



Rapport

# LES VACANCES ET L'ÉCONOMIE LOCALE AU QUÉBEC

*Étude réalisée auprès de la population  
québécoise*



Date : 12 / 06 / 2024  
Projet : 11709-009



# Contenu

---

1	CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE	3
2	RÉSULTATS DÉTAILLÉS	5
3	PROFIL DES RÉPONDANTS	8
4	ÉQUIPE	10

# 1

---

## Objectifs et méthodologie



## Contexte, objectifs et méthodologie

### CONTEXTE ET OBJECTIFS

Léger a été mandatée par la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) pour réaliser un sondage sur l'opinions des Québécois(es) à l'égard de leurs intentions de vacances et de leur perception sur l'économie locale au Québec, le but étant d'identifier des tendances estivales.

### MÉTHODE ET NOMBRE DE RÉPONDANTS

Un **sondage Omniweb** a été réalisé auprès des Québécois(es). Échantillon représentatif de **1 002 Québécois(es) de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.**

### QUAND ?

La collecte de données a eu lieu du 7 au 10 juin 2024.

### MARGE D'ERREUR

Un échantillon issu d'un panel web n'est pas considéré probabiliste. À titre indicatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 1 002 répondants est de  $\pm 3,1\%$ , et ce 19 fois sur 20.

### PONDÉRATION

Les résultats ont été pondérés **en fonction du genre, de l'âge, de la langue maternelle, de la région, du niveau de scolarité, du revenu, de l'occupation et de la présence d'enfants dans le ménage** afin d'assurer un échantillon représentatif de la population.

### Notes aux lecteurs

#### NSP

La mention « NSP », qui apparaît dans le rapport, signifie « Ne sait pas ».

#### ARRONDISSEMENT

Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100%.

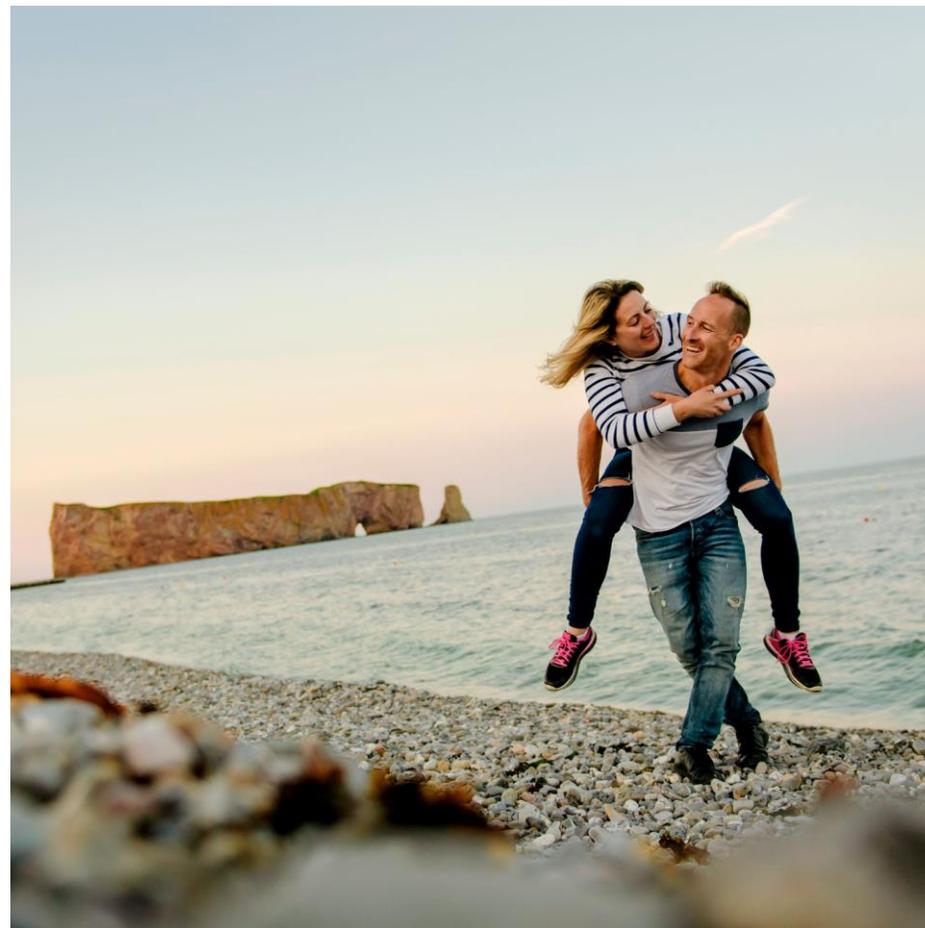
#### DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les nombres en caractères **rouges** indiquent une différence significative statistiquement inférieure par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **verts** indiquent une différence significative statistiquement supérieure par rapport au complément.

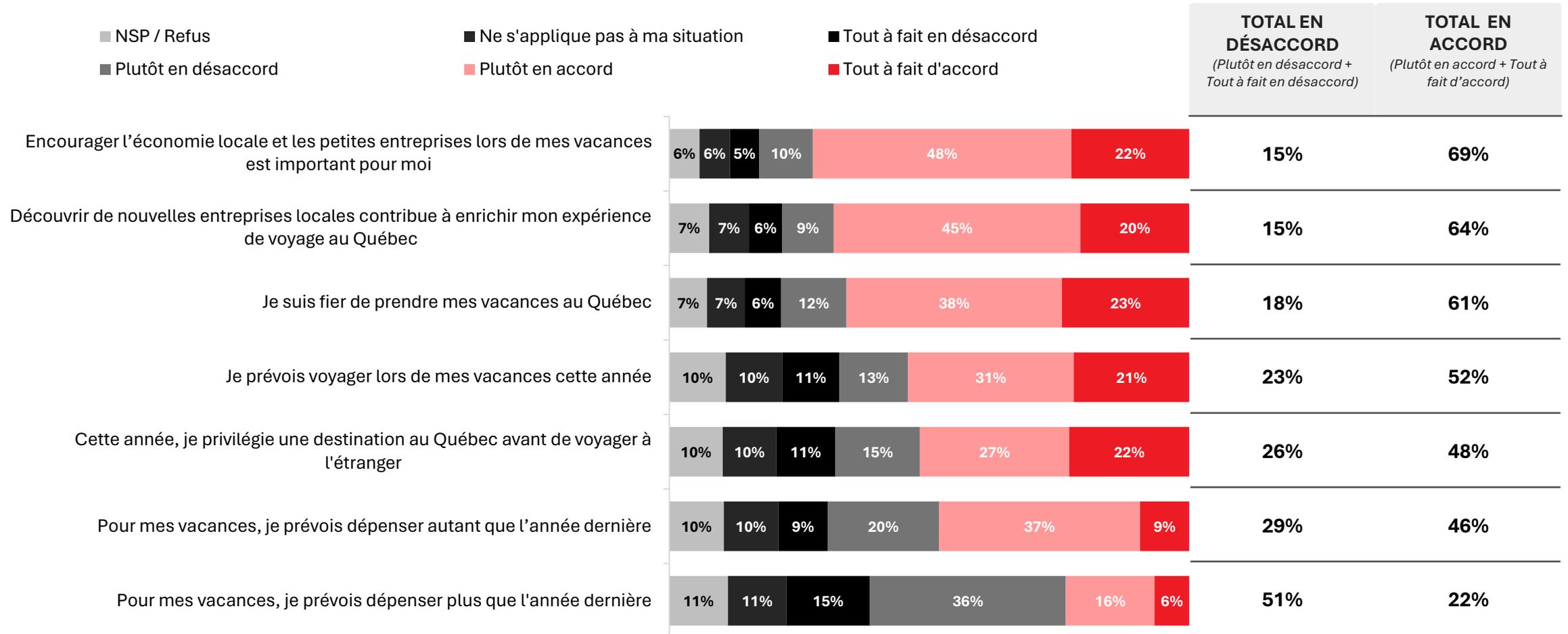
# 2

---

Résultats détaillés



# Opinion sur les tendances estivales de vacances et l'économie locale au Québec (1/2)



Q1. Êtes-vous en accord ou désaccord avec les énoncés suivants?

Base: Tous les répondants (n=1 002)

## Opinion sur les tendances estivales de vacances et l'économie locale au Québec (2/2)

	TOTAL	GENRE		ÂGE			LANGUE MATERNELLE		RÉGION		
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-Franco	MTL RMR	QC RMR	Autres
<b>% TOTAL EN ACCORD</b>											
<i>n=</i>	<b>1 002</b>	<b>464</b>	<b>538</b>	<b>259</b>	<b>313</b>	<b>430</b>	<b>826</b>	<b>176</b>	<b>400</b>	<b>302</b>	<b>300</b>
Encourager l'économie locale et les petites entreprises lors de mes vacances est important pour moi	<b>69%</b>	<b>65%</b>	<b>74%</b>	70%	67%	71%	<b>74%</b>	<b>57%</b>	<b>66%</b>	74%	73%
Découvrir de nouvelles entreprises locales contribue à enrichir mon expérience de voyage au Québec	<b>64%</b>	61%	67%	64%	<b>72%</b>	<b>59%</b>	<b>69%</b>	<b>50%</b>	63%	<b>71%</b>	64%
Je suis fier de prendre mes vacances au Québec	<b>61%</b>	59%	63%	<b>54%</b>	65%	62%	<b>67%</b>	<b>44%</b>	<b>56%</b>	64%	<b>66%</b>
Je prévois voyager lors de mes vacances cette année	<b>52%</b>	54%	50%	50%	<b>59%</b>	48%	51%	57%	<b>56%</b>	54%	<b>47%</b>
Cette année, je privilégie une destination au Québec avant de voyager à l'étranger	<b>48%</b>	49%	48%	48%	48%	49%	<b>53%</b>	<b>34%</b>	<b>42%</b>	50%	<b>56%</b>
Pour mes vacances, je prévois dépenser autant que l'année dernière	<b>46%</b>	47%	44%	<b>34%</b>	48%	<b>50%</b>	47%	42%	<b>41%</b>	52%	49%
Pour mes vacances, je prévois dépenser plus que l'année dernière	<b>22%</b>	<b>27%</b>	<b>18%</b>	24%	26%	19%	23%	20%	23%	23%	22%

**Q1.** Êtes-vous en accord ou désaccord avec les énoncés suivants?

Base: Tous les répondants (n=1 002)

# 3

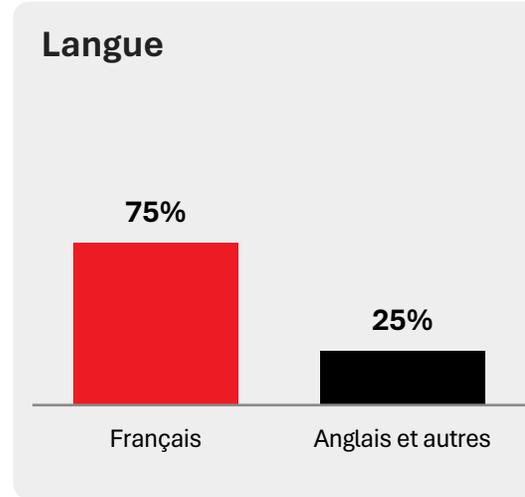
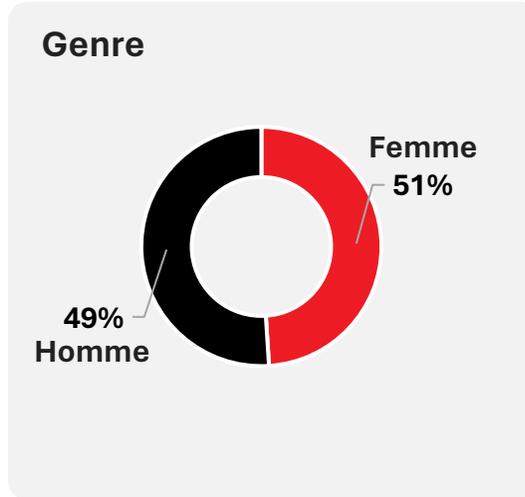
---

## Profil des répondants



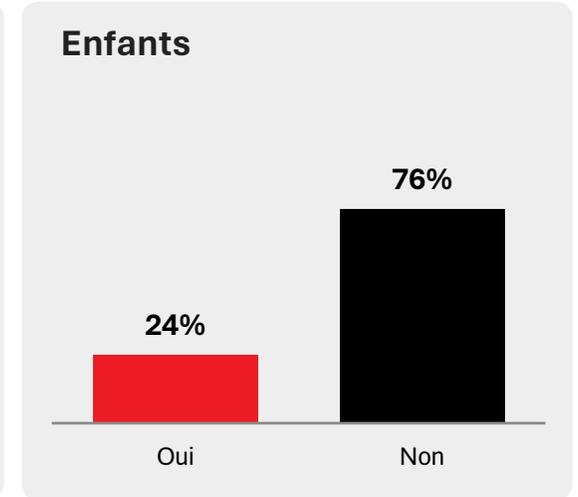
# Profils des répondants

Base n=1 002



### Scolarité

Primaire / Secondaire	32%
Collégial	39%
Universitaire	28%



### Âge

18 à 24 ans	9%
25 à 34 ans	16%
35 à 44 ans	16%
45 à 54 ans	15%
55 à 64 ans	18%
65 ans et plus	26%

### Région

MTL RMR	50%
QC RMR	10%
Est	8%
Centre	16%
Ouest	16%

### Occupation

Travailleurs	58%
Étudiants	4%
Retraités	30%
Au foyer / Sans emploi	7%

### Revenus

Moins de 40 000\$	17%
Entre 40 000\$ et 59 999 \$	18%
Entre 60 000\$ et 79 999 \$	14%
Entre 80 000\$ et 99 999 \$	14%
100 000\$ et plus	27%

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».

# 4

---

Notre équipe



## Notre équipe



### Éric Normandeau

Stratège conseil

[enormandeau@leger360.com](mailto:enormandeau@leger360.com)

514-982-2464



### Marc-Etienne Laflamme

Analyste de recherche

[melafamme@leger360.com](mailto:melafamme@leger360.com)



### Raphaël Bélanger

Coordonnateur de projets de recherche

[rbelanger@leger360.com](mailto:rbelanger@leger360.com)

## Nos services

### Léger

Recherche marketing et sondages

### Expérience client (CX)

Services de conseil stratégique et opérationnel pour l'expérience client

### Léger Analytique (LEA)

Modélisation et analyse de données

### Léger Opinion (LEO)

Gestion de panel

### Communautés Léger

Gestion de communautés en ligne

### Léger DGTL

Stratégie digitale et expérience utilisateur

### Recherche internationale

*Worldwide Independent Network (WIN)*

# 600

Employé(e)s

# 185

Consultant(e)s

# 8

Bureaux

MONTRÉAL | QUÉBEC |  
TORONTO | WINNIPEG  
EDMONTON | CALGARY |  
VANCOUVER | NEW YORK

# Le ger

L'intelligence des données

[leger360.com](http://leger360.com)