

Bienvenue au premier numéro de *Industrie du tourisme de l'Ontario : Faits et chiffres*, le bulletin de recherche trimestriel du ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs (MTCL) de l'Ontario sur le tourisme! Le bulletin *Industrie du tourisme de l'Ontario : Faits et chiffres* vise à vous aider à donner de l'expansion à votre entreprise en vous tenant au courant des tendances dans le secteur du tourisme.

Dans ce numéro :

Perspectives économiques : Le

Canada, l'Ontario et les

consommateurs sont confiants

Intentions de voyages : Canada et États-Unis

Sujets spéciaux : Les

répercussions des événements du

11 septembre sur le tourisme en Ontario

Message du Ministre

Statistiques de l'automne : Les

centres d'information touristique de

l'Ontario, 1 800-ONTARIO, attractions, hébergement, Sabre Inc. et les

passages frontaliers

Le tourisme en Ontario en bref

Quoi de neuf dans le secteur de

la recherche? : Listes de sites Web utiles, nouvelles publications et études



Des questions? Des suggestions?

Veuillez téléphoner à Larissa Deneau au 416 325-8287 ou lui envoyer un message électronique à

larissa.deneau@omt.gov.on.ca

Publié par le ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs de l'Ontario

9^e étage, Édifice Hearst, 900, rue Bay

Toronto (Ontario) M7A 2E1

www.tourism.gov.on.ca/french/index.asp

Perspectives économiques

Reprise prévue des activités à la fin de 2002 ou au début de 2003

Canada

Toutes les données sur les perspectives économiques fournies ici se fondent sur les prévisions de DRI-WEFA, une firme de conjoncturistes.

Les répercussions des événements du 11 septembre à New York et à Washington (D.C.) ont obligé DRI-WEFA à réviser toutes les données sur les prévisions économiques. Comme les exportations vers les États-Unis représentent 37 % du PIB du Canada, une baisse des activités économiques américaines débouche automatiquement sur un ralentissement de l'économie canadienne. DRI-WEFA prévoit que la croissance économique globale sera de 1,7 % en 2000, et non de 2 % comme on l'avait prévu avant les attentats. L'année 2002 devrait être quelque peu meilleure, une croissance de 2 % de l'ensemble des activités économiques étant attendue. Il ne faut pas s'attendre à une reprise de l'économie avant la fin de 2002 et le début de 2003.

Prévisions économiques à court terme au Canada

	2000	2001	2002
Produit intérieur brut réel	4,4	1,7	2,0
Indice des prix à la consommation	2,7	2,9	1,7
Taux de chômage	6,8	7,0	7,1
Taux d'intérêt à court terme	5,5	4,0	3,5
Taux d'échange (É.-U./Can.)	67,3	65,6	67,6

Source : DRI-WEFA, Inc., The Canadian Forecast Summary, septembre 2001

Ontario

Dans son document *Perspectives économiques et revue budgétaire* (qui se fonde sur des moyennes d'enquête effectuées auprès du secteur privé), le ministère des Finances de l'Ontario prévoit une croissance économique très modérée en 2001 et en 2002. On trouvera dans le tableau ci-dessous les indicateurs économiques du ministère des Finances et du Conference Board du Canada.

Principaux indicateurs économiques Ontario, variations annuelles prévues, 2001 et 2002

	2001	2002
Produit intérieur brut réel ¹	1,1	1,3
Revenu réel disponible ²	1,6	1,8
Taux de chômage ¹	6,3	7,1
Indice des prix à la consommation ¹	3,3	2,0

¹ Ministère des Finances de l'Ontario, *Perspectives économiques et revue budgétaire*

² "Travel Markets Outlook 2002 SPECIAL EDITION", The Conference Board du Canada, Statistique Canada

Confiance moindre des consommateurs, mais optimisme des Ontariens

L'indice du sentiment du consommateur du Conference Board USA est tombé de 17 points en septembre et de 11,9 % supplémentaires en octobre (le taux le plus faible depuis février 1994). Au Canada, la confiance du consommateur a baissé de 6,7 % en septembre et de 8,1 % supplémentaires en octobre, niveaux encore toutefois supérieurs à ceux enregistrés pendant la récession du début des années 1990.

Selon des enquêtes hebdomadaires s'intitulant *The Public Security Monitor* qu'a effectuées EKOS Research Associates pendant plusieurs semaines après le 11 septembre (pour de plus amples renseignements, consulter www.ekos.com), la majorité des Ontariens ont le sentiment que leur emploi est sûr et que, dans l'ensemble, l'économie l'est aussi. La majorité d'entre eux ne remettent pas à plus tard des dépenses importantes, estiment que leur situation financière sera la même d'ici à un an, et identique, voire meilleure, d'ici à cinq ans.

L'enquête *The Public Security Monitor* interroge également les résidents de l'Ontario sur le transport aérien au Canada. Les inquiétudes suscitées par les voyages en avion ont quelque peu changé entre la période du 19 au 21 novembre et celle du 26 au 28 novembre. À la question : « Que trouvez-vous de plus inquiétant dans la situation actuelle des transports aériens au Canada? », les Ontariens se montraient plus concernés par la sécurité au début de novembre qu'à la fin du mois (54 % par rapport à 48 %), attitude peut-être due à l'écrasement accidentel d'un avion le 12 novembre dans le quartier Queens à New York. Les Ontariens s'inquiètent également de la concurrence, de l'accès et des prix dans le secteur des transports aériens, inquiétudes qui ont augmenté en fin de mois (31 % par rapport à 35 %).

Intentions de voyage : Maintien du dynamisme du marché des voyages intérieurs

Canada

Selon une enquête d'Ipsos-Reid, menée en octobre à la demande de la Commission canadienne du tourisme (CCT), parmi les 14 % de voyageurs canadiens qui ont

annulé ou retardé un voyage à la suite des attentats terroristes aux États-Unis, presque 50 % d'entre eux avaient l'intention de se rendre aux États-Unis, 23 % de voyager au Canada et 27 % ailleurs à l'étranger. En novembre, une étude de suivi a montré que 59 % des Canadiens feraient un voyage, mais plus près de chez eux, et 66 % préféreraient voyager en voiture qu'en avion.

Selon l'enquête de suivi sur les intentions de voyages des Canadiens pendant l'hiver, menée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme un mois après les attentats, 38 % des Canadiens prévoient faire un voyage d'agrément cet hiver (de novembre 2001 à avril 2002). Sur les 38 % de Canadiens qui envisagent de voyager, environ 51 %, soit 4,4 millions de voyages-personne en hiver, resteront au Canada, ce qui représente des recettes estimées à 345 millions de dollars.

Parmi les Canadiens qui ne prévoient pas voyager cet hiver, 10 % ont annulé un voyage à la suite des attentats terroristes aux États-Unis, ce qui représente environ 0,2 million de voyages annulés au Canada. Par ailleurs, des touristes, sous l'influence des attentats commis, ont choisi comme destination le Canada, soit un supplément estimé à 0,9 million de voyages pour le Canada.

États-Unis

Ipsos-Reid a également mené une enquête sur les voyages aux États-Unis. Selon les résultats de l'étude, sur les 16 % de voyageurs qui ont annulé ou retardé un voyage à la suite des événements du 11 septembre, 88 % prévoyaient voyager aux États-Unis, 7 % au Canada et 28 % ailleurs à l'étranger.

La CCT a également demandé à DK Shifflet and Associates (une firme de recherche américaine) de surveiller le redressement du marché du tourisme américain. La firme effectue des enquêtes hebdomadaires aux États-Unis. D'après les derniers résultats (du 6 au 8 novembre), 62 % des voyageurs d'agrément ne prévoient pas modifier leur programme de voyage au cours des six prochains mois et 33 % seraient prêts à voyager au Canada d'ici à six mois. On s'attend à une baisse des voyages d'affaires, puisqu'on prévoit que 42 % seulement des voyageurs d'affaires effectueront le même nombre de voyages au cours des six prochains mois, par rapport à l'an dernier.

Sujets spéciaux

Les répercussions des événements du 11 septembre sur le tourisme de l'Ontario

Les événements du 11 septembre ont secoué le monde entier. Ils ont eu des répercussions sur tous les secteurs et, en particulier, sur l'industrie du tourisme. Dans ce numéro, on vise à vous donner à vous, l'industrie du tourisme de l'Ontario, des renseignements dignes de foi sur les répercussions des attentats dans la province.

Visiteurs internationaux

D'après une analyse des passages frontaliers, on estime que 971 000 visites internationales ont été perdues en septembre 2001 et 900 000 en octobre 2001, soit une perte approximative pour l'Ontario de 447,6 millions de dollars en dépenses touristiques, dont 62 % de la totalité en septembre.

En septembre 2001, le marché américain a été le plus durement frappé, ses pertes s'élevant à environ 899 000 visites et à 198,8 millions de dollars en dépenses. Les pertes du marché d'outre-mer représentent quelque 73 000 visites et 80,5 millions de dollars en dépenses touristiques.

En octobre 2001, le nombre des visiteurs en provenance des États-Unis et d'outre-mer s'est maintenu à la baisse. Environ 846 000 visiteurs américains et 113,9 millions de dollars en dépenses touristiques ont été perdus. En octobre, le nombre de visites perdues sur le marché d'outre-mer était de l'ordre de 54 000, ce qui représentait presque 54,6 millions de dollars en dépenses perdues dans la province.

En septembre, la baisse du tourisme international a entraîné l'élimination de 3 659 emplois liés au tourisme, auxquels il faut en ajouter 2 165 de plus en octobre.

Parmi les secteurs de l'industrie du tourisme touchés, citons les services de transport des passagers, l'hébergement, les services d'alimentation et de boisson, certains commerces de détail, les loisirs et les divertissements, les services de location de voiture, les organismes de voyages et services de réservation. Le tableau suivant indique les emplois perdus dans l'industrie du tourisme, selon le secteur.

Répercussions sur l'emploi dues à la perte de visiteurs Internationaux, Emplois perdus en septembre et octobre 2001(en pourcentage)		
Secteur	Septembre	Octobre
Hébergement	26,6 %	18,2 %
Restauration	24,4 %	26,3 %
Loisirs	21,6 %	25,5 %
Transport en commun	14,5 %	15,5 %
Transport privé	2,8 %	2,6 %
Commerce de détail	5,7 %	7,2 %
Agence de voyages	4,4 %	4,9 %

Source : Modèle des retombées économiques du MTCL

Message du Ministre

Chers collègues de l'industrie du tourisme,

En ma qualité de ministre du Tourisme, de la Culture et des Loisirs, j'ai le grand plaisir de vous présenter le tout premier numéro du bulletin de notre ministère, *Industrie du tourisme de l'Ontario : Faits et chiffres*.

La détermination de notre industrie à la suite des événements du 11 septembre m'est une source d'inspiration et son solide regain est extrêmement encourageant. Nos efforts conjoints au cours des derniers mois nous ont permis de surmonter les difficultés en appliquant simultanément nos stratégies les plus efficaces et de réussir à faire retrouver sa vigueur à l'industrie du tourisme de l'Ontario.

Grâce au bulletin *Industrie du tourisme de l'Ontario : Faits et chiffres*, vous aurez accès aux dernières recherches, ressources et données sur les nouvelles tendances dans le secteur du tourisme. Je souhaite que ce bulletin vous fournisse les renseignements pratiques dont vous avez besoin pour prendre tous les jours des décisions d'ordre opérationnel et commercial.

Je vous invite aussi toutes et tous à visiter le site Web du ministère du Tourisme pour obtenir de plus amples renseignements et savoir ce qu'il y a de neuf à (<http://www.tourism.gov.on.ca/>). Je vous incite également à transmettre à mon personnel toute nouvelle tendance ou question se posant dans le secteur du tourisme, ainsi que vos commentaires sur le bulletin.

En continuant à travailler de concert, je suis certain que l'industrie du tourisme de l'Ontario poursuivra sa remontée en 2002. Je voudrais terminer en vous souhaitant mes meilleurs vœux.



Tim Hudak

Statistiques de l'automne

Les centres d'information touristique de l'Ontario : Nombre total de visites toujours à la baisse

- Les centres d'information touristique de l'Ontario continuent à enregistrer une baisse du nombre total de visites, soit 17 % de moins qu'en octobre 2000.
- En novembre, le nombre total de visites a continué d'être faible, soit environ 12 % de moins que l'an dernier.
- En décembre, le nombre total de visites a baissé de 3 %, par rapport à en décembre 2001. En 2001, la baisse enregistrée pour toute l'année a été de 5,7 %.

Nombre total de visites dans les centres d'information touristique de l'Ontario	
Période	Variation (en pourcentage) *
11-30 septembre	-31,0 %
Octobre 2001	-17,2 %
Novembre 2001	-15,6 %
Décembre 2001	-3,0 %
2001	-5,7 %

*variation procentuelle entre 2001 et 2000
Source : MTCL

1 800-ONTARIO : Demande en baisse jusqu'à la dernière semaine de décembre

- En septembre, le nombre total de demandes au 1 800-ONTARIO a globalement augmenté, à la suite d'une campagne directe de marketing lancée par la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique.
- Les demandes ont augmenté au cours de la première semaine d'octobre, car cette année la longue fin de semaine de l'Action de grâce au Canada et la longue fin de semaine en l'honneur de Christophe Colomb aux États-Unis, qui était une semaine plus tard qu'en 2000, ont entraîné une hausse générale de 3,1 %. En novembre, les demandes ont baissé de 8,5 %.
- Les demandes ont baissé de 34 % au cours de la première semaine de décembre (du 2 au 8), par rapport à la même période en 2000, et de 46 % pendant la

semaine du 9 au 15 décembre, par rapport à la même période en 2000. La troisième semaine de décembre (du 16 au 22), les demandes se sont maintenues à la baisse, soit 25 % de moins que l'année précédente, mais ont augmenté de 59 % la dernière semaine de décembre (du 23 au 29), par rapport à la même période en 2000.

Attractions : Fréquentation accrue en octobre

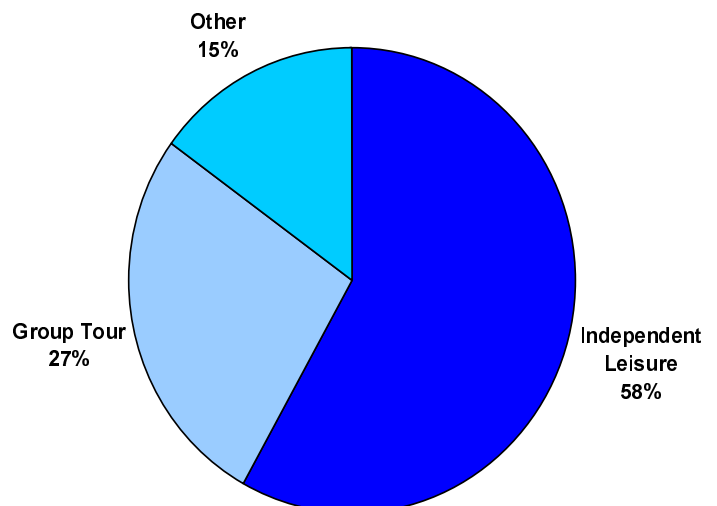
À Toronto, à Ottawa, dans la région de Niagara et dans le comté d'Essex, le taux de fréquentation des attractions a augmenté de 4,5 % en août et de 2,4 % du 1^{er} au 10 septembre, par rapport aux mêmes périodes l'an dernier. Pendant le reste du mois de septembre, à la suite des attentats terroristes aux États-Unis, la fréquentation a chuté de 25,8 %. En octobre, on prévoyait une baisse de la fréquentation de 4 %, par rapport à en octobre 2000.

Dans les régions où les attractions ont fait l'objet d'une enquête, le marché des loisirs indépendants a été le plus durement frappé, accusant des pertes de 57,6 %. De nombreuses attractions (42 %) estimaient que la baisse de fréquentation était entièrement attribuable aux événements du 11 septembre.

Les pertes de recettes entraînées par la baisse de la fréquentation se sont élevées au total à 8,4 millions de dollars et celles des manifestations annulées à 10,2 millions de dollars. À Toronto, Ottawa, dans la région de Niagara et dans le comté d'Essex, les pertes de recettes totales des attractions ont atteint 18,6 millions de dollars.

Pour télécharger une copie du rapport complet sur les attractions, veuillez visiter www.tourism.gov.on.ca

Type of Lost Business at Ontario Attractions



Statistiques de l'automne

Hébergement : Amélioration de la situation en octobre

- D'après les résultats de la deuxième étude qu'a demandée le MTCL à Pannell Kerr Forster (PKF), les régions de la province où une enquête a été effectuée ont perdu environ 590 435 chambres-nuit occupées en septembre et en octobre, ce qui représente une perte de recettes de quelque 102 millions de dollars.
- Les tableaux suivants donnent les résultats réels de chaque région de la province en septembre et en octobre 2001, ainsi que ceux de 2000, à titre de comparaison.

Taux d'occupation et tarifs quotidiens moyens Septembre et octobre 2001								
Marché	Taux d'occupation		Écart (en pourcentage)*		Tarif quotidien moyen		Variation (en pourcentage)*	
	Sept. 2001	Oct. 2001	Sept.	Oct.	Sept. 2001	Oct. 2001	Sept.	Oct.
Centre-ville de Toronto	68 %	72 %	-23 %	-10 %	168 \$	170 \$	-7 %	1 %
Aéroport de Toronto	65 %	65 %	-23 %	-14 %	112 \$	115 \$	-5 %	1 %
Ouest de la RGT	67 %	64 %	-19 %	-12 %	98 \$	99 \$	-6 %	-4 %
Est/Nord de la RGT	64 %	61 %	-24 %	-15 %	110 \$	109 \$	-3 %	-1 %
Total pour la RGT	66 %	67 %	-23 %	-12 %	133 \$	135 \$	-6 %	0 %
Kingston	77 %	66 %	-8 %	-10 %	106 \$	91 \$	5 %	1 %
Est de l'Ontario – Autre	66 %	59 %	-9 %	-3 %	87 \$	81 \$	4 %	3 %
Total pour l'Est de l'Ontario	70 %	62 %	-9 %	-6 %	94 \$	85 \$	4 %	2 %
Ottawa	72 %	76 %	-19 %	-8 %	130 \$	132 \$	4 %	3 %
London	65 %	59 %	-12 %	-11 %	97 \$	92 \$	2 %	1 %
Windsor	53 %	52 %	-21 %	-24 %	104 \$	102 \$	-1 %	-3 %
KW/Cambridge/Guelph	72 %	66 %	-12 %	-9 %	95 \$	97 \$	6 %	10 %
Niagara Falls	64 %	54 %	-25 %	-23 %	118 \$	102 \$	-2 %	5 %
Région de Niagara – Autre	64 %	61 %	-15 %	1 %	90 \$	76 \$	-1 %	-2 %
Sud de l'Ontario – Autre	62 %	48 %	-8 %	-11 %	95 \$	93 \$	-1 %	0 %
Centres de villégiature de l'Ontario	65 %	53 %	-12 %	-12 %	160 \$	147 \$	0 %	6 %
North Bay	72 %	63 %	0 %	-6 %	89 \$	87 \$	3 %	6 %
Sudbury	69 %	71 %	-7 %	5 %	84 \$	83 \$	3 %	4 %
Sault-Sainte-Marie	81 %	62 %	-5 %	-1 %	97 \$	87 \$	1 %	0 %
Nord de l'Ontario – Autre	76 %	70 %	-1 %	10 %	85 \$	84 \$	1 %	1 %
TOTAL POUR L'ONTARIO	67 %	65 %	-18 %	-11 %	120 \$	119 \$	-3 %	1 %

* variation en pourcentage
Source : Pannell Kerr Forster

Pour télécharger une copie du rapport complet sur l'hébergement, visitez www.tourism.gov.on.ca.

Statistiques de l'automne

Réservations et annulations sur le système Sabre : Réservations à la hausse en octobre

Établi au Texas, le système global de distribution (GDS) Sabre relie plus de 59 000 agences de voyages du monde entier, leur donnant accès aux produits de 450 lignes aériennes, 54 agences de location de voitures, huit compagnies de croisières touristiques, 33 lignes de chemin de fer et 228 tours opérateurs.

Le tableau suivant indique les réservations d'hébergement, de location de voitures et de billets d'avion effectuées pour des destinations canadiennes, ainsi que les annulations de vols d'avion en septembre et octobre 2001, selon la province canadienne.

Comme il l'est mis en relief dans le tableau suivant, la location de voitures en Ontario a accusé la baisse de réservations la plus importante, soit une chute de 32,1 % par rapport à en septembre 2000. Les réservations de vols d'avion ont baissé de 10,6 %, tandis que les réservations de chambres d'hôtel ont

enregistré une baisse de 9,3 %, par rapport à en septembre 2000. En septembre, les annulations de vols d'avion ont augmenté de 10,6 %.

En octobre, les réservations de chambres d'hôtel et de voitures de location ont augmenté de 9,4 % et de 30,3 %, respectivement. Les réservations de vols d'avion sont restées à la baisse (6,7 %) et les annulations de vols d'avion ont augmenté de 10,3 %, par rapport à en octobre 2000.

Selon les estimations de Sabre, une réservation de chambre d'hôtel représente en moyenne 2,2 chambres-nuit. À ce titre, d'après les taux d'occupation et les chambres-nuit disponibles, les réservations de Sabre ont représenté 4,6 % des chambres occupées au Canada (3,9 % en septembre) et 5,6 % des chambres occupées en Ontario (6,3 % en septembre) en octobre 2001.¹ En raison du nombre limité de réservations effectuées par l'intermédiaire de Sabre, il ne faut pas extrapoler les données présentées ici à tout le secteur de l'hébergement.

Réservations choisies ¹ effectuées sur Sabre Septembre et octobre 2001 ²								
	Réservations d'hôtel		Réservations de voitures de location		Réservations de vols d'avion		Annulations de vols d'avion ³	
	Sept.	Oct.	Sept.	Oct.	Sept.	Oct.	Sept.	Oct.
Colombie-Britannique	-10,0 %	2,5 %	-17,6 %	9,3	-3,2 %	-6,4	13,6 %	11,3
Alberta	-3,5 %	1,9 %	-9,9 %	1,0	-4,4 %	-9,1	19,6 %	5,2
Saskatchewan	-11,6 %	-1,4 %	-9,9 %	-0,2	-22,3 %	-8,8	-4,1 %	16,7
Manitoba	-2,8 %	0,1 %	-3,3 %	5,8	-15,5 %	-24,0	1,8 %	2,1
Ontario	-9,3 %	9,4 %	-32,1 %	30,3	-10,6 %	-6,7	10,6 %	10,3
Québec	-8,6 %	8,4 %	-20,7 %	30,8	-16,8 %	-12,5	0,1 %	-2,8
Nouveau-Brunswick	-4,0 %	-1,9 %	-4,8 %	12,9	-5,2 %	-13,3	11,1 %	-8,0
Terre-Neuve	-11,1 %	-6,5 %	-2,8 %	2,1	6,0 %	26,1	22,2 %	46,8
Nouvelle-Écosse	-4,5 %	-2,7 %	-12,7 %	0,4	-3,1 %	9,4	17,6 %	27,1
Île-du-Prince-Édouard	-23,7 %	-12,9 %	-29,6 %	-2,0	-7,4 %	0,7	20,2 %	14,5
Territoires du Nord-Ouest	-28,6 %	54,0 %	15,0 %	17,9	-1,7 %	9,1	9,9 %	-18,8
Yukon	-19,7 %	-18,6 %	13,7 %	-24,1	20,0 %	-7,7	32,4 %	8,0
Nunavut	-39,4 %	22,7 %	S/O	S/O	S/O	S/O	S/O	S/O

¹ Les réservations indiquent les chambres, voitures de location ou billets d'avion consommés en septembre ou en octobre.

² Variation procentuelle au cours de la même période en 2000

³ Les annulations de billets d'avion indiquent les billets réservés pour septembre ou octobre, mais qui ont été annulés sans être consommés

Statistiques de l'automne

Passages frontaliers

- Les données de Statistique Canada sur les passages frontaliers en Ontario confirment l'effet nuisible des attentats terroristes du 11 septembre à New York et à Washington. Globalement, les passages frontaliers internationaux ont baissé de 29 % en septembre 2001, par rapport à en septembre 2000, et de 32,6 % en octobre 2001, par rapport à en octobre 2000.
- En dépit de cette baisse, globalement, les passages frontaliers internationaux d'une nuit ont augmenté de 1,8 % de janvier à octobre 2001, par rapport à la même période l'année précédente.
- Bien qu'encore négatifs par rapport à 2000, les passages frontaliers en Ontario ont commencé à augmenter en novembre 2001 (par rapport à la baisse enregistrée en septembre et octobre 2001). Globalement, les passages internationaux ont chuté de 17 %, mais les passages frontaliers de résidents internationaux qui ont passé une nuit ou plus dans la province n'ont baissé que de 8 %, par rapport à en novembre 2000, situation attribuable à l'augmentation de résidents américains qui sont entrés en Ontario en voiture et y ont passé plus d'une nuit. En novembre 2001, ce segment a augmenté de 11,8 % par rapport à 2000.

Passages frontaliers internationaux en Ontario Septembre - Novembre 2001 et depuis le début de l'exercice financier (novembre 2001) Variation (en pourcentage) par rapport à 2000				
	Septembre 2001	Octobre 2001	Novembre 2001	Depuis le début de l'exercice financier, de janvier à novembre
Total É.-U.	-28,7 %	-32,5 %	-17,1 %	-2,0 %
Total outre-mer	-32,4 %	-34,0 %	-31,8 %	-9,3 %
Total international	-29,0 %	-32,6 %	-17,0 %	-2,4 %
Nuitée U.-U.	-20,1 %	-12,3 %	-3,4 %	4,1 %
Nuitée outre-mer	-32,0 %	-30,8 %	-29,1 %	-8,3 %
Nuitée internationale	-22,8 %	-16,4 %	-8,0 %	1,8 %

Source : Statistique Canada

Le tourisme en Ontario en bref

- Globalement, 6 % des personnes qui visitent l'Ontario (7 % des visiteurs américains, 88 % des visiteurs d'outre-mer et 3 % des visiteurs nationaux) voyagent en avion.
- Les touristes américains représentent 28 % de tous les visiteurs de l'Ontario. Les New-Yorkais représentent 28 % des visiteurs américains en Ontario, les visiteurs en provenance des autres États frontaliers 57 % et ceux des États non frontaliers 15 %.
- Plus de 14 % des visiteurs américains et 12 % des visiteurs nationaux en Ontario habitent à plus de 320 km de leur destination en Ontario.
- En 2000, le nombre total de visiteurs en Ontario a baissé de 1,7 % par rapport aux chiffres de 1999, selon des chiffres nationaux préliminaires et des statistiques internationales définitives. (Source : Données internationales – Statistique Canada, données nationales – modèle prévisionnel du MTCL). Entre-temps, les dépenses touristiques (internationales et nationales) dans la province ont augmenté de 7,9 % au cours de la même période.
- Selon les statistiques internationales, le nombre des visiteurs américains en Ontario a baissé en 2000 de 3,2 %, tandis que celui des visiteurs américains d'une nuit a baissé en 2000 de 2,9 %, par rapport à 1999. Les visiteurs d'outre-mer ont augmenté en Ontario de 6,7 %, tandis que le nombre des visiteurs d'outre-mer une nuit a baissé de 4,8 % par rapport à 1999 (Statistique Canada).

Quoi de neuf dans le secteur de la recherche?

Sites Web

Ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs de l'Ontario – <http://www.tourism.gov.on.ca>

Partenariat ontarien de marketing touristique – <http://www.tourismpartners.com>

Commission canadienne du tourisme – <http://www.canadatourism.com>

Statistique Canada – <http://www.statcan.ca>

TTRA Canada – <http://www.ttracanada.ca/f/index.htm>

TTRA International – <http://www.ttra.com>

Liens sur la recherche sur le tourisme – <http://www.waksberg.com>

Tourism Research Exchange – <http://www.trex.uwaterloo.ca>

Organisation mondiale du tourisme – <http://www.world-tourism.org>

Ministère du Commerce américain, Industrie du tourisme – <http://tinet.ita.doc.gov/>

Nouvelles publications et études MTCL

On trouvera l'étude sur les répercussions des événements du 11 septembre sur le secteur des attractions et celui de l'hébergement que le MTCL à <http://www.tourism.gov.on.ca/french/research/development.asp>

On peut désormais télécharger tous les rapports sur le marché des voyages à <http://www.tourism.gov.on.ca/french/research/surveys.asp>
On peut télécharger les rapports 2000 sur le marché

touristiques américains et d'outre-mer (y compris les tableaux de données au complet) à <http://www.tourism.gov.on.ca/french/research/surveys.asp>

L'étude sur les destinations touristiques de premier rang est terminée. On peut télécharger le rapport *Cadre d'évaluation des destinations touristiques de premier rang et le sommaire de son test dans la région de la baie Georgienne* à partir de notre site Web à <http://www.tourism.gov.on.ca/english/about/investment.asp>.

On peut consulter La Stratégie de tourisme vinicole et culinaire de l'Ontario sur notre site Web à la rubrique « ce qu'il y a de neuf ». Pour de plus amples renseignements sur l'un des deux rapports, veuillez contacter Wendy Koh au Bureau de l'investissement et du développement (BID) du ministère à wendy.koh@omt.gov.on.ca

Le MTCL a passé un contrat avec PricewaterhouseCoopers pour que la société mette à jour la base de données du ministère sur les établissements et les intervenants dans l'industrie du tourisme. La base de données servira à appuyer les partenariats de marketing dans l'industrie et à contribuer à la recherche sur les produits touristiques de l'avenir et à des analyses d'incidence sur les politiques. Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter Jackie Ma au 416 325-1848 ou par courrier électronique à jackie.ma@omt.gov.on.ca

On trouvera gratuitement sur le site Web du ministère dix rapports d'**Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPMV)** : Segmentation culturelle et de divertissement, Jeux de casino, Agrotourisme, Golf, Sports, Ski alpin et planche à neige, Horticulture, Manifestations et activités autochtones, Installations thermales et Généralités. Au début de 2002, les rapports EAPMV suivants seront affichés sur notre site Web : Tourisme vinicole et culinaire, Activités de plein air, Expériences d'apprentissage, Profil des jeunes, des familles et des personnes d'âge mûr et Intérêts émergents en matière de vacances.