

Industrie du Tourisme de l'Ontario

Faits et Chiffres

Dans Ce Numéro

Perspectives économiques

- Canada et Ontario

Statistiques sur le tourisme

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

Sujet spécial

- Les touristes amateurs de vin et de bonne cuisine

Quoi de neuf dans la recherche?

- Dernières recherches et publications
- Prochains événements et conférences
- Sites Web utiles

Compte des voyages internationaux

- Au premier trimestre de 2007, le déficit touristique de l'Ontario a atteint 2,2 milliards de dollars, soit une augmentation de 10% par rapport au même trimestre de 2006, tandis qu'au cours de la période le déficit touristique du Canada a augmenté de 9%, pour atteindre 4,1 milliards de dollars.
- D'après les résultats préliminaires du deuxième trimestre de 2007, le déficit touristique de l'Ontario a augmenté de presque 30% par rapport au deuxième trimestre de 2006, pour atteindre 1,4 milliard de dollars. Le déficit touristique du Canada, entre-temps, a accusé une hausse de 15%, pour atteindre 2,0 milliards de dollars au cours de la période.

Source: Ministre du Tourisme de l'Ontario

Perspectives économiques

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 (en %)	ON	1.9	2.3	3.4
Indice des prix à la consommation	Can	2.0	2.4	2.1
Taux de variation par rapport à la période précédente (en %)	ON	1.8	2.2	2.1
Taux de chômage (en %)	Can	6.3	6.1	6.0
	ON	6.3	6.5	6.6
Revenu personnel disponible	Can	5.4	4.2	3.0
Taux de variation par rapport à la période précédente (en %)	ON	4.0	3.1	2.9

*Données prévisionnelles

** PIB aux prix de base (en dollars constants de 1997).

Source: Conference Board du Canada

Statistiques sur le tourisme

Mouvements transfrontaliers internationaux

Baisse de presque 16% du marché américain au premier semestre 2007

De janvier à juin 2007, on a enregistré 7,3 millions de passages transfrontaliers des États-Unis en Ontario, ce qui marque une baisse de 16,4% par rapport à la même période en 2006.

- Le déclin du nombre de voyages de moins de 24 heures continue d'être la principale raison de cette importante baisse. De janvier à juin 2007, par rapport à la même période en 2006, les Américains ont effectué moins de voyages d'une journée (-21,9%) en Ontario.
- Entre-temps, le nombre des séjours de plus de 24 heures d'Américains en Ontario a accusé une baisse de 6,6% par rapport à la même période en 2006. Cet amollissement du marché a touché aussi bien les entrées pour plus de 24 heures en voiture (-4,6%) que les autres moyens de déplacement (avion, train, autocar, bateau) (-10,5%).

Stabilité du marché d'outre-mer au premier semestre 2007

De janvier à juin 2007, 740 000 de touristes en provenance de pays d'outre-mer sont entrés en Ontario, soit une hausse d'à peine 0,3% par rapport à la même période en 2006.

- Les entrées directes en Ontario ont augmenté de 1,9% tandis que celles par les États-Unis étaient en baisse de 3,2%.
- Sur les quatre principaux marchés traditionnels de la province, deux ont accusé une baisse au premier semestre 2007, soit le Japon (-21,3%) et la France (-7,2%). Le marché du Royaume-Uni est resté stable (-0,6%), alors que celui de l'Allemagne a affiché une modeste augmentation (+1,5%). Quant aux nouveaux marchés, dont le Mexique, l'Inde, la Chine et la Corée du Sud, ils compensent les pertes des marchés traditionnels et permettent au marché d'outre-mer à destination de l'Ontario de rester stable.

Mouvements frontaliers internationaux vers l'Ontario*

	2006	T1 2007	T2 2007	Janvier-Juin 2007
Total, International (%)	-9.0	-19.5	-11.9	-15.0
Total, États-Unis (%)	-9.9	-21.1	-13.2	-16.4
- de 24 heures (%)	-12.7	-25.8	-18.7	-21.9
+ de 24 heures (%)	-5.1	-9.8	-5.1	-6.6
Total, outre-mer (%)	+0.5	+1.3	-0.1	+0.3

* Variation exprimée en pourcentage par rapport à la même période l'année précédente, Source: Statistique Canada

Hébergement

Légère baisse des taux d'occupation et gains robustes du tarif quotidien moyen au premier semestre 2007

- Au premier semestre 2007, la moyenne des taux d'occupation dans les hôtels de l'Ontario a été de 59,9%, ce qui représente une baisse de 0,4 point de pourcentage par rapport à la même période en 2006, et un pourcentage toujours inférieur à ceux de 200, année de tous les records 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 124,42 \$, ce qui a entraîné une légère hausse annuelle de 1,3% du revenu par chambre disponible (RevPAR) au premier semestre de l'année.
- Le tableau (à droite) indique le taux d'occupation et le tarif quotidien moyen de plusieurs différents marchés de l'Ontario au premier semestre 2007:

Taux d'occupation dans les hôtels de l'Ontario et tarif quotidien moyen de janvier à juin

	Taux d'occupation (en %)			Tarif quotidien moyen (en \$)		
	2007	2006	* Point de variation	2007	2006	Variation en %
Ontario	59.9%	60.3%	-0.4	\$124.42	\$122.08	1.9%
Région du grand Toronto (RGT)	64.6%	64.4%	0.2	\$135.87	\$133.53	1.8%
Centre-ville de Toronto	68.1%	66.4%	1.7	\$167.29	\$163.16	2.5%
Aéroport de Toronto	71.0%	69.6%	1.4	\$118.48	\$117.38	0.9%
RGT Ouest	61.0%	59.7%	1.3	\$106.84	\$106.47	0.3%
RGT Est/Nord	56.8%	60.4%	-3.6	\$115.19	\$113.38	1.6%
Est de l'Ontario	53.4%	54.2%	-0.8	\$100.87	\$97.66	3.3%
Kingston	58.9%	57.7%	1.1	\$114.33	\$108.60	5.3%
Est de l'Ontario, autres	50.8%	52.4%	-1.6	\$93.51	\$91.61	2.1%
Ottawa	69.3%	68.4%	1.0	\$133.19	\$128.00	4.1%
Centre-ville d'Ottawa	70.4%	70.3%	0.2	\$139.79	\$134.75	3.7%
Ottawa Ouest	67.3%	63.5%	3.8	\$121.75	\$116.83	4.2%
Ottawa Est	64.6%	63.3%	1.3	\$101.23	\$95.04	6.5%
Sud de l'Ontario	51.6%	52.8%	-1.2	\$110.09	\$109.60	0.4%
London	59.5%	63.1%	-3.6	\$101.40	\$100.00	1.4%
Windsor	51.2%	53.6%	-2.4	\$98.83	\$109.83	-10.0%
K/W/Cambridge/Guelph	57.5%	58.6%	-1.2	\$103.74	\$100.20	3.5%
Hamilton/Brantford	61.1%	60.0%	1.2	\$103.47	\$95.94	7.8%
Niagara Falls	49.3%	50.0%	-0.6	\$126.09	\$126.02	0.1%
Région de Niagara, autres	42.2%	42.4%	-0.1	\$90.35	\$86.75	4.1%
Sud de l'Ontario, autres	43.1%	45.1%	-2.0	\$100.01	\$96.02	4.2%
Centre de l'Ontario	45.1%	48.1%	-3.0	\$114.81	\$122.14	-6.0%
Nord-Est de l'Ontario	63.1%	65.0%	-1.9	\$89.77	\$86.71	3.5%
North Bay	63.5%	64.4%	-0.9	\$94.10	\$90.73	3.7%
Sudbury	67.7%	65.8%	1.9	\$93.61	\$91.44	2.4%
Centre-Nord de l'Ontario						
Sault Ste. Marie	45.2%	51.2%	-6.0	\$85.28	\$81.00	5.3%
Nord-Ouest de l'Ontario	63.1%	63.2%	-0.1	\$92.12	\$90.46	1.8%
Thunder Bay	65.5%	66.9%	-1.4	\$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

- De nouveaux rapports issus de l'Enquête de 2006 sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV) continuent d'être ajoutés au site Web:
 - Les amateurs de vin et de bonne cuisine (rapports distincts pour le marché canadien et le marché américain)
 - Rapports sur le marché touristique et les préférences culturelles des Américains, dont: Les amateurs de lieux historiques, de musées et de galeries d'art; Magasinage et gastronomie; Foires et festivals; Parcs thématiques et d'attractions; Spectacles d'art; Festivals de film, théâtre et de musique; Dégustations et d'autres encore.
 - La rapport Niagara Region's Tourism Opportunity, d'après l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV) et d'autres sources.
- Un rapport les résultats du deuxième trimestre 2007 et du troisième trimestre 2007 en Ontario de l'Enquête sur le climat des affaires dans le secteur de l'hébergement des voyageurs est disponible la rubrique **Rapports > Climat** des affaires dans le secteur de l'hébergement des voyageurs.
- Les tableaux mis à jour des statistiques rétrospectives, qui indiquent le nombre de visites-personnes et les dépenses des touristes des États-unis et des pays d'outre-mer en 2005, sont disponibles dans la rubrique **Recherche touristique > Statistiques rétrospectives**.
- Un nouvel outil s'intitulant **Profil de voyage des touristes étrangers en Ontario**, qui donne des renseignements sur des subdivisions de recensement, régions touristiques et points d'entrée choisis de l'Ontario et sur la façon dont les touristes des États-Unis et des pays d'outre-mer y entrent, en sortent et y voyagent est disponible dans la rubrique **Outils > Profil de voyage**.

Sujet spécial:

Les touristes amateurs de vin et de bonne cuisine

Les données présentées dans cette partie sont tirées de l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV) 2006. En 2004 et 2005, 15,4 millions de Canadiens ont participé à au moins une activité liée à la gastronomie et aux vins pendant un voyage de plus de 24 heures, ce qui représente 74% de tous les touristes canadiens d'âge adulte.

- 4,9 millions se sont livrés à des activités liées aux vins
- 14,8 millions se sont livrés à des activités liées à la gastronomie
- 1,6 million s'est livré à des activités liées à la gastronomie et aux vins ou a pris des cours de dégustation (cuisine ou vins)

Parmi ces derniers, 16% (ou 2,5 millions) ont indiqué que la participation à ce genre d'activités constituait la principale raison pour laquelle ils ont fait au moins un voyage.

Tableau 1 : Les touristes canadiens qui participent à des activités liées aux vins et à la gastronomie

	Nombre de touristes (en milliers)	Total de touristes canadiens (en %)	Principale raison du voyage (en %)
Nombre total (en milliers)	15,390	20,875	2,520
Activités liées à la gastronomie et aux vins (nettes)	15,390	74%	16%
Activités liées aux vins (toutes les activités)	4,875	23%	19%
Visites de vignobles et dégustation de vins	3,349	16%	18%
Visites de brasseries et dégustation	1,215	6%	12%
Séjour dans une école de dégustation de vins	68	0%	0%
Séjour dans une auberge campagnarde ayant un restaurant gastronomique avec hébergement sur place	1,010	5%	33%
Visite d'une journée d'un ou de plusieurs vignobles	1,440	7%	n/a
Activités liées à la gastronomie (nettes)	14,844	71%	12%
Cuisine autochtone (dégustation)	666	3%	18%
Dîner dans des restaurants servant des plats locaux	11,650	56%	10%
Dîner dans des restaurants de renommée internationale	3,533	17%	12%
Dîner dans d'autres restaurants de renommée	5,524	26%	11%
Dîner dans une ferme	1,021	5%	16%
Terrasses de cafés locaux	7,875	38%	7%
Visites d'usines alimentaires	1,322	6%	13%
Séjour dans une école de cuisine	73	0	0
Activités liées à la gastronomie et aux vins (combinées)	1,618	8%	25%
Festivals culinaires	1,108	5%	24%
Participation à des cours de dégustation (cuisine ou vins)	722	3%	23%

Combien d'amateurs de vin et de bonne cuisine y a-t-il et qui sont-ils?

L'analyse comptait 15 types d'activités liées à la gastronomie et aux vins (voir le Tableau 1). Le présent rapport classe les touristes canadiens en trois groupes, selon la fréquence à laquelle ils s'adonnent à ces activités, c'est-à-dire ceux montrant un vif intérêt, un intérêt moyen et un faible intérêt, voire aucun. Parmi les touristes canadiens, plus d'un tiers (37% ou 7,7 millions de touristes) sont des amateurs de vin et de bonne cuisine qui s'intéressent vivement ou moyennement à des activités liées à la gastronomie et aux vins pendant un voyage. Le marché potentiel le plus important est l'Ontario, province dans laquelle presque trois millions de touristes ont montré qu'ils étaient amateurs de vin et de bonne cuisine.

- Il existe un lien étroit entre l'intérêt porté à la gastronomie et aux vins et le niveau de scolarité et le revenu de ménage. Les touristes qui ont un diplôme universitaire et un revenu de ménage supérieur à 80 000\$ sont plus susceptibles de s'intéresser à la gastronomie et aux vins.
- Les amateurs de vin et de bonne cuisine voyagent fréquemment : ils ont fait en moyenne 4,1 voyages pendant la période de l'étude par rapport à 3,2 voyages pour le touriste canadien moyen.

À quelles activités de segment participe-t-il?

- Les amateurs de vin et de bonne cuisine sont très actifs pendant leurs voyages. Ils participent à toute une gamme d'activités de plein air et culturelles et assistent à des spectacles. Leurs activités de prédilection sont les sports de plein air, comme l'entraînement physique, le cyclisme, le ski de fond, la raquette à neige et l'observation de la faune. Ils sont aussi plus enclins que le touriste moyen à participer à des activités liées à l'agrotourisme, à visiter des lieux historiques, des musées et des galeries d'art et à assister à des spectacles d'art classique.

Pourquoi ce segment voyage-t-il?

- Les amateurs de vin et de bonne cuisine, comme la majorité des touristes, voyagent pour se détendre, éliminer les contraintes de la vie quotidienne et revenir avec de beaux souvenirs. Toutefois, ce groupe est plus susceptible de rechercher des expériences touristiques qui leur ouvrent de nouveaux horizons, élargissent leurs connaissances historiques et celles sur d'autres cultures et les stimulent intellectuellement.

À quoi ce segment tient-il compte quand il choisit une destination de voyage?

- En ce qui concerne le choix de la destination, se sentir en sécurité à destination est la condition essentielle pour la majorité des touristes, indépendamment de l'intérêt qu'ils portent aux activités liées aux vins et à la gastronomie.
- Toutefois, par rapport aux autres touristes, les amateurs de vin et de bonne cuisine sont plus susceptibles de trouver important que la destination compte des hôtels de luxe, et de rechercher une destination d'une culture différente de la leur et directement accessible par avion.

Le rapport complet ainsi que le rapport correspondant sur le marché américain se trouvent sur le site Web à www.research.ontario.gov.on.ca sous Rapports > EAPV

Prochaines conférences

- La Conférence 2007 du chapitre canadien de l'association des professionnels de la recherche et du marketing en matière de voyages (TTRA) aura lieu à Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard) du 18 au 20 octobre 2007 sur le thème **Tourism With(out) Borders**. Pour plus de renseignements, visiter le site à www.ttracanada.ca.
- Le Sommet du leadership touristique du Canada **Toutes couleurs unies: renouveler le voyage américain au Canada**, organisé par l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC), se déroulera à l'hôtel Fairmont Empress à Victoria (Colombie-Britannique) 2 au 4 novembre 2007. Pour plus de renseignements, visiter le site à www.tiac-aitc.ca.

- La conférence annuelle de la Nature and Outdoor Tourism Ontario (NOTO) Association aura lieu les 13 et 14 novembre 2007 à North Bay (Ontario). Pour plus de renseignements, veuillez contacter Laurie Marcil à l'adresse laurie@noto.net ou au (705) 472-5552.

Demandes de renseignements

Au premier semestre 2007, les consultations sur le site OntarioTravel.net ont grimpé en flèche, tandis que le nombre des appels au 1 800-Ontario a modestement augmenté.

- De janvier à juin 2007, les consultations sur le site OntarioTravel.net ont augmenté de 19% par rapport à 2006, pour atteindre 1,7 million de séances. Le nombre de séances enregistré sur le site saisonnier a été supérieur (+38%) à celui enregistré sur le site principal (+15%).
- Au cours de la même période, le nombre total d'appels au numéro sans frais 1 800-ONTARIO se sont chiffrés à presque 100 000, ce qui représente une hausse de 2% par rapport à la même période en 2006.

Source: Electronic Data Systems

Nombre des visiteurs toujours en baisse aux centres d'information touristique de l'Ontario

- Au premier semestre 2007, les Centres d'information touristique de l'Ontario (CIT) ont enregistré 480 000 visites, ce qui représente une baisse de 10% par rapport à 2006.

Source: Ministère du Tourisme de l'Ontario

Indice des prix des voyages

Baisse du prix des voyages en Ontario en juin 2007 par rapport à 2006

- En juin 2007, l'Indice des prix des voyages pour l'Ontario (IPV) était inférieur de 2,8% à celui de juin 2006. La baisse du coût du transport aérien et du transport interville, des vêtements, des chaussures, de l'équipement sportif et des services a plus que compensé la hausse des frais d'utilisation des automobiles, du coût des repas dans les restaurants, des denrées dans les magasins d'alimentation et d'autres services de divertissement et de loisirs. Le coût de l'hébergement n'a pas bougé pendant la période.
- L'Indice des prix à la consommation (IPC) de l'Ontario a augmenté de 1,6% par rapport à juin 2006.

Source: Statistique Canada ; Ministère du Tourisme de l'Ontario

Sites Web utiles

Ministère du Tourisme de l'Ontario,
section Recherche touristique
www.research.tourism.gov.on.ca

Ministère du Tourisme de l'Ontario
www.tourism.gov.on.ca

Société de Partenariat ontarien de
marketing touristique
www.tourismpartners.com

Commission canadienne du tourisme
www.canadatourism.com

Statistique Canada
www.statcan.ca

Association des professionnels de la recherche et du
marketing en matière de voyages (TTTRA) Canada
www.ttracanada.ca

Association des professionnels de la recherche et du
marketing en matière de voyages (TTTRA) International
www.ttra.com

Organisation mondiale du tourisme
www.world-tourism.org/francais/index.htm

Département du Commerce aux États-Unis,
industrie touristique
www.tinet.ita.doc.gov

Ontario Tourism Education Corporation
www.otec.org

Association de l'industrie touristique du Canada
www.tiac-aitc.ca

Consulter notre site Web

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?

Veillez communiquer avec Adele Labine-Romain au 416 325-8287 ou à 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.