

Bibliographie sommaire Les clientèles touristiques

Daniel Dumas

Volume 4, numéro 2, juillet 1985

Les clientèles touristiques : un tour d'horizon

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1080633ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1080633ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Dumas, D. (1985). Bibliographie sommaire : les clientèles touristiques. *Téoros*, 4(2), 35–36. <https://doi.org/10.7202/1080633ar>

Bibliographie sommaire

par Daniel Dumas*

La bibliographie qui suit n'entend pas épuiser la question des clientèles touristiques. Nous nous sommes d'abord limités dans le temps en privilégiant la documentation récente. Nous avons également choisi de combiner trois points de vue différents, de manière à offrir un tour d'horizon le plus complet possible au détriment de l'exhaustivité de chacune des approches.

Dans un premier temps, nous avons tenté d'appréhender la clientèle touristique dans son ensemble. Les textes recueillis adoptent pour la plupart le point de vue de la psychologie, de l'étude des comportements pour nous aider à mieux saisir le touriste et les facteurs qui influencent son choix de vacances ou de destination. Ultimement, la démarche peut aboutir à une segmentation de la clientèle et s'avérer utile pour une étude plus approfondie.

Notre deuxième approche consiste à étudier les clientèles en fonction de leur origine : la clientèle intérieure du Québec et du Canada, la clientèle étrangère des États-Unis et des autres pays. Pour chacune de ces clientèles, on trouvera des documents statistiques de base, des études de marché, des enquêtes et des analyses. Nous avons parfois inclus des études sur la participation à des activités de loisir, dans la mesure où la pratique de ces activités détermine le choix de vacances ou de destinations.

Enfin, nous avons envisagé une compilation axée sur des clientèles cibles particulières : personnes âgées, jeunes et étudiants, femmes, etc... Malheureusement, l'absence de documents pertinents nous a obligé à fonder en une seule section toutes ces catégories. Cette approche demanderait donc des recherches bibliographiques plus poussées, couvrant la littérature internationale par exemple.

I. Attitudes, comportements, préférences et motivations des touristes.

BOERJAN, P., *Measuring attitudes for tourist marketing strategies*, *Revue de tourisme*, n° 3 (1974), pp. 86-93.

BROWN, Robert, *The Travel Turn-on*, in *TTRA 14th annual conference proceedings*, (1983), U.S., University of Utah, 1983, pp. 289-296.

CROMPTON, John L., *Motivations for pleasure vacation*, *Annals of Tourism Research*, vol. VI, n° 4 (oct.-déc. 1979), pp. 408-424.

DICHTER, Ernest, *What motivates people to travel?*, in *TTRA 10th annual conference proceedings* (1979), University of Utah, 1979, pp. 85-89.

ISO-AHOLA, Seppo E., *The social psychology of recreational travel*, in *TTRA 12th annual conference proceedings* (1981), University of Utah, 1981, pp. 113-124.

LUCHINGER, Urban, *Preference-Attitude of the tourist*, *Revue de tourisme*, n° 1 (1980), pp. 7-10.

MORIN, Michel, *A socio-psychological approach to vacation and mobility in touristic sites*, *Annals of Tourism Research*, vol. 11, n° 1 (1984), pp. 113-128.

RUBENSTEIN, Carin, *How Americans view vacations*, *Psychology Today*, may 1980, pp. 62-76.

VAN RAAIJ, W. Fred and FRANCKEN, Dicks, *Vacation Decisions, Activities and Satisfaction*, *Annals of Tourism Research*, vol. 11, n° 1 (1984), pp. 101-112.

II. Clientèle québécoise

Association touristique des Laurentides, *Statistiques touristiques régionales : été 1982 et été 1983*, St-Jérôme (Qc), ATL, 1982-1983.

CEGIR inc., *Le tourisme à Montréal et les grandes variables qui l'influencent*, Montréal, OPDQ, 1983, 174 p.

CLUZEAU, Patrick, *Les voyages de plus de 24 heures des Québécois au Québec et à l'extérieur du Québec en 1982*, Québec, Ministère du Tourisme, 1984, 111 p.

DAVID, Richard et GENEST, André, *Le loisir au Québec : Étude auprès de la population*, Québec, MLCP, 1981-1982, 111 p.

DULUDE-CLIFT, Camille, *Le comportement des Québécois en matière d'activités culturelles du loisir*, Québec, Éditeur officiel, 1979.

FRANCŒUR, Manon, *Profils-type de vacanciers québécois*, Québec, Université Laval, Département de géographie, 1983, 102 p.

LAPLANTE, Marc, *Gens qui partent et gens qui restent : les grandes vacances au Québec*, Montréal, UQAM, 1983, 98 p.

NADEAU, Roger et LAPLANTE, Marc, *Non-vacanciers et vacanciers non-partants au Québec, 1982 : profils comparés*, Sherbrooke, Université de Sherbrooke, Département de géographie, 1984, 105 p.

QUÉBEC (prov.), Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, *Étude sur les voyages de vacances des Québécois, sur la perception qu'ils ont du produit touristique québécois et sur leur degré de connaissance de la campagne publicitaire «c'est beau, c'est grand, c'est à voir — Prenez le tour du Québec»*, Québec, 1983, 130 p.

QUÉBEC (prov.), Ministère du Tourisme, Direction de l'analyse et du développement, *Le baromètre touristique du Québec* (mensuel), Québec, 1985.

SAMSON, Marcel et BARNIER, Véronique, *Vacances et tourisme 1980*, Montréal, INRS, 1982, 149 p.

SECOR Inc., *Le marché des voyages au Québec, 1982*, 88 p.

III. Clientèle canadienne

CANADA, Office de tourisme, *Les voyages d'agrément des canadiens* (annuel), Ottawa, 1976-1981.

CANADA, Statistique Canada, *Voyages, tourisme et loisirs de plein air : résumé statistique*, (catalogue 87-401, biennal), Ottawa, 1978.

CANADA, Statistique Canada et Tourisme Canada, *Enquête sur les voyages des Canadiens — The Canadian Travel Survey* (biennal), Ottawa, 1985.

CANADA, Tourisme Canada, *Profil des voyageurs canadiens*, Ottawa, 1984, 40 p.

CLUZEAU, Patrick, *Les voyages de plus de 24 heures des Canadiens des autres provinces au Québec en 1982*, Québec, Ministère du Tourisme, 1984, 74 p.

QUÉBEC (prov.), Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, *Étude sur les voyages de vacances des Ontariens, sur la perception qu'ils ont du produit touristique québécois et sur leur degré de connaissance de la campagne publicitaire «Bonjour! Welcome to the good times in Quebec»*, Québec, 1983, 113 p.

IV. Clientèle américaine

CANADA, Tourisme Canada, *Étude sur l'évolution de l'attitude des vacanciers américains*, Ottawa, 1984.

CANADA, Tourisme Canada, *Le marché américain, un recueil de données statistiques sur le marché américain pour les voyages au Canada*, Ottawa, 1983.

CLUZEAU, Patrick et THIFFAULT, Guy, *Son-dage sur la perception du produit touristique québécois qu'ont les Américains ayant fait un voyage d'agrément au cours des 24 derniers mois et sur le niveau de pénétration de la campagne publicitaire VS été 1981*, Québec, MICT, 1982, 361 p.

DURON, Bill, SYRNIK, Dona and TAYLOR, Gordon, *Canadian research into the american Travel Market : a catalyst for action*, in *TTRA 15th annual conference proceedings* (1984), U.S., University of Utah, 1984, pp. 59-75.

UNIVERSITY OF COLORADO, Business Research Division, *Travel Trends in the United States and Canada* (annuel), Boulder (Col.), 1984, 262 p.

U.S. TRAVEL DATA CENTER, **National Travel Survey** (trimestriell), Washington, D.C., 1974.

V. Clientèle internationale

CANADA, Statistique Canada, **Voyages entre le Canada et les autres pays** (catalogue 66-001, trimestriell), Ottawa, 1981.

CANADA, Tourisme Canada, **Attitudes des Allemands de la République fédérale allemande envers le Canada comme destination touristique**, Ottawa, 1984, 13 p.

CANADA, Tourisme Canada, **Attitude des Hollandais à l'endroit du Canada comme destination de vacances**, Ottawa, 1984.

CANADA, Tourisme Canada, **Attitude des résidents du Royaume-Uni à l'endroit du Canada comme destination de voyages**, Ottawa, 1983.

CANADA, Tourisme Canada, **Attitude des Suisses à l'endroit du Canada comme destination de vacances**, Ottawa, 1984.

GARDNER-SMITH, Gillian, *Europe begins to add up*, **Tourism Management**, vol. 5, n° 2, (June 1984), pp. 158-160.

HILL HODEL, George, *The Japan air Travel Market*, in **TTRA 12th annual conference proceedings (1981)**, U.S., University of Utah, 1981, pp. 273-284.

O'CONNOR, Thomas, *Marketing to the International Visitor*, **The Cornell Hotel and Restaurant Quarterly**, vol. 21, n° 4 (February 1981), pp. 53-59.

ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES (OCDE), **Politique du Tourisme et tourisme international dans les pays membres de l'OCDE** (annuel), Paris, 1967.

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **La fréquentation des principales destinations touristiques 1979-80**, Madrid, 1981, 329 p.

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Statistiques du tourisme mondial** (annuel), Madrid, 1947.

SCHMIDHAUSER, Hanspeter, *The Swiss Travel Market and its Role within the Main Tourist Generating Countries of Europe*, **Revue de Tourisme**, n° 4 (1976), pp. 15-18.

THIFFAULT, Guy, **Le tourisme international au Québec en provenance des États-Unis et des autres pays 1973-1980**, Québec, MICT, 1983, 63 p.

VI. Clientèles spéciales

— personnes âgées

CENTRE INTERNATIONAL DE GÉRONTOLOGIE SOCIALE, **Colloque Tourisme et 3ème âge**, Paris, 1973, 110 p.

CRISSEY, Yvonne, *Over forty-nine : the active affluent*, in **TTRA 11th conference proceedings (1980)**, U.S., University of Utah, 1980, pp. 127-134.

DONFUT, Claudine, **Vacances : loisir du 3e âge**, France, Cagnes-sur-Mer, CNRO, 1972, 193 p.

NESTLEBAUM, Karen, **Meetings for Seniors, Meetings & Conventions**, January 1985, pp. 93-99.

SHOEMAKER, Storne, *Marketing to older travelers*, **The Cornell Hotel & Restaurant Administration quarterly**, Vol. 25, n° 2, (August 1984), pp. 84-91.

TONGREN, Hale N., *Travel Plans of the over-65 market Pre and Postretirement*, **Journal of Travel Research**, vol. XIX, n° 2 (fall 1980), pp. 7-11.

— Autres

BLANK, Uel, *The metropolitan area tourist : a comprehensive analysis*, in **TTRA 10th conference proceedings**, U.S., University of Utah, 1979, pp. 105-112.

BURKART, A.J., *Trends in UK business travel overseas*, **Tourism Management**, vol. 4, n° 1 (march 1983), pp. 54-57.

BUSH, Melinda, *Capturing Business Travelers : the travel-agency connection*, **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, vol. 23, n° 2, (August 1982), pp. 58-61.

DISCOVER AMERICA NATIONAL CONFERENCE (1978), **Emerging Travel Markets : the Woman Traveler**, Washington D.C., Travel Institute, 1978, 30 p.

GIBBONS, Roy, *Singles and Couples*, in **TTRA 11th conference proceedings**, pp. 113-126.

HENRY, Regina, *A case history : the woman business traveler and Western International Hotels*, in **TTRA 11th conference proceedings**, pp. 105-112.

suite de la page 25

aussi un moyen d'évacuer le quotidien et une excellente occasion de connaître de nouvelles régions.

En terminant, force est de constater que la cohorte des 66-71 ans, ces nouveaux retraités, ont un comportement de vacances qui bouleverse les idées préconçues qu'on pouvait encore entretenir à leur sujet. C'est, on l'a observé, une catégorie dont le taux et la fréquence des départs en vacances sont relativement élevés et qui n'a rien à envier sous cet aspect à la population des non-retraités.

Il faut souligner que ces personnes avaient 25-30 ans au sortir de la deuxième guerre mondiale. C'est donc une génération qui, à l'âge adulte, est entrée de plein pied dans cette période de l'histoire qui devait connaître un essor sans précédent de l'industrie touristique. Contrairement aux générations précédentes pour qui les départs en vacances étaient une conduite en bonne partie réservée à la bourgeoisie, les vacances de masse sont apparues timidement pour devenir un fait de société au cours des années soixante. Il ne faut pas ignorer que le 1/4 des nouveaux retraités, composé surtout de femmes seules, n'ont pas accès aux vacances. Cela correspond grosso modo à la proportion des non-départs parmi la population de la région métropolitaine.

MARKET PROBE INTERNATIONAL INC., **A report on the year-round honeymoon travel market 1974**, New York : Market Probe, 1974, 54 p.

MATTHEWS, Louise et LUCAS-GIRARDVILLE, Jean-Marie, **Le tourisme à la portée de l'enfant**, Québec, MICT, 1980, 106 p.

MÉNARD, Johanne et al., **L'intégration potentielle touristique des personnes handicapées : étude de marché sur les besoins et les attentes des personnes handicapées physiques du Québec face au tourisme**, Montréal, Kéroul Inc., 1984.

MEUNIER, Gilles, YOUNG, Linda, **Étude sur les motivations, les attentes et les habitudes des familles à faible revenu en regard des activités de loisir touristique**, Québec : MLCP, 1983, 72 p.

SOUCY, Louiselle, SIMARD, Brigitte, BEAUDRY, Jocelyn, **Le profil de l'étudiant voyageur**, Montréal : OTEQ, 1984, 25 p.

Woman Business Travelers : satisfying the Needs of a Growing New Market, **The Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly**, vol. 19, n° 4, (February 1979), pp. 67-69.

* Daniel Dumas est bibliothécaire au Centre d'études du tourisme. Tous les documents cités dans cette bibliographie sont disponibles pour consultation ou prêt au Centre d'études du tourisme, 1420, Saint-Denis, à Montréal. (514) 282-9613.

Enfin, il faut souligner que ces personnes avaient 25-30 ans au sortir de la deuxième guerre mondiale. C'est donc une génération qui, à l'âge adulte, est entrée de plein pied dans cette période de l'histoire qui devait connaître un essor sans précédent de l'industrie touristique. Contrairement aux générations précédentes pour qui les départs en vacances étaient une conduite en bonne partie réservée à la bourgeoisie, les vacances de masse sont apparues timidement pour devenir un fait de société au cours des années soixante. Il ne faut pas ignorer que le 1/4 des nouveaux retraités, composé surtout de femmes seules, n'ont pas accès aux vacances. Cela correspond grosso modo à la proportion des non-départs parmi la population de la région métropolitaine.

Références

- (1) Cette recherche a été subventionnée par le Conseil des recherches en sciences humaines du Canada (CRSHC).
- (2) Les vacances sont entendues ici comme un départ d'au moins 4 jours consécutifs hors du domicile habituel et pour des fins de loisir.
- (3) M. Daniel Bibeau, étudiant stagiaire à l'INRS, a coordonné le travail des intervieweurs sur le terrain et a participé à l'analyse.
- (4) Enquête menée par le Print Measurement Bureau et citée dans **Tourisme Canada**, vol. 5, no 9, novembre 1984.
- (5) SAMSON M. et V. BARNIER, *Vacances et Tourisme 80*, Montréal, INRS-Urbanisation, Études et Documents no. 30, 1982; Laplante, Marc, *Gens qui partent et gens qui restent*, UQAM, Département d'Études urbaines, Document no 1, 1983.
- (6) L'analyse de ces différents comportements seront au cœur d'un rapport qui sera publié cette année par les auteurs du présent article.
- (7) CRIBIER, F., *Les vacances à l'heure de la retraite : conduites d'âge, conduites de génération*, **Loisir et Société**, vol. 2, no 2, P.U.Q. 1979; DONFUT, C., *Vacances : Loisir du 3e âge*, Paris, Gérontologie (numéro spécial), no 20, 1972.