Canada

Place du tourisme dans l'économie

Le tourisme occupe une place importante dans l'économie canadienne et constitue une source d'emplois et de croissance dans toutes les régions du pays. Il représente 2.1 % du PIB canadien et 3.1 % des exportations totales et est directement à l'origine de 739 700 emplois, soit 3.9 % de l'emploi total. Quant aux dépenses liées au tourisme, elles s'élèvent à plus de 100 milliards CAD chaque année. La part des voyages a représenté 26.6% des exportations totales de services en 2018.

En 2018, le Canada a accueilli le nombre record de 21.2 millions de touristes internationaux, soit une hausse de fréquentation de plus 1.2 % par rapport à 2017. Le premier marché émetteur est celui des ÉtatsUnis, qui fournit plus de deux tiers des touristes séjournant plus de 24 heures, avec plus de 14.7 millions d'arrivées de touristes internationaux en 2018. S'agissant des autres marchés, la Chine, la France, le Mexique et l'Inde ont affiché des performances record.

En 2018, 278 millions de voyages du tourisme interne ont été enregistrés — contre 328.5 millions en 2017— dont 95.4 millions de voyages avec nuitée(s). Le tourisme interne a donné lieu à 268.3 millions de nuitées en 2018, un chiffre en baisse de 2.5 % par rapport à 2017.

Gouvernance et financement du tourisme

Au Canada, le gouvernement fédéral, les dix gouvernements provinciaux, les trois gouvernements territoriaux et de nombreuses municipalités jouent tous un rôle dans la promotion du tourisme. Le secteur incombe au ministère fédéral de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique.

Destination Canada est l'organisme national de commercialisation du tourisme canadien. En tant qu'entité de la Couronne canadienne, il rend des comptes au Parlement par l'intermédiaire du ministre responsable du tourisme. Il assure la promotion du Canada en tant que destination de choix en association avec ses partenaires tant publics que privés, dont font partie des organismes provinciaux, territoriaux, régionaux et municipaux, avec pour mission de commercialiser les destinations. Par ailleurs, la politique aérienne et la politique en matière de visas relèvent de la compétence exclusive des autorités fédérales.

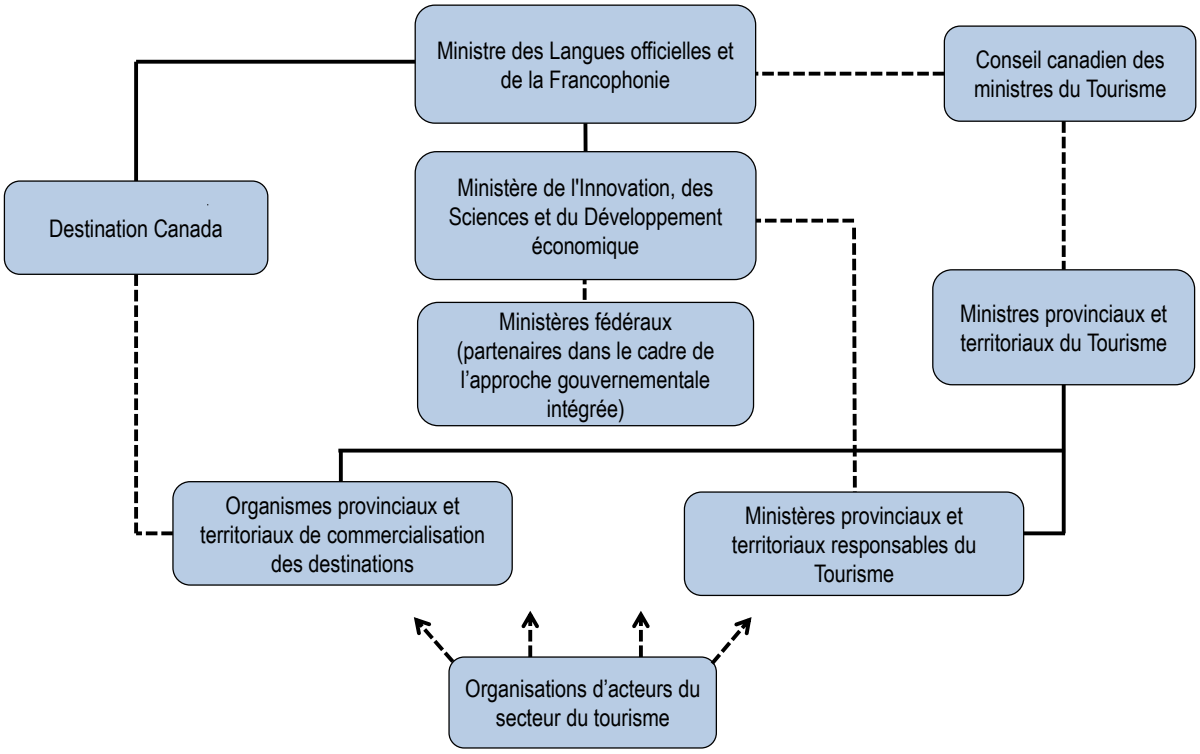
Les autorités provinciales et territoriales sont chargées de la promotion du tourisme interne (et du tourisme international dans une certaine mesure), de l'élaboration de produits et du développement des destinations, de la réglementation de l'hébergement et de la formation dans les domaines de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme. Au niveau municipal, les activités liées au tourisme consistent généralement à attirer, dans la ville, des évènements, comme des réunions et des conventions, et à promouvoir des festivals et des manifestations.

Le Canada dispose de différentes instances assurant une coordination et une collaboration tant horizontales que verticales en matière de tourisme. La plus importante d'entre elles est le Conseil canadien des ministres du Tourisme, qui réunit chaque année les ministres du Tourisme aux niveaux fédéral,

provincial et territorial pour discuter des évolutions et des difficultés du secteur du tourisme au Canada et proposer des possibilités de collaboration.

En 2017, les autorités ont décidé de stabiliser et de pérenniser le financement annuel de Destination Canada, qui s'élève désormais à 95.5 millions CAD. En outre, en 2019, les pouvoirs publics ont accordé un financement ponctuel d'un montant de 5 millions CAD à une campagne de commercialisation du tourisme interne. Cette dernière avait pour objectif d'encourager les Canadiens à découvrir de nouvelles destinations, comme des parcs nationaux moins fréquentés, et de promouvoir les voyages hors saison et les expériences autochtones. En 2019, le budget fédéral a reconnu l'importance du tourisme comme source de croissance et d'emplois, et a alloué 58.5 millions CAD sur deux ans à compter de 2019-20 au Fonds pour les expériences canadiennes (encadré 3.10), qui soutient l'investissement dans les infrastructures liées au tourisme — comme l'hébergement et les attractions locales — et le développement de produits et d'expériences touristiques.

Canada : organigramme des organismes de tourisme



Source : OCDE, adapté du ministère de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique, 2020

Politiques et programmes liés au tourisme

Les grandes priorités du Gouvernement du Canada en matière de tourisme sont au nombre de trois : créer des emplois, diversifier l'offre touristique et assurer sa dispersion, et attirer des investissements dans le secteur.

Dans son rapport *Exploiter le potentiel de l'économie touristique canadienne* publié en décembre 2018, Destination Canada mettait en évidence plusieurs grands défis posés au secteur du tourisme :

- Concentration de la demande : la demande est concentrée dans les grandes villes canadiennes et quelques destinations touristiques phares et durant la saison estivale.

- Pénurie de main-d'œuvre et développement des compétences : la main-d'œuvre qualifiée est rare, ce qui empêche le secteur d'enregistrer une croissance durable.
- Accès : la nécessité de passer par des vols long-courriers pour accéder à une grande partie du marché et le coût élevé des trajets vers le Canada et entre destinations au Canada constituent des obstacles au développement du tourisme
- Investissement : le secteur du tourisme peine à obtenir des investissements et des financements, ce qui constitue un frein au développement de nouvelles entreprises touristiques.
- Gouvernance : la collaboration entre administrations publiques est ponctuelle et pourrait être davantage stratégique.

En mai 2019, la ministre responsable du tourisme a lancé l'initiative *Créer des emplois pour la classe moyenne : une stratégie fédérale pour la croissance du tourisme*. Cette initiative repose sur trois piliers : développer le tourisme dans les collectivités du Canada, attirer les investissements vers l'économie touristique et promouvoir la collaboration entre les secteurs public et privé (encadré 1.4).

Premier pilier : Développer le tourisme dans les collectivités. Ce pilier part du constat que toutes les collectivités ont les atouts nécessaires pour devenir une destination touristique. Il vise à donner aux collectivités de toutes les régions du pays les moyens de réaliser ce potentiel en investissant dans des infrastructures et des produits touristiques. Il bénéficie du soutien du Fonds pour les expériences canadiennes, qui a été créé pour améliorer l'offre de produits touristiques par l'investissement dans cinq catégories prioritaires :

- *Tourisme hivernal et des saisons intermédiaires* — les investissements portent sur les domaines dans lesquels le Canada détient un avantage afin d'offrir plus de raisons de visiter ses destinations hors saison.
- *Tourisme autochtone* — les investissements visent à aider les peuples autochtones à présenter leur histoire unique, leurs récits traditionnels, leurs arts créatifs et leurs valeurs contemporaines au monde entier. Plus d'un visiteur sur trois s'intéresse aux expériences autochtones.
- *Tourisme rural et éloigné* — les investissements dans les régions rurales et éloignées visent à créer des emplois et de nouvelles possibilités économiques dans ces collectivités et à attirer les touristes dans des régions moins connues du pays.
- *Tourisme de la ferme à la table/de l'océan à la table et tourisme culinaire* — les investissements concernent des projets comme les circuits gastronomiques, les expériences culinaires autochtones, les festivals alimentaires et les marchés de producteurs, ainsi que le développement de l'expérience sur place comme les brasseries, les vignobles, les fermes, les pêches et les producteurs de sirop d'érable.
- *Tourisme inclusif* — les investissements cherchent à élargir les programmes de formation sur la diversité et la préparation au marché des personnes LGBTQ2 et à soutenir les festivals de la Fierté.

Deuxième pilier : Attirer les investissements vers l'économie touristique. Ce pilier prévoit la création de groupes d'investissement touristique dans toutes les régions du Canada, afin de permettre une meilleure harmonisation des investissements du gouvernement fédéral dans des produits touristiques avec les investissements réalisés par les provinces et les territoires et de renforcer la capacité des destinations touristiques à attirer des investissements. Ces groupes sont constitués d'un réseau de grands ministères et organismes dont dépendent la culture, le soutien financier aux PME et les parcs nationaux et sont pilotés par Destination Canada et les agences de développement régional. Ils devraient associer un réseau plus large de partenaires locaux et régionaux appartenant aux secteurs public, privé et à but non lucratif afin de répertorier les projets touristiques possibles, d'attirer l'investissement privé et de donner une forte impulsion aux projets touristiques ayant d'importantes retombées, aux attractions emblématiques et aux grappes touristiques.

Troisième pilier : Un accent renouvelé sur la collaboration entre les secteurs public et privé. Ce pilier prend en compte les obstacles de longue date à la croissance du secteur touristique canadien, obstacles qui ne sont pas faciles à surmonter à court terme. Une collaboration plus étroite avec les chefs de file de l'industrie est nécessaire pour relever ces défis à long terme. C'est pourquoi, en 2019, le gouvernement s'est engagé à mettre sur pied une table sectorielle de stratégies économiques axée sur le tourisme. Créé en 2017, ce nouveau modèle de collaboration entre l'industrie et les pouvoirs publics est axé sur la transformation des forces économiques canadiennes en avantages mondiaux. Toutes les tables promeuvent le développement de secteurs à forte croissance et à haut potentiel et sont composées de chefs de file de l'industrie qui fixent des objectifs de croissance ambitieux, cernent les défis et les goulots d'étranglement propres au secteur et établissent une feuille de route pratique pour faire du pays un champion de l'innovation dans le secteur. La table sectorielle de stratégies économiques axée sur le tourisme doit instaurer de nouvelles façons de travailler en collaboration avec le secteur privé. Cette nouvelle initiative assurera que le tourisme est au premier plan de l'élaboration des politiques économiques, afin de relever efficacement les défis et de saisir les occasions stratégiques de faire croître l'économie touristique et de créer des emplois. Elle permettra aux pouvoirs publics de mieux repérer les tendances du tourisme à moyen terme et les angles morts de l'action publique. Parmi les domaines importants que la table pourrait aborder, figure le coût des déplacements à destination et à l'intérieur du Canada, les pénuries de main-d'œuvre dans le secteur et le manque d'investissements. Elle pourrait également porter sur la compétitivité, la durabilité, l'économie du partage et les plateformes numériques et le développement de destinations.

Les autorités fédérales ont fixé des objectifs ambitieux, mais atteignables pour mesurer les résultats de la stratégie pour la croissance du tourisme ainsi que trois indicateurs pour mesurer ses effets économiques. Utilisant 2018 comme référence et 2025 comme l'année cible, les autorités suivront de près :

- les revenus (dépenses totales des touristes en biens et services) — objectif à terme : 128 milliards CAD (+25 %)
- le nombre d'emplois créés — objectif : 54 000 nouveaux emplois (+7.3 %)
- la croissance de la contribution du tourisme au PIB — objectif : taux supérieur à la croissance de l'économie nationale.

Cette stratégie fixe également des objectifs de dispersion saisonnière (+ 1 million d'arrivées de touristes internationaux entre novembre et avril) et de dispersion géographique (augmentation de la croissance des dépenses à l'extérieur des trois principales régions touristiques du Canada, à savoir la région du Grand Toronto, Montréal et Vancouver).

Profil statistique

Canada : Tourisme interne, récepteur et émetteur

	2014	2015	2016	2017	2018
FLUX TOURISTIQUE, MILLIERS					
Tourisme interne					
Total des voyages du tourisme interne	..	..	..	328 454	278 060
Visiteurs qui passent la nuit (touristes)	108 647	109 805	113 053	117 368	95 445
Visiteurs de la journée (excursionnistes)	..	..	..	211 086	182 615
Nuitées dans toutes les catégories d'hébergement	292 569	306 212	344 706	356 977	268 258
Hôtels et établissements assimilés	..	..	..	..	..
Autres établissements collectifs	..	..	..	..	..
Hébergements privés	..	..	..	..	..
Tourisme récepteur					
Total des arrivées internationales	25 557	27 555	30 142	31 081	31 274
Visiteurs qui passent la nuit (touristes)	16 537	17 971	19 822	20 652	21 153
Visiteurs de la journée (excursionnistes)	9 020	9 584	10 320	10 429	10 122
Principaux marchés					
États-Unis	11 508	12 669	13 892	14 238	14 650
Royaume-Uni	659	686	805	794	762
Chine	448	483	591	674	719
France	465	477	515	547	593
Allemagne	324	325	359	385	386
Nuitées dans toutes les catégories d'hébergement	..	..	..	..	..
Hôtels et établissements assimilés	..	..	..	..	..
Autres établissements collectifs	..	..	..	..	..
Hébergements privés	..	..	..	..	..
Tourisme émetteur					
Total des départs internationaux	..	..	..	..	..
Visiteurs qui passent la nuit (touristes)	33 518	32 267	31 278	32 730	26 033
Visiteurs de la journée (excursionnistes)	..	..	..	..	..
Principales destinations					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
RECETTES ET DÉPENSES DE TOURISME, MILLIONS CAD					
Tourisme récepteur					
Total des recettes internationales	27 155	29 519	34 049	36 846	34 175
Recettes liées aux voyages internationaux	23 800	25 996	29 961	32 446	34 175
Recettes liées au transport international de passagers	3 355	3 523	4 088	4 400	..
Tourisme émetteur					
Total des dépenses internationales	49 655	51 578	51 935	54 386	44 574
Dépenses liées aux voyages internationaux	41 568	43 223	43 360	45 010	44 574
Dépenses liées au transport international de passagers	8 087	8 355	8 575	9 376	..

.. Non disponible
Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).

StatLink https://doi.org/10.1787/888934118542

Canada : Entreprises et emploi dans le tourisme

	Nombre d'établissements	Nombres de personnes employées[1]				
	2018	2014	2015	2016	2017	2018
Total	**..**	**700 300**	**710 400**	**721 400**	**735 800**	**739 700**
Industries touristiques	**223 231**	**551 200**	**560 100**	**569 300**	**580 400**	**583 300**
Service d'hébergement pour les visiteurs	21 299	140 700	142 700	143 900	146 500	149 400
Hôtels et établissements assimilés	..	..	..	..	..	..
Industrie de services de restauration et de consommation de boissons	87 420	216 400	221 100	227 200	233 500	235 500
Transport de voyageurs	48 803	84 700	84 800	85 800	87 300	85 600
Transport aérien de voyageurs	..	..	..	..	..	..
Transport par chemin de fer de voyageurs	..	..	..	..	..	..
Transport routier de voyageurs	..	..	..	..	..	..
Transport par eau de voyageurs	..	..	..	..	..	..
Services liés au transport de voyageurs	..	..	..	..	..	..
Location d'équipement de transport	..	..	..	..	..	..
Industrie des agences de voyages et des autres services de réservation	8 778	44 700	44 800	44 900	44 300	43 800
Industrie des activités culturelles	..	..	..	..	..	..
Industrie des activités sportives et de loisirs	56 931	64 800	66 800	67 500	68 900	69 100
Commerce de détail de produits caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré	..	..	..	..	..	..
Autres industries caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré	..	..	..	..	..	..
Autres industries	**..**	**149 100**	**150 300**	**152 100**	**155 400**	**156 400**

.. Non disponible
1. Les données se réfèrent au nombre d'emplois.
Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).

StatLink https://doi.org/10.1787/888934118561

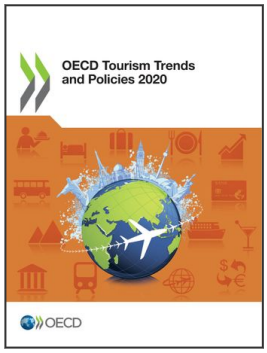
Canada: Internal tourism consumption

Millions CAD

	2018		
	Dépenses du tourisme interne	Dépenses du tourisme récepteur	Consommation du tourisme intérieur
Total	**..**	**..**	**..**
Produits de consommation	**80 044**	**22 179**	**102 223**
Produits caractéristiques du tourisme	48 797	17 191	65 988
Service d'hébergement pour les visiteurs	9 127	5 507	14 634
Industrie de services de restauration et de consommation de boissons	12 788	4 010	16 798
Transport de voyageurs	18 984	5 258	24 242
Transport aérien de voyageurs	..	..	..
Transport par chemin de fer de voyageurs	..	..	..
Transport routier de voyageurs	..	..	..
Transport par eau de voyageurs	..	..	..
Services liés au transport de voyageurs	..	..	..
Location d'équipement de transport	..	..	..
Industrie des agences de voyages et des autres services de réservation	4 435	232	4 667
Industrie des activités culturelles	3 463	2 184	5 647
Industrie des activités sportives et de loisirs	..	..	..
Biens caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré	..	..	..
Services caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré	..	..	..
Autres produits de consommation	31 247	4 988	36 235
Produits rattachés au tourisme	..	..	..
Produits de consommation non liés au tourisme	..	..	..
Produits autres que les produits de consommation	**..**	**..**	**..**

.. Not available
Source : OECD Tourism Statistics (Database).

StatLink https://doi.org/10.1787/888934118580



Extrait de :

OECD Tourism Trends and Policies 2020

Accéder à cette publication :
https://doi.org/10.1787/6b47b985-en

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2020), « Canada », dans *OECD Tourism Trends and Policies 2020*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: https://doi.org/10.1787/42b26eca-fr

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document, ainsi que les données et cartes qu'il peut comprendre, sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région. Des extraits de publications sont susceptibles de faire l'objet d'avertissements supplémentaires, qui sont inclus dans la version complète de la publication, disponible sous le lien fourni à cet effet.

L'utilisation de ce contenu, qu'il soit numérique ou imprimé, est régie par les conditions d'utilisation suivantes : http://www.oecd.org/fr/conditionsdutilisation.

OCDE