

Industrie du Tourisme de l'Ontario

Faits et Chiffres

Dans ce numéro

Perspectives économiques

- Ontario et Canada

Statistiques sur le tourisme

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

Sujet spécial

- Tracer la route de l'avenir du tourisme en Ontario

Quoi de neuf dans la recherche?

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

Compte des voyages internationaux

Le déficit touristique de l'Ontario a atteint 2,5 milliards de dollars au premier trimestre 2008, **soit une augmentation de 20 %** par rapport au déficit touristique record enregistré au premier trimestre 2007. Les Ontariens ont dépensé près de 3,7 milliards de dollars hors du Canada, une augmentation de 13 % comparativement à 2007, tandis que les voyageurs en provenance des États-Unis et d'autres pays ont dépensé 1,2 milliard de dollars en Ontario, une augmentation d'à peine 2 % par rapport à 2007.

- **En ce qui concerne les États-Unis, le déficit touristique de l'Ontario s'est chiffré à 1,6 milliard de dollars**, soit 24 % de plus qu'au premier trimestre 2007. Les Ontariens ont dépensé 2,1 milliards de dollars aux États-Unis, soit 16 % de plus qu'au premier trimestre 2007, tandis que les visiteurs en provenance des États-Unis ont dépensé 480 millions de dollars en Ontario, soit 3 % de moins qu'ils ne l'avaient fait au même trimestre l'an passé.

- **En ce qui touche les autres pays, le solde du compte des voyages de l'Ontario a atteint 884 millions de dollars**, une progression de 13 % par rapport au premier trimestre 2007. Les Ontariens ont dépensé 1,6 milliard de dollars à l'étranger, soit 10 % de plus qu'au premier trimestre 2007, tandis que les visiteurs en provenance d'autres pays ont dépensé 868 millions de dollars, soit 6 % de plus qu'au même trimestre l'an passé.

Le déficit touristique du Canada a atteint 5,4 milliards de dollars au premier trimestre 2008, soit une augmentation de 20 % par rapport au premier trimestre 2007, avec une augmentation de 40 % de son déficit touristique avec les États-Unis et une augmentation de 11 % de son déficit touristique avec les autres pays.

Source : Statistique Canada, ministère du Tourisme de l'Ontario

Perspectives économiques

Indicateurs économiques à court terme* Canada et Ontario

		2007	2008	2009
Produit intérieur brut réel**	ON	2,1	1,6	3,3
Taux de variation par rapport à la période précédente (en %)	Can	2,5	2,1	3,0
Indice des prix à la consommation	ON	1,8	1,2	2,0
Taux de variation par rapport à la période précédente (en %)	Can	2,1	1,3	1,9
Taux de chômage (en %)	ON	6,4	6,4	6,5
	Can	6,0	5,8	5,8
Revenu personnel disponible	ON	4,1	3,9	3,7
Taux de variation par rapport à la période précédente (en %)	Can	5,6	4,5	3,7

*Données prévisionnelles **PIB aux prix de base (en dollars constants de 2002) REMARQUE : Le ministère des Finances prévoit une croissance du PIB de 2,1 %, 1,1 % et 2,1 % en Ontario pour 2007, 2008 et 2009, respectivement. Source : Le Conference Board du Canada, Key Economic Indicators, fév. 2008

Statistiques sur le tourisme

Mouvements transfrontaliers internationaux

Le marché touristique américain a enregistré une baisse de 15 % au premier trimestre 2008

Pour la période de janvier à mars 2008, il y a eu environ 2,1 millions de mouvements transfrontaliers des États-Unis vers l'Ontario, soit une baisse de 14,8 % par rapport à la même période en 2007.

- Le recul du nombre de mouvements transfrontaliers en provenance des États-Unis est attribuable intégralement au recul du nombre de voyages de moins de 24 heures vers l'Ontario. Au cours des trois premiers mois de 2008, les excursions d'une journée vers l'Ontario ont chuté de 22,3 %, soit environ 375 000 entrées de moins par rapport à 2007.
- Parallèlement, les voyages de plus de 24 heures des États-Unis vers l'Ontario au cours des trois premiers mois sont restés stables par rapport à 2007, avec une augmentation de 0,2 % sur la période.

Le marché étranger a connu une hausse de 2 % au premier trimestre 2008

Pour la période de janvier à mars 2008, il y a eu 250 000 entrées en provenance de pays étrangers vers l'Ontario, soit une augmentation de 2 % par rapport à la même période en 2007.

- Les entrées directes en Ontario ont augmenté de 2,2 %, tandis que celles par les États-Unis ont augmenté de 1,3 %.
- Deux des quatre marchés étrangers traditionnels de l'Ontario ont connu un recul au premier trimestre 2008 : le Japon (-25,6 %) et le Royaume-Uni (-7,4 %), alors que les chiffres pour l'Allemagne sont restés inchangés et que ceux de la France ont affiché une hausse modeste de 1,5 %.
- Un certain nombre de nouveaux marchés, dont le Mexique (+27,5 %) et la Chine (+55 %), compensent les pertes enregistrées pour les marchés traditionnels.

Mouvements frontaliers internationaux vers l'Ontario*

	2007	Jan-mars 2008
Total, International (%)	-12,7	-13,3
Total États-Unis (%)	-14,0	-14,8
- de 24 heures (%)	-20,6	-22,3
+ de 24 heures (%)	-4,0	+0,2
Total, autre pays (%)	+0,1	+2,0

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

Hébergement

Recul des taux d'occupation au premier trimestre 2008 et augmentation du tarif quotidien moyen

- Pour la période de janvier à mars 2008, la moyenne des taux d'occupation dans les hôtels de l'Ontario a été de 53,2 %, soit un recul de 1,2 points par rapport à 2007.
- Le tarif quotidien moyen (TQM) dans les hôtels de l'Ontario a augmenté de 2 %, atteignant 123,36 \$, ce qui a entraîné une légère baisse (-0,2 %) du revenu par chambre disponible (RevPAR).

Le tableau (à droite) indique le taux d'occupation et le tarif quotidien moyen de plusieurs marchés de l'Ontario pour le premier trimestre 2008 :

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

	Taux d'occupation (en %)			Tarif quotidien moyen (en \$)		
	2007	2006	*Point de variation	2007	2006	Variation en %
Ontario	53,2 %	54,4 %	-1,2	123,36 \$	120,88 \$	2,0 %
Région du grand Toronto	59,3 %	60,1 %	-0,7	133,03 \$	131,27 \$	1,3 %
Centre-ville de Toronto	60,4 %	61,4 %	-1,0	155,80 \$	154,33 \$	1,0 %
Aéroport de Toronto	67,0 %	71,3 %	-4,3	124,77 \$	121,36 \$	2,8 %
RGT Ouest	58,1 %	56,5 %	1,5	109,97 \$	108,68 \$	1,2 %
RGT Est/Nord	52,5 %	52,2 %	0,3	117,22 \$	116,70 \$	0,4 %
Est de l'Ontario	46,2 %	46,7 %	-0,5	99,56 \$	97,99 \$	1,6 %
Kingston	51,3 %	51,0 %	0,4	110,09 \$	105,08 \$	4,8 %
Est de l'Ontario, autres	43,8 %	44,6 %	-0,8	93,63 \$	94,03 \$	-0,4 %
Ottawa	63,1 %	65,0 %	-1,9	135,40 \$	131,99 \$	2,6 %
Centre-ville d'Ottawa	63,2 %	65,4 %	-2,2	140,19 \$	137,29 \$	2,1 %
Ottawa Ouest	63,1 %	62,9 %	0,2	125,65 \$	120,01 \$	4,7 %
Ottawa Est	61,7 %	65,4 %	-3,7	112,01 \$	109,35 \$	2,4 %
Southern Ontario	40,4 %	43,7 %	-3,2	104,72 \$	102,72 \$	2,0 %
London	51,6 %	56,5 %	-5,0	103,58 \$	101,41 \$	2,1 %
Windsor	41,4 %	48,2 %	-6,8	98,75 \$	97,47 \$	1,3 %
K/W/Cambridge/Guelph	47,4 %	52,0 %	-4,6	106,18 \$	103,78 \$	2,3 %
Hamilton/Brantford	55,6 %	59,2 %	-3,6	106,66 \$	104,29 \$	2,3 %
Niagara Falls	32,2 %	35,4 %	-3,3	113,13 \$	109,81 \$	3,0 %
Région de Niagara, autres	35,1 %	35,6 %	-0,5	86,73 \$	84,89 \$	2,2 %
Sud de l'Ontario, autres	39,6 %	39,2 %	0,4	94,57 \$	95,14 \$	-0,6 %
Centre de l'Ontario	46,3 %	44,9 %	1,4	131,77 \$	128,48 \$	2,6 %
Nord-Est de l'Ontario	58,0 %	59,1 %	-1,1	95,56 \$	88,59 \$	7,9 %
North Bay	56,6 %	59,0 %	-2,4	97,20 \$	90,43 \$	7,5 %
Sudbury	62,7 %	62,8 %	-0,1	101,51 \$	93,29 \$	8,8 %
Centre-Nord de l'Ontario						
Sault Ste. Marie	42,1 %	40,5 %	1,6	87,22 \$	84,89 \$	2,7 %
Nord-Ouest de l'Ontario	56,9 %	55,6 %	1,3	91,02 \$	\$89,75 \$	1,4 %
Thunder Bay	59,7 %	59,8 %	-0,2	93,06 \$	\$92,37 \$	0,7 %

*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

Les intentions de voyage

- Un rapport centré sur le Nord de l'Ontario, préparé à l'issue de l'Enquête sur les intentions de voyage, vient d'être achevé. L'étude a permis d'examiner les intentions des résidents de l'Ontario, de certaines autres villes choisies et des États-Unis, de voyager dans le Nord de l'Ontario au cours du printemps et de l'été 2008. Le rapport final est présenté sous **Rapports > Les intentions de voyage**.
- Une nouvelle phase de l'étude sur les intentions de voyage vient d'être complétée. Le rapport est disponible sous la rubrique **Rapports > Les intentions de de voyage**.

Prévisions

- Le document Perspectives touristiques en Ontario 2008–2012, est désormais disponible sous **Prévisions**. Le document fournit un aperçu des prévisions de voyages à destination et en provenance de l'Ontario.

Le secteur de l'hébergement

- Un rapport sur les résultats du premier trimestre 2008 et sur les perspectives pour le deuxième trimestre 2008, 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**.

Sujet Special : Tracer la route de l'avenir du tourisme en Ontario

Les quelques prochains mois marquent un tournant pour le tourisme en Ontario. Une étude sur la compétitivité annoncée en mars 2008 et menée par Greg Sorbara, député de Vaughan et ancien ministre des Finances, est entreprise afin d'examiner les façons d'accroître la part de l'Ontario au sein du marché touristique.

Une étape importante de ce processus a commencé avec le lancement récent d'un document de travail, intitulé **Tracer la route de l'avenir du tourisme en Ontario**, qui sollicite l'avis des Ontariens et Ontariennes sur la façon de façonner l'avenir du tourisme dans la province.

Le tourisme constitue un marché de plusieurs milliards de dollars. En fait, les voyageurs ont dépensé environ 22,8 milliards de dollars l'année dernière en Ontario. Dans toute la province, les touristes ont de nouvelles raisons de venir visiter l'Ontario : de nouveaux établissements culturels et des établissements agrandis à Toronto, de nouveaux centres de villégiature à Muskoka; des centres des congrès à Niagara, Ottawa et Windsor; et un calendrier chargé de festivals et d'événements.

Mais on peut et on doit faire encore plus pour le tourisme. Réinventer notre industrie touristique pour le 21^e siècle représente une tâche énorme, pour le gouvernement et pour le secteur privé.

Notre industrie touristique fait face à de réels défis. Les familles avaient l'habitude de monter en voiture et de rouler. Mais du fait de l'augmentation du prix de l'essence, de la difficulté accrue des mouvements transfrontaliers, du dollar canadien fort, du ralentissement de l'économie américaine et de l'évolution démographique des marchés américains traditionnels, il ne faut pas s'attendre à ce que l'activité reste la même.

En Ontario, nous devons trouver des moyens de nous élever au-dessus de la mêlée et d'être vus comme une destination de choix pour les voyageurs, compte tenu notamment de l'émergence de nouveaux marchés lucratifs à travers le monde. D'après l'Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies, le nombre de voyageurs à travers le monde devrait doubler d'ici 2020.

L'Ontario veut être un gagnant sur ce marché touristique international. Cela débute avec notre document de travail, qui constitue en fait une conversation menée à l'échelle de la province sur la façon de réinventer le tourisme en Ontario.

Pour lancer cette conversation, le gouvernement vous invite à visiter le nouveau site Web www.tourismstudy.ca et à formuler des commentaires sur six points de discussion principaux.

Le marché : *Quelles sont nos meilleures perspectives? Pour garantir une industrie touristique saine, nous avons besoin d'avoir une image claire de notre potentiel. Nous devons déterminer où se trouvent les touristes potentiels, qui ils sont et ce qu'ils veulent faire lorsqu'ils voyagent.*

Le produit : *Comment offrir aux touristes les activités dont ils ont envie? Ceci nécessite de tirer le meilleur parti de ce que nous avons et de comprendre les possibilités de nouvelles activités touristiques populaires, comme le tourisme d'aventure et l'écotourisme.*

L'histoire : *Comment mettre en valeur l'Ontario? Le marketing de l'Ontario est financé par des sources divergentes et ne suit pas une stratégie cohérente. Dans le même temps, la façon dont les personnes se renseignent sur les destinations touristiques a changé radicalement ces dernières années. Pour attirer de nouveaux touristes, nous devons mettre en valeur notre province de façon plus stratégique et inventer de nouveaux moyens d'atteindre les clients potentiels.*

Le personnel : *Comment faire en sorte de disposer d'une main-d'œuvre bien formée? Nous faisons face à deux défis principaux : une pénurie de main-d'œuvre imminente et la nécessité de former des travailleurs de haut niveau dans ce secteur. Les jeunes et les nouveaux Canadiens ne choisissent pas suffisamment ce secteur pour répondre à la demande. Dans le même temps, les touristes internationaux sont de plus en plus exigeants et les normes de service en Ontario doivent pouvoir rivaliser avec les plus grandes destinations au monde.*

Les outils : *Étant donné les défis auxquels l'industrie fait face, et l'importance du secteur pour l'économie, les trois paliers de gouvernement au Canada doivent améliorer la façon dont ils aident l'industrie à réussir. Quelles réformes le gouvernement devrait-il mettre en œuvre pour favoriser une industrie touristique saine?*

L'industrie : *Il est nécessaire de bâtir de nouveaux partenariats créatifs au sein de l'industrie afin d'améliorer la compétitivité. Comment les acteurs de l'industrie peuvent-ils collaborer pour réussir?*

Nous vous encourageons vivement à nous faire part de vos suggestions et idées, petites et grandes.

En septembre, M. Sorbara sera sur les routes pour tenir des consultations à travers la province. D'ici le début 2009, nous voulons pouvoir mettre en œuvre un plan d'action novateur et audacieux.

L'étude sur la compétitivité est pour nous une formidable occasion de réfléchir sérieusement à notre industrie touristique. Ce sont les suggestions des Ontariens et Ontariennes qui contribueront à la force de notre plan.

www.tourismstudy.ca

Prochains événements et conférences

- La Société du Partenariat ontarien de marketing touristique (SPOMT) et la Tourism Industry Association of Ontario (TIAO) joignent leurs forces pour organiser le Sommet du tourisme de l'Ontario, qui aura lieu du 6 au 8 octobre 2008. Le thème de cette année « **Devancer la concurrence** », se concentrera sur les stratégies concurrentielles visant à assurer la santé future de l'industrie. Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter www.tourismpartners.com.
- L'édition 2008 du Sommet du leadership touristique du Canada, organisée par l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC), aura lieu du 3 au 5 novembre 2008 à Gatineau, au Québec. Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter www.tiac-aitc.ca.
- L'édition 2008 de la conférence de la branche canadienne de l'Association des professionnels de la recherche et du marketing en matière de voyages (TTRA), intitulée **Change is the only Constant: Lifestyles, Products and Markets**, aura lieu à Victoria, en Colombie-Britannique, du 15 au 17 octobre 2008. Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter www.ttracanada.ca.
- Le Conseil canadien des ressources humaines en tourisme (CCRHT) organise son septième forum annuel consacré aux RH dans l'industrie touristique. Le forum **Prêts pour une équipe gagnante** aura lieu du 17 au 19 novembre 2008 à Winnipeg, au Manitoba. Pour obtenir de plus amples renseignements et pour vous inscrire, veuillez consulter www.cthrc.ca.

Indice des prix des voyages

Augmentation du prix des voyages en Ontario au premier trimestre 2008

- Au cours des trois premiers mois de 2008, l'indice des prix des voyages (IPV) de l'Ontario était supérieur de 3,5 % à ce qu'il était à la même période l'année dernière. Les augmentations des frais du transport local et interurbain, d'utilisation des automobiles, de l'hébergement, ainsi que des aliments et des boissons ont été partiellement contrebalancées par la baisse du coût de la location d'automobiles, de l'équipement et des services sportifs, ainsi que de l'équipement de divertissement au foyer.
- Parallèlement, l'indice des prix des voyages aux États-Unis est en hausse de 8 % au premier trimestre 2008 par rapport à 2007.
- Pour la période de janvier à mars 2008, l'indice des prix à la consommation (IPC) de l'Ontario a progressé de 1,5 % par rapport à la même période en 2007.

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

Demandes de renseignements

Les consultations sur le site OntarioTravel.net sont en croissance permanente au premier trimestre 2008, tandis que le nombre d'appels au 1 800 Ontario et les visites aux Centres de renseignements touristiques de l'Ontario sont en net recul.

- Durant les trois premiers mois de 2008, près de 950 000 consultations ont été enregistrées sur le site www.OntarioTravel.net **www.ontariotravel.net/**, soit une augmentation de 29 % par rapport à 2007.
- Le nombre total d'appels au Centre d'appels 1 800 ONTARIO s'est chiffré à environ 24 000 au premier trimestre 2008, un recul de 36 % comparativement à 2007.

Source : Electronic Data Systems

- Au cours des trois premiers mois de 2008, environ 100 000 visites aux Centres de renseignements touristiques ont été enregistrées, soit 31 % de moins qu'en 2007.

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

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 (TTRA) Canada
www.ttracanada.ca

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

Organisation mondiale du tourisme
www.world-tourism.org

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

Travel Industry Association of America (TIA)
www.tia.org

Ontario Tourism Education Corporation
www.otec.org

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

Consulter notre site Web

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, des rapports sur le marché et bien plus, veuillez consulter notre site Web à l'adresse www.research.tourism.gov.on.ca.

Questions? Suggestions?

Veuillez 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 électronique, veuillez communiquer avec Jackie Ma au **416.325.1848** ou à jackie.ma@ontario.ca.