



STRATÉGIE DE MARKETING TOURISTIQUE 2000-2005

MARCHÉ QUÉBÉCOIS

**Coordination**

Michel Stewart, directeur général des régions et des produits touristiques

**Recherche, analyse et rédaction**

Diane Pintal

Direction la planification stratégique

Marie Le Rouzès

Direction de la planification stratégique

Pierre Labonté

Directeur de la planification stratégique

Andrée Beaudoin

Direction de la planification stratégique

Patrick Cluzeau

Tourismania

**Collaboration**

Autres unités administratives de Tourisme Québec

Dufresne, Dumas, Mizoguchi & Associés

Desjardins Marketing stratégique

Groupe de travail de l'industrie touristique

Air Canada

Association des croisières-excursions du Québec

Association des hôtels du Grand Montréal

Association des hôteliers du Québec

Association des propriétaires d'autobus du Québec

Association touristique régionale des Laurentides

Association touristique régionale de l'Outaouais

Associations touristiques régionales associées du Québec

Château Frontenac et Hôtels C.P.

Fédération des clubs de motoneigistes du Québec

Fédération des pourvoyeurs du Québec

Fédération québécoise de camping et de caravaning

Fédération québécoise des offices de tourisme

Global Tourisme International

Office du tourisme et des congrès de la Communauté urbaine de Québec

Tourisme Montréal

Réceptour

Voyages CAA-Québec

**Coordination de l'édition**

Myriam Bourgault  
Direction des affaires publiques et des communications

**Révision linguistique**

Point-Virgule (révision d'une partie du document)

**Éditique**

Traitex inc.  
Compélec inc.

**Conception de la couverture**

Triomphe Marketing et communications

**Impression**

Couverture : Imprimerie Le Laurentien  
Intérieur : Fonds de reprographie gouvernementale

Dépôt légal – Bibliothèque nationale du Québec, 2000  
ISBN : 2-551-20379-1  
© Tourisme Québec, 2000

# Table des matières

<b>Introduction</b> .....	9
<b>1. Données touristiques</b> .....	11
1.1 Données socio-économiques .....	11
1.2 Données touristiques globales .....	12
1.3 Données sur les touristes québécois au Québec .....	13
<b>2. Analyse du marché québécois et considérations stratégiques</b> .....	21
2.1 Analyse du marché québécois .....	21
2.2 Considérations stratégiques .....	27
<b>3. Annexe statistique – Marché québécois</b> .....	29
<b>4. Annexe méthodologique</b> .....	39
<b>Bibliographie</b> .....	49

# Liste des tableaux et des figures (annexe statistique)

## Tableaux

<b>3.1</b>	<b>Les Québécois à l'étranger</b>	29
3.1.1	Voyages-personne, nuitées et dépenses des touristes québécois revenant des destinations internationales de 1993 à 1998	29
3.1.2	Voyages-personne des touristes québécois revenant de destinations internationales, selon le but de voyage, en 1998	30
3.1.3	Voyages-personne des touristes québécois revenant de destinations internationales, selon le trimestre de réalisation, en 1998	31
<b>3.2</b>	<b>Les Québécois dans les autres provinces</b>	32
3.2.1	Visites-province, nuitées et dépenses des touristes québécois dans les autres provinces, selon le but de voyage, en 1998	32
3.2.2	Visites-province, nuitées et dépenses des touristes québécois dans les autres provinces, selon le trimestre de réalisation, en 1998	32
<b>3.3</b>	<b>Les Québécois au Québec</b>	33
3.3.1	Visites-province, nuitées et dépenses des touristes québécois au Québec, selon le but de voyage, en 1998	33
3.3.2	Visites-province, nuitées et dépenses des touristes québécois au Québec, selon le trimestre de réalisation, en 1998	33
3.3.3	Visites-province des touristes québécois d'agrément au Québec, selon le trimestre de réalisation, en 1998	33
3.3.4	Visites-province des touristes québécois d'agrément au Québec, selon la région d'origine, en 1998	34
3.3.5	Visites-province des touristes québécois d'agrément au Québec, selon le moyen de transport utilisé, en 1998	34
3.3.6	Visites-province des touristes québécois d'agrément au Québec, selon le moyen d'hébergement utilisé, en 1998	35
3.3.7	Visites-région des touristes québécois d'agrément au Québec, selon la région visitée, en 1998	35
3.3.8	Visites-activité des touristes québécois d'agrément au Québec, selon les principales activités pratiquées durant le voyage, en 1998	36
3.3.9	Visites-province des touristes québécois d'agrément au Québec, selon le groupe d'âge, en 1998	36
3.3.10	Visites-province des touristes québécois d'agrément au Québec, selon le revenu du ménage, en 1998	37
3.3.11	Voyages-personne et visites-province des touristes québécois, selon l'âge et la destination de voyage, en 1998 (%)	37

## Figures

1. Évolution des dépenses des touristes québécois revenant de destination internationales de 1993 à 1998 ..... 30

## Introduction

À l'instar du tourisme à l'échelle mondiale, l'industrie touristique québécoise est en pleine croissance. Ce phénomène entraîne la multiplication des acteurs et des occasions de développement. L'effet combiné de cette croissance et d'un environnement changeant et de plus en plus concurrentiel appelle un renouvellement de la stratégie de mise en marché touristique du Québec.

La démarche choisie pour élaborer la stratégie de marketing touristique 2000-2005 s'appuie sur la concertation entre Tourisme Québec et les partenaires de l'industrie. Issu du Forum permanent de l'industrie touristique, un groupe de travail de l'industrie a collaboré à l'ensemble des travaux d'orientation et de validation de la stratégie. De plus, à mi-chemin, une vaste consultation a permis à plus d'une centaine de participants de l'industrie de valider et d'améliorer les constats et les orientations reliés aux différents produits et marchés.

La publication *Stratégie de marketing touristique 2000-2005* est un document d'orientation destiné à Tourisme Québec et à ses partenaires, qui :

- ◆ expose les grands enjeux de la destination québécoise en matière de marketing;
- ◆ propose l'adoption d'une démarche de marketing d'ensemble pour les partenaires publics et privés.

Les faits saillants de la performance des dix dernières années de même que les axes d'intervention et les choix stratégiques sont présentés dans le fascicule principal de la série *Stratégie de marketing touristique 2000-2005*.

Les analyses et considérations détaillées, relatives aux grandes tendances et à la performance des marchés et des produits, sont exposées dans une série de sept fascicules intitulés :

- ◆ Grandes tendances de la demande touristique
- ◆ Performance de la destination québécoise
- ◆ Marché québécois
- ◆ Marché de l'Ontario et des autres provinces canadiennes
- ◆ Marché américain
- ◆ Marchés des autres pays que les États-Unis
- ◆ Tourisme d'affaires et de congrès.

Afin de mieux répondre aux attentes des décideurs touristiques québécois, la stratégie de marketing 2000-2005 se distingue par un effort particulier de raffinement dans l'analyse. Ainsi, lorsqu'il est possible de le faire, le diagnostic stratégique différencie :

- ◆ les différents sous-marchés géographiques (par exemple : États des États-Unis, province de l'Ontario, certains pays étrangers);
- ◆ les buts de voyage, en insistant sur les touristes d'agrément, principale clientèle visée par les activités promotionnelles de Tourisme Québec et de ses partenaires, et sur les touristes d'affaires (en voyages de congrès et en voyages d'affaires)

Les principales sources de données disponibles que sont l'Enquête sur les voyages internationaux (EVI), l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) et l'Enquête sur l'hébergement doivent être utilisées avec précaution. La méthodologie de ces enquêtes ainsi que les règles d'utilisation qui s'y rattachent sont présentées dans l'annexe méthodologique. Il convient de rappeler que compte tenu du choix qui a été fait de fournir le maximum de données possible, la prudence s'impose dans l'interprétation des résultats correspondant à des petites valeurs. Ces derniers ne sont alors que des indicateurs d'un ordre de grandeur.



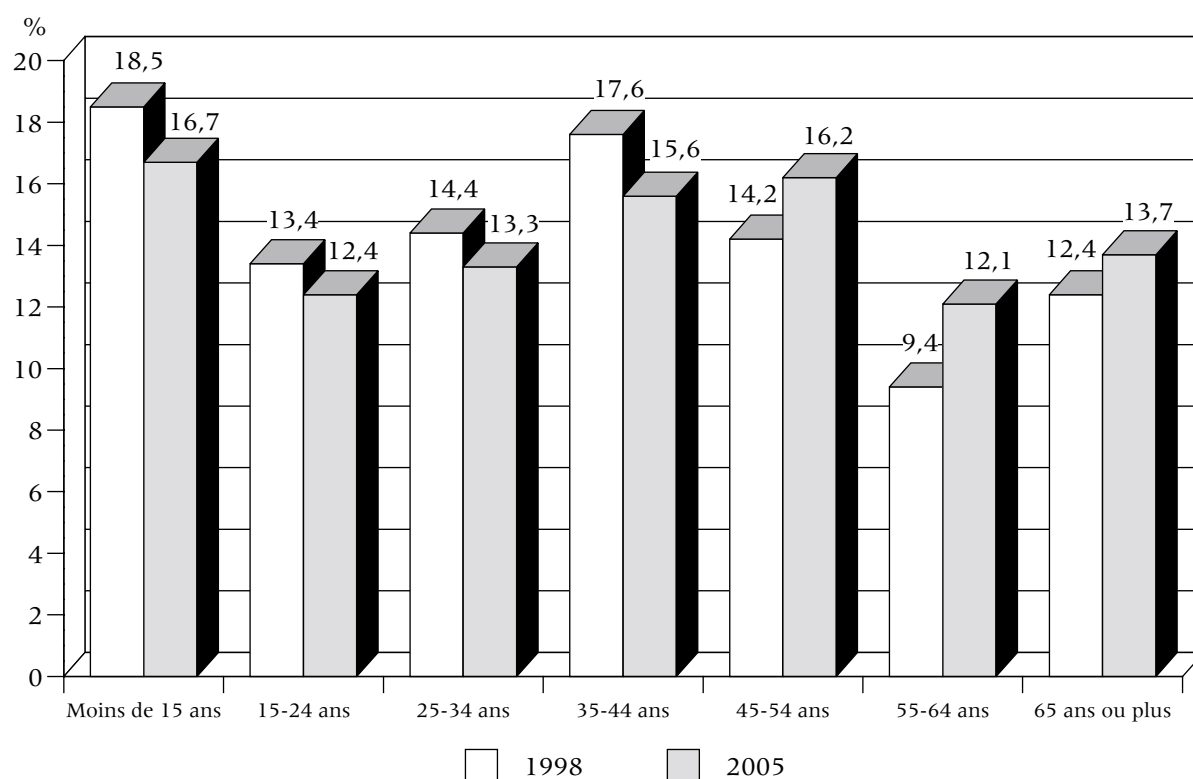
# 1. Données touristiques

## 1.1 Données socio-économiques

### Données démographiques

Population 1998	7 326 606
2005	7 515 685

Répartition de la population par groupe d'âge (en %)



### Données économiques

	1997	1998
PIB par habitant	25 705 \$ CA	26 298 \$ CA
Taux de chômage	11,4	10,4
Taux d'inflation	1,5	1,4
Taux de croissance économique annuel	3,5	2,6

Sources : Institut de la statistique du Québec et Statistique Canada.

## 1.2. Données touristiques globales

	1997	1998
Taux de départ en voyage de vacances/ population totale <sup>1</sup> %	57,6	57,4
Taux de départ à l'étranger/ population totale <sup>1</sup> %	17,7	15,2
Montant des dépenses globales à l'étranger '000 000 \$	2 260	2 284
Nombre de voyages-personne à l'étranger (1 nuitée ou plus) '000	3 534	3 071

	1997	1998
<b>Segmentation des séjours à l'étranger selon le but du voyage (voyages-personne d'une nuit ou plus)</b>	%	%
Affaires et autres	15,5	17,1
Agrément, VPA* et autres	84,5	82,9
Visite de parents et amis uniquement	14,8	16,8
Agrément uniquement	63,0	59,9

	1997	1998
<b>Principales destinations étrangères '000 de voyages-personne</b>		
États-Unis	2 711	2 272
Nouvelle-Angleterre	1 053	827
Atlantique-Centre	911	752
Atlantique-Sud	384	353
Autres pays	823	799
Europe	351	414
Bermudes et Antilles	159	141

1. 15 ans et plus.

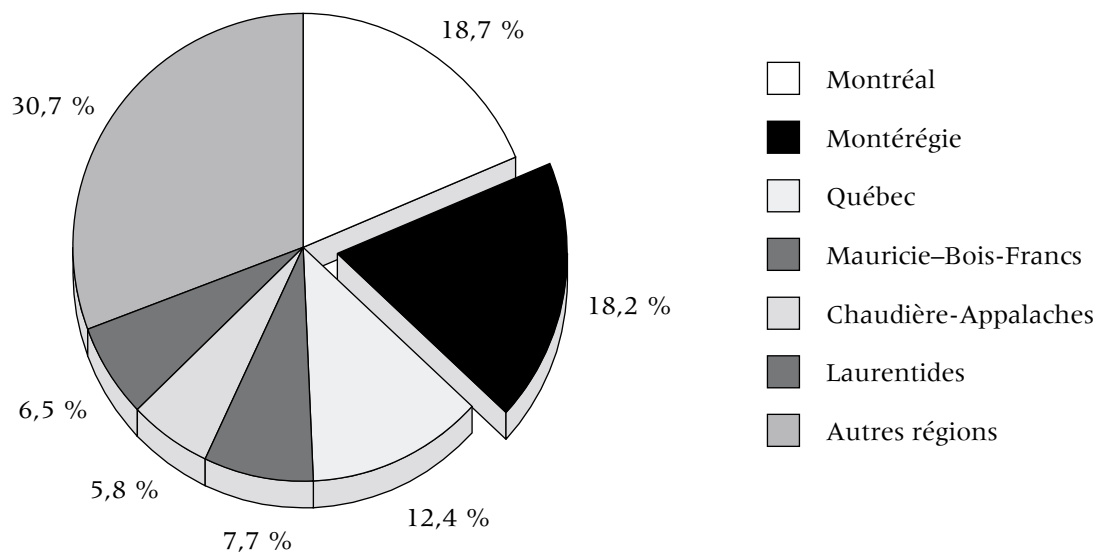
\* VPA signifie la visite de parents ou d'amis et « autres », les autres buts.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

### 1.3. Données sur les touristes québécois au Québec

	1997	1998 <sup>2</sup>
Nombre de visites-province <sup>1</sup>	11 463	12 733
Recettes pour le Québec	1 372	1 678
Nombre de nuitées	31 399	35 939
Dépenses moyennes par séjour	120	132
Dépenses moyennes par nuitée	44	47
Taux de pénétration (nombre de voyages d'agrément/1 000 habitants)	n.d.	711,6
Part de marché (%) du Québec au Canada (agrément)	n.d.	88,0

Principales régions d'origine (visites-province), en 1998



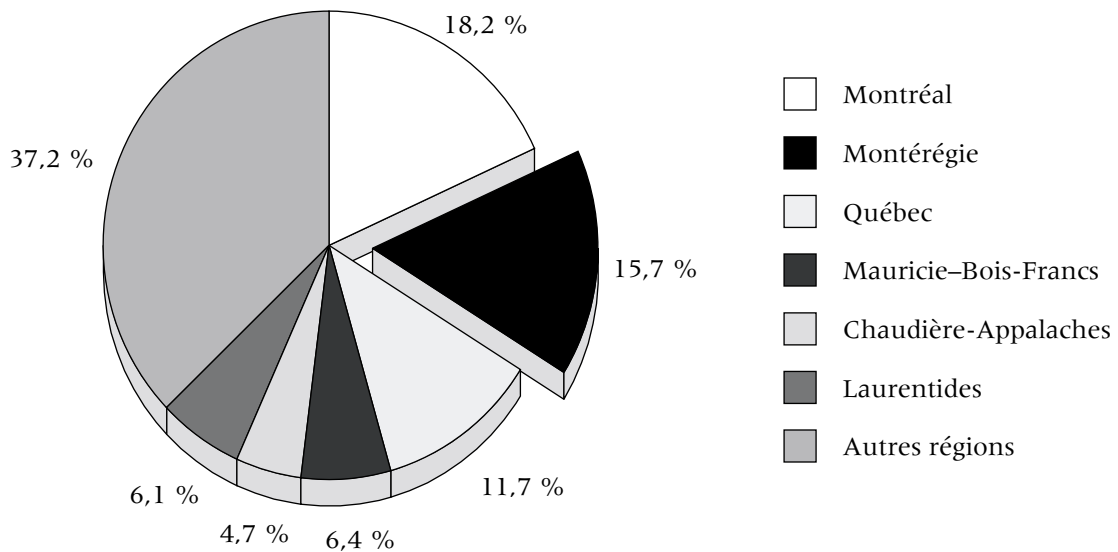
1. Toutes les données présentées concernant les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.

2. Non comparable à 1997.

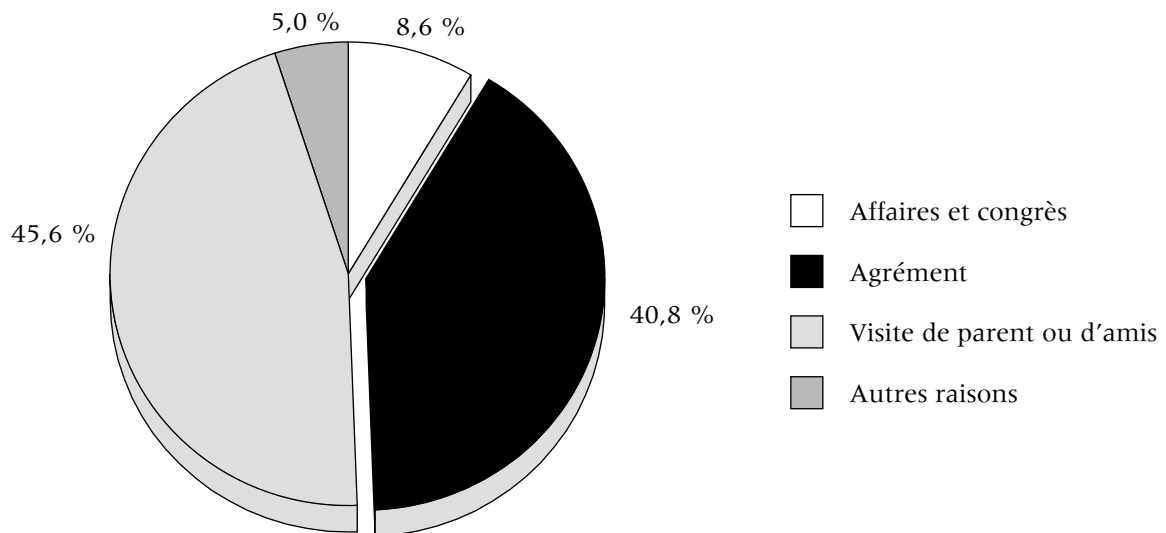
n.d. : non disponible.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

Principales régions d'origine (recettes), en 1998



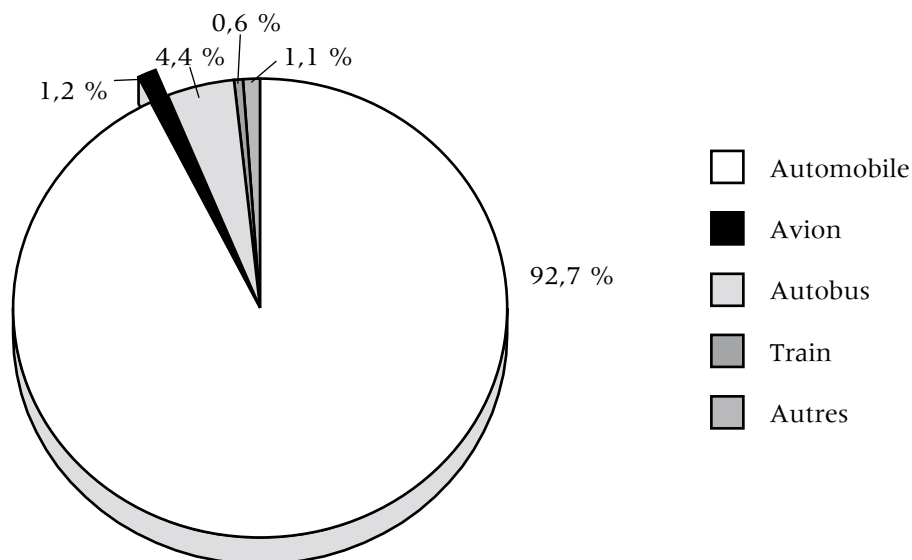
But du voyage (visites-province)<sup>1</sup>, en 1998



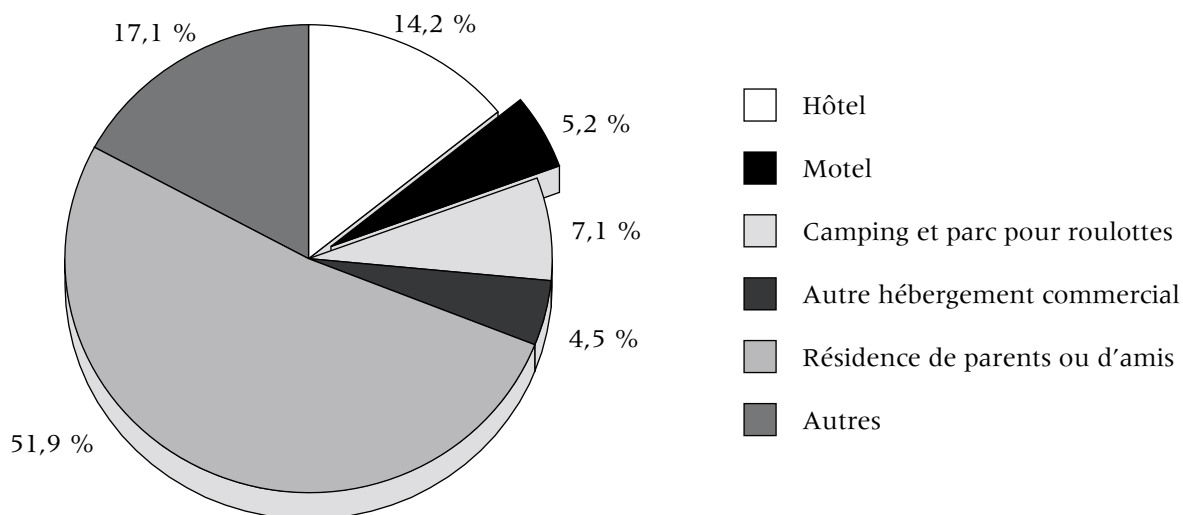
1. Toutes les données présentées concernent les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

**Moyens de transport (visites-province)<sup>1</sup>, en 1998**



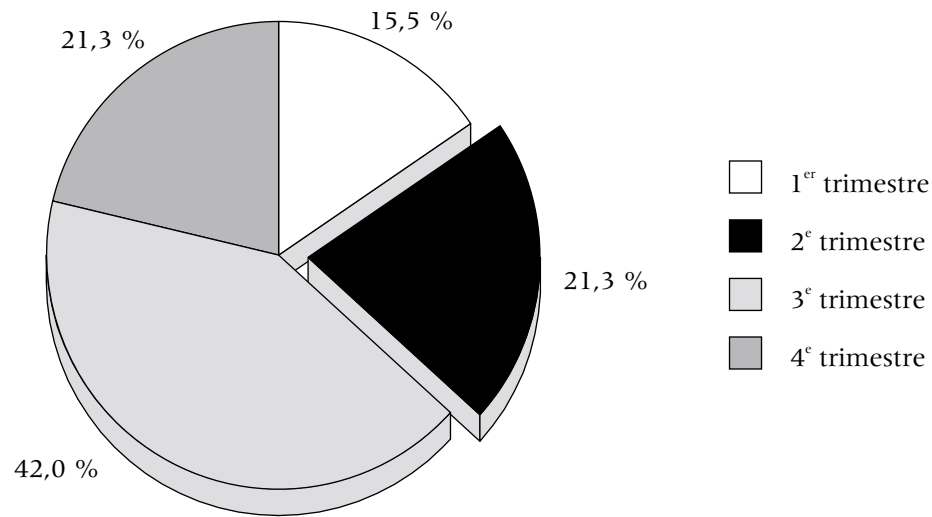
**Moyens d'hébergement (visites-province), en 1998**



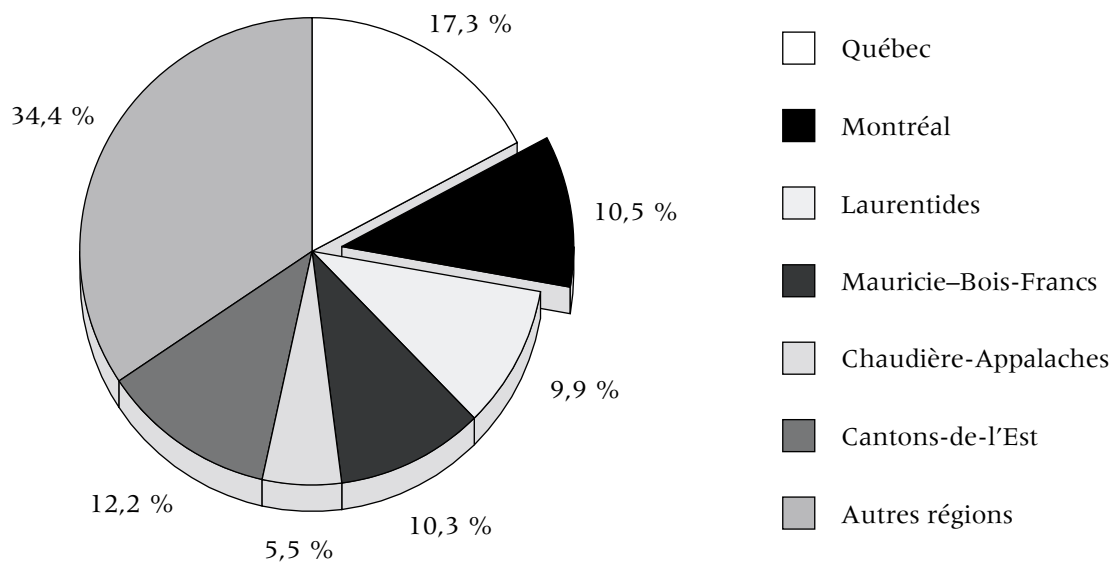
1. Toutes les données présentées concernent les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

Trimestres de réalisation du voyage (visites-province)<sup>1</sup>, en 1998



Principales régions visitées (visites-régions)<sup>2</sup>, en 1998

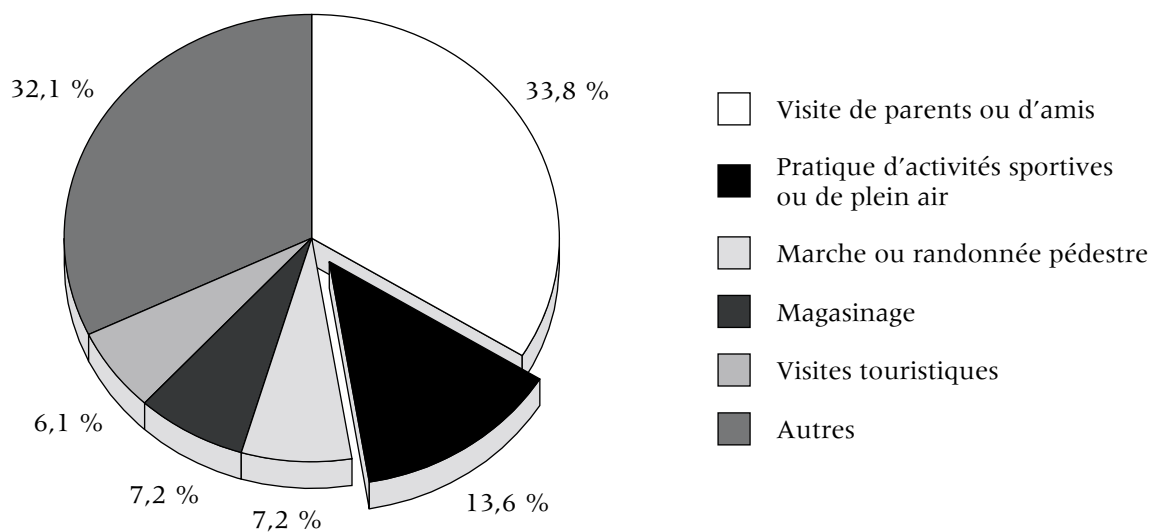


1. Toutes les données présentées concernent les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.

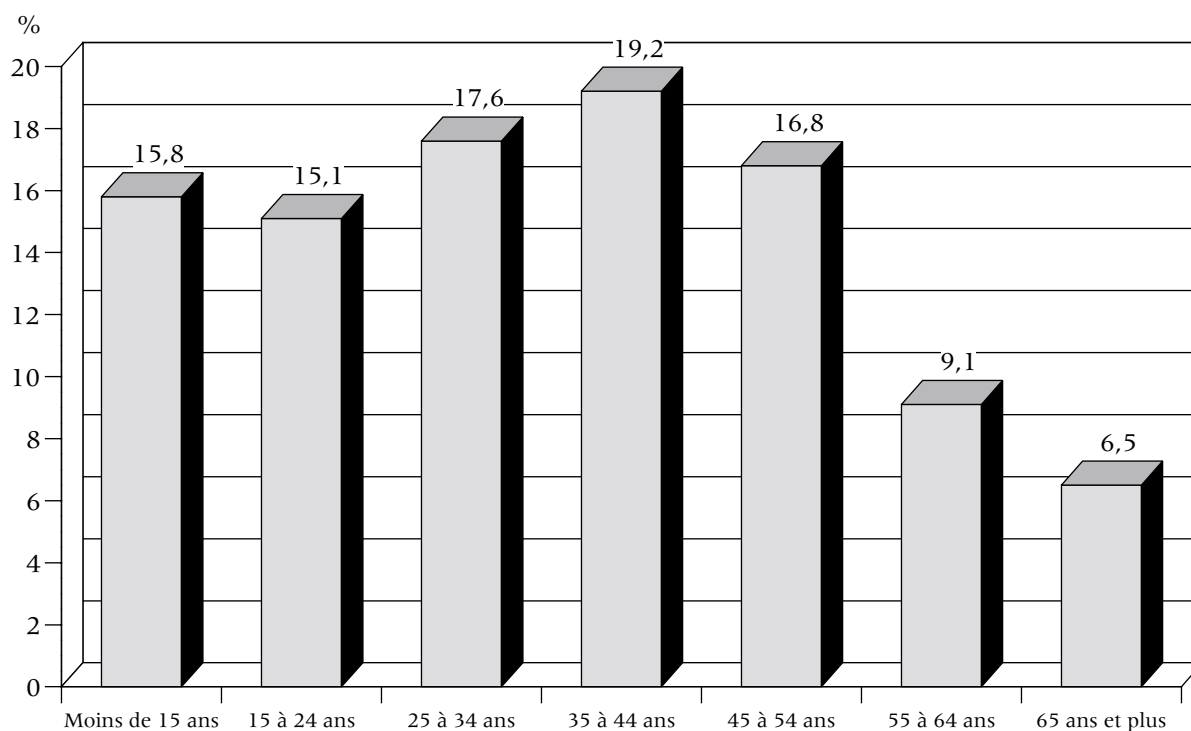
2. Une visite-province effectuée dans trois régions compte pour trois visites-région.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

**Principales activités pratiquées (visites-activités)<sup>1</sup>, en 1998**



**Répartition des touristes<sup>2</sup> québécois au Québec par groupe d'âge (visites-province), en 1998**

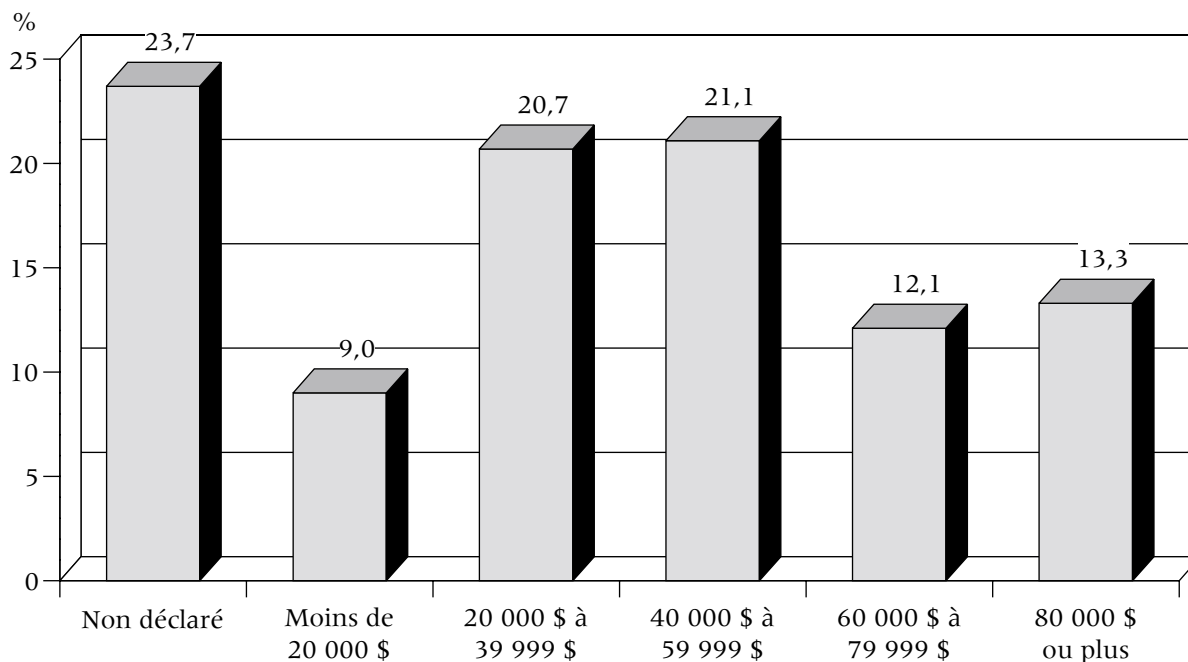


1. Une visite-province qui implique la pratique de quatre activités compte pour quatre visites-activités.

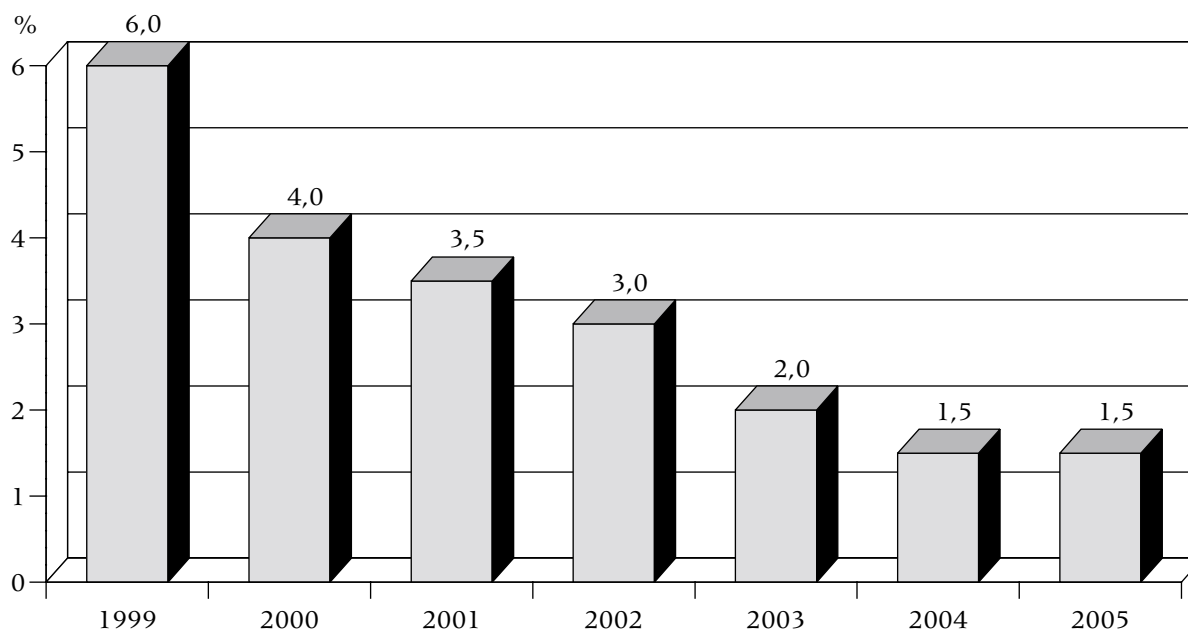
2. Toutes les données présentées concernent les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

Répartition des touristes<sup>1</sup> québécois au Québec par classes de revenus du ménage (visites-province), en 1998



Prévisions de croissance des visites-province des touristes<sup>1</sup> québécois au Québec, 1999-2005\*

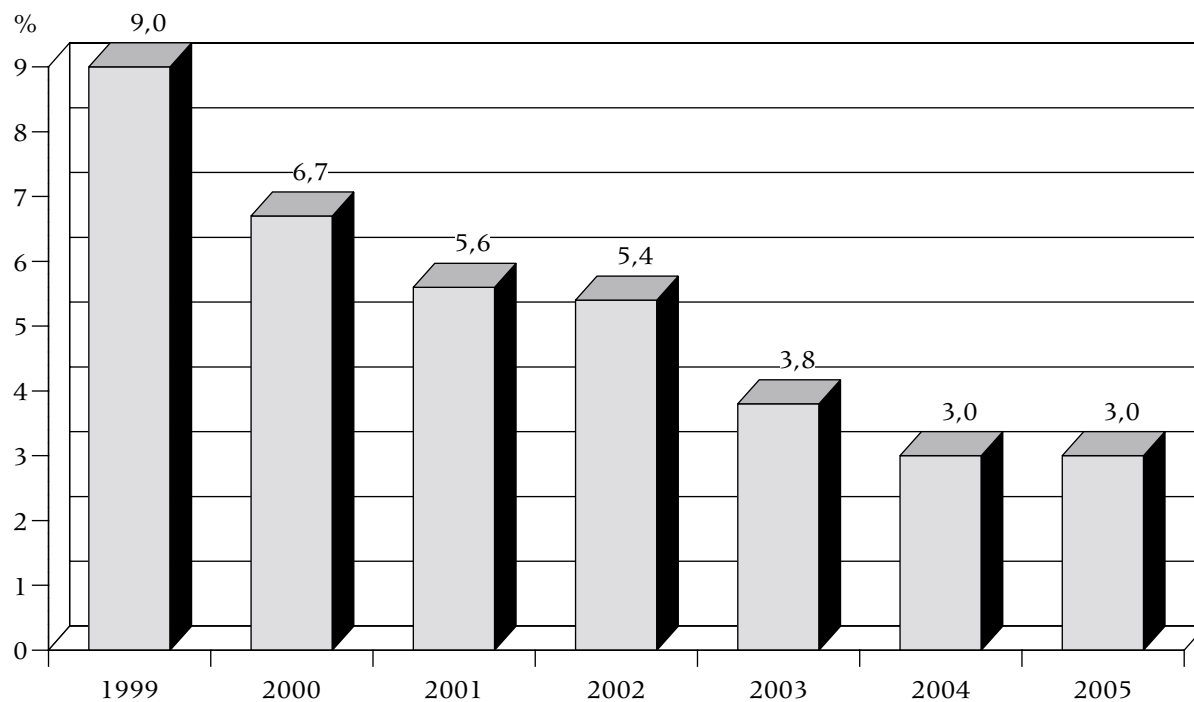


1. Toutes les données présentées concernent les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.

\* Les prévisions pour 1999 proviennent d'une estimation basée sur les données préliminaires des trois premiers trimestres de l'EVC de l'année 1999 ainsi que sur les prévisions de l'ICRT, celles pour 2000-2002, de l'Institut canadien du tourisme et celles pour 2003-2005, de Tourisme Québec.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.



Prévisions de croissance des dépenses des touristes<sup>1</sup> québécois au Québec, 1999-2005\*

1. Toutes les données présentées concernent les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.

\* Les prévisions pour 1999 proviennent d'une estimation basée sur les données préliminaires des trois premiers trimestres de l'EVC de l'année 1999 ainsi que sur les prévisions de l'ICRT, celles pour 2000-2002, de l'Institut canadien du tourisme et celles pour 2003-2005, de Tourisme Québec.

Sources: Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

## 2. Analyse du marché québécois et considérations stratégiques

À moins d'indications contraires, les données se retrouvent dans les figures et les graphiques de la première section et dans les statistiques de l'annexe du présent document. Les données inédites qui ne figurent pas dans ces sections proviennent de compilations spéciales réalisées par Tourisme Québec.

### 2.1 Analyse du marché québécois

Le Québec comptait plus de 7,3 millions d'habitants en 1998, et il en comptera 7,5 millions en 2005.

Les « moins de 35 ans », qui constituaient 46,3 % de la population en 1998, n'en représenteront plus que 42,4 % sept ans plus tard.

Les *baby-boomers* (35-54 ans) conserveront exactement le même poids démographique en 2005, soit 31,8 % de la population.

Quant aux « têtes grises » (55 ans et plus), elles verront leur importance croître. Alors qu'elles formaient 21,8 % de la population en 1998, elles en formeront 25,8 % sept ans plus tard.

#### • Un marché touristique imposant

Le marché québécois en 1998, c'est **plus de 18 millions de voyages** (une nuit ou plus, tous buts de voyage confondus), **plus de 74 millions de nuitées et plus de 4,5 milliards de dépenses faites au Québec et à l'extérieur du Québec** (excluant les frais de transport aérien pour se rendre à destination lors de voyages internationaux). Cela en fait un marché imposant, très sollicité par la concurrence.

#### • Part prédominante de la destination québécoise

**Plus des deux tiers (70,4 %) des voyages des touristes québécois sont effectués au Québec.** Les voyages vers des destinations internationales représentaient uniquement le sixième (17 %) des autres voyages, et ceux vers les autres provinces du Canada un peu plus du dixième (12,6 %). **La prédominance de la destination québécoise s'inscrit dans la même tendance que celle du taux de départ en voyage de la population québécoise, dont les voyages au Québec s'inscrivent dans une proportion de trois pour un par rapport à ses voyages à l'étranger.**

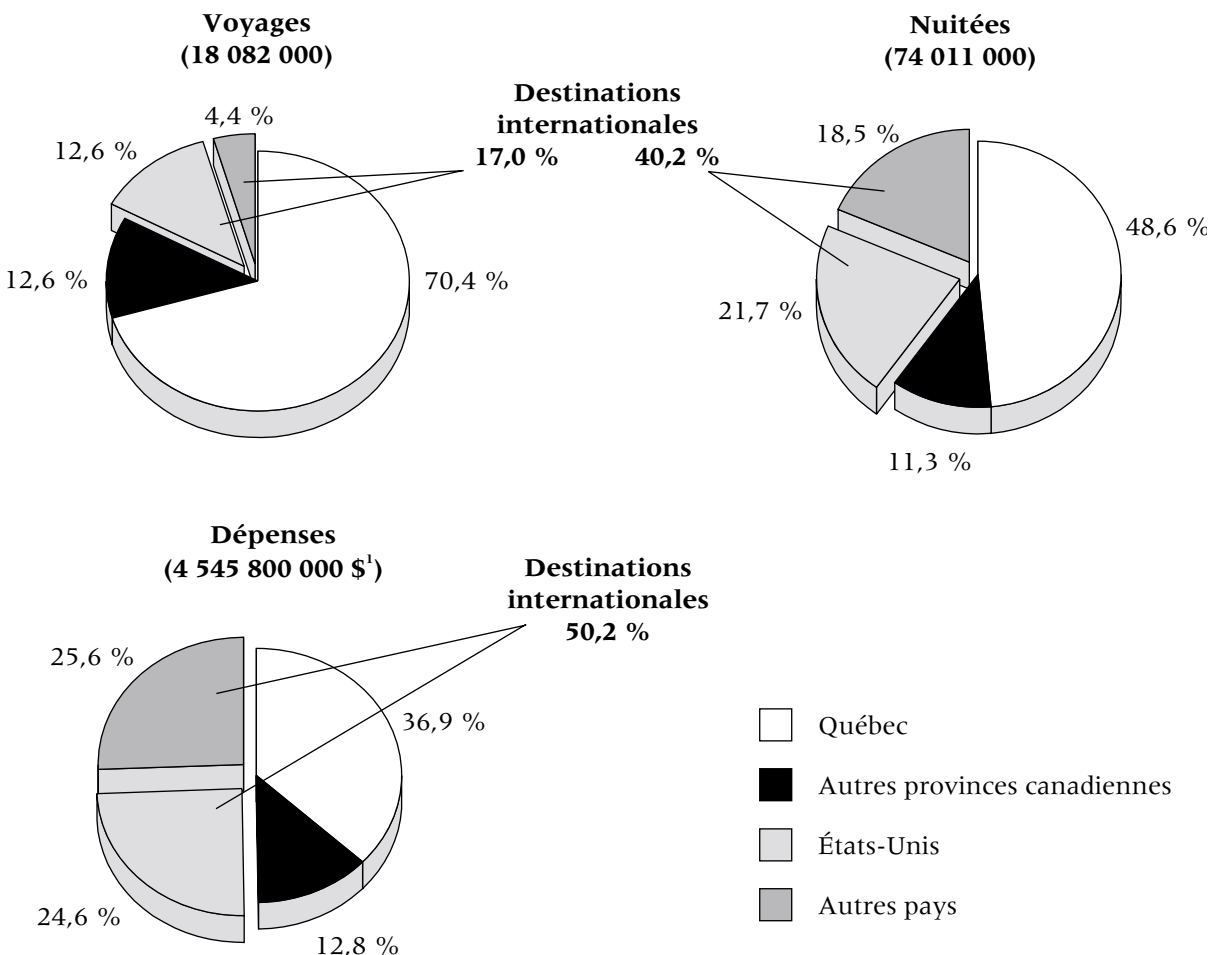
**La situation est sensiblement différente en ce qui a trait aux nuitées.** Cette clientèle fait ses plus courts voyages au Québec (2,8 nuitées), ce qui explique qu'elle y passe moins de la moitié (48,6 %) de ses nuitées. Par contre, elle fait des voyages légèrement plus longs dans les autres provinces (3,7 nuitées). Ils représentent un peu plus du dixième (11,3 %) de toutes les nuitées passées par les Québécois en voyage, toutes destinations confondues.

Les plus longs voyages les mènent dans les autres pays que les États-Unis (17,1 nuitées), de même qu'aux États-Unis (7,1 nuitées). Plus du tiers (40,2 %) des nuitées des touristes québécois sont attribuables aux voyages internationaux.

**• Décroissance des voyages des Québécois vers les États-Unis**

Le volume de voyages effectués par les touristes québécois vers les destinations internationales (incluant les États-Unis) a diminué de près du quart entre 1993 et 1998 (-5,1 % sur une base annuelle moyenne), et le volume de nuitées a fléchi dans les mêmes proportions. La diminution est beaucoup moindre en ce qui a trait aux dépenses (-0,7 % sur une base annuelle moyenne) qui ont même progressé entre 1997 et 1998. **Cette décroissance est principalement due à la destination américaine.**

**Le marché touristique québécois selon la destination des voyages, en 1998**



1. Montant excluant les frais de transport aérien pour se rendre à destination lors de voyages internationaux.  
Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement

**Les touristes québécois ne cessent d'être moins nombreux à aller aux États-Unis et la durée de leurs séjours diminue** : le nombre de voyages a baissé de 31,0 % entre 1993 et 1998, les nuitées de 39,3 % et les dépenses de 22 %. **Et puisque deux voyages sur trois sont des voyages d'agrément, ces derniers ont particulièrement diminué (-40,8 %)**. Seuls les voyages d'affaires et de congrès ont augmenté (+6,8 %).

Les régions les plus populaires (85 % de tous les voyages) auprès des Québécois ont enregistré les plus fortes décroissances : Atlantique Centre (-39,5 %), Atlantique Sud (-34,9 %) et Nouvelle-Angleterre (-29,7 %).

### • Croissance du tourisme dans les autres pays que les États-Unis

**Les Québécois voyagent davantage dans les autres pays que les États-Unis et leurs dépenses y sont plus élevées**. Les voyages ont augmenté de 3,5 % entre 1993 et 1998, les dépenses ont progressé de 21,8 % au cours de la même période.

L'Europe accueille, à elle seule, plus de la moitié des voyages des Québécois. Elle en a accueilli 15 % de plus entre 1993 et 1998. D'autres destinations, beaucoup plus modestes, ont vu leur clientèle québécoise croître. C'est le cas de l'Afrique (+136,8 %). C'est aussi le cas de l'Asie (+71,4 %), et de pays comme le Japon, Hong-Kong, la Thaïlande et la Chine.

Les voyages destinés à visiter des parents ou à des amis ont augmenté (+57,3 %) entre 1993 et 1998. Il faut sans doute voir là une conséquence de l'intégration d'un nombre croissant d'immigrants dans la communauté québécoise. Les voyages d'affaires et de congrès ont également progressé (+24,8 %). **Les voyages d'agrément (plus de la moitié de tous les voyages des Québécois dans les autres pays) ont diminué (-10,1 %)**.

### • Part prépondérante des dépenses des Québécois à l'extérieur du Québec.

**La situation des dépenses est contraire à celle des voyages. Près des deux tiers (63,1 %) des dépenses des touristes québécois sont faites à l'extérieur du Québec, les destinations internationales en accaparant à elles seules la moitié**. Les dépenses aux États-Unis (24,6 %) sont presque aussi importantes que celles dans les autres pays (25,6 %). Cela s'explique à la fois par une durée de séjour beaucoup plus longue et par des dépenses quotidiennes deux fois plus élevées environ (47 \$ au Québec, 70 \$ aux États-Unis et 85 \$ dans les autres pays).

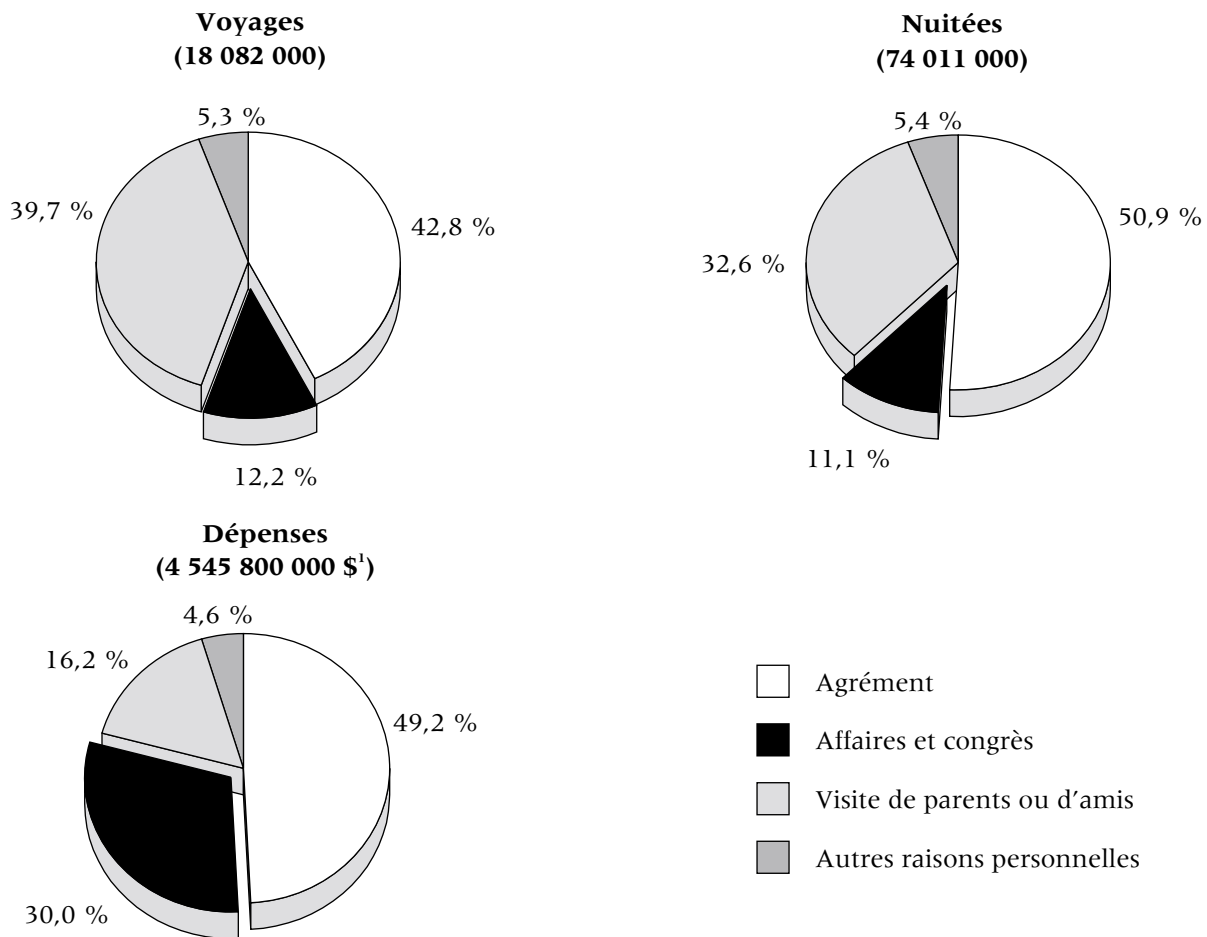
La dépense moyenne par séjour des Québécois dans les autres pays s'élève à 1 457 \$, soit trois fois plus que celle aux États-Unis (493 \$), six fois plus que celle dans les autres provinces (256 \$) et onze fois plus que celle des touristes québécois au Québec (132 \$).

Cette prépondérance est manifeste, quel que soit le but du voyage.

### • Domination du troisième trimestre au Québec

Dans le cas des voyages faits au Québec (42 %) et dans les autres provinces canadiennes (45 %), le troisième trimestre domine, et son importance relative tend à s'accroître avec le temps. Cette proportion est moindre dans le cas des voyages effectués aux États-Unis (35,9 %) et dans les autres pays (26,2 %), c'est le premier trimestre qui se distingue (33 %). Cet engouement pour les voyages à l'étranger durant les mois d'hiver a diminué toutefois depuis 1993 (37,3 %). **Est donc perceptible une tendance à l'étalement saisonnier des voyages**.

**Le marché touristique québécois selon le but de voyage, toutes destinations confondues, en 1998**



1. Montant excluant les frais de transport aérien pour se rendre à destination lors des voyages internationaux.  
Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement

**• L'automobile est le moyen de transport numéro un.**

À l'exception, bien évidemment, des voyages effectués dans les autres pays que les États-Unis, le moyen de transport préféré des touristes québécois est l'automobile, quelle que soit leur destination.

La palme va bien sûr aux voyages faits au Québec (9 sur 10).

La deuxième position revient aux États-Unis (trois voyages sur quatre y sont effectués en automobile, 17 % en avion), dans une proportion semblable à celle des voyages effectués dans les autres provinces canadiennes.

### • Le Québec attire davantage les familles.

Les *baby-boomers* québécois (35-54 ans) effectuent le plus grand nombre de voyages, quelle que soit la destination. Bien qu'ils ne représentent que 31,8 % de la population québécoise en 1998, ils constituent 36,0 % à 44,6 % de l'ensemble des touristes.

Les destinations qui en reçoivent le plus grand nombre (près d'un touriste sur deux) sont les autres provinces canadiennes (44,6 %) et les autres pays (42,2 %) suivis des États-Unis (38,3 %). Par contre, les États-Unis et les autres pays accueillent une plus forte proportion de «têtes grises» et moins de jeunes adultes et d'enfants.

**À l'inverse, le Québec s'accapare la plus forte proportion d'adultes de moins de 35 ans de même que celle d'enfants de moins de 15 ans. De toute évidence, la clientèle familiale y est très présente.** Dans une mesure moindre, le même scénario s'observe auprès de la clientèle québécoise voyageant dans les autres provinces. À l'analyse des comportements de voyage des touristes québécois depuis 1993, ressort un net glissement des clientèles vers les groupes d'âge de plus en plus élevés.

**Ce glissement s'amplifiera au cours des prochaines années,** car les prévisions démographiques montrent que la population québécoise âgée de 25 à 44 ans diminuera, contrairement à celle âgée de 45 à 64 ans. Cela pourrait affecter négativement le marché du tourisme au Québec si des mesures appropriées ne sont pas prises.

### • Les voyages d'agrément dominant dans les destinations hors du Québec.

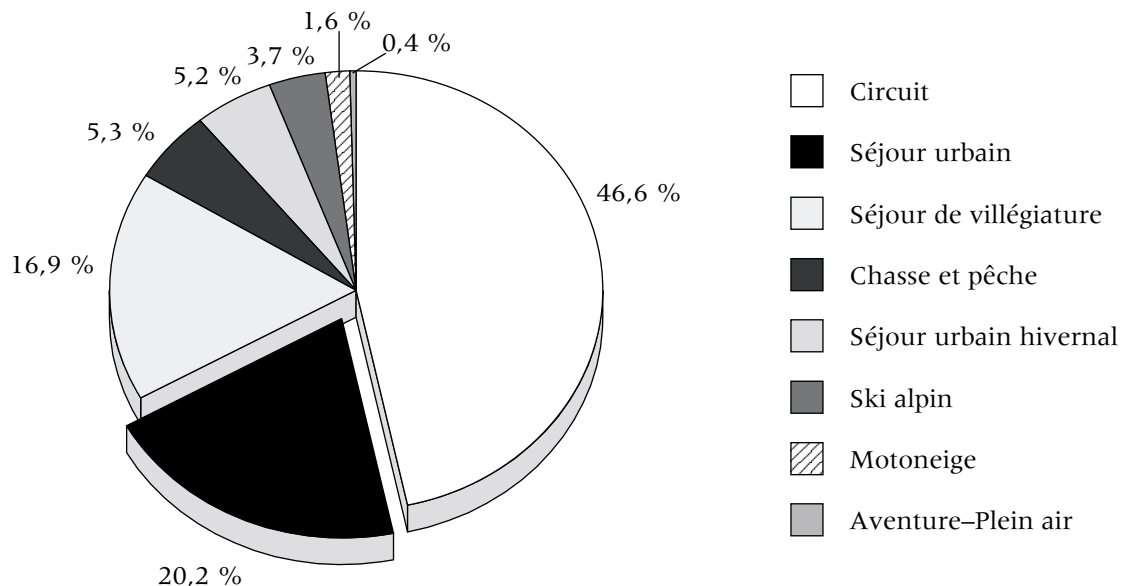
Les voyages d'agrément sont à l'origine de près de la moitié (42,8 %) des voyages, de la moitié des nuitées et de la moitié des dépenses des touristes québécois, toutes destinations confondues. Ces proportions sont plus élevées dans le cas des voyages effectués vers des destinations internationales.

Dans le cas des voyages des Québécois au Québec, l'agrément (40,8 %) se classe au deuxième rang des buts de voyage après les visites à des parents et à des amis (45,6 %).

Les touristes québécois d'agrément au Québec se distinguent des autres touristes (par exemple, affaires et congrès, visites à des parents et à des amis, autres buts) par :

- ◆ leur préférence pour le troisième trimestre, préférence dictée par les vacances scolaires;
- ◆ le choix plus fréquent à utiliser l'automobile et les modes d'hébergement commerciaux;
- ◆ un engouement marqué pour la découverte des régions du Québec démontré par l'estimation de la demande (agrément) pour le produit « circuit »<sup>1</sup>;
- ◆ un goût certain pour les activités sportives et de plein air, la natation, la bicyclette, la marche et les randonnées pédestres pratiquées dans le cadre des produits tels que le séjour de villégiature, la chasse et pêche, le ski alpin, la motoneige et l'aventure-plein air;
- ◆ un intérêt plus prononcé pour les activités liées aux festivals, foires, expositions et manifestations culturelles.

**Estimation du volume de la demande (agrément) sur le marché québécois, en pourcentage, pour les produits et activités touristiques du Québec, en 1998 (3 370 967 visites-province)**



Sources : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des Canadiens*, catalogue n° 87-212 et Tourisme Québec, Direction de l'intervention stratégique.

**• Des perspectives de croissance fort positives**

Dans l'hypothèse d'une conjoncture économique vigoureuse, tout porte à croire que les Québécois voyageront en plus grand nombre. C'est ainsi que malgré un taux de change désavantageux, les touristes québécois ont repris le chemin des États-Unis en 1999 (+11,3 %). Ils ont aussi été plus nombreux à voyager dans les autres pays (+8,0 %).

Dans une moindre proportion, les voyages des Québécois au Québec ont entraîné en 1999 une hausse des visites-province (2,4 %) et des recettes (9,1 %).

Les prévisions pour l'an 2000 indiquent que la croissance des visites-province (4,0 %) et des recettes (6,7 %) se poursuivra.

À moyen et à long termes, soit de 2001 à 2005, une augmentation des visites-province est prévu, variant de 3,5 % à 1,5 %, et des recettes également, passant de 5,6 % à 3,0 %.

## 2.2 Considérations stratégiques

**La conjoncture économique au Québec est favorable à l'expansion du marché des voyages des Québécois.**

L'accroissement du revenu discrétionnaire est en relation directe avec le taux de croissance économique. Or ce dernier connaît une ascension ininterrompue depuis 1993; la croissance annuelle moyenne entre 1993 et 1998 a été de 3,0 %. Les prévisions de croissance jusqu'en 2005 sont positives.

Certaines destinations concurrentes du Québec, telles que l'Ontario et le Nouveau-Brunswick, disposant de budgets promotionnels accrus, sollicitent de plus en plus intensément la clientèle québécoise.

Les efforts de commercialisation des grossistes en voyages qui multiplient les forfaits à prix attractifs, cherchent à convaincre les touristes québécois que le prix de la plupart des prestations touristiques étrangères sont abordables. Cela devrait inciter à poursuivre et à rationaliser les efforts de vente du produit touristique québécois aux Québécois.

Le vieillissement de la population représente un enjeu majeur pour le tourisme québécois. Les tendances observées au cours des dernières années révèlent que les *baby-boomers* et les « têtes grises », qui sont dotés d'un grand pouvoir d'achat, ont tendance à voyager hors du Québec. Il y a là un besoin impératif d'adapter le produit et sa mise en marché en fonction des attentes de ce segment de clientèle.

### Notes

1. Voir à ce sujet le fascicule *Performance de la destination québécoise*, à la section sur l'estimation de la demande.



## 3. Annexe statistique — Marché québécois

### 3.1 Les Québécois à l'étranger

Tableau 3.1.1

Voyages-personne, nuitées et dépenses des touristes<sup>1</sup> québécois revenant de destinations internationales de 1993 à 1998

Voyages-personne '000							
Destinations	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Variations
							1998/1993
							%
États-Unis	3 291	2 699	2 621	2 820	2 711	2 272	-31,0
Autres pays	772	759	785	820	823	799	+3,5
<b>Total</b>	<b>4 063</b>	<b>3 458</b>	<b>3 406</b>	<b>3 640</b>	<b>3 534</b>	<b>3 071</b>	<b>-24,4</b>
Nuitées '000							
Destinations	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Variations
							1998/1993
							%
États-Unis	26 409	22 686	19 894	18 482	16 288	16 028	-39,3
Autres pays	13 382	12 711	12 663	14 234	13 862	13 693	+2,3
<b>Total</b>	<b>39 791</b>	<b>35 397</b>	<b>32 557</b>	<b>32 716</b>	<b>30 150</b>	<b>29 721</b>	<b>-25,3</b>
Dépenses '000 000 \$							
Destinations	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Variations
							1998/1993
							%
États-Unis	1 435	1 229	1 167	1 203	1 146	1 120	-22,0
Autres pays	956	970	990	1 156	1 114	1 164	+21,8
<b>Total</b>	<b>2 391</b>	<b>2 199</b>	<b>2 157</b>	<b>2 359</b>	<b>2 260</b>	<b>2 284</b>	<b>-4,5</b>

1. Voyages d'une nuit ou plus.

N.B. : En raison des données arrondies, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

Figure 1  
Évolution des dépenses des touristes<sup>1</sup> québécois revenant de destinations internationales de 1993 à 1998

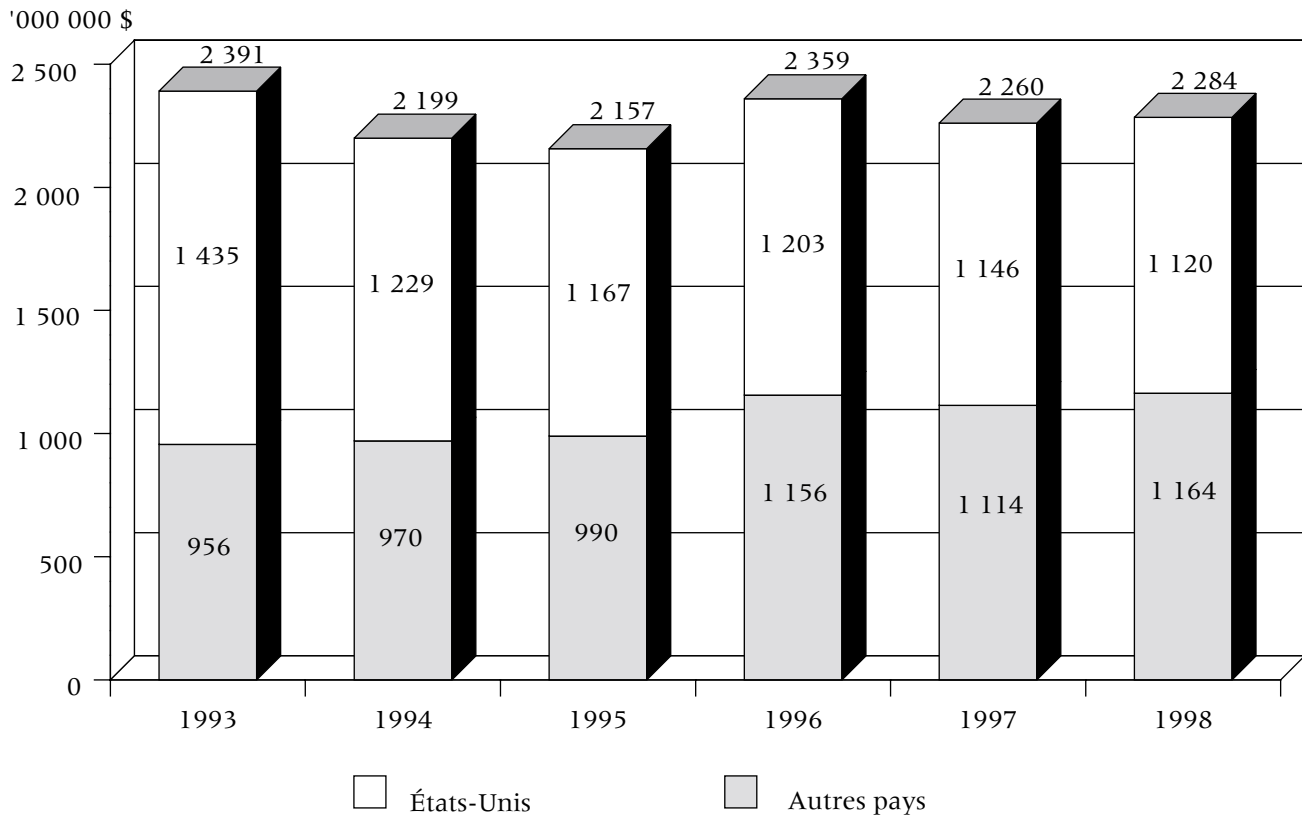


Tableau 3.1.2  
Voyages-personne des touristes<sup>1</sup> québécois revenant de destinations internationales, selon le but de voyage, en 1998

Buts	États-Unis		Autres pays		Total destinations internationales	
	'000	%	'000	%	'000	%
Affaires et congrès	360	15,8	166	20,8	526	17,1
Agrément/VPA <sup>2</sup> /autres	1 912	84,2	633	79,2	2 545	82,9
Agrément	1 389	61,2	455	55,9	1 844	60,1
Visites de parents ou d'amis	366	16,1	151	18,9	517	16,8
Autres buts	157	6,9	27	3,4	184	6,0
<b>Total destinations internationales</b>	<b>2 272</b>	<b>100,0</b>	<b>799</b>	<b>100,0</b>	<b>3 071</b>	<b>100,0</b>

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. VPA signifie la visite de parents ou d'amis et « autres », les autres buts.

N.B. : En raison des données arrondies, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

Tableau 3.1.3

**Voyages-personne des touristes<sup>1</sup> québécois revenant de destinations internationales, selon le trimestre de réalisation, en 1998**

Trimestres	États-Unis		Autres pays		Total – Destinations internationales	
	'000	%	'000	%	'000	%
1 <sup>er</sup>	431	19,0	264	33,0	695	22,6
2 <sup>e</sup>	606	26,7	168	21,0	774	25,2
3 <sup>e</sup>	816	35,9	209	26,2	1 025	33,4
4 <sup>e</sup>	419	18,4	158	19,8	577	18,8
<b>Année</b>	<b>2 272</b>	<b>100,0</b>	<b>799</b>	<b>100,0</b>	<b>3 071</b>	<b>100,0</b>

1. Voyages d'une nuit ou plus.

N.B. : En raison des données arrondies, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

### 3.2 Les Québécois dans les autres provinces

Tableau 3.2.1

Visites-province, nuitées et dépenses des touristes<sup>1</sup> québécois dans les autres provinces, selon le but de voyage, en 1998

Buts	Visites-province		Nuitées		Dépenses	
	'000	%	'000	%	'000 000\$	%
Affaires et congrès	573	25,2	1 591	19,1	292	50,0
Agrément/VPA <sup>2</sup> /autres	1 705	74,8	6 761	80,9	293	50,1
Agrément	709	31,1	2 933	35,1	175	30,0
Visite de parents ou d'amis	857	37,6	3 502	41,9	93	15,9
Autres	139	6,1	326	3,9	25	4,3
<b>Total</b>	<b>2 278</b>	<b>100,0</b>	<b>8 351</b>	<b>100,0</b>	<b>584</b>	<b>100,0</b>

Tableau 3.2.2

Visites-province, nuitées et dépenses des touristes<sup>1</sup> québécois dans les autres provinces, selon le trimestre de réalisation, en 1998

Trimestres	Visites-province		Nuitées		Dépenses	
	'000	%	'000	%	'000 000\$	%
1 <sup>er</sup>	324	14,2	890	10,7	88	15,1
2 <sup>e</sup>	516	22,7	1 643	19,7	188	32,2
3 <sup>e</sup>	1 028	45,1	4 359	52,2	225	38,5
4 <sup>e</sup>	411	18,0	1 459	17,5	83	14,2
<b>Année</b>	<b>2 278</b>	<b>100,0</b>	<b>8 351</b>	<b>100,0</b>	<b>584</b>	<b>100,0</b>

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. VPA signifie la visite de parents ou d'amis et « autres », les autres buts.

N.B. : En raison des données arrondies, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

### 3.3 Les Québécois au Québec

Tableau 3.3.1

Visites-province, nuitées et dépenses des touristes<sup>1</sup> québécois au Québec, selon le but de voyage, en 1998

Buts	Visites-province		Nuitées		Dépenses	
	'000	%	'000	%	'000 000\$	%
Affaires et congrès	1 101	8,6	2 790	7,8	363	21,6
<i>Agrément/VPA<sup>2</sup>/autres</i>	<i>11 632</i>	<i>91,4</i>	<i>33 149</i>	<i>92,2</i>	<i>1 315</i>	<i>78,4</i>
Agrément	5 195	40,8	15 861	44,1	828	49,3
Visite de parents ou d'amis	5 807	45,6	15 153	42,2	401	23,9
Autres	631	5,0	2 135	5,9	86	5,1
<b>Total</b>	<b>12 733</b>	<b>100,0</b>	<b>35 939</b>	<b>100,0</b>	<b>1 678</b>	<b>100,0</b>

Tableau 3.3.2

Visites-province, nuitées et dépenses des touristes<sup>1</sup> québécois au Québec, selon le trimestre de réalisation, en 1998

Trimestres	Visites-province		Nuitées		Dépenses	
	'000	%	'000	%	'000 000\$	%
1 <sup>er</sup>	1 971	15,5	5 163	14,4	258	15,4
2 <sup>e</sup>	2 706	21,3	6 720	18,7	338	20,1
3 <sup>e</sup>	5 345	42,0	17 050	47,4	759	45,2
4 <sup>e</sup>	2 712	21,3	7 006	19,5	323	19,2
<b>Année</b>	<b>12 733</b>	<b>100,0</b>	<b>35 939</b>	<b>100,0</b>	<b>1 678</b>	<b>100,0</b>

Tableau 3.3.3

Visites-province des touristes<sup>1</sup> québécois d'agrément au Québec, selon le trimestre de réalisation, en 1998

Trimestres	Agrément		Agrément/VPA <sup>2</sup> /autres	
	'000	%	'000	%
1 <sup>er</sup>	587	11,3	1 709	14,7
2 <sup>e</sup>	1 089	21,0	2 465	21,2
3 <sup>e</sup>	2 817	54,2	5 030	43,2
4 <sup>e</sup>	702	13,5	2 428	20,9
<b>Année</b>	<b>5 195</b>	<b>100,0</b>	<b>11 632</b>	<b>100,0</b>

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. VPA signifie la visite de parents ou d'amis et « autres », les autres buts.

N.B. : En raison des données arrondies, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

Tableau 3.3.4

**Visites-province des touristes<sup>1</sup> québécois d'agrément au Québec, selon la région d'origine, en 1998**

Régions d'origine	Agrément		Agrément/VPA <sup>2</sup> /autres	
	'000	%	'000	%
Îles-de-la-Madeleine	—	—	—	—
Gaspésie	79	1,5	228	2,0
Bas-Saint-Laurent	91	1,8	279	2,4
Québec	503	9,7	1 381	11,9
Charlevoix	—	—	44	0,4
Chaudière-Appalaches	241	4,6	706	6,1
Mauricie-Bois-Francs	355	6,8	910	7,8
Cantons-de-l'Est	141	2,7	422	3,6
Montérégie	1 091	21,0	2 124	18,3
Lanaudière	357	6,9	598	5,1
Laurentides	386	7,4	783	6,7
Montréal	1 108	21,3	2 127	18,3
Outaouais	195	3,8	508	4,4
Abitibi-Témiscamingue	89	1,7	282	2,4
Saguenay-Lac-Saint-Jean	261	5,0	585	5,0
Manicouagan	33	0,6	103	0,9
Duplessis	—	—	35	0,3
Nord-du-Québec	—	—	13	0,1
Laval	230	4,4	502	4,3
<b>Total</b>	<b>5 195</b>	<b>100,0</b>	<b>11 632</b>	<b>100,0</b>

Tableau 3.3.5

**Visites-province des touristes<sup>1</sup> québécois d'agrément au Québec, selon le moyen de transport utilisé, en 1998**

Moyens de transport	Agrément		Agrément/VPA <sup>2</sup> /autres	
	'000	%	'000	%
Automobile	4 897	94,3	10 873	93,5
Avion	37	0,7	86	0,8
Autobus	157	3,0	476	4,1
Train	—	—	50	0,4
Bateau	24	0,5	27	0,2
Autres/non précisé	79	1,5	121	1,0
<b>Total</b>	<b>5 195</b>	<b>100,0</b>	<b>11 632</b>	<b>100,0</b>

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. VPA signifie la visite de parents ou d'amis et « autres », les autres buts.

N.B. : En raison des données arrondies, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

Tableau 3.3.6

**Visites-province des touristes<sup>1</sup> québécois d'agrément au Québec, selon le moyen d'hébergement utilisé, en 1998**

Moyens d'hébergement	Agrément		Agrément/VPA <sup>2</sup> /autres	
	'000	%	'000	%
Hotel	989	18,1	1 287	10,7
Motel	414	7,6	532	4,4
Camping ou parc pour roulottes	869	15,9	915	7,6
Autres moyens d'hébergement commerciaux	529	9,7	569	4,7
Résidence de parents ou d'amis	848	15,6	6 602	54,9
Autres moyens d'hébergement	1 804	33,1	2 120	17,7
<b>Total<sup>3</sup></b>	<b>5 453</b>	<b>100,0</b>	<b>12 025</b>	<b>100,0</b>

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. VPA signifie la visite de parents ou d'amis et « autres », les autres buts.

3. Étant donné qu'un certain nombre de visites-province ont été effectuées en utilisant plus d'un moyen d'hébergement au cours d'un même voyage, le nombre total est supérieur à celui des visites-province véritablement effectuées.

Tableau 3.3.7

**Visites-région<sup>1</sup> des touristes<sup>2</sup> québécois d'agrément au Québec, selon la région visitée, en 1998**

Régions de visitées	Agrément		Agrément/VPA <sup>3</sup> /autres	
	'000	%	'000	%
Îles-dela-Madeleine	—	—	—	—
Gaspésie	173	3,1	366	3,0
Bas-Saint-Laurent	216	3,9	560	4,6
Québec	825	15,0	1 907	15,8
Charlevoix	259	4,7	374	3,1
Chaudière-Appalaches	210	3,8	658	5,4
Mauricie-Bois-Francs	575	10,4	1 254	10,4
Cantons-de-l'Est	713	12,9	1 554	12,8
Montérégie	117	2,1	426	3,5
Lanaudière	498	9,0	695	5,7
Laurentides	798	14,5	1 280	10,6
Montréal	327	5,9	1 158	9,6
Outaouais	279	5,1	603	5,0
Abitibi-Témiscamingue	84	1,5	300	2,5
Saguenay-Lac-Saint-Jean	292	5,3	659	5,4
Manicouagan	71	1,3	109	0,9
Duplessis	—	—	—	—
Nord-du-Québec	—	—	—	—
Laval	—	—	—	—
<b>Total</b>	<b>5 507</b>	<b>100,0</b>	<b>12 102</b>	<b>100,0</b>

1. Une visite-province effectuée dans trois régions compte pour trois visites-région.

2. Voyages d'une nuit ou plus.

3. VPA signifie la visite de parents ou d'amis et « autres », les autres buts.

N.B. : En raison des données arrondies, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

Tableau 3.3.8

**Visites-activité<sup>1</sup> des touristes<sup>2</sup> québécois d'agrément au Québec, selon les principales activités pratiquées durant le voyage, en 1998**

Activités pratiquées	Agrément		Agrément/VPA <sup>3</sup> /autres	
	'000	%	'000	%
Pratique d'activités sportives/ de plein air	3 307	17,4	5 295	13,7
Visite de parents ou d'amis	2 468	13,1	13 092	33,9
Marche/randonnée pédestre	1 726	9,2	2 834	7,3
Visites touristiques	1 605	8,5	2 347	6,1
Magasinage	1 286	6,8	2 659	6,9
Natation	1 080	5,7	1 537	4,0
Bicyclette	627	3,3	894	2,3
Autres activités aquatiques	615	3,3	832	2,2
Visite de musée ou de galerie d'art	558	3,0	741	1,9
Visite d'un parc provincial/national	500	2,7	619	1,6
Visite d'un site historique	483	2,6	663	1,7
Pêche	462	2,5	607	1,6
Observation des oiseaux/de la faune	437	2,3	473	1,2
Assistance à un festival, une foire, une exposition	414	2,2	636	1,6
Assistance à une manifestation culturelle	334	1,8	588	1,5
Visite d'un zoo, d'un aquarium, d'un jardin botanique	268	1,4	357	0,9
Visite d'un parc thématique	231	1,2	331	0,9
Autres activités	2 456	13,0	4 153	10,7
<b>Total</b>	<b>18 857</b>	<b>100,0</b>	<b>38 658</b>	<b>100,0</b>

1. Une visite-province qui implique la pratique de quatre activités compte pour quatre visites-activités.

2. Voyages d'une nuit ou plus.

3. VPA signifie la visite de parents ou d'amis et « autres », les autres buts.

Tableau 3.3.9

**Visites-province des touristes<sup>1</sup> québécois d'agrément au Québec, selon le groupe d'âge, en 1998**

Groupes d'âge	Agrément		Agrément/VPA <sup>2</sup> /autres	
	'000	%	'000	%
Moins de 15 ans	912	17,6	1 988	17,1
15 à 24 ans	644	12,4	1 863	16,0
25 à 34 ans	746	14,4	2 044	17,6
35 à 44 ans	1 055	20,3	2 040	17,5
45 à 54 ans	1 004	19,3	1 838	15,8
55 à 64 ans	560	10,8	1 064	9,1
65 ans et plus	274	5,3	794	6,8
<b>Total</b>	<b>5 195</b>	<b>100,0</b>	<b>11 632</b>	<b>100,0</b>

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. VPA signifie la visite de parents ou d'amis et « autres », les autres buts.

N.B. : En raison des données arrondies, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.



Tableau 3.3.10

**Visites-province des touristes<sup>1</sup> québécois d'agrément au Québec, selon le revenu du ménage, en 1998**

Classes de revenus	Agrément		Agrément/VPA <sup>2</sup> /autres	
	'000	%	'000	%
Non déclaré	1 374	26,5	2 906	25,0
Moins de 20 000 \$	274	5,3	1 110	9,5
20 000 \$ à 39 999 \$	950	18,3	2 508	21,6
40 000 \$ à 59 999 \$	1 076	20,7	2 426	20,9
60 000 \$ à 79 999 \$	713	13,7	1 282	11,0
80 000 \$ et plus	807	15,5	1 400	12,0
<b>Total</b>	<b>5 195</b>	<b>100,0</b>	<b>11 632</b>	<b>100,0</b>

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. VPA signifie la visite de parents ou d'amis et « autres », les autres buts.

Tableau 3.3.11

**Voyages-personne et visites-province des touristes<sup>1</sup> québécois, selon l'âge et la destination de voyage, en 1998 (%)**

Destination classes d'âges	Autres pays	États-Unis	Autres provinces	Québec
Moins de 12 ans <sup>2</sup>	3,6	7,4	11,6	15,8
12 à 24 <sup>3</sup> ans	7,9	9,7	9,7	15,1
25 à 34 ans	16,6	13,4	14,1	17,6
35 à 44 ans	19,7	19,8	23,7	19,2
45 à 54 ans	22,5 ] 42,2	18,5 ] 38,3	20,9 ] 44,6	16,8 ] 36,0
55 à 64 ans	13,6 ]	13,3 ]	11,2 ]	9,1 ]
65 ans et plus	8,8	10,8	8,7	6,5
Non déclaré	7,2	7,1	—	—
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. Moins de 15 ans dans le cas des voyages au Québec et dans les autres provinces.

3. 15 à 24 ans dans le cas des voyages au Québec et dans les autres provinces.

N.B. : En raison des données arrondies, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

## 4. Annexe méthodologique

### • Diagnostic stratégique

L'annexe méthodologique comprend principalement les données qui ont permis l'élaboration du diagnostic stratégique :

- ◆ portrait de la situation actuelle (volumes, recettes, marchés, caractéristiques des voyages, etc.);
- ◆ bilan des résultats (évolution de l'offre et de la demande) en fonction des objectifs et;
- ◆ détermination des enjeux.

### • Sources de données

Trois types de sources de données ont été privilégiées :

- ◆ les résultats d'enquêtes menées par Statistique Canada et par l'Institut de la statistique du Québec;
- ◆ les publications ou sondages spécialisés, dont les références sont données dans le texte;
- ◆ les résultats de consultations effectuées auprès d'experts de l'industrie touristique.

L'Enquête sur les voyages des Canadiens, l'Enquête sur les voyages internationaux et l'Enquête sur l'hébergement sont les trois sources de données qui ont servi à élaborer le diagnostic stratégique.

Les sections suivantes décrivent ces trois enquêtes et fournissent l'information nécessaire à l'évaluation de la fiabilité et de la comparabilité des résultats.

### • Enquête sur les voyages des Canadiens

#### Introduction

L'enquête sur les voyages des Canadiens (EVC), parrainée par Statistique Canada, la Commission canadienne du tourisme (CCT) et les gouvernements provinciaux, sert de supplément à l'Enquête sur la population active (EPA). Exception faite des différences relatives à la taille et à la pondération, les caractéristiques de l'échantillon de l'EPA sont les mêmes que celui de l'EVC.

#### Objectif

L'EVC a pour objectif de recueillir de l'information sur les voyages des Canadiens au Canada. Seuls les voyages qui s'étendent sur une distance de 80 km ou plus dans une direction (aller ou retour) sont pris en compte.

#### Couverture

L'enquête sur les voyages des Canadiens est effectuée tous les mois dans différents ménages. L'échantillon est représentatif de la population civile non institutionnalisée de 15 ans et plus qui réside dans les dix provinces canadiennes.

## Plan de sondage

Il s'agit d'un plan de sondage stratifié, selon plusieurs variables géographiques et démographiques, à deux degrés.

Le premier degré comprend un échantillon d'aires géographiques. Pour chacune des aires retenues, Statistique Canada tient à jour la liste des logements. Il s'agit ensuite, ce qui constitue le deuxième degré, de sélectionner dans chaque liste un échantillon de logements.

## Renouvellement de l'échantillon

L'échantillon mensuel de l'EPA est subdivisé en six groupes en rotation, environ de la même taille, constitués de logements. Tous les logements d'un même groupe demeurent dans l'échantillon pendant six mois consécutifs puis, afin d'alléger le fardeau des répondants, ils sont remplacés par un nouveau groupe de logements. L'EVC, qui sert de supplément à l'EPA, fait appel chaque mois à deux des six groupes en rotation.

## Sélection des groupes de répondants

En ce qui concerne l'EVC, tous les logements appartenant à un même groupe sont sélectionnés. Le tableau suivant montre la taille mensuelle des échantillons de l'EVC pour chacun des mois de l'année 1998, tant pour le Québec que pour le Canada.

## Collecte des données

Depuis 1996, la collecte des données est effectuée sous forme d'interviews assistées par ordinateur. Plus précisément, une fois la collecte des données terminée pour l'EPA, l'interviewer demande à parler à la personne choisie aux fins de l'EVC. Si celle-ci n'est pas disponible, l'interviewer fixe un rendez-vous pour la joindre à un moment plus opportun.

### Taille de l'échantillon de l'EVC 1998

Mois	Nombre de ménages interrogés	
	au Québec	au Canada
Janvier	3 087	15 144
Février	3 019	15 152
Mars	2 608	13 314
Avril	3 019	15 190
Mai	2 910	15 133
Juin	2 966	15 091
Juillet	3 022	14 928
Août	3 025	15 270
Septembre	3 007	15 090
Octobre	3 016	15 279
Novembre	2 992	15 284
Décembre	3 103	15 254
<b>Total</b>	<b>35 774</b>	<b>180 129</b>

## Fiabilité des résultats

Puisque les résultats de l'enquête sont établis à partir des réponses d'un échantillon de répondants, ils sont entachés d'une certaine imprécision. Le degré de fiabilité est cependant mesurable à l'aide, entre autres, du coefficient de variation (CV). Plus le CV est élevé, moins fiable est l'estimation et vice versa. Celui-ci varie en fonction de plusieurs variables. Le tableau qui suit donne quelques coefficients de variation (CV) associés à différents volumes de visites-province, de nuitées ou de dépenses.

### Coefficient de variation de l'EVC pour l'ensemble du Québec en 1998

Volume de l'estimation	Coefficient de variation (%)		
	Visites-province	Nuitées	Dépenses
10 000 000	2,7	8,4	2,7
5 000 000	3,6	10,3	3,4
2 000 000	5,3	13,5	4,8
1 000 000	7,1	16,6	6,2
500 000	9,5	20,4	8,0
200 000	13,9	26,9	11,1
100 000	18,6	33,0	14,4
90 000	19,5	34,1	14,9
80 000	20,5	35,3	15,6
50 000	24,9	40,6	18,5
20 000	36,6	53,4	25,9

Ce tableau montre bien que, par exemple, l'estimation d'un volume de 1 000 000 de visites-province, effectuées en 1998, a un coefficient de variation de 7,1 %, alors qu'en ce qui a trait aux dépenses, le même volume donne un CV de 6,2 %.

Les normes de Statistique Canada stipulent qu'une estimation dont le CV s'avère inférieur à 16,6 % peut être utilisée sans réserve, qu'une estimation dont le CV oscille entre 16,6 % et 25,0 % doit être utilisée avec prudence et, enfin, qu'une estimation dont le CV est supérieur à 25 % ne devrait pas être utilisée.

## Modifications apportées à l'EVC et comparabilité des données

Au fil des années, l'enquête a fait l'objet de nombreuses modifications.

De 1980 au premier trimestre de 1992, l'enquête a été effectuée sur une base trimestrielle. Vu la difficulté des répondants à se rappeler tous les voyages faits au cours d'une période aussi longue, à compter du deuxième trimestre de 1992, ceux-ci ont été joints chaque mois du trimestre visé. Cette méthode a entraîné une sous-déclaration des voyages.

Pour améliorer la qualité des données, la méthode de collecte a été de nouveau modifiée en 1994 de façon à utiliser un nouvel échantillon de répondants chaque mois. La formulation de la question introductive a également été changée. Auparavant celle-ci mettait l'accent sur les voyages d'affaires, alors qu'une fois retouchées elle accordait la même importance à tous les types de voyage.

En 1996, la collecte des données a été informatisée. Ceci a permis aux interviewers de travailler à leur résidence plutôt que dans les locaux de Statistique Canada.

Tous les changements apportés à la méthodologie de l'enquête en 1992, en 1994 et en 1996 ont causé une rupture dans la continuité des données, de sorte qu'elles ne sont pas comparables.

Depuis 1997, la mise en œuvre du Projet d'amélioration des statistiques économiques provinciales (PASEP) a eu un impact sur l'EVC, créant de nouvelles exigences. Par exemple, les données recueillies annuellement sur les voyages interprovinciaux sont maintenant plus précises. Les difficultés éprouvées au cours des dernières années font également l'objet d'études plus approfondies, ce qui permettra de déterminer quels sont les nouveaux changements à apporter à l'enquête pour en améliorer la qualité.

Les données de l'enquête en 1997 et en 1998 sont considérées comme étant comparables.

Les résultats agrégés de l'EVC 1998 traitant de l'ensemble des voyages au Canada sont publiés par Statistique Canada dans :

Touriscope  
Enquête sur les voyages des Canadiens  
Voyages intérieurs, 1998  
Catalogue 87-212-XPB

## • **Enquête sur les voyages internationaux**

### **Introduction**

L'enquête sur les voyages internationaux (EVI), parrainée par Statistique Canada, la Commission canadienne du tourisme (CCT) et les gouvernements provinciaux, comprend deux outils pour recueillir les statistiques sur les voyages internationaux : le dénombrement aux frontières et les sondages par questionnaire. Le succès des deux méthodes dépend largement de la collaboration de l'Agence des douanes et du revenu du Canada, lors de la détermination du nombre de passages et de la distribution des questionnaires aux voyageurs.

### **Objectif**

Le dénombrement aux frontières vise à faire le compte des personnes qui arrivent au Canada par un bureau d'entrée accessible par voie terrestre, maritime ou aérienne, et de presque tous les véhicules terrestres servant au transport de ces personnes au Canada.

Les enquêtes par questionnaire ont pour objectif de recueillir de l'information plus détaillée sur les caractéristiques des voyages internationaux.

### **Couverture**

Le dénombrement aux frontières : ce recensement dénombre toutes les personnes qui passent par un bureau d'entrée au Canada et tous les types de véhicules terrestres, à l'exception des autocars, qui transportent ces personnes au Canada.

Les enquêtes par questionnaire : la population visée par les enquêtes par questionnaire comprend les Canadiens qui rentrent de l'étranger ainsi que les Américains et les ressortissants d'autres pays qui voyagent au Canada.

### **Plan de sondage**

En ce qui concerne le dénombrement aux frontières, le plan de sondage consiste en un recensement exhaustif et continu de tous les voyageurs passant par les bureaux d'entrée au Canada. Seuls quelques bureaux ontariens procèdent plutôt par échantillonnage.

En ce qui a trait aux enquêtes par questionnaire, il s'agit d'une méthodologie qui utilise un système de distribution ponctuelle. Ce système consiste à fixer une période de plusieurs jours durant lesquels un nombre prédéterminé de questionnaires est distribué par les agents des douanes à tous les entrants au Canada. Lors de cette distribution, les questionnaires sont remis à tous les groupes formés de personnes qui voyagent ensemble, partagent les frais de voyage et participent à des activités communes.

## Collecte des données

Quel que soit le questionnaire remis aux groupes de voyageurs, on demande à chacun de le remplir, puis de le faire parvenir à Statistique Canada aux fins du dépouillement.

## Qualité des estimations

Tout résultat tiré d'enquêtes ou de recensements est potentiellement entaché d'erreurs. Ces erreurs sont, d'une part, reliées à l'échantillonnage et, d'autre part, à différents types de biais pouvant influencer les résultats : biais dus à la non-réponse, aux opérations de collecte, à des réponses biaisées, etc. Ces erreurs ne sont pas formellement quantifiables comme le sont les erreurs d'échantillonnage.

## Précision des estimations

La précision des résultats de l'enquête est mesurable à l'aide, entre autres, du coefficient de variation (CV). Plus le CV est élevé, moins fiable est l'estimation et vice versa. Celui-ci varie en fonction de plusieurs variables. Le tableau qui suit donne quelques coefficients de variation (CV) associés à différents volumes de visites-province, de nuitées ou de dépenses.

### Coefficient de variation de l'EVI pour l'ensemble du Québec en 1998

	Nuitées-province		Visites-province		Dépenses	
	Estimation 000	Coefficient de variation	Estimation 000	Coefficient de variation	Estimation 000	Coefficient de variation
		%		%		%
<b>Résidents des États-Unis</b>						
excursionniste	—	—	1 529	1,4	64 887	8,8
visiteur	6 688	2,7	2 082	2,3	924 324	3,0
<b>Total</b>	<b>6 688</b>	<b>2,7</b>	<b>3 611</b>	<b>1,4</b>	<b>989 212</b>	<b>2,8</b>
<b>Résidents d'outre-mer</b>						
excursionniste	—	—	131	7,9	1 256	17,6
visiteur	8 142	3,2	1 080	2,3	907 244	3,7
<b>Total</b>	<b>8 142</b>	<b>3,2</b>	<b>1 211</b>	<b>2,1</b>	<b>908 500</b>	<b>3,7</b>
<b>Canadiens revenant des États-Unis</b>						
excursionniste	—	—	2 763	1,3	61 501	12,4
visiteur	16 028	6,1	2 272	1,2	1 205 602	4,2
<b>Total</b>	<b>16 028</b>	<b>6,1</b>	<b>5 035</b>	<b>0,9</b>	<b>1 267 102</b>	<b>4,0</b>
<b>Canadiens revenant d'autre pays</b>						
<b>Total</b>	<b>13 862</b>	<b>3,6</b>	<b>823</b>	<b>1,4</b>	<b>1 114 373</b>	<b>3,4</b>

Ce tableau montre bien que, par exemple, l'estimation d'un volume de visiteurs américains de 2 000 visites-province, en 1998, a un coefficient de variation d'environ 2,3 %, alors qu'en ce qui a trait aux dépenses de ces mêmes visiteurs, qui s'élèvent à 924 000 \$, le CV serait d'environ 3,0 %.

Les normes de Statistique Canada stipulent qu'une estimation dont le CV s'avère inférieur à 16,5 % peut être utilisée sans réserve, qu'une estimation dont le CV oscille entre 16,6 % et 25,0 % doit être utilisée avec prudence et, enfin, qu'une estimation dont le CV est supérieur à 25 % ne devrait pas être utilisée.

**Taux de réponse**

Parmi les diverses sources d'erreurs qui ne sont pas dues à l'échantillonnage, la plus importante est sans contredit la non-réponse, car elle peut causer des biais dans les résultats. Le tableau qui suit donne les faibles taux de réponse annuels au questionnaire de l'EVI en 1998 et en 1999, ce qui démontre clairement que le risque de biais dans les résultats de l'enquête est très élevé.

**Taux de réponse annuelle au questionnaire**

	Taux de réponse			
	Canadiens	Américains	Outre-Mer	Total
1998	15,3	10,1	4,9	10,9
1999	12,3	8,0	2,4	8,3

**Modifications apportées à l'EVI et comparabilité des données**

D'importants changements qui ont trait à la distribution des questionnaires et leur contenu ont été apportés en 1990, ce qui a provoqué une coupure dans la série de données. Ainsi, toutes les estimations antérieures à 1990 ne peuvent être comparées aux données subséquentes.

Depuis 1990, il n'y a pas eu d'autre coupure dans la série chronologique des données.

Les résultats de l'EVI 1998 traitant de l'ensemble des voyages internationaux au Canada sont publiés par Statistique Canada dans :

Enquête sur les voyages internationaux — Voyages entre le Canada et les autres pays, 1998 — Catalogue 66-201-XPB

**• Enquête sur la fréquentation des établissements hôteliers du Québec**

**Introduction**

L'enquête sur la fréquentation des établissements hôteliers du Québec, qui est effectuée par l'Institut de la statistique du Québec à la demande de Tourisme Québec, existe depuis 1983.

## Objectif

L'enquête vise à améliorer la connaissance de la performance des établissements hôteliers dans les différentes régions touristiques.

Variables mesurées :

1. le nombre de chambres disponibles dans les établissements hôteliers;
2. le nombre de chambres louées;
3. le taux d'occupation pour chacune des régions touristiques;
4. le nombre moyen de personnes par chambre occupée;
5. le prix de location moyen des chambres.

## Couverture

Tous les établissements hôteliers détenant un permis émis par la Direction de la qualité et des services touristiques de Tourisme Québec sont visés par l'enquête, pourvus qu'ils soient actifs.

La liste des établissements hôteliers est vérifiée chaque mois afin de s'assurer, surtout lorsqu'il s'agit d'établissements ayant une exploitation saisonnière, qu'ils sont effectivement en activité. Tout nouvel établissement est ajouté à la liste dès son ouverture.

## Plan de sondage

L'enquête mensuelle est effectuée dans un échantillon de l'ordre de 800 établissements. La taille de l'échantillon varie légèrement d'un mois à l'autre étant donné le caractère saisonnier des établissements. Ainsi, la taille des échantillons était de 651, en février 1999, et de 868, en juillet 1999.

Pour obtenir une bonne représentativité, l'univers a été divisé en différentes strates :

- ◆ les 19 régions touristiques;
- ◆ les trois catégories de tailles à savoir, soit les moins de 39 chambres, les 40 à 199 chambres et les 200 chambres et plus.

Les établissements de 150 chambres et plus ainsi que les 4 chambres ou moins sont systématiquement recensés.

Les autres strates sont échantillonnées, et les établissements sélectionnés font l'objet d'une rotation afin d'éviter de lasser les répondants.

## Collecte des données

Une fois par année, un aide-mémoire est envoyé à chaque répondant. Il permet aux hôteliers de recueillir quotidiennement l'information nécessaire. La collecte d'information se fait par téléphone au début de chaque mois.

Le taux de réponse à l'enquête est très satisfaisant. En 1999, il a tourné d'un mois à l'autre autour de 82 %.



## Confidentialité des données

La Loi de l'ISQ impose notamment :

- ◆ aux répondants, de fournir l'information demandée;
- ◆ à l'ISQ, de garantir la confidentialité de l'information fournie par le répondant.

Seuls les employés de l'ISQ ont accès aux données individuelles. Elles ne peuvent être transmises à quiconque.

## Fiabilité des résultats

Puisque les résultats de l'enquête sont établis à partir des réponses d'un échantillon de répondants, ils sont entachés d'une certaine imprécision. Le degré de fiabilité est cependant mesurable à l'aide, entre autres, du coefficient de variation (CV). Plus le CV est élevé, moins fiable est l'estimation et vice versa.

Les normes généralement utilisées stipulent qu'une estimation dont le CV s'avère inférieur à 15,0 % peut être utilisée sans réserve, qu'une estimation dont le CV oscille entre 15,1 % et 25,0 % doit être utilisée avec prudence et, enfin, qu'une estimation dont le CV est supérieur à 25,0 % ne devrait pas être utilisé.

## Coefficients de variation 1999

Région touristique	Chambres disponibles		Chambres occupées		Taux d'occupation moyen	
	Février	Juillet	Février	Juillet	Février	Juillet
Îles-de-la-Madeleine	10,9	0,3	12,1	2,0	9,8	2,0
Gaspésie	6,0	0,0	11,3	4,0	9,9	4,0
Bas-Saint-Laurent	2,6	2,3	4,0	4,8	4,1	3,4
Région de Québec	1,1	0,5	3,2	2,7	2,9	2,7
Québec (CUQ)	1,1	0,1	3,0	3,0	2,6	3,0
Charlevoix	5,4	0,3	13,3	4,0	13,6	3,9
Chaudière-Appalaches	3,2	1,3	8,8	5,8	8,6	5,8
Mauricie-Bois-Francs	1,4	1,1	5,3	3,8	5,3	3,6
Cantons-de-l'Est	2,8	0,6	5,3	3,8	4,9	3,9
Montérégie	0,9	1,7	8,4	4,9	8,3	4,6
Lanaudière	2,2	3,5	5,8	5,2	5,1	4,3
Laurentides	0,8	2,1	5,0	4,4	4,7	3,4
Montréal (CUM)	0,8	0,8	2,0	1,7	1,8	1,2
Montréal (RMR)	0,6	0,6	2,0	1,5	1,8	1,2
Outaouais	0,4	1,0	4,0	4,8	4,1	4,9
Abitibi-Témiscamingue	0,9	2,8	12,9	8,9	13,3	8,7
Saguenay-Lac Saint-Jean	3,4	0,1	7,0	8,3	6,2	8,3
Manicouagan	4,1	0,0	11,3	4,4	10,2	4,4
Duplessis	0,3	1,0	3,2	3,8	3,3	3,6
Nord-du-Québec	0,2	0,5	6,6	3,0	6,6	3,0
Laval	0,0	0,0	2,9	1,7	2,9	1,7
Ensemble du Québec	0,5	0,4	1,3	1,1	1,2	0,9

## Modifications apportées à l'enquête et comparabilité des données

Au fil des années, les objectifs de l'enquête et les méthodes ont fait l'objet de modifications et d'ajouts.

- ◆ Ajout de Lanaudière dans le groupe des régions touristiques sondées au cours des douze mois de l'année (octobre 1986).
- ◆ Extension de la période d'enquête à douze mois par année à l'ensemble des régions touristiques (juin 1987).
- ◆ Ajout de nouvelles variables à mesurer : le nombre moyen de personnes par chambre occupée et le prix de location moyen des chambres (septembre 1988).
- ◆ Addition d'une nouvelle région touristique : Laval (septembre 1988).
- ◆ Mise à jour mensuelle de l'univers permettant de tenir compte des ouvertures et des fermetures d'établissements. L'ancienne méthode permettait uniquement de tenir compte des fermetures sur une base annuelle (juin 1994).
- ◆ Introduction d'un nouvel estimateur visant à améliorer la stabilité des données chronologiques (avril 1998).

Compte tenu des modifications apportées, il n'est pas toujours possible de comparer les données dans le temps.

En effet, l'adoption d'un nouveau découpage territorial pour certaines régions touristiques a rendu les données de 1990 non comparables à celles des années antérieures. De plus, les modifications apportées en 1999 provoquent une coupure dans les données. Ainsi, les résultats qui ont trait aux nombres de chambres disponibles et occupées de mai 1998 à décembre 1999 ne sont pas comparables aux données précédentes.

## Bibliographie

**Commission canadienne du tourisme.** *Plan de marketing stratégique, 2000-2001*, « Tourisme intérieur au Canada », 22 p.

**Dufresne, Dumas, Mizoguchi Associés et al.** *Plan stratégique marketing 2000-2005. Rapport, diagnostic et orientations stratégiques*, Document de travail, avril 1999, 317 p.

**Dufresne, Dumas, Mizoguchi Associés et al.** *Stratégie marketing 2000-2005 : Diagnostic et orientations stratégiques*, Document de travail, octobre 1999, 109 p.

**Maison de la France.** *Stratégie Marketing 1999-2001*, « Canada ».

**Statistique Canada.** *Enquête sur les voyages des Canadiens*, catalogue n° 87-212.

**Statistique Canada.** *Enquête sur les voyages internationaux*, catalogue n° 66-201.