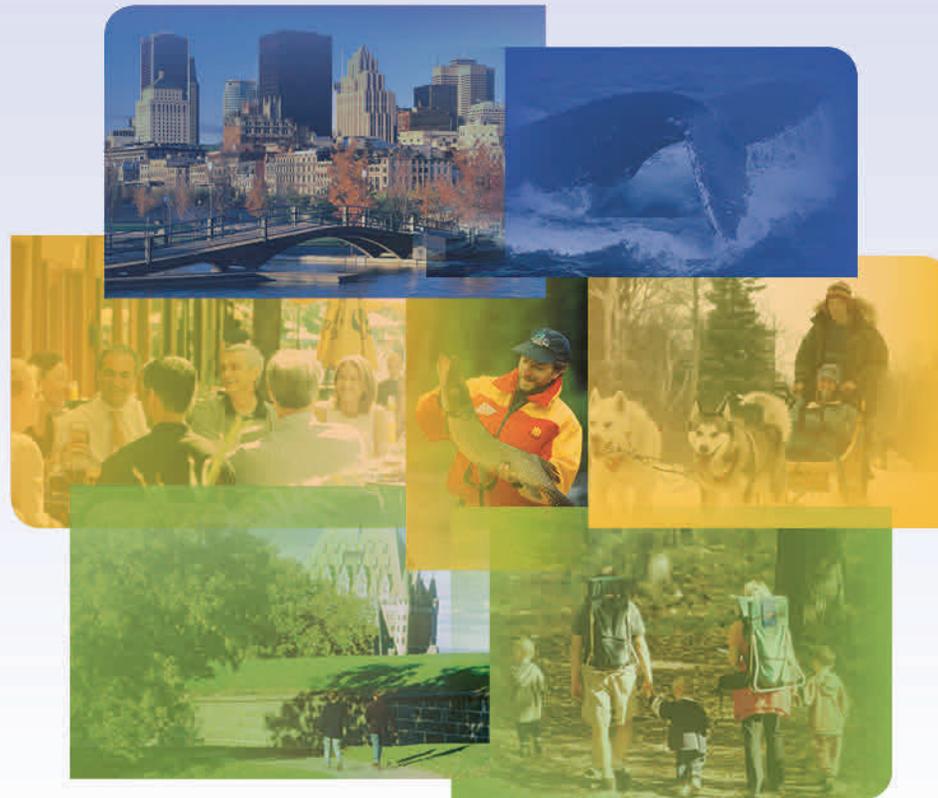


PROFIL STATISTIQUE

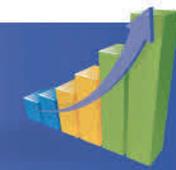
Marché des États-Unis d'Amérique



Direction des connaissances stratégiques en tourisme

Tourisme Québec

Mars 2013



Coordination

Jean Lamarre
Direction des connaissances stratégiques en tourisme
Tourisme Québec

Recherche, analyse et rédaction

Jean Lamarre
Direction des connaissances stratégiques en tourisme
Tourisme Québec

Collaboration

Ghislain Dumas et Geneviève Bélanger
Direction des connaissances stratégiques en tourisme
Tourisme Québec

Assistance technique

Luc Boivin
Direction des connaissances stratégiques en tourisme
Tourisme Québec

Collaboration spéciale

Direction des marchés
Tourisme Québec

Révision linguistique

Les publications du Québec

Pour de plus amples renseignements, consultez nos publications à l'adresse suivante :
www.bonjourquebec.com/mto/publications/index.php

© Tourisme Québec

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2013

Bibliothèque et Archives Canada, 2013

ISBN : 978-2-550-67370-5





TABLE DES MATIÈRES

Sommaire	4
1. Contexte économique et démographique	6
1.1 Données économiques	6
1.2 Données démographiques.....	8
2. Comportements de voyage des touristes américains dans le monde et au Canada	9
2.1 Les touristes américains dans le monde	9
2.2 Les touristes américains au Canada	10
2.3 Activités recherchées par les touristes américains	12
3. Les touristes américains au Québec.....	14
3.1 Performance du marché américain.....	14
3.2 Profil des touristes américains au Québec	16
3.3 Profil des touristes américains au Québec selon la région de démarchage	19
3.4 Les touristes américains dans les régions touristiques du Québec	22
4. Données sur le transport aérien	23
4.1 Sièges disponibles à bord des vols en provenance des États-Unis.....	23
4.2 Sièges occupés à bord des vols en provenance des États-Unis	25
Références	26
Définitions	27
Annexe	28



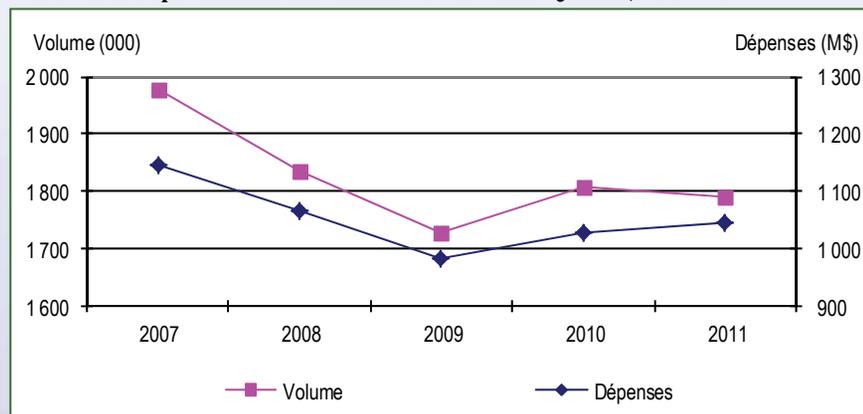


SOMMAIRE

Économie et démographie

- Les États-Unis représentent la première puissance économique mondiale mais ils occupent le neuvième rang après répartition de la valeur du PIB par habitant.
- À l'exemple des autres pays industrialisés, les États-Unis sont actuellement en processus de rééquilibrage budgétaire. Il en sera sans doute de même pour les années à venir. Par ailleurs, les prévisions jusqu'en 2015 font ressortir que le PIB devrait poursuivre sa progression alors que le taux de chômage va évoluer en se résorbant au fil des ans.
- La population américaine devrait croître de 9,0 % entre 2011 et 2021, seul le groupe des 45-54 ans verra ses effectifs diminuer de 9,0 % alors que le groupe des 65 ans et plus va augmenter de 36,1 %.

Volume et dépenses des touristes américains au Québec, 2007-2011

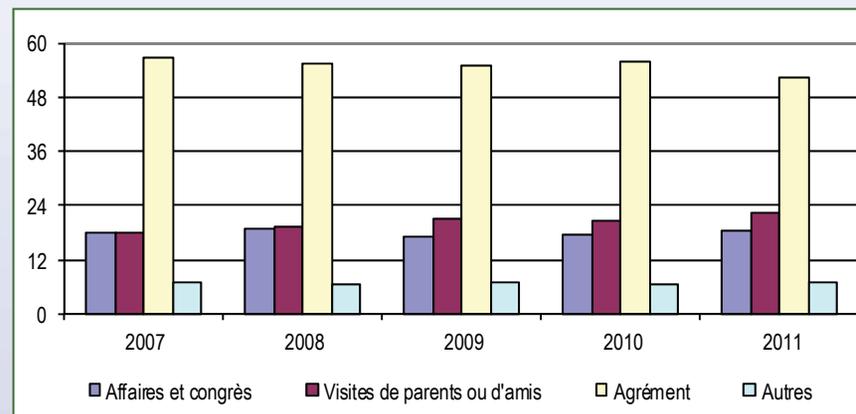


Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

Les touristes américains au Québec

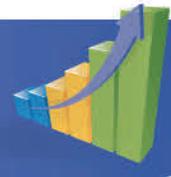
- Le nombre de touristes américains à visiter le Québec a légèrement diminué de 1,0 % en 2011 alors que celui des touristes en provenance des autres marchés ciblés et des autres pays a été en croissance. Au total, le nombre de touristes internationaux a progressé de 2,8 % en 2011 comparativement à 2010.
- La baisse des voyages d'agrément en 2011 explique la baisse de 1,0 % des touristes américains observée au total au Québec, tous buts de voyage confondus.
- Les voyages d'agrément constituent le premier but de voyage pour tous les touristes en provenance des diverses régions de démarchage. Cependant, plus on s'éloigne du Québec, plus ce but de voyage tend à décroître en proportion au profit des voyages pour affaires et congrès.

Répartition du nombre de touristes américains au Québec selon le but de voyage (%), 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

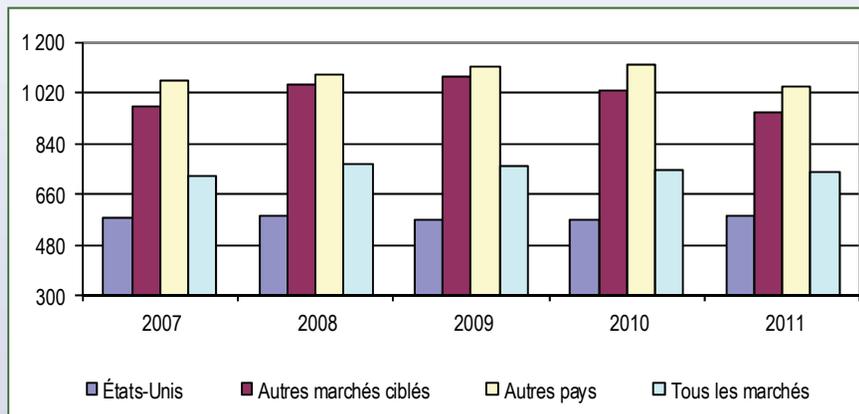




- La répartition des touristes américains selon le groupe d'âge fait ressortir qu'ils ont plus de 45 ans pour près de 60 % d'entre eux et qu'ils se répartissent de manière quasi équivalente dans les trois groupes d'âge que sont les 45-54 ans, les 55-64 ans et les 65 ans et plus.
- La durée de séjour des touristes américains est la plus courte de tous les touristes internationaux qui viennent au Québec mais la dépense moyenne par nuitée équivaut au double environ de celle des autres touristes internationaux. Cette différence s'explique en partie du fait que les touristes américains vont davantage à l'hôtel que les autres touristes internationaux.
- Les touristes américains au Canada qui privilégient le Québec se distinguent par l'intérêt qu'ils portent aux villes débordant de vie à proximité de la nature et à la culture urbaine. Montréal apparaît comme la destination la plus prisée par les voyageurs américains, quelle que soit leur région d'origine.

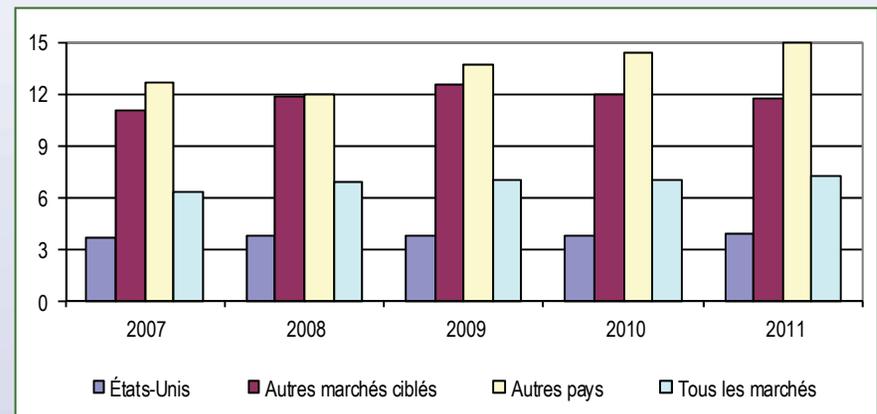
- Le Québec, à l'instar de l'Ontario, attire davantage que le reste du Canada les parents qui ont de jeunes enfants pour des vacances en famille.
- Deux régions de démarchage regroupent près des deux tiers de tous les sièges disponibles à bord des vols directs en direction du Québec : la région de l'Atlantique Centre (32,7 %) et celle du Sud (31,7 %).
- Toutefois, en effectuant le cumul des passagers à bord des vols directs et indirects, la région du Sud arrive largement en tête avec 41,6 % de tous les passagers. Et c'est la région de l'Ouest qui arrive maintenant en deuxième place avec 22,9 % de tous les passagers, suivie de l'Atlantique Centre avec 19,3 %.

Dépenses moyennes par séjour des touristes internationaux au Québec (\$), 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

Durée moyenne de séjour des touristes internationaux au Québec (jours), 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)





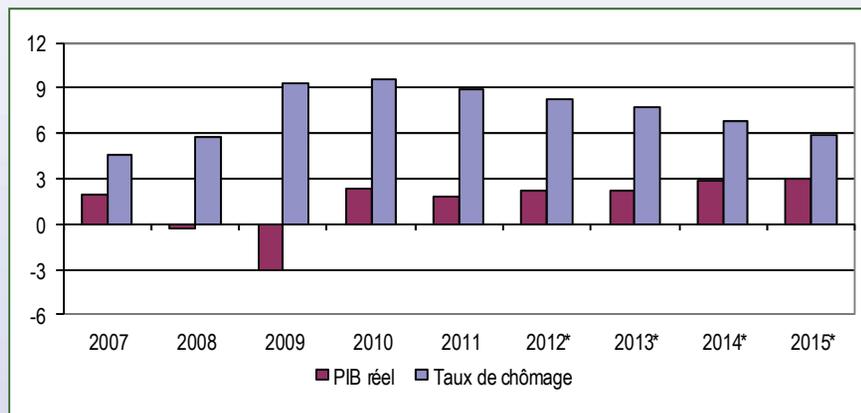
1. CONTEXTE ÉCONOMIQUE ET DÉMOGRAPHIQUE

1.1 Données économiques

Les États-Unis représentent la première puissance économique mondiale mais ils occupent le neuvième rang après répartition de la valeur du PIB par habitant.

À l'exemple des autres pays industrialisés, les États-Unis sont actuellement en processus de rééquilibrage budgétaire. Il devrait en être de même pour les années à venir. Selon les services économiques de la Banque Royale du Canada, « malgré l'embellie de plusieurs rapports économiques à la fin de l'été, les inquiétudes suscitées par le resserrement budgétaire à venir garderont la croissance à un niveau modéré, une accélération de l'économie étant attendue lorsque l'issue de ces questions politiques se précisera.

Figure 1.1.1
Variation du PIB réel et évolution du taux de chômage aux États-Unis (%), 2007-2015



* Prévisions

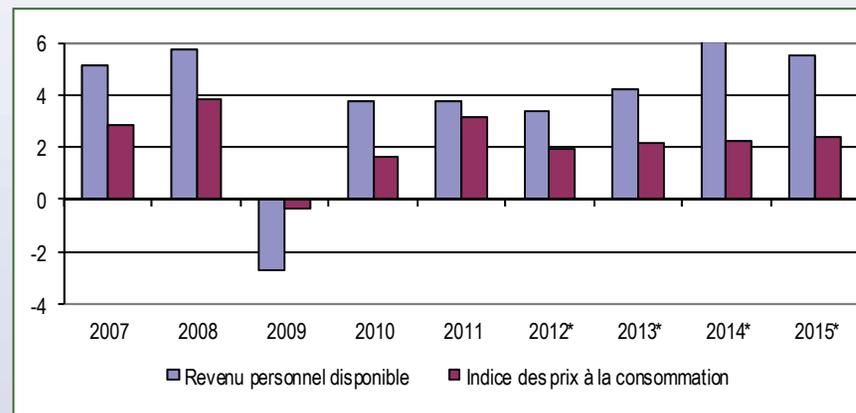
Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007 à 2015 (mise à jour du 3 octobre 2012)

Comme il est peu probable que l'économie américaine s'affranchisse rapidement des inquiétudes qui entourent les déséquilibres budgétaires, le taux d'expansion devrait rester médiocre à court terme. En revanche, les investissements des entreprises bénéficient de solides assises de croissance. »

Selon la Conférence Board du Canada, les touristes qui voyageront au Canada en 2013 le feront dans un contexte où le taux de change sera défavorable et le prix de l'essence relativement élevé. Le climat d'incertitude économique va se poursuivre et la confiance des consommateurs demeurera limitée.

Les prévisions jusqu'en 2015 font ressortir une amélioration de la situation : le PIB aux États-Unis devrait poursuivre sa croissance alors que le taux de chômage va évoluer en se résorbant au fil des ans.

Figure 1.1.2
Variation du revenu personnel disponible et de l'indice des prix à la consommation aux États-Unis (%), 2007-2015



* Prévisions

Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007 à 2015 (mise à jour du 3 octobre 2012)



1. Contexte économique et démographique

1.1 Données économiques



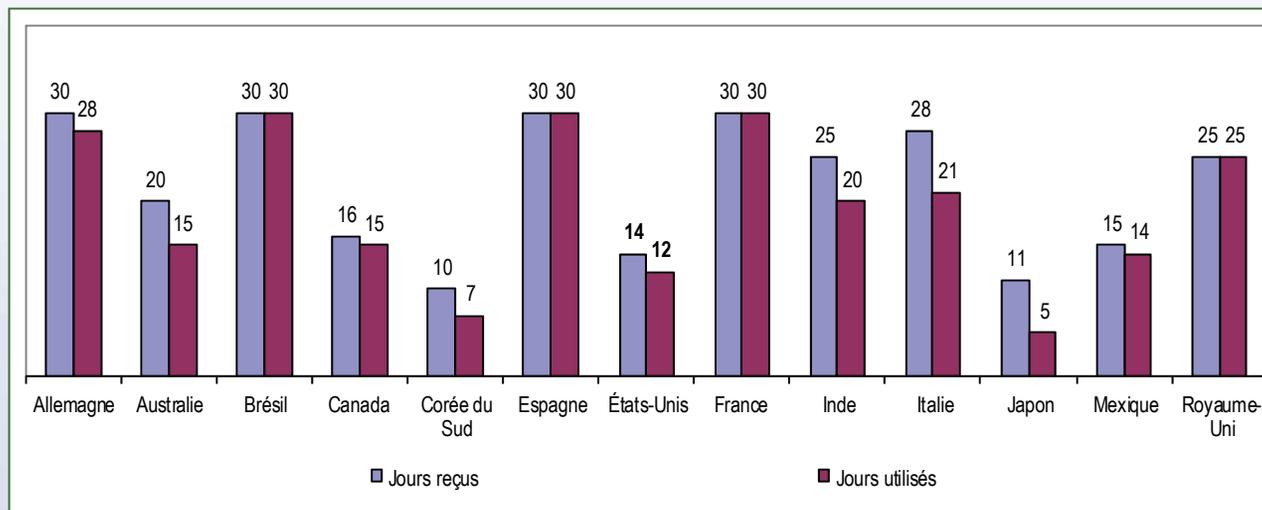
Quant au revenu personnel disponible, il va croître à compter de 2013 tandis que l'inflation va demeurer contenue à l'intérieur d'une même fourchette.

Par ailleurs, la détérioration récente des statistiques économiques mondiales a entraîné de nouvelles modifications aux prévisions qui sont revues à la baisse.

Le nombre de journées de congés payés varie d'un pays à l'autre. Les pays européens – ainsi que le Brésil – dominent le classement quant au nombre de journées de vacances octroyées par les employeurs. En 2011, les travailleurs américains ont eu en moyenne 14 jours de vacances, dont 2 n'ont pas été pris.

Les enquêtes à ce sujet font ressortir que, pour les Américains – à la différence des Européens et des Brésiliens – un congé payé représente un luxe plutôt qu'une composante essentielle qui découle naturellement du fait d'occuper un emploi. Il faut dire que les États-Unis sont le seul pays développé qui ne dispose d'aucun environnement légal garantissant des vacances ou des jours fériés payés à leurs salariés.

Figure 1.1.3
Nombre de jours de congé annuels reçus et utilisés pour les marchés ciblés et le Canada, 2011



Note : Aucune donnée disponible pour la Belgique, la Chine et la Suisse

Source : Expedia, *Expedia.com 2011 Vacation Deprivation Study*, Enquête menée auprès de 7 803 répondants dans 20 pays, entre le 19 septembre et le 9 octobre 2011



1. Contexte économique et démographique

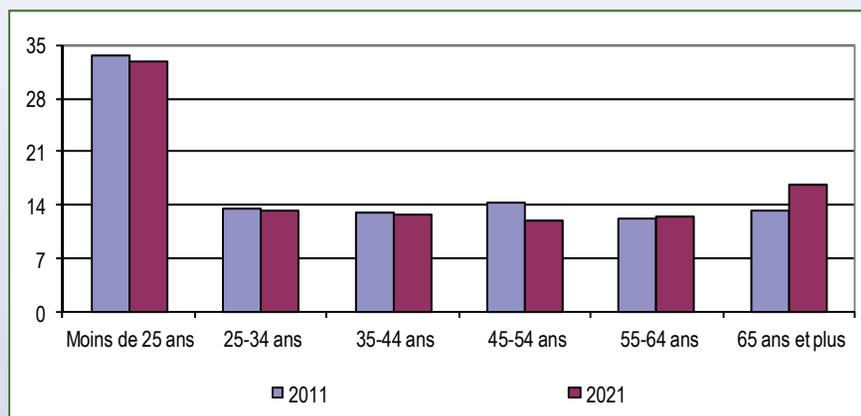


1.2 Données démographiques

La population américaine devrait croître de 9,0 % entre 2011 et 2021 pour passer de 312 à 340 millions d'habitants. Le groupe des 45-54 ans verra ses effectifs diminuer de 9,0 % alors que tous les autres groupes d'âge vont croître, en particulier le groupe des 65 ans et plus avec 36,1 % d'augmentation. Ce groupe d'âge représentera, en 2021, 16,6 % de la population américaine contre 13,3 % actuellement.

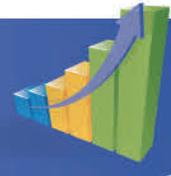
En 2011, la croissance de la population américaine résulte à 69 % de l'accroissement naturel de la population et à 31 % de l'apport migratoire.

Figure 1.2.1
Répartition de la population américaine selon le groupe d'âge (%),
2011 et 2021



Source : US Census Bureau, International Data Base, 2011 et 2021
(données extraites le 3 juillet 2012)





2. COMPORTEMENTS DE VOYAGE DES TOURISTES AMÉRICAINS DANS LE MONDE ET AU CANADA

2.1 Les touristes américains dans le monde

Entre 2007 et 2011, le nombre de voyages internationaux des touristes américains a progressé de 1,6 %.

Les destinations européennes et américaines sont demeurées à peu près au même niveau qu'en 2007 alors que les autres destinations mondiales ont connu une progression importante, en particulier celle de l'Asie-Pacifique, tant en volume qu'en pourcentage.

En 2011, le Canada représente la 2^e destination long-courrier¹ des touristes américains. Le Canada n'est devancé que par le Mexique et il est immédiatement suivi par Porto-Rico qui a le statut d'État libre associé aux États-Unis et avec qui il partage la même monnaie.

Entre 2007 et 2011, le nombre de touristes américains à venir au Canada a diminué de 13,8 %.

Figure 2.1.1
Répartition des touristes américains dans le monde (%), 2007 et 2011



Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007 et 2011 (mise à jour du 30 mai 2012)

Tableau 2.1.1
Principales destinations long-courriers visitées par les touristes américains (000), 2007, 2010 et 2011

Destination	2007		2010		2011		Δ (%)	
	Visites	%	Visites	%	Visites	%	2011/2010	2011/2007
Total	79 795	100,0	78 123	100,0	81 048	100,0	3,7	1,6
Mexique	19 425	24,3	20 143	25,8	19 362	23,9	-3,9	-0,3
Canada	13 375	16,8	11 749	15,0	11 533	14,2	-1,8	-13,8
Porto Rico	2 867	3,6	3 046	3,9	3 281	4,0	7,7	14,4
France	3 399	4,3	2 914	3,7	3 163	3,9	8,5	-6,9
Italie	2 437	3,1	2 327	3,0	2 927	3,6	25,8	20,1
Royaume-Uni	3 551	4,4	2 711	3,5	2 854	3,5	5,3	-19,6
Allemagne	2 123	2,7	2 206	2,8	2 179	2,7	-1,2	2,6
Chine	1 901	2,4	2 010	2,6	2 024	2,5	0,7	6,5
République Dominicaine	1 100	1,4	1 220	1,6	1 376	1,7	12,8	25,1
Jamaïque	1 133	1,4	1 243	1,6	1 303	1,6	4,8	15,0
Autres destinations	28 484	35,7	28 554	36,5	31 047	38,3	8,7	9,0

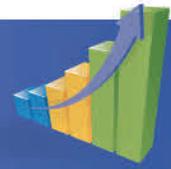
Δ : Variation

Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007, 2010 et 2011 (mise à jour du 30 mai 2012)

¹ Selon les critères définis par la Veille touristique mondiale de la Commission canadienne du tourisme, lorsque le marché d'origine est les États-Unis, la destination d'un trajet long-courrier doit se situer à l'extérieur des États-Unis.



2. Comportements de voyage des touristes américains dans le monde et au Canada



2.2 Les touristes américains au Canada

En 2011, le nombre de touristes américains au Canada ainsi que les dépenses ont légèrement diminué par rapport à l'année antérieure. Cette légère décroissance s'observe partout au Canada, à l'exception du Québec, où les dépenses des touristes américains ont crû de 1,4 %.

La part québécoise du marché américain quant au nombre de touristes est passée de 14,2 %, en 2010, à 14,4 % 2011. La part québécoise des dépenses a également été à la hausse, passant de 16,4 % à 17,0 %.

Tableau 2.2.1

Les touristes américains au Canada selon la province de destination (en visites-province), 2007-2011

Province de destination	2007		2008		2009		2010		2011		Δ (%) 2011/2010
	Volume (000)	%									
Canada	14 416	100,0	13 411	100,0	12 560	100,0	12 755	100,0	12 442	100,0	-2,5
Québec	1 979	13,7	1 837	13,7	1 727	13,8	1 809	14,2	1 791	14,4	-1,0
Ontario	6 568	45,6	6 210	46,3	5 770	45,9	5 719	44,8	5 606	45,1	-2,0
Colombie-Britannique	3 410	23,7	3 147	23,5	2 899	23,1	2 986	23,4	2 927	23,5	-2,0
Autres provinces et territoires	2 459	17,1	2 217	16,5	2 164	17,2	2 242	17,6	2 119	17,0	-5,5

Δ : Variation

 Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

Tableau 2.2.2

Les dépenses des touristes américains au Canada selon la province de destination (en visites-province), 2007-2011

Province de destination	2007		2008		2009		2010		2011		Δ (%) 2011/2010
	Dépenses (M\$)	%									
Canada	7 011	100,0	6 583	100,0	6 087	100,0	6 292	100,0	6 133	100,0	-2,5
Québec	1 147	16,4	1 067	16,2	984	16,2	1 029	16,4	1 044	17,0	1,4
Ontario	2 798	39,9	2 661	40,4	2 419	39,7	2 452	39,0	2 378	38,8	-3,0
Colombie-Britannique	1 668	23,8	1 567	23,8	1 424	23,4	1 529	24,3	1 476	24,1	-3,4
Autres provinces et territoires	1 399	19,9	1 288	19,6	1 260	20,7	1 282	20,4	1 235	20,1	-3,7

Δ : Variation

 Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)


2. Comportements de voyage des touristes américains dans le monde et au Canada

2.2 Les touristes américains au Canada

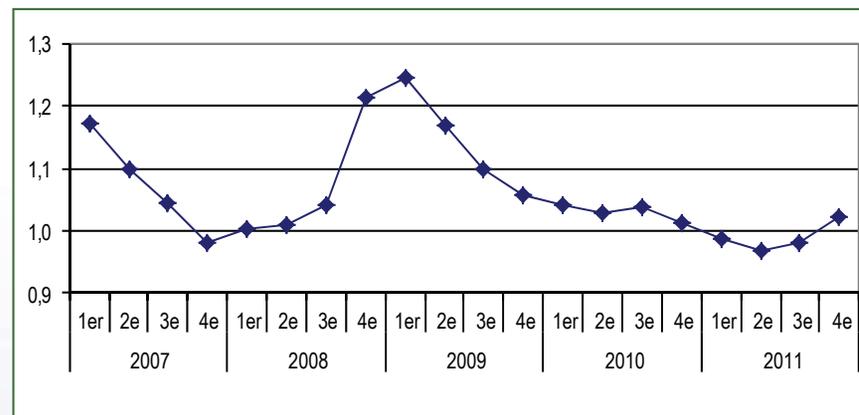


Environ deux tiers des touristes américains (64,1 %) ont visité le Québec au cours de la saison estivale tandis que 35,9 % d'entre eux l'ont fait au cours de la saison hivernale 2010-2011. On constate que, comparativement au reste du Canada, les touristes américains viennent proportionnellement plus au Québec au cours des mois de la saison hivernale (novembre à avril) qu'estivale (mai à octobre).

La valeur du dollar américain, après avoir atteint un sommet des cinq dernières années au premier trimestre de 2009 a commencé à perdre de la valeur pour osciller, en 2011, autour de la parité avec le dollar canadien.

Selon l'étude *Veille touristique mondiale* de la Commission canadienne du tourisme (CCT), c'est l'attrait qu'exercent les autres destinations, plus que le coût, qui représente le principal obstacle aux voyages des touristes américains au Canada.

Figure 2.2.1
Valeur du dollar américain exprimée en dollar canadien (moyenne trimestrielle), 2007-2011



Source : Banque du Canada, Taux de change, 2007 à 2011 (données extraites le 2012-08-22)

Tableau 2.2.3

Entrées des touristes américains à la frontière du Canada selon la saison et la province d'entrée, novembre 2010 à octobre 2011

Saison	Canada		Québec		Ontario		Colombie-Britannique		Autres provinces et territoires	
	Volume	%	Volume	%	Volume	%	Volume	%	Volume	%
Novembre 2010 à octobre 2011	11 570 384	100,0	1 556 118	100,0	5 667 664	100,0	2 829 202	100,0	1 517 400	100,0
Saison hivernale ¹	3 505 644	30,3	558 876	35,9	1 745 164	30,8	863 787	30,5	337 817	22,3
Saison estivale ²	8 064 740	69,7	997 242	64,1	3 922 500	69,2	1 965 415	69,5	1 179 583	77,7

1. La saison hivernale chevauche deux années civiles et s'étend de novembre à avril.

2. La saison estivale s'étend de mai à octobre d'une même année civile.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux : dénombrement à la frontière*, 2010 et 2011 (compilation spéciale)



2. Comportements de voyage des touristes américains dans le monde et au Canada



2.3 Activités recherchées par les touristes américains²

Les touristes américains recherchent les activités étroitement associées au mode de vie local, c'est-à-dire à ce qui confère une identité unique au lieu qu'ils visitent : ses attractions historiques et culturelles, son mode de vie, les saveurs régionales. Ils apprécient également, mais à un degré légèrement moindre, tout ce qui se rapporte aux activités et au caractère trépidant de la vie urbaine ainsi qu'à la nature.

Les voyageurs au Canada qui privilégient le Québec se distinguent par l'intérêt qu'ils portent aux villes débordant de vie à proximité de la nature et à la culture urbaine. Montréal apparaît comme la destination la plus prisée par les voyageurs américains, quelle que soit leur région d'origine. Le Québec, à l'instar de l'Ontario, attire davantage que le reste du Canada les parents qui ont de jeunes enfants pour des vacances en famille.

Comparé aux six pays concurrents déterminés par le programme de *Veille touristique mondiale* (Allemagne, Italie, France, Royaume-Uni, Australie, Mexique), le Canada occupe le premier rang dans la perception des touristes américains à l'égard des principales activités recherchées suivantes :

- Admirer la beauté des paysages
- Visiter des parcs nationaux et des zones protégées

L'Australie apparaît comme le principal concurrent du Canada en ce qui concerne les activités associées à la nature et à la proximité qu'elle entretient avec les zones urbaines, le Canada se classant au deuxième rang juste derrière ce pays pour les activités recherchées suivantes :

- Observer la faune dans son environnement naturel
- Explorer la nature à proximité d'une ville cosmopolite
- Explorer des villes débordant de vie à proximité de la nature

Le Canada occupe également le premier rang dans la perception des touristes américains pour quatre autres activités recherchées. Toutefois, celles-ci se situent au bas de la liste au chapitre de l'intérêt, les trois premières n'étant recherchées que par 20 % à 30 % des touristes américains :

- Participation à d'autres activités hivernales (20 %)
- Vacances de ski et de planche à neige (20 %)
- Voyages d'exploration d'une nuit ou plus sur l'eau (30 %)
- Expérience des centres de villégiature dans un cadre naturel (55 %)

Par ailleurs, les voyageurs du Sud des États-Unis sont plus susceptibles que ceux des autres régions d'être attirés par les activités hivernales au Canada alors que les voyageurs des États frontaliers sont davantage motivés par les activités urbaines, les points d'intérêt et le magasinage.

Enfin, le Canada occupe le 6e et le 7e rang, loin derrière l'Italie qui occupe le premier rang, dans la perception des touristes américains en ce qui a trait aux activités recherchées associées à ce qui confère une identité unique à un lieu et qui se situent toutes au sommet de la liste des touristes américains pour ce qui est de l'intérêt :

- Italie (1er rang)
 - ◇ Déguster les saveurs régionales (Canada : 7e rang)
 - ◇ Visite d'attractions historiques et culturelles (Canada : 7e rang)
 - ◇ Expérience du caractère unique et du mode de vie local du pays (Canada : 7e rang)
 - ◇ Expériences culturelles urbaines (Canada : 6e rang)

² Les activités recherchées sont des indicateurs qui ont été élaborés dans le cadre de l'étude *Veille touristique mondiale* menée par la Commission canadienne du tourisme. Elle vise à effectuer le suivi du positionnement de la marque nationale par rapport aux activités recherchées par les touristes et aux destinations concurrentes. Aux fins de l'étude, la population cible se compose de panels de résidents âgés de 18 ans ou plus qui ont fait, au cours des trois dernières années, un voyage d'agrément comprenant au moins une nuit dans un établissement d'hébergement payant, ou qui prévoient en faire un dans les deux prochaines années. Selon les pays concernés, l'échantillon est composé de 1 500 à 3 000 voyageurs internationaux ou long-courriers.





Tableau 2.3.1
Activités recherchées par les touristes américains, 2011

Importance accordée par le touriste	Activités recherchées	Positionnement concurrentiel du Canada
1	Admirer la beauté des paysages	1
2	Dégustation de saveurs régionales	7
3	Visite d'attractions historiques et culturelles	7
4	Expérience du caractère unique et des modes de vie locaux du pays	7
5	Visite de parcs nationaux et de zones protégées	1
6	Expériences culturelles urbaines	6
7	Activités urbaines (ex. : visite de points d'intérêt et magasinage)	6
8	Exploration de villes débordant de vie à proximité de la nature	2
9	Observation de la faune dans son environnement naturel	2
10	Exploration de la nature à proximité d'une ville cosmopolite	2

Source : Commission canadienne du tourisme, *Veille touristique mondiale - États-Unis Rapport sommaire - 2011*





3. LES TOURISTES AMÉRICAINS AU QUÉBEC

3.1 Performance du marché américain

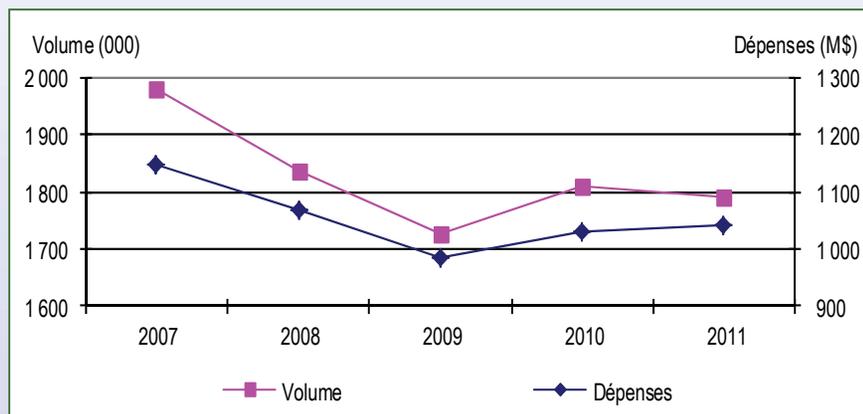
Le nombre de touristes américains à visiter le Québec a légèrement diminué de 1,0 % en 2011 alors que celui des touristes en provenance des autres marchés ciblés et des autres pays a connu une croissance importante. Au total, le nombre de touristes internationaux a progressé de 2,8 % en 2011 comparativement à 2010.

La part de marché des États-Unis du tourisme international au Québec est passée de 63,5 % en 2010 à 61,2 % en 2011.

Les dépenses totales des touristes américains au Québec ont augmenté de 1,4 % en 2011. Celles des touristes en provenance des autres marchés ciblés – dont plusieurs sont européens – sont demeurées au même niveau qu'en 2010. Les dépenses des autres pays ont augmenté pour leur part de 6,4 %.

Au cours des cinq dernières années, les dépenses des touristes américains ont eu tendance à suivre les variations du volume de touristes, à l'exception de 2011 où les dépenses ont augmenté alors que le volume de touristes américains diminuait légèrement.

Figure 3.1.1
Volume et dépenses des touristes américains au Québec, 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)



3. Les touristes américains au Québec

3.1 Performance du marché américain



Tableau 3.1.1

Les touristes internationaux au Québec selon le marché d'origine (en visites-province), 2007-2011

Année	États-Unis			Autres marchés ciblés			Autres pays			Tous les marchés		
	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)
2007	1 979	65,0		828	27,2		239	7,8		3 046	100,0	
2008	1 837	61,2	-7,2	881	29,3	6,4	285	9,5	19,3	3 003	100,0	-1,4
2009	1 727	63,5	-6,0	735	27,0	-16,6	259	9,5	-9,1	2 720	100,0	-9,4
2010	1 809	63,5	4,7	774	27,2	5,3	266	9,3	2,7	2 848	100,0	4,7
2011	1 791	61,2	-1,0	834	28,5	7,8	303	10,4	14,1	2 928	100,0	2,8

Δ : Variation annuelle

 Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

Tableau 3.1.2

Les dépenses des touristes internationaux au Québec selon le marché d'origine (en visites-province), 2007-2011

Année	États-Unis			Autres marchés ciblés			Autres pays			Tous les marchés		
	Dépenses (M\$)	%	Δ (%)	Dépenses (M\$)	%	Δ (%)	Dépenses (M\$)	%	Δ (%)	Dépenses (M\$)	%	Δ (%)
2007	1 147	52,0		804	36,5		253	11,5		2 204	100,0	
2008	1 067	46,4	-6,9	925	40,2	15,0	310	13,5	22,2	2 302	100,0	4,4
2009	984	47,7	-7,8	794	38,4	-14,2	287	13,9	-7,2	2 066	100,0	-10,3
2010	1 029	48,5	4,6	796	37,5	0,2	297	14,0	3,4	2 122	100,0	2,7
2011	1 044	48,4	1,4	795	36,9	0,0	316	14,7	6,4	2 156	100,0	1,6

Δ : Variation annuelle

 Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)


3. Les touristes américains au Québec



3.2 Profil des touristes américains au Québec

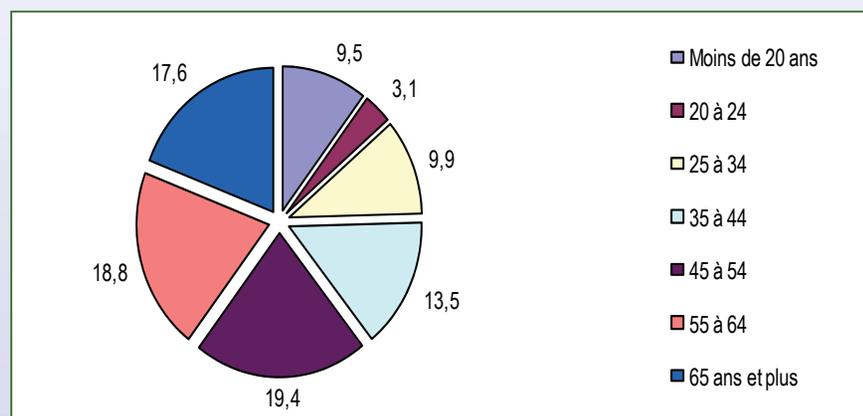
Groupe d'âge

La répartition des touristes américains selon le groupe d'âge fait ressortir qu'ils ont plus de 45 ans pour plus de 55 % d'entre eux alors qu'ils ne représentent que 39,9 % de la population. Par ailleurs, ces touristes américains se répartissent de manière quasi équivalente dans les trois groupes d'âge que sont les 45-54 ans, les 55-64 ans et les 65 ans et plus. En moyenne, on trouve 18,6 % des touristes américains dans chacun de ces groupes d'âge.

Composition du groupe

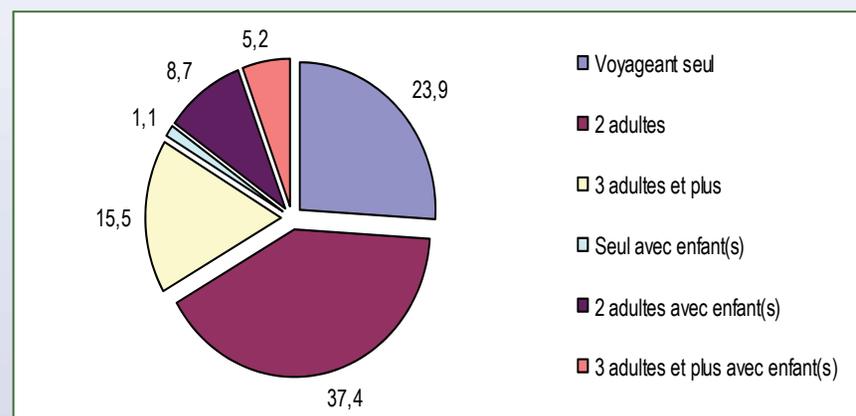
La majorité des touristes américains visitant le Québec sont des personnes seules (23,0 %) ou des groupes de deux adultes (37,4 %). Par ailleurs, les groupes de voyage comportant des enfants (15,5 %) sont surtout formés de deux adultes (8,7 %).

Figure 3.2.1
Répartition des touristes américains au Québec selon le groupe d'âge (%), 2011



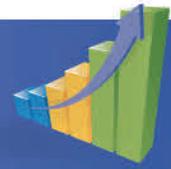
Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)

Figure 3.2.2
Répartition des touristes américains au Québec selon la composition du groupe de voyage (%), 2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)





But de voyage

Les voyages d'agrément constituent le principal but de voyage. En 2011, ils sont en baisse de 7,1 %. Par ailleurs, les voyages dont le but est les affaires ou la visite de parents ou d'amis sont, pour leur part, en croissance pour une troisième année d'affilée.

La baisse des voyages d'agrément en 2011 explique la baisse de 1,0 % des touristes américains observée au total, tous buts de voyage confondus.

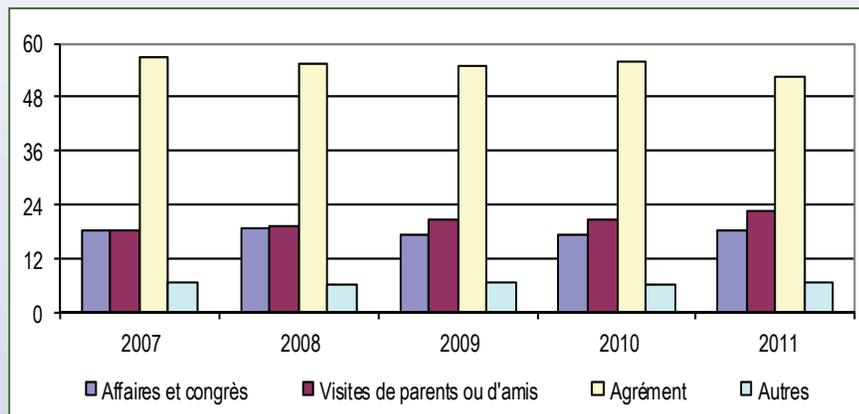
Durée de séjour et dépenses

La durée de séjour des touristes américains est la plus courte de tous les touristes internationaux qui viennent au Québec. La durée de séjour moyen d'un touriste américain représente environ le tiers de celle des touristes des autres marchés ciblés et le quart de celle des touristes des autres pays.

Toutefois, la dépense moyenne par nuitée des touristes américains équivaut au double environ de celle des autres touristes internationaux.

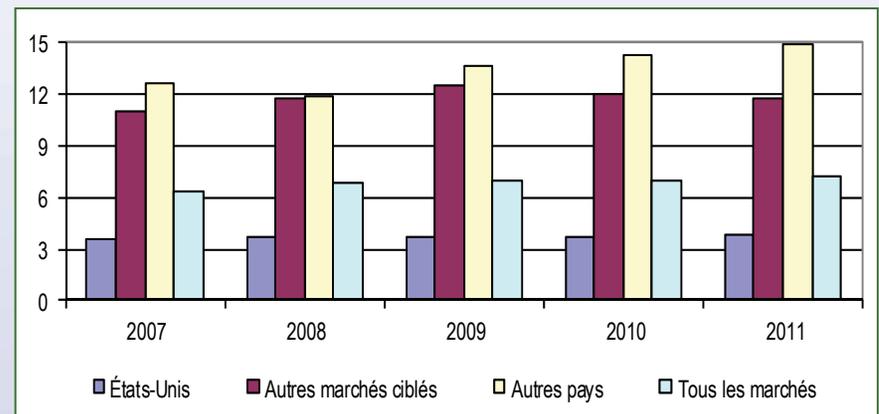
Cette différence sur le plan des dépenses moyennes par nuitée selon la provenance du touriste s'explique en partie du fait que les touristes américains vont davantage à l'hôtel que les autres touristes internationaux qui privilégient d'autres formes d'hébergement non commerciales, notamment la résidence de parents ou d'amis. En 2011, 45,5 % des touristes américains ont opté pour l'hôtel comme mode d'hébergement contre 15,2 % pour les touristes en provenance des autres pays.

Figure 3.2.3
Répartition du nombre de touristes américains au Québec selon le but de voyage (%), 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

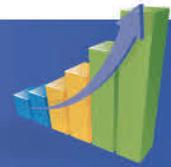
Figure 3.2.4
Durée moyenne de séjour des touristes internationaux au Québec (jours), 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)



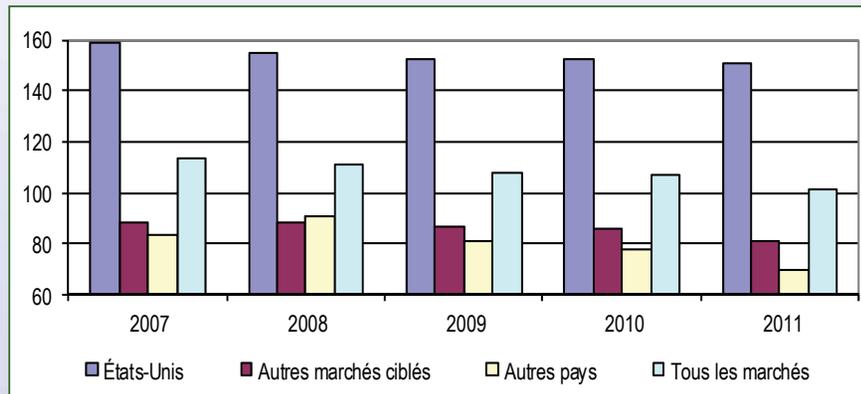
3. Les touristes américains au Québec
3.2 Profil des touristes américains au Québec



La dépense moyenne par nuitée d'un touriste américain s'établit à 151 \$ alors qu'elle est de 81 \$ pour les touristes en provenance des autres marchés ciblés et de 70 \$ pour ceux des autres pays.

Les dépenses moyennes par séjour des touristes américains et des autres touristes internationaux sont demeurées assez stable de 2007 à 2011. De même, la durée moyenne de séjour n'a pas varié de manière importante au cours de cette même période, sauf pour les touristes en provenance des autres pays dont la durée moyenne du séjour est en croissance depuis 2009.

Figure 3.2.5
Dépenses moyennes par nuitée des touristes internationaux au Québec (\$), 2007-2011



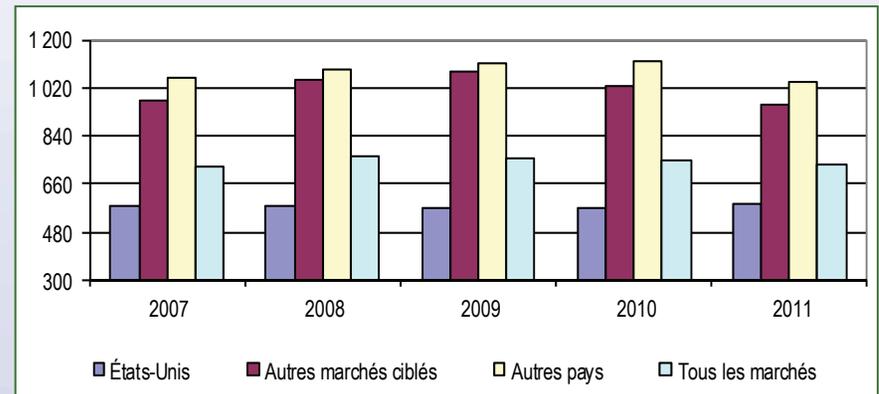
Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

Tableau 3.2.1
Les touristes internationaux au Québec selon le mode d'hébergement (nuitées en visites-province), 2011

Mode d'hébergement	États-Unis		Autres pays	
	Volume (000)	%	Volume (000)	%
Total	6 935	100,0	14 375	100,0
Hôtel	3 155	45,5	2 184	15,2
Motel	233	3,4	152	1,1
Terrain de camping	94	1,4	116	0,8
Autre hébergement commercial	388	5,6	186	1,3
Total de l'hébergement commercial	3 870	55,8	2 637	18,3
Résidence de parents ou d'amis	1 388	20,0	6 113	42,5
Autre et non précisé	1 678	24,2	5 624	39,1

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)

Figure 3.2.6
Dépenses moyennes par séjour des touristes internationaux au Québec (\$), 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)



3. Les touristes américains au Québec



3.3 Profil des touristes américains au Québec selon la région de démarchage

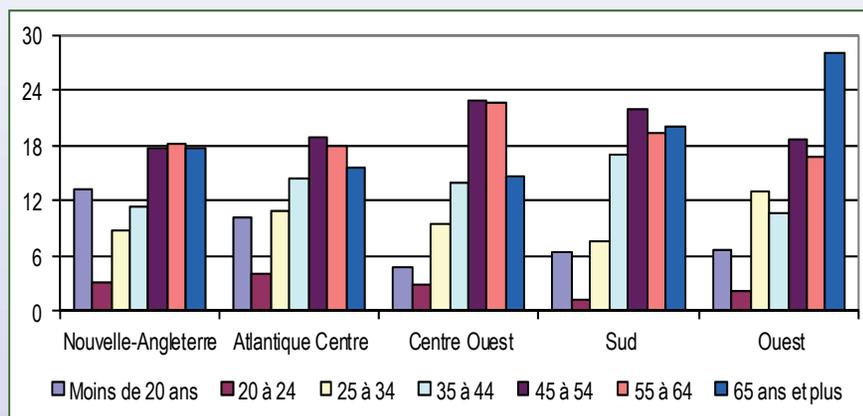
Groupe d'âge

La répartition des touristes américains selon le groupe d'âge et la région de démarchage fait ressortir que plus on s'éloigne du Québec, plus la proportion des 45 ans et plus tend à augmenter. On relève également que, dans la région du Centre-Ouest, le groupe des 45-54 ans et celui des 55-64 ans dominent avec 23 % pour chacun d'entre eux tandis que dans la région de l'Ouest, le groupe des 65 ans et plus est surreprésenté avec 28 %.

Composition du groupe de voyage

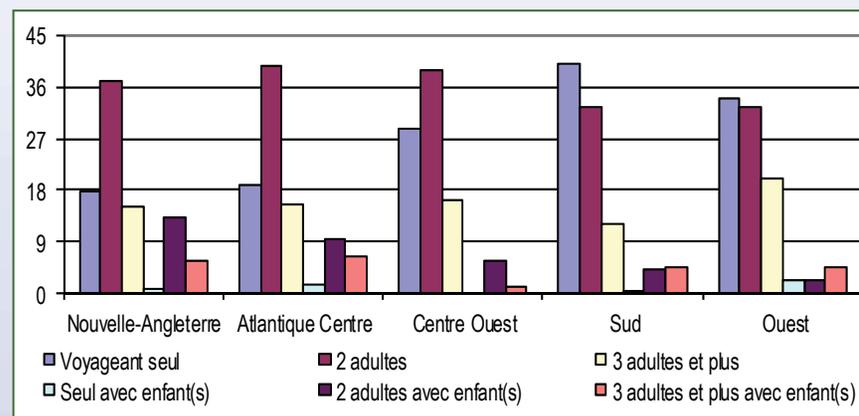
La répartition des touristes américains selon la composition du groupe et la région de démarchage met en relief que les touristes en provenance du Centre-Ouest, du Sud et de l'Ouest voyagent – en proportion – davantage seuls que ceux de la Nouvelle-Angleterre ou de l'Atlantique Centre. Inversement, on trouve une proportion plus élevée de deux adultes voyageant avec un ou deux enfants dans ces deux dernières régions de démarchage, comparativement aux trois autres. Il faut voir que les buts de voyage ne se répartissent pas de la même manière selon les régions de démarchage.

Figure 3.3.1 Répartition des touristes américains au Québec selon la région de démarchage et le groupe d'âge (%), 2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)

Figure 3.3.2 Répartition des touristes américains au Québec selon la région de démarchage et la composition du groupe de voyage (%), 2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)



3. Les touristes français au Québec

3.3 Profil des touristes américains au Québec selon la région de démarchage



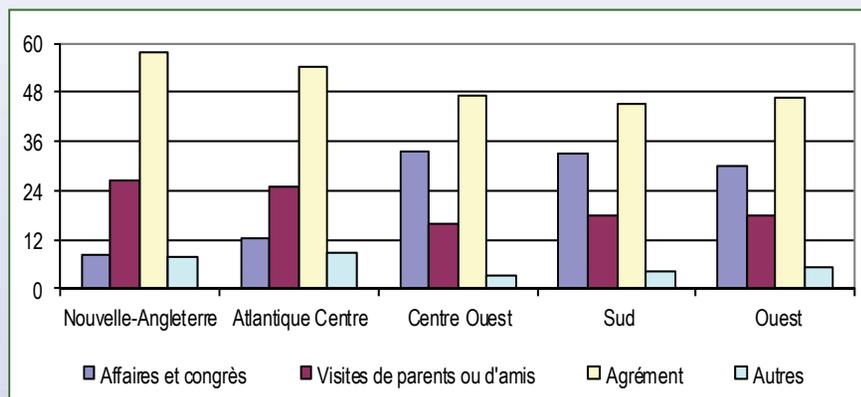
Selon le but de voyage

Le nombre de touristes a diminué dans trois régions de démarchage : l'Atlantique Centre (- 1,0 %), le Centre-Ouest (- 13,0 %) et le Sud (- 4,0 %). Il a augmenté dans la région de la Nouvelle-Angleterre (0,7 %) et, surtout, dans celle de l'Ouest (26,0 %). Dans cette dernière région, tous les buts de voyage sont en hausse, en particulier les voyages dont le but est l'agrément (32,6 %).

Les voyages d'agrément constituent le premier but de voyage pour tous les touristes en provenance des diverses régions de démarchage. Cependant, plus on s'éloigne du Québec, plus ce but de voyage tend à décroître en proportion au profit des voyages pour affaires et congrès.

Si les congrès et affaires représentent environ 10 % du but de voyage pour les touristes en provenance des régions de la Nouvelle-Angleterre et de l'Atlantique Centre, dans les trois autres régions de démarchage cette proportion se situe à environ 30 %.

Figure 3.3.3 Répartition du nombre de touristes américains au Québec selon la région de démarchage et le but de voyage (%), 2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)

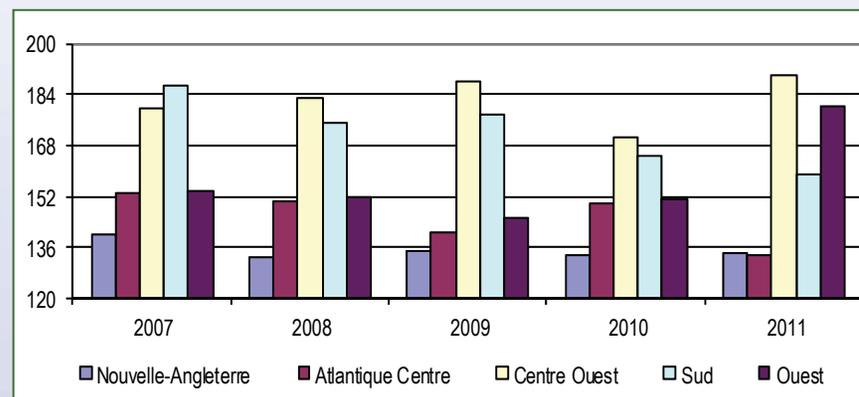
Dépenses et durée du séjour

Les dépenses moyennes par nuitée des touristes en provenance de la Nouvelle-Angleterre et de l'Atlantique Centre sont similaires. Les dépenses moyennes par séjour ne diffèrent que par la durée du séjour, la région de la Nouvelle-Angleterre étant la région où la durée de séjour est la plus courte (2,8 jrs) de toutes les régions de démarchage.

Les dépenses moyennes par nuitée des touristes en provenance du Centre-Ouest, du Sud et surtout de l'Ouest sont plus élevées que pour les deux autres régions, la durée de séjour également. Les dépenses moyennes par séjour sont donc plus élevées dans le cas de ces trois régions.

On constate également que les touristes américains en provenance du Centre-Ouest, et en particulier de l'Ouest, optent davantage pour l'hôtel comme mode d'hébergement.

Figure 3.3.4 Dépenses moyennes par nuitée des touristes américains au Québec selon la région de démarchage (\$), 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)



3. Les touristes français au Québec

3.3 Profil des touristes américains au Québec selon la région de démarchage

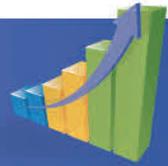
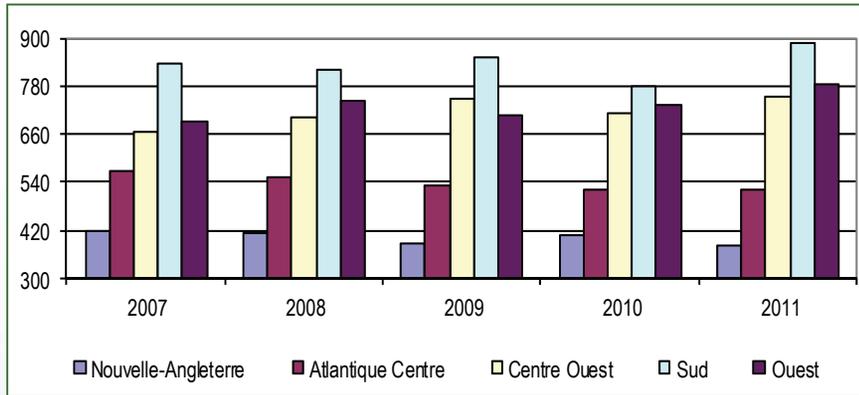
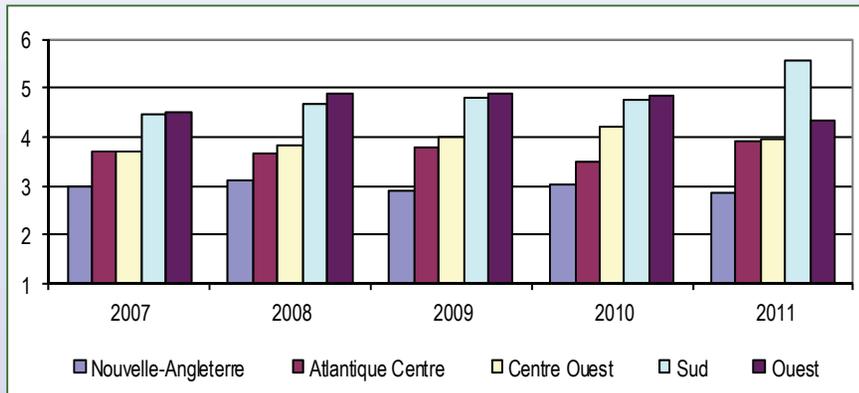


Figure 3.3.5
Dépenses moyennes par séjour des touristes américains au Québec selon la région de démarchage (\$), 2007-2011



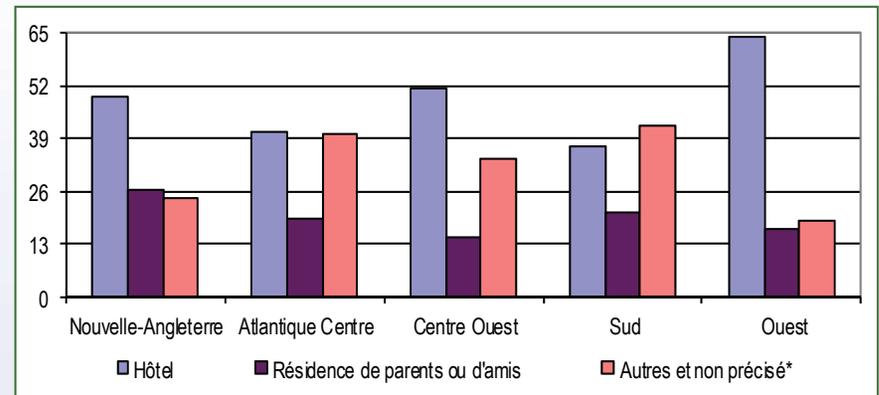
Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

Figure 3.3.6
Durée moyenne de séjour des touristes américains au Québec selon la région de démarchage (jours), 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

Figure 3.3.7
Répartition des touristes américains au Québec selon le mode d'hébergement et la région de démarchage (%), 2011



* Inclus les nuitées dans les motels, les terrains de camping et les autres types d'hébergement commercial

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)



3. Les touristes américains au Québec



3.4 Les touristes américains dans les régions touristiques du Québec

La répartition des visites-régions³ fait ressortir qu'en 2011, les touristes américains se concentrent surtout dans les régions touristiques urbaines, alors que 47,0 % des visites-régions ont été effectuées dans la région de Montréal et 25,4 % dans la région de Québec. Au total, les autres régions du Québec ont été l'objet de 27,6 % des visites-régions. On note toutefois que les régions jouxtant la frontière (Cantons-de-l'Est, Montérégie) ainsi que les Laurentides ont été visitées un peu plus que les autres régions par les touristes américains.

Ces proportions se comparent dans l'ensemble à ce que l'on observe pour les autres touristes internationaux, à la différence que les touristes en provenance des autres pays visitent davantage Montréal, au détriment de la région de Québec et des autres régions touristiques.

Tableau 3.4.1
Répartition des touristes internationaux au Québec selon la région touristique (en visites-régions), 2011

Région touristique	États-Unis		Autres marchés ciblés		Autres pays		Tous les marchés	
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%
Total	2 077	100,0	1 564	100,0	411	100,0	4 052	100,0
Région de Québec	527	25,4	438	28,0	79	19,2	1 044	25,8
Montréal	977	47,0	639	40,8	251	61,1	1 867	46,1
Autres régions	573	27,6	487	31,1	81	19,7	1 141	28,2

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)

³. Notons que, durant un voyage au Québec, un touriste peut faire plus d'une visite-région, soit une pour chaque région touristique visitée.





4. DONNÉES SUR LE TRANSPORT AÉRIEN

4.1 Sièges disponibles à bord des vols en provenance des États-Unis

Les données relatives aux sièges disponibles ou aux passagers illustrent aussi bien les variations du tourisme américain au Canada que celles des touristes canadiens qui reviennent des États-Unis.

En 2011, quatre aéroports canadiens concentrent chacun plus de 10 % des sièges disponibles à bord des vols directs en provenance des États-Unis : Toronto (Pearson) avec 37,5 %, Vancouver avec 18,1 %, Montréal (Trudeau) avec 14,2 % et Calgary avec 10,1 %.

L'aéroport de Montréal rassemble à lui seul 92,5 % du volume de sièges disponibles à bord des vols directs en provenance des États-Unis dont la destination est le Québec. L'aéroport de Québec en concentre 7,4 % et celui de Mont-Tremblant 0,1 %.

En 2011, le nombre de sièges disponibles à bord des vols directs en provenance des États-Unis dont la destination est le Québec a augmenté de 14,4 %.

Deux régions de démarchage regroupent près des deux tiers de tous les sièges disponibles à bord des vols directs en direction du Québec : l'Atlantique Centre (32,7 %) et le Sud (31,7 %).

Tableau 4.1.1

Nombre de sièges disponibles à bord des vols directs en provenance des États-Unis vers les aéroports canadiens, 2008-2011

Aéroport de destination	2008		2009		2010		2011	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Total*	15 751 503	100,0	14 963 319	100,0	15 591 596	100,0	17 504 693	100,0
Calgary	1 585 944	10,1	1 613 036	10,8	1 540 638	9,9	1 770 868	10,1
Edmonton	598 602	3,8	677 419	4,5	636 512	4,1	799 175	4,6
Halifax	264 564	1,7	235 579	1,6	275 039	1,8	367 961	2,1
Mont Tremblant	4 700	0,0	3 533	0,0	1 928	0,0	2 640	0,0
Montreal-PET	2 279 330	14,5	2 060 564	13,8	2 187 344	14,0	2 477 421	14,2
Ottawa	637 071	4,0	573 570	3,8	584 616	3,7	675 301	3,9
Quebec	112 509	0,7	128 851	0,9	153 575	1,0	199 264	1,1
Regina	60 056	0,4	84 728	0,6	118 280	0,8	122 790	0,7
Saskatoon	70 154	0,4	107 484	0,7	113 557	0,7	132 808	0,8
Toronto-Pearson	6 252 843	39,7	5 780 012	38,6	6 019 241	38,6	6 565 130	37,5
Toronto-Billy Bishop	102 200	0,6	305 830	2,0	438 060	2,8	494 760	2,8
Vancouver	2 969 012	18,8	2 629 678	17,6	2 746 331	17,6	3 160 799	18,1
Victoria	167 814	1,1	196 382	1,3	200 962	1,3	212 203	1,2
Winnipeg	331 176	2,1	328 360	2,2	331 412	2,1	323 207	1,8
Autres aéroports	315 528	2,0	238 293	1,6	244 101	1,6	200 366	1,1

* Incluant le territoire de Porto Rico

Source : Association internationale du transport aérien (IATA), 2008 à 2011 (compilation spéciale)



4. Données sur le transport aérien

4.1 Sièges disponibles à bord des vols en provenance des États-Unis



Tableau 4.1.2

Nombre de sièges disponibles à bord des vols directs en provenance des régions de démarchage américaines vers le Québec, 2008-2011

Région de démarchage	Aéroport du Québec	2008		2009		2010		2011		Δ (%) 2011/2010
		Nombre (000)	%							
Total pour les États-Unis*	Tous les aéroports	2 395	100,0	2 189	100,0	2 341	100,0	2 677	100,0	14,4
Nouvelle-Angleterre	Montréal-PET	96	4,0	81	3,7	96	4,1	101	3,8	5,5
	Québec	-	-	0	0,0	-	-	-	-	-
Atlantique Centre	Mont Tremblant	5	0,2	4	0,2	2	0,1	3	0,1	36,9
	Montréal-PET	845	35,3	760	34,7	771	32,9	768	28,7	-0,4
	Québec	64	2,7	72	3,3	80	3,4	105	3,9	31,1
Centre Ouest	Montréal-PET	599	25,0	512	23,4	509	21,8	558	20,8	9,6
	Québec	44	1,8	55	2,5	67	2,9	69	2,6	2,2
Sud	Montréal-PET	579	24,2	575	26,3	651	27,8	827	30,9	26,9
	Québec	5	0,2	2	0,1	6	0,3	22	0,8	255,8
Ouest	Montréal-PET	159	6,6	129	5,9	158	6,7	222	8,3	40,8
	Québec	-	-	-	-	-	-	4	0,1	-

Δ : Variation

* Excluant le territoire de Porto Rico

- Néant ou zéro

Source : Association internationale du transport aérien (IATA), 2008 à 2011 (compilation spéciale)



4. Données sur le transport aérien



4.2 Sièges occupés à bord des vols en provenance des États-Unis

En 2011, les passagers, tant américains que canadiens, en provenance des États-Unis par vols directs ou indirects atterrissent – sans surprise – en grande majorité à l'aéroport de Montréal. La proportion de passagers par vols directs est plus importante à l'aéroport de Montréal alors que c'est l'inverse à l'aéroport de Québec, où les passagers en provenance des États-Unis par vols indirects sont plus nombreux.

Les proportions de passagers par vols directs ou indirects sont assez similaires pour trois régions de démarchage. En ce qui concerne l'Atlantique Centre, la proportion de passagers qui emprunte un vol direct pour venir au Québec est 3,6 fois plus importante que pour les vols indirects. La région de l'Ouest présente un paysage inverse : c'est 2,4 fois plus de passagers qui y empruntent un vol indirect plutôt qu'un vol direct.

Et si l'on effectue le cumul des passagers à bord des vols directs et indirects, la région du Sud arrive largement en tête avec 41,6 % de tous les passagers. La région de l'Ouest arrive en deuxième place avec 22,9 % de tous les passagers, suivie de l'Atlantique Centre avec 19,3 %.

Tableau 4.2.1

Nombre de passagers en provenance des États-Unis, vols directs et indirects, à destination des aéroports du Québec selon la région de démarchage, 2011

Région de démarchage	Aéroport du Québec	Vols directs		Vols indirects		Total	
		Volume	%	Volume	%	Volume	%
Total pour les États-Unis*	Tous les aéroports	1 563 238	100,0	1 253 100	100,0	2 816 338	100,0
Nouvelle-Angleterre							
	Mont Tremblant	-	-	308	0,0	308	0,0
	Montréal-PET	54 349	3,5	5 617	0,4	59 966	2,1
	Québec	-	-	5 805	0,5	5 805	0,2
	Autres	-	-	687	0,1	687	0,0
Atlantique Centre							
	Mont Tremblant	354	0,0	432	0,0	786	0,0
	Montréal-PET	420 407	26,9	70 463	5,6	490 870	17,4
	Québec	24 770	1,6	25 754	2,1	50 524	1,8
	Autres	-	-	2 611	0,2	2 611	0,1
Centre Ouest							
	Mont Tremblant	-	-	334	0,0	334	0,0
	Montréal-PET	189 098	12,1	161 206	12,9	350 304	12,4
	Québec	8 438	0,5	27 179	2,2	35 617	1,3
	Autres	-	-	2 331	0,2	2 331	0,1
Sud							
	Mont Tremblant	-	-	401	0,0	401	0,0
	Montréal-PET	617 902	39,5	400 578	32,0	1 018 480	36,2
	Québec	29 256	1,9	116 089	9,3	145 345	5,2
	Autres	-	-	6 255	0,5	6 255	0,2
Ouest							
	Mont Tremblant	-	-	274	0,0	274	0,0
	Montréal-PET	218 511	14,0	356 869	28,5	575 380	20,4
	Québec	153	0,0	67 075	5,4	67 228	2,4
	Autres	-	-	2 832	0,2	2 832	0,1

* Excluant le territoire de Porto Rico

- Néant ou zéro

Source : Association internationale du transport aérien (IATA), 2011 (compilation spéciale)





RÉFÉRENCES

ASSOCIATION INTERNATIONALE DU TRANSPORT AÉRIEN (AITA), compilation spéciale.

BANQUE DU CANADA, Convertisseur de devises, <http://www.banqueducanada.ca/taux/taux-de-change/convertisseur-de-devises-%e2%80%94-94-dix-dernieres-annees/>

BANQUE MONDIALE, *Base de données du programme international de comparaison de la Banque mondiale, indicateurs du développement dans le monde.*

BANQUE ROYALE DU CANADA, *Perspectives économiques et financières*, septembre 2012, <http://www.rbc.com/nouvelles/pdf/fcstf-09-2012.pdf>

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (CIA), *The World Factbook*, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, *Veille touristique mondiale, États-Unis Rapport sommaire – 2011.*

COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, *Veille touristique mondiale, États-Unis Rapport détaillé – 2011.*

CONFERENCE BOARD DU CANADA, *2013 Tourism Outlook Briefing Webinar – All Provinces*, Kip Beckman, Greg Hermus, Wednesday, October 17, 2012.

Expedia, Expedia.com, *2011 Vacation Deprivation Study*, Enquête menée auprès de 7 803 répondants dans 20 pays, entre le 19 septembre et le 9 octobre 2011, <http://media.expedia.com/media/content/expus/graphics/other/pdf/vacation-deprivation-fact-sheetnov2011.pdf>

OXFORD ECONOMICS, *Tourism Economics, Tourism Decision Metrics*, 1999 à 2012.

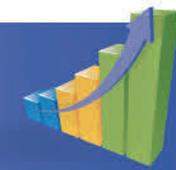
STATISTIQUE CANADA, *Enquête sur les voyages internationaux, 2007 à 2011* (compilation spéciale).

STATISTIQUE CANADA, *Enquête sur les voyages internationaux : dénombrement à la frontière, 2007 à 2011* (compilation spéciale).

U.S. CENSUS BUREAU, International Data Base, <http://www.census.gov/population/international/data/idb/informationGateway.php>

U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE, *U.S. Resident Travel Abroad Historical Visitation*, Office of Travel and Tourism Industries, International Trade Administration, 2000 à 2009.





DÉFINITIONS

Autres marchés ciblés : Les marchés ciblés excluant les États-Unis et le ou les pays dont il est question dans le présent profil statistique.

Buts du voyage : Les principales raisons pour lesquelles les visiteurs ont fait un voyage : pour l'agrément (vacances, congé, agrément), pour la visite de parents et d'amis, pour les affaires et les congrès (raisons liées au travail) et pour d'autres buts (raisons personnelles).

Dépenses touristiques : Dépenses effectuées au Québec par tous les visiteurs.

Entrées à la frontière du Canada : Nombre de touristes internationaux (résidents des États-Unis et des autres pays que les États-Unis) qui entrent au Canada par les différents bureaux d'entrée de l'Agence des services frontaliers du Canada.

Excursionnistes : Personnes qui ont fait un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de leur ville, dont la distance à l'aller est d'au moins 40 kilomètres.

Marchés ciblés : Allemagne, Australie, Belgique, Brésil, Chine, Corée du Sud, Espagne, États-Unis, France, Inde, Italie, Japon, Mexique, Royaume-Uni, Suisse.

Produit intérieur brut (PIB) : Valeur sans double compte des biens et des services produits au cours d'une période donnée. Le PIB réel correspond à une estimation en volume sous la forme de dollars réels, c'est-à-dire en tenant compte de l'effet de l'inflation.

Sièges disponibles : Sièges offerts par les compagnies aériennes et destinés à être occupés par des passagers. Ces sièges n'ont pas nécessairement été vendus.

Sièges occupés : Sièges vendus à des passagers par les compagnies aériennes.

Tourisme : Les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. (*Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT)*).

Touristes : Personnes qui ont fait un voyage d'une nuit ou plus, mais d'une durée de moins de un an, à l'extérieur de leur ville et qui ont utilisé de l'hébergement commercial ou privé.

Visites-province : Voyages qui ont été faits dans une province. À noter qu'une visite-province peut inclure plusieurs visites-régions.

Visites-régions : Voyages qui ont été faits dans une région touristique.

Visiteurs : Terme qui englobe à la fois les touristes et les excursionnistes.





1. Contexte économique et démographique
- 1.1 Données économiques

Tableau 1
Données économiques des États-Unis, 2007-2015

Indicateur	Année								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012*	2013*	2014*	2015*
PIB réel (Δ%)	1,9	-0,3	-3,1	2,4	1,8	2,2	2,3	2,8	3,0
Taux de chômage (%)	4,6	5,8	9,3	9,6	9,0	8,2	7,8	6,8	6,0
Revenu personnel disponible (Δ%)	5,1	5,8	-2,7	3,8	3,8	3,4	4,2	6,0	5,5
Indice des prix à la consommation (Δ%)	2,9	3,8	-0,3	1,6	3,1	1,9	2,2	2,2	2,4

Δ : Variation annuelle

* Prévisions

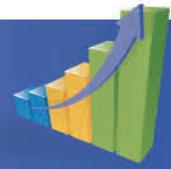
Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007 à 2015
(mise à jour du 3 octobre 2012)

Tableau 2
Classement des marchés ciblés et du Canada selon le PIB par habitant (\$ PPA internationaux courants), 2011

Pays	Rang	PIB
Allemagne	18	39 211,46
Australie	17	39 438,16
Belgique	19	38 605,22
Brésil	72	11 719,23
Canada	16	40 440,20
Chine	90	8 465,83
Corée du Sud	30	30 253,81
Espagne	27	32 423,72
États-Unis	9	48 441,56
France	24	34 993,42
Inde	119	3 651,99
Italie	26	32 927,55
Japon	25	34 293,68
Mexique	56	15 269,90
Royaume-Uni	23	35 493,81
Suisse	8	49 151,40

Source : La Banque mondiale, Base de données du programme international de comparaison de la Banque mondiale, Indicateurs du développement dans le monde (données extraites le 5 octobre 2012)





1. Contexte économique et démographique
- 1.2 Données démographiques

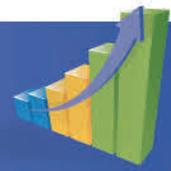
Tableau 1
Structure d'âge de la population américaine (M), 2011 et 2021

Structure d'âge	2011		2021		Δ (%)
	Nombre	%	Nombre	%	
Total	312	100,0	340	100,0	9,0
Moins de 25 ans	105	33,7	111	32,7	5,8
25-34 ans	42	13,4	45	13,4	8,6
35-44 ans	41	13,0	44	12,8	7,2
45-54 ans	45	14,4	41	12,0	-9,0
55-64 ans	38	12,2	43	12,6	12,1
65 ans et plus	41	13,3	56	16,6	36,1
Composantes de la variation de la population - 2011					
Natalité brute par 1000 habitants	12,9				
Mortalité brute par 1000 habitants	7,9				
Nombre net d'immigrants par 1000 habitants	2,2				
Apport des composantes à la variation de la population - 2011					
Accroissement naturel de la population	69,3 %				
Apport migratoire	30,7 %				

Δ : Variation

Source : US Census Bureau, International Data Base, 2011 et 2021
(données extraites le 3 juillet 2012)





- 2. Comportements de voyage des touristes des américains dans le monde et au Canada
- 2.1 Les touristes américains dans le monde

Tableau 1
Évolution du nombre de touristes américains selon la destination, 2007 et 2011

Destination	2007		2011		Écart	Δ (%)
	Volume	%	Volume	%		
Le Monde	79 795 086	100,0	81 048 304	100,0	1 253 218	1,6
Amériques	46 672 855	58,5	46 254 565	57,1	-418 290	-0,9
Europe	21 416 641	26,8	21 186 874	26,1	-229 767	-1,1
Asie	8 869 466	11,1	10 278 470	12,7	1 409 004	15,9
Moyen-Orient	1 644 347	2,1	1 824 758	2,3	180 411	11,0
Afrique	1 191 777	1,5	1 503 637	1,9	311 860	26,2
<i>Canada</i>	<i>13 375 200</i>	<i>16,8</i>	<i>11 532 570</i>	<i>14,2</i>	<i>-1 842 630</i>	<i>-13,8</i>

Δ : Variation

Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007 et 2011
(mise à jour du 30 mai 2012)





2. Comportements de voyage des touristes des États-Unis
 2.2 Les touristes des États-Unis au Canada

Tableau 1

Entrées des touristes américains à la frontière du Canada selon la saison et la province d'entrée, novembre 2010 à octobre 2011

Saison	Canada		Québec		Ontario		Colombie-Britannique		Autres provinces et territoires	
	Volume	%	Volume	%	Volume	%	Volume	%	Volume	%
Novembre 2010 à octobre 2011	11 570 384	100,0	1 556 118	100,0	5 667 664	100,0	2 829 202	100,0	1 517 400	100,0
Saison hivernale¹										
novembre 2010	590 187	5,1	92 687	6,0	313 491	5,5	122 405	4,3	61 604	4,1
décembre 2010	717 791	6,2	112 934	7,3	353 534	6,2	179 989	6,4	71 334	4,7
janvier 2011	453 408	3,9	72 224	4,6	221 316	3,9	116 478	4,1	43 390	2,9
février 2011	489 618	4,2	85 370	5,5	224 641	4,0	135 181	4,8	44 426	2,9
mars 2011	560 053	4,8	88 708	5,7	271 887	4,8	143 804	5,1	55 654	3,7
avril 2011	694 587	6,0	106 953	6,9	360 295	6,4	165 930	5,9	61 409	4,0
Hiver 2010 - 2011	3 505 644	30,3	558 876	35,9	1 745 164	30,8	863 787	30,5	337 817	22,3
Saison estivale²										
mai 2011	970 321	8,4	128 433	8,3	482 995	8,5	258 661	9,1	100 232	6,6
juin 2011	1 460 382	12,6	173 392	11,1	712 232	12,6	374 732	13,2	200 026	13,2
juillet 2011	1 950 382	16,9	221 484	14,2	966 628	17,1	474 890	16,8	287 380	18,9
août 2011	1 673 484	14,5	199 627	12,8	791 759	14,0	433 575	15,3	248 523	16,4
septembre 2011	1 182 034	10,2	148 527	9,5	549 578	9,7	283 664	10,0	200 265	13,2
octobre 2011	828 137	7,2	125 779	8,1	419 308	7,4	139 893	4,9	143 157	9,4
Été 2011	8 064 740	69,7	997 242	64,1	3 922 500	69,2	1 965 415	69,5	1 179 583	77,7

1. La saison hivernale chevauche deux années civiles et s'étend de novembre à avril.

2. La saison estivale s'étend de mai à octobre d'une même année civile.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux : dénombrement à la frontière*, 2010 et 2011 (compilation spéciale)

Tableau 2

Valeur du dollar américain exprimée en dollar canadien (moyenne trimestrielle), 2007-2011

Année	Trimestre	Dollar américain (\$ CAD)
2007	1er	1,1716
	2e	1,0981
	3e	1,0446
	4e	0,9818
2008	1er	1,0041
	2e	1,0100
	3e	1,0418
	4e	1,2125
2009	1er	1,2453
	2e	1,1672
	3e	1,0974
	4e	1,0563
2010	1er	1,0409
	2e	1,0276
	3e	1,0391
	4e	1,0128
2011	1er	0,9860
	2e	0,9676
	3e	0,9802
	4e	1,0231

Source : Banque du Canada, Taux de change, 2007 à 2011 (données extraites le 2012-08-22)





- 3. Les touristes américains au Québec
- 3.2 Profil des touristes américains au Québec

Tableau 1

Les touristes américains au Québec selon le groupe d'âge et la composition du groupe de voyage (en visites-province), 2011

Caractéristique	Volume	%
Total	1 790 700	100,0
Groupe d'âge		
<i>Moins de 20 ans</i>	170 600	9,5
<i>20 à 24</i>	56 200	3,1
<i>25 à 34</i>	177 600	9,9
<i>35 à 44</i>	241 500	13,5
<i>45 à 54</i>	347 700	19,4
<i>55 à 64</i>	336 100	18,8
<i>65 ans et plus</i>	315 600	17,6
<i>Non disponible</i>	145 400	8,1
Composition du groupe de voyage		
<i>Non disponible</i>	145 400	8,1
<i>Voyageant seul</i>	428 000	23,9
<i>2 adultes</i>	669 800	37,4
<i>3 adultes et plus</i>	277 400	15,5
<i>Seul avec enfant(s)</i>	20 500	1,1
<i>2 adultes avec enfant(s)</i>	156 400	8,7
<i>3 adultes et plus avec enfant(s)</i>	93 200	5,2

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)

Tableau 2

Les touristes américains au Québec selon le but de voyage (en visites-province), 2007-2011

But de voyage	2007		2008			2009			2010			2011		
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)
Total	1 979	100,0	1 837	100,0	-7,2	1 727	100,0	-6,0	1 809	100,0	4,7	1 791	100,0	-1,0
<i>Affaires et congrès</i>	359	18,1	345	18,8	-3,9	297	17,2	-13,8	314	17,4	5,7	327	18,3	4,1
<i>Visites de parents ou d'amis</i>	358	18,1	355	19,3	-1,0	361	20,9	1,8	370	20,5	2,6	404	22,6	9,1
<i>Agrément</i>	1 126	56,9	1 022	55,6	-9,2	950	55,0	-7,0	1 008	55,7	6,1	937	52,3	-7,1
<i>Autres</i>	137	6,9	116	6,3	-15,4	118	6,9	2,2	116	6,4	-1,7	123	6,9	5,7

Δ : Variation annuelle

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)





3. Les touristes américains au Québec
 3.2 Profil des touristes américains au Québec

Tableau 3
Les touristes internationaux au Québec selon le marché d'origine (en visites-province), 2007-2011

Marché	2007	2008	2009	2010	2011
États-Unis					
Volume (000)	1 979	1 837	1 727	1 809	1 791
Nuitées (000)	7 226	6 893	6 450	6 750	6 935
Dépenses (M\$)	1 147	1 067	984	1 029	1 044
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>3,7 jrs</i>	<i>3,8 jrs</i>	<i>3,7 jrs</i>	<i>3,7 jrs</i>	<i>3,9 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>579 \$</i>	<i>581 \$</i>	<i>570 \$</i>	<i>569 \$</i>	<i>583 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>159 \$</i>	<i>155 \$</i>	<i>153 \$</i>	<i>152 \$</i>	<i>151 \$</i>
Autres marchés ciblés					
Volume (000)	828	881	735	774	834
Nuitées (000)	9 141	10 428	9 180	9 266	9 828
Dépenses (M\$)	804	925	794	796	795
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>11,0 jrs</i>	<i>11,8 jrs</i>	<i>12,5 jrs</i>	<i>12,0 jrs</i>	<i>11,8 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>972 \$</i>	<i>1 050 \$</i>	<i>1 081 \$</i>	<i>1 028 \$</i>	<i>954 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>88 \$</i>	<i>89 \$</i>	<i>86 \$</i>	<i>86 \$</i>	<i>81 \$</i>
Autres pays					
Volume (000)	239	285	259	266	303
Nuitées (000)	3 025	3 405	3 554	3 814	4 547
Dépenses (M\$)	253	310	287	297	316
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>12,7 jrs</i>	<i>12,0 jrs</i>	<i>13,7 jrs</i>	<i>14,3 jrs</i>	<i>15,0 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>1 061 \$</i>	<i>1 087 \$</i>	<i>1 110 \$</i>	<i>1 119 \$</i>	<i>1 043 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>84 \$</i>	<i>91 \$</i>	<i>81 \$</i>	<i>78 \$</i>	<i>70 \$</i>
Tous les marchés					
Volume (000)	3 046	3 003	2 720	2 848	2 928
Nuitées (000)	19 392	20 726	19 185	19 830	21 310
Dépenses (M\$)	2 204	2 302	2 066	2 122	2 156
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>6,4 jrs</i>	<i>6,9 jrs</i>	<i>7,1 jrs</i>	<i>7,0 jrs</i>	<i>7,3 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>724 \$</i>	<i>767 \$</i>	<i>759 \$</i>	<i>745 \$</i>	<i>736 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>114 \$</i>	<i>111 \$</i>	<i>108 \$</i>	<i>107 \$</i>	<i>101 \$</i>

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)





3. Les touristes des États-Unis au Québec
 3.3 Profil des touristes américains au Québec selon la région de démarcation

Tableau 1
 Les touristes américains au Québec selon la région de démarcation, le groupe d'âge et la composition du groupe de voyage
 (en visites-province), 2011

Caractéristique	Nouvelle-Angleterre		Atlantique Centre		Centre Ouest		Sud		Ouest	
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%
Total	470	100,0	704	100,0	246	100,0	217	100,0	154	100,0
Groupe d'âge										
Moins de 20 ans	62	13,3	72	10,3	12	4,8	14	6,4	10	6,6
20 à 24	15	3,1	28	4,0	7	2,9	3	1,3	3	2,2
25 à 34	41	8,7	77	10,9	23	9,5	17	7,7	20	13,0
35 à 44	53	11,3	101	14,3	34	13,9	37	17,0	17	10,7
45 à 54	83	17,6	132	18,8	56	22,9	48	21,9	29	18,7
55 à 64	86	18,3	127	18,0	56	22,6	42	19,4	26	16,8
65 ans et plus	83	17,7	110	15,6	36	14,6	44	20,1	43	28,0
Non disponible	47	10,0	57	8,1	22	8,8	14	6,3	6	4,0
Composition du groupe de voyage										
Non disponible	47	10,0	57	8,1	22	8,8	14	6,3	6	4,0
Voyageant seul	84	18,0	133	18,9	71	28,9	87	39,9	53	34,2
2 adultes	174	37,0	280	39,7	96	38,9	70	32,4	50	32,6
3 adultes et plus	71	15,1	109	15,5	40	16,4	26	12,1	31	20,0
Seul avec enfant(s)	4	0,9	11	1,6	-	-	1	0,5	4	2,3
2 adultes avec enfant(s)	62	13,2	68	9,6	14	5,8	10	4,4	3	2,2
3 adultes et plus avec enfant(s)	27	5,8	46	6,5	3	1,2	10	4,5	7	4,6

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)




 3. Les touristes des États-Unis au Québec
 3.3 Profil des touristes américains au Québec selon la région de démarchage

 Tableau 2
 Les touristes américains au Québec selon la région de démarchage et le but de voyage (en visites-province), 2007-2011

Région de démarchage et but de voyage	2007		2008			2009			2010			2011		
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)
Nouvelle-Angleterre	555	100,0	507	100,0	-8,6	482	100,0	-4,9	467	100,0	-3,2	470	100,0	0,7
<i>Affaires et congrès</i>	37	6,7	36	7,2	-2,4	40	8,3	9,9	22	4,8	-44,4	40	8,4	77,9
<i>Visites de parents ou d'amis</i>	115	20,8	126	24,8	8,9	134	27,9	6,9	118	25,2	-12,5	123	26,2	4,9
<i>Agrément</i>	343	61,9	295	58,1	-14,2	258	53,5	-12,5	292	62,5	13,1	270	57,5	-7,4
<i>Autres</i>	59	10,6	50	9,9	-14,4	50	10,3	-1,4	35	7,6	-29,0	37	7,9	4,5
Atlantique Centre	800	100,0	737	100,0	-7,9	691	100,0	-6,2	711	100,0	2,9	704	100,0	-1,0
<i>Affaires et congrès</i>	119	14,9	115	15,6	-3,6	93	13,4	-19,3	97	13,6	4,2	87	12,4	-9,7
<i>Visites de parents ou d'amis</i>	153	19,1	143	19,5	-6,1	143	20,7	0,0	151	21,2	5,2	176	25,0	16,6
<i>Agrément</i>	477	59,6	431	58,5	-9,5	401	58,0	-7,0	402	56,5	0,2	380	54,0	-5,3
<i>Autres</i>	52	6,5	48	6,4	-8,1	54	7,8	13,9	62	8,7	14,4	61	8,6	-2,1
Centre Ouest	252	100,0	247	100,0	-1,9	252	100,0	1,8	283	100,0	12,5	246	100,0	-13,0
<i>Affaires et congrès</i>	103	41,0	99	40,2	-3,9	80	31,7	-19,8	90	31,6	12,3	83	33,6	-7,6
<i>Visites de parents ou d'amis</i>	23	9,3	24	9,7	2,1	25	9,8	3,3	33	11,7	34,0	39	15,8	17,8
<i>Agrément</i>	113	44,7	116	47,1	3,4	139	55,3	19,5	150	52,9	7,7	116	47,3	-22,3
<i>Autres</i>	13	5,0	8	3,0	-40,9	8	3,3	9,3	11	3,8	31,7	8	3,2	-25,9
Sud	247	100,0	227	100,0	-8,2	203	100,0	-10,5	226	100,0	11,1	217	100,0	-4,0
<i>Affaires et congrès</i>	62	25,2	60	26,2	-4,6	57	27,9	-4,7	68	29,9	19,0	71	32,9	5,6
<i>Visites de parents ou d'amis</i>	46	18,6	40	17,7	-12,6	37	18,0	-9,0	46	20,3	25,1	39	17,8	-15,7
<i>Agrément</i>	131	52,8	122	53,6	-6,9	107	52,4	-12,4	110	48,9	3,6	98	45,0	-11,6
<i>Autres</i>	8	3,4	6	2,5	-31,3	3	1,7	-40,4	2	1,0	-35,3	9	4,3	322,7
Ouest	125	100,0	119	100,0	-4,5	99	100,0	-17,2	122	100,0	23,4	154	100,0	26,0
<i>Affaires et congrès</i>	37	29,2	35	29,1	-4,7	28	28,6	-18,7	39	31,6	36,0	46	30,1	20,3
<i>Visites de parents ou d'amis</i>	21	16,6	22	18,0	3,4	22	22,1	1,9	23	18,9	5,5	27	17,8	18,6
<i>Agrément</i>	63	50,0	59	49,0	-6,4	46	46,3	-21,7	54	44,5	18,6	72	46,8	32,6
<i>Autres</i>	5	4,2	5	3,9	-9,6	3	2,9	-38,3	6	5,0	110,3	8	5,3	32,8

Δ : Variation annuelle

 Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)



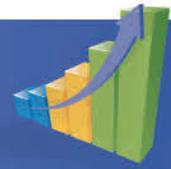

3. Les touristes des États-Unis au Québec
 3.3 Profil des touristes américains au Québec selon la région de démarchage

Tableau 3
 Les touristes américains au Québec selon la région de démarchage (en visites-province), 2007-2011

Marché	2007	2008	2009	2010	2011
Nouvelle-Angleterre					
Volume (000)	555	507	482	467	470
Nuitées (000)	1 656	1 583	1 388	1 418	1 333
Dépenses (M\$)	232	211	187	189	179
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>3,0 jrs</i>	<i>3,1 jrs</i>	<i>2,9 jrs</i>	<i>3,0 jrs</i>	<i>2,8 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>419 \$</i>	<i>416 \$</i>	<i>388 \$</i>	<i>406 \$</i>	<i>381 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>140 \$</i>	<i>133 \$</i>	<i>135 \$</i>	<i>133 \$</i>	<i>134 \$</i>
Atlantique Centre					
Volume (000)	800	737	691	711	704
Nuitées (000)	2 975	2 710	2 606	2 484	2 749
Dépenses (M\$)	455	408	366	372	367
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>3,7 jrs</i>	<i>3,7 jrs</i>	<i>3,8 jrs</i>	<i>3,5 jrs</i>	<i>3,9 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>568 \$</i>	<i>554 \$</i>	<i>529 \$</i>	<i>524 \$</i>	<i>521 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>153 \$</i>	<i>151 \$</i>	<i>140 \$</i>	<i>150 \$</i>	<i>133 \$</i>
Centre Ouest					
Volume (000)	252	247	252	283	246
Nuitées (000)	930	949	1 001	1 187	974
Dépenses (M\$)	167	173	188	202	185
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>3,7 jrs</i>	<i>3,8 jrs</i>	<i>4,0 jrs</i>	<i>4,2 jrs</i>	<i>4,0 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>663 \$</i>	<i>702 \$</i>	<i>747 \$</i>	<i>714 \$</i>	<i>753 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>180 \$</i>	<i>183 \$</i>	<i>188 \$</i>	<i>170 \$</i>	<i>190 \$</i>
Sud					
Volume (000)	247	227	203	226	217
Nuitées (000)	1 104	1 066	974	1 071	1 211
Dépenses (M\$)	206	187	173	176	192
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>4,5 jrs</i>	<i>4,7 jrs</i>	<i>4,8 jrs</i>	<i>4,7 jrs</i>	<i>5,6 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>833 \$</i>	<i>822 \$</i>	<i>852 \$</i>	<i>780 \$</i>	<i>887 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>187 \$</i>	<i>175 \$</i>	<i>178 \$</i>	<i>165 \$</i>	<i>159 \$</i>
Ouest					
Volume (000)	125	119	99	122	154
Nuitées (000)	561	585	481	590	668
Dépenses (M\$)	86	89	70	89	120
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>4,5 jrs</i>	<i>4,9 jrs</i>	<i>4,9 jrs</i>	<i>4,8 jrs</i>	<i>4,3 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>689 \$</i>	<i>743 \$</i>	<i>707 \$</i>	<i>731 \$</i>	<i>784 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>154 \$</i>	<i>152 \$</i>	<i>145 \$</i>	<i>151 \$</i>	<i>180 \$</i>

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)





3. Les touristes des États-Unis au Québec
 3.3 Profil des touristes américains au Québec selon la région de démarchage

Tableau 4
 Les touristes américains au Québec selon le mode d'hébergement et la région de démarchage (nuitées en visites-province), 2011

Mode d'hébergement	Nouvelle-Angleterre		Atlantique Centre		Centre Ouest		Sud		Ouest	
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%
Total	1 333	100,0	2 749	100,0	974	100,0	1 211	100,0	668	100,0
Hôtel	658	49,4	1 119	40,7	501	51,4	449	37,1	428	64,0
Motel	57	4,3	104	3,8	33	3,4	32	2,7	7	1,1
Terrain de camping	4	0,3	28	1,0	49	5,0	2	0,2	11	1,6
Autre hébergement commercial	49	3,7	183	6,7	81	8,3	67	5,5	8	1,2
Total de l'hébergement commercial	769	57,7	1 433	52,1	663	68,0	551	45,5	454	67,9
Résidence de parents ou d'amis	354	26,5	525	19,1	143	14,6	254	20,9	113	17,0
Autre et non précisé	211	15,8	791	28,8	169	17,3	406	33,6	101	15,1

Δ : Variation annuelle

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)





- 3. Les touristes des États-Unis au Québec
- 3.4 Les touristes américains dans les régions touristiques du Québec

Tableau 1
Répartition des touristes américains au Québec selon la région touristique (en visites-régions), 2007-2011

Région touristique	2007		2008			2009			2010			2011		
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)
Total	2 392	100,0	2 181	100,0	-8,8	2 063	100,0	-5,4	2 134	100,0	3,4	2 077	100,0	-2,7
02 Gaspésie	29	1,2	24	1,1	-19,5	26	1,3	10,2	31	1,4	18,1	16	0,8	-48,0
03 Bas-Saint-Laurent	17	0,7	22	1,0	30,5	25	1,2	12,4	20	1,0	-17,1	15	0,7	-26,6
04 Région de Québec	606	25,4	574	26,3	-5,3	563	27,3	-2,0	594	27,8	5,7	527	25,4	-11,4
07 Mauricie	33	1,4	29	1,3	-13,3	26	1,3	-9,1	15	0,7	-43,1	24	1,1	60,1
08 Cantons-de-l'Est	95	4,0	102	4,7	7,4	82	4,0	-20,2	72	3,4	-11,6	83	4,0	14,8
09 Montérégie	79	3,3	75	3,5	-5,2	66	3,2	-12,2	68	3,2	3,5	70	3,4	2,9
11 Laurentides	134	5,6	110	5,0	-18,2	105	5,1	-3,7	98	4,6	-7,0	86	4,2	-11,9
12 Montréal	1 005	42,0	949	43,5	-5,6	869	42,1	-8,5	897	42,0	3,3	977	47,0	8,9
13 Outaouais	45	1,9	47	2,1	4,7	31	1,5	-32,9	26	1,2	-18,2	35	1,7	35,4
15 Saguenay–Lac-Saint-Jean	7	0,3	9	0,4	24,3	19	0,9	113,8	15	0,7	-21,0	13	0,6	-13,6
16 Manicouagan	11	0,5	8	0,4	-23,1	7	0,3	-14,5	12	0,6	73,2	5	0,2	-60,2
Autres régions	330	13,8	233	10,7	-29,5	246	11,9	5,5	286	13,4	16,4	227	10,9	-20,7

Δ : Variation annuelle

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

