

**ENQUÊTE SUR LES ACTIVITÉS ET
LES PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE VOYAGES (EAPV)
2006**

MARCHÉ TOURISTIQUE CANADIEN

***Profil des amateurs de visites
de foires et de festivals durant des voyages
d'une nuit ou plus***

Rapport d'analyse

4 novembre 2007

Préparé par Lang Research Inc. pour :

Ministère du Tourisme de l'Ontario, Société du Partenariat ontarien de marketing touristique, ministère du Tourisme du Québec, Travel Manitoba, Commission canadienne du tourisme, Tourism Saskatchewan, Partenariat de tourisme du Canada atlantique, ministère du Développement économique de l'Alberta, ministère du Patrimoine canadien, Tourism British Columbia, agence Parcs Canada, gouvernement du Yukon, gouvernement des Territoires du Nord-Ouest



Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives Canada

EAPV 2006 – profil des amateurs de visites de foires et de festivals durant des voyages d'une nuit ou plus [ressource électronique]

Monographie électronique en format PDF

Mode d'accès : World Wide Web

« Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyage (EAPV) ».

Publ. Aussi en anglais sous le titre : TAMS 2006 : US activity profile, visiting fairs and festivals while on trips of one or more nights

ISBN :

No. de cat. :

Table des matières

Résumé.....	4
Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages.....	5
La visite de foires et de festivals durant les voyages	6
Fréquence de la visite de foires et de festivals dans le marché	6
Fréquence de la visite de foires et de festivals par région	7
Profil sociodémographique.....	8
Destinations de voyage (au cours des deux dernières années).....	9
Attrait à l'égard des États-Unis, des provinces et des territoires du Canada.....	10
Autres activités culturelles et de divertissement pratiquées durant les voyages	11
Activités culturelles et de divertissement pratiquées au cours d'une année type	12
Activités de plein air pratiquées durant les voyages.....	13
Activités de plein air pratiquées au cours d'une année type	14
Hébergement durant un voyage.....	15
Visites et croisières effectuées au cours des deux dernières années	16
Principaux bienfaits recherchés durant les voyages d'agrément ou de vacances	18
Autres facteurs importants dans le choix d'une destination	19
Manière dont s'effectue le choix des destinations	20
Planification des voyages d'agrément ou de vacances et sources d'information retenues.....	21
Utilisation d'Internet pour planifier et organiser des voyages	22
Habitudes de consommation à l'égard des médias.....	23
 Annexe 1	
EAPV 2006 (Canada) – Segmentation des activités liées à la culture et au divertissement	24
 Annexe 2	
EAPV 2006 (Canada) – Segmentation des activités de plein air.....	26

Résumé

Au cours des deux dernières années, 28,0 % (soit 6 949 250 personnes) des Canadiens d'âge adulte ont visité une foire ou un festival durant un voyage d'une nuit ou plus à l'extérieur de leur ville. Ce sont les foires ou marchés agricoles (15,0 %) qui ont été les activités les plus prisées, suivis par les feux d'artifice (11,8 %), les expositions ou les foires (8,6 %), les carnivals (5,1 %), les festivals culinaires et gastronomiques (4,1 %) et les festivals des communautés culturelles (3,2 %). La visite de foires et de festivals au cours de voyages était le quatrième type d'activités culturelles et de divertissement le plus fréquemment entrepris par les voyageurs canadiens en voyage d'agrément, au cours des deux dernières années. Par ailleurs, 28,3 % des Canadiens (soit 1 964 877 personnes) ayant visité une foire ou un festival ont dit que dans un cas au moins, au cours des deux dernières années, cette activité était la raison principale de leur voyage.

En comparaison avec le Canadien moyen effectuant des voyages d'agrément, les amateurs de visites de foires et de festivals sont légèrement plus susceptibles d'être des femmes (53,1 %) et d'être plus jeunes. La majorité d'entre eux sont mariés, et leur niveau de scolarité ainsi que leur revenu familial (74 722 \$) se situent légèrement au-dessus de la moyenne. Ils sont également légèrement surreprésentés en Saskatchewan, en Colombie-Britannique et en Ontario.

Les visiteurs de foires et de festivals voyagent moins fréquemment que les amateurs de la majorité des autres types d'activités culturelles et de divertissement. Parmi les amateurs des 21 types d'activités culturelles et de divertissement répertoriés, les visiteurs de foires et de festivals se situaient au treizième rang des groupes les plus susceptibles de faire un voyage au sein de leur propre province ou région (90,0%), au dix-septième rang en ce qui concerne la visite d'une province limitrophe (53,1 %) et au quinzième rang en ce qui concerne la visite d'une province non limitrophe (36,5 %), au cours des deux dernières années. Ils voyagent aussi à l'étranger moins fréquemment que la moyenne. Ils se situaient au dix-huitième rang parmi les voyageurs qui étaient les plus susceptibles d'avoir visité les États-Unis (56,5 %), au quinzième rang parmi ceux qui étaient les plus susceptibles d'avoir visité le Mexique (14,5 %), au dix-neuvième rang parmi ceux qui étaient les plus susceptibles d'avoir visité les Caraïbes (15,9 %) et au treizième rang parmi ceux qui étaient les plus susceptibles d'avoir effectué un voyage outre-mer (27,1 %), au cours des deux dernières années.

Les visiteurs de foires et de festivals étaient très susceptibles de fréquenter d'autres types d'expositions et de festivals au cours de leurs voyages (p. ex. des parcs et expositions thématiques; des concerts, festivals et attractions musicales; des expositions consacrées aux sciences et aux technologies; des événements équestres et de style western; des festivals et spectacles d'humour; des festivals littéraires et des festivals de films). Ils étaient également très actifs, au cours de leurs voyages et pratiquaient de nombreuses activités de plein air, tout spécialement des activités physiques ardues (p. ex. du conditionnement physique, du jogging, du cyclisme). Il a également été observé que les personnes appartenant à ce segment d'activité prenaient part en voyage à une grande variété de visites guidées. Elles privilégient les vacances qui leur permettent de vivre et d'apprendre de nouvelles choses tout en leur offrant la chance de renouer les liens personnels établis avec leurs amis.

Comparativement aux 21 autres types d'activités culturelles et de divertissement répertoriés, les foires et festivals se situent en dessous de la moyenne en ce qui concerne l'utilisation d'Internet que font les personnes en vue de planifier (66,5 %) et de faire des réservations (43,1 %) pour leur voyage. Cependant, ces consommateurs sont au-dessus de la moyenne en ce qui concerne leur utilisation des médias traitant de voyages. Ils peuvent également être ciblés de manière efficace par l'intermédiaire de médias qui traitent de la maison et de l'habitation (p. ex. des sites Web consacrés à la maison et à l'habitation; des émissions de télévision traitant de la maison et du jardin; des magazines consacrés à l'artisanat, aux antiquités et aux objets de collection).

Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages

L'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV) étudie les activités récréatives et les habitudes de voyage des Canadiens et des Américains. Elle s'est penchée sur leurs comportements au cours des deux dernières années lors de voyages d'une nuit ou plus à l'extérieur de la ville. L'EAPV fournit de l'information détaillée sur les activités des voyageurs; leurs motivations; les endroits qu'ils ont visités; les types d'hébergement qu'ils ont utilisés; leurs impressions sur le Canada, ses provinces et ses territoires; leurs caractéristiques sociodémographiques; et leurs habitudes de consommation à l'égard des médias.

L'EAPV est une étude globale des comportements et des motivations en matière de voyages. Elle fournit une base de données riche et documentée qui permet d'élaborer des stratégies de commercialisation et de créer des produits touristiques destinés à attirer les visiteurs au Canada.

L'EAPV a notamment été menée en vue :

- de déterminer les marchés touristiques existants ou potentiels;
- d'évaluer la possibilité d'intéresser ces marchés à des expériences de voyage dans les provinces et territoires du Canada;
- de créer des forfaits de voyage visant chacun de ces marchés;
- de déterminer des stratégies pour cibler ces marchés (notamment des stratégies de communication);
- de fournir de l'information pour améliorer et mieux cibler les campagnes de marketing en cours.

L'EAPV a été commanditée par les organismes suivants :

- Ministère du Tourisme de l'Ontario
- Société du Partenariat ontarien de marketing touristique
- Commission canadienne du tourisme
- Partenariat de tourisme du Canada atlantique
- Ministère du Patrimoine canadien
- Ministère du Développement économique de l'Alberta
- Gouvernement des Territoires du Nord-Ouest
- Ministère du Tourisme du Québec
- Travel Manitoba
- Tourism Saskatchewan
- Agence Parcs Canada
- Tourism British Columbia
- Gouvernement du Yukon
- Statistique Canada

L'enquête, menée au Canada et aux États-Unis entre janvier et juin 2006, a été réalisée auprès d'adultes seulement (18 ans et plus). La période de référence de l'enquête pour la collecte des données couvre les années 2004 et 2005.

Le présent rapport d'analyse a été produit à partir de la base de données de l'EAPV pour le Canada. Cette enquête a été menée par Statistique Canada. Au total, 31 699 personnes ont répondu à un questionnaire et l'ont retourné à Statistique Canada. Les données ont été pondérées pour généraliser les résultats obtenus à la population canadienne.

Ce rapport présente le profil des personnes qui ont visité une foire ou un festival durant leurs voyages et le compare à celui d'autres Canadiens en voyage d'agrément (c'est-à-dire à ceux qui ont fait au moins un voyage d'agrément ou de vacances d'une nuit ou plus à l'extérieur de leur ville au cours des deux dernières années). Ce rapport fait partie d'une série de 44 rapports d'analyse d'activités qui ont été produits à partir de la base de données canadienne de l'EAPV.

La visite de foires et de festivals durant les voyages

Fréquence de la visite de foires et de festivals dans le marché

Au cours des deux dernières années, 28,0 % (soit 6 949 250 personnes) des Canadiens d'âge adulte ont visité des foires ou des festivals durant un voyage d'une nuit ou plus à l'extérieur de leur ville. Ce sont les foires ou marchés agricoles (15,0 %) qui ont été les activités les plus prisées, suivis par les feux d'artifice (11,8 %), les expositions ou les foires (8,6 %), les carnivals (5,1 %), les festivals culinaires ou gastronomiques (4,1 %) et les festivals des communautés culturelles (3,2 %). La visite de foires ou de festivals à l'occasion d'un voyage était le quatrième type d'activités culturelles et de divertissement le plus fréquemment entrepris par les Canadiens durant un voyage d'agrément¹, au cours des deux dernières années.

Parmi tous les voyageurs qui ont visité des foires et des festivals, 28,3 % (soit 1 964 877 personnes) ont déclaré que cette activité constituait la raison principale les ayant incités à faire au moins un voyage, au cours des deux dernières années. Les expositions ou les foires, les carnivals et les festivals des communautés culturelles étaient plus susceptibles d'être mentionnés comme raison principale d'entreprendre au moins un voyage, au cours des deux dernières années, que les festivals culinaires ou gastronomiques, les feux d'artifice ou les foires ou marchés et foires agricoles.

Tableau 1 Fréquence de la visite de foires et de festivals durant les voyages¹

Taille du marché	Nombre de visiteurs de foires et de festivals ²	Raison principale du voyage (%) ³	Voyageurs d'agrément (%) ⁴	Population canadienne (%) ⁵
	6 949 250	1 964 877	18 439 508	24 776 103
Foires et festivals (toutes catégories)	6 949 250	28,3 %	37,7 %	28,0 %
Foires ou marchés agricoles	3 717 280	19,3 %	20,2 %	15,0 %
Feux d'artifice	2 913 223	20,3 %	15,8 %	11,8 %
Expositions ou foires	2 138 615	31,9 %	11,6 %	8,6 %
Carnivals	1 271 967	33,6 %	6,9 %	5,1 %
Festivals culinaires ou gastronomiques	1 027 633	23,9 %	5,6 %	4,1 %
Festivals des communautés culturelles	795 263	30,2 %	4,3 %	3,2 %
Ont participé aux six catégories d'activités	39 178	25,4 %	0,2 %	0,2 %

- 1 - Les « voyages » sont définis comme des voyages à l'extérieur de la ville faits pour tous buts de voyage confondus et comprenant un séjour d'une durée d'une nuit ou plus. Les voyages qui ne comprenaient pas un séjour d'une durée d'une nuit ou plus n'ont pas été étudiés dans ce rapport.
- 2 - Les « visiteurs de foires et de festivals » sont définis comme les personnes qui ont visité une foire ou un festival durant un voyage d'une nuit ou plus à l'extérieur de la ville au cours des deux dernières années et qui ont fait au moins un voyage d'agrément ou de vacances d'une nuit ou plus à l'extérieur de la ville au cours des deux dernières années. Cette colonne indique le nombre de personnes qui ont pratiqué cette activité durant au moins un voyage, au cours des deux dernières années.
- 3 - Cette colonne indique le pourcentage des voyageurs qui ont pris part à chaque activité et déclaré que celle-ci constituait la raison principale les ayant incités à effectuer au moins un voyage, au cours des deux dernières années.
- 4 - Les « voyageurs d'agrément » sont définis comme des personnes qui ont fait au moins un voyage d'agrément ou de vacances d'une nuit ou plus à l'extérieur de la ville au cours des deux dernières années. Cette colonne indique le pourcentage de voyageurs d'agrément qui ont participé à chacune des activités liées à la visite de foires et de festivals à l'occasion d'au moins un voyage, au cours des deux dernières années.
- 5 - Cette colonne indique le pourcentage des adultes canadiens qui ont pris part à chacune des activités à l'occasion d'un voyage fait au cours des deux dernières années.

1. Dans le but d'alléger le texte, le terme « voyage d'agrément » est utilisé pour désigner un « voyage d'agrément ou de vacances d'une nuit ou plus à l'extérieur de la ville ».

Fréquence de la visite de foires et de festivals par région

Les visiteurs de foires et de festivals sont légèrement surreprésentés en Saskatchewan, en Colombie-Britannique et en Ontario. Ils sont moins nombreux au Québec.

Tableau 2 Répartition géographique des Canadiens qui ont visité des foires et des festivals durant les voyages

Canada	Population totale	Estimation du nombre de Canadiens ayant visité des foires et des festivals durant un voyage	Voyageurs d'agrément ayant visité des foires et des festivals durant un voyage (%)	Population de la province ayant visité des foires et des festivals durant un voyage (%)
	24 776 103	6 949 250	37,7 %	28,0 %
Provinces de l'Atlantique	1 822 494	470 193	37,1 %	25,8 %
Québec	5 940 869	1 353 132	32,2 %	22,8 %
Ontario	9 671 592	2 830 800	39,5 %	29,3 %
Manitoba	843 107	217 423	36,5 %	25,8 %
Saskatchewan	706 325	223 685	41,3 %	31,7 %
Alberta	2 465 540	757 631	37,8 %	30,7 %
Colombie-Britannique	3 326 176	1 096 386	41,2 %	33,0 %

Profil sociodémographique

Comparativement à la moyenne des Canadiens en voyage d'agrément, les visiteurs de foires et de festivals sont légèrement plus susceptibles d'être des femmes (53,1 %) et ils sont surreprésentés parmi les personnes âgées de 18 à 24 ans. Les personnes prenant part à ce type d'activité sont comparables à la moyenne des voyageurs d'agrément canadiens, en ce qui a trait à leur situation familiale. Leur niveau de scolarité ainsi que leur revenu familial (74 722 \$) se situent quelque peu au-dessus de la moyenne.

Tableau 3 Profil sociodémographique des visiteurs de foires et de festivals par rapport à l'ensemble des voyageurs d'agrément canadiens

Caractéristique	Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals ¹	Voyageurs d'agrément	Indice ²
		6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Sexe	Masculin	46,5 %	50,2 %	48,8 %	95
	Féminin	53,5 %	49,8 %	51,2 %	105
Âge des répondants	18 à 24 ans	14,6 %	11,7 %	12,8 %	114
	25 à 34 ans	20,0 %	18,8 %	19,3 %	104
	35 à 44 ans	21,1 %	20,2 %	20,5 %	103
	45 à 54 ans	19,5 %	20,8 %	20,3 %	96
	55 à 64 ans	13,9 %	14,3 %	14,1 %	98
	65 ans et plus	10,9 %	14,1 %	12,9 %	84
Age moyen		43,3	45,3	44,5	s. o.
État matrimonial	Célibataire	33,8 %	31,3 %	32,2 %	105
	Marié	66,2 %	68,7 %	67,8 %	98
Situation parentale	Aucun enfant de moins de 18 ans	71,3 %	71,0 %	71,1 %	100
	Avec enfant(s) de moins de 18 ans	28,7 %	29,0 %	28,9 %	99
Niveau de scolarité	Diplôme d'études secondaires ou moins	33,8 %	37,7 %	36,2 %	93
	Études postsecondaires (sans diplôme)	12,0 %	10,7 %	11,2 %	107
	Diplôme ou certificat d'études postsecondaires	21,9 %	21,9 %	21,9 %	100
	Diplôme universitaire	32,4 %	29,7 %	30,7 %	105
Revenu familial	Moins de 20 000 \$	5,0 %	6,1 %	5,7 %	88
	20 000 \$ à 39 999 \$	14,2 %	14,7 %	14,5 %	98
	40 000 \$ à 59 999 \$	16,8 %	16,4 %	16,5 %	102
	60 000 \$ à 79 999 \$	15,0 %	15,4 %	15,2 %	99
	80 000 \$ à 99 999 \$	11,5 %	12,6 %	12,2 %	94
	100 000 \$ et plus	25,3 %	21,3 %	22,8 %	111
	Non spécifié	12,2 %	13,5 %	13,0 %	94
Revenu familial moyen		74 722 \$	71 667 \$	72 829 \$	s. o.

1 - Les personnes qui « n'ont pas visité de foires et de festivals » sont définies comme les personnes qui ont effectué au moins un voyage d'agrément ou de vacances d'une nuit et plus à l'extérieur de la ville, au cours des deux dernières années, et qui n'ont pas visité de foires ni de festivals durant leurs voyages. En additionnant les visiteurs et les non-visiteurs, on obtient le nombre de voyageurs d'agrément.

2 - L'indice est calculé en divisant le pourcentage de visiteurs de foires et de festivals dans chaque groupe par le pourcentage de voyageurs d'agrément dans chaque groupe. L'indice indique dans quelle mesure les visiteurs de foires et de festivals sont surreprésentés ou sous-représentés par rapport à la moyenne des voyageurs d'agrément. Un indice de 100 signifie que le pourcentage des voyageurs qui participent à l'activité rejoint la moyenne des voyageurs d'agrément canadiens. Un indice supérieur à 100 indique que les voyageurs qui participent à l'activité sont surreprésentés par rapport à la moyenne des voyageurs d'agrément canadiens. Un indice inférieur à 100 indique que les voyageurs qui participent à l'activité sont sous-représentés par rapport à la moyenne des voyageurs d'agrément canadiens.

Destinations de voyage (au cours des deux dernières années)

Les visiteurs de foires et de festivals voyagent moins fréquemment que la majorité des amateurs des autres types d'activités culturelles et de divertissement. Parmi les adeptes des 21 types d'activités culturelles et de divertissement répertoriés², les visiteurs de foires et de festivals se situaient au treizième rang des groupes les plus susceptibles de faire un voyage au sein de leur propre province ou région (90,0 %), au dix-septième rang en ce qui concerne la visite d'une province limitrophe (53,1 %) et au quinzième rang en ce qui concerne la visite d'une province non limitrophe (36,5 %), au cours des deux dernières années. L'Ontario (59,1 %), le Québec (39,7 %) et la Colombie-Britannique (34,8 %) étaient les destinations les plus fréquemment visitées.

Les voyages à l'étranger des personnes qui fréquentent les foires et festivals se situent également en dessous de la moyenne. Ces personnes étaient au dix-huitième rang parmi les voyageurs les plus susceptibles d'avoir visité les États-Unis (56,5 %), au quinzième rang parmi ceux les plus susceptibles d'avoir visité le Mexique (14,5 %), au dix-neuvième rang parmi ceux les plus susceptibles d'avoir fait un voyage dans les Caraïbes (15,9 %) et au treizième rang parmi ceux les plus susceptibles d'avoir effectué un voyage outre-mer (27,1 %).

Tableau 4 Pourcentage de visiteurs de foires et de festivals ayant voyagé au Canada et vers d'autres destinations, au cours des deux dernières années

Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
	6 949 250	11 490 259	18,439,508	100
Canada	97,1 %	93,3 %	94,8 %	102
Ont effectué un voyage dans leur propre province	90,0 %	83,3 %	85,9 %	105
Ont effectué un voyage dans une province limitrophe	53,1 %	45,8 %	48,6 %	109
Ont effectué un voyage dans une province non limitrophe	36,5 %	28,4 %	31,4 %	116
Terre-Neuve-et-Labrador	4,6 %	4,1 %	4,3 %	107
Île-du-Prince-Édouard	8,9 %	6,1 %	7,2 %	124
Nouveau-Brunswick	14,0 %	10,5 %	11,8 %	119
Nouvelle-Écosse	14,8 %	11,4 %	12,7 %	117
Québec	39,7 %	38,5 %	38,9 %	102
Ontario	59,1 %	50,2 %	53,5 %	110
Manitoba	10,8 %	8,2 %	9,2 %	118
Saskatchewan	14,0 %	9,8 %	11,4 %	123
Alberta	29,6 %	23,6 %	25,8 %	115
Colombie-Britannique	34,8 %	28,1 %	30,6 %	114
Yukon	1,4 %	0,7 %	1,0 %	143
Territoires du Nord-Ouest	0,9 %	0,5 %	0,7 %	129
Nunavut	0,3 %	0,3 %	0,3 %	116
États-Unis	56,5 %	47,2 %	50,7 %	111
Mexique	14,5 %	11,1 %	12,4 %	117
Caraïbes	15,9 %	15,4 %	15,6 %	102
Toutes les autres destinations	27,1 %	21,6 %	23,6 %	114

2. Voir l'annexe 1 pour obtenir la liste des 21 types d'activités liées à la culture et au divertissement.

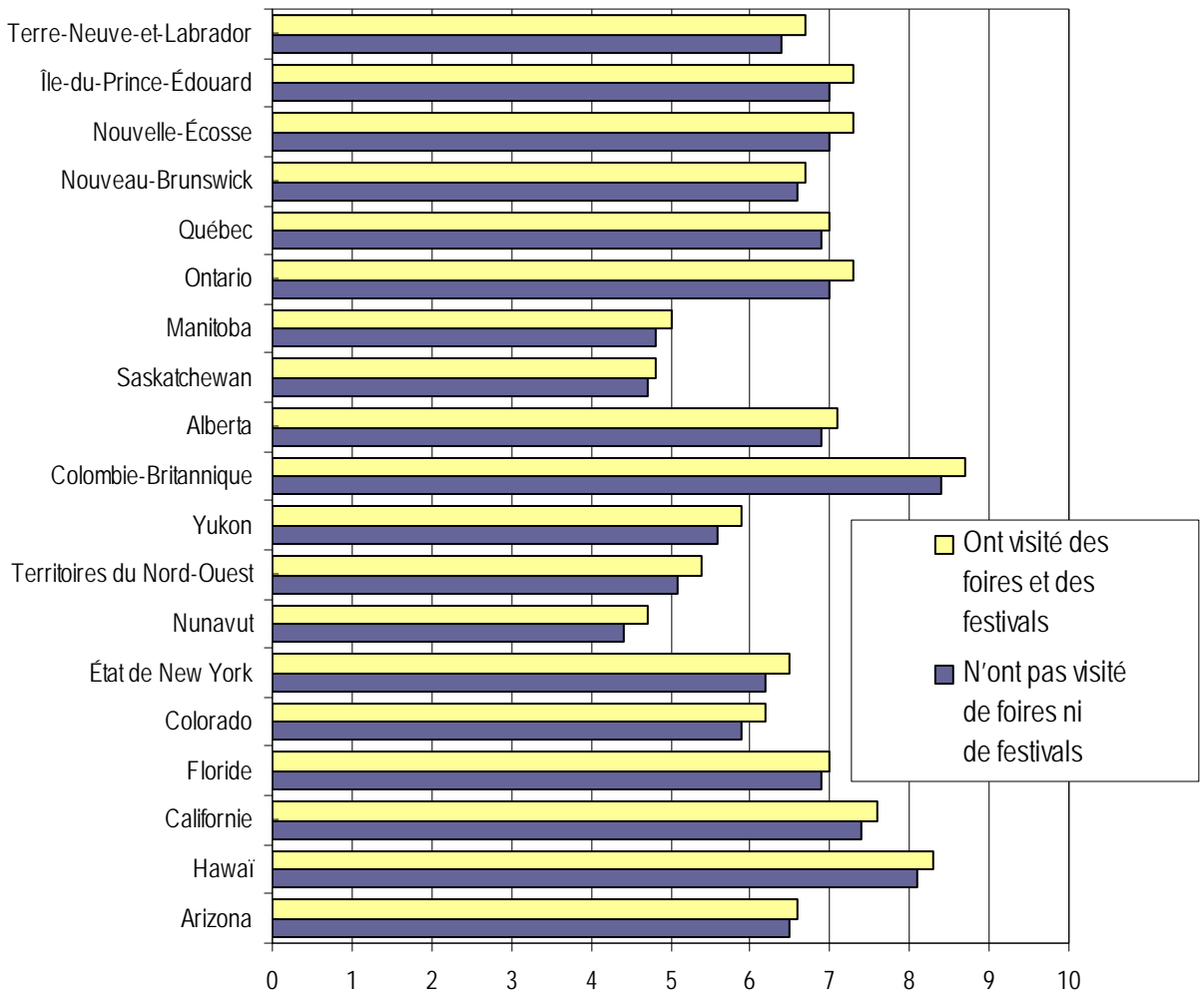
Attrait à l'égard des États-Unis, des provinces et des territoires du Canada

Les répondants devaient évaluer l'attrait à l'égard des provinces et des territoires du Canada à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où « 10 » signifie qu'il s'agit d'une destination très attrayante et « 1 » qu'il s'agit d'une destination très peu attrayante. Pour constituer un cadre de référence, on a également demandé aux répondants d'évaluer l'attrait à l'égard de certains États des États-Unis (l'État de New York, le Colorado, la Floride, la Californie, Hawaï et l'Arizona).

Les voyageurs amateurs de visites de foires et de festivals ont une impression plus positive de la plupart des destinations canadiennes que les autres voyageurs d'agrément canadiens. La Colombie-Britannique était perçue comme la destination la plus attrayante (8,7), suivie de la Nouvelle-Écosse (7,3), de l'Île-du-Prince-Édouard (7,3) et de l'Ontario (7,3).

L'évaluation, par les amateurs de visites de foires et de festivals, de l'attrait à l'égard de tous les États américains choisis comme cadre de référence était également légèrement supérieure à l'évaluation faite par d'autres voyageurs d'agrément canadiens. Hawaï (8,3) et la Californie (7,6) ont reçu la meilleure évaluation de la part des personnes appartenant à ce segment d'activité.

Figure 1 Évaluation de l'attrait général des provinces et des territoires du Canada ainsi que de certains États des États-Unis
Sur une échelle de 1 à 10 (résultat élevé = destination plus attrayante.)



Autres activités culturelles et de divertissement pratiquées durant les voyages

Les amateurs de visites de foires et de festivals se sont montrés plus actifs durant leurs voyages que le Canadien moyen en voyage d'agrément, en ce qui concerne les activités culturelles et de divertissement. En voyage, la majorité d'entre eux ont fait du magasinage et des sorties au restaurant; ont visité des sites historiques, des musées, des galeries d'art, des parcs thématiques ainsi que des expositions; et ont assisté à des concerts, des festivals et des attractions musicales. En comparaison avec le Canadien moyen en voyage d'agrément, les visiteurs de foires et de festivals étaient tout particulièrement susceptibles d'avoir visité d'autres expositions et festivals (p. ex. des attractions ayant pour thème des jardins, des expositions consacrées aux sciences et aux technologies, des festivals littéraires et des festivals de films, des festivals et spectacles d'humour, des concerts, des festivals et attractions musicales), et d'avoir pris part à des activités éducatives et participatives (p. ex. agrotourisme, activités en milieu autochtone, activités historiques participatives), au cours de leurs voyages. Ils sont également plus susceptibles d'avoir assisté à des manifestations artistiques (p. ex. des spectacles présentant des arts de la scène, du théâtre) et à des événements sportifs (p. ex. des événements équestres et de style western, des tournois amateurs, des événements sportifs de niveau professionnel) à l'occasion d'un voyage, au cours des deux dernières années.

Tableau 5 Autres activités culturelles et de divertissement pratiquées durant les voyages
(Voir l'annexe 1 pour une définition de chaque type d'activités culturelles et de divertissement)

Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
	6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Magasinage et sorties au restaurant	92,6 %	77,0 %	82,9 %	112
Lieux historiques, musées et galeries d'art	74,0 %	48,8 %	58,3 %	127
Parcs thématiques et expositions	55,8 %	29,1 %	39,2 %	143
Concerts, festivals et attractions musicales	50,6 %	22,0 %	32,7 %	154
Dégustations de vins, de bières et d'aliments	35,3 %	16,9 %	23,8 %	148
Expositions consacrées aux sciences et aux technologies	34,8 %	16,1 %	23,1 %	151
Casinos	34,1 %	21,0 %	25,9 %	132
Théâtre	30,9 %	15,1 %	21,1 %	147
Attractions ayant pour thème des jardins	28,6 %	11,0 %	17,6 %	162
Agrotourisme	26,7 %	9,0 %	15,7 %	170
Événements sportifs de niveau professionnel	22,8 %	11,4 %	15,7 %	145
Activités en milieu autochtone	20,8 %	6,1 %	11,6 %	179
Tournois amateurs	17,9 %	8,1 %	11,8 %	151
Spectacles présentant des arts de la scène	17,2 %	7,2 %	11,0 %	156
Festivals et spectacles d'humour	16,8 %	6,1 %	10,1 %	165
Spas	15,2 %	6,9 %	10,0 %	152
Événements équestres et de style western	13,1 %	2,8 %	6,7 %	197
Activités historiques participatives	11,1 %	4,0 %	6,7 %	166
Événements sportifs nationaux ou internationaux	5,3 %	1,9 %	3,2 %	165
Festivals littéraires ou festivals de films	5,0 %	1,1 %	2,6 %	194

Activités culturelles et de divertissement pratiquées au cours d'une année type

Les amateurs de visites de foires et de festivals sont plus susceptibles que le Canadien moyen en voyage d'agrément de s'adonner à une large gamme d'activités culturelles et de divertissement, en dehors de leurs voyages. Ils vont fréquemment manger dans les restaurants locaux et visitent les foires et festivals de leur région. Si on les compare au Canadien moyen en voyage d'agrément, ils sont tout particulièrement susceptibles de fréquenter les bars et boîtes de nuit locaux (p. ex. sorties dans des boîtes de jazz, des bars présentant des groupes musicaux; danse); d'assister à des rodéos et de séjourner dans un hôtel ou un gîte touristique de leur propre région.

Tableau 6 Activités culturelles et de divertissement pratiquées au cours d'une année type

Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
	6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Sorties au restaurant	93,5 %	90,3 %	91,5 %	102
Participation à des festivals ou à des foires	72,3 %	54,9 %	61,4 %	118
Visite dans une ferme où l'on pratique l'autocueillette ou dans un marché agricole	48,9 %	36,2 %	41,0 %	119
Événements sportifs de niveau amateur	47,6 %	38,6 %	42,0 %	113
Visite de sites historiques ou de bâtiments patrimoniaux	45,4 %	35,6 %	39,3 %	116
Visite au musée	38,8 %	29,1 %	32,7 %	119
Fréquentation d'un théâtre	38,6 %	32,5 %	34,8 %	111
Visite de galeries d'art ou d'expositions d'art	37,3 %	28,4 %	31,8 %	117
Événements sportifs de niveau professionnel	36,6 %	29,3 %	32,1 %	114
Danse	36,0 %	26,1 %	29,9 %	121
Visite de parcs zoologiques ou d'aquariums	36,0 %	27,1 %	30,4 %	118
Visite de parcs d'attractions ou de parcs thématiques	34,3 %	25,6 %	28,9 %	119
Fréquentation de bars présentant des groupes de musique pop ou rock	33,5 %	24,2 %	27,7 %	121
Visite de jardins botaniques	30,8 %	22,1 %	25,4 %	121
Concerts de musique rock	25,5 %	20,6 %	22,4 %	113
Paris dans des casinos	19,5 %	17,3 %	18,1 %	108
Concerts de musique classique	18,8 %	15,1 %	16,5 %	114
Journée dans un spa	16,5 %	12,1 %	13,8 %	120
Séjour d'une nuit ou plus dans un hôtel ou un gîte touristique dans sa propre ville ou localité	12,4 %	8,4 %	9,9 %	125
Boîtes de jazz	10,1 %	6,0 %	7,5 %	134
Rodéos	9,6 %	6,0 %	7,3 %	131
Spectacles de ballet	8,5 %	6,6 %	7,3 %	116
Opéra	7,5 %	6,1 %	6,6 %	113

Activités de plein air pratiquées durant les voyages

Les amateurs de visites de foires et de festivals étaient plus susceptibles que la moyenne des Canadiens effectuant un voyage d'agrément de participer à de nombreuses activités de plein air, lorsqu'ils étaient en voyage. Ils s'adonnaient fréquemment à des activités de bord de mer (p. ex. bronzage ou bain de mer), faisaient de l'observation de la faune et pratiquaient des activités nautiques (p. ex. bateau à moteur, la baignade dans des lacs), au cours de leurs voyages. Si on les compare au Canadien moyen en voyage d'agrément, les visiteurs de foires et de festivals étaient tout particulièrement susceptibles d'avoir pris part à des activités de plein air physiquement exigeantes (p. ex. des sports et des jeux, du patinage, du conditionnement physique et du jogging, du cyclisme, des sports d'équipe), durant leurs voyages. Ces observations font ressortir le fait que les visiteurs de foires et de festivals tendent à être plus jeunes que la moyenne des Canadiens qui effectuent des voyages d'agrément.

Tableau 7 Activités de plein air pratiquées durant les voyages
(Voir l'annexe 2 pour une définition de chaque type d'activités de plein air)

Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
	6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Activités de bord de mer (p. ex. bain de mer, bronzage)	61,2 %	40,9 %	48,5 %	126
Observation de la faune	57,9 %	31,2 %	41,2 %	140
Activités nautiques (p. ex. bateau à moteur ou baignade dans les lacs)	53,9 %	33,3 %	41,1 %	131
Randonnée pédestre, escalade, canotage	46,3 %	26,7 %	34,1 %	136
Sports et jeux (p. ex. tennis, jeux de table)	36,4 %	14,5 %	22,7 %	160
Pêche	29,3 %	20,2 %	23,6 %	124
Conditionnement physique et jogging	24,1 %	10,9 %	15,9 %	152
Golf	22,1 %	16,0 %	18,3 %	121
Cyclisme	20,1 %	9,6 %	13,5 %	149
Ski alpin et planche à neige	19,1 %	11,9 %	14,6 %	131
Patinage (p. ex. patin sur glace, patin à roues alignées)	19,0 %	7,7 %	12,0 %	159
Sports d'équipe (p. ex. hockey, baseball)	16,3 %	8,4 %	11,4 %	143
Motoneige et véhicules tout-terrain	15,2 %	9,0 %	11,3 %	134
Ski de fond et raquette à neige	13,8 %	6,6 %	9,3 %	148
Voile et surf (p. ex. voile, planche à voile, parachute sur l'eau)	9,2 %	4,5 %	6,3 %	146
Équitation	7,4 %	3,4 %	4,9 %	151
Chasse	4,9 %	4,6 %	4,7 %	104
Plongée sous-marine ou plongée en apnée effectuée en eau douce	4,3 %	2,2 %	3,0 %	143
Activités en milieu sauvage (p. ex. cours de survie en milieu sauvage)	4,2 %	1,2 %	2,4 %	179
Motocyclette	3,6 %	2,6 %	3,0 %	120
Sports aériens extrêmes (p. ex. parachutisme)	1,8 %	0,7 %	1,1 %	157

Activités de plein air pratiquées au cours d'une année type

En dehors de leurs voyages, les amateurs de visites de foires et de festivals sont également plus actifs, en ce qui concerne les activités de plein air, que le Canadien moyen en voyage d'agrément. Lorsqu'ils ne sont pas en voyage, ils se rendent fréquemment dans des parcs pour des excursions d'une journée, s'entraînent à la maison ou dans un centre de conditionnement physique, s'adonnent à la natation ou au jardinage. Les amateurs de visites de foires et de festivals sont également plus susceptibles que la moyenne des Canadiens en voyage d'agrément d'inclure dans leurs activités de plein air typiques le jogging, l'équitation, des excursions en canot et en kayak, ainsi que du patin à roues alignées.

Tableau 8 Activités de plein air pratiquées au cours d'une année type

Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
	6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Excursion dans un parc	73,2 %	63,0 %	66,9 %	109
Exercice à la maison ou dans un centre de conditionnement physique	65,5 %	58,3 %	61,0 %	107
Natation	64,8 %	57,5 %	60,3 %	108
Jardinage	63,6 %	57,4 %	59,8 %	106
Pique-nique	58,6 %	49,7 %	53,1 %	110
Randonnée pédestre	54,3 %	45,4 %	48,8 %	111
Cyclisme	49,2 %	41,3 %	44,3 %	111
Camping	43,9 %	35,4 %	38,6 %	114
Pêche	31,2 %	28,1 %	29,3 %	107
Patin sur glace	30,8 %	27,1 %	28,5 %	108
Golf	30,3 %	28,8 %	29,4 %	103
Jogging	29,0 %	21,1 %	24,1 %	120
Voile ou autres sports de navigation de plaisance	27,5 %	21,0 %	23,4 %	117
Sports d'équipe	26,3 %	20,9 %	22,9 %	114
Sports de raquette (p. ex. tennis ou badminton)	22,4 %	17,1 %	19,1 %	117
Canot ou kayak	20,8 %	14,5 %	16,9 %	123
Ski alpin	18,7 %	14,7 %	16,2 %	115
Patin à roues alignées	17,4 %	12,5 %	14,4 %	121
Véhicule tout-terrain	15,6 %	13,5 %	14,3 %	110
Ski de fond	13,8 %	11,7 %	12,5 %	111
Motoneige	10,7 %	9,2 %	9,8 %	109
Équitation	8,5 %	5,8 %	6,8 %	125
Chasse	7,5 %	7,9 %	7,7 %	97
Planche à neige	5,9 %	4,5 %	5,0 %	117
Planche à roulettes	1,7 %	1,5 %	1,6 %	108

Hébergement durant un voyage

Au cours des deux dernières années, les amateurs de visites de foires et de festivals étaient très susceptibles d'avoir séjourné sur des terrains de camping publics et privés, ainsi que dans des centres de villégiature (p. ex. des centres de villégiature situés au bord d'un lac, d'un cours d'eau ou de la mer). Cependant, si on les compare au Canadien moyen en voyage d'agrément, les personnes appartenant à ce segment d'activité étaient également plus susceptibles d'avoir séjourné, au cours de leurs voyages, en milieu sauvage (p. ex. dans des camps satellites accessibles uniquement par hydravion) et dans plusieurs des types d'hébergement les plus inhabituels (p. ex. dans des centres de santé ou spas, des fermes ou des ranchs, des maisons bateaux et des écoles de cuisine).

Tableau 9 Hébergement durant les voyages

Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
	6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Terrain public de camping dans un parc national, provincial ou municipal ou dans un parc d'État	35,2 %	21,0 %	26,4 %	134
Complexe hôtelier ou centre de villégiature au bord d'un lac ou d'un cours d'eau	29,8 %	17,8 %	22,3 %	134
Complexe hôtelier ou centre de villégiature au bord de la mer	26,7 %	17,1 %	20,7 %	129
Terrain de camping privé	24,8 %	15,2 %	18,8 %	132
Complexe hôtelier ou centre de villégiature de ski ou de montagne	18,1 %	11,4 %	13,9 %	130
Camping en milieu sauvage (pas sur un terrain de camping)	11,0 %	7,1 %	8,6 %	128
Centre de santé ou spa	8,6 %	4,3 %	5,9 %	145
Pourvoirie accessible par la route	8,2 %	4,1 %	5,6 %	145
Auberge, complexe hôtelier ou centre de villégiature avec restaurant gastronomique sur les lieux	7,0 %	3,9 %	5,1 %	138
Motorisé ou véhicule récréatif pour voyager ou faire du tourisme (pas un voyage de camping)	6,4 %	3,3 %	4,5 %	142
Ferme ou ranch	4,9 %	1,9 %	3,0 %	160
Pourvoirie accessible par hydravion	2,1 %	1,3 %	1,6 %	131
Maison bateau	2,1 %	0,9 %	1,4 %	151
Camp satellite accessible uniquement par hydravion	0,8 %	0,4 %	0,6 %	148
École de cuisine	0,6 %	0,2 %	0,4 %	174
École de dégustation de vins	0,3 %	0,2 %	0,3 %	117

Visites et croisières effectuées au cours des deux dernières années

Les amateurs de visites de foires et de festivals ont fréquemment effectué des visites et des croisières, au cours des deux dernières années. Le plus souvent, ils participent à des visites de moins de 24 heures (avec ou sans guide), effectuent des visites de ville et suivent des routes panoramiques à la campagne. Si on les compare au voyageur d'agrément canadien moyen, les personnes appartenant à ce segment d'activité étaient particulièrement susceptibles d'avoir visité des vignobles, des usines ainsi que des casinos, d'avoir effectué des croisières sur un lac ou un cours d'eau (p. ex. des croisières sur les Grands Lacs, d'autres lacs ou cours d'eau), d'avoir fait des excursions en milieu sauvage et d'avoir effectué des tours à bord d'un avion ou d'un hélicoptère.

Tableau 10 Visites et croisières effectuées au cours des deux dernières années

Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
	6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Excursion sans guide de moins de 24 heures, qui ne faisait pas partie d'une visite organisée ou guidée en groupe, lors d'un voyage d'une nuit ou plus	38,1 %	23,9 %	29,3 %	130
Excursion organisée ou guidée en groupe, de moins de 24 heures, lors d'un voyage d'une nuit ou plus	27,6 %	19,0 %	22,2 %	124
Excursion de moins de 24 heures – À la ville	30,8 %	18,9 %	23,4 %	132
Excursion de moins de 24 heures – À la campagne – Routes panoramiques	30,4 %	17,6 %	22,4 %	136
Visite sans guide, qui ne faisait pas partie d'une visite organisée ou guidée en groupe, avec séjour à différents endroits pendant une nuit ou plus	24,4 %	14,3 %	18,1 %	135
Excursion de moins de 24 heures – En milieu sauvage	17,0 %	10,6 %	13,0 %	131
Excursion de moins de 24 heures – Sur l'eau (croisière-excursion)	17,8 %	10,2 %	13,1 %	136
Visite organisée ou guidée en groupe, avec séjour pendant une nuit ou plus à différents endroits	12,9 %	8,4 %	10,1 %	128
Autre type d'excursion de moins de 24 heures	14,4 %	7,1 %	9,8 %	147
Visite organisée ou guidée en groupe, avec séjour pendant une nuit ou plus à un seul endroit	10,8 %	6,1 %	7,8 %	137
Excursion de moins de 24 heures – Dans un casino	9,3 %	4,9 %	6,5 %	142
Croisière sur l'océan, dont le séjour à bord a duré une nuit ou plus — Caraïbes	6,5 %	4,7 %	5,4 %	121
Excursion de moins de 24 heures – Dans des vignobles	8,9 %	3,7 %	5,6 %	157
Croisière sur l'océan, dont le séjour à bord a duré une nuit ou plus — Autre	3,8 %	3,0 %	3,3 %	114

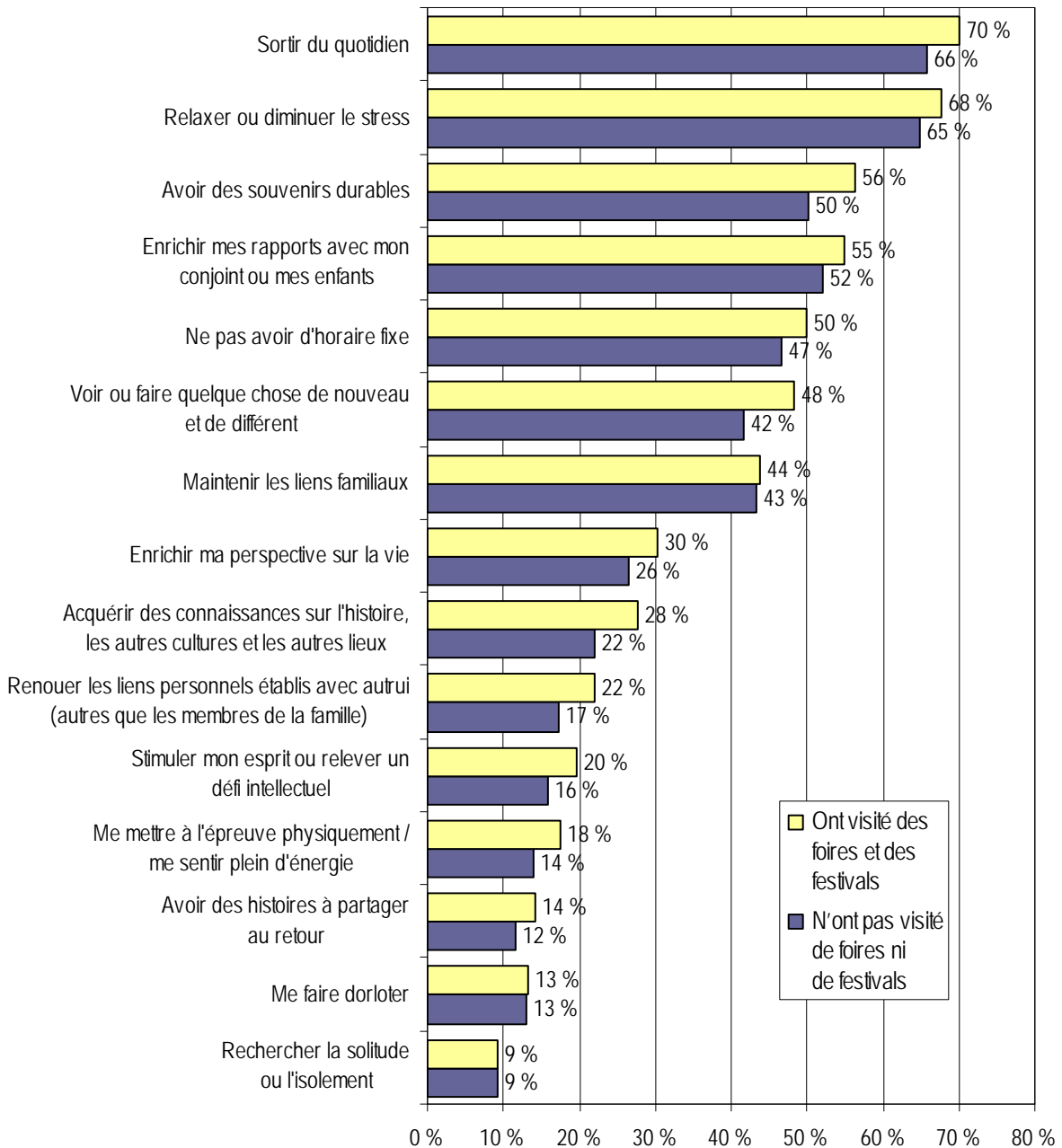
Tableau 10 Visites et croisières effectuées au cours des deux dernières années (suite)

Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
	6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Croisière sur un autre lac ou un autre cours d'eau, dont le séjour à bord a duré une nuit ou plus	3,2 %	1,9 %	2,4 %	135
Excursion de moins de 24 heures – Dans des usines	4,1 %	1,8 %	2,6 %	154
Croisière sur le fleuve Saint-Laurent, dont le séjour à bord a duré une nuit ou plus	2,4 %	1,7 %	1,9 %	122
Excursion de moins de 24 heures — Dans les airs, comme pilote ou passager d'un avion ou d'un hélicoptère comme pilotes ou passagers d'avions ou d'hélicoptères	2,5 %	1,5 %	1,9 %	131
Croisière sur l'océan, dont le séjour à bord a duré une nuit ou plus — Alaska	1,9 %	1,5 %	1,6 %	115
Autre type de croisière, dont le séjour à bord a duré une nuit ou plus	2,0 %	1,4 %	1,6 %	124
Croisière sur les Grands Lacs, dont le séjour à bord a duré une nuit ou plus	1,1 %	0,6 %	0,8 %	140
Croisière en sous-marin, dont le séjour à bord a duré une nuit ou plus	0,2 %	0,1 %	0,1 %	142

Principaux bienfaits recherchés durant les voyages d'agrément ou de vacances

Comme c'est le cas pour la plupart des voyageurs d'agrément canadiens, les amateurs de visites de foires et de festivals prennent des vacances pour sortir du quotidien, relaxer ou diminuer le stress, se constituer des souvenirs durables, enrichir les rapports familiaux et vivre sans horaire fixe. Cependant, si on les compare au voyageur d'agrément canadien typique, les visiteurs de foires et de festivals valorisent tout particulièrement les destinations de vacances qui leur apportent de la nouveauté (p. ex. la possibilité de voir ou de faire quelque chose de nouveau et de différent), leur donnent l'occasion de faire des apprentissages (p. ex. l'acquérir des connaissances sur l'histoire et la culture des lieux visités) et leur offrent la chance de renouer les liens personnels établis avec leurs amis.

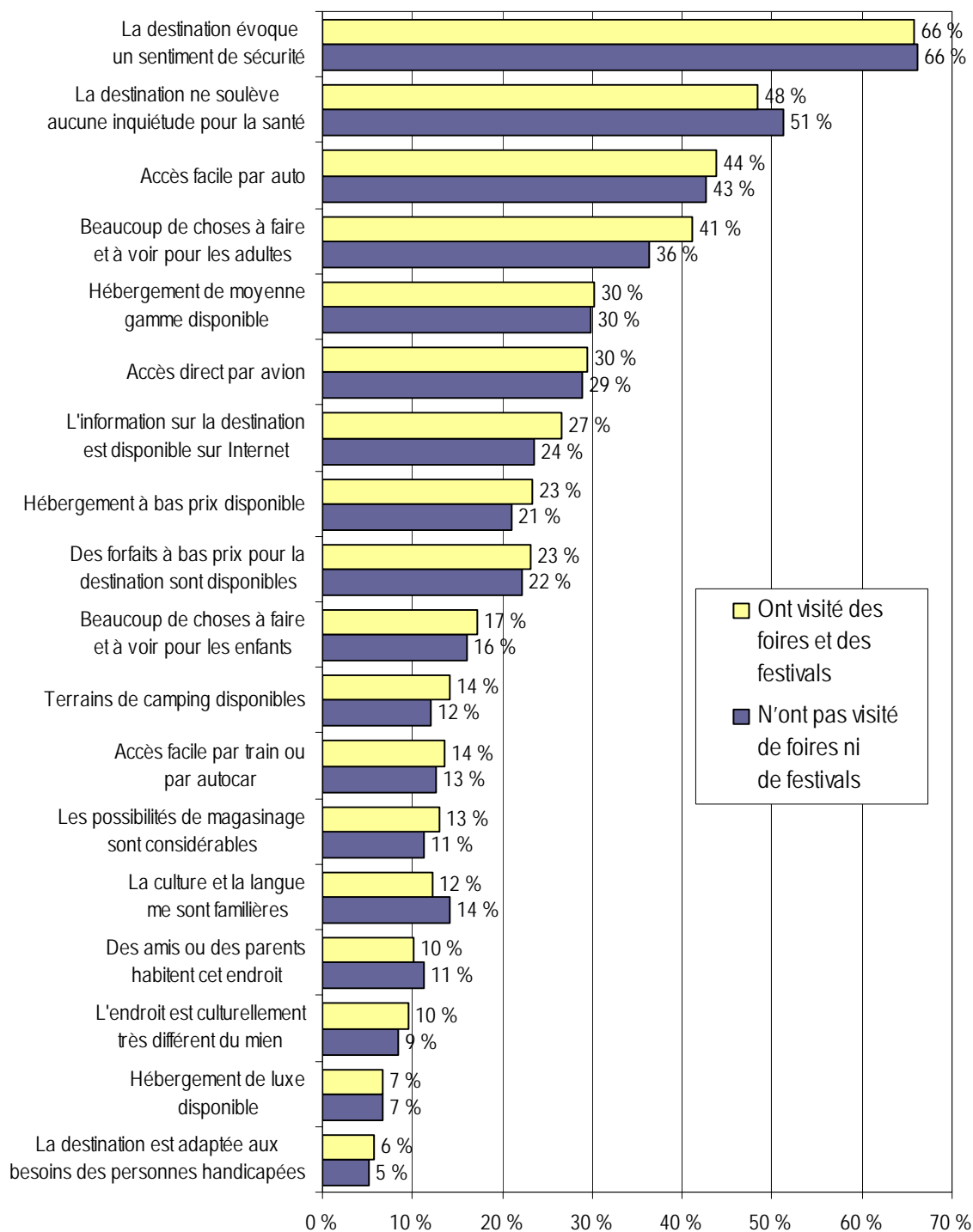
Figure 2 Principaux bienfaits recherchés durant les voyages d'agrément ou de vacances
(Plus le pourcentage est élevé, plus le bienfait recherché a une « grande importance ».)



Autres facteurs importants dans le choix d'une destination

Comme la majorité des Canadiens en voyage d'agrément, les amateurs de visites de foires et de festivals estiment qu'il est important que leur destination de voyage évoque un sentiment de sécurité. Cependant, si on les compare à la moyenne des voyageurs d'agrément canadiens, les personnes appartenant à ce segment d'activité recherchent tout particulièrement des destinations qui offrent aux adultes de nombreuses choses à faire et à voir.

Figure 3 Facteurs importants dans le choix d'une destination
(Plus le pourcentage est élevé, plus le facteur est « grandement important ».)



Manière dont s'effectue le choix des destinations

Les amateurs de visites de foires et de festivals, tout comme la moyenne des Canadiens en voyage d'agrément, commencent à planifier leurs vacances d'été et d'hiver en ayant en tête une destination particulière. Ils sont ensuite particulièrement susceptibles de choisir une destination de voyage en ayant à l'esprit une expérience de vacances particulière. Les stratégies auxquelles les visiteurs de foires et de festivals ont recours en vue de choisir des destinations sont similaires à celles retenues par la moyenne des voyageurs d'agrément canadiens.

Tableau 11 Manière dont s'effectue le choix des destinations (voyages d'agrément ou de vacances d'été ou d'hiver)

Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
	6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Été				
À partir de la destination que j'avais en tête	48,0 %	48,7 %	48,5 %	99
À partir de certaines activités particulières que je souhaitais faire	14,0 %	13,6 %	13,8 %	102
À partir du type d'expérience de vacances souhaité	25,1 %	22,8 %	23,7 %	106
À partir des forfaits, sans prise en considération des destinations, activités ou expériences de voyage en particulier	1,7 %	1,1 %	1,3 %	126
À partir d'une autre considération en premier	4,5 %	4,2 %	4,3 %	104
Ne sait pas / Incertain	6,7 %	9,5 %	8,4 %	80
Hiver				
À partir de la destination que j'avais en tête	48,4 %	48,8 %	48,6 %	100
À partir de certaines activités particulières que je souhaitais faire	16,5 %	15,0 %	15,6 %	106
À partir du type d'expérience de vacances souhaité	21,6 %	17,7 %	19,3 %	112
À partir des forfaits, sans prise en considération des destinations, activités ou expériences de voyage en particulier	2,7 %	3,5 %	3,2 %	85
À partir d'une autre considération en premier	3,9 %	5,2 %	4,7 %	83
Ne sait pas / Incertain	7,0 %	9,8 %	8,6 %	81

Planification des voyages d'agrément ou de vacances et sources d'information retenues

La majorité des amateurs de visites de foires et de festivals se chargeaient eux-mêmes de la planification de leurs voyages (42,5 %) ou le faisaient avec l'aide d'une autre personne (16,4 %). Lorsqu'ils élaboraient des plans pour leurs vacances, les visiteurs de foires et de festivals ont habituellement consulté une plus grande variété de sources d'information que la moyenne des voyageurs d'agrément canadiens. La majorité des personnes appartenant à ce segment d'activité se servent d'Internet ou s'en remettent au bouche à oreille ou à leurs expériences passées pour planifier leurs voyages. Cependant, les personnes appartenant à ce segment d'activité sont tout spécialement susceptibles d'obtenir des renseignements au sujet de la planification de leurs voyages par l'intermédiaire de publicités et d'émissions télévisuelles ainsi que des publicités présentes dans les journaux, auprès des bureaux gouvernementaux d'information touristique (p. ex. des brochures ou des guides touristiques officiels, des centres ou bureaux d'information touristique) et en visitant des foires professionnelles ou des salons consacrés aux voyages ou aux activités de plein air.

Tableau 12 Personne responsable de la planification des voyages et sources d'information retenues

	Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
		6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Qui est responsable de la planification du voyage ?	Le répondant	42,5 %	41,7 %	42,0 %	101
	Responsabilité partagée	16,4 %	16,5 %	16,4 %	100
	Quelqu'un d'autre	41,1 %	41,8 %	41,5 %	99
Sources d'information retenues	Site Web	72,0 %	61,0 %	65,2 %	110
	Conseils d'amis ou de parents / Bouche à oreille	60,9 %	45,0 %	51,1 %	119
	Expériences passées / Destinations déjà visitées	57,5 %	45,9 %	50,4 %	114
	Agent de voyage	38,6 %	31,3 %	34,1 %	113
	Cartes	38,4 %	28,9 %	32,6 %	118
	Brochures ou guides touristiques officiels provenant d'organismes nationaux, provinciaux ou d'État	34,4 %	20,7 %	26,0 %	133
	Centres ou bureaux d'information touristique	31,2 %	18,5 %	23,4 %	133
	Articles de journaux ou de revues	27,3 %	16,9 %	20,9 %	131
	Club automobile comme le CAA	22,2 %	14,8 %	17,7 %	126
	Publicité dans les journaux ou les revues	19,6 %	10,9 %	14,3 %	138
	Guides de voyages	16,3 %	12,0 %	13,6 %	120
	Émissions de télévision	11,3 %	5,1 %	7,5 %	151
	Information touristique reçue par la poste	11,2 %	7,4 %	8,8 %	126
	Publicité à la télévision	7,1 %	3,7 %	5,0 %	143
	Magazine électronique ou bulletin d'information reçu par courriel	5,6 %	3,3 %	4,2 %	135
	Visites de foires professionnelles ou de salons consacrés aux voyages ou aux activités de plein air	4,9 %	2,0 %	3,1 %	156

Utilisation d'Internet pour planifier et organiser des voyages

Les amateurs de visites de foires et de festivals consultent Internet plus que la moyenne des Canadiens en voyage d'agrément, pour planifier leurs voyages (66,5 %) et effectuer leurs réservations (43,1 %). Cependant, si on les compare aux amateurs des autres types d'activités culturelles et de divertissement, ils se situaient au seizième rang des personnes les plus susceptibles d'utiliser Internet pour planifier leurs voyages et au quinzième rang pour ce qui est d'effectuer des réservations en ligne pour leurs voyages. La majorité d'entre eux consultent les sites Web des hôtels ou des centres de villégiature, les sites Web officiels du tourisme de pays, d'États, de provinces ou de villes ainsi que les sites Web des compagnies aériennes. Les composantes de voyage les plus fréquemment achetées par l'intermédiaire d'Internet étaient les billets d'avion et les réservations relatives à l'hébergement.

Tableau 13 Utilisation d'Internet pour planifier un voyage et effectuer des réservations

	Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
		6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Pourcentage des voyageurs ayant utilisé Internet pour planifier leur voyage ou effectuer des réservations	N'utilise pas Internet	33,5 %	45,3 %	40,8 %	82
	Utilise Internet uniquement pour planifier des voyages	23,4 %	21,4 %	22,1 %	106
	Utilise Internet pour acheter des composantes de voyage	43,1 %	33,4 %	37,0 %	116
Types de sites Web utilisés	Site Web d'un hôtel, d'un complexe hôtelier ou d'un centre de villégiature	60,1 %	54,7 %	57,0 %	105
	Site Web officiel du tourisme d'un pays, d'un État, d'une province ou d'une ville	54,5 %	46,4 %	49,8 %	109
	Site Web d'une compagnie aérienne	51,1 %	42,8 %	46,3 %	110
	Site Web de planification et de réservation de voyages	48,8 %	43,4 %	45,7 %	107
	Site Web d'une attraction particulière	39,7 %	30,6 %	34,5 %	115
	Autre site Web	29,2 %	26,4 %	27,6 %	106
	Site Web d'une compagnie de croisières	8,6 %	7,7 %	8,1 %	107
	Site Web d'une compagnie de circuits en autocar	3,0 %	2,0 %	2,5 %	122
Composantes de voyage achetées par l'entremise d'Internet	Billets d'avion	72,5 %	67,1 %	69,5 %	104
	Hébergement	71,2 %	67,6 %	69,2 %	103
	Location de voiture	30,0 %	24,9 %	27,1 %	110
	Billets ou frais pour des activités ou attractions en particulier	27,5 %	20,6 %	23,6 %	116
	Billets ou frais pour le train, l'autocar ou le bateau	19,0 %	12,5 %	15,3 %	124
	Forfait comprenant au moins deux des composantes mentionnées précédemment	16,2 %	14,8 %	15,4 %	105
	Autre	4,7 %	3,4 %	3,9 %	119

Habitudes de consommation à l'égard des médias

Les amateurs de visites de foires et de festivals sont légèrement plus susceptibles que la moyenne des voyageurs d'agrément canadiens de consommer des médias relatifs aux voyages, comme la section « voyages » de journaux ou les sites Web et émissions de télévision traitant de voyages. Ils sont également plus susceptibles que les autres de consommer des médias relatifs au foyer (p. ex. des sites Web consacrés à la maison et à l'habitation; des émissions de télévision portant sur l'habitation et le jardinage; des magazines d'artisanat, d'antiquités et d'objets de collection). Ce segment peut également être ciblé efficacement par l'intermédiaire de magazines consacrés à la photographie et à la vidéo ainsi que de chaînes de télévision axées sur la consommation.

Tableau 14 Habitudes de consommation à l'égard des médias

	Taille du marché	Ont visité des foires et des festivals	N'ont pas visité de foires ni de festivals	Voyageurs d'agrément	Indice
		6 949 250	11 490 259	18 439 508	100
Lecture des journaux	Un journal quotidien	88,7 %	86,4 %	87,3 %	102
	Édition de fin de semaine d'un journal	88,7 %	86,4 %	87,3 %	102
	Journaux locaux ou communautaires	65,1 %	59,4 %	61,5 %	106
	Autres journaux	19,3 %	15,9 %	17,2 %	112
	Lit souvent ou parfois la section « Voyages » d'un quotidien	51,1 %	42,5 %	45,7 %	112
	Lit souvent ou parfois la section « Voyages » de l'édition de fin de semaine d'un journal	53,3 %	43,8 %	47,3 %	113
Types de revues ou de magazines lus (cinq premiers choix)	Photographie et vidéo	5,3 %	3,3 %	4,1 %	132
	Artisanat, antiquités et objets de collection	16,1 %	10,4 %	12,5 %	128
	Magazines locaux	15,0 %	10,1 %	12,0 %	125
	Magazines régionaux	9,7 %	6,7 %	7,9 %	123
	Ordinateurs, électronique et technologie	12,6 %	9,1 %	10,4 %	121
Types d'émissions de télévision regardées (cinq premiers choix)	(publireportages ou de magasinage)	5,4 %	4,1 %	4,6 %	116
	Émissions sur les voyages	35,0 %	27,5 %	30,3 %	115
	Émissions culinaires	34,3 %	30,2 %	31,7 %	108
	Émissions ou chaînes portant sur la musique ou les vidéos	27,3 %	24,4 %	25,5 %	107
	Émissions sur l'habitation et le jardinage	36,5 %	32,7 %	34,2 %	107
Types d'émissions radiophoniques écoutées (cinq premiers choix)	Musique du monde	10,0 %	7,4 %	8,4 %	119
	Top 40 de la musique pop	29,0 %	22,8 %	25,2 %	115
	Jazz / Big band	10,0 %	8,0 %	8,8 %	115
	Musique douce / Musique contemporaine pour adultes	28,6 %	24,0 %	25,7 %	111
	Rock moderne / Rock alternatif	41,1 %	34,6 %	37,1 %	111
Types de sites Web visités (cinq premiers choix)	Sites Web consacrés aux voyages	57,3 %	46,3 %	50,6 %	113
	Sites Web consacrés à la maison et l'habitation	31,8 %	25,8 %	28,1 %	113
	Sites Web consacrés à des activités ou intérêts en particulier	40,2 %	33,1 %	35,9 %	112
	Sites Web consacrés au magasinage (tous les types)	36,3 %	31,7 %	33,5 %	108
	Sites Web de réseaux de nouvelles (p. ex. SRC, CNN)	39,2 %	34,2 %	36,1 %	108

Annexe 1		
EAPV 2006 (Canada) – Segmentation des activités liées à la culture et au divertissement		
Segment d'activité	Activités comprises dans le segment	
Sites historiques, musées et galeries d'art	Sites ou lieux historiques ou bâtiments patrimoniaux de renommée internationale	Sites ou lieux naturels de renommée internationale
	Autres sites ou lieux historiques ou bâtiments patrimoniaux	Reconstitutions historiques de villes ou de villages avec animation
	Balade dans une ville pour examiner les bâtiments et l'architecture	Musées militaires ou consacrés à la guerre
	Musée d'histoire ou musée sur le patrimoine	Galleries d'art Sites paléontologiques ou archéologiques
Magasinage et restaurants	Magasinage ou lèche-vitrine dans les librairies ou les magasins de disques	Magasinage ou lèche-vitrine dans les boutiques d'antiquités
	Magasinage ou lèche-vitrine dans les boutiques de vêtements, de chaussures et de bijoux	Magasinage ou lèche-vitrine dans les épiceries fines
	Magasinage ou lèche-vitrine dans les boutiques d'art ou les expositions d'art et d'artisanat locales	Magasinage ou lèche-vitrine dans les serres ou les centres de jardin
	Souper dans des restaurants offrant des mets ou des plats locaux ou régionaux	Souper dans des restaurants gastronomiques de réputation internationale
	Fréquentation des cafés-terrasses locaux	Autres restaurants haut de gamme
Activités en milieu autochtone	Cuisine autochtone (goûter ou déguster)	Expositions d'art et d'artisanat autochtones
	Attractions autochtones (p. ex. musées, centres d'interprétation)	Expériences culturelles autochtones dans une région éloignée ou rurale avec séjour d'une nuit ou plus
	Festivals et événements autochtones (p. ex. pow-wow)	Aventure ou sports de plein air autochtone
Foires et festivals	Foires ou marchés agricoles	Feux d'artifice
	Carnavals	Festivals des communautés culturelles
	Expositions ou foires	Festivals culinaires ou gastronomiques
Expositions consacrées aux sciences et aux technologies	Musées consacrés aux sciences ou aux technologies	Musées pour enfants
	Parcs thématiques consacrés aux sciences et aux technologies	Cinéma IMAX
	Planétarium	
Parcs thématiques et expositions	Parcs d'attractions	Aquariums
	Parcs thématiques – Glissades d'eau	Parcs zoologiques
	Parcs thématiques sur le cinéma	Fermes récréatives (p. ex. jeux de labyrinthes, fermes d'animaux de basse-cour)
	Musées de cire	
Spectacles artistiques	Concerts de musique classique ou symphonique	Ballet ou autres spectacles de danse
	Opéra	
Événements du sport professionnel	Parties de football professionnel	Tournois de golf professionnel
	Parties de basket-ball professionnel	Parties de hockey sur glace professionnel
	Parties de baseball professionnel	Parties de soccer professionnel
Théâtre	Théâtre	Souper-théâtre
	Festivals de théâtre	
Festivals littéraires et festivals de films	Festivals ou événements littéraires	Festivals internationaux du film

Annexe 1 (suite)		
EAPV 2006 (Canada) – Segmentation des activités liées à la culture et au divertissement		
Segment d'activité	Activités comprises dans le segment	
Dégustations	Visites de vignobles suivies de dégustations	Cours de cuisine ou de dégustation de vins
	Visites de brasseries suivies de dégustations	Visites d'usines de transformation d'aliments telles que des fromageries
Casinos	Sortie au casino	
Spas	Visite de moins d'un jour dans un spa ou un centre de santé dans le cadre d'un voyage d'une nuit ou plus	
Activités historiques participatives	Reconstitutions historiques (en tant qu'acteur)	Programmes d'interprétation dans un lieu historique ou dans un parc national ou provincial
	Dans un musée, visite guidée d'une exposition animée par le conservateur responsable de l'exposition	Fouilles archéologiques
Événements équestres et de style western	Concours équestres	Événements de style western comme les rodéos
	Courses de chevaux	
Agrotourisme	Souper à la ferme	Récoltes ou autres activités agricoles
	Cueillette des fruits à la ferme ou dans les champs	
Événements sportifs nationaux ou internationaux	Tournois de curling	Jeux olympiques
	Patinage artistique professionnel	
Attractions ayant pour thème des jardins	Parcs thématiques sur les jardins	Jardins botaniques
Tournois amateurs	Tournois et compétitions de sports amateurs	Tournois et compétitions amateurs autres que les sports
Concerts, festivals de musique et attractions musicales	Festivals de musique	Attractions musicales
	Concerts de jazz	Spectacles gratuits en plein air dans un parc (p. ex. théâtre, concerts)
	Concerts de rock & roll ou de musique pop	Concerts de musique country ou de musique western
Festivals et spectacles d'humour	Festivals d'humour	Spectacles d'humour ou de variétés

Annexe 2		
EAPV 2006 (Canada) – Segmentation des activités de plein air		
Segment d'activité	Activités comprises dans le segment	
Golf	Lors d'un séjour d'une nuit ou plus dans un complexe hôtelier réservé aux golfeurs	Forfait qui permet de jouer sur différents parcours de golf
	À l'occasion, pendant un voyage	
Chasse	Chasse au petit gibier	Chasse aux oiseaux
	Chasse au gros gibier	
Pêche	Pêche en eau douce	Pêche en eau salée
	Pêche blanche (sous la glace)	Pêche aux plus gros poissons (trophées)
Observation de la faune	Observation d'animaux terrestres	Observation d'oiseaux
	Observation de baleines et autres espèces marines	Visite d'un parc naturel national, provincial ou d'État
	Observation de la flore sauvage	Observation d'aurores boréales
Randonnée, escalade, canot ou kayak	Alpinisme / Randonnée de haute montagne (trekking)	Kayak ou canot en eau douce
	Escalade de rocher ou de paroi rocheuse	Kayak ou canot en mer
	Randonnée pédestre dans la nature, d'une durée d'une nuit ou plus incluant l'hébergement dans un refuge ou un camping	Randonnée pédestre – Excursion de moins d'un jour dans le cadre d'un voyage d'une nuit ou plus
		Descente en eau vive en pneumatique (<i>Rafting</i>)
Activités nautiques	Bateau à moteur	Baignade dans les lacs
	Ski nautique	
Activités de bord de mer	Baignade à la mer	Plongée en apnée dans la mer ou l'océan
	Bronzage / Détente à la plage	Plongée sous-marine dans la mer ou l'océan
Voile et surf	Voile	Paravoile ou parachute sur l'eau (<i>Parasailing</i>)
	Planche à voile	Surf cerf-volant (<i>Kite surfing</i>)
Plongée sous-marine et plongée en apnée effectuée en eau douce	Plongée sous-marine dans les lacs, les rivières et les fleuves	Plongée en apnée dans les lacs, les rivières et les fleuves
Conditionnement physique ou jogging	Entraînement dans un centre de conditionnement physique	Jogging ou exercices en plein air
Cyclisme	Randonnée d'une durée d'une nuit ou plus	Excursion de moins d'un jour
	Vélo de montagne	
Motocyclisme	Randonnée d'une durée d'une nuit ou plus	Excursion de moins d'un jour dans le cadre d'un voyage d'une nuit ou plus
Équitation	Randonnée d'une durée d'une nuit ou plus	Excursion de moins d'un jour dans le cadre d'un voyage d'une nuit ou plus
Motoneige ou véhicule tout-terrain	Véhicule tout-terrain (VTT) – Randonnée d'une durée d'une nuit ou plus	Motoneige – Randonnée d'une durée d'une nuit ou plus
	Véhicule tout-terrain (VTT) – Excursion de moins d'un jour dans le cadre d'un voyage d'une nuit ou plus	Motoneige – Excursion de moins d'un jour sur des pistes balisées
Ski alpin ou planche à neige	Planche à neige	Ski alpin
Ski de fond ou raquette à neige	Ski de fond	Ski de fond de randonnée ou hors-piste d'une durée d'une nuit ou plus
	Raquette à neige	
Activités en milieu sauvage	Cours de survie en milieu sauvage	Traîneau à chiens
	Escalade de paroi de glace	
Patinage	Patin à glace	Patin à roues alignées

Annexe 2 (suite)		
EAPV 2006 (Canada) – Segmentation des activités de plein air		
Segment d'activité	Activités comprises dans le segment	
Sports aériens extrêmes	Parachutisme	Vol en montgolfière
	Deltaplane	
Sports d'équipe	Hockey sur glace	Curling
	Football	Basketball
	Baseball ou balle molle	Soccer
Sports et jeux	Jeux de table	Badminton
	Volleyball	Tennis
	Volleyball de plage	Minigolf
	Quilles	