



TG désire développer la considération de la clientèle motocycliste. Ciblée pour ses intérêts en parfaite adéquation avec l'offre de la Gaspésie, cette clientèle a aussi le potentiel de venir en amont et en aval de la haute saison, prolongeant ainsi la saison touristique.

La Gaspésie, c'est : « Une route sinueuse entre mer et montagnes, aux points de vue spectaculaires. Un accueil chaleureux et une offre gourmande distinctive, avec notamment des produits frais de la mer et des microbrasseries. »

MARCHÉ

- 183 222 motocyclettes immatriculées au Québec en 2017
- Croissance de 44 % de 2010 à 2017
- 23 % des immatriculations sont en Montérégie; Laurentides, Montréal et Capitale-Nationale suivent avec chacune 9 % des immatriculations
- Proximité : Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine (1 800), Bas-Saint-Laurent (4 891), Côte-Nord (2 123)

CARACTÉRISTIQUES DE L'OFFRE GASPÉSIENNE

- Le Tour de la Gaspésie : un circuit mythique en boucle de 885 km
- 3 circuits secondaires : Ponts couverts, Petit Tour ouest, Petit Tour est
- Paysages mer, montagnes, rivières uniques au Québec
- Route sinueuse, comparable à la légendaire Cabot Trail
- Présence de villages et de services tout au long du trajet (essence, hébergement, restauration, garages, etc.)
- Routes : la majorité d'entre elles constituent des routes principales; elles sont partagées avec l'ensemble du transport routier (transport commercial, roulettes, cyclistes, etc.); absence d'autoroute
- Température influencée par la mer : vent, air frais, brouillard

CLIENTÈLE

CARACTÉRISTIQUES DE LA CLIENTÈLE QUÉBÉCOISE

- 38 % des permis détenus par les 55-64 ans, 24 % par les 45-54 ans et 15 % par les 35-44 ans
- Voyages surtout réalisés en couple (50 %) ou entre amis (33 %)
- Voyageurs : motos de types Touring et Cruiser
- Mototouristes font 5 000-10 000 km/an

DÉPENSES ET DURÉE DE SÉJOUR

Dépenses moyennes :

- Par séjour : 1 084 \$
- Par personne : 279 \$
- Par personne par nuitée : 121,50 \$

COMPORTEMENT DE LA CLIENTÈLE QUÉBÉCOISE

- Choix de la destination : recommandations d'amis, recherches sur des sites Web et lecture (magazines)
- Éléments les + importants : qualité des routes, paysages, distance à parcourir, circuits proposés
- Mode de réservation : en ligne (+ de 50 %)
- Itinéraire semi-planifié (66 %)
- Utilisation de Google Maps pour faire des tracés, suivre en temps réel l'itinéraire et repérer les services à proximité
- Hébergement 3 étoiles ou plus
- Principales activités : manger dans un restaurant de fine cuisine et achat de produits régionaux
- Périodes privilégiées pour séjour avec nuitées : juin (39 %), juillet (68 %), août (84 %), septembre (41 %)
- Planification avec Google Maps (46 %), moteur de recherche (46 %), cartes et guides (42 %), sites Web (38 %)
- Plusieurs km parcourus en une journée, le but premier étant de rouler

TENDANCES

DÉFIS

- Vieillesse de la population
- Hausse des frais liés à la pratique (immatriculation, assurances, cours, etc.)
- Entretien des routes et constance de la qualité
- Changements climatiques et impacts sur les routes côtières

OPPORTUNITÉS

- Pratique de la moto hors route en augmentation
- Avec les baby-boomers vieillissants, les compagnies ciblent + les jeunes et les femmes pour renouveler la clientèle : motos plus accessibles (\$), plus légères, diversifications des modèles (ex. : Spyder à trois roues)



Pst! Pour télécharger des fiches sur d'autres clientèles spécifiques ainsi que le Plan marketing complet, rendez-vous à gaspesie-espacemembre.com.