
Profil du tourisme artistique et culturel en Ontario

Résumé

Préparé par

 Research Resolutions & Consulting Ltd.

pour le

Conseil des arts de l'Ontario

Novembre 2012

PROFIL DU TOURISME ARTISTIQUE ET CULTUREL DE L'ONTARIO

RÉSUMÉ

Le Conseil des arts de l'Ontario (CAO) a demandé à Research Resolutions & Consulting Ltd. de préparer un profil des touristes artistiques et culturels et des retombées économiques de ce tourisme. À l'aide de deux différents types de sources de données existantes, le projet a examiné la part du marché touristique, les dépenses des touristes, les retombées économiques, les caractéristiques démographiques, la motivation et l'information sur les taux de participation des touristes à un grand nombre d'activités artistiques et culturelles.

Les sources de ce rapport comprennent l'Enquête sur les voyages des résidents du Canada de 2010 (EVRC), l'Enquête sur les voyages internationaux de 2010 (EVI États-Unis et pays étrangers) et l'Enquête sur les activités et préférences en matière de voyage (EAPV Canada et États-Unis, 2006¹). Les enquêtes sur les voyages des résidents du Canada et internationaux (EVRC et EVI) et l'Enquête sur les activités et préférences en matière de voyage (EAPV) offrent des perspectives différentes sur l'envergure et les caractéristiques du tourisme artistique et culturel en Ontario.

PRINCIPALES CONCLUSIONS

LE TOURISME ARTISTIQUE ET CULTUREL EN ONTARIO²

NOMBRE DE TOURISTES ARTISTIQUES ET CULTURELS D'UNE NUIT OU PLUS

Les 9,5 millions de touristes qui ont participé à des activités artistiques et culturelles sont à l'origine d'un cinquième (22 %) des 42,8 millions de séjours d'une nuit ou plus en Ontario en 2010.

Parmi ces 9,5 millions de touristes, 6,2 millions (66 %) étaient Canadiens, 2,2 millions (23 %) étaient Américains et 1,1 million (11 %) provenaient de pays étrangers.

Le groupe canadien de touristes artistiques et culturels représente près d'un cinquième (18 %) de tous les Canadiens qui ont fait des séjours d'une nuit ou plus en Ontario au cours de l'année. La plupart des 6,2 millions de voyages artistiques et culturels par des Canadiens, soit 5,4 millions, ont été faits par des résidents de l'Ontario.

Ce sont les touristes étrangers qui ont participé le plus aux activités artistiques et culturelles en Ontario en 2010. Les 2,2 millions de touristes artistiques et culturels américains représentent deux cinquièmes (39 %) de tous les touristes d'une nuit ou plus en Ontario en provenance des États-Unis. Près de deux tiers (63 %) des touristes du

¹ Le rapport contient des renseignements détaillés au sujet de ces sources. *Les estimations du volume et de la valeur sont basées sur les microdonnées anonymes de l'Enquête sur les voyages internationaux (EVI) et de l'Enquête sur les voyages des résidents du Canada (EAPV) de Statistique Canada. Tous les calculs de ces microdonnées ont été effectués par Research Resolutions & Consulting Ltd. au nom du Conseil des arts de l'Ontario et la responsabilité et l'interprétation de ces données sont entièrement celles de l'auteur. [Avertissement exigé par le contrat de licence de Statistique Canada.]*

² Les données portent sur l'année civile 2010. Elles proviennent des enquêtes de Statistique Canada sur les voyages des résidents du Canada et sur les voyages internationaux (EVRC et EVI). Elles comprennent les voyages faits par des Canadiens, des Américains et des résidents de tous les autres pays.

reste du monde qui ont visité l'Ontario, soit 1,1 million de visiteurs d'une nuit ou plus, ont participé à des activités culturelles ou artistiques.

ACTIVITÉS ARTISTIQUES ET CULTURELLES

Les sites historiques sont l'activité artistique ou culturelle la plus fréquente, attirant 4,1 millions de visites d'une nuit ou plus, soit un dixième (10 %) des 42,8 millions de séjours d'une nuit ou plus dans la province au cours de l'année.

Les musées et galeries d'art et les spectacles artistiques ont également été très courus, attirant 3,4 millions et 3,3 millions de visiteurs respectivement, soit un douzième du total des visites touristiques d'une nuit ou plus (8 % chacun). Les festivals et les foires ont attiré 2,1 millions de touristes artistiques et culturels (5 % de tous les touristes d'une nuit ou plus) et les attractions telles que les jardins zoologiques, les aquariums et les jardins botaniques ont intéressé 1,2 million de touristes (3 % de tous les touristes d'une nuit ou plus).

VALEUR DES TOURISTES ARTISTIQUES ET CULTURELS D'UNE NUIT OU PLUS

Les touristes qui s'intéressent aux activités artistiques et culturelles ont dépensé 4,1 milliards de dollars en Ontario, ce qui correspond à 36 % du total des dépenses de tous les touristes qui ont fait des séjours d'une nuit ou plus dans la province au cours de l'année.

Les touristes artistiques et culturels dépensent deux fois plus que les touristes ordinaires qui font des séjours d'une nuit ou plus en Ontario. En moyenne, ils dépensent 667 \$ par voyage en Ontario, comparativement aux 374 \$ des touristes ordinaires.

De nombreux secteurs de l'économie de l'Ontario bénéficient de ce tourisme artistique et culturel. Ainsi, ces touristes ont contribué 1,1 milliard au secteur de l'hébergement, soit près de deux cinquièmes (38 %) du total des dépenses d'hébergement au cours de l'année. Les 1,1 milliard qu'ils ont dépensés en aliments et en boissons constituent un tiers (34 %) du total des dépenses associées aux séjours d'une nuit ou plus. Ils ont également contribué plus de deux cinquièmes (43 %), ou 600 millions de dollars, au total des dépenses de consommation et la moitié (51 %), ou un demi-milliard, du total des dépenses en loisirs et divertissements de tous les touristes qui ont séjourné pendant plus de 24 heures en Ontario.

HÉBERGEMENT

Les touristes artistiques et culturels ont passé environ 41,2 millions de nuits en Ontario en 2010, soit près d'un tiers (31 %) de toutes les nuits passées dans la province au cours de l'année. Avec une moyenne de 4,4 nuits, ces touristes ont passé une nuit *de plus* en Ontario que le touriste typique (3,1 nuits).

Les touristes artistiques et culturels logent plus à l'hôtel (22 %) que *l'ensemble* des touristes qui séjournent plus de 24 heures³ (16 %). Au cours de l'année, ils ont passé 12,7 millions de nuits dans des établissements commerciaux payants (hôtels, motels, gîtes touristiques, etc.), ou environ un tiers (36 %) des 34,9 millions de nuits passées dans ces établissements.

³ Personnes-nuits passées dans des hôtels en Ontario.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES⁴

Si l'on comptabilise leurs dépenses, les touristes artistiques et culturels ont contribué 3,7 milliards de dollars au produit intérieur brut (PIB) de la province. Ces dépenses ont généré environ 67 700 emplois et une masse salariale de 2,4 milliards de dollars en Ontario.

En percevant 1,7 milliard de dollars en recettes fiscales, tous les paliers de gouvernement ont bénéficié des dépenses des touristes artistiques et culturels en Ontario en 2010. Environ 1,0 milliard de ces recettes fiscales ont été perçus par le gouvernement fédéral, 0,7 milliard par le gouvernement provincial et 11 millions par les administrations municipales.

TOURISTES ARTISTIQUES ET CULTURELS D'AMÉRIQUE DU NORD⁵

Les Américains et Canadiens qui ont séjourné plus de 24 heures en Ontario en 2010 proviennent vraisemblablement de l'ensemble de *tous* les touristes nord-américains qui ont visité l'Ontario au cours d'une période de deux ans et dont le voyage avait pour but une activité artistique ou culturelle. Les données sur ces touristes nord-américains, provenant de l'Enquête sur les activités et préférences en matière de voyages (EAPV), permettent de mieux comprendre les motivations des voyages et les caractéristiques démographiques des **personnes** qui font des voyages pour participer à des activités artistiques ou culturelles qu'il n'est possible de faire à l'aide des enquêtes sur les voyages des résidents du Canada et sur les voyages internationaux (EVRC et EVI).

DES MARCHÉS TOURISTIQUES DE MILLIONS DE PERSONNES

Neuf touristes nord-américains sur dix, soit 18,5 millions des 20,8 millions qui ont visité l'Ontario au cours d'une période de deux ans, comptent au moins une activité artistique ou culturelle parmi les nombreuses activités de leurs voyages⁶.

Les touristes nord-américains en voyage d'agrément s'intéressent à différentes activités à des taux différents. Ainsi, les activités de la catégorie *autres activités artistiques* comme magasiner de l'artisanat local ou aller à des foires ou des expositions (13,2 millions, 64 %) et visiter des sites historiques ou se promener dans une ville pour examiner l'architecture (*sites historiques, bâtiments, architecture*, 12,6 millions, 61 %) sont des activités

⁴ Les estimations des retombées économiques sont basées sur le modèle de calcul des répercussions du tourisme sur l'économie régionale du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario. Les données comprennent les retombées directes, indirectes et induites.

⁵ Les données présentées ici sont basées sur l'Enquête sur les activités et préférences en matière de voyages de 2006. L'enquête a sondé les activités, les motivations et les caractéristiques démographiques des résidents du Canada et des États-Unis qui ont fait des séjours d'agrément de plus de 24 heures à n'importe quelle destination au cours d'une période de deux ans. Dans ce rapport, l'expression *Amérique du Nord* (à l'exclusion du Mexique) désigne ces touristes. Les activités pendant le voyage et celles identifiées comme motivations (*motif principal du voyage*) ne sont pas liées à une destination particulière. Par conséquent, il est possible que les activités culturelles auxquelles ont participé les touristes qui ont fait des séjours d'agrément de plus de 24 heures et qui ont fait des voyages en Ontario n'aient pas eu lieu en Ontario.

⁶ Les sources comprennent l'Enquête sur les voyages des résidents du Canada de 2010 (EVRC), l'Enquête sur les voyages internationaux de 2010 (EVI États-Unis et pays étrangers) et l'Enquête sur les activités et préférences en matière de voyage (EAPV Canada et États-Unis, 2006). Veuillez noter que les touristes du Mexique de l'Enquête sur les voyages internationaux ne sont pas inclus dans l'expression *Nord-Américain* qui désigne dans ce rapport les touristes de l'EAPV. De plus, les données EVRC et EVI les plus récentes remontent à 2010.

touristiques très populaires. Chaque groupe représente plus de six sur dix des 20,8 millions de personnes qui ont fait des voyages en Ontario.

Les musées et les autres attractions culturelles telles que les jardins zoologiques et les aquariums sont également des destinations recherchées par les visiteurs d'Amérique du Nord. Ces deux activités attirent chacune 8,9 millions de touristes en tant qu'une de plusieurs activités d'un voyage, soit deux cinquièmes du marché touristique ontarien (43 % chacune).

Les festivals ethniques, gastronomiques, de boissons et autres (*festivals culturels*, 7,4 millions, 36 %), les concerts de musique classique, jazz, pop, rock et country ainsi que l'opéra (*concerts*, 6,5 millions, 31 %), et les *autres arts de la scène* tels que les spectacles gratuits en plein air et les cirques (6,4 millions, 31 %) ont chacun intéressé environ un tiers des voyageurs nord-américains qui ont fait un séjour d'une nuit ou plus en Ontario au cours d'une période de deux ans.

Au moins 5,0 millions de touristes comptent les *pièces de théâtre* et/ou les *galeries d'art* parmi les activités de leurs voyages. Les *festivals artistiques* tels que les festivals internationaux du film, de musique ou littéraires (3,8 millions) et les *spectacles de ballets et de danse* (1,7 million) attirent également des nombres considérables de touristes nord-américains en tant qu'une de plusieurs activités au cours d'un voyage.

	% des 20,8 millions de touristes nord-américains	Participants arts/culture⁷
Activité artistique ou culturelle en tant qu'une de plusieurs activités touristiques	89 %	18,5 millions
Autres activités (magasinage d'artisanat local, expositions/foires)	64 %	13,2 millions
Sites historiques, bâtiments, architecture	61 %	12,6 millions
Musées	43 %	8,9 millions
Autres attractions (jardins zoologiques/botaniques, aquariums)	43 %	8,9 millions
Festivals culturels	36 %	7,4 millions
Concerts (musique classique, jazz, opéra, pop, rock, country)	31 %	6,5 millions
Autres arts de la scène (spectacles gratuits en plein air, cirques)	31 %	6,4 millions
Théâtre/dîner-théâtre	28 %	5,8 millions
Galeries d'art	24 %	5,0 millions
Festivals artistiques (film, littéraires, musique)	18 %	3,8 millions
Ballets/danse	8 %	1,7 million

5

MOTIVATIONS ARTISTIQUES ET CULTURELLES POPULAIRES DES VOYAGES

Plus de deux cinquièmes (44 %) des 20,8 millions de Nord-Américains qui ont voyagé en Ontario – 9,1 millions de personnes – affirment qu'une activité artistique ou culturelle était le *motif principal (motivation)* de leur voyage.

Certains groupes d'activités artistiques et culturelles ont plus tendance à être des motifs de voyage que d'autres. Ainsi, la motivation artistique et culturelle la plus fréquente est de visiter des *sites historiques* ou se promener dans

⁷ Onze groupes, contenant chacun des activités artistiques et culturelles apparentées figurant dans le questionnaire EAPV, ont été constitués pour servir à cette analyse. La liste des activités figurant dans chaque groupe se trouve à l'annexe B.

une ville pour examiner l'architecture. C'est la motivation principale d'un cinquième (19 %) des 20,8 millions de touristes nord-américains, ou 4,0 millions de personnes. Plus de deux millions de visiteurs ont fait des séjours d'une nuit ou plus pour assister à des *concerts* y compris de musique rock ou pop (14 %), visiter d'*autres attractions culturelles* comme les jardins zoologiques et les aquariums (12 %), s'adonner à d'*autres activités artistiques* comme magasiner de l'artisanat local et aller à des foires et des expositions (12 %), aux *festivals culturels* (12 %), aux *musées* (11 %) et au *théâtre* (11 %). Chacun de ces groupes réunit plus d'un dixième des 20,8 millions d'Américains et de Canadiens qui ont visité l'Ontario au cours d'une période de deux ans. Le tableau suivant présente le nombre de touristes nord-américains en Ontario qui affirment que chaque groupe d'activités était une *motivation de leur voyage*.

Si l'on examine les 18,5 millions de touristes qui ont participé à des activités artistiques et culturelles pendant leurs voyages, le tableau révèle également jusqu'à quel point des activités artistiques et culturelles spécifiques sont la motivation des touristes qui s'adonnent à ces activités. Ainsi, plus de deux cinquièmes des touristes qui assistent à des *festivals artistiques* (46 %) et/ou à des *concerts de musique* (44 %) pendant leur voyage affirment que ces activités étaient le motif principal de leur voyage. D'*autres activités artistiques* telles que magasiner de l'artisanat local (19 %), visiter des *galeries d'art* (22 %), assister à d'*autres arts de la scène* (24 %) et visiter les *musées* (25 %), sont la motivation d'un cinquième à un quart des touristes nord-américains qui participent à de nombreuses activités au cours d'un voyage en Ontario.

	% de participants pour lesquels l'activité est la motivation du voyage	Nbre de touristes pour lesquels le groupe est la motivation du voyage	% de touristes nord-américains en Ontario
Activité artistique ou culturelle⁸	50 %	9,1 millions	44 %
Sites historiques, bâtiments, architecture	32 %	4,0 millions	19 %
Concerts de musique (classique, jazz, rock/pop)	44 %	2,9 millions	14 %
Autres attractions (jardins zoologiques/botaniques, aquariums)	29 %	2,6 millions	12 %
Autres activités (magasinage d'artisanat local, expositions/foires)	19 %	2,6 millions	12 %
Festivals culturels (gastronomiques, ethniques, feux d'artifice)	33 %	2,4 millions	12 %
Musées	25 %	2,3 millions	11 %
Théâtre	38 %	2,2 millions	11 %
Festivals (film, littéraires, musique, théâtre)	46 %	1,8 million	8 %
Autres arts de la scène (spectacles gratuits en plein air, cirque)	24 %	1,5 million	7 %
Galeries d'art	22 %	1,1 million	5 %
Ballets et danse	32 %	0,5 million	3 %

⁸ Les activités sont classées selon le nombre de touristes.

VOYAGER POUR AVOIR DES EXPÉRIENCES VARIÉES

Les membres de chaque groupe de touristes artistiques et culturels ressemblent à l'ensemble des touristes nord-américains en Amérique du Nord dans la mesure où ils s'intéressent à d'autres types d'activités pendant leur voyage. Environ neuf sur dix d'entre eux ont participé à une activité en plein air, plus de huit sur dix ont fait du magasinage et/ou assisté à des activités gastronomiques, environ la moitié ont visité des parcs thématiques, et deux cinquièmes d'entre eux ont assisté à des événements sportifs en tant qu'une de leurs nombreuses activités au cours de leur voyage.

Les touristes qui voyagent pour participer à des activités artistiques et culturelles cherchent également à faire d'autres activités pendant leurs visites. De fait, ils ont plus tendance que le touriste nord-américain typique à inclure des activités associées au plein air, à la gastronomie et aux boissons et au magasinage comme *motivations de leur voyage*. L'autre activité la plus fréquente, les expériences en plein air, est la motivation additionnelle de 69 % des touristes artistiques et culturels, contrairement à 54 % de l'ensemble des touristes. Bien qu'ils soient moins nombreux, deux fois plus de touristes artistiques et culturels recherchent des expériences gastronomiques et veulent faire du magasinage que les touristes nord-américains en Ontario (gastronomie, 37 % contre 19 %; magasinage, 23 % contre 12 %).

	Touristes nord-américains en Ontario	Touristes dont le voyage a une motivation artistique ou culturelle
Autres groupes de motivations de voyage	20,8 millions	9,1 millions
Activités en plein air	54 %	69 %
Parcs thématiques	21 %	36 %
Expériences gastronomiques	19 %	37 %
Assister à des événements sportifs	18 %	28 %
Magasiner	12 %	23 %

PROFILS DÉMOGRAPHIQUES

TOURISTES ARTISTIQUES ET CULTURELS

L'ensemble des 20,8 millions de touristes nord-américains qui visitent l'Ontario et les 9,1 millions d'entre eux qui voyagent pour avoir des expériences artistiques et culturelles ont des profils démographiques très semblables.

- ✓ Le touriste typique d'Amérique du Nord qui a visité l'Ontario à des fins artistiques et culturelles au cours d'une période de deux ans peut être un homme ou une femme.
- ✓ Tous les groupes d'âge sont représentés. Le groupe des 18 à 34 ans est légèrement moins nombreux (29 %) que celui des 35 à 54 ans (36 %) ou des 55 ans et plus (34 %). L'âge moyen du touriste artistique et culturel nord-américain est de 47 ans.
- ✓ Près de la moitié de tous les touristes artistiques et culturels sont titulaires d'un diplôme universitaire (45 %), un tiers d'entre eux ont fait des études postsecondaires (34 %) et un cinquième (20 %) n'ont pas plus qu'un diplôme du secondaire.

- ✓ Environ la moitié (47 %) des touristes habitent dans des ménages familiaux, c'est-à-dire avec au moins un enfant de moins de 18 ans. Il y également beaucoup de couples (38 %) tandis que les adultes qui habitent seuls constituent une minorité, ne représentant qu'environ un huitième (12 %) du marché touristique.
- ✓ Tous les niveaux de revenu sont présents dans le marché artistique et culturel ontarien du tourisme nord-américain⁹. Chez plus d'un tiers (37 %) de ces touristes, le revenu du ménage est inférieur à 60 000 \$. Celui d'un deuxième tiers (33 %) se situe entre 60 000 \$ et 99 999 \$. Le revenu du ménage du dernier tiers, trois touristes sur dix (30 %), est de 100 000 \$ et plus.

SOMMAIRE

Les expériences artistiques et culturelles font une contribution précieuse au tourisme en Ontario, ayant attiré 9,5 millions de visiteurs d'une nuit ou plus ou un cinquième (22 %) de tous les touristes d'une nuit ou plus en 2010. Ces touristes ont dépensé 4,1 milliards de dollars ou 36 % de toutes les dépenses pendant des séjours d'une nuit ou plus dans la province. Les visiteurs qui ont des activités artistiques et culturelles dépensent deux fois plus par voyage, passent plus de nuits dans la province et se logent plus souvent dans des hôtels que les touristes typiques qui passent plus de 24 heures en Ontario.

Les retombées économiques du tourisme artistique et culturel en Ontario sont considérables. Ces touristes d'une nuit ou plus ont généré un produit intérieur brut (PIB) de 3,7 milliards de dollars, 67 700 emplois et une masse salariale de 2,4 milliards de dollars et contribué 1,7 milliard en recettes fiscales aux différents paliers de gouvernement.

Le marché du tourisme artistique et culturel en Amérique du Nord est vaste : presque tous les 20,8 millions de touristes nord-américains qui ont voyagé en Ontario au cours d'une période de deux ans ont recherché une activité artistique ou culturelle au cours de leurs voyages (18,5 millions). Plus de deux cinquièmes de ces touristes, ou 9,1 millions de personnes (44 %), affirment qu'une activité artistique ou culturelle était le but de leur voyage – la raison principale pour laquelle ils sont venus en Ontario.

Qu'elles soient une de plusieurs activités ou la motivation du voyage, certaines activités artistiques et culturelles sont plus recherchées que d'autres. En premier lieu on retrouve celles associées aux sites historiques et à l'architecture, aux concerts, aux attractions culturelles comme les jardins zoologiques et les aquariums, aux autres activités artistiques (artisanat local, foires et expositions), aux festivals culturels y compris les festivals ethniques, gastronomiques ou de boissons et aux musées.

Les touristes artistiques et culturels d'Amérique du Nord visitent également l'Ontario pour des activités en plein air, des expériences gastronomiques, des parcs thématiques, des événements sportifs et du magasinage. Comparés à l'ensemble des touristes, ceux qui ont des activités artistiques et culturelles ont deux fois plus tendance à affirmer que les expériences gastronomiques et le magasinage sont la motivation de leur voyage.

Comme la variété d'activités artistiques et culturelles qui motivent les visites de touristes nord-américains est si vaste, tous les groupes démographiques font du tourisme. On y retrouve autant d'hommes que de femmes de tous les groupes d'âge, niveaux d'études et paliers de revenu. Au niveau des données agrégées, les touristes artistiques

⁹ Le revenu du ménage déclaré est celui de l'année civile 2005. Les pourcentages sont basés sur les répondants à l'enquête qui ont divulgué librement leur revenu.

et culturels ressemblent de près à l'ensemble des Nord-Américains qui ont voyagé en Ontario. Il y a, toutefois, des différences démographiques notables entre les groupes artistiques et culturels. Ces variations sont décrites dans ce rapport.

Nous vous encourageons à explorer les profils des touristes artistiques et culturels contenus dans ce rapport pour mieux comprendre les motivations et les caractéristiques démographiques de ce grand marché varié et très important du tourisme en Ontario.