

LE MARCHÉ TOURISTIQUE AMÉRICAIN

La voile et le surf chez les touristes effectuant un voyage de plus de 24 heures

Rapport de recherche

Le 18 mai 2007

Préparé par Lang Research Inc. pour les organismes suivants :

Ministère du Tourisme de l'Ontario, Société du Partenariat ontarien de marketing touristique, ministère du Tourisme du Québec, Voyage Manitoba, Commission canadienne du tourisme, Tourisme Saskatchewan, Agence de promotion économique du Canada atlantique, Alberta Tourisme, Park, Récréation land Culture, ministère du Patrimoine canadien, Tourisme British Columbia, Parcs Canada, gouvernement du Yukon, gouvernement des Territoires du nord-ouest.



La voile et le surf

Sommaire

Au cours des deux dernières années, 3,7 % (8 119 822) des Américains d'âge adulte qui ont fait un voyage de plus de 24 heures, voire de plusieurs nuitées, ont fait de la voile et du surf. La voile (2,1 %) était l'activité la plus populaire, suivie par la paravoile (1,5 %), la planche à voile (0,3 %) et le kite surf (0,2 %). Parmi les personnes s'adonnant à la voile et les surfistes, 25,3 % (2 053 023) ont indiqué que cette activité était la principale raison les ayant incités à faire au moins un voyage au cours des deux dernières années.

Les personnes s'adonnant à la voile et des surfistes sont légèrement plus susceptibles d'être des hommes, mariés, aisés et âgés de 18 à 44 ans. Ils sont moins susceptibles que l'Américain moyen en voyage d'agrément d'avoir des enfants au foyer de moins de 18 ans. Leur niveau de scolarité (73,5 % détiennent un diplôme universitaire) et leur revenu de ménage (100 646 \$) sont nettement supérieurs à la moyenne. Ils sont surreprésentés en Alaska et en Nouvelle-Angleterre, dans les États du littoral Pacifique et dans ceux de l'Atlantique centre.

Au cours des deux dernières années, les personnes s'adonnant à la voile et les surfistes ont voyagé beaucoup plus fréquemment que l'Américain moyen en voyage d'agrément et étaient beaucoup plus susceptibles d'avoir fait un voyage au Canada (25,8 % par rapport 14,6 %). Leurs destinations préférées sont l'Ontario, le Québec et la Colombie-Britannique, bien qu'ils soient surreprésentés parmi les touristes américains dans toutes les régions du Canada.

Les personnes s'adonnant à la voile et les surfistes sont beaucoup plus susceptibles que l'Américain moyen en voyage d'agrément de s'adonner à une vaste gamme d'activités de plein air pendant un voyage. Ils sont plus enclins, en particulier, que la moyenne des touristes à aimer d'autres activités sur l'eau (p.ex., sports maritimes, canotage et natation, plongée autonome ou plongée avec scuba) et d'avoir fait une croisière océanique (p.ex., Antilles, Alaska). Au cours des deux dernières années, la plupart des personnes s'adonnant à la voile et les surfistes ont séjourné dans une station balnéaire et étaient plus susceptibles que la moyenne des touristes d'être restés dans une station thermale. Par ailleurs, les personnes s'adonnant à la voile et les surfistes sont beaucoup plus susceptibles que l'Américain moyen en voyage d'agrément d'aimer les activités culturelles, dont spectacles de musique classique et échanges historiques, ainsi que manifestations sportives (p.ex., évènements professionnels, nationaux et internationaux). Ils trouvent important qu'une destination de voyage offre à la fois des possibilités éducatives et le luxe.

Les personnes s'adonnant à la voile et les surfistes consultent beaucoup Internet pour faire des recherches, planifier et faire des réservations. Ce sont d'avidés consommateurs de tous les médias touristiques et sont très enclins à lire des magazines touristiques. Ils sont également beaucoup plus susceptibles que la moyenne des touristes de s'adresser à une agence de voyage, ou de lire des guides touristiques (p.ex., Fodor) et des bulletins ou magazines électroniques pour trouver des renseignements touristiques.