

s'occupant des activités sportives des personnes handicapées au Canada. En versant une contribution financière à cet organisme, Sports Canada appuie plusieurs projets entrepris au nom des personnes handicapées au Canada.

15.11 Tourisme

Le tourisme influe sur la vie de presque tous les Canadiens. Il exerce un impact sur les modes de vie et nous soustrait pour un temps aux pressions de la société contemporaine. Il peut aussi contribuer à l'unité nationale grâce à la multiplication des rencontres qui favorisent la compréhension entre les habitants des diverses régions, et grâce à la répartition du revenu national entre les différentes régions du Canada. Les retombées économiques du tourisme sont présentées au chapitre 17, Commerce et services.

Le tourisme a un rôle à jouer dans l'évolution culturelle du Canada. En effet, il permet à bon nombre d'activités culturelles, telles que le théâtre, la musique et la danse, de compter sur la présence des touristes afin d'accroître leurs recettes. Par exemple, le festival de Charlottetown attire chaque année des spectateurs des États-Unis, lesquels constituent la moitié de son public annuel. Quant aux festivals de théâtre de Stratford et de Niagara-on-the-Lake, la proportion d'Américains qui y assistent s'élève à plus d'un tiers. Par ailleurs, si de nombreux établissements du patrimoine et lieux historiques ont été restaurés, c'est pour attirer des touristes. Citons, par exemple, Louisbourg en Nouvelle-Écosse et le Vieux-Port de Montréal ainsi que les fronts de mer ou les édifices historiques comme ceux que l'on peut admirer à Halifax, à Ottawa, à Vancouver ou à Dawson.

Il ressort des statistiques que les destinations qui offrent des attractions culturelles et historiques ont maintenu ou accru leur popularité au détriment des destinations plus traditionnelles, c'est-à-dire celles qui doivent compter uniquement sur leurs caractéristiques géographiques, par exemple le climat, les cours d'eau et la topographie, pour attirer des touristes. Ces derniers sont devenus plus judicieux et plus exigeants quant à la valeur de ce qu'ils obtiennent pour leur argent, et ils veulent de plus en plus allier tourisme et culture. Les campagnes

de publicité menées récemment aux États-Unis par un consortium de sociétés artistiques, de musées et d'organismes gouvernementaux étaient axées sur la possibilité d'allier le tourisme aux arts dans les grandes villes du Canada.

D'après une étude menée en 1985, ce qui attire les visiteurs américains au Canada, c'est le fait qu'il s'agit d'un pays étranger se trouvant à proximité et offrant des aspects familiers, tout en présentant des caractéristiques qui lui sont propres. La différence fondamentale, ce sont le patrimoine britannique et français dont a hérité le Canada, la diversité ethnique de sa population ainsi que ses traditions régionales et locales. Les visiteurs américains qui effectuent des voyages d'agrément au Canada ont l'avantage de connaître des expériences toutes nouvelles. D'autre part, la croissance et l'évolution continues des communautés des artistes créateurs et des artistes interprètes au Canada ne peuvent que contribuer à l'expansion d'une industrie touristique nationale distinctive et, par conséquent, plus vigoureuse.

Certes, tous les déplacements touristiques ne peuvent pas être considérés comme des voyages d'agrément en villégiature. Les voyages d'affaires, les conférences et les déplacements pour des raisons personnelles constituent les principales exceptions. Toutefois, les activités récréatives représentent une proportion importante du temps consacré aux déplacements. L'Enquête sur les voyages des Canadiens de 1988, menée par Statistique Canada et parrainée principalement par Tourisme Canada, a permis de recueillir des données sur les activités des voyageurs canadiens. À toute époque de l'année, les visites à des amis ou à des parents constituaient la principale activité des personnes ayant voyagé sur une distance d'au moins 80 km au Canada, et ce, dans un peu plus de la moitié des cas. Parmi les autres activités fréquemment déclarées comme raison d'un déplacement, il faut mentionner le magasinage (30 % de tous les voyages), les visites touristiques (17 %) et les dîners dans des restaurants de bonne qualité (12 %). La natation était l'activité sportive la plus populaire parmi les Canadiens voyageant au Canada (10 %). Les visites dans des parcs ou des lieux historiques représentaient 7 % de l'ensemble des voyages en 1988.