

## Dans ce numéro :

Message du Ministre  
 Perspectives économiques  
 Statistiques sur le tourisme : Voyageurs aériens européens en Ontario, Centres d'information touristiques de l'Ontario, Indice des prix des voyages en Ontario, Hébergement, Passages frontaliers  
 Sujets spéciaux : Si l'avenir était maintenant...  
 Quoi de neuf dans le secteur de la recherche?  
 Liste des sites Web utiles, conférences futures et nouvelles publications et études

## Message du Ministre



Chers collègues de l'industrie du tourisme,

À titre de nouveau ministre du Tourisme et des Loisirs, c'est la première occasion qui m'est donnée de vous présenter un numéro de *Industrie du tourisme de l'Ontario : Faits et chiffres*. Cette publication vise à vous faire part des dernières prévisions économiques, statistiques et recherches portant sur notre industrie. Ces renseignements, ajoutés à votre expérience, devraient vous aider à faire en sorte que votre entreprise prenne de l'essor.

Au cours des dernières semaines, j'ai écouté les commentaires que bon nombre d'entre vous avez exprimés à l'égard du plan de promotion du tourisme du gouvernement et j'ai pris note de votre vision de notre industrie. Dans le cadre des consultations menées sur la stratégie de promotion du tourisme, des intervenants à Ottawa, à Niagara Falls, à Toronto ainsi qu'à Windsor ont fait part de leurs idées quant à la façon d'améliorer et de promouvoir l'industrie touristique en Ontario. Dans les semaines à venir, j'attendrai avec impatience d'entendre le point de vue des intervenants à North Bay, Thunder Bay et Peterborough. Je compte tirer parti de votre expérience à tous dans l'élaboration de notre stratégie globale.

Cette publication ainsi que les consultations en cours renforceront nos efforts pour assurer le succès des entreprises touristiques ontariennes ainsi que de l'industrie touristique dans son ensemble.

Cordialement,



Le ministre du Tourisme et des Loisirs,  
 Frank Klees

Publié par le ministère du Tourisme et des Loisirs,  
 9<sup>e</sup> étage, Édifice Hearst  
 900, rue Bay, Toronto, ON M7A 2E1  
[www.tourism.gov.on.ca/french/index.asp](http://www.tourism.gov.on.ca/french/index.asp)

## Perspectives économiques

**La vigueur de l'économie ontarienne devrait se maintenir en 2003.**

La croissance économique de l'Ontario surpassera celle de l'ensemble du Canada au cours de 2002 et le taux de chômage dans la province sera inférieur à la moyenne nationale. Cette vigueur devrait se maintenir en 2003.

### Canada

Le produit intérieur brut du Canada (PIB) est censé augmenter de 4,3 % en 2002 et de 5,1 % en 2003. Les données publiées par le Conference Board du Canada indiquent que le PIB réel a augmenté de 2,8 % au cours du deuxième trimestre de 2002. Les résultats du troisième trimestre devraient afficher une croissance de 1,1 %.

En 2003, le taux de chômage devrait se situer à 7,2 %, diminution de 6,5 % par rapport au taux de chômage de 2002.

Le revenu disponible réel des Canadiens devrait augmenter de 4,9 % en 2002 et de 4,2 % en 2003.

La valeur du dollar canadien par comparaison au dollar américain devrait augmenter légèrement en 2003, par rapport à 2002.

### Ontario

Le PIB réel de l'Ontario a augmenté de 3,5 % au cours du deuxième trimestre de 2002. On prévoit une croissance supplémentaire de 1,4 % au cours du troisième trimestre de 2002.

Pour l'ensemble de l'année 2002, la croissance anticipée de 4,6 % du PIB réel de l'Ontario surpassera celle de tout le Canada. Cette tendance se maintiendra en 2003. Le taux de croissance de l'Ontario qui devrait atteindre 5,4 % dépassera le taux de croissance prévu de l'économie canadienne qui a été établi à 5,1 %.

Le taux de chômage de l'Ontario, qui a atteint 7,2 % au cours du troisième trimestre de 2002, a été inférieur au taux national. Les taux de chômage annuels prévus de 7,3 % en 2002 et de 7,0 % en 2003 sont aussi inférieurs aux taux nationaux.

Prévisions économiques à court terme, Canada et Ontario  
 T1 2002(réel), T3 2002, 2002 et 2003 Prévisions (p)

|                                        |     | 2t<br>2002 | 3t<br>2002<br>(p) | 2002<br>(p) | 2003<br>(p) |
|----------------------------------------|-----|------------|-------------------|-------------|-------------|
| Produit intérieur brut réel –VP        | Can | 2,8        | 1,1               | 4,3         | 5,1         |
|                                        | ON  | 3,5        | 1,4               | 4,6         | 5,4         |
| Indice des prix à la consommation – VP | Can | 1,5        | 1,1               | 2,3         | 2,5         |
|                                        | ON  | 1,1        | 1,5               | 2,3         | 2,8         |
| Taux de chômage                        | Can | 7,6        | 7,5               | 7,7         | 7,2         |
|                                        | ON  | 7,0        | 7,2               | 7,3         | 7,0         |
| Revenu disponible réel – VP            | Can | 1,5        | 1,1               | 4,9         | 4,2         |
|                                        | ON  | 1,9        | 0,8               | 4,3         | 4,5         |
| Taux de change (É-U/Can)               | Can | 0,643      | 0,642             | 0,639       | 0,646       |

(p) = prévisions

VP = variation en pourcentage par rapport à la période précédente

Source : Conference Board of Canada

# Statistiques sur le tourisme

## Voyageurs aériens européens en Ontario : Augmentation au deuxième trimestre qui devrait se maintenir.

Le nombre de voyageurs aériens européens<sup>1</sup> en Ontario a augmenté de 2 % durant le deuxième trimestre de 2002 par rapport à la même période en 2001. Les billets d'avion émis jusqu'à la fin du deuxième trimestre de 2002 pour les vols en provenance de l'Europe ayant pour destination l'Ontario indiquent une augmentation de 8 % dans les réservations de vols pour le troisième trimestre de 2002, par rapport à la même période en 2001. On a aussi constaté une augmentation des réservations de 14 % pour le quatrième trimestre de 2002, par rapport à la même période en 2001.

Source : Information et recherches de l'IATA

<sup>1</sup> Données uniquement disponibles pour le R.-U., l'Allemagne, la France, les Pays-Bas, la Suisse et la Belgique/Luxembourg

## Centres d'information touristiques de l'Ontario : nombre total de visites et de demandes toujours à la baisse.

Comparativement à l'été 2001, les demandes (nombre total de visites dans les CIT, d'appels et de demandes de renseignements par courrier) adressées aux centres d'information touristiques (CIT) de l'Ontario ont diminué de 10,2 % en juillet 2002, de 12,9 % en août et de 2,3 % en septembre 2002.

Le nombre total de visiteurs (nombre total de visiteurs, d'appels téléphoniques et de demandes de renseignements par courrier) dans les CIT a diminué par rapport à 2001 de 11,6 % en juillet, de 15,1 % en août et de 6,3 % en septembre 2002.

## Indice des prix des voyages en Ontario : le coût des biens et des services a légèrement augmenté en septembre, mais a diminué dans son ensemble au cours du troisième trimestre.

L'indice des prix des voyages en Ontario (IPV) a augmenté de 2,8 % en septembre 2002, par rapport à septembre 2001. Ceci signifie que la même quantité de services et de biens touristiques en Ontario coûtait 2,8 % de plus en septembre 2002 qu'en septembre 2001. Entre août et septembre 2002 cependant, l'IPV a diminué — les voyageurs en Ontario ont payé 1,8 % de moins en septembre qu'en août 2002 pour des services et des biens touristiques.

L'IPV en Ontario a diminué de 3,5 % durant le troisième trimestre de 2002, par rapport à la même période en 2001.

L'IPV aux États-Unis a été négatif en juillet (-1,0 %), en août (-0,3 %) et en septembre (-0,4%), le coût des voyages étant inférieur qu'au cours des mêmes mois en 2001.

## Hébergement : Les taux d'occupation et les tarifs quotidiens moyens sont demeurés à la baisse au cours des neuf premiers mois de 2002.

Les taux d'occupation en Ontario pendant les neuf premiers mois de 2002 sont tombés à 63,5 %, ce qui représente une diminution de 3,3 % par rapport à la même période en 2001. Les tarifs quotidiens moyens ont aussi diminué, mais seulement de 0,2 %.

Le tableau suivant illustre les taux d'occupation et les tarifs quotidiens moyens pour différents marchés de la province.

## Passages frontaliers : Demeurent à la baisse au cours du troisième trimestre.

Le nombre total de passages frontaliers par des Américains et des visiteurs d'outre-mer en Ontario a diminué de 4 % en 2001, par rapport à 2000; cependant le nombre total de passages frontaliers en Ontario par des visiteurs qui ont passé au moins une nuit dans la province a augmenté de 1,1 % par rapport à 2000.

Pendant les neuf premiers mois de 2002 (janvier à septembre), les passages frontaliers internationaux ont chuté de 1,1 %, par rapport à la même période en 2001.

Comparativement à 2001, le nombre de passages frontaliers totaux a diminué de 13,7 % en juillet 2002 et de 9,5 % en août 2002. Par ailleurs, les passages frontaliers s'accompagnant de séjours d'au moins 24 heures ont augmenté de 3,5 % en juillet et de 1,9 % en août. Les diminutions cumulatives sont attribuables à la diminution des passages frontaliers avec retour dans le pays d'origine le même jour, lesquels représentent 68 % des passages frontaliers totaux. Les visiteurs en Ontario qui retournent chez-eux le même jour proviennent à 99 % des États-Unis.

L'augmentation de 14,0 % dans les passages frontaliers enregistrée en septembre 2002 par rapport à septembre 2001 reflète le fait que les passages frontaliers en septembre 2001 ont été inhabituellement bas en raison des événements survenus le 11 septembre 2001. Lorsqu'on compare les données pour septembre 2002 à celles de septembre 2000, on constate une diminution de 19,1 % dans les passages frontaliers.

|                            | Total 2001 | Juillet 2002 | Août 2002 | Septembre 2002 | Cumul annuel* 2002 |
|----------------------------|------------|--------------|-----------|----------------|--------------------|
| Total É.-U.                | -3,5%      | -14,5%       | -9,6%     | 14,4%          | -11,1%             |
| Total outremer             | -11,0%     | -2,2%        | -8,3%     | 9,5%           | -10,5%             |
| Total International        | -4,0%      | -13,7%       | -9,5%     | 14,0%          | -11,1%             |
| Nuitée É.U.                | 3,7%       | 4,2%         | 3,2%      | 10,2%          | 1,4%               |
| Nuitée outremer            | -9,9%      | -0,1%        | -6,5%     | 11,4%          | -8,4%              |
| Total nuitée International | 1,1%       | 3,5%         | 1,9%      | 10,4%          | -0,3%              |

\* Cumul annuel - janvier à septembre

Source : Statistique Canada

| Marché                        | Taux d'occupation<br>Cumul annuel* 2002 | Variation en %** | Tarif quotidien moyen<br>Cumul annuel* 2002 | Variation en %** |
|-------------------------------|-----------------------------------------|------------------|---------------------------------------------|------------------|
| Centre-ville de Toronto       | 68,1%                                   | -3,0             | 162,07 \$                                   | -0,5             |
| Aéroport de Toronto           | 66,4%                                   | -4,1             | 113,28 \$                                   | -0,2             |
| Ouest de la RGT               | 63,6%                                   | -6,7             | 98,92 \$                                    | -0,9             |
| Est/Nord de la RGT            | 61,3%                                   | -6,9             | 107,30 \$                                   | 1,0              |
| Kingston                      | 64,5%                                   | -1,5             | 106,09 \$                                   | 6,8              |
| Ottawa                        | 65,8%                                   | -5,8             | 124,87 \$                                   | -2,0             |
| Total pour l'Est de l'Ontario | 59,5%                                   | 3,9              | 87,70 \$                                    | 1,8              |
| London                        | 59,1%                                   | -0,5             | 93,94 \$                                    | 0,8              |
| Windsor                       | 65,4%                                   | 3,9              | 106,54 \$                                   | -2,4             |
| KW/Cambridge/Guelph           | 63,3%                                   | -3,6             | 92,50 \$                                    | -1,4             |
| Niagara Falls                 | 60,8%                                   | 0,7              | 136,09 \$                                   | 0,3              |
| Région de Niagara - Autre     | 54,2%                                   | -5,4             | 88,93 \$                                    | 3,4              |
| Sud de l'Ontario - Autre      | 54,4%                                   | -1,6             | 97,16 \$                                    | 6,5              |
| Centre de l'Ontario           | 57,9%                                   | -4,9             | 121,55 \$                                   | 2,9              |
| North Bay                     | 60,2%                                   | -4,4             | 90,36 \$                                    | 2,4              |
| Sudbury                       | 63,8%                                   | -4,6             | 83,43 \$                                    | -0,3             |
| Sault-Sainte-Marie            | 60,3%                                   | 1,0              | 88,69 \$                                    | 2,3              |
| Nord-Ouest de l'Ontario       | 74,0%                                   | 8,2              | 85,49 \$                                    | 1,6              |
| <b>TOTAL ONTARIO</b>          | <b>63,5%</b>                            | <b>-3,3%</b>     | <b>118,77 \$</b>                            | <b>-0,2%</b>     |

\* cumul annuel - janvier à septembre 2002

\*\* variation en pourcentage par rapport au cumul annuel - septembre 2001  
Données fondées sur l'échantillon non pondéré de Pannell Kerr Forster, qui a tendance à porter sur des hôtels appartenant à des chaînes comptant au moins 30 chambres.

Source : Pannell Kerr Forster

## Sujets spéciaux

### Si l'avenir était maintenant...

De nouveaux rapports publiés à l'issue de l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages donnent un aperçu de la forme que prendra le tourisme dans 25 ans avec le vieillissement et l'évolution de la population.

Comment le tourisme s'adaptera-t-il au fait que dans 25 ans, la population sera plus vieille, plus urbaine, moins active et plus diversifiée?

Deux nouveaux rapports issus de l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages, publiés par le MTL à l'été 2002, (disponibles sur notre site Web à, <http://www.tourism.gov.on.ca/french/index.asp>) traitent des projections démographiques allant jusqu'en 2025 et 2026 qui s'appliquent à l'Ontario et aux États des Grands Lacs. Les rapports examinent certaines des conséquences de ces projections pour l'industrie touristique.

La population de l'Ontario croîtra à un rythme plus soutenu que celle du Canada dans son ensemble. D'ici 2026, la population adulte (18+) de l'Ontario augmentera de 37% et dépassera 12 millions de personnes. Les personnes âgées de 55 ans et plus (souvent considérées comme des personnes âgées) constitueront 41 % de la population ontarienne. Les ménages comptant des enfants diminueront par ailleurs.

#### Ontario

Environ la moitié de la population adulte de l'Ontario vivra dans la région de Toronto et la ville deviendra ainsi la principale source de visiteurs internes de la province. Toronto sera le principal marché touristique de l'Ontario et le lieu de résidence de la vaste majorité (73 %) des nouveaux Canadiens. La proportion de nouveaux Canadiens au sein de la population de l'Ontario passera de 31 % à 37 %. Le nombre d'immigrants d'Europe de l'Est et d'Asie qui choisiront la principale ville canadienne comme lieu de résidence augmentera.

En raison de l'évolution de la structure démographique de l'Ontario, on peut s'attendre à des changements dans la demande de produits et d'activités touristiques. Bien qu'on anticipe une croissance de 30 % durant cette période du nombre de voyages d'agrément effectués par les résidents de l'Ontario, le taux de croissance de ces voyages ne sera en moyenne que de 1 % par année alors que la population de l'Ontario augmentera de 1,2 % en moyenne par année. Le défi auquel fait face l'industrie touristique est d'attirer un nombre accru de visiteurs internes pour suivre la croissance démographique.

Une population plus âgée aura d'autres intérêts que ceux de la population actuelle. D'ici 2026, contrairement à ce qui est le cas actuellement, ce sont surtout les activités de plein air peu exigeantes ainsi que les activités et les événements culturels organisés à l'intérieur qui susciteront le plus d'intérêt. Au lieu de miser sur les émotions fortes et l'aventure, les produits et les services du domaine touristique devront sans doute mettre davantage l'accent sur la culture et le

confort. Des efforts accrus devront être déployés pour développer ce marché.

Le fléchissement de l'intérêt pour les activités extérieures s'accroîtra étant donné que la province comptera davantage de résidents nés à l'étranger, lesquels n'apprécient pas beaucoup ce genre d'activités. Les résidents nés à l'étranger auront aussi des besoins spéciaux. Il faudra sans doute concevoir des produits et des services pour répondre à leurs besoins. Il serait sans doute bon, par exemple, de produire des brochures touristiques multilingues tant sous forme imprimée que sous forme électronique. Il conviendrait sans doute aussi d'aider le personnel de l'industrie touristique à se familiariser avec diverses cultures.

Comme le marché familial se rétrécira, on s'attend à une diminution dans l'intérêt que suscitent les produits axés sur la famille par rapport à d'autres produits. On prévoit notamment une chute de fréquentation relative dans les musées, les zoos et les parcs thématiques destinés aux enfants. Les exploitants pour qui le marché familial représente un marché important devront sans doute envisager de diversifier leurs produits et leurs services pour que ceux-ci répondent aux besoins d'un auditoire plus vaste.

#### États des Grands Lacs<sup>1</sup> - 2025

Les États américains des Grands Lacs constituent les principales sources de visiteurs américains en Ontario. La population de ces États est censée croître à un rythme plus lent que la population globale des États-Unis. La population de ces États passera de 60,2 millions d'adultes en 2000 à 65,4 millions en 2025 alors que la population globale des États-Unis augmentera de 27 %. Le groupe d'âge des 55 ans et plus, qui représente actuellement 28 % de la population de ces États, en représentera 36 %. On s'attend à ce que la proportion des ménages ayant des enfants passe de 33 % à 29 %.

On prévoit que les États qui jouxtent la frontière ontarienne et l'Ontario connaîtront une évolution démographique semblable, à l'exception de la croissance du nombre de résidents nés à l'étranger. Par conséquent, les changements démographiques devraient avoir pour ce marché la même incidence en matière de produits touristiques qu'en Ontario bien que plus marquée parce que le taux de participation à de nombreuses activités de plein air aux États-Unis diminue pendant cette période tandis qu'elle ne diminue au Canada que comparativement à d'autres activités.

On s'attend à ce que le nombre de résidents des États des Grands lacs qui visiteront l'Ontario pour un séjour de plus de 24 heures augmente pendant cette période de près de 9 %, soit de 0,3 % en moyenne par année.

L'industrie touristique de l'Ontario devra intensifier ses efforts dans la région des Grands Lacs ainsi que sur le marché américain des voyages plus lointain si l'on veut constater une véritable croissance de cet important marché dans la province.

#### (Footnotes)

<sup>1</sup> États des Grands Lacs : New York, Pennsylvanie, Wisconsin, Michigan, Illinois, Indiana, Ohio, Minnesota.

\*\* Veuillez noter que les données portant sur 1-800-ONTARIO n'ont pas été incluses à ce bulletin en raison de changements apportés à la méthode de collecte.

# Quoi de neuf dans le secteur de la recherche?

## Sites Web utiles

Ministère du Tourisme et des Loisirs de l'Ontario - <http://www.tourism.gov.on.ca/french/index.asp>  
Partenariat ontarien de marketing touristique – <http://www.tourismpartners.com/TcisCtrl?site=partners&key1=home&language=FR>  
Commission canadienne du tourisme - <http://www.canadatourism.com>  
Statistique Canada - [http://www.canadatourisme.com/fr/ctc/ctc\\_index.cfm](http://www.canadatourisme.com/fr/ctc/ctc_index.cfm)  
TTRA Canada - <http://www.ttracanada.ca>  
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/francais/index.htm>  
Ministère du Commerce américain, Industrie du tourisme - <http://tinet.ita.doc.gov>

## Conférences futures

La **Tourism Federation of Ontario** tiendra son cinquième colloque sur l'ensemble de l'industrie touristique les 25 et 26 mars 2003, au Casino Rama, à Orillia. Arrivez un jour plus tôt (le 24 mars) et participez à trois autres activités au Casino Rama – Le mini-congrès et réunion annuelle de la Ontario Accommodation Association, la Conférence du printemps et réunion annuelle de Resorts Ontario et la quatrième superexposition annuelle sur l'hébergement. Pour de plus amples renseignements sur ces activités, veuillez communiquer avec Bruce Gravel au 705 745-4982.

Le **Conference Board of Canada** tiendra les conférences ci-dessous. Pour de plus amples renseignements, veuillez visiter le site de l'organisme à [www.conferenceboard.ca](http://www.conferenceboard.ca).

Knowledge Management Conference: Advancing Knowledge Management for Competitive Advantage (Conférence sur la gestion du savoir : la gestion du savoir comme avantage compétitif) les 11 et 12 décembre 2002 à l'hôtel Sheraton Centre, à Toronto.

Linking Sustainable Development and Shareholder Value: An Executive Seminar for the Investment Community (Le lien entre le développement durable et l'avoir des actionnaires : séminaire à l'intention des intervenants du milieu des investissements) le 13 décembre 2002 au The Design Exchange, à Toronto.

Incubation and New Ventures Conference: A Commitment to Entrepreneurship (Conférence sur l'incubation et les nouveaux projets d'investissement : Engagement envers l'entrepreneuriat), les 23 et 24 janvier 2003 à l'hôtel Hilton Bonaventure, à Montréal, au Québec.

Une série de Business Outlook Briefings (séances d'information sur les perspectives d'affaires) dans l'ensemble du Canada. Une séance est prévue en Ontario et elle se tiendra à Toronto, le 4 mars 2003, à l'hôtel Novotel Toronto Centre. Pour de plus amples renseignements, veuillez téléphoner au 1-800-267-0666.

L'**Association canadienne du marketing** organise plusieurs ateliers mensuels portant sur divers aspects du marketing comme un atelier avancé sur l'Internet qui aura lieu à l'hôtel Sheraton, à Toronto, le 3 décembre 2002. Pour de plus amples renseignements sur cet atelier et beaucoup d'autres, veuillez visiter [www.the-cma.org](http://www.the-cma.org).

Le **13<sup>e</sup> Congrès mondial et exposition 2003 de l'IATOS** portant sur l'aventure et l'écotourisme aura lieu à Chicago, en Illinois, du 19 au 23 février 2003. Pour de plus amples renseignements, veuillez visiter [www.iatos.com](http://www.iatos.com).

## Nouvelles publications et études

Deux nouvelles études portant sur les activités et les préférences en matière de voyages des particuliers en 2026 sont disponibles sur notre site Web. Une autre étude portant sur le marché de l'opéra à l'heure actuelle ainsi qu'en 2026 dans les régions de Toronto, Hamilton et Oshawa sera disponible sur le site Web du MTL à la mi-décembre.

Une nouvelle étude, également fondée sur les données provenant de l'ÉAPMV, intitulée « Cibler les innovateurs touristiques » est disponible sur le site du MTL. Ce rapport fournit des renseignements sur le marché le plus ouvert aux nouvelles expériences et l'appui donné à un nouveau produit par ces innovateurs accélère souvent son acceptation par un auditoire plus vaste.

Le rapport intitulé « Le marché des voyages des Canadiens en Ontario 2001 » est disponible sur notre site Web, à <http://www.tourism.gov.on.ca/french/research/surveys.asp>. Il s'agit d'un rapport sur les voyages dans les régions touristiques de l'Ontario effectués par les résidents de la province ainsi que les autres Canadiens. Il fournit des détails sur le volume des voyages et les dépenses engagées par les résidents canadiens visitant l'Ontario ainsi que sur leur comportement de voyage. Vous trouverez aussi sur le site du ministère des centaines de pages de données provenant de l'Enquête sur les voyages des Canadiens, mais si vous avez de la difficulté à accéder à ces renseignements, n'hésitez pas à téléphoner à Min Yan, au 416 325-6057 ou à lui écrire à [min.yan@mczcr.gov.on.ca](mailto:min.yan@mczcr.gov.on.ca).

Les perspectives semestrielles sur l'industrie touristique publiées par le MTL seront disponibles à la mi-décembre 2002 sur le site Web du ministère à <http://www.tourism.gov.on.ca/french/index.asp>.

Le Profil économique du tourisme axé sur les ressources en Ontario, 1999, est maintenant disponible sur le site Web du MTL.

Faites-nous part de vos commentaires!

Visitez : <http://www.tourism.gov.on.ca/french/index.asp>

Veuillez visiter notre site Web, à <http://www.tourism.gov.on.ca/french/index.asp> pour de plus amples renseignements sur le rendement actuel de l'industrie ainsi que sur les tendances et les statistiques historiques.



## Questions? Suggestions?

Veuillez communiquer avec Larissa Deneau, au 416 325-8287, ou par courriel à : [larissa.deneau@mczcr.gov.on.ca](mailto:larissa.deneau@mczcr.gov.on.ca)