

4 septembre 2020

Sondage sur le tourisme dans le Canada atlantique - Phase 2

Préparé pour
L'Association de l'industrie du tourisme de l'Île-du-Prince-Édouard



A scenic view of a rocky coastline. In the foreground, a wide, sandy beach stretches across the frame. To the left, the ocean waves gently wash onto the shore. In the background, a steep, rocky cliffside rises, covered in dense green forest. The sky is a clear, bright blue. The word "INTRODUCTION" is overlaid in large, white, sans-serif capital letters in the center of the image.

INTRODUCTION

CONTEXTE

Le 11 mars 2020, l'organisation mondiale de la santé a déclaré que la COVID-19 était une pandémie mondiale. La pandémie de COVID-19 a eu un impact dramatique sur les économies du Canada atlantique, et le défi pour le secteur du tourisme a été amplifié par les fermetures et les restrictions de voyage. La distanciation sociale, les limites de capacité et les sentiments des voyageurs continueront à affecter l'industrie du tourisme à l'avenir, même si les restrictions de voyage commencent lentement à se relâcher.

L'objectif de cette recherche est de donner un avant-goût de ce qui sera à coup sûr un changement existentiel évolutif et durable dans la mentalité des consommateurs. Cette étude sur les voyages contribuera également à établir les fondements d'un plan d'action pour passer à la phase de reprise.

L'étude est divisée en deux phases. La première phase était axée sur les intentions et les attitudes des Canadiens et Canadiennes de la région atlantique à l'égard des voyages intraprovinciaux et intrarégionaux. La deuxième phase fournit des données actualisées sur les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique et s'étend à l'évaluation du sentiment des Canadiens et Canadiennes du centre du pays, plus particulièrement des gens du sud de l'Ontario et du Québec. Les recherches futures pourraient s'étendre à l'ensemble du Canada.

Ce rapport met en évidence les résultats de la phase 2 et établit des comparaisons avec les résultats de la phase 1.

MÉTHODOLOGIE

Les données de ce projet ont été recueillies grâce à deux sondages en ligne, élaborés en collaboration avec l'Association touristique de l'Île-du-Prince-Édouard et de Tourisme Atlantique, de MQO Recherche et du groupe ATN. Les sondages ont été programmés à l'aide du logiciel Voxco.

Les participants ont été recrutés par l'entremise d'une discussion en ligne. Des efforts supplémentaires ont été faits pour recruter des participants de l'Île-du-Prince-Édouard en envoyant des invitations par courriel à une liste de 400 anciens répondants qui avaient été sélectionnés au hasard par téléphone et qui avaient accepté d'être contactés pour participer à de futures recherches. Une invitation à répondre au sondage a été envoyée par courriel. Elle comprenait un lien vers le sondage envoyé aux participants potentiels de la phase 1 et de la phase 2 afin d'augmenter le nombre de répondants de l'Île-du-Prince-Édouard. Au cours de la phase 1 de la recherche, 89 personnes ont répondu au sondage par l'entremise de cette méthode; au cours de la phase 2, 101 personnes ont répondu. Le reste de l'échantillon a été recruté à l'aide d'une discussion en ligne.

L'échantillon total recueilli au cours de la phase 1 pour le Canada atlantique était de $n=2\ 088$. L'échantillon total de la phase 2, qui comprenait à la fois les Canadiens de l'Atlantique et ceux du sud de l'Ontario et du Québec, était de $n=3\ 314$. Le sondage en ligne de la phase 1 s'est déroulé pendant 12 jours, entre le 27 juin et le 8 juillet. Le sondage en ligne de la phase 2 s'est déroulé pendant 12 jours, du 10 août au 21 août.

Comme le sondage a été mené en ligne, il n'est pas approprié de calculer la marge d'erreur; cependant, à titre de comparaison, un échantillon aléatoire de taille égale donnerait une marge d'erreur de moins de 2,14 % avec un niveau de confiance de 95 % pour les deux phases de la recherche. Il a fallu en moyenne 15,5 minutes aux participants pour répondre au sondage.

Les résultats ont été analysés à l'aide de SPSS et d'Excel.

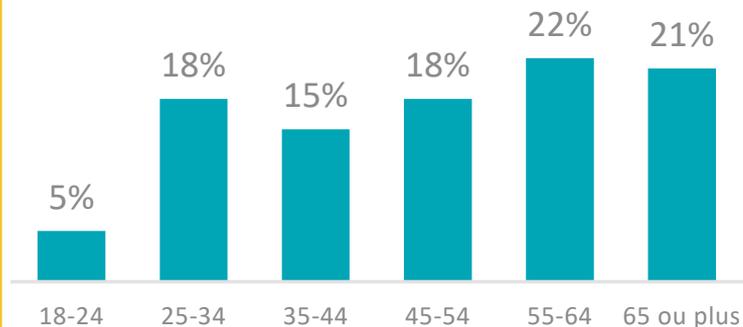
DÉTAILS DU SONDAGE (Canada atlantique)

Les répondants doivent avoir effectué au moins un voyage d'agrément d'une nuitée au cours des deux dernières années.

Les données ont été recueillies en ligne entre le 10 et le 21 août.

Au total, 2 113 réponses ont été recueillies au Canada atlantique.

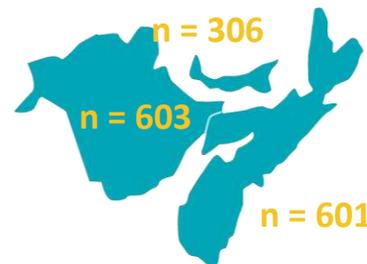
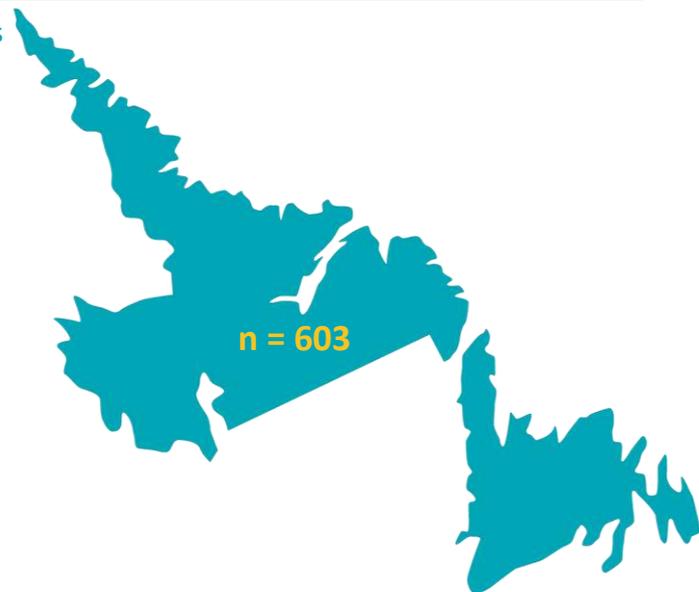
RÉPARTITION D'ÂGE



52%



48%



REVENU DU FOYER.

26 % Moins de 49 999 \$

20 % 50 000 \$-74 999 \$

17 % 75 000 \$-99 999 \$

18 % 100 000 \$-149 999 \$

6 % 150 000 \$-199 999 \$

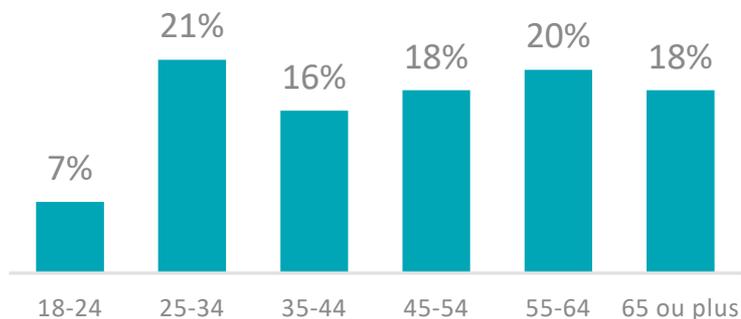
2 % 200 000 \$ ou plus

DÉTAILS DU SONDAGE (Québec et sud de l'Ontario)

Les répondants doivent avoir effectué au moins un voyage d'agrément d'une nuitée au cours des deux dernières années. Les données ont été recueillies en ligne entre le 10 et le 21 août.

1 201 réponses ont été recueillies au Québec et dans le sud de l'Ontario (y compris à Ottawa et dans les régions économiques au sud d'Ottawa).

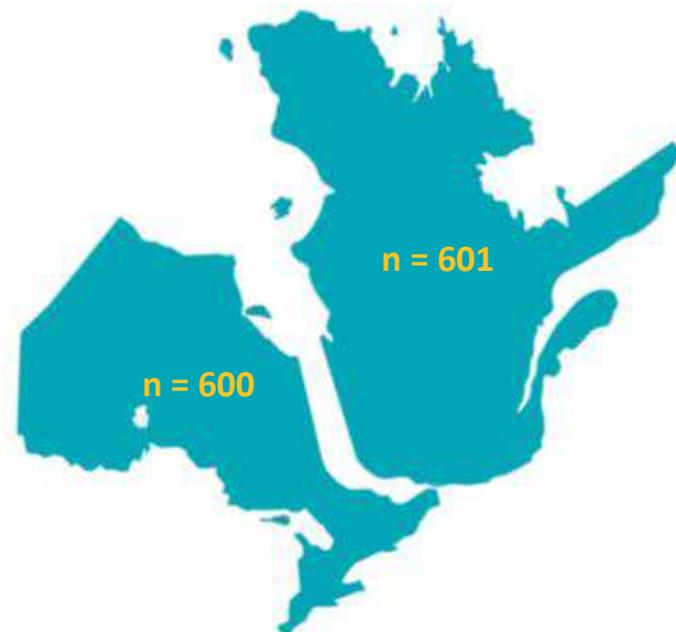
RÉPARTITION D'ÂGE



50%



47%



REVENU DU FOYER.

14 % Moins de 49 999 \$

22 % 50 000 \$-74 999 \$

19 % 75 000 \$-99 999 \$

20 % 100 000 \$-149 999 \$

10 % 150 000 \$-199 999 \$

4 % 200 000 \$ ou plus



Section 2 :

IMPACTS DE LA COVID-19 SUR LES VOYAGES



IMPACTS DE LA COVID-19 SUR LES VOYAGES¹

Au cours de la phase 1, il a été constaté que les voyages prévus pour la saison touristique 2020 ont été fortement influencés par la COVID-19. Soixante-cinq pour cent des Canadiens et Canadiennes de la région atlantique ont déclaré que la pandémie avait affecté leurs projets de voyage d'une nuitée.

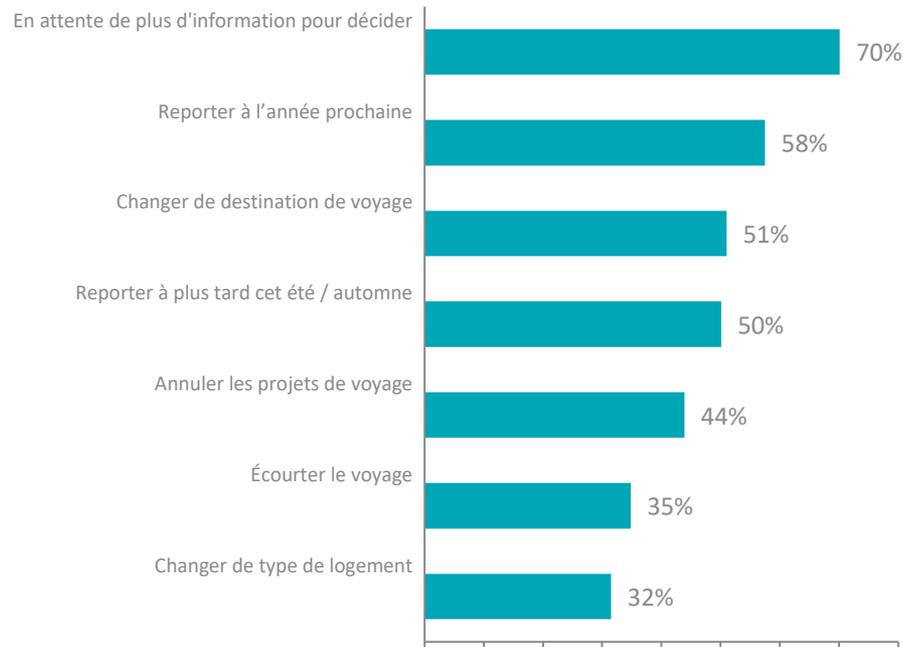
Cinq pour cent (5 %) des voyageurs canadiens de la région atlantique ont déclaré qu'ils avaient l'intention de voyager comme prévu. Les changements fréquents dans les recommandations et restrictions de santé publique ont peut-être contribué au fait que 19 % d'entre eux ont déclaré qu'ils n'étaient toujours pas sûrs que leurs plans seraient affectés. Dix pour cent (10 %) des répondants n'avaient aucun projet de voyage avant que la pandémie ne soit déclarée au Canada.

Quarante-deux pour cent (42 %) des Canadiens et Canadiennes de la région atlantique prévoient encore voyager à l'été ou à l'automne 2020. La majorité des Canadiens et Canadiennes de la région atlantique ont déclaré que des « vacances à la maison » ou des voyages à l'intérieur de la province constituaient au moins une partie de leurs plans de voyage actuels.

75%

Il est probable que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique qui avaient des projets de voyage voyagent dans leur propre province.

Graphique 1. Que vont maintenant faire les voyageurs affectés par la COVID-19?^{2,3}



¹ Ces données ont été recueillies au cours de la phase 1, entre le 27 juin et le 8 juillet. Cette question n'a pas été posée lors de la phase 2.

² B2 : Étant donné que la COVID-19 a affecté ou pourrait affecter vos projets de voyage d'agrément pour l'été ou l'automne 2020, avez-vous ou prévoyez-vous...?

³ Sous-groupe : Répondants ayant des plans de voyage actuels (n = 890). Les pourcentages pourraient ne pas évaluer 100 % en raison de réponses multiples.

IMPACTS DE LA COVID-19 SUR LES VOYAGES⁴

Les Canadiens de la région atlantique prévoient de faire moins de voyages pendant la pandémie de COVID-19. Le nombre moyen de voyages prévus par répondant est passé de 2,3 voyages (avant la pandémie) à 1,8 voyage (en juin / juillet).^{5,6}

Le nombre de voyages prévus par les répondants avant la COVID-19 a diminué de 61 % par rapport au nombre de voyages que les répondants prévoyaient au moment du sondage (phase 1).

Le Tableau 1 montre la baisse en pourcentage des voyages planifiés par destination. Si l'on compare les plans de voyage initiaux des répondants avec les voyages prévus en juin / juillet, les voyages précédemment planifiés à l'extérieur du Canada ont presque entièrement chuté. La plus faible diminution du nombre de voyages avant et après la pandémie est observée dans les provinces de l'Atlantique, Terre-Neuve-et-Labrador enregistrant la plus faible baisse des voyages.

Tableau 1. Baisse en pourcentage des voyages signalés par les répondants, par destination

Destination de voyage	Baisse en %
Général	61%
Canada atlantique	45%
Terre-Neuve et Labrador	37%
Nouvelle-Écosse	49%
Nouveau-Brunswick	43%
Île-du-Prince-Édouard	50%
Ontario	79%
Québec	76%
Alberta	79%
Colombie-Britannique	79%
Manitoba	73%
Saskatchewan	70%
Quelque part aux États-Unis	93%
Autre destination internationale	90%

⁴ Ces données ont été recueillies au cours de la phase 1, entre le 27 juin et le 8 juillet. Ces questions n'ont pas été posées au cours de la phase 2.

⁵ B3a : Avant que la COVID-19 n'affecte vos projets de voyage d'agrément avec nuitée, combien de voyages comptiez-vous faire à l'été ou à l'automne 2020?

⁶ B6a : Combien de voyages d'agrément avez-vous prévus à l'été ou à l'automne 2020?



PROJETS DE VOYAGE ACTUELS PAR DESTINATION
IMPACTS DE LA COVID-19 SUR LES VOYAGES

INTENTIONS DE VOYAGE : CANADA ATLANTIQUE

Quarante-six pour cent (46 %) des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique ont l'intention de faire un voyage d'agrément entre le mois d'août et le mois de décembre 2020; visiter des amis et des membres de la famille est la raison la plus souvent citée en ce qui concerne les voyages actuellement prévus.

Les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique qui prévoient voyager entre le mois d'août et le mois de décembre 2020 prévoient en moyenne 1,7 voyage. Plus de la moitié des voyageurs prévoient rendre visite à des amis et à des membres de leur famille (63 %) et plus de la moitié ont indiqué qu'ils prévoient faire un voyage pour se détendre (54 %). Cela correspond aux données recueillies en juin et juillet, au cours de la phase 1, où la plupart des voyageurs (69 %) prévoyaient au moins un voyage pour rendre visite à leur famille et où environ la moitié (51 %) prévoyaient faire un voyage pour se détendre.

Tableau 2. Raison des plans de voyage actuels^{7,8}

	Phase 1	Phase 2
Visiter de la famille ou des amis	69%	63%
Détente	51%	54%
Changement de décor	28 %	26%
Nouvelles expériences ou activités amusantes	21%	22%

⁷ Sous-groupe : Répondants ayant des plans de voyage actuels (n = 959). Les pourcentages pourraient ne pas égaier 100 % en raison de réponses multiples. Les réponses « ne sait pas » et « préfère ne pas répondre » ont été exclues.

⁸ B4f : Quel est l'objectif principal de ce voyage d'agrément?

Vingt-deux pour cent (22 %) des voyageurs prévoient toujours voyager pour faire de nouvelles expériences ou pour s'adonner à des activités amusantes et 26 % prévoient voyager pour changer de décor.

Les voyageurs âgés de 18 à 34 ans étaient plus susceptibles de citer de nouvelles expériences et des activités amusantes en ce qui concerne l'objectif des voyages qu'ils planifient, tandis que les voyageurs plus âgés étaient plus susceptibles de rendre visite à des parents ou de rechercher un changement de décor. Les voyageurs âgés de 18 à 54 ans étaient plus susceptibles d'avoir prévu un voyage de détente que les voyageurs de 55 ans et plus.

Tableau 3. Objectifs des plans de voyage actuels selon l'âge^{7,8}

	18 à 34	35 à 54	55 ou plus
Visiter de la famille ou des amis	53%	56%	75%
Détente	63%	58%	45%
Changement de décor	19%	22%	33%
Nouvelles expériences ou activités amusantes	32%	22%	16%

Les voyages dont l'objectif est la recherche de nouvelles activités ou d'activités amusantes représentent 12 % de tous les voyages que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique ont prévus de faire pour le reste de l'année 2020. Les voyages dont l'objectif était un changement de décor représentent 15 % de tous les voyages que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique ont prévus de faire pour le reste de l'année 2020.

INTENTIONS DE VOYAGE : SUD DE L'ONTARIO ET QUÉBEC

Quarante-quatre pour cent (44 %) des voyageurs du sud de l'Ontario et du Québec ont l'intention de faire un voyage d'agrément au cours du reste de l'année 2020. Les objectifs de voyage les plus souvent cités pour les voyages planifiés pour le reste de l'année 2020 sont les visites d'amis et de membres de la famille.⁹

Tout comme les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique, les résidents du sud de l'Ontario et du Québec qui ont des projets de voyage pour le reste de l'année 2020 prévoient en moyenne faire 1,7 voyage. Les objectifs de voyage les plus souvent cités sont les visites d'amis et de membres de la famille (59 %) et la détente (49 %). Les voyages pour changer de décor (39 %) sont plus souvent cités par les résidents du sud de l'Ontario et du Québec que par les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique.

Tableau 4. Raison des plans de voyage actuels^{10,11}

	Canada atlantique	Ont. / Qué.
Visiter de la famille ou des amis	63%	59%
Détente	54%	49%
Changement de décor	26%	39%
Nouvelles expériences ou activités amusantes	22%	21%

⁹ B2 : Prévoyez-vous faire un voyage d'agrément au cours du reste de l'année 2020?

¹⁰ B4f : Quel est l'objectif principal de ce voyage d'agrément?

¹¹ Sous-groupe : Répondants ayant des plans de voyage actuels (n = 403). Les pourcentages pourraient ne pas égaler 100 % en raison de réponses multiples. Les réponses « ne sait pas » et « préfère ne pas répondre » ont été exclues.

Les réponses inférieures à 10 % n'ont pas été incluses dans le tableau.

La majorité des jeunes voyageurs (72 %) et des voyageurs plus âgés (81 %) du sud de l'Ontario et du Québec prévoient présentement voyager pour rendre visite à de la famille ou à des amis. Les voyageurs âgés de 35 à 54 ans de cette région ont cité la détente (70 %) comme l'une des principales pour lesquelles ils voyagent. Ce groupe d'âge était le moins susceptible de planifier un voyage dans le but de rendre visite à des amis ou à de la famille (32 %).

Tableau 5. Objectifs des plans de voyage actuels selon l'âge^{10,11}

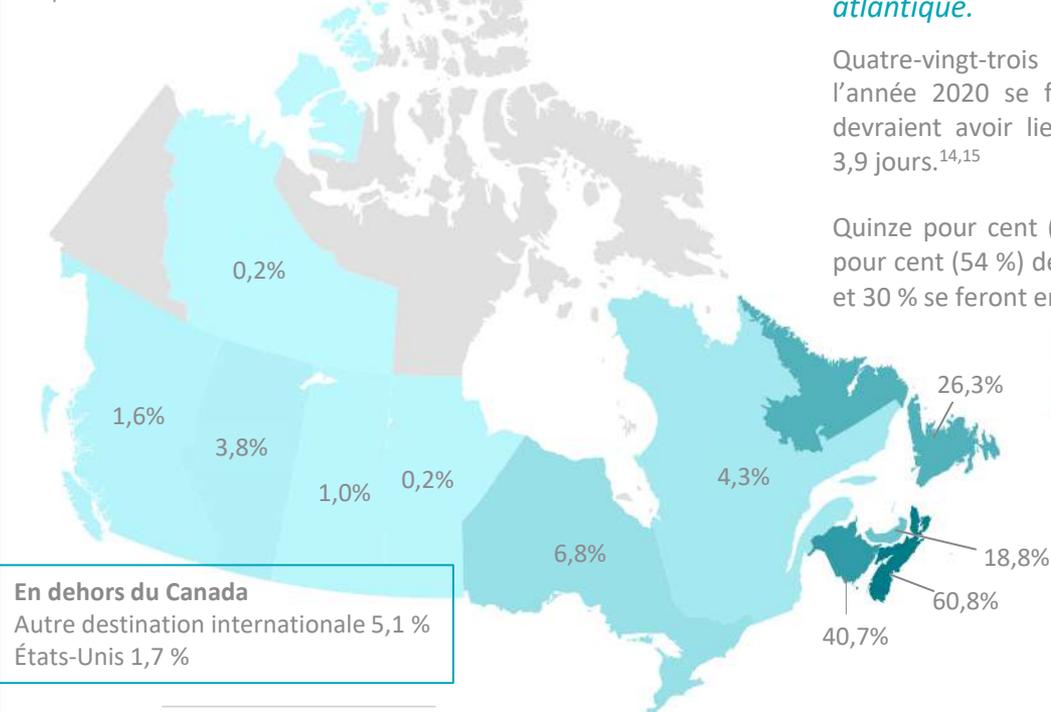
	18 à 34	35 à 54	55 ou plus
Visiter de la famille ou des amis	72%	32%	81%
Détente	44%	70%	26%
Changement de décor	51%	45%	19%
Nouvelles expériences ou activités amusantes	26%	24%	11%

Les voyageurs plus âgés du sud de l'Ontario et du Québec, âgés de 55 ans et plus, étaient moins susceptibles de voyager pour changer de décor, ou pour faire de nouvelles expériences ou des activités amusantes que les voyageurs âgés de 18 à 54 ans de la même région.

INTENTIONS DE VOYAGE : CANADIENS ET CANADIENNES DE L'ATLANTIQUE

Destinations de voyage actuellement prévues^{12,13,14}

La carte indique le % des voyageurs ayant présentement des voyages prévus pour chaque destination

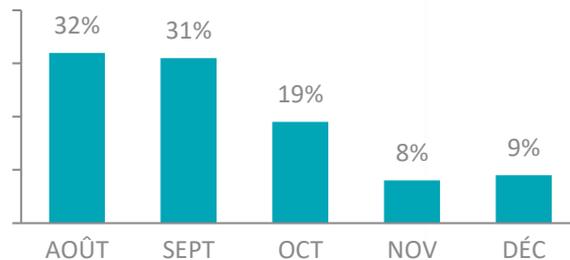


Les plans de voyage actuels des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique restent principalement concentrés dans le Canada atlantique.

Quatre-vingt-trois pour cent (83 %) des voyages prévus d'ici la fin de l'année 2020 se feront au Canada atlantique.¹³ La majorité des voyages devraient avoir lieu en août et septembre, pour une durée moyenne de 3,9 jours.^{14,15}

Quinze pour cent (15 %) des voyageurs voyageront seuls. Cinquante-quatre pour cent (54 %) des voyages prévus se feront en groupes de deux personnes et 30 % se feront en groupes de trois personnes ou plus.

Graphique 2. Plans de voyage actuels par mois^{14,15}



¹² B4c : Combien de voyages d'agrément avez-vous prévus pour le reste de l'année 2020?

¹³ B4b : Quelles destinations comptez-vous visiter d'ici la fin de l'année 2020?

¹⁴ Sous-groupe : Répondants ayant des plans de voyage actuels (n = 964). Les pourcentages pourraient ne pas égaier 100 % en raison de réponses multiples.

¹⁵ B4c : Au cours de quels mois prévoyez-vous visiter chaque destination?

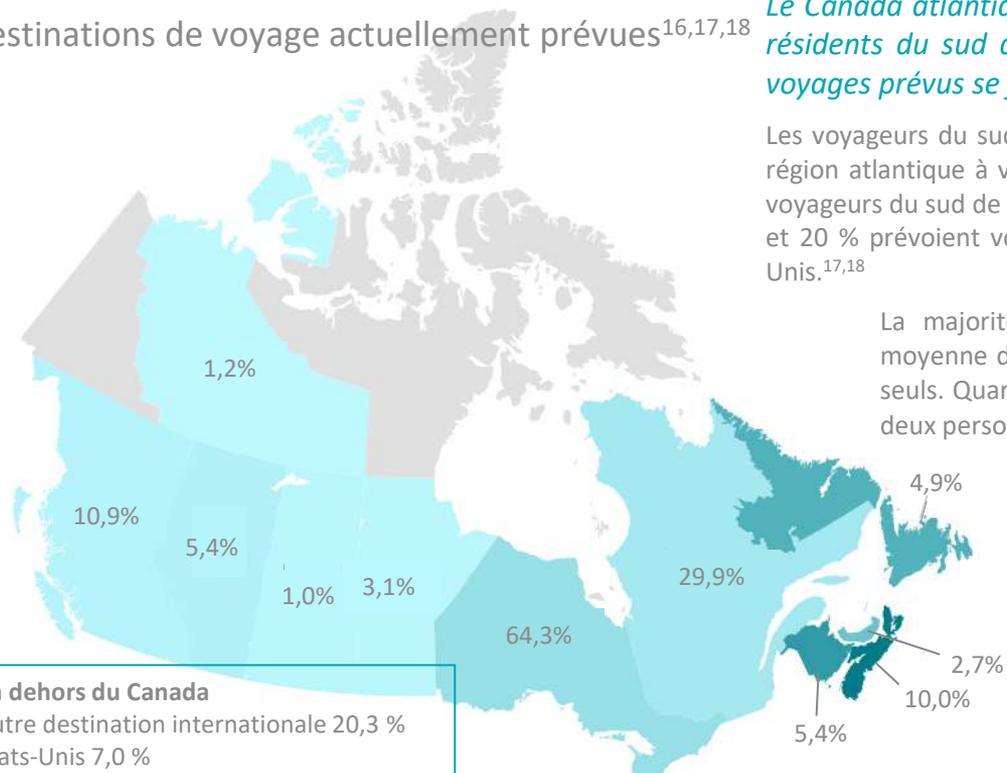
INTENTIONS DE VOYAGE : RÉSIDENTS DU SUD DE L'ONTARIO ET DU QUÉBEC

Destinations de voyage actuellement prévues^{16,17,18}

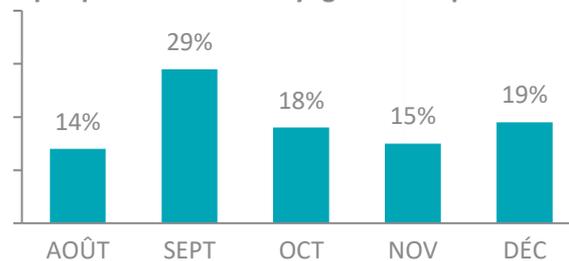
Le Canada atlantique est la destination de 14 % des voyages prévus par les résidents du sud de l'Ontario et du Québec. Plus de la moitié (57 %) des voyages prévus se feront en Ontario et au Québec.

Les voyageurs du sud de l'Ontario et du Québec sont plus nombreux que ceux de la région atlantique à vouloir voyager à l'extérieur du pays.¹⁶ Sept pour cent (7 %) des voyageurs du sud de l'Ontario et du Québec ont l'intention de se rendre aux États-Unis et 20 % prévoient voyager vers une destination internationale en dehors des États-Unis.^{17,18}

La majorité des voyages sont prévus en septembre, pour une durée moyenne de 5,2 jours. Dix-sept pour cent (17 %) des voyageurs voyageront seuls. Quarante-neuf pour cent (49 %) des voyages se feront en groupes de deux personnes et 34 % se feront en groupes de trois personnes ou plus.



Graphique 3. Plans de voyage actuels par mois^{18,19}



¹⁶ B4a : Combien de voyages d'agrément avez-vous prévus pour le reste de l'année 2020?

¹⁷ B4b : Quelles destinations comptez-vous visiter d'ici la fin de l'année 2020?

¹⁸ Sous-groupe : Répondants ayant des plans de voyage actuels (n = 404). Les pourcentages pourraient ne pas évaluer 100 % en raison de réponses multiples.

¹⁹ B4c : Au cours de quels mois prévoyez-vous visiter chaque destination?

INTENTIONS DE VOYAGE : NOUVEAU-BRUNSWICK

Quarante et un pour cent (41 %) des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique prévoient voyager à l'intérieur du Nouveau-Brunswick au cours du reste de l'année 2020. Les vacances à la maison représentent 42 % des voyages que les Néo-Brunswickois et Néo-Brunswickoises prévoient actuellement faire.²⁰

Le Nouveau-Brunswick est la destination de 24 % de tous les voyages que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique prévoient faire au cours du reste de l'année 2020. Quatorze pour cent (14 %) des voyages prévus au Nouveau-Brunswick seront faits par des voyageurs du Canada atlantique provenant de l'extérieur du Nouveau-Brunswick.²⁴

Le Nouveau-Brunswick est la destination de 3 % des voyages que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec prévoient faire au cours du reste de l'année 2020. Des régions touristiques du Nouveau-Brunswick que les voyageurs du Canada atlantique, du sud de l'Ontario et du Québec prévoient explorer lors de leurs visites, les plus populaires sont la côte Acadienne et la côte de Fundy. La côte de Fundy est cependant plus susceptible d'être visitée par les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique. Les résidents du sud de l'Ontario et du Québec sont plus susceptibles de visiter la côte Acadienne.

Une différence marquée existe entre les Ontariens et les résidents du Québec en ce qui concerne les visites que ces gens prévoient faire dans les régions touristiques du Nouveau-Brunswick. La proportion élevée de résidents du sud de l'Ontario choisissant chaque région suggère que les voyageurs de l'Ontario connaissent mieux les régions du Nouveau-Brunswick. On observe également des différences selon les provinces du Canada atlantique (par exemple, les habitants de la Nouvelle-Écosse sont plus susceptibles de mentionner la région côtière de Fundy, tandis que ceux du Nouveau-Brunswick mentionnent plus fréquemment la région côtière acadienne).

Graphique 4. Visites attendues dans les régions touristiques du Nouveau-Brunswick^{21,22,23}

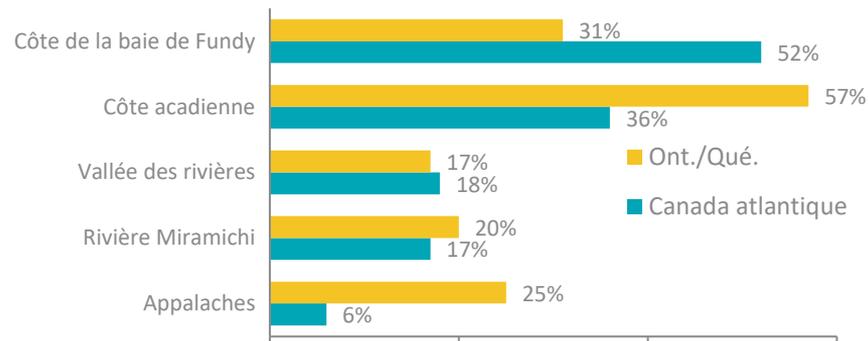


Tableau 6. Visites attendues dans les régions touristiques du N.-B. selon les provinces^{20,21,22,23}

Région	Ont. %	Qué. %	T.-N. %	N.-É. %	N.-B. %	Î.-P.-É. %
Côte de la baie de Fundy	50%	14%	59%	66%	46%	40%
Côte acadienne	74%	40%	23%	24%	44%	19%
Vallée des rivières	26%	8 %	13%	13%	22%	8%
Rivière Miramichi	26%	15%	15%	7%	21%	21%
Appalaches	48%	2%	9%	3%	7%	2%

²⁰ B4b : Quelles destinations comptez-vous visiter d'ici la fin de l'année 2020?

²¹ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples.

²² B9a : Parmi ces régions touristiques du Nouveau-Brunswick, lesquelles comptez-vous visiter?

²³ SOUS-GROUPE : Répondants (CA, n=297, ON/QC, n=20) prévoyant visiter le N.-B. en 2020.

²⁴ Calculé en retirant les résidents du Nouveau-Brunswick de l'échantillon des Canadiens de l'Atlantique.

INTENTIONS DE VOYAGE : NOUVEAU-BRUNSWICK

Le tableau 7 présente certaines des attractions que les voyageurs ont le plus fréquemment l'intention de visiter au cours du voyage qu'ils prévoient faire au Nouveau-Brunswick.²⁵

Tableau 7. Principales attractions que les voyageurs ont l'intention de visiter au N.-B.^{25,26,27,28}

Attraction	Atlantique Ont. / Qué.	
	%	%
Plages	14%	44%
Parc national de Fundy, sentier de Fundy	11%	7%
Magasinage	10%	-
Les roches de Hopewell	8%	6%
Moncton	6%	-
Magic Mountain	6%	-
Sentiers de randonnée	5%	-
Parcs	5%	-
Restaurants, nourriture, etc.	-	33%
Baie de Fundy	-	24%
Musées	-	15%
Observation de baleines	-	6%

²⁵ B9b : Quelles attractions comptez-vous visiter au Nouveau-Brunswick?

²⁶ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples.

²⁷ SOUS-GROUPE : Répondants de CA (n=151) prévoyant visiter le N.-B. en 2020.

Les données suggèrent que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec ont davantage l'intention d'être à l'extérieur lors de leur visite au Nouveau-Brunswick, comparativement à leurs homologues du Canada atlantique.

Il existe une importante différence entre les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique et les Canadiens et Canadiennes du centre en ce qui concerne les attractions du Nouveau-Brunswick qui les intéressent. Bien que les plages soient les attractions les mieux cotées pour les deux groupes, l'intérêt des Canadiens et Canadiennes du centre est trois fois plus important pour cette attraction; 44 % des résidents du sud de l'Ontario et du Québec ont l'intention de se rendre à la plage, contre 14 % des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique.

Les restaurants, la baie de Fundy et les musées ont également suscité beaucoup plus d'intérêt chez les résidents du sud de l'Ontario et du Québec.

²⁸ SOUS-GROUPE : Répondants de ON/QC (n=7) prévoyant visiter le N.-B. en 2020.

Les réponses « ne sait pas » et « préfère ne pas répondre » ont été exclues.

La taille de l'échantillon pour ce groupe est petit. À cause de cela, ces résultats doivent être interprétés avec prudence.

INTENTIONS DE VOYAGE : TERRE-NEUVE ET LABRADOR

En 2020, 26 % des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique prévoient voyager dans Terre-Neuve-et-Labrador. Les vacances à la maison représentent 65 % des voyages que les Terre-Neuviens et Terre-Neuviennes prévoient actuellement faire.²⁹

Terre-Neuve-et-Labrador est la destination de 15 % de tous les voyages que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique prévoient faire au cours du reste de l'année 2020. Quatre pour cent (4 %) des voyages prévus à Terre-Neuve-et-Labrador seront faits par des voyageurs du Canada atlantique provenant de l'extérieur de la province.

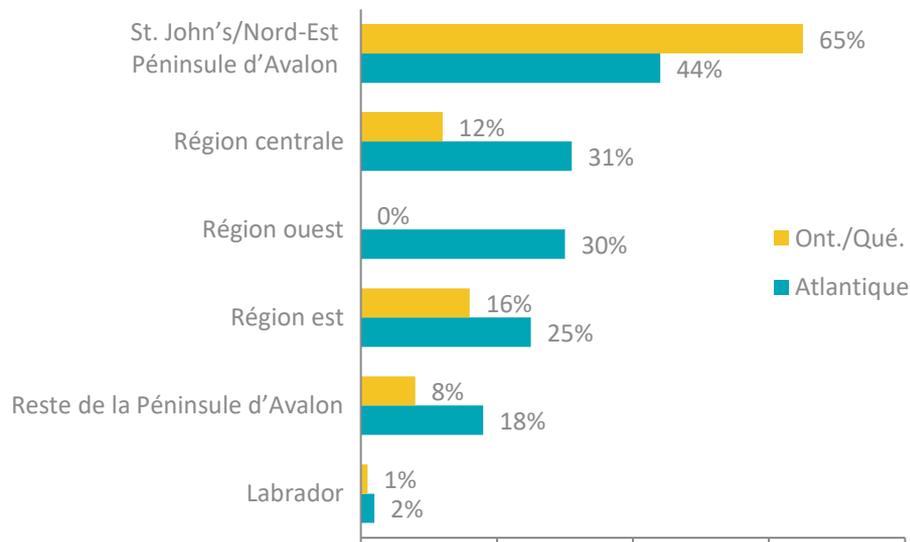
Terre-Neuve-et-Labrador est la destination de 3 % des voyages que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec prévoient faire au cours du reste de l'année 2020. Des régions touristiques de Terre-Neuve-et-Labrador que les voyageurs du Canada atlantique, du sud de l'Ontario et du Québec prévoient explorer lors de leurs visites, la plus populaire est la région de St. John's et de la péninsule d'Avalon. Bien que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique prévoient également visiter la région de St. John's et de la péninsule d'Avalon, les voyages des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique sont répartis dans d'autres régions de la province. Cela est probablement dû aux déplacements qui ont lieu à l'intérieur de la province.

²⁹ B4b : Quelles destinations comptez-vous visiter d'ici la fin de l'année 2020?

³⁰ B10a : Parmi ces régions touristiques de T.-N., lesquelles comptez-vous visiter?

Graphique 5. Visites attendues dans les régions touristiques de T.-N.

30,31,32,33,34



³¹ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples.

³² SOUS-GROUPE : Répondants de CA (n=220) prévoyant visiter T.-N. en 2020.

³³ SOUS-GROUPE : Répondants de ON/QC (n=20) prévoyant visiter T.-N. en 2020.

³⁴ Deux pour cent (2 %) ont répondu « je ne sais pas » ou « je préfère ne pas répondre ».

INTENTIONS DE VOYAGE : TERRE-NEUVE ET LABRADOR

Le tableau 8 présente certaines des attractions que les voyageurs ont le plus fréquemment l'intention de visiter au cours du voyage qu'ils prévoient faire à Terre-Neuve-et-Labrador.³⁵

Tableau 8. Principales attractions que les voyageurs ont l'intention de visiter à T.-N.^{35,36,37,38,39}

Attraction	Atlantique %	Ont. / Qué. %
Sentier de la côte Est, randonnée, etc.	17%	-
Signal Hill	13%	63%
Gros Morne	11%	-
Magasinage	10%	-
Plages	10%	-
Musées / The Rooms	8%	-
Parcs	6%	-
Trinity / Bona Vista	5%	1%
St. John's	5%	3%
Cap Spear	3%	3%

³⁵ B10b : Quelles attractions comptez-vous visiter à T.-N.?

³⁶ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples.

³⁷ SOUS-GROUPE : Répondants de CA (n=220) prévoyant visiter T.-N. en 2020.

Les résidents du sud de l'Ontario et du Québec n'ont pas l'intention de visiter une grande variété d'attractions lors de leurs voyages à Terre-Neuve-et-Labrador.

Les résidents de l'Atlantique ont manifesté un intérêt plus diversifié pour les attractions de Terre-Neuve-et-Labrador, comparativement aux résidents du sud de l'Ontario et du Québec.⁴⁰

Signal Hill a enregistré, de loin, le plus grand intérêt chez les résidents du sud de l'Ontario et du Québec. Soixante-trois (63 %) des voyageurs de ces régions ont indiqué qu'ils avaient l'intention de visiter ce site. Les autres attractions étant les plus souvent citées par les résidents du sud de l'Ontario et du Québec étaient St John's et cap Spear, qui se situaient toutes deux à 3 %.

La East Coast Trail « Piste de la côte est », randonnée, etc. (17 %) est l'attraction la plus intéressante pour les résidents de l'Atlantique. Signal Hill, Gros Morne, magasiner et aller à la plage ont toutes dépassé les 10 % d'intentions.

³⁸ Les réponses « ne sait pas » et « je préfère ne pas répondre » ont été retirées pour les répondants de l'Ont. et du Qué. La taille de l'échantillon de ce groupe est n = 6. À cause de cela, ces résultats doivent être interprétés avec prudence

³⁹ Deux pour cent (2 %) ont répondu « je ne sais pas » ou « je préfère ne pas répondre ».

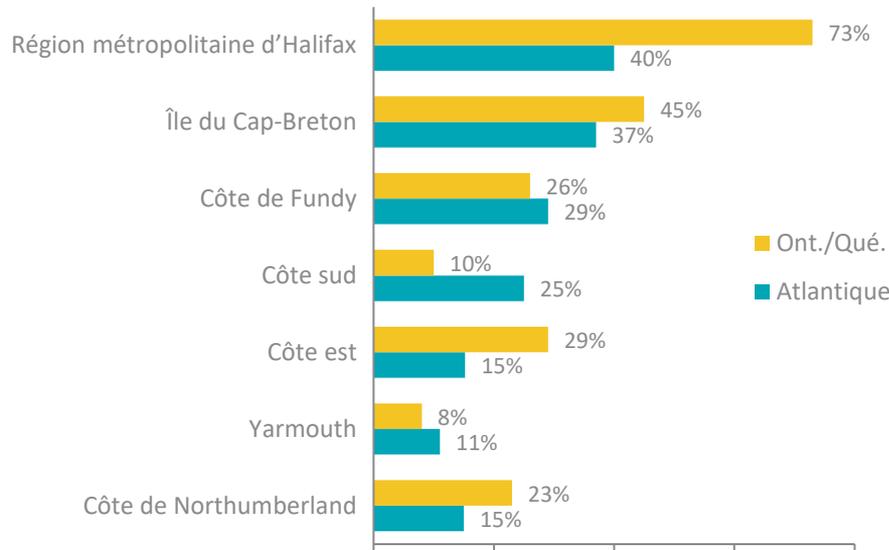
INTENTIONS DE VOYAGE : NOUVELLE-ÉCOSSE

En 2020, 61 % des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique prévoient voyager en Nouvelle-Écosse. Les vacances à la maison représentent 52 % des voyages que les Néo-Écossais et Néo-Écossaises prévoient actuellement faire.³⁰

La Nouvelle-Écosse est la destination de 36 % de tous les voyages que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique prévoient faire au cours du reste de l'année 2020. Vingt-quatre (24 %) des voyages prévus en Nouvelle-Écosse seront faits par des voyageurs du Canada atlantique provenant de l'extérieur de la Nouvelle-Écosse.

La Nouvelle-Écosse est la destination de 6 % des voyages que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec prévoient faire au cours du reste de l'année 2020. Des régions touristiques de la Nouvelle-Écosse que les voyageurs du sud de l'Ontario et du Québec prévoient explorer lors de leurs visites, les plus populaires sont le centre-ville d'Halifax et le cap Breton. Les résidents du sud de l'Ontario et du Québec sont moins susceptibles que les voyageurs du Canada atlantique d'avoir prévu un voyage afin d'explorer la côte Est et la côte de Northumberland.

Graphique 6. Visites attendues dans les régions touristiques de la N.-É. ^{41,42,43,44,45}



⁴⁰ B4b : Quelles destinations comptez-vous visiter d'ici la fin de l'année 2020?

⁴¹ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples.

⁴² B8a : Parmi ces régions touristiques de la N.-É., lesquelles comptez-vous visiter?

⁴³ SOUS-GROUPE : Répondants de CA (n=436) prévoyant visiter la N.-É. en 2020.

⁴⁴ SOUS-GROUPE : Répondants de ON/QC (n=32) prévoyant visiter la N.-É. en 2020.

⁴⁵ Deux pour cent (2 %) ont répondu « je ne sais pas » ou « je préfère ne pas répondre ».

INTENTIONS DE VOYAGE : NOUVELLE-ÉCOSSE

Le tableau 9 présente certaines des attractions que les voyageurs ont le plus fréquemment l'intention de visiter au cours du voyage qu'ils prévoient faire en Nouvelle-Écosse.

Tableau 9. Principales attractions que les voyageurs ont l'intention de visiter en N.-É.^{46,47,48,49,50}

Attraction	Atlantique Ont. / Qué.	
	%	%
Sentier Cabot	16%	4%
Plages	16%	3%
Magasinage	9%	-
Golf	8%	-
Restaurants, nourriture, homard, etc.	9%	2%
Halifax	-	2%
La Citadelle	-	2%
Cap-Breton	-	10%
Peggy's Cove	-	4%
Musées	-	2%
Bord de l'eau	-	4%
Vignobles, brasseries	-	52%
Visites touristiques (indéterminée)	-	10%

⁴⁶ B8b : Quelles attractions comptez-vous visiter en N.-É.?

⁴⁷ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples.

⁴⁸ SOUS-GROUPE : Répondants de CA (n=207) prévoyant visiter la N.-É. en 2020.

⁴⁹ Deux pour cent (2 %) ont répondu « je ne sais pas » ou « je préfère ne pas répondre ».

Les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique cherchent à explorer les plages et le Sentier Cabot, tandis que les établissements vinicoles et les brasseries sont des attractions plus populaires auprès des voyageurs du sud de l'Ontario et du Québec.⁵⁰



⁵⁰ SOUS-GROUPE : Répondants de ON/QC (n=11) prévoyant visiter la N.-É. en 2020. La taille de l'échantillon pour ON/QC est petite. À cause de cela, ces résultats doivent être interprétés avec prudence.

INTENTIONS DE VOYAGE : ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Dix-neuf pour cent (19 %) des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique prévoient voyager à l'intérieur de l'Île-du-Prince-Édouard au cours du reste de l'année 2020. Les vacances à la maison représentent 15 % des voyages que les Prince-Édouardiens et Prince-Édouardiennes prévoient actuellement faire.⁵¹

L'Île-du-Prince-Édouard est la destination de 11 % de tous les voyages que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique prévoient faire au cours du reste de l'année 2020. Dix pour cent (10 %) des voyages prévus à l'Île-du-Prince-Édouard seront faits par des voyageurs du Canada atlantique provenant de l'extérieur de la province.

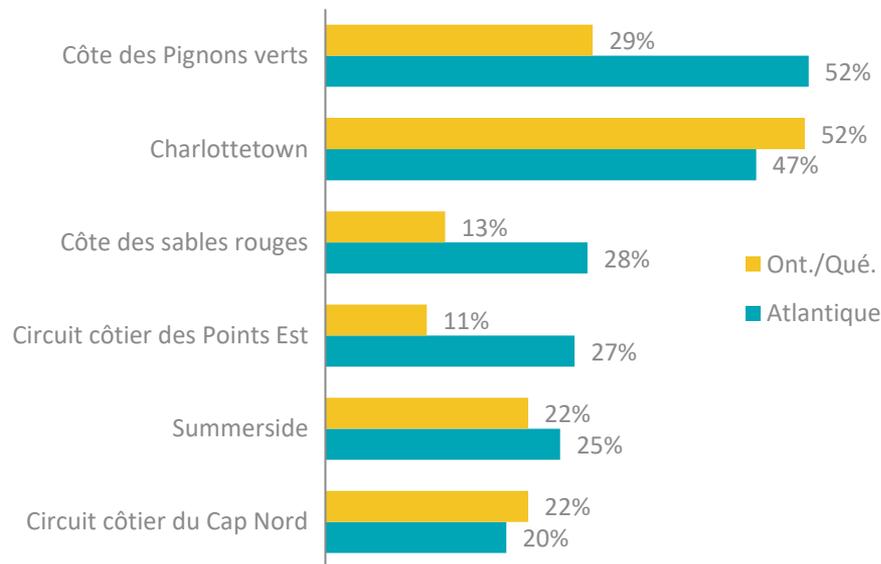
L'Île-du-Prince-Édouard est la destination de 2 % des voyages que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec prévoient faire au cours du reste de l'année 2020. Des régions touristiques de l'Île-du-Prince-Édouard que les voyageurs du sud de l'Ontario et du Québec prévoient explorer lors de leurs visites, les plus populaires sont Charlottetown et les côtes des Pignons verts. Les résidents du sud de l'Ontario et du Québec sont moins susceptibles que les voyageurs du Canada atlantique d'avoir prévu un voyage afin d'explorer la côte des Sables rouges et le circuit côtier des Points Est.

⁵¹ B4b: Quelles destinations comptez-vous visiter d'ici la fin de l'année 2020?

⁵² B7a: Parmi ces régions touristiques de l'Î.-P.-É., lesquelles comptez-vous visiter?

⁵³ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples.

Graphique 7. Visites attendues dans les régions touristiques de l'Î.-P.-É.^{52,53,54,55}



⁵⁴ SOUS-GROUPE : Répondants de CA (n=88) prévoyant visiter l'Î.-P.-É. en 2020.

⁵⁵ SOUS-GROUPE : Répondants de ON/QC (n=5) prévoyant visiter l'Î.-P.-É. en 2020.

⁵⁶ Deux pour cent (2 %) ont répondu « je ne sais pas » ou « je préfère ne pas répondre ».

INTENTIONS DE VOYAGE : ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Le tableau 10 présente certaines des attractions que les voyageurs ont le plus fréquemment l'intention de visiter au cours du voyage qu'ils prévoient faire à l'Île-du-Prince-Édouard.⁵⁶

Tableau 10. Principales attractions que les voyageurs ont l'intention de visiter à l'Î.-P.-É.^{56,57,58,59,60}

Attraction	Atlantique %	Ont. / Qué. %
Plages	35%	15%
Restaurants, nourriture, homard, etc.	10%	-
Golf	14%	-
Parc d'attractions Sandspit	2%	-
Parcs	10%	54%
Anne aux Pignons verts	11%	-
Parc Shining Waters	2%	-
Cavendish	8%	-
Plage Brackley	1%	-
Charlottetown	4%	47%
Visites touristiques (non spécifique)	1%	15%

⁵⁶ B7b : Quelles attractions comptez-vous visiter à l'Î.-P.-É.?

⁵⁷ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples.

⁵⁸ SOUS-GROUPE : Répondants de ON/QC (n=18) prévoyant visiter l'Î.-P.-É. en 2020

Tout comme pour Terre-Neuve-et-Labrador, les visiteurs du Canada atlantique qui voyageront à l'Île-du-Prince-Édouard ont indiqué qu'ils avaient l'intention de visiter une plus grande variété d'attractions que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec.

Ce motif de réponse pourrait être dû au fait que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique connaissent mieux les attractions de la région.



⁵⁵ SOUS-GROUPE : Répondants de AC (n=88) prévoyant visiter l'Î.-P.-É. en 2020.

⁵⁶ Deux pour cent (2 %) ont répondu « je ne sais pas » ou « je préfère ne pas répondre ».

COMPORTEMENT POUR LES VOYAGES INTRAPROVINCIAUX

De légères augmentations du nombre de Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique indiquant qu'il est probable qu'ils prennent part à des activités touristiques dans leur province suggèrent que les gens du Canada atlantique sont peut-être en train de s'habituer à vivre avec la COVID-19.

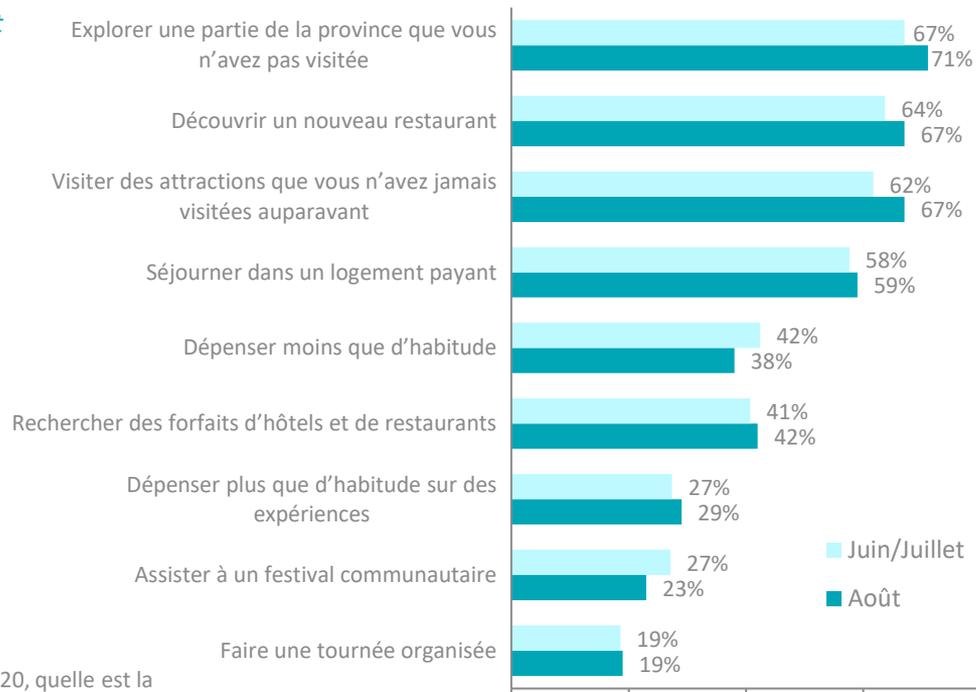
Pour ceux qui voyageront dans leur province d'origine au cours du reste de l'année 2020, trouver de nouvelles expériences près de chez eux était toujours une priorité : les répondants étaient plus susceptibles de vouloir explorer une nouvelle partie de la province (71 %), se rendre dans un nouveau restaurant (67 %) ou visiter des attractions qu'ils n'avaient jamais visitées auparavant (67 %).

À l'exception des festivals et des voyages organisés, les personnes interrogées ont été légèrement plus nombreuses qu'au début de l'été à indiquer qu'elles étaient susceptibles de participer à des activités touristiques chez elles, comme visiter des attractions et de nouveaux restaurants.

Moins de Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique ont indiqué qu'ils seraient susceptibles de dépenser moins d'argent que la normale en voyageant dans leur propre province.

Graphique 8. Comportement pour les voyages intraprovinciaux^{61,62}

Si vous voyagez dans votre propre province en 2020, quelle est la probabilité que vous fassiez les activités suivantes?



⁶¹ C2 : Si vous faites un voyage d'agrément dans votre propre province en 2020, quelle est la probabilité que vous fassiez les activités suivantes?

⁶² La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples. Les réponses « ne sait pas / préfère ne pas répondre » ont été exclues.

COMPORTEMENT POUR LES VOYAGES INTRAPROVINCIAUX

Les résidents du sud de l'Ontario et du Québec sont susceptibles de dépenser moins et sont moins susceptibles de rechercher de nouvelles expériences en faisant des voyages intraprovinciaux que les canadiens et canadiennes de l'atlantique.

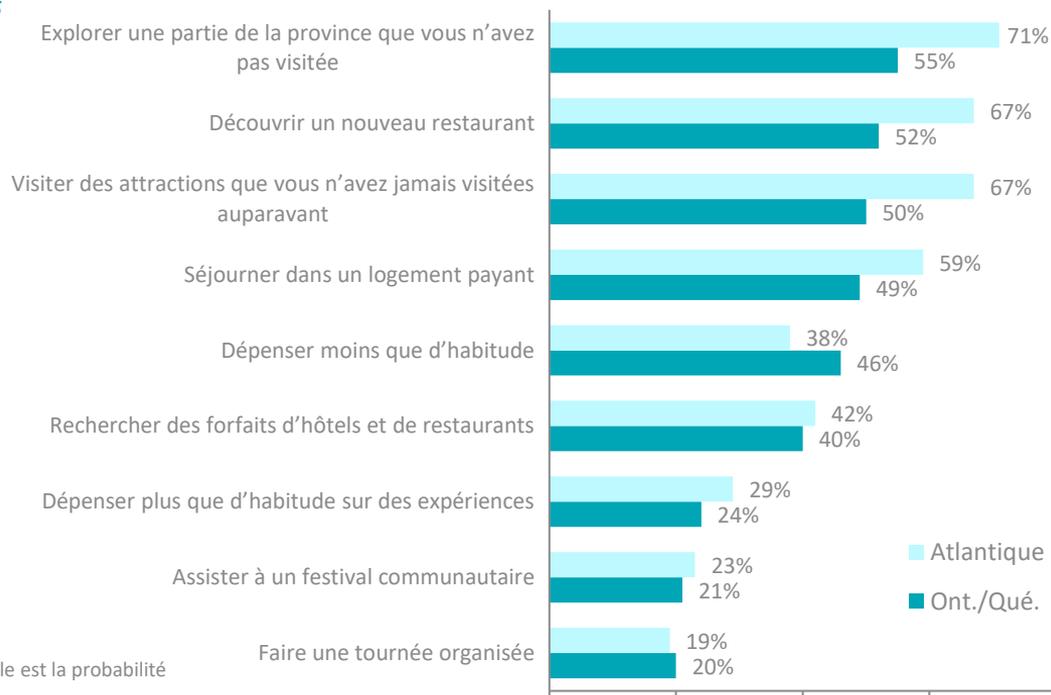
Seulement environ la moitié des résidents du sud de l'Ontario et du Québec sont susceptibles de rechercher de nouvelles attractions, de nouveaux restaurants et de nouvelles expériences en voyageant dans leur province d'origine au cours du reste de l'année 2020.

Les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique sont plus susceptibles d'explorer leur propre province, de visiter de nouveaux restaurants, de visiter de nouvelles attractions et de séjourner dans des hébergements payants que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec voyageant dans leur propre province.

Quarante-six pour cent (46 %) des résidents du sud de l'Ontario et du Québec ont indiqué qu'en ce moment, ils sont susceptibles de dépenser moins que la normale lors de vacances à la maison.

Graphique 9. Comportement pour les voyages intraprovinciaux^{63,64}

Si vous voyagez dans votre propre province en 2020, quelle est la probabilité que vous fassiez les activités suivantes?



⁶³ C3 : Si vous faites un voyage d'agrément dans votre propre province en 2020, quelle est la probabilité que vous fassiez les activités suivantes?

⁶⁴ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples. Les réponses « ne sait pas / préfère ne pas répondre » ont été exclues.

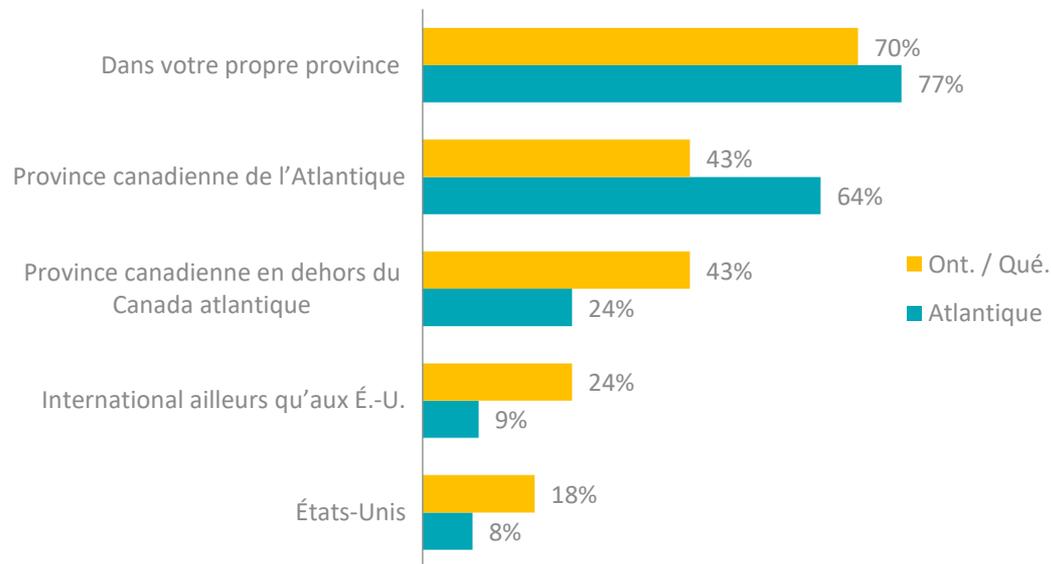
INTENTIONS DE VOYAGE : PRINTEMPS/ÉTÉ 2021

Soixante-dix-sept pour cent (77 %) des voyageurs du Canada atlantique et 70 % de ceux du sud de l'Ontario et du Québec ont indiqué qu'ils sont susceptibles de voyager dans leur propre province en 2021, même si aucun vaccin n'est disponible.⁶⁵

Lorsqu'ils ont été interrogés sur leurs voyages dans les provinces de l'Atlantique qui ne sont pas leur province de résidence, les voyageurs du Canada atlantique (64 %) ont indiqué qu'ils seraient plus nombreux que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec (43 %) à voyager dans le Canada atlantique si aucun vaccin n'est disponible pendant la saison touristique du printemps et de l'été 2021.

Si les Canadiens de la région atlantique estiment qu'ils seront toujours à l'aise de voyager dans la bulle du Canada atlantique en 2021, ils sont beaucoup moins susceptibles que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec de voyager à l'étranger, aux États-Unis ou même en dehors des provinces de l'Atlantique.

Graphique 10. Probabilité de voyager au printemps/à l'été 2021 si aucun vaccin n'est disponible.^{65,66}



⁶⁵ C11 : Si aucun vaccin n'est disponible au printemps/à l'été 2021, quelle est la probabilité que vous voyagiez?

⁶⁶ La question précisait « autre que votre province d'origine » pour les Canadiens de la région atlantique interrogés sur leurs voyages dans les provinces de l'Atlantique et pour les résidents du sud de l'Ontario et du Québec interrogés sur leurs voyages dans les provinces canadiennes en dehors de l'Atlantique.

INTENTIONS DE VOYAGE : PRINTEMPS/ÉTÉ 2021

Les jeunes voyageurs (18-34 ans) sont plus susceptibles que les voyageurs plus âgés (55+) d'indiquer qu'ils voyageraient au printemps/à l'été 2021, même si aucun vaccin n'est disponible, en particulier les voyageurs du Canada atlantique.⁶⁷

Au Nouveau-Brunswick (73 %) et à l'Île-du-Prince-Édouard (79 %), les voyageurs sont les plus susceptibles de se rendre dans les provinces de l'Atlantique autres que leur province de résidence même si un vaccin n'est toujours pas disponible en 2020.

Bien qu'ils soient moins susceptibles de se rendre au Canada atlantique ou dans leur propre province sans avoir été vaccinés, les voyageurs plus âgés (55 ans et plus) du sud de l'Ontario et du Québec sont aussi susceptibles que ceux de 54 ans et moins de se rendre dans des destinations internationales ou dans des provinces canadiennes autres que le Canada atlantique.

Les voyageurs du sud de l'Ontario (74 %) sont plus susceptibles de voyager dans leur propre province au printemps/à l'été 2021 que ceux du Québec (63 %), même lorsqu'aucun vaccin n'est disponible.

Tableau 11. Voyage probable au au printemps/à l'été 2021 si aucun vaccin n'est disponible ^{67,68}

	Canada atlantique			Ontario/ Québec		
	18 à 34	35 à 54	55 ou plus	18 à 34	35 à 54	55 ou plus
Dans votre propre province	80%	79%	74%	74%	74%	63%
Dans le Canada atlantique	67%	65%	61%	53%	40%	37%
Dans une province canadienne située hors du Canada atlantique	32%	22%	21%	45%	44%	41%
Dans une autre destination internationale que les États-Unis	15%	11%	5%	23%	27%	23%
Aux États-Unis	12%	8%	5%	22%	18%	14%

⁶⁷ C11 : Si aucun vaccin n'est disponible au printemps/à l'été 2021, quelle est la probabilité que vous voyagiez?

⁶⁸ La question précisait « autre que votre province d'origine » pour les Canadiens de la région atlantique interrogés sur leurs voyages dans les provinces de l'Atlantique et pour les résidents du sud de l'Ontario et du Québec interrogés sur leurs voyages dans les provinces canadiennes en dehors de l'Atlantique.



Section 3 :

SENTIMENTS DES VOYAGEURS

SENTIMENTS DES VOYAGEURS :

LES CANADIENS ET CANADIENNES DE L'ATLANTIQUE EN CE QUI CONCERNE LES ACTIVITÉS

Tableau 11. Niveau de confort des voyageurs pour différentes activités⁶⁹

Activités	% de confort	
	Phase 1	Phase 2
Marcher ou faire du vélo sur les sentiers	77%	82%
Visiter un parc national ou provincial en plein air	75%	77%
Participer à une visite guidée pour mon groupe seulement	69%	73%
Aller dans un parc ou sur une plage	68%	76%
Dîner sur la terrasse d'un restaurant	67%	71%
Assister à un événement extérieur (ciné-parc)	60%	63%
Magasiner dans commerces de détail	54%	54%
Dîner dans un restaurant	50%	54%
Visiter une attraction historique/culturelle avec des expositions intérieures	44%	44%
Visiter une galerie ou un musée à l'intérieur	42%	43%
Regarder un défilé	41%	39%
Assister à un événement intérieur (moins de 50 participants)	30%	28%
Assister à un événement extérieur (50 personnes ou plus)	27%	29%
Participer à une visite guidée avec des gens qui ne font pas partie de mon groupe de voyage	21%	24%
Assister à un événement intérieur (50 participants ou plus)	19%	18%

Les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique sont de plus en plus à l'aise avec les activités extérieures. Cependant, ils sont généralement moins à l'aise avec les activités intérieures et veulent rester dans leur propre groupe de voyage.

La plupart des Canadiens et Canadiennes de la région atlantique ne sont pas encore à l'aise de participer à des événements intérieurs qui rassemblent même moins de 50 personnes.

Les activités avec lesquelles les Canadiens et les Canadiennes de la région atlantique sont à l'aise sont généralement des activités de plein air où la distance sociale peut être maintenue.



⁶⁹ C5 Veuillez évaluer votre niveau de confort par rapport aux activités suivantes...

SENTIMENTS DES VOYAGEURS : LES CANADIENS ET CANADIENNES DE L'ATLANTIQUE EN CE QUI CONCERNE LES ACTIVITÉS

Tableau 12. Probabilité de participer à certaines activités ^{70,71}

Activités	Atlantique	
	Confort	Probabilité
Marcher ou faire du vélo sur les sentiers	82%	75%
Aller dans un parc ou sur une plage	77%	74%
Dîner sur la terrasse d'un restaurant	73%	71%
Visiter un parc national ou provincial en plein air	76%	69%
Magasiner dans commerces de détail	71%	67%
Dîner dans un restaurant	63%	61%
Participer à une visite guidée pour mon groupe seulement	54%	54%
Assister à un événement extérieur (ciné-parc)	54%	44%
Visiter une attraction historique/culturelle avec des expositions intérieures	44%	37%
Visiter une galerie ou un musée à l'intérieur	43%	35%
Regarder un défilé	39%	33%
Assister à un événement intérieur (moins de 50 participants)	28%	24%
Assister à un événement extérieur (50 personnes ou plus)	29%	23%
Participer à une visite guidée avec des gens qui ne font pas partie de mon groupe de voyage	24%	19%
Assister à un événement intérieur (50 participants ou plus)	18%	17%

Ce tableau présente les niveaux de confort des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique et les probabilités qu'ils participent à diverses activités lors de voyages.



⁷⁰ C5 Veuillez évaluer votre niveau de confort par rapport aux activités suivantes...

⁷¹ C6 : Si ces activités étaient offertes, y participeriez-vous lors d'un voyage en 2020?

SENTIMENTS DES VOYAGEURS : ACTIVITÉS POUR L'ONTARIO ET LE QUÉBEC

Tableau 13. Niveau de confort des voyageurs pour différentes activités⁷²

Activités	% de confort			
	Ont.	Qué.	Ont.	Qué.
Marcher ou faire du vélo sur les sentiers	75%	73%	74%	
Visiter un parc national ou provincial en plein air	77%	71%	74%	
Aller dans un parc ou sur une plage	72%	59%	67%	
Dîner sur la terrasse d'un restaurant	64%	60%	63%	
Participer à une visite guidée pour mon groupe seulement	67%	54%	62%	
Assister à un événement extérieur (ciné-parc)	54%	56%	55%	
Magasiner dans commerces de détail	52%	44%	49%	
Visiter une attraction historique/culturelle avec des expositions intérieures	47%	41%	45%	
Visiter une galerie ou un musée à l'intérieur	46%	41%	44%	
Dîner dans un restaurant	39%	44%	41%	
Regarder un défilé	40%	34%	38%	
Assister à un événement intérieur (moins de 50 participants)	31%	32%	31%	
Participer à une visite guidée avec des gens qui ne font pas partie de mon groupe de voyage	36%	22%	31%	
Assister à un événement extérieur (50 personnes ou plus)	30%	29%	30%	
Assister à un événement intérieur (50 participants ou plus)	27%	22%	25%	

⁷² C5: Veuillez évaluer votre niveau de confort par rapport aux activités suivantes...

De façon générale, du Québec se sentent moins à l'aise de pales résidents participer à de nombreuses activités de voyage que les résidents du sud de l'Ontario, que ces activités soient à l'intérieur ou à l'extérieur.

Les résidents des deux provinces sont plus à l'aise avec les activités extérieures qu'avec les activités intérieures. Marcher et faire du vélo sur des sentiers, ainsi que visiter des parcs, étaient les activités avec lesquelles les résidents du sud de l'Ontario et du Québec se sentaient le plus à l'aise.

Les activités extérieures et intérieures ont reçu les pires cotes en matière de confort.

SENTIMENTS DES VOYAGEURS : ACTIVITÉS POUR LES CANADIENS ET CANADIENNES DU CENTRE

Tableau 14. Probabilité de participer à certaines activités⁷³

Activités	Ontario / Québec		% de probabilité	
	Confort	Probabilité	Ont.	Qué.
Marcher ou faire du vélo sur les sentiers	74%	67%	66%	67%
Aller dans un parc ou sur une plage	67%	61%	64%	57%
Dîner sur la terrasse d'un restaurant	63%	58%	58%	58%
Visiter un parc national ou provincial en plein air	74%	59%	58%	62%
Magasiner dans commerces de détail	49%	52%	52%	51%
Dîner dans un restaurant	41%	44%	41%	48%
Participer à une visite guidée pour mon groupe seulement	62%	45%	49%	38%
Assister à un événement extérieur (ciné-parc)	55%	37%	38%	35%
Visiter une attraction historique/culturelle avec des expositions intérieures	45%	39%	43%	34%
Visiter une galerie ou un musée à l'intérieur	44%	33%	34%	32%
Regarder un défilé	38%	31%	34%	26%
Assister à un événement intérieur (moins de 50 participants)	31%	26%	27%	23%
Assister à un événement extérieur (50 personnes ou plus)	25%	27%	30%	22%
Participer à une visite guidée avec des gens qui ne font pas partie de mon groupe de voyage	31%	21%	25%	14%
Assister à un événement intérieur (50 participants ou plus)	30%	22%	25%	17%

Ce tableau présente les niveaux de confort des résidents du sud de l'Ontario et du Québec et les probabilités qu'ils participent à diverses activités lors de voyages. Il semble plus probable que les résidents du sud de l'Ontario participent à des activités que ceux du Québec.



⁷³ C6 : Si ces activités étaient offertes, y participeriez-vous lors d'un voyage en 2020?

SENTIMENTS DES VOYAGEURS : HÉBERGEMENT POUR LES CANADIENS ET CANADIENNES DU CENTRE

Les voyageurs du sud de l'Ontario et du Québec se sentent plus à l'aise avec les logements qui ne sont pas ouverts au public, comme être logé avec des amis ou des membres de la famille, sur leur propre propriété ou dans un logement appartenant à des amis.

Plus de la moitié des voyageurs du sud de l'Ontario et du Québec (57 %) se sentaient à l'aise de dormir dans un grand hôtel, et 44 % se sentaient à l'aise de dormir dans un petit hôtel.

Les chambres d'hôtes ne créent pas le même niveau de confort : seulement 38 % des voyageurs du sud de l'Ontario et du Québec ont déclaré être à l'aise dans une chambre d'hôtes; en fait, les répondants se sentaient légèrement plus à l'aise dans un camping que dans une chambre d'hôtes (44 %).

Types d'hébergement : Niveau de confort des voyageurs⁷⁴



77 % sont à l'aise dans leur propre chalet ou dans un chalet appartenant à un ami.



66 % se sentent à l'aise de séjourner avec des membres de la famille ou avec des amis.



57 % se sentent à l'aise dans une grande chaîne hôtelière ou un centre de villégiature, et 44 % se sentent à l'aise dans un petit hôtel ou dans un motel.



54 % étaient à l'aise en faisant la location dans un logement privé (par exemple, AirBnB).



44 % étaient à l'aise pour séjourner dans un terrain de camping en tente ou en roulotte.



38 % étaient à l'aise de séjourner dans une chambre d'hôtes.

⁷⁴ C3 : Si vous faites un voyage d'agrément avec nuitée au cours du reste de l'année 2020, dans quelle mesure seriez-vous à l'aise dans chacun des types d'hébergement suivants?



SENTIMENTS DES VOYAGEURS : HÉBERGEMENT POUR LES CANADIENS ET CANADIENNES DE L'ATLANTIQUE

Les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique continuent de se sentir plus à l'aise dans les logements qui ne sont pas ouverts au public, comme être logé avec des amis ou des membres de la famille, sur leur propre propriété ou dans un logement appartenant à des amis.

Les résultats ont révélé une légère augmentation du nombre de Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique qui se sentent à l'aise dans les hôtels (grands et petits) et les locations privées.

Chez les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique, plus de la moitié des répondants (59 %) se sentaient à l'aise de dormir dans un grand hôtel, et 52 % se sentaient à l'aise de dormir dans un petit hôtel.

Les chambres d'hôtes ne créent pas le même niveau de confort : comme pour les répondants de l'Ontario et du Québec seulement 41 % des Canadiens et des Canadiennes de la région atlantique ont déclaré se sentir à l'aise dans une chambre d'hôtes; en fait, les répondants se sentaient légèrement plus à l'aise dans un camping que dans une chambre d'hôtes (51 %).

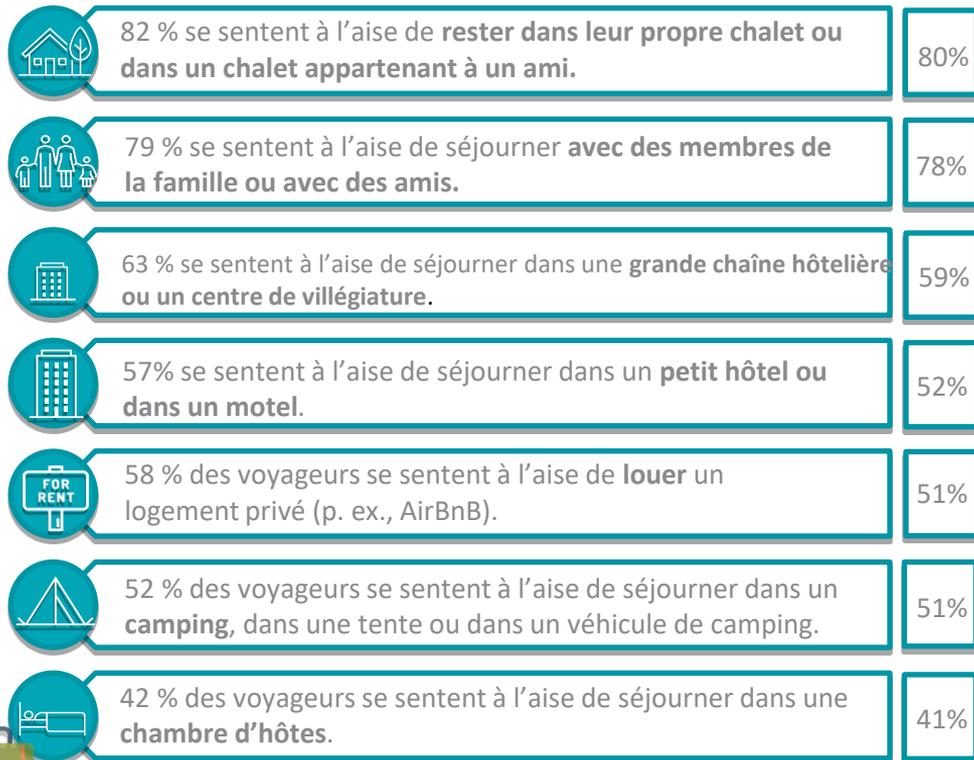
⁷⁵ C3 : Si vous faites un voyage d'agrément avec nuitée au cours du reste de l'année 2020, dans quelle mesure seriez-vous à l'aise dans chacun des types d'hébergement suivants?



Types d'hébergement : Niveau de confort des voyageurs⁷⁵

Phase 2

Phase 1



SENTIMENTS DES VOYAGEURS : MODE DE TRANSPORT

En général, les répondants ne se sentaient pas à l'aise avec les modes de transport qui augmentant leur interaction avec les autres.

Les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique étaient les moins à l'aise face aux transports en commun (19 %). Les transports permettant une distanciation sociale sont ceux avec lesquels les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique ont déclaré se sentir à l'aise. Les voyageurs du sud de l'Ontario et du Québec étaient plus susceptibles de se sentir à l'aise avec les voyages par train et par avion que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique.

Les réponses du sondage suggèrent que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique ainsi que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec sont plus préoccupés par le transport que par l'hébergement. Ils mentionnent qu'ils se sentent à l'aise avec les types de transport, comme le train, les taxis, l'avion et les transports en commun, comparativement aux réponses concernant les types d'hébergement. Les femmes sont moins à l'aise que les hommes en ce qui concerne les déplacements par avion, par train, en transports en commun ou en taxi.

⁷⁶ C4 : Veuillez évaluer votre niveau de confort par rapport aux modes de transport suivants :

Tableau 15. Mode de transport : Niveau de confort des voyageurs⁷⁶

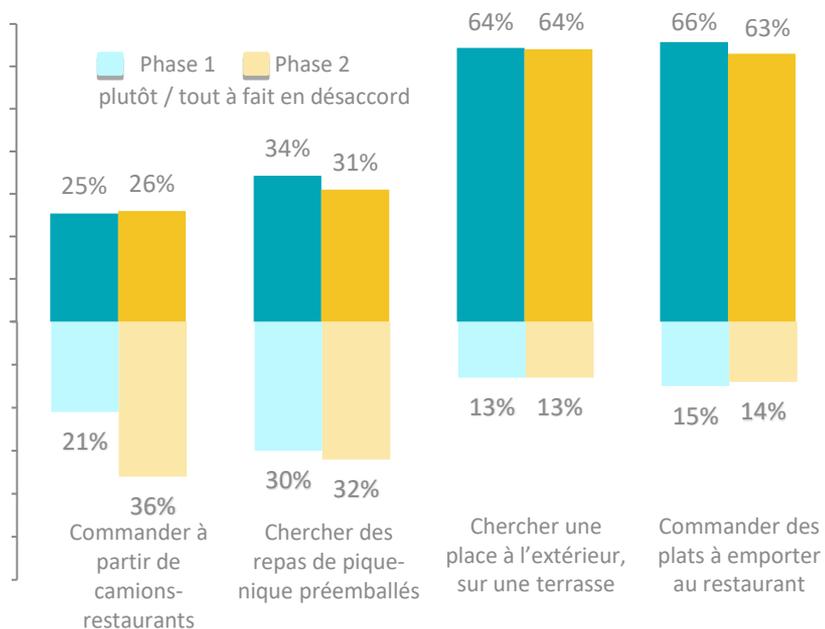
	Atlantique		Ont./Qué.
	Phase 1	Phase 2	
À l'aise de voyager en traversier (en voiture).	62%	66%	60%
À l'aise de voyager en traversier (sur le pont des passagers)	43%	45%	42%
À l'aise de voyager en voiture de location	54%	54%	52%
À l'aise de voyager par train	29%	28%	45%
À l'aise de voyager en taxi	25%	24%	24%
À l'aise de voyager par avion	23%	20%	33%
À l'aise de voyager en transports en commun	18%	19%	23%



SENTIMENTS DES VOYAGEURS : MANGER AU RESTAURANT (CANADA ATLANTIQUE)

Graphique 10. Attitudes à l'égard des restaurants^{77,78}

Par rapport à la période précédant la COVID-19, je suis plus susceptible de...



⁷⁷ C8 : Dans quelle mesure êtes-vous en accord avec les énoncés suivants? Par rapport à la période précédant la COVID-19...

⁷⁸ Les réponses « Ne sait pas » et « Je préfère ne pas répondre » ont été exclues.

Les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique ont changé leur approche face aux restaurants. Plus de 60 % des personnes interrogées ont indiqué qu'elles étaient plus susceptibles de chercher une table sur une terrasse ou de commander des plats à emporter qu'avant la pandémie de COVID-19.

Les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique se sentent moins à l'aise de manger à l'intérieur des restaurants. Ils sont plus susceptibles de choisir des options de repas à moindre risque, comme manger à l'extérieur ou commander des plats à emporter.

Bien que commander de la nourriture dans un camion-restaurant et les repas de pique-nique préemballés sont également des options considérées comme étant à faible risque, moins de répondants ont dit souhaiter manger au restaurant de cette manière.

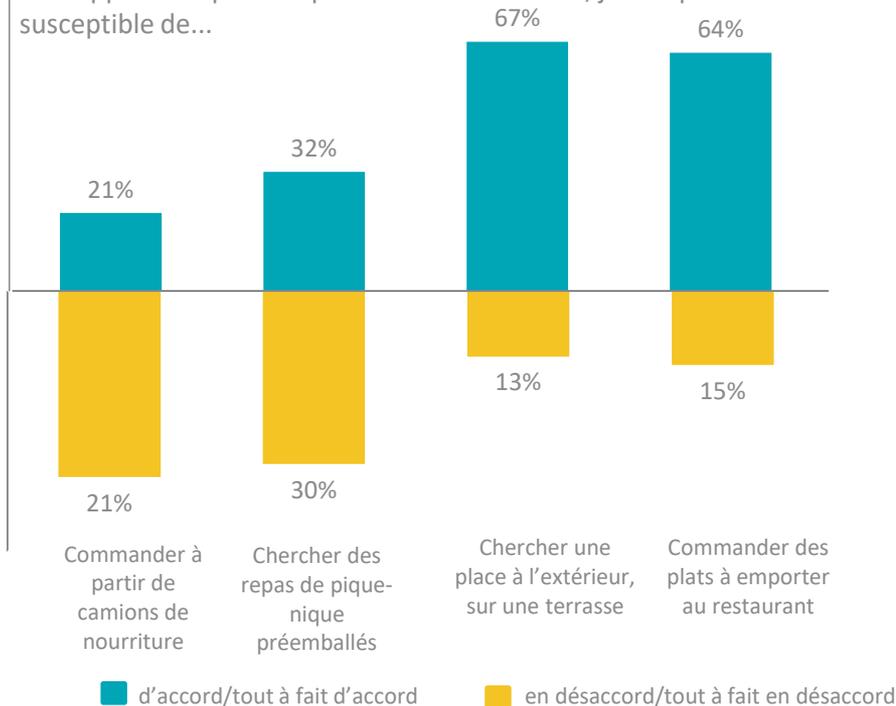


Moins de la moitié des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique (40 %) sont d'accord pour dire qu'ils sont tout aussi à l'aise de manger à l'intérieur des restaurants qu'avant la COVID-19.

SENTIMENTS DES VOYAGEURS : MANGER AU RESTAURANT (SUD DE L'ONTARIO ET QUÉBEC)

Graphique 11. Attitudes à l'égard des restaurants^{79,80}

Par rapport à la période précédant la COVID-19, je suis plus susceptible de...



Près des 2/3 des résidents du sud de l'Ontario et du Québec ont indiqué qu'ils étaient plus susceptibles de chercher une table sur une terrasse ou de commander des plats à emporter qu'avant la pandémie de COVID-19.

Les résidents du sud de l'Ontario et du Québec se sentent moins à l'aise de manger au restaurant que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique.



Seulement 32 % des résidents du sud de l'Ontario et du Québec se sentent aussi à l'aise de manger dans un restaurant qu'avant la COVID-19.

⁷⁹ C8 : Dans quelle mesure êtes-vous en accord avec les énoncés suivants? Par rapport à la période précédant la COVID-19...

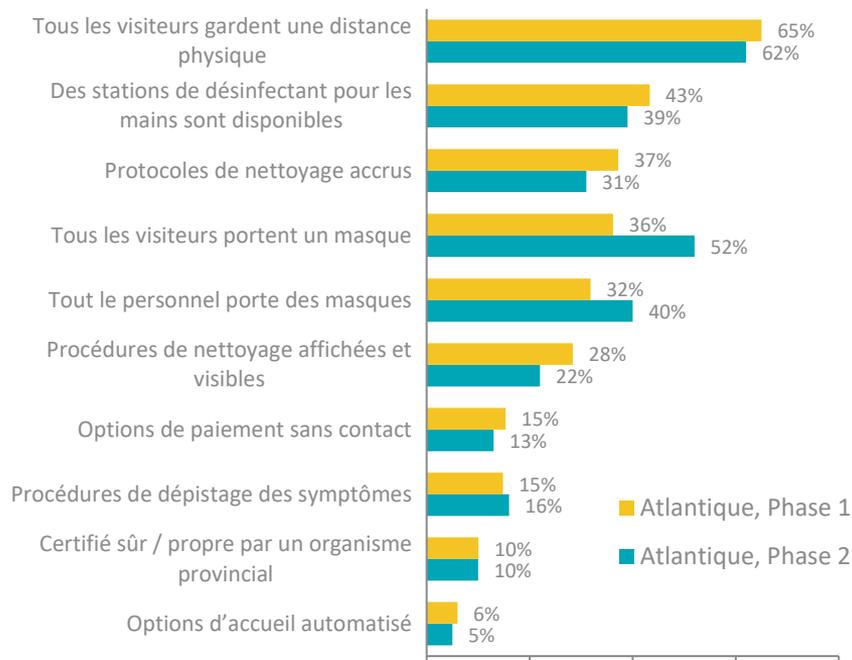
⁸⁰ Les réponses « Ne sait pas » et « Je préfère ne pas répondre » ont été exclues.

SENTIMENTS DES VOYAGEURS :

MESURES DE SANTÉ / SÉCURITÉ (CANADA

ATLANTIQUE)

Graphique 12. Les trois mesures de santé/sécurité les plus importantes^{81,82}



Parmi les mesures de santé et de sécurité que les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique aimeraient voir lors de leurs voyages au pays pour le reste de l'année 2020, la distanciation sociale reste l'une des plus importantes.

Soixante-deux pour cent (62 %) des personnes interrogées ont indiqué que la distanciation sociale est l'une des trois mesures les plus importantes qu'elles souhaiteraient voir mises en place lors de leurs voyages en 2020. L'importance des masques a été reconnue par un plus grand nombre de Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique lors de la phase 2 que lors de la phase 1. La part de ce groupe incluant les visiteurs portant des masques dans leurs trois mesures les plus importantes a augmenté de 16 points de pourcentage pour atteindre 52 %, tandis que la mesure « personnel portant des masques » a augmenté de 8 points de pourcentage. La mesure « visiteurs portant des masques » est considérée comme plus importante que la mesure « personnel portant des masques » (52 % contre 40 %). L'écart entre les deux s'est creusé entre la phase 1 et la phase 2. L'importance accrue accordée aux masques reflète probablement l'évolution des directives et des orientations en matière de santé publique.

La distanciation sociale et le port d'un masque sont plus souvent mentionnés par les répondants âgés de 55 ans ou plus que par les répondants plus jeunes.

Tableau 16. Les trois mesures de santé et de sécurité les plus importantes selon l'âge^{81,82}

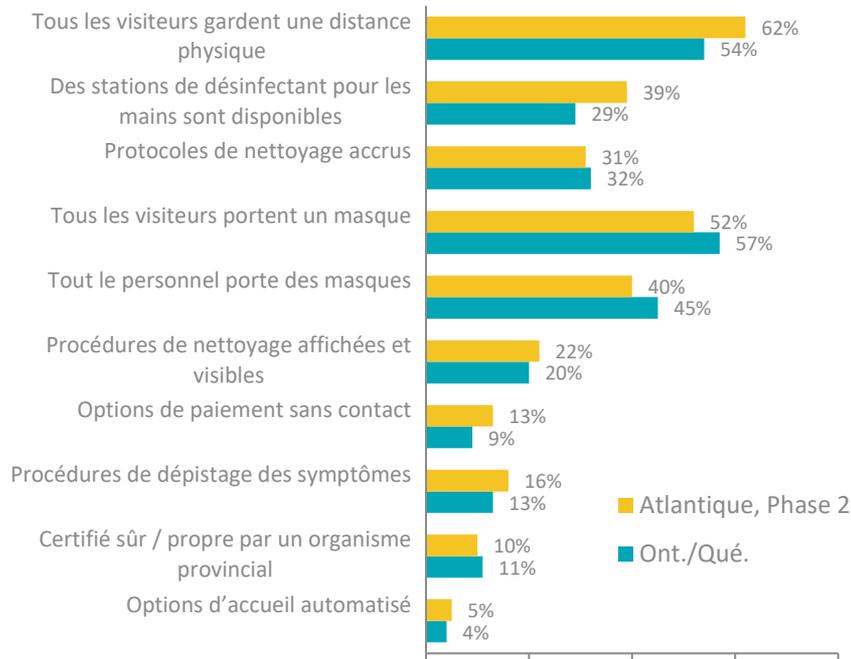
Mesures de santé / sécurité sans aide	Âge		
	18 à 34	35 à 54	55 ou plus
Tous les visiteurs sont socialement distants	58%	60%	67%
Des stations de désinfectant pour les mains sont disponibles	46%	42%	34%
Tous les visiteurs portent un masque	41%	47%	62%

⁸¹ C7 : Quelles sont les trois mesures les plus importantes que vous souhaiteriez voir appliquer lorsque vous voyagez pendant l'été ou l'automne 2020?

⁸² Quatre pour cent (4 %) ont répondu « ne sait pas » ou « préfère ne pas répondre ».

SENTIMENTS DES VOYAGEURS : MESURES DE SANTÉ / SÉCURITÉ (CANADA ATLANTIQUE)

Graphique 13. Les trois mesures de santé/sécurité les plus importantes^{83,84}



La distanciation sociale et le port d'un masque, suivi du désinfectant pour les mains, sont primordiaux pour les résidents du sud de l'Ontario et du Québec.

Dans l'ensemble, en examinant les réponses données en ce qui concerne les mesures de santé et de sécurité liées à la COVID-19, le sud de l'Ontario et le Québec ont répondu de façon similaire aux Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique lors de la phase 2 de la collecte de données, avec quelques légères différences.

La distanciation sociale et le désinfectant pour les mains sont considérés comme des mesures de première importance par plus de Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique que de résidents du sud de l'Ontario et du Québec. Le port d'un masque est considéré comme l'une des trois mesures de santé et de sécurité les plus importantes plus fréquemment par les résidents du sud de l'Ontario et du Québec que par ceux du Canada atlantique.

⁸³ C7 : Quelles sont les trois mesures les plus importantes que vous souhaiteriez voir appliquer lorsque vous voyagez pendant l'été ou l'automne 2020?

⁸⁴ Quatre pour cent (4%) ont répondu « ne sait pas » ou « préfère ne pas répondre ».

SENTIMENTS DES VOYAGEURS : PRÉOCCUPATIONS EN MATIÈRE DE SANTÉ ET DE SÉCURITÉ

De nombreux voyageurs (69 % des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique, 64 % des résidents du sud de l'Ontario et du Québec) s'inquiètent des mesures de santé et de sécurité et de la possibilité de contracter la COVID-19 en voyageant.

Le nombre de cas de COVID-19 dans une région et la présence de mesures de sécurité ont un impact sur la destination des voyages que les gens feront et sur les attractions que les gens visiteront. Quatre-vingt-dix pour cent (90 %) des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique et 77 % des résidents du sud de l'Ontario et du Québec disent que ces éléments influenceraient leur choix de destination. L'obligation de porter un masque joue également un rôle en ce qui concerne la probabilité que les gens explorent pendant leurs voyages. Soixante-deux pour cent (62 %) des Canadiens et Canadiennes de la région atlantique et 69 % des résidents du sud de l'Ontario et du Québec ont déclaré qu'ils seraient plus enclins à explorer les endroits où le port du masque est obligatoire.

Tableau 17. Décisions de voyage.^{85,86}

Dans quelle mesure êtes-vous en accord avec les énoncés suivants?	Atlantique	Ont. / Qué.
Le nombre de cas de COVID-19 dans une région donnée influencerait mon choix de destination	90%	77%
Je suis plus susceptible d'explorer un endroit où le port du masque est obligatoire	62%	69%

⁸⁵ C9 : Le nombre de cas de COVID-19 dans une région donnée influencerait mon choix de destination

⁸⁶ Je suis plus susceptible d'explorer un endroit où le port du masque est obligatoire

SENTIMENTS DES VOYAGEURS :

AUTRES PRÉOCCUPATIONS DE VOYAGE SELON LA PROVINCE

Pour ce qui est des préoccupations des voyageurs, il existe d'importantes différences entre les provinces, tant au sein du Canada atlantique qu'entre le sud de l'Ontario et le Québec. Les Terre-Neuviens et Terre-Neuviennes ont tendance à être plus préoccupés par les voyages que les autres Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique, tout comme les résidents du sud de l'Ontario.

Tableau 18. Principales préoccupations en matière de voyage par province ^{87,88}	Atlantique				Centre du Canada	
	T.-N.	N.-É.	N.-B.	Î.-P.-É.	Ont.	Qué.
Savoir si les résidents locaux accueilleront des visiteurs	54%	43%	41%	44%	63%	54%
Savoir si les entreprises et les attractions touristiques sont ouvertes	58%	54%	47%	45%	67%	60%
Temps d'attente accrus en raison des restrictions	53%	47%	42%	37%	62%	53%
Devoir m'isoler à mon arrivée à destination ou à mon retour	63%	53%	49%	50%	72%	66%
Savoir si d'autres services seront disponibles	50%	44%	37%	35%	62%	46%
Ne pas pouvoir rentrer chez soi en raison de restrictions de voyage	63%	50%	43%	48%	69%	59%
Perte d'argent si je dois annuler ou modifier mes projets	67%	57%	51%	52%	76%	60%
Veiller à ce que les entreprises aient des mesures de santé / de sécurité	75%	65%	58%	59%	59%	52%
Veiller à ce que les gens respectent les mesures de distanciation sociale	72%	68%	63%	61%	58%	59%
Contracter la COVID-19 en voyageant	82%	66%	63%	68%	64%	63%

Comme le montre le tableau 18, les Terre-Neuviens et Terre-Neuviennes sont plus préoccupés par la plupart des aspects liés aux voyages que leurs homologues des autres provinces du Canada atlantique, notamment ceux du Nouveau-Brunswick.

Les résidents du sud de l'Ontario étaient généralement plus préoccupés que ceux du Québec, bien que ces deux groupes aient réagi de la même manière aux mesures de distanciation sociale et au fait d'attraper la COVID-19.

La principale préoccupation des résidents de chaque province de l'Atlantique était soit d'attraper la COVID, soit de respecter la distance sociale. La principale préoccupation des résidents du sud de l'Ontario et du Québec était la nécessité de s'isoler, ce qui est compréhensible.

⁸⁷ B5 : Dans quelle mesure, le cas échéant, seriez-vous concerné par chacun des points suivants lors de vos voyages au Canada atlantique (pour le reste de l'année 2020)?

⁸⁸ Les réponses « Ne sait pas » et « Je préfère ne pas répondre » ont été exclues.

SENTIMENTS DES VOYAGEURS : AUTRES PRÉOCCUPATIONS DE VOYAGE SELON L'ÂGE

Il existe également des différences importantes entre les provinces en ce qui concerne l'âge des voyageurs. De façon générale, les Canadiens et Canadiennes plus âgés du centre ont tendance à être plus préoccupés par certains aspects des voyages que les jeunes voyageurs.

Les résidents plus âgés du centre du Canada étaient généralement plus préoccupés par les éléments de voyage liés à la COVID. La seule exception était la crainte d'attraper la COVID en voyageant : près de sept membres sur dix (67 %) du groupe des 18 à 34 ans étaient inquiets de contracter la COVID-19.

Dans certains cas, les jeunes Canadiens du centre étaient plus préoccupés que ceux âgés de 35 à 54 ans, notamment par le fait de savoir si les entreprises étaient ouvertes, de ne pas pouvoir rentrer chez eux et d'attraper la COVID. Les gens d'âge moyen, exceptionnellement, étaient plus soucieux de savoir si d'autres services seraient offerts.

Parmi les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique, le groupe d'âge le plus préoccupé par les impacts liés à la COVID varie en fonction de considérations particulières. Par exemple, le groupe d'âge s'inquiétant le plus de perdre de l'argent est celui des 18 à 34 ans, tandis que les résidents d'âge moyen sont les plus préoccupés par l'augmentation des temps d'attente liés aux entreprises.

Tableau 19. Principales préoccupations en matière de voyage par l'âge ^{89,90}	Atlantique			Centre du Canada		
	18 à 34	35 à 54	55 ou plus	18 à 34	35 à 54	55 ou plus
Savoir si les résidents locaux accueilleront des visiteurs	44%	47%	43%	50%	54%	71%
Savoir si les entreprises et les attractions touristiques sont ouvertes	56%	55%	48%	63%	57%	72%
Temps d'attente accrus en raison des restrictions	45%	50%	44%	57%	55%	62%
Devoir m'isoler à mon arrivée à destination ou à mon retour	52%	54%	55%	65%	66%	76%
Savoir si d'autres services seront disponibles	40%	45%	42%	45%	56%	62%
Ne pas pouvoir rentrer chez soi en raison de restrictions de voyage	50%	50%	51%	68%	55%	71%
Perte d'argent si je dois annuler ou modifier mes projets	63%	60%	51%	71%	66%	72%
Veiller à ce que les entreprises aient des mesures de santé / de sécurité	62%	63%	68%	52%	54%	62%
Veiller à ce que les gens respectent les mesures de distanciation sociale	62%	65%	71%	58%	56%	60%
Contracter la COVID-19 en voyageant	64%	66%	73%	67%	59%	65%

⁸⁹ B5 : Dans quelle mesure, le cas échéant, seriez-vous concerné par chacun des points suivants lors de vos voyages au Canada atlantique (pour le reste de l'année 2020)?

⁹⁰ Les réponses « Ne sait pas » et « Je préfère ne pas répondre » ont été exclues.



Section 4 :

PRÉFÉRENCES DES VOYAGEURS EN MATIÈRE DE PLANIFICATION

PRÉFÉRENCES DES VOYAGEURS EN MATIÈRE DE PLANIFICATION

Les voyageurs préfèrent trouver de l'information concernant leurs voyages en ligne. Les répondants du Canada atlantique, du sud de l'Ontario et du Québec ont tous indiqué qu'ils préféreraient commencer par faire des recherches générales lorsqu'ils avaient besoin d'information.

Les résidents du sud de l'Ontario et du Québec préfèrent légèrement utiliser les agences de voyage. Les résidents de l'Ontario et du Québec ont été plus nombreux à citer les sites Web de critique que ceux du Canada atlantique. Davantage de Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique ont classé les sites Web provinciaux de tourisme et les sites Web de lieux en particulier comme étant leur moyen préféré pour trouver de l'information de voyage.

Tableau 20. Premier choix des Canadiens de la région atlantique pour trouver de l'information de voyage⁹¹

Moyen préféré pour trouver de l'information de voyage	Atlantique Ont. / Qué.	
Moteurs de recherche (p. ex., Google, Bing, Yahoo)	25%	23%
Sites Web pour des hôtels, attractions ou restaurants spécifiques	12%	10%
Sites Web provinciaux sur le tourisme	12%	6%
Sites Web pour des villes ou villages spécifiques	11%	9%
Sites Web d'évaluations par des voyageurs (p. ex., Trip Advisor)	8%	11%
Parler à un agent de voyage en personne ou au téléphone	8%	11%
Agences de voyage en ligne (p. ex., Expedia)	7%	10%
Réseau social en ligne (p. ex., Facebook, Twitter, Instagram)	5%	7%
Centres d'information pour les visiteurs	4%	4%
Applications cartographiques (p. ex., Google Maps)	3%	4%
Interroger les habitants du quartier en arrivant à votre destination	3%	3%
VRBO/AirBnB	2%	2%

⁹¹ C12 : Où préférez-vous trouver de l'information concernant les voyages?

PRÉFÉRENCES DES VOYAGEURS EN MATIÈRE DE PLANIFICATION

En plus de faire de la recherche concernant les voyages en ligne, les voyageurs du Canada atlantique, du sud de l'Ontario et du Québec ont également indiqué qu'ils préfèrent réserver leurs voyages directement auprès de l'entreprise.

Les voyageurs préfèrent s'adresser directement aux entreprises pour réserver un voyage, soit par téléphone, soit en ligne. Une plus petite partie des répondants ont aussi choisi les options d'utiliser Expedia, des sites Web de tourisme et la réservation par l'entremise d'un agent de voyage.

Tableau 21. Premier choix des Canadiens de la région atlantique pour réserver un voyage⁹²

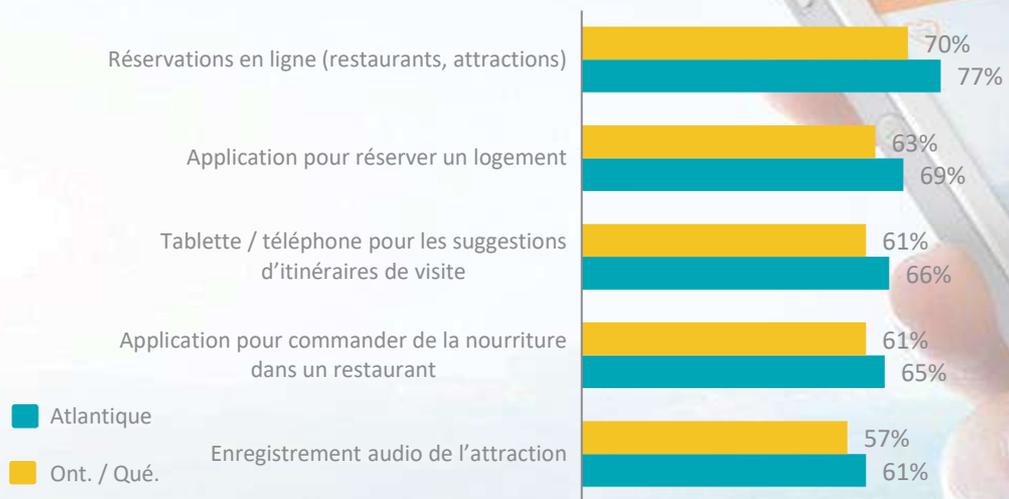
Moyen préféré pour réserver un voyage	Atlantique	Ont. / Qué.
Directement avec l'entreprise, <i>en ligne</i>	34%	23%
Directement avec l'entreprise, <i>par téléphone</i>	17%	17%
Expedia	14%	16%
Par l'intermédiaire d'un agent de voyage	10%	16%
Sites Web provinciaux sur le tourisme	9%	16%
Booking.com	6%	5%
VRBO/AirBnB	4%	3%
Kayak	1%	2%
Autre	4%	2%

⁹² C13 : Comment préférez-vous réserver votre voyage?

PRÉFÉRENCES DES VOYAGEURS EN MATIÈRE DE PLANIFICATION : UTILISATION DE LA TECHNOLOGIE

Les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique sont généralement disposés à utiliser la technologie pour faciliter à la fois leur planification de voyage et la pratique d'activités en toute sécurité pendant leurs déplacements. Les Canadiens et Canadiennes du centre se sentent un peu moins à l'aise.

Graphique 14. Niveau de confort face à la technologie et aux voyages^{93,94}



⁹³ C10_1 : Dans quelle mesure seriez-vous à l'aise avec chacune des activités suivantes? En utilisant...

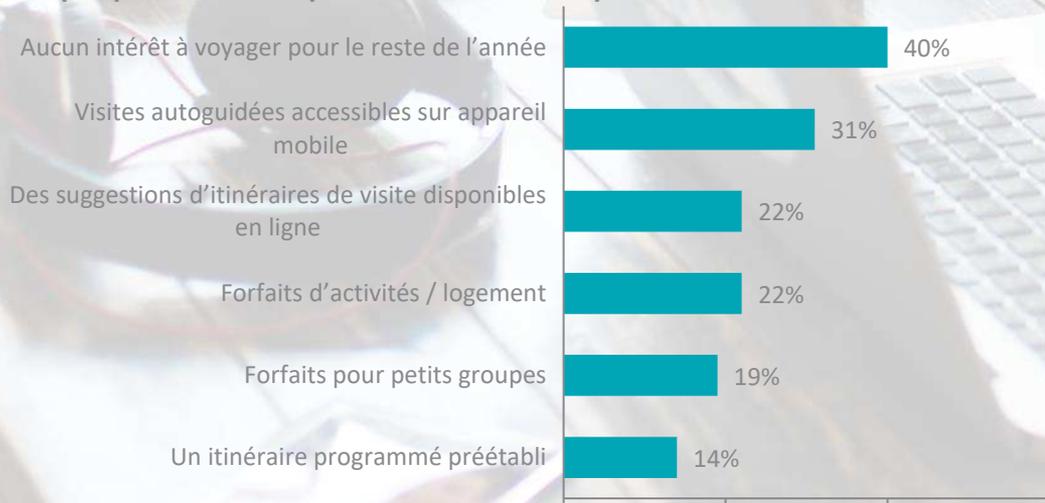
⁹⁴ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples. Les réponses « ne sait pas / préfère ne pas répondre » ont été exclues.

PRÉFÉRENCES DES VOYAGEURS EN MATIÈRE DE PLANIFICATION :

TYPES DE VACANCES (CANADA ATLANTIQUE)

Les visites autoguidées accessibles sur appareil mobile ont intéressé environ un tiers des Canadiens et Canadiennes de la région atlantique. Les options de voyage suggérant de planifier une partie plus grande qu'une visite sont moins intéressantes pour les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique.

Graphique 15. Intérêt pour les différentes options de vacances^{95,96}



⁹⁵ C10 : Dans quelle mesure seriez-vous à l'aise avec chacune des activités suivantes? En utilisant...

⁹⁶ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples. Les réponses « ne sait pas / préfère ne pas répondre » ont été exclues.

Bien que les itinéraires préorganisés, les forfaits pour petits groupes et les forfaits d'activités et d'hébergement n'aient plu qu'à 14 à 22 % des Canadiens et Canadiennes de la région atlantique, ces options de voyage étaient généralement plus attrayantes pour les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique âgé(e)s entre 18 et 34 ans.

Vingt-neuf pour cent (29 %) des jeunes Canadiens et Canadiennes de la région atlantique ont indiqué qu'ils étaient intéressés par des forfaits en petits groupes, contre 19 % pour l'ensemble.

Vingt-huit pour cent (28 %) des jeunes Canadiens et Canadiennes de la région atlantique ont indiqué qu'ils étaient intéressés par des forfaits d'activités et d'hébergement, comparativement à 22 % pour l'ensemble de l'échantillon.

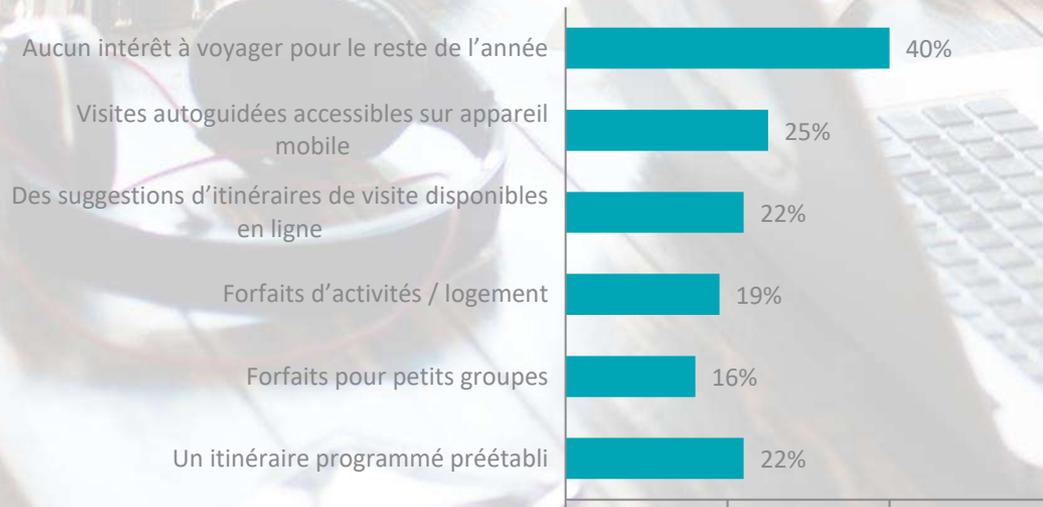
Bien que 40 % de l'échantillon a déclaré n'avoir aucun intérêt à voyager pour le reste de l'année 2020, les jeunes Canadiens et les jeunes Canadiennes de l'Atlantique étaient moins susceptibles de répondre en ce sens (29 %).

PRÉFÉRENCES DES VOYAGEURS EN MATIÈRE DE PLANIFICATION :

TYPES DE VACANCES (SUD ONTARIO ET QUÉBEC)

Les visites autoguidées accessibles sur appareil mobile ont intéressé un quart des habitants du sud de l'Ontario et du Québec. Les itinéraires de visite préorganisés (22 %), autoguidés (25 %) et en ligne (22 %) ont également intéressé ce groupe.

Graphique 16. Intérêt pour les différentes options de vacances^{97,98}



⁹⁷ C10: Dans quelle mesure seriez-vous à l'aise avec chacune des activités suivantes? En utilisant...

⁹⁸ La somme des pourcentages pourrait dépasser 100 % en raison de réponses multiples. Les réponses « ne sait pas / préfère ne pas répondre » ont été exclues.

Les forfaits pour petits groupes n'ont séduit que 16 % des résidents du sud de l'Ontario et du Québec. L'attrait pour ce type de planification était assez uniforme selon le sexe, l'âge et la province.

Alors que les forfaits d'activités / d'hébergement n'intéressent qu'un cinquième (19 %) des résidents du sud de l'Ontario et du Québec, ils intéressent davantage les 18 à 34 ans et les résidents du sud de l'Ontario.

Quarante pour cent (40 %) de l'échantillon a déclaré n'avoir aucun intérêt à voyager pour le reste de l'année 2020, ce qui est semblable à la réponse des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique. Les jeunes Canadiens et les jeunes Canadiennes du centre étaient encore une fois moins susceptibles de répondre en ce sens (27%). Les femmes (54 %) ont plus tendance que les hommes (30 %) à dire qu'elles ne sont pas intéressées par les voyages, ce qui explique en grande partie le fossé qui existe entre les sexes lorsqu'il s'agit de l'intérêt exprimé pour les options de vacances.



Section 4 :

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

CONCLUSIONS

Les principales conclusions des phases 1 et 2 du Sondage sur le tourisme dans le Canada atlantique sont résumées ci-dessous :

La COVID-19 a eu un impact significatif sur les plans de voyage des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique.

La COVID-19 a perturbé une grande partie des voyages que les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique avaient planifiés. Au moment de la phase 1 du sondage, 65 % des Canadiens et Canadiennes de la région atlantique ont déclaré que la pandémie de COVID-19 avait affecté leurs projets de voyage. Dix-neuf pour cent d'entre eux n'étaient pas encore sûrs que leurs projets soient affectés.

Il y a moins de voyages prévus maintenant qu'avant la COVID-19.

Au moment de la phase 1, les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique avaient moins de voyages prévus qu'avant la COVID-19. Le nombre moyen de voyages par personne est passé de 2,3 voyages avant l'arrivée de la pandémie à 1,8 voyage par personne après l'arrivée de la pandémie. Le nombre total de voyages signalés par les Canadiens de la région atlantique a chuté de 61 %. Il se peut toutefois que les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique attendaient avant d'annuler leurs projets de visiter une destination particulière ou avant de réaffecter les fonds d'un voyage qui pourrait encore avoir lieu.

Les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique attendaient avant de prendre des décisions concernant certains voyages déjà planifiés.

Soixante-dix pour cent des personnes dont le voyage a été affecté par la COVID-19 attendaient d'avoir plus d'information avant de décider ce qu'elles allaient faire avec leur voyage. Il peut s'agir de changer la destination du voyage qui a été annulé ou de poursuivre un voyage déjà prévu avec un itinéraire ou un hébergement différent.

L'évolution constante de la situation et des lignes directrices de santé publique concernant les entreprises et les particuliers, ainsi que des restrictions de voyage changeantes ont rendu la planification difficile pour les répondants. Il a été difficile pour les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique de déterminer si un voyage déjà planifié allait se poursuivre et s'ils pouvaient, ou s'ils devaient, réserver de nouveaux voyages à la place de ceux qui ont été annulés.

CONCLUSIONS

Où les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique prévoient-ils voyager en ce moment?

Selon les déplacements qu'ils prévoient, les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique resteront près de chez eux et chercheront à vivre de nouvelles expériences chez eux.

La plupart (83 %) des voyages actuellement prévus sont prévus au Canada atlantique. Trois voyages sur cinq (61 %) sont prévus en Nouvelle-Écosse, un quart (26 %) à Terre-Neuve-et-Labrador, 41 % au Nouveau-Brunswick et 19 % à l'Île-du-Prince-Édouard. Bien que la part provinciale des voyages au Canada atlantique soit similaire dans les phases 1 et 2, les voyages prévus en N.-É. ont augmenté de dix points de pourcentage, tandis que les plans concernant les trois autres provinces sont restés stables ou ont légèrement diminué.

Les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique voyagent pour se détendre et pour rendre visite à leurs amis et à leur famille. Les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique se déplacent dans leur propre province, principalement pour découvrir de nouvelles expériences, comme explorer des régions de la province qu'ils n'ont pas encore vues, ou découvrir de nouveaux restaurants et visiter des attractions qu'ils n'ont jamais vues.

Où les résidents de l'Ontario et du Québec prévoient-ils voyager en ce moment?

Selon les déplacements qu'ils prévoient, les résidents de l'Ontario et du Québec resteront près de chez eux et chercheront à vivre de nouvelles expériences chez eux.

La majeure partie des voyages prévus par les résidents de l'Ontario et du Québec devrait avoir lieu au Canada central. Une part comparativement plus faible (14 %) des voyages prévus devrait avoir lieu au Canada atlantique. Un voyage sur dix devrait avoir lieu en Nouvelle-Écosse, 5 % à Terre-Neuve-et-Labrador, 5 % au Nouveau-Brunswick et 3 % à l'Île-du-Prince-Édouard. Il est à noter que le nombre de voyages prévus au Canada atlantique est inférieur à celui des destinations internationales (20 %), même si l'on exclut les États-Unis. En revanche, les intentions de voyage vers l'ouest du Canada sont plus modestes. Seule la Colombie-Britannique dépasse à peine les 11 %.

Les résidents de l'Ontario et du Québec voyagent pour se détendre et pour rendre visite à leurs amis et à leur famille. Les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique se déplacent dans leur propre province, principalement pour découvrir de nouvelles expériences, comme explorer des régions de la province qu'ils n'ont pas encore vues, ou découvrir de nouveaux restaurants et visiter des attractions qu'ils n'ont jamais vues.

CONCLUSIONS

Transport et hébergement

Les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique continuent de se sentir plus à l'aise dans les logements non commerciaux (c.-à-d. être logé avec des amis ou des membres de la famille, sur leur propre propriété ou dans un logement appartenant à des amis). En août, les gens ont dit se sentir plus à l'aise avec tous les types d'hébergement par rapport aux mois de juin et juillet. L'augmentation du sentiment de confiance (confort) a été généralement très modeste, sauf pour les locations privées (p. ex., Airbnb) (+7 %), les grands hôtels (+4 %) et les petits hôtels et motels (+5 %).

Ce classement du sentiment de confiance de l'Ont. et du Qué. par rapport à l'hébergement est conforme à celui des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique, bien que le sentiment de confiance de l'Ont. et du Qué. soit généralement légèrement moins élevé. Les chambres d'hôtes (38 % et 42 %) et les terrains de camping (44 % et 52 %) ont enregistré leurs plus bas niveaux de confort chez les Canadiens et Canadiennes de l'Ontario et du Québec et chez les Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique, respectivement.

De nombreux voyageurs se sentent mal à l'aise avec les modes de transport qui augmentent leur interaction (directe et indirecte) avec les autres. Au mieux, au mois d'août, 66 % des Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique et 60 % des résidents de l'Ontario et du Québec se sentaient à l'aise de voyager en traversier (en restant dans leur voiture).

Les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique se sentent plus à l'aise de réserver un hébergement que d'organiser leurs déplacements, tout particulièrement en ce qui concerne les options de transport qui ne permettent pas toujours une distanciation sociale.

Les réponses au sondage suggèrent que les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique sont généralement plus à l'aise avec la gestion de l'hébergement qu'avec celle du transport lorsqu'ils voyagent. En effet, beaucoup moins de Canadiens et Canadiennes de la région atlantique se disent à l'aise avec les transports comme que le train, le taxi, l'avion et les transports en commun, par rapport à leurs réponses concernant les types d'hébergement.

CONCLUSIONS

Nourriture

Manger au restaurant est une option moins confortable pour l'instant, mais le plein air et les plats à emporter restent des options viables pour les voyageurs. Les restaurants en plein air sont la norme à longueur d'année dans certaines parties de l'Europe du Nord et dans certaines villes canadiennes comme Montréal. Il pourrait être possible de changer la mentalité des consommateurs du Canada atlantique à l'égard des repas à l'extérieur et d'offrir certains aménagements appropriés (p. ex., chaufferettes, couvertures). Les restaurants pourraient être encouragés à adopter les repas à l'extérieur par temps plus frais.

La santé et la sécurité sont des préoccupations pour les voyageurs

Les voyageurs sont surtout préoccupés par les mesures de distanciation sociale mises en place pendant le voyage, puis par la possibilité de se désinfecter les mains pendant le voyage, et sont conscients de la possibilité de contracter la COVID-19. Toutefois, cela varie selon l'âge. Soixante-cinq pour cent des personnes interrogées ont indiqué que la distanciation sociale est l'une des trois mesures les plus importantes qu'elles souhaiteraient voir mises en place lors de leurs voyages en 2020. Un peu moins de la moitié (43 %) des répondants ont mentionné la disponibilité de désinfectant pour les mains.

L'incertitude des voyages en pleine pandémie pèse également sur les voyageurs

Plus de la moitié des Canadiens et Canadiennes de la région atlantique s'inquiètent de la disponibilité des commodités. Les voyageurs craignent de perdre de l'argent et d'éventuelles annulations de dernière minute.

CONCLUSIONS

À l'extérieur des provinces de l'Atlantique, les mesures de restriction des voyages et de santé publique qui limitent la capacité des exploitants touristiques sont toujours en place cinq mois après la déclaration initiale de la pandémie mondiale de COVID-19. L'assouplissement des restrictions dans le Canada atlantique a été et continue d'être un processus graduel qui ne sera probablement pas linéaire. Nous avons déjà constaté que les restrictions qui ont été levées ont été à nouveau renforcées dans certaines régions pour reprendre contrôle de petits cas de propagation de la COVID-19.

Bien que l'industrie du tourisme soit de nouveau prête à accueillir les voyageurs du Canada atlantique au cours de la dernière moitié de 2020, la confiance des consommateurs et le comportement des voyageurs suggèrent que la reprise de la demande dans l'industrie pourrait être plus lente.

Les conclusions et recommandations présentées ici sont tirées des données primaires recueillies par le sondage sur le tourisme au Canada atlantique et représentent le sentiment des consommateurs à la fin juin et au début juillet.

Dans l'ensemble, les résultats soulignent l'impact significatif de la pandémie sur les voyageurs du Canada atlantique et sur l'industrie du tourisme dans la région. Le sondage souligne que les voyages intérieurs sont une source de soulagement pour l'industrie puisque 51 % des Canadiens de la région atlantique choisissent de nouvelles destinations de voyage pour remplacer les voyages qui étaient auparavant prévus à l'extérieur du Canada atlantique. L'incertitude du climat actuel génère également beaucoup de potentiel, la situation fluide ayant un impact sur la capacité des voyageurs à planifier : 70 % ont déclaré qu'ils attendaient pour prendre des décisions.

Les voyageurs s'inquiètent de devoir annuler à la dernière minute, de perdre de l'argent et de ce à quoi ressembleront leurs vacances avec la fermeture des commerces et les mesures de santé et de sécurité en place. Du même ordre, la santé et la sécurité sont au premier plan des préoccupations des voyageurs. Les gens se montrent inquiets de participer à des expériences de groupe et même à des événements de taille moyenne. Les résultats montrent que les voyageurs, en particulier ceux qui ont plus de 55 ans, ont tendance à préférer les expériences en plein air et sont susceptibles de faire des choix prudents en matière de transport, d'hébergement et de nourriture.

RECOMMANDATIONS

Rétablir la confiance des voyageurs

Les données suggèrent que les préoccupations en matière de santé et de sécurité demeurent primordiales pour les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique. Il sera essentiel d'accroître la confiance des voyageurs et de la rétablir pour planifier la relance du secteur. Les Canadiens de la région atlantique ont indiqué être plus à l'aise avec l'hébergement, les modes de transport et les activités qui leur permettent de contrôler leur propre niveau de risque. Pour accroître le niveau de confort des voyageurs, les entreprises doivent être en mesure de communiquer efficacement que les mesures de santé et de sécurité sont respectées. Des assurances telles que la possibilité de se déplacer avec une distanciation entre les voyageurs, la disponibilité de désinfectant pour les mains et l'obligation de porter un masque joueront probablement un rôle dans l'augmentation de la participation à l'industrie du tourisme.

Une stratégie à envisager est la création et la promotion d'étiquettes « sûr et propre » pour les entreprises. Une entreprise pourrait procéder à une auto-évaluation ou faire réaliser une vérification indépendante de son site. Si les critères fixés sont respectés, cette entreprise pourrait alors afficher une mention attestant qu'elle respecte les normes de santé et de sécurité de la province. Cela donnerait aux touristes l'assurance que l'industrie est prête à accueillir des visiteurs, en particulier dans les zones où le confort est le plus faible, comme les petits hébergements, les restaurants et les salles de spectacles.

⁹⁹ Site Web « We're Good to Go » du Royaume-Uni :

<https://goodtogo.visitbritain.com/home#:~:text=%E2%80%9CW%e%20Good%20To%20Go,cleanliness%20and%20aid%20social%20distancing.>

Étude de cas : Programme « Gros Morne Safe & Clean » au Terre-Neuve-et-Labrador⁹⁹

- Dans le cadre de son initiative «Safe & Clean», la région du Gros-Morne à Terre-Neuve-et-Labrador fait également la promotion de la désignation «Safe & Clean Certified» auprès des entreprises locales autorisées.
- Cette certification indique que les entreprises vont au-delà des directives de santé publique et des normes industrielles en matière de santé et de sécurité.
- Ce programme exige que le personnel des entreprises suive une formation supplémentaire *Clean It Right* offerte par le Conseil d'éducation touristique du Manitoba, effectue un examen du personnel COVID-19 avant de travailler et que tous les invités remplissent et soumettent des formulaires avant l'arrivée.
- L'objectif de programmes tels que « Safe & Clean » est de répondre aux préoccupations en matière de santé et de sécurité et de rétablir la confiance des visiteurs.

RECOMMANDATIONS

Communication

Les mesures de santé et de sécurité mises de l'avant par la santé publique reflètent manifestement ce que les voyageurs veulent voir à l'œuvre lorsqu'ils voyagent. Encourager les responsables provinciaux de la santé publique à mettre l'accent sur le fait que les voyages sont sécuritaires (dans le contexte des protocoles sanitaires généraux) aura pour effet de renforcer la confiance des gens à cet effet.

Les protocoles provinciaux varient selon les provinces de l'Atlantique. Chaque province devrait souligner les protocoles qui sont susceptibles de différer entre la province d'origine et la province de destination (p. ex., les exigences en matière de port de masques dans les espaces publics intérieurs) afin d'aider les visiteurs à ajuster leurs attentes et à se préparer en conséquence.

La promotion touristique pourrait présenter des messages supplémentaires indiquant quelles sont les responsabilités des visiteurs en matière de respect des directives. Cette façon de faire favoriserait des pratiques sécuritaires chez les invités, tout en assurant aux autres invités que les autres voyageurs se comporteront de manière responsable.

RECOMMANDATIONS

Stimuler la demande

Pour stimuler la demande, des campagnes promotionnelles visant à attirer les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique et mettant l'accent sur les voyages et les « séjours à domicile » régionaux pourraient pousser les gens à envisager le report de leur voyage pour participer à la saison touristique 2020. Les messages devraient mettre l'accent sur la promotion de « voyages sécuritaires » dans la région et sur la mise en valeur des expériences locales comme un excellent moyen de continuer à voyager en 2020 sans sortir du Canada atlantique.

Une partie de cette promotion pourrait consister à travailler avec les commerces pour communiquer aux visiteurs potentiels toute l'information essentielle sur les plateformes en ligne, comme l'information sur les disponibilités de réservation de dernière minute, les forfaits et les éventuels rabais et promotions. Elle permettrait aussi de promouvoir des politiques d'annulation souples.

Bien que les campagnes de promotion doivent s'adresser à tous les visiteurs potentiels, un des principaux groupes cibles devrait être les personnes indécises (c.-à-d. les personnes qui ne savent pas si elles veulent voyager dans la situation actuelle, mais qui peuvent être influencées en communiquant la bonne information sur la sécurité et la santé publiques).

Étude de cas : Le Programme d'incitation au voyage Explore NB¹⁰⁰

- Afin d'encourager les gens à être des « touristes dans leur propre cour », le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture du gouvernement du Nouveau-Brunswick a lancé le programme d'incitation au voyage « Explore NB », qui encourage les résidents du Nouveau-Brunswick à voyager dans leur province d'origine à la fin de la saison touristique d'été et à l'automne.
- Les touristes peuvent soumettre des demandes de remboursement de leurs dépenses de voyage locales et peuvent recevoir un rabais de 20 % sur un maximum de 1 000 \$ de dépenses de voyage admissibles.

Étude de cas : Le programme de cartes-cadeaux Food Island of Canada de l'Î.-P.-É.¹⁰¹

- Le gouvernement de l'Île-du-Prince-Édouard offre un rabais de 20 % pendant la durée du programme sur les cartes-cadeaux « Food Island of Canada » (Île alimentaire du Canada) à partir de la semaine du 28 septembre 2020.
- Ces cartes-cadeaux sont des cartes prépayées qui peuvent être utilisées chez les commerçants locaux enregistrés dans toute l'île; elles n'expirent pas.

¹⁰⁰ Page du Programme d'incitation au voyage Explore NB : <https://www2.gnb.ca/content/gnb/fr/ministeres/tpc/tourisme/content/programme-incitation.html>

¹⁰¹ Canada's Food Island Gift Card Program webpage : <https://giftcard.canadasfoodisland.ca/>; CBC News, « Tourism operators start taking advantage of P.E.I. gift card plan today » : <https://www.cbc.ca/news/canada/prince-edward-island/tourism-operators-start-taking-advantage-of-p-e-i-gift-card-plan-today-1.5711036>

RECOMMANDATIONS

Malgré le fait que peu de cas se sont déclarés au Canada atlantique et que plus de mesures de précaution ont été établies, un petit segment de voyageurs potentiels ne se sent pas à l'aise avec les activités les moins risquées (p. ex., marcher ou faire du vélo à l'extérieur). Les attentes en matière de marketing devraient refléter ce potentiel de marché réduit tout en restant attrayantes pour la majorité qui se sent déjà à l'aise ou qui a simplement besoin d'être un peu rassurée. En d'autres termes, l'expérience touristique doit être au premier plan du message véhiculé, qui doit ensuite se faire rassurant et réaffirmer les points liés à la sécurité.

La plupart des exploitants touristiques sont confrontés à des difficultés liées à une demande réduite. Cette situation est exacerbée par la bulle de l'Atlantique qui existe en ce moment. En mettant l'accent sur son caractère « VIP » et son accès « exclusif », la bulle de l'Atlantique pourrait être présentée comme une opportunité jusqu'à ce que les restrictions présentement en place soient levées. L'activité touristique réduite qui aura lieu à la fin de l'été ou à l'automne pourrait être présentée au Canadiens et Canadiennes de l'Atlantique comme une occasion à ne pas manquer de vivre des expériences touristiques uniques dans leur région (p. ex. moins de temps d'attente, diminution de la foule, accès plus facile, valeur accrue).

Bien que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec prévoyant encore se rendre dans la région atlantique en 2020 aient de moins en moins de temps pour le faire, le potentiel reste solide (14 %). Ces données suggèrent que même à ce stade tardif de la saison, il est toujours possible d'attirer les visiteurs de ces marchés de milieu de gamme si les restrictions liées à la bulle sont levées.

Les résultats suggèrent que les résidents du sud de l'Ontario et du Québec prévoient être très actifs pendant leur visite au Canada atlantique, et que leurs préférences en matière d'activités diffèrent de celles des résidents de la région. Le marketing devra tenir compte de ces faits.

RECOMMANDATIONS

Soutien à l'industrie

Le gouvernement et les associations industrielles reconnaissent la pression financière à laquelle de nombreuses petites entreprises font actuellement face. Les petites entreprises peuvent éprouver des difficultés à répondre aux exigences et aux réglementations en matière de santé publique, ou à se procurer des matériaux en demande tels que des masques jetables. Afin d'aider les entreprises à gagner la confiance des visiteurs potentiels, il est impératif que les associations industrielles et les organisations gouvernementales soutiennent les petites entreprises afin qu'elles soient sûres pour les visites et qu'elles respectent les normes de sécurité publique.

Les associations industrielles, par exemple, peuvent aider à trouver les fournitures nécessaires (comme les masques) pour les petites entreprises, ou fournir des conseils pour veiller à ce que leurs espaces soient aménagés pour permettre la distanciation physique. Les associations peuvent également aider les petites entreprises à communiquer et à commercialiser les mesures de santé et de sécurité utilisées par leurs membres.

Les petites entreprises peuvent également avoir besoin de personnel supplémentaire pour se conformer aux nouvelles normes plus rigoureuses en matière de nettoyage. Les programmes gouvernementaux pourraient aider à financer et à relier ces entreprises avec des travailleurs temporaires afin de garantir le respect des normes de santé et de sécurité. De nombreux travailleurs temporaires ou saisonniers sont actuellement sans travail en raison de l'impact de la COVID-19. Ce type de programme de jumelage et de soutien financier aiderait les entreprises ainsi que les travailleurs touchés par la pandémie.

Welcome to
**DINE NOVA
SCOTIA**



By the Restaurant
Association of Nova Scotia

Our mission is to continuously make a positive
impact for the restaurant industry in Nova Scotia.
[More info >](#)



Étude de cas : Association des restaurants de Nouvelle-Écosse

- L'Association des restaurants de Nouvelle-Écosse dispose d'une plateforme en ligne qui fait la promotion des restaurants locaux dans toute la province, en présentant des mises à jour sur les restaurants (p. ex., pour indiquer quels sont les restaurants où l'on mange à l'intérieur et ceux où l'on ne mange qu'à emporter), des coupons publicitaires et la liste de tous les événements liés aux restaurants locaux.
- Pour aider ses membres à faire face à la COVID-19, l'Association propose des mises à jour régulières sur les protocoles de santé et de sécurité, ainsi que des webinaires.

RECOMMANDATIONS

Changement de sentiments suite à la levée des restrictions de voyage

Il est essentiel de lever les restrictions de voyage pour que les visiteurs en dehors du Canada atlantique puissent faire entrer des revenus dans la région. Il est cependant important de connaître l'impact que la levée des restrictions de voyage pourrait avoir sur les sentiments et les intentions des voyageurs locaux, et s'y préparer. Soixante-dix pour cent (70 %) des voyageurs locaux (du Canada atlantique) ont déclaré qu'ils attendraient d'avoir plus d'information avant de prendre une décision concernant leurs projets de voyage. Étant donné le degré d'inquiétude des touristes du Canada atlantique concernant la santé et la sécurité liées à la COVID-19, il existe un risque que l'ouverture des frontières au reste du Canada puisse accroître leurs craintes concernant les voyages, ce qui pourrait freiner davantage les voyages intérieurs. En d'autres termes, les Canadiens et Canadiennes de la région atlantique pourraient se sentir plus réservés à l'égard des voyages si des Canadiens et Canadiennes n'appartenant pas à l'actuelle « bulle du Canada atlantique » visitent la région. Cela pourrait poser un problème, car la perte de touristes locaux due à cette crainte pourrait ne pas être compensée par la proportion de touristes provenant d'autres provinces canadiennes.

Afin d'encourager les Canadiens de la région atlantique à voyager dans la région (et ne pas perdre de voyageurs potentiels par crainte que la COVID-19 ne réapparaisse chez d'autres voyageurs canadiens), il faut tâcher de renforcer la confiance envers nos mesures de santé et de sécurité et bien communiquer, plus précisément, communiquer l'efficacité des mesures de santé et de sécurité et l'importance d'accueillir des visiteurs de partout au Canada.

La distanciation physique et la désinfection des mains, et plus récemment le port du masque, ont été parmi les messages les plus importants et les plus cohérents émanant des responsables de la santé publique. Le fait que ces mesures soient les principales choses que les voyageurs du Canada atlantique souhaitent voir lorsqu'ils voyagent laisse supposer que le public est à l'écoute. Les messages des responsables de la santé publique indiquant que les voyages et la levée des restrictions sont sûrs réduiront considérablement les effets négatifs potentiels de la levée des restrictions sur les sentiments des voyageurs.