Statistiques de fréquentation par établissement 2009-2010 2010-2011 2011-2012 2012-2013 2013-2104 2014-2015 2015-2016 Jours-visites Jours-visites Jours-visites Jours-visites Jours-visites Jours-visites Jours-visites Parcs nationaux (1) 40 775 40 183 40 043 35 966 30 209 28 154 Aiguebelle 40 052 3 996 Anticosti 4 634 4 633 2 9 1 9 1 568 2 127 3 425 Bic 173 327 189 189 165 405 162 851 158 695 163 183 211 992 97 002 97 731 107 170 94 607 83 351 91 432 Frontenac 110 133 182 788 203 494 217 158 Gaspésie 199 512 216 977 206 636 176 160 Grands-Jardins 73 023 75 269 75 150 67 944 70 685 78 177 86 331 Hautes-Gorges-de-la-Rivière-Malbaie 79 312 74 053 74 513 75 608 77 636 415 95 840 54 633 59 452 50 957 51 463 46 444 40 915 46 492 Île-Bonaventure-et-du-Rocher-Percé 233 430 240 916 Îles-de-Boucherville 296 981 323 600 268 538 274 307 214 214 186 998 219 133 279 394 Jacques-Cartier 151 903 161 727 156 722 180 329 Miguasha 18 813 17 349 15 933 14 454 13 618 13 245 13 462 Mont-Mégantic 66 775 67 866 66 759 75 112 73 588 78 458 104 168 Mont-Orford 433 281 467 362 425 124 433 804 406 658 405 903 524 163 Mont-Saint-Bruno 827 058 969 119 844 331 836 947 776 843 790 676 954 233 Mont-Tremblant 398 798 423 942 400 635 410 889 395 026 393 656 495 335 Monts-Valin 25 666 25 337 25 158 28 337 28 143 30 967 29 386 582 631 728 612 Oka 750 938 780 883 736 467 709 261 556 548 Opémican 27 65 Plaisance 111 184 110 357 100 398 103 085 96 491 92 036 102 751 Pointe-Taillon 56 283 69 719 65 976 64 322 59 417 59 657 65 896 Fjord-du-Saguenay 95 128 97 241 90 047 90 295 86 552 90 454 108 596 9 390 8 414 38 861 43 905 44 543 Lac-Témiscouata 3 2 3 7 167 078 176 714 163 790 173 518 161 434 161 529 215 327 Yamaska SOUS-TOTAL PARCS NATIONAUX 4 100 023 4 442 836 4 076 701 4 125 130 3 804 276 3 816 601 4 616 546 Centres touristiques Aquarium du Québec 292 061 307 587 311 667 396 590 394 242 417 370 454 129 Auberge de montagne des Chic-Chocs 3 821 3 867 4 102 4 430 4 426 5 068 5 118 25 477 21 340 21 819 21 675 Camping de la Baie-de-Percé 25 152 Parc de la Chute-Montmorency 580 367 588 946 715 770 654 799 625 985 633 393 708 807 Station touristique Duchesnay 127 924 120 603 113 922 105 043 102 707 98 634 93 005 Auberge et Golf Fort-Prével 24 315 23 318 20 929 18 916 15 258 14 131 12 073 44 130 36 864 46 580 Gîte du Mont-Albert 45 105 42 849 42 505 40 369 Centre touristique du Lac-Kénogami 18 013 19 050 18 435 21 775 22 417 22 450 22 113 Centre touristique du Lac-Simon 98 504 98 918 105 503 109 128 107 682 108 508 117 604 53 888 Camping des Voltigeurs 49 309 49 669 46 910 52 325 50 645 51 297 SOUS-TOTAL CENTRES TOURISTIQUES 1 219 466 1 237 435 1 358 578 1 384 825 1 345 037 1 350 851 1 466 737 Réserves fauniques 24 016 24 964 23 024 21 919 21 529 21 480 18 754 Pourvoirie Sépaq Anticosti 11 720 13 349 12 675 12 887 12 759 12 873 Ashuapmushuan 14 924 Assinica et Lacs-Albanel-Mistassini-Waconichi 16 415 19 566 20 058 21 700 20 997 21 552 22 061 Chic-Chocs 8 701 9 031 8 327 8 945 9 387 9 550 9 847 Laurentides 100 678 98 226 90 324 93 171 94 721 96 697 123 553 La Vérendrye 176 688 198 419 188 772 167 765 196 774 194 951 191 696 68 034 68 964 66 617 70 852 72 090 75 012 Mastigouche 78 369 22 543 21 464 23 022 18 998 21 829 25 605 24 320 Matane 65 506 67 362 71 496 74 952 Papineau-Labelle 65 231 68 682 75 539 6 255 7 714 13 282 13 002 11 941 13 726

GRAND TOTAL	5 951 167	6 337 584	6 072 658	6 128 920	5 811 100	5 843 907	6 791 130

4 327

42 342

15 022

31 859

35 260

637 379

4 122

39 616

16 476

27 553

33 209

618 965

5 113

43 976

17 826

29 365

35 676

676 455

5 879

44 885

18 373

30 100

37 872

707 847

4 596

43 547

16 636

28 160

34 136

661 787

6 395

4 634

41 537

15 221

32 832

35 905

657 313

4 988

42 726

14 859

31 712

36 837

631 678

Sépaq - 2016-09-12 N/Réf. 0101-270

SOUS-TOTAL RÉSERVES FAUNIQUES

Port-Cartier-Sept-Îles

Port-Daniel

Rouge-Matawin

Saint-Maurice

Portneuf Rimouski

⁽¹⁾ Mise à jour de la méthode d'estimation de la fréquentation liée aux détenteurs de cartes.



			ANNÉE		
	2009			2014	CONSTATS
Provenance de la clientèle des parcs nationaux ((clientèle quotidienne s	seulement)			
RMR Montréal	68 %			64 %	
RMR Québec	6 %			8 %	
Chaudière-Appalaches (excluant la RMR de Québec)	1 %			1 %	
Capitale-National (excluant la RMR de Québec)	1 %			0 %	
Montérégie (excluant la RMR de Montréal)	3 %			3 %	
Lanaudière (excluant la RMR de Montréal)	1 %			1 %	
Laurentides (excluant la RMR de Montréal)	1 %			1 %	
Estrie	6 %			9 %	
Mauricie	1 %			1 %	On dénote peu de changements significatifs dans la provenance de la clientèle quotidienne depuis les cinq dernières années. La région de Montréal, plus spécifiquement la couronne
Centre-du-Québec	1 %			1 %	sud de la RMR, a perdu de son poids au profit de l'Estrie et de la région de Québec.
Bas-Saint-Laurent	1 %			2 %	
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	1 %			1 %	
Côte-Nord	0 %			0 %	
Saguenay – Lac-Saint-Jean	1 %			2 %	
Outaouais	2 %			2 %	
Abitibi-Témiscamingue	1 %			1 %	
Nord-du-Québec	0 %			0 %	
Extérieur du Québec	4 %			3 %	



			ANNÉE	CONCTATO		
	2010	2011	2012	2013	2014	CONSTATS
Provenance Prêt-à-camper (Huttopia et Hékipia)						
RMR Montréal	n.d.	55 %	53 %	52 %	53 %	
RMR Québec	n.d.	13 %	13 %	14 %	14 %	
Chaudière-Appalaches (excluant la RMR de Québec)	n.d.	1 %	1 %	1 %	2 %	
Capitale-National (excluant la RMR de Québec)	n.d.	1 %	1 %	1 %	1 %	
Montérégie (excluant la RMR de Montréal)	n.d.	6 %	6 %	6 %	6 %	
Lanaudière (excluant la RMR de Montréal)	n.d.	1 %	2 %	2 %	2 %	
Laurentides (excluant la RMR de Montréal)	n.d.	2 %	1 %	1 %	1 %	
Estrie	n.d.	3 %	3 %	3 %	3 %	Drès de 70 % de la clientèle de prêt à comper provient des DMD de Montréel et de
Mauricie	n.d.	1 %	2 %	2 %	1 %	Près de 70 % de la clientèle de prêt-à-camper provient des RMR de Montréal et de Québec. Il y a eu peu de changement en ce qui a trait à la provenance de la clientèle au cours des quatre dernières années.
Centre-du-Québec	n.d.	1 %	2 %	2 %	2 %	Les clientèles de France et des autres provinces canadiennes ne sont pas négligeables.
Bas-Saint-Laurent	n.d.	1 %	1 %	2 %	2 %	Les clienteles de France et des adires provinces canadiennes ne sont pas negligeables.
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	n.d.	0 %	0 %	0 %	0 %	
Côte-Nord	n.d.	0 %	0 %	0 %	0 %	
Saguenay – Lac-Saint-Jean	n.d.	2 %	2 %	2 %	2 %	
Outaouais	n.d.	3 %	4 %	4 %	4 %	
Abitibi-Témiscamingue	n.d.	1 %	1 %	1 %	1 %	
Nord-du-Québec	n.d.	0 %	0 %	0 %	0 %	
Extérieur du Québec	n.d.	6 %	7 %	7 %	7 %	



			ANNÉE	CONSTATS		
Provenance de la clientèle camping	2010	2011	2012	2013	2014	CONSTATS
RMR Montréal	52 %	52 %	52 %	51 %	51 %	Stable
RMR Québec	10 %	10 %	10 %	10 %	10 %	Stable
Autres régions du Québec	32 %	31 %	31 %	32 %	31 %	Stable
Extérieur du Québec	7 %	7 %	7 %	7 %	7 %	Stable

Sépaq - 2016-09-12 N/Réf. 0101-270



			ÉTÉ			
	2010	2011	2012	2013	2014	CONSTATS
Provenance des villégiateurs						
RMR Montréal	n.d.	39 %	43 %	46 %	47 %	
RMR Québec	n.d.	15 %	15 %	13 %	15 %	
Chaudière-Appalaches (excluant la RMR de Québec)	n.d.	2 %	2 %	2 %	2 %	
Capitale-National (excluant la RMR de Québec)	n.d.	1 %	1 %	1 %	1 %	
Montérégie (excluant la RMR de Montréal)	n.d.	5 %	5 %	5 %	5 %	
Lanaudière (excluant la RMR de Montréal)	n.d.	2 %	2 %	2 %	2 %	
Laurentides (excluant la RMR de Montréal)	n.d.	3 %	2 %	2 %	2 %	
Estrie	n.d.	2 %	3 %	2 %	3 %	La région de Montréal a cru considérablement au profit des régions rurales. L'île de
Mauricie	n.d.	3 %	2 %	2 %	2 %	 Montréal a connu la plus forte croissance parmi les divers secteurs qui composent la RMR de Montréal.
Centre-du-Québec	n.d.	2 %	1 %	1 %	2 %	Les villégiateurs provenant de l'extérieur du Québec, particulièrement de France et des
Bas-Saint-Laurent	n.d.	3 %	3 %	2 %	2 %	autres provinces canadiennes, constituent une clientèle plus importante que les régions du Québec à l'exception de Montréal et de Québec.
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	n.d.	2 %	2 %	2 %	1 %	
Côte-Nord	n.d.	0 %	0 %	0 %	0 %	
Saguenay – Lac-Saint-Jean	n.d.	1 %	1 %	1 %	1 %	
Outaouais	n.d.	4 %	4 %	3 %	3 %	
Abitibi-Témiscamingue	n.d.	4 %	4 %	3 %	2 %	
Nord-du-Québec	n.d.	0 %	0 %	0 %	0 %	
Extérieur du Québec	n.d.	11 %	10 %	11 %	11 %	

SOMMAIRE – **N**OMBRE ET MOTIFS DES PLAINTES

1 ^{ER} AVRIL 2012 AU 31 MARS 2013 MOTIFS		1 ^{ER} AVRIL 2013 AU 31 MARS 2014 MOTIFS		1 ^{ER} AVRIL 2014 AU 31 MARS 20 3	L 5	1 ^{ER} AVRIL 2015 AU 31 MARS 20 1	L 6	1 ^{ER} AVRIL 2016 AU 23 AOÛT 201 0	6
				MOTIFS		MOTIFS		MOTIFS	
01-aucun;	148	01-aucun;	207	01-aucun;	186	01-aucun;	172	01-aucun;	62
02-propreté;	29	02-propreté;	16	02-propreté;	26	02-propreté;	36	02-propreté;	7
03-état-bâtiment;	33	03-état-bâtiment;	18	03-état-bâtiment;	21	03-état-bâtiment;	20	03-état-bâtiment;	23
04-état-routes;	24	04-état-routes;	31	04-état-routes;	20	04-état-routes;	24	04-état-routes;	18
05-état-équipement;	61	05-état-équipement;	48	05-état-équipement;	57	05-état-équipement;	41	05-état-équipement;	16
06-gibier/poisson;	10	06-gibier/poisson;	11	06-gibier/poisson;	12	06-gibier/poisson;	12	06-gibier/poisson;	11
07-tarification;	57	07-tarification;	44	07-tarification;	68	07-tarification;	51	07-tarification;	30
08-signalisation-routes;	5	08-signalisation-routes;	2	08-signalisation-routes;	7	08-signalisation-routes;	7	08-signalisation-routes;	3
09-signalisation-sentiers;	9	09-signalisation-sentiers;	6	09-signalisation-sentiers;	4	09-signalisation-sentiers;	8	09-signalisation-sentiers;	3
10-accueil-surplace;	20	10-accueil-surplace;	8	10-accueil-surplace;	23	10-accueil-surplace;	24	10-accueil-surplace;	6
11-personnel/employés;	42	11-personnel/employés;	43	11-personnel/employés;	32	11-personnel/employés;	55	11-personnel/employés;	28
12-présence-autochtone;	7	12-présence-autochtone;	4	12-présence-autochtone;	6	12-présence-autochtone;	12	12-présence-autochtone;	1
13-boutique;	0	13-boutique;	3	13-boutique;	2	13-boutique;	2	13-boutique;	2
14-cartes;	0	14-cartes;	2	14-cartes;	2	14-cartes;	6	14-cartes;	1
15-exclusivité-territoire;	24	15-exclusivité-territoire;	9	15-exclusivité-territoire;	7	15-exclusivité-territoire;	12	15-exclusivité-territoire;	1
16-foresterie-coupe/bruit;	15	16-foresterie-coupe/bruit;	6	16-foresterie-coupe/bruit;	11	16-foresterie-coupe/bruit;	4	16-foresterie-coupe/bruit;	2
17-quiétude des lieux;	37	17-quiétude des lieux;	38	17-quiétude des lieux;	49	17-quiétude des lieux;	55	17-quiétude des lieux;	25
18-autres motifs;	239	18-autres motifs;	152	18-autres motifs;	168	18-autres motifs;	185	18-autres motifs;	107
19-souris-mulots-rongeurs;	31	19-souris-mulots-rongeurs;	4	19-souris-mulots-rongeurs;	8	19-souris-mulots-rongeurs;	5	19-souris-mulots-rongeurs;	15
Non défini.	89	Non défini.	123	20-avantages Carte réseau PQ.	6	20-avantages Carte réseau PQ;	7	20-avantages Carte réseau PQ;	3
						21-Suivi projet pilote chiens;	37	21- Suivi du projet pilote chiens;	42
						22-Promotions-publicité.	4	22- Promotions – publicités.	15
Tabel	600	T-1-1.	7	Tabel	745	Tabala	770	Tabel	434
Total:	880	Total :	775	Total :	715	Total:	779	Total:	421

LISTE DES ÉTUDES RÉALISÉES SUR LA CLIENTÈLE DU 1^{er} avril 2014 au 23 août 2016

- Étude de satisfaction 2014 de la clientèle des parcs nationaux.
- Étude sur la clientèle ayant effectué un séjour de chasse à l'orignal dans une réserve faunique à l'automne 2014.
- Étude sur la clientèle ayant visité l'Aquarium du Québec durant l'été 2014.
- o Portrait de la pratique de la pêche chez les Québécois âgés de 55 ans et plus.
- Étude sur la clientèle ayant effectué un séjour de pêche dans une réserve faunique ou un parc national en 2015.
- o Étude sur la clientèle ayant effectué un séjour de chasse au cerf de Virginie.
- Évaluation du potentiel de développement de nouveaux types d'hébergement à la Société des établissements de plein air du Québec.
- o Groupes de discussion avec des non-clients ou des anciens clients de l'Aquarium du Québec à l'égard des raisons pour lesquelles ils ne fréquentent pas cet établissement.
- o Sondage omnibus sur la notoriété de l'Aquarium du Québec.
- o Évaluation de la fréquentation des détenteurs de cartes Parc et de cartes réseau Parcs Québec.
- Étude sur la pratique de la pêche sportive parmi la population immigrée et les groupes ethnoculturels du Québec.
- o Tests d'utilisateurs de la nouvelle plate-forme de réservation de l'Aquarium du Québec.
- Étude sur la clientèle ayant effectué un séjour de villégiature dans une réserve faunique en 2015.
- o Tests d'utilisateurs de la nouvelle plate-forme de réservation de camping.

LISTE DES ÉTUDES EN COURS AU 23 AOÛT 2016 SUR LA CLIENTÈLE

o Impact de la présence de chiens dans les parcs nationaux sur la qualité de l'expérience des visiteurs (étude sur 3 ans).

2016-09-12

Page 7 sur 7