

Évolution du marché des touristes américains au Québec (1972-1989)

Patrick Cluzeau

Volume 9, numéro 2, juillet 1990

Le marché américain

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1080024ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1080024ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Cluzeau, P. (1990). Évolution du marché des touristes américains au Québec (1972-1989). *Téoros*, 9(2), 3-8. <https://doi.org/10.7202/1080024ar>

Évolution du marché des touristes américains au Québec (1972-1989)

Patrick Cluzeau*

L'évolution du marché des touristes⁽¹⁾ américains au Québec depuis 1972 et l'analyse de ses caractéristiques seront abordées à partir de quatre indicateurs spécifiques, à savoir:

- les entrées aux frontières;
- les visites-province;
- les nuitées;
- les recettes touristiques.

Ce sont des données de l'année 1989 qui serviront de points de référence à toute l'analyse subséquente. Elles permettent de présenter ainsi le marché actuel des touristes américains au Québec :

- 1 650 758 entrées aux frontières;
- 2 977 000 visites-province;
- 10 122 000 nuitées;
- 669 millions de dollars de recettes touristiques pour le Québec.

Les entrées aux frontières d'Américains

Origine et signification

C'est le seul indicateur officiel disponible⁽²⁾ à l'heure actuelle qui permette de faire des comparaisons entre la performance du Québec, de l'Ontario et du Canada sur une longue période de temps.

De fait, il permet de voir l'évolution du marché sur une période de 18 ans (de 1972, année durant laquelle il a été introduit, à 1989), ce qui n'est pas sans intérêt. Pour le Canada, il est pleinement représentatif de la réalité, les Américains devant entrer au Canada via des frontières routières, aéroportuaires ou maritimes. L'ennui provient du fait qu'il n'a pas la même valeur pour les provinces. Pour ces dernières, il ne représente qu'une partie de la réalité. En prenant l'exemple du Québec, les Américains qui entrent au Québec via les frontières situées entre les États-Unis et le

Québec ne sont pas les seuls à venir dans la province. Il faut y ajouter les Américains qui entrent via l'Ontario ou via le Nouveau-Brunswick mais dont la destination finale sera le Québec ou dont une partie du séjour se fera au Québec. Et ils sont nombreux. L'indicateur a donc d'indéniables qualités. Il a aussi ses défauts et ses limites.

En 1989, on a dénombré 1 650 758 entrées aux frontières de touristes provenant des États-Unis qui sont entrés au Canada via le Québec (voir la tableau 1). Ce nombre a diminué de 3% par rapport à l'année précédente, diminution moins prononcée qu'en Ontario (-6,6%) et au Canada (-4,4%). Cette amorce de décroissance qui se manifeste cette année au Québec et au Canada avait débuté l'an dernier en Ontario. Elle fait suite à une période de croissance légère mais continue qui s'était amorcée en 1984.

Tendances

À plus long terme, des tendances peuvent être observées à l'analyse de l'évolution des entrées aux frontières entre 1972 et 1989. Dans ce cas, on constate que tout le monde a perdu du terrain, à commencer par le Canada (-7,2%) et par l'Ontario (-7,9%). Le Québec en a perdu nettement plus (-21,4%) avec, comme conséquence, que la part du volume d'entrées aux frontières d'Américains au Québec par rapport au Canada, qui était de 15,3% en 1972, n'est que de 13,5% en 1989.

L'observation et la comparaison entre deux années aussi éloignées (1972 et 1989) méritent toutefois d'être nuancées en tenant compte de toutes les années s'échelonnant entre ces deux pôles. Pour ce qui concerne le Québec, on distingue alors trois cycles, à savoir:

- un cycle de décroissance progressive, entre 1973 et 1979;
- un cycle de croissance pratiquement nulle, de quasi statu quo, entre 1979 et 1983;
- un cycle de reprise de la croissance depuis 1984, reprise qui s'atténue en 1988 et qui s'interrompt en 1989.

Si l'on se fie sur les intentions de voyage des Américains récemment divulguées par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme du Conference Board, un nouveau cycle de décroissance progressive aura débuté en 1989. Les chiffres traitant des entrées aux frontières lors des premiers mois de l'année 1990 tendraient aussi à le confirmer.

Le Canada, dans son ensemble, a suivi pratiquement les mêmes cycles que le Québec. Toutefois, l'Ontario a connu des diminutions nettement moins prononcées au cours des années. Il a même dépassé, en 1987, le volume d'entrées aux frontières qu'il avait en 1972 (+1,8%).

Segmentation par moyen de transport

Cette évolution de l'ensemble des entrées aux frontières de touristes américains au Québec, en Ontario et au Canada cache, cependant, des réalités bien différentes selon les moyens de transport utilisés.

De fait, les diminutions observées entre 1972 et 1989 sont entièrement attribuables à la diminution des entrées par automobile (voir le tableau 2). Le constat fait en 1984 par Tourisme Canada⁽³⁾ pour la période 1972-1982 n'a donc pas fondamentalement changé.

Les entrées aux frontières par automobile, qui représentaient plus des trois quarts (77,4%) de toutes les entrées aux frontières d'Américains au Québec en 1972, n'en représentent qu'un peu plus de la moitié (58,9%) en 1989. Elles ont diminué de 37,3%. Or les voyages en automobile, à la différence des voyages d'affaires ou de congrès qui se font surtout par avion, sont surtout des voyages d'agrément ou pour visiter des parents ou des amis.

Les causes d'un tel désintéressement sont nombreuses. On y retrouve, à la fois:

- les effets de la crise énergétique qui a modifié bien des comportements de voyages de vacances;
- les effets d'une concurrence accrue venant de toutes sortes de destination,

* Patrick Cluzeau est analyste à la Direction de la recherche du ministère du Tourisme du Québec.

à commencer par les régions américaines elles-mêmes émettrices de touristes;

- les effets de l'émergence de produits touristiques nouveaux;
- les effets d'une moins grande attractivité du produit touristique québécois.

En contrepartie, les entrées aux frontières d'Américains au Québec par tous les moyens de transport autres que l'automobile ont augmenté. On aura noté, en particulier, que le volume des entrées par avion s'est substantiellement amélioré bien que l'amélioration aura été deux fois plus importante en Ontario et au Canada. Il faut probablement voir là le signe d'un déplacement progressif du marché des affaires vers d'autres provinces et, en particulier, vers l'Ontario.

Les visites-province d'Américains

Origine et signification

Pour toutes les provinces, c'est l'indicateur le plus représentatif⁽⁴⁾ de la réalité des voyages véritablement effectués par les Américains. Pour ce qui concerne le Québec, il prend en compte à la fois les entrées aux frontières entre les États-Unis et le Québec et les voyages qui ont débuté en Ontario, ou dans les Maritimes, mais dont une partie s'est faite au Québec. Or, en 1980, ces derniers voyages représentaient pratiquement autant (43,3%) que les entrées aux frontières directes. Et il n'y a pas lieu de croire que ce phénomène est différent en 1989.

Sil'indicateur "visite-province" corrige les défauts du précédent, l'ennui, dans son cas, provient du fait que c'est un indicateur que Statistique Canada a introduit en 1976 et a cessé de publier à partir de 1981 à cause du trop faible nombre de répondants à l'enquête qui rendait ses résultats peu fiables. C'est la raison pour laquelle, depuis cette date, on ne dispose d'aucune donnée provenant de Statistique Canada sur les volumes de visites-province, sur la durée du séjour, sur les dépenses et sur les caractéristiques des visites-province de touristes américains venus tant au Québec que dans les autres provinces canadiennes.

Des changements attendus

On ne peut que se réjouir de savoir que cette regrettable situation sera corrigée en 1990. Statistique Canada mènera alors, dans la

TABLEAU 1

Nombre d'entrées aux frontières de touristes des États-Unis, entrés au Canada via le Québec et l'Ontario, entre 1972 et 1989

Année	Québec	Ontario	Canada
1972	2 004 054	7 126 990	13 067 882
1973	2 053 089	7 410 733	13 523 106
1974	1 943 011	7 262 262	12 735 674
1975	1 838 345	7 063 647	12 495 167
1976	1 688 265	6 492 637	11 068 383
1977	1 567 516	6 535 205	11 451 045
1978	1 543 984	6 442 109	11 276 779
1979	1 395 604	6 334 116	10 908 597
1980	1 452 434	6 347 025	10 964 553
1981	1 426 135	6 364 306	10 968 470
1982	1 410 202	6 064 306	10 462 467
1983	1 374 960	6 234 003	10 908 791
1984	1 446 147	6 504 872	11 295 046
1985	1 530 151	6 630 883	11 557 323
1986	1 635 712	6 895 133	13 609 707
1987	1 688 582	7 216 083	12 719 799
1988	1 701 701	7 073 855	12 763 017
1989	1 650 758	6 606 748	12 195 430

Source: Statistique Canada, Voyages entre le Canada et les autres pays, catalogue 66 001 et Cansim.

TABLEAU 2

Touristes des États-Unis entrés au Canada via le Québec et via l'Ontario selon le moyen de transport en 1972, 1980 et 1989

		1972	1980	1989	Variation 1972/1980 %	Variation 1972/1989 %
Automobile	Québec	1 550 690	834 073	973 022	- 46,2	- 37,3
	Ontario	6 156 496	4 885 090	4 828 479	- 20,7	- 21,6
	Canada	11 151 463	7 831 214	8 416 974	- 29,8	- 24,5
Avion	Québec	285 002	357 066	442 947	+ 25,3	+ 55,4
	Ontario	483 135	808 780	1 103 268	+ 67,4	+ 128,4
	Canada	1 055 096	1 733 775	2 324 972	+ 64,3	+ 120,4
Autocar	Québec	159 704	192 309	184 382	+ 20,4	+ 15,6
	Ontario	381 907	403 207	348 147	+ 5,6	- 8,8
	Canada	683 534	790 806	749 869	+ 15,7	+ 9,7
Bateau	Québec	2 110	2 958	3 108	+ 40,2	+ 47,3
	Ontario	102 995	121 787	168 571	+ 18,2	+ 63,7
	Canada	140 980	206 319	290 150	+ 46,3	+ 105,8
Autres moyens*	Québec	6 548	66 028	47 299	+ 908,4	+ 622,3
	Ontario	2 457	128 161	158 283	+5116,2	+6342,1
	Canada	36 809	402 439	413 465	+ 993,3	+1023,3

Source: Statistique Canada, Voyages entre le Canada et les autres pays, Cansim.

* train, véhicules motorisés, motocyclettes, piétons.

foulée des recommandations du Groupe national sur les données touristiques, une enquête sur les voyages internationaux (EVI) en ayant recours à une méthodologie nouvelle permettant d'avoir un suivi des questionnaires laissés aux répondants échantillonnés. De plus, le fait que les ministères du Tourisme du Québec et de l'Ontario se soient associés financièrement à Statistique Canada afin d'accroître la taille des échantillons de l'enquête permettra d'obtenir des données beaucoup plus fiables pour chacune des deux provinces. Cela permettra ainsi de connaître, pour la première fois sur une base annuelle, la répartition des flux touristiques attribuables aux visites-province d'Américains dans les principales régions touristiques du Québec de même que la part de recettes touristiques qu'elles en retirent. Cela permettra aussi d'avoir des profils détaillés des différentes clientèles de touristes américains, tant des profils en termes de caractéristiques socio-économiques qu'en termes de comportements de voyage.

Pour pallier à l'absence de données provenant de Statistique Canada concernant les visites-province d'Américains entre 1981 et 1989, le ministère du Tourisme du Québec a fait, tous les ans, des estimations⁽⁵⁾ concernant le Québec. Elles sont à utiliser avec prudence bien que, se référant à la situation observée dans les entrées aux frontières, elles suivent les mêmes tendances.

Tendances

C'est ainsi que l'observation et la comparaison des visites-province d'Américains au Québec entre 1976 et 1989 (voir le tableau 2) fait apparaître pratiquement les trois mêmes cycles que ce qui concerne les entrées aux frontières d'Américains au Québec, à savoir:

- un cycle de décroissance progressive, entre 1976 et 1979;
- un cycle de croissance pratiquement nulle, de quasi statu quo, entre 1980 et 1983;
- un cycle de reprise de la croissance depuis 1984, reprise qui s'atténue en 1988 et qui s'interrompt en 1989 alors que le nombre de visites-province a diminué de 3%.

La grande différence se situe dans l'année 1980 alors que, en comparaison avec l'année précédente, le volume de visites-province s'est accru beaucoup plus que celui des entrées aux frontières. La principale

conséquence est que le volume de visites-province observé en 1980 venait, pour la première fois, de dépasser (+4,7%) celui de 1976 alors que le volume d'entrées aux frontières en 1980 accusait toujours un déficit de 14% par rapport à 1976. C'est donc beaucoup plus via l'Ontario et les Maritimes que directement entre les frontières USA/Québec que les Américains tendaient à venir au Québec.

Origine géographique des touristes

Ces visites-province d'Américains ont principalement pour origine quatre régions des États-Unis qui totalisent plus des trois quarts des voyages qu'ils ont effectués au Québec. Ils s'agit de la Nouvelle-Angleterre (30,9%), de l'Atlantique Centre (25,8%), du Centre Nord-Est (15,2%) et de l'Atlantique Sud (11,2%). Il a déjà été démontré⁽⁶⁾ qu'à l'intérieur de ces régions, certains États sont beaucoup plus émetteurs de touristes vers le Québec que d'autres. C'est en particulier le cas du Massachusetts dans la région de la Nouvelle-Angleterre, de l'État de New York dans la région de l'Atlantique Centre, de l'Ohio et de l'Illinois dans la région du Centre Nord-Est et de la Floride, de la Virginie et du Maryland dans la région de l'Atlantique Sud.

Buts du voyage et expérience recherchée

Plus de la moitié des visites-province d'Américains au Québec (54%) se font dans un but "d'agrément", les voyages "d'affaires et de congrès" en justifiant le cinquième (21,3%) alors que les voyages pour "visiter des parents ou des amis" en justifient autant (22,7%).

L'enquête Longwoods⁽⁷⁾ aura permis de mieux connaître les caractéristiques des touristes d'agrément américains ayant l'intention de venir au Québec et de montrer que les produits qu'ils veulent consommer au Québec sont, par ordre d'importance décroissante:

- l'expérience "grande ville" qui consiste à "venir y faire des achats, visiter des musées, trouver diverses attractions, aller au restaurant, assister à des pièces de théâtre et des concerts ou, tout simplement flâner, et découvrir les curiosités locales";
- l'expérience "circuit touristique" qui consiste "à se déplacer en automobile, en autocar ou en train dans des régions

renommées pour la beauté de leur paysage ou présentant un intérêt culturel ou général";

- l'expérience "villégiature" qui consiste à séjourner "dans un centre ou une région de villégiature où une vaste gamme d'activités comme les jeux et les sports de plage, le ski, le golf et le tennis peuvent se pratiquer sur place ou à proximité";
- l'expérience "plein air" dans "un endroit où la nature a été préservée en son état primitif et où l'on peut se consacrer à des activités comme le camping, la chasse, la pêche et les promenades à pied ou en radeau".

Ces caractéristiques diffèrent peu de celles mises en évidence dans l'enquête faite⁽⁸⁾ auprès des touristes d'agrément de l'État de New York, du Massachusetts et de l'Ontario à partir des données recueillies lors de l'évaluation de la campagne publicitaire de l'été 1987. Elle avait toutefois permis de constater que l'importance relative de ces différentes expériences varie nettement selon l'état de résidence. Pour les résidents du Massachusetts, les voyages dans une "grande ville" sont en première place alors que les "circuits touristiques" sont en quatrième et dernière position. C'est pratiquement l'inverse pour les résidents de l'État de New York.

L'évolution récente des voyages des touristes américains au Québec et au Canada est à mettre en perspective avec l'évolution des voyages des touristes américains vers les principales destinations étrangères qu'ils fréquentent. On constate alors, comme le montrent les plus récentes données obtenues du *U.S. Tourism and Travel Administration* (voir le tableau 4), que les destinations Mexique et Outre-Mer ont progressé beaucoup plus au cours des cinq dernières années que les destinations Québec et Canada. Entre 1988 et 1989, leurs performances ont été meilleures que celle du Canada et du Québec.

Les prévisions publiées en octobre dernier par le *U.S. Travel Data Center* concernant les voyages des touristes américains vers les principales destinations étrangères en 1990 affichent une progression de 4% du volume de voyages par rapport à l'année précédente. Quant à la part de marché de chacune des quatre grandes destinations des Américains, elle demeurerait la même qu'en 1989, à savoir le Mexique (33%), le Canada (31%), l'Europe (17%) et les autres destinations Outre-Mer (19%). Cela

signifierait que le volume de voyages de touristes américains au Canada progresserait de 4% en 1990 par rapport à 1989. Il faut très certainement voir là un scénario particulièrement optimiste de l'évolution des voyages que des chiffres plus récemment publiés tendraient à infirmer, du moins en ce qui concerne le Québec et le Canada.

Les nuitées d'Américains

Origine et signification

C'est un indicateur particulièrement révélateur de l'importance de tout marché touristique puisqu'il tient compte à la fois du volume de voyages effectués et de la durée du séjour des touristes. Or, comme on sait que la durée du séjour d'un touriste diffère beaucoup selon son origine géographique (ainsi, par exemple, la durée moyenne de séjour d'un touriste québécois voyageant au Québec est de 2,6 nuitées alors que celle d'un touriste étranger provenant de pays autres que les États-Unis est de 8,7 nuitées), la mesure du volume de nuitées⁽⁹⁾ prend toute sa signification.

Des différences selon les buts du voyage

La durée moyenne de séjour d'un touriste américain au Québec en 1989 est estimée à 3,4 nuitées, la même qu'en 1980. Cette estimation est d'autant plus plausible que la durée de séjour des touristes américains au Canada n'a pratiquement pas changé entre 1980 (4,6 nuitées) et 1988 (4,4 nuitées).

Il faut, toutefois, avoir à l'esprit que la durée de séjour diffère nettement selon le but du voyage du touriste. Celui venu faire un voyage d'agrément (3,0 nuitées) ou un voyage d'affaires ou de congrès (3,1 nuitées) connaît une durée de séjour moins prolongée que celui venu voir des parents ou des amis (4,5 nuitées) ou pour des raisons personnelles (4,6 nuitées). C'est une observation qui se répète au fil des ans et qui se fait également chez les autres marchés touristiques.

Ces 10 122 000 nuitées de touristes américains au Québec représentent 15,9% des nuitées passées au Québec par les touristes de toutes origines géographiques confondues. Cette part relative n'a pratiquement pas changé au cours des dernières années mais on constate un accroissement notable par rapport au début des années '80 alors que cette part relative était de l'ordre de 13%. Cet accroissement

TABEAU 3
Estimations relatives aux voyages des touristes américains hors des États-Unis entre 1985 et 1989

Destination	1989	Taux de variation	Taux de variation
	'000	1989/1988 %	1989/1985 %
Canada*	12 675	- 5,0	+ 5,0
Québec (visites-province)	2 977	- 3,0	+ 6,3
Mexique	13 690	+ 2,0	+31,0
Outre-Mer, dont:	14 925	+ 3,0	+18,0
- Europe	6 930	+ 7,0	+ 8,0
- Caraïbes	3 735	- 2,0	+17,0
- Asie	1 975	+ 6,0	+36,0
- Amérique du Sud	875	- 2,0	+57,0
- Amérique Centrale	635	+14,0	+62,0
- Océanie	535	- 2,0	+61,0
- Moyen Orient	195	- 5,0	-22,0
- Afrique	45	- 7,0	-60,0
Toutes destinations confondues	41 290	+ 1,0	+17,0

* Varie légèrement par rapport aux estimations de Statistique Canada.

Source: *U.S. Tourism and Travel Administration*, sauf pour le Québec, février 1990.

TABEAU 4
Nombre de visites-province de touristes américains, venus au Québec et au Canada entre 1976 et 1989

Année	Québec	Ontario ¹	Canada ¹
1976	2 446	7 130	14 258
1977	2 347	6 818	14 124
1978	2 341	6 585	13 361
1979	2 130	6 545	13 746
1980	2 560	6 405	13 735
1981	2 555		
1982	2 438		
1983	2 543		
1984	2 633		
1985	2 800		
1986	2 968		
1987	3 036		
1988	3 069		
1989	2 977		

Sources: 1- Statistique Canada, *Voyages entre le Canada et les autres pays*, catalogue 66 201.
2- Estimations du ministère du Tourisme.

1. Non disponible depuis 1981 pour le Canada et l'Ontario.

FIGURE 1
Part relative des nuitées des touristes au Québec, entre 1980 et 1989, selon les marchés géographiques d'origine

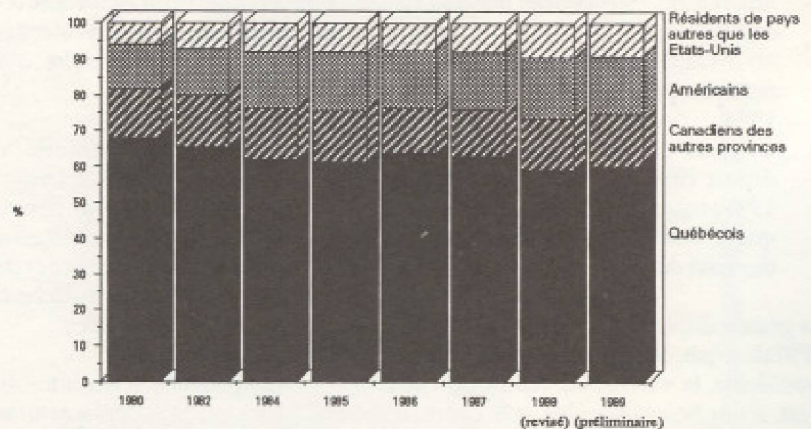
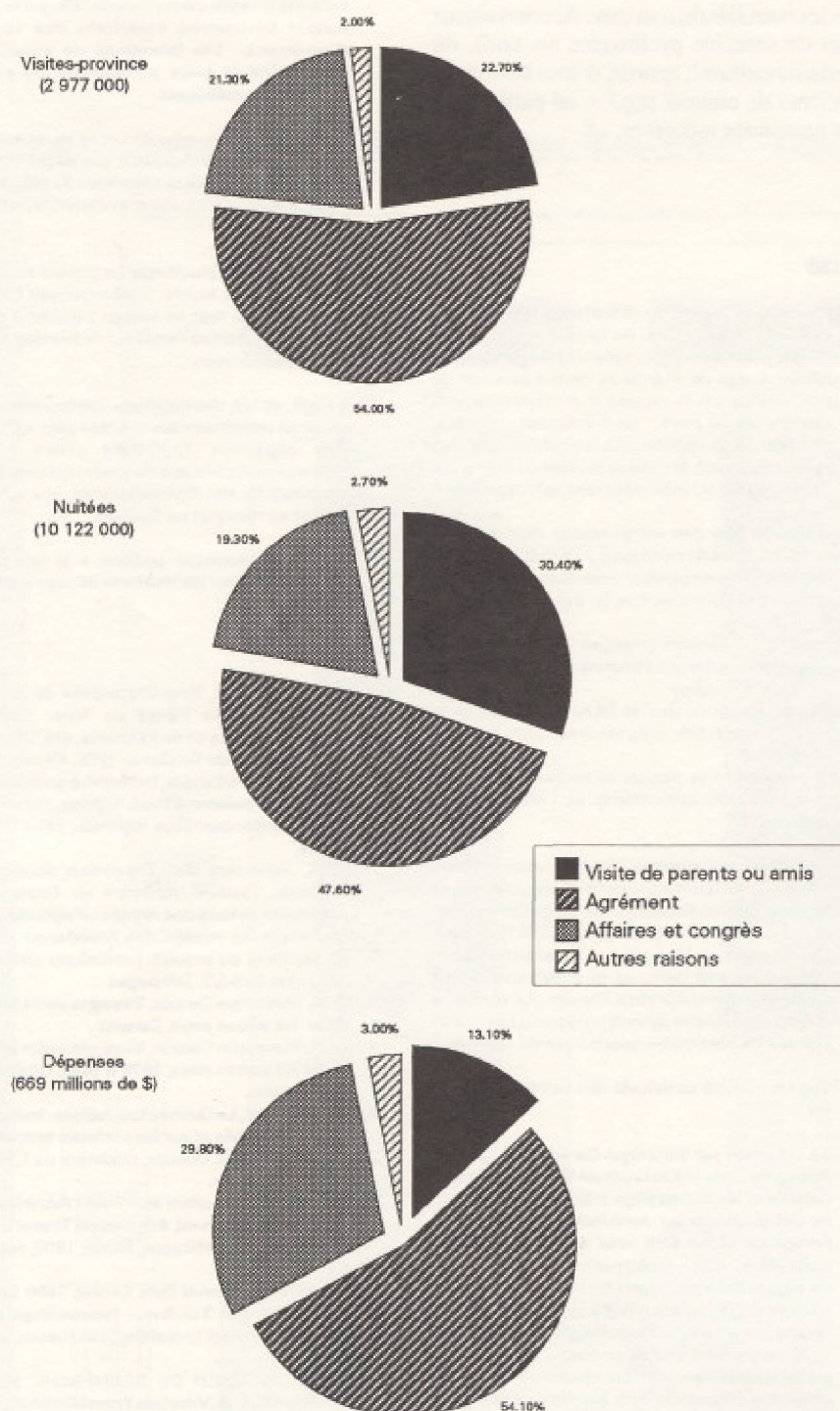


FIGURE 2

Importance relative des visites-province, des nuitées et des dépenses selon les buts de voyage des touristes américains venus au Québec, en 1989



découle, en partie, de l'augmentation du volume de touristes américains au Québec depuis 1984 mais aussi, et surtout, de la diminution considérable du volume de nuitées des touristes québécois au Québec comme on peut le voir dans la figure 1.

L'importance de ce volume de nuitées fait du marché américain le plus important marché touristique du Québec, après le marché québécois, en 1989. Il occupe également la seconde place en termes de recettes touristiques pour le Québec, comme on pourra le voir dans les lignes qui vont suivre.

Les recettes touristiques découlant de la venue des touristes Américains

Origine et signification

Elles constituent un excellent indicateur pour mesurer l'importance économique du tourisme pratiqué par les Américains au Québec. Ces recettes⁽¹⁰⁾ sont de l'ordre de 669 millions de dollars en 1989. Elles représentent la part la plus considérable des recettes touristiques du Québec au chapitre du tourisme⁽¹¹⁾ international (66,5%) et près du cinquième des recettes touristiques totales du Québec (17,7%) qui sont estimées, sur une base préliminaire, à 3,8 milliards de dollars en 1989.

Les recettes découlant de la venue de touristes américains au Québec ont nettement progressé entre 1980 et 1989 (+109,1%) en dollars courants) mais la progression réelle a été beaucoup plus modeste (+22,2% en dollars constants).

Des différences selon les buts du voyage

Plus de la moitié de ces recettes (54,1%) découlent du tourisme influençable par le marketing touristique, le tourisme d'agrément, alors que près du tiers (29,8%) découlent du tourisme de congrès et surtout d'affaires (voir la figure 2). Le tourisme dont le but principal est de visiter des parents ou des amis, qui représente 22,7% des visites-province effectuées et 30,4% des nuitées, ne représente que 13,1% des recettes touristiques. Cette disproportion découle du comportement même de ces derniers qui, s'hébergeant bien souvent chez des parents ou des amis, ont à la fois une durée de séjour plus prolongée que les autres touristes et une dépense quotidienne moins prononcée (28\$ par nuitée-personne en 1988

comparativement à 102\$ par nuitée-personne d'affaires et de congrès et 75\$ par nuitée-personne d'agrément).

Cela illustre bien que chaque segment de clientèle a des comportements de voyage et de dépenses fort différents. Les touristes d'affaires et de congrès sont ceux ayant le plus recours à l'hébergement commercial, de type hôtel-motel, et au type de dépense qui en découle. Les touristes d'agrément ont recours à de l'hébergement commercial plus diversifié, incluant le camping et le caravanning, et à de l'hébergement non commercial. Les touristes visitant des parents ou des amis ont surtout recours à la résidence de ces derniers. Ces comportements différents s'observent chez toutes les clientèles touristiques et non uniquement chez les touristes américains.

Regard sur le compte des voyages

Ces recettes touristiques de 669 millions de dollars provenant de la venue de touristes américains au Québec en 1989 sont à mettre en perspective avec les dépenses des touristes québécois aux États-Unis qui sont estimées, sur une base préliminaire, à 1 060 milliard de dollars pour la même année. Il en découle un déficit au compte des voyages des touristes avec les États-Unis de l'ordre de 391 millions de dollars en 1989. D'une année à l'autre, l'ampleur de ce dernier a varié sous l'influence de multiples facteurs, tels le volume de voyage, l'ampleur des dépenses et le taux de change. En comparaison avec 1980, et en dollars courants, il a pratiquement doublé.

En 1988, le déficit du compte de voyages du Canada avec les États-Unis pour les voyages d'une nuit ou plus (excluant les frais de transport pour se rendre au Canada, ceci dans le but de rendre les données comparables avec celles du Québec) était de l'ordre de 954 millions de dollars et l'on estime qu'il sera plus élevé en 1989.

En conclusion

Toutes ces données et toute cette analyse conduisent à une conclusion évidente. Que l'objectif à atteindre au cours des prochaines années soit une diminution du déficit du compte des voyages des touristes avec les États-Unis ou soit uniquement un accroissement du volume d'affaires, donc des recettes, provenant de la venue de touristes américains, le Québec, comme le Canada, devra redoubler d'efforts pour reconquérir une plus grande place dans les

destinations préférées des touristes américains. Et, comme le soulignait récemment l'Institut canadien de recherche sur le tourisme, ces efforts passeront par des actions plus ciblées auprès de segments de clientèles spécifiques. Les populations noires, hispaniques et asiatiques étaient, alors, nommément mentionnées de même que les marchés du tourisme de court séjour (fins de semaine prolongées ou non), du tourisme culturel, sportif, d'aventure et du tourisme de circuits auprès, en particulier, des personnes retraitées. †

NOTES

(1) En conformité avec les définitions internationales de l'OMT et de l'OCDE, les touristes sont définis, dans le présent article, comme les personnes ayant fait un voyage de plus de 24 heures (une nuit ou plus) impliquant le recours à de l'hébergement commercial ou privé. Sauf indication contraire, cette définition englobe tous les buts de voyage à savoir l'agrément, la visite de parents ou d'amis, les affaires ou les congrès et les raisons personnelles.

Avant de faire des comparaisons avec d'autres données, le lecteur doit avoir à l'esprit la diversité des définitions employées, parfois, pour définir "un touriste" et qui peuvent varier de:

- tous les voyageurs (voyages de moins de 24 heures et de plus de 24 heures) sans distinction de la durée du voyage;
- les voyageurs de plus de 24 heures (une nuit ou plus) voyageant uniquement dans un but d'agrément;
- les voyageurs de plus de 24 heures (une nuit ou plus) utilisant uniquement de l'hébergement commercial.

(2) Il est utilisé par Statistique Canada dans la publication mensuelle (66 001 P) intitulée **Touriscope. Voyages Internationaux. Renseignements préliminaires**, et dans la publication trimestrielle (66 001) intitulée **Touriscope. Voyages Internationaux. Dénombrement national et provincial**. Il est également disponible dans Cansim. Le ministère du Tourisme l'utilise dans sa publication mensuelle intitulée **Le baromètre touristique du Québec**.

(3) Voir **Le marché américain des voyages**, 3^e édition.

(4) Il a été utilisé par Statistique Canada dans sa publication annuelle (66 201) intitulée **Voyages entre le Canada et les autres pays** entre 1976 et 1980 en ce qui concerne les Américains. Avant 1976, l'indicateur utilisé était celui de la "province de destination" qui ne tenait pas compte de la partie du voyage faite en traversant une province si ce n'était pas la destination finale du voyage. C'est la raison pour laquelle les données publiées à partir de 1976 ne peuvent pas se comparer aux données publiées antérieurement. Les résultats de l'enquête utilisant le concept de visite-province ne sont publiés qu'une fois par année, contrairement aux entrées aux frontières qui sont publiées sur une base mensuelle.

(5) Voir **Le Québec touristique. Indicateurs sur les marchés et sur les secteurs touristiques de 1980 à 1988**.

(6) Voir **Le Québec touristique. Indicateurs sur les marchés et sur les secteurs touristiques de 1980 à 1988**, pages 104 à 107. Le poids de chaque Etat est alors fourni en termes de visites-province, de nuitées et de dépenses.

(7) Les résultats concernant spécifiquement le Québec ont fait l'objet d'une analyse et d'une publication distincte faite conjointement par le ministère du Tourisme du Québec et le ministère de l'Expansion industrielle régionale du Canada. Elle porte le titre suivant **Le marché américain des voyages d'agrément. Les intentions de voyage des Américains et leurs perceptions du produit touristique québécois**.

(8) Même si, compte tenu des critères de sélection des répondants de l'enquête, elle ne présente pas une image complète des touristes d'agrément des régions considérées, elle n'en demeure pas moins très indicative.

(9) Il s'agit de la nuit passée par un touriste en voyage, quel que soit le moyen d'hébergement utilisé. Si deux touristes font un voyage pendant lequel ils passent trois nuits à l'extérieur de leur domicile, on compte six nuitées.

(10) Il s'agit, en fait, des dépenses des touristes américains qui constituent des recettes pour le Québec. Ces dépenses englobent celles liées à l'hébergement, à l'alimentation (ce qui comprend la restauration), aux divertissements, aux achats divers et au transport au Québec.

(11) Il s'agit du tourisme pratiqué à la fois par les Américains et par les résidents de pays autres que les États-Unis.

BIBLIOGRAPHIE

BOUCHARD, Gabriel, **Enquête auprès de touristes d'agrément de l'État de New York, du Massachusetts et de l'Ontario**, été 1987, Québec, ministère du Tourisme, 1988, 89 pages.

CANADA, Tourisme Canada, **Le marché américain des voyages**, troisième édition, Ottawa, ministère de l'Expansion économique régionale, juillet 1984, 93 pages.

CANADA, ministère de l'Expansion économique régionale, Québec, ministère du Tourisme, **Le marché américain des voyages d'agrément. Les intentions de voyage des Américains et leurs perceptions du produit touristique québécois**, catalogue C29-3/2, 249 pages.

CANADA, Statistique Canada, **Voyages entre le Canada et les autres pays**, Cansim.

CANADA, Statistique Canada, **Voyages entre le Canada et les autres pays, 1976 à 1980**, catalogue 66 201, Ottawa.

CLUZEAU, Patrick, **Le Québec touristique. Indicateurs sur les marchés et sur les secteurs touristiques de 1980 à 1988**, Québec, ministère du Tourisme, 1989, 619 pages.

ÉTATS-UNIS, U.S. Tourism and Travel Administration, U.S. Outbound Travel, **4th Annual Travel Review Conference**, Washington, février 1990, non paginé.

ÉTATS-UNIS, U.S. Travel Data Center, **1990 Outlook for Travel and Tourism. Proceedings of the Fifteenth Annual Travel Outlook Forum**, octobre 1989, 127 pages.

INSTITUT CANADIEN DE RECHERCHE SUR LE TOURISME, **U.S. Vacation Travel Outlook**, Conférence Board du Canada, Ottawa, hiver 1990, non paginé.

SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE DE PROMOTION TOURISTIQUE, **Profil de marché. États-Unis**, Montréal, ministère du Tourisme, novembre 1988, non paginé.