



STRATÉGIE DE MARKETING TOURISTIQUE 2000-2005

MARCHÉ DE L'ONTARIO ET DES AUTRES PROVINCES CANADIENNES

Coordination

Michel Stewart, directeur général des régions et des produits touristiques

Recherche, analyse et rédaction

Diane Pintal

Direction la planification stratégique

Marie Le Rouzès

Direction de la planification stratégique

Pierre Labonté

Directeur de la planification stratégique

Andrée Beaudoin

Direction de la planification stratégique

Patrick Cluzeau

Tourismania

Collaboration

Autres unités administratives de Tourisme Québec

Dufresne, Dumas, Mizoguchi & Associés

Desjardins Marketing stratégique

Groupe de travail de l'industrie touristique

Air Canada

Association des croisières-excursions du Québec

Association des hôtels du Grand Montréal

Association des hôteliers du Québec

Association des propriétaires d'autobus du Québec

Association touristique régionale des Laurentides

Association touristique régionale de l'Outaouais

Associations touristiques régionales associées du Québec

Château Frontenac et Hôtels C.P.

Fédération des clubs de motoneigistes du Québec

Fédération des pourvoyeurs du Québec

Fédération québécoise de camping et de caravanning

Fédération québécoise des offices de tourisme

Global Tourisme International

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

Tourisme Montréal

Réceptour

Voyages CAA-Québec

Coordination de l'édition

Myriam Bourgault

Direction des affaires publiques et des communications

Révision linguistique

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

Éditique

Traitex inc.

Compélec inc.

Conception de la couverture

Triomphe Marketing et communications

Impression

Couverture : Imprimerie Le Laurentien

Intérieur : Fonds de reprographie gouvernementale

Dépôt légal – Bibliothèque nationale du Québec, 2000

ISBN : 2-551-20380-5

© Tourisme Québec, 2000

Table des matières

Introduction	9
1. Données touristiques	11
1.1 Données sur les touristes canadiens des autres provinces au Québec	11
1.2 Données socio-économiques de l'Ontario	12
1.3 Données touristiques globales de l'Ontario	13
1.4 Données sur les touristes ontariens au Québec	15
2. Analyse des marchés canadien et ontarien et considérations stratégiques	23
2.1 Le marché canadien	23
2.2 Le marché ontarien	24
2.2.1 Les caractéristiques du marché ontarien	24
2.2.2 Les Ontariens au Québec	25
2.3 Considérations stratégiques	30
3. Annexe statistique – Marché ontarien	31
4. Annexe méthodologique	49
Bibliographie	59

Liste des tableaux (annexe statistique)

Tableaux

3.1	Les Canadiens des autres provinces au Québec	31
3.1.1	Visites-province, nuitées et dépenses des touristes ayant voyagé au Québec, selon le but de voyage et le marché géographique d'origine, en 1998	31
3.1.2	Visites-province et recettes des touristes Canadiens des autres provinces au Québec, selon la province d'origine, en 1998 (tous buts de voyage confondus)	32
3.2	Les Ontariens au Québec	33
3.2.1	Visites-province et recettes des touristes ontariens au Québec, selon le but de voyage, en 1998	33
3.2.2	Visites-province des touristes ontariens au Québec, selon le type d'hébergement et le but de voyage, en 1998	33
3.2.3	Visites-province, nuitées et dépenses des touristes ontariens au Québec, selon la région touristique d'origine, en 1998 (tous buts de voyage confondus)	34
3.2.4	Visites-province, nuitées et dépenses des touristes ontariens d'agrément au Québec, selon la région touristique d'origine, en 1998	34
3.2.5	Visites-province des touristes ontariens au Québec, selon le but de voyage et la région touristique d'origine, en 1998	34
3.2.6	Visites-province des touristes ontariens au Québec, selon la région touristique d'origine et le but de voyage, en 1998	35
3.2.7	Visites-province des touristes ontariens au Québec, selon le type d'hébergement et la région touristique d'origine, en 1998 (tous buts de voyage confondus et agrément)	35
3.2.8	Visites-province des touristes ontariens au Québec, selon le moyen de transport et la région touristique d'origine, en 1998 (agrément, affaires et tous buts de voyage confondus)	36
3.2.9	Visites-province des touristes ontariens au Québec, selon le but de voyage, la région d'origine et le trimestre de réalisation, en 1998	37
3.2.10	Visites-région des touristes ontariens au Québec, selon la région d'origine, le but de voyage et la région touristique de destination, en 1998	38
3.2.11	Visites-activité des touristes ontariens au Québec, selon la région d'origine et le but de voyage, en 1998	39
3.2.12	Visites-activité des touristes d'agrément de l'agglomération de Toronto aux États-Unis, dans les autres pays que les États-Unis et le Canada, et au Québec, en 1998	40
3.2.13	Visites-province des touristes ontariens au Québec, selon la région d'origine, le but de voyage et la catégorie d'âge, en 1998	41

3.2.14	Visites-province des touristes ontariens au Québec, selon la région d'origine, le but de voyage et la catégorie de revenu, en 1998	42
3.3	Les Ontariens à l'étranger	43
3.3.1	Voyages-personne, dépenses et nuitées des touristes ontariens aux États-Unis et dans les autres pays que les États-Unis et le Canada, entre 1993 et 1998 (tous buts de voyage confondus)	43
3.3.2	Voyages-personne des touristes ontariens aux États-Unis et dans les autres pays que les États-Unis et le Canada, selon le but de voyage, entre 1993 et 1998	44
3.3.3	Visites-province au Québec et voyages-personne aux États-Unis et dans les autres pays que les États-Unis et le Canada des touristes ontariens de l'agglomération de Toronto et de l'Ontario, selon le but de voyage, en 1998	45
3.3.4	Voyages-personne des touristes ontariens aux États-Unis et dans les autres pays que les États-Unis et le Canada, selon le trimestre de réalisation, entre 1993 et 1998 (tous buts de voyage confondus)	46
3.3.5	Visites-province au Québec et voyages-personne aux États-Unis et dans les autres pays que les États-Unis et le Canada des touristes ontariens de l'agglomération de Toronto et de l'Ontario, selon le trimestre de réalisation, en 1998 (tous buts de voyage confondus)	47
3.3.6	Voyages-personne des touristes ontariens de l'agglomération de Toronto (agrément et tous buts de voyage confondus) et de l'Ontario (tous buts de voyage confondus) dans les destinations étrangères (États-Unis et autres pays que les États-Unis et le Canada), selon la catégorie d'âge, en 1998	47

Introduction

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

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

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

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

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

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

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

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

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

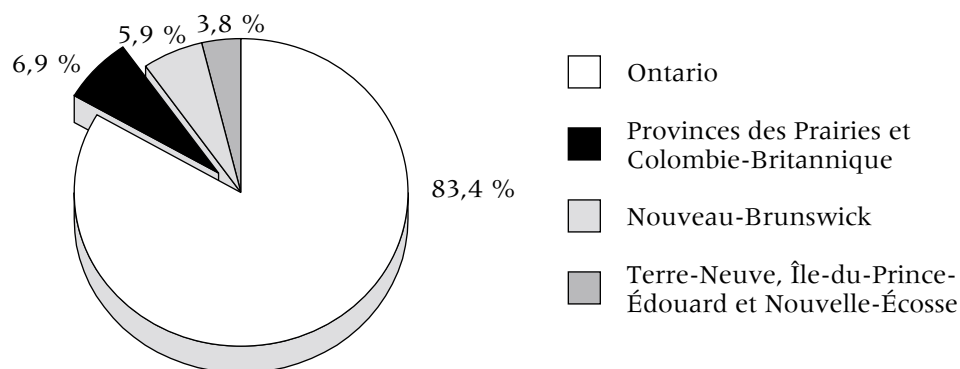
Les principales sources de données disponibles que sont l'Enquête sur les voyages internationaux (EVI), l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) et l'Enquête sur l'hébergement doivent être utilisées avec précaution. La méthodologie de ces enquêtes ainsi que les règles d'utilisation qui s'y rattachent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

1. Données touristiques

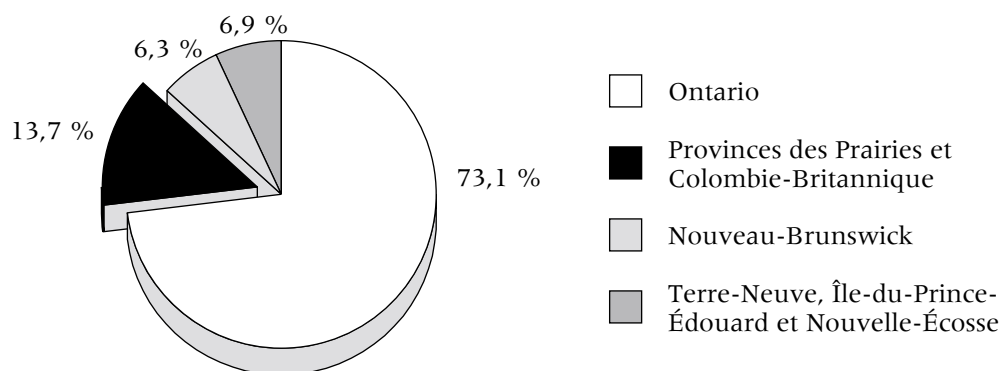
1.1 Données sur les touristes canadiens des autres provinces au Québec

		1997	1998 ²
Nombre de visites-province ¹	'000	2 658	2 786
Recettes pour le Québec	'000 000 \$	549	698
Nombre de nuitées	'000	7 896	9 938
Dépenses moyennes par séjour	\$	207	251
Dépenses moyennes par nuitée	\$	70	70

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



Principales régions d'origine (recettes), en 1998



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

2. Non comparable à 1997.

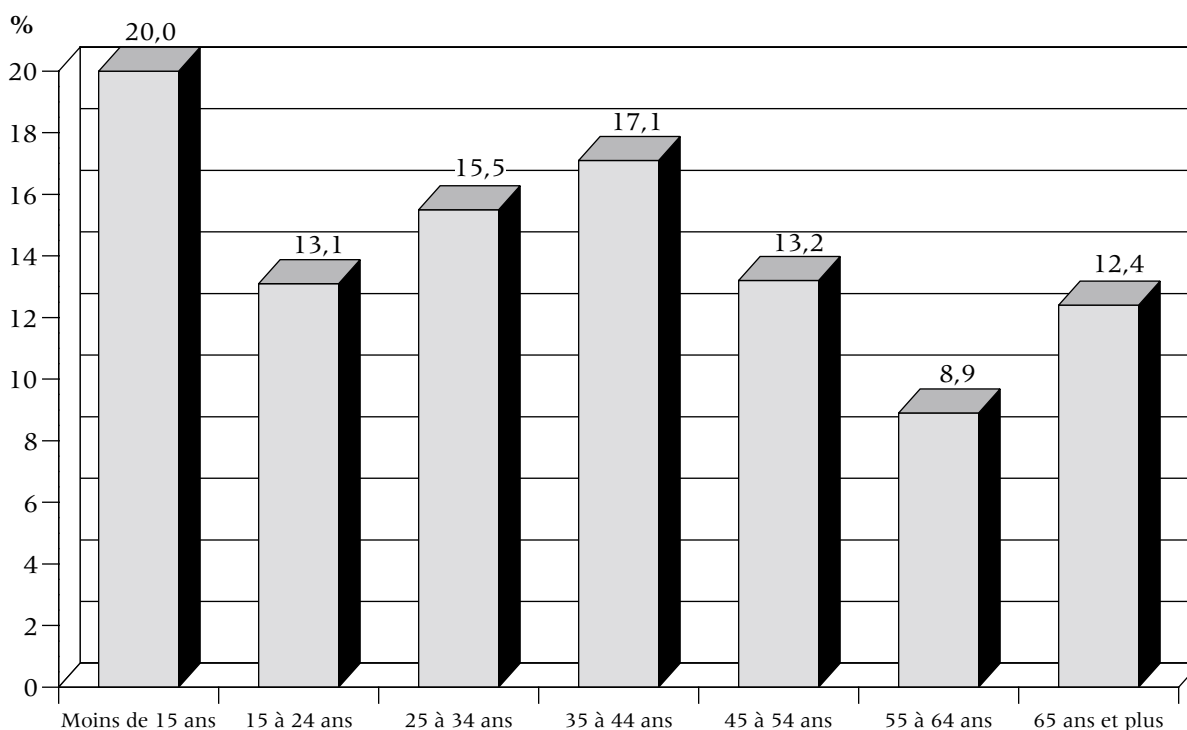
Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

1.2 Données socio-économiques de l'Ontario

Données démographiques

Population 1998 2005	11 384 379 12 361 432
-------------------------	--------------------------

Répartition de la population par groupe d'âge (en %), en 1998



Source : Banque de données Horace.

Données économiques

	1997	1998
PIB par habitant (\$ CA courants)*	31 659 \$ CA	32 583 \$ CA
Taux de chômage**	8,5 %	7,2 %
Taux d'inflation***	1,9 %	0,9 %
Taux de croissance économique annuel*	4,4 %	4,3 %

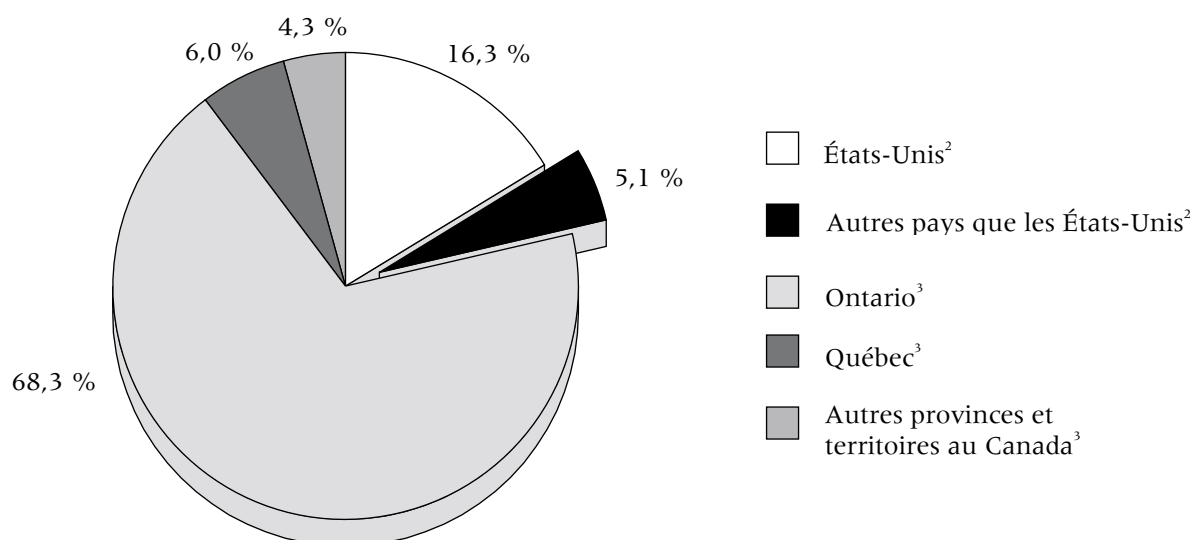
Sources : * Statistique Canada, *Les comptes économiques provinciaux*, catalogue n° 13-213.

** Statistique Canada, *Cansim*.

*** Statistique Canada, *Le Canada en statistiques : Indice des prix à la consommation, classification de 1996*.

1.3 Données touristiques globales de l'Ontario

Voyages¹ des Ontariens, selon les destinations touristiques, en 1998
(tous buts de voyage confondus)



1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. Voyages-personne.

3. Visites-province.

Sources : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, catalogue n° 66-201 et *Enquête sur les voyages des Canadiens*, catalogue n° 87-212, et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

	1997	1998
Taux de départ en vacances/ population totale* ¹	63,6 %	64,9 %
Taux de départ à l'étranger/ population totale* ¹	32,1 %	26,4 %
Montant des dépenses globales à l'étranger ² (000 000 \$)	6 396	6 512
Nombre de voyages-personne à l'étranger (1 nuit ou plus) ²	8 858	8 469
Nombre de visites-province au Canada (1 nuit ou plus) ³	n.d.	31 135

* Population âgée de 15 ans et plus.

n.d. : non disponible.

Sources : 1. Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des Canadiens*, catalogue n° 87-212.

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

3. Ontario Ministry of Tourism, *Ontario's Domestic Travel Markets – 1998*.

Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

Segmentation des séjours selon le but du voyage (1 nuit ou plus)	1997	1998	1998
	À l'étranger %	À l'étranger %	Au Canada %
Affaires et autres	17,9	20,8	20,1
Agrément, VPA* et autres	82,1	79,2	79,9
Visite de parents ou d'amis uniquement	19,9	21,1	40,0
Agrément uniquement	52,5	49,0	32,6

Sources : Statistique Canada, Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement et Ontario Ministry of Tourism.

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

Principales destinations (¹ 000 de voyages-personne ¹ et visites-province ²)	1997	1998
	\$	\$
États-Unis	6 986	6 436
Atlantique Centre	2 098	2 002
Atlantique Sud	1 184	1 020
Centre Nord-Est	1 671	1 555
Europe	843	906
Royaume-Uni	302	302
Autres pays d'Europe	399	462
Bermudes et Antilles	374	427
Au Canada	n.d.	31 135
Ontario	n.d.	27 054
Québec	n.d.	2 371
Autres provinces et territoires	n.d.	1 710

1. États-Unis, Europe et Bermudes et Antilles.

2. Canada.

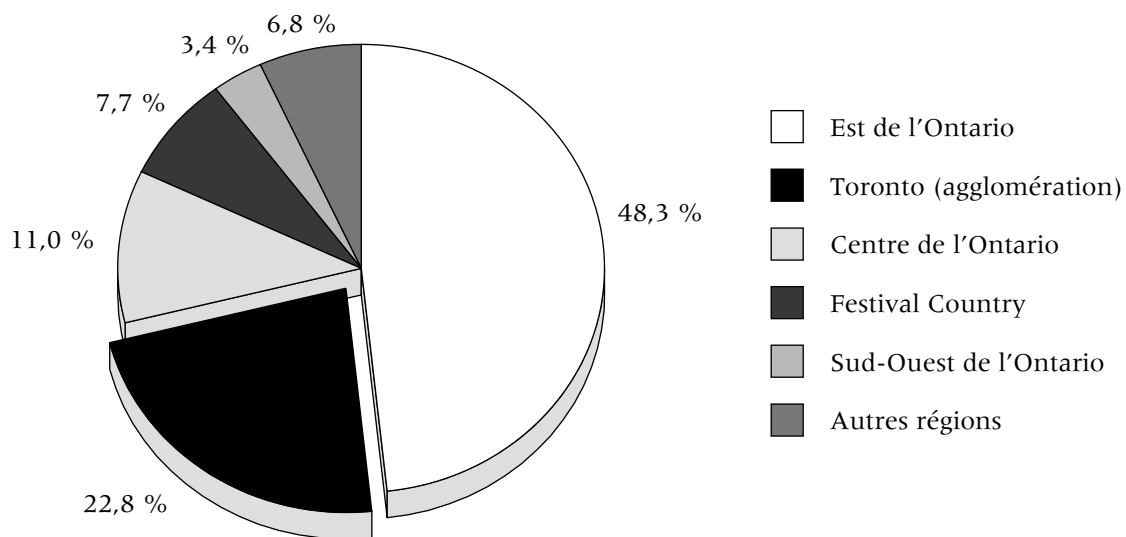
n.d. : non disponible.

Sources : Statistique Canada, Ontario Ministry of Tourism et Tourisme Québec (Direction de la recherche et du développement).

1.4 Données sur les touristes ontariens au Québec

		1997	1998 ²
Nombre de visites-province ¹	'000	2 277	2 324
Recettes pour le Québec	'000 000 \$	404	510
Nombre de nuitées	'000	6 247	7 596
Dépenses moyennes par séjour	\$	177	219
Dépenses moyennes par nuitée	\$	65	67
Taux de pénétration (nombre de voyages d'agrément/1 000 habitants)*		n.d.	80,1
Part de marché (%) du Québec au Canada (agrément)**		n.d.	67,7

Principales régions d'origine (visites-province)¹, en 1998



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

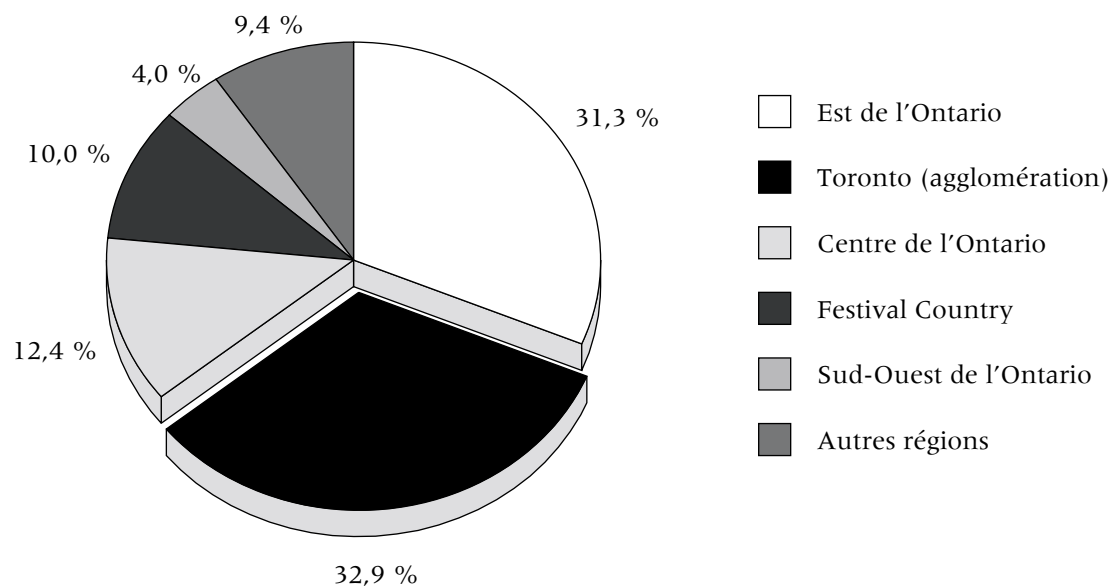
2. Non comparable à 1997.

* Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

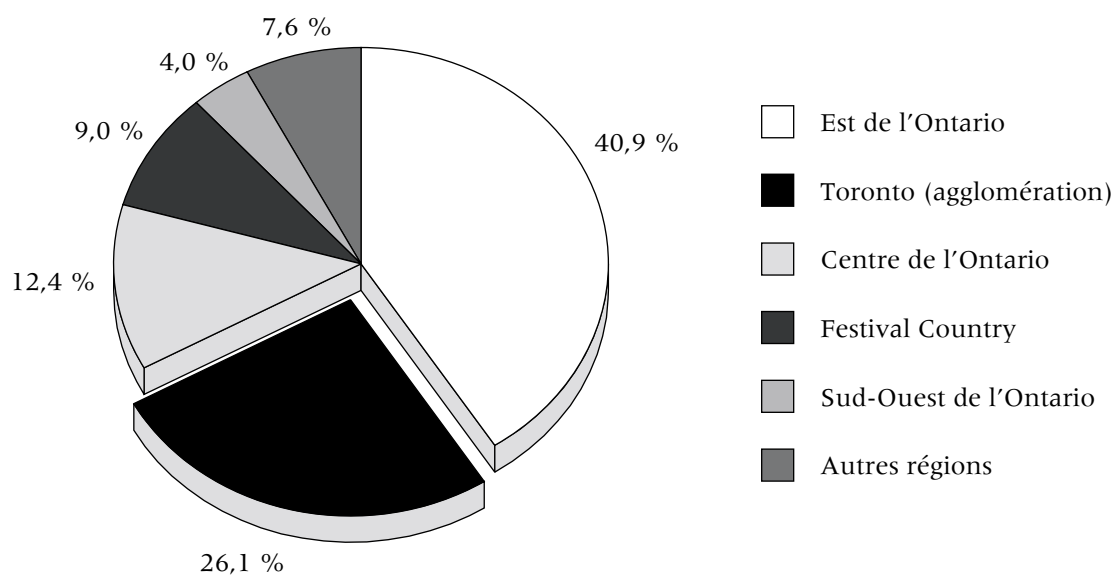
** Ontario Ministry of Tourism, *Ontario's Domestic Travel Markets – 1998*, The Tourism Monographs, n° 16, November 1999, p. 17.

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

Principales régions d'origine (recettes pour le Québec), en 1998



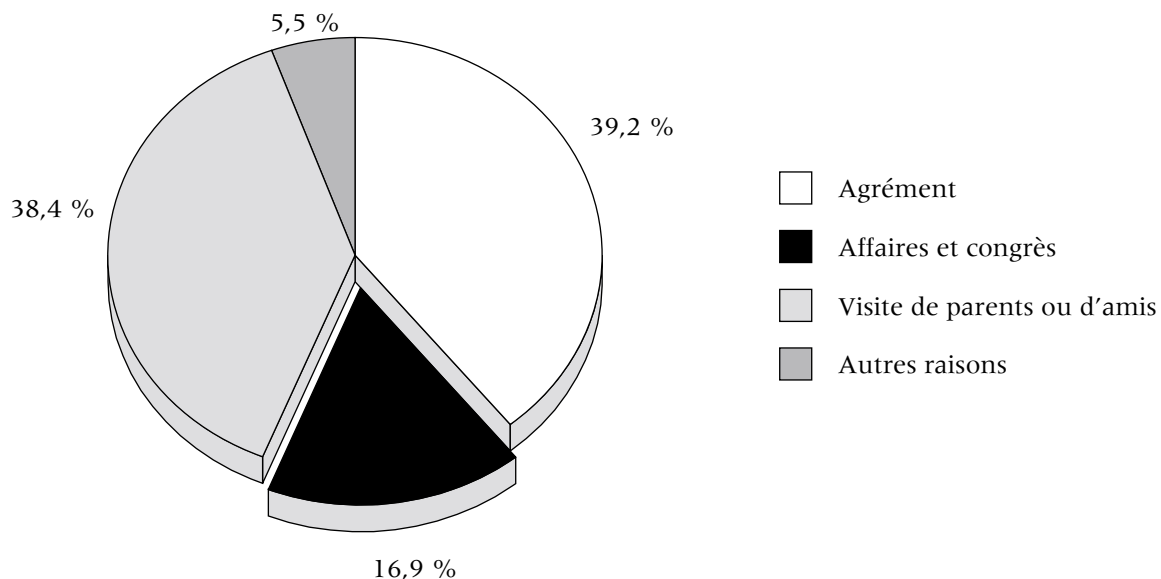
Principales régions d'origine (visites-province)¹, excluant les visites-province utilisant le chalet ou maison de villégiature privé comme mode d'hébergement, en 1998



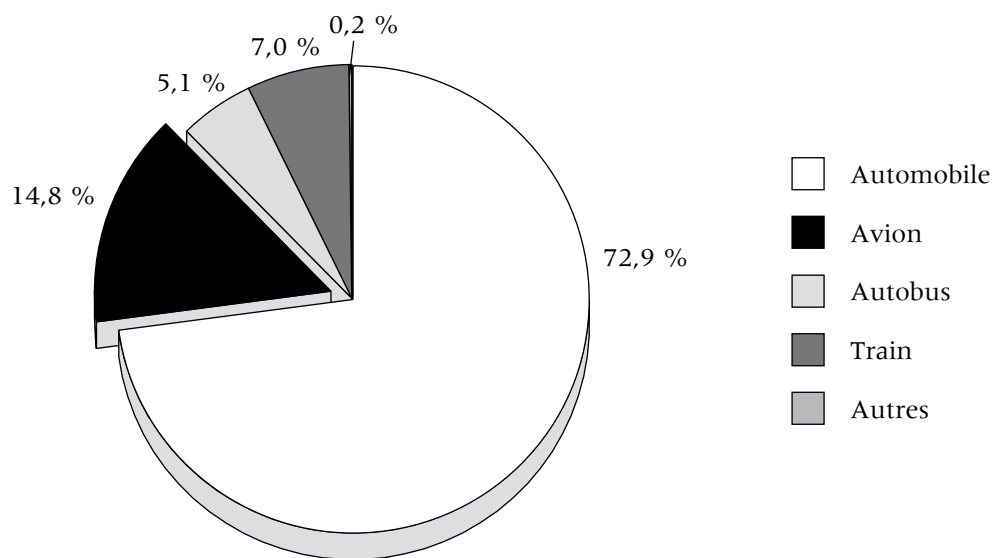
1. Toutes les données présentées concernent les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.

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

But principal du voyage (visites-province)¹, en 1998

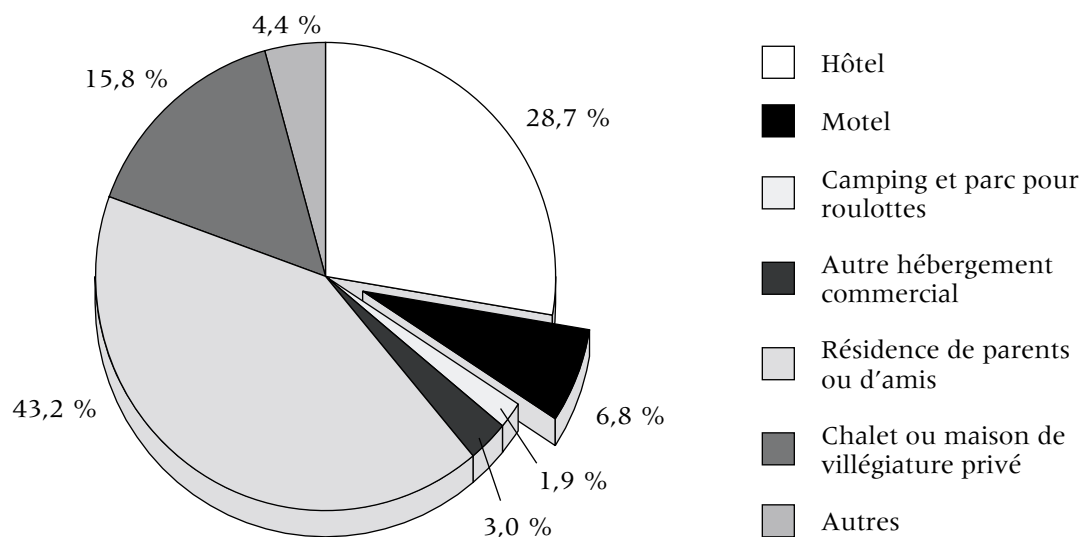


Moyens de transport (visites-province)¹, en 1998

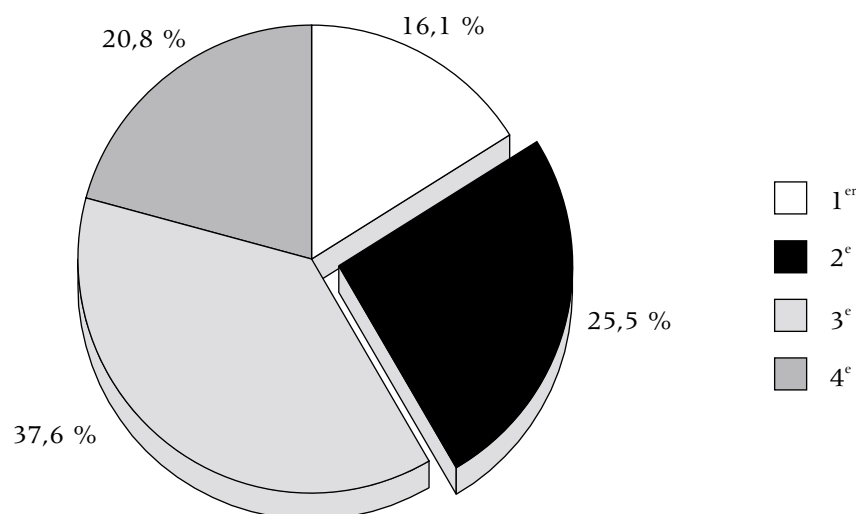


1. Toutes les données présentées concernent les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.
Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

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



Trimestres de réalisation du voyage (visites-province)¹, en 1998

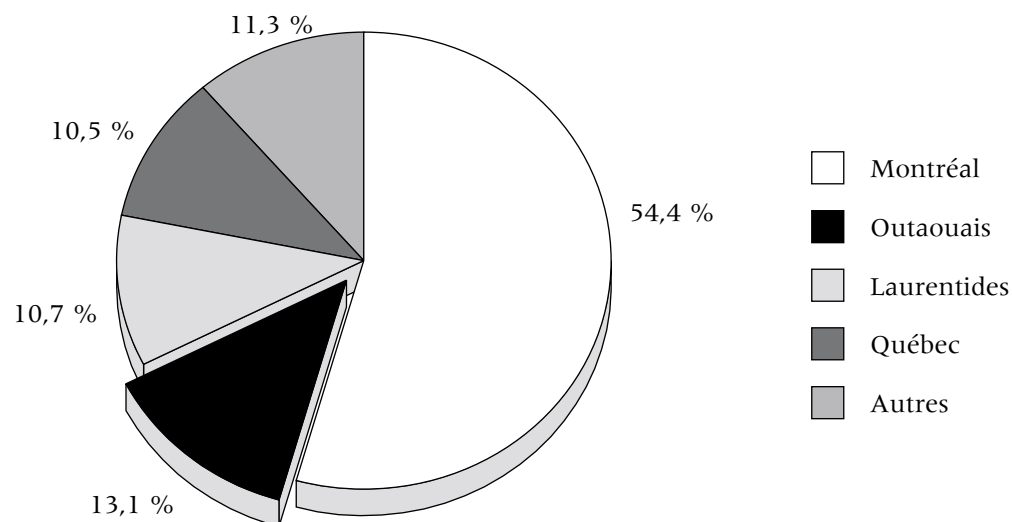


1. Toutes les données présentées concernent les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.

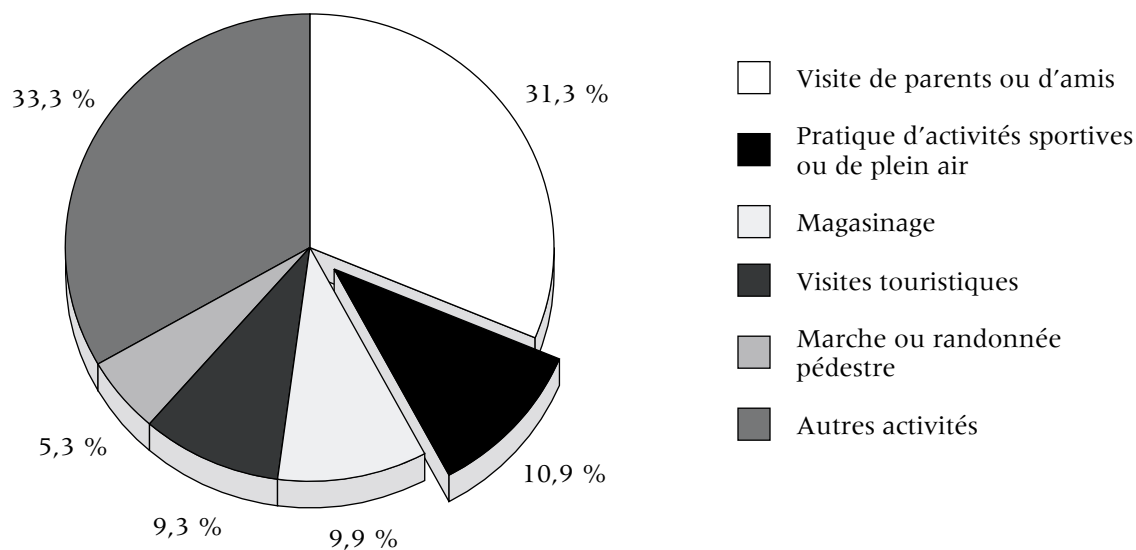
* Le total peut ne pas correspondre à la somme des parties car il est possible qu'une même personne ait désigné deux types d'hébergement différents.

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

Principales régions visitées (visites-région)¹, en 1998



Principales activités pratiquées (visites-activité)², en 1998

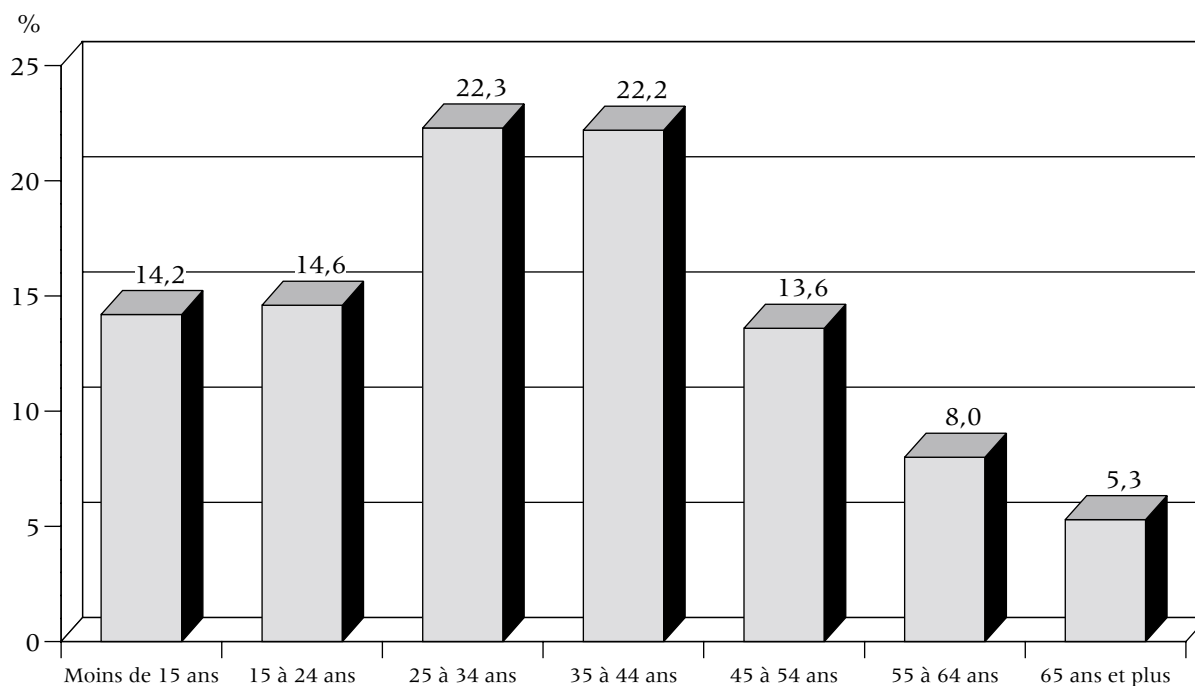


1. Une visite-province dans trois régions compte pour trois visites-région.

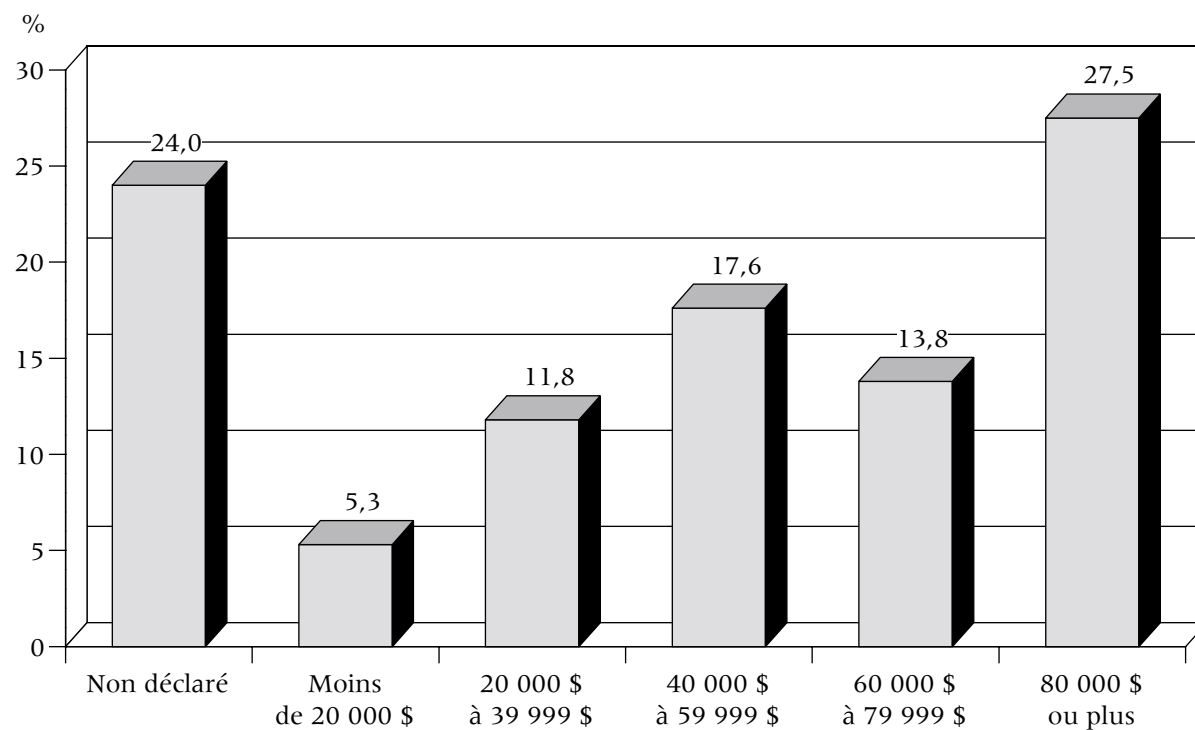
2. Une visite-province qui implique la pratique de quatre activités compte pour quatre visites-activités.

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

Répartition des touristes ontariens par catégorie d'âge (visites-province)¹, en 1998

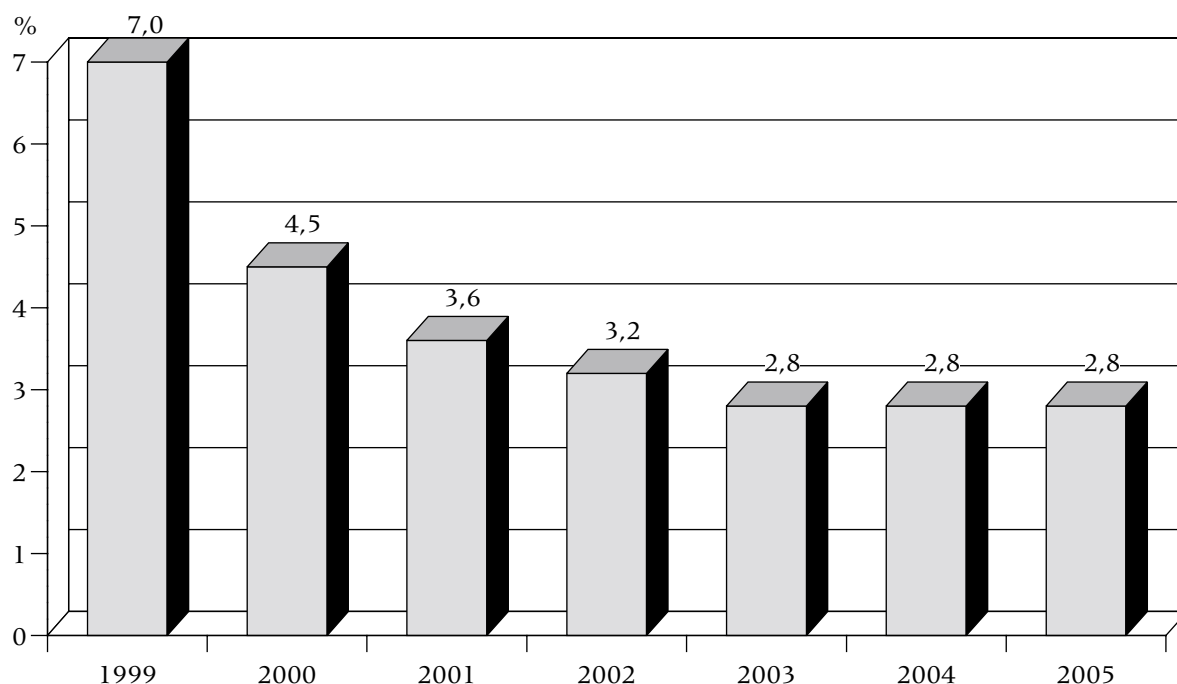


Répartition des touristes ontariens par catégorie de revenu du ménage (visites-province)¹, en 1998

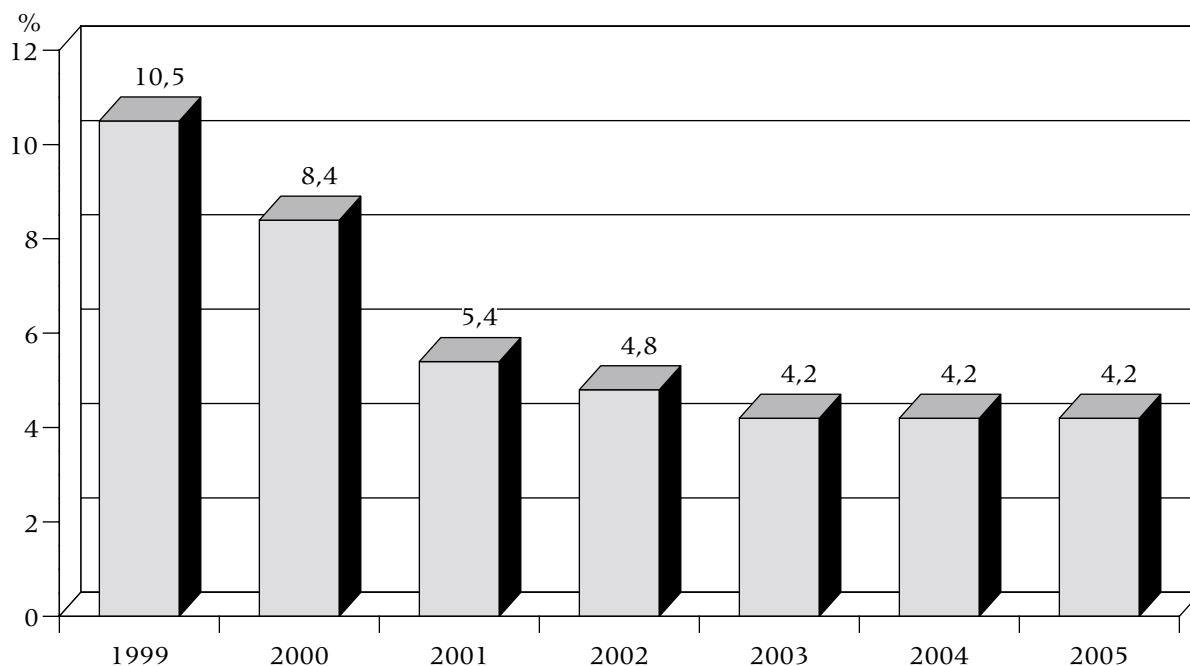


1. Toutes les données présentées concernent les touristes (ceux et celles ayant effectué un voyage d'une nuit ou plus) pour tous buts de voyage confondus.
Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

Prévisions de croissance des visites-province des touristes¹ ontariens au Québec, 1999-2005*



Prévisions de croissance des dépenses des touristes¹ ontariens au Québec, 1999-2005*



1. Voyages d'une nuit ou plus.

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

N.B. : Ces prévisions concernent le marché canadien et sont applicables au marché ontarien sensiblement dans les mêmes proportions.

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

2. Analyse des marchés canadien et ontarien et considérations stratégiques

Les énoncés suivants synthétisent les faits saillants de l'analyse des données portant sur les marchés canadien et ontarien. À moins d'indications contraires, le lecteur trouvera l'ensemble de ces données dans les graphiques et les figures de la première section et dans les statistiques de l'annexe du présent document.

2.1 Le marché canadien

• Le marché ontarien domine au Québec

En 1998, au Québec, les Canadiens des autres provinces représentent le deuxième marché de touristes en importance, après celui des Québécois, avec 2 786 000 visites-province et 698 millions de dollars de recettes. Les données préliminaires pour 1999 montrent une tendance à la hausse des visites-province (3 095 000) et des recettes (735 millions de dollars) attribuables au marché canadien.

En comparaison avec les touristes des marchés internationaux (incluant les États-Unis), ils effectuent en proportion moins de voyages d'agrément et de voyages d'affaires et de congrès au Québec mais **plus de voyages pour visiter des parents ou des amis**.

La majorité (83,4 %) des touristes du marché canadien proviennent de l'Ontario, mais ces derniers ne contribuent que pour 73,1 % à toutes les recettes d'origine canadienne au Québec. Ces données font tout de même de l'Ontario le principal marché touristique canadien au Québec.

2.2 Le marché ontarien

2.2.1 Les caractéristiques du marché ontarien

- **Une démographie et une économie en Ontario propices à l'industrie des voyages.**

En 1998, la population de l'Ontario s'élève à un peu plus de 11,3 millions d'individus, dont le tiers forme la génération des *baby-boomers* (35-54 ans). Les prévisions indiquent qu'entre 1998 et 2005 la population ontarienne s'accroîtra de 8,6 %¹, pour atteindre plus de 12,3 millions d'individus.

L'Ontario enregistre, en 1998, **une croissance économique annuelle relativement forte (4,3 %), identique à celle des États-Unis**. Le taux de chômage et le taux d'inflation sont respectivement de 7,2 % et 0,9 %, alors que le produit intérieur brut (P.I.B.) par habitant atteint 32 583 dollars, en hausse de 2,9 %² par rapport à 1997.

- **Plus du quart des Ontariens voyagent à l'étranger.**

En 1998, le taux de départ en vacances des Ontariens, âgés de 15 ans et plus, est de 64,9 %, donc légèrement plus élevé qu'en 1997 (63,6 %). Le **taux de départ à l'étranger** a toutefois diminué, passant de 32,1 % en 1997 à **26,4 % en 1998**, alors que les dépenses ont augmenté de 1,8 %³.

Entre 1993 et 1998, sur une base annuelle, les Ontariens ont effectué de 8,5 à 9,5 millions de voyages-personne à l'étranger d'une nuit ou plus, tous buts confondus. Néanmoins, depuis 1993 ce type de voyage a connu une diminution de 2,4 % en moyenne par année.

- **Depuis 1993, les touristes ontariens ont considérablement accru leurs voyages d'affaires à l'étranger au détriment des voyages d'agrément.**

En 1998, les touristes ontariens voyagent à l'étranger surtout pour l'**agrément** (49,0 %). Cependant, entre 1993 et 1998, le nombre de ces voyages a diminué de 4,4 % en moyenne par année, alors qu'à l'opposé celui des **voyages d'affaires et de congrès** a connu une **augmentation** du même ordre (4,3 %).

- **Les touristes ontariens étalent leurs voyages à l'étranger tout au long de l'année.**

En 1998, les touristes ontariens font le plus de voyages-personne à l'étranger, **tous buts de voyage confondus**, au cours du **3^e trimestre** (28,4 %). Suivent de très près et dans des proportions semblables, les 1^{er} (25,9 %) et 2^e (25,5 %) trimestres. Ils étalent leurs voyages à l'étranger tout au long de l'année, et l'accroissement des voyages d'affaires et de congrès influence vraisemblablement leur comportement.

Par ailleurs, entre 1993 et 1998, les 3^e et 4^e trimestres ont connu les plus fortes diminutions (4,2 % et 2,2 % en moyenne par année respectivement).

- **Les Ontariens voyagent de plus en plus aux États-Unis pour les affaires...**

En 1998, **plus des trois quarts des voyages à l'étranger des Ontariens ont les États-Unis pour destination** et, plus précisément, les régions de l'Atlantique Centre, du Centre Nord-Est et de l'Atlantique Sud.

En 1998, les Ontariens voyagent aux **États-Unis** d'abord par **agrément** (46,1 %), puis par **affaires** (22,3 %).

Cependant, entre 1993 et 1998, les **voyages-personne aux États-Unis, tous buts confondus, ont diminué** de 4,2 % en moyenne par année. Le volume des voyages d'agrément a beaucoup chuté (de 6,9 % en moyenne par année); celui des voyages d'affaires et de congrès s'est accru de façon notable (4,4 %).

• ... et dans les autres pays pour l'agrément.

En 1998, 58,3 % des voyages-personne des Ontariens dans les **autres pays que les États-Unis** sont des **voyages d'agrément**, effectués principalement en Europe.

Contrairement aux statistiques relevées pour les États-Unis, celles pour les **autres pays** indiquent une **augmentation appréciable du nombre de voyages, tous buts confondus** (de 5,1 % en moyenne par année). Il en est ainsi des voyages d'agrément (5,6 % en moyenne par année) et d'affaires et de congrès (5,2 % en moyenne par année).

2.2.2 Les Ontariens au Québec

• L'Ontario, le deuxième marché en importance au Québec

En 1998, **2,3 millions de visites-province (tous buts confondus)** au Québec sont attribuables aux **Ontariens**. Toutefois, le Québec n'était pas la destination finale pour 6,8 %⁴ d'entre eux. Malgré cela, ils représentent tout de même le **deuxième marché de touristes au Québec**. Par contre, avec des recettes de l'ordre de 510 millions de dollars, il occupe le dernier rang parmi tous les marchés. Le fait que plus de la moitié des touristes ontariens au Québec n'utilise pas les formes d'hébergement commercial peut expliquer en partie la faible performance de ce marché en ce qui a trait aux recettes.

Les données préliminaires obtenues pour 1999 indiquent que le nombre de visites-province (2,6 millions) vers le Québec a augmenté, ainsi que les recettes (537 millions de dollars).

• Une clientèle relativement jeune et bien nantie

Plus du tiers des touristes ontariens, en voyage d'agrément au Québec, en 1998, ont moins de 25 ans, et ce pourcentage grimpe à 49,5 % lorsqu'ils proviennent de la région métropolitaine de Toronto.

Près de la moitié des touristes d'agrément (43,4 %) est recrutée dans la catégorie des 25 à 44 ans, sauf pour ce qui est de la cohorte de l'agglomération de Toronto où la proportion des 35 à 54 ans excède légèrement celle des 25 à 44 ans.

Les voyages d'affaires et de congrès des touristes ontariens au Québec sont aussi le fait des 25 à 44 ans, qui représentent un peu plus des deux tiers de cette clientèle.

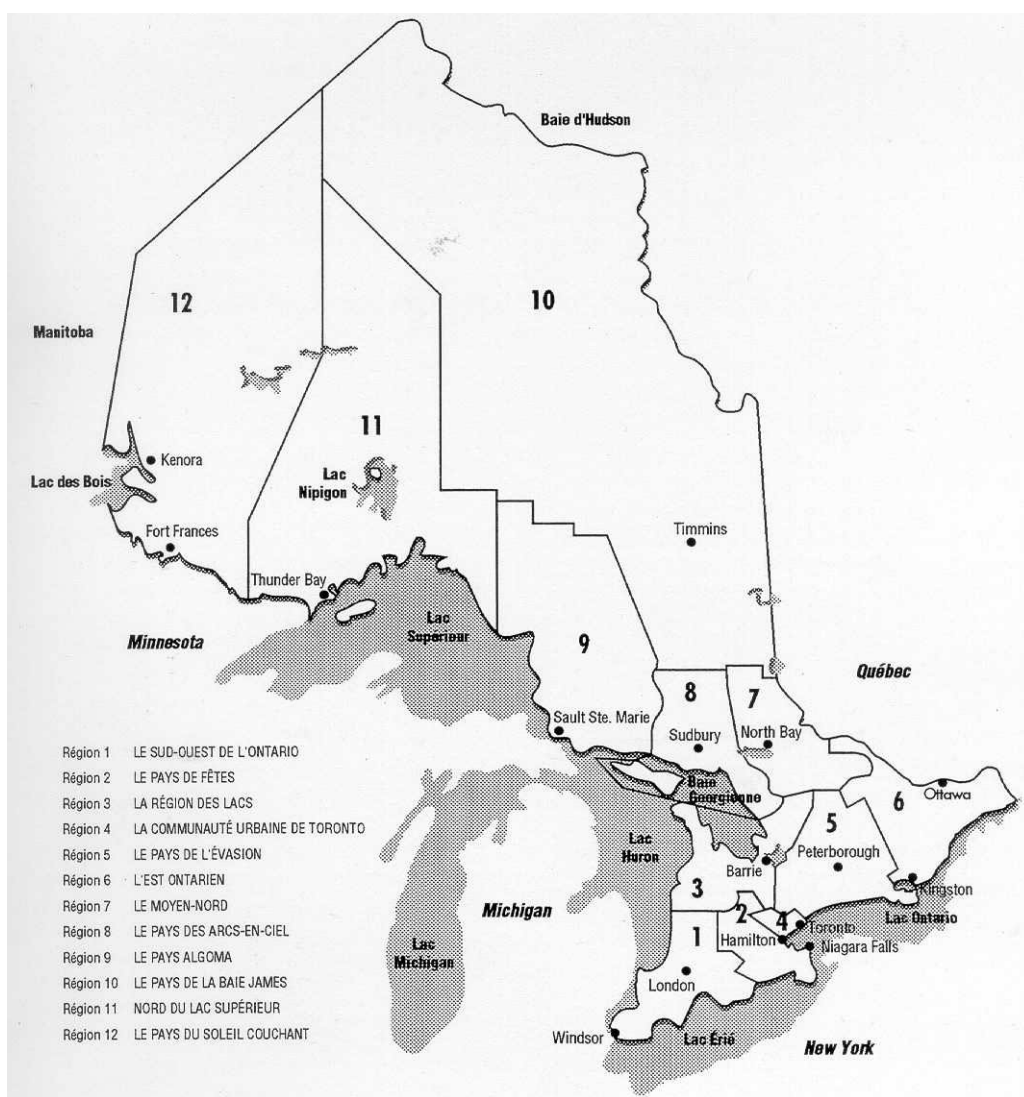
Quant aux voyages à l'étranger (tous buts confondus), ils sont choisis principalement par les *baby-boomers* et les personnes plus âgées.

En 1998, plus de **40 %** des touristes ontariens venus au Québec (voyages d'agrément et tous buts confondus) ont un **revenu de 60 000 \$ et plus**. Ce pourcentage atteint près de 50,0 % dans le cas des touristes torontois (voyages d'agrément : 47,8 %, tous buts confondus : 49,7 %).

• L'Est de l'Ontario : plus de touristes, moins de recettes

En 1998, plus de 70 % des visites-province (tous buts confondus) reviennent aux habitants de deux régions seulement. L'Est de l'Ontario, situé aux frontières du Québec et comptant plus de 1,3 million d'habitants (1996) s'approprie près de la moitié des visites-province (48,3 %), mais ne contribue qu'à 31,4 % des recettes. L'agglomération de **Toronto**, située à 545 kilomètres de Montréal et comptant plus de 3,2 millions d'habitants (1996), s'approprie 22,8 % des visites-province, mais contribue à 32,9 % des recettes.

Ce portrait global doit cependant être raffiné. En effet, en retranchant les visites-province des Ontariens se rendant dans un chalet ou une maison de villégiature privés, la part de chacune de ces régions change. La part de l'Est de l'Ontario fond à 40,9 %, tandis que celle du Toronto métropolitain augmente à 26,1 %. Appliqué à l'ensemble des visites-province de 1998, au cours desquelles 59 % ont opté pour le logement chez des parents et des amis ou en chalets privés, cette réalité peut vraisemblablement expliquer la piètre performance du marché ontarien global au chapitre des recettes.



• **Les touristes de l'Est de l'Ontario voyagent pour l'agrément, ceux de l'agglomération de Toronto visitent des parents ou des amis.**

En 1998, les Ontariens sont venus au Québec aussi souvent pour des voyages d'agrément (39,2 %) que pour des visites à des parents ou à des amis (38,4 %). Les voyages d'affaires et de congrès ont été faits dans une proportion de 16,9 %.

Les touristes de l'Est de l'Ontario sont venus au Québec surtout en voyage d'agrément (53 %), mais aussi pour des visites des parents ou des amis (30,1 %). Ceux de l'agglomération de Toronto ont voyagé avant tout pour visiter des parents ou des amis (46,6 %) et pour les affaires et congrès (27,5 %). Les touristes de l'Est de l'Ontario s'accaparent une part appréciable (65,2 %) des voyages d'agrément, alors que ceux de l'agglomération de Toronto n'en retiennent que 12,6 %.

En comparaison avec les voyages à l'étranger en 1998, la visite des parents ou des amis a été plus fréquente au Québec de la part des touristes torontois et ontariens. Les Torontois ont toutefois fait presque autant de voyages d'agrément (35,9 %) que d'affaires et de congrès (33,5 %) aux États-Unis, alors que l'ensemble des Ontariens préféreraient de loin y aller pour l'agrément. Dans les autres pays que les États-Unis, ce sont surtout les voyages d'agrément qui ont remporté la palme, tant auprès des touristes torontois qu'ontariens.

• **Une bonne partie de la clientèle ontarienne actuelle est captive, peu sensible aux activités promotionnelles.**

En 1998, en voyage d'agrément, le chalet ou la maison de villégiature privés drainent un peu plus du tiers (33,7 %) des touristes ontariens. Ce mode d'hébergement devient quasiment aussi prisé que l'hôtel et le motel (40,0 %), grâce aux touristes de l'Est de l'Ontario principalement (46,9 %), car ceux de l'agglomération de Toronto dorment surtout à l'hôtel (65,2 %).

• **L'automobile est le moyen de transport préféré des touristes ontariens.**

En 1998, l'automobile (72,9 %) demeure le moyen de transport préféré des Ontariens en voyage au Québec, tous buts confondus.

En voyage d'agrément, les touristes de l'Est de l'Ontario en font grand usage (92,3 %). Pour leur part, ceux de l'agglomération de Toronto recourent, dans des proportions presque similaires, à l'automobile (39,1 %) et à l'avion (32,2 %), et dans une proportion moindre à l'autobus (24,3 %).

L'avion l'emporte dans les choix des touristes pour les voyages d'affaires et de congrès, sauf dans ceux des Ontariens de l'Est où l'automobile (56,7 %) et le train (29,8 %) sont grandement prisés.

• **Le 3^e trimestre domine toujours, mais les 1^{er} et 2^e trimestres s'imposent.**

En 1998, le 3^e trimestre est le trimestre de prédilection pour les voyages des Ontariens au Québec, quel que soit le but de leur voyage et leur provenance.

Ce qui n'a pas empêché les résidents de l'Est de l'Ontario, en voyage d'agrément, de venir nombreux pendant le 2^e trimestre (25,2 %) et ceux de l'agglomération de Toronto pendant le 1^{er} trimestre (30,4 %). Ce phénomène s'avère capital pour le renforcement du tourisme hivernal et l'étalement de la saison touristique.

Pour l'ensemble des touristes, les **voyages d'affaires et de congrès** ont été effectués pendant les 2^e et 3^e trimestres, sauf pour ceux de l'Est de l'Ontario qui ont préféré le 4^e trimestre, puis le 2^e trimestre.

- **En voyage d'agrément, les touristes ontariens se concentrent davantage dans les régions limitrophes.**

En 1998, les voyages d'agrément des touristes ontariens se partagent entre les régions de **Montréal (29,0 %)**, de **l'Outaouais (25,9 %)** et des **Laurentides (23,2 %)**. Suit celle de Québec avec 14,3 %.

L'Outaouais (36,9 %) et les Laurentides (31,2 %) plaisent surtout aux touristes de l'Est de l'Ontario, alors que Montréal (58,9 %) et Québec (35,7 %) ont la cote auprès de ceux de l'agglomération de Toronto.

Une fois combinée la clientèle d'agrément et celle des visites à des parents et à des amis, la région de Montréal surclasse toutes les autres avec près de la moitié du total des visites-province. L'agglomération de Toronto contribue largement au volume des touristes visitant des parents et des amis dans la région de Montréal.

Montréal demeure la **destination** dans le cas des **voyages d'affaires et de congrès**.

- **Comme la visite à des parents ou à des amis, les activités liées à la ville et à la villégiature sont très appréciées.**

En 1998, la principale activité des touristes ontariens, en voyage au Québec, tous buts confondus, a été la visite à des parents et à des amis (31,3 %).

En **voyage d'agrément**, les touristes ontariens diversifient davantage leurs activités, favorisant les activités sportives et de plein air, la visite à des parents ou à des amis, les visites touristiques, le magasinage, la marche et la randonnée pédestre, ainsi que la natation. Par ailleurs, en 1998 les touristes de **l'Est de l'Ontario** ont orienté leurs **intérêts** vers les activités sportives et de plein air, la natation, la marche et la randonnée pédestre, bref vers des activités de **villégiature**. Quant à ceux de **l'agglomération de Toronto**, ils ont plutôt choisi des **activités en milieu urbain**, telles que les visites touristiques, la fréquentation des bars ou des boîtes de nuit et le magasinage.

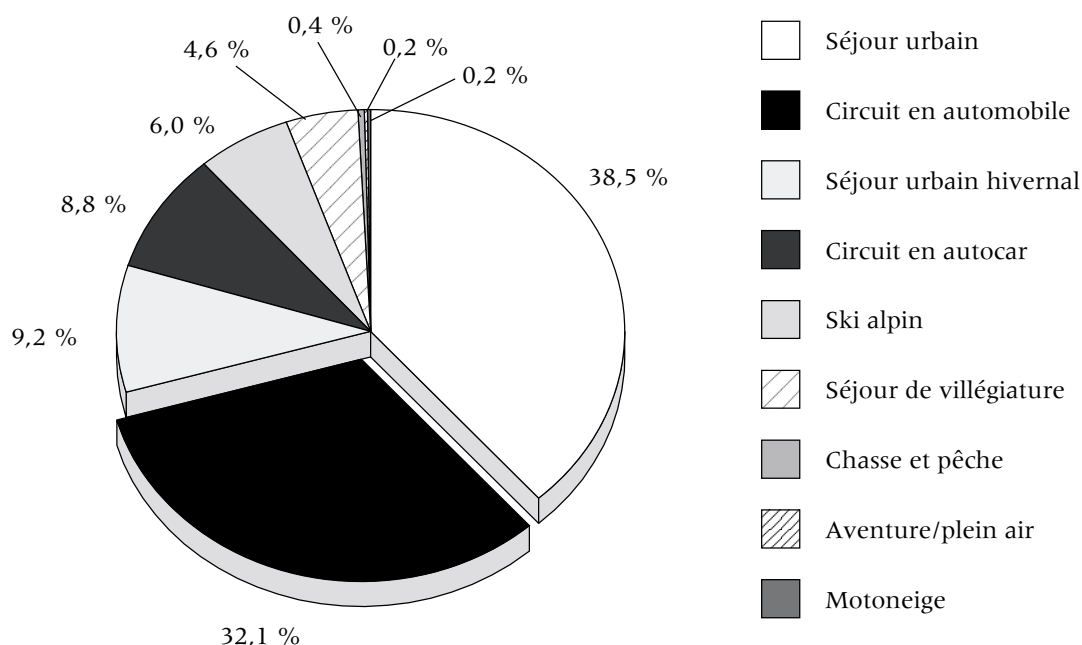
Compte tenu de leurs choix au cours de leurs voyages d'agrément aux États-Unis et à l'étranger en 1998, les Torontois, au Québec, en proportion, ont préféré les visites touristiques, la visite à des parents et à des amis et les visites d'un parc national/provincial et d'un site historique. En proportion, ils ont également fortement prisé le *nightlife* québécois.

En contrepartie, ils ont effectué plus d'activités reliées aux activités sportives et de plein air aux États-Unis et à l'étranger. Toujours en proportion, autant au Québec qu'aux États-Unis, les Torontois ont fait du ski alpin.

Le parallèle entre les activités des Ontariens et l'estimation de la demande des touristes canadiens d'agrément pour les produits québécois confirme la prédominance du séjour urbain (38,5 %), suivi de près par les circuits en automobile (32,1 %) et de loin par les circuits en autocar (8,8 %) effectués la plupart du temps dans les régions centrales⁵.

De plus, en comparaison avec les autres marchés, le marché canadien compose la majeure partie de la clientèle du séjour urbain hivernal (9,2 %). Après les Américains, ce sont les Canadiens qui pratiquent le plus le ski alpin (5,9 %) au Québec. Enfin, les visites-province des Canadiens liées au séjour de villégiature (4,6 %) sont plus nombreuses que celles des touristes américains et étrangers.

Estimation du volume de la demande (agrément) sur le marché canadien, en pourcentage, pour les produits et activités touristiques du Québec, en 1998 (818 003 visites-province)



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

• De bonnes perspectives de croissance pour l'avenir⁶

Pour 1999, une hausse de 11,1 % (marché ontarien : 12,2 %) a été enregistrée en provenance du marché canadien. L'augmentation des recettes a été de 5,3 % (marché ontarien : 5,3 %).

Les estimations préliminaires pour 2000 montrent que le volume de visites-province des touristes canadiens au Québec devrait croître de 4,5 % et les recettes de 8,4 %.

Pour les années 2001 à 2005, les prévisions indiquent que le volume de visites-province et les recettes provenant des touristes canadiens devraient continuer d'augmenter mais dans des proportions moindres (3,6 % à 2,8 % pour les visites-province et 5,4 % à 4,2 % pour les recettes).

2.3 Considérations stratégiques

- ◆ Les résidents de l'**Est de l'Ontario**, principal bassin de touristes au Québec, viennent **surtout en voyage d'agrément** et résident pour une large part dans un chalet ou une maison de villégiature privés (sans compter ceux qui restent chez des parents ou des amis). De ce fait, le Québec leur est sûrement plus familier, et par conséquent, ils sont probablement moins réceptifs aux actions promotionnelles. Cependant, la durée du séjour et la fréquence des visites peuvent être influencées, notamment par une offre variée d'activités sportives et de plein air de qualité. Cette constatation vaut également pour les autres touristes ontariens, les Torontois par exemple, qui se rendent au Québec pour une visite à des parents ou à des amis. Dans ce contexte, le développement de l'offre touristique prend une nouvelle importance.
- ◆ En 1998, de l'ensemble des voyages (une nuit ou plus) faits par les Ontariens au Canada et dans les autres pays, 68,3 % l'ont été en Ontario.⁷ Les efforts doivent être dirigés vers cette clientèle qui préfère rester chez elle. Parmi les enjeux majeurs ressort celui d'attirer au Québec les Ontariens qui n'y sont jamais venus.
- ◆ L'agglomération urbaine de **Toronto**, la deuxième source de touristes ontariens en importance au Québec, compte plus de trois millions d'habitants, soit près du tiers de la population ontarienne. Cette population représente un **marché potentiel** réel encore sous-exploité, au chapitre du tourisme hivernal entre autres. À preuve, la proportion de Torontois en voyage d'agrément lors du 1^{er} trimestre est aussi importante que celle du 3^e trimestre.

Notes

1. Pourcentage calculé par la Direction de la recherche et du développement de Tourisme Québec, à partir des données de la banque de données Horace du site Internet : www.horace.gouv.qc.ca
2. Pourcentage calculé par la Direction de la recherche et du développement de Tourisme Québec, à partir des données de Statistique Canada, dans *Les comptes économiques provinciaux*, catalogue n° 13-213.
3. Pourcentage calculé par la Direction de la recherche et du développement de Tourisme Québec, à partir des données de Statistique Canada, dans *Enquête sur les voyages internationaux*, catalogue n° 66-201.
4. Pourcentage calculé par la Direction de la recherche et du développement de Tourisme Québec, à partir des données de Statistique Canada, dans *Enquête sur les voyages des Canadiens*, catalogue n° 87-212.
5. Voir à ce sujet le fascicule *Performance de la destination québécoise*, à la section sur l'estimation de la demande.
6. Les prévisions qui suivent concernent le marché des provinces canadiennes excluant le Québec, et sont applicables à l'Ontario du fait de sa prédominance dans ce marché.
7. Statistique Canada et Tourisme Québec, Direction de la recherche et du développement.

3. Annexe statistique — Marché ontarien

3.1 Les Canadiens des autres provinces au Québec

Tableau 3.1.1

Visites-province, nuitées et dépenses des touristes¹ ayant voyagé au Québec, selon le but de voyage et le marché géographique d'origine, en 1998

But de voyage	VISITES-PROVINCE									
	Québécois		Canadiens d'autres provinces		Américains		Autres pays ²		Total	
	000	%	000	%	000	%	000	%	000	%
Affaires et congrès	1 101	8,6	495	17,8	445	21,4	235	20,0	2 276	12,1
Agrément/VPA ³ /autres	11 632	91,4	2 291	82,2	1 637	78,6	945	80,0	16 505	87,9
Agrément	5 195	40,8	1 062	38,1	1 094	52,5	640	54,2	7 991	42,5
Visite de parents ou d'amis	5 807	45,6	1 054	37,8	360	17,3	251	21,3	7 472	39,8
Autres raisons personnelles	631	5,0	175	6,3	184	8,8	53 *	4,5	1 043	5,6
Total	12 733	100,0	2 786	100,0	2 082	100,0	1 180	100,0	18 781	100,0
But de voyage	NUITÉES									
	Québécois		Canadiens d'autres provinces		Américains		Autres pays ²		Total	
	000	%	000	%	000	%	000	%	000	%
Affaires et congrès	2 790	7,8	1 400	14,1	1 182	17,7	1 429	14,8	6 801	10,9
Agrément/VPA ³ /autres	33 149	92,2	8 538	85,9	5 506	82,3	8 247	85,2	55 440	89,1
Agrément	15 861	44,1	3 197	32,2	3 579	53,5	4 890	50,5	27 526	44,2
Visite de parents ou d'amis	15 153	42,2	4 536	45,6	1 335	20,0	2 798	28,9	23 822	38,3
Autres raisons personnelles	2 135	5,9	805	8,1	593	8,9	560	5,8	4 092	6,6
Total	35 939	100,0	9 938	100,0	6 688	100,0	9 676	100,0	62 241	100,0
But de voyage	DÉPENSES									
	Québécois		Canadiens d'autres provinces		Américains		Autres pays ²		Total	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Affaires et congrès	363	21,6	271	38,8	269	29,1	232	23,4	1 136	26,5
Agrément/VPA ³ /autres	1 315	78,4	427	61,2	655	70,9	759	76,6	3 155	73,5
Agrément	828	49,3	249	35,6	503	54,4	536	54,0	2 115	49,3
Visite de parents ou d'amis	401	23,9	141	20,2	96	10,4	169	17,1	807	18,8
Autres raisons personnelles	86	5,1	38 *	5,4	56	6,1	54 *	5,5	234	5,4
Total	1 678	100,0	698	100,0	924	100,0	991	100,0	4 291	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. Données ajustées par Tourisme Québec dans le cadre de l'Enquête des voyageurs internationaux (EVI) au Canada en 1998, où le nombre de questionnaires complétés par les touristes des pays autres que les États-Unis a diminué de façon importante. Cette baisse a eu pour conséquence d'affaiblir la précision des estimations provinciales portant sur les volumes de voyages, les dépenses et les autres caractéristiques socio-économiques de cette clientèle spécifique. Étant donné cette situation, les résultats recueillis en 1998 par l'EVI ont été ajustés en tenant compte des données portant sur les entrées aux frontières canadiennes des touristes étrangers selon la province d'entrée (Catalogue 66-001 Statistique Canada). En conséquence les résultats obtenus ne sont pas pleinement comparables à ceux des années antérieures. Cela s'applique dans toute la publication.

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

* Données fournies à titre indicatif, à utiliser avec réserve.

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

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

Tableau 3.1.2

Visites-province et recettes des touristes¹ canadiens des autres provinces au Québec, selon la province d'origine, en 1998 (tous buts de voyage confondus)

Province d'origine	Visites-province		Recettes au Québec	
	Volume (000)	%	Dollars (\$) (000 000)	%
Ontario	2 324	83,4	510	73,1
Provinces des Prairies et la Colombie-Britannique	191	6,9	96	13,8
Nouveau-Brunswick	164	5,9	44	6,3
Terre-Neuve, Île-du-Prince-Édouard et Nouvelle-Écosse	107	3,8	48	6,9
Total	2 786	100,0	698	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

3.2 Les Ontariens au Québec

Tableau 3.2.1

Visites-province et recettes des touristes¹ ontariens au Québec, selon le but de voyage, en 1998

But de voyage	Visites-province		Recettes	
	Volume (000)	%	Dollars (000 000)	%
Agrément	912	39,2	196	38,4
Visite de parents ou d'amis	893	38,4	109	21,4
Affaires et congrès	392	16,9	180	35,3
Autres buts	128	5,5	25	4,9
Total	2 324*	100,0	510	100,0

* Il est à noter que ce nombre de visites-province des Ontariens comprend également les touristes ontariens en transit au Québec pour une nuit, ce qui signifie que leur destination finale n'était pas le Québec. Compte tenu de cette réalité, le nombre de visites-province dont la destination finale était le Québec, s'élevait à 2 167 000 en 1998.

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

Tableau 3.2.2

Visites-province des touristes¹ ontariens au Québec, selon le type d'hébergement et le but de voyage, en 1998

Type d'hébergement	But de voyage							
	Agrément		Visite de parents ou d'amis		Affaires et congrès		Autres buts	
	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%
Hôtel	307	33,7	31	3,5	304	77,6	25	19,5
Motel	57	6,3	50	5,6	47	12,0	3	2,3
Camping et parc pour roulottes	41	4,5	2	0,2	0	0	0	0
Autre hébergement commercial	58	6,4	10	1,1	2	0,5	0	0
Chalet ou maison de villégiature privé	307	33,7	28	3,1	1	0,3	31	24,2
Résidence de parents ou d'amis	144	15,8	775	86,8	32	8,2	53	41,4
Autres	54	5,9	13	1,5	13	3,3	21	16,4
Total*	912	100,0	893	100,0	392	100,0	128	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

* Le total peut ne pas correspondre à la somme des parties, car il est possible qu'une visite-province implique plus d'un type d'hébergement.

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

Tableau 3.2.3

Visites-province, nuitées et dépenses des touristes¹ ontariens au Québec, selon la région touristique d'origine, en 1998 (pour tous buts de voyage)

Région touristique d'origine	Visites-province		Nuitées		Dépenses	
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Dollars (000 000)	%
Est de l'Ontario	1 123	48,3	2 932	38,6	160	31,4
Toronto (agglomération)	530	22,8	1 751	23,1	168	32,9
Centre de l'Ontario	256	11,0	919	12,1	63	12,4
Festival Country	179	7,7	952	12,5	51	10,0
Autres régions	238	10,2	1 042	13,7	68	13,3
Total	2 324	100,0	7 596	100,0	510	100,0

Tableau 3.2.4

Visites-province, nuitées et dépenses des touristes¹ ontariens d'agrément au Québec, selon la région touristique d'origine, en 1998

Région touristique d'origine	Visites-province		Nuitées		Dépenses	
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Dollars (000 000)	%
Est de l'Ontario	595	65,2	1 544	58,1	79	40,3
Toronto (agglomération)	115	12,6	354	13,3	55	28,1
Autres régions	203	22,3	757	28,5	62	31,6
Total	912	100,0	2 656	100,0	196	100,0

Tableau 3.2.5

Visites-province des touristes¹ ontariens au Québec, selon le but de voyage et la région touristique d'origine, en 1998

But de voyage	Région touristique d'origine							
	Est de l'Ontario		Toronto (agglomération)		Autres régions		Total	
	(000)	Vol. %	(000)	Vol. %	(000)	Vol. %	(000)	Vol. %
Agrément	595	53,0	115	21,7	202	30,1	912	39,2
Visite de parents ou d'amis	338	30,1	247	46,6	308	45,9	893	38,4
Affaires et congrès	104	9,3	146	27,5	142	21,2	392	16,9
Autres buts	86	7,7	22	4,2	20	3,0	128	5,5
Total	1 123	100,0	530	100,0	671	100,0	2 324	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

Tableau 3.2.6

Visites-province des touristes¹ ontariens au Québec, selon la région touristique d'origine et le but de voyage, en 1998

Région touristique d'origine	But de voyage							
	Agrément		Agrément/ VPA*/autres		Affaires et congrès		Total	
	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%
Est de l'Ontario	595	65,2	1 019	52,7	104	26,5	1 123	48,3
Toronto								
(agglomération)	115	12,6	384	19,9	146	37,2	530	22,8
Autres régions	202	22,1	529	27,4	142	36,2	671	28,9
Total	912	100,0	1 932	100,0	392	100,0	2 324	100,0

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

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

Tableau 3.2.7

Visites-province des touristes¹ ontariens au Québec, selon le type d'hébergement et la région touristique d'origine, en 1998 (tous buts de voyage confondus et agrément)

Type d'hébergement	Région touristique d'origine															
	Est de l'Ontario				Toronto (agglomération)				Autres régions				Total			
	Tous buts		Agrément		Tous buts		Agrément		Tous buts		Agrément		Tous buts		Agrément	
	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%
Hôtel	220	19,6	128	21,5	204	38,5	75	65,2	244	36,4	104	51,5	668	28,7	307	33,7
Motel	51	4,5	22	3,7	40	7,5	8	7,0	66	9,8	27	13,4	157	6,8	57	6,3
Camping et parc pour roulottes	16	1,4	16	2,7	0	0	0	0	27	4,0	25	12,4	43	1,9	41	4,5
Autre hébergement commercial	39	3,5	37	6,2	5	0,9	5	4,3	26	3,9	16	7,9	70	3,0	58	6,4
Chalet ou maison de villégiature privé	323	28,8	279	46,9	19	3,6	11	9,6	25	3,7	17	8,4	367	15,8	307	33,7
Résidence de parents ou d'amis	441	39,3	89	15,0	268	50,6	21	18,3	296	44,1	34	16,8	1 005	43,2	144	15,8
Autres	58	5,2	34	5,7	9	1,7	4	3,5	35	5,2	16	7,9	102	4,4	54	5,9
Total*	1 123	100,0	595	100,0	530	100,0	115	100,0	671	100,0	202	100,0	2 324	100,0	912	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

* Le total peut ne pas correspondre à la somme des parties, car il est possible qu'une visite-province implique plus d'un type d'hébergement.

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

Tableau 3.2.8

Visites-province des touristes¹ ontariens au Québec, selon le moyen de transport et la région touristique d'origine, en 1998 (agrément, affaires et congrès et tous buts de voyage confondus)

	Moyen de transport											
	Automobile		Avion		Autobus		Train		Bateau		Total	
	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%
Est de l'Ontario												
a) Agrément	549	92,3	18	3,0	17	2,9	10	1,7	2	0,3	595	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	929	91,2	18	1,8	41	4,0	31	3,0	2	0,2	1 019	100,0
c) Affaires et congrès	59	56,7	5	4,8	9	8,7	31	29,8	0	0,0	104	100,0
Total (b + c)	988	88,0	23	2,0	50	4,5	62	5,5	2	0,2	1 123	100,0
Toronto (agglomération)												
a) Agrément	45	39,1	37	32,2	28	24,3	5	4,3	0	0,0	115	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	218	56,8	69	18,0	41	10,7	55	14,3	0	0,0	384	100,0
c) Affaires et congrès	24	16,4	113	77,4	0	0,0	9	6,2	0	0,0	146	100,0
Total (b + c)	242	45,7	182	34,3	41	7,7	64	12,1	0	0,0	530	100,0
Autres régions												
a) Agrément	147	72,8	19	9,4	24	11,9	9	4,5	3	1,5	202	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	412	75,7	65	11,9	28	5,1	35	6,4	3	0,6	544	100,0
c) Affaires et congrès	52	40,9	73	57,5	0	0,0	3	2,4	0	0,0	127	100,0
Total (b + c)	464	69,2	138	20,6	28	4,2	38	5,7	3	0,4	671	100,0
Total Ontario												
a) Agrément	741	81,3	74	8,1	69	7,6	24	2,6	5	0,5	912	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	1 551	80,3	145	7,5	110	5,7	122	6,3	5	0,3	1 932	100,0
c) Affaires et congrès	143	36,5	198	50,5	9	2,3	42	10,7	0	0,0	392	100,0
Total (b + c)	1 694	72,9	343	14,8	119	5,1	164	7,1	5	0,2	2 324	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

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

Tableau 3.2.9

Visites-province des touristes¹ ontariens au Québec, selon le but de voyage, la région d'origine et le trimestre de réalisation, en 1998

Région d'origine et trimestre	But de voyage							
	Agrément		Agrément/ VPA*/autres		Affaires et congrès		Total	
	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%
Est de l'Ontario								
1 ^{er} trimestre	116	19,5	173	17,0	20	19,2	193	17,2
2 ^e trimestre	150	25,2	267	26,2	33	31,7	300	26,7
3 ^e trimestre	268	45,0	407	39,9	17	16,3	424	37,8
4 ^e trimestre	61	10,3	171	16,8	35	33,7	206	18,3
Année	595	100,0	1 019	100,0	104	100,0	1 123	100,0
Toronto (agglomération)								
1 ^{er} trimestre	35	30,4	65	16,9	19	13,0	84	15,8
2 ^e trimestre	20	17,4	108	28,1	40	27,4	148	27,9
3 ^e trimestre	39	33,9	101	26,3	56	38,4	157	29,6
4 ^e trimestre	21	18,3	109	28,4	32	21,9	141	26,6
Année	115	100,0	384	100,0	146	100,0	530	100,0
Autres régions								
1 ^{er} trimestre	23	11,4	69	13,0	27	19,0	96	14,3
2 ^e trimestre	39	19,3	98	18,5	46	32,4	144	21,5
3 ^e trimestre	113	55,9	249	47,1	44	31,0	293	43,7
4 ^e trimestre	27	13,4	114	21,6	23	16,2	137	20,4
Année	202	100,0	529	100,0	142	100,0	671	100,0
Total Ontario								
1 ^{er} trimestre	174	19,0	307	15,9	66	16,8	373	16,0
2 ^e trimestre	209	22,9	473	24,5	119	30,4	592	25,5
3 ^e trimestre	420	46,1	757	39,2	117	29,8	874	37,6
4 ^e trimestre	109	12,0	394	20,4	90	23,0	484	20,8
Année	912	100,0	1 932	100,0	392	100,0	2 324	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

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

Tableau 3.2.10

Visites-région¹ des touristes² ontariens au Québec, selon la région d'origine, le but de voyage et la région touristique de destination, en 1998

Région d'origine et but de voyage	Région touristique de destination											
	Montréal		Québec		Outaouais		Laurentides		Autres régions et non précisé		Total	
	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%
Est de l'Ontario												
a) Agrément	101	18,1	32	5,7	206	36,9	174	31,2	45	8,1	558	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	321	32,9	47	4,8	266	27,3	199	20,4	143	14,7	976	100,0
c) Affaires et congrès	70	74,5	8	8,5	3	3,2	4	4,3	9	9,6	94	100,0
Total (b + c)	391	36,5	55	5,1	269	25,1	203	19,0	152	14,2	1 070	100,0
Toronto (agglomération)												
a) Agrément	66	58,9	40	35,7	0	0,0	6	5,4	0	0,0	112	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	280	73,7	69	18,2	0	0,0	7	1,8	24	6,3	380	100,0
c) Affaires et congrès	121	87,7	11	8,0	0	0,0	4	2,9	2	1,4	138	100,0
Total (b + c)	401	77,4	80	15,4	0	0,0	11	2,1	26	5,0	518	100,0
Autres régions												
a) Agrément	72	46,5	46	29,7	8	5,2	11	7,1	18	11,6	155	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	274	61,9	80	18,1	15	3,4	14	3,2	60	13,5	443	100,0
c) Affaires et congrès	112	82,4	13	9,6	0	0,0	3	2,2	8	5,9	136	100,0
Total (b + c)	386	66,7	93	16,1	15	2,6	17	2,9	68	11,7	579	100,0
Total Ontario												
a) Agrément	239	29,0	118	14,3	214	25,9	191	23,2	63	7,6	825	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	875	48,6	196	10,9	281	15,6	220	12,2	227	12,6	1 799	100,0
c) Affaires et congrès	303	82,3	32	8,7	3	0,8	11	3,0	19	5,2	368	100,0
Total (b + c)	1 178	54,4	228	10,5	284	13,1	231	10,7	246	11,4	2 167	100,0

1. Le nombre de visites-région des Ontariens au Québec correspond au nombre de visites-province (2 167 000) des Ontariens dont la destination finale était le Québec. Il est à noter que le nombre total de visites-province (2 324 000) des Ontariens au Québec inclut les touristes ontariens en transit au Québec pour une nuit.

2. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

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

Tableau 3.2.11
Visites-activité¹ des touristes² ontariens au Québec, selon la région d'origine et le but de voyage, en 1998

Activités pratiquées																										
Pratique d'activités sportives/ plein air	Visite de parents ou d'amis		Visites touristiques		Magasinage		Marche et randonnée pédestre		Natation		Sortie dans un bar/ boîte de nuit		Visite d'un site historique		Visite d'un parc nat./prov. galerie d'art		Présence à une compétition sportive		Autres activités	Total						
	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%								
Région d'origine et but de voyage																										
Est de l'Ontario																										
a) Agrément	402	17,1	339	14,5	188	8,0	186	8,0	204	8,7	211	9,0	80	3,4	53	2,3	27	1,2	42	1,8	57	2,4	549	23,5	2 338	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	473	13,5	1 002	28,5	249	7,1	331	9,4	227	6,5	243	6,9	118	3,4	76	2,1	37	1,1	50	1,4	58	1,7	650	18,5	3 514	100,0
c) Affaires et congrès	10	7,6	25	18,9	11	8,3	21	15,9	6	4,5	0	0	9	6,8	6	4,5	8	6,1	6	4,5	0	0	30	22,7	132	100,0
Total (b + c)	483	13,2	1 027	28,2	260	7,1	352	9,7	233	6,4	243	6,7	127	3,5	82	2,2	45	1,2	56	1,5	58	1,6	680	18,7	3 646	100,0
Toronto (agglomération)																										
a) Agrément	30	7,6	49	12,5	71	18,0	53	13,5	13	3,3	8	2,0	60	15,3	25	6,4	22	5,6	13	3,3	3	0,8	46	11,7	393	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	67	6,2	472	43,3	141	12,9	102	9,4	13	1,2	8	0,7	80	7,3	31	2,8	22	2,0	20	1,8	6	0,6	127	11,7	1 089	100,0
c) Affaires et congrès	18	9,9	74	40,9	25	13,8	24	13,3	7	3,9	0	0,0	13	7,2	0	0,0	0	0,0	4	2,2	5	2,8	11	6,1	181	100,0
Total (b + c)	85	6,7	546	43,0	166	13,1	126	9,9	20	1,6	8	0,6	93	7,3	31	2,4	22	1,7	24	1,9	11	0,9	138	10,9	1 270	100,0
Autres régions																										
a) Agrément	112	10,4	114	10,6	135	12,6	102	9,5	82	7,6	61	5,7	26	2,4	71	6,6	41	3,8	63	5,9	27	2,5	241	22,4	1 075	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	209	9,3	686	30,7	230	10,3	222	9,9	130	5,8	85	3,8	59	2,6	79	3,5	53	2,4	76	3,4	41	1,8	368	16,4	2 238	100,0
c) Affaires et congrès	17	17,0	12	12,0	17	17,0	18	18,0	4	4,0	0	0,0	7	7,0	3	3,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	22	22,0	100	100,0
Total (b + c)	226	9,7	698	29,9	247	10,6	240	10,3	134	5,7	85	3,6	66	2,8	82	3,5	53	2,3	76	3,3	41	1,8	390	16,7	2 338	100,0
Total Ontario																										
a) Agrément	544	14,3	502	13,2	394	10,4	341	9,0	299	7,9	280	7,4	166	4,4	149	3,9	90	2,4	118	3,1	87	2,3	836	22,0	3 806	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	749	10,9	2 160	31,6	620	9,1	655	9,6	370	5,4	336	4,9	257	3,8	186	2,7	112	1,6	146	2,1	105	1,5	1 145	16,7	6 841	100,0
c) Affaires et congrès	45	10,9	111	26,9	53	12,8	63	15,3	17	4,1	0	0,0	29	7,0	9	2,2	8	1,9	10	2,4	5	1,2	63	15,3	413	100,0
Total (b + c)	794	10,9	2 271	31,3	673	9,3	718	9,9	387	5,3	336	4,6	286	3,9	195	2,7	120	1,7	156	2,2	110	1,5	1 208	16,7	7 254	100,0

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

2. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

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

Tableau 3.2.12
Visites-activité¹ des touristes² d'agrément de Toronto aux États-Unis, dans les autres pays que les États-Unis et le Canada, et au Québec, en 1998

Activités pratiquées	Touristes d'agrément Toronto (agglomération)				Touristes d'agrément Toronto (agglomération)			
	États-Unis		Autres pays		Québec			
	(000)	%	Rang	(000)	%	Rang	(000)	%
Magasinage	500	15,2	1	315	12,6	2	71	18,1
Visites touristiques	401	12,2	2	355	14,2	1	60	15,3
Pratique d'activités sportives/ plein air	387	11,8	3	274	10,9	3	53	13,5
Dîner dans des restaurants	281	8,6	4	195	7,8	6	49	12,5
haut de gamme	276	8,4	5	238	9,5	4	30	7,6
Natation	213	6,5	6	142	5,7	9	25	6,4
Visite de parents ou d'amis	196	6,0	7	187	7,5	7	22	5,6
Visite d'un parc national/ régional, site historique	194	5,9	8	221	8,8	5	14	3,6
Vie nocturne/divertissement	174	5,3	9	158	6,3	8	13	3,3
Visite d'un zoo, musée, paysage	157	4,8	10	77	3,1	12	13	3,3
Autres sports	115	3,5	11	30	1,2	14	9	2,3
Visite d'un parc à thème	101	3,1	12	90	3,6	11	8	2,0
Participation à des événements culturels	74	2,3	13	29	1,2	15	6	1,5
Présence à des événements sportif	59	1,8	14	55	2,2	13	6	1,5
Participation à des festivals/foires	53	1,6	15	24	1,0	16	5	1,3
Autres activités	35	1,1	16	3	0,1	18	4	1,0
Ski alpin	33	1,0	17	105	4,2	10	3	0,8
Autres sports d'eau	11	0,3	18	6	0,2	17	2	0,5
Chasse et pêche	2	0,1	19	1	0,0	19		
Ski de randonnée	17	0,5		1	0,0			
Non précisé								
Total	3 279	100,0		2 506	100,0		393	100,0

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

2. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

Tableau 3.2.13

Visites-province des touristes¹ ontariens au Québec, selon la région d'origine, le but de voyage et la catégorie d'âge, en 1998

Région d'origine et but de voyage	Catégorie d'âge															
	Moins de 15 ans		15 à 24 ans		25 à 34 ans		35 à 44 ans		45 à 54 ans		55 à 64 ans		65 ans et plus		Total	
	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%
Est de l'Ontario																
a) Agrément	141	23,7	84	14,1	162	27,2	113	19,0	35	5,9	26	4,4	35	5,9	595	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	202	19,8	145	14,2	264	25,9	172	16,9	94	9,2	81	7,9	62	6,1	1 019	100,0
c) Affaires et congrès	0	0,0	6	5,8	38	36,5	30	28,8	25	24,0	5	4,8	0	0,0	104	100,0
Total (b + c)	202	18,0	151	13,4	302	26,9	202	18,0	119	10,6	86	7,7	62	5,5	1 123	100,0
Toronto (agglomération)																
a) Agrément	9	7,8	48	41,7	13	11,3	28	24,3	16	13,9	0	0,0	1	0,9	115	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	45	11,7	107	27,9	74	19,3	75	19,5	65	16,9	10	2,6	9	2,3	384	100,0
c) Affaires et congrès	0	0,0	0	0,0	48	32,9	57	39,0	14	9,6	26	17,8	0	0,0	146	100,0
Total (b + c)	45	8,5	107	20,2	122	23,0	132	24,9	79	14,9	36	6,8	9	1,7	530	100,0
Autres régions																
a) Agrément	36	17,8	29	14,4	25	12,4	55	27,2	28	13,9	15	7,4	13	6,4	202	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	79	14,9	77	14,6	67	12,7	118	22,3	87	16,4	54	10,2	46	8,7	529	100,0
c) Affaires et congrès	3	2,1	4	2,8	26	18,3	63	44,4	30	21,1	10	7,0	7	4,9	142	100,0
Total (b + c)	82	12,2	81	12,1	93	13,9	181	27,0	117	17,4	64	9,5	53	7,9	671	100,0
Total Ontario																
a) Agrément	186	20,4	161	17,7	200	21,9	196	21,5	79	8,7	41	4,5	49	5,4	912	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	326	16,9	329	17,0	405	21,0	365	18,9	246	12,7	145	7,5	117	6,1	1 932	100,0
c) Affaires et congrès	3	0,8	10	2,6	112	28,6	150	38,3	69	17,6	41	10,5	7	1,8	392	100,0
Total (b + c)	329	14,2	339	14,6	517	22,2	515	22,2	315	13,6	186	8,0	124	5,3	2 324	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

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

Tableau 3.2.14

Visites-province des touristes¹ ontariens au Québec, selon la région d'origine, le but de voyage et la catégorie de revenu, en 1998

Région d'origine et but de voyage	Catégorie de revenu													
	Moins de 20 000 \$		20 000 à 39 999 \$		40 000 à 59 999 \$		60 000 à 79 999 \$		80 000 \$ et plus		Non déclaré		Total	
	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%	Vol. (000)	%
Est de l'Ontario														
a) Agrément	11	1,8	50	8,4	116	19,5	66	11,1	167	28,1	185	31,1	595	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	64	6,3	131	12,9	191	18,7	121	11,9	224	22,0	288	28,3	1 019	100,0
c) Affaires et congrès	0	0,0	14	13,5	17	16,3	13	12,5	46	44,2	13	12,5	104	100,0
Total (b + c)	64	5,7	145	12,9	208	18,5	134	11,9	270	24,0	301	26,8	1 123	100,0
Toronto (agglomération)														
a) Agrément	0	0,0	14	12,2	21	18,3	0	0,0	55	47,8	24	20,9	115	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	30	7,8	56	14,6	67	17,4	33	8,6	115	29,9	83	21,6	384	100,0
c) Affaires et congrès	5	3,4	5	3,4	12	8,2	50	34,2	65	44,5	9	6,2	146	100,0
Total (b + c)	35	6,6	61	11,5	79	14,9	83	15,7	180	34,0	92	17,4	530	100,0
Autres régions														
a) Agrément	3	1,5	28	13,9	32	15,8	41	20,3	44	21,8	56	27,7	202	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	20	3,8	64	12,1	101	19,1	62	11,7	128	24,2	155	29,3	529	100,0
c) Affaires et congrès	4	2,8	5	3,5	22	15,5	42	29,6	61	43,0	9	6,3	142	100,0
Total (b + c)	24	3,6	69	10,3	123	18,3	104	15,5	189	28,2	164	24,4	671	100,0
Total Ontario														
a) Agrément	14	1,5	92	10,1	169	18,5	107	11,7	266	29,2	265	29,1	912	100,0
b) Agrément/VPA*/autres	114	5,9	251	13,0	359	18,6	216	11,2	467	24,2	526	27,2	1 932	100,0
c) Affaires et congrès	9	2,3	24	6,1	51	13,0	105	26,8	172	43,9	31	7,9	392	100,0
Total (b + c)	123	5,3	275	11,8	410	17,6	321	13,8	639	27,5	557	24,0	2 324	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

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

3.3 Les Ontariens à l'étranger

Tableau 3.3.1

Voyages-personne, dépenses¹ et nuitées des touristes² ontariens aux États-Unis et dans les autres pays que les États-Unis et le Canada, entre 1993 et 1998 (tous buts de voyage confondus)

	Destination étrangère et année														
	États-Unis							Autres pays							Total
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Total	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Total	Total
Voyages-personne (000)	8 003	7 149	6 925	7 094	6 986	6 436	42 593	1 592	1 680	1 759	1 721	1 872	2 033	10 657	53 250
Dépenses (\$ 000 000)	3 771	3 552	3 566	3 804	3 993	3 895	22 581	1 880	2 111	2 218	2 210	2 403	2 617	13 439	36 020
Dépenses moyennes par voyage (\$)	471	497	515	536	572	605	3 196	1 181	1 256	1 261	1 284	1 284	1 287	7 553	10 749
Dépenses moyennes par nuitée (\$)	61	64	67	73	75	79	419	69	73	74	74	78	84	452	871
Nombre moyen de nuits	7,7	7,7	7,7	7,4	7,7	7,7	45,9	17,2	17,3	17,0	17,5	16,5	15,4	100,9	146,8

1. Dépenses moins le coût du transport.

2. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

Tableau 3.3.2

Voyage-personne des touristes¹ ontariens aux États-Unis et dans les autres pays que les États-Unis et le Canada, selon le but de voyage, entre 1993 et 1998

Destination étrangère	But de voyage				Total
	Affaires et congrès	Visite de parents ou d'amis	Agrément	Autres buts	
États-Unis					
1993	1 178	1 521	4 329	974	8 003
1994	1 290	1 362	3 669	828	7 149
1995	1 248	1 358	3 524	795	6 925
1996	1 346	1 361	3 653	734	7 094
1997	1 242	1 394	3 623	727	6 986
1998	1 438	1 381	2 964	653	6 436
Total	7 742	8 377	21 762	4 711	42 593
Variation 1998/1993 (%)	22,1	-9,2	-31,5	-33,0	-19,0
TAAM² (%)	4,4	-1,8	-6,9	-7,6	-4,2
Autres pays					
1993	256	321	911	103	1 592
1994	257	362	952	109	1 680
1995	279	357	1 000	123	1 759
1996	281	360	941	140	1 721
1997	341	368	1 031	132	1 872
1998	323	409	1 185	116	2 033
Total	1 737	2 177	6 020	723	10 657
Variation 1998/1993 (%)	26,2	27,4	30,1	12,6	27,7
TAAM² (%)	5,2	5,1	5,6	2,9	5,1
Total (États-Unis et autres pays)					
1993	1 434	1 842	5 240	1 077	9 595
1994	1 547	1 724	4 621	937	8 829
1995	1 527	1 715	4 524	918	8 684
1996	1 627	1 721	4 594	874	8 815
1997	1 583	1 762	4 654	859	8 858
1998	1 761	1 790	4 149	769	8 469
Total	9 479	10 554	27 782	5 434	53 250
Variation 1998/1993 (%)	22,8	-2,8	-20,8	-28,6	-11,7
TAAM² (%)	4,3	-0,5	-4,4	-6,4	-2,4

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. TAAM : Taux d'accroissement annuel moyen.

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

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

Tableau 3.3.3

Visites-province au Québec et voyages-personne aux États-Unis et dans les autres pays que les États-Unis et le Canada des touristes¹ ontariens de l'agglomération de Toronto et de l'Ontario, selon le but de voyage, en 1998

But de voyage	Destination et région ontarienne															
	Québec				États-Unis				Autres pays				Total États-Unis et autres pays			
	Toronto		Total		Toronto		Total		Toronto		Total		Toronto		Total	
	métro		Ontario		métro		Ontario		métro		Ontario		métro		Ontario	
	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%
Agrément	115	21,7	912	39,2	645	35,9	2 964	46,1	405	56,0	1 185	58,3	1 050	41,7	4 149	49,0
Visite de parents ou d'amis	247	46,6	893	38,4	392	21,8	1 381	21,5	150	20,7	409	20,1	542	21,5	1 790	21,1
Affaires et congrès	146	27,5	392	16,9	602	33,5	1 438	22,3	124	17,2	323	15,9	726	28,8	1 761	20,8
Autres buts	22	4,2	128	5,5	159	8,8	653	10,1	44	6,1	116	5,7	203	8,1	769	9,1
Total	530	100,0	2 324	100,0	1 798	100,0	6 436	100,0	723	100,0	2 033	100,0	2 521	100,0	8 469	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

Tableau 3.3.4

Voyage-personne des touristes¹ ontariens aux États-Unis et dans les autres pays que les États-Unis et le Canada, selon le trimestre de réalisation, entre 1993 et 1998 (tous buts de voyage confondus)

Destination étrangère	Trimestre de réalisation				Total
	1 ^{er} trimestre	2 ^e trimestre	3 ^e trimestre	4 ^e trimestre	
États-Unis					
1993	1 914	1 929	2 561	1 599	8 003
1994	1 679	1 775	2 230	1 465	7 149
1995	1 560	1 737	2 157	1 471	6 925
1996	1 718	1 729	2 207	1 440	7 094
1997	1 675	1 772	2 136	1 403	6 986
1998	1 527	1 704	1 899	1 306	6 436
Total	10 073	10 646	13 190	8 684	42 593
Variation 1998/1993 (%)	-20,2	-11,7	-25,8	-18,3	-19,6
TAAM² (%)	-4,1	-2,4	-5,6	-3,9	-4,2
Autres pays					
1993	473	361	434	324	1 592
1994	510	372	461	337	1 680
1995	555	375	476	353	1 759
1996	552	379	444	347	1 721
1997	603	407	491	371	1 872
1998	663	457	503	409	2 033
Total	13 429	12 997	15 999	10 825	53 250
Variation 1998/1993 (%)	40,2	26,6	15,9	26,2	27,7
TAAM² (%)	6,9	4,9	3,2	4,8	5,1
Total (États-Unis et autres pays)					
1993	2 387	2 290	2 995	1 923	9 595
1994	2 189	2 147	2 691	1 802	8 829
1995	2 115	2 112	2 633	1 824	8 684
1996	2 270	2 108	2 651	1 787	8 815
1997	2 278	2 179	2 627	1 774	8 858
1998	2 190	2 161	2 402	1 715	8 469
Total	13 429	12 997	15 999	10 825	53 250
Variation 1998/1993 (%)	-8,3	-5,6	-19,8	-10,8	-11,7
TAAM² (%)	-1,6	-1,1	-4,2	-2,2	-2,4

1. Voyages d'une nuit ou plus.

2. TAAM : Taux d'accroissement annuel moyen.

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

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

Tableau 3.3.5

Visites-province au Québec et voyages-personne aux États-Unis et dans les autres pays que les États-Unis et le Canada des touristes¹ ontariens de l'agglomération de Toronto et de l'Ontario, selon le trimestre de réalisation, en 1998 (tous buts de voyage confondus)

Trimestre	Destination et région															
	Québec				États-Unis				Autres pays				Total États-Unis et autres pays			
	Toronto métro		Total Ontario		Toronto métro		Total Ontario		Toronto métro		Total Ontario		Toronto métro		Total Ontario	
	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%	(000)	%
1 ^{er} trimestre	84	15,8	373	16,1	411	22,9	1 527	23,7	202	27,9	663	32,6	613	24,3	2 190	25,9
2 ^e trimestre	148	27,9	592	25,5	438	24,4	1 704	26,5	159	22,0	457	22,5	597	23,7	2 161	25,5
3 ^e trimestre	157	29,6	874	37,6	580	32,3	1 899	29,5	201	27,8	503	24,7	781	31,0	2 402	28,4
4 ^e trimestre	141	26,6	484	20,8	369	20,5	1 306	20,3	161	22,3	409	20,1	530	21,0	1 715	20,3
Année	530	100,0	2 324	100,0	1 798	100,0	6 436	100,0	723	100,0	2 033	100,0	2 521	100,0	8 469	100,0

Tableau 3.3.6

Voyages-personne des touristes¹ ontariens de l'agglomération de Toronto (agrément et tous buts de voyage confondus) et de l'Ontario (tous buts de voyage confondus) dans les destinations étrangères (États-Unis et autres pays que les États-Unis et le Canada), selon la catégorie d'âge, en 1998

Catégorie d'âge	Destinations étrangères (États-Unis et autres pays)					
	Toronto métro				Ontario	
	Agrément		Tous buts de voyage		Tous buts de voyage	
	Volume (000)		Volume (000)		Volume (000)	
	%		%		%	
Moins de 25 ans	164	15,6	291	11,5	1 030	12,2
Entre 25 et 34 ans	162	15,4	385	15,3	1 003	11,8
Entre 35 et 44 ans	173	16,5	437	17,3	1 431	16,9
Entre 45 et 54 ans	195	18,6	501	19,9	1 940	22,9
Entre 55 et 64 ans	143	13,6	320	12,7	1 333	15,7
65 ans et plus	135	12,9	237	9,4	999	11,8
Non précisé	79	7,5	350	13,9	735	8,7
Total	1 049	100,0	2 521	100,0	8 469	100,0

1. Voyages d'une nuit ou plus.

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

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

4. Annexe méthodologique

• Diagnostic stratégique

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

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

• Sources de données

Trois types de sources de données ont été privilégiées :

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

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

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

• Enquête sur les voyages des Canadiens

Introduction

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

Objectif

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

Couverture

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

Plan de sondage

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

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

Renouvellement de l'échantillon

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

Sélection des groupes de répondants

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

Collecte des données

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

Taille de l'échantillon de l'EVC 1998

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

Fiabilité des résultats

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

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

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

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

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

Modifications apportées à l'EVC et comparabilité des données

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

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

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

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

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

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

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

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

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

• Enquête sur les voyages internationaux

Introduction

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

Objectif

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

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

Couverture

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

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

Plan de sondage

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

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

Collecte des données

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

Qualité des estimations

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

Précision des estimations

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

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

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

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

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

Taux de réponse

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

Taux de réponse annuelle au questionnaire

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

Modifications apportées à l'EVI et comparabilité des données

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

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

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

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

• Enquête sur la fréquentation des établissements hôteliers du Québec

Introduction

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

Objectif

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

Variables mesurées :

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

Couverture

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

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

Plan de sondage

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

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

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

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

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

Collecte des données

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

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

Confidentialité des données

La Loi de l'ISQ impose notamment :

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

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

Fiabilité des résultats

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

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

Coefficients de variation 1999

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

Modifications apportées à l'enquête et comparabilité des données

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

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

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

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

Bibliographie

Banque de données Horace. Site Internet : www.horace.gouv.qc.ca

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

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

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

Loverseed, Helga. « Canada Outbound, Travel & Tourism Analyst », in *Travel & Tourism Intelligence*, n° 6, 1999, p.17-36.

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

Ontario Ministry of Tourism. « Ontario's Domestic Travel Markets – 1998 », in *The Tourism Monographs*, n° 16, November 1999.

Statistique Canada. *Le Canada en statistiques : Indice des prix à la consommation, classification de 1996*.

Statistique Canada. *Cansim*, site Internet : www.statcan.ca/français/CANSIM/

Statistique Canada. *Les comptes économiques provinciaux*, catalogue n° 13-213.

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

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

Thiffault, Guy. *Le marché touristique de l'Ontario*, Direction de la recherche et du développement, Tourisme Québec, mars 1999.

Thiffault, Guy. *Trip characteristics of the United States Residents and Canadian from Other Provinces Staying One or More Nights in Québec*, Document de travail, Direction de la recherche et du développement, Tourisme Québec, février 2000, 21 p.

Tourisme Montréal. *Système de veille des marchés - fiches des marchés potentiels*, site Internet : www.tourisme-montreal.org/veille.htm.