

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

- Les avantages sociaux du voyage

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



Printemps 2010 | Vol. 9, N° 1

Perspectives Économiques

Indicateurs économiques Canada et Ontario

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

*Données prévisionnelles **PIB aux prix de base (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 15 % au T1 2010 et un déclin de 12 % au cours de l'année civile 2009.

Durant la période de janvier à mars 2010, il y a eu 1,8 million de mouvements transfrontaliers des États-Unis vers l'Ontario, soit une baisse de 14,6 % par rapport à 2009.

- Au T1 2010, les entrées en provenance des É.-U. pour des séjours de moins de 24 heures, ayant représenté 59 % des déplacements vers l'Ontario, ont chuté de 18,6 %, soit 236 000 entrées de moins, tandis que les passages pour des séjours de plus de 24 heures ont diminué de 8,3 %, soit 66 000 entrées de moins par rapport au T1 2009.

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 de janvier à décembre 2008.

Les entrées en Ontario en provenance de pays d'outremer ont progressé de 4 % au T1 2010, mais ont décliné de 14 % en 2009.

Au T1 2010, il y a eu 233 000 entrées en Ontario en provenance de

pays d'outremer, soit une hausse de 3,8 % par rapport au T1 2009.

- Les arrivées en provenance de la plupart des marchés d'outremer traditionnels ont progressé, les arrivées en provenance du Japon ayant augmenté de 62 %, celles en provenance d'Allemagne de 6 % et celles en provenance de France de 1 %, par rapport au T1 2009. Les arrivées en provenance de la majorité des marchés émergents ont également augmenté au T1 2010, notamment celles en provenance d'Inde (+29 %) et de Corée du Sud (+12 %).

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

	T1 2010	Janv.-Déc. 2009
Total, étranger	-12,8 %	-12,2 %
Total, É.-U.	-14,6 %	-12,1 %
Moins de 24 heures	-18,6 %	-16,1 %
Plus de 24 heures	-8,3 %	-7,7 %
Total, outremer	3,8 %	-13,6 %

Source : Statistique Canada

Compte des voyages internationaux



Le déficit touristique de l'Ontario s'est établi à **3,2 milliards de dollars** au cours du T1 2010, soit une diminution de 6,3 % par rapport au T1 2009. Les Ontariennes et Ontariens ont dépensé 4,4 milliards de dollars hors du Canada, une baisse de 1,4 %, tandis que les voyageurs en provenance des États-Unis et de pays d'outremer ont dépensé 1,2 milliard de dollars en Ontario, soit une hausse de 14,8 %.

- **En ce qui concerne les États-Unis, le déficit touristique de l'Ontario s'est chiffré à 2 milliards de dollars**, une baisse de 1,7 % par rapport à 2009. Les Ontariennes et Ontariens ont dépensé 2,5 milliards de dollars aux États-Unis, soit 0,4 % de moins qu'en 2009, alors que les voyageurs en provenance des États-Unis ont dépensé 0,5 milliard de dollars en Ontario, une hausse de 5,6 % comparativement à l'an dernier.
- **En ce qui concerne les pays d'outremer, le déficit touristique de l'Ontario a atteint 1,1 milliard de dollars**, une diminution de 13,7 % par rapport à 2009. Les Ontariennes et Ontariens ont dépensé 1,8 milliard de dollars dans les pays d'outremer, soit un déclin de 2,7 % par rapport à 2009, alors que les visiteurs en provenance de pays d'outremer ont dépensé 0,7 milliard de dollars en Ontario, une progression de 21,7 %.

Le déficit touristique du Canada s'est établi à **5,1 milliards de dollars** au T1 2010, une augmentation de 0,8 % par rapport à 2009.

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



Hébergement

Les taux d'occupation ont légèrement progressé, alors que les tarifs quotidiens moyens et les recettes par chambre disponible ont décliné au T1 2010

- Au cours du T1 2010, les taux d'occupation se sont établis en moyenne à 50,5 %, soit 0,6 point de pourcentage de plus qu'au T1 2009.
- Le tarif quotidien moyen a chuté de 2,5 % pour atteindre 116,22 \$.
- Au T1 2010, les recettes par chambre disponible ont diminué de 1,3 %, s'établissant à 58,66 \$.

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.-Mars 2010	Janv.-Mars 2009	Variation (en points)	Janv.-Mars 2010	Janv.-Mars 2009	Variation (en %)
ONTARIO	50,5 %	49,9 %	0,6	116,22 \$	119,14 \$	-2,5 %
Région du grand Toronto (RGT)	57,8 %	54,9 %	2,8	122,73 \$	127,30 \$	-3,6 %
Centre-ville de Toronto	62,8 %	58,2 %	4,6	143,69 \$	145,34 \$	-1,1 %
Aéroport de Toronto	63,7 %	60,7 %	3,0	111,13 \$	119,15 \$	-6,7 %
RGT Ouest	51,4 %	52,5 %	-1,1	104,97 \$	108,57 \$	-3,3 %
RGT Est/Nord	50,3 %	47,2 %	3,0	108,34 \$	116,12 \$	-6,7 %
Est de l'Ontario	41,6 %	45,2 %	-3,6	98,92 \$	102,29 \$	-3,3 %
Kingston	43,7 %	54,3 %	-10,6	107,87 \$	107,87 \$	0,0 %
Autres régions de l'Est de l'Ontario	40,7 %	41,7 %	-1,0	94,79 \$	99,50 \$	-4,7 %
Ottawa	59,9 %	62,6 %	-2,7	133,45 \$	135,03 \$	-1,2 %
Centre-ville d'Ottawa	61,4 %	64,6 %	-3,3	137,28 \$	138,68 \$	-1,0 %
Ottawa Ouest	57,2 %	55,6 %	1,6	125,94 \$	129,08 \$	-2,4 %
Ottawa Est	53,1 %	61,9 %	-8,8	112,85 \$	113,80 \$	-0,8 %
Sud de l'Ontario	38,3 %	38,4 %	-0,1	100,91 \$	103,53 \$	-2,5 %
London	48,8 %	49,5 %	-0,6	99,02 \$	99,16 \$	-0,1 %
Windsor	35,8 %	38,3 %	-2,5	97,17 \$	99,79 \$	-2,6 %
K/W/Cambridge/Guelph	43,0 %	39,8 %	3,2	101,94 \$	106,77 \$	-4,5 %
Hamilton/Brantford	44,8 %	44,3 %	0,5	100,87 \$	107,10 \$	-5,8 %
Niagara Falls	33,2 %	34,8 %	-1,5	104,95 \$	107,30 \$	-2,2 %
Région de Niagara Falls, autres	32,9 %	31,8 %	1,1	92,87 \$	89,31 \$	4,0 %
Sud de l'Ontario, autres	36,6 %	33,9 %	2,7	96,47 \$	103,01 \$	-6,3 %
Centre de l'Ontario	37,2 %	38,4 %	-1,2	112,09 \$	114,84 \$	-2,4 %
Nord-Est de l'Ontario	54,0 %	54,0 %	0,0	104,69 \$	98,07 \$	6,7 %
North Bay	50,2 %	59,1 %	-8,9	108,02 \$	100,29 \$	7,7 %
Sudbury	60,1 %	50,6 %	9,5	107,90 \$	104,42 \$	3,3 %
Nord-Ouest de l'Ontario	58,4 %	56,5 %	1,9	95,24 \$	94,24 \$	1,1 %
Thunder Bay	60,5 %	57,3 %	3,1	95,53 \$	95,13 \$	0,4 %
Sault Ste. Marie	46,5 %	43,6 %	2,9	96,51 \$	87,45 \$	10,4 %

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



km



Sujet spécial : La valeur sociale du tourisme



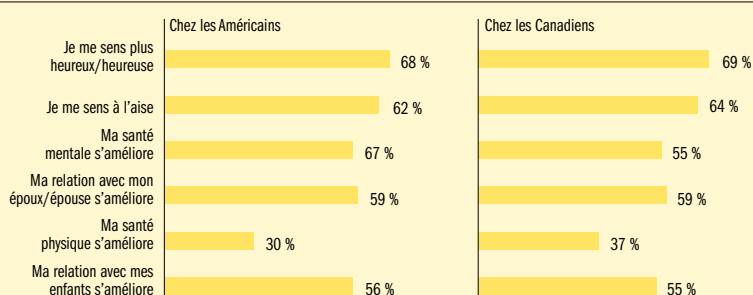
Il semblerait que le tourisme génère des avantages considérables pour l'individu, la famille et la société. L'Unité de la recherche du ministère du Tourisme et de la Culture a ajouté plusieurs questions sur la valeur sociale à la dernière Étude sur les intentions de voyage, afin de comprendre quels sont les avantages personnels et sociaux du tourisme et la manière dont ils sont obtenus.

Les avantages du voyage sont exprimés avec conviction et se manifestent aussi bien au cours du séjour qu'une fois celui-ci terminé. Voici quelques-uns de ces avantages :

- État mental amélioré
- Santé accrue
- Meilleure opinion sur la vie
- Meilleures relations avec les autres
- Liens familiaux renforcés par l'expérience commune
- Rajeunissement
- Et même... plus grande ouverture d'esprit

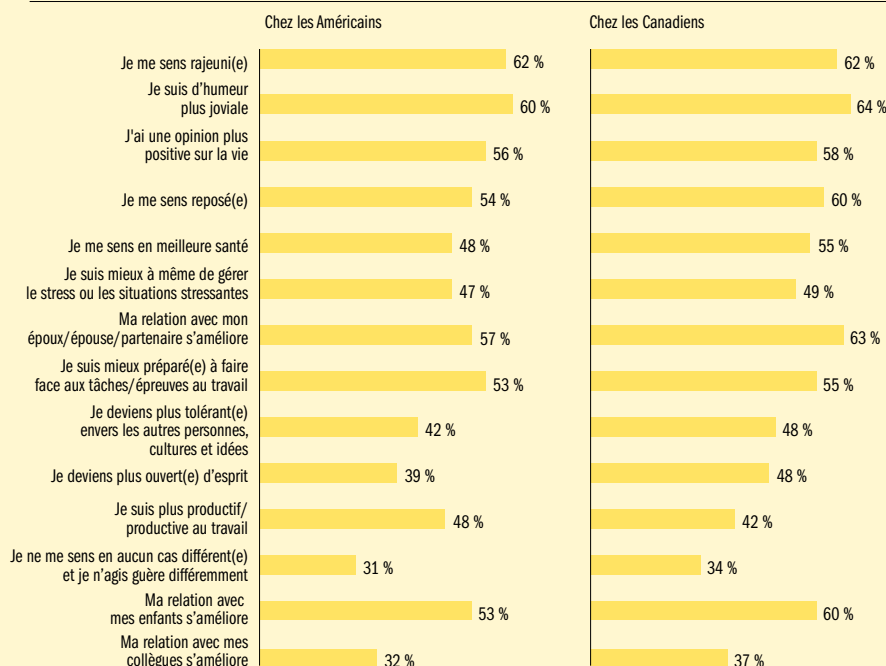
Au cours d'un voyage d'agrément, la majorité des Canadiens et des Américains se sentent plus heureux, plus à l'aise et constatent une amélioration globale de leur santé mentale. Les voyageurs font également état de meilleures relations familiales et d'une meilleure santé.

Sensations au cours d'un voyage d'agrément (D'accord/Tout à fait d'accord)



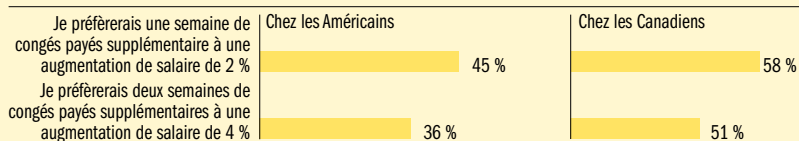
Cet état de santé mentale et physique améliorées perdure une fois rentré chez soi après un séjour. Les voyageurs de retour se sentent mieux à même de gérer le stress, sont plus tolérants et ouverts, et ont une attitude plus positive dans l'ensemble.

Sensations de retour d'un voyage d'agrément (D'accord/Tout à fait d'accord)



La valeur propre du voyage est accentuée par le fait qu'une grande proportion de la population voyageuse, en particulier les Canadiens, échangerait une augmentation de salaire contre davantage de temps de vacances.

Augmentation de salaire contre plus de temps de vacances (D'accord/Tout à fait d'accord)



Demandes de renseignements des visiteurs



Le nombre de sessions utilisateurs ouvertes sur OntarioTravel.net ainsi que le volume d'appels au 1 800 Ontario ont augmenté, alors que le nombre de visites aux Centres d'information touristique de l'Ontario a diminué

- Au cours du T1 2010, environ 1 million de sessions utilisateurs ont été enregistrées sur le site www.OntarioTravel.net, soit une augmentation de 51,4 % par rapport au T1 2009. La campagne pour les Jeux olympiques d'hiver, le marketing sur les moteurs de recherche et la tactique relative aux médias sociaux ont tous contribué à cette augmentation du nombre de sessions utilisateurs.

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

- Le centre d'appel 1 800 ONTARIO a comptabilisé environ 30 000 appels au cours du T1 2010, une hausse de 49,7 % par rapport au T1 2009. Le centre 1 800 ONTARIO a vu le nombre d'appels liés à Parcs Ontario augmenter depuis que l'organisme a mis à jour son site Web et son système de réservation, en fin d'année 2009.

Source : Electronic Data Systems

- Au T1 2010, il y a eu environ 93 000 visites dans les Centres d'information touristique (CIT) de l'Ontario, soit 12,7 % de moins qu'au T1 2009.

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

Indice des prix des voyages



Le prix des voyages en Ontario a décliné de 2,2 % au cours du T1 2010

- Durant le T1 2010, l'indice des prix des voyages (IPV) de l'Ontario a diminué de 2,2 % en moyenne, comparativement à 2009. Le coût d'utilisation des moyens de transport interurbains et de l'hébergement a baissé, alors que le coût d'utilisation d'un véhicule, ainsi que de la nourriture et des boissons, a augmenté.
- L'IPV de l'Ontario a décliné, alors que l'indice des prix à la consommation (IPC) de l'Ontario a progressé. Au cours du T1 2010, l'IPC de l'Ontario a augmenté de 1,7 % par rapport au T1 2009.

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

Emploi lié au tourisme



L'emploi dans les secteurs associés au tourisme a progressé de 2,1 % au T1 2010

- L'emploi dans les secteurs de l'hébergement et de la restauration, du divertissement/des loisirs, et de l'hébergement touristique a progressé au cours du T1 2010, comparativement à 2009. Toutefois, cette croissance a été légèrement contrebalancée par un déclin de l'emploi au sein des secteurs du commerce de détail et du cinéma.
- La croissance de 2,1 % de l'emploi dans les secteurs liés au tourisme en Ontario a été cinq fois supérieure à la progression de l'emploi total en Ontario (0,4 %).

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

Restauration et débits de boissons



Les ventes des restaurants et bars de l'Ontario ont augmenté de 1,7 %

- Les ventes en dollars courants dans le secteur de la restauration et des débits de boissons en Ontario ont augmenté de 1,7 % au T1 2010, par rapport à 2009, pour atteindre 4,5 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 3,4 %.

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

Prochains événements et conférences



- La conférence annuelle de l'**Association des professionnels de la recherche et du marketing en matière de voyages** aura lieu à Québec, du 13 au 15 octobre. Davantage de précisions à l'adresse www.ttracanada.ca/events/conference_news
- La Société du Partenariat ontarien de marketing touristique (SPOMT) et la Tourism Industry Association of Ontario (TIAO) organisent conjointement le 6^e **Sommet annuel du tourisme de l'Ontario**. La conférence aura lieu du 7 au 9 novembre 2010, au Deerhurst Resort, à Huntsville, en Ontario. Des précisions sont disponibles à l'adresse www.ontariotourismsummit.com/fr/
- L'édition de 2010 du **Sommet touristique**, organisé par l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC), se tiendra du 1^{er} au 3 novembre 2010, à Gatineau, au Québec. Visitez www.tiac.travel pour obtenir de plus amples renseignements.

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



www.research.tourism.gov.on.ca

Perspectives touristiques jusqu'en 2014

Les prévisions quant aux arrivées/départs par provenance et durée de séjour ont été mises à jour pour aller jusqu'en 2014. Les perspectives comprennent également des projections concernant des indicateurs clés tels que les taux de change, le PIB, l'IPC, etc.

Les perspectives touristiques sont disponibles à l'adresse www.tourism.gov.on.ca/french/research/forecasts/index.html

Étude sur les intentions de voyage, été/automne 2010

Les résultats de l'Étude sur les intentions de voyage, été/automne 2010, ont été présentés en personne le 12 juillet 2010 et via une webémission le 14 juillet 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 avantages sociaux du voyage.

La présentation est disponible à l'adresse 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.world-tourism.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)

