

Le comportement touristique des communautés étrangères au Québec

Comment les communautés étrangères perçoivent-elles le tourisme dans leur pays d'accueil ?
Quand elles prennent des vacances, quelles sont leurs destinations ? Visitent-elles le pays
où elles résident ? Reviennent-elles au pays d'origine ? La façon de prendre ses vacances, les courtes
excursions dans la région de résidence, favorisent-elles l'intégration de ces populations ?
Une enquête menée au Québec, dont les enseignements concernent tous les grands pays d'immigration,
apporte un début de réponse à ces questions.

L'intégration des "communautés ethniques et culturelles"⁽¹⁾ à la société d'accueil constitue l'un des enjeux majeurs du monde contemporain. L'activité touristique, en période de vacances, peut-elle contribuer à cette intégration ? Quels sont les comportements de vacances de ces communautés ? Voilà autant de questions qui ont amené la section des Amériques du Bureau international du tourisme social (BITS) à initier une étude⁽²⁾, dont les résultats peuvent être éclairants non seulement pour le Québec mais pour d'autres pays.

Pour les besoins de l'étude, le terme "vacances" fut défini comme étant une période de quatre jours consécutifs et plus, à l'exclusion des fins de semaine. Les "vacanciers" sont donc les personnes qui, au cours des douze derniers mois précédant l'enquête, ont pu bénéficier de telles vacances. Parmi ces derniers, on peut distinguer les "non-partants", les sédentaires et ceux qui ne font que des excursions ne nécessitant pas de coucher à l'extérieur de leur résidence, et les "partants", qui quittent leur domicile pendant au moins quatre jours pour une destination unique ou pour plusieurs destinations. Les informations furent recueillies à partir de deux techniques : une enquête téléphonique qui a permis d'obtenir certaines données quantitatives auprès de 751 répondants⁽³⁾ âgés de dix-huit ans et plus de la grande région métropolitaine de Montréal (où résident 88 % des Québécois des communautés culturelles) ; des rencontres avec sept groupes-témoins composés chacun de neuf à quatorze personnes, animées par un professionnel et visant à recueillir des données qualitatives afin de valider les résultats de l'enquête téléphonique. Les sept groupes-témoins étaient composés d'Italiens, de communautés arabes, noires francophones, latino-américaines, anglophones, européennes francophones et du Sud-Est asiatique. Les informations obtenues par ces deux méthodes ont ainsi permis de dresser un premier portrait des

par **Louis Jolin**,
responsable
du comité scientifique
du Bureau international
du tourisme social
(BITS) et vice-président
du BITS-Amériques

1)- Pour les fins de l'étude, les "communautés ethniques et culturelles" désignent les personnes nées ailleurs qu'au Canada ou dont les parents sont nés ailleurs qu'au Canada.

2)- Cet article reprend pour l'essentiel les conclusions d'une étude réalisée par le groupe DBSF (firme de consultants spécialisée dans le secteur du loisir et du tourisme) pour le compte de la section des Amériques du Bureau international du tourisme social avec l'appui de divers partenaires : Tourisme Québec, le ministère des Affaires municipales du Québec, le ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration, la chaire de Tourisme de l'université du Québec à Montréal et Visa Desjardins. Lire DBSF, *Étude du comportement des communautés culturelles du Québec en matière de tourisme et de vacances*, Montréal, BITS-Amériques, 1996, 112 p. + annexe.



3)- Pour être un répondant, il fallait se qualifier à partir de quatre questions filtres : résidence au Québec depuis deux ans ; langue maternelle du répondant autre que le français ou l'anglais ; si la langue maternelle est le français ou l'anglais, lieu de naissance (pour eux-mêmes ou leurs parents) ; sentiment d'appartenance à une communauté culturelle.

4)- La comparaison s'effectue à partir des résultats d'une étude réalisée à la même période pour l'ensemble de la population québécoise. Lire Marcel Samson et Jean Stafford, *Vacances et tourisme 1995. Enquête auprès d'un échantillon de Québécois et de Montréalais sur les comportements de vacances*, en collaboration avec Daniel Blier, département d'Études urbaines et touristiques, université du Québec à Montréal, mai 1996.

vacances et du tourisme des membres de diverses communautés culturelles installées au Québec.

Selon les données recueillies, moins de 44 % d'entre eux ont pris des vacances dans l'année précédant l'enquête – qui s'est déroulée en avril 1996 ; soit 10 % de moins que la moyenne québécoise et 12 % de moins que la moyenne montréalaise⁽⁴⁾. Par contre, si l'on compare les taux de départ en vacances, l'écart a tendance à se rétrécir : 40 % des membres des communautés culturelles sont des vacanciers partants, contre 42 % de la collectivité québécoise et 47 % des Montréalais. Comme dans l'ensemble de la population, la scolarité, les revenus et l'occupation ont une incidence directe. Le nombre d'années de résidence au Québec a également un impact ; on constate le plus fort taux de vacanciers (45 %) chez les personnes qui y vivent depuis vingt à vingt-cinq ans, tandis que chez ceux qui sont ici depuis moins de cinq ans, ce taux est de 36 %. Dans les communautés les plus récemment installées au Québec, les Latino-Américains par exemple, on observe les plus faibles pourcentages de vacanciers. Mais il y a là d'abord et avant tout une raison économique.

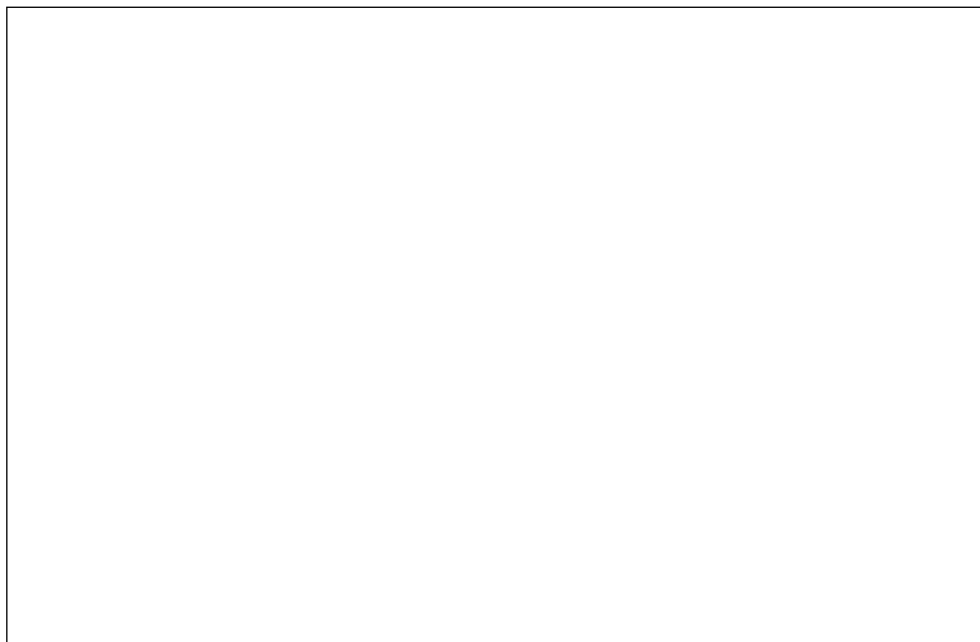
Moins de vacanciers que dans l'ensemble de la population

Notons que les communautés culturelles de langues maternelles française et anglaise ont un taux de vacanciers plus élevé que la moyenne de l'ensemble des communautés culturelles. C'est particulièrement vrai pour celles et ceux en provenance d'Europe. De fait, on a noté chez les Français d'origine notamment, des taux plus élevés que chez la moyenne des Québécois. L'importance des vacances dans la culture des Européens influence de toute évidence leur comportement, même lorsqu'ils sont installés au Québec.

Comme nous venons de le constater, pour les communautés culturelles comme pour l'ensemble de la population, les facteurs d'ordre économique sont considérés comme la principale raison de l'absence de vacances par 39 % des personnes interrogées. Cette proportion est sensiblement la même que dans l'ensemble de la population québécoise (36 %) mais plus faible que dans la population de la région montréalaise où elle atteindrait 68 %. Les raisons économiques sont particulièrement invoquées par les personnes de langues arabe et espagnole (latino-américains), et de façon moindre dans les autres communautés. D'autres facteurs interviennent donc dans le faible taux de vacances et de départ en vacances.

Dans certaines communautés, la notion même de vacances n'a pas la même signification que dans l'ensemble de la population québécoise. Pour plusieurs, les vacances – plus que les voyages – sont considérées comme un luxe, voire même une notion quasiment inexistante. À l'opposé, dans certains groupes en provenance des pays européens

(la France par exemple), les vacances sont un droit acquis, plus qu'au Québec. Ensuite, la notion de famille semble influencer de façon significative sur le faible taux de vacanciers et de départ en vacances dans certaines communautés culturelles. Chez les personnes d'origine arabe et du Sud-Est asiatique plus particulièrement, les traditions culturelles peuvent mettre des freins en tout genre à des vacances : celles-ci se prennent seulement en famille, on ne permet pas aux enfants de partir sans les parents avant le mariage, on ne part pas sans les enfants, etc. Ces traditions s'estompent avec les années passées au Québec, non sans causer des tensions entre les générations. La famille, dans un environnement où l'on se perçoit minoritaire, représente un port d'at-



tache dont on ne se défait pas facilement. Elle est souvent élargie au cercle des parents et amis. Pour plusieurs personnes, visiter les parents et amis ou retourner dans le pays d'origine n'est pas perçu comme des vacances mais souvent comme un devoir.

Selon les communautés culturelles, d'autres facteurs viennent également influencer : les contraintes climatiques, pour certains, rendent peu attrayantes les activités hivernales, les contraintes religieuses pour d'autres rendent difficile la pratique de certaines activités. Les contraintes linguistiques en tant que telles semblent peu significatives. De façon générale, on peut affirmer que la plupart des facteurs évoqués qui sont d'ordre culturel ont tendance à s'estomper avec le nombre d'années passées au Québec. Chez celles et ceux des deuxième et troisième générations, leur influence a tendance à diminuer.



Voyager au pays d'origine, au Québec, ou ailleurs ?

À l'exception des communautés de langue maternelle française, les États-Unis constituent la première destination, et de loin, pour tous les autres groupes linguistiques. On le fait par agrément mais aussi beaucoup pour y visiter des parents et des amis. Il s'agit souvent d'une alternative moins onéreuse que de retourner dans son pays d'origine mais qui vise les mêmes intérêts et obligations. Les communautés culturelles qui ont, semble-t-il, tendance à retourner le plus souvent dans leurs pays sont les Latino-Américains, les Italiens et les Français. Pour les autres, les questions financières viennent freiner la tendance. Tous les groupes rencontrés ont affirmé que cette propension au retour au pays d'origine avait tendance à s'estomper avec les générations, de façon plus ou moins marquée selon le niveau d'intégration à la réalité québécoise.

La proportion des vacanciers partants ayant voyagé au Québec, au sein des communautés culturelles, passe de 14,5 % pour la première destination à 29 % pour les deux destinations principales. Un fait particuliè-

Quarante ans de promotion d'un tourisme pour tous

Créé en 1963, le Bureau international du tourisme social (BITS) a comme mission principale de promouvoir l'accès aux vacances, aux voyages et au tourisme pour le plus grand nombre et de favoriser la mise en œuvre d'une telle politique et des moyens qui en découlent auprès des acteurs qui partagent cette responsabilité, à savoir les États, les acteurs sociaux et les opérateurs. Pour y parvenir, le BITS utilise un réseau qui regroupe plus d'une centaine d'organisations membres dans près de quarante pays, parmi lesquelles on retrouve des associations, des centres de vacances et auberges de jeunesse, des agences et opérateurs, des organisations syndicales, des coopératives, des organismes officiels de tourisme ainsi que des micro-entreprises touristiques et des ONG. Tous promeuvent à leur façon le développement d'une offre de vacances plus accessible. Le "tourisme pour tous", à la portée du plus grand nombre, s'intéresse principalement aux besoins des jeunes, des familles, des personnes âgées et de ceux ayant des besoins spécifiques comme les personnes à capacité physique restreinte.

L'activité du BITS se décline en quatre niveaux d'action :


- l'information via son site Internet, son bulletin trimestriel et sa lettre d'information électronique ;
- la participation à des recherches, des projets de coopération et des missions d'expertise ;
- la réalisation de partenariats aux niveaux européen et international avec des organismes comme la Confédération européenne des syndicats (CES), l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), l'Unesco et la Fédération internationale des organismes de voyages de jeunes (FIYTO) ;
- l'organisation de conférences, séminaires et ateliers.

Les principes qui orientent les actions du BITS sont liés au développement d'un tourisme durable et solidaire, qui prenne en compte le respect des patrimoines naturel et culturel et dont les bénéficiaires profitent largement aux communautés locales. Le BITS siège à Bruxelles, son secrétariat régional pour les Amériques est à Montréal. Son site Internet se trouve à l'adresse www.bits-int.org.

Charles-Étienne Bélanger, directeur du BITS.

rement significatif chez celles et ceux de langues maternelles française, arabe et espagnole (les Latino-Américains). Le Québec semble être la deuxième destination de vacances, quand on a la possibilité d'un deuxième séjour, qui s'avère souvent plus court que le premier. Pour plusieurs communautés, ce qui attire dans la destination, c'est le caractère urbain et tout ce que cela comporte. Plusieurs ont dit être peu attirés par la nature et la campagne. Les Européens de langue maternelle française font à cet égard exception. Ce sont d'ailleurs eux qui voyagent le plus au Québec.

Les communautés culturelles de langue maternelle française voyagent deux fois plus au Québec que les autres, suivies des communautés de langues espagnole et arabe, également situées au-dessus de la moyenne. Celles de langues maternelle anglaise et autre voyagent au Québec dans une même proportion que l'ensemble des Québécois anglophones. Les Italiens semblent être les moins portés à visiter le Québec, même ceux qui parlent le français. La langue d'origine ne semble pas cependant avoir d'effets sur la tendance à retourner davantage ou non dans son pays d'origine.

 *Les personnes qui ont fréquenté les écoles francophones du Québec, qu'elles soient nées ici ou ailleurs, ont tendance à voyager davantage dans la Belle province.*

Le tourisme, facteur d'intégration ?

L'école fréquentée a une influence certaine sur le comportement à l'égard des voyages au Québec. Les communautés plus récemment installées et dont les enfants ont eux-mêmes fréquenté l'école française québécoise voyagent davantage au Québec. Dans les groupes-témoins, plusieurs ont mentionné par ailleurs l'importance des sorties éducatives réalisées par leurs enfants comme ayant eu un effet incitatif pour visiter le Québec.

Les Québécois des communautés culturelles s'adonnent principalement à des excursions, accumulant des ressources financières pendant quelques années pour réaliser un voyage dans leur pays d'origine. De fait, il ne semble pas qu'ils réalisent plus d'excursions que l'ensemble des autres Québécois. Par ailleurs, parmi celles et ceux qui disposent de temps de vacances, un plus fort pourcentage (plus de 90 %) sont des partants, comparativement à l'ensemble de la population québécoise. Moins de 2 % des personnes interrogées ont indiqué ne pas partir en voyage pendant leurs vacances pour économiser pour un voyage futur.

Les personnes rencontrées dans les groupes-témoins déclarent, à l'exception des Européens de langue française, qu'elles connaissent peu les régions touristiques du Québec. L'enquête téléphonique vient cependant relativiser cette affirmation. Les répondants considèrent notamment (à près de 80 %) que l'information touristique sur le Québec est relativement facile à obtenir. Plus de 90 % des personnes ont pu identifier trois régions touristiques du Québec et les niveaux de

notoriété assistée sur les principaux attraits et événements touristiques québécois sont relativement élevés. Les Québécois des communautés culturelles connaissent particulièrement bien les attraits, événements et sites à caractère récréo-touristique de la région de Montréal et les fréquentent. Leur notoriété a tendance à diminuer et ils sont moins fréquentés à mesure que les enquêtés s'éloignent de Montréal. La ville de Québec fait exception avec une grande notoriété et une plus grande fréquentation que toutes les autres régions.

L'importance des parents et amis dans la fréquentation et la connaissance des régions du Québec est significative, et ce en termes de référence et de recommandation des endroits à visiter. Plusieurs ont indiqué avoir fait leurs premiers voyages au Québec avec des parents et amis d'ici ou en visite. La rareté des forfaits touristiques au Québec a été soulevé par bon nombre de personnes dans les groupes-témoins comme étant un facteur négatif. L'aspect sécurisant du forfait pour les communautés culturelles a été fortement souligné, surtout pour les premiers voyages. Enfin, il faut souligner que les personnes des communautés culturelles ne se retrouvent pas dans la publicité touristique au Québec, considérée comme peu adaptée à leur réalité.

Pour celles et ceux qui voyagent au Québec, les voyages et les excursions permettent de mieux le connaître et l'apprécier et ils contribuent en ce sens à leur intégration sociale. Ce sont les personnes des communautés arabes et latino-américaines qui semblent les plus influencées positivement par leurs voyages au Québec. À l'opposé, les personnes d'origine italienne semblent l'être moins. Les données et informations recueillies laissent penser que voyager au Québec constitue plutôt, jusqu'à un certain point, un indice d'intégration à la société. L'école fréquentée, la langue d'usage au travail et entre amis, voilà autant de facteurs qui semblent influencer de façon significative le taux de départ en vacances au Québec et le niveau d'appréciation du séjour. Cela dit, les informations recueillies devraient permettre à certains intervenants du domaine du tourisme de revoir leurs actions à l'égard des communautés culturelles. ◀



► Dossier *Canada*, n° 1200, juillet 1996

