

Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce

Analyse spéciale de l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages



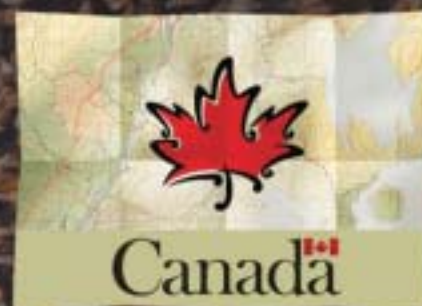
EAPV

Une généreuse nature

COMMISSION
CANADIENNE
DU TOURISME



CANADIAN
TOURISM
COMMISSION



Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce

Analyse spéciale de l'Enquête sur les activités et les
préférences en matière de voyages (EAPV)

Préparé pour :

La Commission canadienne du tourisme (CCT)

par :

Research Resolutions
& Consulting Ltd.



Données de catalogage avant publication de la Bibliothèque nationale du Canada

Vedette principale au titre :

Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce

Publ. aussi en anglais sous le titre: Canadian soft outdoor adventure enthusiasts.

« Analyse spéciale de l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV) ».

ISBN 0-662-88734-4

No de cat. C86-167/2003F

1. Tourisme d'aventure--Canada.
 2. Écotourisme--Canada.
 3. Tourisme--Canada.
- I. Commission canadienne du tourisme.
II. Research Resolutions & Consulting Ltd.

G155.C3C3214 2003

338.4'7917104648

C2003-902132-7

Si vous souhaitez obtenir des exemplaires supplémentaires, veuillez envoyer un courriel au Centre de distribution de la CCT à : distribution@ctc-cct.ca, en indiquant le numéro de référence #C50157F, ou visiter notre site web à www.canadatourisme.com.

Table des matières

1. Introduction	1
2. Résumé	3
2.1 Adeptes de l'aventure de plein air douce : taille du marché	3
2.2 Caractéristiques démographiques des adeptes de l'aventure de plein air douce.....	4
2.3 Activités des adeptes de l'aventure de plein air douce	4
2.4 Chevauchement avec d'autres segments d'activités	5
2.5 Image et médias	5
2.6 Incidences des changements dans la population	6
2.7 Incidences pour les adeptes de l'aventure de plein air douce	7
2.8 Résumé.....	7
3. Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce — 2000	9
3.1 Taille du marché et chevauchement avec d'autres segments d'activités	9
3.2 Lieu de résidence et destinations visitées	10
3.3 Caractéristiques démographiques des adeptes de l'aventure de plein air douce.....	13
3.4 Activités des adeptes de l'aventure de plein air douce	16
3.4.1 Activités de plein air douces.....	16
3.4.2 Autres activités de plein air	17
3.4.3 Activités liées au patrimoine.....	18
3.4.4 Activités liées aux arts de la scène et aux arts visuels	19
3.4.5 Autres activités axées sur les attractions.....	19
3.5 Notation du Canada	20
3.6 Façons de toucher les adeptes de l'aventure de plein air douce.....	23
4. Projections jusqu'en 2026.....	27
4.1 Introduction	27
4.2 Guide du lecteur.....	27
4.3 Changements régionaux dans le marché canadien.....	28
4.4 Changements démographiques dans le marché canadien.....	30
4.4.1 Sexe et âge	30
4.4.2 Revenu des ménages et niveau d'instruction	31
4.4.3 Composition des ménages.....	31
4.4.4 Lieu de naissance	32
4.5 Choix des destinations.....	33
4.6 Adeptes de l'aventure de plein air douce.....	34

5. Annexe	35
5.1 Définitions de l'EAPV.....	35
5.2 Tailles de départ non pondérées	37
5.3 Taux d'attraction	37
5.4 Activités mesurées au cours de l'EAPV.....	38

1. Introduction

Le Canada offre un large éventail d'expériences touristiques à ses résidents. Pour mieux connaître la taille éventuelle, les caractéristiques et les intérêts de segments de marché canadiens établis selon le domaine d'activités, la Commission canadienne du tourisme (CCT) a chargé Research Resolutions & Consulting Ltd. de réaliser des analyses et des rapports spéciaux fondés sur l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV). Le présent rapport porte sur les **touristes adeptes de l'aventure de plein air douce** – des Canadiens qui ont effectué des voyages d'agrément au Canada et qui manifestent un intérêt particulier à l'égard de l'aventure de plein air douce. À ce titre, ils ont fait des voyages d'agrément au Canada et, dans nombre de cas, vers d'autres destinations au cours des deux dernières années, et ont participé à au moins deux des activités suivantes au cours de ces voyages :

- Cyclisme récréatif
- Motocyclisme
- Kayak ou canotage
- Motonautisme
- Voile
- Planche à voile
- Petite ou grande randonnée pédestre en pleine nature
- Équitation
- Vol en montgolfière
- Ski de fond
- Ski alpin
- Planche à neige
- Motoneige

Les données sur ces touristes constituent une précieuse source d'information pour les agents de marketing et les entreprises touristiques qui veulent élargir ou conserver leur part du marché intérieur des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce.

On a modifié l'EAPV pour obtenir, en plus du profil *actuel* des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce, une évaluation des incidences du vieillissement de la population sur le potentiel de marché relativement à ce segment. Au moyen de projections de la population canadienne obtenues de Statistique Canada, on a « vieilli » de 25 ans les données de l'EAPV. Les comparaisons de la taille et de la composition du marché ainsi que du comportement en voyage des Canadiens en 2000 avec les estimations du profil du marché en 2026 donnent aux planificateurs et aux agents de marketing touristiques une information de première importance sur les produits et services qu'il faudrait peut-être offrir à l'avenir pour attirer les touristes du plus grand marché du Canada – celui des Canadiens qui voyagent au pays. Le quatrième chapitre du présent rapport porte sur les incidences des changements dans la population sur le marché intérieur des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce.

Il est possible d'obtenir de la CCT d'autres rapports présentant le profil d'autres segments du tourisme de plein air et du tourisme culturel au Canada et aux États-Unis. Voici les autres segments examinés : adeptes de l'aventure de plein air dure, adeptes des arts visuels, adeptes des arts de la scène, adeptes du patrimoine, adeptes du vin et des expériences culinaires et adeptes des activités de plein air hivernales.

2. Résumé

2.1 Adeptes de l'aventure de plein air douce : taille du marché

Environ 5,3 des 23,3 millions de Canadiens adultes, en 2000, sont des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce (23 %). Environ 8 sur 10 de ceux-ci disent avoir fait un voyage d'agrément au Canada au cours des deux dernières années. Ainsi, le marché intérieur, pour ce qui est des produits canadiens axés sur l'aventure de plein air douce, est constitué d'environ 4,4 millions d'adultes.

Les adeptes de l'aventure de plein air douce vivent dans chaque province et territoire du Canada, bien que les provinces les plus susceptibles de générer du tourisme dans ce segment de marché soient le Québec et l'Alberta. Environ 25 p. 100 des Canadiens adultes vivent au Québec, alors que 28 p. 100 des adeptes de l'aventure de plein air douce viennent de cette province; un peu moins de 10 p. 100 des Canadiens vivent en Alberta (9 %), mais plus de 10 p. 100 de ceux-ci sont des adeptes de l'aventure de plein air douce (11 %).

C'est en Ontario, et plus particulièrement dans la région métropolitaine de recensement (RMR) de Toronto, où il y a le moins d'adeptes de l'aventure de plein air douce. L'Ontario compte 38 p. 100 de la population adulte canadienne, mais seulement 34 p. 100 des adeptes de l'aventure de plein air douce. La RMR de Toronto représente 16 p. 100 de tous les Canadiens, mais seulement 11 p. 100 de ces amateurs de plein air. Alors que la population canadienne s'urbanise de plus en plus et se concentre de plus en plus en Ontario, le nombre relativement faible d'adeptes de l'aventure de plein air douce qui s'y trouve posera sans doute des problèmes aux entreprises touristiques qui cherchent à attirer ce marché intérieur axé sur le plein air à moyen et à long terme.

Les régions qui réussissent particulièrement bien à attirer les adeptes de l'aventure de plein air douce, sur une période de deux ans, par rapport à la proportion de la population adulte canadienne qu'elles représentent, sont le Canada atlantique, l'Alberta et la Colombie-Britannique. Les adeptes de l'aventure de plein air douce affirment avoir visité ces provinces dans une proportion 2,5 fois supérieure à ce que leur proportion de la population adulte laisserait supposer.

L'Ontario est la province qui parvient le moins à attirer ces touristes adeptes de plein air, en partie parce qu'un nombre moins élevé de ses propres résidents sont des adeptes de l'aventure de plein air douce (voir ci-dessus). Comme nous l'avons mentionné précédemment, l'Ontario compte 38 p. 100 de la population adulte du pays et attire 49 p. 100 des adeptes de l'aventure de plein air douce, sur une période de deux ans, pour un « taux d'attraction » qui correspond à 1,3 fois sa proportion de la population canadienne. Le Québec, qui représente 25 p. 100 de la population adulte et qui attire 42 p. 100 des adeptes de l'aventure de plein air douce (1,7 fois), sur une période de deux ans, se situe entre les « taux d'attraction » élevés des régions Est et Ouest du Canada.

2.2 Caractéristiques démographiques des adeptes de l'aventure de plein air douce

Les adeptes de l'aventure de plein air douce sont concentrés dans le groupe le moins âgé du spectre de l'âge adulte. Près des trois quarts d'entre eux sont âgés de 18 à 44 ans et sont répartis à peu près également entre les 18 à 34 ans et les 35 à 44 ans. En revanche, ces Canadiens sont sensiblement sous-représentés dans le groupe le plus âgé du spectre de l'âge. Moins de 1 sur 20 est âgé de 65 ans ou plus (4 %), alors que 1 voyageur sur 8 ayant récemment voyagé au Canada fait partie de ce groupe d'âge (12 %).

La plupart des adeptes de l'aventure de plein air douce vivent dans des ménages composés uniquement d'adultes (61 %). Du fait qu'ils sont relativement jeunes, ces touristes intéressés par le plein air sont cependant plus susceptibles que les touristes nationaux « typiques » de compter des enfants de moins de 12 ans dans leur ménage.

Les adeptes de l'aventure de plein air douce sont également mieux nantis que les voyageurs internes « typiques », le revenu moyen des ménages s'établissant à 58 200 \$, comparativement à 54 900 \$ pour les voyageurs internes typiques (en dollars de 1998). Des revenus de ménage élevés correspondent à des niveaux d'instruction supérieurs : plus du quart des adeptes de l'aventure de plein air douce possèdent au moins un diplôme universitaire (26 %) et 40 p. 100 ont fait d'autres études postsecondaires.

2.3 Activités des adeptes de l'aventure de plein air douce

Par définition, les adeptes de l'aventure de plein air douce participent à de multiples activités de plein air lorsqu'ils sont en voyage. Ils peuvent s'être livrés à ces activités durant un voyage récent au Canada ou à l'occasion de voyages vers d'autres destinations. Les activités de plein air les plus populaires – qu'un tiers à la moitié de ces touristes ont voulu faire durant un voyage effectué au cours des deux dernières années – ont tendance à être des sorties dans la nature par temps chaud.

Activités auxquelles ont participé de 30 p. 100 à 60 p. 100 des adeptes de l'aventure de plein air douce

- Petite ou grande randonnée pédestre en pleine nature (58 %)
- Observation de la faune (47 %)
- Pêche (46 %)
- Cyclisme récréatif (38 %)
- Kayak ou canotage (37 %)
- Motonautisme (37 %)
- Golf (34 %)
- Observation de fleurs sauvages (32 %)

L'appréciation de la beauté naturelle du Canada est conforme au genre d'activités auxquelles ont participé les adeptes de l'aventure de plein air douce. Non seulement ces touristes donnent d'excellentes notes au Canada comme *endroit où il y a de superbes paysages* (9,1 sur une échelle de 10), mais ils ont également un penchant pour les activités qui leur permettent de faire l'expérience pratique de ces paysages : observation de la flore et de la faune à l'occasion de randonnées pédestres dans la nature ou de randonnées en kayak ou en canot sur les lacs et les rivières.

La grande participation à des activités de motonautisme traduit la popularité de la pêche dans ce segment. Près de la moitié des adeptes de l'aventure de plein air douce s'adonnent à la pêche en eau douce ou salée lorsqu'ils sont en voyage (46 %) et près des deux cinquièmes font du motonautisme (37 %). Comme pour les paysages, les adeptes de l'aventure de plein air douce ont des perceptions très favorables du Canada comme *bon endroit pour la pêche* (8,6 sur une échelle de 10).

Au nombre des autres activités qui attirent entre 10 p. 100 et 30 p. 100 des adeptes de l'aventure de plein air douce figurent le ski alpin, l'observation de baleines ou d'oiseaux, le ski de fond, la motoneige, l'équitation, la pêche sur la glace, la voile, la chasse et la motocyclette.

Activités auxquelles ont participé de 10 p. 100 à 30 p. 100 des adeptes de l'aventure de plein air douce

- Ski alpin (28 %)
- Observation de baleines (25 %)
- Observation d'oiseaux (22 %)
- Ski de fond (22 %)
- Motoneige (19 %)
- Équitation (18 %)
- Pêche sur la glace (14 %)
- Voile (13 %)
- Chasse (11 %)
- Motocyclisme (10 %)

Les *créneaux* en matière d'activités de plein air tels que la descente en eau vive, le vol en montgolfière, la plongée en scaphandre autonome, la planche à voile, l'escalade de roche ou de glace exercent de l'attrait sur un nombre relativement peu élevé d'adeptes internes de l'aventure de plein air douce qui voyagent au Canada.

2.4 Chevauchement avec d'autres segments d'activités

Les touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce ayant fait récemment des voyages d'agrément dans leur propre pays ont des intérêts touristiques relativement limités. Seulement le cinquième d'entre eux environ sont également des adeptes du patrimoine (20 %), autour d'un septième des adeptes des arts visuels (15 %), un nombre légèrement inférieur des adeptes du vin et des expériences culinaires (13 %) et moins du dixième des adeptes des arts de la scène (8 %).

L'absence de chevauchement entre le marché intérieur des adeptes de l'aventure de plein air douce et d'autres marchés intéressant particulièrement la CCT contraste nettement avec les vastes intérêts du marché américain correspondant des adeptes de l'aventure de plein air douce. L'absence de chevauchement d'activités entre le marché intérieur et le marché américain donne à penser qu'il faudra recourir à des stratégies de forfaitisation et de promotion différentes de chaque côté de la frontière Canada-États-Unis pour toucher ces touristes amateurs de plein air.

2.5 Image et médias

Le Canada obtient les meilleures notes de la part des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce pour les attributs qui lui procurent une image de plein air :

- Un endroit où il y a de superbes paysages
- Un des meilleurs endroits pour les activités de plein air
- Un bon endroit pour se détendre et fuir la routine
- Un bon endroit pour la pêche

-
- Un endroit où il y a beaucoup de choses à voir et à faire pour les adultes d'un certain âge
 - Un endroit où il y a beaucoup de choses à voir et à faire en famille
 - Un des meilleurs endroits à visiter en été

Ce segment de marché perçoit aussi le Canada comme un endroit *très propre et bien entretenu*, qui est *sécuritaire pour les visiteurs*, où les gens sont *gentils*, un bon endroit pour *vivre une aventure excitante* et un endroit où il y a *beaucoup de choses à voir et à faire pour les jeunes*. Parmi ceux qui notent le Canada, celui-ci est également perçu comme un *bon endroit pour la chasse*. Les Canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce ont aussi des impressions favorables à l'égard du Canada en ce qui concerne ses attractions *culturelles* et *patrimoniales*.

Le Canada obtient de moins bonnes notes aux chapitres suivants : occasions de *magasinage*, endroit où *l'on respecte l'environnement*, à visiter en *hiver*, où il y a de nombreux *événements et activités culturels*, un bon endroit pour *goûter à la fébrilité de la ville*, pour les *amoureux* ou pour *connaître la « belle vie »*, et un endroit où *on en a vraiment pour son argent*. Les Canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce accordent les moins bonnes notes à leur pays comme endroit *populaire à la mode*.

Les messages visant à mettre en valeur et à accroître la notoriété des produits auprès des adeptes de l'aventure de plein air douce sont susceptibles de toucher un maximum gens dans les éditions quotidiennes et de fin de semaine des journaux locaux, notamment les sections Voyages de ces journaux, et par l'entremise de l'Association canadienne des automobilistes (CAA). Parmi les médias évalués dans l'enquête, les journaux et la CAA offrent les plus grandes possibilités de toucher les adeptes de l'aventure de plein air douce.

2.6 Incidences des changements dans la population

On pourra peut-être tenir compte, ces deux prochaines décennies, de trois changements fondamentaux dans la structure de la population du Canada, pour ce qui est de la planification et du développement de produits touristiques à l'intention des adeptes internes de l'aventure de plein air douce :

- Les provinces et les régions du Canada croîtront à différents rythmes, l'Ontario et la Colombie-Britannique connaissant les taux de croissance les plus élevés, et le Québec et le Canada atlantique les plus faibles. Avec une croissance estimative de 37 p. 100 de la population adulte de l'Ontario d'ici 2026, comparativement à une croissance de 27 p. 100 de l'ensemble de la population canadienne, la réserve d'Ontariens à laquelle le Canada pourra puiser passera de 8,9 à 12,2 millions. La RMR de Toronto passera, pour sa part, d'environ 3,6 à 6,1 millions d'ici 2026.
- Les personnes âgées – 55 ans et plus – représenteront une proportion de plus en plus grande de la population canadienne. Elles constituent actuellement plus du quart de la population adulte (28 %), mais cette proportion passera à plus des deux cinquièmes (42 %) d'ici 2026.
- La proportion de résidents canadiens nés à l'étranger augmentera, pour passer d'environ 21 p. 100 aujourd'hui à 28 p. 100 en 2026, la plus grande partie de cette croissance étant absorbée par les grands centres urbains qui tiennent lieu de centres d'accueil pour les néo-Canadiens, particulièrement Toronto et Vancouver. En 2026, plus de la moitié des résidents adultes de chacune de ces régions métropolitaines seront nés à l'étranger.

2.7 Incidences pour les adeptes de l'aventure de plein air douce

De 2000 à 2026, le nombre absolu de Canadiens qui rechercheront des activités axées sur l'aventure de plein air douce passera d'environ 5,3 millions à environ 6,0 millions. La part canadienne probable de ce marché – ceux qui voudront faire des activités de plein air douces et effectueront des voyages d'agrément au Canada – devrait également connaître une croissance modeste, passant de 4,4 à 4,8 millions.

Ces taux de croissance sont *inférieurs* au taux de croissance de la population canadienne dans son ensemble, principalement parce que les activités de plein air douces ont tendance à intéresser les jeunes et ceux qui sont nés au Canada. À mesure que la proportion de jeunes diminuera par rapport à la population totale, au cours des deux prochaines décennies, le marché de l'aventure de plein air douce se réduira aussi... à moins que les entreprises touristiques desservant ce segment de marché n'apportent des changements aux commodités et aux services qu'elles offrent pour mieux répondre aux besoins et aux intérêts d'une population vieillissante.

Et à mesure que la proportion de Canadiens connaissant les milieux naturels du Canada *diminuera*, en même temps que la proportion de résidents nés au pays par rapport à la population totale s'affaiblira, le marché de l'aventure de plein air douce se contractera... à moins que les entreprises touristiques desservant les adeptes de l'aventure de plein air douce n'apportent des changements aux commodités culturelles (p. ex. la langue, les besoins alimentaires, l'observance religieuse, etc.) pour mieux répondre aux besoins et aux intérêts d'une population multilingue et multiculturelle et pour inciter les néo-Canadiens à faire l'expérience de l'environnement naturel du Canada.

Si la nouvelle génération de Canadiens a les mêmes préférences en matière d'activités touristiques que les Canadiens de l'an 2000, le vieillissement de la population entraînera un délaissement des activités de plein air ardues au profit d'activités de plein air non ardues, effectuées par *temps chaud*, ainsi que d'attractions et de manifestations culturelles se déroulant à l'intérieur.

2.8 Résumé

Ce qui caractérise le marché intérieur des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce, c'est qu'il est relativement jeune, à l'aise et possède un niveau d'instruction postsecondaire.

Les activités de plein air qui exercent le plus d'attrait sur ces touristes sont celles qui se pratiquent durant les *mois chauds* – petite ou grande randonnée pédestre en pleine nature, observation de la faune et de la flore, pêche, kayak ou canotage et cyclisme récréatif.

Parmi les segments de marché intéressant particulièrement la CCT, le segment des adeptes internes de l'aventure de plein air douce représente la plus grande réserve de visiteurs potentiels en importance pour les entreprises touristiques canadiennes axées sur les activités de plein air – 5,3 millions de Canadiens adultes. Un peu plus de 8 membres de cette réserve assez importante sur 10 ont effectué récemment des voyages d'agrément au Canada (4,4 millions), ce qui laisse certaines possibilités de croissance.

Malgré la taille du marché intérieur potentiel, il deviendra de plus en plus difficile de conserver le segment des adeptes de l'aventure de plein air douce, car la population canadienne se concentrera davantage en Ontario et s'urbanisera de plus en plus, vieillira et sera constituée d'une plus grande proportion de résidents nés à l'étranger.

Alors que les marchés traditionnels diminueront en raison des changements de structure de la population, le Canada devra peut-être élaborer une stratégie à plusieurs volets pour conserver et/ou faire croître le segment de marché intérieur des adeptes de l'aventure de plein air douce :

- Offrir un produit de plein air exigeant divers degrés d'effort physique, de sorte que les entreprises touristiques axées sur la nature puissent continuer d'attirer les marchés des familles et des jeunes énergiques et intéressés par l'action, mais qu'elles puissent aussi attirer le nombre croissant de Canadiens âgés toujours intéressés par le plein air et demandant des activités de plein air plus douces.
- Offrir des services et des commodités supplémentaires répondant aux besoins des néo-Canadiens en ce qui a trait à la langue, à l'alimentation et à la culture.

3. Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce — 2000

3.1 Taille du marché et chevauchement avec d'autres segments d'activités

La CCT a défini plusieurs segments de marché tirés de variables de l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV) à des fins d'analyse spéciale. Ces segments sont les suivants : adeptes de l'aventure de plein air (douce et dure), adeptes du vin et des expériences culinaires, adeptes du ski alpin, adeptes des activités de plein air hivernales (à l'exclusion du ski alpin), adeptes du patrimoine, adeptes des arts visuels et adeptes des arts de la scène (voir les définitions à l'annexe). Le tableau ci-dessous contient de l'information sur la taille de chacun de ces segments de marché, le nombre de personnes ayant visité une destination canadienne au cours des deux dernières années et le degré de chevauchement au sein du segment des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce.

Environ 5,3 des 23,3 millions de Canadiens adultes, en 2000, sont des adeptes de l'aventure de plein air douce (23 %). Près de 8 sur 10 de ceux-ci affirment avoir effectué un voyage d'agrément au Canada au cours des deux dernières années. Par conséquent, le marché intérieur, pour ce qui est des produits destinés à l'aventure de plein air douce, est constitué d'environ 4,4 millions d'adultes.

Tableau 1 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Taille du marché et comparaisons avec d'autres segments

	CANADIENS ADULTES	VOYAGEURS D'AGRÉMENT AU CANADA, RÉCEMMENT	
	TOTAL	TOTAL	ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
<i>Adultes (18 +)</i>	<i>23,3 millions</i>	<i>14,0 millions</i>	<i>4,4 millions</i>
Aventure de plein air douce	5,3	4,4	4,4
Aventure de plein air dure	1,6	1,3	s. o.
Vin et expériences culinaires	1,8	1,5	0,6
Patrimoine	2,6	2,2	0,9
Arts de la scène	1,3	1,1	0,4
Arts visuels	2,1	1,7	0,7
Activités de plein air hivernales (à l'exclusion du ski alpin)	3,6	3,1	2,0
Ski alpin	2,8	2,4	1,4

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, page 8-1. Voir les données non pondérées en annexe.

Nota : Par définition, les « adeptes de l'aventure de plein air douce » NE sont PAS des « adeptes de l'aventure de plein air dure ».

À 5,3 millions, ces adeptes de l'aventure de plein air douce représentent le plus important segment de marché canadien axé sur les activités, parmi les segments intérieurs d'activités intéressant particulièrement la CCT. Loin derrière suivent les adeptes du patrimoine (2,6 millions), les adeptes des arts visuels (2,1 millions) et, plus loin encore, les adeptes du vin et des expériences culinaires (1,8 million) et les adeptes des arts de la scène (1,3 million). Par définition, la catégorie des adeptes de l'aventure de plein air, à grande intensité, comprend bon nombre des Canadiens qui s'adonnent à des activités de plein air hivernales autres que le ski alpin (3,6 millions) et ceux qui pratiquent le ski alpin ou la planche à neige (2,8 millions).

Les 4,4 millions d'adeptes de l'aventure de plein air douce ayant fait récemment des voyages d'agrément au Canada ont des intérêts relativement peu variés. Près du cinquième de ces adeptes sont également des adeptes du patrimoine (864 000), environ le septième sont des adeptes des arts visuels (663 000), un peu moins des adeptes du vin et des expériences culinaires (580 000) et moins du dixième sont des adeptes des arts de la scène (367 000). Ces chevauchements laissent supposer que les possibilités de forfaitisation et de promotion croisées sont relativement limitées dans le marché intérieur des adeptes de l'aventure de plein air douce, ce qui contraste nettement avec la situation observée dans le segment correspondant du marché américain (pour plus de détails, consulter le rapport sur les touristes américains adeptes de l'aventure de plein air douce).

Comme nous l'avons mentionné précédemment, le segment des adeptes de l'aventure de plein air douce comprend les personnes qui font du ski ou d'autres sports d'hiver. Il n'est donc pas surprenant de constater que, parmi ces personnes, environ le tiers figurent dans le segment des adeptes du ski alpin et près de la moitié figurent également dans le segment des adeptes d'autres activités de plein air hivernales. Ces résultats donnent à penser qu'une part importante des adeptes de l'aventure de plein air douce effectue des voyages d'agrément au Canada pendant l'hiver.

3.2 Lieu de résidence et destinations visitées

Des Canadiens de toutes les régions du pays sont représentés dans le segment des adeptes de l'aventure de plein air douce et, à quelques exceptions près, cela correspond à la répartition de l'ensemble de la population adulte canadienne. Par exemple, 1 Canadien sur 12 vit dans la région du Canada atlantique et environ la même proportion d'adeptes de l'aventure de plein air douce vit dans ces quatre provinces (7 %). Le Québec compte le quart de la population adulte canadienne et une proportion légèrement supérieure d'amateurs de plein air (28 %). À l'opposé, les résidents de l'Ontario sont légèrement sous-représentés dans le segment des adeptes de l'aventure de plein air douce (34 %), comparativement à leur proportion de l'ensemble de la population canadienne (38 %).

Les résidents du Manitoba, de la Saskatchewan et de la Colombie-Britannique sont représentés, dans le segment des adeptes de l'aventure de plein air douce, dans la même proportion que dans la population canadienne en général. En Alberta, la proportion de ces adeptes de l'aventure est légèrement supérieure (11 %) à celle à laquelle on pourrait s'attendre, compte tenu de la proportion de la population albertaine dans la population canadienne (9 %).

Tableau 2 : Lieu de résidence des touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce

	CANADIENS ADULTES	VOYAGEURS D'AGRÉMENT AU CANADA, RÉCEMMENT	
	TOTAL	TOTAL	ADEPTES DE L'AVEVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
Adultes (18 +)	23,3 millions	14,0 millions	4,4 millions
Canada atlantique	8 %	8 %	7 %
Québec	25 %	24 %	28 %
RMR de Montréal	12 %	11 %	13 %
Ontario	38 %	35 %	34 %
RMR de Toronto	16 %	12 %	11 %
Manitoba/Saskatchewan	7 %	8 %	6 %
Alberta	9 %	11 %	11 %
Colombie-Britannique	13 %	15 %	13 %
RMR de Vancouver	7 %	7 %	6 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, pages 1 et 26. La somme des pourcentages peut ne pas donner 100 p. 100 en raison de l'arrondissement des chiffres.

Nota : Les résidents des territoires n'étaient pas visés par l'EAPV.

La sous-représentation relative de l'Ontario dans le segment des adeptes de l'aventure de plein air douce découle probablement de la réticence des Canadiens vivant dans le plus grand centre urbain du Canada – la région métropolitaine de recensement (RMR) de Toronto – à participer à des activités de plein air lorsqu'ils sont en voyage. Cette ville compte 16 p. 100 de la population adulte du pays, mais seulement 11 p. 100 du segment des adeptes de l'aventure de plein air douce. Les résidents des deux autres régions métropolitaines les plus importantes du Canada, soit les RMR de Montréal et de Vancouver, ne manifestent pas la même réticence à participer à des activités de plein air, lorsqu'ils sont en voyage.

Les Canadiens qui font partie du segment de marché de l'aventure de plein air douce visitent les régions du pays sensiblement de la même façon que le public voyageur en général. Ainsi, l'Ontario est la province qu'ils ont visitée en plus grand nombre au cours des deux dernières années (49 %), suivie de près par le Québec (42 %) et, dans une moindre mesure, par la Colombie-Britannique (33 %). Étant donné que de nombreux Canadiens voyagent à l'intérieur de la province ou de la région qu'ils habitent, il n'y a rien d'étonnant à ce que les trois provinces les plus peuplées soient celles qui attirent la plus grande partie de ces touristes adeptes de l'aventure de plein air douce. Le Canada atlantique, l'Alberta, le Manitoba et la Saskatchewan étant des régions moins peuplées que les autres, elles ont par conséquent accueilli une proportion plus petite de ces touristes adeptes de l'aventure de plein air douce au cours des deux dernières années, soit 20 p. 100 dans le cas du Canada atlantique, 25 p. 100 dans le cas de l'Alberta et 16 p. 100 dans le cas du Manitoba et de la Saskatchewan réunis.

Tableau 3 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Destinations visitées au cours des deux dernières années

	CANADIENS ADULTES	VOYAGEURS D'AGRÈMENT AU CANADA, RÉCEMMENT	
	TOTAL	TOTAL	ADEPTES DE L'AVEVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
<i>Adultes (18 +)</i>	<i>23,3 millions</i>	<i>14,0 millions</i>	<i>4,4 millions</i>
Destinations canadiennes	60 %	100 %	100 %
Canada atlantique	11 %	18 %	20 %
Québec	21 %	36 %	42 %
Ontario	29 %	48 %	49 %
Manitoba/Saskatchewan	9 %	15 %	16 %
Alberta	14 %	24 %	25 %
Colombie-Britannique	18 %	30 %	33 %
Territoires	1 %	1 %	3 %
Autres destinations			
Destination aux États-Unis	29 %	36 %	39 %
Mexique/Caraiïbes	9 %	9 %	10 %
R.-U./autres pays d'Europe	8 %	9 %	10 %
Autres pays	6 %	6 %	5 %
Destination soleil/mer	20 %	23 %	23 %
Toute destination hors du Canada (Total)	39 %	45 %	48 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, pages 2 et 27. La somme des pourcentages peut ne pas donner 100 p. 100 en raison de destinations multiples.

Certaines régions ont enregistré des « taux d'attraction » particulièrement élevés comparativement à d'autres, en raison de la part élevée de leurs résidents qui sont des adeptes de l'aventure de plein air douce. Au nombre des régions ayant attiré le plus de touristes adeptes de l'aventure de plein air douce au cours des deux dernières années, par rapport à la proportion de la population adulte canadienne qu'elles représentent, figurent le Canada atlantique (2,5), l'Alberta (2,8) et la Colombie-Britannique (2,5). La proportion des adeptes de l'aventure de plein air douce ayant visité ces régions est plus de 2,5 fois supérieure à celle de la population adulte canadienne résidant dans ces régions (voir le tableau A-2 en annexe).

L'Ontario est la province qui parvient le moins à attirer ces adeptes du plein air. En effet, cette province compte 38 p. 100 de la population adulte du pays et reçoit la visite de 49 p. 100 des adeptes de l'aventure de plein air douce, soit un « taux d'attraction » de 1,3. Le Québec, qui représente 25 p. 100 de la population adulte et qui attire 42 p. 100 des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce, sur une période de deux ans, se situe entre les niveaux élevés des régions Est et Ouest du Canada avec un « taux d'attraction » de 1,7.

Les États-Unis constituent un solide concurrent dans le segment touristique des adeptes de l'aventure de plein air douce. Près de deux de ces touristes sur cinq disent avoir fait un voyage d'agrément aux États-Unis (39 %) et près du quart ont visité une destination soleil ou en bord de mer (23 %), au cours des deux dernières années. Environ la moitié (48 %) ont visité une destination hors du Canada – notamment aux États-Unis, en Europe et dans d'autres pays – au cours des deux dernières années.

3.3 Caractéristiques démographiques des adeptes de l'aventure de plein air douce

Il y a autant de chances que les adeptes de l'aventure de plein air douce soient des femmes que des hommes, et ils sont concentrés dans le groupe le plus jeune du spectre de l'âge adulte. En effet, 7 adeptes sur 10 sont âgés de 18 à 44 ans, une proportion légèrement plus grande se classant dans le groupe des 18 à 34 ans (39 %) par rapport à celui des 35 à 44 ans (31 %).

Tableau 4 : Caractéristiques démographiques des touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Sexe et âge

	VOYAGEURS D'AGRÉMENT AU CANADA, RÉCEMMENT	
	TOTAL	ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
Adultes (18 +)	14,0 millions	4,4 millions
Hommes	48 %	50 %
Femmes	52 %	50 %
18 à 34 ans	33 %	39 %
35 à 44 ans	24 %	31 %
45 à 54 ans	19 %	18 %
55 à 64 ans	12 %	9 %
65 ans et plus	13 %	4 %
Âge moyen	43,4 ans	39,2 ans

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, pages 3-1 et 28-1.

Comparativement à l'ensemble du marché canadien du tourisme d'agrément, ces deux dernières années, les adeptes de l'aventure de plein air douce sont passablement sous-représentés parmi les Canadiens âgés, en particulier ceux de 65 ans et plus. Seulement 1 adepte de l'aventure de plein air douce sur 25 a au moins 65 ans (4 %), comparativement à environ 1 voyageur d'agrément sur 8 en général (13 %). La sous-représentation dans le groupe le plus âgé du spectre de l'âge ramène l'âge moyen des adeptes de l'aventure de plein air douce à environ 39 ans – un âge bien inférieur à la moyenne de 43 ans de l'ensemble des touristes d'agrément internes.

Les touristes adeptes de l'aventure de plein air douce s'étendent sur tout le spectre du revenu et tout le spectre du niveau d'instruction. Environ le tiers d'entre eux se classent dans le groupe à revenu relativement faible (moins de 40 000 \$), ce qui est probablement attribuable au fait que les jeunes sont surreprésentés dans ce segment de marché. Environ le quart (26 %) de ces adeptes ont indiqué que le revenu de leur ménage s'établissait entre 40 000 \$ et 60 000 \$, et une proportion un peu plus élevée (28 %) que leur revenu s'établissait entre 60 000 \$ et 100 000 \$. Les revenus de plus de 100 000 \$ sont caractéristiques de plus du huitième de ces adeptes du plein air (13 %).

Tableau 5 : Caractéristiques démographiques des touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Revenu et niveau d'instruction

	VOYAGEURS D'AGRÉMENT AU CANADA, RÉCEMMENT	
	TOTAL	ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
<i>Adultes (18 +)</i>	14,0 millions	4,4 millions
Revenu du ménage		
Moins de 40 000 \$	39 %	34 %
40 000 \$ à 59 999 \$	26 %	26 %
60 000 à 99 999 \$	25 %	28 %
100 000 \$ ou plus	11 %	13 %
Moyenne	54 900 \$	58 200 \$
Niveau d'instruction		
Études secondaires partielles ou moins	14 %	7 %
Secondaire terminé	26 %	27 %
Études postsecondaires	39 %	40 %
Diplôme universitaire	21 %	26 %

*Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, pages 4, 5-2, 29 et 30-1/2.
Pourcentages calculés sur l'ensemble des répondants ayant déclaré leur revenu.*

Cette répartition du revenu est assez semblable à celle de l'ensemble des touristes ayant fait récemment un voyage d'agrément au pays, quoique les touristes internes adeptes de l'aventure de plein air douce aient plus fréquemment un revenu *moyen* ou *élevé*. Le revenu moyen du ménage des voyageurs d'agrément internes typiques se situe à 54 900 \$ et le revenu moyen du sous-groupe s'intéressant particulièrement au plein air à 58 200 \$.

Des revenus de ménage élevés correspondent à des niveaux d'instruction supérieurs : plus du quart (26 %) des adeptes de l'aventure de plein air douce possèdent au moins un diplôme universitaire, et 40 p. 100 ont fait des études postsecondaires.

La plupart des adeptes de l'aventure de plein air douce vivent dans des ménages composés uniquement d'adultes – aucun membre du ménage n'a moins de 18 ans. Environ les deux cinquièmes (39 %) sont susceptibles de rechercher des expériences touristiques de plein air qui tiennent compte des intérêts et des besoins des adolescents ou des enfants. Même si les ménages composés uniquement d'adultes dominent le segment des adeptes de l'aventure de plein air douce (61 %), ces Canadiens sont un peu plus susceptibles de vivre dans des ménages avec des enfants de moins de 12 ans (29 %) que les voyageurs d'agrément internes typiques (26 %).

Tableau 6 : Caractéristiques démographiques des touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Composition des ménages

	VOYAGEURS D'AGRÉMENT AU CANADA, RÉCEMMENT	
	TOTAL	ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
Adultes (18 +)	14,0 millions	4,4 millions
Adultes seulement	65 %	61 %
Adolescents/enfants	35 %	39 %
Enfants de moins de 12 ans	26 %	29 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, pages 6-2 et 31-2.

Les adeptes de l'aventure de plein air douce sont en général plus nombreux à être nés au Canada (92 %) que le public voyageur interne en général (85 %) et la population canadienne dans son ensemble (79 %). La faiblesse relative de la représentation des *néo-Canadiens* dans le segment du marché axé sur le plein air est à noter dans la perspective de la demande à long terme du marché, car le Canada comptera davantage sur l'immigration pour soutenir sa population, au cours des prochaines décennies, qu'il ne l'a fait par le passé. Nous examinons plus en profondeur, au quatrième chapitre du présent rapport, les conséquences que pourrait avoir le degré d'intérêt relativement faible des néo-Canadiens à l'égard des activités touristiques axées sur le plein air.

Tableau 7 : Caractéristiques démographiques des touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce — Lieu de naissance

	VOYAGEURS D'AGRÉMENT AU CANADA, RÉCEMMENT	
	TOTAL	ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
Adultes (18 +)	14,0 millions	4,4 millions
Nés au Canada	85 %	92 %
Nés à l'étranger	15 %	8 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, pages 7 et 32.

3.4 Activités des adeptes de l'aventure de plein air douce

3.4.1 Activités de plein air douces

Parmi les activités entrant dans la définition du segment de marché des adeptes de l'aventure de plein air douce, les petites et grandes randonnées pédestres en pleine nature sont celles qui comptent le plus d'adeptes. Près de 6 de ces adeptes sur 10 affirment avoir pratiqué cette activité à l'occasion d'un voyage d'agrément effectué au cours des deux dernières années. Fait à noter, même si ces adeptes de l'aventure de plein air douce ont voyagé au Canada ces dernières années, l'enquête ne permet pas de déterminer si la pratique de cette activité, ou de toute autre activité, a eu lieu lors d'un voyage *au Canada*.

Tableau 8 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Activités entrant dans la définition du segment de marché

ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE	
Adultes (18 +)	4,4 millions
Petite ou grande randonnée pédestre en pleine nature	58 %
Cyclisme récréatif	38 %
Motonautisme	37 %
Kayak ou canotage	37 %
Ski alpin	28 %
Ski de fond	22 %
Motoneige	19 %
Équitation	18 %
Voile	13 %
Motocyclisme	10 %
Planche à neige	5 %
Planche à voile	4 %
Vol en montgolfière	2 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, page 9.

Parmi les autres activités *entrant dans la définition* populaires, mentionnons le cyclisme récréatif, le motonautisme et le kayak ou le canotage. Le fait que de nombreux adeptes de l'aventure de plein air douce s'adonnent à la pêche (voir la section suivante) a probablement une incidence positive sur la pratique d'activités nautiques.

Les sports d'hiver, dont le ski alpin et le ski de fond, suivis par la motoneige, sont également des activités relativement répandues chez les adeptes de l'aventure de plein air douce. En effet, au moins 2 adeptes sur 10 ont pratiqué l'une ou l'autre de ces activités lors d'un voyage d'agrément récent. Près de 2 sur 10 de ces adeptes internes font également de l'équitation lorsqu'ils sont en voyage, et près de 1 sur 10 fait de la voile ou du motocyclisme.

Les autres activités entrant dans la définition de ce segment de marché, notamment la planche à neige, le vol en montgolfière et la planche à voile, devraient davantage être considérées comme des *créneaux*.

3.4.2 Autres activités de plein air

En voyage, près de la moitié des Canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce s'adonnent à l'observation de la faune et/ou vont à la pêche, particulièrement en eau douce. Environ le tiers jouent au golf pendant leurs vacances, la plupart jouant occasionnellement (32 %) plutôt que de séjourner dans un centre de villégiature avec terrain de golf (9 %) ou de faire un voyage en circuit pour jouer sur différents terrains de golf (4 %). Dans ce segment, le tiers des adeptes s'adonnent également à l'observation de fleurs sauvages et de la flore, et environ le quart vont observer les baleines et/ou les oiseaux. Ce large éventail d'activités de plein air populaires effectuées à l'occasion de voyages récents fait que ces touristes nationaux pourraient être ciblés et se faire offrir de nombreux produits qu'ils seraient à même de trouver dans leur région ou ailleurs au Canada.

Tableau 9 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Autres activités de plein air

	ADEPTES DE L'AVEVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
<i>Adultes (18 +)</i>	<i>4,4 millions</i>
Observation de la faune	47 %
Pêche (total)	46 %
Pêche en eau douce	42 %
Pêche en eau salée	11 %
Pêche sur la glace	14 %
Golf (total)	34 %
À l'occasion, au cours d'un voyage	32 %
Séjour dans un lieu de villégiature avec terrain de golf pour une nuitée ou plus	9 %
Forfait golf qui permet de jouer sur divers parcours	4 %
Observation de fleurs sauvages/de la flore	32 %
Observation de baleines	25 %
Observation d'oiseaux	22 %
Chasse (total)	11 %
Chasse – Gros gibier	8 %
Chasse – Oiseaux/petit gibier	8 %
Descente en eau vive	7 %
Plongée en scaphandre autonome	3 %
Escalade de glace	1 %
Escalade de roche	1 %
Saut à l'élastique (bungee)	1 %
Traîneau à chiens	1 %
Parachutisme	1 %

*Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, pages 9-1/3. * = moins de 0,5 %*

Les créneaux susceptibles d'attirer les adeptes de l'aventure de plein air douce comprennent la chasse au gros et au petit gibier, la descente en eau vive et, dans une mesure beaucoup moindre, la plongée en scaphandre autonome, l'escalade de glace ou de roche, le saut à l'élastique (bungee), le traîneau à chiens et le parachutisme.

3.4.3 Activités liées au patrimoine

Comme nous l'avons mentionné précédemment, il y a un certain chevauchement entre les 4,4 millions de touristes adeptes de l'aventure de plein air douce et le groupe de voyageurs internes définis comme des adeptes du patrimoine. Les activités liées au patrimoine qui peuvent se révéler les plus attrayantes auprès des adeptes de l'aventure de plein air douce comprennent les visites de musées d'histoire, de foires ou de marchés agricoles ainsi que de foires et festivals locaux. Ces activités ont attiré environ le tiers de ces touristes à l'occasion d'un voyage effectué au cours des deux dernières années.

Tableau 10 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Activités liées au patrimoine

ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE	
<i>Adultes (18 +)</i>	<i>4,4 millions</i>
Musées d'histoire	38 %
Foires/marchés agricoles	37 %
Foires/festivals locaux	34 %
Musées des sciences ou de la technologie	25 %
Fermes d'autocueillette	22 %
Lieux historiques	20 %
Répliques de villes/villages avec reconstitutions d'époque	18 %
Expérience de la culture franco-canadienne	12 %
Pow-wow/autres fêtes/attractions autochtones	11 %
Musées pour enfants	11 %
Événements westerns	11 %
Carnavals, comme Caribana/Mardi gras/carnaval de Rio	4 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, pages 10-1/4.

Parmi les autres attractions liées au patrimoine et très recherchées par les adeptes de l'aventure de plein air douce lorsqu'ils sont en voyage, il y a les visites de musées des sciences ou de la technologie, de fermes d'autocueillette et de lieux historiques. Les fêtes, les attractions et les activités autochtones suscitent également de l'intérêt chez ces adeptes. Au Canada, comme un grand nombre d'expériences touristiques liées à la culture autochtone se déroulent dans la nature, il pourrait vraisemblablement se créer une très forte synergie entre l'intérêt des adeptes de plein air pour le canotage, le kayak, la pêche ainsi que les petites ou grandes randonnées pédestres en pleine nature et les activités culturelles autochtones.

3.4.4 Activités liées aux arts de la scène et aux arts visuels

Sauf pour ce qui est du théâtre (31 %), il n'y a guère de chevauchement entre les activités que pratiquent les adeptes internes de l'aventure de plein air douce et celles que pratiquent les adeptes des arts de la scène lorsqu'ils sont en voyage.

Tableau 11 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Activités liées aux arts de la scène et aux arts visuels

ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE	
Adultes (18 +)	4,4 millions
Arts de la scène	
Théâtre	31 %
Festivals de musique	15 %
Concerts de musique classique	10 %
Festivals de théâtre	10 %
Concerts de musique jazz	9 %
Ballet et autres spectacles de danse	9 %
Opéra	5 %
Attractions musicales comme Jazzland	4 %
Événements littéraires	4 %
Arts visuels	
Ateliers d'art et d'artisanat locaux	52 %
Galleries d'art	28 %
Festivals de films internationaux	3 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, pages 10-1/5.

En revanche, le magasinage dans les ateliers d'art et d'artisanat locaux (52 %) est une activité passablement recherchée par les adeptes de l'aventure de plein air douce lorsqu'ils sont en voyage. On pourrait jumeler cette activité, qui est comprise dans le segment des adeptes des arts visuels, avec des activités de plein air douces pour attirer vers des destinations canadiennes les voyageurs intéressés par le plein air.

3.4.5 Autres activités axées sur les attractions

Plus du tiers des adeptes de l'aventure de plein air douce ayant effectué un voyage au Canada au cours des deux dernières années affirment avoir visité des jardins zoologiques à l'occasion de voyages récents. La fréquentation de casinos ainsi que les visites d'aquariums et de jardins botaniques sont également des activités relativement courantes pour ces adeptes de l'aventure de plein air douce lorsqu'ils sont en voyage. En effet, le quart de ces personnes affirment avoir fait ce type d'activité au cours des deux dernières années.

Tableau 12 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Autres activités

	ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
Adultes (18 +)	4,4 millions
Jardins zoologiques	38 %
Casinos	26 %
Aquariums	25 %
Jardins botaniques	25 %
Planétariums	13 %
Course automobile	11 %
Courses de chevaux	9 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, pages 10-3/5.

3.5 Notation du Canada

On a demandé aux touristes adeptes de l'aventure de plein air douce de noter le Canada sur divers aspects au moyen d'une échelle bipolaire de 10 points allant de 10, *tout à fait d'accord* à 1, *totalement en désaccord*. Les notes moyennes de ceux qui ont accepté d'accorder une note à un aspect particulier apparaissent dans le tableau suivant. Ce dernier présente aussi la proportion des Canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce qui se sont abstenus de donner leur opinion.

Dans ce contexte, le Canada obtient les meilleures notes des touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce pour les attributs qui lui procurent une image de *plein air* :

- Un endroit où il y a de superbes paysages
- Un des meilleurs endroits pour les activités de plein air
- Un bon endroit pour se détendre et fuir la routine
- Un bon endroit pour la pêche
- Un endroit où il y a beaucoup de choses à voir et à faire pour les adultes d'un certain âge
- Un endroit où il y a beaucoup de choses à voir et à faire en famille
- Un des meilleurs endroits à visiter en été

Ce segment de marché perçoit aussi le Canada comme un endroit *sécuritaire pour les visiteurs, bon pour la chasse* (bien que de nombreux répondants aient préféré ne pas se prononcer sur la question), *très propre et bien entretenu*, où les gens sont *gentils* et où vivre une *aventure excitante*. Le Canada est aussi relativement bien noté, de la part des adeptes de l'aventure de plein air douce, comme endroit où il y a *beaucoup de choses à voir et à faire pour les jeunes* de même que pour ses *attractions culturelles* et ses *lieux historiques*.

Le Canada obtient de moins bonnes notes aux chapitres suivants : occasions de *magasinage*, endroit où *l'on respecte l'environnement*, à visiter en *hiver*, où il y a de nombreux *événements et activités culturels*, un bon endroit pour *goûter à la fébrilité de la ville*, pour les *amoureux* ou pour *connaître la « belle vie »*, et un endroit où *on en a vraiment pour son argent*. Les Canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce accordent les moins bonnes notes à leur pays comme endroit *populaire à la mode*.

D'aucuns auraient pu penser que les caractéristiques associées au plein air obtiendraient une note plus favorable de la part des adeptes de l'aventure de plein air que de la part des touristes internes « typiques ». Cependant, il semble que les touristes adeptes de l'aventure de plein air douce aient une perception du Canada presque identique à celle de *l'ensemble* des Canadiens ayant récemment effectué un voyage au pays.

La similarité des opinions des touristes du segment de marché du plein air et des visiteurs « typiques » est problématique pour quiconque désire cibler ce segment. Pour que les touristes adeptes de l'aventure de plein air douce choisissent plus souvent de pratiquer leurs activités de plein air au Canada, il faudrait qu'ils soient davantage convaincus que le pays est *l'un des meilleurs endroits pour les activités de plein air*, un *endroit où vivre une aventure excitante*, où *l'on en a vraiment pour son argent* et où *l'on respecte l'environnement*.

Tableau 13 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Attitudes à l'égard du Canada

	VOYAGEURS D'AGRÉMENT AU CANADA, RÉCEMMENT		
	TOTAL	ADEPTES DE L'AVEVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE	
<i>Adultes (18 +)</i>	<i>14,0 millions</i>	<i>4,4 millions</i>	
	NOTE MOYENNE	NOTE MOYENNE	IMPOSSIBLE DE NOTER
Un endroit où il y a de superbes paysages	9,1	9,1	1 %
Un des meilleurs endroits pour les activités de plein air	8,7	8,8	3 %
Un bon endroit pour se détendre et fuir la routine	8,6	8,7	2 %
Un endroit où il y a beaucoup de choses à voir et à faire en famille	8,6	8,6	4 %
Un bon endroit pour la pêche	8,5	8,6	16 %
Un endroit où il y a beaucoup de choses à voir et à faire pour les adultes d'un certain âge	8,5	8,6	10 %
Un des meilleurs endroits à visiter en été	8,4	8,5	3 %
Un endroit très sécuritaire pour les visiteurs	8,3	8,4	3 %
Un bon endroit pour la chasse	8,3	8,4	30 %
Un endroit très propre et bien entretenu	8,3	8,3	3 %
Un endroit où il y a des gens très gentils	8,2	8,3	2 %
Un bon endroit pour vivre une aventure excitante	8,1	8,3	6 %
Un endroit où il y a beaucoup de choses à voir et à faire pour les jeunes adultes	8,1	8,2	8 %
Un endroit où il y a de nombreux événements et activités culturels	8,0	8,0	5 %
Un bon endroit pour voir d'importants sites et lieux historiques	8,0	8,0	4 %
Un endroit où il y a des magasins intéressants	7,8	7,9	7 %
Un bon endroit où l'on respecte l'environnement	7,7	7,8	4 %
Un bon endroit pour goûter à la fébrilité de la ville	7,7	7,8	6 %
Un des meilleurs endroits à visiter en hiver	7,5	7,8	5 %
Un bon endroit pour observer et connaître la culture autochtone	7,5	7,7	16 %
Un bon endroit pour connaître différentes cultures et manières de vivre	7,7	7,6	8 %
Un endroit pour les amoureux	7,4	7,5	12 %
Un bon endroit pour connaître la « belle vie »	7,4	7,4	11 %
Un endroit où on en a vraiment pour son argent	7,1	7,3	5 %
Un endroit populaire à la mode	6,8	6,9	13 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, page 14. Les notes moyennes sont calculées en fonction des visiteurs qui notent le Canada sur une échelle bipolaire de 10 points allant de 10, « tout à fait d'accord », à 1, « totalement en désaccord ».

3.6 Façons de toucher les adeptes de l'aventure de plein air douce

Plusieurs mesures de l'EAPV peuvent aider les agents de marketing à toucher les adeptes de l'aventure de plein air douce avec leurs messages :

- La presse écrite consultée régulièrement
- Les émissions de télévision regardées régulièrement
- L'adhésion à des associations et à des clubs

Les Canadiens du segment de marché des adeptes de l'aventure de plein air douce sont de grands lecteurs des journaux locaux. En outre, environ deux cinquièmes d'entre eux affirment lire régulièrement la section Voyages des quotidiens, en semaine, et près de la moitié disent lire ou parcourir la section Voyages des éditions de fin de semaine d'un journal local.

Tableau 14 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Presse écrite consultée régulièrement

	ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
Adultes (18 +)	4,4 millions
Quotidiens (quels qu'ils soient)	84 %
Éditions en semaine	73 %
Section Voyages des éditions en semaine	40 %
Éditions de fin de semaine	72 %
Section Voyages des éditions de fin de semaine	47 %
Journaux locaux	75 %
Revues (quelles qu'elles soient)	89 %
Revues portant sur les voyages	32 %
<i>Canadian</i> ou <i>National Geographic</i>	34 %
Revues de sports	26 %
Revues de loisirs	41 %
Revues d'actualités	46 %
Revues de mode/décoration	39 %
Revues d'intérêt général/culturelles	23 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, page 15.

Ces touristes peuvent être de grands lecteurs de revues (89 %), mais seulement le tiers environ lisent régulièrement des revues portant sur les voyages. La même proportion affirme lire régulièrement le *Canadian Geographic* (34 %).

Les quotidiens et les journaux de fin de semaine peuvent avoir une plus grande portée auprès des adeptes de l'aventure de plein air douce que n'importe quelle émission de télévision. Près de 8 de ces touristes sur 10 affirment regarder régulièrement des films à la télévision et environ les deux tiers disent regarder régulièrement des comédies de situation en soirée et/ou des émissions sur la nature. Les nouvelles de début de soirée, les dramatiques en soirée, les émissions éducatives ou concernant les loisirs ainsi que les nouvelles de fin de soirée sont regardées régulièrement par au moins la moitié des adeptes internes de l'aventure de plein air douce.

Tableau 15 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Émissions de télévision regardées régulièrement

	ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
Adultes (18 +)	4,4 millions
Films	77 %
Comédies de situation en soirée	66 %
Émissions sur la nature	64 %
Nouvelles de début de soirée	60 %
Dramatiques en soirée	57 %
Émissions éducatives/concernant les loisirs	54 %
Nouvelles de fin de soirée	51 %
Sports professionnels	50 %
Nouvelles du matin	30 %
Émissions dans la journée, en semaine	18 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, page 17.

Comparativement à leurs homologues américains, les touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce ne sont pas portés à *adhérer à des groupes*. En effet, ils sont proportionnellement moins nombreux que leurs homologues du sud de la frontière à faire partie d'une association d'automobilistes, d'un club sportif ou d'un autre groupe partageant des intérêts communs pour certaines activités. Toutefois, comme la plupart des Canadiens prennent leur voiture pour voyager au Canada, le fait que le tiers d'entre eux soient membres d'une association d'automobilistes (la CAA par exemple) peut constituer un bon moyen, pour les spécialistes du marketing, de toucher ce marché.

Tableau 16 : Touristes canadiens adeptes de l'aventure de plein air douce – Adhésion à des associations/clubs/organisations

	ADEPTES DE L'AVEVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE
<i>Adultes (18 +)</i>	<i>4,4 millions</i>
Associations d'automobilistes	34 %
Clubs sportifs	31 %
Organisations liées à la nature	9 %
Galeries d'art/musées	4 %
Jardins zoologiques/botaniques	3 %
Clubs de jardinage	2 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV, page 18.

4. Projections jusqu'en 2026

4.1 Introduction

En 2000, il y avait environ 23,3 millions de Canadiens de 18 ans et plus. Selon les projections de Statistique Canada, ce nombre devrait augmenter de 27 p. 100 pour s'établir à 29,6 millions en 2026. Lorsqu'on applique cette augmentation de la population aux données de l'EAPV, il devient possible de faire l'estimation de la taille et des caractéristiques du marché en 2026, en supposant que les membres des divers groupes d'âge, des deux sexes et des divers groupes régionaux se comporteront en 2026 comme ils le faisaient en 2000.

Étant donné que la population ne croîtra pas au même rythme dans tous les groupes d'âge ou dans toutes les régions du Canada, les agents de marketing et les entreprises touristiques devraient prévoir l'évolution des activités et des intérêts touristiques du marché intérieur au cours des deux prochaines décennies et se préparer. Dans le présent chapitre, nous décrivons certaines modifications structurelles importantes en ce qui concerne le Canada dans son ensemble. Nous abordons ensuite l'évolution prévue du marché intérieur des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce.

4.2 Guide du lecteur

Le tableau et le texte suivants aideront le lecteur à interpréter les colonnes des tableaux sommaires présentés dans cette section.

Exemple de tableau

Population adulte du Canada – Sexe et âge

	POURCENTAGE DE LA POPULATION ADULTE EN...		TAUX DE CROISSANCE DE 2000 À 2026	INCIDENCE DE LA STRUCTURE DE LA POPULATION EN 2026 SUR LE TAUX DE CROISSANCE
	2000	2026		
<i>Adultes (18 +)</i>	<i>23,3 millions</i>	<i>29,6 millions</i>		
Hommes	49 %	49 %	27 %	1 %
Femmes	51 %	51 %	27 %	-1 %
18 à 34 ans	31 %	25 %	0,47 %	-98 %
35 à 44 ans	23 %	17 %	-7 %	-124 %
45 à 54 ans	18 %	16 %	11 %	-61 %
55 à 64 ans	12 %	16 %	77 %	184 %
65 ans et plus	16 %	26 %	111 %	309 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV au Canada, tableau 1.

Pourcentage de la population adulte en... 2000 Il s'agit de la proportion des adultes canadiens qui, en 2000, correspondent aux caractéristiques démographiques (p. ex. l'âge, le sexe, le lieu de naissance) ou participent à une activité particulière (p. ex. un voyage vers une destination particulière; golf, ski, camping ou visite de musée à l'occasion d'un voyage) à ce moment.

Exemple : les personnes âgées de 18 à 34 ans représentent 31 p. 100 de tous les Canadiens adultes, ou 7,3 des 23,3 millions de Canadiens adultes (2000).

Pourcentage de la population adulte en... 2026 Il s'agit de la proportion des adultes canadiens qui, en 2026, devraient correspondre aux caractéristiques démographiques (p. ex. l'âge, le sexe, le lieu de naissance) ou participer à une activité particulière (p. ex. un voyage vers une destination particulière; golf, ski, camping ou visite de musée à l'occasion d'un voyage). **Exemple :** les personnes âgées de 18 à 34 ans devraient représenter 25 p. 100 de tous les Canadiens adultes, ou 7,3 des 29,6 millions de Canadiens adultes (2026).

Taux de croissance de 2000 à 2026 Il s'agit du taux prévu de variation du nombre de Canadiens adultes qui correspondront aux caractéristiques démographiques ou de comportement en 2026.

Exemple : le nombre de personnes âgées de 18 à 34 ans en 2026 (7,3 millions) est en fait identique à celui des personnes âgées de 18 à 34 ans en 2000 (7,3 millions).

Incidence de la structure de la population en 2026 sur le taux de croissance Il s'agit de la mesure dans laquelle la structure prévue de la population, en 2026, influera sur le taux de croissance d'une caractéristique démographique ou de comportement. Les nombres négatifs laissent présager une pression à la baisse sur les taux de croissance et les nombres positifs une pression à la hausse.

Exemple : le taux de croissance des personnes de 18 à 34 ans (0,47 %) sera inférieur de 98 p. 100 à ce qu'il aurait été si la structure de la population était demeurée la même qu'en 2000. Ainsi, si la structure de la population de 2000 demeurait inchangée jusqu'en 2026, il y aurait 9,2 millions de jeunes adultes au Canada en 2026, ou 27 p. 100 de plus qu'il y en avait en 2000, mais les changements à la structure de la population ramènent ce nombre à 7,3 millions, soit le même qu'en 2000, pour une différence de -98 % dans le taux de croissance [0,47 % / 27 %].

4.3 Changements régionaux dans le marché canadien

La population adulte des diverses régions du pays croîtra à un rythme différent, le Canada atlantique et le Québec connaissant les taux de croissance *les plus faibles* (8 % chacun), et la Colombie-Britannique (49 %), l'Ontario (37 %) et l'Alberta (33 %) les plus élevés. Le Manitoba et la Saskatchewan enregistreront un taux de croissance passablement inférieur à la moyenne nationale (14 % contre 27 %).

La population du Québec et du Canada atlantique croîtra au cours des deux prochaines décennies, mais à un taux *inférieur* d'environ les deux tiers à ce qu'il aurait été si la structure de la population de 2000 était demeurée la même jusqu'en 2026. À l'opposé, la Colombie-Britannique croîtra à un taux sensiblement *plus élevé* que ne l'aurait laissé présager la structure actuelle de la population (81 % plus élevé).

Tableau 17 : Évolution régionale de la population adulte du Canada

MILLIONS D'ADULTES (18 +)	POPULATION ADULTE CANADIENNE EN...		TAUX DE CROISSANCE DE 2000 À 2026	INCIDENCE DE LA STRUCTURE DE LA POPULATION EN 2026 SUR LE TAUX DE CROISSANCE
	2000	2026		
Canada – Total	23,3	29,6	27 %	
Canada atlantique	1,8	2,0	8 %	-69 %
Québec	5,8	6,2	8 %	-70 %
Montréal	2,7	3,7	38 %	42 %
Ontario	8,9	12,2	37 %	35 %
Toronto	3,6	6,1	70 %	156 %
Manitoba/Saskatchewan	1,6	1,8	14 %	-49 %
Alberta	2,2	2,9	33 %	22 %
Colombie-Britannique	3,0	4,5	49 %	81 %
Vancouver	1,5	2,4	57 %	108 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV au Canada, tableau 5.

Les résidents de l'Ontario représenteront plus des deux cinquièmes de tous les Canadiens adultes en 2026, grâce à un taux de croissance de 37 p. 100 – un taux d'environ un tiers supérieur à ce qu'aurait laissé présager la structure de la population de 2000. Étant donné que les Ontariens ont une propension à être sous-représentés dans le segment intérieur de l'aventure de plein air douce, le taux de croissance élevé prévu pour cette province pourrait poser un problème, en cours de route, aux entreprises touristiques desservant les Canadiens intéressés par le plein air.

Dans ces projections de croissance de la population du Canada, il convient de souligner l'accroissement de l'*urbanisation* du pays.

- Même si la population du Québec n'augmentera que de 8 p. 100 de 2000 à 2026, la population de la RMR de Montréal devrait connaître une croissance plus de quatre fois supérieure à ce taux (38 %), passant d'environ 2,7 millions d'adultes à 3,7 millions.
- La croissance de la RMR de Toronto devrait être encore plus fulgurante – on prévoit que la population adulte de cette ville passera de 3,6 millions en 2000 à 6,1 millions en 2026, pour un taux de croissance de 70 p. 100 –, soit près du double de la moyenne provinciale (37 %), ou une croissance de 1,5 fois supérieure à ce que laisserait présager la structure de la population actuelle (156 %).
- La RMR de Vancouver croîtra également à un taux plus élevé (57 %) que le taux prévu pour la province (49 %), passant de 1,5 million en 2000 à 2,4 millions en 2026.

En raison de l'urbanisation croissante du Canada, il pourrait s'avérer de plus en plus difficile d'attirer les résidents des villes vers les activités de plein air... non seulement parce que les citoyens peuvent se sentir moins à l'aise dans un environnement naturel que ceux qui ont été élevés dans un tel milieu, mais également parce que les grandes villes du Canada tiendront lieu de centres d'accueil pour la plupart des nouveaux arrivants au Canada. Comme nous l'avons souligné précédemment, ces néo-Canadiens sont passablement moins enclins à participer à des activités de plein air hivernales que leurs concitoyens nés au Canada.

4.4 Changements démographiques dans le marché canadien

L'évolution du profil démographique des Canadiens pourrait avoir de profondes répercussions sur le volume et la valeur du tourisme au Canada de même que sur le type d'activités que le marché intérieur désire faire en voyage.

4.4.1 Sexe et âge

Il y aura une nette diminution de la proportion de la population jeune et d'âge moyen et une augmentation importante de la proportion de personnes âgées.

- La proportion de Canadiens adultes de 18 à 34 ans diminuera, passant de un sur trois à un sur quatre d'ici 2026.
- La proportion de Canadiens à « l'âge de la vie familiale » (35 à 44 ans) reculera, passant de plus de un membre de la population adulte sur cinq à environ un sur six.
- Les Canadiens d'âge moyen (45 à 54 ans) conserveront à peu près la même proportion de la population totale, passant de 18 p. 100 en 2000 à 16 p. 100 en 2026.
- À compter d'environ 55 ans, l'évolution démographique se modifie, les personnes âgées représentant une proportion *plus élevée* de la population adulte du Canada en 2026 qu'elle ne l'est à l'heure actuelle. L'augmentation est la plus forte chez les Canadiens de 65 ans et plus. Ce groupe d'âge représente actuellement environ le sixième de la population adulte, mais en 2026, il devrait en représenter plus du quart.
- En nombres absolus, la population de jeunes adultes (18 à 34 ans) passera de 7 252 000 en 2000 à 7 286 000 en 2026. Cette jeune cohorte croît à un rythme inférieur de 98 p. 100 à ce qu'il aurait été si la structure de la population était demeurée inchangée de 2000 à 2026. Par conséquent, les changements qui se produiront dans la composition de la population canadienne réduiront passablement le taux de croissance du segment des jeunes. On constate le même phénomène chez d'autres cohortes de jeunes et de personnes d'âge moyen. Dans le cas du « marché familial », non seulement le taux de croissance est nettement inférieur à ce que laisserait présager la structure de la population actuelle, mais il y aura une diminution du nombre absolu de Canadiens de 35 à 44 ans – de 5 313 000 en 2000 à 4 960 000 en 2026.

Tableau 18 : Population adulte du Canada – Sexe et âge

	POURCENTAGE DE LA POPULATION ADULTE EN...		TAUX DE CROISSANCE DE 2000 À 2026	INCIDENCE DE LA STRUCTURE DE LA POPULATION EN 2026 SUR LE TAUX DE CROISSANCE
	2000	2026		
<i>Adultes (18 +)</i>	<i>23,3 millions</i>	<i>29,6 millions</i>		
Hommes	49 %	49 %	27 %	1 %
Femmes	51 %	51 %	27 %	-1 %
18 à 34 ans	31 %	25 %	0,47 %	-98 %
35 à 44 ans	23 %	17 %	-7 %	-124 %
45 à 54 ans	18 %	16 %	11 %	-61 %
55 à 64 ans	12 %	16 %	77 %	184 %
65 ans et plus	16 %	26 %	111 %	309 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV au Canada, tableau 1.

Comme nous l'avons mentionné précédemment, la tendance s'inverse dans les groupes plus âgés. En fait, le segment le plus âgé de la population – les adultes de 65 ans et plus – représentera un peu plus du double du nombre de Canadiens qu'il totalise actuellement en 2026, soit 7,7 millions au lieu de 3,7 millions.

4.4.2 Revenu des ménages et niveau d'instruction

La proportion de Canadiens adultes dans chacune des catégories de revenus, qu'il s'agisse de revenus *faibles* ou *élevés*, ne devrait pas beaucoup changer d'ici 2026. Toutefois, compte tenu de l'augmentation du nombre de néo-Canadiens et de Canadiens qui ne feront plus partie de la population active, le groupe de Canadiens à *faibles revenus* augmentera à un rythme plus élevé (37 %) que celui de l'ensemble de la population (27 %).

Alors que le marché des jeunes sera en déclin, le nombre de jeunes toujours inscrits à l'école secondaire diminuera aussi. À part ce changement notable, une proportion légèrement plus élevée de la population adulte du Canada aura fait des études postsecondaires ou détiendra un diplôme universitaire en 2026 comparativement à aujourd'hui.

Tableau 19 : Population adulte du Canada – Revenu des ménages et niveau d'instruction

	POURCENTAGE DE LA POPULATION ADULTE EN...		TAUX DE CROISSANCE DE 2000 À 2026	INCIDENCE DE LA STRUCTURE DE LA POPULATION EN 2026 SUR LE TAUX DE CROISSANCE
	2000	2026		
<i>Adultes (18 +)</i>	23,3 millions	29,6 millions	27 %	
Revenu des ménages				
Faible	47 %	51 %	37 %	36 %
Faible à moyen	23 %	22 %	19 %	-30 %
Moyen à élevé	21 %	19 %	15 %	-46 %
Élevé	9 %	8 %	15 %	-46 %
Niveau d'instruction				
Études secondaires partielles ou moins	20 %	11 %	-29 %	-206 %
Secondaire terminé	26 %	28 %	37 %	34 %
Études postsecondaires	36 %	40 %	44 %	62 %
Diplôme universitaire	18 %	20 %	42 %	54 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV au Canada, tableau 3. Pourcentages calculés sur l'ensemble des répondants ayant déclaré leur revenu. Les revenus sont exprimés en dollars de 1998.

4.4.3 Composition des ménages

La composition des groupes d'âge, en 2026, aura une grande incidence sur le type d'activités qui intéresseront les Canadiens lorsqu'ils seront en voyage, car plus ils vieilliront, plus ils seront concentrés dans des ménages composés uniquement d'adultes. Le marché familial – les ménages comptant des enfants de 12 ans ou moins – diminuera, passant de un Canadien sur trois en 2000 à un sur quatre en 2026. À l'opposé, la proportion de Canadiens vivant dans des ménages composés uniquement d'adultes (sans enfants ni adolescents) augmentera, pour passer de 66 p. 100 à 74 p. 100.

Tableau 20 : Population adulte du Canada – Composition des ménages

	POURCENTAGE DE LA POPULATION ADULTE EN...		TAUX DE CROISSANCE DE 2000 À 2026	INCIDENCE DE LA STRUCTURE DE LA POPULATION EN 2026 SUR LE TAUX DE CROISSANCE
	2000	2026		
<i>Adultes (18 +)</i>	23,3 millions	29,6 millions		
Adultes seulement	66 %	74 %	42 %	54 %
Adolescents/enfants	33 %	26 %	-2 %	-107 %
Enfants de moins de 12 ans	25 %	19 %	-1 %	-105 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV au Canada, tableau 4. La somme des pourcentages peut ne pas donner 100 p. 100 en raison de l'arrondissement des chiffres et/ou du dédoublement entre les catégories.

4.4.4 Lieu de naissance

Suivant les politiques actuelles d'immigration, la proportion de Canadiens adultes qui seront venus s'établir au Canada en provenance d'autres pays s'établira à 28 p. 100 en 2026, par rapport à 21 p. 100 en ce moment. Comme nous l'avons mentionné précédemment, les grandes villes du Canada seront les centres d'accueil de nombre des nouveaux résidents du pays. En 2026, plus de la moitié de la population de Toronto sera constituée de néo-Canadiens (54 %). Vancouver connaîtra le même phénomène (53 %). Une proportion passablement plus petite de la population de Montréal sera composée de néo-Canadiens (28 %) en 2026, mais cette proportion est sensiblement plus élevée que celle observée actuellement (20 %). Comme nous l'avons souligné ailleurs dans le présent rapport, l'augmentation de la proportion de néo-Canadiens au cours des deux prochaines décennies posera des problèmes particuliers en ce qui concerne le segment de marché des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce.

Tableau 21 : Population adulte du Canada – Lieu de naissance

	POURCENTAGE DE LA POPULATION ADULTE EN...		TAUX DE CROISSANCE DE 2000 À 2026	INCIDENCE DE LA STRUCTURE DE LA POPULATION EN 2026 SUR LE TAUX DE CROISSANCE
	2000	2026		
<i>Adultes (18 +)</i>	23,3 millions	29,6 millions		
Nés au Canada	79 %	72 %	16 %	-39 %
Nés à l'étranger	21 %	28 %	66 %	144 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV au Canada.

4.5 Choix des destinations

Au cours des deux prochaines décennies, les Canadiens continueront à faire des voyages d'agrément au Canada, mais ils seront de plus en plus attirés par des destinations hors du pays. La part des touristes canadiens se rendant aux États-Unis, en Europe et dans d'autres pays étrangers augmentera en raison du nombre croissant d'immigrants désirant se rendre dans leur pays d'origine et du nombre croissant de personnes âgées désirant fuir l'hiver canadien. Ainsi, au fur et à mesure que la population canadienne vieillira, entre 2000 et 2026, il sera de plus en plus difficile de convaincre les Canadiens de voyager dans leur propre pays.

Tableau 22 : Population adulte du Canada – Destinations visitées à l'occasion de voyages d'agrément au cours des deux dernières années

	POURCENTAGE DE LA POPULATION ADULTE EN...		TAUX DE CROISSANCE DE 2000 À 2026	INCIDENCE DE LA STRUCTURE DE LA POPULATION EN 2026 SUR LE TAUX DE CROISSANCE
	2000	2026		
<i>Adultes (18 +)</i>	<i>23,3 millions</i>	<i>29,6 millions</i>		
Canada	60 %	59 %	24 %	-10 %
États-Unis	29 %	32 %	40 %	47 %
Destinations soleil/mer	20 %	21 %	37 %	36 %
Mexique/Caraïbes	8 %	8 %	27 %	0 %
R.-U./Europe	8 %	10 %	59 %	118 %
Autres pays	6 %	8 %	60 %	121 %

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV au Canada, tableaux 24 à 31.

4.6 Adeptes de l'aventure de plein air douce

Comme nous l'avons indiqué dans la section du présent rapport décrivant le profil démographique, le segment de marché des adeptes de l'aventure de plein air douce comporte relativement plus de jeunes voyageurs et de voyageurs dont le ménage comprend des enfants. Les Canadiens âgés, en particulier ceux de 65 ans et plus, sont nettement sous-représentés dans ce segment.

Au cours des deux prochaines décennies, la population canadienne vieillira et comptera de moins en moins d'enfants, ce qui, compte tenu des caractéristiques que présentent les touristes adeptes de l'aventure de plein air douce, permet de comprendre pourquoi la croissance de ce marché devrait être de 52 p. 100 **inférieure** à ce que laisserait présager la structure de la population actuelle. On prévoit que l'ensemble du marché intérieur des touristes adeptes de l'aventure de plein air douce passera de 5,3 millions en 2000 à 6,0 millions en 2026.

Une évolution semblable marquera manifestement le segment des adeptes de l'aventure de plein air douce effectuant des voyages d'agrément au Canada. Cette population devrait augmenter pour passer de 4,4 millions en 2000 à 4,8 millions en 2026. À 9 p. 100, ce taux de croissance est **inférieur** d'environ 66 p. 100 à ce que laisserait présager la structure de la population actuelle.

À des fins de comparaison, le tableau ci-dessous présente les taux de croissance prévus d'autres segments d'activités importants pour la CCT. Il est évident que les segments comme ceux des adeptes du patrimoine, des adeptes des arts de la scène et des adeptes du vin et des expériences culinaires – qui sont peu exigeants sur le plan physique – connaîtront une croissance beaucoup plus rapide que les segments comme celui des adeptes de l'aventure de plein air douce. Ces écarts traduisent indubitablement les besoins et les intérêts d'une population canadienne vieillissante.

Tableau 23 : Population adulte du Canada – Segments d'activités, grande intensité

MILLIONS D'ADULTES (18 +)	POURCENTAGE DE LA POPULATION ADULTE EN...		TAUX DE CROISSANCE DE 2000 À 2026	INCIDENCE DE LA STRUCTURE DE LA POPULATION EN 2026 SUR LE TAUX DE CROISSANCE
	2000	2026		
Population adulte totale du Canada	23,3	29,6	27 %	
Adeptes de l'aventure de plein air douce	5,3	6,0	13 %	-52 %
Adeptes de l'aventure de plein air douce effectuant des voyages d'agrément au Canada	4,4	4,8	9 %	-66 %
Autres segments d'activités de la CCT — Voyages d'agrément au Canada				
Adeptes de l'aventure de plein air dure	1,3	1,4	9 %	-66 %
Adeptes du ski alpin	2,4	2,6	9 %	-67 %
Adeptes des activités de plein air hivernales (à l'exclusion du ski alpin)	3,1	3,4	11 %	-61 %
Adeptes du patrimoine	2,2	3,0	37 %	36 %
Adeptes des arts de la scène	1,1	1,5	44 %	61 %
Adeptes des arts visuels	1,7	2,4	39 %	43 %
Adeptes du vin et des expériences culinaires	1,5	2,0	36 %	32 %

Source : Calculs spéciaux de l'EAPV au Canada.

5. Annexe

5.1 Définitions de l'EAPV

Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV) – Un certain nombre de ministères et d'organismes canadiens du tourisme ont collaboré à la réalisation de deux vastes enquêtes visant à évaluer les activités de voyage et les motivations des Canadiens et Américains, dans le domaine du tourisme d'agrément. Cette étude, intitulée *Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages* (EAPV), constitue une évaluation approfondie des comportements et des motivations des voyageurs et une riche base de données fiables qui pourra servir à élaborer des stratégies de marketing et des produits touristiques pour attirer des visiteurs au Canada.

Les données de l'EAPV proviennent d'un sondage téléphonique et d'un questionnaire envoyé par la poste. L'enquête s'est déroulée au Canada et aux États-Unis entre le 27 septembre 1999 et le 16 avril 2000. Le sondage téléphonique a permis de recueillir les réponses de 28 397 personnes aux États-Unis et de 18 385 personnes au Canada. Les répondants de 18 ans et plus ont été sélectionnés de façon aléatoire au sein de chaque ménage. On a demandé aux répondants au sondage téléphonique qui avaient voyagé au cours de deux dernières années ou qui comptaient le faire au cours des deux prochaines années de remplir un questionnaire à retourner par la poste. Des questionnaires utilisables, 5 490 questionnaires provenaient de Canadiens et 6 405 (26 %), d'Américains.

Projections effectuées dans la base de données de l'EAPV – La population canadienne de 18 ans et plus a fait l'objet d'une projection en 2026 et celle des États-Unis, en 2025. On a effectué une correction additionnelle pour redresser les données de l'EAPV en tenant compte d'une hausse à prévoir au chapitre du niveau d'instruction au sein des populations des deux pays. On a établi l'hypothèse que le niveau d'instruction le plus élevé atteint au cours de période allant de 1975 à 1999 se maintiendra à long terme. Les données de chaque unité d'échantillonnage utilisée dans l'EAPV qui ont servi à extrapoler le vieillissement des populations canadienne et américaine ont été fournies par le ministère ontarien du Tourisme et des Loisirs. Ces projections incluaient les corrections du Ministère au chapitre de la hausse du niveau d'instruction et des flux d'immigration au Canada.

Segments d'activités d'intérêt pour la Commission canadienne du tourisme

Voici les variables de l'EAPV qui ont été regroupées pour créer des sous-marchés d'activités intéressant particulièrement la Commission canadienne du tourisme.

Aventure de plein air dure, grande intensité – Réalisation d'un voyage pour vivre une aventure excitante au cours des deux dernières années et comportant au moins deux des activités suivantes si la descente en eau vive fait déjà partie des activités; à défaut de descente en eau vive, une des activités suivantes : escalade de roche ou de glace, vélo de montagne, traîneau à chiens, deltaplane, saut à l'élastique (bungee), héliski, plongée en scaphandre autonome. Le voyage peut comprendre des activités de plein air visant la consommation (chasse/pêche).

Aventure de plein air douce, grande intensité – Un minimum de deux des activités suivantes de la liste des « activités à l’occasion d’un voyage au cours des deux dernières années » de l’EAPV et ne faisant pas partie des activités de l’« aventure de plein air dure, grande intensité » : cyclisme récréatif, cyclisme – voyage d’une nuitée ou plus, motocyclisme, kayak ou canotage, motonautisme, voile, planche à voile, petite ou grande randonnée pédestre, équitation, vol en montgolfière, ski de fond, ski alpin, planche à neige, motoneige. Le voyage peut comprendre des activités de plein air visant la consommation (chasse/pêche).

Vin et expériences culinaires, grande intensité – Au moins l’une des activités suivantes : séjour dans une école de cuisine, une école de dégustation de vins ou un restaurant gastronomique qui offre l’hébergement; ou minimum de deux des activités suivantes : visite des établissements vinicoles d’une région, visites d’un jour dans des établissements vinicoles, sortie dans des restaurants de réputation internationale.

Arts de la scène, grande intensité – Au moins l’une des expériences suivantes : expérience de cultures/manières de vivre différents, goûter à la fébrilité de la ville; au moins trois des expériences suivantes : festivals de musique, événements littéraires, festivals de théâtre, opéra, ballet et autres spectacles de danse, théâtre, concerts de musique classique, concerts de musique jazz, attractions musicales comme Jazzland.

Arts visuels, grande intensité – Au moins l’une des expériences suivantes : expérience de cultures/manières de vivre différents, goûter à la fébrilité de la ville; au moins deux des expériences suivantes : galeries d’art, festivals de films internationaux, magasinage dans des ateliers d’art ou d’artisanat locaux.

Patrimoine, grande intensité – Au moins l’une des expériences suivantes : expérience de cultures/manières de vivre différents, visite de sites et lieux historiques importants, participation à une expérience d’apprentissage pratique; au moins quatre des expériences suivantes : expérience de la culture autochtone dans des régions éloignées ou rurales, pow-wow/autre fête autochtone, attractions autochtones, expérience de la culture franco-canadienne, carnavaux comme Caribana, événements westerns, foires ou marchés agricoles, foires ou festivals locaux, musées pour enfants, musées d’histoire, musées des sciences ou de la technologie, répliques historiques de villes/villages, lieux historiques, fermes d’autocueillette.

Ski alpin – Skieurs alpins (ski alpin, héliski, planche à neige) et/ou forfaits ski.

Activités de plein air hivernales (à l’exclusion du ski alpin) – N’importe laquelle des activités suivantes : escalade de glace, traîneau à chiens, pêche sur la glace, motoneige, ski de fond (dans le cadre d’une excursion de plusieurs jours ou non) [exclut les skieurs alpins et les amateurs de planche à neige].

5.2 Tailles de départ non pondérées

Tableau A-1 : Segments d'activités : Tailles de départ non pondérées, questionnaire à retourner de l'EAPV au Canada

	DONNÉES NON PONDÉRÉES – QUESTIONNAIRE À RETOURNER
Voyageurs d'agrément adultes au Canada au cours des deux dernières années	4 272
Adeptes de l'aventure de plein air douce	1 241
Adeptes de l'aventure de plein air dure	361
Adeptes du vin et des expériences culinaires	454
Adeptes du patrimoine	762
Adeptes des arts de la scène	331
Adeptes des arts visuels	608
Adeptes des activités de plein air hivernales (à l'exclusion du ski alpin)	844
Adeptes du ski alpin	651

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV au Canada, page 1.

Nota : Les segments s'appuient sur les voyages d'agrément des deux dernières années vers une destination canadienne et une participation à un ensemble prédéfini d'activités pendant un voyage vers n'importe quelle destination au cours des deux dernières années.

5.3 Taux d'attraction

Tableau A-2 : Taux d'attraction

	PROPORTION DE LA POPULATION ADULTE CANADIENNE	PROPORTION DES ADEPTES DE L'AVENTURE DE PLEIN AIR DOUCE VISITANT LA RÉGION...	TAUX D'ATTRACTION
Canada atlantique	8 %	20 %	2,5
Québec	25 %	42 %	1,7
Ontario	38 %	49 %	1,3
Manitoba/Saskatchewan	7 %	16 %	2,3
Alberta	9 %	25 %	2,8
Colombie-Britannique	13 %	33 %	2,5

Source : Tableaux spéciaux de l'EAPV au Canada, calculs spéciaux.

Nota : La proportion des touristes du segment qui visitent les régions du Canada donnera plus de 100 p. 100 en raison des voyages effectués dans diverses provinces au cours des deux années étudiées.

5.4 Activités mesurées au cours de l'EAPV

ACTIVITÉS DE PLEIN AIR/ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES

Observation d'oiseaux
Observation de baleines
Observation d'autres animaux
Observation de fleurs sauvages/de la flore
Cyclisme récréatif
Cyclisme hors-route
Cyclisme – voyage d'une nuitée ou plus
Motocyclisme – excursion d'une journée lors d'un voyage d'une nuitée ou plus
Motocyclisme – voyage d'une nuitée ou plus
Kayak ou canotage
Motonautisme
Voile
Planche à voile
Descente en eau vive
Escalade de glace
Escalade de roche
Traîneau à chiens
Observation d'aurores boréales/autres expériences arctiques
Pêche (eau douce)
Pêche (eau salée)
Pêche sur la glace
Entraînement dans un centre de conditionnement physique
Jogging en plein air
Pique-nique dans des parcs
Golf, à l'occasion, au cours d'un voyage
Séjour dans un lieu de villégiature avec terrain de golf pour une nuitée ou plus
Forfait de golf qui permet de jouer sur divers parcours
Deltaplane
Petite ou grande randonnée pédestre en pleine nature
Équitation
Vol en montgolfière
Chasse au gros gibier
Chasse aux oiseaux ou au petit gibier
Parachutisme
Saut à l'élastique (bungee)
Base-ball/balle molle
Basket-ball
Jeu de quilles
Échecs/backgammon
Curling
Football
Hockey
Squash
Soccer
Tennis
Volley-ball
Patinage sur glace
Patin à roulettes/à roues alignées
Ski de fond
Ski de fond – excursion de plusieurs jours
Ski alpin
Héliski
Planche à neige
Motoneige – excursion de jour (pistes balisées)
Motoneige – excursion de plusieurs jours
Bronzage/détente à la plage
Plongée en scaphandre autonome
Nage dans les lacs
Nage à la mer

ACTIVITÉS CULTURELLES OU DE DIVERTISSEMENT

Expérience de la culture autochtone dans une région éloignée ou rurale où vous avez séjourné une nuitée ou plus

Assister à des pow-wows ou à d'autres fêtes autochtones, comme le Pow-Wow de Wikwemikong
Visiter des attractions autochtones comme l'Indian Museum of North America (Arizona) ou le Polynesian Cultural Centre (Hawaii)
Expérience de la culture franco-canadienne
Assister à des festivals de musique, comme le Festival de jazz de Montréal et le Chicago Blues Festival
Assister à des festivals de films internationaux, comme le Festival de Toronto et le Festival de Cannes
Assister à un événement littéraire (p. ex., un festival de lecture)
Assister à des festivals de théâtre
Carnavals comme le Mardi Gras, Caribana ou le carnaval de Rio
Événements westerns comme le Calgary Stampede ou des rodéos
Foire/marchés agricoles
Foire/festivals locaux, comme les foires d'automne, les carnavals d'hiver, les Highland Games, les Oktoberfest, et les festivals de folklore
Galleries d'art
Musées pour enfants
Musées d'histoire ou du patrimoine
Musées des sciences ou de la technologie, comme le Centre des sciences de l'Ontario, le Smithsonian, le Musée Science Nord, et les musées d'aéronautique et de l'espace
Opéra
Ballet et autres spectacles de danse
Théâtre
Concerts – musique classique
Concerts – musique jazz
Concerts – rock & roll/musique pop
Attractions musicales comme le Rock'n'Roll Museum ou Jazzland
Répliques de villes ou villages avec reconstitutions d'époque, comme le Upper Canada Village ou Williamsburg
Visiter des lieux historiques, p. ex. la statue de la Liberté, l'Acropole, Fort Alamo, la forteresse de Louisbourg, Old Fort William
Parcs thématiques cinématographiques, p. ex., les studios MGM
Parcs thématiques de sciences et technologie, comme le Centre Epcot
Parcs d'attractions, comme Disneyland
Jardins publics, comme Cypress Gardens, le parc Tivoli ou Butchart Gardens
Jardins botaniques
Planétariums
Jardins zoologiques
Aquariums
Visite d'un lieu naturel extraordinaire, comme les chutes Niagara ou le Grand Canyon
Course automobile (comme spectateur)
Base-ball professionnel (comme spectateur)
Basket-ball professionnel (comme spectateur)
Patinage artistique professionnel (comme spectateur)
Football professionnel (comme spectateur)
Golf professionnel (comme spectateur)
Hockey professionnel (comme spectateur)
Courses de chevaux
Assister à des événements sportifs nationaux et internationaux comme les Jeux du Canada, les Jeux du Commonwealth et les Jeux olympiques (comme spectateur)
Assister à des tournois et à des compétitions de sport amateur, du domaine artistique ou du secteur des loisirs (comme spectateur ou participant)
Danse
Sortie au casino
Sortie dans des cafés-terrasses locaux
Sortie au cinéma
Sortie dans des restaurants de cuisine locale ou régionale
Sortie dans des restaurants de réputation internationale
Magasinage (librairies ou magasins de disques)

Magasinage (antiquités)
Magasinage (aliments fins dans les commerces de détail ou dans les fermes)
Magasinage (ateliers ou expositions d'art et d'artisanat locaux)
Magasinage (vêtements, chaussures et bijoux)
Visiter des fermes qui offrent l'« autocueillette » et participer à la récolte

Lire (en voyage) pour se détendre ou par intérêt personnel

ACTIVITÉS LIÉES À L'HÉBERGEMENT

Camper sur de vastes terrains de camping de parcs nationaux ou provinciaux
Camper sur des terrains de camping en dehors des parcs nationaux ou provinciaux
Camper dans des milieux sauvages
Séjourner dans un lieu de villégiature au bord d'un lac, en été
Séjourner dans un lieu de villégiature au bord d'un lac, en hiver
Séjourner dans une station de ski ou de montagne, en été
Séjourner dans une station de ski ou de montagne, en hiver
Séjourner dans un lieu de villégiature au bord de la mer, en été
Séjourner dans un lieu de villégiature au bord de la mer, en hiver
Séjourner dans un pavillon éloigné/avec service de navette aérienne
Séjourner dans un avant-poste/avec service de navette aérienne
Séjourner dans pavillon en pleine nature accessible en voiture
Séjourner dans un chalet/une copropriété qui vous appartient
Séjourner dans un chalet/une copropriété loué(e)
Séjourner dans une école de cuisine qui offre l'hébergement
Séjourner dans une école de dégustation de vins qui offre l'hébergement
Séjourner dans un restaurant gastronomique qui offre l'hébergement
Séjourner dans une station thermale ou de balnéothérapie
Séjourner dans des fermes qui offrent l'hébergement et où l'on peut travailler

Séjourner dans un gîte touristique

TOURISME/CROISIÈRES (VOYAGES D'AU MOINS UNE NUITÉE)

Participer à une excursion guidée à la campagne, comme des excursions « couleurs de l'automne », avec hébergement
Se promener dans de petites villes ou villages où vous séjournez une nuitée ou plus

Faire du tourisme dans une région vinicole et y séjourner une nuitée ou plus

Participer à une croisière sur les Grands Lacs d'une nuitée ou plus

Participer à une « croisière » d'une nuitée ou plus en sous-marin

Participer à une croisière océanique d'une nuitée ou plus

EXCURSION D'UNE JOURNÉE (LORS D'UN VOYAGE D'UNE NUITÉE OU PLUS)

Parcourir dans sa propre voiture ou en voiture de location des routes touristiques au bord de la mer ou d'un lac

Participer à des visites guidées d'une ville en autocar

Faire une excursion de plaisance à la campagne en autocar

Faire une excursion de plaisance en avion

Faire une excursion de plaisance en bateau de jour ou en soirée

Faire une excursion de plaisance en train

Visiter des établissements vinicoles pour des dégustations

ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES (LORS D'UN VOYAGE D'UNE NUITÉE OU PLUS)

Participer à des réunions d'affaires à l'extérieur de la ville

Participer à une foire commerciale à l'extérieur de la ville

Participer à un congrès à l'extérieur de la ville

Participer à une conférence ou à un séminaire à l'extérieur de la ville

Participer à un stage de formation à l'extérieur de la ville payé par l'employeur

Prendre des vacances payées par l'employeur (voyage-motivation)

Q. 3 Escapades / Q. 8 Voyages

J'en ai fait au moins un(e) en **hiver**

J'en ai fait au moins un(e) au **printemps**

J'en ai fait au moins un(e) en **été**

J'en ai fait au moins un(e) en **automne**

Q. 6 Escapades / Q. 11 Vacances – Types d'hébergement utilisé au cours des 2 dernières années

Maison/appartement d'amis ou de proches

Hôtels, centre de villégiature/auberges rurales

Motels

Gîtes touristiques

Chalet, loué

Chalet, le vôtre

Pavillons de chasse et de pêche

Terrains de camping/de véhicule de plaisance – service complet (eau/égoûts/électricité)

Terrains de camping/de véhicule de plaisance – électricité seulement

Terrains de camping sans service ou dans l'arrière-pays

Autre

Si vous avez fait du CAMPING :

Tente

Tente remorque

Camionnette de camping

Caravane/roulotte

Autocaravane

Q. 15 Types de forfaits utilisés au cours des 2 dernières années

Forfait excursion en autocar

Forfait villégiature ou croisière

Forfait théâtre

Forfait aventure

Forfait ski

Forfait ville

Forfait éducatif

Autre type de forfait

Aucun