

# Industrie du Tourisme de l'Ontario

## Faits et Chiffres

### Dans ce numéro

#### Perspectives économiques :

- Canada et Ontario

#### Statistiques sur le tourisme :

- Mouvements transfrontaliers internationaux
- Poste des voyages internationaux
- Taux d'occupation des hôtels
- Demandes de renseignements
- Indice des prix des voyages
- Centres d'information touristique

#### Sujet spécial :

- Perceptions de l'Ontario en tant que destination de voyage

#### Quoi de neuf dans le secteur de la recherche? :

- Dernières recherches et publications
- Prochains ateliers et conférences
- Sites Web utiles

### Poste des voyages internationaux

Les résultats préliminaires des deux premiers trimestres indiquent que les déficits du poste des voyages internationaux de l'Ontario et du Canada continuent à augmenter.

- Au cours du premier trimestre de 2006, le poste des voyages internationaux de l'Ontario a enregistré un déficit atteignant 2,3 milliards de dollars, soit une hausse de 18,9 % du déficit par rapport au premier trimestre de 2005. Pour ce qui est du Canada, le déficit a grimpé de 13,3 %, s'établissant à 4,1 milliards de dollars au premier trimestre.
- Au cours du deuxième trimestre de 2006, le déficit enregistré au poste des voyages de l'Ontario atteint 1,3 milliards de dollars, un bond de près de 24,3 % par rapport au trimestre correspondant de 2005, tandis que, pour le Canada, ce déficit augmentera de presque 29 %, s'établissant à 2,1 milliards de dollars pour la période.

### Perspectives économiques

#### Indicateurs économiques à court terme Canada et Ontario

		T1 2006	T2 2006*	2006*	2007*
Produit intérieur brut réel – taux de variation par rapport à la période précédente	Can	0,7	0,7	2,9	3,1
	ON	0,5	0,7	2,7	3,4
Indice des prix à la consommation – taux de variation par rapport à la période précédente	Can	0,6	0,6	2,5	2,0
	ON	0,6	0,6	2,3	2,0
Taux de chômage	Can	6,6	6,7	6,7	6,9
	ON	6,5	6,5	6,4	6,7
Revenu personnel disponible – taux de variation par rapport à la période précédente	Can	1,8	0,5	5,6	4,3
	ON	0,8	1,1	5,2	4,7

\*Données prévisionnelles  
Source : Conference Board du Canada

### Statistiques sur le tourisme

#### Mouvements transfrontaliers internationaux :

#### **La faible performance du marché américain se poursuit au cours de la première moitié de 2006**

Comparativement à la même période en 2005, les passages frontaliers des États-Unis vers l'Ontario ont diminué de 8,4 % au cours de la première moitié de 2006.

- Cette diminution s'explique par un déclin important du nombre de voyages de moins de 24 heures. En effet, de janvier à juin 2006, les Américains ont effectué 10,3 % moins de voyages d'une journée que pendant la période correspondante de 2005. En juin, le nombre d'entrées en voiture par les États-Unis pour un séjour de moins de 24 heures a été le plus bas depuis que ces données sont compilées, soit depuis 1972.
- De janvier à juin 2006, les séjours de plus de 24 heures effectués par des Américains en Ontario ont diminué de 4,7 % par rapport à la période équivalente de 2005. Cette baisse est largement attribuable à une chute de 6,0 % des entrées en voiture en Ontario par les États-Unis pour ce type de séjour. Quant aux passages frontaliers des États-Unis vers l'Ontario par un autre moyen que l'automobile (avion, train, autocar, bateau), ils ont diminué de 2,3 % pour la même période.

#### **Le marché d'outre-mer a maintenu une croissance modeste dans la première moitié de 2006**

De janvier à juin 2006, le nombre de visiteurs entrés en Ontario en provenance d'outre-mer a grimpé de 3,7 % par rapport à la période correspondante de 2005. Des augmentations par rapport à 2005 ont été observées dans deux des principaux marchés d'outre-mer de l'Ontario, à savoir le Japon (+9 %) et la France (+4 %), alors qu'il y a un recul de l'Allemagne (-9 %) et du Royaume-Uni (-5 %).

#### Passages frontaliers internationaux vers l'Ontario De janvier à juin 2006\*

	T1 2006	T2 2006	De janvier à juin 2006
Total, international	-8,3	-6,9	-7,4
Total, États-Unis	-9,3	-7,7	-8,4
É.-U. -24 heures	-9,3	-11,0	-10,3
É.-U. +24 heures	-9,3	-2,4	-4,7
Total, outre-mer	7,6	1,9	3,7

\*Variation exprimée en pourcentage par rapport à la période correspondante de l'an dernier  
Source : Statistique Canada

## Hébergement

Le taux d'occupation des hôtels et le tarif quotidien moyen sont encore en hausse pendant la première moitié de 2006

- De janvier à juin 2006, le taux d'occupation des hôtels de l'Ontario a augmenté de 1,6 point de pourcentage par rapport à la période correspondante de 2005, s'établissant à 60,4 %. Ce taux demeure toutefois inférieur à celui observé à la période correspondante de 2001, où il atteignait 62,2 %.
- Au cours de la même période, le tarif quotidien moyen (TQM) dans les hôtels de l'Ontario a augmenté de 3,9 %, atteignant 122,24 \$, ce qui a entraîné une hausse de 6,8 % du revenu par chambre disponible (RevPAR).

Le tableau (à la droite) indique les taux d'occupation et les tarifs quotidiens moyens sur divers marchés de la province au cours des six premiers mois de 2006.

### Le taux d'occupation et le tarif quotidien moyen des hôtels de l'Ontario Janvier à juin 2006

	Taux d'occupation (en %)			Tarif quotidien moyen (en \$)		
	De janv. à juin 2006	De janv. à juin 2005	Point de variation*	De janv. à juin 2006	De janv. à juin 2005	Variation (%)
<b>Ontario</b>	<b>60,4 %</b>	<b>58,8 %</b>	<b>1,6</b>	<b>122,24 \$</b>	<b>117,63 \$</b>	<b>3,9 %</b>
Région du grand Toronto	64,3 %	64,1 %	0,2	133,41 \$	127,70 \$	4,5 %
Centre-ville de Toronto	66,4 %	66,0 %	0,3	162,41 \$	152,25 \$	6,7 %
Aéroport de Toronto	69,6 %	70,7 %	-1,1	117,38 \$	114,99 \$	2,1 %
RGT Ouest	59,6 %	59,9 %	-0,3	106,69 \$	103,68 \$	2,9 %
RGT Est/Nord	60,0 %	58,5 %	1,5	112,90 \$	109,23 \$	3,4 %
<b>Est de l'Ontario</b>	<b>54,3 %</b>	<b>52,6 %</b>	<b>1,7</b>	<b>97,85 \$</b>	<b>95,83 \$</b>	<b>2,1 %</b>
Kingston	57,8 %	56,8 %	1,0	108,87 \$	105,65 \$	3,0 %
Est de l'Ontario, autres	52,5 %	50,3 %	2,2	91,72 \$	89,76 \$	2,2 %
<b>Ottawa</b>	<b>68,1 %</b>	<b>63,8 %</b>	<b>4,3</b>	<b>128,87 \$</b>	<b>126,72 \$</b>	<b>1,7 %</b>
Centre-ville d'Ottawa	70,0 %	66,7 %	3,3	135,85 \$	133,97 \$	1,4 %
Ottawa Ouest	63,5 %	56,9 %	6,6	117,44 \$	112,60 \$	4,3 %
Ottawa Est	62,8 %	56,1 %	6,7	95,71 \$	93,78 \$	2,1 %
<b>Sud de l'Ontario</b>	<b>52,4 %</b>	<b>50,1 %</b>	<b>2,3</b>	<b>108,12 \$</b>	<b>104,10 \$</b>	<b>3,9 %</b>
London	62,9 %	62,0 %	0,9	100,92 \$	99,07 \$	1,9 %
Windsor	53,3 %	51,7 %	1,5	109,94 \$	101,54 \$	8,3 %
K/W/Cambridge/Guelph	58,9 %	59,0 %	-0,1	99,20 \$	95,72 \$	3,6 %
Hamilton/Brantford	60,0 %	58,0 %	2,0	95,82 \$	95,03 \$	0,8 %
Niagara Falls	48,6 %	44,8 %	3,8	124,65 \$	119,50 \$	4,3 %
Région Niagara, autres	42,4 %	39,6 %	2,8	86,74 \$	85,56 \$	1,4 %
Sud de l'Ontario, autres	45,0 %	42,7 %	2,2	96,29 \$	94,22 \$	2,2 %
<b>Centre de l'Ontario</b>	<b>48,9 %</b>	<b>48,0 %</b>	<b>0,9</b>	<b>124,32 \$</b>	<b>119,18 \$</b>	<b>4,3 %</b>
Nord-Est de l'Ontario	65,3 %	61,8 %	3,6	86,47 \$	81,78 \$	5,7 %
North Bay	64,5 %	61,4 %	3,1	90,53 \$	86,07 \$	5,2 %
Sudbury	65,7 %	62,3 %	3,5	91,44 \$	85,46 \$	7,0 %
<b>Centre-Nord de l'Ontario</b>						
Sault Ste. Marie	51,4 %	51,1 %	0,3	81,16 \$	82,41 \$	-1,5 %
<b>Nord-Ouest de l'Ontario</b>	<b>64,6 %</b>	<b>61,4 %</b>	<b>3,1</b>	<b>91,25 \$</b>	<b>85,41 \$</b>	<b>6,8 %</b>

\*Variation en point de pourcentage

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

Données fondées sur un échantillon non pondéré de PKF principalement constitué d'hôtels de marque de 30 chambres ou plus.

## Quoi de neuf dans le secteur de la recherche?

### Dernières recherches et publications

- Un rapport sur les résultats du deuxième trimestre et les perspectives du troisième trimestre provenant de l'Enquête sur le climat des affaires dans le secteur de l'hébergement des voyageurs est disponible sur le site Web de la recherche du ministère du Tourisme à l'adresse <http://www.tourism.gov.on.ca/french/tourdiv/research/reports.htm>. L'Enquête sur le climat des affaires est une publication trimestrielle de Statistique Canada financée par le ministère du Tourisme de l'Ontario, la Commission Canadienne de Tourisme et Statistique Canada. Les résultats sont fondés sur les réponses à un sondage envoyé à environ 1 400 fournisseurs d'hébergement de partout au Canada.
- Les perspectives touristiques en Ontario : 2006-2010, prévisions présentées en mai 2006 propose des perspectives sur les voyages à destination et en provenance de l'Ontario ainsi que sur le marché touristique en général. <http://www.tourism.gov.on.ca/french/tourdiv/research/forecasts.html>
- L'enquête sur les activités des voyageurs et ce qui les motive (TAMS) de 2005 à récemment été complétée. Le projet TAMS cherche à examiner les activités et les habitudes de voyages en Amérique du Nord. Le premier rapport, qui visera le marché touristique américain, est attendu avant la fin d'octobre 2006. Entre-temps, vous pouvez en apprendre plus au sujet du projet

## Sujet spécial

### Perceptions de l'Ontario en tant que destination de voyage

Voici un survol de certains des résultats du sondage sur les intentions de voyage réalisé en février 2006 par le ministère du Tourisme, lequel s'est attardé sur les intentions des voyageurs pour le printemps et l'été 2006 en plus d'examiner les préférences des voyageurs américains et canadiens qui visitent l'Ontario.

Quatre-vingt-dix pour cent des voyageurs canadiens (de l'extérieur de l'Ontario) et 53 % des voyageurs américains qui ont participé au sondage ont visité l'Ontario au moins une fois. Le sondage a révélé que les voyageurs qui ont déjà visité l'Ontario sont les plus susceptibles d'y revenir au cours des deux prochaines années.

Si on tient compte particulièrement des voyageurs potentiels (les personnes qui ont exprimé un intérêt de visiter Toronto, les chutes Niagara ou d'autres régions de l'Ontario au cours des deux prochaines années), voici les notes accordées à l'Ontario pour des types précis de voyages par les voyageurs canadiens et américains (sur une échelle de 10 points) :

	Voyageurs canadiens	Voyageurs américains
Nature et plein air	7,9	7,7
Destination d'agrément général	7,5	7,3
Voyage itinérant	7,2	7,1
Grande ville	7,2	6,9
Arts, histoire et culture	7,1	6,8
Villégiature	6,7	6,6

Ces mêmes voyageurs ont attribué des notes à certaines caractéristiques de l'Ontario comme destination touristique. Voici les trois caractéristiques les mieux cotées par les deux groupes :

Voyageurs canadiens	Voyageurs américains
Destinations accessibles en auto	8,2 Région qui offre beaucoup à voir et à faire 7,9
Région où on ne s'inquiète pas pour sa santé	8,2 Destination accueillante 7,8
Région qui offre beaucoup à voir et à faire	7,9 Région où on ne s'inquiète pas pour sa santé 7,7
	Région sécuritaire sur le plan du terrorisme ou de la criminalité 7,7

Les voyageurs potentiels canadiens ont attribué la plus basse note aux deux caractéristiques suivantes : région qui offre une expérience unique et différente (6,9); région qui offre beaucoup pour son argent (7,3).

Les Américains ont également attribué une faible note à « région qui offre beaucoup pour son argent » (7,2), mais ils semblent avoir des sujets d'inquiétude différents, car ils ont attribué la plus faible note (6,9) à « région qui offre de bons service de santé pour les visiteurs ».

Douze pour cent de tous les voyageurs interrogés dans le cadre du sondage ont nommé des événements ou des problèmes spécifiques qui les rendent moins enclins à visiter l'Ontario. Les Canadiens étaient plus susceptibles que les Américains de nommer de tels événements ou problèmes. Voici les 5 sujets de préoccupations les plus souvent cités par chacun des groupes :

Voyageurs canadiens	Voyageurs américains
Violence	Nécessité d'un passeport
Politique	Coût
Circulation	Terrorisme
Problèmes à la frontière	Foules
Sécurité	SRAS

Il est possible de lire la version intégrale de l'article sur le site Web de la recherche à l'adresse [http://www.tourism.gov.on.ca/french/tourdiv/research/reports\\_other\\_studies.htm](http://www.tourism.gov.on.ca/french/tourdiv/research/reports_other_studies.htm)

### Prochains ateliers et conférences

- La prochaine conférence du chapitre canadien de l'Association des professionnels de la recherche et du marketing en matière de voyages (TTRA), intitulée **Transitions in Tourism**, aura lieu du 15 au 17 octobre 2006, à l'hôtel Fairmount Le Château Montebello, à Montebello, au Québec (près d'Ottawa). Veuillez consulter le site [www.ttracanada.ca](http://www.ttracanada.ca) pour obtenir de plus amples renseignements.
- La Société de partenariat ontarien de marketing touristique tiendra son deuxième Sommet sur le marketing touristique en Ontario les 18 et 19 octobre 2006, au Blue Mountain Resort, près de Collingwood, en Ontario. Le thème de cette année est **Changement. Adaptation. Marché. Succès. Un plan d'action de marketing dans une nouvelle ère médiatique**. Pour obtenir davantage de détails ou pour vous inscrire, veuillez consulter le site [www.ontariotourismsummit.com](http://www.ontariotourismsummit.com).
- Le Sommet du leadership touristique du Canada 2006, Le tourisme compte, organisé par l'Association de l'industrie touristique du Canada, se tiendra du 22 au 24 octobre 2006 au Fairmount Jasper Park Lodge, à Jasper, en Alberta. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez consulter le site [www.tiac-aitc.ca](http://www.tiac-aitc.ca).
- La conférence annuelle de la Northern Ontario Tourist Outfitters Association aura lieu du 7 au 9 novembre 2006 à Thunder Bay, en Ontario. Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec Laurie Marcil au 705 472-5552.
- Le Conseil canadien des ressources humaines en tourisme tiendra son 6e Forum RH annuel de l'industrie touristique les 1 et 2 mai 2007, à Vancouver, en Colombie-Britannique, lequel aura pour thème **Can Tourism Deliver? Responding to the HR Crisis**. Pour obtenir plus de détails, veuillez consulter le site [www.cthrc.ca](http://www.cthrc.ca).
- La conférence internationale annuelle de l'Association des professionnels de la recherche et du marketing en matière de voyages (TTRA), **Beating the Odds with Tourism Research!**, se tiendra du 17 au 19 juin 2007 à Las Vegas, au Nevada. Veuillez consulter le site [www.ttra.com](http://www.ttra.com) pour obtenir de plus amples renseignements.

## Demandes de renseignements

### Le nombre d'appels continue de chuter alors que le nombre de consultations du site Web OntarioTravel.net poursuit son envol

- De janvier à juin 2006, le nombre total d'appels au numéro sans frais 1 800 ONTARIO a été de 95 348, ce qui représente une baisse de 29 % par rapport à la période équivalente en 2005.
- De janvier à juin 2006, le nombre de consultations du site Web OntarioTravel.net a bondi de 28 % par rapport à l'an dernier, s'établissant à 1,5 million. Ce sont les consultations au site saisonnier (+116 %) qui alimentent cette hausse pendant que le site principal a vu une hausse de sa fréquentation de 19 %.

Source: Electronic Data Systems

## Indice des prix des voyages

### En juin, le prix des voyages a augmenté en Ontario par rapport au mois de juin de l'an dernier

- En juin 2006, l'Indice des prix des voyages pour l'Ontario (IPV) a augmenté de 4,1 % par rapport à juin 2005. Le prix de l'essence (+15,2 %) est largement responsable de cette augmentation sur 12 mois, entraînant à la hausse presque tous les transports (utilisation d'une automobile, l'avion, les déplacements interurbains, les transports locaux, etc.).
- En comparaison, l'Indice des prix à la consommation (IPC) pour l'Ontario a enregistré une hausse plus modeste, soit de 2,4 %, par rapport à juin 2005.

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

## Centres d'information touristique (CIT)

### Le nombre des visiteurs était toujours en baisse dans les CIT au cours de la première moitié de 2006

- De janvier à juin 2006, le nombre des visiteurs dans les Centres d'information touristique de l'Ontario (CIT) a baissé de 7 % par rapport à la même période de 2005.

Source : Ministère du Tourisme de l'Ontario

## Sites Web utiles

Ministère du Tourisme de l'Ontario,  
section Recherche touristique

[www.research.tourism.gov.on.ca](http://www.research.tourism.gov.on.ca)

Ministère du Tourisme de l'Ontario

[www.tourism.gov.on.ca](http://www.tourism.gov.on.ca)

Société de Partenariat ontarien de marketing touristique

[www.tourismpartners.com](http://www.tourismpartners.com)

Commission canadienne du tourisme

[www.canadatourism.com](http://www.canadatourism.com)

Statistique Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Association des professionnels de la recherche et du marketing en matière de voyages (TTRA) Canada

[www.ttracanada.ca](http://www.ttracanada.ca)

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

[www.ttra.com](http://www.ttra.com)

Organisation mondiale du tourisme

[www.world-tourism.org/francais/index.htm](http://www.world-tourism.org/francais/index.htm)

Département du Commerce aux États-Unis,  
Industrie touristique

[www.tinet.ita.doc.gov](http://www.tinet.ita.doc.gov)

Ontario Tourism Education Corporation

[www.otec.org](http://www.otec.org)

Association de l'Industrie touristique du Canada

[www.tiac-aiftc.ca](http://www.tiac-aiftc.ca)

## Visit our website

Pour trouver des renseignements sur la situation actuelle de l'industrie du tourisme, des données statistiques rétrospectives, les prévisions à l'échelle de la province et des rapports sur le marché, veuillez consulter notre site Web à l'adresse [www.research.tourism.gov.on.ca](http://www.research.tourism.gov.on.ca).

## Questions? Suggestions?

Veuillez communiquer avec Adele Labine-Romain au 416 325-8287 ou à [adele.labine-romain@ontario.ca](mailto:adele.labine-romain@ontario.ca).

Si vous désirez être inscrit à notre liste de distribution ou si vous devez changer votre adresse, veuillez communiquer avec Jackie Ma au 416 325-1848 ou à [jackie.ma@ontario.ca](mailto:jackie.ma@ontario.ca).