

Les clientèles touristiques du Québec Difficiles à cerner, mais bien réelles

Patrick Cluzeau

Volume 4, Number 2, July 1985

Les clientèles touristiques : un tour d'horizon

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1080625ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1080625ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Cluzeau, P. (1985). Les clientèles touristiques du Québec : difficiles à cerner, mais bien réelles. *Téoros*, 4(2), 6–11. <https://doi.org/10.7202/1080625ar>

Les clientèles touristiques du Québec

par Patrick Cluzeau*

Un peu d'histoire

Les enquêtes qui permettent à la fois de quantifier et de qualifier les clientèles touristiques du Québec sont peu nombreuses. Si l'on ajoute comme exigence le fait d'exister depuis plusieurs années et d'être comparables d'une année à l'autre, conditions essentielles pour mesurer l'évolution et pour dégager des tendances, on s'aperçoit que nous ne disposons finalement que de trois sources de données. Ce sont :

1. L'enquête **Voyages entre le Canada et les autres pays**⁽¹⁾ administrée par Statistique Canada depuis une trentaine d'années. Dans une perspective d'analyse québécoise, elle renseigne, de façon distincte, sur la clientèle touristique des Américains venus au Québec et sur celle des résidents de pays autres que les États-Unis.

Elle renseigne également, de façon distincte, sur la clientèle touristique des Québécois revenant des États-Unis et de pays autres que les États-Unis.

2. L'**Enquête sur les voyages des Canadiens (E.V.C.)**⁽²⁾ administrée par Statistique Canada et Tourisme Canada depuis 1979 dans sa forme actuelle.

Fondamentalement, l'enquête a pour but de cerner les caractéristiques du tourisme interne au Canada. Dans la même perspective d'analyse québécoise, elle renseigne donc, de façon distincte, sur la clientèle touristique des Québécois voyageant soit au Québec, soit dans d'autres provinces canadiennes.

Elle renseigne aussi sur la clientèle touristique des Canadiens des autres provinces voyageant au Québec.

3. L'**Enquête sur les voyages d'agrément des Canadiens**⁽³⁾ administrée par la firme Travel Data depuis une vingtaine d'années et financée par Tourisme Canada.

Comme son titre l'indique, l'enquête a pour but de cerner les caractéristiques des

voyages d'agrément des Canadiens tant au Canada qu'à l'extérieur.

Dans la même perspective d'analyse québécoise, elle renseigne sur les voyages d'agrément effectués par les Québécois tant au Québec qu'à l'extérieur du Québec.

Aussi intéressante soit-elle, cette dernière enquête doit être éliminée pour les fins de la présente analyse puisqu'elle ne renseigne que sur un segment des voyages touristiques, c'est-à-dire les voyages d'agrément. (Elle a été largement commentée dans l'article précédent signé par Jacques Demers).

Les deux premières enquêtes présentent l'avantage de segmenter les voyages touristiques selon les principaux buts de voyages et, ainsi, de donner la part relative des voyages d'agrément par rapport aux voyages effectués *pour voir des parents et des amis, pour faire des affaires ou pour assister à un congrès, etc...* Cette approche pour cerner les voyages touristiques est plus conforme à la définition tant de l'Organisation mondiale du Tourisme (O.M.T.) que de l'Organisation de coopération et de développement économique (O.C.D.E.)⁽⁴⁾ pour qui les touristes sont :

«les visiteurs temporaires séjournant au moins 24 heures dans le pays visité et dont les motifs du voyage peuvent être groupés en :

- a) loisirs (agrément, vacances, santé, études, religion et sports);*
- b) affaires, famille, mission, réunion.»*

Cette définition qui concerne les touristes internationaux s'applique tout autant aux touristes nationaux.

En retenant cette perspective d'analyse, on effleure immédiatement un des problèmes fondamentaux qui devient vite évident à tout observateur tentant de cerner le tourisme. Il s'agit du problème des définitions.

Définitions précisant **qui sont** les clientèles touristiques :

- Tous les voyageurs sans distinction de durée du voyage?
- Les seuls voyageurs se déplaçant pour plus de 24 heures pour tous buts de voyages ou ceux le faisant seulement pour des raisons d'agrément?
- Les voyageurs se déplaçant pour des raisons d'agrément pour une durée supérieure à 4 nuits que certains appellent vacanciers?

Définitions de **ce que sont** le tourisme et l'industrie touristique. Définitions qui ont des répercussions considérables sur la quantification des clientèles touristiques ou de leurs dépenses ainsi que sur l'évaluation de l'importance économique du tourisme.

Cet article permettra de saisir l'importance des différences existant dans l'envergure des clientèles touristiques selon différentes définitions régulièrement employées. Plusieurs des différences que l'on retrouve dans l'ampleur des dépenses des touristes et dans l'importance économique du tourisme ont été, par ailleurs, très justement soulignées récemment par deux analystes de la réalité touristique du Québec : Marcel Côté⁽⁵⁾, qui a écrit dans les pages de cette même revue, et Alain Dubuc⁽⁶⁾ qui signe des articles dans le journal **La Presse**. Le nouveau ministère du Tourisme vient de faire des efforts pour atténuer ces problèmes et leurs conséquences en publiant un bilan du tourisme au Québec s'accompagnant d'un plan d'actions⁽⁷⁾.

Des balises à bien connaître

En premier lieu, il est important de savoir que les deux enquêtes retenues renseignent sur les clientèles touristiques sous l'angle du **nombre de voyages** que les Québécois, les Canadiens des autres provinces, les Américains ou les résidents de pays autres que les États-Unis ont faits au Québec. Chacune de ces personnes a pu faire un ou plusieurs voyages au Québec durant l'année... Seule la somme des voyages a été retenue. À ne pas confondre avec la somme des personnes....

* L'auteur, politologue travaillant à la Direction Analyse et Développement du ministère du Tourisme, s'intéresse à la réalité touristique du Québec depuis plusieurs années.

En second lieu, il faut savoir que l'enquête qui renseigne sur la clientèle touristique des Américains ou des résidents de pays autres que les États-Unis venus au Québec utilise deux concepts qu'il faut bien distinguer pour pouvoir interpréter correctement les données un peu plus tard. Le premier concept est celui des *entrées aux frontières*. Le second est celui des *visites-provinces*. Il est essentiel de savoir ce qu'ils sous-entendent.

Le premier concept permet de quantifier le nombre d'entrées au Canada via les frontières entre le Québec et les États-Unis. Deux défauts importants l'empêchent d'être véritablement révélateur de l'envergure des voyages touristiques des Américains et des résidents de pays autres que les États-Unis au Québec.

Ce sont :

1. Le fait d'inclure dans le nombre d'entrées via les frontières du Québec un certain nombre de voyages d'Américains et de résidents d'autres pays dont la destination finale n'est pas le Québec. Ils ne font, en fait, que le traverser ou y séjourner très brièvement.

2. Le fait d'exclure tous les voyages d'Américains et de résidents d'autres pays qui sont entrés via les frontières de l'Ontario ou du Nouveau-Brunswick avec les États-Unis mais qui sont venus au Québec durant leur voyage, soit parce que le Québec était leur destination finale, soit parce que le Québec faisait partie de leur itinéraire. Or, le nombre de ces voyages est important.

Ces deux défauts font que l'observateur des voyages touristiques des Américains ou des résidents de pays autres que les États-Unis au Québec a un portrait partiel de ces derniers lorsqu'il utilise des données découlant de l'application du concept des *entrées aux frontières*.

Malgré ces défauts, le concept demeure un indicateur à considérer, ne serait ce que parce qu'il est devenu opérationnel depuis de nombreuses années sur une base comparable. Il permet ainsi de dégager des tendances à moyen et long termes.

Le second concept permet de quantifier le nombre de visites-provinces au Québec. Il est véritablement révélateur de l'envergure des voyages touristiques au Québec

puisqu'il élimine les deux défauts de l'enquête précédente. Tous les voyages faits au Québec sont pris en compte, que les Américains ou résidents d'autres pays soient entrés directement au Québec via les frontières entre le Québec et les États-Unis ou qu'ils soient entrés via l'Ontario ou le Nouveau-Brunswick. Il a été opérationnalisé à partir de 1976 jusqu'en 1980 auprès des Américains. Et c'est là son grand défaut. L'absence de données officielles depuis 1981 oblige à faire des estimations, avec toutes les réserves qui en découlent. Par ailleurs, ce concept a été opérationnalisé à partir de 1977 auprès des résidents de pays autres que les États-Unis et il l'est toujours aujourd'hui.

En troisième lieu, il faut bien connaître le concept utilisé dans l'enquête qui renseigne sur la clientèle touristique des Québécois qui voyagent au Québec. Le concept des *voyages-personnes* permet de quantifier le nombre de voyages faits au Québec par des personnes âgées de 15 ans ou plus, voyages d'une distance égale ou supérieure à 50 milles ou 80 km.

Ce critère de la distance retenue est fort discuté et fort discutable, avec raison. Un



Les définitions du tourisme et de l'industrie touristique ont des répercussions considérables sur la quantification des clientèles touristiques et de leurs dépenses.

certain nombre de voyages touristiques peuvent effectivement être faits à l'intérieur de cette distance. Mais alors, quelle distance choisir? 25 km? 80km? 160km? Pourquoi? Retenir ce critère impliquait de faire un choix. Il a l'avantage d'être fait et tout observateur sait ce qu'il représente.

Pour avoir une vue d'ensemble

L'envergure des clientèles touristiques varie du simple au triple selon la définition que l'on adopte.

Pour ceux et celles qui veulent considérer tous les voyages effectués, sans distinction de durée, il y avait entre 26 et 27,5 millions de voyages au Québec en 1982, selon que l'on retient le concept des *visites-provinces*. (Voir le tableau 1). Comme on a déjà dit que le second concept était plus révélateur que le premier, l'estimation de 27,5 millions de voyages est à privilégier.

Pour ceux et celles qui veulent retenir les voyages d'une durée de 24 heures ou plus (une nuit ou plus) effectués pour tous buts de voyages, les clientèles touristiques se situent entre 18 et 19 millions de voyages au Québec en 1982 selon le concept retenu. (Voir tableau 2). Là encore, la seconde estimation est à retenir de préférence à la première. C'est en privilégiant cette perspective d'analyse que chaque clientèle touristique du Québec sera ultérieurement disséquée.

Finalement, pour ceux et celles qui englobent les voyages d'une durée de 24 heures ou plus effectués dans un seul but d'agrément, les clientèles touristiques veulent dire 8,5 millions de voyages au Québec en 1982. (Voir tableau 3).

Quelle que soit la définition que l'on adopte, on constate que la part relative de la clientèle québécoise est, de loin, la plus importante. Elle représente pratiquement les trois quarts de tous les voyages effectués au Québec. Cela ne surprend pas. Dans la plupart des pays du monde, la part du tourisme interne par rapport à celle du tourisme international est prépondérante. En second lieu vient la clientèle américaine. Elle représente près du dixième de tous les voyages faits au Québec. En troisième place vient la clientèle des Canadiens des autres provinces. Elle constitue pratiquement le dixième de tous les voyages faits au Québec. Finalement, en dernière place vient la clientèle des résidents des pays autres que les États-Unis avec une part relative d'environ 2%.

Il faut toutefois être conscient que ces parts relatives changent si, en remplacement de l'indicateur *voyage*, on retient l'indicateur *nuitée* ou l'indicateur *dépense*.

On sait très bien que les résidents de pays autres que les États-Unis qui voyagent au Québec ont une durée de séjour beaucoup plus longue que celle des Améri-

cains qui voyagent au Québec, eux-mêmes faisant des voyages qui durent plus longtemps que ceux que font les Québécois qui voyagent au Québec. Il en est de même en ce qui concerne leurs dépenses. Ce sont d'autres perspectives d'analyse...

Une comparaison entre les clientèles touristiques selon la définition de *l'ensemble des voyages sans distinction de durée du voyage* et selon la définition des *voyages d'une durée de 24 heures ou plus pour tous buts* fait apparaître des différences marquées. C'est avec les résidents des pays autres que les États-Unis et avec les Canadiens des autres provinces que l'on a les plus grandes proportions de voyages touristiques (+ 24 heures pour tous buts). Le constat est inverse en ce qui a trait aux Américains. (Voir tableau 2).

Une autre comparaison, cette fois entre les clientèles selon la définition des *voyages d'une durée de 24 heures ou plus pour tous buts* et selon la définition des seuls voyages d'agrément, indique là encore des différences. C'est avec les Américains que l'on a les plus grandes proportions de voyages touristiques ayant pour but l'agrément. Le constat est inverse en ce qui a trait aux Canadiens des autres provinces et aux résidents de pays autres que les États-Unis alors qu'une forte proportion d'entre eux viennent au Québec dans le but de visiter des parents ou des amis. (Voir tableau 3).

Tableau 1
Les clientèles touristiques du Québec en 1982* et l'ensemble de leurs voyages au Québec.

Concepts Segmentation géographique des clientèles	L'ensemble des voyages (-24 heures et 24 heures ou plus)	
	entrées au Canada via le Québec pour Américains et autres. Voyages-personnes pour Québécois et Canadiens	visites-provinces pour Américains et autres. Voyages-personnes pour Québécois et Canadiens
Les Québécois	20 113 000 (77,2%)	20 113 000 (73%)
Les Canadiens des autres provinces	2 802 000 (10,8%)	2 802 000 (10,2%)
Les Américains	2 747 831 (10,6%)	4 169 000 (15,1%)
Les résidents de pays autres que les États-Unis	376 873 (1,4%)	450 000 (1,6%)
TOTAL	26 039 704 (100%)	27 534 000 (100%)

* 1982 est l'année la plus récente pour laquelle on dispose de chiffres sur les voyages des Québécois et des Canadiens des autres provinces au Québec. Dans quelques mois, la même évaluation pourra être faite pour l'ensemble de l'année 1984.

Après cette vue d'ensemble des clientèles touristiques, il est intéressant de lever le voile de chacune de ces clientèles segmentées géographiquement, de connaître leurs caractéristiques, leurs comportements et leurs différences.

Mieux cerner le marché québécois

L'existence et la disponibilité de l'importante banque de données de l'**Enquête sur les voyages des Canadiens** a incité le ministère du Tourisme à demander à ce que soient isolées les principales caractéristiques des voyages touristiques des Québécois, ce qui a conduit à présenter une publication traitant uniquement de ce sujet⁽⁶⁾. Il en ressort que le portrait de la clientèle québécoise qui a voyagé au Québec en 1982 est le suivant :

- Elle voyage surtout durant la saison d'été alors que cette dernière englobe 38,9% des voyages-personnes, 47,3% des nuitées et 42,9% des dépenses faites durant toute l'année.
- Elle est un peu moins nombreuse qu'en 1980, probablement à cause du contexte économique difficile.
- Elle fréquente, en premier lieu, les régions touristiques de l'Estrie et des

Laurentides, deux régions de villégiature reconnues aussi pour la densité de résidences secondaires et de chalets qui s'y trouvent. Suivent les régions de Montréal, de Québec, de la Mauricie/Bois-Francs et de Lanaudière. À l'intérieur des régions touristiques de Montréal et de Québec, la part des deux régions métropolitaines est prépondérante.

- Elle fréquente, en premier lieu, la région administrative de Montréal. Cette dernière domine évidemment puisqu'elle englobe une partie des régions touristiques des Laurentides, de Richelieu/Rive-Sud et de l'Estrie. Elle est suivie par la région administrative de Québec qui englobe, dans ce cas, Charlevoix, le Pays-de-l'Érable et Portneuf.
- Elle voyage surtout dans un but d'agrément (45,4% des voyages-personnes, 43,9% des nuitées et 45,4% des dépenses) bien que les voyages pour visiter des parents ou des amis occupent une place très importante (39% des voyages-personnes, 35,9% des nuitées et 27,8% des dépenses).
- Celle qui a fait le plus grand nombre de voyages réside dans les régions touristiques de Montréal, de Richelieu/Rive-Sud et de Québec, régions les plus densément peuplées.

- Elle a une propension à voyager, rapport entre le nombre de voyages effectués et la population, qui diffère d'une région à l'autre. Ainsi, c'est la population des régions touristiques de l'Estrie, des Laurentides et de Montréal qui a la plus grande propension à voyager au Québec. Dans le cas des voyages à l'extérieur du Québec, on retrouve en premier lieu les régions touristiques de Montréal et de l'Outaouais.

- Elle voyage presque essentiellement par automobile (91,3% des voyages-personnes) et fait des voyages d'une durée moyenne de 3 nuits.

- Elle voyage plus entre adultes qu'avec des enfants, tendance qui est encore plus forte lorsqu'il s'agit de voyages à l'extérieur du Québec.

- Elle a pratiquement dépensé 1,2 milliard de dollars au Québec pour des voyages au Québec alors qu'elle a dépensé 1,8 milliard pour des voyages à l'extérieur du Québec dont 700 millions en prestations et services payés au Québec.

- En moyenne, elle a dépensé 84\$ par voyage-personne au Québec, dépense moyenne qui varie substantiellement selon qu'il s'agit de voyages d'affaires (190\$), de voyages d'agrément (84\$) ou de voyages ayant pour but la visite de parents ou d'amis (60\$).

Tableau 2

Les clientèles touristiques du Québec en 1982 et leurs voyages d'une durée de 24 heures ou plus.

Segmentation géographique des clientèles	Concepts			
	Les voyages touristiques (24 heures ou plus pour tous buts de voyages)			
	entrées au Canada via le Québec pour Américains et autres. Voyages-personnes pour Québécois et Canadiens		visites-provinces pour Américains et autres. Voyages-personnes pour Québécois et Canadiens	
Les Québécois	(68,5%)	13 779 000	(76,4%)	(68,5%) 13 779 000 (72,2%)
Les Canadiens des autres provinces	(86%)	2 410 000	(13,4%)	(86%) 2 410 000 (12,6%)
Les Américains	(53,7%)	1 475 543	(8,2%)	(58,5%) 2 438 000 (12,8%)
Les résidents de pays autres que les États-Unis	(97,8%)	368 595	(2%)	(100%) 450 000 (2,4%)
TOTAL	(69,3%)	18 033 138	(100%)	(69,3%) 19 077 000 (100%)

NOTE : Deux colonnes successives de pourcentage sont présentées.

Celle de gauche représente la part relative des voyages touristiques (24 h ou plus par rapport à l'ensemble des voyages de moins de 24 heures et 24 heures ou plus).

Celle de droite se lit à la verticale. Elle représente la part relative des voyages touristiques d'un segment géographique donné par rapport aux voyages touristiques de tous les segments géographiques.

- Elle privilégie *la résidence de parents ou d'amis* (51,7% des voyages-personnes) et les *chalets ou maisons de villégiature privés* (20,2%) comme moyens d'hébergement. Les *hôtels et motels* n'en accaparent que 12,8%, suivis des terrains de camping (7,7%).

- Elle se retrouve en plus grand nombre parmi ceux et celles qui sont mariés. Ceux qui voyagent le plus ont un niveau de scolarité de *8 à 12 années*.

- Elle se retrouve aussi en plus grand nombre auprès de ceux et celles dont le revenu de ménage est de *15 à 35 000\$*.

À cette clientèle touristique québécoise qui voyage au Québec s'ajoute évidemment une clientèle touristique québécoise qui voyage à l'extérieur du Québec. Si cette dernière est beaucoup moins importante en terme de volume de voyages générés, elles sont aussi importante l'une que l'autre en termes de nuitées et de dépenses engendrées.

Le marché des autres provinces

Le portrait de la clientèle touristique des Canadiens des autres provinces qui ont voyagé au Québec en 1982 est lui aussi issu d'une publication traitant uniquement de ce sujet (9) conçue en utilisant la banque de données de l'Enquête sur les voyages des Canadiens. Il en ressort que :

- Elle voyage en premier lieu durant la saison d'été alors que cette dernière englobe 30,2% des voyages-personnes, 35,3% des nuitées et 34% des dépenses. Les deux premiers trimestres sont toutefois importants alors que chacun d'entre eux accapare le quart des voyages-personnes.

- Elle a augmentée par rapport à 1980, probablement à cause du fait que la cherté des destinations étrangères et les difficultés économiques ont incité les Canadiens à voyager au Canada.

- Elle fréquente surtout la région touristique de Montréal (52,2% des voyages-personnes).

- Le portrait est très différent dans le cas de l'Outaouais, deuxième plus importante région touristique et administrative de destination. La part de la région métropolitaine de Hull dans l'Outaouais est alors très faible. Cela confirme l'importance du tourisme de villégiature et de la résidence secondaire dans la région touristique et administrative de l'Outaouais.

- Elle provient surtout de l'Ontario (88% des voyages-personnes).

- Elle voyage surtout dans le but de faire *la visite des parents* (41,2% des voyages-personnes, 42,1% des nuitées et 29,7% des dépenses). Il est suivi de près par *l'agrément* (38,2% des voyages-

personnes, 32,7% des nuitées et 39,3% des dépenses).

- Elle voyage essentiellement avec l'automobile qui est le moyen de transport de trois voyages sur quatre de Canadiens des autres provinces au Québec. La durée de séjour moyenne est de 3,7 nuits.

- Elle aussi voyage plus entre adultes qu'avec des enfants.

- Elle a dépensé 357 millions de \$ au Québec. En moyenne, elle a donc dépensé 148\$ par voyage-personne au Québec, dépense moyenne qui varie selon qu'il s'agit de voyages d'affaires (257\$), de voyages d'agrément (152\$) ou de voyages ayant pour but la visite de parents ou d'amis (107\$).

- Elle privilégie *la résidence de parents ou d'amis* (50,3% des voyages-personnes), les *moyens d'hébergement commerciaux* (30,2%) et les *chalets ou maisons de villégiature privés* (11,7%) comme moyens d'hébergement.

- Elle se retrouve en plus grand nombre parmi ceux et celles qui sont mariés, dont le niveau de scolarité est *secondaire*. Plus de 40% ont un revenu du ménage supérieur à 35 000\$.

Le marché des États-Unis

Le portrait de la clientèle touristique des Américains est le suivant :

Tableau 3
Les clientèles touristiques du Québec en 1982 et leurs voyages touristiques d'agrément au Québec.

Concepts Segmentation géographique des clientèles	Les voyages touristiques d'agrément (24 heures ou plus pour un but d'agrément)	
	Visites-provinces pour Américains et autres. Voyages-personnes pour Québécois et Canadiens.	
Les Québécois	6 251 000 (45,4%)	(72,5%)
Les Canadiens des autres provinces	921 000 (38,2%)	(10,7%)
Les Américains	1 314 000 (53,9%)	(15,2%)
Les résidents de pays autres que les États-Unis	138 600 (35,7%)	(1,6%)
TOTAL	8 624 600 (45,2%)	(100%)

N.D. = Non disponible

Note : Deux colonnes successives de pourcentage sont présentées.

Celle de gauche représente la part relative des voyages touristiques d'agrément par rapport aux voyages touristiques (24 heures ou plus) faits pour tous buts de voyage. Celle de droite se lit à la verticale. Elle représente la part relative des voyages touristiques d'agrément d'un segment géographique donné par rapport aux voyages touristiques d'agrément de tous les segments géographiques.

- Elle voyage surtout durant la saison d'été alors que cette dernière englobe 41,8% des visites-provinces faites durant toute l'année.

- Elle est pratiquement aussi nombreuse qu'en 1980.

- Les régions touristiques qu'elle fréquente sont mal connues. Dans le passé, une enquête faite auprès des automobilistes (10) au cours de la saison d'été avait montré la prépondérance de deux régions, et de deux villes en particulier, celles de Montréal et de Québec.

Elle voyage surtout dans un but d'agrément (53,9 des visites-provinces). La visite de parents ou d'amis de même que les affaires et les congrès occupent chacun le cinquième des visites-provinces effectuées.

- Elle réside surtout dans deux régions, celle de l'Atlantique-Centre (27,3% des visites-provinces) et celle de la Nouvelle-Angleterre (26,8%). Le poids relatif de ces deux régions tend à diminuer depuis quelques années alors que celui des régions du Centre Nord-Est (18,3%), de l'Atlantique-Sud (11,2%) et du Centre Nord-Ouest (7,5%) tend à augmenter.

- Elle voyage surtout par automobile (71,3% des visites-provinces). Le poids relatif de ces voyages tend toutefois à diminuer alors qu'augmente celui de l'autocar (16,7%) et de l'avion commercial.

- Elle fait des voyages qui durent, en moyenne, près de 3,4 nuits.

- Elle a dépensé 377 millions de \$, ce qui veut dire une dépense moyenne de 154,60\$ par visite-province. La répartition de cette dépense selon les différents buts de voyage n'est pas connue.

- Dans le passé, une enquête (11) avait montré qu'elle privilégiait l'hébergement commercial (60% des visites-provinces) comme moyen d'hébergement. Suivaient la résidence de parents et d'amis (26,2%) et le camping (12,6%). Ces proportions ont pu se modifier avec le temps. Elles demeurent toutefois indicatives.

Le marché des pays autres que les États-Unis

Le portrait de la clientèle touristique des résidents de pays autres que les États-Unis est finalement le suivant :

- Elle voyage surtout durant l'été alors qu'un voyage sur deux se fait à cette époque. Si l'on retient les 2ièmes et 3ièmes trimestres, ils englobent alors les trois-quarts des voyages.

- Dans l'ensemble, elle a légèrement diminué par rapport à 1980. Il faut

toutefois nuancer ce constat qui change d'un continent à l'autre et même d'un pays à l'autre. Ainsi, si le marché européen qui représente les deux tiers du marché des autres pays a très légèrement diminué, le marché de l'Allemagne est resté stable, le marché français — le plus important du marché européen pour le Québec — a augmenté alors que celui du Royaume-Uni diminuait. Il en est de même pour le marché de l'Amérique du sud qui est resté stable alors que ceux de l'Asie et des Bermudes accusaient un minime repli. Dans l'ensemble, cette légère diminution semble conjoncturelle puisque, comparée sur une plus longue période de temps, la clientèle des autres pays a nettement augmenté.

- Elle voyage surtout dans le but de visiter des parents ou des amis (44,4% des visites-provinces). Suivent les buts d'agrément (31,6%) et d'affaires (23,7%).

- Elle utilise des moyens de transport très différents selon qu'elle arrive directement au Québec (53% des visites-provinces) ou qu'elle arrive via les États-Unis (47%). Dans le premier cas, l'avion est le moyen de transport pour pratiquement tous. Dans le second cas, l'automobile et l'autobus (25%) sont légèrement plus utilisés que l'avion (22%);

- Elle fait des voyages qui durent, en moyenne, 9,7 nuits.

- Elle a dépensé 155 millions de \$ au Québec ce qui veut dire une dépense moyenne de 343,60\$ par visite-province. Là encore, la répartition de cette dépense selon les différents buts de voyages n'est pas connue.

- On peut faire l'hypothèse qu'elle utilise les différents moyens d'hébergement disponibles au Québec dans les mêmes proportions que celles concernant les Américains, hypothèse conservatrice en ce qui concerne l'hébergement chez des parents et des amis (26,2% des visites-provinces) alors qu'un nombre beaucoup plus grand vient dans le but de visiter des parents et des amis (44,4%).

Le mot de la fin

Les clientèles touristiques sont à l'image de ce qu'est le tourisme et l'industrie touristique. Elles sont complexes, difficiles à cerner et susceptibles de présenter toutes sortes de profils selon la perspective d'analyse que l'on privilégie. Elles évoluent et elles changent, tant sur le plan quantitatif que qualitatif, sous l'influence de modes, de climats, d'actions de concurrents.

Il faut souhaiter que cet article permette de mieux comprendre, de mieux saisir et de mieux expliquer, par rapport à ce qui a été fait jusqu'ici, un peu de cette vaste réalité.

Reste maintenant à ceux qui s'intéressent ou qui sont impliqués dans la *théorologie*, cette *science* du voyage qui est l'essence même de cette revue, à se concerter, à poursuivre leur réflexion et à harmoniser leur démarches pour le plus grand bien des clientèles touristiques elles-mêmes et de ceux et celles qui leur permettent de s'épanouir.



Références

- (1) Statistique Canada, *Voyages entre le Canada et les autres pays*, Catalogue 66001, ministère des Approvisionnement et Services Canada, publication trimestrielle.
Statistique Canada, *Voyages entre le Canada et les autres pays*, Catalogue 66201, ministère de l'Approvisionnement et Services Canada, publication annuelle.
- (2) Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des Canadiens. 1982. Canadiens voyageant au Canada*, Catalogue 87504 — hors série, ministère de l'Approvisionnement et Services Canada, 1984, 73 pages.
- (3) Travel Data International, *Vacation Travel by Canadians* Volume I. Analysis. Volume II. Detailed tables. Conducted for Canadian government office of Tourism, publication annuelle.
- (4) Organisation de coopération et de développement économique, *Politique du tourisme et tourisme international dans les pays membres de l'OCDE en 1979*, OCDE, Paris, 1979, 195 pages.
- (5) CÔTÉ Marcel, *Le mythe des retombées économiques*, Teoros, Volume 3, juillet 1984, pages 2 à 6.
- (6) DUBUC Alain, *Économie touristique québécoise et canadienne*, conférence du 1er février 1984 présentée dans le cadre des diverses causeries en tourisme sur le thème de l'industrie touristique et les actions de l'État. Module de gestion et intervention touristique de l'UQUAM en collaboration avec l'Association technique du Tourisme, 1984, 18 pages.
- (7) Ministère du Tourisme, *Le Tourisme au Québec. Bilan et perspectives d'actions 1985-1988*, Gouvernement du Québec, 1984, 94 pages.
- (8) CLUZEAU, Patrick, *Les voyages de plus de 24 heures des Québécois au Québec et à l'extérieur du Québec en 1982*, Volume 1, Extraits de l'Enquête sur les voyages des Canadiens, Ministère du Tourisme, 1984, 111 pages.
- (9) CLUZEAU, Patrick, *Les Voyages de plus de 24 heures des Québécois au Québec et à l'extérieur du Québec en 1982*, Volume 2, Extraits de l'Enquête sur les voyages des Canadiens, Ministère du Tourisme, 1984, 74 pages.
- (10) Service de la Recherche, *Le touriste non-résident au Québec — 1985 — Volume I. Données de base I. Agrégats*, Ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche, 1976, 141 pages.
- (11) Il s'agit de l'enquête *Voyages entre le Canada et les autres pays*, Catalogue 66201 tel qu'indiqué en (1) pour l'année 1974.