

# PROFIL DU TOURISME ARTISTIQUE ET CULTUREL EN ONTARIO

AOÛT 2023



**FORUM**  
RESEARCH



ONTARIO ARTS COUNCIL  
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO

an Ontario government agency  
un organisme du gouvernement de l'Ontario

Ottawa Bluesfest, Ottawa



## Table des matières

<b>Résumé</b> .....	ii
Principales conclusions .....	ii
<b>Introduction</b> .....	1
<b>Méthodologie</b> .....	1
<b>Conclusions</b> .....	4
Volume du tourisme artistique et culturel en Ontario .....	4
Caractéristiques des voyages artistiques et culturels.....	5
Lieu d’origine.....	5
Durée du voyage .....	7
Composition des groupes de voyageurs .....	9
Activités au cours du voyage.....	12
Dépenses au cours des voyages artistiques et culturels en Ontario .....	20
Retombées économiques du tourisme artistique et culturel en Ontario.....	23
Motivations des touristes qui font des voyages artistiques et culturels .....	25
Caractère saisonnier des voyages artistiques et culturels.....	27
<b>Profil démographique des touristes artistiques et culturels</b> .....	30
Sexe .....	30
Âge .....	32
Revenu .....	33

# RÉSUMÉ

## PRINCIPALES CONCLUSIONS

---

*Un voyage artistique et culturel moyen génère presque trois fois plus de retombées économiques qu'un voyage non artistique et culturel.*

Le tourisme artistique et culturel a généré environ 11,4 milliards de dollars en Ontario, ce qui a produit une valeur ajoutée directe de 5,7 milliards de dollars pour la province. Cette valeur ajoutée a soutenu plus de 77 000 emplois à temps plein en Ontario et 3,0 milliards de dollars en revenus du travail. Les industries qui servent directement les touristes artistiques et culturels, comme les restaurants et les magasins qui vendent de la nourriture et des boissons, les commerces de détail, les entreprises d'hébergement et les arts et loisirs, ont connu des augmentations considérables de leur valeur ajoutée. Les dépenses des entreprises qui servent les touristes artistiques et culturels ont contribué plus de 2,3 milliards de dollars au PIB provincial en effets indirects. En outre, le Trésor a aussi connu des gains puisque le secteur du tourisme artistique et culturel a généré plus de 4 milliards de dollars en recettes fiscales. Collectivement, les retombées directes, indirectes et induites ont totalisé plus de 10 milliards de dollars en PIB provincial, générant plus de 5,7 milliards de dollars en revenus du travail et créant plus de 100 000 emplois. Alors que 13 % des voyages touristiques uniques comprenaient des activités artistiques et culturelles, ces voyages représentaient 30 % des dépenses touristiques dans la province, ce qui signifie qu'un voyage artistique et culturel moyen génère des retombées économiques de plus de 618 \$, tandis qu'un voyage non artistique et culturel moyen produit des retombées économiques d'environ 213 \$. Par conséquent, le voyage touristique artistique et culturel moyen a produit trois fois plus de retombées économiques que les voyages touristiques qui n'incluent pas des activités artistiques et culturelles.

*Les touristes artistiques et culturels dépensent plus que d'autres types de touristes, leurs séjours sont plus longs et ils sont plus susceptibles de venir d'outre-mer.*

Quarante pour cent des touristes artistiques et culturels canadiens ont fait des voyages de trois jours ou plus, alors que seulement 13 % des voyageurs qui n'ont pas réalisé de telles activités ont fait de même. Les visiteurs du secteur artistique et culturel représentaient la majorité (55 %) de tous les touristes d'outre-mer.

Les visiteurs canadiens du secteur artistique et culturel de l'extérieur de la province ont effectué des voyages plus longs, 67 % d'entre eux ayant déclaré que leur voyage avait duré trois nuits ou plus, comparativement à 36 % des touristes artistiques et culturels de l'Ontario. En revanche, les Ontariens ayant fait des visites artistiques et culturelles ont généralement effectué des voyages plus courts, dont 42 % qui ont fait des visites d'une journée.

Les touristes artistiques et culturels de l'extérieur du Canada ont tendance à faire des voyages plus longs, 72 % d'entre eux ayant déclaré des voyages de trois nuits ou plus. Seulement 33 % des voyages non artistiques et culturels effectués par des visiteurs étrangers ont eu une durée similaire. Lorsqu'on tient

uniquement compte des voyages effectués par des Américains, le séjour moyen durait de trois à sept nuits (44 %), suivi de séjours d'une à deux nuits (33 %).

*Les activités artistiques et culturelles font partie d'un huitième des voyages touristiques.*

Plus de 18,4 millions voyages touristiques uniques en Ontario comprenaient des activités artistiques et culturelles, soit 13 % ou un peu plus d'un voyage sur huit des 141,8 millions voyages totaux. Près d'un visiteur étranger sur trois (31 %) a participé à une activité artistique et culturelle. La majorité des touristes artistiques et culturels étaient des résidents de l'Ontario (73 %) ou venaient d'autres provinces canadiennes (11 %), notamment du Québec, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique.

*Assister à des spectacles et visiter des galeries sont les activités artistiques et culturelles les plus populaires.*

Les touristes canadiens qui effectuent des voyages artistiques et culturels en Ontario ont démontré qu'ils préfèrent assister à des spectacles comme des pièces de théâtre ou des concerts et visiter des musées ou des galeries d'art. Ces activités ont chacune attiré 31 % des visiteurs. Seules les visites de sites historiques sont plus populaires, attirant 39 % des visiteurs. Les touristes artistiques et culturels canadiens en Ontario ont mentionné les repas au restaurant (55 %), les visites de points d'intérêt (54 %) et le magasinage comme principales activités non artistiques et culturelles qu'ils préfèrent.



Pour les visiteurs étrangers aussi, assister à des spectacles comme des pièces de théâtre ou des concerts et visiter des musées ou des galeries d'art figuraient parmi les principales activités touristiques; ensemble, ces activités ont fait partie de 30% des visites internationales.

*Les touristes artistiques et culturels ont un profil démographique diversifié.*

Les hommes et les femmes sont presque également représentés parmi les touristes artistiques et culturels. Chez les touristes canadiens, les Ontariennes affichent un pourcentage légèrement plus élevé (53 %) que les visiteuses d'autres provinces (48 %). De même, davantage de femmes que d'hommes font partie des visiteurs canadiens et étrangers du secteur des arts et de la culture par rapport à la répartition générale des sexes (Touristes canadiens : 53 % de femmes contre 50 % d'hommes; touristes étrangers: 51 % de femmes contre 44 % d'hommes).

Le groupe d'âge le plus courant parmi les touristes artistiques et culturels canadiens était celui des personnes âgées de 25 à 34 ans (22 %), tandis que la majorité des voyageurs dans l'ensemble étaient âgés de 35 ans et plus (69 %). La majorité des touristes artistiques et culturels internationaux (62 %) avaient plus de 35 ans.

Environ la moitié (50 %) des touristes artistiques et culturels canadiens ont déclaré un revenu supérieur à 100 000 \$. Les touristes artistiques et culturels en provenance d'autres provinces avaient tendance à avoir des revenus plus élevés, puisque seulement 14 % d'entre eux ont déclaré un revenu familial inférieur à 50 000 \$, comparativement à 19 % de voyageurs ontariens.

*Les touristes artistiques et culturels ont tendance à dépenser davantage.*

Soixante-trois pour cent des touristes artistiques et culturels canadiens ont cité comme principale raison de leur voyage les vacances, le loisir, le divertissement et le magasinage, alors que seulement 38 % des touristes non artistiques et culturels ont fait de même.



Carrefour Francophone de Sudbury

# INTRODUCTION

Le Conseil des arts de l'Ontario (CAO) a demandé à Forum Research de préparer un profil du tourisme artistique et culturel en Ontario. Au moyen des résultats d'enquêtes de Statistique Canada menées auprès de touristes en Ontario, tant auprès de touristes canadiens qu'en provenance de l'étranger, le présent rapport analyse les données pour déterminer la taille et la valeur du tourisme artistique et culturel en Ontario. Le rapport utilise aussi des données sur les dépenses pour calculer les retombées économiques découlant du tourisme artistique et culturel et conclut en fournissant des renseignements démographiques sur les touristes artistiques et culturels dans la province.

## MÉTHODOLOGIE

### Sources de données

Les données de base sur lesquelles repose l'analyse proviennent de l'**Enquête nationale sur les voyages (ENV)** et de l'**Enquête sur les voyages des visiteurs (EVV)** de Statistique Canada. Le présent rapport examine les données des ensembles de données de 2019, car les répercussions de la pandémie de la COVID-19 sur le tourisme ne sont pas encore connues et demeurent incertaines. Tous les calculs sur les microdonnées de Statistique Canada ont été préparés par Forum Research au nom du Conseil des arts de l'Ontario, ce qui ne constitue pas une sanction du présent rapport par Statistique Canada.

L'ENV mesure l'activité et les dépenses des résidents canadiens. L'EVV fournit des informations sur les touristes internationaux, y compris ceux en provenance des États-Unis. Les visiteurs de tous les autres pays font partie de la catégorie des touristes d'outre-mer. L'analyse des données de l'ENV et de l'EVV permet d'obtenir des informations précieuses sur les caractéristiques des voyages des touristes, leurs comportements en matière de dépenses et leurs caractéristiques démographiques.

Afin d'explorer le secteur du tourisme artistique et culturel en Ontario de façon ciblée, l'analyse se limite aux variables pertinentes de l'ENV et de l'EVV. Les ensembles de données de l'ENV et de l'EVV présentent certaines similitudes, mais diffèrent à plusieurs égards. Ainsi, chaque ensemble de données a été analysé séparément afin de cerner les données les plus pertinentes pour l'analyse du secteur du tourisme artistique et culturel en Ontario.

Pour évaluer l'importance économique du tourisme artistique et culturel, nous avons utilisé les données sur les dépenses et le Modèle de calcul des répercussions économiques du tourisme sur l'économie régionale (MCRETER) fourni par le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport. Les dépenses touristiques proviennent des résidents canadiens (ENV) et des arrivées internationales (EVV).

### Définition de la population touristique artistique et culturelle en Ontario

Le processus de filtrage initial a commencé par tenir compte que des répondants de l'ENV qui ont parcouru une distance minimale de 40 kilomètres à partir de leur résidence, les catégorisant ainsi comme touristes. Cette approche est semblable à la méthodologie utilisée par le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de

l'Ontario. Cependant, elle diffère de l'étude sur les retombées économiques de 2012 du CAO<sup>1</sup>, qui se concentrait uniquement sur les touristes d'une nuitée. C'est pourquoi les résultats décrits dans le présent rapport ne sont pas directement comparables à ceux de l'étude de 2012.

L'ENV est organisée autour du concept des « voyages » qui comprend le point de départ du voyage, les lieux visités pendant le voyage et la destination principale du voyage. L'analyse n'a tenu compte que des réponses dont la destination principale était l'Ontario. L'ENV est basée sur les données recueillies par l'Agence des services frontaliers du Canada aux points d'entrée. L'analyse se limite aux voyages dont le point d'entrée est l'Ontario et exclut les personnes ayant indiqué qu'elles transitaient par l'Ontario vers une autre destination.

Cette analyse initiale nous a permis d'obtenir un échantillon de visiteurs de l'Ontario. Pour nous concentrer uniquement sur les visiteurs qui participent à des activités artistiques et culturelles, nous avons encore réduit la sélection. Les activités de voyage ont été utilisées comme filtre pour identifier les touristes qui ont participé à au moins une des six activités artistiques et culturelles suivantes :

- Assister à un spectacle.
- Assister à un événement autochtone.
- Assister à un festival ou à une foire.
- Visiter un site historique.
- Visiter un musée ou une galerie d'art.
- Visiter un zoo ou un aquarium.



Musée canadien de l'argile et du verre, Waterloo

<sup>1</sup> Accessible à : [https://www.arts.on.ca/oac/media/oac/Publications/Research%20Reports%20EN-FR/Economic%20Contribution%20of%20the%20Arts/OAC-Tourism-Final\\_ExecSum\\_FR.pdf](https://www.arts.on.ca/oac/media/oac/Publications/Research%20Reports%20EN-FR/Economic%20Contribution%20of%20the%20Arts/OAC-Tourism-Final_ExecSum_FR.pdf)

## De la population aux retombées économiques

Les dépenses touristiques sont le principal moteur des retombées économiques qui se matérialisent sous la forme du produit intérieur brut provincial (valeur ajoutée provinciale), de l'emploi et des recettes fiscales. Les réponses de l'ENV et de l'EVV ont été utilisées pour évaluer les dépenses touristiques, notamment les dépenses des touristes artistiques et culturels. Afin d'aligner les concepts de dépenses de l'ENV et de l'EVV sur ceux du MCRETER, les concordances suivantes ont été établies par rapport aux données :

**Tableau 1 | Concordance entre les catégories de dépenses du MCRETER, de l'ENV et de l'EVV**

MCRETER	ENV		EVV	
	<i>Concordance directe</i>	<i>Catégories supplémentaires incluses</i>	<i>Concordance directe</i>	<i>Catégories supplémentaires incluses</i>
<b>Service de voyage</b>	Transport commercial	N/D		Tarifs des transporteurs canadiens
<b>Transport public</b>	N/D	N/D	Transport	N/D
<b>Transport privé - location</b>	Location de véhicule et assurance	N/D		N/D
<b>Transport local</b>	Transport local	Essence et réparations		N/D
<b>Hébergement</b>	Hébergement	N/D	Hébergement	N/D
<b>Nourriture et boissons (magasins)</b>	Magasins de nourriture et de boissons	N/D	Nourriture et boissons	N/D
<b>Nourriture et boissons (restaurants et bars)</b>	Nourriture et boissons dans des restaurants	N/D		N/D
<b>Divertissement et loisirs</b>	Activités culturelles ou de divertissement ou attractions	Sports et activités récréatives	Activités récréatives et divertissement	N/D
<b>Vente au détail - vêtements</b>	Vêtements, chaussures et accessoires	N/D	Vêtements et cadeaux	N/D
<b>Vente au détail - autres</b>	Autres achats ou dépenses	N/D	Autres dépenses	N/D



# CONCLUSIONS

## VOLUME DU TOURISME ARTISTIQUE ET CULTUREL EN ONTARIO

*Les activités artistiques et culturelles font partie d'un huitième des voyages touristiques en Ontario.*

En 2019, 18,4 millions de voyages touristiques uniques en Ontario ont inclus des activités artistiques et culturelles, ce qui représente plus d'un voyage sur huit (13 %). Un total cumulatif de 27,8 millions de voyages ont fait état de participation à des activités artistiques et culturelles particulières et souvent à plusieurs de ce type d'activités au cours d'un même voyage. Bien que la majorité des touristes artistiques et culturels soient des résidents de l'Ontario, le tourisme artistique et culturel représente une plus grande part du nombre total de voyages en provenance d'autres régions. Près d'un voyage sur quatre de voyageurs de l'extérieur de la province (23 %) et des États-Unis (23 %) et plus de la moitié des voyages de touristes d'outre-mer (55 %) ont inclus des activités artistiques et culturelles. Si l'on tient compte des voyages de personnes en provenance des États-Unis et d'outre-mer, 31 % des voyages internationaux en Ontario comprenaient des activités artistiques et culturelles.

**Tableau 2 | Lieu d'origine du voyage, en millions**

	<b>% de voyages AC</b>	<b>Voyages AC</b>	<b>Tous les voyages</b>	<b>Voyages AC comme % de tous les voyages à partir de ce lieu</b>
		18,4 millions	141,8 millions	13 %
<b>Ontario</b>	73 %	13,4 millions	123,4 millions	11 %
<b>Extérieur de la province</b>	11 %	2,0 millions	8,4 millions	23 %
<b>États-Unis</b>	10 %	1,8 million	7,6 millions	23 %
<b>Outre-mer</b>	7 %	1,3 million	2,4 millions	55 %
<b>Canada, Total</b>	83 %	15,3 millions	131,7 millions	12 %
<b>Autres pays, Total</b>	17 %	3,1 millions	10,0 millions	31 %

*Source : ENV et EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près*

**Tableau 3 | Voyages ayant fait état de participation à des activités artistiques et culturelles par lieu d'origine, en millions**

	<i>Total</i>	<i>Extérieur de la province</i>	<i>Ontario</i>	<i>Outre-mer</i>	<i>É.-U.</i>
	27,7 millions	2,9 millions	18,3 millions	2,8 millions	3,7 millions
Musée/galerie d'art	6,2 millions	0,8 million	3,9 millions	0,8 million	0,7 million
Lieu historique	7,8 millions	0,9 million	5,1 millions	0,9 million	0,9 million
Zoo/aquarium	2,7 millions	0,4 million	1,5 million	0,5 million	0,4 million
Festival/foire	4,9 millions	0,3 million	3,3 millions	0,4 million	0,9 million
Spectacle	5,8 millions	0,5 million	4,2 millions	0,3 million	0,8 million
Événement autochtone	0,2 million	0,03 million	0,16 million	0,02 million	0,02 million

Source : ENV et EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

## CARACTÉRISTIQUES DES VOYAGES ARTISTIQUES ET CULTURELS

### LIEU D'ORIGINE

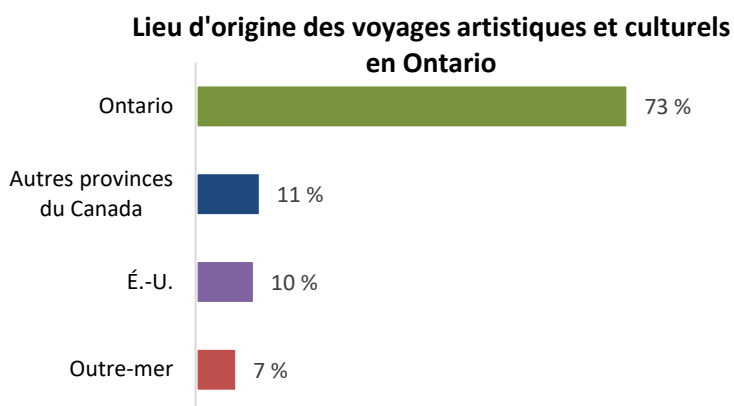
**Tableau 4 | Lieu d'origine des voyages artistiques et culturels, répartition par lieu**

Ontario	Extérieur de la province	É.-U.	Outre-mer	Total
13,4 millions	2,0 millions	1,8 million	1,3 million	18,4 millions
73 %	11 %	10 %	7 %	100 %

Source : ENV et EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

**Les Ontariens représentent le plus important segment de touristes artistiques et culturels.**

Le marché des voyages artistiques et culturels de l'Ontario est largement alimenté par les résidents de l'Ontario (73 %), suivis par les visiteurs des autres provinces canadiennes, des États-Unis et d'outre-mer. Le volume de touristes de chaque province varie : les Québécois se distinguent comme principaux consommateurs de voyages artistiques et culturels en Ontario, puisque 45 % des voyages dont le lieu d'origine est une province canadienne autre que l'Ontario ont le Québec comme point de départ.



Source : ENV et EVV, 2019

**Tableau 5 | Province d'origine du voyage : voyages dont le point de départ est une province canadienne autre que l'Ontario, en milliers**

	<b>% des voyages AC</b>	<b>Voyages AC</b>	<b>Tous le voyages</b>	<b>Voyages AC comme % de tous les voyages</b>
<b>Total</b>	<b>100 %</b>	<b>1 950</b>	<b>8 352</b>	<b>23 %</b>
Terre-Neuve-et-Labrador	<b>4 %</b>	<b>83</b>	<b>177</b>	<b>47 %</b>
Île-du-Prince-Édouard	<b>1 %</b>	<b>17</b>	<b>51</b>	<b>33%</b>
Nouvelle-Écosse	<b>6 %</b>	<b>110</b>	<b>348</b>	<b>32 %</b>
Nouveau-Brunswick	<b>5 %</b>	<b>89</b>	<b>202</b>	<b>44 %</b>
Québec	<b>45 %</b>	<b>879</b>	<b>4,890</b>	<b>18 %</b>
Manitoba	<b>7 %</b>	<b>133</b>	<b>676</b>	<b>20 %</b>
Saskatchewan	<b>5 %</b>	<b>101</b>	<b>227</b>	<b>45 %</b>
Alberta	<b>15 %</b>	<b>292</b>	<b>931</b>	<b>31 %</b>
Colombie-Britannique	<b>13 %</b>	<b>246</b>	<b>849</b>	<b>29 %</b>

Source : ENV et EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 millier le plus près



Le Festival de la diversité littéraire, Brampton

## DURÉE DU VOYAGE

Tableau 6 | Durée du voyage : voyages dont le point de départ est au Canada, en millions

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est à l'extérieur de la province</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est en Ontario</i>
	<i>131,7 millions</i>	<i>116,4 millions</i>	<i>15,3 millions</i>	<i>2,0 millions</i>	<i>13,4 millions</i>
<b>Voyage d'une journée</b>	65 %	68 %	39 %	14 %	42 %
<b>1 nuit</b>	10 %	10 %	11 %	6 %	11 %
<b>2 nuits</b>	10 %	10 %	10 %	12 %	10 %
<b>3 nuits et plus</b>	16 %	13 %	40 %	67 %	36 %

Source : ENV et EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

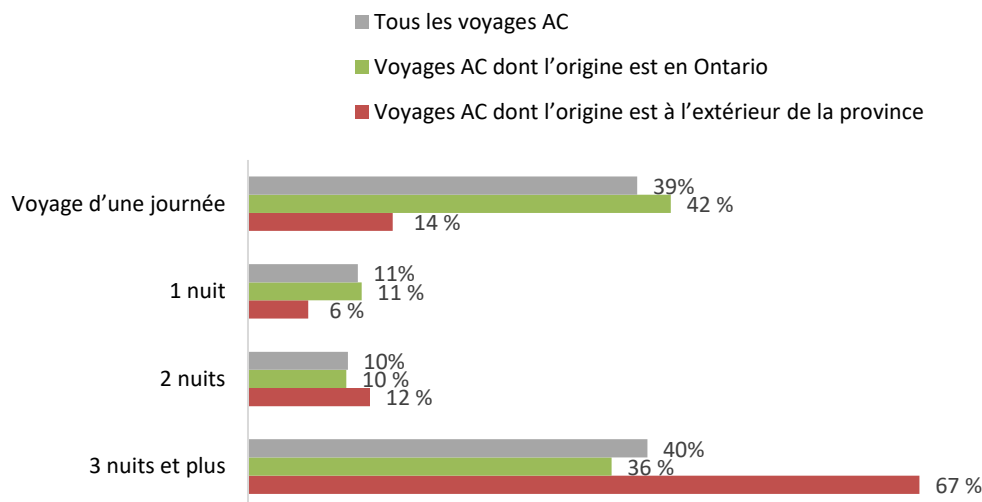
### Les voyages de courte durée sont populaires auprès des Ontariens.

Environ 42 % des voyages effectués par les touristes artistiques et culturels en provenance de l'Ontario représentaient des excursions d'une journée, tandis que 21 % étaient des séjours d'une ou de deux nuits. Un nombre considérable de touristes artistiques et culturels voyageant en Ontario effectuent des voyages de courte durée, comme des séjours de fin de semaine ou des escapades rapides. Toutefois, un peu plus d'un voyage sur trois (36 %) a duré trois nuits ou plus, ce qui indique qu'une bonne partie des touristes artistiques et culturels de l'Ontario préfèrent les séjours plus longs.

### Deux tiers des visiteurs de l'extérieur de la province séjournent pendant trois nuits ou plus.

Les visiteurs canadiens de l'extérieur de l'Ontario ont fait des voyages plus longs, les deux tiers (67 %) ayant déclaré des voyages de trois nuits ou plus. Dans l'ensemble, les voyages artistiques et culturels de tous les visiteurs canadiens (y compris des résidents de l'Ontario) avaient plus de chance de durer trois nuits ou plus (40 %) que les voyages non artistiques et culturels des Canadiens (13 %). De même, 61 % des voyages artistiques et culturels des Canadiens ont duré une nuit ou plus, comparativement à 36 % de tous les voyages des Canadiens.

### Durée des voyages artistiques et culturels en Ontario effectués par des résidents canadiens



Source : ENV, 2019

**Tableau 7 | Durée du voyage : voyages dont le point de départ est à l'étranger, en millions**

	Tous les voyages	Voyages non AC	Voyages AC	Voyages AC dont l'origine est outre-mer	Voyages AC dont l'origine est les É.-U.
	10,0 millions	6,9 millions	3,1 millions	1,3 million	1,8 million
<b>0 nuit</b>	35 %	48 %	7 %	1 %	11 %
<b>1 – 2 nuits</b>	20 %	20 %	21 %	6 %	33 %
<b>3 – 7 nuits</b>	25 %	21 %	35 %	24 %	44 %
<b>8 nuits et plus</b>	19 %	12 %	37 %	69 %	12 %

Source : EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

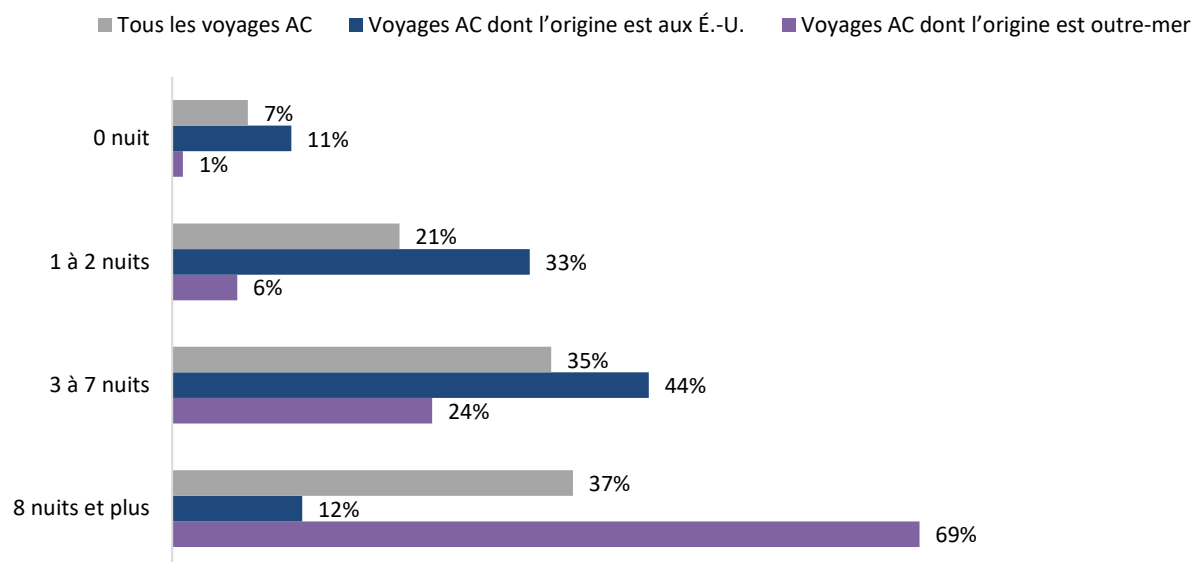
#### Les touristes artistiques et culturels de l'étranger font de plus longs voyages.

Les voyages d'une journée (de 0 nuit) représentent près de la moitié (48 %) des voyages pour des activités non artistiques et culturelles effectués en Ontario par des non-résidents du Canada, contre seulement 7 % des voyages artistiques et culturels effectués par le même groupe. Environ 72 % des voyages artistiques et culturels effectués par des visiteurs étrangers durent au moins trois nuits, la durée la plus fréquente étant de huit nuits ou plus (37 %). Environ un voyage artistique et culturel sur cinq (21 %) effectué par des étrangers dure de 1 à 2 nuits, ce qui peut inclure des escapades de fin de semaine et des séjours de courte durée.

## Les visiteurs américains préfèrent des séjours de durée moyenne.

Les visiteurs américains ont fait le plus fréquemment des voyages artistiques et culturels de 3 à 7 nuits (44 %), suivis de séjours de 1 à 2 nuits (33 %). Les voyages de moins d'une journée (11 %) ou de plus d'une semaine (12 %) étaient moins populaires. Par contre, une grande majorité (69 %) des voyages artistiques et culturels effectués par des visiteurs d'outre-mer duraient 8 nuits et plus. Près d'un visiteur d'outre-mer sur quatre (24 %) ayant effectué un voyage artistique et culturel est resté de 3 à 7 nuits, tandis que les voyages de 2 nuits ou moins étaient relativement rares (7 %).

### Durée des voyages artistiques et culturels en Ontario effectués par des étrangers



Source : EVV, 2019

## COMPOSITION DES GROUPES DE VOYAGEURS

Tableau 8 | Composition des groupes de voyageurs : adultes accompagnateurs, voyage dont le point de départ est au Canada, en millions

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est à l'extérieur de la province</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est en Ontario</i>
	131,7 millions	116,4 millions	15,3 millions	2,0 millions	13,4 millions
0	43 %	43 %	37 %	37 %	37 %
1+	57 %	57 %	63 %	63 %	63 %

Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

### Les touristes artistiques et culturels canadiens ont tendance à ne pas voyager seuls.

Alors que la majorité de tous les voyages (57 %) effectués par des résidents canadiens en Ontario comprenaient plus d'un adulte, les voyages artistiques et culturels avaient plus de chance (63 %) de comprendre deux adultes ou plus. Les proportions étaient les mêmes que le point de départ du voyage artistique et culturel ait été en Ontario ou non.

**Tableau 9 | Composition des groupes de voyageurs : enfants accompagnateurs, voyages dont le point de départ est au Canada, en millions**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est à l'extérieur de la province</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est en Ontario</i>
	131,7 millions	116,4 millions	15,3 millions	2,0 millions	13,4 millions
0	80 %	79 %	80 %	75 %	81 %
1	10 %	10 %	9 %	10 %	8 %
2+	11 %	11 %	11 %	14 %	11 %

Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

### Environ un voyage artistique et culturel sur cinq effectué par des Canadiens inclut des enfants dans le groupe de voyageurs.

Dans l'ensemble, environ un voyage artistique et culturel sur cinq (20 %) effectué par des résidents canadiens incluait des enfants dans le groupe de voyageurs, ce qui est légèrement inférieur aux voyages non artistiques et culturels (21 %). Les voyages artistiques et culturels comprenaient plus souvent deux enfants ou plus (11 %) plutôt qu'un seul enfant accompagnateur (9 %). Les voyages effectués par des résidents de l'extérieur de la province étaient plus susceptibles (14 %) d'inclure deux enfants ou plus que les voyages effectués à partir de l'Ontario (11 %).

**Tableau 10 | Composition des groupes de voyageurs : voyages dont le point de départ est à l'étranger, en millions**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est outre-mer</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est aux É.-U.</i>
	10,0 millions	6,9 millions	3,1 millions	1,3 million	1,8 million
1	59 %	61 %	52 %	67 %	42 %
2	29 %	27 %	33 %	23 %	40 %
3 +	12 %	11 %	15 %	10 %	18 %

Source : EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

## Les touristes artistiques et culturels étrangers voyagent souvent seuls.

Un peu plus de la moitié (52 %) des voyages artistiques et culturels en Ontario effectués par des étrangers ont été faits par une seule personne, comparativement à environ 3 voyages non artistiques et culturels sur 5 (61 %) et à l'ensemble des voyages (59 %). Les résidents d'outre-mer qui effectuent des voyages artistiques et culturels sont particulièrement susceptibles de voyager seuls (67 %), et seulement un voyage sur trois est composé d'un groupe de plus d'un voyageur. Cependant, les voyageurs américains qui effectuent des voyages artistiques et culturels étaient à peu près aussi aptes à voyager seuls (42 %) qu'à deux ou en couple (40 %), et près d'un voyage sur cinq (18 %) était composé de groupes de trois personnes ou plus.



Luminato, Toronto



## ACTIVITÉS AU COURS DU VOYAGE

Tableau 11 | Activités au cours du voyage : activités artistiques et culturelles, voyages dont le point de départ est au Canada, en millions

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est à l'extérieur de la province</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est en Ontario</i>
	130,6 millions	115,3 millions	15,3 millions	2,0 millions	13,4 millions
<b>Lieu historique</b>	5 %	0 %	39 %	45 %	38 %
<b>Spectacle comme une pièce de théâtre ou un concert</b>	4 %	0 %	31 %	26 %	31 %
<b>Musée ou galerie d'art</b>	4 %	0 %	31 %	41 %	29 %
<b>Festival ou foire</b>	3 %	0 %	24 %	17 %	25 %
<b>Zoo ou aquarium</b>	1 %	0 %	12 %	18 %	11 %
<b>Événement autochtone</b>	<1 %	0 %	1 %	2 %	1 %

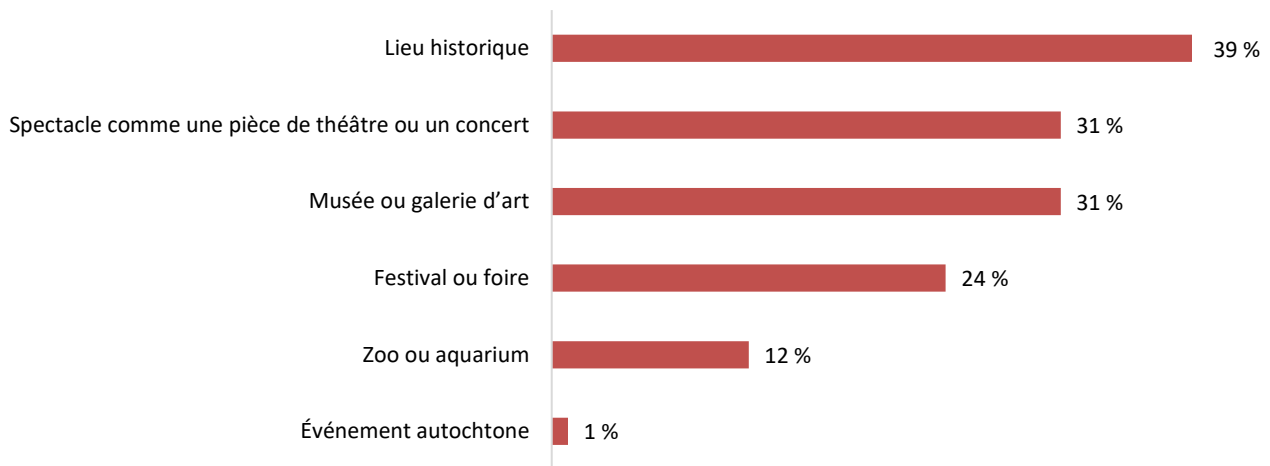
Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

Note : Les populations totales pour tous les voyages et les voyages non AC diffèrent des autres tableaux, car il y a moins de données pour la variable des activités au cours du voyage.

### Les spectacles, les musées et les galeries sont parmi les activités artistiques et culturelles les plus populaires chez les touristes canadiens.

Les activités artistiques et culturelles que préfèrent les touristes artistiques et culturels canadiens en Ontario sont les visites de sites historiques (39 %), assister à des spectacles comme des pièces de théâtre ou des concerts (31 %) et visiter des musées ou des galeries d'art (31 %). Les résidents canadiens venant de l'extérieur de l'Ontario étaient légèrement moins susceptibles d'assister à des pièces de théâtre ou à des concerts (26 %) ou à des festivals et foires (17 %) que les voyageurs ontariens (31 % ont assisté à des pièces de théâtre ou à des concerts, 25% à des festivals ou foires).

**Activités artistiques et culturelles au cours du voyage, voyages artistiques et culturelles dont le point de départ est au Canada**



*Source: NTS, 2019*

**Tableau 12 | Activités au cours du voyage : six principales activités non artistiques et culturelles, voyages dont le point de départ est au Canada, en millions**

<b>Voyages AC</b>		<b>Voyages non AC</b>	
<i>15,3 millions</i>		<i>115,3 millions</i>	
<b>Sortie au restaurant, dans un bar ou une boîte de nuit</b>	55 %	<b>Visiter des amis ou de la parenté</b>	52 %
<b>Visite de points d'intérêt</b>	54 %	<b>Sortie au restaurant, dans un bar ou une boîte de nuit</b>	23 %
<b>Magasinage</b>	40 %	<b>Magasinage</b>	21 %
<b>Visiter des amis ou de la parenté</b>	38 %	<b>Visite de points d'intérêt</b>	11 %
<b>Parc national, provincial ou naturel</b>	17 %	<b>Autre activité*</b>	10 %
<b>Plage</b>	15 %	<b>Aucune activité</b>	7 %

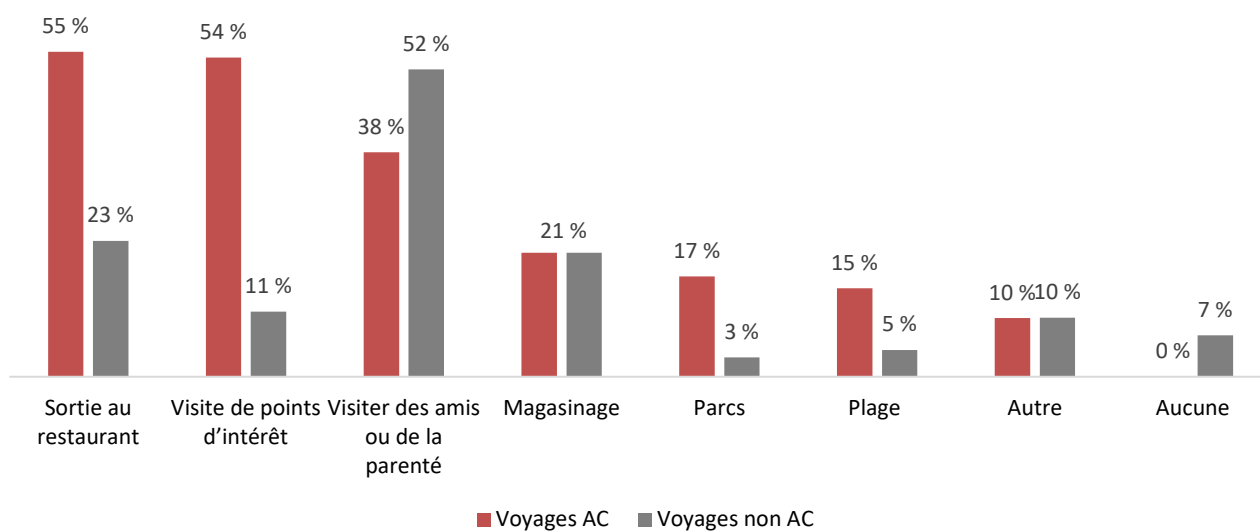
*Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près*

*Note : Toutes les autres activités ont été déclarées dans moins de 10 % des voyages artistiques et culturels.  
\*Les autres activités sont celles qui ne sont pas précisées dans l'ensemble de données (voir le tableau 13).*

**Les sorties au restaurant et les visites de points d'intérêt sont les activités non artistiques et culturelles les plus populaires auprès des touristes artistiques et culturels canadiens en Ontario.**

Parmi les visiteurs canadiens du secteur des arts et de la culture en Ontario, les sorties au restaurant, dans les bars ou les boîtes de nuit sont les activités non artistiques et culturelles les plus populaires (55 %), suivies des visites de points d'intérêt (54 %) et du magasinage (40 %). En revanche, les visiteurs canadiens qui ont fait des voyages non artistiques et culturels étaient plus susceptibles de rendre visite à des amis ou à de la parenté (52 %), de faire des sorties au restaurant (23 %) et de magasiner (21 %).

### Principales activités non artistiques et culturelles, voyages dont le point de départ est au Canada



Source : ENV, 2019



Festival Shaw, Niagara-on-the-Lake

**Tableau 13 | Activités au cours du voyage : toutes les activités, voyages dont le point de départ est au Canada, en millions**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est à l'extérieur de la province</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est en Ontario</i>
	13,6 millions	115,3 millions	15,3 millions	2,0 millions	13,4 millions
Visiter des amis ou de la parenté	51 %	52 %	38 %	46 %	37 %
Sortie au restaurant, dans un bar ou une boîte de nuit	27 %	23 %	55 %	68 %	53 %
Magasinage	24 %	21 %	40 %	51 %	39 %
Visite de points d'intérêt	16 %	11 %	54 %	68 %	52 %
Autre activité*	9 %	10 %	6 %	5 %	6 %
Plage	6 %	5 %	15 %	15 %	15 %
Aucune activité	6 %	7 %	0 %	0 %	0 %
Parc national, provincial ou naturel	5 %	3 %	17 %	20 %	16 %
Spectateur d'une activité sportive	4 %	4 %	4 %	7 %	4 %
Réunion	4 %	4 %	3 %	5 %	3 %
d'affaires/conférence/séminaire					
Randonnée ou excursion pédestre	3 %	3 %	9 %	12 %	8 %
Ornithologie ou observation de la faune	3 %	2 %	8 %	9 %	8 %
Casino	3 %	2 %	6 %	4 %	6 %
Navigation de plaisance	3 %	3 %	5 %	9 %	5 %
Canoë ou kayak	3 %	3 %	3 %	4 %	3 %
Parc thématique ou d'attractions	2 %	1 %	4 %	8 %	4 %
Cinéma	2 %	2 %	4 %	8 %	3 %
Camping	2 %	2 %	3 %	3 %	3 %
Pêche	2 %	2 %	3 %	1 %	3 %
Participation à un sport individuel ou d'équipe	2 %	2 %	1 %	3 %	1 %
Traitement médical ou soins de santé	2 %	2 %	1 %	2 %	1 %
Cyclisme	1 %	1 %	4 %	4 %	4 %
Golf	1 %	1 %	2 %	2 %	2 %
Véhicule tout-terrain	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Ski alpin ou planche à neige	1 %	1 %	<1 %	<1 %	<1 %
Chasse	<1 %	<1 %	<1 %	0 %	<1 %
Motoneige	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %
Ski de fond ou raquette	<1 %	<1 %	<1 %	1 %	<1 %

Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

Note : Les populations totales pour tous les voyages et les voyages non AC diffèrent des autres tableaux, car il y a moins de données pour la variable des activités au cours du voyage.

\*Les autres activités sont celles qui ne sont pas précisées dans le tableau.

**Tableau 14 | Activités au cours du voyage : activités artistiques et culturelles, voyages dont le point de départ est à l'étranger, en millions**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est outre-mer</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est aux É.-U.</i>
	7,0 millions	3,9 millions	3,1 millions	1,3 million	1,8 million
<b>Lieu historique</b>	25 %	0 %	57 %	68 %	49 %
<b>Musée ou galerie d'art</b>	21 %	0 %	48 %	58 %	40 %
<b>Festival ou foire</b>	17 %	0 %	40 %	29 %	49 %
<b>Spectacle</b>	15 %	0 %	36 %	20 %	47 %
<b>Zoo ou aquarium</b>	11 %	0 %	26 %	34 %	20 %
<b>Événement autochtone</b>	<1 %	0 %	1 %	1 %	1 %

Source : EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

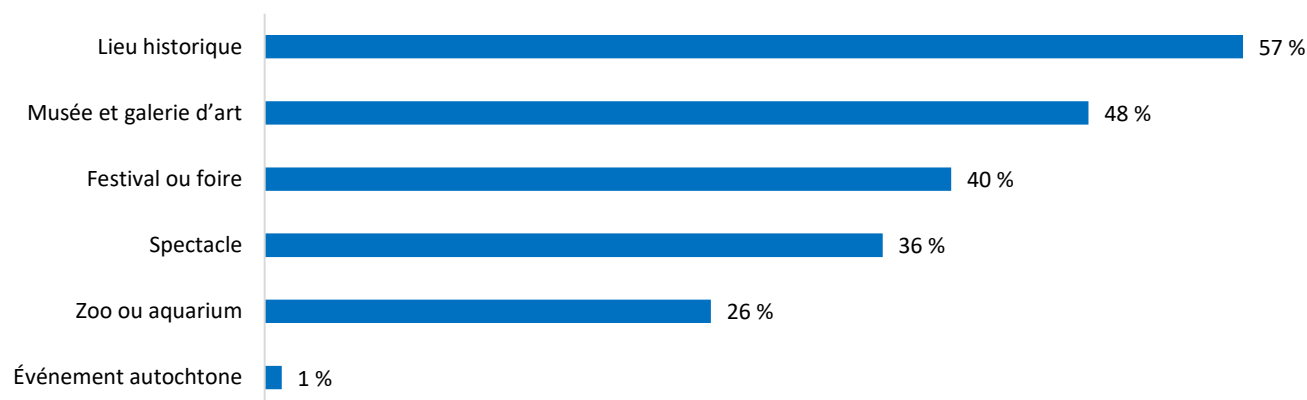
Note : Les populations totales pour tous les voyages et les voyages non AC diffèrent des autres tableaux, car il y a moins de données pour la variable des activités au cours du voyage.

**Les touristes d'outre-mer préfèrent les musées et les galeries, tandis que les touristes américains préfèrent les spectacles.**

Comme pour les touristes canadiens, assister à des spectacles et visiter des musées et des galeries d'art figurent parmi les activités artistiques et culturelles les plus populaires auprès des visiteurs de l'Ontario provenant de l'extérieur du Canada; en effet, 30 % de tous les voyages d'origine internationale et 69 % des voyages artistiques et culturels d'origine internationale incluent ces activités<sup>2</sup>. Les touristes d'outre-mer étaient plus aptes (58 %) à visiter des musées ou des galeries d'art que les touristes américains (40 %), tandis que les Américains étaient plus susceptibles d'assister à des spectacles (47 %) que les visiteurs d'outre-mer (20 %).

<sup>2</sup> Les pourcentages nets incluent tous les voyages pour lesquels une ou les deux activités ont été déclarées (visiter un musée/une galerie d'art et assister à un spectacle) après avoir tenu compte des chevauchements.

### Activités artistiques et culturelles, voyages artistiques et culturelles dont le point de départ est à l'étranger



Source : EVV, 2019

**Tableau 15 | Activités au cours du voyage : sept principales activités non artistiques et culturelles, voyages dont le point de départ est à l'étranger, en millions**

<i>Voyages AC</i> 3,1 millions		<i>Voyages non AC</i> 3,9 millions	
Visite de points d'intérêt	66 %	Sortie au restaurant, dans un bar ou une boîte de nuit	70%
Sortie au restaurant, dans un bar ou une boîte de nuit	62 %	Visiter des amis ou de la parenté	42%
Magasinage	61 %	Réunion d'affaires, conférence ou séminaire	37%
Visiter des amis ou de la parenté	57%	Magasinage	28%
Parc national, provincial ou naturel	23 %	Visite de points d'intérêt	25%
Casino	16 %	Parc national, provincial ou naturel	5%
Spectateur d'une activité sportive	14 %	Pêche	5%

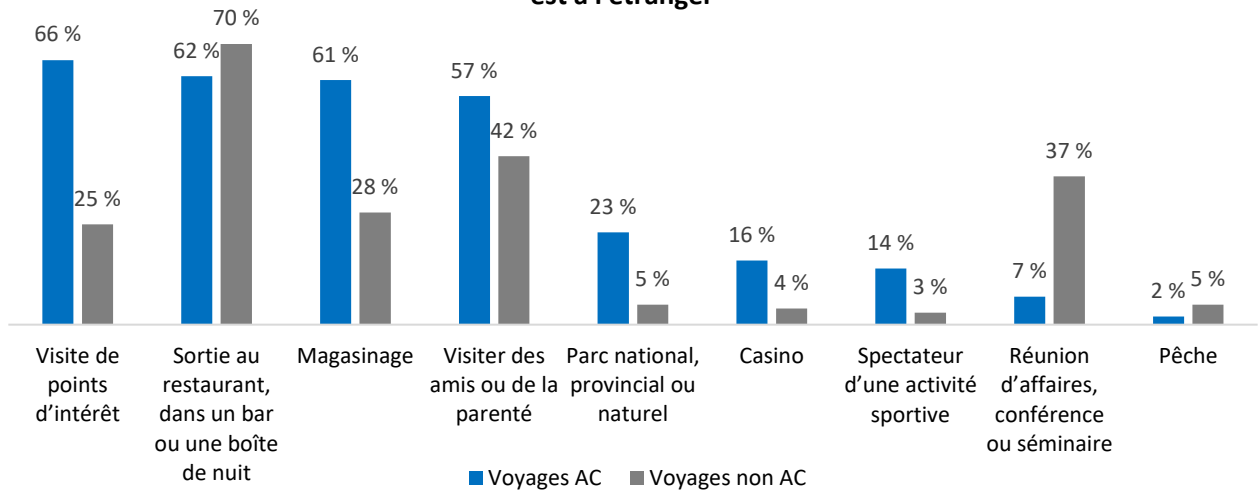
Source : EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

Note : Toutes les autres activités ont été déclarées dans moins de 10 % des voyages artistiques et culturels.

**Les visiteurs étrangers du secteur artistique et culturel ont moins tendance à faire des sorties au restaurant, mais ont davantage tendance à magasiner que les visiteurs qui ne font pas d'activités artistiques et culturelles.**

La visite de points d'intérêt est l'activité non artistique et culturelle la plus fréquente (66 %) parmi les visiteurs étrangers artistiques et culturels en Ontario; ce type d'activité (25 %) est également populaire auprès des touristes étrangers qui ne font pas un voyage artistique et culturel. Les visiteurs qui ne participent pas à des activités artistiques et culturelles avaient légèrement plus tendance (70 %) à faire des sorties au restaurant, dans un bar ou dans une boîte de nuit que les visiteurs artistiques et culturels (62 %). Par ailleurs, les visiteurs du secteur artistique et culturel étaient plus susceptibles d'aller magasiner (61 %) que ceux qui ont fait un voyage non lié aux arts et à la culture (28 %).

### Principales activités non artistiques et culturelles, voyages dont le point de départ est à l'étranger



Source : EVV, 2019



Festival des écrivains d'Eden Mills, Eden Mills

**Tableau 16 | Activités au cours du voyage : toutes les activités, voyages dont le point de départ est à l'étranger, en millions**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est outre-mer</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est aux É.-U.</i>
	<i>7,0 millions</i>	<i>3,9 millions</i>	<i>3,1 millions</i>	<i>1,3 million</i>	<i>1,8 million</i>
Sortie au restaurant, dans un bar ou une boîte de nuit	67 %	70 %	62 %	85 %	45 %
Visiter des amis ou de la parenté	48 %	42 %	57 %	68 %	48 %
Visite de points d'intérêt	43 %	25 %	66 %	80 %	57 %
Magasinage	42 %	28 %	61 %	78 %	48 %
Visite d'un lieu historique	25 %	0 %	57 %	68 %	49 %
Réunion d'affaires, conférence ou séminaire	24 %	37 %	7 %	8 %	6 %
Musée ou galerie d'art	21 %	0 %	48 %	58 %	40 %
Festival ou foire	17 %	0 %	40 %	29 %	49 %
Spectacle	15 %	0 %	36 %	20 %	47 %
Parc national, provincial ou naturel	13 %	5 %	23 %	36 %	14 %
Zoo ou aquarium	11 %	0 %	26 %	34 %	20 %
Casino	9 %	4 %	16 %	9 %	22 %
Spectateur d'une activité sportive	8 %	3 %	14 %	14 %	14 %
Cinéma	5 %	3 %	7 %	12 %	4 %
Plage	5 %	3 %	8 %	11 %	5 %
Ornithologie ou observation de la faune	5 %	3 %	8 %	10 %	6 %
Navigation de plaisance	5 %	4 %	5 %	6 %	5 %
Randonnée ou excursion pédestre	4 %	2 %	6 %	9 %	4 %
Pêche	4 %	5 %	2 %	1 %	2 %
Autre*	4 %	4 %	3 %	3 %	2 %
Parc thématique ou d'attractions	3 %	1 %	7 %	13 %	3 %
Canoë ou kayak	2 %	2 %	3 %	4 %	2 %
Participation à un sport individuel ou d'équipe	2 %	2 %	2 %	4 %	1 %
Cyclisme	1 %	1 %	3 %	4 %	2 %
Camping	1 %	1 %	2 %	2 %	1 %
Traitement médical ou soins de santé	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %
Golf	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Ski alpin ou planche à neige	1 %	<1 %	1 %	2 %	1 %
Véhicule tout-terrain	1 %	<1 %	1 %	2 %	<1 %
Événement autochtone	<1 %	0 %	1 %	1 %	1 %
Chasse	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %
Ski de fond ou raquette	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %
Motoneige	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %

Source : EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près  
 Note : Les populations totales pour tous les voyages et les voyages non AC diffèrent des autres tableaux, car il y a moins de données pour la variable des activités au cours du voyage.  
 \*Les autres activités sont celles qui ne sont pas précisées dans le tableau.



## DÉPENSES AU COURS DES VOYAGES ARTISTIQUES ET CULTURELS EN ONTARIO

Les touristes artistiques et culturels dépensent près de trois fois plus que les autres touristes.

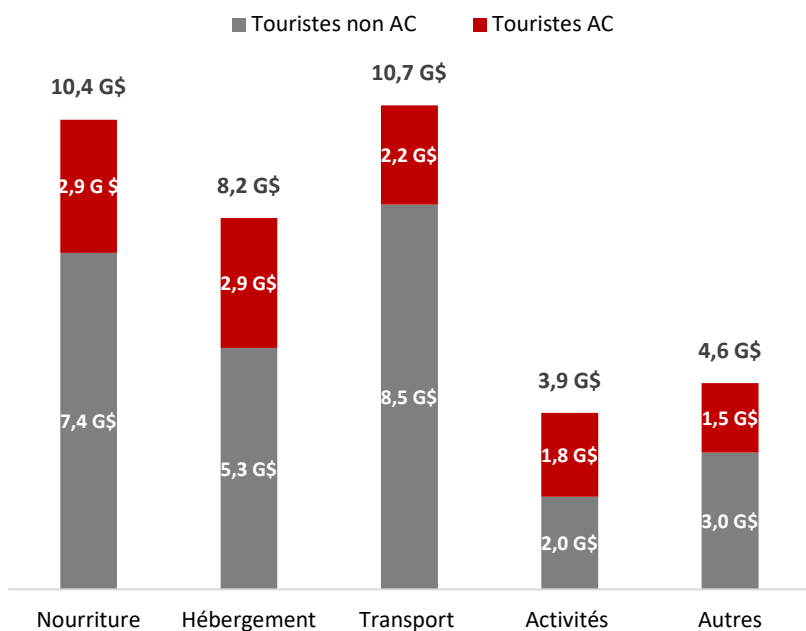
Des 37,7 milliards de dollars dépensés par les touristes en Ontario en 2019, le tourisme artistique et culturel représente une part d'environ 30 %, pour un total de 11,4 milliards de dollars. La moyenne des dépenses durant les 18,4 millions de voyages artistiques et culturels était de 617,66 \$, soit près du triple de la moyenne de 213,31 \$ pour les voyages non artistiques et culturels.

Tableau 17 | Dépenses au cours des voyages artistiques et culturels par catégorie

	Dépenses touristiques totales	Dépenses au cours de voyages AC comme % des dépenses totales de la catégorie	Dépenses au cours de voyages AC	Dépenses de la catégorie comme % des dépenses totales au cours de voyages AC
<b>Total</b>	37,7 milliards de \$	30 %	11,4 milliards de \$	100 %
<b>Nourriture</b>	10,4 milliards de \$	28 %	2,9 milliards de \$	26 %
<b>Hébergement</b>	8,2 milliards de \$	35 %	2,9 milliards de \$	25 %
<b>Transport</b>	10,7 milliards de \$	21 %	2,2 milliards de \$	19 %
<b>Activités</b>	3,9 milliards de \$	47 %	1,8 milliard de \$	16 %
<b>Autres</b>	4,6 milliards de \$	34 %	1,5 milliard de \$	13 %

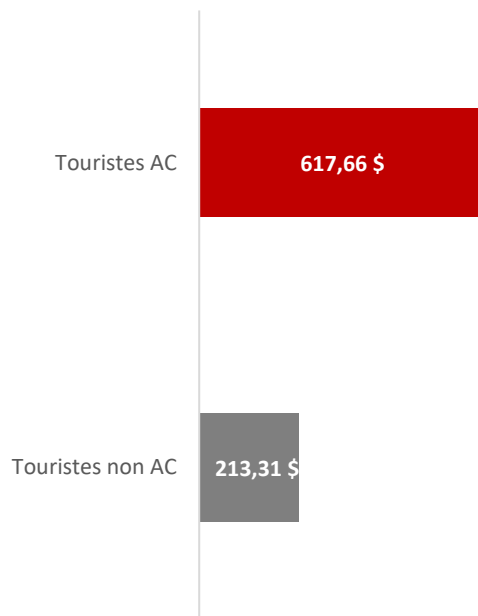
Source: ENV et EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près

Dépenses des touristes en Ontario, 2019, dollars courants, en milliards



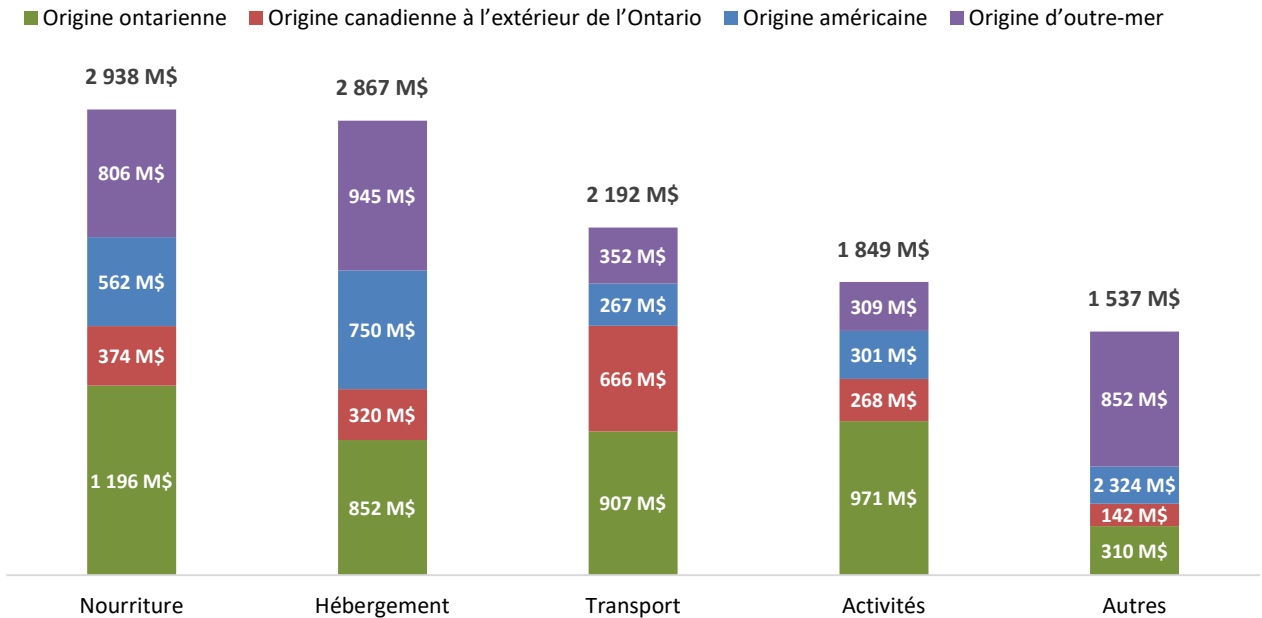
Source : ENV et EVV, 2019

Dépenses moyennes par voyages, touristes en Ontario, 2019



Source : ENV et EVV, 2019

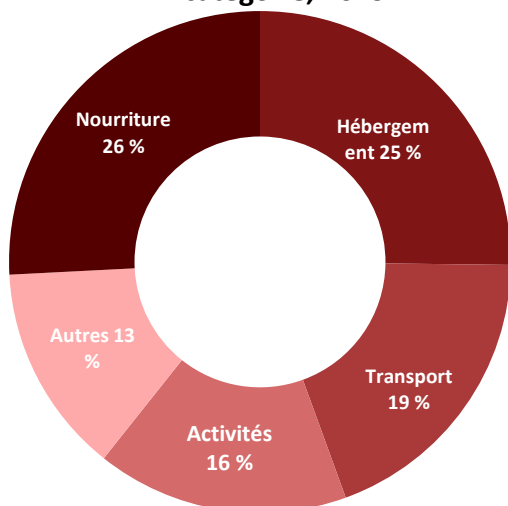
## Dépenses des touristes artistiques et culturels en Ontario, 2019 par source de tourisme et catégorie de dépenses, dollars courants, en millions



Source : ENV et EVV, 2019

Note : L'ENV et l'EVV diffèrent légèrement dans leur façon de catégoriser les dépenses. Une méthodologie de concordance a été utilisée pour aligner les catégories.

## Dépenses des touristes artistiques et culturels en Ontario par catégorie, 2019



Source : ENV et EVV, 2019

### Les touristes artistiques et culturels en Ontario ont dépensé plus de 5 milliards de dollars en nourriture et hébergement

La **nourriture** a été la principale catégorie de dépenses des touristes artistiques et culturels en Ontario, avec des dépenses totalisant **2,9 milliards de dollars** et représentant 26 % des dépenses relatives aux voyages. Les dépenses des touristes artistiques et culturels représentaient 28 % de toutes les dépenses alimentaires des touristes en Ontario. Les dépenses alimentaires comprennent les aliments et les boissons achetés dans les restaurants et les magasins.

Les touristes artistiques et culturels ont grandement contribué au secteur de l'**hébergement** en dépensant un total de **2,8 milliards de dollars**. Les dépenses d'hébergement ont représenté 25 % des dépenses totales des voyages artistiques et culturels. En outre, ces dépenses représentaient 35 % des dépenses totales des touristes pour l'hébergement, ce qui témoigne de l'énorme influence des touristes artistiques et culturels sur le paysage économique du secteur de l'hébergement.

### Les touristes artistiques et culturels en Ontario ont dépensé 4 milliards de dollars en transport et activités.

Alors que le transport est la catégorie de dépenses la plus importante pour l'ensemble des touristes, il arrive en troisième place pour les touristes artistiques et culturels, représentant 19 % de leurs dépenses relatives aux voyages. Les touristes artistiques et culturels ont dépensé **2,2 milliards de dollars** pour le **transport**, ce qui représente 21 % des dépenses de l'ensemble des touristes pour le transport et comprend des dépenses associées au transport commercial, au transport local, à la location de véhicule et à l'assurance, ainsi qu'à l'essence et aux réparations.

Les dépenses des touristes artistiques et culturels pour des **activités** comme les sports, le loisir, les activités culturelles, le divertissement et les attractions se sont élevées à **1,8 milliard de dollars**. Bien qu'elles ne représentent que 16 % des dépenses relatives aux voyages des touristes artistiques et culturels, ces dépenses représentent 47 % des dépenses totales des touristes pour ce type d'activités en Ontario.

### Les touristes artistiques et culturels d'outre-mer qui visitent l'Ontario dépensent plus de 765 millions de dollars dans le commerce de détail.

Les achats d'articles de détail comme les vêtements, les chaussures et les accessoires, ainsi que diverses **autres dépenses**, ont représenté 13 % des dépenses durant les voyages artistiques et culturels, pour un total de **1,5 milliard de dollars**. Ces dépenses représentaient 34 % des dépenses de tous les touristes dans la même catégorie. Notamment, les touristes artistiques et culturels de l'extérieur du Canada et des États-Unis ont contribué à la moitié de toutes les dépenses des touristes artistiques et culturels pour des articles de détail, dont plus de 765 millions de dollars pour l'achat de vêtements, de chaussures et d'accessoires.

**Tableau 18 | Dépenses des touristes artistiques et culturels en Ontario par catégorie, dollars courants, en millions**

	<i>Voyage dont l'origine est en Ontario</i>	<i>Voyage dont l'origine est à l'extérieur de la province</i>	<i>Voyage dont l'origine est aux É.-U.</i>	<i>Voyage dont l'origine est outre-mer</i>	<i>Total</i>
<b>Nourriture</b>	<b>1 195,9 \$</b>	<b>374,1 \$</b>	<b>561,8 \$</b>	<b>806,2 \$</b>	<b>2 937,9 \$</b>
Nourriture et boissons dans des restaurants	918,3 \$	280,6 \$	561,8 \$	806,2 \$	
Nourriture et boissons dans des magasins	277,6 \$	93,5 \$			
<b>Hébergement</b>	<b>852,1 \$</b>	<b>320,3 \$</b>	<b>750,0 \$</b>	<b>944,9 \$</b>	<b>2 867,3 \$</b>
<b>Transport</b>	<b>906,5 \$</b>	<b>666,4 \$</b>	<b>267,3 \$</b>	<b>351,7 \$</b>	<b>2 192,0 \$</b>
Transport commercial	228,4 \$	464,6 \$	267,3 \$	351,7 \$	
Transport local	89,7 \$	29,0 \$			
Location de véhicule et assurance	82,1 \$	56,2 \$			
Essence et réparation	506,3 \$	116,7 \$			
<b>Activités</b>	<b>971,0 \$</b>	<b>267,5 \$</b>	<b>301,0 \$</b>	<b>309,3 \$</b>	<b>1 848,8 \$</b>
Sports et activités récréatives	188,5 \$	95,6 \$	301,0 \$	309,3 \$	
Activités culturelles, divertissement et attractions	782,5 \$	171,9 \$			

<b>Autres dépenses</b>	<b>309,5 \$</b>	<b>141,6 \$</b>	<b>233,5 \$</b>	<b>851,9 \$</b>	<b>1 536,6 \$</b>
Vêtements, chaussures et accessoires	143,8 \$	89,1 \$	172,2 \$	765,2 \$	
Autres dépenses	165,7 \$	52,5 \$	61,3 \$	86,7 \$	
<b>Total</b>	<b>4 235,1 \$</b>	<b>1 769,9 \$</b>	<b>2 113,6 \$</b>	<b>3 263,9 \$</b>	<b>11 382,6 \$</b>

Source : ENV et EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près  
 Note : L'ENV et l'EVV diffèrent légèrement dans leur façon de catégoriser les dépenses.  
 Une méthodologie de concordance a été utilisée pour aligner les catégories.

## RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU TOURISME ARTISTIQUE ET CULTUREL EN ONTARIO

**Le tourisme artistique et culturel contribue plus de 10 milliards de dollars au produit intérieur brut de l'Ontario.**

En analysant les dépenses de 11,4 milliards de dollars des touristes artistiques et culturels en Ontario au moyen du Modèle de calcul des répercussions économiques du tourisme sur l'économie régionale (MCRETER)<sup>3</sup> du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport, nous constatons que ces dépenses ont contribué un total de 10,1 milliards de dollars au PIB. Ce montant comprend 5,7 milliards de dollars en retombées directes créées au point d'achat, dont la plus grande part revient aux secteurs de la restauration et des magasins qui vendent de la nourriture et des boissons, du commerce de détail, de l'hébergement et des arts et des loisirs. Les fournisseurs des entreprises qui servent les touristes artistiques et culturels ont bénéficié de retombées indirectes supplémentaires de 2 milliards de dollars. En outre, les retombées induites se sont élevées à plus de 2,4 milliards de dollars, témoignant ainsi de l'effet des entreprises qui dépensent les gains ou les revenus générés par l'accueil des touristes artistiques et culturels.

**Tableau 19 | Retombées économiques des voyages artistiques et culturels en Ontario**

<b>Dépenses totales des voyages AC</b>	<b>11,4 milliards de dollars</b>
<b>Produit intérieur brut (PIB)</b>	
Directes	5,7 milliards de dollars
Indirectes	2,0 milliards de dollars
Induites	2,4 milliards de dollars
<b>PIB total</b>	<b>10,1 milliards de dollars</b>
<b>Revenu du travail</b>	
Directes	3,0 milliards de dollars
Indirectes	1,3 milliard de dollars
Induites	1,5 milliard de dollars
<b>Revenu du travail total</b>	<b>5,8 milliards de dollars</b>

<sup>3</sup> Note sur l'interprétation : Les touristes artistiques et culturels de l'Ontario sont principalement des résidents de la province. L'effet net des dépenses des résidents ontariens sur l'industrie de l'art et de la culture est compensé par la réduction des dépenses sur d'autres produits ou services en Ontario. Il est impossible de déterminer l'étendue de cette compensation au moyen du cadre du MCRETER.

<b>Emplois</b>	
Directes	72 777
Indirectes	16 598
Induites	16 726
<b>Emplois totaux</b>	<b>106 101</b>
<b>Impôts directs</b>	
Fédéraux	1,0 milliard de dollars
Provinciaux	1,4 milliard de dollars
Municipaux	0,2 milliard de dollars
<b>Impôts directs totaux</b>	<b>2,6 milliards de dollars</b>
<b>Impôts totaux</b>	
Fédéraux	1,8 milliard de dollars
Provinciaux	1,9 milliard de dollars
Municipaux	0,4 milliard de dollars
<b>Impôts totaux</b>	<b>4,1 milliards de dollars</b>

### **Le tourisme artistique et culturel génère plus de 100 000 emplois en Ontario.**

Les dépenses des touristes artistiques et culturels ont permis de créer 106 101 emplois et de générer 5,8 milliards de dollars en revenus du travail. La création de 72 777 emplois et de 3 milliards de dollars en revenus du travail figure parmi les retombées directes du tourisme artistique et culturel. Parmi les retombées indirectes et induites de ce type de tourisme, on peut compter 33 324 emplois et 2,8 milliards de dollars en revenus du travail.

### **Le tourisme artistique et culturel a produit plus de 4 milliards de dollars en recettes fiscales.**

Les gouvernements des ordres fédéral, provincial et municipal bénéficient du tourisme artistique et culturel grâce aux recettes fiscales de 4,1 milliards générées par les dépenses des touristes artistiques et culturels en Ontario. Le total des recettes fiscales fédérales s'élève à 1,8 milliard de dollars, dont 1 milliard de dollars en impôts directs. Les recettes fiscales provinciales étaient encore plus élevées, soit 1,9 milliard de dollars, dont 1,4 milliard de dollars en impôts directs. Les administrations municipales ont gagné 0,4 milliard de dollars en recettes fiscales, dont 0,2 milliard de dollars en impôts directs.

## **Tableau 20 | Retombées économiques du tourisme artistique et culturel en Ontario, 2019**

### Retombées directes sur la production industrielle

Services des aliments et des boissons	943 055 871,00 \$
Commerce de détail	838 156 623,00 \$
Services d'hébergement	771 967 808,00 \$
Arts, spectacles et loisirs	331 549 003,00 \$
Fabrication	231 328 734,00 \$
Autres services	213 104 043,00 \$
Commerce de gros	197 914 379,00 \$
Transport et entreposage	188 278 186,00 \$
Impôts indirects nets sur la production	1 668 454 043,00 \$

Location de véhicules	78 798 338,00 \$
Institutions sans but lucratif	54 144 606,00 \$
Transport terrestre de passagers	51 462 414,00 \$
Administrations publiques	37 798 198,00 \$
Services d'enseignement	31 424 365,00 \$
Cultures agricoles et élevage	15 955 647,00 \$
Industrie de l'information et industrie culturelle	15 560 704,00 \$
Soins de santé et assistance sociale	5 899 777,00 \$
Foresterie, pêche et chasse	456 884,00 \$
Autres finances, assurances et services immobiliers	14 167,00 \$

Total : 5 675 323 790,00 \$

## MOTIVATIONS DES TOURISTES QUI FONT DES VOYAGES ARTISTIQUES ET CULTURELS

Trois touristes artistiques et culturels canadiens sur cinq voyagent en Ontario pour le loisir ou le magasinage.

Parmi les touristes artistiques et culturels canadiens en Ontario, plus de trois sur cinq (63 %) ont indiqué que le but principal de leur voyage était les vacances, le loisir ou les activités récréatives, ou le magasinage, comparativement à moins de deux sur cinq (38 %) pour l'ensemble des touristes canadiens en Ontario. Les personnes voyageant à l'intérieur de l'Ontario étaient plus susceptibles de citer les vacances, le loisir ou les activités récréatives (62 %) comme motivation principale de leur voyage que celles venant d'autres provinces (54 %). La visite d'amis ou de la parenté était la principale motivation de voyager pour l'ensemble des touristes (42 %) et la deuxième motivation la plus fréquente (24 %) pour les touristes artistiques et culturels.

Tableau 21 | Raison principale de voyager, voyages dont le point de départ est au Canada, en millions

	Tous les voyages	Voyages non AC	Voyages AC	Voyages AC dont l'origine est l'extérieur de la province	Voyages AC dont l'origine est l'Ontario
	131,7 millions	116,4 millions	15,3 millions	2,0 millions	13,4 millions
Vacances, loisir ou activités récréatives	36 %	32 %	61 %	54 %	62 %
Visiter des amis ou de la parenté	42 %	44 %	24 %	34 %	23 %
Conférence, congrès, foire commerciale (pour des raisons personnelles)	2 %	2 %	5 %	2 %	5 %
Réunion, conférence, congrès, foire commerciale (pour des raisons professionnelles)	3 %	3 %	3 %	5 %	3 %
Autre raison personnelle, non-routinière	3 %	3 %	2 %	2 %	2 %

<b>Autre raison professionnelle, non-routinière</b>	6 %	7 %	2 %	2 %	2 %
<b>Magasinage, non-routinier</b>	6 %	6 %	2 %	<1 %	2 %
<b>Aller à l'école ou étudier, non-routinier</b>	1 %	1 %	1 %	<1 %	1 %
<b>Raisons religieuses, non-routinières</b>	1%	1%	<1%	<1%	<1%
<b>Raisons médicales, non-routinières</b>	2 %	3 %	<1 %	<1 %	<1 %

Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.

### Les touristes artistiques et culturels étrangers citent également les vacances, le loisir ou les activités récréatives comme principales raisons de voyager.

Parmi les touristes artistiques et culturels étrangers, les visites à des amis et à de la parenté (36 %) et les vacances, le loisir ou les activités récréatives (35 %) ont été cités comme motivation principale d'un peu plus d'un voyage sur trois. Cette même catégorie de visiteurs en provenance des États-Unis était la plus susceptible de venir pour des vacances, le loisir ou des activités récréatives (41 %), tandis qu'un peu plus de la moitié de tous les visiteurs artistiques et culturels en provenance du reste du monde (51 %) ont déclaré que leur but principal était de rendre visite à des amis ou à de la parenté. Cependant, 51 % des voyages non artistiques et culturels ont été effectués pour diverses autres raisons, notamment pour assister à des réunions, réaliser des ventes ou effectuer des appels de service (21 %, contre 6 % des voyages artistiques et culturels) et pour d'autres raisons personnelles (15 %, contre 5 % des voyages artistiques et culturels).

**Tableau 22 | Raison principale de voyager, voyages dont le point de départ est à l'étranger, en millions**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est outre-mer</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est aux É.-U.</i>
	10,0 millions	6,9 millions	3,1 millions	1,3 million	1,8 million
<b>Visiter des amis ou de la parenté</b>	30 %	27 %	36 %	51 %	25 %
<b>Vacances, loisir ou activités récréatives</b>	26 %	22 %	35 %	27 %	41 %
<b>Réunion, ventes ou appels de service</b>	16 %	21 %	6 %	3 %	8 %
<b>Aller à l'école ou étudier</b>	2 %	1 %	5 %	11 %	<1 %
<b>Autre raison personnelle</b>	12 %	15 %	5 %	1 %	8 %

Conférence, congrès ou foire commerciale (pour des raisons personnelles)	4 %	3 %	4 %	1 %	7 %
Autres raisons professionnelles	4 %	4 %	4 %	3 %	5 %
Conférence, congrès ou foire commerciale	4 %	4 %	3 %	2 %	3 %
Raisons médicales ou de santé	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %
En transit	1 %	1 %	<1 %	<1 %	0 %

Source: EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.

## CARACTÈRE SAISONNIER DES VOYAGES ARTISTIQUES ET CULTURELS

**Les touristes artistiques et culturels canadiens visitent l'Ontario tout au long de l'année.**

Les visites de touristes canadiens en Ontario se font plus couramment l'été; en effet, 32 % de tous les voyages et 39 % des voyages artistiques et culturels ont lieu entre juillet et septembre. Toutefois, la majorité des voyages artistiques et culturels ont lieu pendant les autres saisons, dont environ 3 voyages sur 5 qui ont lieu au printemps (23 %), à l'automne (20 %) ou en hiver (18 %). Les tendances saisonnières des voyages sont similaires entre les touristes artistiques et culturels de la province et ceux de l'extérieur de l'Ontario.

**Tableau 23 | Caractère saisonnier des voyages artistiques et culturels, voyages dont le point de départ est au Canada, en millions**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages AC comme % de tous les voyages durant le trimestre</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC trimestriels comme % de tous les voyages AC</i>
	131,7 millions	12 %	15,3 millions	100 %
<b>Jan/fév/mars</b>	27,1 millions	10 %	2,8 millions	18 %
<b>Avr/mai/juin</b>	32,2 millions	11 %	3,6 millions	23 %
<b>Juill/août/sept</b>	41,7 millions	14 %	6,0 millions	39 %
<b>Oct/nov/déc</b>	30,7 millions	10 %	3,0 millions	20 %

Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.



**Tableau 24 | Trimestre de la visite, voyages dont le point de départ est au Canada, en millions**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est à l'extérieur de la province</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est en Ontario</i>
	131,7 millions	116,4 millions	15,3 millions	2,0 millions	13,4 millions
<b>Jan/fév/mars</b>	21 %	21 %	18 %	16 %	18 %
<b>Avr/mai/juin</b>	24 %	25 %	23 %	25 %	23 %
<b>Juill/août/sept</b>	32 %	31 %	39 %	40 %	39 %
<b>Oct/nov/déc</b>	23 %	24 %	20 %	18 %	20 %

Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.

### **L'été est la haute saison pour les touristes artistiques et culturels étrangers.**

L'été a également été la saison la plus populaire auprès des visiteurs étrangers : 34 % de tous les voyages et 42 % des voyages artistiques et culturels ont eu lieu entre juillet et septembre. Au cours de ces mois, les voyages artistiques et culturels ont représenté 38 % de tous les voyages effectués en Ontario au cours du même trimestre par des visiteurs étrangers, comparativement à 22 % à 30 % au cours des autres saisons. Le printemps (25 %) et l'automne (22 %)<sup>4</sup> accueillent une part importante des visiteurs internationaux du secteur des arts et de la culture, tandis que l'hiver (11 %) est une période de l'année moins achalandée.

Les touristes artistiques et culturels d'outre-mer ont visité les mêmes endroits que leurs homologues américains au printemps (27 % des voyages dont le point de départ est outre-mer, 24 % des voyages dont le point de départ est aux É.-U.) et en été (outre-mer 40%, États-Unis 42 %). Cependant, les touristes artistiques et culturels d'outre-mer étaient légèrement plus susceptibles de visiter le pays en hiver (14 %) que les touristes artistiques et culturels américains (10 %). Inversement, la proportion de voyages dont l'origine est aux États-Unis (24 %) à l'automne est plus importante que celle des voyages dont l'origine est à l'étranger (19 %).

<sup>4</sup> Note sur les données : Pour l'Enquête sur les voyages des visiteurs, les données du quatrième trimestre (octobre à décembre) sont habituellement recueillies par Statistique Canada auprès des voyageurs qui terminent leur voyage entre octobre et mai de l'année suivante. Pour le quatrième trimestre de 2019, la fermeture des frontières et les confinements liés à la Covid-19 ont eu des répercussions sur la dernière partie de cette période. Les données de mars à mai 2020 pour le quatrième trimestre de 2019 ont été imputées à partir des données de l'année précédente et rajustées à l'aide des données de référence du dénombrement à la frontière de 2020 pour tenir compte des voyages interrompus en raison de la pandémie.

**Tableau 25 | Caractère saisonnier des voyages artistiques et culturels, voyages dont le point de départ est à l'étranger, en millions**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages AC comme % de tous les voyages durant le trimestre</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC trimestriels comme % de tous les voyages AC</i>
	10,0 millions	31 %	3,1 millions	100 %
<b>Jan/fév/mars</b>	1,6 million	22 %	0,4 million	11 %
<b>Avr/mai/juin</b>	2,7 millions	29 %	0,8 million	25 %
<b>Juill/août/sept</b>	3,4 millions	38 %	1,3 million	42 %
<b>Oct/nov/déc</b>	2,2 millions	30 %	0,7 million	22 %

Source : EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.

**Table 26 | Trimestre de la visite, voyages dont le point de départ est à l'étranger, en millions**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est outre-mer</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est aux É.-U.</i>
	10,0 millions	6,9 millions	3,1 millions	1,3 million	1,8 million
<b>Jan/fév/mars</b>	16 %	18 %	11 %	14 %	10 %
<b>Avr/mai/juin</b>	27 %	28 %	25 %	27 %	24 %
<b>Juill/août/sept</b>	34 %	31 %	42 %	40 %	42 %
<b>Oct/nov/déc</b>	22 %	23 %	22 %	19 %	24 %

Source : EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.

# PROFIL DÉMOGRAPHIQUE DES TOURISTES ARTISTIQUES ET CULTURELS

## SEXE

**Il y a légèrement plus de Canadiennes qui font des voyages artistiques et culturels, surtout des Ontariennes.**

Pour l'ensemble des voyages en Ontario dont le point de départ est au Canada, il y a autant de visiteurs (50 %) que de visiteuses (50 %). Toutefois, les femmes étaient légèrement plus susceptibles de faire des voyages artistiques et culturels (53 %) que les hommes (47 %), en particulier celles qui voyageaient à l'intérieur de l'Ontario. Les touristes de l'extérieur de la province avaient légèrement plus tendance à être des hommes (52 %) que des femmes (48 %).

**Tableau 27 | Sexe des répondants, voyages dont le point de départ est au Canada**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est à l'extérieur de la province</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est en Ontario</i>
	<i>131,7 millions</i>	<i>116,4 millions</i>	<i>15,3 millions</i>	<i>2,0 millions</i>	<i>13,4 millions</i>
<b>Hommes</b>	50 %	50 %	47 %	52 %	47 %
<b>Femmes</b>	50 %	50 %	53 %	48 %	53 %

Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.

### **Les touristes artistiques et culturels étrangers sont autant des hommes que des femmes**

Pour l'ensemble des voyages dont le point de départ était à l'étranger, 51 % des groupes de voyageurs comprenaient au moins un homme, tandis que 44 % comprenaient au moins une femme. En revanche, pour les voyages artistiques et culturels dont le point de départ était dans un autre pays, les groupes de voyageurs étaient aussi susceptibles d'inclure des hommes que des femmes (51 %). Il est à noter que les voyages artistiques et culturels avaient plus de chance d'inclure des femmes que l'ensemble des voyages en provenance de l'étranger. Les touristes artistiques et culturels d'origine américaine étaient légèrement plus souvent des hommes (52 %) que des femmes (51 %).

**Tableau 28 | Sexe des personnes dans les groupes de voyageurs, voyages dont le point de départ est à l'étranger**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est outre-mer</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est aux É.-U.</i>
	<i>10,0 millions</i>	<i>6,9 millions</i>	<i>3,1 millions</i>	<i>1,3 million</i>	<i>1,8 million</i>
<b>Hommes</b>	51 %	51 %	51 %	51 %	52 %
<b>Femmes</b>	44 %	41 %	51 %	51 %	51 %

Source : EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.  
Le total des pourcentages peut dépasser 100 %, car les réponses multiples étaient permises.

Festival de Stratford, Stratford



## Les touristes artistiques et culturels ont tendance à avoir 35 ans et plus

Tandis que les personnes âgées de 25 à 34 ans constituent la tranche d'âge la plus courante parmi les touristes artistiques et culturels canadiens (22 %) en Ontario, plus de 2 touristes sur 3 (69 %<sup>5</sup>) étaient âgés de 35 ans et plus. De même, plus de 3 voyages artistiques et culturels sur 5 (62 %) dont le point de départ était à l'étranger comprenaient des personnes âgées de 35 ans et plus. Toutefois, les touristes artistiques et culturels d'outre-mer étaient plus jeunes, la tranche d'âge la plus courante étant celle des 25 à 34 ans (21 %). Or, les visiteurs artistiques et culturels des États-Unis étaient le plus souvent âgés de 55 à 65 ans (21 %).

**Tableau 29 | Âge des répondants, voyages dont le point de départ est au Canada**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est à l'extérieur de la province</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est en Ontario</i>
<b>Âge</b>	131,7 millions	116,4 millions	15,3 millions	2,0 millions	13,4 millions
<b>19 - 24</b>	9 %	9 %	10 %	6 %	10 %
<b>25 - 34</b>	22 %	22 %	22 %	22 %	22 %
<b>35 - 44</b>	16 %	16 %	17 %	21 %	16 %
<b>45 - 54</b>	16 %	16 %	16 %	15 %	16 %
<b>55 - 64</b>	19 %	19 %	17 %	20 %	16 %
<b>65 +</b>	18 %	18 %	18 %	16 %	18 %

Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.

**Tableau 30 | Âge des personnes dans les groupes de voyageurs, voyages dont le point de départ est à l'étranger**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est outre-mer</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est aux É.-U.</i>
<b>Age</b>	7,4 millions	5,1 millions	2,3 millions	1,1 million	1,2 million
<b>0 - 17</b>	5 %	4 %	8 %	8 %	7 %
<b>18 - 24</b>	7 %	5 %	10 %	16 %	5 %
<b>25 - 34</b>	13 %	11 %	15 %	21 %	11 %
<b>35 - 44</b>	13 %	13 %	14 %	15 %	12 %
<b>45 - 54</b>	16 %	16 %	17 %	15 %	19 %
<b>55 - 64</b>	19 %	19 %	17 %	12 %	21 %
<b>65+</b>	17 %	19 %	14 %	9 %	18 %

Source : EVV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.

Les totaux des populations ne tiennent pas compte des personnes qui n'ont pas fourni de renseignements sur l'âge des membres du groupe de voyageurs.

<sup>5</sup> Ce pourcentage basé sur des chiffres non arrondis. Puisque le tableau présente des chiffres arrondis, les sommes peuvent varier légèrement.

## REVENU

### Les touristes artistiques et culturels ont tendance à avoir un revenu familial élevé.

Les touristes artistiques et culturels canadiens<sup>6</sup> en Ontario sont légèrement plus portés (50 %) à avoir des revenus supérieurs à 100 000 \$ que les visiteurs qui ne font pas des voyages artistiques et culturels (46 %). Les touristes artistiques et culturels d'autres provinces étaient plus aptes à avoir des revenus plus élevés; seulement 14 % ont déclaré des revenus familiaux de moins de 50 000 \$, contre 19 % des touristes ontariens.

**Tableau 31 | Revenu familial des répondants, voyages dont le point de départ est au Canada**

	<i>Tous les voyages</i>	<i>Voyages non AC</i>	<i>Voyages AC</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est à l'extérieur de la province</i>	<i>Voyages AC dont l'origine est en Ontario</i>
	<i>129,2 millions</i>	<i>114,3 millions</i>	<i>15,0 millions</i>	<i>1,9 million</i>	<i>13,1 millions</i>
<b>Moins de 50 000 \$</b>	19 %	19 %	18 %	14 %	19 %
<b>De 50 000 \$ à moins de 70 000 \$</b>	18 %	18 %	18 %	21 %	17 %
<b>De 70 000 \$ à moins de 100 000 \$</b>	17 %	17 %	14 %	16 %	14 %
<b>100 000 \$ et plus</b>	47 %	46 %	50 %	49 %	50 %

Source : ENV, 2019; Chiffres arrondis au 0,1 million le plus près.

<sup>6</sup> Les données sur le revenu des visiteurs étrangers de l'Enquête sur les voyages des visiteurs n'étaient pas disponibles à des fins d'analyse.