

# Profils des vendeurs

## Qui sont les vendeurs

### OBJECTIFS DE PARTICIPATION À L'ÉVÉNEMENT

Rencontrer vos clients et faire le point sur la situation pandémique (Covid-19) .....	80,6%	Présenter vos tarifs pour 2021 .....	25,5%
Conclure des ententes immédiates .....	15,7%	Les visioconférences .....	9,8%
Établir un premier contact avec des acheteurs potentiels...	79,7%	Autres objectifs .....	20,5%

### NATURE DE LA COMPAGNIE

Association / Bureau de tourisme (DMO).....	24,5%	Restauration.....	22,4%
Attraction .....	41,3%	Service touristique .....	9,8%
Courtier en billets.....	0%	Transport .....	3,5%
Hébergement.....	35,7%		

### PROVENANCE

États-Unis .....	1,5%	Ouest Canadien .....	0%	Territoires canadiens.....	0%
Maritimes.....	5,6%	Prairies.....	1,0%		
Ontario .....	17,4%	Québec .....	74,4%		

### PRODUITS VENDUS PAR LES VENDEURS

Activité agrotouristique .....	19,1%	Golf .....	17,5%	Site industriel .....	5,7%
Activité aventure, nature, plein-air...41,2%		Hôtel .....	44,8%	Site religieux .....	14,9%
Activité d'apprentissage (Learning)..28,9%		Jardin .....	10,8%	Site sportif .....	13,9%
Aquarium .....	4,1%	Micro-brasserie .....	19,1%	Spectacle .....	21,6%
Auberge .....	19,1%	Musée .....	33,0%	Station de ski .....	11,3%
Casino .....	7,7%	Parc d'amusement .....	17,5%	Tour d'observation .....	10,3%
Centre commercial.....	12,9%	Parc / Pourvoirie .....	8,2%	Tourisme autochtone .....	16,0%
Centre de santé et spa .....	17,0%	Repas champêtre .....	16,0%	Transport .....	12,9%
Centre de villégiature .....	17,0%	Résidence de tourisme (condos, chalets, appartements) ...13,9%		Verger.....	10,8%
Chaîne d'hôtel/motel .....	27,3%	Restaurant.....	43,8%	Vignoble .....	12,4%
Croisière .....	13,9%	Service de guides .....	23,2%	Zoo .....	7,2%
Destination (DMO / ATR) .....	22,7%	Site culturel .....	35,6%		
Festival .....	18,0%				

### RÉGIONS TOURISTIQUES OÙ SONT SITUÉS PRINCIPALEMENT LES VENDEURS

Région touristique - Province du Québec		Région touristique - Hors Québec			
Abitibi-Témiscamingue .....	8,4%	Laval .....	7,7%	Alberta .....	2,1%
Baie-James.....	2,8%	Manicouagan.....	4,2%	Colombie-Britannique .....	2,8%
Bas-Saint-Laurent.....	7,0%	Mauricie.....	14,7%	États-Unis .....	1,4%
Cantons-de-l'Est .....	9,8%	Montérégie .....	13,3%	Île-du-Prince-Édouard .....	2,1%
Centre-du-Québec.....	7,7%	Montréal .....	16,8%	Manitoba .....	2,8%
Charlevoix .....	7,7%	Nunavik .....	2,8%	Nouveau-Brunswick.....	3,5%
Chaudière-Appalaches .....	6,3%	Outaouais .....	9,1%	Nouvelle-Écosse .....	3,5%
Duplessis .....	4,2%	Québec .....	27,3%	Nunavut .....	0%
Eeyou Istchee .....	2,8%	Saguenay-Lac-Saint-Jean .....	14,7%	Ontario .....	9,1%
Gaspésie .....	9,1%			Saskatchewan.....	2,1%
Îles de la Madeleine.....	2,8%			Terre-Neuve et Labrador.....	2,8%
Lanaudière .....	6,3%			Territoires du Nord-Ouest .....	1,4%
Laurentides .....	9,1%			Yukon .....	0%



# Profils des vendeurs

## Qui sont les vendeurs

### OBJECTIFS DE PARTICIPATION À L'ÉVÉNEMENT

Rencontrer vos clients et faire le point sur la situation pandémique (Covid-19) .....	84,9%	Présenter vos tarifs pour 2022 .....	34,4%
Conclure des ententes immédiates .....	21,9%	Les visioconférences .....	7,3%
Établir un premier contact avec des acheteurs potentiels...	83,7%	Autres objectifs .....	21,3%

### NATURE DE LA COMPAGNIE

Association / Bureau de tourisme (DMO).....	26,0%	Restauration.....	19,9%
Attraction .....	45,9%	Service touristique .....	13,8%
Courtier en billets.....	0%	Transport .....	3,1%
Hébergement.....	33,2%		

### PROVENANCE

États-Unis .....	1,5%	Ouest Canadien .....	0%	Territoires canadiens.....	0%
Maritimes.....	7,1%	Prairies.....	1,0%		
Ontario .....	16,2%	Québec .....	74,2%		

### PRODUITS VENDUS PAR LES VENDEURS

Activité agrotouristique .....	11,2%	Golf .....	9,7%	Site industriel .....	4,6%
Activité aventure, nature, plein-air..	26,5%	Hôtel .....	30,1%	Site religieux .....	9,2%
Activité d'apprentissage (Learning)..	18,9%	Jardin .....	9,2%	Site sportif .....	8,2%
Aquarium .....	4,1%	Micro-brasserie .....	11,7%	Spectacle .....	15,3%
Auberge .....	9,7%	Musée .....	24,5%	Station de ski .....	6,1%
Casino .....	5,1%	Parc d'amusement .....	9,7%	Tour d'observation .....	9,7%
Centre commercial.....	6,1%	Parc / Pourvoirie .....	6,1%	Tourisme autochtone .....	10,2%
Centre de santé et spa .....	11,7%	Repas champêtre .....	9,7%	Transport .....	7,7%
Centre de villégiature .....	11,2%	Résidence de tourisme (condos, chalets, appartements) ...	11,7%	Verger.....	5,6%
Chaîne d'hôtel/motel .....	14,3%	Restaurant.....	27,6%	Vignoble .....	7,1%
Croisière .....	8,7%	Service de guides .....	14,8%	Zoo .....	7,1%
Destination (DMO / ATR) .....	21,9%	Site culturel .....	24,5%		
Festival .....	10,7%				

### RÉGIONS TOURISTIQUES OÙ SONT SITUÉS PRINCIPALEMENT LES VENDEURS

#### Région touristique - Province du Québec

Abitibi-Témiscamingue .....	11,7%
Baie-James.....	8,7%
Bas-Saint-Laurent.....	14,3%
Cantons-de-l'Est .....	15,3%
Centre-du-Québec .....	13,3%
Charlevoix .....	16,8%
Chaudière-Appalaches .....	13,8%
Duplessis .....	0%
Eeyou Istchee .....	0%
Gaspésie .....	14,3%
Îles de la Madeleine.....	10,2%
Lanaudière .....	12,8%
Laurentides .....	15,8%

Laval .....	12,2%
Manicouagan.....	11,2%
Mauricie.....	14,3%
Montréal .....	24,0%
Nunavik .....	0%
Outaouais .....	18,9%
Québec .....	30,6%
Saguenay-Lac-Saint-Jean .....	19,4%

#### Région touristique - Hors Québec

Alberta .....	0%
Colombie-Britannique .....	0%
États-Unis .....	8,7%
Île-du-Prince-Édouard .....	9,2%
Manitoba .....	8,7%
Nouveau-Brunswick.....	13,8%
Nouvelle-Écosse .....	0%
Nunavut .....	0%
Ontario .....	25,5%
Saskatchewan.....	8,7%
Terre-Neuve et Labrador.....	10,2%
Territoires du Nord-Ouest .....	0%
Yukon .....	0%

