



BAROMÈTRE

TOURISTIQUE

RÉGIONAL



Décembre 2017

TOURISME OUTAOUAIS

OUTAOUAIS

tourismeoutaouais.com

Enquête auprès des visiteurs de la région

CHAIRE de tourisme
Transat

ESG UQÀM

Été 2017

SOMMAIRE

Volet 1 - Données issues des coupons

Volet 2 - Sondage à la clientèle (en ligne)

- Profil sociodémographique
- Expérience touristique
- Planification
- Mobilité et médias sociaux
- Expérience et coup de cœur

MÉTHODOLOGIE

- Période de collecte des courriels sur le terrain : juillet, août et septembre 2017.
- Une caméra GoPro Hero 5 d'une valeur de 550 \$ ainsi qu'un certificat cadeau de 550 \$ valable dans les boutiques Apple sont offerts comme incitatifs à remplir le sondage (tirage au sort à l'été 2018).
- Les questions réfèrent à une excursion ou à un voyage touristique réalisé en Outaouais au cours de l'été 2017.
- Au total, 1 980 coupons ont été collectés par l'ensemble des entreprises.
- 1 600 sondages ont pu être envoyés et 624 questionnaires ont été traités (taux de réponse : 39 %) pour l'ensemble de la région.
- Note : La taille de l'échantillon peut varier d'une question à l'autre, car les répondants n'ont pas forcément répondu aux mêmes questions ni à toutes les questions. Par ailleurs, pour certaines, plusieurs choix de réponses étaient possibles. On parle alors de nombre de « mentions » et non de « répondants ».



BAROMÈTRE

TOURISTIQUE

RÉGIONAL



VOLET 1

Données issues des coupons de participation

Groupe d'âge (n=1913)	%
18 à 24 ans	9
25 à 34 ans	12
35 à 49 ans	27
50 à 64 ans	33
65 ans et plus	19

Durée de la visite dans la région de l'Outaouais (en nuitées) (n=1916)	%
Aucune nuit	29
1 nuit	21
2 nuits	19
3 nuits	12
4 nuits	6
5 nuits	4
6 nuits	2
Entre 7 et 10 nuits	4
Plus de 10 nuits	3

Pays d'origine / Province / État (n=1917)	%
Québec	76
Autres provinces canadiennes	13
Europe	3
Autres	1
Absence de réponse	7

Région de résidence (n=1307)	%
Outaouais	26
Montréal	16
Laurentides	12
Montérégie	12
Capitale-Nationale	7
Laval	5
Lanaudière	5
Autres Régions	17

But du voyage (n=1860)	%
Agréments/Loisirs	80
Affaires	4
Visite de parents et amis	12

Comment avez-vous entendu parler de l'entreprise où vous avez rempli ce coupon ? (n=2605)	%
Brochure, dépliant touristique	15
Bureau d'information touristique	8
Médias sociaux	7
Internet	18
Personnel de l'hébergement	2
Résident	4
Parents et amis	18
Publicité	4
Signalisation	5
Guide touristique officiel	2
Je connaissais déjà	18

Activité(s) réalisée(s) ou planifiée(s) (n=4440)	%
Lieu historique/patrimonial	17
Activité culturelle	15
Activité nautique	5
Parc national ou autre	13
Vélo	5
Randonnée pédestre	12
Activité d'aventure	5
Agrotourisme	1
Mototourisme	0
Restaurant gastronomique	8
Spa/Soins de santé	3
Événement	8
Activité hivernale	1
Motoneige/VTT	0
Chasse et pêche	4
Ski de fond	0
Route touristique «les chemins d'eau»	2



BAROMÈTRE

TOURISTIQUE

RÉGIONAL

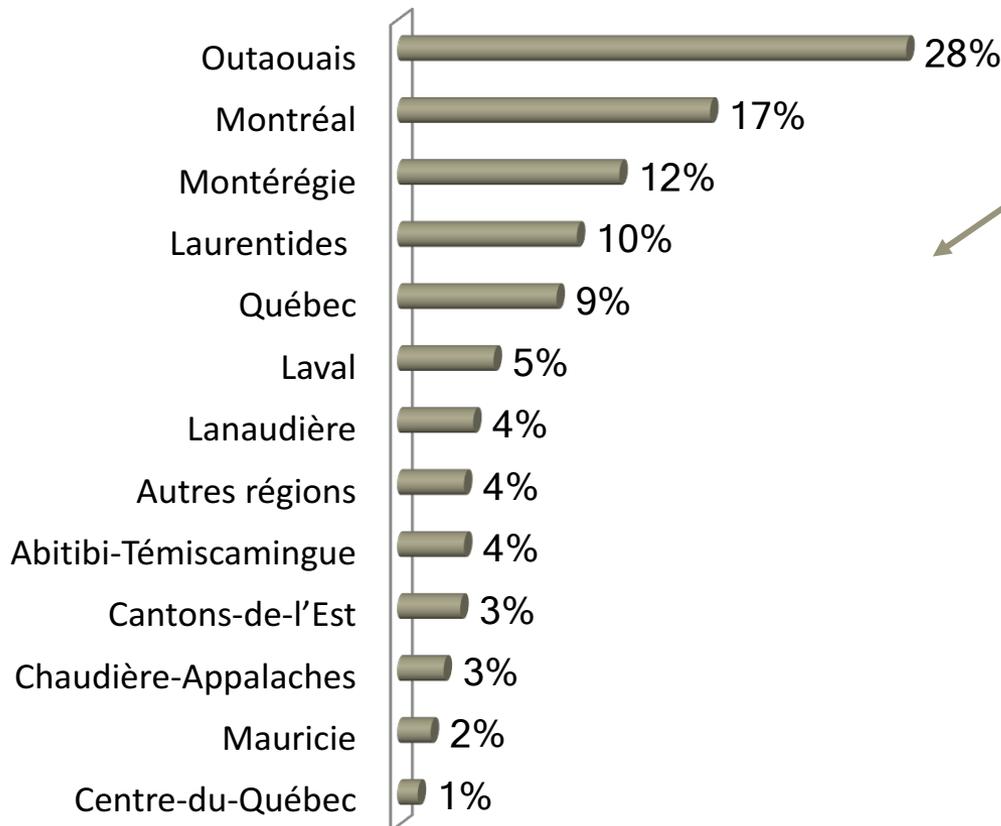


VOLET 2

Résultats du sondage en ligne

Provenance des visiteurs

Région de provenance (n=443)



Provinces de résidence (n=553)

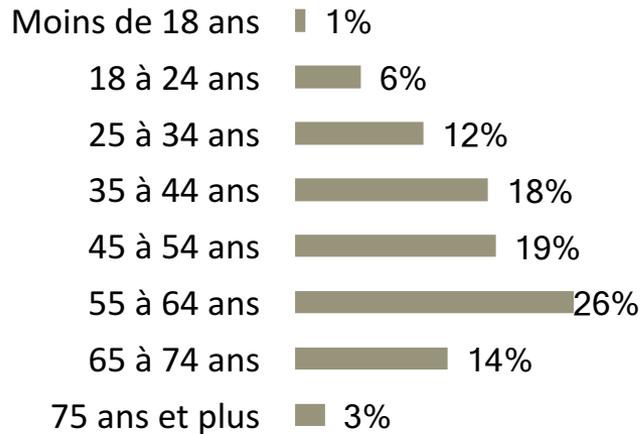
Québec	80,3 %
Ontario	17,4 %
Alberta	0,9 %
Autres provinces	1,4 %

Autres pays d'origine (n=25)

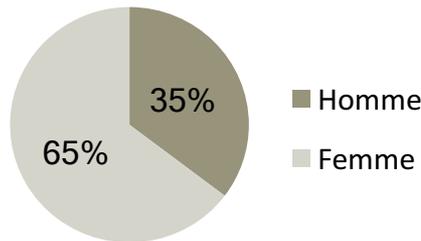
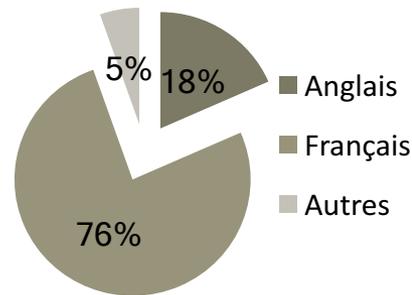
	%
France	48
États-Unis	16
Suisse	8
Autres pays	28

Profil des visiteurs

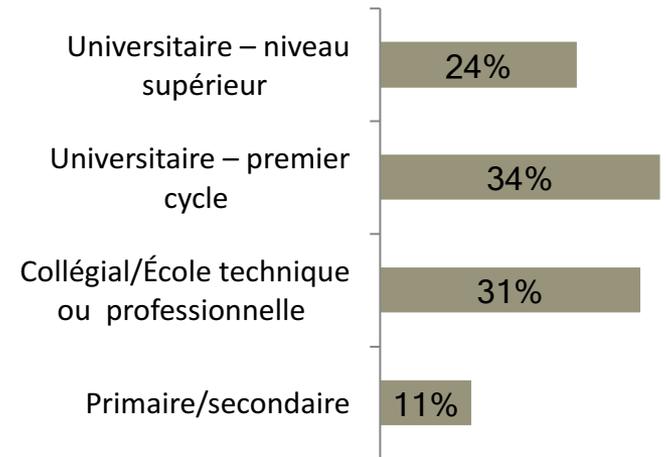
Groupe d'âge (n=577)



Langue parlée à la maison (n=462)



Niveau d'éducation (n=462)



Ménage (n=462)

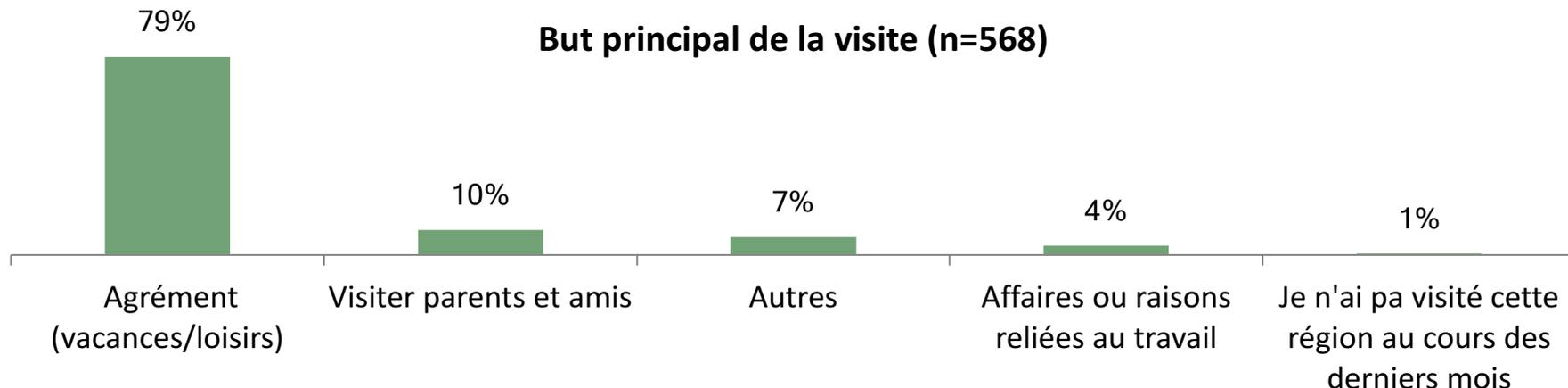
Ménage (n=462)	%
En couple sans enfant à la maison	45,9
En couple avec enfant à la maison	30,7
Célibataire/divorcé/séparé sans enfant à la maison	15,2
Célibataire/divorcé/séparé avec enfant à la maison	5

Revenu annuel du foyer (n=462)

Revenu annuel du foyer (n=462)	%
Moins de 25 000 \$	6,7
25 000 \$ à 49 999 \$	15,2
50 000 \$ à 74 999 \$	18,4
75 000 \$ à 99 999 \$	13,6
100 000 \$ à 149 999 \$	10,8
150 000 \$ à 199 999 \$	6,3
200 000 \$ ou plus	1,9
Je préfère ne pas répondre	27,1

But principal de la visite

But principal de la visite (n=568)



Voyage d'affaires (n=21)

Principale raison du voyage d'affaire	%
Conférence, congrès, exposition ou foire commerciale	28,6
Réunions d'affaires, ventes ou achats commerciaux	28,6
Déplacement routinier pour vous rendre au travail	9,5
Autres	33,3

Parents et amis (n=57)

Affirmation qui décrit le mieux la visite	%
Uniquement dans le but de visiter parents et amis	17,5
Pour visiter parents ou amis ET pour voir/visiter la région	73,7
Visite brève de parents ou amis et visite la région la majorité du temps	8,8

Principale raison d'avoir choisi l'Outaouais comme destination

But de la visite d'agrément (n=485)	%
Visiter un endroit précis* dans la région	8,2
La beauté des paysages	5,8
Visiter un attrait ou un musée* en particulier	24,7
Se ressourcer et se reposer	4,3
Le plein air en général, la faune et la flore	13
Restauration, gastronomie ou produits du terroir	0,8
Pour pratiquer une activité* en particulier	7,4
La culture et le patrimoine	6
Recommandations de parents ou amis	2,3
Assister à un événement/festival*	10,7
L'opportunité de visiter des parents ou amis	3,1
Le dépaysement	2,9
Pas certain, jamais visité la région	1,4
Autre *	9,3

* Gatineau, Éco-Odysée, Montebello, Ottawa, Parc de la Gatineau, Parc de la Verendrye, Lac Simon, etc.

*Musée canadien de l'Histoire, musée des civilisations, Galerie nationale, le Parlement, Manoir Papineau, Mosaicultures, Musée des Beaux Arts, Musée des enfants, etc.

* Vélo, pêche, baseball, randonnée, Poker, via ferrata, camping

* MosaiCanada, Festival des Montgolfières, le casino, Cirque du soleil, l'éclipse, Festival twist.

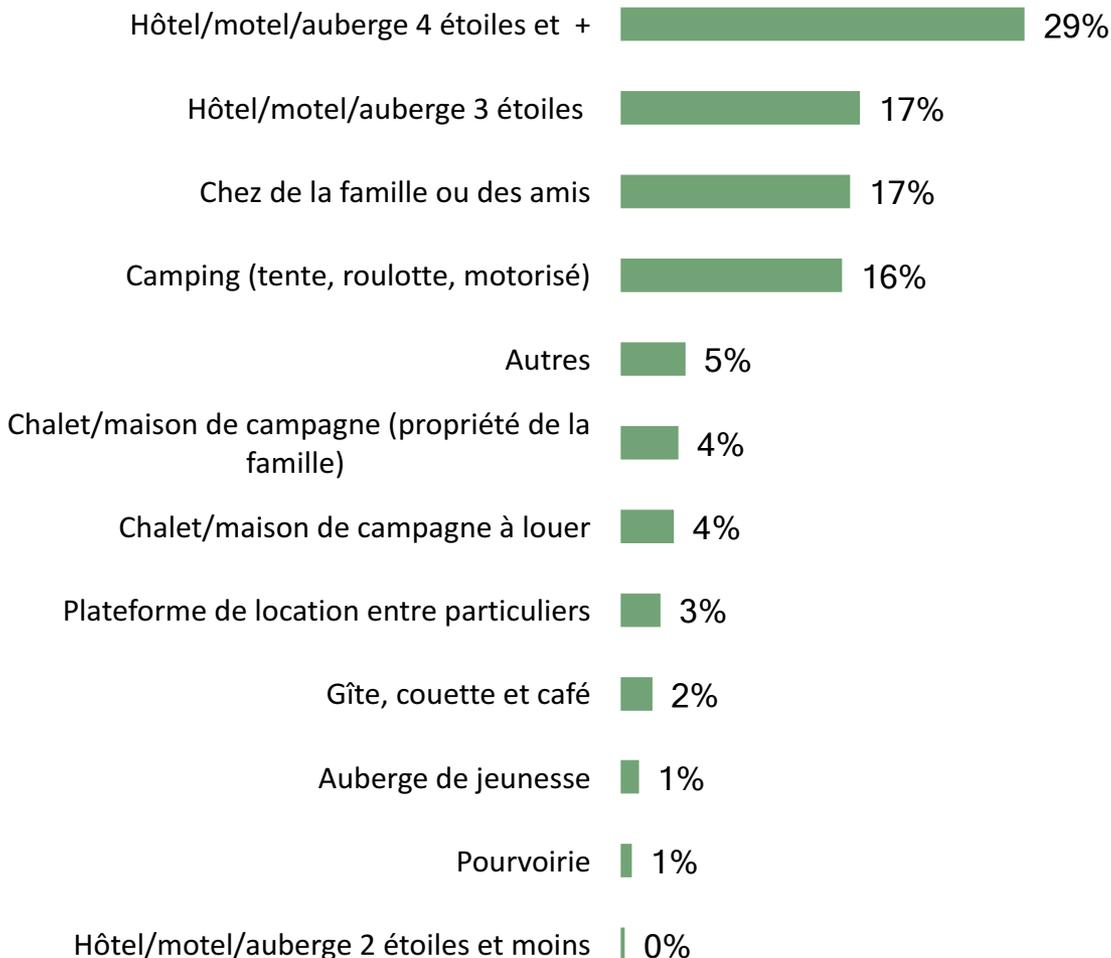
Voyage professionnel, visiter sa propre région, assister à. Un mariage, le 150^e anniversaire, faire du vélo, etc.

* Éléments pour lesquels les répondants ont pu nommer un endroit, un attrait, une activité ou un événement précis et qui ont été un incitatif à choisir la région comme destination de voyage.

Quand? Combien de temps? Par quel moyen?

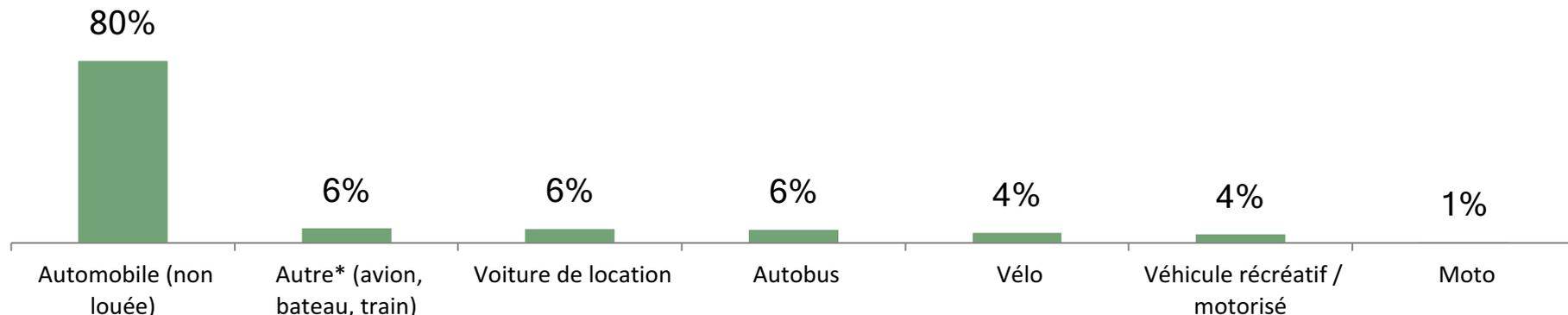
Nombre de nuitées (n=559)	%
Aucune nuit	29,7
1 nuit	12,5
2 nuits	22,7
3 nuits	12,5
4 nuits	7,2
5 nuits	4,7
6 nuits	1,1
7 nuits	2
8 nuits et +	7,7
3 nuitées en moyenne	

Principal mode d'hébergement (n=384)



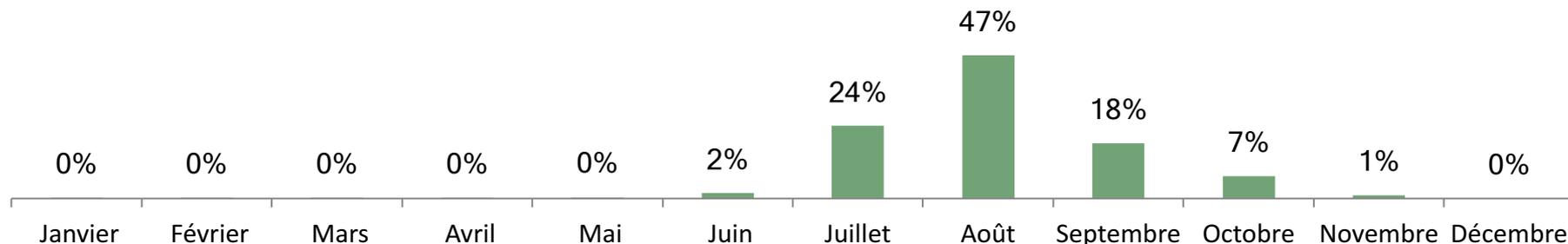
Quand? Combien de temps? Par quel moyen?

Moyens de transport utilisés pour se rendre à destination – plusieurs mentions (n=588)



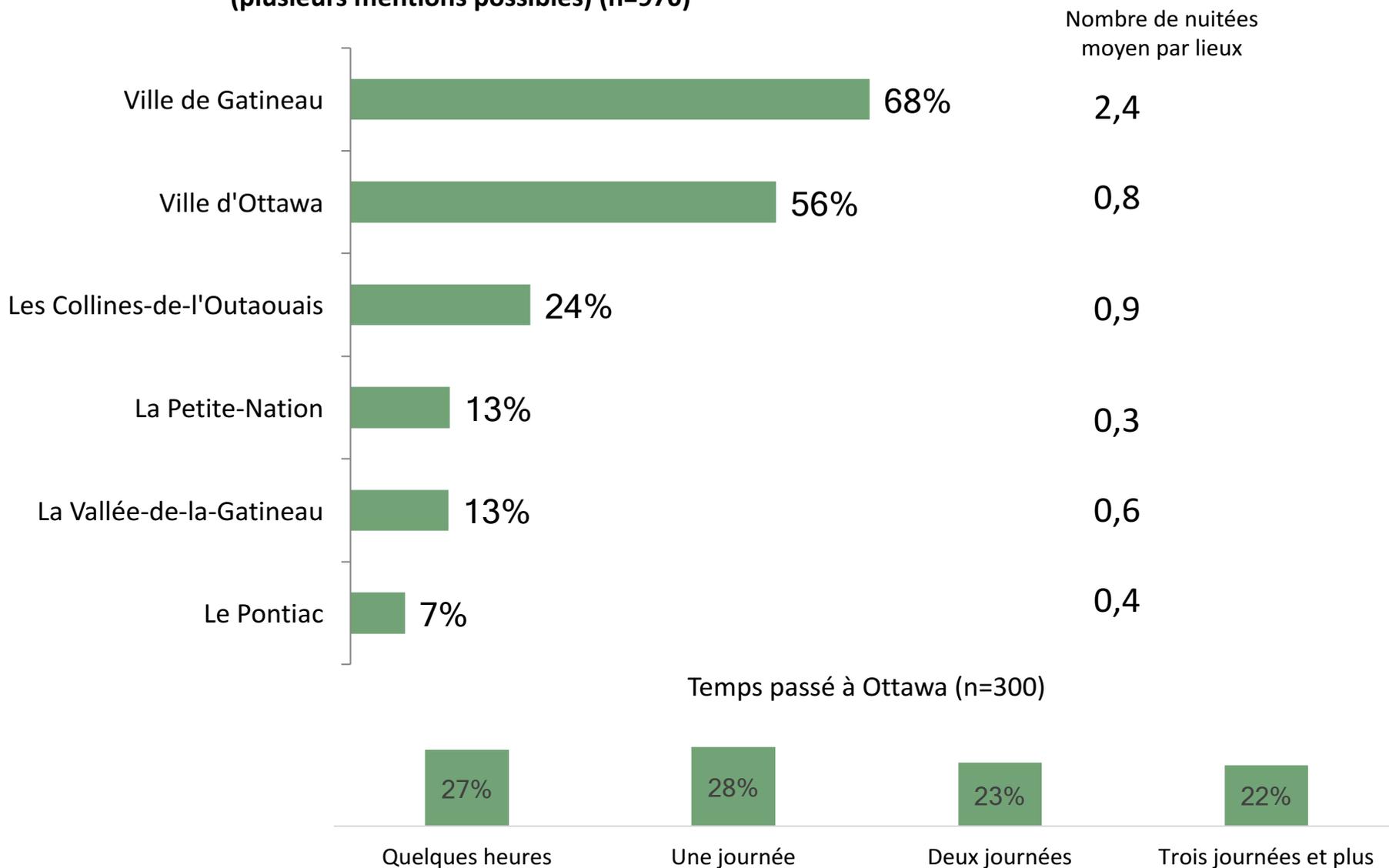
*Train, bus privé, à pied

Mois du dernier séjour ou excursion (n=542)



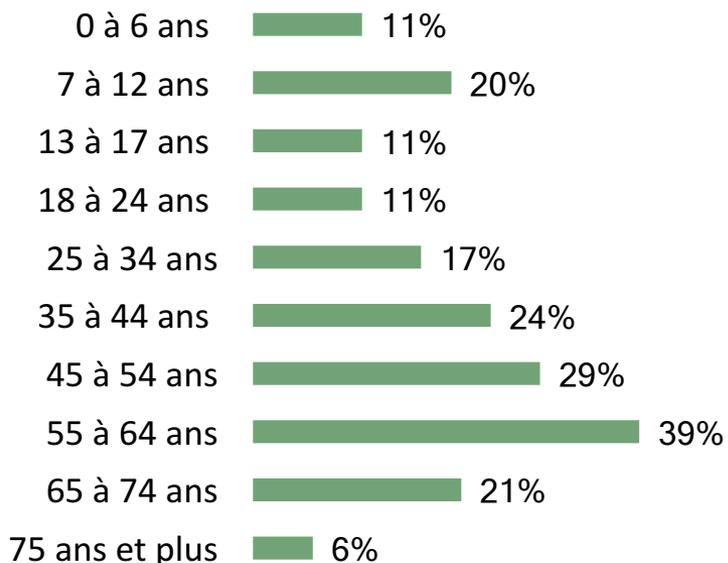
Secteurs visités

Secteurs visités lors du dernier séjour en Outaouais
(plusieurs mentions possibles) (n=970)



Composition du groupe

Groupe d'âge (1 pers. +)



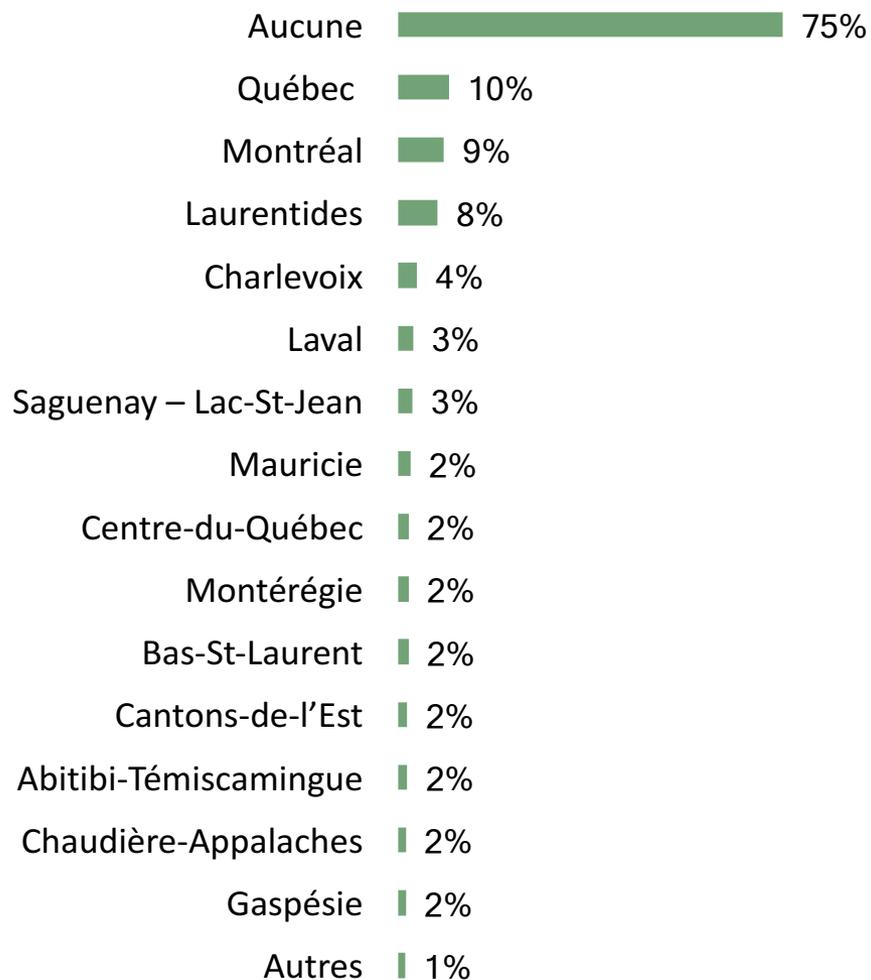
Interprétation (groupe d'âge):

39 % des répondants ont mentionné avoir au moins une personne de 55 à 64 ans (en les incluant) au sein de son groupe lors de leur dernier voyage à l'été 2017.

Composition du groupe (n=540)	%
Seul	5,4
En couple	34,3
En famille avec des enfants	21,9
Avec une ou plusieurs autres familles avec des enfants	5,7
En famille avec des adultes seulement	11,5
Avec un ou plusieurs autres couples	4,1
Avec un ou des ami(s)	10,6
En famille avec des grands-parents	1,1
Comme grands-parents avec des petits-enfants	0,6
Avec un groupe organisé	1,9
Avec un ou des collègues de travail	1,3
Autre (famille avec amis)	1,9

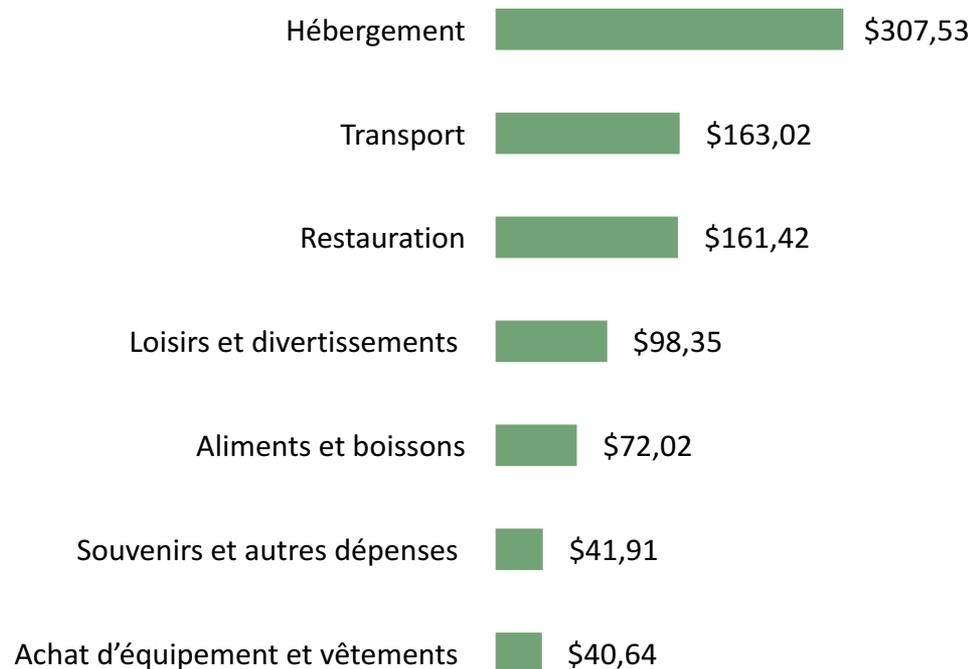
Autres régions visitées et dépenses

Autres régions touristiques visitées durant le séjour (n=695)



Dépenses moyennes du groupe :
759 \$ CAN
(incluant transport)

Moyenne des dépenses du groupe par catégorie (n=487)



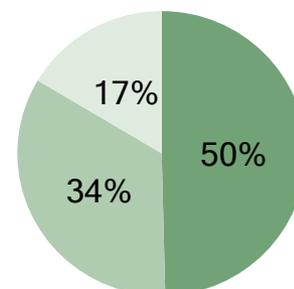
Information sur les visites antérieures

Avant 2017, à quand remonte votre dernière visite touristique ou de loisirs en Outaouais ? (n=499)	%
C'était mon premier voyage dans la région	16
J'habite la région et je n'ai fait aucun séjour touristique	15,8
1 an ou moins	38,3
2 ans	7,2
3 ans	3,8
4 ans	2,4
5 ans	3,2
6 ans	0,6
7 ans	1
8 ans	1,2
9 ans	0,4
10 ans	1,8
Plus de 10 ans	8,2

Nombre de nuitées lors de ce précédent séjour (n=339)	%
0 nuitée	10
1 nuitée	20,9
2 nuitées	30,4
3 nuitées	16,8
4 nuitées	8
5 nuitées	2,9
6 nuitées	1,8
7 nuitées	2,7
8 nuitées	0,3
Plus de 8 nuitées	6,2

3 nuitées en moyenne

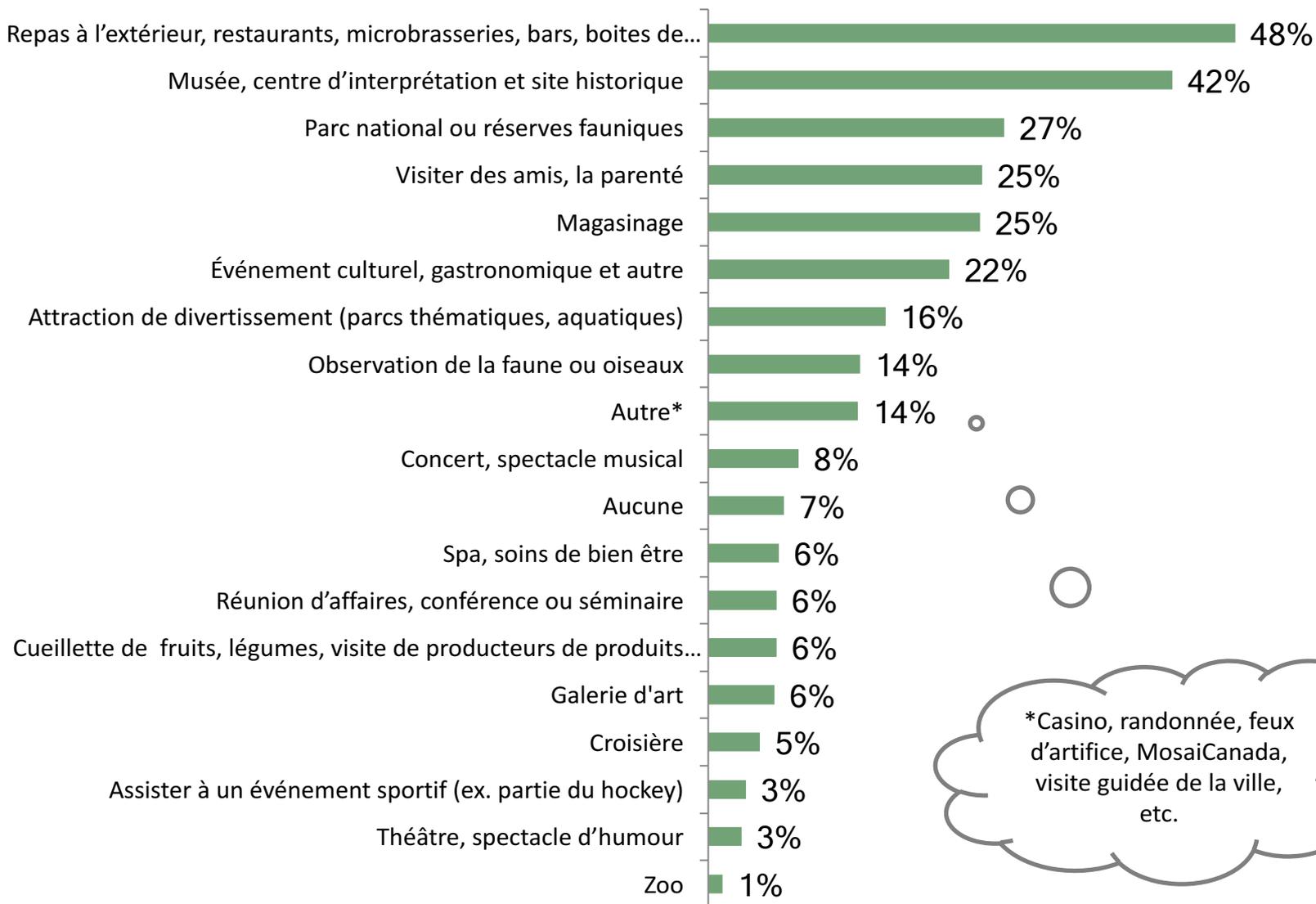
À combien de reprises avez-vous visité la région lors des 3 dernières années, incluant votre dernière visite? (n=285)



- De 1 à 2 fois
- Entre 3 et 6 fois
- 7 fois et plus

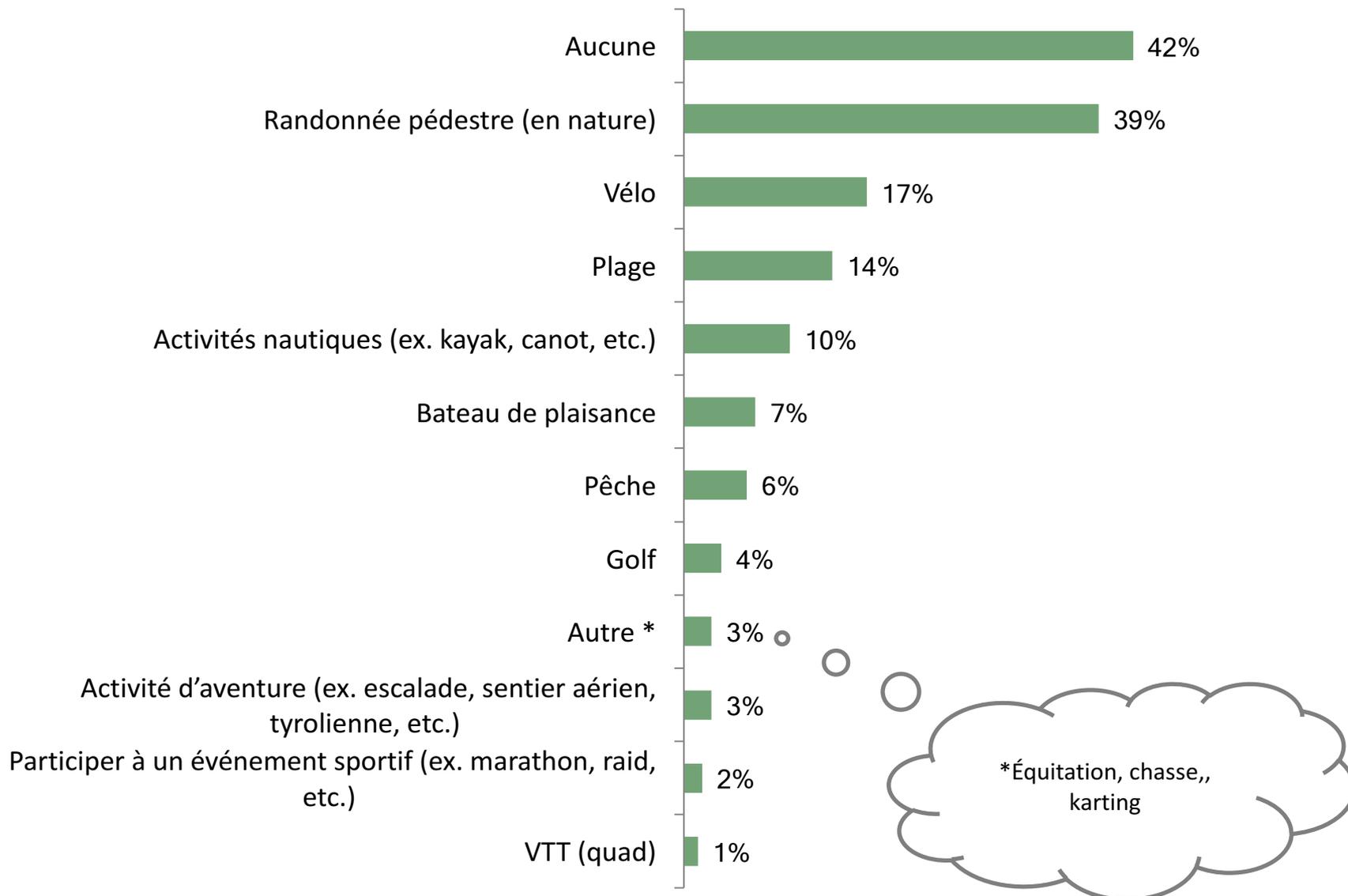
4 visites en moyenne

Activités pratiquées (plusieurs mentions) (n=1498)



*Casino, randonnée, feux d'artifice, MosaiCanada, visite guidée de la ville, etc.

Activités sportives (plusieurs mentions) (n=786)



Degré d'importance (%) des facteurs suivants dans votre décision d'avoir choisi l'Outaouais comme destination

n = 409 à 473

1 = ce n'est pas important du tout et 10 = c'est extrêmement important

Facteurs considérés (%)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bon rapport qualité/prix	4,3	0,6	0,9	1,3	7,1	6,7	16,6	21,3	17,8	23,4
Température	10,1	2,8	1,9	3,4	12,3	9,3	17,9	17,7	12,1	12,5
Chance de participer à des évènements touristiques	5,7	1,9	1,7	4,2	6,8	9,3	13,3	22,2	15,9	19
Occasion de visiter parents ou amis	21	4	2,4	2,1	4,5	5	8,6	15	11	26,4
Chance de participer à des activités / attraits	8,4	1,1	0,4	2,8	4,1	7,1	12,1	20,3	16,2	27,6
Restauration	11,1	2,9	3,6	4,1	11,5	13,5	15,1	16,3	11,1	10,8
Culture locale, les gens	8,3	4,4	1,5	3,7	10,3	8,3	12,9	18	15,1	17,3
Histoire, patrimoine	8,5	1,3	4	4,9	10,3	9,9	14,8	17,8	14,8	13,5
Les grands spectacles	18,2	5,4	4,9	7,2	8,6	10,5	11,9	13,6	9,8	9,8
Observation de la faune	12,3	3,9	3,9	6,9	11,1	10,9	11,6	16,2	12,5	10,6
Beauté des paysages	2,2	1,1	0,7	1,8	5,8	8	14,2	21,5	20,6	24,3
Découverte des villes et villages	10,7	1,1	2,3	3,6	7,3	13,2	15,2	19,5	13,8	13,4
Gastronomie, produits du terroir	11,6	2,7	3,9	6,8	10,9	10,7	15,9	17,8	9,3	10,3
Occasion de vous ressourcer, vous reposer	7,2	1,3	2	2,9	8,8	9,7	13	16,9	16,9	21,3
La proximité de la destination	8,6	1,1	4,7	3,8	9,7	9,2	11,5	18,5	15,5	17,3
Le fait d'y être déjà allé	18,1	3,7	4,9	3,2	9,8	11	14,9	13,2	12	9,3

Degré d'importance (moyenne) des facteurs suivants dans votre décision d'avoir choisi l'Outaouais

Moyenne de 1 à 10

Facteurs considérés	Moyenne
Bon rapport qualité/prix	7,7
Température	6,5
Chance de participer à des événements touristiques	7,2
Occasion de visiter parents ou amis	6,4
Chance de participer à des activités/ attraits	7,5
Restauration	6,3
Culture locale, les gens	6,8
Histoire, patrimoine	6,7
Les grands spectacles	5,6
Observation de la faune	6,1
Beauté des paysages	7,9
Découverte des villes et villages	6,7
Gastronomie, produits du terroir	6,2
Occasion de vous ressourcer, vous reposer	7,2
Proximité de la destination	6,9
Le fait d'y être déjà allé	5,8

Niveau de satisfaction (%) des facteurs suivants concernant votre dernière visite en Outaouais

n = 339 à 469

1 = complètement insatisfait et 10 = complètement satisfait

Facteurs considérés (%)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Variété des activités et attraits	-	0,4	0,9	1,3	3,8	7,1	12,9	26,2	19,3	28
Qualité des activités et attraits	0,4	-	0,2	0,9	2,4	5,4	15,7	21,3	23,2	30,5
Qualité des hébergements touristiques	0,9	1,2	1,5	0,6	4,7	5,2	14,8	25,6	19,8	25,9
Qualité de l'information touristique	0,7	0,4	0,9	1,6	4,2	3,8	14,4	18,2	20,4	35,5
Qualité de l'accueil	-	0,4	0,4	1,7	2,1	3,6	10,2	21,7	23,2	36,5
Qualité de la restauration	0,7	0,2	1,9	1,9	6,3	9,6	17,3	22,4	18,9	20,8
Rapport qualité/prix	0,6	1,1	1,1	1,5	4,9	9,7	17,2	23,7	17	23,2
Température	0,4	0,4	0,9	2,2	6,9	7,4	12,8	18,9	21,9	28,2
Culture locale, les gens	-	0,4	0,7	1,3	3,6	7,4	17,3	25,2	16,4	27,6
Histoire, patrimoine	0,3	0,3	1	1,5	5,8	8,4	13,9	25,1	16,7	27,1
L'observation de la faune	1,2	0,6	1,8	2,4	7,1	12,7	17,7	20,1	14,2	22,4
Beauté des paysages	-	0,2	0,2	0,2	1,5	6,6	13,9	22,1	22,3	32,9
Gastronomie, produits du terroir	1,1	0,5	2,1	2,9	6,9	10,1	19,4	22,6	13	21,3
Découverte des villes et villages	-	0,3	0,8	1,6	6,3	9,2	17,1	25,5	16	23,4
Signalisation, affichage	0,9	1,1	1,6	2,7	7	9	19,1	24,9	12,8	21,1
Service en anglais*	2,1	-	2,1	1	-	7,2	12,4	18,6	15,5	41,2

* Questionnaire en anglais seulement. n = 97

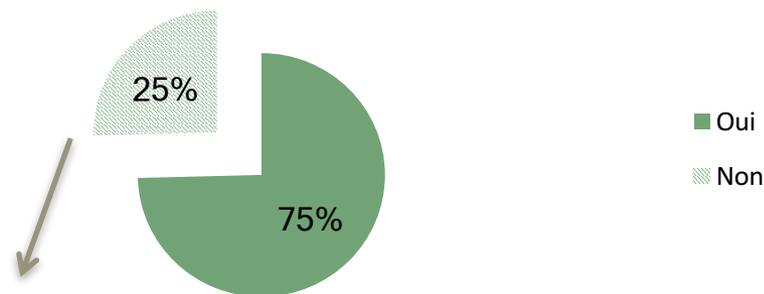
Niveau de satisfaction (moyenne) des facteurs suivants concernant votre dernière visite en Outaouais

Moyenne sur une échelle de 1 à 10

Facteurs	Moyenne	Facteurs	Moyenne
Variété des activités et attraits	8,2	Culture locale, les gens	8,2
Qualité des activités et attraits	8,4	Histoire, patrimoine	8,1
Qualité des hébergements touristiques	8,1	Observation de la faune	7,6
Qualité de l'information touristique	8,4	Beauté des paysages	8,5
Qualité de l'accueil	8,6	Gastronomie, produits du terroir	7,6
Qualité de la restauration	7,8	Découverte des villes et villages	8
Rapport qualité/prix	7,9	Signalisation, affichage	7,7
Température	8,1	Service en anglais	8,4

Accueil, satisfaction et intention de revenir

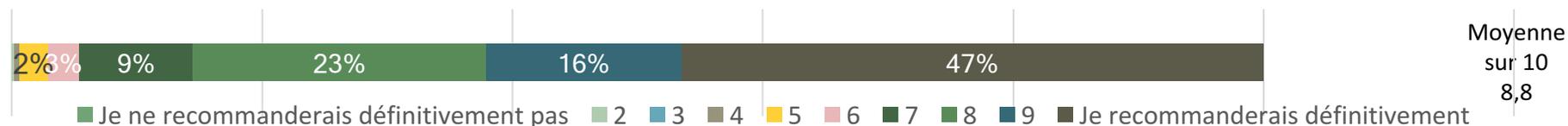
Avez-vous l'intention de visiter de nouveau l'Outaouais au cours des 12 prochains mois? (n=497)



Diriez-vous que votre dernière expérience en Outaouais... (n=475)	%
N'a pas rejoint vos attentes envers l'Outaouais comme destination touristique	2,1
A rejoint vos attentes envers l'Outaouais comme destination touristique	76,2
A surpassé vos attentes envers l'Outaouais comme destination touristique	21,7

Pourquoi? (n=125)	%
Désire découvrir une autre destination	58,4
Manque de temps, de vacances	14,4
Raison financière, budget limité	10,4
Autre priorité (ex. rénovation, maternité)	10,4
Autre	5,6
Pas suffisamment apprécié la destination pour y revenir	0,8

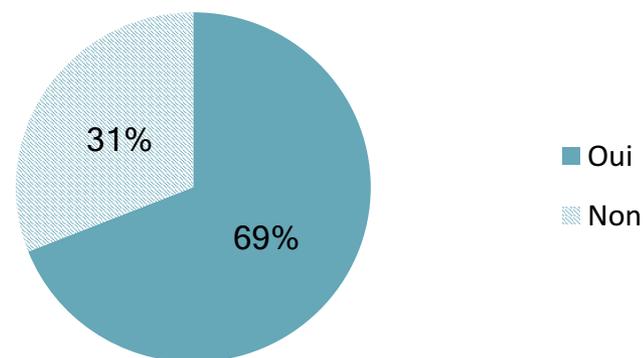
Recommanderiez-vous la destination à des parents/amis? (n=475)



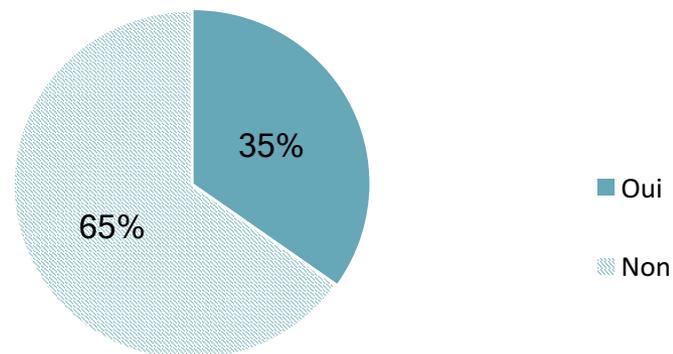
Période de planification et source d'information

Combien de temps à l'avance avez-vous planifié ce dernier séjour ou excursion? (n=468)	%
Journée même	8,5
1 à 3 jours	17,9
4 à 7 jours	12,4
1 à 2 semaines	14,1
2 à 4 semaines	17,5
1 à 2 mois	10,7
2 à 4 mois	9,2
Plus de 4 mois	9,6

Avez-vous utilisé Internet pour planifier votre dernier séjour ou excursion en Outaouais? (n=468)

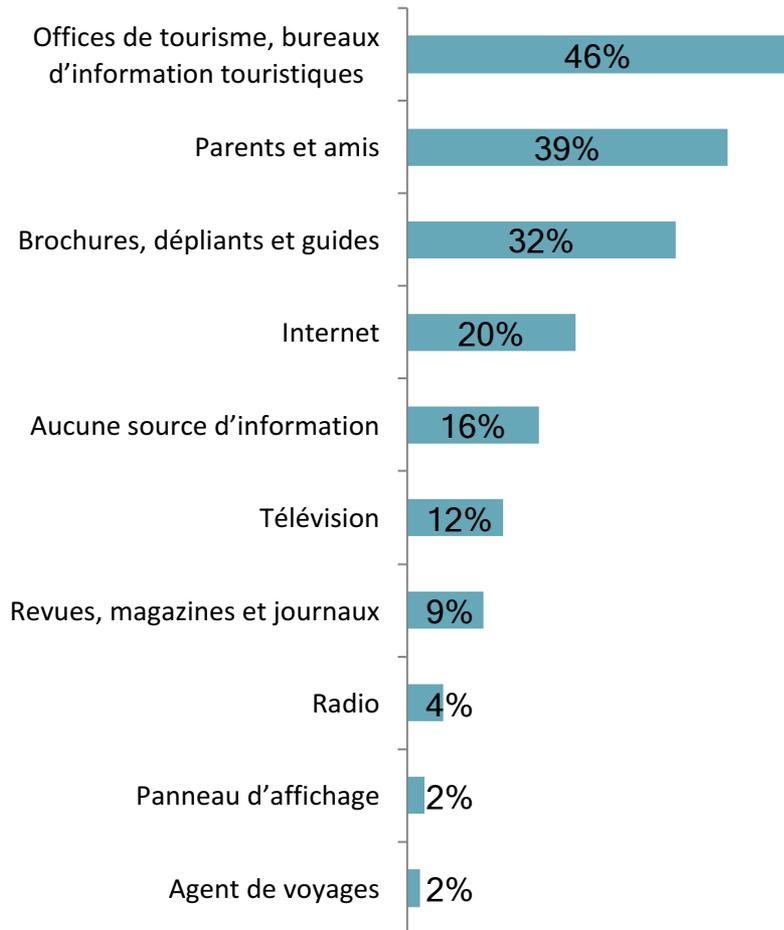


Avez-vous utilisé le guide officiel de la destination pour planifier votre dernier séjour ou excursion en Outaouais (n=468)

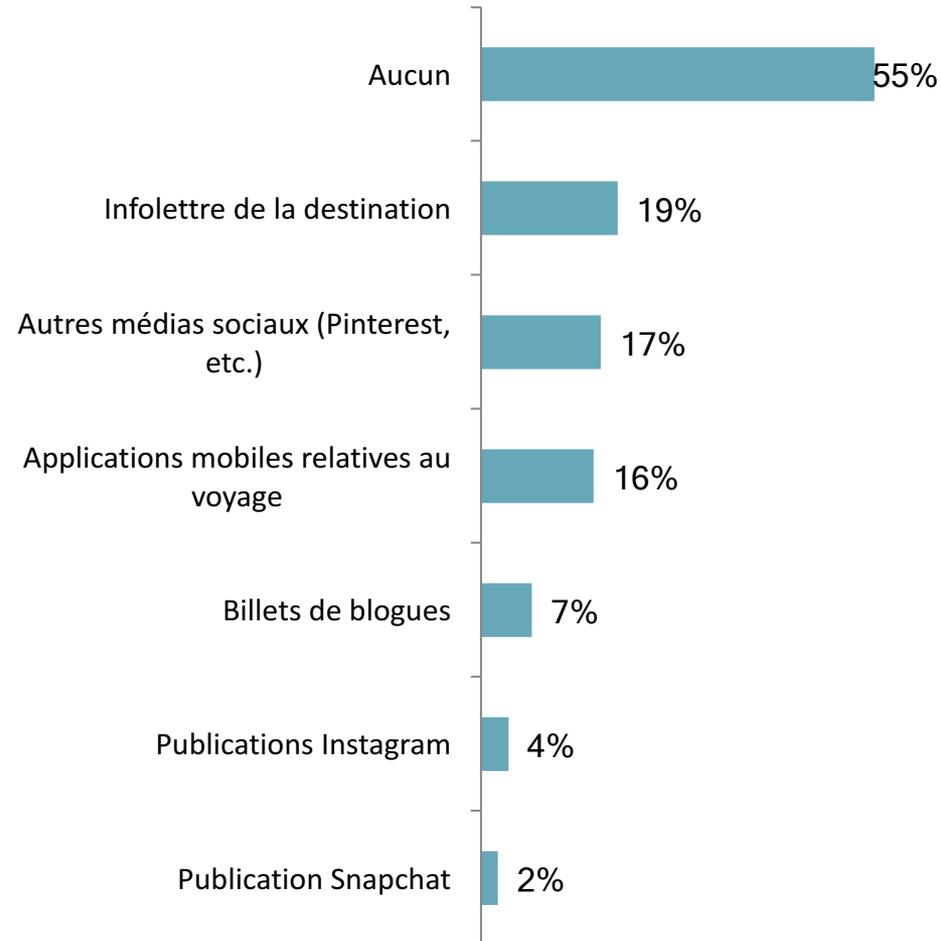


Période de planification et source d'information

Sources d'information qui vous ont inspiré inspiré à choisir l'Outaouais (plusieurs mentions possibles) (n=848)



Parmi les nouveaux médias suivis, lequel ou lesquels ont eu une influence sur le choix de la destination et de vos activités? (n=251)



Types d'information consultés lors de la planification du séjour ou de l'excursion en Outaouais

Types de sites Internet consultés pour planifier votre séjour ou excursion (plusieurs mentions possibles) (n=866)	%
Sites d'agences de voyage ou de voyagistes	3,1
Sites d'établissements d'hébergements	33,1
Sites de partage de commentaires sur les voyages (ex. TripAdvisor)	17,6
Sites de médias sociaux (ex. Facebook)	18,6
Moteurs de recherche généraux (ex. Google)	59,1
Sites de destinations (ex. Tourisme Abitibi)	37,2
Sites d'attractions (ex. musée, parc)	35,3
Quebec Original	3,4
Sepaq.com	19,5
Un site de prévision météo	33,1
Autre	5,6

Ex. dans « autre » : Google Maps, Ssite de MosaiCanada, Booking.com, etc.

Types d'information consultée en ligne pour vous informer ou comparer des produits (n=581)	%
Cartes sur le Web localisant les services	37,9
Forfaits ou propositions d'itinéraires	22,4
Avis et recommandations d'autres voyageurs sur le Web	28
Photos/vidéos d'autres voyageurs sur le Web	17,4
Avis de connaissances sur les réseaux sociaux	14,6
Brochures à télécharger	18,9
Fiches d'information, articles sur la destination	34,5
Autre	6,8

Ex. dans « autre » : Booking.com, blog, aucun, Trivago, Tourisme Ottawa, etc.

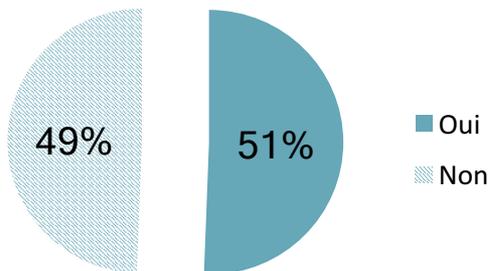
n=656 Catégories de produit pour lesquelles vous avez cherché de l'information sur le Web

Hébergement	Vols (avion)	Voitures de location	Restauration	Train	Forfaits multi-activités	Activités ou attractions	Autre
60,2 %	5,9 %	5,3 %	39,1 %	3,1 %	20,2 %	63,7 %	6,2 %

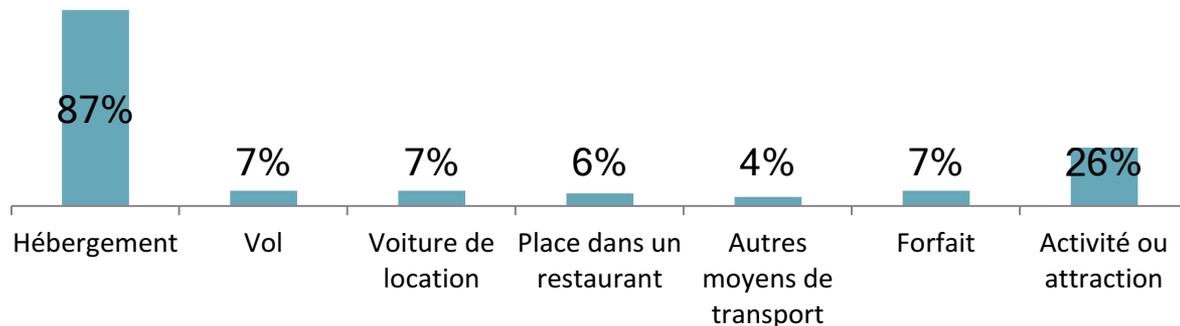
Ex. dans « autre » : aucun, MosaiCanada, transport en commun, foire gourmande, etc.

Composantes de la réservation en ligne – Outaouais

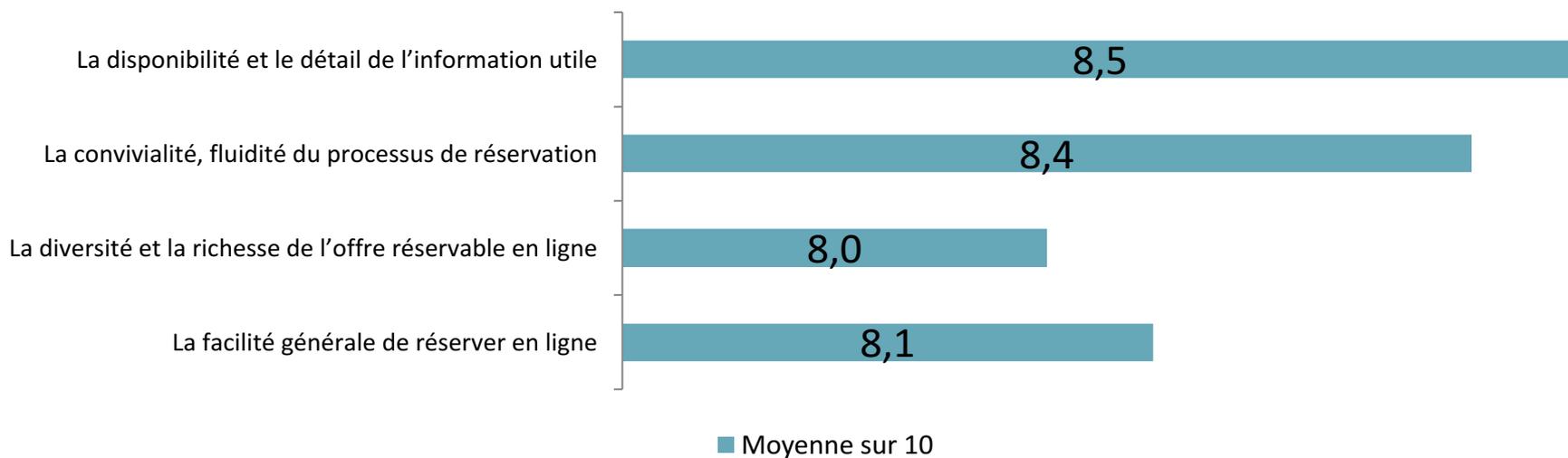
Avez-vous acheté ou réservé en ligne au moins une partie de votre séjour ou excursion? (n=322)



Composantes du séjour ou de l'excursion qui ont été achetées ou réservées sur Internet (n=236)

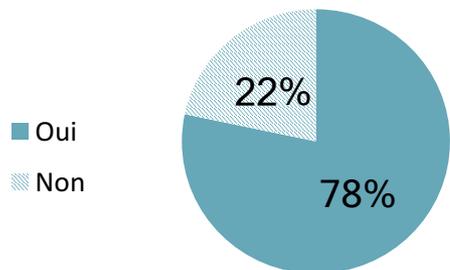


Niveau de satisfaction de votre expérience en ligne (n=163)

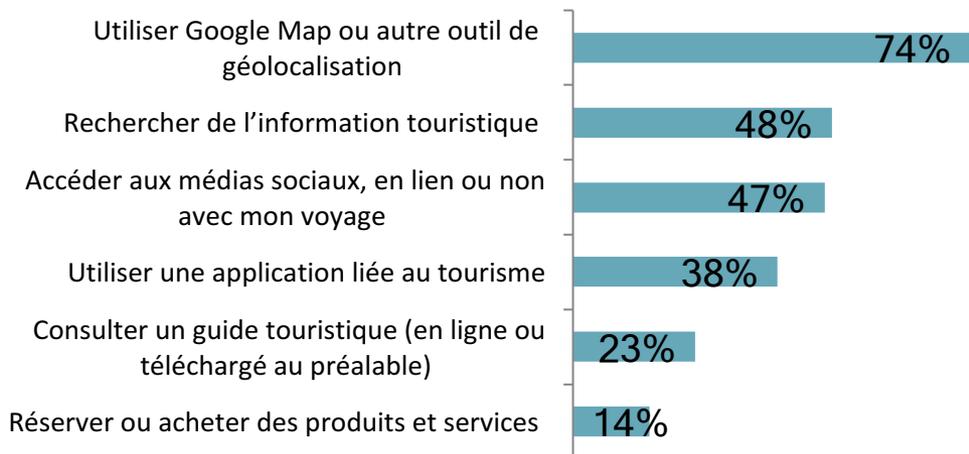


Utilisation de l'appareil mobile en cours de visite

Durant votre visite en Outaouais, avez-vous utilisé un appareil mobile (téléphone ou tablette)? (n=466)



Quelles actions avez-vous réalisées PENDANT votre voyage? (n=891)



n = 298

■ Pas du tout satisfait ■ Peu satisfait ■ Moyennement satisfait ■ Satisfait ■ Très satisfait



n = 364

Mon appareil mobile ...	%	Fortement en désaccord	Pas d'accord	Ni en désaccord ni d'accord	D'accord	Entièrement d'accord
...a amélioré la qualité de mon expérience de voyage		1,4	3,3	27,2	36	32,1
...m'a permis d'avoir accès à des informations de voyage pratiques		2,2	2,5	25,5	40,4	29,4
Je n'ai presque pas utilisé mon appareil en raison d'un manque de connectivité Internet		24,5	30,8	30,5	8,8	5,5
Je préfère ne pas utiliser mon appareil mobile durant mes voyages		30,2	25,8	27,7	11,3	4,9

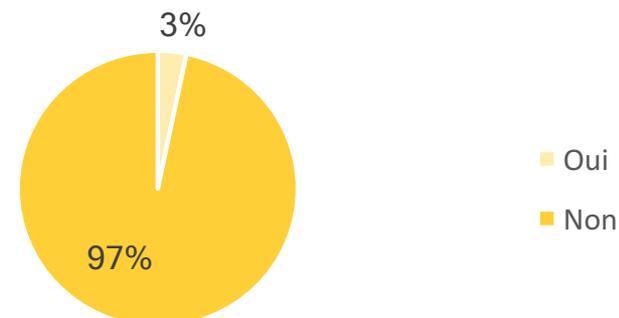
Utilisation de l'appareil mobile en cours de visite

AVANT votre dernière visite, avez vous utilisé les médias sociaux pour... (plusieurs mentions possibles) (n=653)	%
S'inspirer, choisir la destination	23,7
S'informer sur les produits de tourisme (connaître les « bonnes adresses »)	24,1
Obtenir des trucs et astuces	12,7
Lire des commentaires en lien avec des expériences touristiques	21,3
L'utilisation des médias sociaux avant mon voyage n'était pas en lien avec celui-ci	13,3
Je n'ai pas utilisé les médias sociaux avant mon voyage	45,4

PENDANT votre dernière visite, avez-vous utilisé les médias sociaux pour... (n=677)	%
S'informer sur les produits de tourisme	20,4
Émettre des commentaires en lien avec le voyage	9
Lire des commentaires en lien avec des expériences touristiques	12
Déposer des photos/vidéos de voyage	25,2
Communiquer avec les proches, mettre à jour son statut	24,9
L'utilisation des médias sociaux pendant mon voyage n'était pas en lien avec celui-ci	9,5
Je n'ai pas utilisé les médias sociaux pendant mon voyage	44,5

APRÈS votre dernière visite, avez-vous utilisé les médias sociaux pour... (n=542)	%
Émettre des commentaires en lien avec le voyage	19,4
Déposer des photos/vidéos de voyage	37,6
L'utilisation des médias sociaux après mon voyage n'était pas en lien avec celui-ci	12,9
Je n'ai pas utilisé les médias sociaux après mon voyage	46,7

Avez-vous utilisé le #Outaouaisfun? (n=460)



Si vous pouviez nommer une **chose qui aurait pu améliorer votre expérience** touristique en Outaouais, ce serait quoi?

Les éléments qui ont été cités plusieurs fois par les répondants sont regroupés ci-après par grande catégorie

Catégorie	Éléments redondants et commentaires des répondants (n = 260)
Aucune améliorations +++	<ul style="list-style-type: none"> Un grand nombre de répondants indique n'avoir rien à mentionner en termes d'amélioration de leur expérience.
Transport en commun, état des routes et trafic ++	<ul style="list-style-type: none"> On note de nombreux commentaires en lien avec les transports en commun. Plusieurs personnes mentionnent le manque de navettes et le manque de transport en général. L'état des routes ainsi que les travaux au cours de l'été font l'objet de plusieurs commentaires négatifs. Les visiteurs mentionnent le trafic comme étant un irritant lors de leur visite en ville et au parc de la Gatineau.
Stationnement +	<ul style="list-style-type: none"> De très nombreux commentaires ont été fait en lien avec le stationnement à Gatineau / Ottawa. En effet, le coût très élevé des stationnement (notamment pour les festivités du 150^{ème}) ont interpellé un grand nombre de répondants. La difficulté pour trouver des places de stationnement constituait un irritant pour les visiteurs de la région.
Informations et signalisation	<ul style="list-style-type: none"> La signalisation routière est un élément mentionné à plusieurs reprises comme étant insuffisante notamment à l'intérieur de la ville de Gatineau. Le manque d'informations a été souligné par plusieurs répondants, notamment en ce qui concerne les cartes pour se repérer en ville ainsi que les cartes de sentiers du parc de la Gatineau.
Restauration et hébergements	<ul style="list-style-type: none"> La qualité des hébergements revient à plusieurs reprises. Les répondants mentionnent autant l'accueil pas toujours agréable que la propreté de certains lieux. Un manque d'offres de camping est souligné par les visiteurs. Une offre de restauration plus diversifiée et de qualité permettrait d'améliorer l'expérience en Outaouais. D'une manière générale, les prix des restaurants et des hébergements semblent trop élevés.
Activités et attraits	<ul style="list-style-type: none"> Certaines pistes cyclables nécessiterait une intervention. Davantage d'activités culturelles. Davantage d'activités en lien avec l'observation de la faune. Les visiteurs auraient aimé avoir accès à plus d'activités gratuites en ville.
Autres éléments	<ul style="list-style-type: none"> La température et le manque de temps sont mentionnés à plusieurs reprises. L'achalandage important dû au festivités du 150^{ème} est mentionné par certains répondants.

+ Éléments qui ont été cités encore plus souvent que les autres

Cette liste est non exhaustive. Si vous souhaitez obtenir la totalité des réponses, merci de nous en faire la demande.

Si vous pouviez nommer une chose qui a constitué un **coup de cœur** de votre visite en Outaouais, ce serait quoi?

Les éléments qui ont été cités plusieurs fois par les répondants sont regroupés ci-après par grande catégorie

Catégorie	Éléments redondants et commentaires des répondants (n = 216)
Accueil	<ul style="list-style-type: none"> • Le sens de l'accueil • Les habitants de la région
Patrimoine culturel et naturel	<ul style="list-style-type: none"> • Beauté des paysages et de la nature ++ • Le parc de la Gatineau ++ • La nature est omniprésente • Les lacs
Activités et attraits	<ul style="list-style-type: none"> • Les festivités pour le 150^{ème} anniversaire du Canada (MosaiCanada, activités gratuites) +++ • La randonnée pédestre et les sentiers • Les pistes cyclables + • L'offre de microbrasserie • La variété des activités et des attractions • Le Château Montebello • Le Casino du Lac Leamy • L'hôtel Hilton • Le Parlement • Le Musée canadien de l'Histoire +
Autres	<ul style="list-style-type: none"> • La proximité entre Gatineau et Ottawa • Température agréable • Les produits locaux

+ Éléments qui ont été cités encore plus souvent que les autres

Cette liste est non exhaustive. Si vous souhaitez obtenir la totalité des réponses, merci de nous en faire la demande.

CHAIRE

**de tourisme
Transat**

ESG UQÀM