

Hiver 1998

Mesure du tourisme en région métropolitaine : Nouvelle possibilité du Programme de la statistique du tourisme

par Luc Dubois

Luc Dubois est analyste principal au Programme statistique du tourisme.

Le tourisme est sans contredit un secteur important de l'économie canadienne. En 1996, le secteur touristique a généré au Canada des recettes qui ont atteint la somme record de 41,8 milliards de dollars¹; 492 000 personnes occupaient un emploi dans le secteur touristique.

Au cours des dernières années, on a souvent suggéré que le tourisme pourrait être la panacée aux problèmes économiques que connaissent certaines régions du Canada. De plus, suite aux compressions budgétaires des gouvernements de tous les paliers, plusieurs organisateurs d'événements locaux ne peuvent plus compter sur des subventions du secteur public. Afin de trouver des ressources financières additionnelles pour continuer à opérer, ils se doivent d'attirer une clientèle provenant de l'extérieur de leur région.

Bien que l'impact économique du secteur touristique ait souvent été examiné aux niveaux national et provinciaux, l'impact sur les communautés régionales a par contre été négligé. L'analyse suivante utilise les données des enquêtes de Statistique Canada sur les voyages et les voyageurs (l'Enquête sur les voyages des Canadiens, EVC, et l'Enquête sur les voyages internationaux, EVI) afin d'examiner l'apport direct des visiteurs canadiens et étrangers aux économies de certaines régions métropolitaines de recensement (RMR) du Canada. Selon toutes attentes, les plus grandes RMR sont aussi les plus populaires et celles où les dépenses touristiques y sont les plus élevées. Les infrastructures qui sont en place pour servir la population locale dans ces grandes villes deviennent souvent, par besoin ou grâce à une réputation qui déborde les frontières régionales, des attractions touristiques. Afin de pouvoir comparer les RMR plus objectivement, nous établissons certains indicateurs nous permettant de faire abstraction de leur taille.

Cette analyse dresse le profil du marché de certaines RMR, c'est-à-dire les caractéristiques des visiteurs qui s'y rendent telles que leur origine, le but de leur voyage au Canada et la période de



Dans ce numéro...

Article

Mesure du tourisme en région métropolitaine : Nouvelle possibilité du Programme de la statistique du tourisme	1
Enquête sur l'hébergement des voyageurs – Résultats de 1995-96	7

Tendances

Caractéristiques des voyageurs internationaux	8
Compte des voyages internationaux	10
Indice des prix des voyages	11

<i>Indicateurs nationaux du tourisme</i>	13
--	----

<i>Indicateurs de voyages</i>	14
-------------------------------	----

¹ Source : Indicateurs nationaux du tourisme

l'année pendant laquelle ils voyagent. Comme le choix de l'endroit à visiter dépend souvent des produits touristiques offerts, nous décrivons aussi les attractions qui distinguent certaines régions par rapport à d'autres. Pour les besoins de cette analyse, seules les visites d'une nuit ou plus sont considérées.

L'EVC et l'EVI ne nous permettent que de mesurer l'impact direct de la demande touristique dans une région donnée et non pas l'impact total. En effet, la demande pour des produits et services touristiques cause à son tour une demande de nombreux intrants qui se répercute sur d'autres secteurs de l'économie locale; de plus, les employés de l'industrie touristique créent aussi une demande pour d'autres produits et services. L'impact total ne peut être mesuré que si on tient compte de cet effet multiplicateur.

Le tourisme au Canada en 1996

Les touristes ont déboursé 23 milliards de dollars au cours des 89 millions de voyages d'une durée d'au moins une nuit qu'ils ont effectuées sur le territoire canadien en 1996. Ce sont évidemment les Canadiens, avec les Ontariens en tête, qui ont fait le plus grand nombre de ces voyages, à 72 millions, suivi des Américains (13 millions), des résidents du Royaume-Uni (691 000) et des Japonais (648 000).

Bien que seulement 20 % des voyageurs au pays provenaient de l'étranger, les sommes que ces derniers ont dépensé représentaient 42 % du total. Les Américains ont injecté la plus importante partie de cette somme dans l'économie canadienne, soit plus de 5 milliards de dollars. Les visiteurs de pays autres que les États-Unis ont déboursé 4,5 milliards de dollars au cours de leurs voyages, dont 690 millions de dollars par des touristes japonais et 641 millions de dollars par des résidents du Royaume-Uni.

Les régions métropolitaines de recensement les plus peuplées sont les plus populaires

L'indicateur le plus fréquemment utilisé pour mesurer l'importance du tourisme dans une région donnée est le nombre de visites. Il est souvent possible d'en arriver à une estimation grossière en utilisant le nombre de demandes de renseignements aux kiosques d'informations touristiques, le nombre de chambres d'hôtel occupées, les congrès qui se tiennent sur son territoire, les arrivées aux aéroports ou aux postes frontières avoisinants et/ou la fréquentation aux principales attractions touristiques.

Pour la première fois, en 1996, il est possible de dresser un portrait complet au niveau régional, l'information sur les lieux visités entre l'origine et la destination finale étant maintenant recueillie par l'EVC. Rappelons que l'information sur tous les lieux visités par les voyageurs étrangers au Canada était déjà recueillie par l'EVI.

L'examen du tableau 1 permet de constater que les RMR de Toronto, Montréal et Vancouver ont accueilli le plus grand nombre de visites, ce qui est peu surprenant étant donné leur taille. Si ces trois grandes métropoles canadiennes ont plusieurs points en commun qui leur permettent d'attirer de nombreux touristes, chacune a par contre aussi ses attraits particuliers.

Toronto, la région métropolitaine de recensement la plus visitée au Canada

Le dernier recensement de la population de Statistique Canada en 1996 a dénombré 4 263 757 personnes vivant dans la région métropolitaine de recensement de Toronto, la plus grande de toutes les RMR du Canada.

Toronto est une ville cosmopolite, avec environ 80 différentes communautés ethniques qui y sont représentées dans sa population, dont la communauté italienne la plus large à l'extérieur de l'Italie (près de 147 000 personnes nées en Italie). Plus des deux-cinquièmes de sa population est composée d'immigrants, dont la moitié ne sont venus s'établir au Canada que depuis 1981.

Le portrait ethnique de Toronto a changé au fil des ans. Alors que les immigrants qui s'installaient à Toronto avant les années 60 étaient nés principalement au Royaume-Uni, en Italie et en Allemagne, 60 % des immigrants arrivés depuis 1991 provenaient de l'Asie (en particulier de Hong Kong, du Sri Lanka et de la République populaire de Chine) ou du Moyen-Orient.

Toronto est un centre financier et industriel majeur. Il s'effectue à sa bourse, le Toronto Stock Exchange, un des plus importants volumes de transactions en Amérique du Nord. On y retrouve aussi une des plus vastes concentrations d'entreprises manufacturières au pays.

La dimension culturelle de Toronto est aussi importante, avec un zoo, un parc d'attraction, plusieurs musées, centres culturels et théâtres. Plus de 140 troupes professionnelles de théâtre et de danse y sont établies, faisant de Toronto le troisième plus important centre de théâtre anglophone au monde, après Londres et New York. Il y a 75 productions en moyenne par mois et plus de 10 000 représentations sont offertes chaque année.



Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef : Monique Beyrouti
Téléphone : (613) 951-1673

Assistante : Carol Moskaluk

Composition : Bilquis Kabir

Conception graphique : Rosemarie Andrews
Chantal Chalifoux

Imprimerie : Centre d'impression,
Statistique Canada

Photo : C. Moskaluk, Programme de la
statistique du tourisme

Toute correspondance peut être envoyée à la rédactrice en chef, Info-voyages, 3^e étage édifice R.-H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6. Télécopieur: (613) 951-2909. Courrier Internet beyrmon@statcan.ca

Les prix n'incluent pas la taxe de vente

Prix: Canada: 13\$ l'exemplaire,
42\$ par année

Extérieur du Canada: 13\$US l'exemplaire,
42\$US par année

Périodicité: trimestrielle ISSN 0713-2840

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.



Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 1996. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Tableau 1

Régions métropolitaines de recensement (RMR) ayant reçu plus d'un million de visites d'une nuit ou plus en 1996

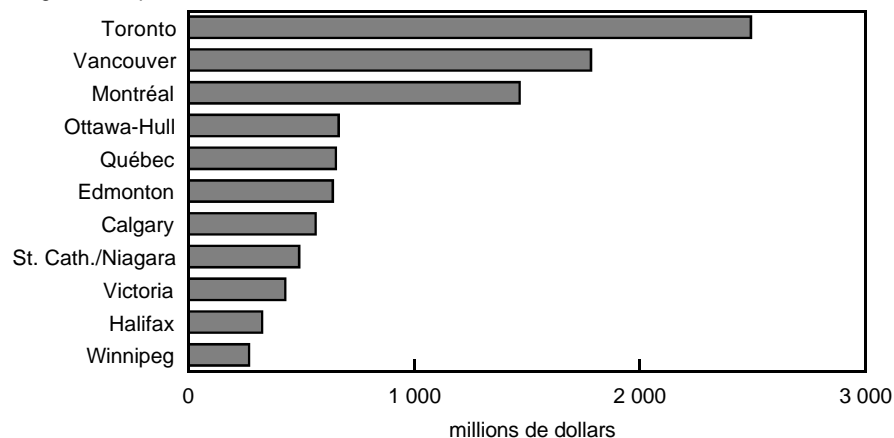
RMR visitées	Nombre de visites	Origine					
		Même province	Autres provinces	États-Unis	Europe	Asie	Autre
		milliers					
Toronto	8 402	3 581	1 116	2 339	702	455	209
Montréal	5 649	2 080	1 350	1 233	664	169	153
Vancouver	4 714	1 274	934	1 485	361	536	124
Québec	3 353	2 040	286	464	416	65	82
Ottawa-Hull	3 177	1 326	978	388	309	103	73
Calgary	2 912	1 248	1 008	375	137	105	39
St. Catharines – Niagara	2 880	892	90	1 300	314	232	52
Edmonton	2 771	1 605	722	248	101	72	23
Victoria	1 773	639	240	555	147	141	51
Halifax	1 279	507	519	172	58	9	14
Winnipeg	1 253	438	561	202	30	13	9
London	1 164	891	51	178	23	10	7

Sources : Enquête sur les voyages des Canadiens et Enquête sur les voyages internationaux

Graphique 1

Dépenses totales des touristes

Région métropolitaine de recensement



Sources : Enquête sur les voyages des Canadiens et Enquête sur les voyages internationaux

La ville est aussi le domicile de plusieurs équipes professionnelles de sport (hockey, baseball, basketball, football, soccer). Le club de baseball, les Blue Jays, a établi des records d'assistance au début des années 90 lorsqu'il s'est mérité le championnat de la Série mondiale. Il existe aussi une piste de courses de chevaux ainsi que plusieurs terrains de golf et de tennis, piscines extérieures et plages. Il est aussi possible d'y faire de la bicyclette, de la marche et du jogging au bord du lac Ontario et aussi d'y skier et d'y patiner en hiver.

Le magasinage est aussi une activité à laquelle peuvent s'adonner les touristes. Il existe un éventail varié de boutiques et magasins de tous genres, en banlieue comme au centre-ville, où on en retrouve d'ailleurs plusieurs qui sont souterrains.

Nombre d'événements spéciaux ont lieu tout au cours de l'année, dont un festival de jazz, un festival international du film, des festivals culturels, une compétition de feux d'artifices, une course automobile Formule Indy et la parade du Père Noël qui est télédiffusée dans plusieurs millions de foyers à travers le monde.

En ce qui a trait à l'accès, l'aéroport Pearson est le plus occupé au Canada et pourrait le devenir encore plus lorsque l'accord «Cielles ouverts» libéralisant le trafic aérien entre le Canada et les États-Unis sera pleinement en vigueur à partir de février 1998.

Toutes ces attractions et bien plus encore ont amené les touristes à passer au moins une nuit à Toronto à 8,4 millions de reprises en 1996.

Le but des voyages a une influence sur la période de l'année pendant laquelle les visites ont eu lieu. Les résidents d'outre-mer, profitant majoritairement de leurs vacances pour séjourner à Toronto, l'ont fait pendant l'été pour environ la moitié de leurs visites.

Les visites des Américains et des Canadiens sont réparties un peu plus également pendant l'année. Environ une visite à Toronto sur trois a lieu au cours des mois de juillet, août ou septembre (légèrement plus pour les Américains, légèrement moins pour les Canadiens).

Tout comme les résidents d'outre-mer, les Américains ont effectué une grande partie de leurs visites pendant des voyages d'agrément. Cependant, ils ont visité Toronto au cours de voyages d'affaires plus fréquemment que les Canadiens ou les résidents d'autres pays (1 visite sur 3 comparativement à 1 sur 5 et 1 sur 6 respectivement). Par ailleurs, c'est principalement lorsqu'ils ont voyagé pour visiter des parents ou des amis que les Canadiens se sont arrêtés à Toronto (44 % des visites).

Montréal, hôte de nombreux événements internationaux

Montréal, deuxième plus grande ville francophone au monde après Paris, s'est classée derrière Toronto quant au nombre de touristes qu'elle a accueilli sur son territoire en 1996 (5,6 millions). Un des charmes particuliers de la ville est le contraste qu'offre la co-existence des grattes-ciel d'une ville moderne avec le Vieux-Montréal, évocateur de l'Europe.

Montréal est aussi un grand centre financier et industriel. Les nombreuses entreprises de haute technologie établies à Montréal ont contribué à faire de la ville un leader dans le domaine. Son port, bien que situé à plus de 1 600 kilomètres de l'océan Atlantique, est un des plus importants au Canada.

On y retrouve aussi le plus long mail souterrain au monde, qui permet de faire des achats ou simplement du lèche-vitrine en échappant aux rigueurs de l'hiver. De plus, la ville est considérée comme la capitale de la haute-couture au Canada.

La ville s'enorgueillit d'appuyer l'équipe sportive professionnelle qui a connu le plus de succès au cours de son existence, le club de hockey Les Canadiens de Montréal, qui possède une réputation internationale.

Du côté des attractions touristiques, le casino et le Vieux-Port de Montréal demeurent les endroits les plus visités. Montréal compte aussi de nombreux musées, un jardin botanique, un planétarium et des lieux religieux tel que l'Oratoire St-Joseph et la Basilique Notre-Dame.

Tout au cours de l'été, de nombreux festivals et événements internationaux se succèdent. Le mois de juin débute avec une course automobile Grand Prix Formule Un. On peut ensuite assister à une compétition de feux d'artifices, à des festivals de jazz, culturels, de comédie et de films. Par ailleurs, c'est habituellement lorsque le froid est à son plus intense que Montréal célèbre la Fête des Neiges.

Comparativement à Toronto, une plus grande proportion des visites à Montréal sont effectuées pendant l'été. Les résidents d'outre-mer font autant de visites durant cette saison qu'au cours de tout le reste de l'année alors que 2 séjours sur 5 des Américains ont lieu en été. Trois visites sur dix des Canadiens ont lieu pendant l'été.

Quant aux motifs de leurs séjours, la majorité des Canadiens visitant Montréal se déplaçaient pour visiter des parents et des amis alors que les étrangers voyageaient surtout par agrément.

Vancouver, ville en croissance

Vancouver est une des villes d'Amérique du Nord qui connaît la plus forte croissance, grâce notamment à l'arrivée de nombreux immigrants. Un résident de Vancouver sur cinq est arrivé au cours des 15 dernières années. Depuis 1991, la population totale immigrante a augmenté du tiers. Seulement 10 % de ces nouveaux immigrants provenaient de l'Europe alors que 80 % étaient nés en Asie (plus particulièrement Hong Kong, la Chine et Taïwan) ou au Moyen-Orient. De toutes les villes d'Amérique du Nord, seule San Francisco possède un quartier chinois plus important. Malgré toutes ces cultures diverses qui se côtoient, la ville a réussi à marier les cachets asiatique, européen et celui de la Côte ouest nord-américaine.

Son emplacement géographique en fait une plaque tournante dans les voyages entre l'Amérique du Nord et l'Asie et a contribué à faire de son port un des plus importants au monde. Une législation maritime américaine (le Jones Act) qui n'autorise pas le transport de passagers entre deux ports américains par des navires immatriculés à

l'étranger contribue à faire du port de Vancouver un débarcadère et une escale majeurs des croisières entre Los Angeles et l'Alaska.

Le décor naturel de Vancouver, avec ses étendues d'eau qui la baignent, ses nombreux îlots de verdure qui parsèment son territoire et les montagnes qui forment l'arrière-plan, contraste avec le côté moderne de la ville et contribue à son attrait.

Nul doute que cet attrait a permis à l'industrie cinématographique de prospérer à Vancouver au cours des dernières années, lui valant le surnom de "Hollywood du nord". En plus des nombreuses productions américaines, on y retrouve maintenant de plus en plus de productions asiatiques.

En 1996, 4,7 millions de visiteurs ont séjourné au moins une nuit à Vancouver. Seulement 2 visites sur 5 des Canadiens ont été effectuées au cours de voyages chez des parents ou amis. Par ailleurs, 65 % des visites des résidents de pays autres que les États-Unis faisaient partie d'un voyage d'agrément comparativement à la moitié pour les Américains. Par ailleurs, seulement 17 % des visites à Vancouver étaient dans le cadre d'un voyage d'affaires.

À la recherche du marché extérieur

Un des objectifs principaux des sociétés d'expansion économique régionale est de stimuler l'injection de sommes d'argent provenant de l'extérieur, créant du même coup un effet multiplicateur plus important. Le degré de réussite dans ce domaine peut se mesurer par la proportion de son marché constitué de visiteurs provenant de l'extérieur de la province.

Vancouver se classe première à ce chapitre (voir tableau 1), attirant près des trois-quarts de ses visiteurs des provinces autres que la Colombie-Britannique, des États-Unis et des pays d'outre-mer. Vancouver dépend du marché asiatique plus que toute autre RMR au Canada.

Par ailleurs, deux-tiers du marché de St. Catharines-Niagara est constitué de visiteurs étrangers. En particulier, cette région est fortement tributaire des visiteurs américains, qui constituent 45 % de son marché. Il s'agit de la plus forte proportion de visiteurs américains parmi les principales RMR.

London se retrouve à l'autre extrême. Cette région possède le marché le plus "local" de toutes les principales RMR. Bien qu'elle se retrouve au douzième rang des RMR qui reçoivent le plus de touristes, on y compte autant de visiteurs de l'Ontario que dans la région de

St. Catharines-Niagara, qui elle, se classe au septième rang.

Plus de 75 % des visiteurs qui se rendent à London sont des Ontariens. Les Américains, principalement les résidents du Michigan, forment le second marché en importance de la région, devant les Canadiens des autres provinces. À peine 3 % des visiteurs ne sont pas nord-américains.

Le marché provincial de la RMR de Québec est aussi très important. Trois visites dans la région sur cinq sont effectuées par des résidents de la province, qui ont fait presque autant de visites à Québec qu'à Montréal. La région est plus populaire auprès des Américains et des Européens (en particulier les Français) qu'elle ne l'est auprès des Canadiens des autres provinces.

Plus nombreux sont les touristes, plus élevées sont les dépenses

Les dépenses des visiteurs représentent la mesure absolue de l'impact économique direct du tourisme dans une région. Le tableau 2 montre le niveau de dépenses des touristes dans certaines RMR du Canada. Les résultats observés sont peu surprenants. Ils confirment que les visites constituent un indicateur assez précis permettant d'estimer l'impact économique du tourisme : les RMR ayant reçu le plus de visites sont aussi celles où les dépenses touristiques sont les plus élevées.

En 1996, les touristes canadiens et étrangers ont injecté 2,5 milliards de dollars dans l'économie de Toronto lors de visites d'une nuit ou plus. Il s'agissait du montant le plus élevé dépensé dans une RMR.

Vancouver s'est classée seconde, avec des dépenses 28 % moins élevées qu'à Toronto. Les dépenses totales à Vancouver ont été 22 % plus élevées qu'à Montréal, au troisième rang, bien qu'il y ait eu 17 % moins de visites à Vancouver qu'à Montréal.

À peu d'exceptions près, le classement selon les sommes dépensées dans une région reflète celui du nombre de visites sur ce territoire.

Les visiteurs séjournent plus longtemps à Vancouver

Pour l'économie d'une région donnée, les montants dépensés par les touristes demeurent un élément bien plus important que le nombre de touristes lui-même. Deux mesures, soit la durée moyenne du séjour et les dépenses par nuitée, nous permettent de comparer, sur une base relative, le succès du tourisme dans les régions. Bien qu'elles soient en partie dépendantes du coût de la

vie dans chacune des RMR, ces mesures (tableau 2) peuvent tout de même être considérées comme une indication de la popularité d'un endroit, de la diversité ainsi que de l'abondance des choses à y faire et y voir.

Les dépenses plus élevées (tableau 2) à Vancouver comparativement à Montréal, malgré un volume de visites moindre, s'explique facilement à l'aide de ces mesures. D'une part, les visiteurs ont séjourné à Vancouver plus longtemps que n'importe où ailleurs au pays (4,0 nuitées, une de plus qu'à Montréal); d'autre part, c'est aussi dans la RMR de Vancouver où les dépenses moyennes par nuitée ont été les plus élevées. Lorsque ces deux facteurs sont combinés, il en résulte des dépenses par visite qui sont près de la moitié plus élevées lors de visites à Vancouver comparativement à Montréal.

Les résidents de Victoria bénéficient le plus de l'apport du tourisme

Le nombre de visites ou encore les dépenses totales ne permettent cependant pas de mesurer l'importance économique relative qu'à le tourisme dans les diverses régions. Afin de mieux cerner cet impact économique, il est nécessaire d'amener les dépenses totales sur un dénominateur commun, soit la population de chacune des RMR telle que dénombrée par le recensement de la population de 1996.

Le graphique 2 présente les dépenses des touristes dans certaines régions métropolitaines de recensement, en proportion de leur population respective. L'image qui en est projetée contraste avec celles des deux tableaux précédents. À la lumière de ce graphique, Toronto et Montréal se classent aux neuvième et dixième rang respectivement. Par ailleurs, l'industrie touristique a généré directement pour chaque homme, femme et enfant vivant dans la RMR de Victoria des sommes 2,5 fois plus élevées que pour ceux qui demeurent à Toronto (1 414 \$ contre 584 \$) en 1996.

Victoria possède le climat le plus doux au Canada. Elle est protégée par des montagnes côtières et baignée par un courant chaud de l'océan Pacifique. Ses jardins omniprésents qui fleurissent à l'année longue et son allure "british" lui donnent son cachet particulier. Les traversiers en provenance de l'État de Washington et de la Colombie-Britannique apporte un influx constant de touristes. Son climat tempéré semble inciter les Canadiens à la visiter en tout temps. Seulement 30 % de ces visites à Victoria sont effectuées au cours de la période estivale (une des plus faibles proportions avec Montréal et Edmonton), contrairement aux étrangers qui choisissent

Tableau 2

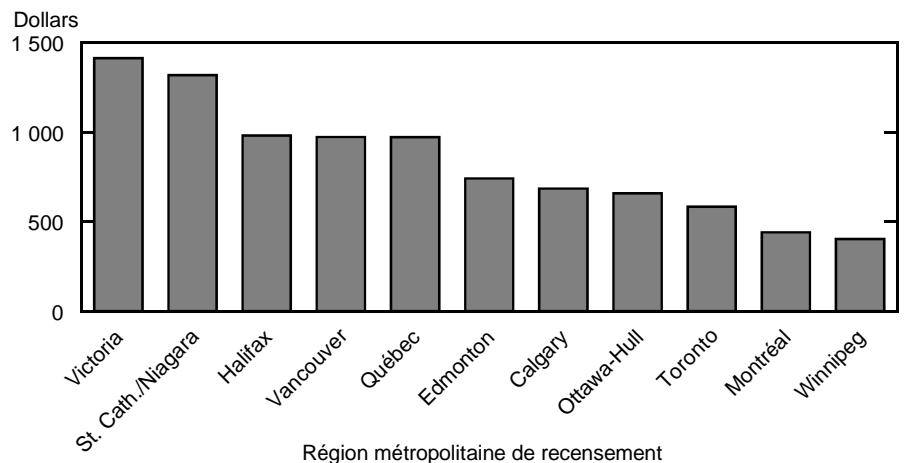
Régions métropolitaines de recensement (RMR) ayant reçu plus d'un million de visites d'une nuit ou plus en 1996

RMR visitées	Visites milliers	Nuitées millions	Dépenses millions de \$	Durée moyenne nuitées	Dépenses par visite \$	Dépenses par nuitée \$
Toronto	8 402	27	2 492	3,2	297	92
Montréal	5 649	17	1 468	3,0	260	86
Vancouver	4 714	19	1 784	4,0	378	94
Québec	3 353	8	654	2,4	195	82
Ottawa-Hull	3 177	10	666	3,1	210	67
Calgary	2 912	8	564	2,7	194	71
St. Catharines - Niagara	2 880	6	491	2,1	170	82
Edmonton	2 771	8	640	2,9	231	80
Victoria	1 773	5	430	2,8	243	86
Halifax	1 279	4	327	3,1	256	82
Winnipeg	1 253	4	269	3,2	215	67
London	1 164	3	152	2,6	131	51

Sources : Enquête sur les voyages des Canadiens et Enquête sur les voyages internationaux

Graphique 2

Dépenses des touristes per capita, 1996



Sources : Enquête sur les voyages des Canadiens; Enquête sur les voyages internationaux et Recensement de la population de 1996

majoritairement cette saison. Parmi les visiteurs d'outre-mer, autant d'Européens que d'Asiatiques sont attirés par Victoria.

St. Catharines-Niagara est la région où les dépenses touristiques per capita étaient les secondes en importance, avec 1 320 \$. L'attraction numéro un de la région est vieille d'environ 12 000 ans et jouit d'une réputation internationale : plusieurs chutes, dont la plus célèbre, en forme de fer-à-cheval, est située du côté canadien et a plus de 50 mètres de hauteur et 675 mètres de long. Il se vendrait aux touristes voulant saisir sa beauté majestueuse sur pellicule photographique plus de films que n'importe

où ailleurs au monde. Il n'est pas rare de marcher sur la promenade menant aux chutes et d'entendre parler une dizaine de langues différentes.

Autour de ce site naturel s'est développé un secteur touristique comprenant plusieurs tours d'observation, musées et boutiques de souvenirs. Un casino a ouvert ses portes en décembre 1996. La région est aussi un endroit très fréquenté par les couples en lune-de-miel.

La région est plus vaste que Niagara Falls seulement et offre plus que les chutes. On y retrouve aussi Niagara-On-The-Lake, une petite ville ayant conservé son charme

pittoresque du 19^{ième} siècle et où se tient un festival de théâtre mettant en vedette des pièces de George Bernard Shaw et de certains de ses contemporains. Ce festival a lieu de la fin du mois d'avril à la mi-novembre dans trois théâtres différents. Pour sa part, St. Catharines est située au centre de la région fruitière de l'Ontario et comprend plusieurs vergers et vignobles.

La région de St. Catharines-Niagara est la seule où la majorité des visites des Canadiens étaient faites au cours de voyages d'agrément (51 %) et non pour visiter des parents et amis. Du côté des étrangers, seules Québec et Victoria ont accueilli une proportion aussi importante de vacanciers.

Conclusion

Il existe plusieurs indicateurs traditionnels tels que le nombre de visites ou les dépenses totales pour mesurer l'impact du tourisme dans les régions métropolitaines de recensement. Maintenant que l'Enquête sur les voyages des Canadiens recueille l'information sur les places visitées entre l'origine et la destination, il est possible d'obtenir une image plus précise que dans le passé. Une mise en garde s'impose cependant : ces indicateurs ne dévoilent pas toute la vérité lorsqu'il s'agit de comparer les régions entre elles puisque les plus grandes ont tendance à dominer. Il est donc nécessaire de ramener les visites et dépenses sur une base relative. Au cours de cette analyse, nous avons démontré une méthode permettant de tracer une image plus révélatrice que les chiffres absolus. Cette méthode consiste à mettre les résultats de l'Enquête sur les voyages des Canadiens ainsi que de l'Enquête sur les voyages internationaux en perspective, en fonction de la taille de la population de la région visitée.

Note au lecteurs

Un profil plus détaillé des marchés touristiques municipaux (le *Cities Project*) a été développé dans le cadre d'un projet récemment complété, parrainé par le Ministère du développement économique, du commerce et du tourisme de l'Ontario (MDÉCT), la Commission canadienne du tourisme, le Destination Marketing Research Group (DMRG) et Statistique Canada. Ce projet permet à ces municipalités de comparer leur performance ainsi que le profil de leurs visiteurs en 1996, en fournissant des estimés de l'apport des visiteurs sur une base commune. Pour plus d'information au sujet du *Cities Project*, veuillez communiquer avec la Commission canadienne du tourisme au (613) 954-3835.

Définitions

Région métropolitaine de recensement (RMR)

Une RMR est généralement composée d'un grand noyau urbain comptant au moins 100 000 habitants ainsi que de régions urbaines et rurales adjacentes dont le degré d'intégration économique et sociale avec le noyau urbain est très élevé.

Méthodologie

Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC)

L'EVC est une enquête qui a pour objet la cueillette d'information sur les voyages et les voyageurs au Canada. L'enquête recueille plus de 30 caractéristiques dont entre autres, l'information socio-démographique sur les voyageurs, les activités de loisirs, le but, les moyens de transport, la durée, l'origine, la destination et les dépenses de voyage.

L'EVC, parrainée par la Commission canadienne du tourisme et les administrations provinciales, est menée à titre de supplément à l'Enquête sur la population active (EPA) que tient chaque mois Statistique Canada. Cette dernière enquête repose sur un échantillon aléatoire complexe représentant presque toute la population civile du Canada, âgée de 15 ans et plus.

L'EVC est réalisée mensuellement et repose sur un échantillon d'environ 10 000 répondants à chaque période de collecte. Pour chacun des mois, des renseignements sont recueillis sur les voyages d'une nuit ou plus sans égard à la distance parcourue, et les voyages du même jour dont la distance à l'aller est de 80 kilomètres (50 milles) ou plus.

En 1996, le coefficient de variation, qui représente la mesure statistique de la variabilité d'échantillonnage, était de 1,4 % pour les voyages d'une nuit ou plus et de 2,6 % pour les dépenses effectués lors de ces voyages.

Enquête sur les voyages internationaux (EVI)

L'EVI est une enquête permanente par questionnaire qui sert à recueillir l'information sur les dépenses et sur d'autres caractéristiques du voyageur international. Les agents des douanes canadiennes remettent un questionnaire aux voyageurs à leur arrivée au Canada, selon des calendriers précis. Le questionnaire est alors complété par un des membres du groupe de voyage et retourné à Statistique Canada.

L'estimation des dépenses dans une région se fait en répartissant les dépenses totales selon le nombre de nuits passées dans cette région par rapport à la durée totale du voyage au Canada.

En 1996, le taux de retour des questionnaires était de 6 % pour les Américains et 4 % pour les résidents de pays autres que les États-Unis.

Références

1. STATISTIQUE CANADA, "Recensement du Canada de 1996 – Chiffres de population et des logements", dans *Le Quotidien*, n° 11-001F au catalogue, Ottawa, le 15 avril 1997.
- "Recensement de 1996 : immigration et citoyenneté", dans *Le Quotidien*, n° 11-001F au catalogue, Ottawa, le 4 novembre 1997.
- *Indicateurs nationaux du tourisme, Estimations historiques 1987-1996*, n° 13-220-XPB au catalogue, Ottawa, juin 1997.
- *Guide des indicateurs nationaux du tourisme, Sources et méthodes*, n° 13-594-GPF au catalogue, Ottawa, août 1996.
2. AMERICAN AUTOMOBILE ASSOCIATION, *Tourbook – Atlantic Provinces and Quebec*, Floride, 1997.
- *Tourbook – Ontario*, Floride, 1997.
- *Tourbook – Western Canada and Alaska*, Floride, 1997.
3. TOURISME CANADA, *L'initiative de développement de l'industrie touristique dans les collectivités - Évaluation des retombées économiques du tourisme – Niagara Falls*, 10 volumes, mars 1988.
4. COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, *Les enjeux du secteur du tourisme au Canada*.

Enquête sur l'hébergement des voyageurs – Résultats de 1995-96

L'Enquête sur l'hébergement des voyageurs est de loin la plus vaste et la complète pour les industries d'hébergement des voyageurs. Remaniée en 1992, l'Enquête sur l'hébergement des voyageurs s'est constamment élargie et elle comprend maintenant un ensemble d'autres caractéristiques d'exploitation et de renseignements sur la marketing visant à répondre aux besoins de plus en plus nombreux d'utilisateurs extérieurs.

Les données de l'Enquête sur l'hébergement des voyageurs de 1995-96 diffusées récemment, révèlent que les recettes des industries des services d'hébergement de voyageurs ont poursuivi leur progression en 1995-96. En hausse de 5 % par rapport à l'année précédente, les recettes totales de ces services ont atteint près de 10 milliards de dollars.

Bien qu'ils ne représentent que le tiers du nombre total d'établissements, le secteur des hôtels et auberges routières a généré 7,7 milliards de dollars en 1995-96, soit plus des trois quarts de tous les revenus d'hébergement. Les motels et les autres industries d'hébergement se partageaient chacun 11 % des revenus d'hébergement.

La plupart des provinces ont connu une croissance soutenue des recettes. La plus importante exception concerne l'Alberta où l'augmentation des recettes a été de 4 % seulement en 1995-1996 alors qu'elle avait atteint 8 % l'année précédente.

Le taux d'occupation moyen, selon les déclarations des établissements enquêtés des industries d'hébergement des voyageurs et particulièrement dans l'industrie des hôtels et auberges routières, démontre une hausse de 2 points de pourcentage par rapport à l'année précédente. Les plus importantes augmentations ont été enregistrées au Québec et au Manitoba.

Pour de plus amples renseignements sur les statistiques de l'hébergement des voyageurs de 1995-96, veuillez consulter le catalogue 63-204-XPB.

Nombre d'établissements et revenus totaux, Industries des services d'hébergement de voyageurs, 1995-96

	Industrie des services d'hébergement	Hôtels et auberges routières	Motels	Autres services d'hébergement
Établissements (Nbre)	15 697	5 116	4 115	6 466
Répartition (%)	100	33	26	41
Revenus totaux (M \$)	9 860	7 696	1 093	1 071
Répartition (%)	100	78	11	11

Source : Enquête sur l'hébergement des voyageurs



Résultats de l'Enquête sur les voyages des Canadiens de 1996

En 1996, des intervieweurs de Statistique Canada ont interrogé 180 000 adultes canadiens à la grandeur du pays au sujet

de leurs voyages intérieurs. Il s'agit du plus vaste échantillon jamais utilisé depuis le début de l'enquête et un des plus vastes échantillons au monde pour une enquête sur les voyages intérieurs. Il est important de recueillir des données sur ce type de voyages, car ils forment le segment le plus important du marché touristique canadien. En 1996, les dépenses engagées dans ce secteur ont généré 71 % des recettes de l'industrie du tourisme, évaluées à 41,8 milliards de dollars¹.

La publication intitulée **Résultats de l'Enquête sur les voyages des Canadiens de 1996**, qui doit paraître au printemps 1998, présente les principaux résultats de l'Enquête sur les voyages des Canadiens

(EVC) et résume la situation économique de ce secteur au pays. On y trouvera pour la première fois des *profils de marché* portant sur des questions d'actualité ayant trait aux voyages et des segments clés du marché. Les résultats de l'enquête aideront l'industrie à élaborer des stratégies de marketing efficaces, à planifier ses activités à long terme et à concevoir de nouveaux produits. Ce document sur le tourisme contient des analyses plus pratiques, plus claires et plus faciles à consulter que jamais.

Il deviendra une source d'information indispensable pour les lecteurs.

¹ Source : Indicateurs nationaux du tourisme

Enquête sur les voyages des Canadiens de 1996 : microdonnées maintenant disponibles sur *Beyond 20/20*

Le Programme de la statistique du tourisme a le plaisir d'annoncer le lancement de ses premiers fichiers de microdonnées *Beyond 20/20*, lesquels comprennent les données de l'**Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC)** de 1996 (No:87M0006XCB). Il s'agit de fichiers montés sur un disque compact et accompagnés d'une documentation détaillée. La fonction *Browser* de ce logiciel permet à l'utilisateur de créer ses propres tableaux statistiques et ce, avec un minimum de connaissances techniques. Celui-ci a la possibilité d'utiliser jusqu'à huit variables avec lesquelles il peut travailler en même temps tout en manipulant au moins deux d'entre elles dans un même tableau.

Ce fichier de microdonnées s'adresse à la fois aux utilisateurs actuels de fichiers de microdonnées conventionnels de l'EVC ainsi qu'à une toute nouvelle clientèle. En effet, tout analyste ou chercheur qui veut exploiter les données de l'EVC de 1996 et qui peut disposer d'un peu de temps afin de se familiariser avec le logiciel *Beyond 20/20*, sera ravi de découvrir comment il peut en tirer profit.

Pour de plus amples renseignements en ce qui a trait au nouveau format offert pour ces microdonnées, veuillez appeler au (613) 951-6321. Télécopieur : (613) 951-2909.



Caractéristiques des voyageurs internationaux

Deuxième trimestre de 1997

Les résidents d'outre-mer ont effectué 1,1 million de voyages d'au moins une nuit au Canada au cours du deuxième trimestre de 1997, un chiffre en baisse de 5,5 % par rapport à la même période de 1996. Cette baisse a surtout touché l'Alberta et la Colombie-Britannique.

Au cours de cette période, les voyages entre le Canada et les États-Unis ont légèrement diminué et ce, dans les deux directions. Les Américains ont entrepris 3,5 millions de voyages d'une nuit ou plus au Canada, alors que les Canadiens ont effectué 3,7 millions de voyages d'au moins une nuit aux États-Unis. Les deux pays ont affiché une baisse de 0,6 % par rapport à 1996.

La force du dollar canadien : un facteur important de la baisse des visiteurs d'outre-mer

La baisse du nombre de voyages d'une nuit ou plus des résidents d'outre-mer au Canada au deuxième trimestre de 1997 constituait la première baisse depuis le premier trimestre de 1992. Des conditions économiques et un taux de change favorables ont maintenu la tendance à la hausse depuis.

Au second trimestre de 1997, plusieurs devises étrangères se sont dépréciées face au dollar canadien, touchant fortement les marchés principaux du Canada. Depuis le printemps de 1995, le yen japonais a perdu

Note aux lecteurs

Le printemps constitue le deuxième trimestre (avril, mai et juin).

Terre-Neuve, l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse et le Nouveau-Brunswick forment les provinces de l'Atlantique; le Manitoba et la Saskatchewan, les provinces des Prairies; et l'Alberta, la Colombie-Britannique, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest, les provinces de l'Ouest.

La Nouvelle-Angleterre, l'Atlantique du centre et du sud, le Centre nord-est et Centre sud-est forment les régions de l'Est des États-Unis. Le Centre sud-ouest et le Centre nord-ouest, les Montagnes, le Pacifique, l'Alaska et Hawaï forment les régions de l'Ouest des États-Unis.

Les comparaisons sont effectuées par rapport au même trimestre des années précédentes. Les dépenses des Canadiens aux États-Unis durant le deuxième trimestre de 1996 pour les voyages de même jour en automobile ont été rajustées (de 244,2 à 314,7 millions de dollars).

Un touriste est un voyageur qui séjourne au moins une nuit dans un lieu visité.

Dépenses des résidents d'outre-mer lors de voyages d'une nuit ou plus

Deuxième trimestre

	1997	1996	1996 à 1997
	millions de \$		var. en %
Canada	1 189	1 204	-1,2
Provinces visitées			
Provinces de l'Atlantique	55	29	89,7
Québec	236	235	0,4
Ontario	477	444	7,4
Provinces des Prairies	23	18	27,8
Provinces de l'Ouest	397	478	-16,9

29 % de sa valeur par rapport au dollar canadien, le franc suisse 19 %, le mark allemand et le florin néerlandais 18 %, et le franc français 14 %.

L'Ouest : particulièrement touché par la baisse des visiteurs d'outre-mer

Au deuxième trimestre de 1997, les visiteurs d'outre-mer ont dépensé 15 millions de dollars de moins lors de voyages d'une nuit ou plus au Canada, comparativement à un an plus tôt. L'Alberta et la Colombie-Britannique ont été les provinces les plus touchées. Dans ces provinces, les dépenses effectuées par les résidents d'outre-mer ont chuté de 37 et 32 millions de dollars, respectivement. Les Japonais ont versé 63 millions de dollars de moins dans ces deux provinces, alors que les Britanniques y ont dépensé 25 millions de dollars de moins.

Par ailleurs, les visites d'au moins une nuit par des résidents d'outre-mer dans les provinces de l'Atlantique ont sensiblement augmenté et les dépenses y ont presque doublé. En Ontario, les dépenses effectuées lors de visites d'une nuit ou plus se sont accrues par rapport au deuxième trimestre de 1996 (33 millions de dollars).

Hausse du nombre de touristes directement en provenance d'outre-mer

Quelque 687 000 touristes d'outre-mer sont entrés directement au Canada au cours du

Caractéristiques des voyages d'une nuit ou plus des résidents d'outre-mer

Deuxième trimestre de 1997

	Voyages-personne	Nombre moyen de nuits	Dépenses moyennes par voyage-personne	Dépenses moyennes par nuit
	millions		\$	
Total	1 131	11,2	1 051	94
Arrivées directes	687	14,1	1 265	90
Via les États-Unis	444	6,7	725	108
Voie terrestre	209	5,1	460	90
Autre	235	8,1	960	119

deuxième trimestre de 1997, en hausse de 1,8 % par rapport à la même période de 1996. La proportion des voyageurs d'outre-mer entrant directement au Canada a augmenté à la suite du nombre accru de sièges offerts sur les vols directs entre le Canada et les pays d'outre-mer (de 56 % au deuxième trimestre de 1996 à 61 % un an plus tard). Une telle proportion à la hausse crée un impact économique important : les voyageurs d'outre-mer qui entrent directement

au Canada y demeurent en moyenne deux fois plus longtemps que ceux entrant via les États-Unis et y dépensent ainsi 75 % de plus par voyage. On observe par ailleurs une baisse du nombre total de touristes en provenance de pays d'outre-mer, principalement causée par une diminution de ceux qui entrent au Canada via les États-Unis par voie terrestre. Ces voyageurs ont effectué 28 % moins de voyages d'une nuit ou plus qu'au printemps de 1996.

Les séjours d'Américains passant au moins une nuit au Canada diminuent

Le nombre de séjours d'au moins une nuit par des Américains au Canada a légèrement baissé au printemps de 1997 par rapport à la même période de 1996, après la hausse de 5,5 % du premier trimestre. La diminution du nombre de voyages en automobile constitue la raison principale de cette baisse. Les voyages effectués par d'autres modes de transport étaient toutefois à la hausse.

Après neuf trimestres en hausse, le nombre de voyages en avion des Américains au Canada pour au moins une nuit est demeuré stable à 843 000. Les données provisoires indiquent cependant que l'augmentation du nombre de ces voyages s'est poursuivie au cours du troisième trimestre de 1997.

Les Américains ont utilisé l'avion dans plus des trois quarts de leurs voyages d'affaires d'une nuit ou plus au Canada. Durant le deuxième trimestre de 1997, les Américains ont entrepris 6,9 % plus de voyages d'affaires d'une nuit ou plus qu'au cours de la même période de 1996. Ils ont toutefois effectué 2,5 % moins de voyages de loisirs (incluant les voyages d'agrément et la visite de parents ou d'amis). Les dépenses moyennes effectuées au cours des voyages d'affaires ont été 90 % plus élevées que celles effectuées au cours de voyages d'agrément.

Les voyages d'une nuit seulement ont augmenté de 7,9 % mais les voyages de plus longue durée (particulièrement ceux de 2 à 6 jours) ont diminué. Conséquemment, les Américains ont passé 1,8 % moins de nuits au Canada et y ont dépensé 1,3 % de moins.

Hausse des voyages des Canadiens en Floride et au Mexique

Au printemps de 1997, les Canadiens ont effectué 3,7 millions de voyages d'au moins une nuit aux États-Unis, un chiffre légèrement en baisse par rapport au printemps précédent. Néanmoins, le nombre de ces visites en Floride a augmenté de 21 %, pour s'établir à 542 000.

Quoique l'État de New York ait reçu le nombre le plus élevé de visites d'une nuit ou plus des Canadiens au printemps de 1997, c'est en Floride que ces derniers ont dépensé le plus. Les séjours ont duré en moyenne 28,4 nuits, les Canadiens injectant 755 millions de dollars dans l'économie de la Floride, soit cinq fois plus que dans l'État de New York. Comme par les années passées, les Ontariens et les Québécois ont effectué la majeure partie des visites en Floride au cours de cette période.

Les visites d'au moins une nuit au Mexique ont bondi (83 %), pour s'établir à 99 000, soit au deuxième rang des pays d'outre-mer visités par les Canadiens après le Royaume-Uni.

Caractéristiques des voyages d'une nuit ou plus des Américains au Canada

	1997	1996	1996 à 1997
	milliers		var. en %
Total des voyages	3 480	3 499	-0,5
Moyen de transport			
Automobile	2 118	2 192	-3,4
Avion	843	843	-
Autre	519	464	11,9
Région de résidence			
L'Est	2 260	2 304	-1,9
L'Ouest	1 220	1 195	2,1
But du voyage			
Affaires	631	590	6,9
Agrément	1 883	1 935	-2,7
Visite de parents ou d'amis	551	561	-1,8
Autre	415	413	0,5
Durée du séjour			
1 nuit	736	682	7,9
2 à 6 nuits	2 200	2 268	-3,0
7 à 13 nuits	457	462	-1,1
14 à 20 nuits	59	58	1,7
21 nuits ou plus	28	29	-3,4

Lieux les plus visités par les Canadiens pour au moins une nuit

	1997	1996	1996 à 1997
	milliers		var. en %
États-Unis			
New York	636	720	-11,7
Floride	542	449	20,7
Washington	493	468	5,3
Michigan	375	363	3,3
Californie	228	229	-0,4
Europe			
Royaume-Uni	183	191	-4,2
Mexique	99	54	83,3
France	99	98	1,0
Allemagne	70	68	2,9
Pays-Bas	51	56	-8,9



Compte des voyages internationaux Troisième trimestre de 1997 (données provisoires)

Au troisième trimestre de 1997, les dépenses des résidents d'outre-mer au Canada ont chuté de 4,5 %, contribuant ainsi à un déficit en hausse au compte des voyages internationaux.

Le solde du compte des voyages internationaux accuse un léger déficit

Durant le troisième trimestre de 1997, les Canadiens ont dépensé plus dans les pays d'outre-mer (pays autres que les États-Unis) que ne l'ont fait les résidents de ces

pays au Canada. Résultat : un léger déficit de 3 millions de dollars. Il s'agit du premier déficit enregistré depuis le deuxième trimestre de 1995; un surplus de 27 millions de dollars avait été enregistré au trimestre précédent. Ce déficit demeure toutefois bien en deçà des 294 millions du premier trimestre de 1990, lors de la situation précaire observée dans le Golfe persique.

Les dépenses des résidents de pays d'outre-mer au Canada ont chuté de 4,5 % (à 1,3 milliard de dollars) entre les deuxième et troisième trimestres de 1997. Les recettes touristiques ont culminé à 1,5 milliard de dollars au quatrième trimestre de 1996 et n'ont fait que diminuer depuis (10 %).

L'appréciation du dollar canadien face à la plupart des devises européennes et du yen japonais et le ralentissement de certaines économies asiatiques ont découragé les résidents d'outre-mer à voyager au Canada et à y dépenser autant que par le passé.

Les Canadiens ont dépensé dans les pays d'outre-mer des sommes moins élevées de 2,3 % au troisième trimestre de 1997 qu'au trimestre précédent. Il s'agit d'une troisième baisse depuis les dépenses record de 1,4 milliard de dollars du quatrième trimestre de 1996.

Note aux lecteurs

À moins d'avis contraire, les données trimestrielles présentées dans le présent communiqué sont désaisonnalisées. Les montants sont en dollars canadiens et ne sont pas rajustés pour tenir compte de l'inflation.

Les recettes représentent les dépenses des visiteurs voyageant au Canada, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales. Les dépenses représentent celles des Canadiens voyageant à l'étranger, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales.

Rétrécissement du déficit au compte des voyages avec les États-Unis

Au troisième trimestre de 1997, les Américains ont déboursé 1,7 milliard de dollars lors de leurs voyages au Canada, c'est-à-dire 1,3 % de moins que le montant record du trimestre précédent. Le déficit au compte des voyages avec les États-Unis s'est toutefois résorbé légèrement (-0,6 %, à 792 millions de dollars) étant donné que la baisse des recettes a été plus que compensée par la diminution des dépenses des Canadiens aux États-Unis, chiffrées à 2,5 milliards de dollars.

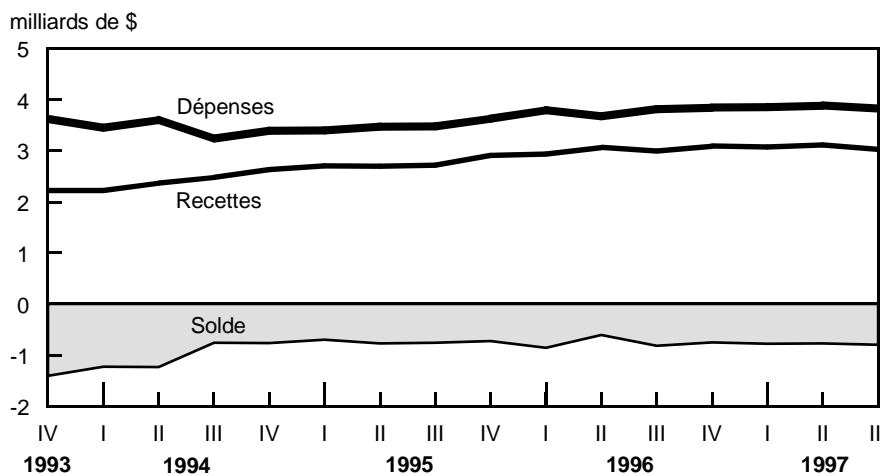
Les dépenses des Canadiens aux États-Unis et le déficit au compte des voyages entre les deux pays ont culminé au quatrième trimestre de 1991. À cette époque, le dollar canadien valait 0,87 \$US et le nombre de voyages en automobile de même jour des Canadiens aux États-Unis (souvent utilisé comme un indicateur du magasinage transfrontalier) avait atteint un sommet.

Hausse du déficit au compte des voyages internationaux

Le déficit au compte des voyages internationaux s'est creusé davantage, soit de 3,3 % au troisième trimestre de 1997. Les recettes et les dépenses totales ont toutes deux diminué.

Les visiteurs étrangers ont injecté un peu plus de 3,0 milliards de dollars dans l'économie canadienne, soit 2,7 % de moins qu'au trimestre précédent. Par ailleurs, les Canadiens ont dépensé 3,8 milliards de dollars lors de leurs voyages à l'étranger, en baisse de 1,5 %.

Hausse du déficit au compte des voyages internationaux du Canada au troisième trimestre





Indice des prix des voyages

Troisième trimestre de 1997

L'IPV avance de 4,7 % par rapport à la même période de l'année dernière

Au troisième trimestre de 1997, les consommateurs ont connu une forte majoration de 4,7 % des prix des biens et services contenus dans le panier de l'Indice des prix de voyages, comparativement au même trimestre de l'année dernière. Il s'agit de la plus importante croissance trimestrielle enregistrée depuis le troisième trimestre de 1991. Cette hausse a été dominée par une importante avance de 15,7 % dans le coût du transport interurbain. La hausse des primes d'assurance automobile combinée à celle de l'essence peuvent, en partie, expliquer cette situation. La plus forte augmentation pour un troisième trimestre remonte à 1986 alors que le coût du transport interurbain avait grimpé de 22,7 %. Parmi les autres augmentations, on note les produits du tabac et articles de fumeur, l'utilisation de véhicules automobiles ainsi que les spectacles.

Au cours du troisième trimestre de 1997, les consommateurs ont eu droit à un répit dans les prix du matériel photographique ainsi que ceux des fournitures et services photographiques.

À titre de comparaison, le prix de l'ensemble des biens et services, mesuré par l'indice des prix à la consommation (IPC), a atteint 138,1, soit une hausse de 1,8 % par rapport au troisième trimestre de 1996.

L'IPV avance de 4,5 % par rapport au trimestre précédent

L'Indice des prix des voyages a augmenté de 4,5 % au troisième trimestre de 1997 par rapport au trimestre précédent. Au cours du troisième trimestre de 1997, les voyageurs ont dû payer 16,2 % de plus pour leurs frais d'hébergement reflétant ainsi, en partie, les tarifs de la saison estivale.

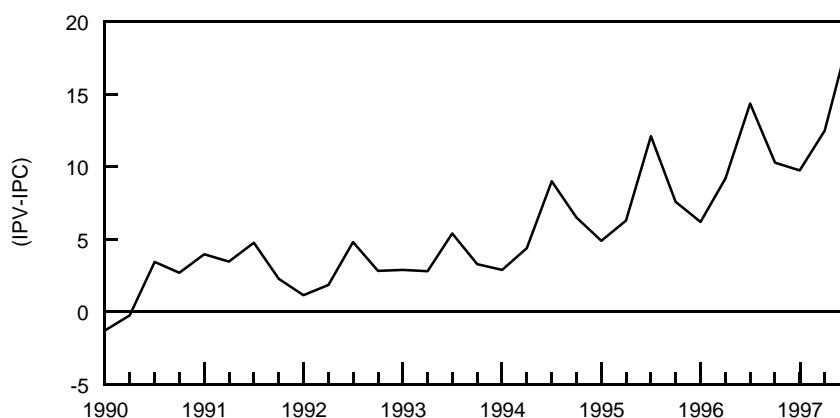
Le coût du transport interurbain a progressé de 9,1 % en raison de la montée des prix du tarif aérien. Habituellement, les prix augmentent en juillet en raison de la hausse de la demande saisonnière, mais la hausse de juillet 1997 est supérieure à la normale. Le coût de la location de véhicules automobiles a été majoré de 1,9 % et celui de l'utilisation de véhicules automobiles, de 0,8 %. Les prix de certaines composantes de l'IPV, tels les fournitures et services photographiques ainsi que le matériel photographique étaient en baisse.

Note aux lecteurs

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

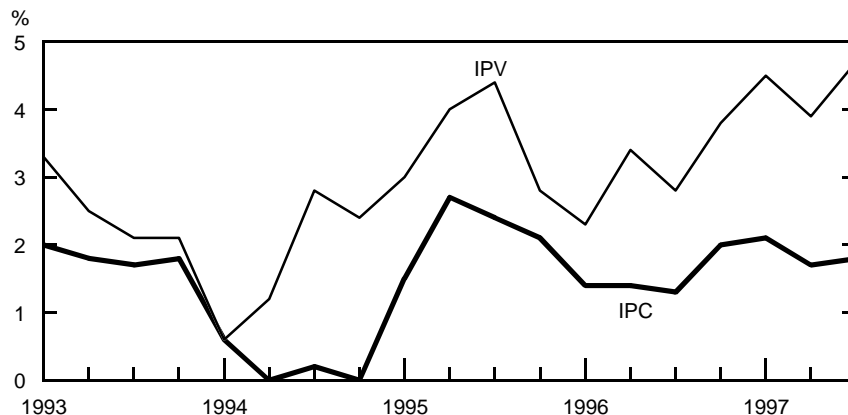
On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant au Programme de la statistique du tourisme, au (613) 951-1673.

Différence entre l'IPV et l'IPC - La tendance continue d'être à la hausse



Source : Programme de la statistique du tourisme

Variation trimestrielle de l'IPV et de l'IPC par rapport à l'année précédente

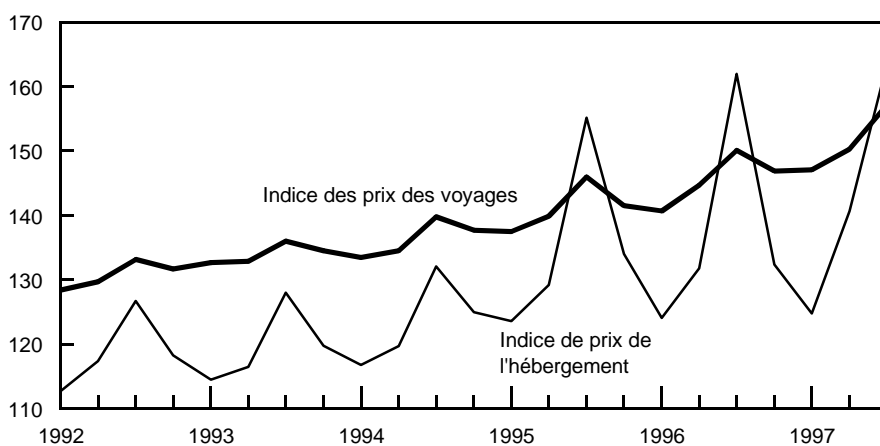


Source : Programme de la statistique du tourisme

Au cours du troisième trimestre de 1997, le coût de tous les biens et services enregistré par l'Indice des prix à la consommation était en hausse de 0,2 % comparativement au trimestre précédent.

Traditionnellement, les frais d'hébergement sont stables jusqu'au mois d'avril, enregistrent une hausse en mai, sont à nouveau stables en juin pour finalement grimper entre juin et juillet. En dépit de l'augmentation enregistrée en juillet 1997, l'Indice était au même niveau qu'en juillet 1996. Depuis le début de 1997, les prix de l'hébergement ont varié de façon inhabituelle. Ainsi, pour la première fois depuis 1988, les frais d'hébergement ont augmenté entre mars et avril 1997. De plus, entre les mois de mai et juin 1997, ces tarifs ont connu un bond de 12,0 % alors que depuis 1980, les frais d'hébergement ont toujours été stables durant cette période.

L'indice de prix de l'hébergement et l'Indice des prix des voyages, par trimestre



Source : Programme de la statistique du tourisme

L'Indice des prix des voyages (IPV) et ses composantes

(non désaisonnalisé 1986 = 100)

Composantes de l'IPV	3ième trimestre 1997	Variation en %	
		2ième trimestre 1997	3ième trimestre 1996
Transport interurbain	189,2	9,1	15,7
Transport local et de banlieue	178,9	0,4	1,4
Location de véhicules automobiles	133,1	1,9	-2,1
Utilisation de véhicules automobiles	151,2	0,8	4,7
Hébergement de voyageurs	163,5	16,2	0,9
Aliments	130,1	0,1	1,7
Boissons alcoolisées	149,4	0,1	1,6
Spectacles	185,8	0,5	3,6
Habillement et chaussures	133,1	-0,4	1,7
Médicaments et produits pharmaceutiques	152,4	-0,3	-0,9
Soins personnels	134,1	-0,1	2,2
Matériel photographique	105,8	-1,6	-4,4
Fournitures et services photographiques	111,2	-4,2	-3,6
Utilisation de véhicules de loisirs	155,4	0,7	3,4
Bandes audios et disques audio numériques	123,7	-0,2	1,0
Utilisation d'installations et de services de loisirs	176,4	0,5	2,5
Matériel de lecture et autres imprimés	176,1	0,2	2,8
Produits du tabac et articles pour fumeurs	152,7	0,4	6,3
Indice des prix des voyages (IPV)	157,1	4,5	4,7
Indice des prix à la consommation (IPC)	138,1	0,2	1,8

Sources : L'Indice des prix à la consommation, numéro 62-001-XPB au catalogue et le Programme de la statistique du tourisme

Indicateurs nationaux du tourisme

Deuxième trimestre de 1997

Pour le second trimestre de 1997, les dépenses touristiques au Canada ont continué à progresser, atteignant 10,4 milliards de dollars. Ceci représente une avance de 2,3 % par rapport à la même période de l'année dernière. Cette croissance a été stimulée par une hausse de 3,5 % des dépenses des Canadiens dans leur pays. Les étrangers ont, pour leur part, réduit leurs dépenses au Canada de 0,3 %.

Les dépenses intérieures augmentent

Le marché intérieur demeure la principale source de dépenses touristiques. Ainsi, les Canadiens ont dépensé 7,2 milliards de dollars lors de leurs voyages au Canada. Comparativement, les visiteurs étrangers ont dépensé 3,2 milliards de dollars au Canada.

Les dépenses intérieures ont augmenté pour tous les principaux biens et services. Une hausse de 2,6 % (après correction des variations saisonnières et de l'inflation), par rapport au trimestre dernier, des dépenses en transport aérien démontre que les Canadiens ont continué de profiter de la baisse du prix des billets d'avion.

Les dépenses des étrangers diminuent

Durant la même période, les visiteurs étrangers ont réduit leurs dépenses dans tous les principaux secteurs de biens et services à l'exception de l'hébergement, secteur dans lequel ils ont injecté 757 millions de dollars, soit 8,1 % de plus que l'année dernière.

Après correction des variations saisonnières et de l'inflation, les dépenses touristiques totales étaient stables par rapport au premier trimestre de 1997. En effet, une réduction de 3,3 % dans les dépenses des visiteurs étrangers a contrecarré la progression de 1,5 % dans les dépenses des Canadiens.

Le tourisme génère plus d'emplois

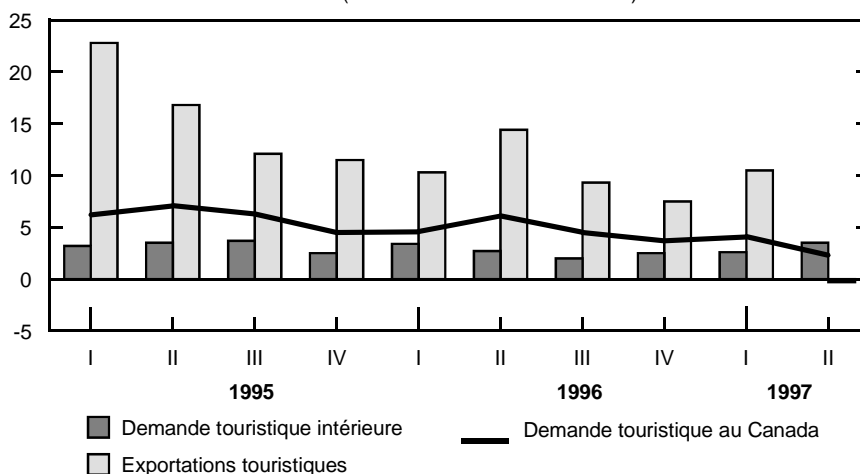
Au second trimestre de 1997, 518 000 personnes occupaient un emploi dans

l'industrie du tourisme, soit 2,8 % de plus qu'il y a un an. Après corrections des variations saisonnières, l'emploi a avancé

de 2,3 % par rapport au premier trimestre dépassant ainsi la progression de 0,7 % de l'ensemble du secteur des entreprises.

Les dépenses intérieures sont à la hausse, celles des non-résidents à la baisse

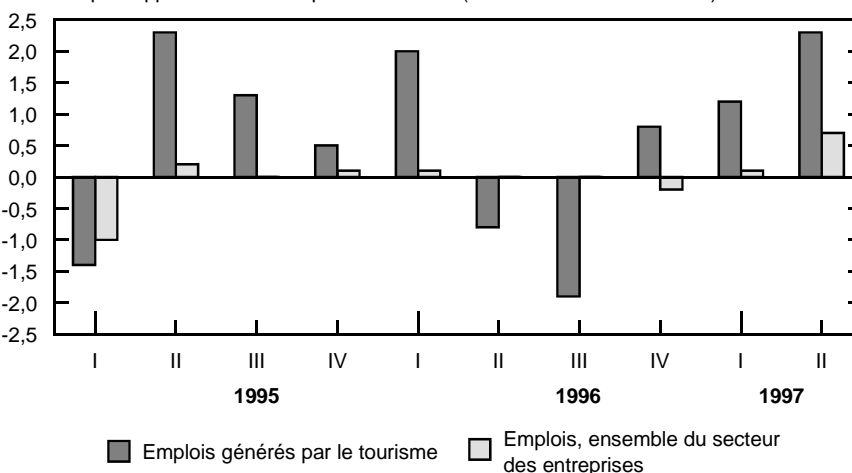
variation en % d'une année à l'autre (données non désaisonnalisées)



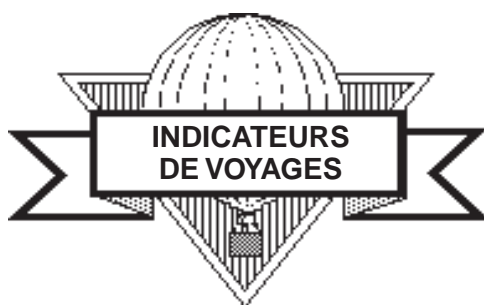
Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux de tourisme

Le tourisme génère plus d'emplois

variation par rapport au trimestre précédent en % (données désaisonnalisées)



Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux de tourisme



	Troisième trimestre		Variation en %
	1996	1997	
VISITEURS AU CANADA (en milliers)			
Des États-Unis	14 163	14 804	4,5
Visites d'une nuit ou plus	5 716	5 896	3,2
- En auto	3 879	3 886	0,2
Des pays d'outre-mer	2 126	2 001	-5,9
Visites d'une nuit ou plus	1 959	1 852	-5,4
Les sept pays les plus populaires:			
Royaume-Uni	302	306	1,2
Japon	274	231	-15,8
France	231	218	-5,6
Allemagne	230	206	-10,6
Corée du sud	68	63	-7,9
Taiwan	57	58	0,6
Australie	60	57	-4,4
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)			
Aux États-Unis:	15 733	15 409	-2,1
Visites d'une nuit ou plus	5 189	5 072	-2,3
- En auto	3 803	3 645	-4,2
Outre-mer, visites d'une nuit ou plus	913	994	8,9
INDUSTRIE			
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	6 599	6 853	3,8
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	17 744	19 108	7,7
PRIX			
1986 = 100 (non dés.)			
Indice des prix des voyages	150,1	157,1	4,7
Indice des prix à la consommation	135,7	138,1	1,8
- Aliments achetés au restaurant	144,6	147,1	1,7
- Transport interurbain	163,5	189,2	15,7
- Location de véhicules automobiles	135,9	133,1	-2,1
- Essence	126,7	132,0	4,2
ÉCONOMIQUE			
Produit intérieur brut au prix de 1986 (dés.) (en millions)	552 781	576 914	4,4
- Divertissements et loisirs (en millions)	5 357	5 869	9,6
- Hébergement et restauration (en millions)	12 127	12 469	2,8
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 284	17 376	0,5
TRAVAIL (en milliers)			
Population active (dés.)	15 164	15 390	1,5
Chômeurs	1 484	1 386	-6,6
Personnes occupées	13 680	14 004	2,4
- Hébergement et restauration (non dés.)	943	944	0,1
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)			
Dollar des États-Unis	1,3701	1,3848	1,1
Livre sterling	2,1298	2,2506	5,7
Yen du Japon	0,0126	0,0117	-6,6
Mark de l'Allemagne	0,9151	0,7669	-16,2
Franc de France	0,2690	0,2277	-15,4
<i>(dés.) désaisonnalisés.</i>			