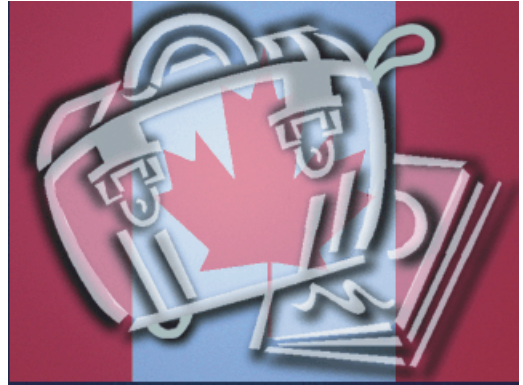




N°87-504-XIB au catalogue

Enquête sur les voyages des Canadiens

Revue des résultats de l'année 1996



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de la présente publication ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Programme de la statistique du tourisme, Culture, tourisme et centre des statistiques sur l'éducation, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-6321) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(403) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web : <http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à **tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677

Renseignements sur les commandes et les abonnements

Les prix n'incluent pas la taxe de vente

Une **version papier**, produit n° 87-504-XPB au catalogue, est publié occasionnellement au coût de 42 \$ le numéro. À l'extérieur du Canada, le coût est de 42 \$ US le numéro.

Le produit n° 87-504-XIB au catalogue est publié occasionnellement sur Internet au coût de 32 \$ cdn le numéro.

Faites parvenir votre commande à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou commandez par téléphone au **(613) 951-7277** ou au **1 800 700-1033**, par télécopieur au **(613) 951-1584** ou au **1 800 889-9734** ou par Internet : order@statcan.ca ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada. Vous pouvez aussi vous procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés, des librairies locales et des bureaux locaux de Statistique Canada.

Pour tout changement d'adresse, veuillez fournir votre ancienne et votre nouvelle adresse.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistique Canada

Enquête sur les voyages des Canadiens

Revue des résultats de l'année 1996

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1998

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Avril 1998

N° 87-504-XIB au catalogue

Périodicité : Occasionnelle

ISBN 0-660-59395-5

Ottawa

This publication is available in English upon request (Catalogue no. 87-504-XIB).

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

REMERCIEMENTS

Cette publication a été rédigée sous la direction des personnes suivantes :

M. Scott Murray, directeur - Culture, tourisme et Centre des statistiques sur l'éducation

M. Paul McPhie, directeur adjoint - Culture et tourisme

M. François Gendron, chef - Programme de la statistique du tourisme

M^{me} Laurie McDougall, auteure - Programme de la statistique du tourisme

M^{me} Denyse Chênevert, Production de graphiques et de tableaux, Programme de la statistique du tourisme

Cette publication est le fruit du travail et des efforts de nombreuses personnes. Nous adressons tout spécialement nos remerciements au personnel du Programme de la statistique du tourisme, soit Monique Beyrouiti, Wayne Castleman, Luc Dubois, Lizette Gervais-Simard, Noël Le Blanc et Danielle Shaienks. Nous sommes également reconnaissants aux examinateurs, Katharine Kemp et Jocelyn Lapierre, de la Division des comptes nationaux et de l'environnement. Des remerciements spéciaux sont adressés à Pierre Hubert, dont les connaissances et les conseils ont contribué à la préparation du contenu de ce document, ainsi qu'aux membres de la Division des enquêtes spéciales qui sont chargés de la conception et de la gestion des enquêtes ainsi que du traitement des résultats.

Nous remercions tout particulièrement Gerald Bailie et Karen Squires, de la Commission canadienne du tourisme, qui ont revu cette publication et ainsi offert un point de vue de l'extérieur.

Nous remercions sincèrement le personnel de la Division des langues officielles et, tout particulièrement, la traductrice, Maya Berbery. Enfin, nous tenons à souligner le travail de la Section de la composition et de la production, dont le personnel s'est chargé de préparer le manuscrit en vue de la publication.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences» – «Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 1984.



TABLES DES MATIÈRES

	PAGE
FAITS SAILLANTS	5
CHAPITRE 1	7
INTRODUCTION	7
Contexte	7
Structure et contenu de la publication	8
Bref historique de l'Enquête sur les voyages des Canadiens	8
Produits de l'Enquête sur les voyages des Canadiens et disponibilité de ces produits	9
CHAPITRE 2	11
LE TOURISME AU CANADA	11
Introduction	11
Situation économique en 1996	13
CHAPITRE 3	17
APERÇU DES VOYAGES INTÉRIEURS	17
Sommaire de 1996	17
Voyages intraprovinciaux et interprovinciaux	19
Caractéristiques des voyages	21
But	21
Mode de transport	22
Hébergement	23
Participation à des activités	24
Saisonnalité	25
Durée	26
Caractéristiques des voyageurs	27
Âge	27
Scolarité	28
Revenu	28
État matrimonial	29
CHAPITRE 4	31
PROFILS DE VOYAGES	31
Le caractère saisonnier des voyages intérieurs	31
Les voyages à forfait - Un marché non exploité?	39
Les visites de parents ou d'amis - Un marché à cibler?	46
CHAPITRE 5	53
SÉRIE DE TABLEAUX STATISTIQUES	53
ANNEXE	69
Méthodologie	69
Variabilité d'échantillonnage	71
Modification à l'Enquête sur les voyages des Canadiens	71
Concepts et définitions	72
Questionnaire	77

FAITS SAILLANTS

- Les Canadiens qui voyagent au Canada sont la pierre angulaire de l'industrie touristique canadienne. En 1996, la demande touristique intérieure a atteint 29,7 milliards de dollars, soit 71 % de l'ensemble des dépenses au titre du tourisme au Canada.
- Les Canadiens ont déclaré avoir fait 137,5 millions de voyages intérieurs en 1996, dont 65,9 millions de voyages du même jour et 71,6 millions de voyages avec séjour d'une nuit ou plus.
- La majorité des provinces profitent énormément des voyages faits par leurs résidents. En 1996, les Canadiens se sont rendus à une destination située dans leur province au moins huit fois sur dix lorsqu'ils ont fait un voyage intérieur d'une nuit ou plus.
- En Colombie-Britannique, le bilan des voyages intérieurs s'est soldé par un excédent en 1996. En effet, cette année-là, les non-résidents y ont dépensé 335 millions de dollars de plus que les résidents ont dépensé pour voyager à l'extérieur de la province. En Ontario, par contre, le solde a été négatif. En effet, les Ontariens ont dépensé 408 millions de dollars de plus à l'extérieur de leur province que les non-résidents ont dépensé en Ontario.
- L'été est la période où il se fait le plus de voyages intérieurs. Les voyageurs d'agrément Canadiens ont fait 42 % de leurs voyages d'une nuit ou plus en juillet, août et septembre, et 45 % des dépenses effectuées au chapitre des voyages d'agrément en 1996 ont été faites durant cette période.
- Les visites de parents ou d'amis (VPA) constituent une part importante des voyages faits au Canada. En 1996, au cours de leurs voyages intérieurs, les Canadiens ont passé environ la moitié de leurs nuits chez des amis ou des parents, et ils ont dépensé plus de 3 milliards de dollars pour obtenir des produits et services reliés à ces voyages.
- Les voyages intérieurs à forfait occupent encore un créneau de marché relativement petit; on en a recensé près de deux millions en 1996, soit seulement 2 % des voyages qui n'ont pas été faits pour affaires. Toutefois, quand les Canadiens optent pour un voyage à forfait, ils parcourent de plus grandes distances et leurs dépenses par voyage sont plus élevées.

CHAPITRE 1

INTRODUCTION

Contexte

En 1996, la valeur de l'activité touristique au Canada a atteint le niveau colossal de 41,8 milliards de dollars¹, dont 29,7 milliards de dollars, soit 71 % du total, étaient attribuables à la demande intérieure. Le tourisme a également généré, en 1996, près d'un demi-million d'emplois directs mesurés en personnes-années. Les tendances du tourisme sont en constante mutation et évoluent en fonction de la situation sociale, économique et selon les préférences des consommateurs.

Au cours de 1996, Statistique Canada a interviewé environ 200 000 Canadiens au sujet de leurs voyages au pays, de leurs propres caractéristiques et de celles de leur ménage. La présente publication donne un sommaire des réponses fournies dans le cadre de l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) de 1996. L'EVC offre un cadre permettant de cerner la population des voyageurs, le type des voyages entrepris et le montant des dépenses engagées. Ces renseignements pourront donner aux décideurs de l'industrie touristique des secteurs public et privé des indications quant à la promotion du Canada auprès des Canadiens, le développement de nouveaux produits, etc. Les données de l'EVC servent également à établir le Compte satellite du tourisme du Canada, à calculer les Indicateurs nationaux du tourisme et à produire des modèles de l'incidence économique du tourisme.

Changements apportés à cette publication

De plus en plus, les utilisateurs font valoir que la prise de décisions nécessite des renseignements plus pertinents et plus actuels. Les utilisateurs réclament des données présentées dans un format facile à consulter et capable de fournir des aperçus, des tendances et des répercussions sur le plan de la commercialisation. En vue de répondre aux besoins exprimés, la présente édition des données de l'EVC offre aux lecteurs des renseignements davantage axés sur l'analyse et la commercialisation.

1. *Indicateurs nationaux du tourisme, Système de comptabilité nationale, Statistique Canada. Tous les chiffres sont exprimés en dollars courants sauf indication contraire.*

Structure et contenu de la publication

Le chapitre 1 présente des renseignements généraux sur l'Enquête sur les voyages des Canadiens, notamment l'historique de l'enquête et une description des produits disponibles. Le chapitre 2 donne un aperçu du tourisme au Canada en 1996 et expose certaines des tendances observées depuis 1994 à la lumière des Indicateurs nationaux du tourisme. Ces indicateurs décrivent l'évolution du tourisme à partir d'estimations de l'offre et de la demande de chacun des principaux biens et services des secteurs touristique et non touristique, tels qu'ils apparaissent dans le Compte satellite du tourisme. On y retrouve également un sommaire de la conjoncture économique à l'échelle nationale. Un résumé des caractéristiques des voyages intérieurs entrepris en 1996 est présenté au chapitre 3. Les profils de marchés des voyages, une nouveauté de la présente publication, analysent plus à fond les tendances et les enjeux actuels du tourisme intérieur (chapitre 4). Plusieurs tableaux statistiques décrivant les voyages intérieurs et les dépenses selon la province et la région métropolitaine de recensement figurent au chapitre 5.

Bref historique de l'Enquête sur les voyages des Canadiens

L'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC), menée à titre de supplément de l'*Enquête mensuelle sur la population active (EPA)* de Statistique Canada, a été réalisée pour la première fois en 1979, puis tous les deux ans de 1980 à 1996. L'EVC a été conçue pour déterminer le volume et les caractéristiques des voyages intérieurs de même que les dépenses engagées au cours de ces voyages. On entend par voyage intérieur tout voyage du même jour ou d'une nuit ou plus entrepris vers une destination canadienne située à une distance d'au moins 80 kilomètres du domicile du voyageur. L'enquête recueille également des renseignements sur tous les voyages d'une nuit ou plus, peu importe la distance parcourue. Toutefois, seuls les voyages d'une distance d'au moins 80 kilomètres sont traités dans la présente publication.

De 1980 au premier trimestre de 1992, l'enquête a été menée sur une base trimestrielle, ce qui signifie que l'on communiquait avec les répondants au terme de la période de trois mois et on leur demandait des renseignements sur tous les voyages ayant pris fin au cours de cette période. Dans la mesure où il est difficile de se souvenir de tous les voyages faits pendant une période aussi longue, à compter du deuxième trimestre de 1992, on a commencé à rejoindre le même répondant chacun des mois du trimestre. Cette modification apportée à l'échantillonnage a provoqué une rupture dans les séries de données de 1992. L'introduction de cette nouvelle méthode a permis de constater que les répondants déclaraient moins de voyages au cours des deuxième et troisième mois. Pour améliorer encore davantage la qualité des données, la méthode de collecte a été modifiée de nouveau en 1994 de façon à utiliser un nouvel échantillon de répondants chaque mois. Cette modification a causé une rupture sur le plan de la comparabilité entre les séries de données de 1992 et celles de 1994.

En 1996, l'enquête n'a fait l'objet d'aucune modification majeure. Divers changements mineurs ont toutefois été apportés en 1996 et ceux-ci sont décrits en détail dans la section *Méthodologie de l'enquête* de la présente publication. À titre d'exemple, l'EVC a été réalisée pour la première fois en 1996 à l'aide de la technologie de l'*interview assistée par ordinateur (IAO)*.

Produits de l'Enquête sur les voyages des Canadiens et disponibilité de ces produits

Divers produits et services de l'EVC sont mis à votre disposition en fonction de vos besoins particuliers. Il s'agit notamment des suivants :

- **Fichier de microdonnées de l'EVC sur CD-ROM** - La base de données de l'EVC, qui contient des fichiers sur les voyages, les visites, les nuitées et les dépenses, existe maintenant sur CD-ROM. Beyond 20/20, un programme convivial d'extraction des données permettant de produire des tableaux, est également inclus.
- **Profils de voyages** - Ces profils peuvent viser un marché géographique précis, un segment de la population, un groupe d'activité, etc. L'utilisateur définit lui-même la population de l'enquête qui répond le mieux aux besoins de ses travaux. Chaque profil contient plus de 30 caractéristiques des voyages et des voyageurs recueillies dans le cadre de l'enquête. Les profils sont offerts en format exploitable par machine (p. ex., Microsoft Excel, Lotus 123) sur disquette ou sur papier.
- **Autres totalisations spéciales sur mesure** - Ces totalisations peuvent être personnalisées en fonction des exigences de l'utilisateur. Le prix des totalisations est établi selon le principe du recouvrement des coûts.

On peut obtenir des renseignements sur les produits et services de l'EVC précités en s'adressant au service suivant :

Enquête sur les voyages des Canadiens
Programme de la statistique du tourisme
Culture, tourisme et Centre des statistiques sur l'éducation
Statistique Canada
3-K, Immeuble R.-H.-Coats
Parc Tunney
Ottawa (Ontario)
Canada
K1A 0T6
Tél. : (613) 951-6321
Télec. : (613) 951-2909.

CHAPITRE 2

LE TOURISME AU CANADA

Introduction

Les voyages intérieurs jouent un rôle de premier plan dans le secteur du tourisme au Canada

Les Canadiens qui voyagent au Canada sont la pierre angulaire de l'industrie touristique canadienne. En 1996, la demande touristique intérieure a atteint 29,7 milliards de dollars³, soit 71 % de l'ensemble des dépenses au titre du tourisme au Canada (**graphique 2.1**). Les dépenses totales au titre du tourisme au Canada, qui comprennent les dépenses engagées par les visiteurs internationaux, se sont chiffrées à 41,8 milliards de dollars en 1996, soit une hausse de 5 % par rapport aux dépenses de 39,9 milliards de dollars enregistrées en 1995 et de 11 % par rapport à 1994. L'essentiel de cette augmentation des dépenses est attribuable aux voyageurs étrangers en visite au Canada qui ont dépensé 12,1 milliards de dollars, soit 10 % de plus qu'en 1995 et 26 % de plus qu'en 1994. En revanche, les dépenses faites par les Canadiens au cours de voyages intérieurs n'ont augmenté que de 3 % entre 1995 et 1996 et de 6 % entre 1994 et 1996

Note aux lecteurs :

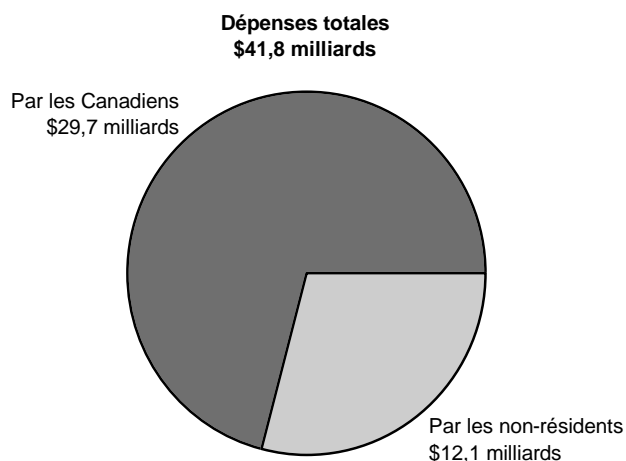
Tous les chiffres sont exprimés en dollars courants sauf indication contraire.

Source : Indicateurs nationaux du tourisme, n° 13-220 au catalogue, Système de comptabilité nationale, Statistique Canada.

3. Indicateurs nationaux du tourisme, Système de comptabilité nationale, Statistique Canada. Les dépenses au titre du tourisme intérieur comprennent les dépenses engagées avant le départ de même que les dépenses faites au Canada en vue d'un voyage vers une destination étrangère

Graphique 2.1

Origine des dépenses touristiques au Canada, 1996



Source : Indicateurs nationaux du tourisme, Système de comptabilité nationale, Statistique Canada.

Les *Indicateurs nationaux du tourisme* indiquent, en outre, que les Canadiens ont resserré leur budget de voyage en 1996, notamment au chapitre des dépenses d'hôtel et d'autres formes d'hébergement. Les dépenses intérieures au titre de l'hébergement ont diminué de 7 % en 1996 par rapport à 1995 et de 6 % entre 1994 et 1996. Les dépenses faites par les Canadiens en sorties au restaurant sont restées à peu près stables entre 1995 et 1996 et ont augmenté de 5 % entre 1994 et 1996. Les dépenses au titre du transport plus élevées qu'en 1995 et 1994 sont attribuables au fait que les Canadiens ont voyagé plus souvent par avion. Ceux-ci ont tiré parti des tarifs aériens réduits⁴, de l'ouverture de nouvelles routes aériennes et de l'arrivée de deux nouvelles compagnies aériennes en 1996 : WestJet Airlines a lancé son service aérien régulier en juin, et Greyhound Air, ses vols nolisés en juillet 1996. Ces deux compagnies aériennes ont déclenché une concurrence intérieure des prix et ont élargi la gamme des destinations offertes aux consommateurs. Les grandes compagnies aériennes du Canada, en prévision de la baisse des prix introduite par leurs concurrents, ont commencé à offrir des tarifs réduits au début de l'année. En fait, en 1996 le tarif moyen (tous genres confondus) acquitté par les voyageurs internes a reculé de 10 % par rapport à 1995 et de 12 % par rapport au niveau record des tarifs enregistré en 1994.⁵

4. *Aviation : bulletin de service, n° 51-004 au catalogue, Statistique Canada.*

5. *Aviation : bulletin de service, n° 51-004 au catalogue, Statistique Canada*

Tableau explicatif 2.1
Demande touristique au Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, 1994-1996

	1994	1995	1996
		(\$000,000)	
Dépenses totales au titre du tourisme¹	37 587	39 883	41 773
Transport	14 882	15 618	16 539
Hébergement	5 579	5 908	5 928
Services de restauration	6 053	6 472	6 766
Autres biens et services	11 073	11 885	12 540
Dépenses intérieures	28 008	28 926	29 671
Transport	12 379	12 710	13 334
Hébergement	3 536	3 579	3 340
Services de restauration	3 826	3 963	4 007
Autres biens et services	8 267	8 674	8 990
Dépenses de non-résidents	9 579	10 957	12 102
Transport	2 503	2 908	3 205
Hébergement	2 043	2 329	2 588
Services de restauration	2 227	2 509	2 759
Autres biens et services	2 806	3 211	3 550

1. Ces dépenses sont fondées sur la série des Indicateurs nationaux du tourisme qui comprend : les dépenses faites par des Canadiens au Canada en vue d'un voyage vers une destination étrangère, les dépenses engagées avant le départ de même que les dépenses faites au cours d'un voyage du même jour. Les estimations sont calculées à partir de diverses enquêtes sur l'offre et la demande réalisées par Statistique Canada.
Source : *Indicateurs nationaux du tourisme, Système de comptabilité nationale, n° 13-220 au catalogue.*

L'importance du marché intérieur s'exprime aussi par les volumes considérables de touristes en visite au pays. En 1996, huit touristes sur dix étaient des Canadiens, alors que deux sur dix venaient des États-Unis et d'autres pays. Les Canadiens accaparent également la part la plus importante au chapitre des nuitées, soit 71 %. En 1996, les Canadiens ont dépensé 13,3 milliards de dollars au cours de voyages d'une nuit ou plus au Canada comparativement à des dépenses de 9,6 milliards de dollars pour les visiteurs venant d'autres pays⁶.

6. *Enquête sur les voyages des Canadiens, Enquête sur les voyages internationaux, Programme de la statistique du tourisme, Statistique Canada.*

Tableau explicatif 2.2
Flux des séjours touristiques d'une nuit ou plus au Canada, 1996

	Voyages- personnes	Nuits	Dépenses ¹
	(000)	(000)	(\$000,000)
Total des séjours d'une nuit ou plus	88 871	327 885	22 932
Canadiens	71 585	231 200	13 262
Résidents des États-Unis	12 909	49 796	5 150
Résidents d'autres pays	4 377	46 889	4 520
	(%)	(%)	(%)
Part de marché selon l'origine	100	100	100
Canadiens	81	71	58
Résidents des États-Unis	15	15	22
Résidents d'autres pays	5	14	20

1. *Les dépenses sont fondées uniquement sur les estimations des dépenses engagées au cours de voyages d'une nuit ou plus tirées de l'Enquête sur les voyages internationaux et de l'Enquête sur les voyages des Canadiens.*
Source : *Enquête sur les voyages des Canadiens, 1996; Enquête sur les voyages internationaux, 1996, Programme de la statistique du tourisme, Statistique Canada*

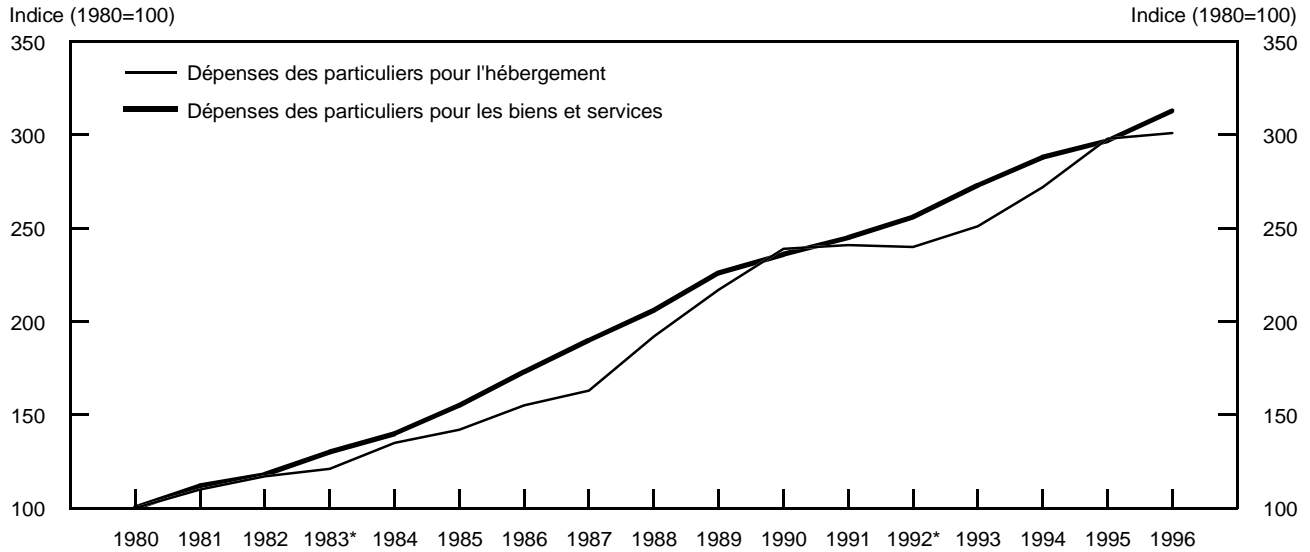
Situation économique en 1996

Le tourisme est intrinsèquement lié à une myriade de facteurs économiques et sociodémographiques. En règle générale, lorsque l'économie va bien, les entreprises et les consommateurs dépenseront davantage pour des biens et services non indispensables, les voyages par exemple; à l'inverse, lorsque l'économie est léthargique, les entreprises et les consommateurs réduiront leurs dépenses au titre des voyages. Comme l'illustre le **graphique 2.2**, les dépenses des consommateurs au titre de l'hébergement suivent habituellement la tendance des dépenses visant l'ensemble des biens et services; toutefois, en période de récession, les dépenses au titre de l'hébergement fléchissent et se redressent plus lentement.

L'année 1996 a connu un rendement économique relativement terne, le produit intérieur brut (PIB) ne s'étant accru que de 1,2 % (en prix constants de 1992) par rapport à 1995 et de 3,4 % par rapport à 1994. En 1996, le revenu disponible moyen des particuliers s'est élevé à 12 650 \$ (en dollars constants de 1981), soit un niveau inférieur à celui de l'année précédente et supérieur de 2 % seulement à celui de 1994. Le **graphique 2.3** révèle qu'au cours de la plus grande partie des années

Graphique 2.2

Dépenses des particuliers pour l'hébergement comparativement à l'ensemble des biens et des services, 1980-1996



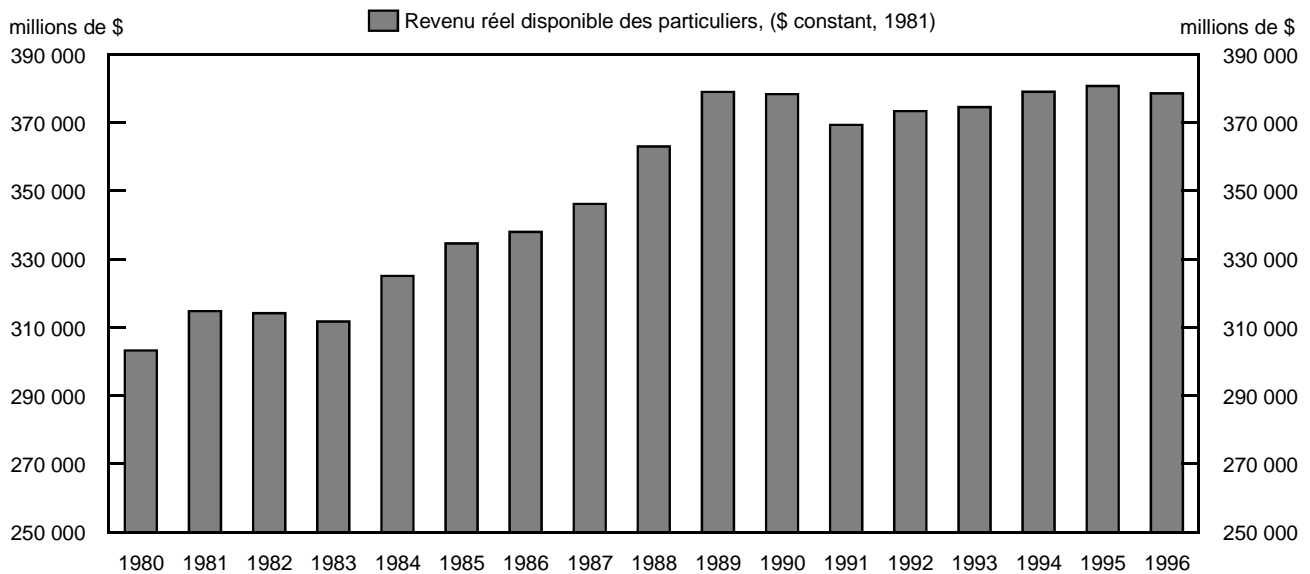
* Récession

Source : Comptes nationaux des revenus et des dépenses (séries non-publiées), Statistique Canada.

Inclus : Dépenses faites par des non-résidents lorsqu'ils effectuent des voyages autres que par affaires.

Graphique 2.3

Revenu réel disponible des particuliers, 1980-1996



Source : Comptes nationaux des revenus et des dépenses, Statistique Canada.

1990, les consommateurs ont vu peu d'amélioration au chapitre de leur revenu réel et ont, en fait, perdu du terrain sur le plan économique par rapport aux niveaux observés en 1989. Le taux de chômage s'est établi à 9,7 % en 1996, ce qui constitue une légère hausse par rapport à 1995 mais un niveau inférieur au taux de 10,4 % enregistré en 1994.

La forte baisse des taux d'intérêt qui ont atteint, en 1996, un niveau inégalé depuis 40 ans a incité bon nombre de Canadiens à acheter des articles de prix unitaire élevé, comme des maisons, des véhicules et des meubles. Pour financer ces dépenses, les Canadiens ont emprunté davantage ou ont puisé dans leur épargne, ce qui a augmenté les niveaux d'endettement de nombreux consommateurs et a fait reculer le taux d'épargne des particuliers à son niveau le plus faible depuis 30 ans, soit 5 % en 1996. Par ailleurs, les dépenses (en prix constants) au titre des biens non durables (p. ex., les vêtements, les souliers, etc.) ont à peine suivi la croissance démographique, ce qui témoigne de la prudence des consommateurs en ce qui a trait aux achats non indispensables.

Compte tenu de la croissance faible ou nulle des revenus, la confiance des consommateurs demeure relativement fragile. L'indice de confiance des consommateurs établi par le Conference Board du Canada est resté inférieur de 6 % au niveau observé en 1994, mais supérieur au minimum record enregistré en 1995. La frustration des Canadiens face à la faiblesse des revenus a abouti dans certains cas à des grèves, les plus importantes étant celles des employés de la fonction publique ontarienne et des travailleurs de General Motors.

En 1996, malgré certains signes d'un redressement de l'économie, les particuliers et jusqu'à un certain point les entreprises n'affichaient peut-être toujours pas une confiance ou une stabilité financière permettant l'achat de biens et de services non indispensables comme les voyages. Il se peut également que le tourisme ait mis plus de temps à se remettre du ralentissement économique observé au début des années 1990 et que la reprise dans le secteur touristique soit, par conséquent, plus lente. Ce sont peut-être là quelques-uns des facteurs pouvant expliquer l'affaiblissement de la demande intérieure en 1996 que révèlent les Indicateurs nationaux du tourisme. Bien que les dépenses totales au titre du tourisme aient globalement augmenté au Canada, la demande touristique intérieure, après correction pour l'inflation, ne s'est accrue que de 0,9 % (en prix constants de 1992) entre 1995 et 1996 et de 1,8 % entre 1994 et 1996.

CHAPITRE 2

Tableau explicatif 2.3
Indicateurs économiques clés, 1994, 1995 et 1996

	1994	1995	1996
PIB (\$000,000 aux prix de 1992)	744 220 \$	760 309 \$	769 730 \$
Indice composé (1981=100)	168,5	172,6	181,2
Revenu disponible moyen des particuliers (en \$ constants de 1981)	12 967 \$	12 868 \$	12 650 \$
Dépenses des particuliers au titre des biens durables (\$000,000 aux prix de 1992)	51 647 \$	52 508 \$	54 465 \$
Dépenses des particuliers au titre des biens non durables (\$000,000 aux prix de 1992)	113 146 \$	114 419 \$	116 773 \$
Taux d'épargne des particuliers (%)	8,0	7,9	5,8
Taux d'intérêt préférentiel (%)	6,9	8,8	6,1
Taux de chômage (%)	10,4	9,6	9,7
Indice des prix à la consommation (1986=100)	130,7	133,5	135,6
Indice de confiance des consommateurs (1991=100)	107,3	94,5	101,2
Indice de confiance des entreprises (1991=100)	143,7	139,9	147,0

Source : Statistique Canada; Conference Board du Canada.

CHAPITRE 3

APERÇU DES VOYAGES INTÉRIEURS

Highlights

- Les Canadiens ont déclaré avoir fait 137,5 millions de voyages intérieurs en 1996 et ils ont dépensé plus de 16 milliards de dollars au Canada.
- La majorité des provinces profitent énormément des voyages faits par leurs résidents. En 1996, les Canadiens se sont rendus à une destination située dans leur province au moins huit fois sur dix lorsqu'ils ont fait un voyage intérieur d'une nuit ou plus.
- Dans toutes les provinces sauf l'Île-du-Prince-Édouard, une proportion appréciable des dépenses au titre du tourisme intérieur est attribuable aux résidents. Cette proportion varie cependant d'un seuil inférieur de 56% au Nouveau-Brunswick à un seuil supérieur de 86% en Ontario.
- Comme pour toutes les années depuis 1980, les visites de parents et d'amis (VPA) restent la principale raison pour laquelle les Canadiens voyagent au Canada; ces voyages ont représenté plus de 30 millions de voyages d'une nuit ou plus en 1996. De plus, la majorité des voyageurs internes ont été hébergés chez des parents ou des amis, et cette forme d'hébergement a compté pour plus de la moitié des nuits passées hors du foyer dans le cadre de voyages intérieurs.
- Les voyageurs d'affaires ont engagé des dépenses de l'ordre de 4,7 milliards de dollars, soit 35 % des dépenses au titre du tourisme.
- L'automobile a été le mode de transport utilisé pour 63 millions de voyages d'une nuit ou plus. Ceci représente 88% des voyages avec nuitées.

Sommaire de 1996

Les Canadiens ont déclaré avoir fait 137,5 millions de voyages intérieurs en 1996, dont 65,9 millions de voyages du même jour et 71,6 millions de voyages avec séjour d'une nuit ou plus. Les voyageurs ont dépensé plus de 16 milliards de dollars au Canada dans le cadre de voyages vers des destinations intérieures en 1996, soit en moyenne 120 dollars par voyage. Les Canadiens ont passé en moyenne 3,2 nuits à l'extérieur de leur foyer, ce qui représente quelque 231 millions de nuitées au cours de voyages intérieurs.

Note aux lecteurs :

Tous les chiffres présentés dans cette section sont tirés de l'Enquête sur les voyages des Canadiens de 1996, sauf indication contraire.

CHAPITRE 3

Tableau explicatif 3.1
Sommaire des voyages intérieurs, 1996

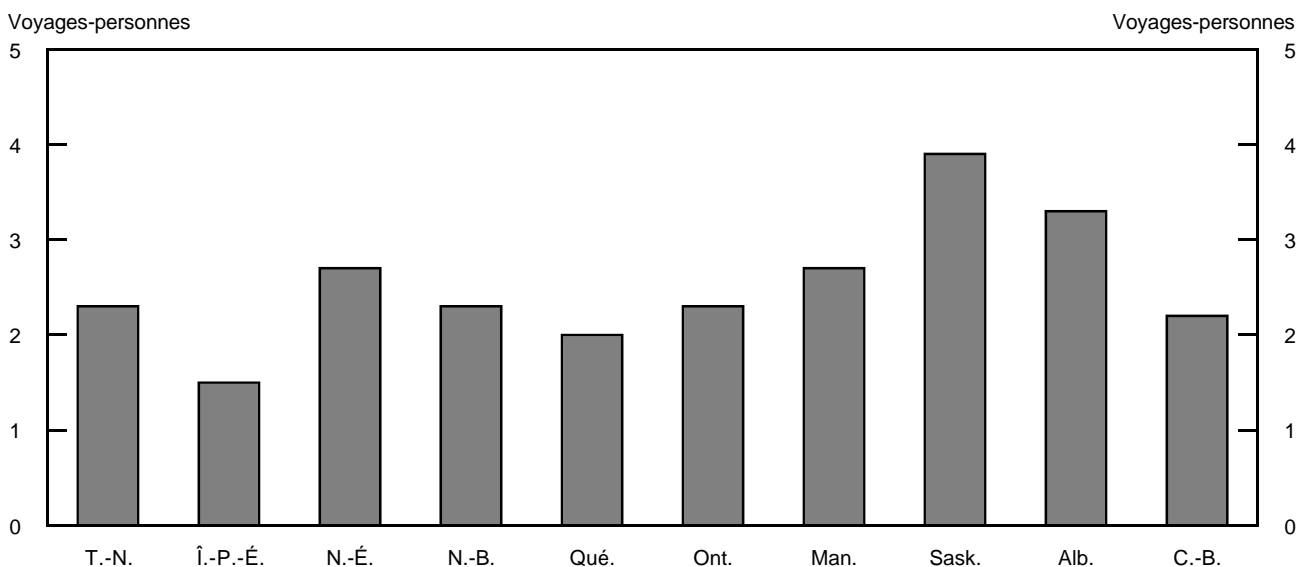
		Total	Même jour	Une nuit ou plus
Dépenses	(\$000,000)	16 458 \$	3 196 \$	13 262 \$
Voyages-personnes	(000)	137 524	65 939	71 585
Intraprovinciaux	(000)	121 209	62 809	58 400
Interprovinciaux	(000)	16 315	3 130	13 185
Nuitées	(000)	231 200	--	231 200
Durée moyenne	(en nuits)	1,7	--	3,2
Dépenses moyennes par voyage	(\$)	120 \$	49 \$	185 \$
Distance moyenne aller simple	(km)	285km	148km	411km

-- nombres indisponibles

Les volumes provinciaux de voyages reflètent la distribution des populations des provinces, l'Ontario et le Québec enregistrant les volumes de voyages intérieurs les plus élevés (*tableau explicatif 3.2*). Toutefois, comme l'illustre le **graphique 3.1**, le nombre de voyages par habitant traduit davantage le niveau réel d'activité au chapitre des voyages et la géographie de chacune des provinces. Les résidents de la Saskatchewan et de l'Alberta sont ceux qui ont effectué le plus grand nombre de voyages, 3,9 et 3,3 voyages respectivement. La conjoncture économique plus favorable dans les provinces de l'Ouest pourrait avoir contribué à ce niveau plus élevé de voyages par rapport aux niveaux observés au Canada central et dans l'est du pays.

Graphique 3.1

Nombre de voyages par personne, selon la province d'origine, 1996



Source : Enquête sur les voyages des Canadiens (tableaux spéciaux), 1996.

Tableau explicatif 3.2
Flux des voyages intérieurs d'une nuit ou plus selon la province, 1996

Province	Population	Origine (voyages- personnes)	Destination (voyages- personnes)	Province visitée ¹ (visites-provinces)
	(000)	(000)	(000)	(000)
Canada	29 829	71 585	71 585	73 430
Terre-Neuve	572	1 300	1 332	1 344
Île-du-Prince-Édouard	137	208	451	499
Nouvelle-Écosse	943	2 572	2 601	2 683
Nouveau-Brunswick	762	1 752	1 789	2 000
Québec	7 381	15 061	15 386	15 646
Ontario	11 239	25 889	25 122	25 310
Manitoba	1 139	3 033	2 785	2 896
Saskatchewan	1 019	3 978	3 905	4 160
Alberta	2 789	9 319	8 700	9 147
Colombie-Britannique	3 848	8 474	9 440	9 675

1. Les estimations des visites des provinces sont supérieures à celles des destinations des voyages-personnes puisque les visites comprennent tous les séjours d'une nuit ou plus dans une province peu importe la destination principale du voyage.

On peut également exprimer les flux de voyages provinciaux en fonction des visites, qui diffèrent quelque peu des voyages-personnes dans la mesure où elles comprennent les séjours d'une nuit ou plus dans un lieu donné peu importe la destination principale du voyage. Par exemple, un voyageur partant de la Nouvelle-Écosse pour une destination ontarienne et passant deux nuits au Québec en chemin et trois nuits en Ontario aura fait une visite au Québec et une visite en Ontario. Comme l'indique le *tableau explicatif 3.2*, le nombre de visites dans la province est supérieur aux estimations des voyages-personnes dans la province de destination puisque les visites comprennent tous les séjours d'une nuit ou plus dans la province.

Voyages intraprovinciaux et interprovinciaux

Les voyages entrepris par les Canadiens dans leur propre province (voyages intraprovinciaux) constituent le créneau le plus important du marché intérieur des voyages, soit 82 % des voyages d'une nuit ou plus en 1996. Ces voyages tendent à être de courtes balades en voiture pour visiter des parents ou des amis ou pour se détendre au chalet. Globalement, les Canadiens font moins de voyages à l'extérieur de leur province de résidence, mais lorsqu'ils voyagent hors de leur province, ils dépensent généralement plus. En 1996, les voyages interprovinciaux ont représenté 18 % des voyages d'une nuit ou plus mais ont compté pour près de la moitié (47 %) des dépenses faites au cours des voyages intérieurs d'une nuit ou plus.

Dans toutes les provinces sauf l'Île-du-Prince-Édouard, une proportion appréciable des dépenses au titre du tourisme intérieur est attribuable aux résidents. Cette proportion varie cependant d'un seuil inférieur de 56% au Nouveau-Brunswick à un seuil supérieur de 86% en Ontario. Le tourisme intérieur des provinces de l'Atlantique, exception faite de Terre-Neuve, dépend dans une large mesure des visiteurs venant d'autres provinces. En Ontario et au Québec, le tourisme est

CHAPITRE 3

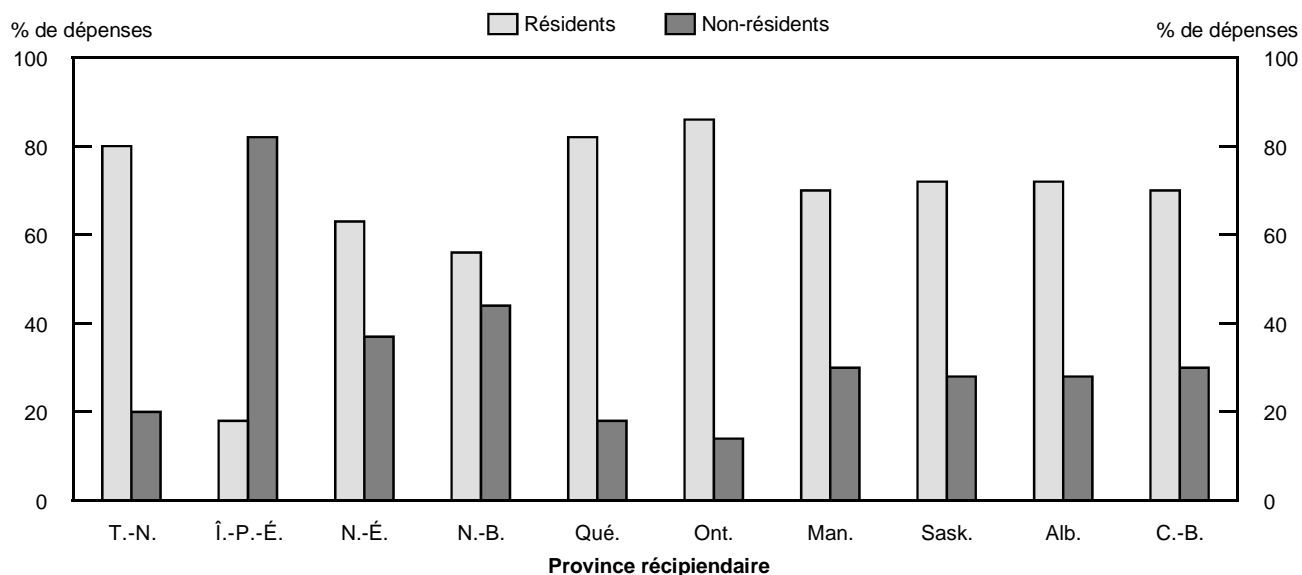
fortement soutenu par les populations résidentes, qui comptent pour plus de 80 % des dépenses totales. L'importance démographique et la simple taille du territoire de ces provinces pourraient expliquer l'ampleur des dépenses faites par les résidents. Dans les provinces de l'Ouest, les résidents, qui comptent pour sept dollars sur dix dépensés au titre du tourisme, constituent la principale source de dépenses touristiques.

Tableau explicatif 3.3
Voyages intraprovinciaux et voyages interprovinciaux, 1996

Voyages d'une nuit ou plus		Voyages intraprovinciaux	Voyages interprovinciaux
Voyages-personnes	(000)	58 400	13 185
Dépenses - voyages d'une nuit ou plus	(\$000,000)	7 038 \$	6 224 \$
Part des voyages par voiture	(%)	94	63
Part des voyages par avion	(%)	2	31
Dépenses moyennes par voyage	(\$)	121 \$	472 \$
Distance moyenne aller simple	(km)	262km	1 072km
Durée moyenne	(en nuits)	2,7	5,4

Graphique 3.2

Dépenses touristiques selon l'origine, 1996



Source : Enquête sur les voyages des Canadiens (tableaux spéciaux), 1996.

Tableau explicatif 3.4
Dépenses selon l'origine, 1996

Province	Dépenses ¹ faites dans la province par			Dépenses faites hors de la province par	Balance des dépenses de voyage ²
	Total	Résidents	Non-résidents ³	Résidents ³	
			(\$000,000)		
Canada	16,407	12,546	3,860	3,860	--
Terre-Neuve	386	308	78	96	-18
Île-du-Prince-Édouard	121	22	100	39	61
Nouvelle-Écosse	714	448	266	196	70
Nouveau-Brunswick	401	223	178	144	34
Québec	2,867	2,341	526	429	97
Ontario	5,206	4,472	734	1,142	-408
Manitoba	621	433	188	287	-99
Saskatchewan	759	547	212	272	-60
Alberta	2,351	1,697	654	726	-72
Colombie-Britannique	2,919	2,054	865	530	335

-- nombres indisponibles

1. Toutes les dépenses visant les frais de transport sont attribuées à la province d'origine.

2. La balance des dépenses de voyage correspond à la différence entre les dépenses faites par les non-résidents de la province et les dépenses faites par les résidents à l'extérieur de la province.

3. Le total pour le Canada est supérieur à la somme des données des provinces puisqu'il inclut les dépenses engagées au Yukon et dans les Territoires du Nord-Ouest.

Caractéristiques des voyages

But

Les parents et amis réunissent les Canadiens partout au pays

Les Canadiens ont des parents et amis dans toutes les régions géographiques du pays; les visites de parents et d'amis sont la principale raison des voyages intérieurs entrepris par les Canadiens. Comme pour toutes les années depuis 1980, les visites de parents et d'amis (VPA) restent la principale raison pour laquelle les Canadiens voyagent au Canada; ces visites ont représenté plus de 30 millions de voyages d'une nuit ou plus en 1996. L'importance des VPA se maintiendra vraisemblablement compte tenu du vieillissement de la population et de la fréquence plus élevée des VPA parmi les voyageurs âgés.

Bien que les voyageurs VPA tendent à dépenser moins que les autres voyageurs, leur importance numérique est telle qu'un quart des dépenses faites au cours de voyages d'une nuit ou plus leur étaient attribuables en 1996. En dépit du fait qu'ils passent la plupart des nuits dans des résidences privées (89 %), les voyageurs VPA ont tout de même passé près de 5 millions de nuits dans des établissements commerciaux d'hébergement. Ces chiffres démontrent l'importance relative des voyages VPA pour le secteur touristique.

Les voyages d'agrément, qui tendent à représenter le créneau le plus discrétionnaire du marché des voyages intérieurs, se classent au deuxième rang des catégories de voyages définies selon le but principal; leur nombre s'est élevé à 27,5 millions en 1996, soit 38 % de l'ensemble des voyages d'une nuit ou plus. En 1996, 33 % des dépenses engagées dans le cadre de voyages intérieurs d'une nuit ou plus ont été

attribuables aux voyages d'agrément. Les voyageurs d'affaires et congrès ont fait plus de 8 millions de voyages d'une nuit ou plus, pour une part de marché équivalant à 11 %. Toutefois, les voyageurs d'affaires ont engagé des dépenses de l'ordre de 4,7 milliards de dollars, soit 35 % des dépenses au titre du tourisme en 1996.

Tableau explicatif 3.5
Voyages d'une nuit ou plus selon le but principal, 1996

	Voyages- personnes	Dépenses	Part des voyages- personnes	Part des dépenses
	(000)	(\$000,000)	(%)	(%)
Total	71 585	13 262	100	100
Visites de parents et d'amis	30 703	3 300	43	25
Voyages d'agrément	27 492	4 400	38	33
Raisons personnelles	5 134	895	7	7
Affaires et congrès	8 196	4 667	11	35

Mode de transport

Les Canadiens qui voyagent au Canada utilisent leur propre voiture, ce qui s'explique par le fait que bon nombre de voyages intérieurs sont des déplacements relativement courts pour visiter des parents ou des amis, pour aller au chalet, etc. L'automobile a été le mode de transport utilisé pour 63 millions de voyages d'une nuit ou plus. Ceci représente 88% des voyages avec nuitées. Lorsqu'ils ont recours à des moyens de transport commerciaux, les Canadiens sont plus susceptibles d'acheter des billets d'avion. En 1996, plus de 5 millions de Canadiens ont voyagé par avion vers une destination intérieure, ce qui représente 7% des voyages intérieurs d'une nuit ou plus. Les voyages par autocar se sont classés au troisième rang en ce qui a trait au mode de transport, les voyages par train suivant loin derrière, au quatrième rang.

Tableau explicatif 3.6
Voyages d'une nuit ou plus selon le mode de transport, 1996

	Voyages- personnes	Part des voyages- personnes
	(000)	(%)
Total	71 585	100
Automobile	62 982	88
Transport commercial	8 604	12
Avion	5 264	7
Autocar	2 082	3
Train	640	1
Autre et indéterminé	618	1

Hébergement

On estime à 231 millions le nombre de nuits que les Canadiens ont passées à l'extérieur de leur foyer au cours de voyages intérieurs en 1996. Près des deux tiers de ces nuits (64 %) ont été passées dans des lieux d'hébergement non commerciaux, ce qui démontre une fois encore la prédominance des voyages VPA au Canada. La majorité des voyageurs internes ont été hébergés chez des parents ou des amis, et cette forme d'hébergement a compté pour plus de la moitié des nuits passées hors du foyer dans le cadre de voyages intérieurs. Les Canadiens aiment également passer du temps au chalet, cette forme d'hébergement ayant représenté 13 % des nuitées lors de voyages intérieurs en 1996.

Le secteur de l'hébergement commercial a enregistré 83 millions de nuitées, soit une part représentant 34 % de tous les types d'hébergement; cependant, les voyageurs ayant séjourné dans des établissements commerciaux d'hébergement ont dépensé plus de 9 milliards de dollars, ou 72 % de l'ensemble des dépenses de voyages d'une nuit ou plus, en 1996. Le secteur hôtelier est le principal fournisseur de services d'hébergement pour les voyageurs internes, accaparant plus de 27 millions de nuitées ou 12 % de l'ensemble des nuitées intérieures. Les voyageurs canadiens qui ont séjourné dans des hôtels ont déclaré des dépenses de voyage atteignant près de 6 milliards de dollars en 1996. Le camping, lui aussi, est populaire auprès des voyageurs internes; ce mode d'hébergement se classe au quatrième rang et compte pour 10 % du total des nuitées. Les motels ont obtenu une part de marché nettement plus mince, soit 5 % en 1996.

Tableau explicatif 3.7
Lieux d'hébergement selon les nuitées et les dépenses, 1996

	Nuitées	Dépenses ¹	Part des nuitées	Part des dépenses
	(000)	(\$000,000)	(%)	(%)
Total	231,200	13,262	100	100
Non commerciaux	147,983	5,250	64	40
Résidence de parents/amis	117,190	4,593	51	35
Chalets privés	30,793	657	13	5
Commerciaux	83,217	9,552	36	72
Hôtels	27,266	5,787	12	44
Motels	12,260	1,647	5	12
Centres de villégiature, Chambres d'hôtes et chalets	8,649	865	4	7
Terrains de camping	23,213	693	10	5
Autres	6,935	560	3	4
Indéterminé	4,894	318	2	2

1. Les dépenses selon le type d'hébergement se caractérisent par des comptages multiples dans la mesure où les voyageurs peuvent recourir à divers types d'hébergement au cours d'un voyage. Par conséquent, la somme des dépenses selon le type d'hébergement est supérieure aux dépenses totales de 13 262 milliards de dollars pour le Canada.

Participation à des activités

Comme les parents et amis sont la force motrice de la plupart des voyages canadiens, on ne s'étonnera pas que la visite de ceux-ci soit l'activité de voyage la plus populaire. Par ailleurs, environ le tiers des voyageurs internes aiment magasiner pendant le voyage. Pour de nombreux Canadiens, les voyages offrent l'occasion d'échapper à un quotidien affairé pour faire du lèche-vitrines, chercher des souvenirs ou acheter des articles qu'ils ne peuvent trouver dans leurs magasins habituels. Les visites touristiques tiennent également un bon nombre de voyageurs occupés.

Tableau explicatif 3.8
Activités dans le cadre de voyages intérieurs d'une nuit ou plus, 1996

	Participation à des activités	Part
	(000)	(%)
Voyages-personnes d'une nuit ou plus	71 585	100
Visite de parents ou d'amis	47 779	67
Magasinage	19 717	28
Visite touristique	15 637	22
Fréquentation d'un bar ou d'une boîte de nuit	5 665	8
Visite d'un parc national ou provincial	5 129	7
Participation à un événement sportif	4 422	6
Participation à un festival, une foire ou une exposition	3 145	4
Visite d'un musée ou d'une galerie d'art	3 027	4
Visite d'un lieu historique	2 830	4
Participation à une activité culturelle (pièce de théâtre, concert)	2 479	3
Visite d'un zoo ou d'un site naturel	2,258	3
Visite à un parc thématique	1,640	2
Fait une croisière/croisière-excursion	1,027	1
Aller dans un casino	1,022	1
Assisté à une activité culturelle autochtone	451	1

Note: Compte tenu de la possibilité de participer à plus d'une activité au cours d'un voyage, la somme des activités est supérieure au nombre total de voyages d'une nuit ou plus.

Au cours des dernières années, les voyages ont également été un moyen de s'adonner à des intérêts personnels, des activités ou des sports favoris. La croissance des voyages d'aventure et des voyages axés sur la culture témoigne de cette tendance. De nombreuses entreprises répondent à la demande de ces marchés fragmentés par la mise au point de produits et d'activités spécialisés comme l'observation de baleines, de bébés phoques, d'oiseaux et les randonnées en attelage de chiens. L'observation des oiseaux ou de la faune est un exemple d'activité ayant suscité un intérêt croissant. Selon l'EVC, près de 2 millions de voyageurs canadiens se sont adonnés à l'observation des oiseaux ou de la faune (*tableau explicatif 3.9*), ce qui en fait l'une des activités de plein air les plus populaires en voyage parmi celles recensées dans l'EVC.

Tableau explicatif 3.9
Participation des voyageurs internes à des sports et à des activités de plein air

	Voyages- Personnes	Part
	(000)	(%)
Voyages-personnes d'une nuit ou plus	71,585	100
Participation à des sports/ activités de plein air	26,002	36
Marche ou randonnées	11,328	16
Natation	9,617	13
Autres sports nautiques	5,434	8
Pêche	4,752	7
Golf	2,418	3
Cyclisme	2,289	3
Observation des oiseaux ou de la faune	1,881	3
Ski alpin	1,528	2
Ski de fond	632	1
Motoneige	579	1
Chasse	470	1
Autres	5,376	8

Note: Compte tenu de la possibilité de participer à plus d'une activité au cours d'un voyage, la somme des activités sportives ou de plein air est supérieure au volume total de la participation à ce type d'activités.

Saisonnalité

La très grande majorité des voyages au Canada continuent d'être faits durant la saison estivale. En 1996, les Canadiens ont entrepris 39 % des voyages intérieurs d'une nuit ou plus au cours de la haute saison d'été, soit en juillet, août et septembre, une proportion pratiquement inchangée depuis une quinzaine d'années. Les autres saisons n'ont enregistré que de faibles variations. Ces résultats mettent en relief le défi qui se pose aux responsables de la commercialisation du tourisme et qui consiste à stimuler les voyages pendant les saisons mortes et les saisons intermédiaires.

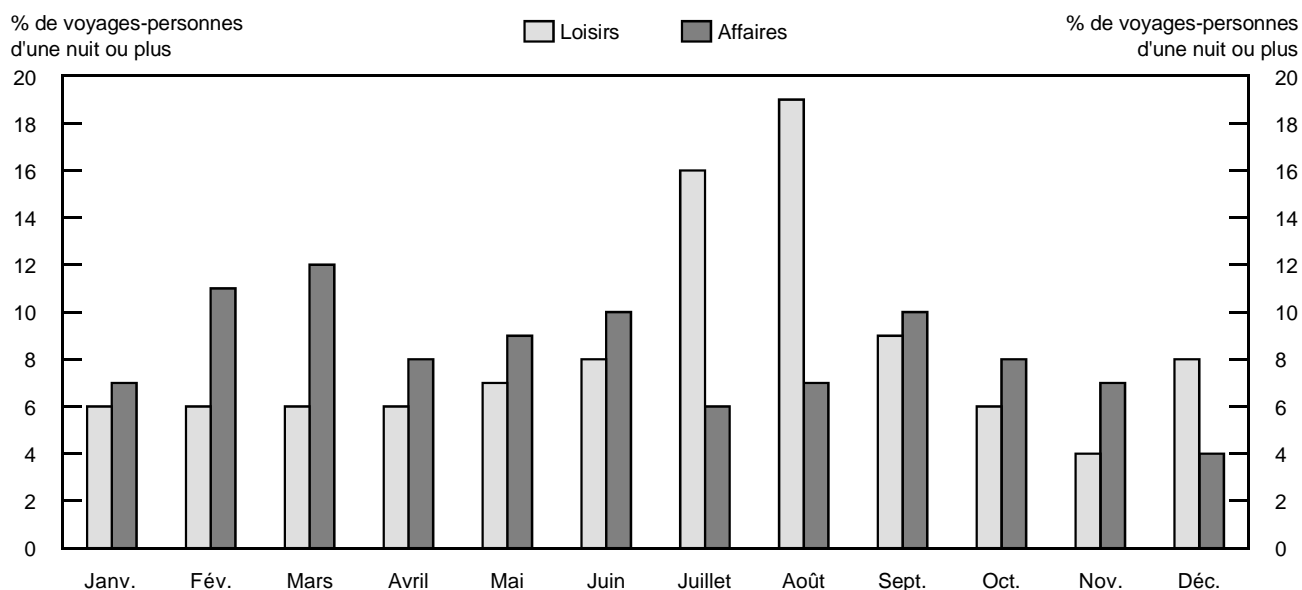
Tableau explicatif 3.10
Tendances saisonnières des voyages d'une nuit ou plus, 1996

	Voyages- personnes	Part
	(000)	(%)
Total	71 585	100
Hiver (jan.-mars)	13 993	20
Printemps (avr.-juin)	16 067	22
Été (juil.-sept.)	27 632	39
Automne (oct.-déc.)	13 893	19

Le **graphique 3.3** démontre que les voyages d'affaires se caractérisent par une demande saisonnière inversée par rapport à celle des voyages de loisirs. La saison forte des voyages d'affaires correspond aux mois de la demande la plus faible pour les voyages de loisirs. Les voyageurs canadiens d'affaires préfèrent les mois de février, mars, juin et septembre. Il n'est pas étonnant que décembre soit le mois le moins populaire pour les réunions d'affaires. Les voyages de loisirs, en revanche, atteignent un sommet en juillet et en août, ces deux mois comptant, à eux seuls, pour plus du tiers des voyages de loisirs en 1996.

Graphique 3.3

Tendances saisonnières des voyages de loisirs et des voyages d'affaires, 1996



Source : Enquête sur les voyages des Canadiens (tableaux spéciaux), 1996.

Durée

Pour la plupart des Canadiens, les voyages intérieurs d'une nuit ou plus ont une durée moyenne de 3,2 nuits, bien que cette durée varie de 2,9 nuits pour les voyages en voiture à près d'une semaine (6,1 nuits) dans le cas des voyages aériens. En 1996, près des deux tiers (63 %) des voyages d'une nuit ou plus ont duré une nuit ou deux, ce qui s'explique toutefois par la prédominance des voyages en automobile. Par comparaison, seulement 30 % des voyages aériens ont duré une nuit ou deux, près de la moitié d'entre eux (45%) ayant été de cinq nuits ou plus. Les Canadiens voyageant par le train ont aussi été plus susceptibles de passer plus de nuits à l'extérieur de leur foyer.

Tableau explicatif 3.11
Durée des voyages d'une nuit ou plus selon le mode de transport, 1996

	Voyages- personnes (000)	Part				
		Total	Auto	Avion	Autocar	Train
		%				
Total	71 585	100	100	100	100	100
1 nuit	19 240	27	28	14	21	13
2 nuits	25 527	36	38	16	33	25
3 nuits	10 103	14	14	15	18	24
4 nuits	4 637	6	6	10	6	11
5-9 nuits	8 179	11	10	25	15	18
10 nuits +	3 900	5	4	19	7	9
Durée moyenne (en nuits)		3,2	2,9	6,1	3,8	4,7

Caractéristiques des voyageurs

Âge

La répartition des voyageurs selon l'âge correspond à peu près à celle de la population. En 1996, la majorité des voyageurs étaient âgés de 25 à 44 ans, ce qui représente également le groupe d'âge le plus important de la population. Ce groupe est composé dans une large mesure de la génération du baby-boom, soit les Canadiens nés entre 1946 et 1966 et qui, en 1996, étaient âgés de 30 à 50 ans. Les personnes âgées de 65 ans et plus et les enfants de moins de 15 ans sont les deux seuls groupes ayant entrepris un nombre de voyages inférieur à leur poids relatif au sein de la population en 1996.

Tableau explicatif 3.12
Répartition de la population et des voyages d'une nuit ou plus selon l'âge, 1996

Âge	Population (000)	Voyages- personnes (000)	Répartition	
			Population (%)	Voyages- personnes (%)
Total	29 964	71 585	100	100
Moins de 15 ans	5 996	11 972	20	17
15-24	4 039	10 180	13	14
25-34	4 855	13 384	16	19
35-44	5 054	14 155	17	20
45-54	3 832	10 540	13	15
55-64	2 546	6 152	8	9
65 ans et plus	3 642	5 201	12	7

Source : Recensement de 1996, Statistique Canada; Enquête sur les voyages des Canadiens, Statistique Canada.

Scolarité

Comme le montre le *tableau explicatif 3.13*, les voyageurs tendent à avoir un niveau de scolarité supérieur à celui de l'ensemble de la population. En 1996, plus de la moitié des Canadiens ayant entrepris un voyage intérieur d'une nuit ou plus avaient fait des études collégiales ou universitaires comparativement à 41 % pour la population adulte.

Tableau explicatif 3.13

Répartition des voyages d'une nuit ou plus et de la population selon le niveau de scolarité, 1996

	Voyages- personnes (000)	Répartition	
		Voyages- personnes (%)	Population ¹ (%)
Scolarité ²	59 613	100	100
0-8 années d'études	2 866	5	12
Études secondaires partielles	8 419	14	20
Diplôme d'études secondaires	10 252	17	18
Études postsecondaires partielles	6 152	10	9
Diplôme d'études postsecondaires	18 114	30	27
Diplôme universitaire	13 810	23	14

1. Chiffres fondés sur la répartition de la population de l'Enquête sur la population active qui vise les Canadiens âgés de 15 ans et plus.
2. Le total exclut les 11 972 000 voyages déclarés visant les enfants âgés de moins de 15 ans.

Revenu

La majorité des voyageurs canadiens ont déclaré des revenus de ménage se chiffrant entre 20 000 et 60 000 dollars en 1996, ce qui correspond à la répartition des revenus au sein de la population dans son ensemble. La répartition des voyages selon le revenu suit la tendance observée au chapitre de la scolarité : plus les revenus sont élevés, plus la propension aux voyages augmente. En 1996, seulement 11 % de la population touchaient plus de 80 000 dollars; cependant, les voyageurs classés dans cette catégorie de revenu comptaient pour 18 % des voyages entrepris en 1996.

Tableau explicatif 3.14

Répartition des voyages d'une nuit ou plus et de la population selon le revenu, 1996

	Voyages- personnes (000)	Répartition	
		Voyages- personnes (%)	Population ¹ (%)
Revenu du ménage ¹	50 492	100	100
Moins de 20 000 \$	5 770	11	20
20 000 \$-39 999 \$	12 964	26	31
40 000 \$-59 999 \$	13 231	26	25
60 000 \$-79 999 \$	9 255	18	13
80 000 \$ et plus	9 272	18	11

1. Chiffres fondés sur la répartition de la population de l'Enquête sur la population active qui vise les Canadiens âgés de 15 ans et plus.
2. Le total exclut les voyages non déclarés ainsi que les voyages déclarés visant les enfants âgés de moins de 15 ans.

État matrimonial

Comme l'indiquent les données du *tableau explicatif 3.15*, la vaste majorité des voyageurs sont mariés, ce qui correspond, encore une fois, à la situation observée au sein de la population. Environ le quart des Canadiens ayant fait un voyage intérieur étaient célibataires, soit une proportion presque identique à celle des célibataires dans la population.

Tableau explicatif 3.15
Répartition des voyages d'une nuit ou plus et de la population selon l'état matrimonial, 1996

	Voyages- personnes (000)	Répartition	
		Voyages- personnes (%)	Population ¹ (%)
État matrimonial	59 613	100	100
Personnes mariées ou conjoints de fait	39 102	66	61
Célibataires (jamais mariés)	15 042	25	26
Veufs	1 878	3	6
Personnes séparées ou divorcées	3 592	6	7

1. Chiffres fondés sur la répartition de la population de l'Enquête sur la population active qui vise les Canadiens âgés de 15 ans et plus.

CHAPITRE 4

PROFILS DE VOYAGES

Le caractère saisonnier des voyages intérieurs

Faits saillants :

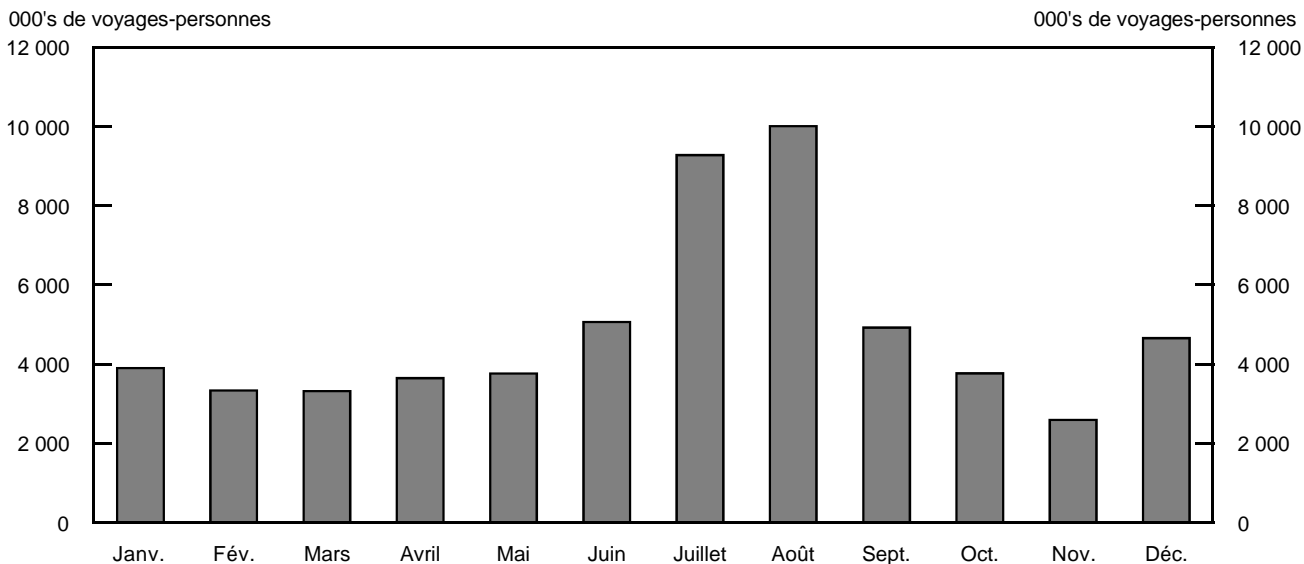
- Les voyages effectués au cours de la haute saison de juillet, août et septembre ont représenté 45 % des dépenses de voyages de loisirs en 1996.
- Six visiteurs sur dix arrivent à l'Î.-P.-É. au cours du trimestre d'été.
- Les voyages faits pour visiter des parents ou des amis (VPA) sont plus étalés au cours de l'année que les voyages d'agrément.
- L'été est la période la plus occupée pour tous les types d'hébergement. Bon nombre d'établissements hôteliers et moteliers étaient sur le point d'afficher complet en août.
- Les voyages par avion sont populaires pendant l'été mais aussi durant la période des fêtes.
- Les Canadiens accompagnés d'enfants voyagent plus souvent pendant le trimestre d'été.

Introduction

«*Fermé pour la saison*» - tel est peut-être le message accueillant les voyageurs qui brûlent d'explorer le Canada après la saison de pointe estivale, une fois la majorité des touristes partis. Toutefois, le fait que de nombreuses entreprises touristiques réduisent leurs activités ou, dans certains cas, ferment leurs portes à l'automne reflète la tendance très marquée des voyages des Canadiens en été et le fléchissement de la demande en période de basse saison. Le **graphique 4.1** indique clairement les sommets et les creux qui caractérisent les voyages intérieurs de loisirs (*comprenant les voyages d'agrément et les visites de parents ou d'amis*). Le nombre de voyages au cours des mois de janvier à avril reste relativement stable et commence à augmenter en mai et juin. Le nombre de voyages grimpe brusquement en juillet et en août puis se met à décroître jusqu'en décembre.

Graphique 4.1

Voyages intérieurs de loisirs, d'une nuit ou plus selon le mois, 1996



De nombreux facteurs contribuent à cette saisonnalité. Les conditions météorologiques sont, sans aucun doute, le principal facteur dans la mesure où la plupart des Canadiens désirent profiter de la chaude saison estivale pour camper, se détendre au chalet, etc. Le calendrier des congés et de divers événements, comme les vacances scolaires, les congés de travail, les congés de Noël, que l'on désigne par le terme «saisonnalité *institutionnelle*», joue également un rôle important. Peu importe les causes, la saisonnalité pose de nombreux défis pour le secteur touristique. Reconnaissant que l'activité en basse saison permettrait d'augmenter les recettes, les entreprises touristiques déploient des efforts pour inciter les Canadiens à voyager hors des périodes de pointe. En fait, la Commission canadienne du tourisme estime que la stimulation de la demande pendant les saisons basses et intermédiaires constitue une priorité de premier plan pour le secteur canadien du tourisme¹.

La répartition des dépenses selon les saisons s'apparente à celle des voyages. En effet, 45 % des 7,7 milliards de dollars dépensés au cours de voyages de loisirs en 1996 l'ont été en juillet, août et septembre. Ces trois mois d'été représentent 42% des voyages avec nuitées. La durée des voyages d'été est habituellement plus longue puisque c'est durant cette saison que les Canadiens prennent généralement leurs plus longues vacances au pays. L'été et, dans une moindre mesure, l'automne sont les saisons les plus occupées dans les aéroports canadiens qui enregistrent le tiers des voyages aériens intérieurs au cours de cette période.

1. *Étude de recherche sur le marché intérieur du tourisme, Rapport spécial sur le marketing des saisons basses et intermédiaires, Commission canadienne du tourisme, 1996.*

Tableau explicatif 4.1
Portrait saisonnier des voyages de loisirs, 1996

Voyages de loisirs		Hiver (jan.-mars)	Printemps (avril-juin)	Été (juil.-sept.)	Automne (oct.-déc.)
Dépenses	(\$000,000)	1 356 \$	1 482 \$	3 479 \$	1 383 \$
Voyages d'une nuit ou plus	(000)	10 540	12 462	24 189	11 005
Nuitées	(000)	29 336	34 373	95 657	32 798
Part des voyages	(%)	18	21	42	19
Part des dépenses	(%)	18	19	45	18
Part des voyages aériens	(%)	19	22	33	26
Durée moyenne	(nuitées)	2,8	2,8	4,0	3,0
Dépenses moyennes	(\$)	129 \$	119 \$	144 \$	126 \$

Six voyageurs sur dix arrivent à l'Île-du-Prince-Édouard pendant l'été

Comme l'illustre le *tableau explicatif 4.2*, l'Î.-P.-É. enregistre la plus forte proportion de voyages internes en visite dans la province au cours de l'été 1996. La Saskatchewan et l'Alberta ont obtenu, quant à elles, les proportions les plus faibles de visites estivales (37 %). Dans la majorité des provinces, de 42 % à 45 % environ des voyages de loisirs ont été entrepris au cours de l'été.

Tableau explicatif 4.2
Répartition saisonnière des voyages de loisirs d'une nuit ou plus selon la province de destination, 1996

	Total	Hiver	Printemps (%)	Été	Automne
Canada	100	18	21	42	19
Terre-Neuve	100	20	19	44	18
Île-du-Prince-Édouard	100	14	14	63	10
Nouvelle-Écosse	100	18	24	39	19
Nouveau-Brunswick	100	15	21	44	20
Québec	100	20	20	42	19
Ontario	100	17	22	43	19
Manitoba	100	16	23	45	16
Saskatchewan	100	17	22	37	23
Alberta	100	18	25	37	20
Colombie-Britannique	100	19	20	42	19

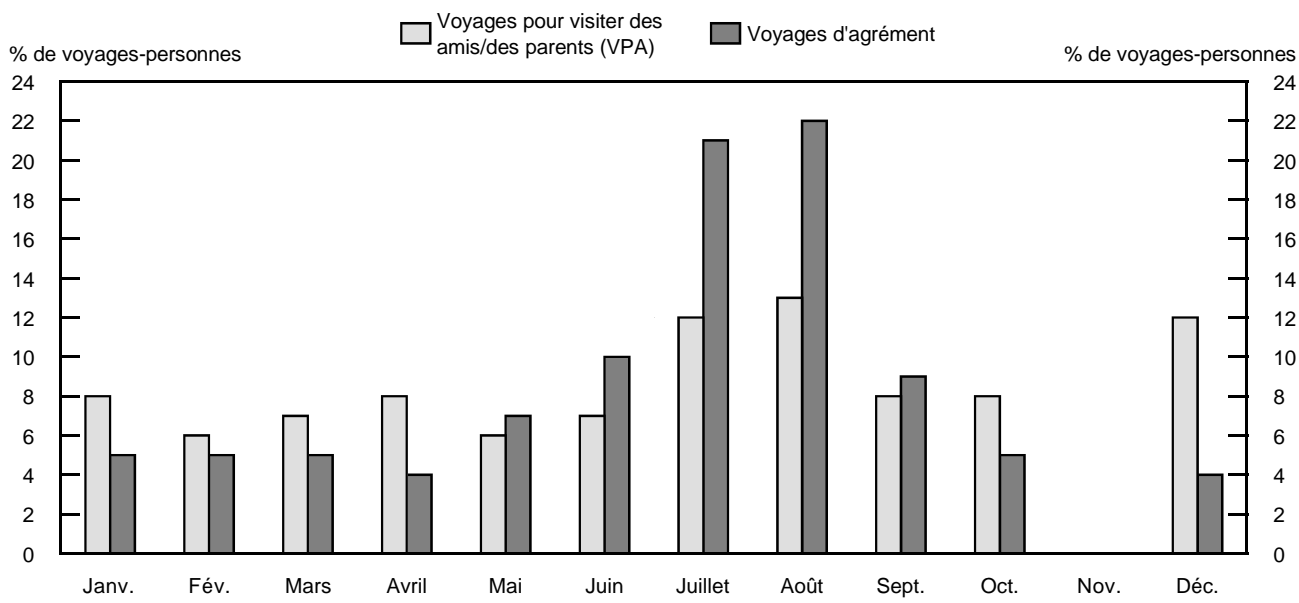
Les voyages de visite de parents ou d'amis se caractérisent par des fluctuations saisonnières moins marquées

Les voyages faits par les Canadiens pour visiter des parents ou des amis (VPA), qu'il s'agisse de célébrer un anniversaire de naissance ou autre, ou de se retrouver simplement ensemble, sont un peu plus étalés au cours de l'année. Bien que le mois d'août soit le plus populaire à cet égard, il n'accapare que 13 % des voyages VPA entrepris pendant toute l'année. Juillet et décembre viennent ensuite, tandis que les autres périodes de l'année enregistrent un nombre de voyages relativement similaire.

Par contre, les voyages d'agrément connaissent des variations saisonnières plus prononcées. Bien que les deux types de voyages affichent des sommets en juillet et en août, la tendance est nettement plus marquée dans le cas des voyages d'agrément étant donné que les voyageurs d'agrément optent plus souvent pour les chalets ou le camping. En 1996, les nuits passées dans un chalet ou dans un terrain de camping ont représenté la moitié des nuitées de voyages d'agrément comparativement à 5 % seulement des nuitées de voyages VPA.

Graphique 4.2

Répartition des voyages VPA et des voyages d'agrément selon le mois, 1996



L'été est la saison la plus occupée pour tous les établissements d'hébergement

Comme l'illustre le *tableau explicatif 4.3*, l'été reste la période la plus active pour tous les types d'hébergement, mais la proportion varie d'un sommet de 82 % pour les nuits passées dans un terrain de camping à un seuil inférieur de 37 % pour les nuits passées dans les résidences privées. Bien que l'été soit la saison la plus populaire pour les séjours à l'hôtel, au moins deux nuits sur dix ont été réservées à l'hôtel par les voyageurs au printemps et au cours de l'hiver.

Tableau explicatif 4.3
Répartition des nuitées-loisirs dans les lieux d'hébergement selon la saison, 1996

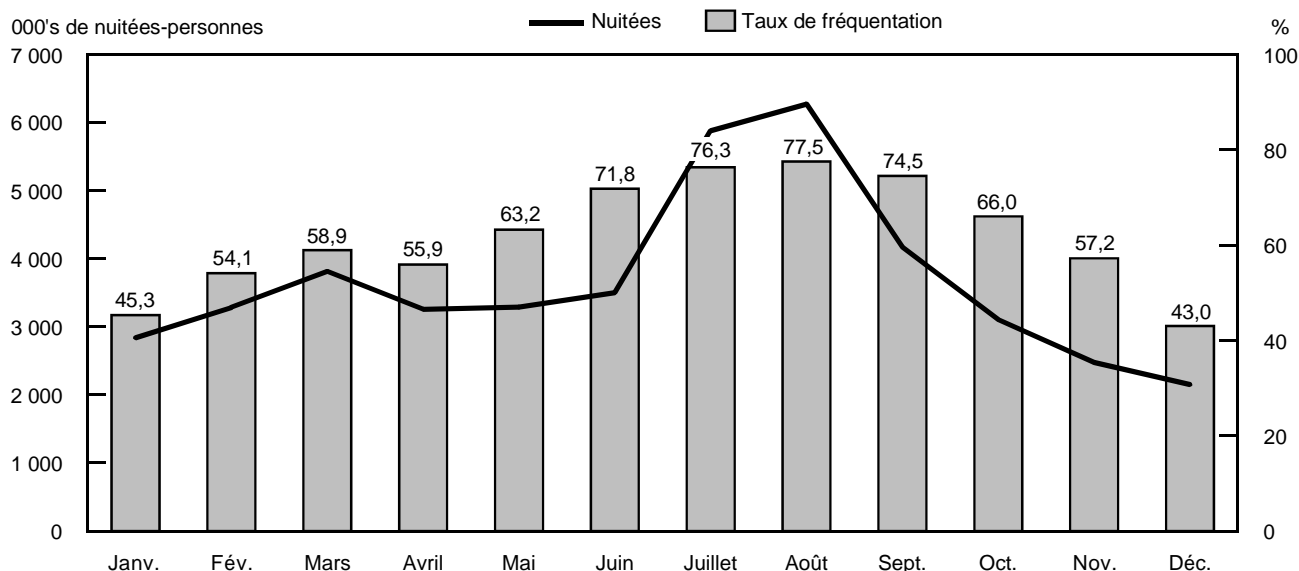
	Total	Hiver	Printemps	Été	Automne
	% des nuitées				
Non commerciaux					
Résidence de parents/amis	100	20	19	37	24
Chalets privés	100	9	17	65	9
Commerciaux					
Hôtels	100	22	22	40	16
Motels	100	16	17	54	14
Terrains de camping	100	1	15	82	2
Centres de villégiature et chambres d'hôtes	100	15	15	56	14

Les hôtels et les motels sur le point d'afficher complet en août

Pour bon nombre de propriétaires d'hôtel et de motel, le mois d'août est généralement le plus occupé, les chambres étant toutes louées ou presque. Cette tendance varie cependant selon la région géographique. En décembre, dans le cas de nombreux exploitants, moins de la moitié des chambres sont louées. Le **graphique 4.3** illustre la relation entre les taux mensuels de fréquentation des hôtels et la répartition saisonnière des nuits passées dans les hôtels et motels au cours de voyages intérieurs de loisirs. Les nuits passées dans les hôtels et motels et le taux de fréquentation augmentent de février à mars pour baisser légèrement en avril et remonter ensuite jusqu'au sommet du mois d'août. Après le mois d'août, le nombre de nuitées et le taux de fréquentation continuent de diminuer jusqu'en décembre.

Graphique 4.3

Nuitées passées à l'hôtel ou au motel comparativement au taux de fréquentation, 1996



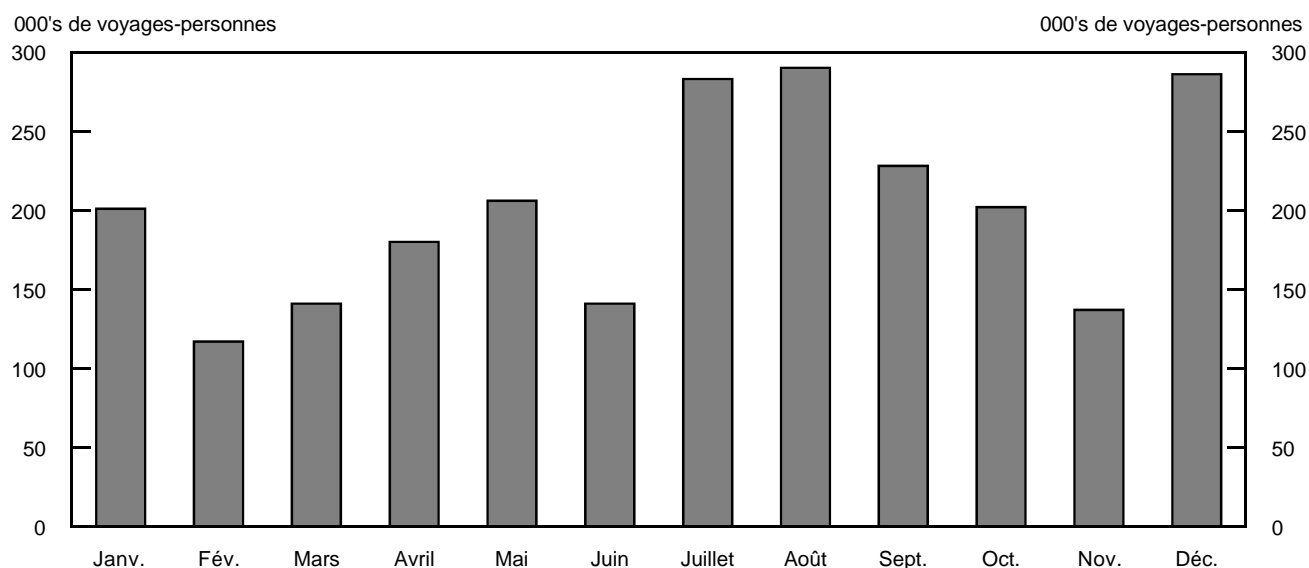
Source : Enquête sur les voyages des Canadiens (tableaux spéciaux), 1996: The Economic Planning Group of Canada.

Les voyages aériens sont populaires pendant l'été et à Noël

Comme le montre le **graphique 4.4**, les Canadiens préfèrent entreprendre des voyages aériens intérieurs en juillet et en août. Les voyages aériens enregistrent un autre sommet en décembre en raison du congé des fêtes. Les compagnies aériennes transportent moins de voyageurs internes de loisirs au cours des mois de février, mars, juin et novembre.

Graphique 4.4

Voyages de loisirs par avions selon le mois, 1996

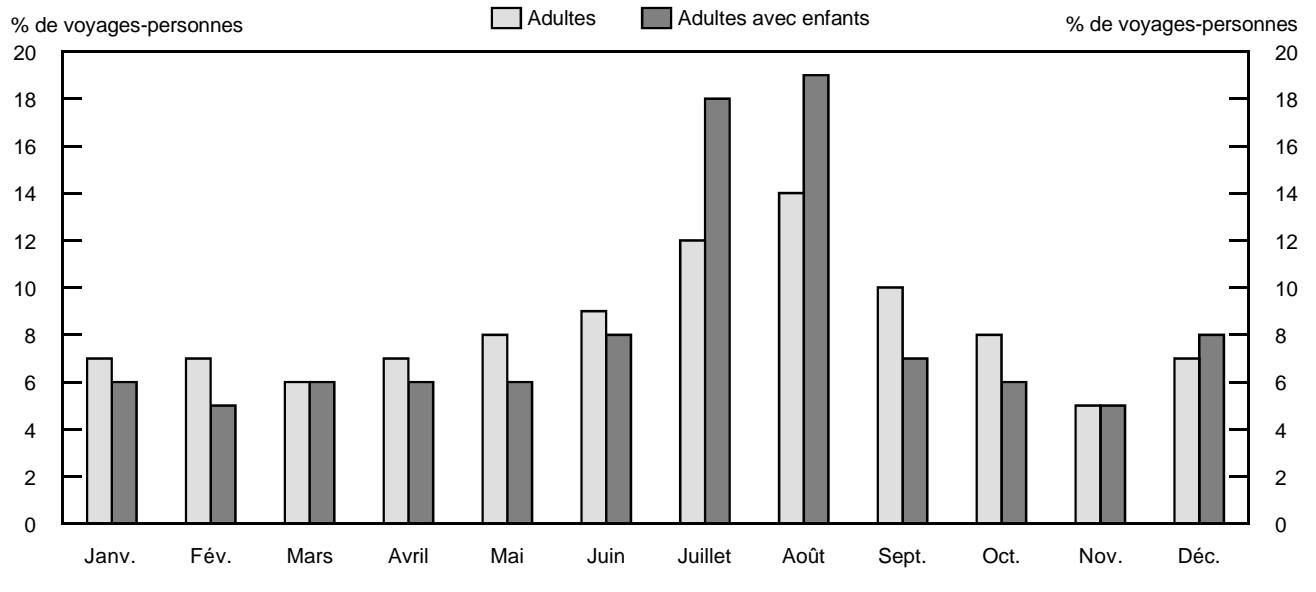


La présence d'enfants a une incidence sur les variations saisonnières

Le **graphique 4.5** démontre que les familles avec enfants constituent la majeure partie des voyageurs en juillet et en août, sans aucun doute en raison des vacances scolaires de deux mois qui débutent à la fin du mois de juin. Les couples et les personnes seules, qui bénéficient généralement d'une plus grande souplesse dans la planification de leurs vacances, préfèrent eux aussi les mois de juillet et août mais entreprennent également des voyages à d'autres périodes de l'année. Novembre est le mois le moins prisé par les voyageurs canadiens, qu'ils soient accompagnés ou non d'enfants.

Graphique 4.5

Voyages faits par des adultes avec ou sans enfants selon le mois, 1996



Les voyages à forfait - Un marché non exploité?

Faits saillants :

- Les voyages intérieurs à forfait occupent encore un créneau de marché relativement petit; on en a recensé deux millions en 1996, soit 2 % seulement de l'ensemble des voyages autres que pour affaires.
- Les dépenses moyennes faites par les consommateurs de voyages à forfait représentent plus du double des dépenses moyennes engagées par les autres voyageurs.
- Les Canadiens qui optent pour les voyages à forfait tendent à parcourir des distances plus importantes et à passer plus de nuits hors du foyer que la plupart des autres voyageurs.
- Les véhicules particuliers continuent d'être le mode de transport dominant pour les personnes qui effectuent des voyages à forfait; en effet, les voyages en voiture représentent plus des deux tiers des voyages à forfait avec séjour d'une nuit ou plus.
- Les Canadiens qui choisissent la formule des voyages à forfait sont très susceptibles de faire un séjour à l'hôtel.
- Les repas au restaurant et l'hébergement sont les deux composantes les plus courantes des forfaits.
- Les caractéristiques socio-démographiques des consommateurs de voyages à forfait varient selon le mode de transport. De façon générale, les consommateurs de voyages à forfait par autocar ont le profil le mieux défini : il s'agit d'un groupe plus âgé, principalement composé de femmes.

Introduction

Les consommateurs canadiens qui feuilletent des brochures dans la plupart des agences de voyages sont susceptibles d'être bombardés par la publicité les invitant à faire une croisière dans les Caraïbes, à découvrir la riche histoire de l'Europe, à profiter d'un forfait-théâtre à Londres ou à faire une dégustation de vin en Californie, pour ne donner que quelques exemples. Mais où se trouvent donc les irrésistibles forfaits canadiens? À vrai dire, les voyagistes, les agents de voyages, les compagnies aériennes et d'autres partenaires canadiens organisent et vendent peu de voyages à forfait au Canada, les grandes entreprises de ce domaine misant plutôt sur le nombre considérable de Canadiens qui choisissent les destinations à l'étranger¹. Ces observations sont confirmées par les résultats de l'*Enquête annuelle sur les agences de*

1. *Les enjeux du secteur du tourisme au Canada, Commission canadienne du tourisme, 1997.*

voyages, voyagistes (grossistes), 1995 selon lesquels 55 % des recettes des agences de voyages proviennent de la vente de services de voyage visant des destinations étrangères². Parmi les voyagistes, cette proportion est encore plus élevée, 75 % de leurs recettes provenant des voyages à l'étranger.

Les Canadiens qui voyagent au pays constituent un groupe distinct de consommateurs qui utilisent habituellement leur propre voiture et séjournent souvent chez des parents ou des amis. Lorsqu'ils ont recours à des forfaits, il s'agit le plus souvent de voyages effectués l'hiver vers une destination-soleil. Cette situation pose un défi de taille aux agents de voyages qui peuvent aisément vanter les mérites de forfaits-vacances en Floride au coeur de l'hiver canadien ou le charme d'un voyage gastronomique en France au printemps. Néanmoins, les habitudes de consommation pourraient être partiellement attribuables à la rareté des forfaits au Canada et au fait que les produits offerts prennent généralement la forme de forfaits par autocar visant une clientèle âgée.

Les recherches démontrent que les Canadiens voyageraient davantage au pays, particulièrement hors-saison, si des formules de voyage raisonnables leur étaient offertes³. En réponse à ces résultats, le secteur du tourisme a commencé à offrir un éventail plus large de formules de forfaits pour les Canadiens. La brochure *On Canada* de Regent Holidays qui fait la promotion de vols à destination de 24 villes canadiennes et *Club Canada-City and Country* par le Sunflight Holidays sont quelques exemples des nouveaux forfaits conçus pour le marché intérieur⁴.

Les voyages à forfait peuvent prendre de multiples formes. De plus, la signification du marché des voyages à forfait peut varier selon l'entreprise. Aux fins de l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC), on considère que toute combinaison de deux produits de voyage ou plus (p. ex., l'hébergement et le transport) achetée par un voyageur intérieur avant le départ constitue un voyage à forfait. Ainsi, un voyageur qui préparerait un séjour à l'hôtel comprenant des billets de théâtre serait considéré comme un consommateur de voyages à forfait.

2. *Enquête annuelle sur les agences de voyages, voyagistes (grossistes), 1995, Statistique Canada.*

3. *Étude de recherche sur le marché intérieur du tourisme, 1995, Rapport principal, Commission canadienne du tourisme.*

4. *Prévisions touristiques 2000 : vingt-et-une questions pour le XXI^e siècle, Institut canadien de recherche sur le tourisme, juillet 1997.*

Taille et nature du marché

En 1996, quelque deux millions de voyages intérieurs comprenaient une composante de forfait, ce qui représente 2 % des voyages du même jour et d'une nuit ou plus effectués pour d'autres raisons que pour affaires (*il s'agit des visites de parents et d'amis, des voyages d'agrément ou des voyages pour raisons personnelles*). Les voyages d'une nuit ou plus ont constitué la majorité de ces déplacements (78 %), et les autres voyages, soit 22 %, ont pris la forme d'excursions d'une journée. Les voyageurs ont déclaré des dépenses de plus de 600 millions de dollars au cours des voyages à forfait, ce qui représente 6 % des dépenses de voyages autres que pour affaires cette année-là. Les consommateurs de forfaits ont dépensé en moyenne 333 dollars par voyage, comparativement à 89 dollars seulement pour tous les autres voyageurs. Ces écarts sont sans aucun doute attribuables au fait que les Canadiens ayant opté pour les voyages à forfait ont passé plus de nuits dans des établissements commerciaux d'hébergement et sont restés hors du foyer trois nuits en moyenne, comparativement à moins de deux nuits dans le cas des autres voyageurs. Ils ont également assumé des coûts de transport plus élevés dans la mesure où ils ont parcouru de plus grandes distances.

Tableau explicatif 4.4
Voyages à forfait et autres voyages

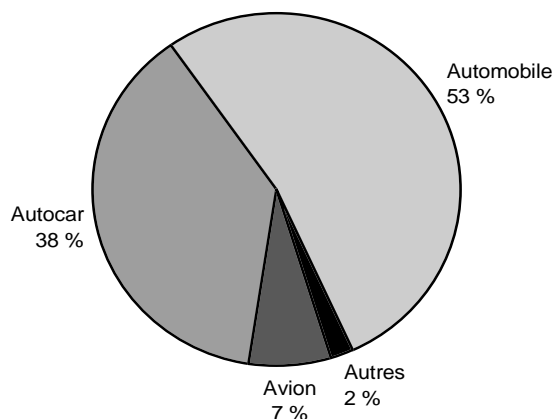
		Voyages à forfait	Autres voyages
Dépenses	(\$000,000)	607 \$	10 366 \$
Nombre total de voyages	(000)	1 821	116 597
Voyages du même jour	(000)	403	54 627
Voyages d'une nuit ou plus	(000)	1 418	61 970
Nuitées	(000)	4 938	203 134
Part des dépenses	(%)	6	94
Part des voyages par autocar	(%)	22	78
Durée moyenne	(nuitées)	2,7	1,7
Dépenses moyennes	(\$)	333 \$	89 \$
Distance moyenne aller simple	(km)	445 km	266 km

La conduite d'un véhicule particulier continue de dominer

À l'instar de la plupart des voyageurs internes, les consommateurs de voyages à forfait apprécient la liberté et la souplesse qu'offre le transport par automobile jusqu'à la destination. Comme le montre le **graphique 4.6** les véhicules particuliers ont constitué le mode de transport pour plus de la moitié des voyages à forfait en 1996, ce qui soulève la nécessité de tenir compte de cette situation dans les stratégies de commercialisation. Si l'on considère uniquement les voyages d'une nuit ou plus, les voyages par automobile ont représenté une part encore plus importante des forfaits, soit 67 %. Un peu plus du tiers (38 %) de l'ensemble des voyages à forfait comprenaient des déplacements par autocar; toutefois, cette proportion s'élevait à 92 % dans le cas des voyages à forfait du même jour. Les forfaits comprenant des voyages par avion se sont classés loin derrière, en troisième position, et n'ont représenté que 7 % des voyages.

Graphique 4.6

Voyages intérieurs à forfaits selon le mode de transport, 1996



Les hôtels font bon accueil aux consommateurs de forfaits

Les hôtels ont été la formule d'hébergement la plus courante offerte dans le cadre de forfaits intérieurs, représentant quatre forfaits sur dix comparativement à un forfait sur dix seulement dans le cas des voyages autres que pour affaires. Les centres de villégiature se sont également révélés populaires, accaparant 18 % des voyages avec séjour d'une nuit ou plus. Les motels, les maisons de campagne ou les chalets et les chambres d'hôtes ont été les formules d'hébergement utilisées pour la plupart des autres voyages.

Composantes des voyages à forfait

Les repas et l'hébergement ont constitué les deux composantes les plus populaires auprès des adeptes des voyages à forfait en 1996. Les composantes de loisirs et de divertissement étaient comprises dans 55 % des forfaits, tandis que des dépenses de transport ont été déclarées dans la moitié des voyages à forfait. Très peu de forfaits comprenaient des dépenses au titre de la location de voitures en raison de la prépondérance des déplacements par véhicules privés.

Tableau explicatif 4.5

Répartition des composantes des voyages à forfait, 1996

	Répartition (%)
Total des voyages à forfait¹	100
Composante incluse :	
Repas	74
Hébergement	73
Loisirs et divertissement	55
Transport	53
Location de véhicule	10
Autre	12

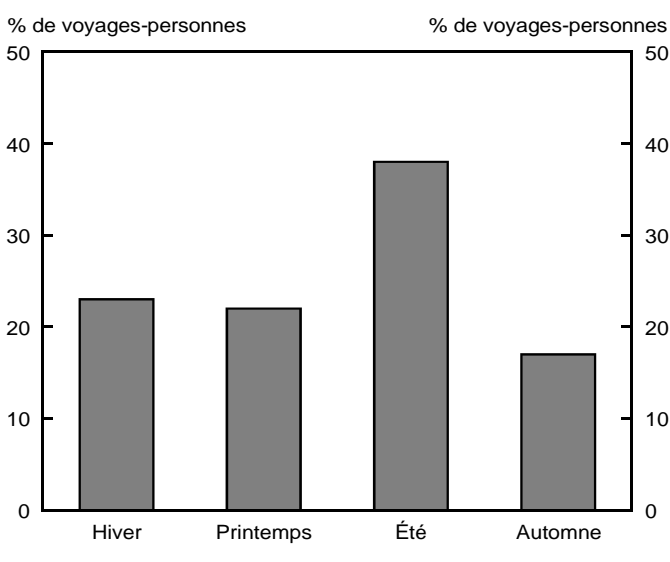
1. La somme des composantes des voyages à forfait est supérieure au total indiqué, les forfaits pouvant inclure deux composantes ou plus.

Répartition saisonnière des voyages à forfait

La répartition saisonnière des voyages à forfait correspond à celle de la plus grande partie de l'activité en matière de voyages intérieurs, plus de 38 % des voyages étant effectués au cours de la haute saison qui s'étale de juillet à la fin septembre. On observe cependant certaines variations saisonnières selon le mode de transport. Les voyages à forfait par voiture affichent la pointe saisonnière la plus forte : près de la moitié d'entre eux (46 %) sont des voyages d'été. Les voyages à forfait principalement effectués par autocar enregistrent un étalement saisonnier plus marqué; l'été demeure néanmoins la période d'activité la plus forte.

Graphique 4.7

Demande saisonnière pour les voyages intérieurs à forfait, 1996



Les résidents de l'Ontario et du Québec sont les principaux consommateurs de voyages à forfait

Les résidents de l'Ontario et du Québec ont effectué la plus grande partie des voyages intérieurs à forfait en 1996; cette tendance correspond à peu de chose près à la répartition des recettes des agences de voyages et des voyagistes. Selon l'*Enquête annuelle sur les agences de voyages, voyagistes (grossistes), 1995*, les recettes des agences de voyages (visant les déplacements vers les destinations internationales et intérieures) se concentrent dans une large mesure (80 %) en Ontario et au Québec.

Tableau explicatif 4.6
Répartition provinciale des voyages à forfait , 1996

Province d'origine	Voyages à forfait (000)	Part des voyages à forfait (%)
Canada	1,821	100
Provinces de l'Atlantique	41G	2G
Québec	558	31
Ontario	703	39
Prairies	99	5
Alberta	250	14
Colombie-Britannique	177	9

G Comme le coefficient de variation des données se situe entre 16.6% et 25% à un écart type, les données doivent être utilisées avec circonspection.

Qui sont les consommateurs de voyages à forfait?

Le profil des consommateurs de forfaits varie considérablement selon le mode de transport⁵ adopté. Les consommateurs de forfaits qui voyagent par automobile tendent à être mariés, il s'agit principalement de voyageurs adultes répartis également entre les hommes et les femmes. Près de la moitié des voyageurs ayant opté pour les voyages à forfait par voiture avaient un diplôme d'études collégiales ou universitaires comparativement à un quart pour les consommateurs de forfaits par autocar. Ce dernier groupe se composait principalement d'adultes, de veufs et veuves, de femmes et de voyageurs plus âgés.

⁵ Les caractéristiques des voyages à forfait par avion, par train et par bateau ne peuvent être diffusées, l'effectif de l'échantillon étant insuffisant.

Tableau explicatif 4.7
Caractéristiques démographiques des consommateurs de voyages à forfait selon le mode de transport, 1996

	Automobile (%)	Autocar (%)
Total	100	100
Adultes seulement	70	89
Personnes mariées	60	32
Femmes	42	61
Études collégiales/universitaires	47	27
Âge moyen	39	49

Itinéraires de voyage et activité physique

Plus de la moitié de l'ensemble des voyages à forfait comprenaient une activité sportive ou de plein air comparativement à 29 % seulement pour les voyages d'agrément. Les voyages intérieurs à forfait, par conséquent, offrent aux Canadiens l'occasion de prendre part à leur activité favorite, ce qui indique un désir de vacances plus actives. La marche, qui va de la promenade nonchalante à la randonnée énergique, a été la principale activité sportive ou de plein air dans le marché des voyages à forfait, suivie de la natation. Le ski alpin s'est également révélé populaire auprès des adeptes des voyages à forfait. Ces derniers se sont aussi montrés intéressés par les visites touristiques et le magasinage. Les manifestations culturelles et sportives ont enregistré un niveau de participation moins élevé.

Le marché connaît-il une expansion?

Il y a une décennie, en 1986, 2 % des voyages intérieurs d'une nuit ou plus comprenaient une composante forfaitaire, soit presque la même proportion qu'en 1996. Compte tenu des recherches qui tendent à indiquer un intérêt des Canadiens pour les formules de voyages intérieurs à forfait si l'offre de ces produits devait augmenter de même que de la pénétration relativement faible de ce marché, il semble que la formule des voyages à forfait bénéficie d'un fort potentiel d'expansion⁶. Selon l'*Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs de 1995*⁷, les deux tiers des hôtels n'offrent pas de voyages à forfait.

6. *Étude de recherche sur le marché intérieur du tourisme, 1995, Rapport principal, Commission canadienne du tourisme.*

7. *Coup d'oeil sur l'industrie de l'hébergement au Canada, 1995-1996, Commission canadienne du tourisme.*

Les visites de parents ou d'amis - Un marché à cibler?

Faits saillants :

- Les voyageurs VPA jouent un rôle appréciable dans le secteur du tourisme au Canada; en effet, en 1996, 43 % des voyages intérieurs d'une nuit ou plus ont été faits par des voyageurs de cette catégorie.
- Les voyageurs VPA dépensent moins d'argent que d'autres voyageurs, mais leurs dépenses ont tout de même atteint 3 milliards de dollars, soit 25 % des dépenses du secteur du tourisme.
- Il existe également un marché VPA caché important, car d'autres types de voyages comportent un élément VPA .
- Le secteur du commerce de détail bénéficie largement des voyages VPA , car les voyageurs de cette catégorie achètent des vêtements et d'autres articles (p. ex. souvenirs, cadeaux pour les personnes qui les accueillent, etc.).
- Les voyages VPA varient moins selon la saison que d'autres types de déplacement, en particulier les voyages d'agrément.
- Le secteur du transport commercial bénéficie largement des voyages VPA au Canada.
- Toutes les provinces bénéficient des déplacements de Canadiens qui visitent des amis et des membres de la famille.
- D'un point de vue démographique, les voyageurs VPA ont tendance à être des femmes célibataires un peu plus jeunes.

Introduction

Quelqu'un se rend à l'autre bout du pays à l'occasion du mariage d'un bon ami; des proches parents se réunissent à l'occasion d'une réunion de famille dans un chalet; une grand-mère arrive toute excitée d'une autre ville pour voir sa nouvelle petite-fille : la situation peut varier, mais les visites de parents ou d'amis (VPA) continuent de représenter le plus important motif de déplacement au Canada, la résidence des amis ou des membres de la famille constituant la principale source d'hébergement. En fait, au cours de leurs voyages intérieurs, les Canadiens passent environ la moitié de leurs nuits dans des résidences privées.

Nature et ampleur du marché

En 1996, les Canadiens ont fait un peu plus de 30 millions de voyages d'une nuit ou plus au Canada afin de visiter des parents ou des amis, ce qui représente 43 % des déplacements d'au moins une nuit. Ces voyages ont représenté près de 100 millions de nuits, soit la moitié environ des nuitées du tourisme intérieur en 1996. Même si ce genre de voyage est moins dispendieux que d'autres, les voyages VPA ont néanmoins suscité le quart des dépenses dans le secteur du tourisme intérieur. Or les voyages VPA comportent également un avantage économique caché que la plupart des enquêtes sur les voyages ne permettent pas de mesurer. En effet, les voyageurs VPA sont également responsables de certaines dépenses faites par les personnes qui les accueillent (alimentation et divertissements; activités touristiques et visites de musées, etc.). Certaines régions tiennent compte actuellement des visites aux amis et aux membres de la famille dans leur stratégie de marketing, reconnaissant les recettes importantes qui peuvent être attribuées à cette catégorie de voyages.

Comme l'indique le *tableau explicatif 4.9*, les VPA font souvent partie d'un voyage même si elles ne représentent pas le principal motif du déplacement. Ainsi, 43 % des voyageurs d'agrément ont affirmé qu'ils avaient visité des amis ou des membres de la famille au cours d'un voyage en 1996, ce qui indique que les amis et les membres de la famille continuent de jouer un rôle clé dans d'autres types de voyage. Les voyageurs d'affaires ont également visité des amis et des membres de la famille, 22 % des voyageurs d'affaires mentionnant une activité VPA. Il arrive même que des voyageurs d'affaires prolongent leur séjour afin de passer quelques journées avec des amis ou des membres de la famille.

Tableau explicatif 4.8
Voyages VPA relativement à d'autres déplacements

		VPA	Autres déplacements ¹	Total
Dépenses	(\$000,000)	3 300 \$	9 962 \$	13 262 \$
Voyages d'une nuit ou plus	(000)	30 703	40 882	71 585
Voyages intraprovinciaux	(000)	25 193	33 207	58 400
Voyages interprovinciaux	(000)	5 511	7 674	13 185
Nuitées	(000)	99 828	131 372	231 200
Proportion des :				
Dépenses	(%)	25	75	100
Voyages d'une nuit ou plus	(%)	43	57	100
Voyages intraprovinciaux	(%)	43	57	100
Voyages interprovinciaux	(%)	42	58	100
Nuitées	(%)	43	57	100
Durée moyenne	(nuitées)	3,3	3,0	3,2
Dépenses moyennes	(\$)	107 \$	244	185 \$
Distance moyenne dans un sens	(km)	406km	481km	411km

1. Les autres déplacements englobent les voyages d'agrément, les voyages personnels et les voyages d'affaires.

Tableau explicatif 4.9
Participation aux activités VPA selon le motif, 1996

	Voyages	Participation aux activités	Proportion des VPA VPA
	(000)	(000)	(%)
Agrément	27 492	11 728	43
Affaires	8 196	2 150	22
Personnel	5 193	3 198	62

Résidences d'amis et de membres de la famille utilisées fréquemment par des voyageurs autres que VPA

Les voyageurs intérieurs utilisent souvent les résidences d'amis et de membres de la famille, même lorsque le motif principal du déplacement n'a rien à voir avec les VPA. Ainsi, les Canadiens voyageant pour des raisons personnelles ont séjourné chez des amis ou des membres de la famille au cours de la moitié de leurs déplacements d'une nuit ou plus en 1996, ce qui n'a rien de surprenant si l'on considère que les voyages personnels peuvent inclure des réunions de famille comme les noces ou les funérailles. Moins de 20 % des voyages d'agrément et des voyages d'affaires d'une nuit ou plus ont comporté un séjour chez des amis.

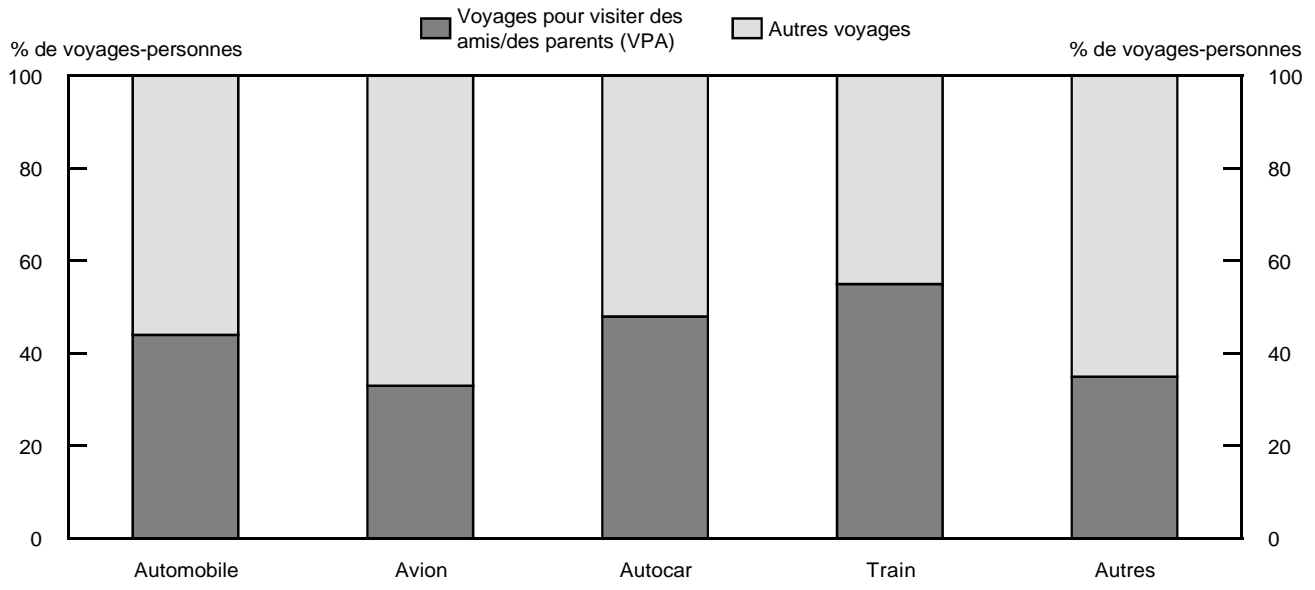
Tableau explicatif 4.10
Nuits passées chez des amis ou des membres de la famille selon le motif, 1996

	Total des nuits	Résidences d'amis ou de membres de la famille	
		Nuits	Proportion
	(000)	(000)	(%)
Agrément	92 334	15 296	17
Affaires	23 128	4 392	19
Personnel	15 910	8 631	54

Même si les voyageurs VPA utilisent le plus souvent leur propre voiture, comme l'indique le **graphique 4.8**, ils représentent une clientèle clé pour la plupart des transporteurs commerciaux. Pour ce qui est du transport ferroviaire et par autocar, ils ont représenté la moitié environ des déplacements pour chacun de ces modes. Ils ont également totalisé un tiers des voyages aériens intérieurs d'une nuit ou plus, au Canada, en 1996.

Graphique 4.8

Proportion des voyages VPA selon le mode de transport, 1996



Le **graphique 4.9** indique que les voyageurs VPA ont consacré une grande partie de leur budget de voyage aux aliments et aux boissons, suivis de près par le transport en commun et les frais de voiture particulière (achats d'essence et réparations). Leurs achats de vêtements ont été supérieurs à leurs dépenses en loisirs et en divertissements, indication de leur importance pour les établissements de vente au détail.

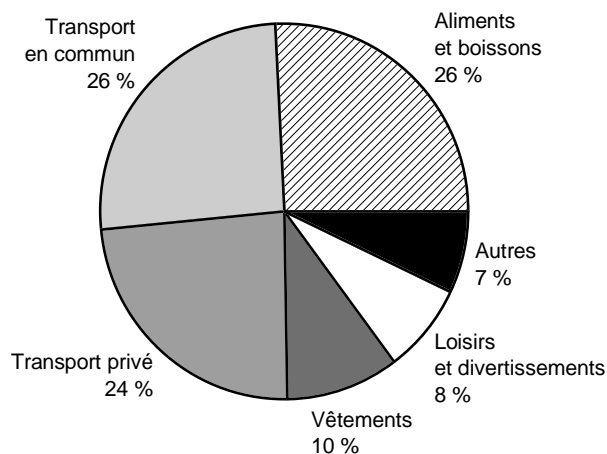
Tableau explicatif 4.11

Voyages VPA relativement à l'ensemble des déplacements selon le mode de transport, 1996

	L'ensemble des déplacements (000)	VPA (000)
Total	71 585	30 703
Automobile	62 982	47 409
Avion	5 264	1 731
Autocar	2 082	996
Rail	640	352
Autre	618	214

Graphique 4.9

Dépenses VPA selon la catégorie, 1996



Comme l'indique le *tableau explicatif 4.12*, les voyageurs VPA ont eu une importance significative pour toutes les catégories de services et de produits. Ils ont été responsables de 44 % des achats de vêtements en 1996. Leurs dépenses liées aux voitures particulières ont atteint 738 millions de dollars. Vu la tendance à séjourner dans des résidences privées, leurs dépenses en hébergement ont représenté 7 % seulement du total.

Tableau explicatif 4.12

Voyages VPA relativement à l'ensemble des déplacements selon la catégorie de dépenses, 1996

	Dépenses		Proportion des dépenses VPA (%)
	L'ensemble des déplacements (\$000,000)	VPA (\$000,000)	
Total des dépenses	13 262	3 300	25
Aliments et boissons	3 022	813	27
Transport en commun	3 400	800	23
Transport privé	2 001	738	37
Hébergement	2 764	205	7
Loisirs et divertissements	804	236	29
Vêtements	673	293	44
Autres	598	215	36

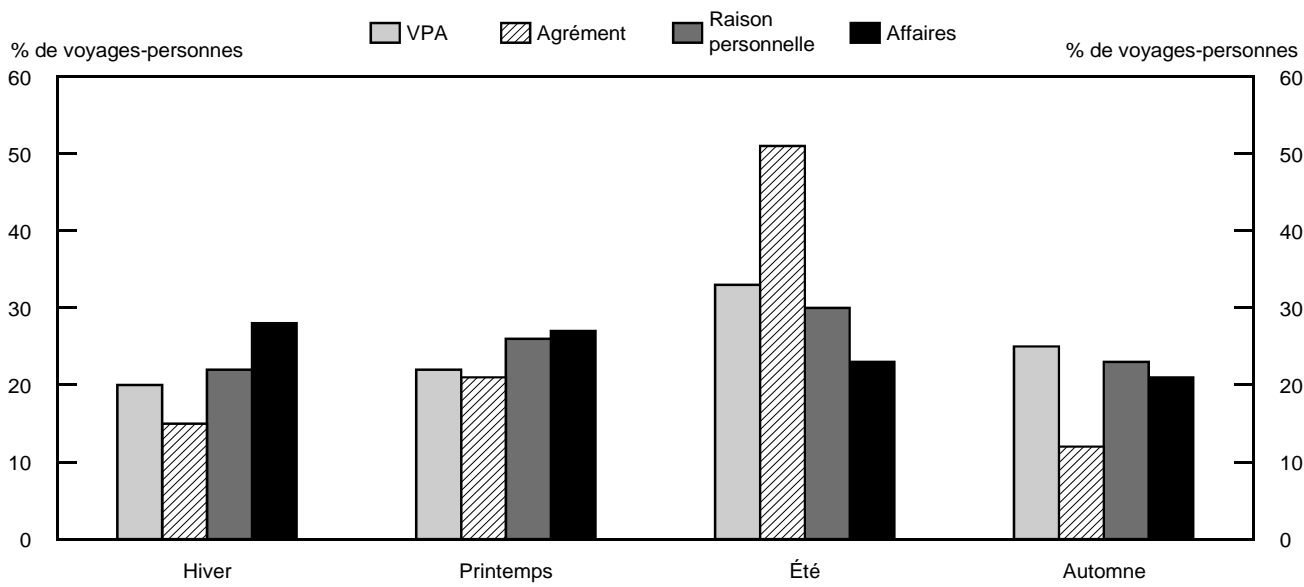
Les voyages VPA varient moins selon la saison que le tourisme en général. Comme l'indique le **graphique 4.10**, un tiers des voyages canadiens VPA ont eu lieu au cours du trimestre estival (juillet, août et septembre) en 1996, la moitié des voyages d'agrément ayant eu lieu au cours de ce même trimestre. Les

CHAPITRE 4

voyageurs VPA ont tendance à se déplacer davantage au cours des saisons intermédiaires de l'automne et de l'hiver que les voyageurs d'agrément. En réalité, le dernier trimestre est la deuxième période en importance pour les voyages VPA, à cause du grand nombre d'amis et de membres de la famille qui se réunissent au temps des fêtes.

Graphique 4.10

Profil saisonnier des voyages selon le motif, 1996



Comme l'indique le **graphique 4.11**, les voyages VPA sont un aspect important du secteur du tourisme dans toutes les provinces, représentant un maximum de 48 % pour les déplacements vers le Nouveau-Brunswick et la Saskatchewan et un minimum de 28 % pour les voyages vers l'Île-du-Prince-Édouard.

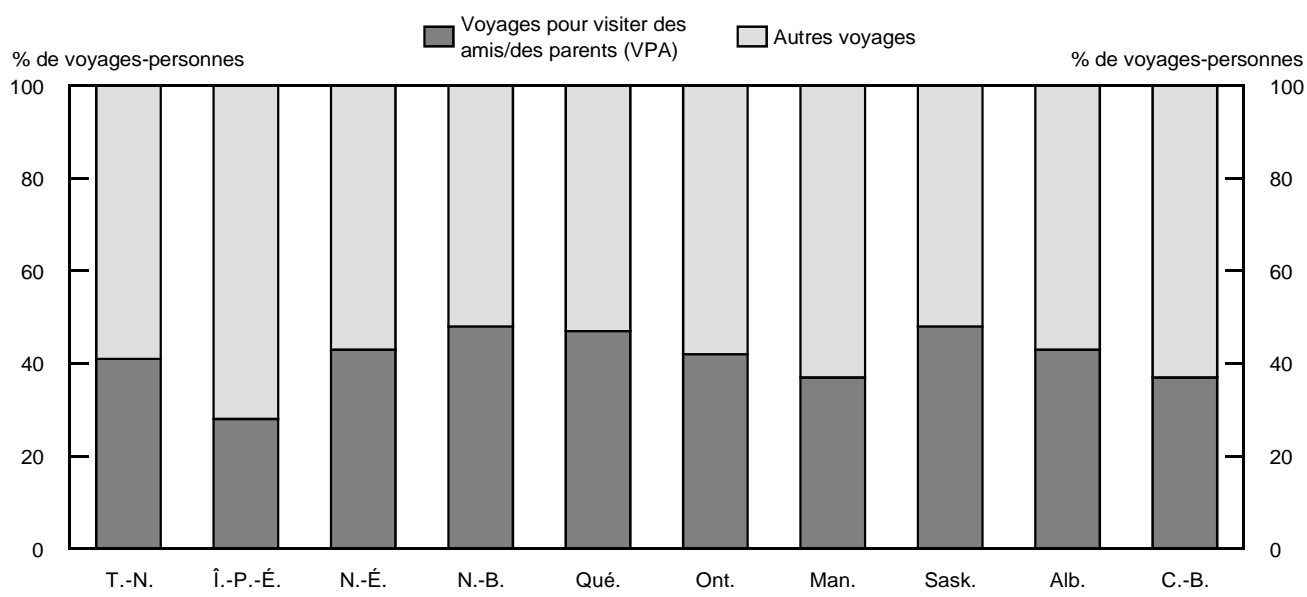
Tableau explicatif 4.13

Voyages VPA selon la province de destination, 1996

Province de destination	Total des voyages (000)	Voyages VPA (000)	Proportion des voyages VPA (%)
Canada	71 585	30 703	43
Terre-Neuve	1 332	544	41
Île-du-Prince-Édouard	451	126	28
Nouvelle-Écosse	2 601	1 107	43
Nouveau-Brunswick	1 789	854	48
Québec	15 386	7 246	47
Ontario	25 122	10 641	42
Manitoba	2 785	1 036	37
Saskatchewan	3 905	1 865	48
Alberta	8 700	3 726	43
Colombie-Britannique	9 440	3 528	37

Graphique 4.11

Proportion des voyages VPA selon la province de destination, 1996



Les voyageurs VPA ont légèrement plus de chance d'être des femmes célibataires, comparativement à l'ensemble des voyageurs intérieurs. Pour ce qui est de l'âge, le marché VPA compte des voyageurs légèrement plus jeunes que les autres, bien que les voyages VPA soient bien représentés dans la plupart des catégories d'âge.

Tableau explicatif 4.14
Caractéristiques démographiques des voyageurs VPA relativement à l'ensemble des voyageurs, 1996

	L'ensemble des voyageurs (%)	VPA (%)
Sexe	100	100
Femmes	49	55
Hommes	51	45
État matrimonial	100	100
Mariés	55	48
Célibataires	38	42
Autres	7	10
Âge	100	100
Moins de 15 ans	17	19
15-24 ans	14	16
25-34 ans	19	20
35-44 ans	20	16
45-54 ans	15	12
55 ans et plus	16	17

CHAPITRE 5

SÉRIE DE TABLEAUX STATISTIQUES

Notes concernant les tableaux statistiques

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- néant ou zéro.

Variabilité d'échantillonnage

- G Comme le coefficient de variation des données se situe entre 16.6 % et 25 % à un écart-type, les données doivent être utilisées avec circonspection.
- H Comme le coefficient de variation des données dépasse 25 % à un écart-type, les données ne peuvent pas être publiées.

Notes de renvoi

1. Le total des visites pour toutes les régions métropolitaines de recensement RMR (au niveau du Canada) dépasse le total des visites pour l'ensemble des provinces. Lors d'une visite provinciale plus d'une RMR peut être visitée, expliquant ainsi la différence.
2. Le total du Canada dépasse la somme des données provinciales parce qu'il comprend les données du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest ainsi que la catégorie ' non précisée '.
3. Le total des voyages-personnes selon le genre d'hébergement dépasse le total des voyages-personnes étant donné que plus d'un genre d'hébergement peut être utilisé lors d'un voyage.
4. Le total des visites-personnes selon le genre d'hébergement dépasse le total des visites-personnes étant donné que plus d'un genre d'hébergement peut être utilisé au cours d'un voyage.
5. Le total des dépenses selon le genre d'hébergement dépasse le total des dépenses parce qu'il y a un dédoublement des dépenses lorsque plus d'un genre d'hébergement est utilisé lors d'un voyage.
6. Le total des activités dépasse le total des voyages-personnes parce qu'une personne peut participer à plus d'une activité au cours d'un même voyage.

Note aux lecteurs: Les données de l'Enquête sur les voyages des Canadiens de 1994 publiée sous 'Voyages intérieurs, Canadiens voyageant au Canada 1994' (No 87-504-XPB au catalogue) ont été révisées. Celles-ci peuvent être obtenues en s'adressant au programme statistique du tourisme.

CHAPITRE 5

Tableau 1
Sommaire des voyages intérieurs totaux selon les provinces et les RMR, 1996

CARACTÉRISTIQUES	VOYAGES-PERSONNES (DESTINATION)	VISITES- PERSONNES ¹	DÉPENSES REDISTRIBUÉES	NUITÉES- VISITES
	Milliers			
TOTAL CANADA	137,524	139,381	16,406,579	230,376
TERRE-NEUVE	2,550	2,561	385,989	5,483
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	625	674	121,154	2,030
NOUVELLE-ÉCOSSE	5,936	6,021	713,844	8,493
NOUVEAU-BRUNSWICK	3,791	4,002	401,442	5,993
QUÉBEC	30,027	30,289	2,867,213	43,369
ONTARIO	49,733	49,921	5,206,334	75,163
MANITOBA	5,556	5,667	621,003	8,941
SASKATCHEWAN	7,468	7,723	759,399	12,577
ALBERTA	17,155	17,602	2,351,207	27,785
COLOMBIE-BRITANNIQUE	14,595	14,837	2,918,946	40,087
YUKON / T.N.-O.	87 G	85 G	60,048	H
TOTAL	137,524	143,409	16,406,579	230,376
RÉGION NON-MÉTROPOLITAINE	78,053	81,729	7,142,020	142,833
ST. JOHN'S	785	793	157,623	1,786
HALIFAX	2,256	2,318	401,210	2,927
SAINT-JOHN	473	554	65,796	803
CHICOUTIMI-JONQUIÈRE	592	597	76,408	1,362
QUÉBEC	4,307	4,460	475,506	5,394
SHERBROOKE	1,060	1,073	70,390	1,043
TROIS-RIVIÈRES	901	928	42,283	750
MONTRÉAL	7,016	7,159	961,178	9,026
OTTAWA-HULL	4,232	4,320	736,473	6,967
OSHAWA	539	555	49,872	689
TORONTO	11,149	11,334	1,744,695	13,004
HAMILTON	1,275	1,316	131,339	1,340
ST. CATHERINES-NIAGARA	2,236	2,274	197,845	2,145
KITCHENER	1,462	1,492	125,854	1,083
LONDON	2,924	2,965	211,111	2,144
WINDSOR	862	864	78,469	1,262
SUDBURY	696	763	78,997	1,175
THUNDER BAY	369	415	119,177	1,095
WINNIPEG	1,798	1,904	369,817	3,219
RÉGINA	1,329	1,436	183,677	2,094
SASKATOON	1,611	1,746	220,070	2,366
CALGARY	3,157	3,490	685,874	6,681
EDMONTON	4,049	4,279	731,825	6,523
VANCOUVER	3,193	3,373	1,082,344	9,662
VICTORIA	1,199	1,272	266,726	3,003

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

Tableau 2a
Nombre total de voyages, caractéristiques des voyageurs selon la province de destination, 1996

CARACTÉRISTIQUES	Province de destination										
	CANADA ²	T.-N.	Î.-P.-É.	N.É.	N.B.	QUÉ.	ONT.	MAN.	SASK.	ALB.	C.-B.
	Milliers de voyages-personnes										
TOTAL	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
VOYAGES DU MÊME JOUR	65,939	1,218	175	3,335	2,002	14,640	24,611	2,771	3,563	8,455	5,155
VOYAGES AVEC NUITÉES	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
TOTAL											
INTERPROVINCIAUX	16,315	170	222	881	805	2,771	4,680	1,071	1,280	2,750	1,687
INTRAPROVINCIAUX	121,209	2,351	159	5,064	2,934	26,682	46,065	4,720	6,322	14,854	12,056
SEXE	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
MOINS DE 15 ANS	21,581	341	109	822	578	4,438	7,760	930	1,342	2,941	2,314
HOMME - 15 ANS ET PLUS	61,865	1,179	265	2,603	1,746	13,487	22,365	2,542	3,180	7,732	6,711
FEMME - 15 ANS ET PLUS	54,078	1,031	252	2,511	1,467	12,101	19,608	2,085	2,946	6,482	5,570
ÉTAT MATRIMONIAL	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
MARIÉS OU CONJOINT DE FAIT	79,005	1,554	395	3,534	2,281	17,277	28,814	3,232	4,121	9,634	8,101
CÉLIBATAIRES, JAMAIS MARIÉ (INCLUS ENFANT)	48,240	857	187	2,011	1,279	10,344	17,259	1,927	2,802	6,312	5,244
VEUVE OU VEUF	3,401	56 G	16 G	153	93	668	1,288	153	213	389	368
SÉPARÉS OU DIVORCÉS	6,878	83	28	238	138	1,737	2,372	245	331	820	882
NIVEAU DE REVENU DU MÉNAGE	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
NON PRÉCISÉ	38,546	567	173	1,597	1,064	7,693	13,985	1,745	2,619	4,976	4,103
MOINS DE \$20,000	11,323	319	39	517	341	2,828	3,243	533	871	1,404	1,225
\$20,000 - \$39,999	26,465	693	132	1,488	828	6,264	8,199	1,243	1,443	3,493	2,668
\$40,000 - \$59,999	26,509	483	132	1,108	824	6,357	9,351	1,038	1,282	3,386	2,524
\$60,000 - \$79,999	17,639	308	82	659	441	3,775	6,757	594	698	2,155	2,158
\$80,000 OU PLUS	17,043	180	67	567	292	3,110	8,198	404	554	1,741	1,917
ÂGE	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
MOINS DE 15 ANS	21,581	341	109	822	578	4,438	7,760	930	1,342	2,941	2,314
15 - 19 ANS	7,559	172	18 G	331	223	1,632	2,427	350	499	996	906
20 - 24	10,359	253	34	449	337	2,307	3,569	380	611	1,357	1,060
25 - 34	25,295	515	111	1,100	702	5,482	9,141	1,009	1,196	3,351	2,668
35 - 44	27,658	523	134	1,150	805	6,423	9,708	1,040	1,426	3,510	2,928
45 - 54	21,796	381	108	1,029	577	5,063	8,014	847	1,052	2,420	2,295
55 - 64	12,856	211	62	592	319	2,779	4,957	513	695	1,408	1,304
65 - 69	4,597	62	14 G	176	98	873	1,929	218	266	533	426
70 ANS ET PLUS	5,822	93	34	288	152	1,030	2,229	271	380	640	695
SCOLARITÉ DU RÉPONDANT	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
NON PRÉCISÉ/ MOINS DE 15 ANS	21,581	341	109	822	578	4,438	7,760	930	1,342	2,941	2,314
0 - 8 ANS	6,024	193	32	232	215	2,191	1,515	338	439	523	345
ÉTUDES SECONDAIRES PARTIELLES	17,258	408	77	812	488	3,023	6,282	845	1,196	2,298	1,819
DIPLÔME D'ÉTUDES SECONDAIRES	20,083	331	64	658	561	3,610	7,548	829	1,252	2,734	2,492
ÉTUDES POSTSECONDAIRES PARTIELLES	11,472	185	50	494	359	1,894	4,476	433	581	1,491	1,498
DIP. D'ÉTUDES POST SECONDAIRES/CERTIFICAT	36,111	790	171	1,770	996	9,147	12,073	1,414	1,779	4,399	3,538
DIPLÔME UNIVERSITAIRE	24,994	303	123	1,150	593	5,724	10,080	767	878	2,769	2,589
PROFESSION	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
GESTIONNAIRES & AUTRES											
PROFESSIONNELS	37,278	599	191	1,592	1,003	8,516	14,141	1,383	1,721	4,336	3,771
PERSONNEL ADM./VENTE/SERVICES	30,696	513	118	1,364	819	6,706	10,854	1,171	1,490	4,057	3,590
PROFESSIONS DU SECTEUR PRIMAIRE	5,267	157	22	254	152	541	1,118	451	946	1,257	365
FABRICATION/CONSTRUCTION/ TRANSPORTS	18,194	342	83	692	551	4,060	6,768	718	820	2,166	1,974
N'A JAMAIS TRAVAILLÉ/AUTRES	46,089	940	211	2,035	1,266	10,204	16,852	1,833	2,490	5,339	4,896

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

CHAPITRE 5

Tableau 2b
Voyages d'une nuit ou plus, caractéristiques des voyageurs selon la province de destination, 1996

CARACTÉRISTIQUES	Province de destination										
	CANADA ²	T.-N.	Î.-P.-É.	N.É.	N.-B.	QUÉ.	ONT.	MAN.	SASK.	ALB.	C.-B.
	Milliers de voyages-personnes										
TOTAL	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
VOYAGES DU MÊME JOUR	65,939	1,218	175	3,335	2,002	14,640	24,611	2,771	3,563	8,455	5,155
VOYAGES AVEC NUITÉES	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
VOYAGES AVEC NUITÉES											
INTERPROVINCIAUX	13,185	199	422	773	704	2,243	2,741	676	974	1,933	2,448
INTRAPROVINCIAUX	58,400	1,134	29	1,828	1,085	13,144	22,381	2,110	2,931	6,767	6,992
SEXE	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
MOINS DE 15 ANS	11,972	186	88	397	293	2,356	4,299	523	718	1,547	1,562
HOMME - 15 ANS ET PLUS	30,335	623	188	1,054	761	6,495	10,426	1,146	1,600	3,810	4,186
FEMME - 15 ANS ET PLUS	29,277	524	176	1,150	735	6,535	10,398	1,117	1,587	3,344	3,693
ÉTAT MATRIMONIAL	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
MARIÉS OU CONJOINT DE FAIT	39,102	793	289	1,462	1,006	8,513	13,554	1,514	2,029	4,747	5,141
CÉLIBATAIRES, JAMAIS MARIÉ (INCLUS ENFANT)	27,014	457	137	954	667	5,642	9,692	1,054	1,561	3,333	3,500
VEUVE OU VEUF	1,878	37 G	9 G	73	42 G	360	718	87	121	193	236
SÉPARÉS OU DIVORCÉS	3,592	45 G	16 G	112	74 G	871	1,159	130	194	426	564
NIVEAU DE REVENU DU MÉNAGE	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
NON PRÉCISÉ	21,093	314	128	713	496	4,188	7,439	960	1,374	2,661	2,797
MOINS DE \$20,000	5,770	153	26	224	173	1,402	1,641	245	453	721	733
\$20,000 - \$39,999	12,964	348	86	619	355	3,042	3,890	563	747	1,691	1,613
\$40,000 - \$59,999	13,231	235	88	462	419	3,194	4,443	507	651	1,626	1,588
\$60,000 - \$79,999	9,255	169	64	303	196	1,857	3,534	304	385	1,105	1,331
\$80,000 OU PLUS	9,272	114	59	280	150	1,704	4,175	206	296	896	1,379
ÂGE	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
MOINS DE 15 ANS	11,972	186	88	397	293	2,356	4,299	523	718	1,547	1,562
15 - 19 ANS	4,223	84	11 G	168	110	961	1,337	166	268	537	577
20 - 24	5,957	143	21	191	198	1,246	2,152	196	378	729	700
25 - 34	13,384	265	77	532	341	2,911	4,609	558	674	1,689	1,708
35 - 44	14,155	248	95	468	345	3,222	4,985	498	696	1,716	1,877
45 - 54	10,540	183	77	410	250	2,426	3,510	392	529	1,265	1,490
55 - 64	6,152	124	50	241	138	1,325	2,223	239	327	625	846
65 - 69	2,200	38 G	10 G	78	43 G	410	856	87	132	280	262
70 ANS ET PLUS	3,001	62	24	116	70 G	528	1,152	127	183	312	419
SCOLARITÉ DU RÉPONDANT	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
NON PRÉCISÉ/ MOINS DE 15 ANS	11,972	186	88	397	293	2,356	4,299	523	718	1,547	1,562
0 - 8 ANS	2,866	95	20	90	89	1,070	703	133	183	279	205
ÉTUDES SECONDAIRES PARTIELLES	8,419	209	50	358	200	1,457	2,999	391	577	1,044	1,123
DIPLÔME D'ÉTUDES SECONDAIRES	10,252	166	45	286	227	1,844	3,632	420	611	1,380	1,634
ÉTUDES POSTSECONDAIRES PARTIELLES	6,152	108	36	194	189	1,018	2,280	231	376	709	1,003
DIP. D'ÉTUDES POST SECONDAIRES/CERTIFICAT	18,114	389	113	751	490	4,459	5,849	662	907	2,301	2,163
DIPLÔME UNIVERSITAIRE	13,810	179	99	526	300	3,181	5,360	425	532	1,439	1,751
PROFESSION	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
GESTIONNAIRES & AUTRES											
PROFESSIONNELS	20,283	319	149	743	505	4,453	7,450	736	946	2,346	2,615
PERSONNEL ADM./VENTE/SERVICES	16,064	316	78	635	390	3,520	5,330	640	896	2,049	2,199
PROFESSIONS DU SECTEUR PRIMAIRE	1,961	64	8 G	76	41 G	240	425	128	305	438	230
FABRICATION/CONSTRUCTION/ TRANSPORTS	8,996	159	52	253	242	1,930	3,228	320	439	1,101	1,252
N'A JAMAIS TRAVAILLÉ/AUTRES	24,282	474	164	894	610	5,244	8,690	960	1,319	2,766	3,144

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

Tableau 3a
Nombre total de voyages, caractéristiques des voyages selon la province de destination, 1996

CARACTÉRISTIQUES	Province de destination										
	CANADA ²	T.-N.	Î.-P.-É	N.É.	N.-B.	QUÉ.	ONT.	MAN.	SASK.	ALB.	C.-B.
	Milliers de voyages-personnes										
TOTAL	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
VOYAGES DU MÊME JOUR	65,939	1,218	175	3,335	2,002	14,640	24,611	2,771	3,563	8,455	5,155
VOYAGES AVEC NUITÉES	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
TOTAL	16,315	199	466	872	857	3,345	3,668	837	1,145	2,301	2,539
INTERPROVINCIAUX	16,315	199	466	872	857	3,345	3,668	837	1,145	2,301	2,539
INTRAPROVINCIAUX	121,209	2,351	159	5,064	2,934	26,682	46,065	4,720	6,322	14,854	12,056
PROVINCE D' ORIGINE	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
TERRE-NEUVE	2,521	2,351	H	70	H	H	55 G	..	H	H	H
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	381	H	159	93	95	H	20	H	H	H	H
NOUVELLE-ÉCOSSE	5,945	57 G	177	5,064	412	36 G	149	H	H	H	27 G
NOUVEAU-BRUNSWICK	3,739	H	131	369	2,934	168	104	H	H	H	H
QUÉBEC	29,453	H	H	H	202	26,682	2,346	H	H	H	74 G
ONTARIO	50,745	93 G	93 G	226	114	3,003	46,065	342	48 G	300	452
MANITOBA	5,791	H	H	H	H	24 G	452	4,720	286	159	135
SASKATCHEWAN	7,602	H	H	H	H	H	49 G	243	6,322	740	222
ALBERTA	17,604	H	H	H	H	45 G	214	135 G	655	14,854	1,614
COLOMBIE-BRITANNIQUE	13,743	H	H	H	H	44 G	279	86 G	136	1,043	12,056
TRIMESTRE	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
1ER TRIMESTRE (JAN-MARS)	31,193	550	100	1,243	815	7,028	11,030	1,116	1,818	4,138	3,332
2IÈME TRIMESTRE (AVR-JUIN)	31,272	584	97	1,471	845	6,761	10,870	1,383	1,719	4,249	3,280
3IÈME TRIMESTRE (JUIL-SEPT)	46,792	906	316	2,021	1,316	10,453	17,377	1,962	2,245	5,074	5,097
4IÈME TRIMESTRE (OCT-DÉC)	28,267	510	112	1,202	815	5,786	10,457	1,095	1,685	3,694	2,887
BUT	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
VISITES À DES AMIS /DES PARENTS	51,086	701	179	1,895	1,340	13,354	19,035	1,674	2,607	5,543	4,730
AGRÈMENT	50,272	903	305	2,076	1,260	10,308	19,158	2,170	2,127	5,740	6,206
RAISONS PERSONNELLES	16,994	604	43	1,046	595	3,029	5,183	777	1,494	2,665	1,551
AFFAIRES	17,025	309	80	813	533	2,929	5,619	841	1,103	2,923	1,849
CONGRÈS (RELIÉ AU TRAVAIL & NON-RELIÉ)	2,081	33 G	19 G	105	62 G	405	697	92	134	284	246
MOYEN DE TRANSPORT	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
AUTOMOBILE	126,337	2,250	544	5,552	3,645	28,147	46,062	5,064	7,083	15,723	12,225
AVION	5,945	216	67	264	87	531	1,672	355	168	1,057	1,486
AUTOCAR	3,492	57 G	12 G	87	H	968	1,301	100	204	329	406
TRAIN	764	H	H	H	H	197	509	H	H	H	H
BATEAU	430	H	H	H	H	H	55 G	..	H	..	323
HÉBERGEMENT	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
TYPE D'HÉBERGEMENT (COMPTES MULTIPLES) ³											
HÔTEL	11,889	190	116	558	288	2,208	3,684	489	675	1,867	1,779
MOTEL	5,284	71	101	296	257	953	1,623	146	271	646	913
GÎTE ET PETIT DÉJEUNER	615	21 G	20 G	45 G	H	199	175	H	H	H	85 G
LIEU DE VILLÉGIATURE	942	H	H	H	H	137 G	393	37 G	H	122 G	189
CAMPING OU PARC POUR											
ROULOTTES	6,024	60 G	48	155	123	949	2,077	192	260	1,010	1,142
CHEZ DES AMIS OU DES PARENTS	37,185	842	175	1,436	973	8,240	11,975	1,345	2,359	4,848	4,961
CHALET OU MAISON DE											
VILLÉGIATURE PRIVÉ	9,167	128	67	182	103	2,145	4,592	585	273	346	745
CHALET OU CABINE LOUÉ	991	44 G	24	H	34 G	229	324	33 G	66	64 G	155
AUTRES	1,763	44 G	H	64	52 G	554	481	43 G	84	153 G	277

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

CHAPITRE 5

Tableau 3b
Voyages d'une nuit ou plus, caractéristiques des voyages selon la province de destination, 1996

CARACTÉRISTIQUES	Province de destination										
	CANADA ²	T.-N.	Î.-P.-É.	N.É.	N.-B.	QUÉ.	ONT.	MAN.	SASK.	ALB.	C.-B.
	Milliers de voyages-personnes										
TOTAL	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
VOYAGES DU MÊME JOUR	65,939	1,218	175	3,335	2,002	14,640	24,611	2,771	3,563	8,455	5,155
VOYAGES AVEC NUITÉES	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
VOYAGES AVEC NUITÉES											
INTERPROVINCIAUX	13,185	199	422	773	704	2,243	2,741	676	974	1,933	2,448
INTRAPROVINCIAUX	58,400	1,134	29	1,828	1,085	13,144	22,381	2,110	2,931	6,767	6,992
PROVINCE D'ORIGINE	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
TERRE-NEUVE	1,300	1,134	H	66	H	H	55 G	..	H	H	H
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	208	H	29	79	66	H	20	H	H	H	H
NOUVELLE-ÉCOSSE	2,572	57 G	152	1,828	302	36 G	148	H	H	H	27 G
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,752	H	111	287	1,085	133	102	H	H	H	H
QUÉBEC	15,061	H	H	H	189	13,144	1,505	H	H	H	74 G
ONTARIO	25,889	93 G	93 G	226	114 G	1,936	22,381	246	46 G	293	452
MANITOBA	3,033	H	H	H	H	24 G	383	2,110	209	159	134
SASKATCHEWAN	3,978	H	H	H	H	H	49 G	194	2,931	558	220
ALBERTA	9,319	H	H	H	H	45 G	213	122 G	562	6,767	1,527
COLOMBIE-BRITANNIQUE	8,474	H	H	H	H	44 G	267	82 G	136	865	6,992
TRIMESTRE	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
1ER TRIMESTRE (JAN-MARS)	13,993	279	64	503	310	3,256	4,605	500	749	1,823	1,887
2IÈME TRIMESTRE (AVR-JUIN)	16,067	270	68	650	386	3,299	5,647	665	893	2,116	2,060
3IÈME TRIMESTRE (JUIL-SEPT)	27,632	539	262	959	722	5,956	10,064	1,144	1,345	2,898	3,721
4IÈME TRIMESTRE (OCT-DÉC)	13,893	245	56	490	371	2,875	4,807	476	918	1,863	1,772
BUT	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
VISITES À DES AMIS /DES PARENTS	30,703	544	126	1,107	854	7,246	10,641	1,036	1,865	3,726	3,528
AGRÉMENT	27,492	440	244	852	543	5,930	10,355	1,142	1,122	2,858	3,992
RAISONS PERSONNELLES	5,134	195	12 G	284	147	855	1,564	248	444	728	655
AFFAIRES	6,681	129	51	275	201	1,084	2,072	285	379	1,137	1,045
CONGRÈS (RELIÉ AU TRAVAIL & NON-RELIÉ)	1,515	24 G	17 G	82	42 G	270	452	73	93	250	208
MOYEN DE TRANSPORT	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
AUTOMOBILE	62,982	1,051	374	2,242	1,661	14,152	22,550	2,385	3,589	7,554	7,394
AVION	5,264	213	64	254	82	452	1,410	300	157	887	1,402
AUTOCAR	2,082	47 G	10 G	74	H	536	618	77	149	235	317
TRAIN	640	H	H	H	H	148 G	433	H	H	H	H
BATEAU	317	H	H	H	H	H	53	..	H	..	217
HÉBERGEMENT	71,585	1,332	451	2,601	1,789	15,386	25,122	2,785	3,905	8,700	9,440
TYPE D'HÉBERGEMENT (COMPTES MULTIPLES) ³											
HÔTEL	11,889	190	116	558	288	2,208	3,684	489	675	1,867	1,779
MOTEL	5,284	71	101	296	257	953	1,623	146	271	646	913
GÎTE ET PETIT DÉJEUNER	615	21 G	20 G	45 G	H	199	175	H	H	H	85 G
LIEU DE VILLÉGIATURE	942	H	H	H	H	137 G	393	37 G	H	122 G	189
CAMPING OU PARC POUR ROULOTTES	6,024	60 G	48	155	123	949	2,077	192	260	1,010	1,142
CHEZ DES AMIS OU DES PARENTS	37,185	842	175	1,436	973	8,240	11,975	1,345	2,359	4,848	4,961
CHALET OU MAISON DE VILLÉGIATURE PRIVÉ	9,167	128	67	182	103	2,145	4,592	585	273	346	745
CHALET OU CABINE LOUÉ	991	44 G	24	H	34 G	229	324	33 G	66	64 G	155
AUTRES	1,763	44 G	H	64	52 G	554	481	43 G	84	153 G	277

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

Tableau 4a
Nombre total de visites, caractéristiques des voyages selon la province visitée, 1996

CARACTÉRISTIQUES	Province visitée										
	CANADA ²	T.-N.	Î.-P.-É.	N.É.	N.-B.	QUÉ.	ONT.	MAN.	SASK.	ALB.	C.-B.
	Milliers de visites-personnes										
TOTAL	139,381	2,561	674	6,021	4,002	30,289	49,921	5,667	7,723	17,602	14,837
VOYAGES DU MÊME JOUR	65,951	1,218	175	3,338	2,002	14,642	24,611	2,771	3,563	8,455	5,162
VOYAGES AVEC NUITÉES	73,430	1,344	499	2,683	2,000	15,646	25,310	2,896	4,160	9,147	9,675
PROVINCE D'ORIGINE	139,381	2,561	674	6,021	4,002	30,289	49,921	5,667	7,723	17,602	14,837
TERRE-NEUVE	2,549	2,362	H	75	H	H	57 G	..	H	H	H
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	393	H	159	94	100	8 G	21	H	H	H	H
NOUVELLE-ÉCOSSE	6,020	57 G	178	5,088	441	51 G	150	H	H	H	27 G
NOUVEAU-BRUNSWICK	3,779	H	132	372	2,947	185	106	H	H	H	H
QUÉBEC	29,579	H	H	H	233	26,777	2,333	H	H	H	74 G
ONTARIO	51,321	93 G	118	267	227	3,104	46,198	402	83 G	360	462
MANITOBA	5,967	H	H	H	H	28 G	466	4,746	357	205	140
SASKATCHEWAN	7,791	H	H	H	H	H	56 G	253	6,399	826	224
ALBERTA	17,821	H	H	H	H	55 G	235	130 G	694	15,001	1,614
COLOMBIE-BRITANNIQUE	14,163	H	H	45 G	H	57 G	298	104 G	165	1,141	12,280
TRIMESTRE	139,381	2,561	674	6,021	4,002	30,289	49,921	5,667	7,723	17,602	14,837
1 ^{ER} TRIMESTRE (JAN-MARS)	31,392	553	101	1,253	840	7,049	11,054	1,122	1,854	4,186	3,355
2 ^{IÈME} TRIMESTRE (AVR-JUIN)	31,564	585	99	1,478	874	6,790	10,905	1,405	1,772	4,326	3,316
3 ^{IÈME} TRIMESTRE (JUIL-SEPT)	47,940	913	361	2,082	1,454	10,622	17,485	2,034	2,378	5,330	5,258
4 ^{IÈME} TRIMESTRE (OCT-DÉC)	28,484	511	114	1,208	833	5,827	10,477	1,107	1,718	3,759	2,907
BUT	139,381	2,561	674	6,021	4,002	30,289	49,921	5,667	7,723	17,602	14,837
VISITES À DES AMIS / DES PARENTS	51,832	706	183	1,913	1,388	13,435	19,129	1,745	2,730	5,731	4,844
AGREMENT	51,045	905	345	2,135	1,385	10,447	19,208	2,185	2,200	5,918	6,298
RAISONS PERSONNELLES	17,105	605	43	1,048	607	3,043	5,193	781	1,519	2,687	1,569
AFFAIRES	17,157	311	81	815	550	2,944	5,637	856	1,119	2,957	1,862
CONGRÈS (RELIÉ AU TRAVAIL & NON-RELIÉ)	2,175	34 G	22	107	72 G	416	711	97	152	307	251
MOYEN DE TRANSPORT	139,381	2,561	674	6,021	4,002	30,289	49,921	5,667	7,723	17,602	14,837
AUTOMOBILE	127,655	2,259	566	5,598	3,805	28,330	46,175	5,114	7,291	16,059	12,419
AVION	6,381	217	91	292	126	579	1,737	411	202	1,156	1,524
AUTOCAR	3,552	57 G	12 G	95	37 G	990	1,305	100	210	336	409
TRAIN	780	H	H	H	H	201	511	H	H	H	H
BATEAU	432	H	H	H	H	H	54 G	..	H	..	323
HÉBERGEMENT	73,430	1,344	499	2,683	2,000	15,646	25,310	2,896	4,160	9,147	9,675
TYPE D'HÉBERGEMENT (COMPTES MULTIPLES) ⁴											
HÔTEL	12,213	188	110	567	357	2,272	3,708	504	737	1,985	1,751
MOTEL	5,525	65	77	270	315	1,023	1,647	143	336	703	939
GÎTE ET PETIT DÉJEUNER	627	H	13 G	50 G	37 G	200	172	H	H	H	88 G
LIEU DE VILLÉGIATURE	944	H	H	H	H	137 G	394	35 G	H	117 G	195
CAMPING OU PARC POUR ROULOTTES	6,250	60 G	56	159	135	977	2,085	207	291	1,064	1,212
CHEZ DES AMIS OU DES PARENTS	37,666	848	165	1,441	1,006	8,277	12,058	1,395	2,435	5,008	5,004
CHALET OU MAISON DE VILLÉGIATURE PRIVÉ	9,177	128	65	183	109	2,152	4,588	585	276	343	748
CHALET OU CABINE LOUÉ	990	45 G	23	H	34 G	229	323	35 G	64	66 G	150 G
AUTRES	1,773	43 G	H	61	62 G	572	471	44 G	82	154 G	279

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

CHAPITRE 5

Tableau 4b
Visites d'une nuit ou plus, caractéristiques des voyages selon la province visitée, 1996

CARACTÉRISTIQUES	Province visitée										
	CANADA ²	T.-N.	Î.-P.-É.	N.É.	N.-B.	QUÉ.	ONT.	MAN.	SASK.	ALB.	C.-B.
	Milliers de visites-personnes										
TOTAL	139,381	2,561	674	6,021	4,002	30,289	49,921	5,667	7,723	17,602	14,837
VOYAGES DU MÊME JOUR	65,951	1,218	175	3,338	2,002	14,642	24,611	2,771	3,563	8,455	5,162
VOYAGES AVEC NUITÉES	73,430	1,344	499	2,683	2,000	15,646	25,310	2,896	4,160	9,147	9,675
PROVINCE D' ORIGINE	73,430	1,344	499	2,683	2,000	15,646	25,310	2,896	4,160	9,147	9,675
TERRE-NEUVE	1,328	1,145	H	71	H	H	57 G	..	H	H	H
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	220	H	29	80	71	8 G	21	H	H	H	H
NOUVELLE-ÉCOSSE	2,647	57 G	153	1,852	330	51 G	149	H	H	21 G	27 G
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,791	H	112	291	1,098	150	105	H	H	H	H
QUÉBEC	15,185	H	50 G	H	219	13,238	1,492	H	H	H	74 G
ONTARIO	26,458	93 G	118	267	227	2,037	22,513	306	81 G	353	455
MANITOBA	3,208	H	H	H	H	28 G	397	2,136	280	205	139
SASKATCHEWAN	4,166	H	H	H	H	H	56 G	205	3,008	644	222
ALBERTA	9,536	H	H	H	H	55 G	234	117 G	601	6,914	1,527
COLOMBIE-BRITANNIQUE	8,892	H	H	45 G	H	55 G	286	100 G	165	963	7,215
TRIMESTRE	73,430	1,344	499	2,683	2,000	15,646	25,310	2,896	4,160	9,147	9,675
1ER TRIMESTRE (JAN-MARS)	14,185	282	65	513	335	3,277	4,628	505	786	1,871	1,903
2IÈME TRIMESTRE (AVR-JUIN)	16,355	271	70	653	415	3,327	5,682	687	946	2,193	2,097
3IÈME TRIMESTRE (JUIL-SEPT)	28,780	545	307	1,020	860	6,126	10,172	1,216	1,478	3,155	3,883
4IÈME TRIMESTRE (OCT-DÉC)	14,110	246	58	497	389	2,916	4,827	487	950	1,928	1,792
BUT	73,430	1,344	499	2,683	2,000	15,646	25,310	2,896	4,160	9,147	9,675
VISITES À DES AMIS/DES PARENTS	31,450	550	130	1,125	903	7,327	10,735	1,107	1,988	3,914	3,642
AGRÈMENT	28,264	442	284	910	668	6,069	10,405	1,157	1,195	3,036	4,083
RAISONS PERSONNELLES	5,245	196	12 G	287	159	870	1,574	252	469	751	673
AFFAIRES	6,807	131	52	278	218	1,100	2,090	299	395	1,171	1,051
CONGRÈS (RELIÉ AU TRAVAIL & NON-RELIÉ)	1,606	25 G	21 G	83	52 G	280	466	78	111	273	213
MOYEN DE TRANSPORT	73,430	1,344	499	2,683	2,000	15,646	25,310	2,896	4,160	9,147	9,675
AUTOMOBILE	64,300	1,061	397	2,289	1,821	14,336	22,663	2,435	3,797	7,890	7,587
AVION	5,689	214	87	281	121	499	1,475	356	192	985	1,434
AUTOCAR	2,142	47 G	10 G	82	H	558	622	77	155	242	320
TRAIN	656	H	H	H	H	153 G	436	H	H	H	H
BATEAU	319	H	H	H	H	H	51 G	..	H	..	217
HÉBERGEMENT	73,430	1,344	499	2,683	2,000	15,646	25,310	2,896	4,160	9,147	9,675
TYPE D'HÉBERGEMENT (COMPTES MULTIPLES) ⁴											
HÔTEL	12,213	188	110	567	357	2,272	3,708	504	737	1,985	1,751
MOTEL	5,525	65	77	270	315	1,023	1,647	143	336	703	939
GÎTE ET PETIT DÉJEUNER	627	H	13 G	50 G	37 G	200	172	H	H	H	88 G
LIEU DE VILLÉGIATURE	944	H	H	H	H	137 G	394	35 G	H	117 G	195
CAMPING OU PARC POUR ROULOTTES	6,250	60 G	56	159	135	977	2,085	207	291	1,064	1,212
CHEZ DES AMIS OU DES PARENTS	37,666	848	165	1,441	1,006	8,277	12,058	1,395	2,435	5,008	5,004
CHALET OU MAISON DE VILLÉGIATURE PRIVÉ	9,177	128	65	183	109	2,152	4,588	585	276	343	748
CHALET OU CABINE LOUÉ	990	45 G	23	H	34 G	229	323	35 G	64	66 G	150 G
AUTRES	1,773	43 G	H	61	62 G	572	471	44 G	82	154 G	279

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

Tableau 5a
Nombre total de voyages, dépenses redistribuées selon les caractéristiques des voyages, 1996

CARACTÉRISTIQUES	Province de dépenses										
	CANADA ²	T.-N.	Î.-P.-É	N.É.	N.-B.	QUÉ.	ONT.	MAN.	SASK.	ALB.	C.-B.
	Milliers de dollar										
TOTAL	16,406,579	385,989	121,154	713,844	401,442	2,867,213	5,206,334	621,003	759,399	2,351,207	2,918,946
VOYAGES DU MÊME JOUR	5,499,874	151,208	21,860	272,582	132,855	863,318	1,965,908	267,637	270,687	822,616	729,512
VOYAGES AVEC NUITÉES	10,906,705	234,781	99,293	441,263	268,587	2,003,895	3,240,427	353,366	488,712	1,528,591	2,189,434
PROVINCE D'ORIGINE	16,406,579	385,989	121,154	713,844	401,442	2,867,213	5,206,334	621,003	759,399	2,351,207	2,918,946
TERRE-NEUVE	404,078	308,252	H	37,033 G	H	H	32,263 G	..	H	H	H
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	60,969	1,268 G	21,654	12,955	13,030	1,887 G	7,210	990 G	377 G	500 G	1,097 G
NOUVELLE-ÉCOSSE	643,679	20,754 G	24,933 G	448,012	50,794	H	54,873	H	H	H	18,242 G
NOUVEAU-BRUNSWICK	367,421	H	17,410 G	45,987	223,491	34,636	31,353	H	H	H	H
QUÉBEC	2,770,025	H	H	H	41,563 G	2,341,046	285,173	H	H	H	49,890 G
ONTARIO	5,614,329	35,512 G	38,979 G	103,846	57,025	385,906	4,471,914	69,119	23,190 G	157,744	265,975
MANITOBA	720,346	H	H	H	H	9,702 G	81,597	433,272	58,632	69,552	57,039
SASKATCHEWAN	819,054	H	H	H	H	H	H	39,309 G	547,394	132,770	73,193
ALBERTA	2,422,575	H	H	H	H	48,647 G	99,611	37,367 G	86,136	1,696,779	391,332
COLOMBIE-BRITANNIQUE	2,584,104	7,206 G	H	31,577	H	26,101	123,121	26,172	35,650	263,931	2,054,361
TRIMESTRE	16,406,579	385,989	121,154	713,844	401,442	2,867,213	5,206,334	621,003	759,399	2,351,207	2,918,946
1ER TRIMESTRE (JAN-MARS)	3,726,120	88,852	17,811	132,048	76,203	645,190	1,170,324	139,437	173,893	579,737	672,363
2IÈME TRIMESTRE (AVR-JUIN)	3,726,801	80,055	17,966	169,250	87,361	616,761	1,224,254	135,229	186,031	547,200	647,500
3IÈME TRIMESTRE (JUIL-SEPT)	5,703,539	142,944	71,757	258,535	166,429	1,055,902	1,787,933	207,643	227,181	720,889	1,052,653
4IÈME TRIMESTRE (OCT-DÉC)	3,250,119	74,139	13,619	154,011	71,448	549,360	1,023,824	138,694	172,294	503,381	546,431
BUT	16,406,579	385,989	121,154	713,844	401,442	2,867,213	5,206,334	621,003	759,399	2,351,207	2,918,946
VISITES À DES AMIS / DES PARENTS	3,796,909	82,281	18,078	154,025	103,054	707,347	1,213,847	139,291	196,553	515,730	662,967
AGRÈMENT	5,565,942	115,775	68,869	230,383	136,893	1,115,221	1,786,625	168,718	206,396	672,180	1,059,527
RAISONS PERSONNELLES	1,551,060	71,293	4,474 G	85,504	43,636	215,229	424,055	72,671	135,281	282,682	213,515
AFFAIRES	4,592,700	103,469	21,303	208,072	92,796	684,100	1,507,799	189,178	172,583	747,102	820,815
CONGRÈS (RELIÉ AU TRAVAIL & NON-RELIÉ)	882,558	H	8,430	35,857 G	25,064	145,277	262,436	50,133	46,587 G	133,002	159,850
MOYEN DE TRANSPORT	16,406,579	385,989	121,154	713,844	401,442	2,867,213	5,206,334	621,003	759,399	2,351,207	2,918,946
AUTOMOBILE	10,398,988	215,857	80,503	417,122	308,486	2,151,423	3,229,715	366,221	596,897	1,488,341	1,530,460
AVION	5,185,908	160,472	36,848	272,267	80,346	532,800	1,658,368	227,471	132,096	797,761	1,242,550
AUTOCAR	479,976	H	3,001 G	H	H	116,229	164,948	17,314 G	25,176 G	53,523 G	68,601
TRAIN	189,899	H	476 G	H	H	45,523 G	122,323	H	H	H	6,365 G
BATEAU	83,578	H	101 G	H	H	H	19,162 G	H	H	H	50,397
HÉBERGEMENT	10,906,705	234,781	99,293	441,263	268,587	2,003,895	3,240,427	353,366	488,712	1,528,591	2,189,434
TYPE D'HÉBERGEMENT (COMPTES MULTIPLÉS) ⁵											
HÔTEL	4,269,341	83,078	36,138	211,530	90,367	719,196	1,258,262	149,632	182,124	699,976	806,800
MOTEL	1,391,516	29,115 G	16,333	65,037	72,294	232,973	356,262	30,268	71,492	182,323	331,979
GÎTE ET PETIT DÉJEUNER	207,806	H	5,631 G	34,074 G	H	47,488 G	42,717	H	H	H	49,776
LIEU DE VILLÉGIATURE	316,015	H	1,506 G	H	H	39,149 G	116,025	H	H	40,369 G	94,189
CAMPING OU PARC POUR ROULOTTES	641,590	H	12,476	H	11,089 G	85,885	160,735	15,503 G	28,647 G	105,014	197,400
CHEZ DES AMIS OU DES PARENTS	3,665,428	109,394	16,233	139,621	85,170	641,706	1,002,478	133,346	187,563	550,471	796,776
CHALET OU MAISON DE VILLÉGIATURE PRIVÉ	603,706	H	11,077	H	H	154,176	268,624	21,580 G	H	H	80,133
CHALET OU CABINE LOUÉ	216,058	H	6,045 G	H	H	45,736 G	71,537	H	H	H	33,282
AUTRES	436,139	H	200 G	H	11,490 G	138,474	85,595	9,643 G	H	H	104,977
DÉPENSES REDISTRIBUÉES	16,406,579	385,989	121,154	713,844	401,442	2,867,213	5,206,334	621,003	759,399	2,351,207	2,918,946
LOCATION D'UN VEHICULE	408,541	H	4,935 G	26,449 G	13,599 G	63,299 G	97,401	15,101 G	H	58,379 G	102,347
FONCTIONNEMENT D'UN VEHICULE PRIVÉ/LOUÉ	2,957,995	66,536	21,013	120,884	81,682	575,498	931,867	114,982	195,924	434,376	410,425
TRANSPORT LOCAL	123,065	H	258 G	H	H	H	47,153	H	H	H	21,249
FRAIS DE TRANSPORT (AVION, AUTOBUS, ETC)	3,233,978	91,597	14,257	130,999	51,545	384,934	1,202,928	145,291	88,307	445,392	678,728
ALIMENTS ET BOISSONS (RESTAURANTS, BARS)	2,987,521	52,717	23,872	125,798	84,761	604,685	919,829	105,482	131,109	406,544	523,263
ALIMENTS ET BOISSONS, MAGASINS DURANT VOYAGE	847,990	25,022 G	6,329	34,293 G	16,474 G	140,498	246,616	39,785	51,943 G	115,079	168,723
HÉBERGEMENT	2,747,905	48,488	30,881	118,122	73,572	504,389	828,672	81,856	109,450	383,662	541,318
LOISIRS & DIVERTISSEMENTS	980,427	H	9,206	34,204 G	17,024 G	209,369	307,981	25,123 G	40,644 G	124,572	194,787
VÊTEMENTS	1,082,742	38,367 G	5,914	58,779	34,320	222,353	300,990	46,367	67,263 G	169,612	137,382
AUTRES DÉPENSES	1,036,414	32,759 G	4,490 G	59,651	26,577 G	140,803	322,897	42,993	64,332 G	196,079	140,724

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

CHAPITRE 5

Tableau 5b

Visites d'une nuit ou plus, dépenses redistribuées selon les caractéristiques des voyages, 1996

CARACTÉRISTIQUES	Province de dépenses										
	CANADA ^a	T.-N.	Î.-P.-É	N.É.	N.-B.	QUÉ.	ONT.	MAN.	SASK.	ALB.	C.-B.
	Milliers de dollars										
TOTAL	16,406,579	385,989	121,154	713,844	401,442	2,867,213	5,206,334	621,003	759,399	2,351,207	2,918,946
VOYAGES DU MÊME JOUR	5,499,874	151,208	21,860	272,582	132,855	863,318	1,965,908	267,637	270,687	822,616	729,512
VOYAGES AVEC NUITÉES	10,906,705	234,781	99,293	441,263	268,587	2,003,895	3,240,427	353,366	488,712	1,528,591	2,189,434
PROVINCE D'ORIGINE	10,906,705	234,781	99,293	441,263	268,587	2,003,895	3,240,427	353,366	488,712	1,528,591	2,189,434
TERRE-NEUVE	252,595	157,044	H	36,758 G	H	H	32,263 G	..	H	H	H
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	37,900	1,268 G	1,328 G	12,556	10,686	1,887 G	7,210	990 G	377 G	500 G	1,097 G
NOUVELLE-ÉCOSSE	368,847	20,754 G	24,193 G	178,338	46,516	H	54,734	H	H	H	18,242 G
NOUVEAU-BRUNSWICK	238,581	H	17,079 G	44,028	98,044	33,650	31,237	H	H	H	H
QUÉBEC	1,919,233	H	H	H	40,778 G	1,514,178	262,144	H	H	H	49,890 G
ONTARIO	3,628,058	35,512 G	38,516 G	103,846	57,025	351,299	2,530,539	61,072	23,110 G	157,510	264,510
MANITOBA	460,184	H	H	H	H	9,702 G	80,353	180,051	52,936	69,552	57,039
SASKATCHEWAN	539,636	H	H	H	H	H	H	33,591 G	284,582	122,172	73,067
ALBERTA	1,621,104	H	H	H	H	48,647 G	99,607	36,716 G	84,038	902,386	387,088
COLOMBIE-BRITANNIQUE	1,840,567	7,206 G	H	31,577	H	25,242	123,121	26,172	35,650	246,539	1,330,684
TRIMESTRE	10,906,705	234,781	99,293	441,263	268,587	2,003,895	3,240,427	353,366	488,712	1,528,591	2,189,434
1 ^{ER} TRIMESTRE (JAN-MARS)	2,296,682	52,455	11,983	63,530	46,344	426,973	663,909	71,785	99,591	356,502	473,926
2 ^{IÈME} TRIMESTRE (AVR-JUIN)	2,417,895	40,697 G	14,102	105,018	57,205	403,142	710,893	79,916	119,419	362,282	510,041
3 ^{IÈME} TRIMESTRE (JUIL-SEPT)	4,176,037	104,350	65,837	191,587	124,454	815,931	1,255,499	135,641	163,631	492,665	815,084
4 ^{IÈME} TRIMESTRE (OCT-DÉC)	2,016,091	37,279 G	7,372	81,128	40,585	357,848	610,125	66,024	106,071	317,141	390,383
BUT	10,906,705	234,781	99,293	441,263	268,587	2,003,895	3,240,427	353,366	488,712	1,528,591	2,189,434
VISITES À DES AMIS /											
DES PARENTS	2,722,286	64,818	12,988	103,435	74,968	525,292	802,130	97,254	149,926	380,354	507,383
AGREMENT	4,103,365	69,845	63,066	161,608	95,799	871,803	1,224,456	95,255	138,654	473,200	904,953
RAISONS PERSONNELLES	750,852	28,019 G	1,144 G	34,921 G	23,306 G	109,658	204,873	30,396	56,191 G	120,973	139,632
AFFAIRES	2,676,666	62,698	16,546	113,375	55,705	390,183	813,300	99,016	105,997	450,901	523,544
CONGRÈS (RELIÉ AU TRAVAIL & NON-RELIÉ)	637,254	H	5,550 G	27,924 G	18,810 G	106,921	184,207	31,445	35,945 G	102,651	111,651
MOYEN DE TRANSPORT	10,906,705	234,781	99,293	441,263	268,587	2,003,895	3,240,427	353,366	488,712	1,528,591	2,189,434
AUTOMOBILE	7,531,641	132,836	69,697	263,272	221,033	1,599,666	2,254,882	226,118	403,572	1,062,464	1,285,830
AVION	2,759,091	94,047	26,541	159,485	40,966	266,642	758,428	109,060	62,025 G	422,151	774,817
AUTOCAR	355,535	H	2,613 G	H	H	86,668	118,742	10,927 G	H	33,483 G	61,057
TRAIN	137,215	H	118 G	H	H	34,398 G	87,452	H	H	H	6,356 G
BATEAU	65,241	H	101 G	H	H	H	11,174 G	H	H	..	42,047
HÉBERGEMENT	10,906,705	234,781	99,293	441,263	268,587	2,003,895	3,240,427	353,366	488,712	1,528,591	2,189,434
TYPE D'HÉBERGEMENT (COMPTES MULTIPLES) ^b											
HÔTEL	4,269,341	83,078	36,138	211,530	90,367	719,196	1,258,262	149,632	182,124	699,976	806,800
MOTEL	1,391,516	29,115 G	16,333	65,037	72,294	232,973	356,262	30,268	71,492	182,323	331,979
GÎTE ET PETIT DÉJEUNER	207,806	H	5,631 G	34,074 G	H	47,488 G	42,717	H	H	H	49,776
LIEU DE VILLÉGIATURE	316,015	H	1,506 G	H	H	39,149 G	116,025	H	H	40,369 G	94,189
CAMPING OU PARC POUR ROULOTTES	641,590	H	12,476	H	11,089 G	85,885	160,735	15,503 G	28,647 G	105,014	197,400
CHEZ DES AMIS OU DES PARENTS	3,665,428	109,394	16,233	139,621	85,170	641,706	1,002,478	133,346	187,563	550,471	796,776
CHALET OU MAISON DE VILLÉGIATURE PRIVÉ	603,706	H	11,077	H	H	154,176	268,624	21,580 G	H	H	80,133
CHALET OU CABINE LOUÉ	216,058	H	6,045 G	H	H	45,736 G	71,537	H	H	H	33,282
AUTRES	436,139	H	200 G	H	11,490 G	138,474	85,595	9,643 G	H	H	104,977
DÉPENSES REDISTRIBUÉES	10,906,705	234,781	99,293	441,263	268,587	2,003,895	3,240,427	353,366	488,712	1,528,591	2,189,434
LOCATION D'UN VÉHICULE	343,278	H	3,875 G	23,873 G	10,390 G	50,224 G	76,238	10,929 G	H	49,378 G	93,543
FONCTIONNEMENT D'UN VÉHICULE PRIVÉ/LOUÉ	1,988,643	45,339	18,620	71,560	54,345	373,875	586,622	73,140	132,643	296,988	330,703
TRANSPORT LOCAL	100,531	H	229 G	H	H	H	37,960 G	H	H	H	19,718 G
FRAIS DE TRANSPORT (AVION, AUTOBUS, ETC)	651,669	21,968 G	14 G	H	H	93,897	241,677	18,696 G	H	54,564 G	199,024
ALIMENTS ET BOISSONS (RESTAURANTS, BARS)	2,401,648	41,780	22,172	97,968	67,433	463,478	709,762	82,290	102,403	332,279	472,869
ALIMENTS ET BOISSONS, MAGASINS DURANT VOYAGE	607,035	H	6,075	22,798 G	12,859 G	109,615	188,565	19,896 G	26,874 G	70,667 G	132,626
HÉBERGEMENT	2,747,905	48,488	30,881	118,122	73,572	504,389	828,672	81,856	109,450	383,662	541,318
LOISIRS & DIVERTISSEMENTS	801,062	H	8,932	29,377 G	14,918 G	167,356	228,276	20,124 G	34,879 G	101,377	178,975
VÊTEMENTS	669,164	H	4,807 G	32,470 G	18,065 G	133,391	189,583	23,140 G	34,716 G	104,610	109,931
AUTRES DÉPENSES	595,769	H	3,689 G	32,607 G	12,583 G	91,204	153,073	20,198 G	28,021 G	123,040	110,727

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

Tableau 6
Nombre total de voyages, participation à des activités selon la province de destination, 1996

CARACTÉRISTIQUES	Province de destination										
	CANADA ²	T.-N.	Î.-P.-É	N.É.	N.-B.	QUÉ.	ONT.	MAN.	SASK.	ALB.	C.-B.
	Milliers de voyages-personnes										
TOTAL	137,524	2,550	625	5,936	3,791	30,027	49,733	5,556	7,468	17,155	14,595
<i>ACTIVITÉS (COMPTES MULTIPLES)⁶</i>											
<i>VISITES À DES AMIS/ DES PARENTS</i>	75,654	1,420	310	3,016	1,912	17,738	26,743	2,988	4,280	8,994	8,199
<i>MAGASINAGE</i>	34,506	1,013	218	1,920	1,107	5,934	10,835	1,516	2,383	5,107	4,436
<i>VISITES TOURISTIQUES</i>	22,299	476	286	1,149	567	3,736	7,990	676	610	2,817	3,954
<i>ASSISTÉ À UN FESTIVAL/FOIRE / EXPOSITION</i>	4,266	85	57	193	110	916	1,492	204	218	484	499
<i>ASSISTÉ À UNE MANIFESTATION CULTURELLE</i>	3,437	64	63	209	73 G	767	1,236	81	137	332	471
<i>(PIÈCE DE THÉÂTRE, CONCERT) ASSISTÉ À UNE ACTIVITÉ CULTURELLE AUTOCHTONE</i>	526	H	9 G	26 G	H	H	172	H	35 G	94 G	102 G
<i>ASSISTÉ À DES COMPÉTITIONS SPORTIVES</i>	8,573	129	54	423	246	1,142	3,441	322	620	1,142	1,050
<i>VISITE À UN MUSÉE OU UNE GALERIE D'ART</i>	3,804	63	92	197	77 G	819	1,239	100	135	404	662
<i>VISITE D'UN ZOO OU D'UN SITE NATUREL</i>	2,989	29 G	27	170	108	772	802	104	50 G	415	512
<i>VISITE À UN PARC THÉMATIQUE VISITE D'UN PARC NATIONAL OU PROVINCIAL</i>	2,196	H	83	80	112	259	887	48 G	28 G	376	302
<i>VISITE D'UN LIEU HISTORIQUE</i>	6,578	131	79	323	184	616	1,556	373	304	1,503	1,493
<i>ALLER DANS UN BAR OU BOÎTE DE NUIT</i>	3,499	119	91	246	101	664	1,069	82	105	430	576
<i>ALLER DANS UN CASINO</i>	6,652	151	44	329	159	1,188	2,078	215	355	972	1,154
<i>FAIT UNE CROISIÈRE /CROISIÈRE- EXCURSION</i>	1,333	..	H	169	..	406	454	33 G	168	57 G	41 G
ACTIVITÉS SPORTIVES / DE PLEIN AIR	35,843	435	170	1,088	656	8,308	13,306	1,333	1,407	4,032	5,083
<i>NATATION</i>	11,153	79	82	273	216	1,880	5,433	549	416	729	1,492
<i>AUTRES ACTIVITÉS AQUATIQUES</i>	6,283	36 G	28	135	66 G	852	3,464	255	242	396	805
<i>GOLF</i>	2,935	26 G	39	81	44 G	423	1,042	185	206	377	510
<i>CHASSE</i>	733	56 G	..	H	H	240	138 G	H	29 G	113 G	102 G
<i>PÊCHE</i>	5,740	76	14 G	104	65 G	1,003	2,735	256	269	544	661
<i>OBSERVATION DES OISEAUX OU DE LA FAUNE</i>	2,190	33 G	15 G	66	43 G	508	1,006	56 G	65	171 G	226
<i>SKI DE FOND</i>	809	H	..	H	H	324	236	52 G	H	95 G	81 G
<i>SKI ALPIN</i>	2,523	H	..	27 G	H	809	549	H	22 G	406	677
<i>MOTONEIGE</i>	876	40 G	..	H	H	222	353	58 G	59 G	52 G	55 G
<i>MARCHE OU RANDONNÉE PÉDESTRE</i>	14,034	155	83	469	237	3,301	5,182	433	425	1,621	2,119
<i>BICYCLETTE</i>	2,684	H	16 G	30 G	56 G	958	793	77	75	298	374
<i>AUTRES ACTIVITÉS SPORTIVES/ DE PLEIN AIR</i>	8,342	115	23	326	203	1,814	2,918	320	504	984	1,128

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

CHAPITRE 5

Tableau 7
Nombre total de visites, caractéristiques des voyages selon les RMR visitées, 1996

CARACTÉRISTIQUES	RMR visitée						
	CANADA ^{1,2}	ST. JOHNS	HALIFAX	SAINT-JOHN	QUÉBEC	MONTRÉAL	OTTAWA-HULL
	Milliers de visites-personnes						
TOTAL	143,409	793	2,318	554	4,460	7,159	4,320
VOYAGES DU MÊME JOUR	65,970	347	1,290	268	2,134	3,728	2,017
VOYAGES AVEC NUITÉES	77,439	446	1,027	286	2,327	3,431	2,304
PROVINCE D' ORIGINE	143,409	793	2,318	554	4,460	7,159	4,320
TERRE-NEUVE	2,625	678	52 G	H	H	H	H
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	404	H	55	11 G	H	H	7 G
NOUVELLE-ÉCOSSE	6,132	27 G	1,748	53 G	H	30 G	44 G
NOUVEAU-BRUNSWICK	3,833	H	201	392	43 G	81 G	35 G
QUÉBEC	30,061	H	H	H	4,158	5,127	1,447
ONTARIO	52,391	64 G	171	68 G	198	1,798	2,625
MANITOBA	6,254	H	H	H	H	H	38 G
SASKATCHEWAN	8,085	..	H	..	H	H	H
ALBERTA	18,411	H	H	..	H	H	51 G
COLOMBIE-BRITANNIQUE	15,213	H	H	..	H	46 G	47 G
TRIMESTRE	143,409	793	2,318	554	4,460	7,159	4,320
1ER TRIMESTRE (JAN-MARS)	31,819	187	531	133	945	1,901	1,142
2IÈME TRIMESTRE (AVR-JUIN)	32,257	165	577	97	1,023	1,684	913
3IÈME TRIMESTRE (JUIL-SEPT)	50,227	258	666	198	1,536	2,130	1,337
4IÈME TRIMESTRE (OCT-DÉC)	29,107	182	544	126	956	1,443	928
BUT	143,409	793	2,318	554	4,460	7,159	4,320
VISITES À DES AMIS /DES PARENTS	53,245	182	597	174	1,707	3,323	1,560
AGRÈMENT	53,006	238	755	173	1,481	1,638	1,412
RAISONS PERSONNELLES	17,322	249	566	104	652	884	572
AFFAIRES	17,504	112	328	93	498	1,150	670
CONGRÈS (RELIÉ AU TRAVAIL & NON-RELIÉ)	2,265	H	72	H	123 G	164 G	106 G
MOYEN DE TRANSPORT	143,409	793	2,318	554	4,460	7,159	4,320
AUTOMOBILE	130,933	650	2,029	503	4,128	6,295	3,728
AVION	6,931	111	242	36 G	69 G	400	345
AUTOCAR	3,674	26 G	32 G	H	221	289	167
TRAIN	795	..	H	..	H	129 G	67 G
BATEAU	447	H	H	H	..	H	H
HÉBERGEMENT	77,439	446	1,027	286	2,327	3,431	2,304
TYPE D'HÉBERGEMENT (COMPTES MULTIPLES) ⁴							
HÔTEL	12,763	84	403	76 G	555	876	636
MOTEL	6,029	31 G	91	64 G	280	177 G	129 G
GÎTE ET PETIT DÉJEUNER	657	H	H	H	H	H	H
LIEU DE VILLÉGIATURE	947	H	H	H	H	H	H
CAMPING OU PARC POUR ROULOTTES	6,617	H	H	H	H	H	59 G
CHEZ DES AMIS OU DES PARENTS	38,795	302	480	110	1,293	2,239	1,313
CHALET OU MAISON DE VILLÉGIATURE PRIVÉ	9,192	H	H	H	59 G	H	57 G
CHALET OU CABINE LOUÉ	994	H	H	H	H
AUTRES	1,798	24 G	31 G	H	65 G	61 G	68 G

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

Tableau 7-Suite

Nombre total de visites, caractéristiques des voyages selon les RMR visitées, 1996

CARACTÉRISTIQUES	RMR visitée						
	TORONTO	ST. CATHERINES NIAGARA	WINNIPEG	SASKATOON	CALGARY	EDMONTON	VANCOUVER
	Milliers de visites-personnes						
TOTAL	11,334	2,274	1,904	1,746	3,490	4,279	3,373
VOYAGES DU MÊME JOUR	6,636	1,292	905	793	1,234	1,951	1,164
VOYAGES AVEC NUITÉES	4,698	983	999	953	2,256	2,328	2,209
PROVINCE D'ORIGINE	11,334	2,274	1,904	1,746	3,490	4,279	3,373
TERRE-NEUVE	32 G	H	H	H	H
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	10 G	..	H	H	H	..	H
NOUVELLE-ÉCOSSE	87	H	H	..	H	H	H
NOUVEAU-BRUNSWICK	49 G	H	H	H	H	H	H
QUÉBEC	680	53 G	H	H	H	H	61 G
ONTARIO	10,053	2,184	375	H	196	121 G	348
MANITOBA	70 G	H	1,233	78	84 G	72 G	78
SASKATCHEWAN	27 G	H	103	1,406	255	224	64
ALBERTA	147 G	H	96 G	179 G	2,404	3,526	384
COLOMBIE-BRITANNIQUE	180	H	72 G	49 G	509	312	2,411
TRIMESTRE	11,334	2,274	1,904	1,746	3,490	4,279	3,373
1ER TRIMESTRE (JAN-MARS)	2,666	393	366	411	804	988	861
2IÈME TRIMESTRE (AVR-JUIN)	2,550	463	554	443	832	1,047	818
3IÈME TRIMESTRE (JUIL-SEPT)	3,392	889	549	419	1,072	1,173	931
4IÈME TRIMESTRE (OCT-DÉC)	2,726	530	435	473	782	1,070	764
BUT	11,334	2,274	1,904	1,746	3,490	4,279	3,373
VISITES À DES AMIS /DES PARENTS	4,338	689	574	512	1,349	1,393	1,239
AGRÈMENT	3,212	1,348	524	434	853	1,027	935
RAISONS PERSONNELLES	1,354	54 G	399	464	526	985	441
AFFAIRES	2,083	151	346	271	681	757	650
CONGRÈS (RELIÉ AU TRAVAIL & NON-RELIÉ)	322	H	61 G	65	80 G	116 G	106 G
MOYEN DE TRANSPORT	11,334	2,274	1,904	1,746	3,490	4,279	3,373
AUTOMOBILE	9,629	2,177	1,476	1,618	2,815	3,744	2,131
AVION	1,051	H	358	85	588	431	977
AUTOCAR	383	47 G	56 G	40 G	74 G	95 G	127 G
TRAIN	257	H	H	H	H	H	H
BATEAU	H	128 G
HÉBERGEMENT	4,698	983	999	953	2,256	2,328	2,209
TYPE D'HÉBERGEMENT (COMPTES MULTIPLES) ⁴							
HÔTEL	1,416	294	349	275	558	803	745
MOTEL	200	175	H	71	126 G	118 G	104 G
GÎTE ET PETIT DÉJEUNER	H	H	..	H	H	..	H
LIEU DE VILLÉGIATURE	H	H	H	H	H	H	H
CAMPING OU PARC POUR ROULOTTES	66 G	56 G	H	27 G	H	61 G	H
CHEZ DES AMIS OU DES PARENTS	2,796	377	591	565	1,491	1,310	1,321
CHALET OU MAISON DE VILLÉGIATURE PRIVÉ	138	H	H	H	H	H	H
CHALET OU CABINE LOUÉ	H	H	..
AUTRES	57 G	H	H	H	H	H	77 G

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

CHAPITRE 5

Tableau 8

Nombre total de visites, dépenses redistribuées, caractéristiques des voyages selon les RMR visitées, 1996

CARACTÉRISTIQUES	RMR de dépenses						
	CANADA ^{1,2}	ST. JOHNS	HALIFAX	SAINT-JOHN	QUÉBEC	MONTRÉAL	OTTAWA-HULL
	Milliers de dollars						
TOTAL	16,406,579	157,623	401,210	65,796	475,506	961,178	736,473
VOYAGES DU MÊME JOUR	6,219,360	71,816	159,173	20,353 G	136,727	428,384	363,767
VOYAGES AVEC NUITÉES	10,187,219	85,807	242,037	45,443	338,779	532,794	372,706
PROVINCE D'ORIGINE	16,406,579	157,623	401,210	65,796	475,506	961,178	736,473
TERRE-NEUVE	404,078	116,515	27,537 G	H	H	H	H
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	60,969	H	H	H	H	H	H
NOUVELLE-ÉCOSSE	643,679	H	226,568	H	H	H	10,951 G
NOUVEAU-BRUNSWICK	367,421	H	28,590 G	34,288	398,577	635,110	H
QUÉBEC	2,770,025	H	H	H	398,577	635,110	140,812
ONTARIO	5,614,329	24,692 G	72,034	12,648 G	47,498 G	234,184	514,949
MANITOBA	720,346	H	H	H	H	H	H
SASKATCHEWAN	819,054	..	H	..	H	H	H
ALBERTA	2,422,575	H	H	..	H	36,112 G	25,236 G
COLOMBIE-BRITANNIQUE	2,584,104	H	14,871 G	..	H	H	13,999 G
TRIMESTRE	16,406,579	157,623	401,210	65,796	475,506	961,178	736,473
1ER TRIMESTRE (JAN-MARS)	3,726,120	38,998 G	79,723	11,972 G	114,616	241,274	225,208
2IÈME TRIMESTRE (AVR-JUIN)	3,726,801	34,637 G	99,213	14,327 G	94,490	242,013	160,271
3IÈME TRIMESTRE (JUIL-SEPT)	5,703,539	50,895	119,349	28,429 G	177,385	266,514	209,379
4IÈME TRIMESTRE (OCT-DÉC)	3,250,119	33,093 G	102,924	11,069 G	89,015	211,376	141,615
BUT	16,406,579	157,623	401,210	65,796	475,506	961,178	736,473
VISITES À DES AMIS / DES PARENTS	3,796,909	32,278 G	61,888	13,851 G	110,262	248,354	150,054
AGREMENT	5,565,942	43,452	121,487	16,258 G	196,218	212,641	176,001
RAISONS PERSONNELLES	1,551,060	21,819 G	41,443	H	39,747 G	60,605 G	54,934
AFFAIRES	4,592,700	53,785	151,212	21,325 G	93,656	369,804	305,769
CONGRÈS (RELIÉ AU TRAVAIL & NON-RELIÉ)	882,558	H	25,179 G	H	35,624 G	69,773 G	47,787
MOYEN DE TRANSPORT	16,406,579	157,623	401,210	65,796	475,506	961,178	736,473
AUTOMOBILE	10,398,988	68,015	187,504	43,934	389,051	546,393	356,090
AVION	5,185,908	87,133	200,963	19,742 G	55,434 G	340,295	317,787
AUTOCAR	479,976	H	H	H	22,367 G	38,558 G	29,787 G
TRAIN	189,899	..	H	H	H	32,780 G	30,671 G
BATEAU	83,578	H	H	H	H	H	H
HÉBERGEMENT	10,187,219	85,807	242,037	45,443	338,779	532,794	372,706
TYPE D'HÉBERGEMENT (COMPTES MULTIPLES) ⁵							
HÔTEL	3,817,567	39,215 G	157,822	18,731 G	152,933	254,602	194,446
MOTEL	1,221,467	H	27,620 G	12,103 G	42,367 G	42,841 G	27,853 G
GÎTE ET PETIT DÉJEUNER	169,540	H	21,615 G	H	H	H	H
LIEU DE VILLÉGIATURE	284,444	H	H	H	H	H	H
CAMPING OU PARC POUR ROULOTTES	580,247	H	H	H	H	H	H
CHEZ DES AMIS OU DES PARENTS	3,214,207	41,730	54,515	H	108,816	194,134	117,424
CHALET OU MAISON DE VILLÉGIATURE PRIVÉ	571,098	H	H	H	H	H	H
CHALET OU CABINE LOUÉ	202,157	H	H	..	H	H	H
AUTRES	384,411	H	H	H	H	33,388 G	13,640 G
DÉPENSES REDISTRIBUÉES	16,406,579	157,623	401,210	65,796	475,506	961,178	736,473
LOCATION D'UN VÉHICULE	408,541	H	14,938 G	H	13,575 G	30,564 G	H
FONCTIONNEMENT D'UN VÉHICULE PRIVÉ/LOUÉ	2,957,995	16,536 G	43,555	12,368 G	81,906	149,417	89,936
TRANSPORT LOCAL	123,065	H	H	H	H	H	H
FRAIS DE TRANSPORT (AVION, AUTOBUS, ETC)	3,233,978	50,845	85,346	H	38,139 G	223,337	247,745
ALIMENTS ET BOISSONS (RESTAURANTS, BARS)	2,987,521	18,436 G	68,302	14,512 G	118,408	184,285	118,842
ALIMENTS ET BOISSONS, MAGASINS DURANT VOYAGE	847,990	H	14,315 G	H	H	31,958 G	17,928 G
HÉBERGEMENT	2,747,905	19,473 G	74,763	14,517 G	89,294	143,341	118,624
LOISIRS & DIVERTISSEMENTS	980,427	H	19,470 G	H	31,447 G	57,940 G	35,004 G
VÊTEMENTS	1,082,742	17,489 G	40,120	H	53,314 G	84,839	47,722
AUTRES DÉPENSES	1,036,414	H	36,351 G	H	29,568 G	40,796 G	42,890

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

Tableau 8-Suite

Nombre total de visites, dépenses redistribuées, caractéristiques des voyages selon les RMR visitées, 1996

CARACTÉRISTIQUES	RMR de dépenses						
	TORONTO	ST. CATHERINES NIAGARA	WINNIPEG	SASKATOON	CALGARY	EDMONTON	VANCOUVER
	Milliers de dollars						
TOTAL	1,744,695	197,845	369,817	220,070	685,874	731,826	1,082,344
VOYAGES DU MÊME JOUR	866,607	61,781	176,486	79,438	307,244	273,366	454,912
VOYAGES AVEC NUITÉES	878,088	136,065	193,331	140,632	378,630	458,460	627,432
PROVINCE D'ORIGINE	1,744,695	197,845	369,817	220,070	685,874	731,826	1,082,344
TERRE-NEUVE	13,791 G	H	H	H	H
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	H	..	H	H	H	H	H
NOUVELLE-ÉCOSSE	32,084 G	H	H	..	H	H	14,701 G
NOUVEAU-BRUNSWICK	14,735 G	H	H	H	H	H	H
QUÉBEC	157,106	H	8,991 G	H	H	H	42,008
ONTARIO	1,346,902	181,657	64,885	H	63,221 G	54,341 G	182,849
MANITOBA	30,988 G	H	225,317	H	H	H	20,786 G
SASKATCHEWAN	H	H	20,631 G	158,251	45,443 G	34,697 G	17,889 G
ALBERTA	59,643	H	30,394	23,890 G	458,520	520,616	124,047
COLOMBIE-BRITANNIQUE	78,626	H	16,185 G	H	87,704	91,812	675,050
TRIMESTRE	1,744,695	197,845	369,817	220,070	685,874	731,826	1,082,344
1ER TRIMESTRE (JAN-MARS)	416,428	32,666 G	82,474	55,069 G	191,548	185,889	294,960
2IÈME TRIMESTRE (AVR-JUIN)	478,077	45,297	83,836	52,153 G	153,505	171,942	246,280
3IÈME TRIMESTRE (JUIL-SEPT)	493,418	80,366	114,338	54,041 G	198,588	196,393	315,912
4IÈME TRIMESTRE (OCT-DÉC)	356,772	39,517 G	89,169	58,807 G	142,232	177,602	225,192
BUT	1,744,695	197,845	369,817	220,070	685,874	731,826	1,082,344
VISITES À DES AMIS / DES PARENTS	365,872	35,809 G	83,450	50,245 G	163,797	172,664	220,065
AGRÈMENT	400,957	115,350	75,394	51,624 G	142,603	159,632	228,289
RAISONS PERSONNELLES	108,669	H	33,896	42,387 G	64,359 G	111,448	58,821
AFFAIRES	725,591	27,833 G	137,483	57,103 G	281,552	230,496	495,523
CONGRÈS (RELIÉ AU TRAVAIL & NON-RELIÉ)	134,072	10,863 G	38,582	18,711 G	33,562 G	57,073 G	79,373
MOYEN DE TRANSPORT	1,744,695	197,845	369,817	220,070	685,874	731,826	1,082,344
AUTOMOBILE	729,566	164,122	172,503	161,089	315,115	429,120	273,727
AVION	903,623	24,425 G	181,336	54,063 G	358,462	277,357	763,292
AUTOCAR	53,513	H	10,011 G	H	H	H	18,579 G
TRAIN	44,446	H	..	H	H	H	H
BATEAU	10,294 G	22,769
HÉBERGEMENT	878,088	136,065	193,331	140,632	378,630	458,460	627,432
TYPE D'HÉBERGEMENT (COMPTES MULTIPLES) ⁵							
HÔTEL	527,026	64,768	106,195	64,408 G	177,193	264,726	348,769
MOTEL	45,015	31,576 G	H	H	H	28,479 G	36,108
GÎTE ET PETIT DÉJEUNER	H	H	..	H	H	..	6,651 G
LIEU DE VILLÉGIATURE	H	H	H	H	H	H	H
CAMPING OU PARC POUR ROULOTTES	H	H	H	H	H	H	H
CHEZ DES AMIS OU DES PARENTS	286,372	18,760 G	75,156	53,027 G	174,739	168,691	213,154
CHALET OU MAISON DE VILLÉGIATURE PRIVÉ	H	H	H	H	H	H	H
CHALET OU CABINE LOUÉ	H	H	..
AUTRES	13,416 G	H	H	H	H	H	36,594
DÉPENSES REDISTRIBUÉES	1,744,695	197,845	369,817	220,070	685,874	731,826	1,082,344
LOCATION D'UN VÉHICULE	50,114	H	12,523 G	H	H	17,368 G	60,887
FONCTIONNEMENT D'UN VÉHICULE PRIVÉ/LOUÉ	194,255	31,226 G	45,800	39,553 G	91,486	99,264	67,968
TRANSPORT LOCAL	29,994 G	H	H	H	H	H	13,840 G
FRAIS DE TRANSPORT (AVION, AUTOBUS, ETC)	564,301	20,247 G	104,509	34,558 G	215,840	135,751	392,249
ALIMENTS ET BOISSONS (RESTAURANTS, BARS)	300,769	51,539	61,055	40,580 G	114,739	117,533	171,778
ALIMENTS ET BOISSONS, MAGASINS DURANT VOYAGE	44,416	H	21,643 G	H	H	37,816 G	26,869
HÉBERGEMENT	269,748	44,885	52,494	34,030 G	89,209	124,225	195,789
LOISIRS & DIVERTISSEMENTS	92,459	23,412 G	11,709 G	H	29,941 G	33,877 G	58,694
VÊTEMENTS	102,229	H	32,276	24,494 G	48,905 G	70,647 G	48,916
AUTRES DÉPENSES	96,410	H	24,277	21,143 G	42,064 G	88,144	45,355

Voir note(s) au début des tableaux statistiques.

ANNEXE

Méthodologie

L'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC), qui est parrainée par la Commission canadienne du tourisme (CCT) et les gouvernements provinciaux, est menée auprès d'un ou de plusieurs sous-échantillons de ménages faisant partie de l'échantillon de l'Enquête sur la population active (EPA). Exception faite des différences relatives à la taille de l'échantillon, les caractéristiques de l'échantillon de l'EPA se retrouvent dans l'échantillon de l'EVC.

Couverture de l'EPA

L'EPA est une enquête mensuelle réalisée auprès des ménages. Son échantillon est représentatif de la population civile non institutionnalisée de 15 ans et plus et résidant dans les dix provinces canadiennes. Sont spécifiquement exclus du champ de l'EPA les résidents du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest, les personnes vivant dans les réserves indiennes, les membres à temps plein des Forces armées canadiennes et les pensionnaires d'établissements. Ensemble, ces groupes exclus de l'enquête représentent environ 2 % de la population canadienne âgée de 15 ans et plus.

Plan de sondage de l'EPA

L'EPA a fait l'objet d'un remaniement en profondeur qui a abouti à l'adoption d'un nouveau plan de sondage à la fin de 1994. L'échantillon de l'EPA est tiré d'une base aréolaire et se fonde sur un plan de sondage stratifié à plusieurs degrés faisant appel à l'échantillonnage aléatoire. On trouvera une description détaillée de l'ancien plan de l'EPA dans la publication de Statistique Canada intitulée *Méthodologie de l'enquête sur la population active* (n° 71-526 au cat.). Le principal avantage du plan de sondage stratifié réside dans le fait qu'avec un échantillonnage distinct de nombreuses strates diversifiées, chacune d'entre elles couvrant une population relativement homogène, l'efficacité de l'échantillon est supérieure à celle d'un échantillon obtenu par échantillonnage aléatoire simple sans stratification.

Renouvellement de l'échantillon de l'EPA

L'EPA emploie un plan par panels où l'ensemble de l'échantillon mensuel des logements est constitué de six panels, ou groupes de renouvellement, à peu près de la même taille, que l'on considère représentatifs de toute la population de l'EPA. Tous les logements d'un groupe de renouvellement demeurent dans l'échantillon de l'EPA pendant six mois consécutifs. Ils sont ensuite remplacés (retirés de l'échantillon par renouvellement) par un nouveau panel de logements sélectionné à partir des mêmes grappes ou d'autres grappes semblables.

Ce procédé de renouvellement a été adopté afin de réduire au minimum les problèmes de non-réponse ou de fardeau de réponse qui se produiraient si les ménages devaient demeurer plus de six mois dans l'échantillon. Il présente également l'avantage, sur le plan statistique, de fournir une base de sondage commune permettant de réaliser des comparaisons à court terme, d'un mois à l'autre, des caractéristiques de l'EPA. Grâce à la méthode des groupes de renouvellement, on peut facilement réaliser des enquêtes supplémentaires au moyen du plan d'échantillonnage de l'EPA mais sans utiliser l'échantillon complet de l'enquête.

L'EVC, enquête supplémentaire

En 1996, l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) a fait appel à deux des six groupes de renouvellement de l'échantillon de l'EPA, et ce dans toutes les provinces, exception faite de Terre-Neuve, où le nombre de groupes de renouvellement de l'échantillon a été porté à trois. Le champ de l'EPA n'a pas été modifié pour l'Enquête sur les voyages des Canadiens; il comprend donc tous les membres du ménage âgés de 15 ans et plus. Aux fins de l'EVC, une personne par ménage a été choisie au hasard. *Le tableau explicatif 1* montre la taille des échantillons de l'EVC pour chaque mois.

Tableau explicatif 1
Tailles de l'échantillon de l'enquête sur les voyages des Canadiens, selon les mois, 1996

	Jan.	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année
Canada	16 128	16 256	16 262	16 850	16 993	16 829	17 253	17 425	17 479	17 372	17 285	17 248	203 380
Terre-Neuve	577	590	585	879	898	888	887	924	930	949	937	918	9 962
Île-du-Prince-Édouard	462	416	440	451	439	460	455	448	463	425	442	468	5 369
Nouvelle-Écosse	1 110	1 046	1 072	1 095	1 100	1 117	1 124	1 148	1 132	1 106	1 153	1 134	13 337
Nouveau-Brunswick	997	1 004	990	1 018	1 010	1 032	1 042	1 046	1 076	1 079	1 051	1 061	12 406
Québec	3 217	3 278	3 328	3 326	3 313	3 282	3 391	3 475	3 588	3 466	3 433	3 502	40 599
Ontario	4 861	5 019	4 960	5 071	5 174	5 131	5 209	5 156	5 213	5 145	5 109	5 109	61 157
Manitoba	1 121	1 185	1 149	1 219	1 158	1 171	1 242	1 200	1 198	1 256	1 194	1 212	14 305
Saskatchewan	1 055	1 059	1 054	1 022	1 079	1 016	1 026	1 093	1 087	1 025	1 100	1 088	12 704
Alberta	1 222	1 218	1 190	1 241	1 292	1 233	1 282	1 328	1 240	1 309	1 279	1 220	15 054
Colombie-Britannique	1 506	1 441	1 494	1 528	1 530	1 499	1 595	1 607	1 552	1 612	1 587	1 536	18 487

Collecte des données de l'EVC

En 1996, pour la première fois, l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) a pris la forme d'interviews assistées par ordinateur (IAO). Le questionnaire est conçu pour être rempli à l'aide d'un ordinateur portable. L'intervieweur saisit, à l'ordinateur, les renseignements déclarés au cours de l'interview. Une fois l'interview de l'Enquête sur la population active terminée, l'intervieweur demande à parler à la personne choisie aux fins de l'Enquête sur les voyages des Canadiens. Si cette personne n'est pas disponible, l'intervieweur fixe un rendez-vous pour la joindre à un moment plus opportun. Les réponses par procuration n'étant pas habituellement permises, la période de collecte est prolongée de trois jours ouvrables (cinq jours civils) pour donner aux intervieweurs le temps de joindre les personnes sélectionnées.

Variabilité d'échantillonnage

Les lignes directrices relatives à la diffusion et à la publication s'appuient sur le concept de la *variabilité d'échantillonnage* qui permet de déterminer si les estimations obtenues à partir des fichiers de microdonnées sont fiables. La variabilité d'échantillonnage est l'erreur qui, dans les estimations, est attribuable au fait que l'enquête porte sur un échantillon plutôt que sur l'ensemble de la population. Le concept d'*erreur-type* et les concepts connexes de *coefficient de variation* et d'*intervalle de confiance* donnent une indication de l'importance de la variabilité d'échantillonnage. L'erreur-type et le coefficient de variation ne permettent pas de mesurer les biais systématiques des données de l'enquête qui pourraient influencer sur les estimations. Ils sont plutôt fondés sur l'hypothèse selon laquelle les erreurs d'échantillonnage suivent une courbe normale.

Habituellement, celle des deux estimations qui est la plus grande présente un plus petit CV et sera donc plus fiable. Aussi, dans la cas de deux estimations de même grandeur, celle qui se rapporte à une caractéristique plus également distribuée dans la population aura un plus petit CV que l'autre.

L'application du CV aux présentes données de l'EVC a été simplifiée. Le CV sert à établir trois catégories de données :

1. Données à utiliser sans réserve (c.-à-d. des données fiables).
 - le CV est inférieur à 16.6 %.
2. Données à utiliser avec prudence (marquées de la lettre G dans les tableaux).
 - le CV se situe entre 16.6 % et 25 %.
 - la probabilité qu'un écart inférieur à + ou - 50 % existe entre les données de l'EVC et les données correspondantes d'un recensement est de 95 %.
3. Données non publiées (marquées de la lettre H dans les tableaux).
 - le CV est supérieur à 25 %.
 - la variabilité d'échantillonnage est trop grande.

Modifications à l'Enquête sur les voyages des Canadiens

Des modifications à la base de sondage ont été apportées au cours des dernières années. De 1980 au premier trimestre de 1992, l'enquête a été réalisée sur une base trimestrielle, c'est-à-dire que les répondants étaient joints au terme de la période de trois mois et devaient se rappeler tous les voyages faits au cours de la période visée. Comme il était difficile de se souvenir de tous les voyages faits au cours d'une période aussi longue, à compter du deuxième trimestre de 1992, on a joint le même répondant chaque mois du trimestre visé. Cette méthode entraînait une sous-déclaration des voyages au cours du deuxième et du troisième mois de la collecte. Pour améliorer la qualité des données, on a modifié de nouveau la méthode de collecte en 1994 de façon à faire appel à un nouvel échantillon de répondants chaque mois. Cette méthode a de nouveau été utilisée en 1996.

Entre 1994 et 1996, aucun changement important n'a été apporté à l'Enquête, mais il y a eu quelques légères modifications. Par exemple, en 1996, la répartition de l'échantillon de l'EPA dans et entre les provinces a été modifiée afin de mieux refléter les estimations en matière d'emploi et de chômage et de mieux répondre aux exigences administratives de l'assurance-chômage. Même si le système de pondération aurait dû tenir compte de l'impact de ces changements, il se peut que des variations touchant la répartition démographique et géographique de l'échantillon aient eu un impact indéterminé sur la précision des estimations de 1996.

De plus, pour la première fois en 1996, l'EVC a pris la forme d'interviews assistées par ordinateur (IAO). Des essais en parallèle poussés ont été effectués dans le cadre de l'EPA avant que la nouvelle méthode informatisée soit adoptée. Bien que ces essais aient révélé que les résultats de l'EPA ne différaient pas de manière importante selon la méthode utilisée, aucun essai particulier n'a visé l'EVC.

En 1996, l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) a fait appel à deux groupes de renouvellement dans toutes les provinces (à l'exception de Terre-Neuve, où le nombre de groupes était de trois) au lieu, comme en 1994, d'un seul groupe dans la plupart des provinces (pour certains mois, quelques provinces ont parrainé des échantillons supplémentaires). L'usage accru de groupes de renouvellement peut entraîner une fatigue des répondants puisque ceux-ci peuvent participer à l'enquête plus d'une fois. Les études ont montré que même si la fatigue des répondants a été perceptible certains mois, il ne s'agissait pas d'un facteur consistant déterminant.

Comparabilité des données

En 1992 et 1994, les changements apportés à la méthodologie ont causé une rupture dans la continuité des données, de sorte que les données de ces années ne sont **pas comparables** à celles des années antérieures. Compte tenu du nombre de légers changements apportés à l'enquête de 1996, l'impact potentiel de ces changements sur la comparabilité des données de 1996 avec celles de 1994 est toujours en cours d'évaluation. Par conséquent, cette publication n'établit aucune comparaison entre les résultats de l'EVC de 1996 et les données de 1994. Il faut faire preuve de prudence lorsque l'on compare les données de ces deux années.

Contenu du questionnaire

Des modifications ont également été apportées au contenu du questionnaire d'enquête. À titre d'exemple, l'enquête a recueilli, pour la première fois en 1996, des données sur les visites à l'échelle infraprovinciale. Antérieurement, les renseignements géographiques disponibles visaient uniquement l'origine, la destination et le nombre de nuits passées dans chaque province. L'introduction du concept des visites permet de recueillir des renseignements sur chaque lieu visité au cours d'un voyage donné et, par conséquent, de redistribuer les données relatives aux dépenses selon différents découpages géographiques. Avant 1996, les sommes que les répondants déclaraient avoir dépensées au cours d'un voyage pouvaient être réparties uniquement à l'échelle provinciale. Dans la mesure où nous disposons maintenant de données sur chacune des régions géographiques visitées, les dépenses peuvent être redistribuées à l'échelle infraprovinciale.

L'adoption du concept de visite en 1996 permet d'offrir aux utilisateurs un portrait plus complet des Canadiens qui voyagent dans une région donnée. En plus de fournir des renseignements sur les voyages (destination principale, durée du voyage, etc.), ce fichier présente des renseignements sur les régions visitées par les voyageurs, que celles-ci aient constitué la destination principale ou un arrêt d'une nuit au cours du voyage. Par exemple, dans le cas d'une personne qui se rend de Toronto à Ottawa et qui, en cours de route, passe une nuit à Kingston, il s'agit d'une visite provinciale. À l'échelle infraprovinciale (par ex. : région touristique ou RMR), ce voyage comporterait deux visites : l'une à Kingston et l'autre à Ottawa. Les dépenses relatives à ce voyage seraient réattribuées en tenant compte des nuits passées à chaque endroit. Les associations touristiques régionales et les villes disposent maintenant d'estimations des sommes que les visiteurs canadiens dépensent dans leur région.

Concepts et définitions

- **Mois de référence de l'EVC.** Mois ayant pris fin avant la période de collecte. Par exemple, si la période de collecte est en février, les renseignements recueillis portent sur les voyages ayant pris fin en janvier. La période de collecte de l'EVC comprend les deux semaines suivant la semaine de référence de l'EPA.

- **Voyage.** Aux fins de l'EVC, le terme *voyage* désigne tout voyage effectué, pour toute raison (sauf celles mentionnées ci-dessous), par le répondant, que ce dernier soit accompagné ou non par un ou plusieurs membres du ménage vers une destination canadienne située à une distance d'au moins 80 km de son domicile. Sont exclus les types de voyage suivants : les déplacements entre la maison et le travail ou l'école; les déplacements allers simples en raison d'un changement de résidence; les déplacements des conducteurs et membres d'équipage d'autobus, d'avions, d'embarcations, etc.; les déplacements en ambulance vers un hôpital ou une clinique; les voyages dont le point d'origine est à l'extérieur du Canada; les voyages d'une durée supérieure à un an. Seuls les fichiers de microdonnées incluent tous les voyages sans égard à la destination ou à la distance dans le cas des voyages d'une nuit ou plus et les voyages du même jour en provenance de l'Ontario de plus de 40 km.
- **Voyage-ménage.** Voyage effectué par une ou plusieurs personnes d'un même ménage qui partent et reviennent ensemble. Lorsque quatre personnes d'un même ménage voyagent ensemble, c'est-à-dire partent et reviennent ensemble, il s'agit d'un seul voyage-ménage. Si le même ménage effectue deux voyages, il s'agit de deux voyages-ménages.
- **Voyage-personne.** Voyage effectué par une personne. Si cette personne fait plus d'un voyage et/ou voyage en compagnie d'autres membres du même ménage, le nombre de voyages-personnes correspondra au nombre de voyages et de personnes ayant fait ces voyages. Si quatre membres d'un même ménage voyagent ensemble, on considère qu'il s'agit de quatre voyages-personnes. Deux voyages effectués par une même personne correspondent à deux voyages-personnes.
- **Nuitée-personne.** Nuit passée à l'extérieur du domicile par une personne en voyage. Lorsque deux personnes en voyage passent trois nuits à l'extérieur de chez elles, on compte six nuitées-personnes.
- **Voyage du même jour.** Voyage qui ne comprend pas une nuit à l'extérieur de la résidence habituelle.
- **Voyage d'une nuit ou plus.** Voyage qui comprend au moins une nuit à l'extérieur de la résidence habituelle.
- **Visite.** Lieu de séjour pour la nuit des voyageurs ou, dans le cas d'un voyage du même jour, destination du voyage. Si le répondant s'est rendu dans le même lieu à deux reprises au cours d'un même voyage, on ne compte qu'une seule visite du lieu en question.
- **Visite-province.** Visite dans une province, peu importe la destination.
- **Visite-région métropolitaine de recensement.** Visite dans une région métropolitaine de recensement, peu importe la destination.
- **Visite-personne.** Visite effectuée par une personne voyageant seule ou en groupe. Une visite effectuée par quatre personnes du même ménage voyageant ensemble constitue quatre visites-personnes.
- **Origine.** Le point de départ d'un voyage correspond au lieu de résidence du répondant.
- **Destination.** Lieu déclaré par le répondant à titre de destination d'un voyage. Si le répondant visite plus d'un lieu au cours d'un voyage, la destination est le lieu le plus éloigné de son domicile.

- **Distance du voyage.** Terme désignant la distance (aller simple), exprimée en kilomètres, entre l'origine et la destination du voyage.
- **Voyageur.** Toute personne qui effectue un voyage. Toute personne qui n'effectue pas de voyage peut être désignée par le terme *non-voyageur*.
- **Voyage intraprovincial.** Voyage effectué au sein d'une province par les résidents de celle-ci, p. ex., par des résidents ontariens voyageant en Ontario.
- **Voyage interprovincial.** Voyage effectué par un résident d'une province dans une autre province, p. ex., par des résidents ontariens voyageant ailleurs au Canada.
- **Voyage de non-résident.** Voyage effectué dans une province donnée par un résident venant d'une autre province, p. ex., voyages en Ontario par des Canadiens résidant ailleurs qu'en Ontario.
- **Région métropolitaine de recensement (RMR).** Principale zone du marché du travail d'un noyau urbanisé comptant 100 000 habitants ou plus. Pour de plus amples renseignements, consulter la Classification géographique type (CGT) de 1991.
- **Division de recensement (DR).** Zones définies par la législation provinciale constituant un niveau géographique intermédiaire entre la municipalité (subdivision de recensement) et le niveau provincial. Le terme *division de recensement* désigne les comtés, les districts régionaux, les municipalités régionales et d'autres types de régions définies en vertu de la législation provinciale. Pour de plus amples renseignements, consulter la Classification géographique type (CGT) de 1991.
- **Région touristique.** Sous l'angle du tourisme, région homogène définie par chaque province. Voir la carte incluse dans la documentation de l'EVC sur CD-ROM.
- **Moyen de transport.** Moyen de transport utilisé pour parcourir la distance la plus longue au cours d'un voyage; si deux moyens de transport ont été utilisés pour parcourir des distances *égales*, on inscrit le moyen utilisé pour atteindre la destination.
- **But du voyage.** Principale raison pour laquelle le répondant a effectué le voyage, peu importe les raisons que pouvait avoir tout autre membre du ménage pour effectuer ce même voyage. Les catégories de réponse pour cette variable sont les suivantes : visite d'amis ou de parents, agrément, raison personnelle, affaires et congrès non relié aux travail.
- **Forfait.** Les forfaits couvrent les dépenses de deux composantes ou plus d'un voyage bien que, dans la majorité des cas, ces coûts ne soient pas distingués. Il peut s'agir d'une combinaison transport-hébergement ou hébergement-repas, etc. On se procure généralement les forfaits auprès d'une agence de voyage ou d'une organisation sociale.
- **Dépenses.** Dépenses de voyage engagées par tous les membres du ménage ayant effectué le voyage. Ces frais peuvent avoir été acquittés par les personnes, par l'État ou par une entreprise du secteur privé. Aux fins de l'EVC, les dépenses sont réparties selon les catégories suivantes : location de véhicule, fonctionnement d'un véhicule, transport local, transport interurbain, achat d'aliments ou

de boissons dans des restaurants ou des bars, achat d'aliments ou de boissons dans des magasins au cours du voyage, hébergement, loisirs et divertissements, vêtements et autres dépenses. Sont exclus les articles suivants :

- les aliments achetés avant le voyage et devant être consommés pendant le voyage;
- les articles achetés en vue de leur revente ou de leur utilisation à des fins commerciales (y compris les articles utilisés sur des fermes);
- les véhicules, notamment les voitures, roulottes, embarcations;
- les dépenses en immobilisations, notamment les biens immobiliers, oeuvres d'art, articles rares et actions;
- l'argent comptant donné à des parents ou à des amis au cours d'un voyage de vacances ne servant pas à payer des biens ou des services touristiques de même que les dons faits à des institutions.

- **Dépenses déclarées.** Les dépenses déclarées sont les dépenses engagées par le répondant et les autres membres du ménage qui ont effectué le voyage. Elles se doivent d'être déclarées en dollars canadiens et inclues les taxes et pourboires. Comme on l'a observé plus haut, ces dépenses sont réparties en diverses catégories. Elles ne donnent pas d'indication sur la région dans laquelle les sommes ont été dépensées au cours d'un voyage donné mais indiquent plutôt le montant des sommes dépensées selon la catégorie de dépenses. Les dépenses déclarées portent sur l'ensemble du voyage.
- **Dépenses redistribuées.** Terme désignant le procédé par lequel les dépenses déclarées par le répondant sont *réparties de nouveau* en fonction des régions géographiques particulières dans lesquelles les sommes ont été dépensées. L'EVC fait appel à un modèle de redistribution des dépenses qui permet d'attribuer les sommes de chacune des catégories de dépenses aux régions géographiques conformément à des règles précises. Généralement, les sommes sont attribuées au lieu de destination dans le cas de voyages du même jour et elles sont réparties en fonction du nombre de nuits passées dans chacune des régions géographiques dans le cas des voyages d'une nuit ou plus. Toutefois, cette règle peut varier selon le poste de dépense. Une fois réparties, ces dépenses sont désignées par le terme *dépenses redistribuées*.
- En 1996, les données supplémentaires recueillies au cours de l'enquête permettent la redistribution des dépenses déclarées au niveau infraprovincial. L'utilisation d'information plus détaillée sur les *visites* telle que le nombre de nuits passées à un lieu, le type d'hébergement utilisé ainsi que le nombre de nuits passées selon le type d'hébergement permet de raffiner le modèle de redistribution des dépenses pour les catégories de dépenses suivantes : hébergement, achat d'aliments ou de boissons dans des restaurants ou des bars et achats d'aliments ou de boissons dans des magasins au cours du voyage. Les niveaux géographiques en fonction desquels les dépenses sont redistribuées dans le cadre de l'EVC sont les suivants : province, région touristique, région métropolitaine de recensement (RMR) et division de recensement (DR).
- **Dépenses de location de véhicule.** Sont compris sous cette rubrique tous les frais d'utilisation, de location, de tarification versés pour l'utilisation de tout véhicule tel une automobile, un camion, une motocyclette, une bicyclette, une embarcation, une autocaravane, une motoneige, etc. (incluant les assurances).
- **Dépenses de fonctionnement de véhicule.** Sont comprises sous cette rubrique les dépenses relatives au fonctionnement d'un véhicule privé ou loué au cours du voyage, notamment l'essence, les réparations et les frais de stationnement.

- **Dépenses de transport local.** Le terme *transport local* désigne le transport au sein d'une ville ou d'une région métropolitaine, soit le transport intra-urbain. Sont compris sous cette rubrique les frais de taxi, d'autobus, de métro et d'autres dépenses comme celles visant les excursions en autocar au cours du voyage, dans le lieu de visite et/ou de destination.
- **Dépenses de transport interurbain.** Sont compris sous cette rubrique les dépenses de transport entre différentes villes ou régions métropolitaines à partir de la destination ou jusqu'à celle-ci. Ces dépenses de transport couvrent le prix des billets pour des déplacements interurbains par avion, par bateau, par aéroglisseur, par train, par autocar et par traversier.
- **Achat d'aliments ou de boissons dans des restaurants ou des bars.** Est inscrit sous cette rubrique le montant total des dépenses au titre des repas et des boissons achetés dans des restaurants, des bars, des cafétérias, des comptoirs de restauration rapide et de mets à emporter, et des minibars que l'on trouve dans certaines chambres d'hôtel et de motel, peu importe le lieu où les repas et les boissons ont été consommés.
- **Achat d'aliments ou de boissons dans des magasins au cours du voyage.** Est inscrit sous cette rubrique le montant total des dépenses faites dans des magasins locaux au cours du voyage, peu importe le lieu où les articles sont consommés. Par conséquent, les produits alimentaires achetés en vue d'être ramenés chez soi ou consommés pendant le voyage sont inclus dans cette catégorie.
- **Dépenses d'hébergement.** Sont comprises sous cette rubrique les dépenses totales visant les nuits passées à l'hôtel, au motel, dans un centre de villégiature, un chalet privé ou commercial, un terrain de camping, etc. Ces dépenses visent principalement les frais de location. Toutefois, dans le cas de voyages dans des chalets privés ou chez des parents ou des amis, elles peuvent également comprendre toute somme versée aux propriétaires pour l'utilisation des installations d'hébergement.
- **Dépenses de loisirs et divertissements.** Sont compris sous cette rubrique les droits d'entrée au théâtre, à des événements sportifs, à des galeries d'art, à des boîtes de nuit, etc. Sont également compris les dépenses de jeu et les coûts des activités sportives comme les billets de remonte-pente pour une journée, les droits d'entrée sur les terrains de golf, la location d'équipement de sport, les droits d'entrée à des activités culturelles ou récréatives, les excursions en bateau ou en autocar. Sont exclus les achats de billets de saison visant des activités de loisirs et divertissements (p. ex. les billets de remonte-pente pour la saison).
- **Dépenses d'achat de vêtements.** Sont compris sous cette rubrique tous les achats de vêtements, qu'il s'agisse de cadeaux ou d'articles personnels.
- **Autres dépenses.** Sont compris sous cette rubrique divers articles comme les souvenirs, les chaussures, les ceintures, les bijoux, les sacs à main et les articles ménages, les droits d'inscription à des cours ou à des congrès, les droits de douane, les cartes postales et les timbres, les frais d'assurance, les médicaments, les livres, le matériel d'artiste, les films pour caméras, les frais de garde d'enfants, les frais de téléphone, etc.

QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE SUR LES VOYAGES DES CANADIENS

Le questionnaire suivant est une version abrégée du questionnaire électronique de l'Enquête sur les voyages des Canadiens.

Introduction

Vous avez été choisi(e) parmi les membres de votre ménage pour participer à l'Enquête sur les voyages des Canadiens qui recueillera des renseignements sur les voyages et le tourisme. Bien que l'enquête soit facultative, votre participation est importante. Comme d'habitude, vos réponses demeureront strictement confidentielles.

J'aimerais vous poser quelques questions sur les voyages que vous avez faits et qui se sont terminés au cours du mois de/d'«mois de référence». Ne tenez pas compte des voyages faits à titre de membre du personnel voyageant à bord d'un autobus, d'un avion, d'un camion, etc., pour vous rendre à votre lieu habituel de travail ou à l'école, ou pour déménager. Tenez compte de tous les voyages faits pour visiter des amis ou des parents, pour agrément, pour raisons personnelles ou pour affaires.

A Avez-vous fait des voyages d'une nuit ou plus qui se sont terminés au cours du mois de référence?
 Oui Non/ne sais pas/refus

B Combien? (Voyages d'une nuit ou plus)
 Voyages Ne sait pas/refus

C Avez-vous fait des voyages aller-retour le même jour qui vous ont conduit(e) à au moins 40 kilomètres (en Ontario) ou 80 kilomètres (ailleurs) de votre domicile au cours du mois de référence?
 Oui Non/ne sait pas/refus

D Combien? (Voyages le même jour)
 Voyages Ne sait pas/refus

Je voudrais maintenant vous poser quelques questions au sujet de votre/vos voyage(s).

Q01 Est-ce que ce voyage a débuté au Canada?
 Oui Non/ne sait pas/refus

Q02A Dans quelle ville et province demeuriez-vous lorsque vous avez fait ce voyage? Veuillez me donner le nom de la ville et de la province.

Q02B Province/territoire?:
 Terre-Neuve
 Île-du-Prince-Édouard
 Nouvelle-Écosse
 Nouveau-Brunswick
 Québec
 Ontario

Manitoba
 Saskatchewan
 Alberta
 Colombie-Britannique
 Territoires du Nord-ouest
 Yukon
 Ne sait pas/refus

Q03 Quelle était votre destination lors du premier voyage / voyage suivant. Était-ce...? (Si le répondant est allé à plus d'un endroit au cours de ce voyage, indiquez l'endroit le plus éloigné de son domicile.)
 le Canada
 les États-Unis
 dans un autre pays
 refus

Q04 Quel était le nom de la ville et la province de cette destination?

Q05 Dans quel état était située cette destination?

Q06 Dans quel pays était située cette destination?

Q07 Environ à quelle distance se trouvait cette destination de votre domicile?

Q08 Kilomètres ou milles?

Q09 Y compris vous-même, combien de personnes demeurant présentement dans votre ménage ont également fait ce voyage?

Q10 Combien de ces personnes étaient âgées de moins de 15 ans?

Q11 Combien de nuits avez-vous passées à l'extérieur de chez vous au cours de ce voyage?

- Aucune
- Une seule
- Plus d'une
- Ne sait pas/refus

Q12A Avez-vous passé cette nuit à cette destination?
 Oui Non/he sait pas/refus

Q12B Avez-vous passé toutes ces nuits à cette destination?
 Oui Non/he sait pas/refus

Q13 Avez-vous passé toutes ces nuits au Canada?
 Oui Non/he sait pas/refus

Combien de ces nuits avez-vous passées :

Q14 au Canada? nuits

Q15 aux États-Unis nuits

Q16A un pays autre que le Canada ou les États-Unis?
 nuits

Q16B Avez-vous passé cette nuit...?

- Au Canada
- Aux États-Unis/Dans un autre pays
- Ne sait pas/refus

Q16C Dans quelle ville et province avez-vous passé cette nuit?
Ville? Province? Ne sait pas/refus

Q16D Quelle est le nom de la première ville/ville suivante **CANADIENNE** et la province ou vous avez passé au moins une nuit?
Ville? Province? Ne sait pas/refus

Q16E Dans quel genre d'hébergement avez-vous séjourné? (À l'Intervieweur: Cocher tout ce qui s'applique) Combien de nuits avez-vous passées dans chacun des genres d'hébergement?

- | | |
|---|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hôtel | <input type="checkbox"/> nuits |
| <input type="checkbox"/> Motel | <input type="checkbox"/> nuits |
| <input type="checkbox"/> Gîte et petit déjeuner "bed & breakfast" (inclure les maisons de touriste) | <input type="checkbox"/> nuits |
| <input type="checkbox"/> Centre de villégiature | <input type="checkbox"/> nuits |
| <input type="checkbox"/> Terrain de camping ou parc de roulettes | <input type="checkbox"/> nuits |
| <input type="checkbox"/> Domicile d'amis ou de parents | <input type="checkbox"/> nuits |

- | | |
|---|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Chalet ou maison de villégiature privé | <input type="checkbox"/> nuits |
| <input type="checkbox"/> Chalet ou cabine commerciale | <input type="checkbox"/> nuits |
| <input type="checkbox"/> Autre (auberge, université, etc.) | <input type="checkbox"/> nuits |
| <input type="checkbox"/> Ne sait pas/refus | <input type="checkbox"/> nuits |

Q17A Quel moyen de transport avez-vous utilisé pour parcourir la majeure partie de la distance lors de ce voyage? (À l'intervieweur: Cochez une seule réponse)

- Auto (inclure roulettes motorisées, jeeps, camions, etc.)
- Avion
- Autobus
- Train
- Bateau
- Autre (inclure motocyclettes, bicyclettes, etc.)
- Ne sait pas/refus

Q17B Avez-vous utilisé une compagnie de transport aérien canadienne?
 Oui Non/he sait pas/refus

Q18 Quelle était la raison principale pour laquelle vous avez fait ce voyage? (À l'intervieweur: Cochez une seule réponse)

- Visite d'amis ou de parents
- Agrément
- Raison personnelle
- Affaires
- Congrès non-relaté au travail
- Ne sait pas/refus

Q19 Avez-vous assisté à un congrès?
 Oui Non/he sait pas/refus

Q20 Lors de ce voyage, avez-vous ... (À l'intervieweur: Lire la liste et cocher tout ce qui s'applique)

- Visité des amis ou des parents?
- Magasiné?
- Effectué des visites touristiques?
- Assisté à un festival, une foire ou une exposition?
- Assisté à une manifestation culturelle, par exemple une pièce de théâtre, un concert?
- Assisté à une activité culturelle autochtone?
- Assisté à une compétition sportive?
- Visité un musée ou une galerie d'art?
- Visité un zoo ou un site naturel?
- Visité un parc thématique?
- Visité un parc national ou provincial?
- Visité un site historique?
- Été dans un bar ou une boîte de nuit?
- Été dans un casino?
- Fait une croisière ou une croisière-excursion?
- Aucune des réponses ci-haut mentionnées
- Ne sait pas/refus

Q21 Avez-vous participé à des activités sportives ou de plein-air?
 Oui Non/ne sait pas/refus

Q22 Lesquelles? (À l'intervieweur: Lire la liste et cocher tout ce qui s'applique)
 Natation
 Autres activités aquatiques
 Golf
 Chasse
 Pêche
 Observation des oiseaux ou de la faune
 Ski de fond
 Ski alpin
 Motoneige
 Marche ou randonnée pédestre
 Bicyclette
 Autre (précisez)
 Ne sait pas/refus

Q23A J'aimerais maintenant vous poser quelques questions à propos des coûts de ce voyage. Veuillez compter toutes les dépenses encourues lors de ce voyage en incluant les taxes et les pourboires même si elles ont été payés par quelqu'un d'autre. Veuillez compter toutes les dépenses encourues par les "NOMBRE" membres de ménage qui ont également participé à ce voyage.

Q23B Est-ce que tous les coûts du voyage ont été payés par vous-même ou par d'autres membres de votre ménage?
 Oui Non/ne sait pas/refus

Q23C Qui a payé pour le voyage ou une partie du voyage? Était-ce

	Oui	Non/sais pas
un gouvernement?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
une entreprise ou un organisme du secteur privé?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vous-même ou d'autres individus?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q24 Combien de forfaits, s'il y a lieu, avez-vous achetés pour couvrir le coût du voyage ou d'une partie du voyage? (À l'intervieweur: un forfait doit comprendre plus d'un item (par exemple le transport et les repas ou l'hébergement et location d'automobile, etc.) S'il y a plus d'un forfait, faites la somme des coûts des forfaits).
 forfaits

Q25 Ce forfait comprenait-il: (À l'intervieweur: Lire la liste et cocher tout ce qui s'applique)
 Location d'un véhicule
 Transport par avion, bateau, train ou autobus
 Aliments et boissons
 Hébergement
 Loisirs et divertissements
 Autres
 Ne sait pas/refus

Q26 Combien de nuits étaient incluses dans ce forfait?
 nuits

Q27 Quel était le coût de ce forfait? \$

Q28A Est-ce que de l'argent a été dépensé...

	Non/Ne sait pas/	Com- bien
	<u>Oui</u>	<u>Refus</u> \$

- pour louer un véhicule? (Inclure frais de location et assurance.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pour le fonctionnement d'un véhicule privé ou loué? (Inclure essence, réparations et stationnement?)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pour le transport local tel que les autobus, les taxis et le métro?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pour des frais de transport par avion, bateau, train ou autobus commercial?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pour les aliments ou les boissons achetés avant de quitter le domicile pour consommation durant le voyage?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pour les aliments et les boissons achetés aux restaurants et bars?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pour les aliments et les boissons achetés aux magasins durant le voyage?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pour l'hébergement?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pour les loisirs et divertissements?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pour les vêtements?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q 28B Est-ce que de l'argent a été dépensé pour d'autres achats ou dépenses? (À l'intervieweur: Ne comptez pas les dépenses effectuées pour fins commerciales et les achats majeurs tels que de l'immobilier ou des véhicules.)
 Oui Non/ne sait pas/refus

Q28C Quels étaient les principaux items inclus dans cette catégorie de dépense?

Q28D Combien? \$

Q28E Ne comptant pas les dépenses effectuées pour fins commerciales et les achats majeurs tels que de l'immobilier ou des véhicules, environ combien d'argent a été dépensé au total? ___ \$

Q29 Sur le total des dépenses, quel est le pourcentage déboursé par:
un organisme gouvernemental? ___%
une entreprise ou un
organismedu secteur privé? ___%
par vous-même ou d'autres individus? ___%

Q30A Avez-vous fait d'autres voyages identiques à celui-ci qui se sont terminés au cours du "mois de référence"?
___ Oui ___ Non/ne sait pas/refus

Q30B Combien de voyages identiques?
___ Voyages

Q31 Avez-vous ou un autre membre de votre ménage contacté Tourisme Saskatchewan pour obtenir de l'information touristique avant ou pendant votre voyage? (Si la destination du voyage était la Saskatchewan ou qu'une nuit a été passée en Saskatchewan ou que la personne est déménagée de la Saskatchewan au cours du mois de référence.)
___ Oui ___ Non/ne sait pas/refus

Q32 (À l'intervieweur: Si le mois de référence est décembre, demander la question 32.) Au cours de la période de onze mois allant du 1er janvier au 30 novembre 1996, avez-vous fait un voyage avec séjour d'une nuit ou plus qui n'était pas un voyage d'affaires, vers une destination située... (À l'intervieweur: Lire la liste et cocher tout ce qui s'applique.)
___ Dans cette province?
___ Dans une autre province?
___ Aux États-Unis?
___ Dans un pays étranger autre que les É.-U.?
___ Aucune des réponses ci-haut mentionnées?

Q33 En comptant le revenu provenant des salaires et traitements, pourboires, commissions, pensions, intérêts, loyers, etc., quel était le revenu total de votre ménage, avant impôt et déductions, pour l'année 1995?

Était-il moins de...	Oui	Non	Sais pas/ Refus
\$20,000?	___	___	___
\$40,000?	___	___	___
\$60,000?	___	___	___
\$80,000	___	___	___

Merci d'avoir participé à l'Enquête sur les voyages des Canadiens.