



Info-Voyages

Printemps 1998

Un regard sur les voyages à caractère culturel ou patrimonial au Canada

par Laurie McDougall

Laurie McDougall est analyste au Programme de la statistique du tourisme.

- *En 1996, le tourisme culturel et patrimonial des Canadiens a généré plus de 14 millions de voyages d'agrément d'une nuit ou plus, et plus de 3 milliards de dollars de dépenses au Canada.*
- *Les Canadiens qui ont effectué des voyages d'agrément à caractère culturel ou patrimonial ont parcouru de plus longues distances, ont séjourné plus longtemps et ont dépensé plus que les autres voyageurs d'agrément.*
- *Les établissements d'hébergement ont profité des voyages à caractère culturel ou patrimonial et ce sont les terrains de camping qui ont fourni la majeure partie du logement commercial.*
- *Le tourisme culturel ou patrimonial est plus tributaire des pointes saisonnières : la plupart des voyages sont effectués durant l'été.*
- *Les Canadiens qui ont effectué des voyages d'agrément à caractère culturel ou patrimonial sont plus susceptibles d'être des femmes et des gens qui ont fait des études universitaires ou collégiales et aussi d'avoir des revenus plus élevés, comparativement aux autres types de voyageurs d'agrément.*

Les Canadiens aiment la culture sous bien des formes, des festivals de jazz aux foires agricoles locales en passant par les sites historiques de classe internationale. Ils voyageront très loin pour assister à certaines manifestations ou faire l'expérience d'un aspect unique de l'histoire ou de la culture canadienne. Les exemples ne manquent pas des retombées des voyages à caractère culturel ou patrimonial sur des économies locales, sans oublier le rôle que ces voyages jouent dans la sensibilisation à la richesse culturelle et patrimoniale du Canada¹. Mentionnons, entre autres, le Stratford Theatre Festival, qui fournit de nombreux emplois à l'économie locale, le Winnipeg Ethnic Festival, qui attire chaque année des visiteurs du Canada et du Midwest des États-Unis et le Festival international de jazz de Montréal, un des plus importants festivals du Canada.

¹ Statistique Canada, *Le Canada, sa culture, son patrimoine et son identité : perspective statistique*, Édition de 1995, n° 87-211-XPB au catalogue.



Dans ce numéro...

Articles principaux

Un regard sur les voyages à caractère culturel ou patrimonial au Canada	1
Les voyages intérieurs à forfait – Un marché inexploité ?	4

Tendances

Caractéristiques des voyageurs internationaux	7
Compte des voyages internationaux	9
Indice des prix des voyages	10

Indicateurs nationaux du tourisme	11
--	----

Indicateurs de voyages	12
-------------------------------	----

De plus en plus, on considère le tourisme comme un moyen d'établir un lien entre, d'une part la culture, le patrimoine et l'identité, et d'autre part le développement économique et la stimulation de l'emploi. Chaque année, des collectivités canadiennes élargissent leur répertoire d'activités et de manifestations locales, parce qu'elles en reconnaissent l'importance pour le développement du tourisme.

Le tableau 1 montre bien la participation du grand public à des activités culturelles : en 1992 plus de la moitié des Canadiens âgés de 15 et plus ont visité un musée ou une galerie d'art ou participé à un festival, à une foire ou à une exposition. Compte tenu de l'intérêt manifesté par la population, il n'est pas étonnant que les Canadiens incluent souvent une activité culturelle ou patrimoniale dans leur programme de voyage. Parfois, l'activité culturelle ou patrimoniale est la principale raison d'entreprendre leur voyage.

Tableau 1

Participation à des activités à caractère culturel ou patrimonial, population canadienne âgée de 15 ans et plus, 1992

	%
Visité un musée, une galerie d'art ou un autre établissement du patrimoine	56
Assisté à un festival, à une foire ou à une exposition	51
Assisté à un concert ou à un spectacle	30
Visité une aire de conservation ou un parc naturel	46
Assisté à un spectacle de danse ou de musique ethnique ou patrimoniale	12

Source : Enquête sociale générale

Les voyages à caractère culturel ou patrimonial peuvent comprendre toutes sortes d'activités, de la visite d'un site historique au fait d'assister à un festival ou à un spectacle ou encore de faire de l'écotourisme. Les résultats de l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) permettent de considérer les activités culturelles ou patrimoniales particulières auxquelles les voyageurs ont participé. Celles-ci étaient définies comme suit : assister à un festival, à une foire, ou à une exposition; assister à une manifestation culturelle; assister à une manifestation culturelle autochtone; visiter un musée ou une galerie d'art; visiter un zoo ou un site naturel; visiter un site historique; et le fait d'aller observer des oiseaux ou la faune.

La taille et la nature du marché

En 1996, les Canadiens ont effectué environ 14 millions de voyages d'agrément (voyages touristiques, visites d'amis ou de parents et voyages pour motifs personnels) durant lesquels ils ont participé à au moins une activité culturelle ou patrimoniale – cela représente 12% de l'ensemble des voyages d'agrément. L'Étude de recherche sur le marché intérieur du tourisme, 1996, effectuée par la Commission canadienne du tourisme (CCT), confirme ce résultat concernant la part relative du segment de marché représenté par les voyages à caractère culturel. Cette étude estimait que 15 % de l'ensemble des voyageurs faisaient du tourisme culturel².

En 1996, comme l'indique le tableau 2, la participation des voyageurs canadiens aux activités culturelles ou patrimoniales suit la tendance du taux de participation en 1992 de la population canadienne âgée de 15 ans ou plus en 1992 (tableau 1). Au sein du groupe de répondants qui effectuent des voyages à caractère culturel ou patrimonial, l'activité la plus courante est le fait d'assister à une foire ou à une exposition. La moins répandue était la participation à une manifestation culturelle autochtone, ce qui indique le caractère de « créneau » de cette activité.

² Commission canadienne du tourisme, Étude de recherche sur le marché intérieur du tourisme, Rapport principal, 1996.

Tableau 2

Participation à des activités culturelles ou patrimoniales lors d'un voyage d'une nuit ou plus au Canada, 1996

	Participation à une activité culturelle ou patrimoniale
	milliers
Assisté à un festival, foire ou exposition	3 852
Visité un musée ou une galerie d'art	3 537
Visité un site historique	3 274
Assisté à des manifestations culturelles (pièces de théâtre, concerts)	3 208
Visité un zoo ou un site naturel	2 876
Observation des oiseaux ou de la faune	2 149
Assisté à une manifestation culturelle autochtone	468

Note : Le voyageur pouvant participer à plus d'une activité, la somme des activités est supérieure au nombre total de voyages à caractère culturel ou patrimonial.
Source : Enquête sur les voyages des Canadiens



Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef : Monique Beyrouti
Téléphone : (613) 951-1673

Assistante : Carol Moskaluk
Composition : Bilquis Kabir

Conception graphique : Rosemarie Andrews
Chantal Chalifoux

Imprimerie : Centre d'impression,
Statistique Canada

Photo : Luc Dubois, Programme de la
statistique du tourisme

Toute correspondance peut être envoyée à la rédactrice en chef, **Info-voyages**, 3^e étage édifice R.-H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6. **Télécopieur : (613) 951-2909. Courrier Internet beyrmon@statcan.ca**

Les prix n'incluent pas la taxe de vente

Une version papier, produit n° 87-003-XPB au catalogue, est publiée trimestriellement au coût de 13\$ le numéro ou 42 \$ pour 4 numéros au Canada. À l'extérieur du Canada, le coût est de 13\$ US le numéro ou 42 \$ US pour 4 numéros.
ISSN 0713-2840

Le produit n° 87-003-XIB au catalogue est publié trimestriellement sur internet au coût de 10\$ cdn le numéro ou 32 \$ cdn pour un abonnement.
ISSN 1209-1340

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.



Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 1998. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Note aux lecteurs

Pour les besoins de cette analyse, seuls les voyages dont le but principal était l'agrément/le loisir sont considérés. Le voyage à caractère culturel et patrimonial est défini comme tout voyage d'une nuit ou plus qu'on effectue pour le loisir, pour rendre visite à des amis ou à des parents ou encore pour des motifs personnels, et qui comprend la participation à au moins une des activités suivantes : assister à un festival, à une foire ou à une exposition; assister à une manifestation culturelle; assister à une manifestation culturelle autochtone; visiter un musée ou une galerie d'art; visiter un zoo ou un site naturel; visiter un site historique; observer des oiseaux ou la faune. Dans le cadre de l'Enquête sur les voyages des Canadiens, on demande simplement aux répondants d'indiquer s'ils ont ou non participé à ces activités durant leur voyage. Par conséquent, l'importance relative de celles-ci dans l'ensemble du voyage reste inconnue.

Les visites de parcs nationaux ou provinciaux n'étaient pas considérées comme relevant des voyages à caractère culturel ou patrimonial, sauf lorsque le voyage incluait la participation à au moins une des activités indiquées ci-dessus.

Les voyages à caractère culturel ou patrimonial sont associés à des distances plus grandes et à des séjours plus longs

Les Canadiens qui ont participé à des activités culturelles ou patrimoniales lors d'un voyage effectué au Canada en 1996 ont

dépensé près de 3 milliards de dollars³, soit environ un quart des dépenses de l'ensemble des voyages d'agrément d'une nuit ou plus. Ils ont passé plus de nuitées hors de chez eux et couvert de plus grandes distances : 565 km contre 343 km pour les autres voyageurs. Par conséquent, ils ont aussi pris l'avion plus souvent : pour 8 % de leurs voyages contre 4 % chez les autres voyageurs. Comme ils avaient tendance à effectuer des voyages plus longs et plus coûteux, leur dépense moyenne (par voyage) – 255 \$ – était plus de deux fois plus élevée que celle des autres voyageurs.

Les avantages retirés par les établissements d'hébergement commercial

Les Canadiens qui ont voyagé dans le pays en incluant des activités culturelles ou patrimoniales dans leur itinéraire avaient tendance à loger chez des amis ou des parents. Ils ont donc passé plus de la moitié des nuitées dans des logements non commerciaux. Leur dépendance à l'égard de l'hébergement chez des amis ou parents était cependant moindre que chez les autres voyageurs d'agrément : 42 % contre 58 % des nuitées respectivement. On estime que 36 % des nuitées associées aux voyages à caractère culturel ou patrimonial ont été passées dans des logements commerciaux, et principalement dans des terrains de camping, les hôtels occupant la seconde place.

Le voyage estival était plus souvent le fait des voyages à caractère culturel ou patrimonial que parmi les autres types de voyages d'agrément – cela pourrait être en partie attribuable au fait que les activités culturelles et patrimoniales comprennent de nombreux festivals et événements spéciaux et qu'elles ont souvent lieu en plein air. En 1996, 55 % des voyages à caractère culturel ou patrimonial ont été effectués durant le troisième trimestre (soit en été), contre 35 %

Tableau 4

Répartition des nuits selon les types d'hébergement utilisés par les répondants qui ont effectué des voyages à caractère culturel ou patrimonial et les autres types de voyages, 1996

	Voyageurs culturels ou patrimoniaux	Autres types de voyages
	%	
Total – hébergement	100	100
Non commercial	57	73
Chez des amis ou parents	42	58
Chalet privé	15	15
Commercial	36	23
Hôtels	10	6
Motels	6	4
Terrains de camping	15	10
Lieu de villégiature, gîte et petit déjeuner et chalets loués	5	3
Autres et non précisés	7	4

Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

des autres voyages d'agrément. Environ 20 % des voyages ont été effectués au printemps (avril, mai et juin), contre 14 % en hiver et seulement 11 % en automne (octobre, novembre et décembre).

Les voyageurs canadiens qui prennent part à des manifestations ou activités culturelles ou patrimoniales ont en commun avec les autres voyageurs certaines caractéristiques sociodémographiques. Toutefois, ils sont plus susceptibles d'être de sexe féminin et des gens ayant fait des études universitaires ou collégiales et d'avoir des revenus plus élevés, ce qui indique probablement qu'ils appartiennent à une strate légèrement supérieure du marché.

La croissance de la demande touristique d'expériences uniques et authentiques susceptibles d'enrichir la qualité de vie du voyageur laisse entrevoir une augmentation des vacances comportant un élément d'« apprentissage »⁴. De nombreux intervenants oeuvrant dans le secteur du tourisme se sont déjà rendu compte des avantages associés à la création de partenariats avec le secteur culturel et patrimonial. Le ministère du Patrimoine canadien a déployé des efforts

³ Ce chiffre est le montant total dépensé par les voyageurs qui ont indiqué avoir participé à des activités culturelles ou patrimoniales déterminées. Il ne correspond pas aux dépenses directement attribuables à ces activités, puisque les voyageurs peuvent aussi avoir participé à d'autres activités durant leur voyage.

⁴ Institut canadien de recherche sur le tourisme : *Prévisions touristiques 2000 : vingt-et-une questions pour le XXI^e siècle*, 1997.

Tableau 3

Caractéristiques des voyages à caractère culturel ou patrimonial et des autres types de voyages, 1996

		Total	Voyage culturel ou patrimonial	Autres types de voyages
Dépenses totales	(millions de \$)	10 967	2 767	8 200
Voyages du même jour	(milliers)	55 030	3 782	51 248
Voyages d'une nuit ou plus	(milliers)	63 389	10 133	53 256
Nuitées	(milliers)	208 072	48 883	159 189
Part des dépenses	(%)	100	25	75
Part des voyages d'une nuit ou plus	(%)	100	16	84
Part des nuitées	(%)	100	31	69
Voyages d'une nuit ou plus :				
Durée moyenne	(nuits)	3,3	4,8	3,0
Dépense moyenne	(\$)	136	255	113
Distance moyenne	(km)	378	565	343

Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

Tableau 5

Caractéristiques sociodémographiques des répondants qui ont effectué des voyages à caractère culturel ou patrimonial, et les autres types de voyageurs, 1996

	Voyageurs culturels ou patrimoniaux	Autres types de voyageurs
	%	
Mariés	51	55
Études universitaires ou collégiales	45	41
Voyageuses	54	50
Revenus supérieurs à 60 000 \$	27	22

Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

considérables en vue de collaborer avec le secteur touristique et il a notamment établi des liens solides avec la Commission canadienne du tourisme⁵. Les entreprises et organisations touristiques qui s'engageront les premières dans de telles initiatives en retireront sans aucun doute des avantages, aujourd'hui comme à l'avenir.

⁵ Commission canadienne du tourisme : *Fulfilling the Promise of Cultural and Heritage Tourism in Canada: A Discussion Paper*, 1997.

Les voyages intérieurs à forfait – Un marché inexploité?¹

par Laurie McDougall

Laurie McDougall est analyste au Programme de la statistique du tourisme

Faits saillants :

- Les voyages intérieurs à forfait occupent encore un créneau de marché relativement petit; on en a recensé deux millions en 1996, soit 2 % seulement de l'ensemble des voyages non effectués pour affaires.
- Les dépenses moyennes faites par les consommateurs de voyages à forfait

représentent plus du double des dépenses moyennes engagées par les autres voyageurs.

- Les Canadiens qui optent pour les voyages à forfait tendent à parcourir des distances plus importantes et à passer plus de nuits hors du foyer que la plupart des autres voyageurs.
- Les véhicules particuliers continuent d'être le mode de transport dominant pour les personnes qui effectuent des voyages à forfait; en effet, les voyages en voiture représentent plus des deux tiers des voyages à forfait avec séjour d'une nuit ou plus.
- Les Canadiens qui choisissent la formule des voyages à forfait sont très susceptibles de faire un séjour à l'hôtel.
- Les repas au restaurant et l'hébergement sont les deux composantes les plus courantes des forfaits.
- Les caractéristiques sociodémographiques des consommateurs de voyages à forfait varient selon le mode de transport. De façon générale, les consommateurs de voyages à forfait par autocar ont le profil le mieux défini : il s'agit d'un groupe plus âgé, principalement composé de femmes.

Les consommateurs canadiens qui feuilletent des brochures dans la plupart des agences de voyages sont susceptibles d'être bombardés par la publicité les invitant à faire une croisière dans les Caraïbes, à découvrir la riche histoire de l'Europe, à profiter d'un forfait-théâtre à Londres ou à faire une dégustation de vin en Californie, pour ne donner que quelques exemples. Mais où se trouvent donc les irrésistibles forfaits canadiens?

À vrai dire, les voyagistes, les agents de voyages, les compagnies aériennes et d'autres partenaires canadiens organisent et vendent peu de voyages à forfait au Canada, les grandes entreprises de ce domaine misant plutôt sur le nombre considérable de Canadiens qui choisissent les destinations à l'étranger². Ces observations sont confirmées par les résultats de l'*Enquête annuelle sur les agences de voyages, voyagistes (grossistes), 1995* selon lesquels 55 % des recettes des agences de voyages proviennent de la vente de services de voyage visant des destinations étrangères³. Parmi les voyagistes, cette proportion est encore plus élevée, 75 % de leurs recettes provenant des voyages à l'étranger.

Les Canadiens qui voyagent au pays constituent un groupe distinct de consommateurs qui utilisent habituellement leur propre voiture et séjournent souvent chez des parents ou des amis. Lorsqu'ils ont recours à des

forfaits, il s'agit le plus souvent de voyages effectués l'hiver vers une destination-soleil. Cette situation pose un défi de taille aux agents de voyages qui peuvent aisément vanter les mérites de forfaits-vacances en Floride au coeur de l'hiver canadien ou le charme d'un voyage gastronomique en France au printemps. Néanmoins, les habitudes de consommation pourraient être partiellement attribuables à la rareté des forfaits au Canada et au fait que les produits offerts prennent généralement la forme de forfaits par autocar visant une clientèle âgée.

Les recherches démontrent que les Canadiens voyageraient davantage au pays, particulièrement hors-saison, si des formules de voyage raisonnables leur étaient offertes⁴. En réponse à ces résultats, le secteur du tourisme a commencé à offrir un éventail plus large de formules de forfaits pour les Canadiens. La brochure *On Canada* de Sunflight Holiday qui fait la promotion de vols en destination de 24 villes canadiennes et le *Club Canada-City and Country* par le Regent Holiday sont quelques exemples des nouveaux forfaits conçus pour le marché intérieur⁵.

Les voyages à forfait peuvent prendre de multiples formes. De plus, la signification du marché des voyages à forfait peut varier selon l'entreprise. Aux fins de l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC), on considère que toute combinaison de deux produits de voyage ou plus (p. ex., l'hébergement et le transport) achetée par un voyageur intérieur avant le départ constitue un voyage à forfait. Ainsi, un voyageur qui préparerait un séjour à l'hôtel comprenant des billets de théâtre serait considéré comme un consommateur de voyages à forfait.

Taille et nature du marché

En 1996, quelque deux millions de voyages intérieurs comprenaient une composante de forfait, ce qui représente 2 % des voyages du même jour et d'une nuit ou plus effectués pour d'autres raisons que pour affaires (*il s'agit des visites de parents et d'amis, des voyages d'agrément ou des voyages pour raisons personnelles*). Les voyages d'une nuit ou plus ont constitué la majorité de ces déplacements

¹ Cet article est adapté de "Les voyages à forfait – Un marché inexploité?" paraissant dans l'*Enquête sur les voyages des Canadiens, Revue des résultats de l'année 1996*, numéro 87-504-XPB au catalogue.

² *Les enjeux du secteur du tourisme au Canada*, Commission canadienne du tourisme, 1997.

³ *Enquête annuelle sur les agences de voyages, voyagistes (grossistes), 1995*, Statistique Canada.

⁴ *Étude de recherche sur le marché intérieur du tourisme, 1995, Rapport principal*, Commission canadienne du tourisme.

⁵ *Prévisions touristiques 2000 : vingt-et-une questions pour le XXI^e siècle*, Institut canadien de recherche sur le tourisme, juillet 1997.

Voyages à forfait et autres voyages, 1996

		Voyages à forfait	Autres voyages
Dépenses	(en millions de \$)	607	10 366
Nombre total de voyages	(en milliers)	1 821	116 597
Voyages du même jour	(en milliers)	403	54 627
Voyages d'une nuit ou plus	(en milliers)	1 418	61 970
Nuitées	(en milliers)	4 938	203 134
Part des dépenses	(%)	6	94
Part des voyages par autocar	(%)	22	78
Durée moyenne	(nuits)	2,7	1,7
Dépenses moyennes	(\$)	333	89
Distance moyenne aller simple	(km)	445	266

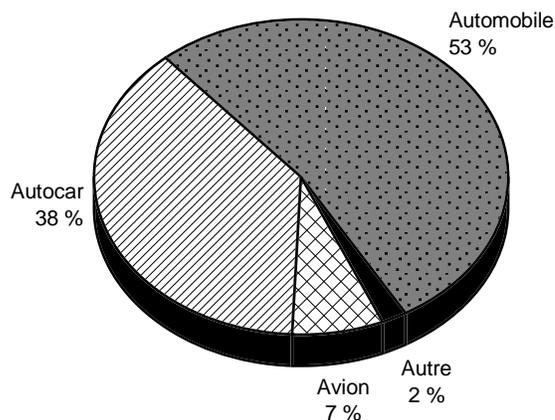
Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

Répartition des composantes des voyages à forfait, 1996

Répartition	
	%
Total des voyages à forfait¹	100
Composante incluse :	
Repas	74
Hébergement	73
Loisirs et divertissement	55
Transport	53
Location de véhicule	10
Autre	12

¹ La somme des composantes des voyages à forfait est supérieure au total indiqué, les forfaits pouvant inclure deux composantes ou plus.

Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

Répartition de la demande de forfaits intérieurs par moyen de transport, 1996

Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

(78 %), et les autres voyages, soit 22 %, ont pris la forme d'excursions d'une journée. Les voyageurs ont déclaré des dépenses de plus de 600 millions de dollars au cours des voyages à forfait, ce qui représente 6 % des dépenses de voyages de loisirs en 1996. Les consommateurs de forfaits ont dépensé en moyenne 333 dollars par voyage, comparativement à 89 dollars seulement pour tous les autres voyageurs. Ces écarts sont sans aucun doute attribuables au fait que les Canadiens ayant opté pour les voyages à forfait ont passé plus de nuits dans des établissements commerciaux d'hébergement et sont restés hors du foyer trois nuits en moyenne, comparativement à moins de deux nuits dans le cas des autres voyageurs. Ils ont également assumé des coûts de transport plus élevés dans la mesure où ils ont parcouru de plus grandes distances.

Les voyages en automobile continuent de dominer

À l'instar de la plupart des voyageurs intérieurs, les consommateurs de voyages à forfait apprécient la liberté et la souplesse qu'offre le transport par automobile jusqu'à la destination. Les véhicules particuliers ont constitué le mode de transport pour plus de la moitié des voyages à forfait en 1996, ce qui soulève la nécessité de tenir compte de cette situation dans les stratégies de commercialisation. Si l'on considère uniquement les voyages d'une nuit ou plus, les voyages par automobile ont représenté une part encore plus importante des forfaits, soit 67 %. Plus du tiers (38 %) de l'ensemble des voyages à forfait comprenaient des déplacements par autocar; toutefois, cette proportion s'élevait à 92 % dans le cas des voyages à forfait du

même jour. Les forfaits comprenant des voyages par avion se sont classés loin derrière, en troisième position, et n'ont représenté que 7 % des voyages.

Les hôtels font bon accueil aux consommateurs de forfaits

Les hôtels ont été la formule d'hébergement la plus courante offerte dans le cadre de forfaits intérieurs, représentant quatre forfaits sur dix comparativement à un forfait sur dix seulement dans le cas des voyages autres que pour affaires. Les centres de villégiature se sont également révélés populaires, accaparant 18 % des voyages avec séjour d'une nuit ou plus. Les motels, les maisons de campagne ou les chalets et les gîtes et les petits déjeuners ont été les formules d'hébergement utilisées pour la plupart des autres voyages.

Composantes des voyages à forfait

Les repas et l'hébergement ont constitué les deux composantes les plus populaires auprès des adeptes des voyages à forfait en 1996. Les composantes de loisirs et de divertissement étaient comprises dans 55 % des forfaits, tandis que des dépenses de transport ont été déclarées dans plus de la moitié des voyages à forfait. Très peu de forfaits comprenaient des dépenses au titre de la location de voitures en raison de la prépondérance des déplacements par véhicules privés.

Répartition saisonnière des voyages à forfait

La répartition saisonnière des voyages à forfait correspond à celle de la plus grande partie de l'activité en matière de voyages intérieurs, plus de 38 % des voyages étant effectués au cours de la haute saison qui s'étale de juillet à la fin septembre. On observe cependant certaines variations saisonnières selon le mode de

Répartition provinciale des voyages à forfait et des autres voyages, 1996

Province/région d'origine	Voyages à forfait	Autres voyages
	%	
Canada	100	100
Provinces de l'Atlantique	2	9
Québec	31	22
Ontario	39	37
Prairies	5	10
Alberta	14	12
Colombie-Britannique	9	10

Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

transport. Les voyages à forfait par voiture affichent la pointe saisonnière la plus forte : près de la moitié d'entre eux (46 %) sont des voyages d'été. Les voyages à forfait principalement effectués par autocar enregistrent un étalement saisonnier plus marqué; l'été demeure néanmoins la période d'activité la plus forte.

Les résidents de l'Ontario et du Québec sont les principaux consommateurs de voyages à forfait

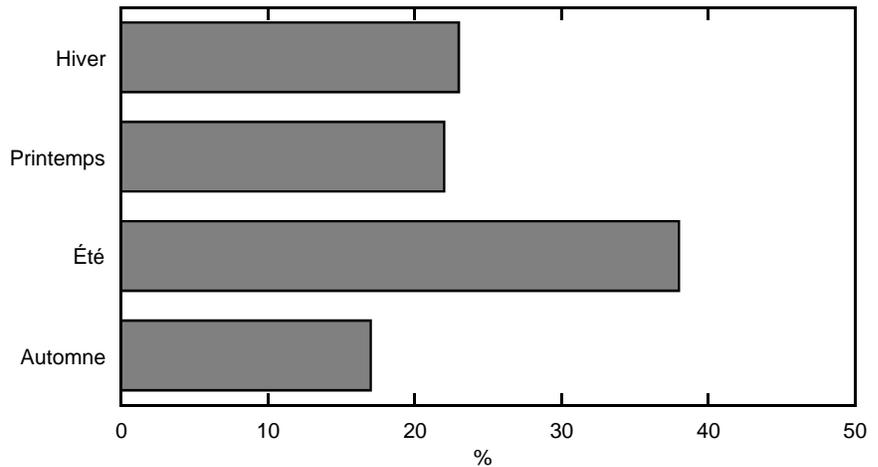
Les résidents de l'Ontario et du Québec ont effectué la plus grande partie des voyages intérieurs à forfait en 1996; cette tendance correspond à peu de chose près à la répartition des recettes des agences de voyages et des voyagistes. Selon l'*Enquête annuelle sur les agences de voyages, voyagistes, 1995*, les recettes des agences de voyages (visant les déplacements vers les destinations internationales et intérieures) se concentrent dans une large mesure (80 %) en Ontario et au Québec, alors que 85 % des recettes des voyagistes proviennent des activités menées au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique.

Le Québec a enregistré une part des voyages à forfait supérieure à celle qu'il a obtenu au chapitre des autres voyages, ce qui indique vraisemblablement une propension plus forte des Québécois à opter pour les forfaits ou encore une gamme plus large de voyages à forfait.

Qui sont les consommateurs de voyages à forfait?

Le profil des consommateurs de forfaits varie considérablement selon le mode de transport⁶ adopté. Les consommateurs de forfaits qui voyagent par automobile tendent à être mariés. Près de la moitié des voyageurs ayant opté pour les voyages à forfait par voiture avaient un diplôme d'études collégiales ou universitaires comparativement à un

Répartition saisonnière de la demande de voyages intérieurs à forfait, 1996



Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

Caractéristiques démographiques des consommateurs de voyages à forfait selon le mode de transport, 1996

	Automobile	Autocar
	%	
Total	100	100
15 ans et plus	70	89
Personnes mariées	60	32
Femmes	42	61
Études collégiales/universitaires	47	25
Âge moyen	39	49

Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

quart pour les consommateurs de forfaits par autocar. Ce dernier groupe se composait principalement d'adultes et se caractérisait par une présence marquée de célibataires, de femmes et de voyageurs plus âgés.

Un itinéraire de voyage actif

Plus de la moitié de l'ensemble des voyages à forfait comprenaient une activité sportive ou de plein air comparativement à 29 % seulement pour les voyages d'agrément. Les voyages intérieurs à forfait, par conséquent, offrent aux Canadiens l'occasion de prendre part à leur activité favorite, ce qui indique un désir de vacances plus actives. La marche, qui va de la promenade nonchalante à la randonnée énergétique, a été la principale

activité sportive ou de plein air dans le marché des voyages à forfait, suivie de la natation. Le ski alpin s'est également révélé populaire auprès des adeptes des voyages à forfait. Ces derniers se sont aussi montrés intéressés par les visites touristiques et le magasinage. Les manifestations culturelles et sportives ont enregistré un niveau de participation moins élevé.

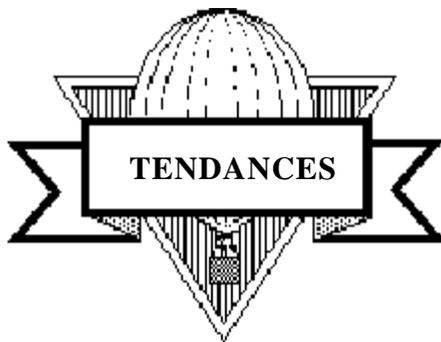
Potentiel d'expansion pour le marché des voyages à forfait

Il y a une décennie, en 1986, 2 % des voyages intérieurs d'une nuit ou plus comprenaient une composante forfaitaire, soit presque la même proportion qu'en 1996. Compte tenu des recherches qui tendent à indiquer un intérêt des Canadiens pour les formules de voyages intérieurs à forfait si l'offre de ces produits devait augmenter de même que de la pénétration relativement faible de ce marché, il semble que la formule des voyages à forfait bénéficie d'un fort potentiel d'expansion⁷. Selon l'*Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs de 1995*⁸, les deux tiers des hôtels n'offrent pas de voyages à forfait.

⁶ Les caractéristiques des voyages à forfait par avion, par train et par bateau ne peuvent être diffusées, l'effectif de l'échantillon étant insuffisant.

⁷ *Étude de recherche sur le marché intérieur du tourisme, 1995, Rapport principal*, Commission canadienne du tourisme.

⁸ *Coup d'oeil sur l'industrie de l'hébergement au Canada, 1995-1996*, Commission canadienne du tourisme.



Caractéristiques des voyageurs internationaux

Troisième trimestre de 1997

Les Américains voyageant au Canada pour au moins une nuit ont augmenté leurs dépenses au troisième trimestre de 1997 par rapport au même trimestre de 1996, alors que les résidents de pays d'outre-mer ont dépensé moins. Le résultat net a été positif pour la plupart des provinces de l'Atlantique, mais négatif pour l'Alberta et la Colombie-Britannique.

Hausse des voyages des Américains au Canada en avion pour une nuit ou plus

Les touristes américains ont injecté 2,5 milliards de dollars directement dans l'économie canadienne lors de leurs 5,9 millions de séjours d'au moins une nuit au troisième trimestre de 1997. Il s'agit d'une hausse de 140 millions de dollars (5,8 %) sur le montant dépensé au même trimestre de l'année précédente.

Les retombées de l'accord Ciel ouvert – qui est entré en vigueur en février 1995 et qui libérait les vols transfrontaliers entre le Canada et les États-Unis – ont été positives pour le Canada. Au troisième trimestre de 1997, les Américains se sont envolés vers le Canada pour y effectuer près de 1,2 million de voyages d'au moins une nuit, c'est-à-dire 7,7 % de plus qu'à l'été précédent. Au cours de la même période, le nombre de voyages au Canada d'une durée d'une nuit ou plus et effectués en automobile est demeuré relativement stable à 3,9 millions.

La proportion d'Américains qui ont voyagé en avion pour séjourner au moins une nuit au Canada s'établissait à 20 % durant l'été 1997, comparativement à 15 % en 1994.

Note aux lecteurs

L'été constitue le troisième trimestre (juillet, août et septembre).

Terre-Neuve, l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse et le Nouveau-Brunswick forment les provinces de l'Atlantique.

Un touriste est un voyageur qui séjourne au moins une nuit dans un lieu visité.

Les comparaisons sont faites avec le même trimestre des années précédentes.

Les dépenses n'incluent pas les frais de transport international.

Les répercussions de ce changement de profil du marché américain sont importantes pour l'économie canadienne. Bien que les touristes américains qui ont traversé la frontière en automobile au troisième trimestre de 1997 étaient plus nombreux que ceux ayant voyagé par avion, ces derniers sont généralement venus de plus loin, sont demeurés plus longtemps au Canada (cinq nuitées comparativement à quatre) et ont dépensé deux fois plus en moyenne par nuitée (160 \$ comparativement à 80 \$).

Les touristes américains venus au Canada en avion y ont dépensé au total 1,0 milliard de dollars durant l'été 1997, en hausse de 8,3 % par rapport à l'été 1996.

Les voyageurs venus au Canada pour visiter des parents et amis sont ceux qui ont augmenté le plus le nombre de leurs voyages en avion au troisième trimestre de 1997 (23,3 %, à 195 000). Les voyages d'au moins une nuit pour affaires et pour loisirs et vacances étaient également en hausse (7,7 % et 4,1 % respectivement).

Par contre, les voyageurs d'affaires américains qui sont entrés au Canada en avion ont dépensé 4,5 % de moins par nuitée en moyenne. Leurs dépenses totales au troisième trimestre sont passées de 354 millions de dollars en 1996 à 343 millions en 1997, en baisse de 3,2 %. Les dépenses des voyageurs dont le but était de visiter des parents et amis ou les vacances et loisirs ont fait un bond de 22,0 % et 17,3 %.

Les Américains ont effectué plus de visites d'au moins une nuit dans la plupart des provinces de l'Atlantique

La plupart des provinces de l'Atlantique ont connu une hausse du nombre de visites d'au moins une nuit des Américains au cours du troisième trimestre de 1997. Les Américains ont effectué 153 000 de ces visites à l'Île-du-Prince-Édouard, un gain de 50 % par rapport à l'été 1996. Le pont de la Confédération a été ouvert à la circulation le dernier jour du mois de mai et facilite l'accès à l'île à partir du Nouveau-Brunswick,

Voyages d'une nuit ou plus des Américains au Canada

Troisième trimestre de 1997

État de résidence	Voyages	Durée moyenne	Dépenses moyennes	Dépenses totales par nuitée
	en milliers	nuitées	\$	millions de \$
En automobile				
Total	3 886	4,0	81	1 267
Certains États :				
New York	543	3,3	74	134
Michigan	515	3,0	79	123
Washington	413	3,8	71	109
Ohio	235	4,4	79	81
Pennsylvanie	231	4,4	84	86
En avion				
Total	1 162	5,1	165	968
Certains États :				
Californie	202	6,2	140	176
Texas	102	4,8	195	96
Floride	73	6,2	115	52
Illinois	66	4,0	203	53
New York	62	5,2	174	56

permettant de franchir les 13 km du détroit de Northumberland.

Durant leurs séjours, les voyageurs américains ont dépensé 40 millions de dollars à l'Île-du-Prince-Édouard, un montant de 37 % plus élevé que l'année précédente. Les Américains ont également effectué 22 % plus de séjours d'au moins une nuit en Nouvelle-Écosse (266 000) et 13 % de plus au Nouveau-Brunswick (245 000). Par contre, le nombre de leurs visites à Terre-Neuve a diminué de près du tiers, pour atteindre 19 000.

Le Yukon a bénéficié de la plus forte hausse de visites d'au moins une nuit par des Américains après l'Île-du-Prince-Édouard (43 %). Les Américains ont effectué 158 000 visites dans ce territoire et y ont dépensé 47 millions de dollars.

Les touristes d'outre-mer ont dépensé moins au Canada

Les résidents d'outre-mer ont effectué 1,8 million de voyages d'une nuit ou plus au Canada au troisième trimestre de 1997, en baisse de 5,1 %. Les vacanciers semblent avoir été plus sensibles que les autres voyageurs à la perte de valeur des devises de plusieurs pays européens ainsi que du yen japonais face au dollar canadien. Ils ont diminué le nombre de leurs séjours d'au moins une nuit au Canada de 15 %. Par ailleurs, les voyageurs d'affaires et ceux qui sont venus visiter des parents et amis ont augmenté le nombre de leurs voyages d'une nuit ou plus au Canada de 16 % et de 10 % respectivement.

La répercussion positive des dépenses accrues des touristes américains au Canada au troisième trimestre de 1997 a été atténuée par la baisse de 43 millions de dollars des dépenses des touristes d'outre-mer (2,1 %), dépenses qui se sont chiffrées à 2,1 milliards de dollars.

Les diminutions de dépenses les plus sévères lors de visites d'au moins une nuit des résidents d'outre-mer ont été celles de l'Alberta et de la Colombie-Britannique. Les Européens ont dépensé 160 millions de dollars en Colombie-Britannique, c'est-à-dire 33 % de moins que l'année précédente et le plus petit montant depuis l'été 1991. Par ailleurs, les Asiatiques ont diminué leurs dépenses dans cette province de 20 %, à 92 millions de dollars. La baisse des dépenses en Alberta a été de 24 % pour les Européens et de 19 % pour les Asiatiques.

Séjours d'une nuit ou plus des étrangers au Canada

Troisième trimestre de 1997

	Séjours			Variation par rapport au troisième trimestre de 1996		
	Américains	Résidents d'outre-mer	Total	Américains	Résidents d'outre-mer	Total
	en milliers			en %		
Voyages¹ au Canada	5 939	1 842	7 781	3,9	-5,1	1,6
Visites dans les provinces et Territoires						
Terre-Neuve	19	19	38	-30,7	-17,9	-24,9
Île-du-Prince-Édouard	153	33	186	50,2	19,1	43,6
Nouvelle-Écosse	266	73	339	21,7	-3,1	15,3
Nouveau-Brunswick	245	47	292	12,6	4,7	11,2
Québec	792	628	1 421	0,6	2,1	1,2
Ontario	3 091	988	4 079	2,8	3,6	3,0
Manitoba	139	36	176	1,3	-0,8	0,8
Saskatchewan	102	28	130	10,9	7,4	10,1
Alberta	518	334	853	-4,0	-25,5	-13,8
Colombie-Britannique	1 393	474	1 867	4,4	-26,7	-5,8
Yukon	158	43	201	43,3	-27,0	18,7
Territoires du Nord-Ouest	27	2	30	272,7	-56,5	132,1

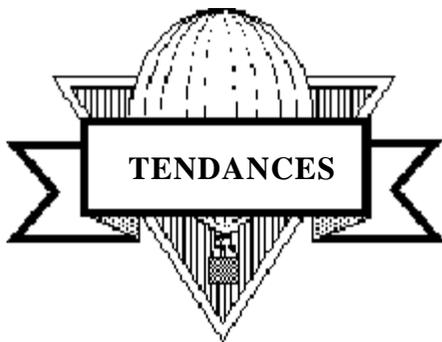
¹ Les données peuvent ne pas correspondre au totaux en raison de l'arrondissement.

Dépenses lors de séjours d'une nuit ou plus des étrangers au Canada

Troisième trimestre de 1997

	Dépenses			Variation par rapport au troisième trimestre de 1996		
	Américains	Résidents d'outre-mer	Total	Américains	Résidents d'outre-mer	Total
	en milliers			en %		
Dépenses¹ au Canada	2 544	2 061	4 606	5,8	-2,1	2,2
Dépenses dans les provinces et Territoires						
Terre-Neuve	22	15	38	-0,4	-28,8	-14,2
Île-du-Prince-Édouard	40	13	53	37,4	26,0	34,4
Nouvelle-Écosse	123	58	180	18,5	2,7	12,9
Nouveau-Brunswick	56	17	73	17,0	16,1	16,8
Québec	355	517	872	-7,2	7,0	0,7
Ontario	953	748	1 701	2,6	16,8	8,4
Manitoba	42	18	59	-5,1	31,0	3,5
Saskatchewan	29	13	42	35,4	38,4	36,3
Alberta	257	232	489	-1,5	-19,7	-11,1
Colombie-Britannique	604	415	1 019	16,4	-22,7	-3,5
Yukon	47	13	60	29,0	-42,2	1,3
Territoires du Nord-Ouest	16	2	18	119,4	-71,8	35,6

¹ Les données peuvent ne pas correspondre au totaux en raison de l'arrondissement.



Compte des voyages internationaux

Année 1997 et quatrième trimestre de 1997 (données provisoires)

Le déficit au compte des voyages internationaux du Canada était à la hausse pour la deuxième année consécutive en 1997. Il s'est établi à 3,2 milliards de dollars, un montant plus élevé de 6,7 % par rapport à 1996. Le déficit avait culminé à 6,4 milliards de dollars en 1992.

Les dépenses des Canadiens à l'extérieur du pays ainsi que les recettes provenant des visiteurs étrangers au Canada ont atteint des sommets en 1997. Les Canadiens ont dépensé 15,6 milliards de dollars lors de leurs voyages internationaux, en hausse de 3,2 % par rapport à l'année précédente. Par ailleurs, les étrangers voyageant au Canada ont injecté 12,4 milliards de dollars directement dans l'économie du pays, soit 2,3 % de plus qu'en 1996.

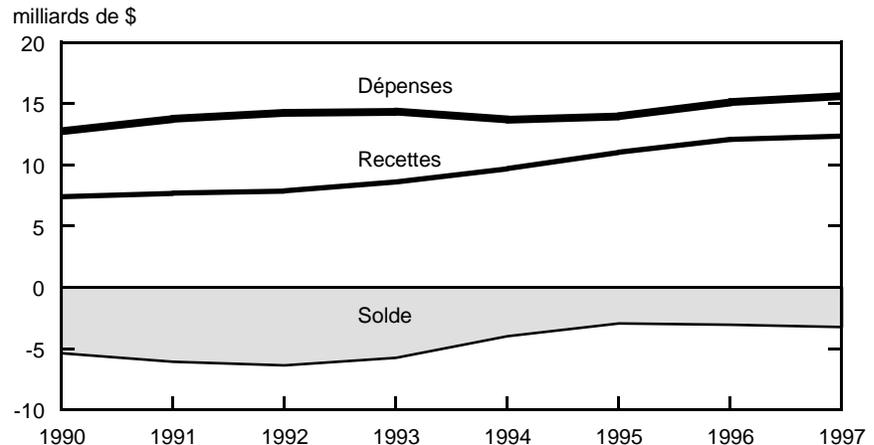
Le solde au compte des voyages avec les pays d'outre-mer redevient déficitaire

Après avoir affiché un surplus au cours des deux années précédentes, le solde au compte des voyages entre le Canada et les pays d'outre-mer est redevenu déficitaire en 1997. Ce déficit s'est élevé à 134 millions de dollars par rapport au surplus de 335 millions de dollars de 1996.

L'appréciation du dollar canadien face à la plupart des devises européennes et au yen japonais a constitué un facteur important de la détérioration du solde au compte des voyages entre le Canada et les pays autres que les États-Unis.

Le Canada est devenu plus dispendieux aux yeux des résidents de ces pays, ce qui a pu décourager ces derniers de choisir le Canada comme destination, une destination de choix en 1996. En 1997, le nombre de voyages d'une nuit ou plus des résidents d'outre-mer au Canada a diminué de 3,4 %. De plus, ceux qui sont venus ont pu être enclins à dépenser moins. Par ailleurs, l'Europe est devenue une destination plus attrayante pour les Canadiens. Ces derniers ont effectué un

Deuxième hausse annuelle consécutive du déficit au compte des voyages internationaux



Note aux lecteurs

À moins d'avis contraire, les données trimestrielles présentées dans le présent communiqué sont désaisonnalisées. Les montants sont en dollars canadiens et ne sont pas rajustés pour tenir compte de l'inflation.

Les recettes représentent les dépenses des visiteurs voyageant au Canada, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales. Les dépenses représentent celles des Canadiens voyageant à l'étranger, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales.

Les pays d'outre-mer sont les pays autres que les États-Unis.

nombre record de voyages vers des destinations outre-mer en 1997.

Un autre facteur a été la crise financière en Asie, un des marchés touristiques du Canada ayant connu une importante croissance au cours des dernières années. Selon des résultats provisoires de l'Organisation mondiale du tourisme, les résidents des pays asiatiques ont moins voyagé en 1997, contribuant ainsi à ralentir la croissance du tourisme mondial.

Les résidents des pays d'outre-mer ont dépensé 5,5 milliards de dollars au Canada en 1997, en baisse de 1,6 % comparativement à 1996. Il s'agit de la première diminution annuelle depuis 1983.

Par ailleurs, le montant que les Canadiens ont dépensé au cours de leurs voyages dans des pays autres que les États-Unis en 1997 a grimpé de 7,3 % par rapport à l'année précédente. Il s'est élevé à 5,6 milliards de dollars, c'est-à-dire le montant le plus important à être enregistré jusqu'à maintenant.

Diminution du déficit au compte des voyages entre le Canada et les États-Unis

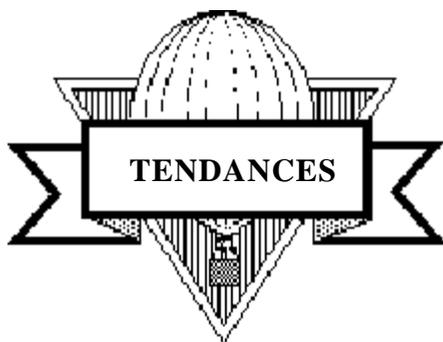
En 1997, les Américains ont voyagé et dépensé plus au Canada. Les dépenses des visiteurs américains ont augmenté de 5,6 %, pour atteindre 6,9 milliards de dollars. Par ailleurs, les Canadiens voyageant aux États-Unis ont dépensé 1,0 % de plus que l'année précédente, soit 10,0 milliards de dollars. Le résultat net a été une diminution du déficit au compte des voyages du Canada avec les États-Unis, qui s'est fixé à 3,1 milliards de dollars.

Quatrième trimestre de 1997

Au quatrième trimestre de 1997, des recettes records de 1,7 milliard de dollars provenant des voyageurs américains, combinées à des dépenses moindres des Canadiens aux États-Unis, ont contribué à une chute de 13,8 % du déficit du compte des voyages du Canada avec les États-Unis. Ce déficit a atteint 672 millions de dollars, le plus petit depuis le premier trimestre de 1995.

Par ailleurs, le compte des voyages avec les pays autres que les États-Unis a été déficitaire pour un deuxième trimestre consécutif (142 millions de dollars). Ce compte des voyages avait affiché un surplus du troisième trimestre de 1995 au deuxième trimestre de 1997.

Les dépenses des Canadiens effectuées dans des pays d'outre-mer ont atteint un nouveau sommet de 1,5 milliard de dollars au quatrième trimestre de 1997. Quant aux dépenses des résidents d'outre-mer en territoire canadien, elles étaient à leur niveau le moins élevé (193 millions de dollars) depuis le quatrième trimestre de 1995. Au total, le déficit au compte des voyages internationaux du Canada a diminué de 4,7 % au quatrième trimestre, pour s'établir à 815 millions de dollars.



Indice des prix des voyages

Année 1997 et quatrième trimestre de 1997

Note aux lecteurs

L'indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

On peut obtenir un rapport technique sur l'indice des prix des voyages en s'adressant au Programme de la statistique du tourisme, au (613) 951-1673.

L'IPV progresse de 4,0 % entre 1996 et 1997

Entre 1996 et 1997, les prix de presque toutes les composantes de l'IPV ont augmenté et les rares baisses enregistrées ont été trop faibles pour freiner la progression totale de l'IPV. Les déplacements interurbains ont enregistré la plus importante majoration, soit 12,0 % de plus que l'année précédente. Ce sont en particulier les coûts des déplacements effectués en avion qui ont contribué le plus à cette hausse. Au total, l'IPV a augmenté de 4,0 % entre 1996 et 1997. De 1981 à 1989, l'IPV s'est régulièrement maintenu en-deçà de l'IPC, sauf pour l'année 1987 alors que ces deux indices étaient identiques. Cependant, comme la croissance de l'IPV a constamment été supérieure à celle de l'IPC, un changement de cap s'est éventuellement produit. Ainsi,

depuis 1990, l'IPV a dépassé l'IPC et depuis, l'écart entre ces deux indices ne cesse de se creuser. En 1997, 13,6 points séparaient l'IPV de l'IPC.

L'IPV avance de 2,9 % par rapport à la même période de l'année dernière

Au quatrième trimestre de 1997, les consommateurs ont connu une majoration de 2,9 % des prix des biens et services contenus dans le panier de l'Indice des prix de voyages, comparativement au même trimestre de l'année dernière. Cette hausse a été dominée par des hausses de 10,4 % dans les coûts de transport interurbain et de 5,4 % dans les coûts des produits du tabac et articles pour fumeurs. Les voyageurs ont cependant bénéficié d'un repli de 2,0 % dans les frais de location de véhicules automobiles.

À titre comparatif, l'IPC a avancé de 1,0 % au quatrième trimestre de 1997 par rapport au même trimestre de l'année dernière.

L'IPV recule de 3,8 % par rapport au trimestre précédent

Au cours du quatrième trimestre de 1997, l'Indice des prix des voyages a diminué de 3,8 % par rapport au trimestre précédent. En comparaison, le coût de tous les biens et services enregistré par l'Indice des prix à la consommation a reculé légèrement de 0,1 % au quatrième trimestre de 1997.

Le recul de l'IPV entre le troisième et le quatrième trimestre de 1997 est en grande partie attribuable à la baisse saisonnière du prix de l'hébergement, qui était de l'ordre de 18,1 %. Par ailleurs, les consommateurs ont déboursé 2,3 % de moins pour le transport interurbain.

L'indice des prix des voyages (IPV) et ses composantes

(non désaisonnalisé, 1986 = 100)

Composantes de l'IPV	Variation en %				
	4 ^e trimestre 1997	Année 1997	3 ^e trimestre 1997	4 ^e trimestre 1996	1997/ 1996
Transport interurbain	184,8	179,9	-2,3	10,4	12,0
Transport local et de banlieue	179,7	178,7	0,4	1,8	3,3
Location de véhicules automobiles	133,4	132,1	0,2	-2,0	-2,2
Utilisation de véhicules automobiles	149,6	150,3	-1,0	0,7	3,3
Hébergement de voyageurs	133,9	140,7	-18,1	1,1	2,3
Aliments	130,1	129,9	0,0	1,0	1,5
Boissons alcoolisées	150,8	149,5	0,9	2,0	1,7
Spectacles	190,3	186,4	2,4	3,5	3,2
Habillement et chaussures	133,6	133,0	0,4	1,6	1,3
Médicaments et produits pharmaceutiques	152,5	152,5	0,1	-0,2	-0,4
Soins personnels	134,9	134,2	0,6	2,1	2,1
Matériel photographique	104,1	106,2	-1,6	-3,6	-3,8
Fournitures et services photographiques	114,6	114,7	3,1	-0,8	-1,5
Utilisation de véhicules de loisirs	154,7	154,7	-0,4	1,1	2,6
Bandes audios et disques audionumériques	126,1	124,3	1,9	2,5	2,1
Utilisation d'installations et de services de loisirs	176,6	175,4	0,1	2,2	2,5
Matériel de lecture et autres imprimés	175,3	175,2	-0,4	1,5	3,0
Produits du tabac et articles pour fumeurs	153,4	152,2	0,5	5,4	5,9
Indice des prix des voyages (IPV)	151,2	151,4	-3,8	2,9	4,0
Indice des prix à la consommation (IPC)	138,0	137,8	-0,1	1,0	1,6

Sources : L'indice des prix à la consommation, numéro 62-001-XPB au catalogue et le Programme de la statistique du tourisme

Indicateurs nationaux du tourisme

Troisième trimestre de 1997

Au troisième trimestre de 1997, les dépenses touristiques au Canada ont atteint 16 milliards de dollars, soit une mince progression de 2,8 % par rapport à la même période de l'année dernière. Il faut remonter au quatrième trimestre de 1992 pour retrouver une croissance plus faible que celle-ci. Au cours de cette période, les dépenses des Canadiens dans leur pays ont avancé de 2,7 % alors que les étrangers ont, pour leur part, augmenté leurs dépenses au Canada de 3,1 %.

Les dépenses intérieures ralentissent

Le marché intérieur demeure la principale source de dépenses touristiques. Ainsi, les Canadiens ont dépensé près de 10,4 milliards de dollars lors de leurs voyages au Canada. Comparativement, les visiteurs étrangers ont dépensé 5,6 milliards de dollars au Canada, soit 35,3 % du total.

Au cours de l'été de 1997, les dépenses intérieures ont augmenté pour tous les principaux biens et services. Les dépenses des visiteurs Canadiens dans leur pays ont augmenté de 2,7 % par rapport à l'année précédente. Cette croissance est imputable au bond de 8,7 % au chapitre des dépenses de transport aérien qui est, par ailleurs, davantage attribuable à la hausse des prix qu'à l'accroissement du nombre de passagers, de même qu'à la hausse de 6,5 % des dépenses d'hébergement.

Après correction des variations saisonnières et de l'inflation, le ralentissement de la demande touristique intérieure est encore plus évident avec une hausse des dépenses qui a atteint à peine 0,1 % depuis le printemps dernier.

Les dépenses des étrangers faiblissent

Au cours de l'été 1997, les exportations touristiques ont continué d'afficher des signes de faiblesse au troisième trimestre. Les visiteurs étrangers ont dépensé 5,6 milliards de dollars, soit une faible hausse de 3,1 % depuis l'an dernier. La croissance était faible dans tous les principaux secteurs de biens et services à l'exception de l'hébergement, secteur dans lequel les étrangers ont injecté 1,2 milliards de dollars, soit 6,2 % de plus que l'année dernière.

Après correction des variations saisonnières et de l'inflation, la faiblesse des exportations touristiques est davantage ressortie, les dépenses des étrangers affichant un recul de 0,8 % par rapport au trimestre précédent.

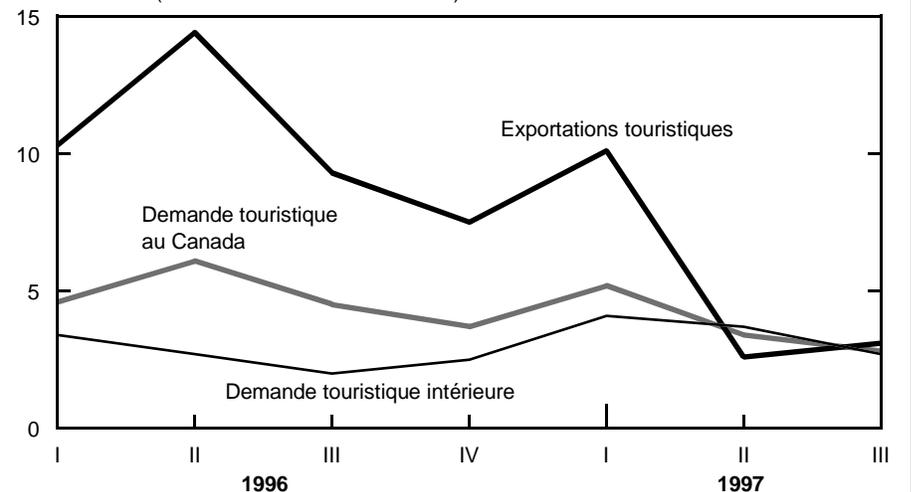
Le tourisme génère plus d'emplois

Au troisième trimestre de 1997, 538 100 personnes occupaient un emploi dans l'industrie du tourisme, soit 6,5 % de plus qu'il y a un an. Après corrections des variations

saisonniers, l'emploi a avancé de 1,6 % par rapport au second trimestre, soit un taux de croissance deux fois plus élevé que celui enregistré par l'ensemble du secteur des entreprises.

Le ralentissement de la croissance des dépenses touristiques persiste

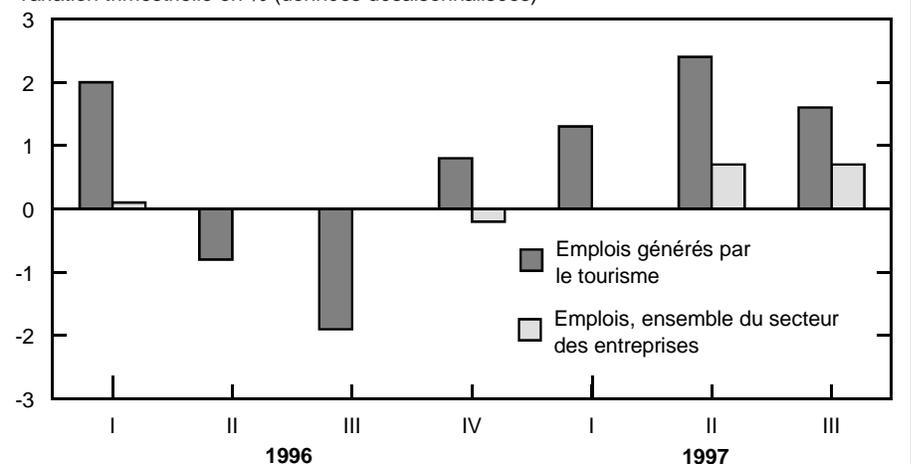
variation en % (données non désaisonnalisées)



Source : Indicateurs nationaux de tourisme

L'emploi augmente plus rapidement dans le tourisme que dans le secteur des entreprises

variation trimestrielle en % (données désaisonnalisées)



Source : Indicateurs nationaux de tourisme



	Quatrième trimestre		Variation en %	Année		Variation en %
	1996	1997		1996	1997	
VISITEURS AU CANADA (en milliers)						
Des États-Unis	7 697	8 281	7,6	38 471	40 490	5,2
Visites d'une nuit ou plus	2 089	2 273	8,8	12 909	13 342	3,4
- Par auto	1 288	1 382	7,3	8 325	8 399	0,9
Des pays d'outre-mer	806	738	-8,5	4 785	4 586	-4,2
Visites d'une nuit ou plus	743	696	-6,3	4 420	4 267	-3,4
Les sept pays les plus populaires:						
Royaume-Uni	121	133	9,3	701	744	6,1
Japon	120	92	-23,0	650	566	-12,9
France	57	61	6,6	461	440	-4,5
Allemagne	57	55	-4,2	454	403	-11,1
Australie	27	29	5,9	150	151	0,3
Hong Kong	36	27	-26,5	201	147	-27,0
Taiwan	23	24	6,3	135	143	5,8
CANADIENS à L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)						
Aux États-Unis:	11 650	11 178	-4,0	52 699	50 942	-3,3
Visites d'une nuit ou plus	2 968	2 962	-0,2	15 301	15 130	-1,1
- Par auto	1 676	1 616	-3,6	9 579	9 203	-3,9
Outre-mer	734	799	8,7	3 672	3 984	8,5
INDUSTRIE						
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	5 382	5 756	6,9	23 164	24 363	5,2
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	12 456	14 125	13,4	57 016	62 479	9,6
PRIX						
1986 = 100 (non dés.)						
Indice des prix des voyages	146,9	151,2	2,9	145,6	151,4	4,0
Indice des prix à la consommation	136,6	138,0	1,0	135,6	137,8	1,6
- Aliments achetés au restaurant	145,3	147,7	1,7	144,3	146,7	1,7
- Transport interurbain	167,4	184,8	10,4	160,6	179,9	12,0
- Location de véhicules automobiles	136,2	133,4	-2,0	135,0	132,1	-2,2
- Essence	130,3	128,2	-1,6	127,9	130,3	1,9
ÉCONOMIQUE						
Produit intérieur brut au prix de 1992 (dés.) (en millions)	674 120	700 501	3,9	665 278	691 163	3,9
- Divertissements et loisirs (en millions)	6 989	7 414	6,1	6 908	7 220	4,5
- Hébergement et restauration (en millions)	17 803	18 723	5,2	17 599	18 408	4,6
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 367	17 343	-0,1	17 320	17 318	0,0
TRAVAIL (en milliers)						
Population active (dés.)	15 240	15 439	1,3	15 149	15 346	1,3
Chômeurs	1 512	1 375	-9,1	1 472	1 414	-3,9
Personnes occupées	13 728	14 065	2,4	13 677	13 932	1,9
- Hébergement et restauration (non dés.)	872	898	3,0	893	898	0,6
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)						
Dollar des États-Unis	1,3503	1,4089	4,3	1,3635	1,3846	1,5
Livre sterling	2,2119	2,3398	5,8	2,1295	2,2685	6,5
Yen du Japon	0,0120	0,0112	-6,0	0,0125	0,0115	-8,7
Mark de l'Allemagne	0,8822	0,8022	-9,1	0,9066	0,7993	-11,8
Franc de France	0,2610	0,2394	-8,2	0,2666	0,2375	-10,9
<i>(dés.) désaisonnalisées.</i>						