



Division des petites entreprises et enquêtes spéciales

Enquête auprès des entreprises de tourisme d'aventure au Canada, 1999

CONFIDENTIEL une fois rempli.

Renseignements recueillis en vertu de la Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

If you would like to receive an English questionnaire, please call our regional office at one of the numbers at the bottom of the page.

VEUILLEZ METTRE À JOUR L'INFORMATION CI-DESSUS, S'IL Y A LIEU

Nom légal

Nom commercial

Adresse

Ville

Province

Code postal

Objet de cette enquête

Statistique Canada mène cette enquête pour le compte de la Commission Canadienne du Tourisme, qui utilisera les résultats afin de produire une étude complète et à jour du secteur du tourisme d'aventure au Canada. L'étude présentera un profil des produits et des installations de tourisme d'aventure au Canada en plus de cerner les marchés cibles et les marchés à fort potentiel de croissance, d'évaluer le climat commercial et d'explorer les possibilités de croissance et de développement du secteur.

Votre participation est importante

Vous n'êtes pas tenu de participer à cette enquête. Toutefois, pour produire une information statistique utile, nous avons besoin de votre collaboration et nous vous prions de remplir ce questionnaire.

Les données que vous communiquez sont confidentielles

La loi interdit à Statistique Canada de publier ou de diffuser, de quelque manière que ce soit, des statistiques recueillies au cours de cette enquête qui permettraient d'identifier votre entreprise. Les données déclarées sur ce questionnaire resteront confidentielles, serviront exclusivement à des fins statistiques et seront publiées seulement de façon agrégée.



Veuillez remplir ce questionnaire et le renvoyer dans les 10 jours suivant sa réception.

Si vous avez besoin d'aide pour remplir le questionnaire et que la province de résidence de votre entreprise est une des provinces maritimes, le Québec, l'Ontario ou le Manitoba veuillez contacter le bureau de Statistique Canada de Sturgeon Falls. Si la province de résidence de votre entreprise est la Saskatchewan, l'Alberta, la Colombie-Britannique ou les Territoires veuillez contacter le bureau de Statistique Canada d'Edmonton.

Statistique Canada - Bureau d'Edmonton
Park Square - 15e étage
10001 Belamy Hill
Edmonton, Alberta
T5J 3B6

Téléphone: 1-800-661-9884 ou local (780) 495-4627
Télécopieur: 1-800-237-5281 ou local (780) 495-4788

Statistique Canada - Bureau de Sturgeon Falls
Civic Administration Centre
225 Holditch St., 2e étage
Sturgeon Falls, Ontario
P0H 2G0

Téléphone: 1-800-461-1662
Télécopieur: 1-800-787-3161

PROFIL DES PRODUITS ET DES INSTALLATIONS

A1 Veuillez indiquer les activités de tourisme d'aventure qu'offrait votre entreprise en 1999 et les classer en fonction de leur contribution à vos recettes. (Accordez le rang 1 à l'activité qui a généré le plus de recettes.)

Activités offertes (Cochez toutes celles qui s'appliquent)	Rang
Observation de la nature	1 <input type="radio"/>
Observation d'oiseaux	2 <input type="radio"/>
Observation de baleines	3 <input type="radio"/>
Observation d'ours polaires	4 <input type="radio"/>
Observation de bébés phoques	5 <input type="radio"/>
Canotage	6 <input type="radio"/>
Kayak de mer	7 <input type="radio"/>
Kayak de rivière	8 <input type="radio"/>
Descente de rapides ("Rafting")	9 <input type="radio"/>
Voile	10 <input type="radio"/>
Plongée sous-marine	11 <input type="radio"/>
Prise et relâche - Pêche	12 <input type="radio"/>
Bicyclette de montagne	13 <input type="radio"/>
Randonnée pédestre	14 <input type="radio"/>
Alpinisme	15 <input type="radio"/>
Randonnée équestre	16 <input type="radio"/>
Randonnée en vélo	17 <input type="radio"/>
Motocyclette	18 <input type="radio"/>
Spéléologie/exploration de grottes	19 <input type="radio"/>
Promenade en traîneau à chiens	20 <input type="radio"/>
Raquette	21 <input type="radio"/>
Ski de randonnée	22 <input type="radio"/>
Motoneige	23 <input type="radio"/>
Escalade de glace	24 <input type="radio"/>
Tours en hélicoptère	25 <input type="radio"/>
Montgolfière	26 <input type="radio"/>
Deltaplane	27 <input type="radio"/>
Interprétation culturelle	28 <input type="radio"/>
Autre (Préciser)	29 <input type="radio"/>
Autre (Préciser)	30 <input type="radio"/>
Autre (Préciser)	31 <input type="radio"/>

Note: La pêche, la chasse, le camping et le ski alpin ne sont pas considérés comme des activités de tourisme d'aventure.

A2 Avez-vous offert des cours d'apprentissage sur des activités de plein-air en 1999?

Oui 66 Non

Si oui, préciser

67

A3 Depuis combien d'années votre entreprise offre-t-elle des activités de tourisme d'aventure?

68 années

A4 Durant quels mois, en 1999 avez-vous offert des activités de tourisme d'aventure?

Tous les mois 69

Janvier	<input type="radio"/> 70	Juillet	<input type="radio"/> 76
Février	<input type="radio"/> 71	Août	<input type="radio"/> 77
Mars	<input type="radio"/> 72	Septembre	<input type="radio"/> 78
Avril	<input type="radio"/> 73	Octobre	<input type="radio"/> 79
Mai	<input type="radio"/> 74	Novembre	<input type="radio"/> 80
Juin	<input type="radio"/> 75	Décembre	<input type="radio"/> 81

A5 En 1999, dans quelles provinces et/ou territoires vos excursions d'aventure ont-elles eu lieu?

Aucune excursion a eu lieu au Canada 82

Terre-Neuve et Labrador	<input type="radio"/> 83	Manitoba	<input type="radio"/> 89
Î.-P.-É.	<input type="radio"/> 84	Saskatchewan	<input type="radio"/> 90
Nouvelle-Écosse	<input type="radio"/> 85	Alberta	<input type="radio"/> 91
Nouveau-Brunswick	<input type="radio"/> 86	C.-B.	<input type="radio"/> 92
Québec	<input type="radio"/> 87	Yukon	<input type="radio"/> 93
Ontario	<input type="radio"/> 88	T.-N.-O.	<input type="radio"/> 94
		Nunavut	<input type="radio"/> 95



PROFIL DES PRODUITS ET DES INSTALLATIONS (Suite)

A6 En 1999, avez-vous offert des excursions d'aventure de plus d'une journée?

Oui ⁹⁶ → **Allez à A7.**

Non → **Allez à A10.**

A7 En 1999, votre entreprise possédait-elle (ou louait-elle d'une tierce partie) ou s'est-elle associée à une autre entreprise pour fournir de l'hébergement dans son voyage organisé?

L'entreprise possédait des installations d'hébergement. ⁹⁷

L'entreprise louait des installations. ⁹⁸

L'entreprise s'est associée à une autre entreprise. ⁹⁹

L'entreprise ne possédait ni ne louait des installations. ¹⁰⁰

→ **Allez à A8.**

→ **Allez à A10.**

A9 Indiquez le taux d'occupation (le pourcentage de toutes les unités d'hébergement disponibles qui étaient occupées) pour toutes les installations d'hébergement que votre entreprise possédait ou louait au cours de chaque mois de 1999.

Mois	Installations fermées pour le mois	Taux d'occupation
Janvier	118 <input type="radio"/>	130 ¹⁰¹ %
Février	119 <input type="radio"/>	131 ¹⁰² %
Mars	120 <input type="radio"/>	132 ¹⁰³ %
Avril	121 <input type="radio"/>	133 ¹⁰⁴ %
Mai	122 <input type="radio"/>	134 ¹⁰⁵ %
Juin	123 <input type="radio"/>	135 ¹⁰⁶ %
Juillet	124 <input type="radio"/>	136 ¹⁰⁷ %
Août	125 <input type="radio"/>	137 ¹⁰⁸ %
Septembre	126 <input type="radio"/>	138 ¹⁰⁹ %
Octobre	127 <input type="radio"/>	139 ¹¹⁰ %
Novembre	128 <input type="radio"/>	140 ¹¹¹ %
Décembre	129 <input type="radio"/>	141 ¹¹² %

A8 Indiquez le type d'installations d'hébergement que votre entreprise possédait ou louait en 1999. Veuillez également indiquer la capacité d'accueil par nuit de chacune de ces installations.

Installations (Cochez toutes celles qui s'appliquent)	Capacité par nuit
Bateau ¹⁰¹ <input type="checkbox"/>	109 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> personnes
Roulottes ¹⁰² <input type="checkbox"/>	110 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> personnes
Gîtes du passant ¹⁰³ <input type="checkbox"/>	111 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> personnes
Hôtel à pavillons (lodge) ¹⁰⁴ <input type="checkbox"/>	112 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> personnes
Hotels et Motels ¹⁰⁵ <input type="checkbox"/>	113 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> personnes
Pavillons/chalets ¹⁰⁶ <input type="checkbox"/>	114 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> personnes
Tentes ¹⁰⁷ <input type="checkbox"/>	115 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> personnes
Autre (Préciser) ¹⁰⁸ <input type="checkbox"/>	116 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> personnes
117	<input type="text"/>

PROFIL DES PRODUITS ET DES INSTALLATIONS (Suite)

A10 Indiquez si les services suivants étaient offerts à vos touristes d'aventure en 1999. Indiquez également si votre entreprise opérait l'installation.

	Service offert et opéré par votre entreprise	Service offert mais non opéré par votre entreprise	Service non offert
Restaurant	<input type="radio"/> 142	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Magasins de souvenirs	<input type="radio"/> 143	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Services aux clients (par ex., buanderie automatique, dépanneur)	<input type="radio"/> 144	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Location ou vente d'équipement	<input type="radio"/> 145	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guides d'excursions d'aventure	<input type="radio"/> 146	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Services publics (par ex., eau, électricité, douches, toilettes)	<input type="radio"/> 147	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Installations de luxe (par ex., bain tourbillon, piscine, cuve thermale, sauna)	<input type="radio"/> 148	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transport (par ex., navette d'aéroport)	<input type="radio"/> 149	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programme à valeur ajoutée (par ex., arts d'interprétation, culture aborigène, gastronomie/cuisine régionale)	<input type="radio"/> 150	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A11 En 1999, dans quelles langues avez-vous offert vos services?

Anglais?

151

Français?

152

Allemand?

153

Japonais?

154

Espagnol?

155

Autre (Préciser)

156

157

A12 En 1999, quel était le prix par personne de votre excursion d'aventure la plus vendue incluant les taxes?

158 , \$

A13 En 1999, quelle était la durée de l'excursion la plus vendue?

159 jours OU 160 heures

A14 En 1999, quel pourcentage des excursions d'aventure vendues était

... adapté aux besoins particuliers des touristes?

161 %

... établi d'avance

162 %

Total

100 %

A15 En 1999, quel pourcentage des excursions d'aventure vendues incluait...

... l'équipement?

163 %

... le transport?

164 %

... l'hébergement?

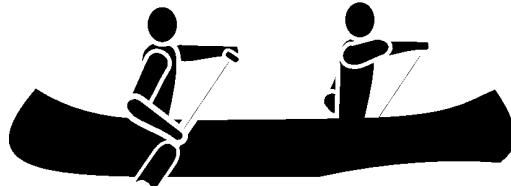
165 %

... les repas?

166 %

... des accompagnateurs?

167 %



PROFIL DU VOYAGEUR

B1 En 1999, combien de jours-voyageurs d'activités d'aventure avez-vous fournis?

- *Chaque jour qu'un voyageur passe à une excursion d'aventure représente un jour-voyageur. S'il y avait des excursions de moins d'une journée, comptez chacune comme une demi journée-voyageur.*

Par exemple: Un groupe de 10 voyageurs faisant un voyage de 3 jours équivaut à 30 jours-voyageurs. 10 voyageurs faisant un voyage de 3 heures équivaut à 5 jours-voyageurs.



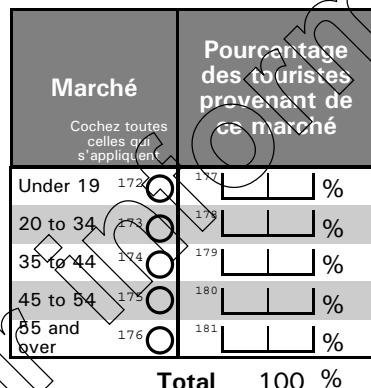
B2 Avez-vous noté une augmentation du nombre de jours-voyageurs en 1999 par rapport à 1998? Si oui, veuillez indiquer le changement en pourcentage.



B3 Compte tenu des effectifs, de la quantité de matériel et des capitaux dont vous disposiez, quel nombre maximum de jours-voyageurs d'aventure auriez-vous pu fournir en 1999?



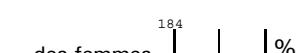
B4 Estimez le pourcentage de vos touristes d'aventure de 1999 appartenant à chacune des tranches d'âge suivantes.



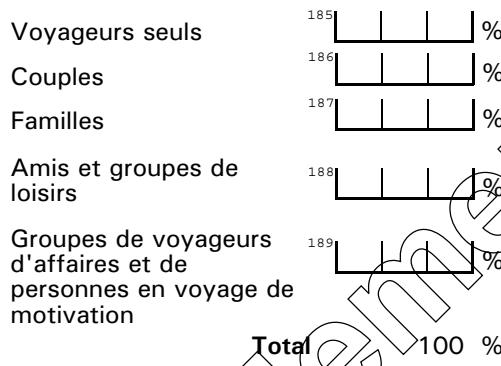
B5 Estimez le pourcentage de vos voyageurs d'aventure de 1999 qui a déjà été client de votre entreprise.



B6 Quel pourcentage de vos touristes d'aventure en 1999 était...



B7 Quel pourcentage de vos touristes d'aventure de 1999 faisait partie de chacun des groupes suivants.



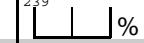
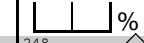
B8 Estimez le pourcentage de vos touristes d'aventure de 1999 qui venait de chacun des marchés géographiques suivants.

Indiquez également un maximum de quatre marchés qui auront, selon vous, la croissance la plus soutenue au cours des cinq prochaines années.

Marché	Pourcentage des touristes provenant de ce marché	Marchés de croissance (maximum de 4)
Colombie-Britannique	 %	208
Alberta, Territoires	 %	209
Saskatchewan, Manitoba	 %	210
Québec	 %	211
Ontario	 %	212
Provinces Atlantiques	 %	213
État de New York	 %	214
Michigan	 %	215
État de Washington	 %	216
Californie	 %	217
Ohio	 %	218
Pensylvanie	 %	219
Massachusetts	 %	220
Reste des États-Unis	 %	221
Royaume-Uni	 %	222
France	 %	223
Allemagne	 %	224
Reste de l'Europe	 %	225
Autre (Spécifier)	 %	
Total	100 %	

Activités publicitaires et promotionnelles

C1 Indiquez parmi les méthodes publicitaires suivantes, celles que vous avez utilisées en 1999 pour promouvoir vos produits d'aventure. Indiquez le pourcentage de vos réservations attribuable à chacune des méthodes utilisées.

Méthodes utilisées	Cochez toutes celles qui s'appliquent	% de réservations attribuables
Brochures, affiches	227	
Guides touristiques commerciaux	228	
Salons grand public/touristiques	229	
Promotion par courriel	230	
Projection de films et de diapositives	231	
annonces dans les journaux	232	
Guides de voyage provinciaux et territoriaux	233	
annonces à la télévision/radio	234	
Autre site Web	235	
Publicité directe aux clients existants	236	
Publicité directe aux clients potentiels	237	
Magazines spécialisés	238	

C2 En 1999, aviez-vous...

	Oui	Non
Le courrier électronique	251	<input type="radio"/>
Un numéro de télécopieur	252	<input type="radio"/>
Une ligne téléphonique sans frais 1-800	253	<input type="radio"/>
Une base de données de participants	254	<input type="radio"/>
Une bibliothèque d'image-photos	255	<input type="radio"/>
Un site web	256	<input type="radio"/>

C3 Fournissez-vous des commissions aux agents?

Oui	Non
257	<input type="radio"/>

C4 Fournissez-vous des tours de familiarisation:

Oui	Non
258	<input type="radio"/>
259	<input type="radio"/>
260	<input type="radio"/>
261	<input type="radio"/>

C5 En 1999, avez-vous réalisé des stratégies de marketing en collaboration avec...

Oui	Non
262	<input type="radio"/>
263	<input type="radio"/>
264	<input type="radio"/>
265	<input type="radio"/>
266	<input type="radio"/>
267	<input type="radio"/>
268	<input type="radio"/>
269	<input type="radio"/>

PROFIL DE L'ENTREPRISE (Suite)

Resources humaines

C6 Veuillez indiquer le nombre total d'employés que votre entreprise comptait au cours de chaque mois de 1999 (y compris les travailleurs à contrat).

Mois	Employés équivalent à temps plein
Janvier	270
Février	271
Mars	272
Avril	273
Mai	274
Juin	275
Juillet	276
Août	277
Septembre	278
Octobre	279
Novembre	280
Décembre	281

C7 En 1999, avez-vous eu recours à des guides touristiques et/ou à des accompagnateurs certifiés spécialisés dans les voyages d'aventure?

Oui Non

C8 Outre la formation de base dont ils ont besoin pour exercer leurs fonctions, vos employés reçoivent-ils de votre société ou d'une autre, de la formation dans les domaines...

- Qui Non
- ...de la sécurité personnelle? 283
 - ...des premiers soins? 284
 - ...des méthodes de sécurité environnementales 285
 - ...des procédures d'urgence 286
 - ...de l'accueil/service à la clientèle 287
 - ...de gestion de groupes 288
 - ...de gestion des repas 289
 - ...du développement de talent dans l'interprétation du patrimoine 290
 - ...autre (Préciser) 291
- 292

Technologie

C9 Indiquez si vous avez recours à l'informatique pour chacune des activités commerciales ci-dessous. Pour chaque activité assistée par ordinateur, indiquez l'importance que revêt le fait d'avoir une technologie informatique de pointe.

Activité	Cochez toutes celles qui s'appliquent	Importance		
		Pas important	Peu important	Très important
Réservations	293	<input type="radio"/> 302	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestions de stocks	294	<input type="radio"/> 303	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Billetterie	295	<input type="radio"/> 304	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facturation	296	<input type="radio"/> 305	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Production d'itinéraires	297	<input type="radio"/> 306	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comptabilité	298	<input type="radio"/> 307	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Site Web	299	<input type="radio"/> 308	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Services de marketing	300	<input type="radio"/> 309	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Courriel	301	<input type="radio"/> 310	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

PROFIL DE L'ENTREPRISE (Suite)

Données financières

- 1) Si vous ne pouvez pas fournir les données financières pour une année civile, fournissez-les sur une base d'exercice financier.
- 2) Si vous produisez des données pour un exercice financier, les données de 1999 devraient être celles de l'exercice qui se termine au plus tard le 31 mars 2000.
- 3) Estimez les données qui ne sont pas encore disponibles.
- 4) Arrondissez tous les montants au dollar le plus près.

C10 Indiquez si vos données financières s'appliquent à une année civile ou un exercice financier. Si elles s'appliquent à un exercice financier, indiquez également la fin de l'exercice.



C11 Veuillez fournir les données financières suivantes provenant de vos états financiers pour 1999.

ANNÉE CIVILE/EXERCICE	
1999	
Aventure guidée	³¹³ \$.00
Aventure autoguidée (avec location d'équipement)	³¹⁴ \$.00
Hébergement	³¹⁵ \$.00
Repas (nourriture et boisson)	³¹⁶ \$.00
Marchandise	³¹⁷ \$.00
Autres revenus	³¹⁸ \$.00
Revenu total	³¹⁹ \$.00
Montant total des dépenses de main-d'œuvre*	³²⁰ \$.00
Publicité et activités promotionnelles	³²¹ \$.00
Assurance risque	³²² \$.00
Toutes les autres dépenses	³²³ \$.00
Dépenses totales	³²⁴ \$.00

* Y compris les dépenses salariales (traitements, salaires, indemnités de vie chère, bonus, paiements rétroactifs, participation aux bénéfices, etc.) et les indemnités et avantages imposables.

C12 Estimez la valeur marchande de tous les éléments d'actif que votre entreprise possédait à la fin de 1999. Il faut inclure les biens matériels et les actifs financiers. (Si vos données s'appliquent à un exercice financier, fournissez le montant à la fin de l'exercice financier)

³²⁵ \$ | | | | | .00

C13 Quel était le montant des dépenses en immobilisation de votre entreprise en 1999? (Inclure l'achat d'équipement et de matériel neuf et d'occasion, ainsi que les coûts de construction d'immeubles non-résidentiels et de rénovation de ces immeubles. Ne pas inclure les frais d'entretien et de financement)

³²⁶ \$ | | | | | .00

- D1** À votre avis, parmi les contraintes suivantes, lesquelles auront les répercussions les plus sérieuses sur la croissance à long terme de votre entreprise de tourisme d'aventure? (Choisissez-en au maximum 4.)

Contraintes Maximum de 4	
Difficulté d'accès, par air ou terre	327
Difficulté à obtenir des capitaux	328
Difficulté à trouver des associés	329
Difficulté à se faire assurer	330
Manque de services informatiques	331
Réglementation excessive de l'industrie	332
Manque de réglementation de l'industrie	333
Frais de marketing élevés	334
Manque d'information pour effectuer des études de marché	335
Manque d'installations d'hébergement	336
Médiocrité des services d'hébergement	337
Médiocrité des services de transport	338
Contraintes liées au climat	339
Concurrence quant aux prix	340
Difficulté à trouver des employés qualifiés	341
Concurrence pour l'utilisation des ressources naturelles	342
Autre (Préciser)	343
345	
Autre (Préciser)	344
346	

Entente de partage de données

Afin de réduire le fardeau de déclaration sur nos répondants, les coûts de la collecte des données ainsi que pour éviter le dédoublement d'enquêtes Statistique Canada a conclu une entente avec la Commission canadienne du tourisme en vertu de l'article 12 de la *Loi sur la Statistique* en vue de partager l'information recueillie par cette enquête. Aux termes de cette entente, la Commission canadienne du tourisme doit garder votre information confidentielle et l'utiliser seulement à des fins statistiques.

Acceptez-vous de partager l'information que vous avez fournie durant cette entrevue avec la Commission canadienne du tourisme?

Oui 347 Non

Veuillez fournir les renseignements suivants:

348	Nom de la personne qui a rempli le questionnaire
	<input style="width: 750px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 5px; font-size: 10px; padding: 2px 5px; margin-bottom: 5px;" type="text"/>
349	Titre
	<input style="width: 750px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 5px; font-size: 10px; padding: 2px 5px; margin-bottom: 5px;" type="text"/>
350	Téléphone
	<input style="width: 150px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 5px; font-size: 10px; padding: 2px 5px; margin-right: 10px;" type="text"/> - <input style="width: 150px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 5px; font-size: 10px; padding: 2px 5px; margin-right: 10px;" type="text"/> - <input style="width: 150px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 5px; font-size: 10px; padding: 2px 5px; margin-right: 10px;" type="text"/>
351	Télécopieur
	<input style="width: 150px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 5px; font-size: 10px; padding: 2px 5px; margin-right: 10px;" type="text"/> - <input style="width: 150px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 5px; font-size: 10px; padding: 2px 5px; margin-right: 10px;" type="text"/> - <input style="width: 150px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 5px; font-size: 10px; padding: 2px 5px; margin-right: 10px;" type="text"/>

Avez-vous des commentaires à faire au sujet des marchés sur les voyages d'aventure non-couverts par cette enquête?

Avez-vous d'autres commentaires?

Information Security



***Nous vous remercions de votre collaboration.
Veuillez renvoyer votre questionnaire dès aujourd'hui.***

À l'usage du bureau seulement:

Statut

Méthode de collecte

Poste

Télécopieur

Téléphone