

Montréal est une ville à revisiter

Le peu de temps que dure une tournée Ontario-Québec ne permet à des visiteurs en groupe que de goûter à un fort petit échantillon de ce que Montréal peut offrir. La solution vaut bien qu'on leur suggère : revenez-y ! Et c'est ce que plus de 8 visiteurs sur 10 comptent faire. Pourquoi ne pas le dire et convaincre ainsi vos clients de France pour qui l'Euro permet de s'offrir ici des repas, des locations de tous genres, à prix doux ? N'oublions pas qu'un euro vaut environ 50% de plus en devises canadiennes (1 € = 1,50 \$ CND) et bien sûr, on y parle français, ce qui rend tout plus facile. – Luc de B.

Le taux de satisfaction des touristes en hausse : Gastronomie, sécurité et convivialité : les forces de Montréal aux yeux des touristes

· publié le 27 juin 2019 · Tourisme Montréal.

D'après un sondage réalisé par la société Ipsos pour le compte de Tourisme Montréal, **95% des touristes d'agrément et d'affaires** interrogés ayant séjourné à Montréal en 2018 étaient **satisfaits** ou **très satisfaits** de leur expérience. Fait intéressant, la proportion de ceux qui affirment être très satisfaits est en augmentation de 20% depuis 2006. De plus, **93 % des touristes d'agrément** ont exprimé l'intention de recommander la destination tandis que **84% des touristes d'affaires** ont dit souhaiter revenir à Montréal pour une visite d'agrément. Globalement, **plus de 8 visiteurs sur 10** étaient disposés à revenir dans les cinq prochaines années.



Parmi les **caractéristiques ayant contribué à la qualité de leur expérience**, les répondants ont principalement cité l'ambiance, le sentiment de sécurité, l'esprit

convivial des Montréalais, la diversité de l'offre artistique, culturelle et événementielle, les nombreux festivals et la richesse gastronomique de la métropole. La majorité des répondants ont visité le Vieux-Montréal (85 %) et le centre-ville (84 %), de même que le parc du Mont-Royal et l'Oratoire Saint-Joseph. D'après le sondage, le **taux de satisfaction** à l'égard des défis associés à la circulation, aux chantiers de construction et à la mobilité est passé de 34 % en 2016 à 49 % en 2018.

« Depuis la fondation de Tourisme Montréal il y a 100 ans, nous avons développé un savoir-faire et un savoir-être qui nous ont permis de façonner une ville où il fait bon vivre et travailler, une ville ouverte qui accueille les visiteurs à bras ouverts. Et ça, c'est tout à l'honneur des Montréalais et des partenaires ! », a déclaré **Yves Lalumière, président-directeur général de Tourisme Montréal**.

Depuis 2006, Tourisme Montréal poursuit une démarche de recherche marketing sur l'**expérience des visiteurs** afin d'établir les orientations stratégiques relatives à l'accueil touristique et de développer la compétitivité de la destination Montréal. L'organisme mise sur cette démarche récurrente pour **mieux cerner la clientèle touristique** et **accroître l'impact de ses actions promotionnelles**. L'enquête menée en 2018 a permis de sonder **plus de 2 000 touristes d'agrément** ayant séjourné au moins deux nuits à Montréal, et **près de 500 touristes d'affaires** ayant passé au moins une nuit dans la métropole*.

Pour prendre connaissance du rapport complet, cliquez le [Sondage sur l'expérience des touristes à Montréal](#) ou sur l'image.

* Les résultats du sondage 2018 ont été établis à partir d'un questionnaire d'enquête en ligne auprès d'un échantillon de touristes. Ceux-ci ont été recrutés entre février 2018 et février 2019, via différentes approches. Ils étaient âgés de 18 ans et plus et ont séjourné par agrément (2 nuitées ou plus) et/ou par affaires (1 nuitée ou plus) à Montréal durant la période visée par le sondage.

Recherche et édition pour la CGAQ par Luc de Bellefeuille, 1^{er} juillet, 2019.