

MARS 2008

Points saillants

Mars 2008 par rapport à mars 2007 :

- Les arrivées en Ontario en provenance des É.-U. ont accusé une baisse de 16,3 %. Les voyages de moins de 24 heures ont diminué de 25,2 %, tandis que **les voyages de plus de 24 heures ont augmenté de 0,6 %**.
- Les arrivées en provenance de pays d'outre-mer ont affiché une hausse de 0,8 %.
- Le nombre d'Ontariens ayant séjourné aux É.-U. a augmenté de 12,1 % (les voyages de moins de 24 heures ont augmenté de 5,1 % et ceux de plus de 24 heures de 21,5 %). Le nombre de séjours dans des pays d'outre-mer a enregistré une hausse de 9,7 %.
- Le taux d'occupation des hôtels ontariens a baissé de 4 %, tandis que le tarif quotidien moyen (TQM) augmentait de 1,1 %.
- L'indice des prix des voyages en Ontario a grimpé de 2,8 %.

Dans ce numéro

Statistiques de l'industrie touristique

Passages frontaliers	1
Statistiques sur l'hébergement	5
Voyages intérieurs par avion	5
Indice des prix des voyages	6

Indicateurs économiques

Confiance des consommateurs	6
Emploi	7
Faillites	7

Indicateurs de la réponse des consommateurs

Centres d'appels de l'Ontario	7
Centres d'information	8
OntarioTravel.net	7
Fréquentation des organismes	8

Statistiques de l'industrie du tourisme

Passages frontaliers

Total des arrivées internationales

En mars 2008, le nombre total des arrivées internationales (y compris des É.-U. et des autres pays) en Ontario s'est établi à environ 875 000, soit une baisse de 14,7 % par rapport au mois de mars 2007. (En 2007, le nombre des arrivées internationales en mars a représenté 5,2 % du total annuel.)

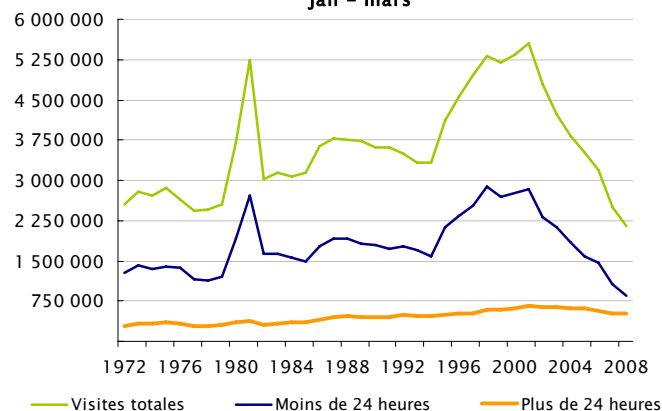
Au cours des trois premiers mois de 2008, le nombre total des entrées internationales a été inférieur de 13,3 % à celui de 2007.

Arrivées en provenance des États-Unis

En mars 2008, l'Ontario a enregistré environ 875 000 arrivées en provenance des É.-U., ce qui représente une baisse de 16,3 % par rapport à 2007. **Ce fléchissement est entièrement attribuable à la chute des entrées de moins de 24 heures**, qui ont baissé de 25,2 % par rapport à 2007. Par contre, **les séjours de plus de 24 heures ont progressé de 0,6 %**.

Cette augmentation du nombre de séjours de plus de 24 heures résulte d'une hausse de 3 % du nombre de voyages en auto, contrebalancée par un recul de 3,6 % du nombre d'arrivées par d'autres moyens de transport, comparativement à mars 2007.

Passages frontaliers des E.-U. en Ontario,
jan - mars



Source : Statistique Canada

Au cours des trois premiers mois de 2008, le nombre de passages frontaliers des É.-U. en Ontario s'est établi à 2,1 millions, ce qui représente un recul de 14,8 % par rapport à 2007 et de 60 % par rapport à 1998, une année record à cet égard.

Au cours du premier trimestre de 2008, l'Ontario a enregistré 1,3 million d'entrées de moins de 24 heures en provenance des É.-U., soit une baisse de 22,3 % (375 000 entrées de moins) par rapport à la même période en 2007. Les voyages de plus de 24 heures (840 000) ont augmenté de 0,2 % par rapport à 2007.

Bien que toutes les provinces connaissent d'importantes baisses du nombre d'arrivées en provenance des É.-U., c'est en Ontario que ce déclin est le plus important.

Province	Entrées en provenance des É.-U., mars 2008 par rapport à 2007		Entrées en provenance des É.-U., CA : janvier - mars 2008 par rapport à 2007	
	Entrées*	Taux de variation (en %)	Entrées*	Taux de variation (en %)
Ontario	781 454	- 16,3 %	2 139 059	- 14,8 %
C.-B.	269 738	- 13,2 %	743 051	- 11,0 %
Québec	140 067	- 8,0 %	400 656	- 8,9 %
Canada	1 333 329	- 14,8 %	3 670 542	- 13,4 %

Source : Statistique Canada

Vols en provenance des États-Unis

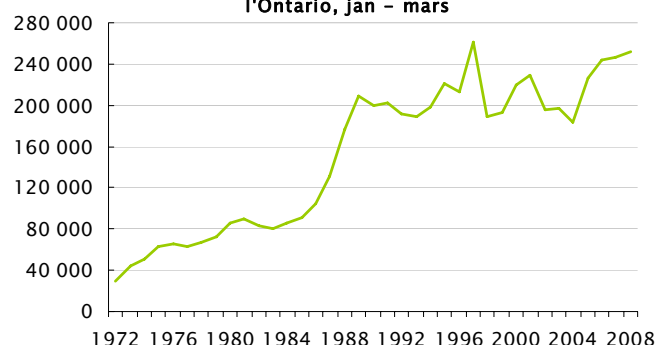
En mars, les vols commerciaux¹ des É.-U. à l'Ontario ont accusé une baisse de 4,5 % par rapport à mars 2007. Pour les trois premiers mois de 2008, le nombre de vol a diminué de 5 % comparativement à 2007.

Visiteurs de pays d'outre-mer

En mars 2008, le nombre d'arrivées en Ontario en provenance de pays d'outre-mer a augmenté de 0,8 % par rapport à mars 2007.

Au cours du premier trimestre de 2008, le nombre d'arrivées en provenance de pays d'outre-mer a augmenté de 2 % comparativement à la même période de 2007.

Visiteurs de pays d'outre-mer à destination de l'Ontario, jan - mars



Source: Statistics Canada

Grâce à des résultats plus solides que les autres provinces en mars 2008, la croissance des arrivées en Ontario en provenance de pays d'outre-mer est à présent comparable à celle des autres provinces pour le premier trimestre de 2008.

Province	Visiteurs de pays d'outre-mer, mars 2008 par rapport à 2007		Visiteurs de pays d'outre-mer, CA : janvier-mars 2008 par rapport à 2007	
	Entrées*	Taux de variation (en %)	Entrées*	Taux de variation (en %)
Ontario	97 246	+ 0,8 %	251 550	+ 2,0 %
C.-B.	85 890	- 3,6 %	243 573	+ 1,9 %
Québec	42 952	- 0,2 %	125 122	+ 2,2 %
Canada	257 894	+ 0,3 %	705,458	+ 2,9 %

Source : Statistique Canada

Arrivées en provenance de pays d'outre-mer : marchés traditionnels

En mars 2008, l'Ontario a enregistré une hausse du nombre d'arrivées en provenance d'Allemagne, tandis que le nombre de visiteurs français, britanniques et japonais a sensiblement diminué.

Comparativement à la même période l'an dernier, pendant le premier trimestre de 2008, les arrivées en provenance de France ont grimpé de 1,5 % et celles d'Allemagne sont demeurées stables, tandis que le nombre de visiteurs britanniques et japonais a connu une baisse notable.

¹ Les vols commerciaux représentent 96 % de tous les déplacements aériens.

Marché	Mars 2008 par rapport à 2007		CA : janvier-mars 2008 par rapport à 2007	
	Entrées*	Taux de variation (en %)	Entrées*	Taux de variation (en %)
R.-U.	17 158	- 10,8 %	44 961	- 7,4 %
Allemagne	6 247	+ 2,5 %	15 918	0,0 %
Japon	6,565	- 21,7 %	14 431	- 25,6 %
France	2,711	- 8,2 %	9 159	+ 1,5 %

Source : Statistique Canada

Visiteurs en provenance de pays d'outre-mer : nouveau marchés

L'élargissement de l'ensemble des marchés d'origine continue de modifier la composition de la clientèle touristique internationale de l'Ontario.

Le tableau ci-dessous présente les marchés ayant connu une croissance au cours du premier trimestre de 2008.

Marché*	Mars 2008 par rapport à 2007		CA : janvier-mars 2008 par rapport à 2007	
	Entrées*	Taux de variation (en %)	Entrées*	Taux de variation (en %)
Mexique	9 324	+ 36,0 %	20 716	+ 27,5 %
Corée du sud	3 676	+ 2,9 %	10 687	+ 3,6 %
Brésil	2 992	- 11,9 %	9 821	- 1,3 %
Chine	3 306	+ 61,5 %	9 262	+ 55,0 %
Inde	3 178	+ 3,2 %	8 033	+ 3,5 %
Australie	2 229	+ 0,2 %	6 789	+ 10,0 %
Italie	2 337	- 12,4 %	6 168	+ 3,0 %
Hong Kong	1 950	+ 10,3 %	5 565	+ 2,2 %
Pays-Bas	1 608	+ 10,0 %	4 514	+ 6,9 %

* Les marchés d'origine sont classés par ordre décroissant, selon le nombre d'entrées depuis le début de l'exercice.

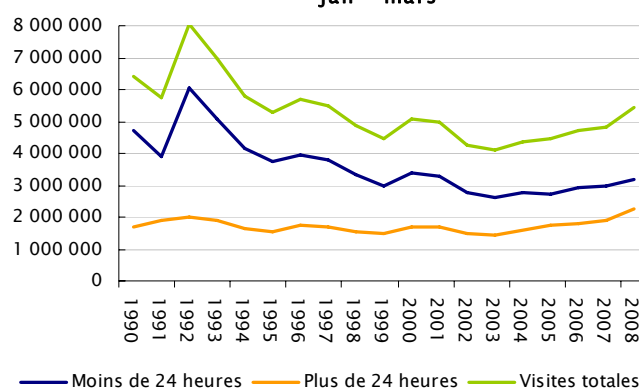
Voyages à l'étranger

Les Ontariens ont voyagé à l'étranger en nombre record.

Voyages aux États-Unis

En mars 2008, près de 2,2 millions de passages frontaliers de l'Ontario vers les É.-U. ont été enregistrés, soit un bond de 12,1 % par rapport à 2007. Les voyages de plus de 24 heures, qui représentent 46 % des passages, ont augmenté de 21,5 % comparativement à mars 2007, et les sorties de moins de 24 heures, de 5,1 %.

Les Ontariens voyageant aux E.-U.,
jan - mars



Source : Statistics Canada

On observe une tendance similaire pour le premier trimestre de 2008. Le nombre total de visites effectuées par les Ontariens aux É.-U. est en hausse de 12,3 % (soit près de 600 000 passages). Les voyages de plus de 24 heures ont augmenté de 19,1 % et ceux de moins de 24 heures, de 7,9 %.

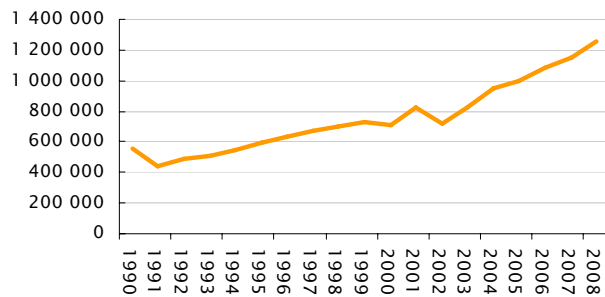
Voyages dans des pays d'outre-mer

En mars 2008, les Ontariens ont fait plus de 450 000 voyages dans des pays d'outre-mer, soit 9,7 % de plus qu'en 2007.

Au cours du premier trimestre de 2008, le nombre d'Ontariens ayant voyagé à l'étranger s'est accru de 9,6 %, ou environ 110 000 voyages de plus que pendant la même période en 2007.

*Nombre de voyageurs non-résidents entrant au Canada, par pays de résidence (à l'exception des États-Unis).

**Les Ontariens voyageant vers les pays d'outre-mer,
jan - mars**



Source: Statistics Canada

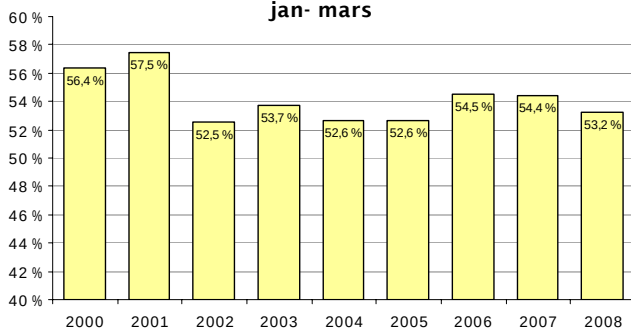
Hébergement

Taux d'occupation

En mars 2008, le taux d'occupation des hôtels de l'Ontario s'est établi à 54,5 %, soit 4 points de pourcentage de moins qu'à la même période en 2007. À l'échelle de la province, les taux les plus élevés ont été enregistrés à l'aéroport de Toronto (65,4 %), dans la région d'Ottawa (61,7 %) et dans le nord-est de la province (61,7 %). Cependant, dans toutes ces régions comme presque partout en Ontario, on a observé une baisse des taux d'occupation par rapport au mois de mars 2007. C'est à Hamilton/Brantford (- 14,7 points), à Kitchener-Waterloo (- 10,1 points), à London (- 9,9 points) et dans la région d'Ottawa (- 7,8 points) que les baisses les plus notables ont été observées en mars 2008, tandis que seules quelques régions ont enregistré des résultats stables ou de légères hausses.

Au cours du premier trimestre de 2008, le taux d'occupation moyen des hôtels de l'Ontario a été de 53,2 %, soit 1,2 point de pourcentage de moins que par rapport à la période comparable de l'année précédente.

**Taux d'occupation dans les hôtels de l'Ontario,
jan- mars**



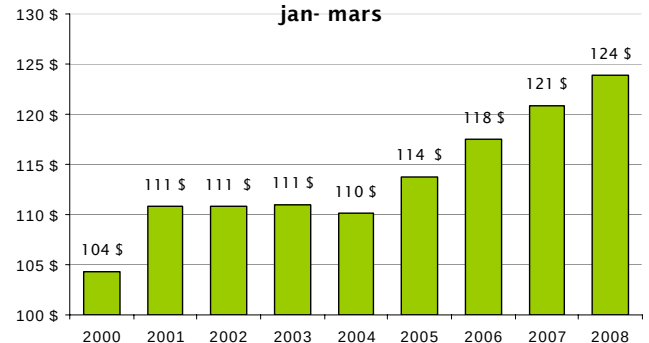
Source: PKF Consulting, Hotel Trends

Tarif quotidien moyen (TQM)

En mars 2008, en Ontario, le tarif quotidien moyen (TQM) a augmenté de 1,1 %, atteignant 123 \$. Les tarifs les plus élevés ont été observés dans le centre-ville de Toronto (160,64 \$) et dans celui d'Ottawa (134,65 \$). À l'échelle de la province, les résultats varient. Un certain nombre de régions ont connu une croissance vigoureuse des tarifs, notamment Ottawa Ouest (+ 4,8 %), le nord-est de l'Ontario (+ 4,7 %), Niagara Falls (+ 4,1 %) et Sault Ste. Marie (+ 3,6 %), tandis que d'autres, comme Hamilton/Brantford (- 4,0 %) et le centre de l'Ontario (- 2,5 %), ont enregistré une baisse des tarifs comparativement au mois de mars de l'an dernier.

Au cours du premier trimestre de 2008, le TQM en Ontario s'est accru de 2 %, s'établissant à 123,36 \$.

**TQM dans les h' tels de l'Ontario,
jan- mars**



Source: PKF Consulting, Hotel Trends

Recettes par chambre disponible

En mars 2008, les recettes par chambre disponible (revPAR) ont enregistré une baisse de 5,8 % par rapport à 2007, tendance observée dans la plupart des régions. Au cours du premier trimestre de 2008, les revPAR ont reculé de 0,2 % par rapport à la même période de l'année précédente.

Voyages intérieurs par avion

En mars 2008, d'après le revenu kilomètre-passager, le trafic passager général d'Air Canada a augmenté de 3,6 % par rapport à 2007. Pour le premier trimestre de 2008, le trafic passager s'est accru de 4,2 % comparativement à la même période de 2007.

À WestJet, l'augmentation du trafic passager s'est poursuivie en mars 2008, affichant une hausse de 21,7 % du revenu kilomètre-passager par rapport à 2007. Au total, la hausse du trafic a été de 19,1 % au cours du premier trimestre de 2008 par rapport à 2007.

Source : aircanada.ca et westjet.ca

Indice des prix des voyages

En mars 2008, l'indice des prix des voyages (IPV) a augmenté de 0,8 % par rapport au mois précédent. La hausse du coût d'utilisation des voitures (+ 1,3 %) et du transport interurbain (+ 1,1 %) a été partiellement neutralisée par la baisse du coût de l'hébergement (-3,2 %).

Pour ce qui est de l'évolution annuelle, l'IPV de l'Ontario était en hausse de 2,8 % par rapport à mars 2007. L'augmentation du coût des moyens de transport locaux et interurbains, du coût d'utilisation des voitures, de l'hébergement touristique et des aliments et boissons a été compensée en partie par la baisse du prix de location des voitures, du matériel et des services de loisirs et du matériel récréatif personnel.

En mars 2008, l'indice des prix à la consommation (IPC) de l'Ontario a augmenté de 0,3 % par rapport au mois précédent et de 0,8 % par rapport à mars 2007.

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

En mars 2008, l'indice des prix des voyages des É.-U. a augmenté de 3 % par rapport au mois précédent et de 8 % par rapport à mars 2007.

Source : Travel Industry Association of America

Indicateurs économiques**Confiance des consommateurs**

En mars, l'indice de confiance des consommateurs a reculé de 2 points à près de 94,5 (2002 = 100) alors que la préoccupation des consommateurs à propos de la situation financière future de leur famille diminuait. Malgré le recul de l'indice, l'optimisme au Canada continue de contraster nettement avec la situation qui prévaut aux É.-U.

Contrairement au mois précédent, l'Ontario a été la seule région du Canada à afficher une hausse. Toutefois, avec une augmentation d'un point, l'Ontario reste à la traîne derrière ses homologues.

Après des augmentations appréciables enregistrées en février dans les deux régions côtières, en mars, l'indice a reculé de 8,4 points dans les provinces de l'Atlantique et de 6,7 points en Colombie-Britannique. La confiance des consommateurs s'est affaiblie de 0,9 point au Québec, et de 4,8 points dans les Prairies.

Source : Le Conference Board du Canada

L'indice de confiance des consommateurs américains, en baisse depuis l'été 2007, a chuté de presque 12 points en mars 2008, clôturant à 64,5 points (1985 = 100).

Source : The Conference Board

Emploi

Le taux d'emploi au Canada a légèrement augmenté en mars 2008. Cependant, un nombre important de nouveaux venus sur le marché du travail a fait grimper le taux de chômage national de 0,2 point de pourcentage, soit à 6 %. Au cours des douze mois écoulés, l'emploi a progressé de 1,9 % et l'économie s'est enrichie de 325 000 nouveaux emplois.

Après une solide croissance de l'emploi en février en Ontario, la situation en mars n'a pas changé. À l'image de la tendance nationale, l'élan observé sur le marché du travail a fait monter le taux de chômage à 6,4 %, soit 0,3 point de pourcentage de plus. Au cours des douze derniers mois, l'Ontario a connu une croissance de l'emploi de 1,8 %, soit juste un peu en deçà de la moyenne nationale, des gains étant réalisés dans les secteurs de l'enseignement, de l'administration publique, des affaires, de la construction et d'autres services de soutien.

En mars 2008, en Ontario, l'emploi dans les secteurs associés au tourisme a augmenté de 2 % par rapport au mois précédent. Comparativement à mars 2007, l'emploi dans ces secteurs a chuté de 15,1 %, la baisse se faisant sentir dans de nombreux secteurs, en particulier dans l'industrie des jeux de hasard, les arts du spectacle et le secteur touristique.

Source : Statistique Canada, Enquête sur la population active, ministère du Tourisme de l'Ontario

Faillites

En mars, il y a eu 2 873 faillites en Ontario, dont 232 ont été déclarées par des entreprises et les autres par des particuliers. On note une baisse de 2,5 % du nombre de faillites d'entreprises par rapport à mars 2007.

Au cours du premier trimestre de 2008, il y a eu 8 385 faillites en Ontario, dont 695 déclarées par des entreprises. Les faillites d'entreprises ont baissé de 3,6 % comparativement au premier trimestre de 2007. Cent de ces faillites d'entreprises ont eu lieu dans le secteur de l'hébergement et des services alimentaires et 13 dans le secteur des arts, du divertissement et des loisirs. En comparaison 77 et 13 faillites avaient été déclarées respectivement dans ces secteurs au premier trimestre de 2007.

Source : Bureau du surintendant des faillites Canada

Indicateurs de la réponse des consommateurs

Centres d'appels de l'Ontario

Les Centres d'appels de l'Ontario ont reçu environ 9 400 appels en mars 2008, ce qui représente une baisse de 19 % par rapport à mars 2007.

Au cours du premier trimestre de 2008, les centres ont reçu quelque 24 000 appels, soit 36 % de moins qu'en mars 2007.

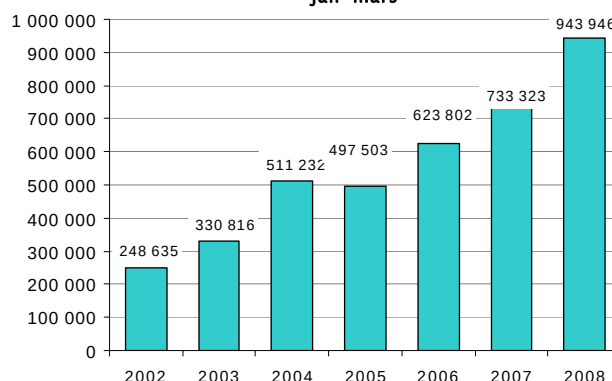
Source : Electronic Data Systems

OntarioTravel.net

En mars 2008, le site Web du tourisme en Ontario, **ontariotravel.net**, a été l'objet de quelque 360 000 consultations, soit une hausse de 25 % par rapport à mars 2007. Sur le site principal, le nombre de consultations a augmenté de 10 %, tandis que sur le site saisonnier, le taux d'augmentation atteignait presque 125 %.

Au cours du premier trimestre de 2008, le site Web touristique de la province a fait l'objet de près de 950 000 consultations, soit 29 % de plus que pour la période correspondante de 2007.

**Consultations du site OntarioTravel.net
jan-mars**



Source : Ontario Tourism Marketing Partnership Corp

Centres d'information touristique de l'Ontario

En mars 2008, les Centres d'information touristique de l'Ontario (CIT) ont accueilli environ 38 000 visiteurs, ce qui représente une diminution de 35 % par rapport à mars 2007.

Au cours du premier trimestre de 2008, les CIT ont reçu environ 100 000 visites, soit 31 % de moins qu'au cours de la période correspondante de 2007.

Consultations des Centres d'information touristique de l'Ontario

Lieu	Mars 2008 par rapport à mars 2007	CA : janvier-mars 2008 par rapport à 2007
Barrie	- 14,8 %	- 13,6 %
Cornwall	- 26,5 %	- 25,2 %
Fort Erie	- 55,9 %	- 49,7 %
Fort Frances	- 68,1 %	- 63,5 %
Niagara Falls	- 37,5 %	- 32,6 %
Sarnia	- 14,8 %	- 18,7 %
Sault Ste. Marie	- 52,3 %	- 47,8 %
St. Catharines	- 35,5 %	- 34,5 %
Toronto	- 21,4 %	- 10,6 %
Windsor Park	- 35,0 %	- 26,8 %
Windsor HC	- 43,0 %	- 38,4 %
Hill Island	Fermé pour la saison	
Kenora	Fermé pour la saison	
Lancaster	Fermé pour la saison	
Pigeon River	Fermé pour la saison	
Prescott	Fermé pour la saison	
Rainy River	Fermé pour la saison	
417	Fermé pour la saison	
TOTAL	- 35,0 %	- 30,7 %

Source : Ministère du Tourisme de l'Ontario

Fréquentation des organismes

Le tableau suivant indique les variations en pourcentage du nombre total de visites reçues par des organismes relevant de l'Ontario :

Variation de la fréquentation des organismes de l'Ontario

Organisme	Mars 2008 par rapport à mars 2007	CA : janvier-mars 2008 par rapport à 2007
Musée royal de l'Ontario	+95 %	+ 127 %
Centre des sciences de l'Ontario	-17 %	- 14 %
Science Nord	-2 %	0 %
Jardins botaniques royaux	-6 %	- 11 %
Collection d'art McMichael	-24 %	- 35 %
Fiducie du patrimoine ontarien ²	-65 %	- 44 %
Parc historique du Fort William	-31 %	- 64 %
Parcs historiques de la Huronie	-56 %	- 16 %

Source : La déclaration de chaque organisme est volontaire.

² La Fiducie du patrimoine ontarien comprend le centre Winter Garden, Fulford Place et le lieu historique de la Case de l'oncle Tom. De faibles volumes de fréquentation produisent une variabilité notable de la croissance / baisse.

ANNEXE: GÉNÉRALITÉS

Remarque : En 2005, l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) a été remplacée par l'Enquête sur les voyages des résidents du Canada (EVRC). Le passage à l'EVRC signifie que 2005 sera la nouvelle année témoin, ce qui entraînera un retard dans la diffusion des résultats sur les voyages intérieurs pour 2005 et 2006. On prévoit que les données sur les voyages intérieurs pour 2005 et 2006 seront disponibles en mai 2008. Statistique Canada élabore aussi actuellement une méthode transitoire pour reformuler les données antérieures à 2005 pour permettre les comparaisons de données rétrospectives. Entre-temps, des données pour 2006 sur le marché touristique américain et celui d'outre-mer seront publiées.

Statistiques de 2006 (États-Unis et outre-mer seulement)

- En 2006, l'Ontario a accueilli 17,5 millions de touristes américains (9,5 % de moins qu'en 2005). Ces touristes ont dépensé dans la province 3,8 milliards de dollars (en baisse de 3,4 % par rapport à 2004).
 - Comparativement à 2005, le nombre de touristes en provenance des États limitrophes, qui représente 81 % de tous les touristes américains, a reculé de 11,1 % tandis que le nombre de touristes des autres États a baissé de 2,2 % par rapport à 2005.
 - Par rapport à 2005, les visites de moins de 24 heures, qui représentaient 61 % de tout le tourisme américain, ont accusé une baisse de 12,5 % tandis que les visites de plus de 24 heures n'ont diminué que de 4,3 %.
- En 2006, l'Ontario a accueilli 2,2 millions de touristes en provenance de pays d'outre-mer (1,2 % de plus qu'en 2005). Ces touristes ont dépensé dans la province 2,6 milliards de dollars (une hausse de 6,3 % par rapport à 2005).
 - Le nombre de touristes en provenance des marchés touristiques traditionnels de l'Ontario (Royaume-Uni, Japon, Allemagne et France), qui représentait jusqu'à 39 % de tous les touristes en 2006, a diminué de 25,6 % tandis que le nombre de touristes en provenance d'autres marchés touristiques a augmenté de 6,1 % par rapport à 2005.

Statistiques de 2004

Résultats généraux

- En 2004, l'Ontario exploitait l'industrie touristique la plus importante du Canada, accaparant 42 % des visiteurs et 33 % des recettes touristiques au Canada.
- En 2004, l'Ontario a accueilli au total 118,3 millions de visiteurs (3 % de plus qu'en 2003), qui y ont dépensé 17,1 milliards de dollars (en hausse de 8 % par rapport à 2003).
- Les recettes touristiques totales en Ontario se sont élevées à 21,4 milliards de dollars en 2004, en progression de 8 % par rapport à 2003.

Nombre de visiteurs

- En 2004, le nombre de visiteurs provenant des pays d'outre-mer a progressé de 32 % par rapport à 2003, atteignant 2 millions, tandis que le nombre de visiteurs américains a diminué de 3 % par rapport à 2003, s'établissant à 21,4 millions.
- Le nombre de visiteurs canadiens en Ontario en 2004 a augmenté de 4 % par rapport à 2003, atteignant 94,8 millions.
- En 2004, les déplacements des Ontariens vers des destinations internationales ont augmenté de 5 % par rapport à 2003, s'établissant à 21 millions.

Dépenses des visiteurs

- Les dépenses des visiteurs provenant des pays d'outre-mer en Ontario se sont chiffrées à 2,3 milliards de dollars en 2004, une augmentation de 30 % par rapport à 2003. Les dépenses des visiteurs américains ont atteint 4,4 milliards de dollars, en hausse de 11 % par rapport à 2003.
- En 2004, les Canadiens qui ont visité l'Ontario y ont dépensé 10,4 milliards de dollars, ce qui constitue un accroissement de 3 % par rapport à 2003, tandis que les recettes touristiques attribuables aux visiteurs canadiens se sont accrues de 5 % par rapport à l'année précédente, atteignant 14,7 milliards de dollars. (La différence entre les dépenses des visiteurs et les recettes touristiques correspond aux dépenses engagées par les Ontariens auprès des transporteurs canadiens afin de se rendre à des destinations canadiennes à l'extérieur de l'Ontario. Les dépenses des visiteurs donnent une idée de l'impact des déplacements intérieurs sur l'économie, tandis que les recettes touristiques illustrent l'importance globale de l'industrie touristique pour l'économie.)
- L'industrie touristique de l'Ontario est très diversifiée. Elle est dominée par les petites et moyennes entreprises. En 2004, on recensait 161 850 entreprises dans les secteurs liés au tourisme en Ontario (3 % de plus qu'en 2003), cette donnée représente 19 % du nombre total d'entreprises dans la province.

Impact économique du tourisme en 2004

Remarque : Des changements récents pour mettre à jour et améliorer le modèle de calcul des répercussions du tourisme sur l'économie régionale du ministère du tourisme de l'Ontario ont fait de sorte que les données reportées au sujet des répercussions économiques ont changé. Les données dans les paragraphes qui suivent (PIB, emplois et taxes) ont été déterminées par le nouveau modèle.

- En 2004, le tourisme était le septième plus important secteur générateur de devises de l'Ontario, après l'équipement de transport, la machinerie, les produits chimiques, les ordinateurs et l'électronique, les métaux primaires et la fabrication de produits en plastique et en caoutchouc. Le tourisme a généré 6,7 milliards de dollars en devises pour la province.
- En 2004, le produit intérieur brut (PIB) du tourisme³ en Ontario s'est élevé à 11,6 milliards de dollars. Ainsi, 2,2 % de l'économie provinciale était directement attribuable à l'industrie touristique en 2004.
- En 2004, le PIB du tourisme en Ontario dépassait à lui seul le PIB combiné des secteurs suivants : agriculture, gestion et exploitation forestières, chasse et pêche commerciales et industrie minière.
- L'apport total du tourisme au PIB provincial⁴ (direct, indirect et induit) a atteint 19,4 milliards de dollars en 2004.

³ Produit intérieur brut (PIB) : Valeur des biens et services produits par la main-d'œuvre et les investissements au sein d'un pays (ou d'une région), sans égard à la nationalité de la main-d'œuvre ni à la propriété. Ce PIB est établi en fonction de la valeur du marché. Le PIB du tourisme correspond au PIB généré par les entreprises qui produisent ou qui fournissent directement des biens et services aux voyageurs.

- En 2004, l'industrie touristique⁵ en Ontario représentait 205 670 emplois, ou 3,3 % de l'ensemble des emplois en Ontario. Le tourisme était la quatorzième industrie en importance de la province au chapitre de l'emploi.
- Répartition des 205 670 emplois de l'industrie touristique :
 - 49 850 emplois – hébergement
 - 49 830 emplois – services d'alimentation et de rafraîchissement
 - 19 670 emplois – arts, loisirs et divertissement
 - 36 780 emplois – transports
 - 22 960 emplois – commerce de détail
 - 16 930 emplois – services de voyage
 - 1 500 emplois – location d'automobiles
 - 8 600 emplois – autres secteurs de services
- L'apport total de l'industrie touristique à l'emploi dans la province⁶ (direct, indirect et induit) représentait 310 518 emplois en 2004.
- En 2004, les recettes fiscales du tourisme⁷ pour les trois ordres de gouvernement en Ontario ont atteint 6,4 milliards de dollars : 3,4 milliards de dollars au fédéral, 2,9 milliards de dollars au provincial et 125 millions de dollars au municipal⁸.
- Pour chaque dollar de recettes touristiques en Ontario en 2004, les trois ordres de gouvernement ont touché 30 cents en recettes fiscales directes : 16 cents – fédéral; 13 cents – provincial; 1 cent – municipal.
- L'apport total du tourisme aux recettes fiscales⁹ (direct, indirect et induit) pour les trois ordres de gouvernement s'est élevé à 10,0 milliards de dollars en 2004.

Pour obtenir d'autres statistiques rétrospectives sur le tourisme en Ontario, veuillez consulter le site à l'adresse <http://www.tourism.gov.on.ca/french/research/trends/index.html>

⁴ L'apport total du tourisme au PIB provincial englobe les éléments suivants : PIB du tourisme, PIB indirect (PIB généré par l'élargissement de la demande des entreprises touristiques à d'autres entreprises ou secteurs) et PIB induit (PIB lié à la redistribution des revenus de la main-d'œuvre et (ou) des bénéfices de l'industrie qui sert directement et indirectement les voyageurs).

⁵ Emplois de l'industrie touristique : Emplois à plein temps, à temps partiel et saisonniers (y compris les salariés et les travailleurs autonomes) dans les entreprises liées au tourisme qui produisent ou fournissent directement des produits et services aux voyageurs.

⁶ Apport total du tourisme à l'emploi dans la province : Comprend les emplois liés au tourisme, les emplois indirects (emplois générés par l'élargissement de la demande des voyageurs à d'autres entreprises ou secteurs) et l'emploi induit (emplois liés à la redistribution des revenus de la main-d'œuvre et (ou) des bénéfices des entreprises qui fournissent directement ou indirectement des services aux voyageurs).

⁷ Recettes fiscales du tourisme : Impôt sur le revenu des particuliers, impôt sur le revenu des entreprises, taxes sur les produits et autres taxes générées dans les entreprises qui produisent ou qui fournissent directement des produits et services aux voyageurs.

⁸ Recettes fiscales fédérales : Impôt sur le revenu des particuliers, impôt sur le revenu des entreprises, taxes sur les produits (TPS, taxe sur l'essence, taxe d'accise, taxe de transmission, taxe sur l'air climatisé et bénéfice d'exploitation) et retenues à la source perçues par le gouvernement fédéral.

Recettes fiscales provinciales : Impôt sur le revenu des particuliers, impôt sur le revenu des entreprises, taxes sur les produits (TVP, taxe sur l'essence, taxe sur la quantité de gallons, taxe d'amusement et bénéfices d'exploitation) et impôt-santé des employeurs perçus par le gouvernement de l'Ontario.

Recettes fiscales municipales : Impôt foncier des particuliers et des entreprises perçu par les administrations municipales.

⁹ L'apport total aux recettes fiscales du tourisme comprend les éléments suivants : recettes fiscales du tourisme, recettes fiscales indirectes (recettes fiscales générées par l'élargissement de la demande des voyageurs à d'autres entreprises et secteurs), recettes fiscales induites (recettes fiscales liées à la redistribution des revenus de la main-d'œuvre et (ou) des bénéfices des industries qui servent directement et indirectement les voyageurs).