyage d'affaires                        | 3,7 %          |
| Un voyage culturel                          | 1,4 %          |
| Un autre motif                              | 0,4 %          |
| <b>Total</b>                                | <b>100,0 %</b> |

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

Lors de leur dernier voyage de groupe par autocar en partance du Québec, les personnes consultées étaient majoritairement (87,8 %) à bord d'un autocar de luxe de type voyageur.

**QB4. À bord de quel véhicule étiez-vous lors de ce dernier voyage? (n=110)**

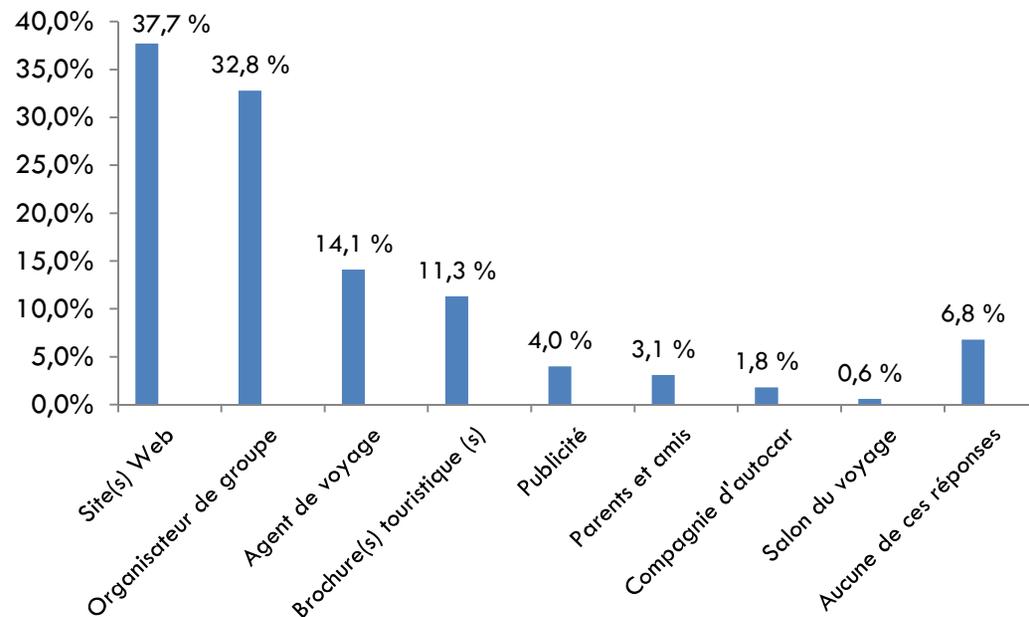


## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

### COMPORTEMENT D'ACHAT ET SATISFACTION

Le Web et les organisateurs de groupe sont les deux sources d'informations les plus consultées par les répondants lors de la planification de leur dernier voyage de groupe par autocar. Les personnes de 25 à 34 ans (71,1 %) et celles de 35 à 44 ans (77,9 %) sont proportionnellement plus nombreuses que la moyenne à avoir utilisé le Web comme source d'informations pour leur dernier voyage, alors que les personnes de 45 à 54 ans ont davantage utilisé les services d'un agent de voyage.

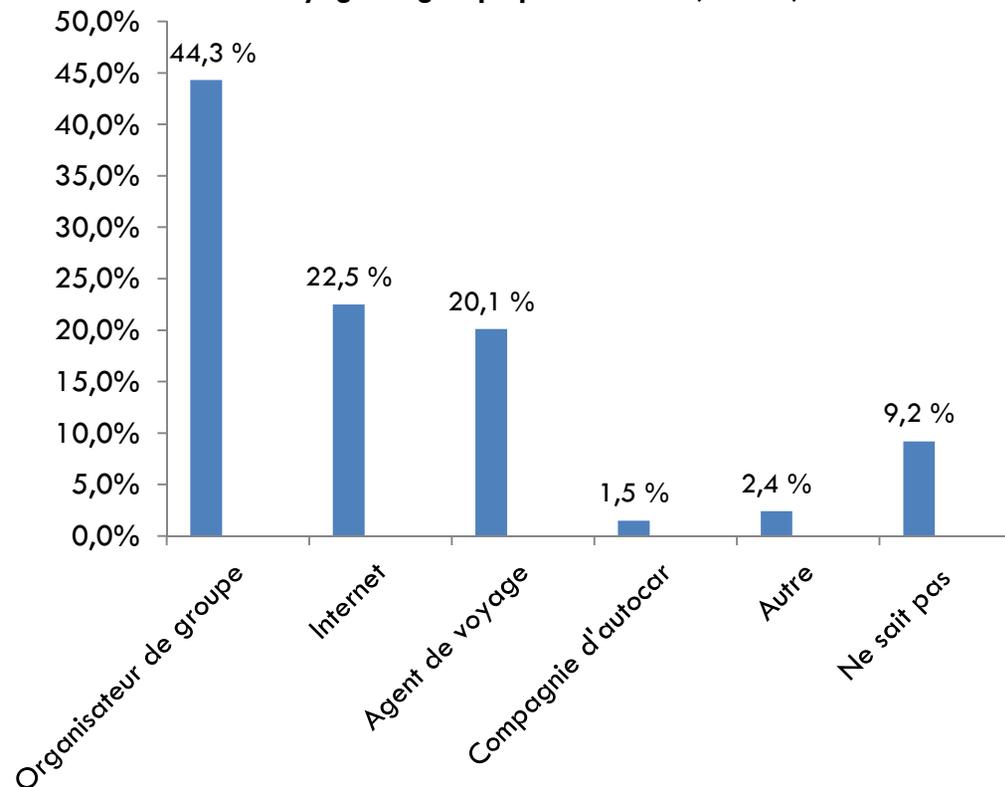
**QC5A. Toujours en référence à votre dernier voyage de groupe par autocar, quelles sources d'information parmi les suivantes avez-vous consultées pour la planification de votre voyage? (n=110)**



## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

Les organisateurs de groupe tels les clubs sociaux (44,3 %), Internet (22,5 %) et les agents de voyage (20,1 %) sont les trois principaux moyens privilégiés par les personnes pour acheter leur dernier voyage de groupe par autocar.

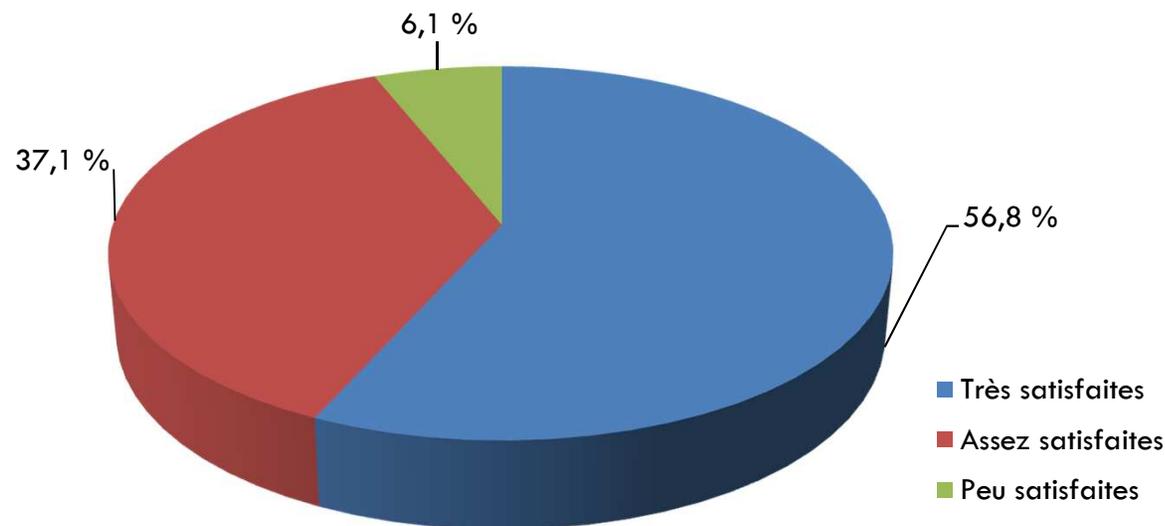
QC6. Après de qui ou par quel moyen avez-vous acheté votre dernier voyage de groupe par autocar? (n=110)



## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

De façon générale, les personnes interrogées sont assez satisfaites de leur dernier voyage de groupe par autocar. En effet, plus de la moitié d'entre elles affirment être très satisfaites (56,8 %), alors qu'un peu plus du tiers (37,1 %) se disent assez satisfaites.

QC7. De façon générale, quelle a été votre satisfaction à l'égard de votre dernier voyage de groupe par autocar? (n=110)



## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

Dans l'ensemble, les personnes ayant répondu à l'enquête se sont montrées assez satisfaites de l'ensemble des éléments mentionnés ici-bas lors de leur dernier voyage de groupe par autocar. La propreté de l'autocar, la conduite et la courtoisie du chauffeur sont les éléments qui sont ressortis comme étant les plus satisfaisants. Le seul élément présentant une moins grande satisfaction concerne les services à bord de l'autocar.

**QC8A à F. Toujours en référence à votre dernier voyage de groupe par autocar, avez-vous été satisfait des aspects suivants?**

|   | <b>Très satisfait</b> | <b>Assez satisfait</b> | <b>Peu satisfait</b> | <b>Pas du tout satisfait</b> |
|---|-----------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|
| <b>Propreté de l'autocar (n=110)</b>                                | 65,5 %                | 30,5 %                 | 4,0 %                | -                            |
| <b>Conduite du chauffeur (n=110)</b>                                | 62,8 %                | 32,7 %                 | 4,4 %                | -                            |
| <b>Courtoisie du chauffeur (n=103)</b>                              | 60,4 %                | 32,1 %                 | 7,5 %                | -                            |
| <b>Condition générale du véhicule (n=110)</b>                       | 44,9 %                | 49,7 %                 | 5,4 %                | -                            |
| <b>Confort de l'autocar (n=110)</b>                                 | 45,6 %                | 45,8 %                 | 8,6 %                | -                            |
| <b>Services à bord - Wi-Fi, écran télé, toilettes, etc. (n=101)</b> | 17,8 %                | 38,3 %                 | 41,6 %               | 3,0 %                        |

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

### PERCEPTIONS

Les répondants à l'enquête perçoivent plusieurs avantages à choisir la formule du voyage organisé en groupe par autocar, les deux principaux étant le rapport qualité/prix (46,2 %) et la présence d'un guide durant le voyage (44,3 %).

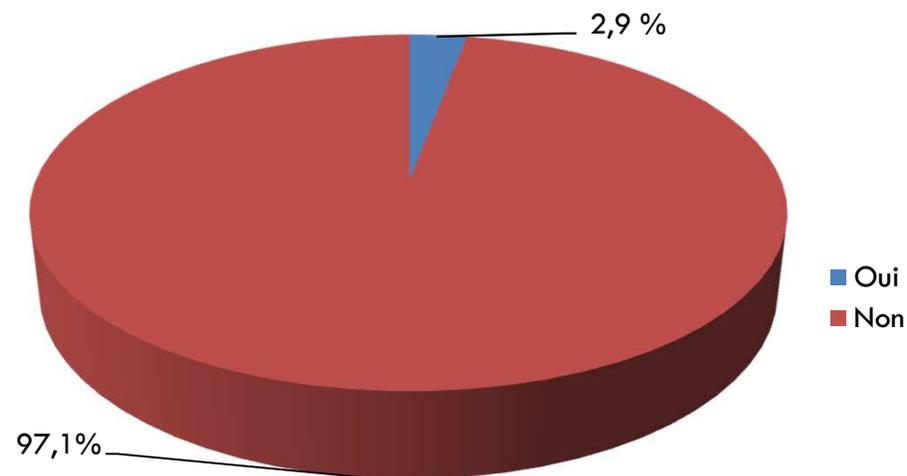
**QD9. Selon vous, quels sont les avantages à choisir la formule du voyage organisé en groupe par autocar? (n=110)**

|  | Proportion    |
|--|---------------|
| <b>Le rapport qualité/prix</b>                                 | <b>46,2 %</b> |
| <b>La présence d'un guide</b>                                  | <b>44,3 %</b> |
| <b>L'horaire planifié des visites</b>                          | <b>38,6 %</b> |
| <b>La sécurité du mode de transport</b>                        | <b>35,2 %</b> |
| <b>Les activités spéciales en exclusivité pour les groupes</b> | <b>31,3 %</b> |
| <b>L'aspect social d'être en groupe</b>                        | <b>30,9 %</b> |
| <b>La formule tout inclus</b>                                  | <b>28,5 %</b> |
| <b>Autres</b>  | <b>2,2 %</b>  |
| <b>Aucune de ces réponses, n'y voit aucun avantage</b>         | <b>0,8 %</b>  |

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

La presque totalité (97,1 %) des personnes interrogées ne connaissait pas le site Web espaceBUS.com, ni même pour en avoir déjà entendu parler.

**Q10DA. Connaissez-vous ou avez-vous déjà entendu parler du site Web espaceBUS.com? (n=110)**



## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

Selon eux, les répondants à l'enquête croient que le site espaceBUS.com peut principalement leur permettre de trouver un voyage de groupe pour une destination nord-américaine (26,7 %), ainsi que des voyages en autocar (19,5 %).

**QD10B. Selon vous, qu'est-ce que le site Web espaceBUS.com peut vous permettre de trouver? (n=96)**

|   | Proportion    |
|---|---------------|
| <b>Un voyage de groupe pour une destination nord-américaine</b> | <b>26,7 %</b> |
| <b>Des voyages en autocar</b>                                   | <b>19,5 %</b> |
| <b>Des compagnies d'autocar</b>                                 | 10,6 %        |
| <b>Des destinations</b>   | 9,7 %         |
| <b>Des forfaits de voyage</b>                                   | 9,1 %         |
| <b>Les horaires</b>   | 9,0 %         |
| <b>Les tarifs</b>   | 5,2 %         |
| <b>Autres</b>   | 15,4 %        |
| <b>NSP/NRP</b>  | 16,3 %        |

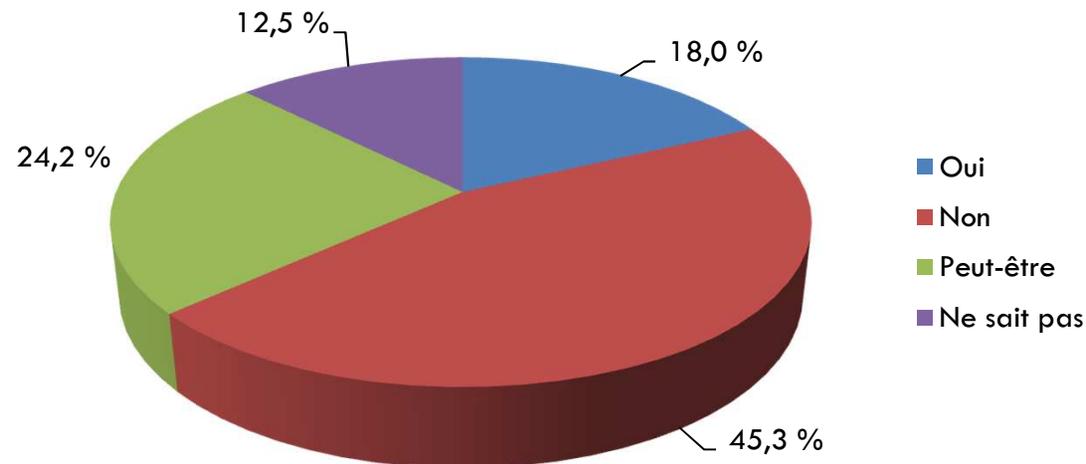
*Plusieurs mentions possibles, le total peut donc excéder 100 %.*

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

### INTENTIONS ET INCITATIFS

Au cours des trois prochaines années, ce sont 18 % des personnes interrogées qui ont l'intention d'effectuer personnellement un voyage de groupe par autocar en partance du Québec et près du quart (24,2 %) qui affirme que peut-être ils en effectueront un. Près de la moitié (45,3 %) sont catégoriques en signifiant qu'ils n'ont pas l'intention d'en effectuer un. Les personnes ayant effectué au moins un voyage de groupe organisé en autocar depuis les cinq dernières années sont proportionnellement plus nombreuses que la moyenne à avoir l'intention d'en effectuer un au cours des trois prochaines années.

**QE11. Au cours des 3 prochaines années, avez-vous l'intention d'effectuer personnellement un voyage de groupe par autocar en partance du Québec? (n=425)**



## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

Si l'on infère les données à la population du Québec de plus de 18 ans, ce sont près de 1 144 000 personnes qui ont l'intention certaine d'effectuer un voyage de groupe organisé en autocar en partance du Québec au cours des trois prochaines années. Le bassin potentiel pour ce type de voyage est beaucoup plus grand, puisque l'on doit considérer également les gens qui sont incertains et qui pourraient convertir leur incertitude en action, ce qui représente 2 332 600 personnes de plus.

**INTENTIONS D'EFFECTUER UN VOYAGE DE GROUPE ORGANISÉ EN AUTOCAR EN PARTANCE DU QUÉBEC  
AU COURS DE 3 PROCHAINES ANNÉES –  
DONNÉES INFÉRÉES À LA POPULATION QUÉBÉCOISE DE PLUS DE 18 ANS**

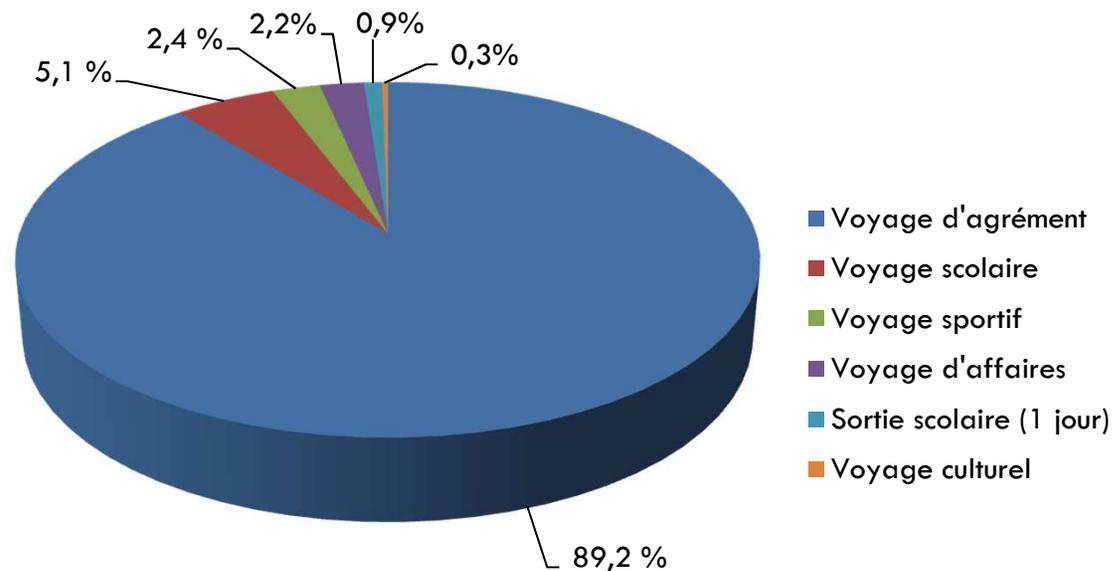
|              | Proportion    | Population du Québec       |
|--------------|---------------|----------------------------|
| Oui          | 18,0 %        | 1 144 000 personnes        |
| Peut-être    | 24,2 %        | 1 538 000 personnes        |
| Ne sait pas  | 12,5 %        | 794 600 personnes          |
| <b>Total</b> | <b>54,7 %</b> | <b>3 476 600 personnes</b> |

Sources : Recensement 2011, Statistique Canada

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

L'agrément serait le principal motif du prochain voyage de groupe par autocar en partance du Québec des personnes qui ont l'intention certaine ou probable d'en effectuer un au cours des 3 prochaines années.

**QE12. Quel serait le motif principal de votre prochain voyage de groupe par autocar en partance du Québec? (n=183)**



## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

Cinq facteurs pourraient inciter plus du quart des répondants à considérer ou à utiliser davantage la formule de voyage de groupe par autocar, soient :

- l'intérêt pour une destination en particulier (36,2 %);
- le rapport qualité/prix (35,5 %);
- un circuit offrant plus de liberté (27,1 %);
- le développement des services à bord (Wi-Fi, sièges confortables pour le sommeil, etc.) (24,9 %);
- accroître le confort dans les autocars (ex. : plus d'espace entre les sièges) (24,4 %).

Les personnes qui ont l'intention d'effectuer un voyage de groupe par autocar au cours des 3 prochaines années sont proportionnellement plus nombreuses que la moyenne à avoir identifié comme facteurs incitatifs le développement des services à bord (38,9 %), alors que celles qui ont peut-être l'intention d'en effectuer un sont proportionnellement plus nombreuses que la moyenne à avoir mentionné le rapport qualité/prix (50,2 %) et l'accroissement du confort à bord des autocars (40,6 %) comme facteurs pouvant les inciter à choisir la formule du voyage de groupe par autocar.

Le tableau de page suivante présente les résultats détaillés.

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

**QF13A. Parmi les facteurs suivants, lesquels pourraient vous inciter à considérer (ou à utiliser davantage) la formule de voyage de groupe par autocar? (n=425)**

|   | Proportion    |
|---|---------------|
| <b>L'intérêt pour une destination en particulier</b>                                      | <b>36,2 %</b> |
| <b>Le rapport qualité/prix</b>  | <b>35,5 %</b> |
| <b>Un circuit offrant plus de liberté</b>   | <b>27,1 %</b> |
| <b>Le développement des services à bord (Wi-Fi, sièges confort pour le sommeil, etc.)</b> | <b>24,9 %</b> |
| <b>Accroître le confort dans les autocars (ex.: plus d'espace entre les sièges)</b>       | <b>24,4 %</b> |
| <b>Un voyage à thème précis</b>   | 19,1 %        |
| <b>Voyager en plus petit groupe</b>   | 19,1 %        |
| <b>Pouvoir réserver son siège avant le départ</b>   | 7,9 %         |
| <b>Aucune de ces réponses</b>   | 15,5 %        |
| <b>NSP/NRP</b>  | 5,9 %         |

*Plusieurs mentions possibles, le total peut donc excéder 100 %.*

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

### 2.5 Constats de l'enquête

Ce que l'on retient c'est que...

...une personne sur cinq a réalisé au moins un voyage de groupe organisé en autocar en partance du Québec au cours des 5 dernières années, ce qui représente environ 1 392 000 québécois et tout près de 4 000 000 de voyages au cours de cette période.

...près de la moitié d'entre elles ont passé trois nuitées et plus à l'extérieur de leur résidence au courant de leur dernier voyage.

...l'agrément constitue le principal motif du dernier voyage de groupe organisé par autocar en partance du Québec des personnes ayant répondu à l'enquête.

...le web et les organisateurs de groupe sont les sources d'information les plus consultées pour la planification du dernier voyage des personnes interrogées, alors que les organisateurs de groupe ont été privilégiés pour l'achat de celui-ci, suivi d'Internet et des agents de voyage.

...le niveau de satisfaction envers leur dernier voyage de groupe par autocar en partance du Québec est assez élevé. Le seul élément présentant une moins grande satisfaction concerne les services à bord de l'autocar.

...le rapport qualité/prix et la présence d'un guide durant le voyage sont les deux principaux avantages à choisir la formule du voyage de groupe organisé par autocar.

## 2. Sondage auprès du grand public (suite)

...le site Web espaceBUS.com n'est pas connu. Il est perçu par les personnes interrogées comme un site où l'on peut trouver un voyage de groupe pour une destination nord-américaine ou des voyages en autocar.

...près d'une personne sur cinq a l'intention d'effectuer un voyage de groupe organisé par autocar en partance du Québec au cours des trois prochaines années, alors que près de 40 % sont indécis, ce qui représente un bassin potentiel d'environ 3 476 000 personnes.

...l'agrément constitue le principal motif du prochain voyage des personnes qui ont l'intention certaine ou probable d'en effectuer un au cours des trois prochaines années.

...l'intérêt pour une destination en particulier, le rapport qualité/prix, un circuit offrant plus de liberté, le développement des services à bord (Wi-Fi, sièges confortables pour le sommeil, etc.) et accroître le confort dans les autocars sont les cinq facteurs qui pourraient inciter plus du quart des personnes interrogées à considérer ou à utiliser davantage la formule du voyage de groupe organisé par autocar.

# 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes

### 3.1 Méthodologie de l'enquête

#### **POPULATION CIBLE**

Les agences réceptives et les forfaitistes qui organisent des voyages de groupe québécois par autocar en partance de la province de Québec.

#### **BASE DE SONDAGE**

La liste des agences réceptives et des forfaitistes a été élaborée par Desjardins Marketing Stratégique en collaboration avec monsieur Jacques Drapeau, spécialiste en réseau de distribution dans l'industrie du voyage.

#### **ENTREVUES COMPLÉTÉES**

15 entrevues ont été complétées par téléphone, sur un échantillon total de 27 entreprises. Seules quatre (4) d'entre elles ont refusé de participer à l'étude.

#### **PÉRIODE DE COLLECTE**

Les entrevues se sont déroulées entre le 4 et le 12 février 2013.

# 3.

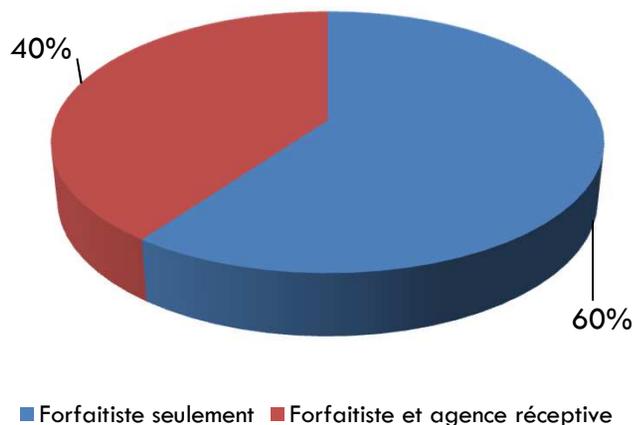
## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

### 3.2 Résultats de l'enquête

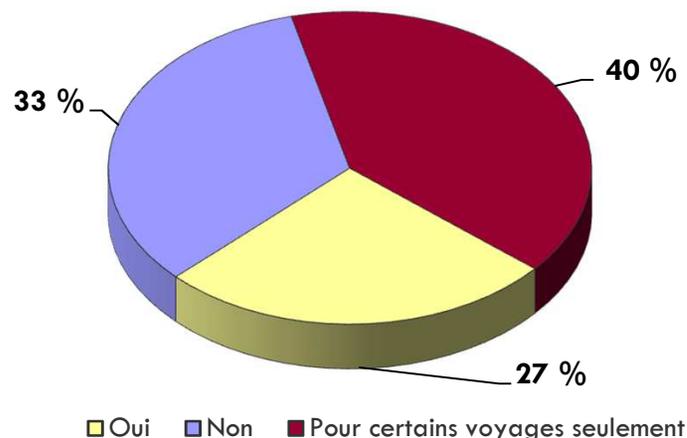
#### QUALIFICATION DU RÉPONDANT

Des 15 entreprises ayant répondu à l'enquête, 60 % sont uniquement des forfaitistes alors que les autres sont à la fois des agences réceptives et des forfaitistes. Seuls 33 % des entreprises n'offrent jamais de départs garantis pour leurs voyages de groupe par autocar en partance du Québec, alors que 27 % offrent toujours des départs garantis et 40 % pour certains voyages seulement.

Type d'entreprise



Offrez-vous des départs garantis pour vos voyages de groupe par autocar en partance du Québec? (Q1B)

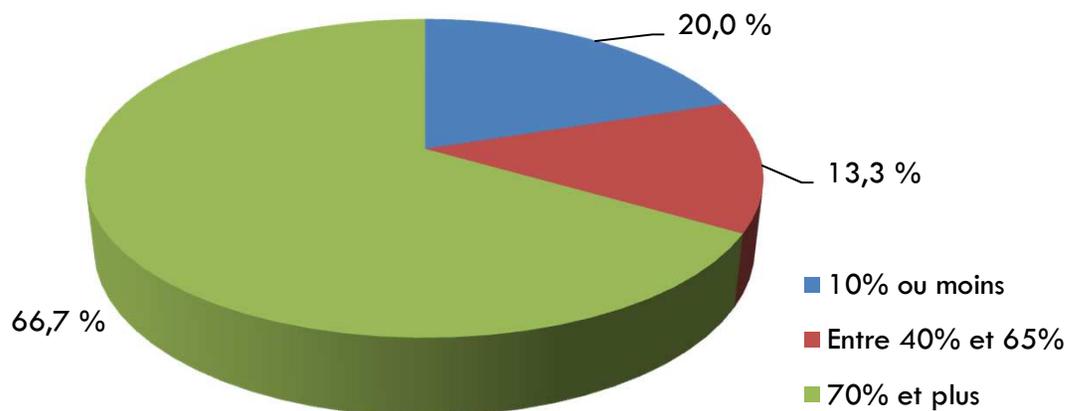


### 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

Pour la très forte majorité des entreprises contactées (66,7 %), les voyages de groupe par autocar en partance du Québec représentent plus de 70 % de leur chiffre d'affaires.

Part dans votre chiffre d'affaires qui est représenté par les voyages de groupes par autocar en partance du Québec (Q2)

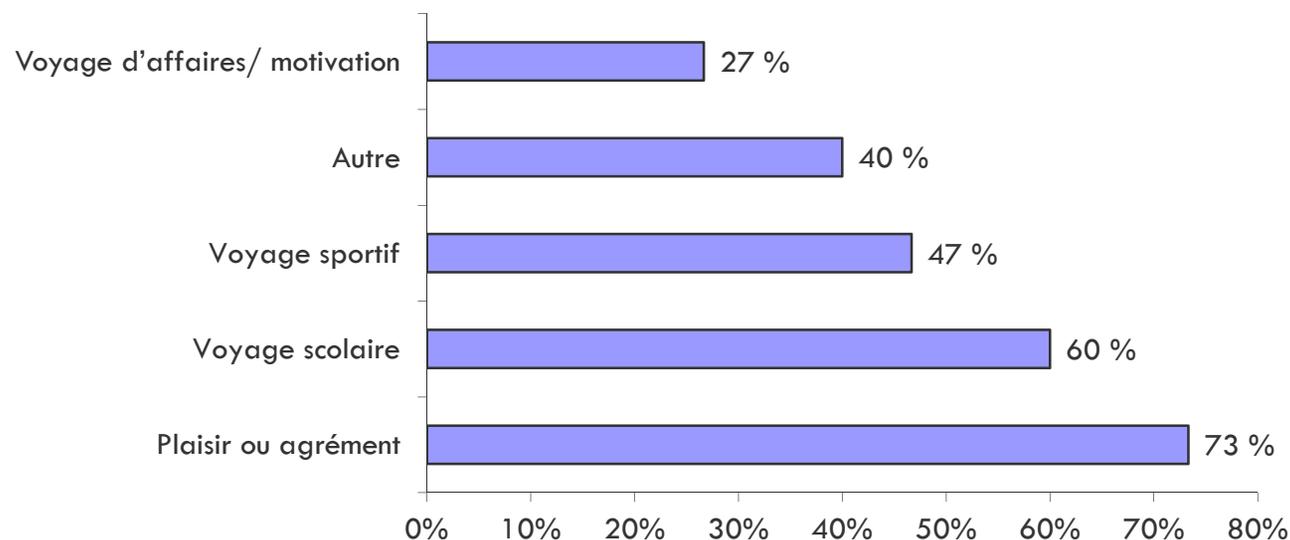


### 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

Les types de voyages de groupe qui s'adressent à une clientèle québécoise les plus organisés par les entreprises interrogées sont les voyages de plaisir ou d'agrément (73 %), les voyages scolaires (60 %) et les voyages sportifs (47 %).

Au sein de votre agence de voyage, quels types de voyage de groupe, s'adressant à la clientèle québécoise, organisez-vous parmi les suivants (motif principal du voyage) (Q3)



### 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

### COMPORTEMENT D'ACHAT ET CONNAISSANCE DE L'INDUSTRIE

Les trois principaux canaux de communication utilisés par les entreprises pour la vente de voyages par autocar en partance du Québec sont le site Web et Internet, les brochures et feuillets explicatifs, ainsi que les médias traditionnels.

PRINCIPAUX CANAUX DE COMMUNICATION UTILISÉS POUR LA VENTE (Q4A)

|                                | Nombre de mentions | Proportion |
|--------------------------------|--------------------|------------|
| Site Web et Internet           | 15                 | 100 %      |
| Brochure/feuilleton explicatif | 11                 | 73 %       |
| Médias traditionnels           | 10                 | 67 %       |
| Médias sociaux                 | 4                  | 27 %       |

*Plusieurs mentions possibles, le total peut donc excéder 100 %.*

Quant aux canaux de communication les plus générateurs de vente, on peut noter les suivants (Q4B) :

- le site Web/Internet;
- les brochures;
- la promotion dans les médias traditionnels ou autres.

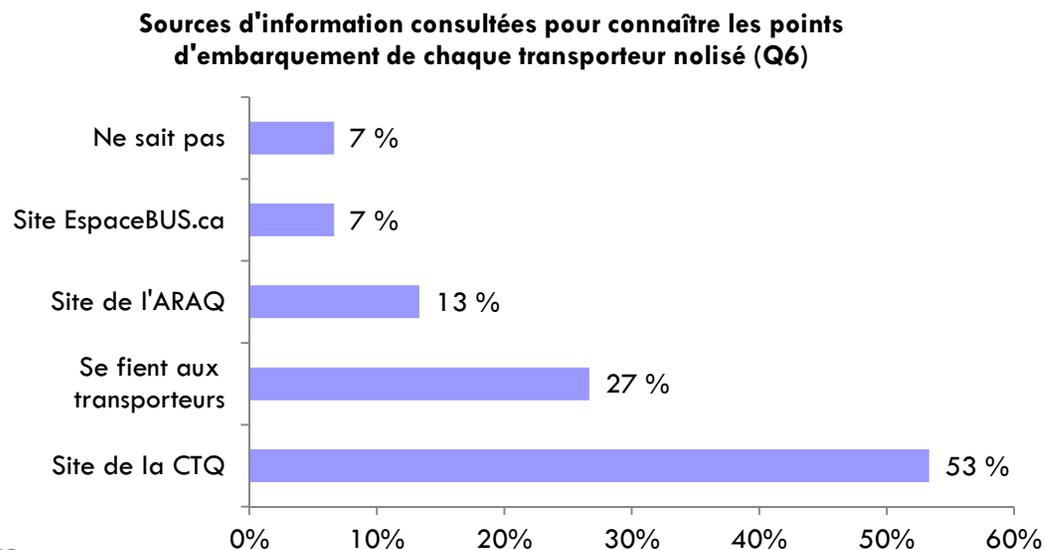
### 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

En matière de connaissance de la réglementation concernant le nombre d'heures de conduite consécutives maximal qu'un conducteur peut effectuer à l'intérieur de 24 heures (Q5) :

- la majorité des répondants (73 %) avaient une connaissance approximative de la réglementation, situant entre 12 à 16 heures la durée maximale de conduite des chauffeurs;
- seulement le quart d'entre eux connaissaient exactement la réglementation se rapportant aux heures de conduite des chauffeurs, au Canada et aux États-Unis.

Le site de la CTQ est la principale source d'information que les entreprises utilisent pour connaître la liste des points d'embarquement autorisés pour chacun des transporteurs nolisés :



## 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

### PERCEPTIONS

Le professionnalisme des chauffeurs, de même que la fiabilité et le rapport d'affaires avec le transporteur sont les éléments les plus importants pour les agences interrogées lors du choix d'un transporteur (Q7).

|   | Très important (1) – Nombre de mentions | Assez important (2) – Nombre de mentions | Peu important (3) – Nombre de mentions | Pas du tout important (4) – Nombre de mentions | Moyenne pondérée |
|---|---|--|--|--|------------------|
| <b>Professionalisme des chauffeurs</b>                | <b>13</b>                               | <b>2</b>                                 | <b>0</b>                               | <b>0</b>                                       | <b>1,7</b>       |
| <b>Fiabilité du transporteur</b>                      | <b>13</b>                               | <b>2</b>                                 | <b>0</b>                               | <b>0</b>                                       | <b>1,7</b>       |
| <b>Rapport d'affaires avec le transporteur</b>        | <b>13</b>                               | <b>2</b>                                 | <b>0</b>                               | <b>0</b>                                       | <b>1,7</b>       |
| Qualité du service à la clientèle par le transporteur | 11                                      | 3  | 1                                      | 0  | 2,0              |
| Qualité de la flotte                                  | 10                                      | 4  | 1                                      | 0  | 2,1              |
| Respect des normes de sécurité                        | 12                                      | 1  | 1                                      | 1  | 2,1              |
| Rapport qualité/prix                                  | 9                                       | 5  | 1                                      | 0  | 2,2              |
| Disponibilité des autocars                            | 7                                       | 6  | 2                                      | 0  | 2,5              |
| Conditions de réservation                             | 5                                       | 2  | 7                                      | 1  | 3,4              |
| Services à bord de l'autocar                          | 4                                       | 3  | 8                                      | 0  | 3,4              |

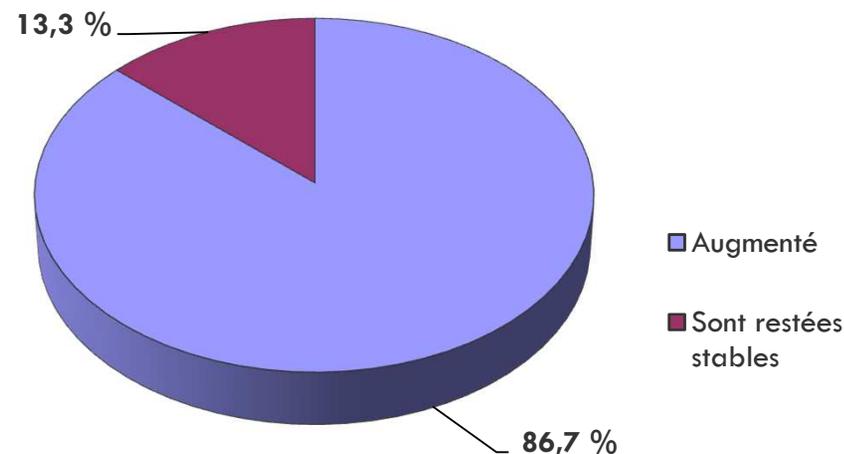
### 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

Pour 87 % des agences interrogées, les ventes de voyages de groupe par autocar auprès de la clientèle québécoise ont augmenté au cours des 5 dernières années, et ce, principalement pour les raisons suivantes :

- efforts de promotion et de développement accrus;
- développement de nouveaux créneaux;
- façon distinctive de travailler (accompagnateurs donnant un service haut de gamme);
- augmentation de la clientèle retraitée, ce qui favorise la vente.

Au sein de votre agence, vos ventes de voyages de groupe par autocar auprès de la clientèle québécoise ont-elles... au cours des 5 dernières années (Q8)



### 3.

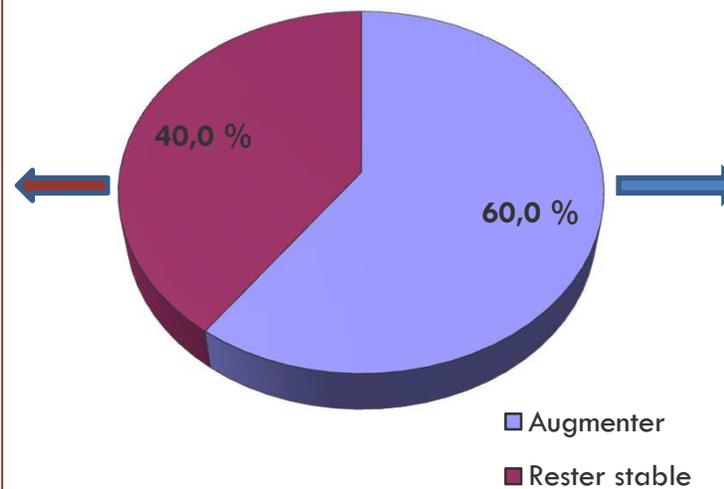
## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

Les répondants sont optimistes face à l'avenir. Ils anticipent soit une augmentation (60 %), soit une stabilité (40 %) des ventes de voyages de groupe par autocar au courant des 5 prochaines années (Q9).

Toujours au sein de votre agence, croyez-vous que les ventes de voyages de groupe par autocar auprès de la clientèle québécoise vont... au cours des 5 prochaines années :

#### **Raisons (Q10) :**

- Effritement de la clientèle de groupe - clientèle assez âgée (plus de 60 ans) ou très jeune (étudiants)
- Mettre davantage d'efforts sur la qualité du produit pour maintenir les ventes, puisque les clients recherchent un bon rapport qualité/prix
- Le produit des voyages de groupe par autocar a atteint des niveaux jamais égalés au cours des dernières années; la progression sera donc difficile à maintenir
- Les voyages à rabais offerts par les transporteurs aériens sont une menace



#### **Raisons :**

- Augmentation des projets de développement (nouveaux produits)
- Augmentation anticipée de la clientèle étudiante
- Valorisation des voyages avec accompagnateur, perçus comme une valeur ajoutée auprès des clients
- Accroissement de la clientèle âgée; celle-ci est regroupée en associations diverses (créneau à exploiter)
- Efforts de promotion

### 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

Afin d'assurer un renouvellement du marché des voyages de groupe en autocar en partance du Québec dans les prochaines années, les agences interrogées estiment que les clientèles suivantes devraient être priorisées :

- les personnes de 25 à 40 ans (5 mentions);
- les familles composées d'adultes dans la cinquantaine : (4 mentions);
- les groupes sportifs : (4 mentions);
- les retraités : (3 mentions);
- la clientèle scolaire et les étudiants : (3 mentions)
- les groupes d'affaires : (1 mention).

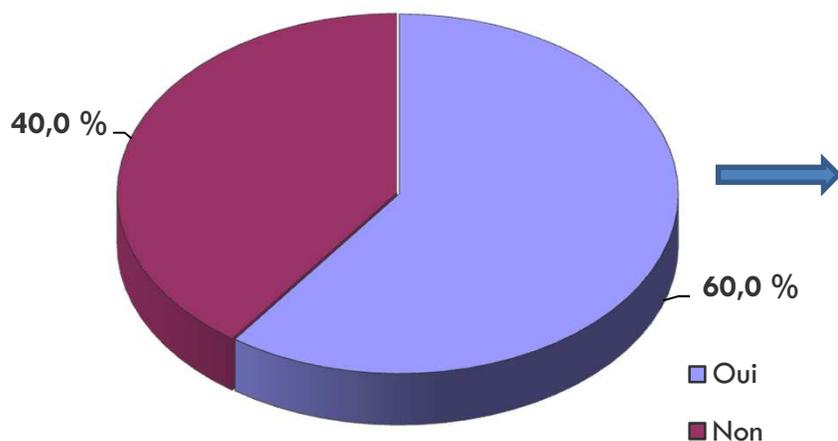
### 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

### INTENTIONS DE DÉVELOPPEMENT

Afin de renforcer le créneau du voyage de groupe par autocar auprès de la clientèle québécoise en partance du Québec, plus de la moitié des agences consultées (60 %) ont des projets pour les 3 à 5 prochaines années.

Projets afin de renforcer le créneau du voyage de groupe par autocar auprès de la clientèle québécoise, au cours des 3 à 5 prochaines années (Q13)



#### Raisons (Q14) :

- Démystifier le voyage de groupe
- Effectuer des activités de développement auprès des clubs sociaux de grandes entreprises et d'associations professionnelles
- Développer des nouveaux produits (nouvelles thématiques), de nouveaux forfaits et/ou de nouvelles destinations
- Développer des outils de promotion sur le Web
- Développer de nouveaux marchés dans d'autres régions du Québec et ouverture de nouvelles succursales
- Travailler en partenariat avec d'autres agences des régions environnantes pour garantir des départs

### 3.

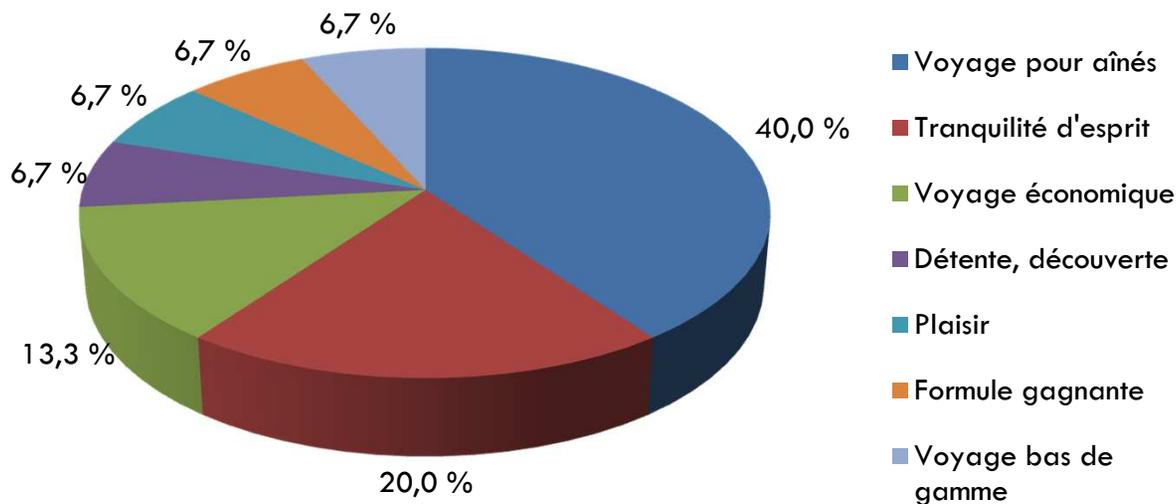
## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

### INTÉRÊT POUR LE PRODUIT DES VOYAGES DE GROUPE PAR AUTOCAR EN PARTANCE DU QUÉBEC

Selon les agences consultées, les voyages de groupes organisés par autocar en partance du Québec sont perçus, auprès du grand public québécois, comme :

- des voyages pour les aînés (40,0 %);
- qui assurent la tranquillité d'esprit (20,0 %);
- qui sont économiques (13,3 %).

Après du grand public, le voyage de groupe organisé par autocar est synonyme de (Q15)



### 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

De l'avis des agences interrogées, plusieurs éléments pourraient inciter la clientèle à consommer davantage les voyages de groupe en autocar en partance du Québec, soient les suivants :

- plus de la moitié des répondants considèrent qu'il faut accroître le confort des autocars et/ou offrir plus de services à bord, tel le Wi-Fi, qui est devenu un incontournable pour les clientèles plus jeunes; proposer des autocars plus luxueux signifie cependant une réduction du nombre de sièges et ultimement, une augmentation des coûts pour le client; c'est un dilemme auquel sont confrontées les agences;
- le tiers des répondants considèrent qu'il faut faire davantage de promotions pour le produit, démontrer ses avantages (écologique, moins coûteux, flexible) pour changer les perceptions des Québécois;
- le développement de nouveaux produits (nouvelles thématiques, nouvelles destinations, nouveaux forfaits, circuits de plus courte durée (3-4 jours)) et la diversification de l'offre sont vus comme des incitatifs à développer pour quelques répondants;
- la réduction de la taille des groupes est aussi vue comme un incitatif pour attirer davantage de clientèles; la demande pour des petits groupes est à la hausse;
- des hôtels de meilleure qualité permettraient d'attirer davantage de clients, puisqu'il s'agit d'un facteur important.

# 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

### 3.3 Constats de l'enquête

Ce que l'on retient c'est que...

...les voyages de groupe organisés par autocar en partance du Québec représentent plus de 70 % du chiffre d'affaires des deux tiers des entreprises contactées.

...la grande majorité des entreprises organisent des voyages de plaisir ou d'agrément et des voyages scolaires.

...le Web/Internet est le principal moyen de communication utilisé par les entreprises pour la vente de voyages organisés par autocar en partance du Québec. Il semble aussi qu'il s'agit du canal de communication le plus générateur de vente pour ces dernières.

...seul le quart des entreprises connaissait exactement la réglementation se rapportant aux heures de conduite des conducteurs.

...le site de la CTQ est la principale source d'information utilisée pour connaître la liste des points d'embarquement autorisés pour chacun des transporteurs nolisés.

...le professionnalisme des chauffeurs, de même que la fiabilité et le rapport d'affaires avec le transporteur sont les éléments les plus importants lors du choix d'un transporteur, alors que les services à bord de l'autocar et les conditions de réservation sont jugés les moins importants.

### 3.

## Sondage auprès des agences réceptives et forfaitistes (suite)

...les ventes de voyages de groupe organisés par autocar en partance du Québec pour la clientèle québécoise ont augmenté au cours des 5 dernières années pour la très forte majorité des entreprises. De plus, plus de la moitié de celles-ci anticipent l'avenir d'un bon œil, prévoyant une augmentation des ventes au cours des 5 prochaines années.

...selon les agences interrogées, les personnes de 25 à 40 ans, les familles comportant des adultes dans la cinquantaine et les groupes de sportifs constituent les groupes de clientèle à prioriser dans les prochaines années.

...l'innovation dans les produits et les destinations et l'expansion semblent être les éléments de succès afin de renforcer le créneau du voyage de groupe par autocar auprès de la clientèle québécoise.

...le voyage de groupe organisé par autocar en partance du Québec est perçu auprès du grand public comme un type de voyage destiné aux aînés, qui assure la tranquillité d'esprit et qui est économique.

...les agences interrogées croient que, pour inciter la clientèle à consommer davantage les voyages de groupe, il faudrait rehausser le confort des autocars, offrir plus de services à bord et faire davantage de promotions afin de changer les perceptions des gens envers le voyage de groupe organisé en autocar.

## 4. Sondage auprès des organisateurs de groupe

### 4.1 Méthodologie de l'enquête

#### POPULATION CIBLE

Les organismes et institutions d'enseignements qui organisent des voyages de groupe québécois par autocar en partance du Québec.

#### BASE DE SONDAGE

La liste des organisateurs de groupe (groupes sociaux, groupes scolaires, clientèles corporatives et autres) a été élaborée par Desjardins Marketing Stratégique en collaboration avec monsieur Jacques Drapeau, spécialiste en réseau de distribution dans l'industrie du voyage.

#### ENTREVUES COMPLÉTÉES

Au total, 37 entrevues ont été complétées par téléphone, sur un échantillon de 83 organismes. Seuls huit (8) d'entre eux ont refusé de participer à l'étude. Les entreprises se répartissent comme suit : groupes scolaires 11 entrevues, groupes sociaux 11 entrevues, clientèles corporatives 5 entrevues et tout autre motif de voyage 10 entrevues.

#### PÉRIODE DE COLLECTE

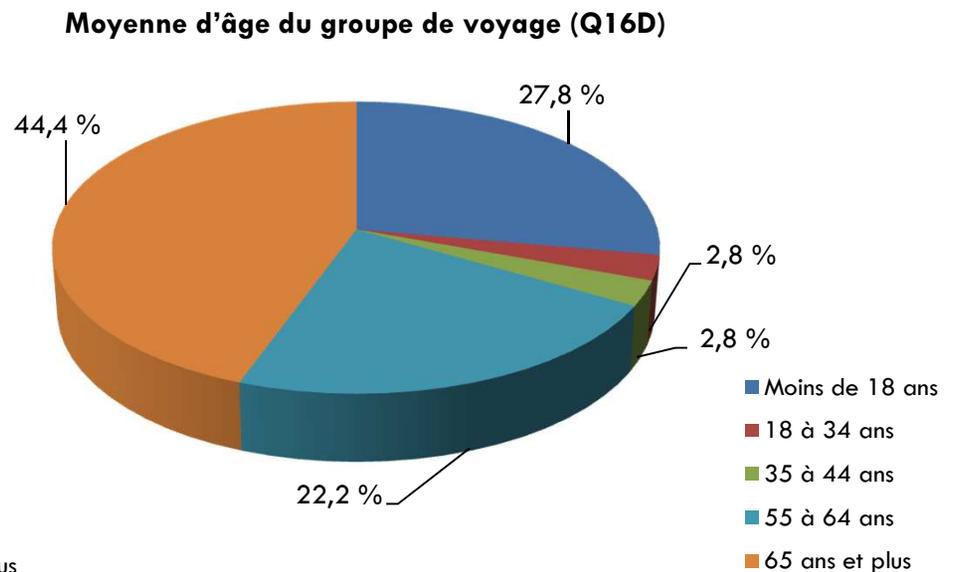
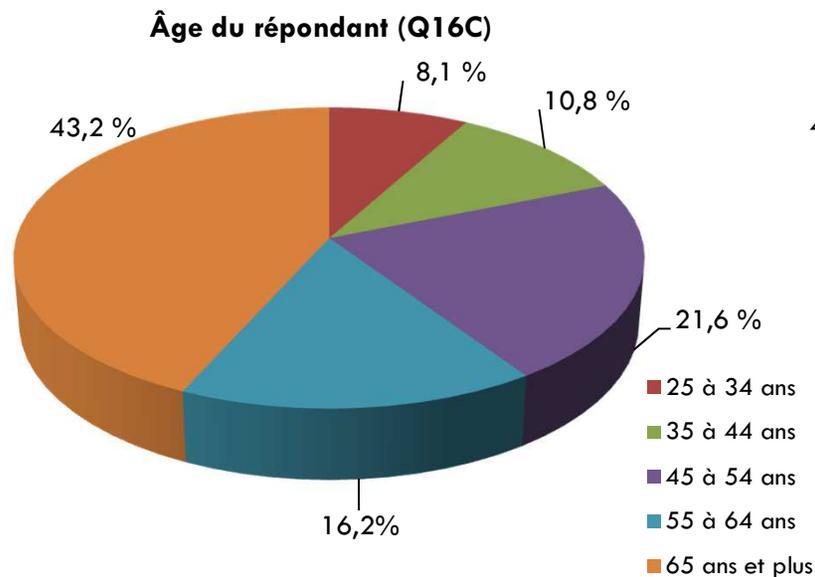
Les entrevues se sont déroulées entre le 8 février et le 27 février 2013.

## 4. Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

### 4.2 Variables sociodémographiques

#### ÂGE DU RÉPONDANT ET DU GROUPE

La grande majorité (59,4 %) des organisateurs de groupe ont plus de 55 ans et les deux tiers de leurs groupes (66,6 %) affichent une moyenne d'âge de plus de 55 ans. Il est intéressant de constater que près de 30 % des organisateurs de groupe ont des groupes affichant un âge moyen de moins de 18 ans.



# 4.

## Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

### 4.3 Résultats de l'enquête

#### QUALIFICATION DU RÉPONDANT

La majorité (54 %) des répondants ont organisé entre 1 et 10 voyages de groupe par autocar en partance du Québec au cours des trois dernières années.

**NOMBRE DE VOYAGES DE GROUPE PAR AUTOCAR EN PARTANCE DU QUÉBEC ORGANISÉS  
AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES (Q1B)**

|                   | Nombre    | Proportion   |
|-------------------|-----------|--------------|
| <b>1 à 5</b>      | 7         | 19 %         |
| <b>6 à 10</b>     | 13        | 35 %         |
| <b>11 à 15</b>    | 5         | 14 %         |
| <b>16 à 20</b>    | 3         | 8 %          |
| <b>21 et plus</b> | 7         | 19 %         |
| <b>NSP/NRP</b>    | 2         | 5 %          |
| <b>Total</b>      | <b>37</b> | <b>100 %</b> |

## 4.

## Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

Le plaisir ou l'agrément constitue le principal motif des voyages par autocar en partance du Québec organisés par les organisateurs de groupe contactés dans le cadre de cette enquête, suivis des voyages culturels et des voyages scolaires.

TYPES DE VOYAGE ORGANISÉS (OU MOTIFS DU VOYAGE)? (Q2)

|   | Nombre    | Proportion  |
|---|-----------|-------------|
| <b>Plaisir ou agrément</b>              | <b>30</b> | <b>81 %</b> |
| <b>Voyage culturel</b>                  | 13        | 35 %        |
| <b>Voyage scolaire (plus d'un jour)</b> | 10        | 27 %        |
| <b>Sortie scolaire (1 jour)</b>         | 8         | 22 %        |
| <b>Voyage sportif</b>                   | 1         | 3 %         |
| <b>Voyage d'écotourisme et aventure</b> | 1         | 3 %         |
| <b>Voyage d'affaires/motivation</b>     | 0         | 0 %         |

*Plusieurs mentions possibles, le total peut donc excéder 100 %.*

En moyenne, les voyages organisés sont d'une durée moyenne de 1,3 nuitée (Q3). Pour 15 des 37 répondants, ils sont d'une seule journée, c'est-à-dire sans aucune nuitée.

## 4.

## Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

Pour effectuer leurs voyages organisés par autocar en partance du Québec, les organisateurs de groupe contactés privilégient fortement les autocars de luxe, suivi des autobus scolaires.

TYPES D'AUTOBUS CHOISIS POUR LES VOYAGES ORGANISÉS? (Q4)

|   | Nombre    | Proportion  |
|---|-----------|-------------|
| <b>Autocar de luxe (de type voyageur)</b>   | <b>32</b> | <b>86 %</b> |
| <b>Autobus scolaire</b>                     | 15        | 41 %        |
| <b>Minibus de luxe (autre que scolaire)</b> | 1         | 3 %         |
| <b>Minibus scolaire</b>                     | 0         | 0 %         |

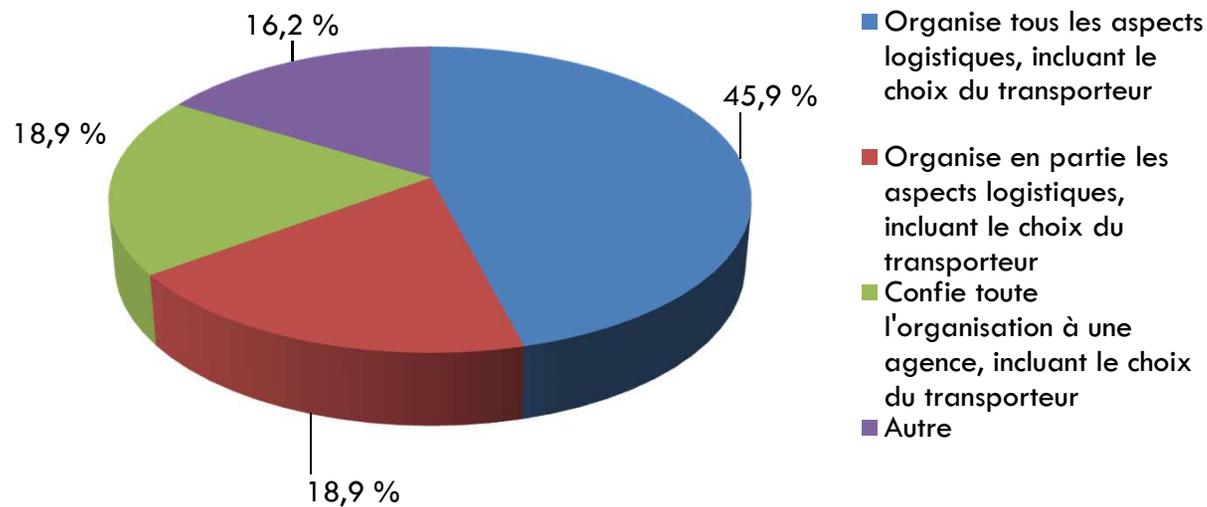
*Plusieurs mentions possibles, le total peut donc excéder 100 %.*

## 4. Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

### COMPORTEMENT D'ACHAT ET CONNAISSANCE DE L'INDUSTRIE

Près de la moitié (45,9 %) des organisateurs de groupe interrogés voient à tous les aspects de la logistique, incluant le choix du transporteur, lorsqu'ils préparent leurs voyages de groupe par autocar en partance du Québec.

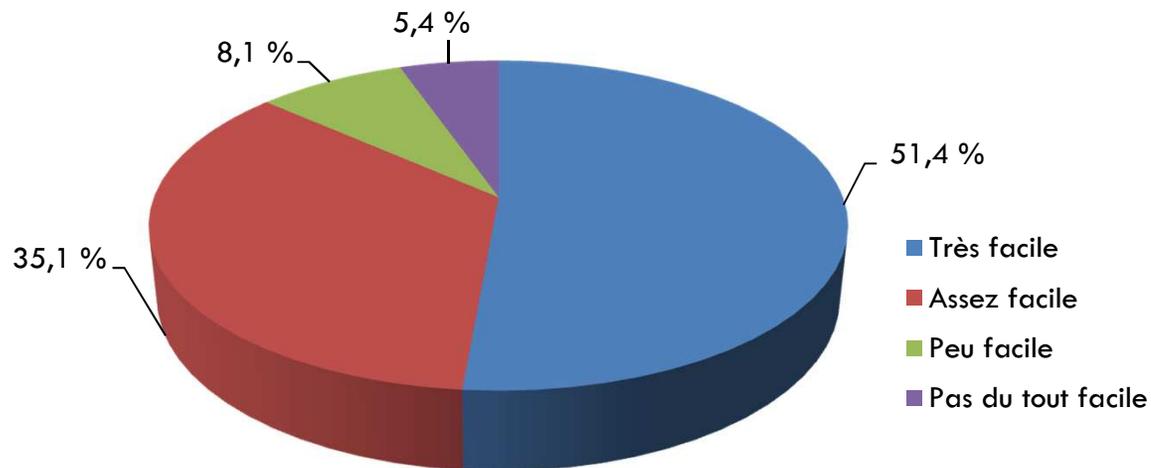
Lorsque vous préparez votre voyage de groupe par autocar en partance du Québec, lequel des énoncés suivants correspond le mieux à votre situation? (Q5)



## 4. Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

La très grande majorité des organisateurs de groupe contactés (86,5 %) affirme qu'il est facile de choisir la compagnie de transport qui correspond à leurs besoins. En fait, ce que nous avons pu comprendre, c'est qu'ils n'ont pas réellement le choix des transporteurs avec qui ils doivent faire affaires, et ce, pour des raisons de territoire.

**En matière de choix du transporteur, considérez-vous qu'il est très, assez, peu ou pas du tout facile de choisir la compagnie qui correspond à vos besoins? (Q6A)**



## 4. Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

De façon majoritaire, les organisateurs de groupe sont au courant qu'il existe une réglementation au Québec qui limite le nombre d'heures de conduite consécutives pour un chauffeur d'autocar et que la réglementation québécoise demande à ce que les transporteurs soient détenteurs d'un permis de transport nolisé. Par contre, seulement trois personnes sur dix savent que pour un voyage de plus de 72 heures la loi québécoise exige que l'organisation soit confiée à une agence de voyages.

SAVIEZ-VOUS QUE...? (Q7 À Q10)

|  | Oui    | Non    |
|--|--------|--------|
| ...il existe une réglementation au Québec qui limite le nombre d'heures de conduite consécutives pour un chauffeur d'autocar   | 97,3 % | 2,7 %  |
| ...la réglementation québécoise demande à ce que les transporteurs soient détenteurs d'un permis de transport nolisé   | 73,0 % | 27,0 % |
| ...pour un voyage de plus de 72 heures, la loi québécoise exige que l'organisation soit confiée à une agence de voyage   | 29,7 % | 70,3 % |
| ...il existe un outil qui s'appelle EspaceBus.com, regroupant les propriétaires d'autobus nolisés, les fournisseurs touristiques et les agences forfaitistes, et qui permet d'obtenir des soumissions pour vos projets de voyages en autobus | 2,7 %  | 97,3 % |

Aussi, il est intéressant de noter que très peu de gens connaissent l'outil qui se nomme EspaceBus.com. Parmi ceux qui le connaissent, aucun ne l'a déjà utilisé (Q11).

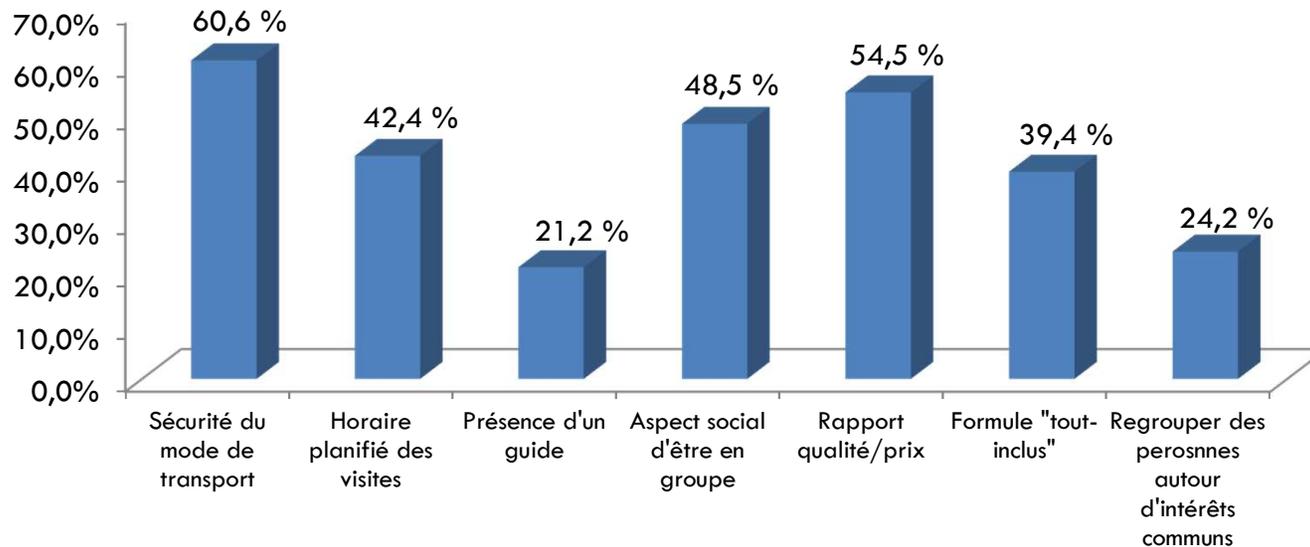
# 4.

## Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

### PERCEPTIONS

Selon les organisateurs de groupe, les principaux avantages à choisir la formule du voyage de groupe par autocar sont la sécurité du mode de transport, le rapport qualité/prix et l'aspect social d'être en groupe.

**Principaux avantages à choisir la formule du voyage de groupe par autocar?  
(Q12 – trois mentions possibles)**



## 4. Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

Lors de l'organisation d'un voyage de groupe par autocar en partance du Québec, les personnes contactées mentionnent que les services à bord et les conditions de réservation du transporteur sont des critères peu importants dans le choix d'un transporteur. Par ailleurs, le professionnalisme des conducteurs et la fiabilité du transporteur sont les deux éléments jugés les plus importants pour celles-ci.

NIVEAU D'IMPORTANCE ACCORDÉ AUX CRITÈRES SUIVANTS DANS LE CHOIX D'UN TRANSPORTEUR (Q13A À Q13K)

|   | Très important | Assez important | Peu important | Pas du tout important |
|---|----------------|-----------------|---------------|-----------------------|
| <b>Professionalisme des conducteurs</b>                                     | 91,9 %         | 8,1 %           | 0,0 %         | 0,0 %                 |
| <b>Fiabilité du transporteur</b>  | 86,5 %         | 13,5 %          | 0,0 %         | 0,0 %                 |
| <b>Rapport d'affaires avec le transporteurs (souplesse, communications)</b> | 78,4 %         | 21,6 %          | 0,0 %         | 0,0 %                 |
| <b>Qualité du service à la clientèle offerte par le transporteur</b>        | 75,7 %         | 24,3 %          | 0,0 %         | 0,0 %                 |
| <b>Rapport qualité/prix</b>   | 73,0 %         | 27,0 %          | 0,0 %         | 0,0 %                 |
| <b>Conformité du transporteur quant aux règles de sécurité</b>              | 73,0 %         | 16,2 %          | 10,8 %        | 0,0 %                 |
| <b>Qualité de la flotte</b>   | 59,5 %         | 37,8 %          | 2,7 %         | 0,0 %                 |
| <b>Disponibilité des autocars</b>   | 56,8 %         | 35,1 %          | 8,1 %         | 0,0 %                 |
| <b>Conditions de réservation du transporteur</b>                            | 29,7 %         | 37,8 %          | 32,4 %        | 0,0 %                 |
| <b>Services à bord (Wi-Fi, écran télé, toilettes, etc.)</b>                 | 29,7 %         | 24,3 %          | 43,2 %        | 2,7 %                 |

## 4. Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

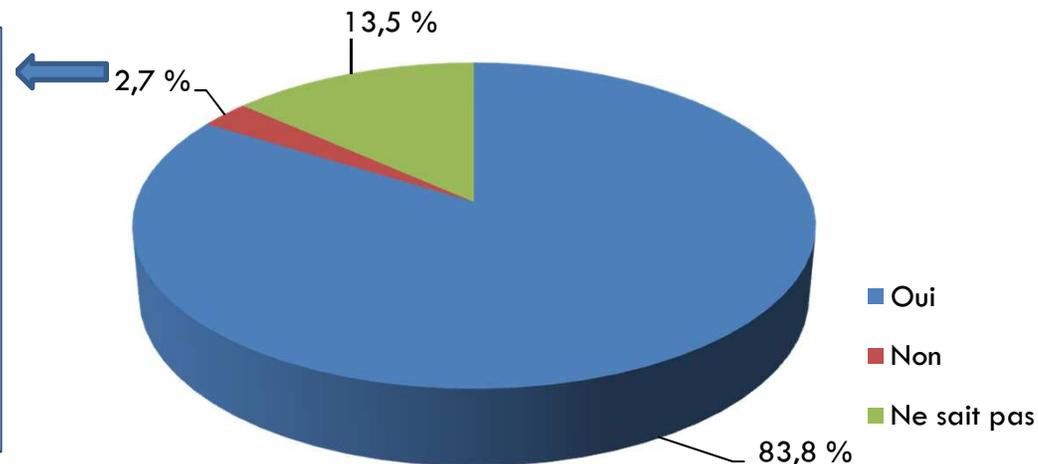
### INTENTIONS FUTURES

La très forte majorité (83,8 %) des personnes contactées ont l'intention d'organiser d'autres voyages de groupe par autocar en partance du Québec au cours des trois prochaines années. Les destinations qu'ils envisagent sont principalement les États-Unis et l'Ontario, suivis de différentes régions du Québec, tout particulièrement Montréal et l'Estrie (Q14B).

**Au cours des trois prochaines années, avez-vous l'intention d'organiser d'autres voyages de groupe par autocar en partance du Québec pour votre organisation? (Q14A)**

#### **Raisons évoquées (Q14C) :**

- Trop âgé pour poursuivre dans l'organisation de voyages
- Planifie les voyages une année à la fois et non longtemps d'avance



## 4. Sondage auprès des organisateurs de groupe (suite)

### INTÉRÊTS

Selon les organisateurs de groupe contactés, les deux principaux incitatifs qui faciliteraient le recrutement de nouveaux voyageurs de groupe québécois par autocar en partance du Québec sont l'offre de voyages à thèmes précis et le rehaussement du confort à bord des autocars, et ce, surtout pour des voyages de longue distance. Par ailleurs, ces derniers mentionnent que les critères et les besoins de voyage évoluent avec l'âge de la clientèle.

Pour vous, quels incitatifs faciliteraient le recrutement de nouveaux voyageurs de groupe québécois par autocar en partance du Québec? (Q15)

