



TG désire développer la notoriété et la considération des adeptes de vélo de montagne afin de rajeunir la clientèle, de la diversifier en été et de prolonger la saison touristique en amont ou en aval de la haute saison.

TG développera prochainement un argumentaire pour ce produit nouvellement intégré au plan marketing.

MARCHÉ

- 620 000 adultes québécois ont pratiqué le vélo de montagne en 2015; c'est comparable à la pratique du ski de fond (622 000) et moins populaire que le ski alpin (734 000)
- 18-34 ans (286 000), 35-54 ans (265 000), 55 ans + (68 000)
- 22 000 km de sentiers offerts au Québec, 86 centres répartis dans 16 régions; le Québec est derrière la Colombie-Britannique (1) et Ontario (2) pour le nombre de km
- 400 000 h/semaine de pratique de ce sport
- Lieux de pratique éloignés des grands centres: les citadins doivent faire plus de 40 km pour s'y rendre

CARACTÉRISTIQUES DE L'OFFRE GASPÉSIENNE

- Sentiers majoritairement de type cross-country; Murdochville possède des sentiers de type Enduro; aucun sentier de type Descente n'est disponible à ce jour
- 7 sites selon Vélo Québec: Sentier de l'Igloo, Mont Béchervaise, Mont-Saint-Joseph, Parc national Forillon, Parc régional Val-d'Irène, Sentiers de vélo de montagne de Maria, Station touristique Pin Rouge
- 13 sites répertoriés par TG
- Les vedettes: Chic-Chac, Sentiers du Bout du Monde, Mont-Saint-Joseph, Pin Rouge, Val-d'Irène
- De nombreux chemins forestiers permettent de faire des balades en vélo de montagne
- Proximité du Parc-vélo Sugarloaf, situé à Campbellton, N.-B.



CLIENTÈLE

CARACTÉRISTIQUES DE LA CLIENTÈLE QUÉBÉCOISE

- Pratique majoritairement masculine
- 70 % de la clientèle a moins de 45 ans; 286 000 adeptes ont 18-34 ans; 265 000 ont 35-54 ans
- 42 % des adeptes pratiquent seuls, 36 % en famille et 36 % entre amis (les femmes qui pratiquent le font surtout en couple)
- 43 % pratiquent depuis plus de 10 ans; 17 % pratiquent depuis 2 ans ou moins
- Fréquence/an : 31 % pratiquent de 3 à 5 fois, 26 % + de 10 fois, 25 % occasionnellement seulement; les hommes sont plus « mordus » (32 % + de 10 fois) que les femmes (12 % + de 10 fois)
- Type de pratique : 74 % cross-country, 51 % descente (grimpe à 68 % chez les Montréalais), 51 % cyclocross, 30 % sauts
- Niveaux : la majorité sont des débutants, suivis de près par des intermédiaires; il y a peu d'experts

DÉPENSES ET DURÉE DE SÉJOUR

- Durée d'une sortie de fin de semaine : 43 % 1-2 h, 32 % 3-4 h, 10 % - de 1 h, 9 % 5-6 h
- Postes de dépenses en ordre d'importance pour le vélo de montagne au cours de la dernière année : achat d'équipement, hébergement, restauration, transport, droits d'accès, location d'équipement

COMPORTEMENT DE LA CLIENTÈLE QUÉBÉCOISE

- Motivation : activité physique (77 %), nature (77 %), dépassement de soi (19 %), découvrir de nouvelles régions (16 %)
- Choix de la destination : beauté du paysage, coût d'accès, qualité des sentiers, accessibilité du site (plus du ¼ ne considère pas importante la présence de services connexes ou la location)
- Distances parcourues en vue de la pratique du vélo la fin de semaine : 27 % + de 25 km (dont 5 % + de 100 km), 22 % 6-10 km
- Régions de pratique : Québec, Montréal, Laurentides, Montérégie
- Mont-Tremblant et Mont-Sainte-Anne : lieux favoris
- Freins à la pratique : coût (56 %), risque de chute (25 %)
- Sources d'information : aucune (45 %), site Web de la destination (31 %), médias sociaux (18 %); les hommes utilisent davantage les guides et répertoires que les femmes
- Prise de décision pour un séjour : 35 % + de 1 sem. à l'avance, 34 % le jour même ou la veille
- Hébergement : 35 % famille et amis, 23 % camping, 17 % hôtel, 15 % gîte, 7 % camping sauvage
- 13 % des touristes québécois à vélo ont indiqué avoir fait un séjour d'au moins une nuitée pour la pratique du vélo de montagne au cours de la dernière année
- Impact de la pratique sur celle du vélo de route : près du ¼ des adeptes de vélo de montagne ont diminué leur pratique et augmenté celle du vélo de route

TENDANCES

DÉFIS

- Coûts d'aménagement élevés reposant sur de petites entreprises et des OSBL
- Cohabitation des usagers, protection de la faune, accès au territoire

OPPORTUNITÉS

- *Fatbike* : pratique 4 saisons
- Intégration du vélo de montagne à la promotion de Vélo Québec depuis 2012
- *Bikepacking* et réseau de chemins forestiers développé en Gaspésie
- Électrification des vélos : accessibilité de la pratique
- Produit en développement en Gaspésie : tout est possible

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