

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
- Emploi lié au tourisme
- Restauration et débits de boissons
- Demandes de renseignements des visiteurs

Sujet spécial

- Utilisation des médias sociaux par les voyageurs

Quoi de neuf au sein du service de recherche touristique du ministère?

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

Industrie du Tourisme de l'Ontario

Faits et Chiffres



Hiver 2009 | Vol. 8, N° 4

Perspectives Économiques

Indicateurs économiques Canada et Ontario

		2009	2010*	2011*
Produit intérieur brut réel** <i>Variation (en %) par rapport à l'année précédente</i>	ON	-3,6	3,5	3,7
	Can	-3,1	2,8	3,3
Ventes au détail <i>Variation (en %) par rapport à l'année précédente</i>	ON	-2,8	4,6	6,0
	Can	-3,5	3,8	5,2
Taux de chômage (en %)	ON	9,1	9,3	8,3
	Can	8,3	8,6	7,8
Revenu personnel disponible <i>Variation (en %) par rapport à l'année précédente</i>	ON	1,0	3,3	4,3
	Can	1,8	3,1	4,0

*Données prévisionnelles **PIB aux prix du marché (en dollars constants de 2002)
Source : Le Conference Board du Canada, Key Economic Indicators, hiver 2010

Statistiques sur le tourisme

Mouvements transfrontaliers internationaux



Les mouvements transfrontaliers des États-Unis vers l'Ontario ont enregistré une baisse de 16 % au T4 2009 et un déclin de 12 % au cours de l'année civile 2009.

Durant la période allant d'octobre à décembre 2009, il y a eu 2,3 millions de mouvements transfrontaliers des États-Unis vers l'Ontario, soit une baisse de 15,7 % par rapport à 2008.

- Au T4 2009, les entrées en provenance des É.-U. pour des séjours de moins de 24 heures, ayant représenté 53 % des déplacements vers l'Ontario, ont chuté de 19,6 %, soit 292 000 entrées de moins, tandis que les passages pour des séjours de plus de 24 heures ont diminué de 10,8 %, soit 128 000 entrées de moins par rapport au T4 2008.

Au cours des douze mois de 2009 jusqu'à la fin décembre, on a comptabilisé 11,5 millions de passages frontaliers des É.-U. vers l'Ontario, un déclin de 12,1 % par rapport à la période allant de janvier à décembre 2008. Les mouvements transfrontaliers en provenance des É.-U. ont accusé une baisse de 3,7 % au T1 2009, de 9,1 % au T2 2009 et de 15,9 % au T3 2009.

À compter du 1^{er} juin 2009, l'Initiative relative aux voyages dans l'hémisphère occidental impose à toutes les personnes, y compris aux résidents américains, de présenter un passeport, une carte NEXUS ou un permis de conduire amélioré pour entrer ou rentrer aux États-Unis.

Les entrées en Ontario en provenance de pays d'outremer ont décliné de 8 % au T4 2009 et de 14 % en 2009.

Au T4 2009, il y a eu 313 000 entrées en Ontario en provenance de pays d'outremer, soit une baisse de 8,4 % par rapport au T4 2008.

- Au cours de l'année 2009, les arrivées en provenance de l'ensemble des marchés d'outremer traditionnels ont reculé par rapport à 2008. Les arrivées en provenance du R.-U. ont décliné de 17 %, celles en provenance d'Allemagne ont baissé 6,9 %, celles en provenance de France ont diminué de 3,4 % et celles en provenance du Japon ont chuté de 25,8 %.

Mouvements transfrontaliers internationaux vers l'Ontario, variation (en %) par rapport à la même période de l'année précédente

	T1 2009	T2 2009	T3 2009	T4 2009	Janv.-Déc. 2009
Total, É.-U.	-3,7%	-9,1%	-15,9%	-15,7	-12,1%
Moins de 24 heures	-2,2%	-13,0%	-24,4%	-19,6	-16,1%
Plus de 24 heures	-5,9%	-5,1%	-8,5%	-10,8	-7,7%
Total, outremer	-10,9%	-15,8%	-15,3%	-8,4	-13,6%

Source : Statistique Canada

Sujet spécial : L'utilisation des médias sociaux par les voyageurs



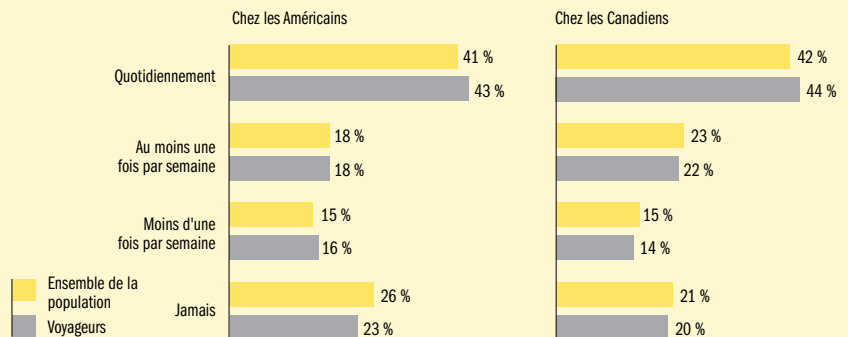
La majorité des voyageurs utilise les médias sociaux, sous une forme ou une autre, non seulement pour recueillir des renseignements, mais également pour les partager, et ces sites ont une influence considérable sur les décisions en matière voyage.

La popularité et l'usage des sites de réseautage social tels que Facebook, My Space, Tripadvisor, Twitter, YouTube, etc. augmentent. L'Unité de la recherche du ministère du Tourisme et de la Culture a ajouté plusieurs questions liées au réseautage social à la dernière Étude sur les intentions de voyage, afin de comprendre comment et dans quelle mesure le réseautage social influence les décisions des voyageurs.

Soixante-dix-sept pour cent (77 %) des voyageurs américains et 80 % des voyageurs canadiens font appel au réseautage social.

- Avec 43 % des Américains et 44 % des Canadiens indiquant qu'ils visitent quotidiennement des sites de réseautage social.
- La fréquence d'usage quotidien des médias sociaux est légèrement plus élevée chez les voyageurs que pour l'ensemble de la population.

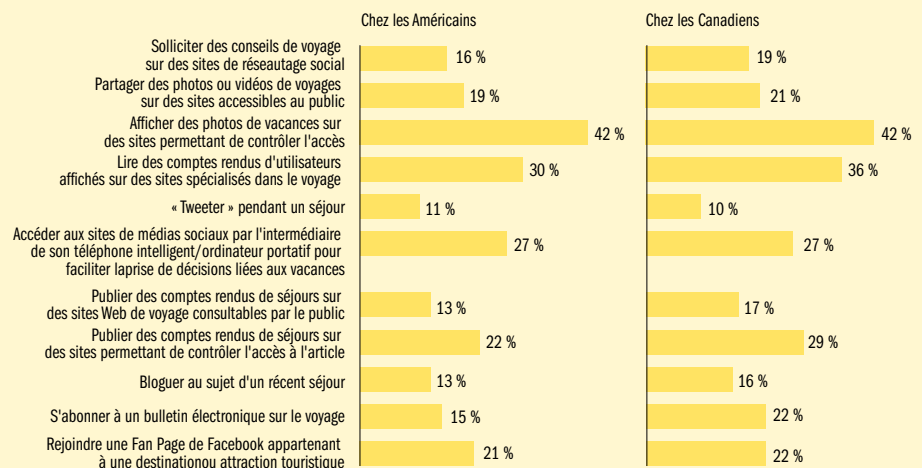
Fréquence d'usage des réseaux sociaux



Les voyageurs n'utilisent pas uniquement les sites de réseautage social pour obtenir des renseignements, mais aussi pour les partager avec d'autres utilisateurs.

- Plus de 40 % des utilisateurs des réseaux sociaux ont affiché des photos de vacances et 20 à 30 % d'entre eux ont publié un compte rendu de voyage.
- Plus de 30 % ont lu des comptes rendus, 27 % ont fait appel aux médias sociaux pour prendre des décisions concernant leurs vacances et 22 % ont rejoint une Fan Page de Facebook.

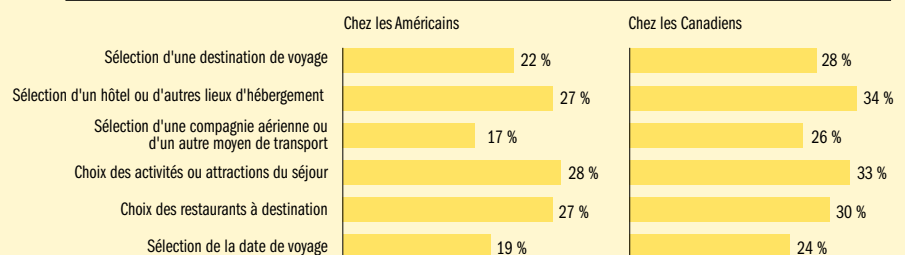
Probabilité (Probable/Fort probable)



Les médias sociaux influencent de nombreuses décisions liées au voyage.

- Plus de 30 % des utilisateurs canadiens de réseaux sociaux indiquent que les médias sociaux ont une influence sur leurs choix en termes d'hébergement, d'activités, d'attractions et de restaurants.
- La sélection de la destination, du moyen de transport et de la date du voyage est également influencée par les réseaux sociaux.

Influence (Influents/Très influents)



Compte des voyages internationaux



Le déficit touristique de l'Ontario s'est établi à 9 milliards de dollars au cours de l'année 2009, soit une augmentation de 1 % par rapport à 2008. Les Ontariennes et Ontariens ont dépensé 14,5 milliards de dollars hors du Canada, une baisse de 4,3 %, tandis que les voyageurs en provenance des États-Unis et de pays d'outremer ont dépensé 5,5 milliards de dollars en Ontario, soit un déclin de 12 %.

- **En ce qui concerne les États-Unis, le déficit touristique de l'Ontario s'est chiffré à 4,8 milliards de dollars**, une baisse de 14,2 % par rapport à 2008. Les Ontariennes et Ontariens ont dépensé 7,8 milliards de dollars aux États-Unis, soit 12 % de moins qu'en 2008, alors que les voyageurs en provenance des États-Unis ont dépensé 3 milliards de dollars en Ontario, une baisse de 8,2 % comparativement à l'an dernier.
- **En ce qui concerne les pays d'outremer, le déficit touristique de l'Ontario a atteint 4,2 milliards de dollars**, une progression de 26,5 % par rapport à 2008. Les Ontariennes et Ontariens ont dépensé 6,7 milliards de dollars dans les pays d'outremer, soit 6,6 % de plus qu'en 2008, tandis que les visiteurs en provenance de pays d'outremer ont dépensé 2,4 milliards de dollars en Ontario, une baisse de 16,4 %.
- **Le déficit touristique du Canada s'est établi à 11,3 milliards de dollars** en 2009, une diminution de 9,8 % par rapport à 2008.

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



Hébergement

Les taux d'occupation ainsi que les tarifs quotidiens moyens ont baissé en 2009.

- Au cours de l'année 2009, les taux d'occupation se sont établis en moyenne à 57,1 %, soit 4,4 points de pourcentage de moins qu'en 2008.
- Le tarif quotidien moyen a chuté de 5,9 % pour atteindre 119,36 \$ en 2009.
- En 2009, les recettes par chambre disponible ont diminué de 12,6 % comparativement à 2008, s'établissant à 68,13 \$.

Taux d'occupation et tarifs quotidiens moyens des hôtels de l'Ontario de janvier à décembre 2009

	Taux d'occupation (en %)			Tarif quotidien moyen (en \$)		
	Janv.-Déc. 2009	Janv.-Déc. 2008	Variation (en points)	Janv.-Déc. 2009	Janv.-Déc. 2008	Variation (en %)
ONTARIO	57,1 %	61,4 %	-4,4	119,36 \$	126,80 \$	-5,9 %
Région du grand Toronto (RGT)	60,8 %	66,1 %	-5,4	123,74 \$	135,91 \$	-9,0 %
Centre-ville de Toronto	68,0 %	71,7 %	-3,7	146,98 \$	166,96 \$	-12,0 %
Aéroport de Toronto	58,5 %	66,1 %	-7,6	109,69 \$	118,42 \$	-7,4 %
RGT Ouest	55,7 %	61,8 %	-6,1	103,32 \$	108,53 \$	-4,8 %
RGT Est/Nord	55,6 %	60,9 %	-5,2	107,95 \$	114,84 \$	-6,0 %
Est de l'Ontario	51,9 %	56,4 %	-4,5	106,10 \$	106,87 \$	-0,7 %
Kingston	59,2 %	62,4 %	-3,2	119,12 \$	120,84 \$	-1,4 %
Est de l'Ontario, autres	49,0 %	54,2 %	-5,2	99,82 \$	100,83 \$	-1,0 %
Ottawa	65,6 %	70,3 %	-4,7	133,21 \$	136,07 \$	-2,1 %
Centre-ville d'Ottawa	68,4 %	72,0 %	-3,6	138,40 \$	142,57 \$	-2,9 %
Ottawa Ouest	57,4 %	65,6 %	-8,2	126,81 \$	127,30 \$	-0,4 %
Ottawa Est	61,1 %	65,8 %	-4,7	102,94 \$	100,55 \$	2,4 %
Sud de l'Ontario	49,4 %	52,7 %	-3,3	114,02 \$	117,44 \$	-2,9 %
London	51,2 %	54,8 %	-3,6	98,09 \$	101,66 \$	-3,5 %
Windsor	40,6 %	46,1 %	-5,5	99,67 \$	100,41 \$	-0,7 %
K/W/Cambridge/Guelph	46,6 %	52,2 %	-5,5	104,29 \$	107,85 \$	-3,3 %
Hamilton/Brantford	52,5 %	58,5 %	-6,0	104,07 \$	107,24 \$	-3,0 %
Niagara Falls	54,8 %	55,5 %	-0,7	132,29 \$	139,12 \$	-4,9 %
Région de Niagara Falls, autres	42,3 %	45,6 %	-3,3	95,68 \$	96,53 \$	-0,9 %
Sud de l'Ontario, autres	41,7 %	47,4 %	-5,7	103,96 \$	101,67 \$	2,3 %
Centre de l'Ontario	46,7 %	50,9 %	-4,2	118,04 \$	126,85 \$	-6,9 %
Nord-Est de l'Ontario	62,1 %	65,8 %	-3,6	100,35 \$	99,42 \$	0,9 %
North Bay	64,2 %	65,6 %	-1,4	101,08 \$	101,50 \$	-0,4 %
Sudbury	62,3 %	70,0 %	-7,7	107,01 \$	106,24 \$	0,7 %
Nord-Ouest de l'Ontario	65,5 %	67,5 %	-2,0	96,56 \$	95,79 \$	0,8 %
Thunder Bay	65,4 %	68,6 %	-3,2	96,63 \$	96,31 \$	0,3 %
Sault Ste. Marie	54,3 %	52,3 %	2,0	93,28 \$	90,86 \$	2,7 %

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



Demandes de renseignements des visiteurs



Le nombre de sessions utilisateurs ouvertes sur OntarioTravel.net a augmenté, tandis que celui des visites aux Centres d'information touristique de l'Ontario et le volume d'appels au 1 800 Ontario ont tous deux diminué.

- Au cours de l'année 2009, environ 3,3 millions de sessions utilisateurs ont été enregistrées sur le site www.OntarioTravel.net, soit une augmentation de 9,1 % par rapport à 2008.

Source : Société du Partenariat ontarien de marketing touristique (SPOMT)

- En 2009, il y a eu environ 996 000 visites dans les Centres d'information touristique (CIT) de l'Ontario, soit 2,5 % de moins qu'en 2008.

Source : Société du Partenariat ontarien de marketing touristique (SPOMT)

- Le centre d'appel 1 800 ONTARIO a comptabilisé environ 123 000 appels au cours de l'année 2009, un déclin de 16,2 % par rapport à 2008.

Source : Electronic Data Systems

Emploi lié au tourisme



L'emploi dans les secteurs associés au tourisme a reculé de 1,3 % en 2009.

- L'emploi dans les secteurs du transport aérien, des arts du spectacle et du divertissement/des loisirs a progressé au cours de l'année 2009, comparativement à 2008. Toutefois, cette croissance a été contrebalancée par un déclin de l'emploi au sein des services d'hébergement et de préparation de voyages, ainsi que dans les établissements patrimoniaux.
- L'emploi dans les secteurs liés au tourisme en Ontario a décliné de 1,3 % en 2009, alors que l'emploi total en Ontario a baissé de 2,4 % au cours de la même période.

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

Indice des prix des voyages



Le prix des voyages en Ontario a augmenté de 0,7 % au cours de l'année 2009.

- En 2009, l'indice des prix des voyages (IPV) de l'Ontario a augmenté de 0,7 % en moyenne, comparativement à 2008. L'augmentation du coût d'utilisation des moyens de transport locaux, de la nourriture, des boissons et des services de loisirs est à l'origine de cette croissance, tandis que le coût d'utilisation d'un véhicule et de l'hébergement a décliné.
- La croissance de l'IPV de l'Ontario a été près de deux fois supérieure à celle de l'indice des prix à la consommation (IPC) de l'Ontario. Au cours de l'année 2009, l'IPC de l'Ontario a augmenté de 0,4 % par rapport à 2008, tandis que l'IPV de l'Ontario a progressé de 0,7 %.

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

Prochains événements et conférences



- **Congrès 2010 et célébration du 50^e anniversaire de l'ARIM.**
En 2010, l'association soufflera ses 50 bougies. Pour fêter cette étape importante, vous avez la possibilité de participer à ce qui sera indubitablement le plus illustre et mémorable événement de l'histoire du secteur de la recherche en marketing au Canada. Le congrès aura lieu du **30 mai au 2 juin 2010**, à l'hôtel Westin Harbour Castle, à Toronto. www.mria-arim.ca.
- **La Semaine du tourisme au Canada** est une célébration nationale annuelle visant à souligner les répercussions économiques et les avantages sociaux de l'industrie touristique canadienne en faveur des médias, du grand public et de tous les paliers de gouvernement. Coordonnée par l'Association de l'industrie touristique du Canada et commanditée par Deloitte et Air Canada, la Semaine du tourisme constitue un foyer d'attraction pour les activités organisées par des associations de l'industrie touristique provinciale et territoriale, des organisations de marketing provinciales et territoriales, des organisations de marketing de destinations, des entreprises individuelles et d'autres partenaires. Du **7 au 11 juin 2010**.
<http://www.tiac.travel/francais/calendar.asp>.
- Le congrès international 2010 de l'Association des professionnels de la recherche et du marketing en matière de voyages « **Rockin' and Rollin' Down the Research River** » se tiendra du **20 au 22 juin** à l'hôtel Grand Hyatt, à San Antonio, au Texas. www.ttra.com.

Restauration et débits de boissons



Les ventes des restaurants et bars de l'Ontario ont augmenté de 0,9 %.

- Les ventes en dollars courants dans le secteur de la restauration et des débits de boissons en Ontario ont augmenté de 2,1 % en 2009, par rapport à 2008, pour atteindre 17,8 milliards de dollars. L'Ontario a enregistré 38 % des ventes réalisées dans les restaurants et bars du Canada.
- Durant la même période, les ventes dans le secteur de la restauration et des débits de boissons au Canada ont augmenté de 2,5 %.

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

Quoi de neuf au sein du service de recherche touristique du ministère?



Mise à jour des Profils touristique régionaux

Cet outil fournit des données touristiques clés telles que des statistiques de voyage, les taux d'occupation des hôtels, les retombées économiques et le nombre d'établissements par division de recensement et par région. Les Profils touristiques régionaux sont accessibles à l'adresse

<http://www.tourism.gov.on.ca/french/research/rtp/index.html>

Module de statistiques de GeoTravelStats en fonction du point de départ et de la destination

Un nouveau module a été ajouté à l'outil GeoTravelStats, fournissant des données plus détaillées sur les arrivées/départs (à l'échelle de la division de recensement), ainsi que des statistiques sommaires, sous la forme d'un outil Web convivial faisant appel à des cartes. GeoTravelStats se trouve à l'adresse

<http://www.tourism.gov.on.ca/french/research/geo/index.html>

Étude sur les intentions de voyage pour le printemps et l'été 2010

Les résultats de l'Étude sur les intentions de voyage pour le printemps et l'été 2010 ont été présentés en personne le 30 mars 2010 et via une webémission le 31 mars 2010. Cette étude couvre l'intention de voyager à destination/au sein de l'Ontario, la perception de l'Ontario et de destinations spécifiques, les obstacles au voyage en Ontario, ainsi que les tendances en termes d'attitudes et de comportements des voyageurs. Cette phase de l'étude comprenait également une section sur les médias sociaux et une section sur les exigences en matière de mouvement transfrontalier et la possession d'un passeport. La présentation est disponible à l'adresse http://www.tourism.gov.on.ca/french/research/travel_intentions/index.html

Sites Web utiles

Ministère du Tourisme et de la Culture de l'Ontario,
Unité de la recherche

www.research.tourism.gov.on.ca

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

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

Commission canadienne du tourisme
www.canada.travel

Statistique Canada
www.statcan.gc.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.worldtourism.org

Département du Commerce des 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.travel

Tourism Industry Association of Ontario
www.tiao.travel



Nous le savons.
Vous n'avez qu'à
le demander.

Industrie du Tourisme de l'Ontario Faits et chiffres

Visitez notre site Web

www.research.tourism.gov.on.ca

Pour obtenir des renseignements sur la situation actuelle de l'industrie, des données statistiques rétrospectives, des prévisions à l'échelle de la province, des rapports sur le marché et bien plus encore.

Des questions ? Des suggestions ?



Veuillez communiquer avec l'Unité de la recherche, par téléphone, au 416 325-8287, ou par courriel, à l'adresse tourism.research@ontario.ca.

Inscrivez-vous sur notre liste de diffusion pour recevoir des publications et être mis au courant des événements, des présentations, des publications de données et des études.
www.research.tourism.gov.on.ca

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2010
Publié par le ministère du Tourisme
Direction de la recherche et des
politiques en matière de tourisme
900, rue Bay, édifice Hearst
10^e étage, Toronto (Ontario)
M7A 2E1

ISSN 1708-2374 (impression)
ISSN 1708-2382 (internet)

