

# Industrie du Tourisme de l'Ontario

## Faits et Chiffres

### Dans ce numéro

#### Perspectives économiques

- Canada et Ontario

#### Statistiques sur le tourisme

- Poste des voyages internationaux
- Mouvements transfrontaliers internationaux
- Hébergement
- Demandes de renseignements
- Indice des prix des voyages

#### Sujet spécial

- Destinations adaptées aux personnes handicapées

#### Quoi de neuf dans le secteur de la recherche?

- Dernières publications et recherches
- Prochaines conférences
- Sites Web utiles

### Poste des voyages internationaux

- En 2006, le déficit touristique de l'Ontario a atteint 4,2 milliards de dollars, une hausse de 1 % par rapport à 2005. Le déficit du Canada, entre-temps, a affiché une augmentation de 25 % et atteint 6,7 milliards de dollars.
- Les résultats préliminaires du premier trimestre de 2007 indiquent que le déficit touristique de l'Ontario s'est chiffré à 2,2 milliards de dollars, soit une hausse de 10 % par rapport au premier trimestre de 2006, tandis que le déficit touristique du Canada a augmenté de 9 %, se chiffrant à 4,1 milliards de dollars pour cette période

Source : Ministère du Tourisme de l'Ontario

### Perspectives économiques :

Résultats inférieurs de l'Ontario par rapport à la moyenne nationale

#### Indicateurs économiques à court terme\* Canada et Ontario

|                                                           |     | 2006 | 2007 | 2008 |
|-----------------------------------------------------------|-----|------|------|------|
| Produit intérieur brut réel**                             | Can | 2.7  | 2.7  | 3.4  |
| Taux de variation par rapport à la période précédente (%) | ON  | 1.3  | 2.0  | 3.4  |
| Indice des prix à la consommation                         | Can | 2.0  | 1.3  | 2.0  |
| Taux de variation par rapport à la période précédente (%) | ON  | 1.8  | 1.2  | 2.0  |
| Taux de chômage (%)                                       | Can | 6.3  | 6.1  | 6.0  |
|                                                           | ON  | 6.3  | 6.4  | 6.5  |
| Revenu personnel disponible                               | Can | 5.1  | 4.3  | 3.4  |
| Taux de variation par rapport à la période précédente (%) | ON  | 3.5  | 3.8  | 3.3  |

\*Données prévisionnelles, sauf pour le taux de chômage 2006. \*\*PIB aux prix de base (en dollars constants de 1997). Source : Conference Board du Canada

### Statistiques sur le tourisme

#### Mouvements transfrontaliers internationaux

#### Baisse de 21 % du marché américain pendant les quatre premiers mois de 2007

De janvier à avril 2007, on a enregistré 3,9 millions de passages transfrontaliers des États-Unis en Ontario, soit une baisse de presque 52 % par rapport à la période correspondante de 1998, l'année record.

- Les entrées directes en Ontario ont augmenté de 0,2 %, tandis que celles par les États-Unis étaient en baisse de 0,1 %.
- On a enregistré une baisse pour trois des quatre principaux marchés habituels de la province, Royaume-Uni (-3,8 %), Japon (-14,6 %), France (-9 %), et une hausse modeste pour l'Allemagne. Un groupe plus large de nouveaux marchés, dont le Mexique, la Corée du Sud, l'Inde et la Chine, compense les pertes enregistrées pour les marchés traditionnels, et maintient une stabilité des entrées en Ontario en provenance d'outre-mer.

#### Stabilité du marché d'outre-mer pendant les quatre premiers mois de 2007

De janvier à avril 2007, 360 000 voyageurs venant de pays d'outre-mer sont entrés en Ontario, une hausse de seulement 0,1 % par rapport à la période correspondante de 2006.

- Les entrées directes en Ontario ont augmenté de 0,2 %, tandis que celles par les États-Unis étaient en baisse de 0,1 %.
- On a enregistré une baisse pour trois des quatre principaux marchés habituels de la province, Royaume-Uni (-3,8 %), Japon (-14,6 %), France (-9 %), et une hausse modeste pour l'Allemagne. Un groupe plus large de nouveaux marchés, dont le Mexique, la Corée du Sud, l'Inde et la Chine, compense les pertes enregistrées pour les marchés traditionnels, et maintient une stabilité des entrées en Ontario en provenance d'outre-mer.

#### Mouvements frontaliers internationaux vers l'Ontario en 2006\*

|                          | 2006  | janv.-avr. 2007 |
|--------------------------|-------|-----------------|
| Total, international (%) | -9.0  | -19.5           |
| Total, États-Unis (%)    | -9.9  | -21.1           |
| É.-U. -24 heures (%)     | -12.7 | -25.4           |
| É.-U. +24 heures (%)     | -5.1  | -11.1           |
| Total, outre-mer (%)     | 0.5   | 0.1             |

\*Variation exprimée en pourcentage par rapport à la période. Source : Statistique Canada

## Hébergement

### Légère baisse des taux d'occupation et bonne poussée du tarif quotidien moyen pendant les quatre premiers mois de 2007

- De janvier à avril 2007, le taux d'occupation moyen dans les hôtels de l'Ontario a été de 55,3 %, une baisse de 0,4 point de pourcentage par rapport à 2006, un résultat encore inférieur à celui de 2001 qui avait atteint un niveau record pour la période.
- Au cours de la même période, le tarif quotidien moyen (TQM) dans les hôtels de l'Ontario a augmenté de 1,9 %, atteignant 120,73 \$, ce qui a entraîné une hausse modeste de 1,1 % du revenu par chambre disponible (RevPAR).

Le tableau (à droite) indique les taux d'occupation et les tarifs quotidiens moyens sur divers marchés de la province au cours des quatre premiers mois de 2007.

### Le taux d'occupation et le tarif quotidien moyen des hôtels de l'Ontario janvier à avril 2006

|                                 | Taux d'occupation (en %) |                 |                     | Tarif quotidien moyen (en \$) |                  |                |
|---------------------------------|--------------------------|-----------------|---------------------|-------------------------------|------------------|----------------|
|                                 | janv.-avr. 2007          | janv.-avr. 2006 | Point de variation* | janv.-avr. 2007               | janv.-avr. 2006  | Variation en % |
| <b>Ontario</b>                  | <b>55.3%</b>             | <b>55.7%</b>    | <b>-0.4</b>         | <b>120.73 \$</b>              | <b>118.50 \$</b> | <b>1.9 %</b>   |
| Région du grand Toronto (RGT)   | 60.7%                    | 60.1%           | 0.6                 | 131.60 \$                     | 128.17 \$        | 2.7 %          |
| Centre-ville de Toronto         | 62.1 %                   | 59.9%           | 2.2                 | 155.78 \$                     | 149.60 \$        | 4.1 %          |
| Aéroport de Toronto             | 69.8 %                   | 68.2%           | 1.6                 | 118.43 \$                     | 117.56 \$        | 0.7 %          |
| RGT Ouest                       | 58.1%                    | 56.5%           | 1.6                 | 108.55 \$                     | 107.68 \$        | 0.8 %          |
| RGT Est/Nord                    | 53.2%                    | 56.6%           | -3.4                | 117.52 \$                     | 114.60 \$        | 2.5 %          |
| <b>Est de l'Ontario</b>         | <b>47.4%</b>             | <b>49.4%</b>    | <b>-2.0</b>         | <b>97.69 \$</b>               | <b>94.33 \$</b>  | <b>3.6 %</b>   |
| Kingston                        | 52.4%                    | 52.5%           | 0.0                 | 106.58 \$                     | 101.95 \$        | 4.5 %          |
| Est de l'Ontario, autres        | 44.9%                    | 47.8%           | -2.8                | 92.67 \$                      | 90.00 \$         | 3.0 %          |
| <b>Ottawa</b>                   | <b>64.2%</b>             | <b>62.7%</b>    | <b>1.5</b>          | <b>130.34 \$</b>              | <b>126.12 \$</b> | <b>3.3 %</b>   |
| Centre-ville d'Ottawa           | 64.6%                    | 64.2%           | 0.4                 | 135.03 \$                     | 130.68 \$        | 3.3 %          |
| Ottawa Ouest                    | 62.7%                    | 58.1%           | 4.6                 | 120.07 \$                     | 116.28 \$        | 3.3 %          |
| Ottawa Est                      | 64.3%                    | 59.2%           | 5.1                 | 108.95 \$                     | 103.62 \$        | 5.1 %          |
| <b>Sud de l'Ontario</b>         | <b>45.9%</b>             | <b>47.7%</b>    | <b>-1.8</b>         | <b>104.43 \$</b>              | <b>105.37 \$</b> | <b>-0.9 %</b>  |
| London                          | 57.1%                    | 61.6%           | -4.4                | 102.59 \$                     | 99.87 \$         | 2.7 %          |
| Windsor                         | 48.8%                    | 54.2%           | -5.4                | 98.96 \$                      | 115.21 \$        | -14.1 %        |
| K/W/Cambridge/Guelph            | 53.8%                    | 56.9%           | -3.2                | 104.94 \$                     | 101.98 \$        | 2.9 %          |
| Hamilton/Brantford              | 60.1%                    | 56.5%           | 3.7                 | 105.27 \$                     | 98.69 \$         | 6.7 %          |
| Niagara Falls                   | 39.5%                    | 40.3%           | -0.8                | 111.58 \$                     | 114.22 \$        | -2.3 %         |
| Région Niagara, autres          | 37.1%                    | 38.3%           | -1.2                | 86.11 \$                      | 83.88            | 2.7 %          |
| Sud de l'Ontario, autres        | 39.0%                    | 41.8%           | -2.8                | 96.76 \$                      | 92.29 \$         | 4.8 %          |
| <b>Centre de l'Ontario</b>      | <b>41.50%</b>            | <b>46.4%</b>    | <b>-4.9</b>         | <b>115.71 \$</b>              | <b>129.12 \$</b> | <b>-10.4 %</b> |
| <b>Nord-Est de l'Ontario</b>    | <b>59.6%</b>             | <b>60.0%</b>    | <b>-0.4</b>         | <b>88.82 \$</b>               | <b>85.86 \$</b>  | <b>3.4 %</b>   |
| North Bay                       | 59.4%                    | 61.8%           | -2.4                | 92.65 \$                      | 90.31 \$         | 2.6 %          |
| Sudbury                         | 65.1%                    | 59.3%           | 5.9                 | 92.44 \$                      | 91.01 \$         | 1.6 %          |
| <b>Centre-Nord de l'Ontario</b> |                          |                 |                     |                               |                  |                |
| Sault Ste. Marie                | 41.0%                    | 47.4%           | -6.4                | 84.76 \$                      | 80.66 \$         | 5.1 %          |
| <b>Nord-Ouest de l'Ontario</b>  | <b>56.7%</b>             | <b>57.3%</b>    | <b>-0.6</b>         | <b>90.39 \$</b>               | <b>89.21 \$</b>  | <b>1.3 %</b>   |
| Thunder Bay                     | 61.1%                    | 61.9%           | -0.8                | 93.86 \$                      | 92.44 \$         | 1.5 %          |

\* Variation en point de pourcentage

Source: Trends in the Canadian Hotel Industry, PKF Consulting.

Données fondées sur un échantillon non pondéré de PKF principalement constitué d'hôtels de marque de 30 chambres ou plus.

## Quoi de neuf dans le secteur de la recherche ?

### Dernières publications et recherches

[www.research.tourism.gov.on.ca](http://www.research.tourism.gov.on.ca)

- Un rapport sur les intentions de voyage pour le printemps et l'été 2007 est présenté sous la rubrique Rapports > Les intentions de voyage de la section Recherche touristique du site Web du ministère du Tourisme.
- Un rapport sur les résultats du premier trimestre 2007 et sur les perspectives pour le deuxième trimestre 2007, préparé à l'issue de l'Enquête sur le climat des affaires dans le secteur de l'hébergement des voyageurs, est présenté sous la rubrique Rapports > Le climat des affaires.
- Les perspectives touristiques en Ontario : 2007-2011, prévisions terminées en juin 2006, propose des perspectives sur les voyages à destination et en provenance de l'Ontario ainsi que sur le marché touristique en général. Vous les trouverez sur le site Web sous la rubrique Prévisions.

- Un certain nombre de nouveaux rapports préparés à l'issue de l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages 2006 (EAPV) sont maintenant disponibles, parmi lesquels :

- Segmentation de la fidélisation des marchés touristiques américain et canadien
- Les touristes qui visitent le nord de l'Ontario
- Des rapports sur le marché touristique américain couvrant une grande variété d'activités, notamment les activités maritimes, les sports de la navigation et de la nage, la plongée autonome et la plongée avec tuba, la voile et le surf, la randonnée pédestre, l'escalade et le pagayage, l'observation de la faune, la motoneige et le véhicule tout-terrain et l'équitation
- Le magasinage - Une analyse des marchés américain et ontarien

Vous trouverez les rapports indiqués ci-dessus, et bien d'autres, ainsi qu'un calendrier des prochains rapports sous la rubrique Rapports > EAPV.

## Sujet spécial: Des destinations adaptées aux personnes handicapées

Cette rubrique propose un bref survol de la situation concernant les voyageurs à la recherche de destinations touristiques adaptées aux besoins des personnes handicapées. Les données sont le fruit de l'Enquête sur les activités et préférences en matière de voyages (EAPV) de 2006, dans le cadre de laquelle on demandait aux voyageurs d'indiquer si, au moment de choisir une destination de voyage d'agrément à l'extérieur de la ville, le fait qu'une destination soit adaptée aux besoins des personnes handicapées était sans importance, avait une certaine importance ou une grande importance.

- Au Canada, 1,2 million de voyageurs (ou 5,9 % de tous les voyageurs canadiens) ont répondu que le fait qu'une destination soit adaptée aux besoins des personnes handicapées revêt une grande importance pour eux. Un groupe de 3,2 millions de Canadiens (ou 15,5 %) a indiqué que cela avait une certaine importance dans le choix de la destination voyage.
- Aux États-Unis, 16,1 millions de voyageurs (ou 9,2 % de l'ensemble des voyageurs américains) ont déclaré que c'était un facteur ayant une grande importance, tandis que 32,5 millions (ou 18,4 %) considéraient qu'il avait une certaine importance.

### À quelle fréquence voyagent-ils?

Les voyageurs à la recherche de destinations adaptées aux besoins des personnes handicapées voyagent presque autant que les autres.

- Les voyageurs canadiens à la recherche de destinations adaptées ont fait en moyenne 3,3 voyages pendant la période de deux ans couverte par l'enquête, tandis que la fréquence était de 3,7 voyages pour les autres Canadiens pendant la même période.
- L'enquête a indiqué une tendance similaire chez les voyageurs américains, avec une moyenne de 3,2 voyages pour ceux cherchant les destinations adaptées et une moyenne de 3,6 voyages pour les autres voyageurs américains.

### Quelles sont leurs destinations?

La fréquence des voyages de ceux qui cherchent une destination adaptée est similaire (ou légèrement inférieure) à celle des autres voyageurs, en particulier pour les destinations à l'intérieur de leur pays, mais nettement plus basse pour les destinations à l'extérieur de leur pays et de l'Amérique du Nord.

- Les voyageurs canadiens à la recherche de destinations adaptées sont plus enclins à visiter la Nouvelle-Écosse et le Nouveau-Brunswick et moins enclins à visiter la Colombie-Britannique, le Québec ou les territoires. La fréquence des voyages aux États-Unis est inférieure d'environ 25 % pour ce segment, tandis que la fréquence des voyages au Mexique, en Amérique du Sud/Centrale, aux Caraïbes et en Europe est inférieure de moitié à celle des autres voyageurs canadiens.
- Les voyageurs américains à la recherche de destinations adaptées sont un peu moins enclins à visiter leur propre État (4 % moins enclins que les autres voyageurs américains) et les autres États (8 % moins enclins). Leur fréquence de voyages au Canada est de 25 % inférieure à celle des autres voyageurs américains, tandis que celle des voyages au Mexique, en Amérique du Sud et Centrale et aux Caraïbes est de 35 % plus basse environ.

Vous trouverez la version intégrale du rapport sur le site Web suivant: [www.research.ontario.gov.on.ca](http://www.research.ontario.gov.on.ca) sous la rubrique **Rapports > EAPV**.

## Prochaines conférences

- La Société du Partenariat ontarien de marketing touristique tiendra son troisième sommet sur le tourisme en Ontario les 3 et 4 octobre 2007 à Ottawa, Ontario. Le thème de cette année, qui s'intitule Le pouvoir du partenariat, portera sur les avantages de la collaboration avec des partenaires de l'industrie en vue de s'améliorer sur le plan des programmes, du savoir, des ressources et des produits. Vous pouvez vous y inscrire sur le site Web : [www.tourismpartners.com](http://www.tourismpartners.com).
- La conférence 2007 du chapitre canadien de l'Association des professionnels de la recherche et du marketing en matière de voyages (TTTRA) aura lieu du 18 au 20 octobre à Charlottetown, à l'Île-du-Prince-Édouard. Veuillez consulter le site [www.ttracanada.ca](http://www.ttracanada.ca) pour obtenir de plus amples renseignements.

### À quelles activités les voyageurs de ce segment participent-ils?

Les voyageurs à la recherche de destinations adaptées aux besoins des personnes handicapées participent à une large gamme d'activités lorsqu'ils voyagent, et si leur taux de participation est nettement plus faible pour quelques-unes d'entre elles (comme la randonnée et le ski), leur taux de participation est presque similaire ou plus élevé pour pratiquement la moitié des activités couvertes par l'enquête.

Pour ce qui est des activités les plus appréciées, on note une cohérence nette entre les voyageurs cherchant une destination adaptée et les autres. En fait, parmi les 25 activités préférées des voyageurs canadiens cherchant des destinations adaptées, 4 d'entre elles seulement ne font pas partie des 25 activités favorites des autres voyageurs canadiens. Parmi les 25 activités préférées des voyageurs américains à la recherche de destinations adaptées, 3 seulement ne figurent pas au nombre des 25 activités favorites des autres voyageurs américains. Un certain nombre d'activités individuelles sont nettement plus ou moins populaires parmi les voyageurs à la recherche de destinations adaptées.

- Les voyageurs canadiens qui cherchent les destinations adaptées sont plus enclins à assister à des courses de chevaux, à des concours équestres et à des fêtes autochtones, à pratiquer des sports d'équipe comme le football et les quilles, et à participer à des tournois et concours amateurs autres que sportifs.
- Les voyageurs américains à la recherche de destinations adaptées sont plus enclins que les autres voyageurs à assister à des festivals de théâtre, des festivals autochtones et des spectacles de cirque.
- Les voyageurs canadiens, autant qu'américains, à la recherche de destinations adaptées sont moins enclins à participer à des activités de plein air intenses telles que la plongée libre, le canoë kayak, la randonnée et le ski.

### Quels sont les bienfaits recherchés par ce segment dans leurs voyages ?

Les voyageurs intéressés par les destinations adaptées aux besoins des personnes handicapées semblent vouloir retirer un plus grand nombre de bienfaits de leurs expériences touristiques que les autres voyageurs. Le taux de fréquence des bienfaits auxquels ils ont attribué une grande importance était plus élevé que celui de tous les autres voyageurs pour presque tous les bienfaits énumérés dans l'enquête.

- Les quatre bienfaits les plus fréquemment recherchés par les voyageurs étaient les mêmes dans les deux marchés :
  - relaxer et diminuer le stress;
  - enrichir les rapports avec le conjoint et les enfants;
  - sortir du quotidien;
  - avoir des souvenirs durables.
- Les bienfaits qui étaient nettement plus importants pour les voyageurs cherchant des destinations adaptées comprenaient:
  - avoir des histoires à partager au retour ou quelque chose d'intéressant à raconter;
  - se mettre à l'épreuve physiquement, se sentir physiquement plein d'énergie;
  - se faire dorloter;
  - stimuler son esprit ou relever un défi intellectuel.

## Demandes de renseignements

**Pendant les quatre premiers mois de 2007, le nombre de consultations du site Web OntarioTravel.net a continué d'augmenter, tandis que le nombre d'appels au 1-800-Ontario était également en hausse**

- De janvier à avril 2007, les consultations du site OntarioTravel.net ont augmenté de 30 % par rapport à la période correspondante de 2006, atteignant le million. La hausse du nombre de consultations du site saisonnier (+104 %) a été de loin plus importante que celle du site principal (+21 %).
- Pendant ces mêmes mois, les appels au numéro sans frais 1-800-ONTARIO se sont chiffrés à plus de 50 000, ce qui représente une hausse de 8 % par rapport à la période correspondante de 2006.

*Source: Electronic Data Systems*

## Les visites aux Centres d'information touristique de l'Ontario sont de moins en moins nombreuses

- Pendant les quatre premiers mois de 2007, les Centres d'information touristique (CIT) de la province ont reçu la visite de quelque 200 000 touristes, un recul de 14 % comparativement à 2006.

*Source: Ministère du Tourisme de l'Ontario*

## Sites Web utiles

Ministère du Tourisme de l'Ontario,  
section Recherche touristique  
[www.research.tourism.gov.on.ca](http://www.research.tourism.gov.on.ca)

Ministère du Tourisme de l'Ontario  
[www.tourism.gov.on.ca](http://www.tourism.gov.on.ca)

Société de Partenariat ontarien de  
marketing touristique  
[www.tourismpartners.com](http://www.tourismpartners.com)

Commission canadienne du tourisme  
[www.canadatourism.com](http://www.canadatourism.com)

Statistique Canada  
[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Association des professionnels de la recherche et du  
marketing en matière de voyages (TTRA) Canada  
[www.ttracanada.ca](http://www.ttracanada.ca)

Association des professionnels de la recherche et du  
marketing en matière de voyages (TTRA) International  
[www.ttra.com](http://www.ttra.com)

Organisation mondiale du tourisme  
[www.world-tourism.org/francais/index.htm](http://www.world-tourism.org/francais/index.htm)

Département du Commerce aux États-Unis,  
industrie touristique  
[www.tinet.ita.doc.gov](http://www.tinet.ita.doc.gov)

Ontario Tourism Education Corporation  
[www.otec.org](http://www.otec.org)

Association de l'industrie touristique du Canada  
[www.tiac-aitc.ca](http://www.tiac-aitc.ca)

## Indice des prix des voyages

**Légère augmentation du prix des voyages en Ontario en avril 2007 par rapport à avril 2006**

- En avril 2007, l'indice des prix des voyages pour l'Ontario (IPV) a augmenté de seulement 0,2 % par rapport à avril 2006. La hausse des coûts du transport interurbain et local, des locations de voitures et des différents aliments et boissons a été largement contrebalancée par la baisse des coûts d'hébergement, des services et des équipements de loisir, ainsi que par celle des produits de soins personnels.
- L'indice des prix à la consommation (IPC) de l'Ontario a augmenté de 1,4 % par rapport à avril 2006.

*Source: Statistique Canada, Ministère du Tourisme de l'Ontario*

## Consulter notre site Web

[www.research.tourism.gov.on.ca](http://www.research.tourism.gov.on.ca)

Pour trouver des renseignements sur la situation actuelle de l'industrie du tourisme, des données statistiques rétrospectives, les prévisions à l'échelle de la province et des rapports sur le marché.

## Questions? Suggestions?

Veuillez communiquer avec Adele Labine-Romain au 416 325-8287 ou à [adele.labine-romain@ontario.ca](mailto:adele.labine-romain@ontario.ca). Si vous désirez être inscrit à notre liste de distribution ou si vous devez changer votre adresse, veuillez communiquer avec Jackie Ma au 416 325-1848 ou à [jackie.ma@ontario.ca](mailto:jackie.ma@ontario.ca).