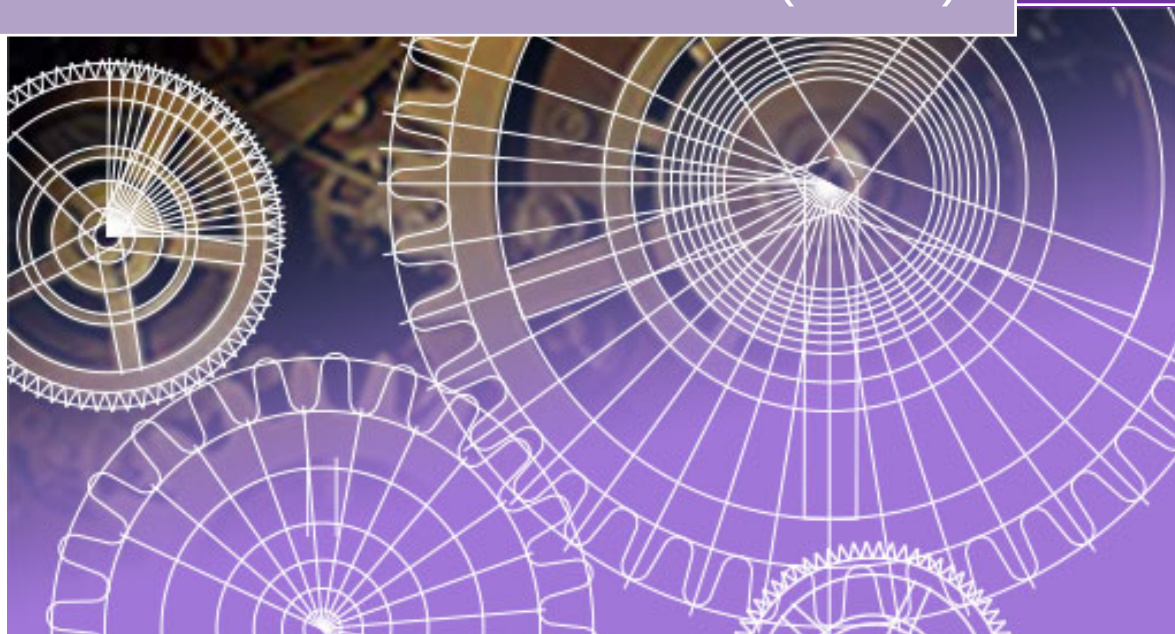


Indice touristique et économique métropolitain du reste du Canada (ROC)



Crédits

Coordination

Christian Desbiens
Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires
Ministère du Tourisme

Recherche, analyse et rédaction

Hugo Johnston-Laberge (collaboration : Philippe Trempe)
Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires
Ministère du Tourisme

Assistance technique

Luc Boivin et Chantal Caron
Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires
Ministère du Tourisme

Pour de plus amples renseignements, consultez nos publications à l'adresse suivante :
<https://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/index.php>

© Ministère du Tourisme du Québec
Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires

Dépôt légal : Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2017
Bibliothèque et Archives Canada, 2017

ISBN : 978-2-550-77508-9 (En ligne)

Mise en contexte

En accord avec les mesures inscrites au *Plan d'action 2016-2020 – Appuyer les entreprises, enrichir les régions*, la Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires (DPIA) du ministère du Tourisme (MTO) s'est donné comme mission de développer et de rendre disponible la connaissance stratégique nécessaire aux entreprises et aux organisations touristiques québécoises pour la prise de décisions éclairées.

À titre de fournisseur officiel en développement des connaissances auprès de l'industrie touristique, l'équipe de la DPIA conçoit, entre autres, des produits d'analyse qui traitent des dynamiques économiques, touristiques et comportementales qui existent entre le Québec et ses différents marchés nationaux et internationaux. Ces produits d'analyse permettent, entre autres, d'alimenter les réflexions des décideurs marketing qui doivent affecter de manière efficiente leurs budgets de promotion en vue d'atteindre le bon client, au bon endroit, et ce, dans un bassin démographique intéressant.

Dans cette optique, la DPIA a notamment créé l'Indice touristique et économique métropolitain (ITEM), qui tient compte de plusieurs facteurs socioéconomiques et touristiques. Les indicateurs retenus dans la construction de l'ITEM ainsi que la pondération de chaque indicateur choisi dans le calcul de l'indice sont présentés en annexe du présent document.

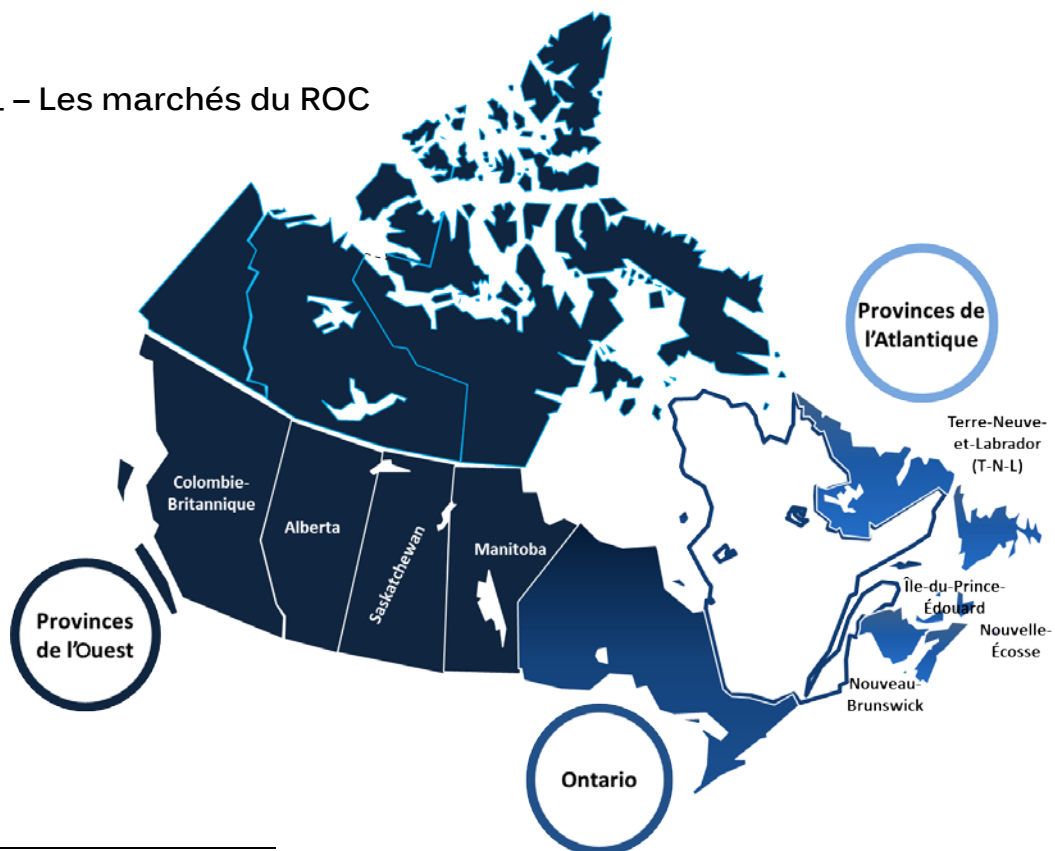
Ce nouvel outil permet de cibler les métropoles d'un territoire donné sur lesquelles il convient entre autres de consacrer des efforts supplémentaires de recherche ou des budgets promotionnels touristiques. Les budgets de recherche et de promotion étant limités, il est nécessaire de faire les meilleurs choix afin de maximiser le potentiel touristique des marchés ciblés

Le *Rest of Canada* : un marché touristique incontournable

Dans cette analyse, les métropoles canadiennes du reste du Canada (*Rest of Canada (ROC)*) seront étudiées selon une méthodologie similaire à celle de l'ITEM des métropoles américaines¹. L'ensemble des 28 régions métropolitaines de recensement (RMR) canadiennes² hors Québec seront analysées. Les données seront étudiées sous un angle régional selon les trois grandes régions canadiennes suivantes³ :

- ✓ l'Ontario;
- ✓ les provinces de l'Atlantique (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve-et-Labrador, Île-du-Prince-Édouard⁴);
- ✓ les provinces de l'Ouest canadien (Manitoba, Saskatchewan, Alberta, Colombie-Britannique).

Carte 1 – Les marchés du ROC



¹ Une première étude, basée sur le concept de l'ITEM, a été réalisée auprès des métropoles américaines (<http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/publication/indice-touristique-economique-metropolitain-etats-unis-367.html?categorie=138>).

² Selon Statistique Canada, une région métropolitaine de recensement est un territoire formé d'une ou de plusieurs municipalités voisines les unes des autres qui sont situées autour d'un noyau. Une région métropolitaine de recensement doit compter une population totale d'au moins 100 000 habitants et son noyau doit compter au moins 50 000 habitants.

³ Notons qu'aucune RMR n'est présente dans les trois territoires canadiens.

⁴ Aucune RMR n'est présente sur le territoire de l'Île-du-Prince-Édouard.



L'Ontario représente le premier marché hors Québec en importance, autant en ce qui a trait au nombre de touristes qu'aux dépenses touristiques. Quatre-vingt-six pour cent (86 %) des touristes canadiens provenant de l'extérieur du Québec sont de cette province. Ceux-ci sont à l'origine de 77 % des dépenses touristiques effectuées par les Canadiens en visite au Québec.

Le reste du Canada hors Ontario, soit les provinces de l'Ouest et de l'Atlantique combinées, est également un marché touristique significatif puisqu'il représente le quatrième marché hors Québec en importance, autant en ce qui a trait au nombre de touristes qu'aux dépenses touristiques. Lorsqu'on divise ce marché entre l'Ouest et l'Atlantique, on note que les touristes provenant des provinces de l'Atlantique, malgré une population (2,4 millions de personnes) presque cinq fois moins importante que celle des provinces de l'Ouest (11,3 millions de personnes), représentent plus de la moitié des touristes canadiens hors Ontario et qu'ils sont responsables de près de 45 % des dépenses touristiques des touristes canadiens hors Ontario.

ITEM des métropoles canadiennes hors-Québec

Quelques constats généraux

La présente section dresse un portrait général et expose quelques résultats globaux pour l'ensemble des RMR canadiennes hors Québec. Ces données permettent de relativiser les résultats de chaque RMR par rapport aux données moyennes de l'ensemble de la population étudiée et de cibler les métropoles au plus fort potentiel touristique pour le Québec :

- ✓ La population moyenne des RMR canadiennes hors Québec s'élève à 694 122 habitants. Lorsqu'on retire les très peuplées Toronto (6,1 millions d'habitants) et Vancouver (2,5 millions d'habitants) de ce calcul, la moyenne s'établit plutôt à 415 428 habitants.
- ✓ Le revenu total moyen par habitant des RMR canadiennes hors Québec s'établit à 35 094 \$. Toutes les RMR se retrouvent dans une fourchette allant de 27 048 \$ à 47 245 \$.
- ✓ Le taux d'emploi⁵ pour l'ensemble du reste du Canada est de 63,2 %.

⁵ Selon Statistique Canada, le taux d'emploi (rapport emploi-population) est le nombre de personnes occupées exprimé en pourcentage de la population âgée de 15 ans et plus. Une personne occupée a un emploi rémunéré, effectue un travail familial non rémunéré ou occupe un emploi, mais n'était pas au travail pour diverses raisons (maladie, incapacité, vacances, etc.).



- ✓ Le nombre moyen de sièges occupés par 1 000 habitants pour les RMR canadiennes hors Québec est de 59. Toutes les RMR se retrouvent dans une fourchette allant de 1,2 à 177,5 sièges occupés par 1 000 habitants. En comparaison, la moyenne pour les 100 métropoles les plus peuplées des États-Unis est de 2,5, la métropole la plus performante étant celle de Miami–Fort Lauderdale–West Palm Beach, en Floride, avec 18 sièges occupés par 1 000 habitants.



Résultats généraux et analyse sommaire

Le tableau suivant présente les résultats de l'ITEM pour les 28 RMR canadiennes hors Québec, toutes régions confondues. On y retrouve, en bleu foncé et en bleu pâle, les RMR les plus performantes, soit celles se retrouvant dans les premier (rangs 1 à 7) et deuxième (rangs 8 à 14) quartiles de distribution pour chaque indicateur.

Tableau 1

ITEM Canada détaillé (rang) selon les RMR, Canada hors-Québec, 2015¹

Rang ITEM Canada	Métropole	Accessibilité aérienne	Proximité	Richesse	Emploi	Dynamisme économique
Quintile (bleu foncé = 1 ^{er} quartile, bleu pâle = 2 ^e quartile)						
1	Guelph ² , Ontario					
2	St. John's, Terre-Neuve-et-Labrador					
3	Calgary, Alberta					
4	Halifax, Nouvelle-Écosse					
5	Kitchener ² , Ontario					
6	Edmonton, Alberta					
7	Moncton, Nouveau-Brunswick					
8	Barrie ² , Ontario					
9	Toronto ² , Ontario					
10	Regina, Saskatchewan					
11	Ottawa, Ontario					
12	Oshawa ² , Ontario					
13	Peterborough ² , Ontario					
14	Hamilton ² , Ontario					
15	St. Catharines-Niagara ² , Ontario					
16	Saskatoon, Saskatchewan					
17	Brantford ² , Ontario					
18	Saint-Jean, Nouveau-Brunswick					
19	Grand Sudbury, Ontario					
20	Winnipeg, Manitoba					
21	Thunder Bay, Ontario					
22	London, Ontario					
23	Windsor, Ontario					
24	Kingston, Ontario					
25	Vancouver, Colombie-Britannique					
26	Kelowna, Colombie-Britannique					
27	Victoria, Colombie-Britannique					
28	Abbotsford-Mission, Colombie-Britannique					

1. Les données de revenu portent sur l'année 2013.

2. L'accessibilité aérienne de Toronto et des RMR en banlieue de Toronto (Peterborough, Kitchener, Oshawa, Hamilton, Brantford, St. Catharines, Guelph et Barrie) ont toutes été construites en fonction des liens et des coûts aériens de l'aéroport de Toronto par rapport à la population de l'ensemble de ces neuf RMR.

Les rangs 1 à 7 (1^{er} quartile) sont en bleu foncé, les rangs 8 à 14 (2^e quartile) sont en bleu pâle tandis que les rangs 15 à 28 sont en blanc.

Sources : Statistique Canada, Diio (*Mi FMg O&D Summary Report*) et thetimenow.com.

Compilation : Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires, ministère du Tourisme.



- ✓ Quatre provinces canadiennes sont représentées dans le top 5, l'Ontario étant représentée à deux reprises.
- ✓ On note également que les RMR situées en Colombie-Britannique se retrouvent à la toute fin du classement, et ce, pas uniquement en raison de la distance importante qui les sépare du Québec, mais également en raison de leur performance généralement sous la moyenne. Mis à part l'indicateur richesse pour la RMR de Victoria, peu d'indicateurs sont performants pour les RMR de cette province.
- ✓ Bien que l'Ontario compte 15 des 28 RMR canadiennes hors Québec, seulement l'une d'entre elles, soit Ottawa, se retrouve dans le premier quartile canadien pour la richesse. Cette situation s'observe également à partir de l'indicateur de dynamisme économique, là où seulement deux métropoles, Guelph et St. Catharines–Niagara, se situent dans les sommets du classement pour cet indicateur.
- ✓ Les métropoles de Saskatoon et de Regina, bien qu'elles soient très performantes sur les trois indicateurs économiques de l'indice, se retrouvent en milieu de classement en raison de leur éloignement et de leur faible accessibilité aérienne.

Par ailleurs, il importe de rappeler⁶ que, pour les marchés situés à proximité du Québec, notamment les RMR des provinces de l'Atlantique (sauf l'insulaire St. John's) et certaines RMR situées en Ontario, la proximité géographique facilite l'accès par voie terrestre et est un déterminant important de l'ampleur des flux touristiques. Dans cette optique, lorsqu'il est question du potentiel touristique de ces marchés, il importe d'être prudent dans l'analyse et dans l'interprétation des dessertes aériennes entre ces marchés et le Québec.

Enfin, il est raisonnable d'affirmer qu'une part non négligeable des nombreuses liaisons aériennes dessert d'importantes communautés d'affaires entre certaines métropoles, notamment entre Toronto et Montréal, ce qui peut aussi influencer l'indicateur d'accessibilité aérienne et, conséquemment, la performance de ces métropoles au classement de l'ITEM.

⁶ Tel qu'il est démontré dans l'[ITEM : Indice touristique et économique métropolitain des États-Unis](#), ces réflexions s'appliquent également aux métropoles de la zone de démarchage de la Nouvelle-Angleterre.



Analyses régionales

Ontario

L'Ontario comprend 15 RMR situées sur l'ensemble de son territoire. Parmi celles-ci, un groupe de neuf RMR, composé de la mégalopole canadienne de Toronto et des huit RMR avoisinantes, forme le *Golden Horseshoe*⁷. La majeure partie de l'indicateur portant sur l'accessibilité aérienne des RMR du *Golden Horseshoe* a été construite en fonction des liens et des coûts aériens des aéroports de Toronto (Pearson et Billy Bishop) par rapport à la population de l'ensemble de ces neuf RMR. Comme les liens aériens entre Toronto et le Québec sont importants, les RMR du *Golden Horseshoe* font bonne figure à l'égard de cet indicateur.

Tableau 2

ITEM Canada détaillé (rang) selon les RMR, Ontario, 2015¹

Rang ITEM Canada	Métropole	Accessibilité aérienne	Proximité	Richesse	Emploi	Dynamisme économique
Quintile (bleu foncé = 1 ^{er} quartile, bleu pâle = 2 ^e quartile)						
1	Guelph ² , Ontario					
5	Kitchener ² , Ontario					
8	Barrie ² , Ontario					
9	Toronto ² , Ontario					
11	Ottawa, Ontario					
12	Oshawa ² , Ontario					
13	Peterborough ² , Ontario					
14	Hamilton ² , Ontario					
15	St. Catharines-Niagara ² , Ontario					
17	Brantford ² , Ontario					
19	Grand Sudbury, Ontario					
21	Thunder Bay, Ontario					
22	London, Ontario					
23	Windsor, Ontario					
24	Kingston, Ontario					

1. Les données de revenu portent sur l'année 2013.

2. L'accessibilité aérienne de Toronto et des RMR en banlieue de Toronto (Peterborough, Kitchener-Cambridge-Waterloo, Oshawa, Hamilton, Brantford, St. Catharines, Guelph et Barrie) ont toutes été construites en fonction des liens et des coûts aériens de l'aéroport de Toronto par rapport à la population de l'ensemble de ces neuf RMR.

Les rangs 1 à 7 (1^{er} quartile) sont en bleu foncé, les rangs 8 à 14 (2^e quartile) sont en bleu pâle tandis que les rangs 15 à 28 sont en blanc.

Sources : Statistique Canada, Diio (*Mi FMG O&D Summary Report*) et thetimenow.com.

Compilation : Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires, ministère du Tourisme.

⁷ Le *Golden Horseshoe* est composé des neuf RMR suivantes : Toronto, Peterborough, Kitchener, Oshawa, Hamilton, Brantford, St-Catharines–Niagara, Guelph et Barrie.



L'analyse détaillée des résultats des RMR de l'Ontario permet de distinguer les plus performantes de celles qui le sont moins au regard de l'ITEM.

- ✓ La RMR de Guelph (153 000 habitants) se situe au premier rang du classement général canadien en raison de son excellente performance pour tous les indicateurs de l'ITEM. Son marché du travail se situe d'ailleurs au premier rang canadien.
- ✓ Les RMR de Kitchener (5^e rang; 511 000 habitants) et de Barrie (8^e rang; 203 000 habitants) se classent également dans le top 10 canadien. Mis à part la richesse, celles-ci se classent avantagement pour l'ensemble des indicateurs.
- ✓ La très peuplée RMR de Toronto (9^e rang; 6,1 millions d'habitants) affiche des indicateurs intéressants pour l'ensemble des catégories. L'indicateur d'accessibilité aérienne se situe parmi les plus performants au pays.
- ✓ Ottawa (1 million d'habitants) se situe au 11^e rang canadien et au 5^e rang ontarien. Elle est située tout juste de l'autre côté de la frontière québécoise et ses résidents sont parmi les plus riches au Canada.
 - O Seules Calgary et Edmonton la devancent à ce chapitre.
 - O L'accessibilité aérienne d'Ottawa se situe dans la deuxième moitié du classement, mais, en raison de la proximité d'Ottawa avec le Québec, celle-ci n'a qu'une très faible influence sur le potentiel touristique de la RMR.
 - O Enfin, le dynamisme économique de cette métropole est très faible en raison de la décroissance du taux d'emploi observée au cours des dernières années. Cet indicateur amoindrit beaucoup la performance générale de la RMR au classement de l'ITEM canadien.

On remarque que les autres RMR faisant partie du *Golden Horseshoe* autour de Toronto sont pour la plupart dans la première moitié du classement canadien. Ainsi, Oshawa (12^e rang; 389 000 habitants), Peterborough (13^e rang; 123 000 habitants), Hamilton (14^e rang; 772 000 habitants), St. Catharines–Niagara (15^e rang; 408 000 habitants) et Brantford (17^e rang; 144 000 habitants) font relativement bonne figure, surtout en raison de leur accessibilité aérienne (par les aéroports de Toronto) et de la distance qui les sépare du Québec. Dans l'ensemble, les indicateurs touristiques et économiques des autres RMR ontariennes n'étant pas situées dans le *Golden Horseshoe* présentent peu d'intérêt.



À la lumière de ces observations, il est possible de déterminer deux cibles au plus fort potentiel pour la destination Québec sur le marché ontarien.

- ✓ **Toronto et ses banlieues, le *Golden Horseshoe***, surtout en raison de sa proximité et de son excellente accessibilité aérienne. La taille de ce regroupement de RMR est tellement importante que ce marché est, somme toute, incontournable. Les 8,8 millions de résidents du *Golden Horseshoe* représentent environ 25 % de la population canadienne et près des 2/3 de la population ontarienne. Il est raisonnable de penser qu'en raison de la proximité géographique de ces neuf RMR, les résidents de celles-ci sont exposés aux mêmes médias traditionnels et utilisent les mêmes canaux de communication, ce qui facilite la réalisation de campagnes promotionnelles dites « de masse ».
- ✓ **Ottawa**, principalement en raison de la grande richesse de cette RMR de bonne taille et de la facilité pour ses résidents de « traverser » au Québec par voie terrestre.

Provinces de l'Atlantique

On dénombre seulement quatre RMR dans les provinces de l'Atlantique. Les RMR de St. John's (2^e rang canadien; 214 000 habitants), dans la province de Terre-Neuve-et-Labrador, Halifax (4^e rang; 418 000 habitants), en Nouvelle-Écosse, ainsi que Moncton (7^e rang; 148 000 habitants) et Saint-Jean (18^e rang; 127 000 habitants), au Nouveau-Brunswick, représentent près de 40 % de la population des provinces de l'Atlantique. Rappelons que l'Île-du-Prince-Édouard ne compte aucune RMR, mais qu'elle fait tout de même partie du regroupement des provinces de l'Atlantique.

Tableau 3

ITEM Canada détaillé (rang) selon les RMR, provinces de l'Atlantique, 2015¹

Rang ITEM Canada	Métropole	Accessibilité aérienne	Proximité	Richesse	Emploi	Dynamisme économique
Quintile (bleu foncé = 1 ^{er} quartile, bleu pâle = 2 ^e quartile)						
2	St. John's, Terre-Neuve-et-Labrador					
4	Halifax, Nouvelle-Écosse					
7	Moncton, Nouveau-Brunswick					
18	Saint-Jean, Nouveau-Brunswick					

1. Les données de revenu portent sur l'année 2013.

Les rangs 1 à 7 (1^{er} quartile) sont en bleu foncé, les rangs 8 à 14 (2^e quartile) sont en bleu pâle tandis que les rangs 15 à 28 sont en blanc.

Sources : Statistique Canada, Diio (*Mi FMG O&D Summary Report*) et thetimenow.com.

Compilation : Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires, ministère du Tourisme.



St. John's, Halifax et Moncton occupent, de loin, les trois premiers rangs au classement de l'accessibilité aérienne, ce qui les positionne très avantageusement au classement général de l'ITEM Canada. De façon spécifique :

- ✓ La RMR de St. John's, en partie en raison de la situation insulaire de Terre-Neuve, affiche la meilleure accessibilité aérienne au Canada. Elle affiche également des indicateurs très performants pour la richesse, le dynamisme économique et, dans une moindre mesure, l'emploi.
- ✓ Halifax présente également une accessibilité aérienne très importante avec le Québec. La performance hors du commun de cet indicateur permet à la RMR de se classer avantageusement, et ce, malgré une performance moyenne au chapitre des autres indicateurs de l'ITEM.
- ✓ Moncton se retrouve également en bonne position en raison de son accessibilité aérienne très importante. Cette RMR située à proximité du Québec se retrouve toutefois dans le bas du classement canadien en ce qui a trait à la richesse.
- ✓ Enfin, pour ce qui est de Saint-Jean, seules sa proximité avec le Québec et son accessibilité aérienne acceptable représentent des éléments intéressants.

Malgré leurs excellentes performances au classement de l'ITEM, principalement stimulées par l'accessibilité aérienne, aucune RMR des provinces de l'Atlantique ne représente en soi une cible incontournable pour le Québec. En effet, prises individuellement, celles-ci ne possèdent pas un bassin de population assez important pour justifier des efforts promotionnels de masse.

Cependant, lorsque l'on regroupe l'ensemble des provinces de l'Atlantique, on retrouve un bassin de population passablement important (2,4 millions d'habitants), et ce, la plupart du temps, à quelques heures de route du Québec. En ciblant l'ensemble des provinces de l'Atlantique, celles-ci pourraient représenter un marché touristique potentiellement intéressant pour la destination Québec, principalement pour les régions touristiques québécoises situées à proximité de ces provinces.

De manière plus ciblée, le Nouveau-Brunswick représente un marché incontournable dans ce regroupement régional à cause de sa frontière commune avec le Québec et des liens naturels que possède sa population avec le Québec, principalement en raison de son importante communauté francophone. D'ailleurs, près de 60 % des touristes des provinces de l'Atlantique qui séjournent au



Québec proviennent du Nouveau-Brunswick. Enfin, lorsqu'ils décident de séjourner à l'extérieur de leur province, les Néo-Brunswickois choisissent le Québec comme destination, et ce, bon an, mal an, dans une proportion d'environ 20 %⁸.

Sous l'angle de la promotion et du marketing, il apparaîtrait donc plus judicieux de traiter les métropoles des provinces de l'Atlantique comme un seul marché, en ne visant que des médias nationaux des provinces de l'Atlantique et, si possible, en se concentrant davantage sur le Nouveau-Brunswick.

Provinces de l'Ouest

Les provinces du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique comprennent 9 des 28 RMR du Canada hors Québec. La population de ces RMR représente près des 2/3 de la population de la région de l'Ouest canadien. Puisque ces métropoles se retrouvent toutes à des distances importantes et que la plupart d'entre elles ont, relativement parlant, très peu de liens aériens avec le Québec, l'analyse du potentiel touristique des RMR de l'Ouest canadien sera principalement basée sur les performances économiques et sur le poids démographique de chacune d'entre elles.

Tableau 4

ITEM Canada détaillé (rang) selon les RMR, provinces de l'Ouest canadien, 2015¹

Rang ITEM Canada	Métropole	Accessibilité aérienne	Proximité	Richesse	Emploi	Dynamisme économique
Quintile (bleu foncé = 1 ^{er} quartile, bleu pâle = 2 ^e quartile)						
3	Calgary, Alberta					
6	Edmonton, Alberta					
10	Regina, Saskatchewan					
16	Saskatoon, Saskatchewan					
20	Winnipeg, Manitoba					
25	Vancouver, Colombie-Britannique					
26	Kelowna, Colombie-Britannique					
27	Victoria, Colombie-Britannique					
28	Abbotsford-Mission, Colombie-Britannique					

1. Les données de revenu portent sur l'année 2013.

Les rangs 1 à 7 (1^{er} quartile) sont en bleu foncé, les rangs 8 à 14 (2^e quartile) sont en bleu pâle tandis que les rangs 15 à 28 sont en blanc.

Sources : Statistique Canada, Diio (*Mi FMG O&D Summary Report*) et thetimenow.com.

Compilation : Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires, ministère du Tourisme.

⁸ Pour les séjours d'une nuit ou plus passés au Canada.



À cet effet, les RMR de Calgary (3^e rang canadien; 1,4 million d'habitants), Edmonton (6^e rang; 1,4 million d'habitants), Regina (10^e rang; 241 000 habitants) et Saskatoon (16^e rang; 305 000 habitants) se positionnent dans le peloton de tête canadien pour l'ensemble des indicateurs économiques.

- ✓ Calgary est la métropole la plus riche au Canada et est la RMR de l'Ouest canadien affichant la meilleure performance aérienne (15^e rang canadien). Calgary affiche également la meilleure croissance économique de toutes les métropoles du ROC. L'autre métropole de l'Alberta, Edmonton, affiche également une performance économique hors du commun ainsi qu'une accessibilité aérienne intéressante (17^e/28). Notons qu'à elles seules, ces deux RMR représentent les 2/3 de toute la population de l'Alberta. Les données de richesse et de croissance économique utilisées dans l'ITEM étant celles de 2013, il se peut toutefois que la chute récente des prix du pétrole entraîne un ralentissement de la performance économique de ces deux métropoles. Selon Statistique Canada, le produit intérieur brut réel de l'Alberta a d'ailleurs reculé de 3,6 % au cours de l'année 2015⁹.
- ✓ Regina (10^e rang; 241 000 habitants) et, dans une moindre mesure, Saskatoon (16^e rang; 305 000 habitants), les deux métropoles saskatchewanaises, affichent des portraits globaux semblables à celui de leurs sœurs de l'Alberta, mais leurs performances sont toutefois moins impressionnantes. Leurs populations respectives, quoique tout de même faibles, sont en forte croissance depuis les cinq dernières années.
- ✓ Winnipeg, septième métropole plus peuplée du Canada hors Québec, affiche une performance sous la moyenne, mis à part son fort taux d'emploi.
- ✓ Les autres métropoles des provinces de l'Ouest, toutes situées en Colombie-Britannique, n'affichent que très peu d'indicateurs intéressants et se retrouvent dans le bas du classement canadien de l'ITEM. Notons que la deuxième métropole canadienne hors Québec, Vancouver (20^e rang ITEM; 2,5 millions d'habitants), n'affiche pas une performance intéressante au regard de l'ITEM. Toutefois, sa population est tellement importante que ce marché demeure tout de même relativement intéressant dans une optique de marketing de masse. Enfin, il reste que 74 % des liaisons aériennes entre Vancouver et le Québec sont des vols sans escale.

⁹ Statistique Canada, *Tableau Cansim 384-0038 : Produit intérieur brut, en termes de dépenses, provinciaux et territoriaux*, <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26>.



Ces observations permettent de cibler les RMR de l'Ouest canadien qui démontrent un potentiel touristique plus intéressant. Ainsi, les cibles au plus fort potentiel pour ce marché se résument aux métropoles albertaines :

- ✓ **Calgary** et **Edmonton**, en raison de leurs performances économiques hors du commun, de leurs riches populations en croissance et de leurs liens aériens intéressants.



Recommandations et conclusions

Parmi les trois régions du ROC, des cibles représentant les métropoles ayant le plus fort potentiel touristique pour la destination Québec ont été identifiées. Ces marchés devraient être privilégiés lorsque vient le temps de documenter le comportement des clientèles ou d'organiser une campagne marketing de masse.

✓ Cibles démontrant un fort potentiel :

- ☐ Toronto et ses banlieues, le *Golden Horseshoe*
- ☐ L'Alberta, principalement Calgary et Edmonton
- ☐ Ottawa

Par ailleurs, les travaux de l'ITEM Canada permettent de constater que la région des provinces de l'Atlantique représente une cible relativement intéressante, mais que chaque RMR composant cet ensemble, ciblée individuellement, n'affiche pas un potentiel touristique suffisant. Par conséquent, les RMR des provinces de l'Atlantique, ciblées individuellement, sont à éviter dans le cadre d'une campagne promotionnelle de masse, mais sont potentiellement intéressantes lorsqu'elles sont ciblées conjointement. En raison de sa situation géographique et de son importante population francophone, le Nouveau-Brunswick représente la province ayant le plus fort potentiel touristique, plus particulièrement pour les régions touristiques québécoises situées à proximité.

Quant au marché de Vancouver, malgré un ITEM décevant, il représente tout de même une avenue intéressante puisque la population de cette RMR est très importante et que son accessibilité est simplifiée par la présence de plusieurs vols sans escale vers le Québec.

Dans cette optique, il convient de réaliser des analyses plus poussées de ces marchés afin d'en confirmer ou d'en infirmer le réel potentiel.

Enfin, certaines RMR peuvent sembler intéressantes à première vue en raison de divers facteurs. Toutefois, à la suite d'analyses plus poussées, on constate que ces marchés sont à éviter dans la cadre d'une campagne promotionnelle de masse.

Ainsi, Regina ne représente pas une cible intéressante en raison de sa trop faible population, de sa distance importante avec le Québec et de ses liens aériens déficients. La capitale manitobaine, Winnipeg, pourrait également représenter une cible intéressante en raison de son importante population,



mais les résultats de l'ITEM Canada démontrent plutôt une absence de facteurs favorables sur les plans économique et touristique pour la destination Québec.

Cette analyse soulève également l'absence de liens aériens directs entre les aéroports de Regina et de Saskatoon vers le Québec. Il pourrait être intéressant de développer des lignes aériennes directes avec ces métropoles. Enfin, les vols entre Edmonton et le Québec ne sont effectués qu'à environ 50 % sans escale. L'établissement de nouveaux vols directs pourrait favoriser l'accessibilité aérienne de ce marché ciblé comme présentant un potentiel intéressant pour la destination Québec.

En conclusion, les travaux de l'ITEM Canada font ressortir les marchés au plus fort potentiel, ceux ayant un potentiel à développer de même que ceux à éviter sur l'ensemble du territoire canadien hors Québec. En se basant sur les calculs de l'ITEM et sur les populations respectives des métropoles à l'étude, il est possible de cibler les marchés démontrant les meilleurs potentiels touristiques pour la destination Québec. Les résultats de cette étude pourront aider les décideurs de l'industrie dans l'élaboration et le déploiement des différentes stratégies de promotion visant les clientèles canadiennes hors Québec.



Annexe méthodologique

Tableau A1

Indice touristique et économique métropolitain (ITEM), Canada Indicateurs retenus

Dimension	Indicateur	Poids
Tourisme 50 %	Accessibilité aérienne	Liens aériens : Nombre de sièges occupés ¹ par 1 000 habitants (20 %)
		Coût relatif : Coût moyen du billet d'avion en pourcentage du revenu total par habitant (5 %)
	Proximité	Moyenne des distances ² entre : 1) la métropole et Montréal 2) la métropole et Québec
Économie 50 %	Richesse	Revenu total par habitant
	Emploi	Taux d'emploi ³
	Dynamisme économique	Croissance économique ⁴ (8,3 %)
		Capacité accrue d'une économie à fournir de l'emploi à sa population ⁵ (8,3 %)

1. Pour tous les vols en direction de la destination Québec, selon le point d'origine réel (retours au pays exclus).

2. En kilomètres, à vol d'oiseau.

3. Correspond au nombre d'emplois en pourcentage de la population de 15 ans et plus.

4. Mesurée par la croissance du revenu total, en dollars constants, entre 2010 et 2013. Les données de revenu total en dollars courants or

5. Mesurée par la variation, en points de pourcentage, du taux d'emploi de la population de 15 ans et plus entre 2010 et 2015.

En raison de leur distribution asymétrique ou pointue, les données sur la richesse et sur les liens aériens ont subi des transformations mathématiques afin de leur donner une distribution se rapprochant de la normalité.

Compilation : Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires, ministère du Tourisme.

Notes méthodologiques

Certaines particularités méthodologiques sont à souligner dans la compilation des données des différents indicateurs pour les métropoles canadiennes hors Québec. Il apparaît nécessaire de les présenter afin de bien interpréter les résultats de l'ITEM Canada.

- ✓ La RMR d'Ottawa est considérée dans le cadre de cette analyse. Seule la partie ontarienne a été retenue pour l'ensemble des indicateurs. Toutefois, pour l'indicateur portant sur les liens aériens, la population totale de la RMR (partie ontarienne et partie québécoise) a été retenue puisque l'aéroport d'Ottawa dessert les populations québécoise et ontarienne de la RMR d'Ottawa-Gatineau.
- ✓ Les données de revenu total par habitant sont utilisées pour évaluer le niveau de richesse des habitants des différentes RMR puisque les données officielles de produit intérieur brut (PIB) par



habitant par RMR sont inexistantes au Canada. Les données de revenu permettent de comparer les RMR entre elles et d'évaluer le niveau de vie de la population de chacune d'elles.

- ✓ Les données de revenu total en dollars courants ont été déflatées à l'aide de l'Indice des prix à la consommation (IPC) de chaque RMR. Pour les RMR dont l'IPC n'est pas produit par Statistique Canada, l'IPC de la province correspondante a été utilisé.
- ✓ L'indicateur concernant l'accessibilité aérienne de Toronto et des RMR en banlieue de Toronto (Peterborough, Kitchener, Oshawa, Hamilton, Brantford, St. Catharines-Niagara, Guelph et Barrie) a été construit en fonction des liens et des coûts aériens des aéroports de Toronto (Pearson et Billy Bishop) par rapport à la population de l'ensemble de ces neuf RMR. Ces aéroports possèdent un trafic aérien tellement important qu'il apparaît raisonnable de croire que, en raison de la proximité relative de ces huit RMR par rapport à ces aéroports (moins d'une heure de voiture), ceux-ci desservent le « besoin aérien » des populations des RMR avoisinantes. C'est pour cette raison que Toronto et ses huit RMR se voient attribuer le même résultat pour l'indicateur « Liens aériens ».



