

LA MOTONEIGE EN ONTARIO

La grande popularité de la motoneige auprès du public a constitué l'un des phénomènes les plus remarquables des années soixante et cette tendance se maintient dans les années soixante-dix.

En 1963, on ne comptait que 5,000 à 6,000 motoneiges au Canada. Aujourd'hui, le ministère des Transports estime qu'il y en a 700,000 et le Conseil de sécurité du Canada croit que leur nombre atteint les 750,000.

La motoneige est un sport agréable, mais les dangers en sont nombreux. Aussi, la majorité des provinces ont adopté des règlements et imposé des restrictions à ce sujet. De plus, la motoneige constitue une industrie importante.

Les citoyens de toutes les provinces liront avec beaucoup d'intérêt une enquête exhaustive récemment publiée par le ministère du Tourisme et de l'Information de l'Ontario. Cette dernière province a vu le nombre de ses motoneigistes passer de 5,000 en mars 1965 à 160,661 l'hiver dernier; 10 p. 100 d'entre eux possédaient deux véhicules.

Une analyse de la pratique de la motoneige en Ontario (An Analysis of Snowmobiling in Ontario) porte sur la saison 1969-1970. A même la liste des détenteurs de permis, un échantillonnage a fourni les noms de 1,400 propriétaires de motoneiges, à qui l'on a remis un questionnaire. Le rapport de 97 pages donne des renseignements détaillés sur les propriétaires eux-mêmes, sur les activités motoneigistes et les problèmes qu'elles comportent ainsi que sur les types de dépenses que ce sport entraîne.

Seulement six pour cent des motoneiges ont été achetées à des fins de travail, par exemple pour le transport dans des régions d'accès difficile. Plus de 78 pour cent des propriétaires ont répondu qu'ils avaient acheté leur motoneige surtout à des fins récréatives. Environ 15 pour cent utilisaient leur véhicule pour pratiquer la chasse ou la pêche sous la glace, pour se rendre à des centres de ski, participer à des courses ou se livrer à d'autres distractions.

En moyenne, le motoneigiste dépense environ \$1,200 pour l'achat de son véhicule et du matériel accessoire. Au total, les propriétaires ont dépensé en Ontario 12.7 millions de dollars pour le fonctionnement du véhicule, 1.1 million de dollars en repas, \$500,000 en logement, \$200,000 en frais d'entrée dans des parcs et des clubs et \$800,000 en frais divers.

UNE ÉTUDE GÉOGRAPHIQUE DE L'INDUSTRIE

Une récente étude de Statistiques-Canada sur la distribution par industrie et par région géographique des ventes de l'industrie manufacturière au Canada met en lumière certaines divergences intéressantes, estime la Banque de Montréal dans sa *Revue des Affaires*, de décembre, parue récemment.

Bien qu'elle ait été faite pour l'année 1967 et qu'elle ne couvre que la destination initiale des produits fabriqués, la Banque est d'avis que cette étude a l'ampleur nécessaire pour donner une nette indication de la nature générale du commerce inter-régional au Canada.

Dans la mesure où les statistiques des échanges reflètent la structure de l'industrie et du marché de toute région donnée, l'étude n'apporte pour beaucoup qu'une confirmation de ce que plusieurs ont cru être la situation.

Par exemple, si l'on songe que la moitié de l'industrie de la pêche est implantée dans les provinces de l'Atlantique et que 53 pour cent de la production agricole de notre pays vient des Prairies, il n'est pas surprenant que l'industrie alimentaire représente la plus forte proportion du total des exportations régionales des provinces de l'Atlantique et des Prairies, 33 et 60 pour cent respectivement.

Cependant l'étude a fait ressortir quelques divergences plus grandes qu'on n'aurait pu le prévoir. Par exemple, quelque 56 pour cent du total des ventes de l'industriel "moyen" du Canada se sont effectuées sur le marché local, les envois à destination des autres régions du Canada et des marchés internationaux représentant 28 et 16 pour cent respectivement.

Mais dans le cas des provinces des Prairies, la part de leurs produits fabriqués qui sont consommés sur le marché local dépassait 70 pour cent. Il faut voir là le reflet de l'activité de la production et de l'exportation qui est concentrée sur les biens primaires tels que céréales et pétrole, tandis que le secteur relativement modeste de l'industrie manufacturière est axé sur les besoins des marchés locaux.

L'étude révèle aussi, note la Banque, une divergence assez prononcée entre les régions quant à leur dépendance à l'égard des marchés étrangers pour la vente de leurs produits. Tandis que la "moyenne" nationale était de 16 pour cent, les deux régions littorales accusaient plus de dépendance: la Colombie-Britannique à 36 pour cent et la région Atlantique à 26 pour cent.

Ces exportations, toutefois, forment une part relativement faible du total des ventes de produits fabriqués du Canada à l'étranger; la plus grande partie et de beaucoup en provient du Québec et de l'Ontario.

Ce sont ces deux provinces qui tiennent les premiers rôles dans la structure du commerce inter-régional au Canada. Comme marché, elle comptent plus de 60 pour cent de la population canadienne, soit quelque 65 pour cent du revenu personnel créé au Canada. On y trouve aussi 80 pour cent de l'activité manufacturière.

Cela étant, l'on comprend que le Québec et l'Ontario absorbent 55 pour cent et fournissent 86 pour cent de tous les produits fabriqués qui s'échangent entre les régions. Il est intéressant de même de noter qu'ils sont l'un et l'autre leur débouché réci-