

RAPPORT ANNUEL DE PERFORMANCE
2010-2011



Quebec
vacances.com

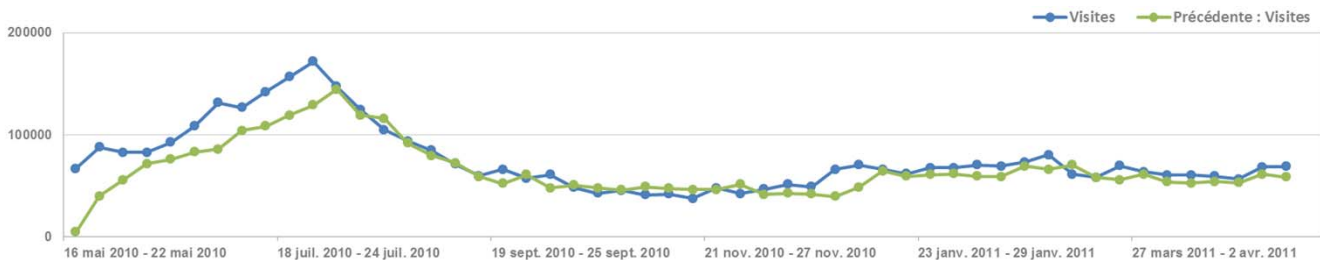


UN SITE PERFORMANT

Les résultats de ce rapport annuel de performance ont été préparés par le département de recherche et de communication de la SATQ/FEQ. Vous y retrouverez les principales statistiques de fréquentation, des informations clés sur la notoriété et la performance du site, ainsi qu'un profil détaillé de la clientèle de Quebecvacances.com.

STATISTIQUES ANNUELLES

Achalandage de Quebecvacances.com/Quebecgetaways.com du 16 mai 2010 au 15 mai 2011¹



Visites : augmentation de 14 %

16 mai 2010 au 15 mai 2011 vs
16 mai 2009 au 15 mai 2010



Pages vues : augmentation de 13 %

16 mai 2010 au 15 mai 2011 vs
16 mai 2009 au 15 mai 2010

Visites : **3,95 millions**

Visiteurs uniques : **2,76 millions**

Pages vues : **18,7 millions**

Moyenne des pages vues : **4,8 pages par visite²**

Temps de navigation : **3 minutes, 23 secondes²**

Clics vers les sites des entreprises : **1,65 million³**

FRÉQUENTATION SAISONNIÈRE DU SITE¹

STATISTIQUES ÉTÉ

(16 mai 2010 au 15 septembre 2010)

Visites : **1,91 million**

Visiteurs uniques : **1,36 million**

Pages vues : **9,5 millions**

Clics vers les sites des entreprises : **839 636³**

STATISTIQUES AUTOMNE

(16 septembre 2010 au 15 novembre 2010)

Visites : **442 000**

Visiteurs uniques : **361 963**

Pages vues : **1,9 million**

Clics vers les sites des entreprises : **169 805³**

STATISTIQUES HIVER

(16 novembre 2010 au 25 mars 2011)

Visites : **1,14 million**

Visiteurs uniques : **883 355**

Pages vues : **5,1 millions**

Clics vers les sites des entreprises : **445 706³**

STATISTIQUES PRINTEMPS

(26 mars au 15 mai 2011)

Visites : **459 653**

Visiteurs uniques : **375 467**

Pages vues : **2,2 millions**

Clics vers les sites des entreprises : **193 422³**



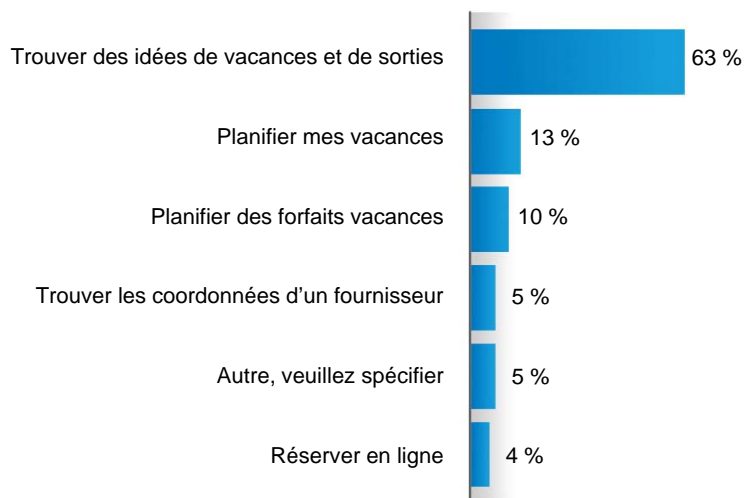
UN SITE PERFORMANT CONNU DES QUÉBÉCOIS

61,4 % des Québécois connaissent le site Quebecvacances.com.

Parmi ceux-ci, 52 % l'ont visité au cours des 12 derniers mois⁴.

UN SITE POUR TROUVER DES IDÉES DE VACANCES ET DE SORTIES⁵

But de la visite



UN SITE QUI GÉNÈRE DES ACHATS TOURISTIQUES

42 % des visiteurs québécois du site ont consommé un produit touristique à la suite d'une visite sur le site. Cela représente plus de 1,1 million de Québécois⁶.

Parmi ces acheteurs, on observe que Quebecvacances.com est :

- un site efficace auprès de 46 % des femmes
- un site pertinent pour 47 % des ménages avec un revenu de plus de 80 000 \$

UN SITE QUI RÉPOND AUX BESOINS DES INTERNAUTES

Quebecvacances.com propose aux internautes les 4 types d'informations les plus consultées par les touristes québécois en 2011⁷ :

- Fiches d'information et articles sur la destination
- Répertoires, compilation des attraits, activités
- Carte sur le Web localisant les services
- Contenus promotionnels



FICHE HAUTE PERFORMANCE³

Taux de conversion de 26 %

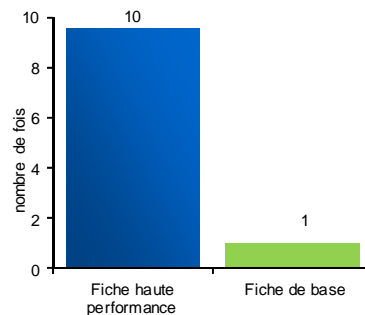
En moyenne, 26 % de l'achalandage généré par les Fiches haute performance est converti en « clic » vers le site Internet du client.

ACHALANDAGE DES FICHES D'INFORMATION

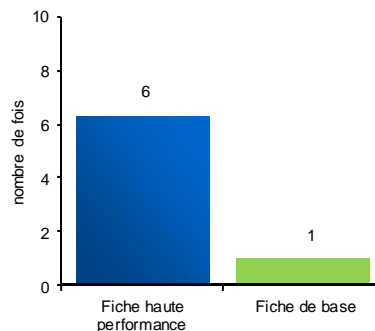
La Fiche haute performance permet de se démarquer et répond aux besoins des internautes qui cherchent à obtenir de l'information, consulter des forfaits et voir des photos des différentes destinations vacances.

Durant la période, du **16 mai 2010 au 15 mai 2011**, les fiches d'information ont généré en moyenne pour les clients de Quebecvacances.com et Quebecgetaways.com :


10 fois plus de clics
vers les sites Internet
des clients que les
fiches de base



6 fois plus de pages vues
que les fiches de base



PROFIL DÉTAILLÉ DE L'INTERNAUTE

Le profil sociodémographique a été obtenu à la suite d'une **étude OMNIWEB de TNS**,  réalisée du 6 au 15 juin 2011, afin de mesurer le taux d'utilisation du site Quebecvacances.com.

Sexe	Profil de l'internaute
Femme	45 %
Homme	55 %

Enfant	Profil de l'internaute
Oui	30 %
Non	70 %

Âge	Profil de l'internaute
18 - 24	6 %
25 - 34	19 %
35 - 49	27 %
50 +	48 %

Occupation	Profil de l'internaute
Travailleur	62 %
Étudiant	4 %
Retraité	20 %
Sans emploi/ chômage	14 %

Revenus	Profil de l'internaute
Moins de 35 000 \$	33 %
35 000 \$ - 59 000 \$	33 %
60 000 \$ - 79 000 \$	16 %
80 000 \$ et plus	18 %

Scolarité	Profil de l'internaute
Primaire/secondaire	35 %
Collégial	36 %
Universitaire	28 %

État civil	Profil de l'internaute
Marié/conjoint fait	61 %
Célibataire	25 %
Divorcé/séparé/veuf	14 %

Région*	Profil de l'internaute
Grand Montréal	41 %
Grand Québec	17 %
Est	9 %
Centre	13 %
Ouest	20 %

Grand Montréal : Montréal, Laval, Montérégie.

Grand Québec : Québec, Chaudières-Appalaches

Centre : Centre-du-Québec, Estrie, Mauricie

Est : Bas-Saint-Laurent, Côte-Nord, Gaspésie, Nord-du-Québec, Saguenay-Lac-Saint-Jean

Ouest : Outaouais, Laurentides, Lanaudière, Abitibi-Témiscamingue

1 Source : Google Analytics: Quebecvacances.com et Quebecgetaways.com, 16 mai 2010 au 15 mai 2011.

2 Source : Google Analytics: Quebecvacances.com seulement, 16 mai 2010 au 15 mai 2011.

3 Source : Base de données interne Quebecvacances.com et Quebecgetaways.com.

4 Source : Sondage TNS, 6 au 15 juin 2011 (5 000 répondants).

5 Source : Sondage Iperception, saison estivale 2010.

6 Source : Combinaison du sondage TNS et résultats de Google Analytics.

7 Source : Étude menée du 8 au 20 mars 2011 par Ipsos et le Réseau de veille en tourisme, en partenariat avec le ministère du Tourisme du Québec (1 092 répondants).