

Plan
d'action
de la
politique
touristique

Valorisation
de l'industrie
touristique

[Accueil >>>](#)

Arrimage
des cycles
de
planification
budgétaire

Assises
annuelles et
Grands Prix
du tourisme
québécois

Questions ou
commentaires?

Conseil des
partenaires de
l'industrie
touristique

Pour vous abonner
à ce bulletin

Bulletins
précédents



[Des actions concrètes!](#)

Mot des coprésidents

Les coprésidents du Conseil des partenaires de l'industrie touristique, madame Françoise Gauthier, ministre du Tourisme, et monsieur Romain Girard, vice-président exécutif de l'Association des propriétaires d'autobus du Québec, sont heureux de vous inviter à prendre connaissance de ce nouveau numéro du bulletin du Conseil.

Lors de la rencontre du 31 octobre 2006, les membres du Conseil ont eu l'occasion de faire le point sur le chemin parcouru au cours de la première année, d'échanger sur les priorités des prochains mois, de partager leurs perceptions quant aux résultats de la saison touristique estivale ainsi que leurs préoccupations quant aux défis que présentent les nouvelles réalités émergentes en tourisme.

Un bref retour sur Les Assises annuelles de l'industrie touristique du 26 mai dernier a permis de rappeler l'importance de cet événement. Les Assises sont le moment privilégié pour faire le point sur la mise en œuvre de la Politique touristique du Québec en réunissant l'ensemble des entreprises, des associations, des regroupements, des collectivités et des individus concernés par le tourisme. À cet égard, une plus grande participation des gens d'affaires est souhaitée.

Les Assises doivent être l'occasion de présenter le bilan des activités réalisées au cours de la dernière année, de discuter des plans d'action conjoints industrie-gouvernement et de consulter l'industrie sur différents enjeux. Tout en répondant à ces objectifs prévus dans la politique, il est essentiel qu'elles répondent également aux besoins d'échange et d'amélioration continue des connaissances de tous les partenaires.

Nous avons entendu les attentes exprimées en 2006 par les participants. Nous comptons faire en sorte que les Assises annuelles de l'industrie touristique deviennent réellement et incontestablement le moment fort de toute l'industrie touristique québécoise » ont conclu la ministre, madame Françoise Gauthier, et le coprésident du Conseil, monsieur Romain Girard.

La refonte des Grands Prix du tourisme

Refonte dès l'édition 2007 des Grands Prix du tourisme québécois

Lors d'une rencontre spéciale du Conseil des partenaires le 2 octobre 2006, le comité *Assises annuelles et Grands Prix du tourisme* a déposé ses recommandations en vue de l'adoption d'une nouvelle formule de concours pour l'édition 2007 qui sera lancée en novembre.

Ces recommandations se sont appuyées sur les résultats de plusieurs travaux d'analyse et de consultation dont les principales conclusions ont été présentées aux Assises 2006. Deux présentations, l'une sur « La refonte des Grands Prix du tourisme québécois » et l'autre sur les « Principaux résultats des recherches et des consultations effectuées par l'Observatoire de l'administration publique de l'ENAP », ont précédé une période d'échange. Les présentations sont disponibles à la [page documents](#) de la section des Assises de l'industrie touristique.

Au cours des dernières semaines, les travaux relatifs à la mise en œuvre des recommandations retenues par la ministre se sont déroulés à « fond de train » de sorte que l'édition 2007 sera lancée au cours du mois de novembre.

Valorisation de l'industrie

Le tourisme, une industrie dynamique au cœur du développement économique du Québec et de ses régions

L'apport de l'industrie touristique à l'économie du Québec est indéniable, comme l'a bien illustré Normand Legault aux Assises 2006. Il importe que tous les acteurs de l'industrie touristique en soient eux-mêmes convaincus et qu'ils se fassent porteurs de cette réalité qui mérite d'être largement diffusée. La présentation de monsieur Legault est disponible en cliquant [ici >>>](#).

Valoriser l'industrie, c'est aussi avoir un discours commun, parler d'une seule voix pour mieux nous faire entendre, surtout lorsque nous dressons un portrait de notre industrie.

Le Conseil avait demandé que les données sur le nombre d'emplois lui soient transmises.

Et voilà !

En 2004, l'industrie touristique du Québec représente 2,6 % du PIB et figure au cinquième rang des produits d'exportation. On lui associe, en outre, près de 29 000 entreprises qui offrent aux visiteurs des services aussi variés que l'hébergement, la restauration, le transport, les divertissements et les loisirs. Ces entreprises ont créé près de 388 000 emplois dans ces secteurs et on estime que le tourisme est directement responsable du tiers de ceux-ci, soit 130 000 emplois, et de quelque 48 000 emplois indirects.

Comment le Ministère en vient-il à ces chiffres?

Par souci de cohérence avec les données publiées par Statistique Canada et Emploi Québec, le ministère du Tourisme estime l'emploi touristique sur la base de l'enquête sur la population active (EPA) et à l'aide de ratios qui permettent d'estimer la part des emplois générée par les dépenses des touristes. Ces ratios sont estimés à partir de la contribution de l'activité touristique à chacun des secteurs suivants : le transport aérien, les autres moyens de transport, l'hébergement, les services de restauration, le divertissement et les loisirs ainsi que les agences de voyage¹.

D'autres données statistiques peuvent aussi aider à véhiculer un discours commun, « Le tourisme en chiffres 2004 » est un excellent outil disponible [ici >>>](#).

En 2004, les recettes touristiques totales du Québec étaient de 9,75 milliards de dollars. En 2005, elles ont été de 10,189 milliards de dollars. C'est ce qui vous sera indiqué dans la mise à jour 2005 du « tourisme en chiffres » (disponible, en décembre 2006).

¹Une description plus fine de cette méthode est présentée dans la publication suivante : Beshiri, Roland, « L'emploi lié au tourisme dans les régions rurales du Canada », *Bulletin d'analyse – Régions rurales et petites villes du Canada*, vol. 5, no. 8, janvier 2005, Statistique Canada – no 21-006-XIF au catalogue, 17 p.

Marketing

Concertation des efforts et convergence des investissements

Le Comité Arrimage des cycles de planification budgétaire a complété ses travaux en mai 2005, lorsque la garantie d'un financement permanent des dépenses de marketing a été donnée.

Le 12 juin dernier, le Comité marketing était relancé . ([Communiqué](#)). Ce comité joue un rôle conseil dans la définition, le suivi et la mise en œuvre de la Stratégie marketing du ministère du Tourisme.

Dans la foulée des travaux de ce comité, le ministère du Tourisme a annoncé, le 16 octobre dernier, une nouvelle mesure de partenariat promotionnel qui contribuera à renforcer l'image de marque du Québec touristique sur les marchés hors Québec. Cette mesure représente un investissement de 1,9 million de dollars pour le ministère du Tourisme. Grâce à l'apport des partenaires du Ministère, l'investissement total pourrait atteindre 3,8 millions de

dollars.

Pour connaître tous les détails de cette nouvelle proposition de partenariat et pour vous procurer le formulaire de proposition, vous êtes priés de consulter la section du site Internet www.bonjourquebec.com/appp.

Plan d'action de la Politique touristique

Le cœur de la rencontre du Conseil des partenaires du 31 octobre 2006 a porté sur les démarches de mise en forme du plan d'action de la Politique touristique. Déjà, en 2005-2006, plusieurs actions ont été mises de l'avant et des enjeux se sont ajoutés (par exemple : la compétitivité de certaines destinations et l'obligation du passeport américain). La ministre, madame Françoise Gauthier, souhaitait présenter ses priorités et entendre les préoccupations des membres du Conseil.

Au cours de la première année de mise en œuvre de la politique, des efforts significatifs ont été investis en matière de marketing : la Destination Québec se présente au monde grâce à quatre expériences. Les efforts se poursuivront.

D'autres priorités émergent, que ce soit en matière de qualité (la Démarche Qualité s'en vient, à suivre...), de développement de l'offre, de ressources humaines et de transport. Pour le développement de l'offre, deux avenues sont prometteuses : le développement des croisières internationales et le tourisme hivernal.

Les membres du Conseil des partenaires ont mis l'accent sur la disponibilité de la main-d'œuvre en région, le transport par petits groupes, le tourisme nautique et le développement, la signalétique (panneaux verts sur la route).

Lors de la prochaine rencontre du Conseil, un canevas de plan d'action sera présenté et les travaux se poursuivront. Le plan d'action 2007-2010 de la Politique touristique du Québec sera adopté en 2007.

Questions ou commentaires?

Vous venez de prendre connaissance de ce bulletin et vous avez des questions à soumettre au Conseil des partenaires de l'industrie touristique? Ou encore, vous souhaitez formuler vos commentaires sur ce bulletin ou sur un des sujets qu'il aborde?

N'hésitez pas à communiquer avec nous, parce que votre opinion compte vraiment.

Par courriel : partenaires@tourisme.gouv.qc.ca

Vous pouvez aussi communiquer avec la Direction des communications du ministère du Tourisme au 418 643-5959.

Pour vous abonner à ce bulletin, [cliquez ici >>](#)

Tourisme
Québec 

Politique de confidentialité

Québec 

© Gouvernement du Québec, 1995 - 2006.

Notes d'allocution de M. Normand Legault, président du Comité de valorisation du Conseil des partenaires de l'industrie touristique

**Assises de l'industrie touristique le 26 mai 2006
Palais des congrès de Montréal et Hyatt Regency**

Le tourisme, une industrie dynamique au cœur du développement du Québec et de ses régions

Une activité économique importante

L'industrie touristique québécoise a encaissé, en 2004, des recettes de 9,75 milliards de dollars provenant de 57 millions de visiteurs. À l'échelle canadienne, elle occupe la deuxième place avec 21 % des recettes, étant précédée par l'Ontario avec 36 %.

Au niveau de l'économie québécoise, le tourisme se positionne parmi les activités d'importance. On dénombre quelque 29 000 entreprises dans les secteurs associés au tourisme (principalement l'hébergement, la restauration et le transport). Générant un produit intérieur brut (PIB) de 7 G\$, soit 2,6% du PIB total du Québec, l'industrie touristique se positionne avantageusement par rapport à d'autres secteurs névralgiques pour le développement des régions (ex : agriculture, foresterie, pêche et chasse, extraction minière et extraction de pétrole et gaz, fabrication de produits en bois, fabrication de papier).

Sur le plan de l'emploi, l'industrie touristique génère quelque 130 000 emplois directement imputables à ce secteur, soit 3,5% du nombre total des emplois du Québec.

Une industrie créatrice d'emplois en région

Quoique la Métropole et la Capitale nationale constituent les deux principaux pôles touristiques du Québec, l'industrie touristique est l'une des rares activités économiques présentes dans toutes les régions du Québec. On estime que 61 % des emplois touristiques se retrouvent en région.

Une contribution de premier plan à la création de la richesse

Les analyses d'impact économique démontrent que les dépenses associées aux activités touristiques génèrent plus de richesse que d'autres secteurs souvent mis à l'avant scène en cette matière. Sur la base du modèle intersectoriel de l'Institut de la statistique (ISQ), on établit qu'une dépense de 100\$ au Québec dans une activité touristique génère un plus grand impact économique que dans des secteurs aussi importants que la construction résidentielle et la fabrication de produits aéronautiques.

De plus, l'activité touristique contribue significativement à la création de la richesse collective. On estime qu'elle a généré, pour l'année 2004, des revenus fiscaux et parafiscaux de 2,6 G\$ pour les deux paliers de gouvernement, dont 1,6 G\$ pour le gouvernement du Québec.

AU-DELÀ DES FAITS, IL Y A LA PERCEPTION

Malgré toutes ces belles données économiques, nous devons surmonter une difficulté importante reliée à la perception que les grandes institutions, les investisseurs et les décideurs se font de notre industrie. En regardant la situation, nous pouvons nous convaincre qu'il est rentable d'investir dans le tourisme. Cependant, cela se passe entre nous et si l'on sort un peu de notre milieu, la réaction est bien différente.

Notre comité de valorisation de l'industrie touristique, créé dans le cadre des travaux du Conseil des partenaires de l'industrie touristique, a procédé dernièrement à une série de consultations auprès de décideurs, en dehors de notre secteur, afin de connaître leurs opinions sur le tourisme et ses impacts sur le développement économique, la création de la richesse, les emplois et la main-d'œuvre, son importance pour l'avenir du Québec, etc.

Quel réveil un peu brutal devant les principaux commentaires assez semblables d'une personne à l'autre ! *En général, le tourisme est plutôt considéré comme une industrie de remplacement composée d'une multitude de petites entreprises saisonnières disposant d'une main-d'œuvre peu qualifiée et avec un faible taux de rentabilité.*

La grande fragmentation des entreprises rend difficile la concertation autour de projets communs. Très souvent, les interventions des acteurs portent sur les notions de loisir, d'aventure, de développement régional, plutôt que sur les rendements, les investissements, la fiscalité, etc. Nous avons tous entendu un jour des élus mentionner, lors de la fermeture d'une usine ou d'une mine, « nous allons nous tourner vers le tourisme », sans imaginer qu'il faut un produit attirant pour amener des visiteurs chez-soi.

Que nous admettions ou non ces commentaires, ce portrait fait partie de notre problématique et il nous appartient de développer un discours documenté afin de valoriser la part du tourisme dans le développement économique. La première partie de mon intervention, sur la valeur d'un investissement de 100 \$ dans le tourisme, est un premier pas en ce sens.

STRATÉGIES POUR L'ANNÉE À VENIR

Pour ce faire, nous entendons agir dès maintenant sur les éléments suivants :

- a. Sensibiliser les principaux leaders de l'industrie elle-même sur ces perceptions qui, comme vous le vivez en politique, « la perception c'est la réalité à partir de laquelle il faut travailler ».
- b. Poursuivre activement nos travaux avec le Conseil des partenaires pour outiller davantage la place que nous pouvons occuper dans le développement économique du Québec.

- c. Appuyer la ministre du Tourisme dans son travail de mise en valeur du nouveau Ministère dans un esprit de concertation entre les acteurs publics et privés.
- d. Miser sur la recherche et le développement de données susceptibles d'intéresser les grandes institutions du Québec à investir dans cette industrie considérée actuellement comme la première industrie mondiale.
- e. Identifier, sur l'ensemble du territoire, les forces et les faiblesses afin de concentrer nos efforts sur les véritables projets porteurs.
- f. Développer des mécanismes de contrôle de la qualité à toutes les étapes du processus, soit : du produit, du marketing, de l'accueil, de la gestion, de l'accessibilité, etc. En particulier, la valorisation de la compétence de la main-d'œuvre devient fondamentale dans l'expérience touristique qui est souvent le résultat de rencontres avec des gens qui rendent le séjour agréable et enrichissant.
- g. Démontrer comment l'industrie touristique peut s'inscrire adéquatement dans tout le processus du développement durable.

Notre participation active au Conseil des partenaires de l'industrie touristique est une démonstration de notre volonté de travailler ensemble autour des grands défis qui nous concernent. Cette forme de partenariat privé-public est présentement en construction et, contrairement à d'autres secteurs, ne fait pas l'objet de grandes contestations.

UNE OCCASION DE DÉVELOPPER UN DISCOURS PORTEUR ET DE REGROUPER LES ACTEURS

Comparativement à plusieurs autres secteurs industriels, le tourisme doit avant tout se positionner clairement comme faisant partie des entreprises exportatrices et ce dans toutes les régions du Québec. En réalité le fait d'attirer des touristes génère automatiquement plus de recettes fiscales dans le cycle économique.

Page 4

Nous rencontrons certaines difficultés à soutenir l'argumentaire, compte tenu de notre manque de données précises et de notre fragmentation. C'est dans ce contexte que certains leaders membres du C.P.I.T., du CQIT et autres secteurs touristiques ont débuté un important exercice visant à documenter le tourisme industriel au Québec :

- poids économique
- retombées pour chaque dollar d'exportation
- recettes fiscales nettes
- emplois
- ratios de performance
- etc.

Cette tribune qui nous est offerte par les Assises demeure un important moment pour sensibiliser et, espérons-le, convaincre les gens mêmes de l'industrie de la nécessité de se doter d'un mécanisme de concertation, englobant les multiples acteurs, afin d'identifier les principaux défis et de les revendiquer sur la place publique devant les leaders politiques ainsi qu'auprès des grandes institutions québécoises.

À la suite de cet exercice de réflexion et devant les travaux qui sont menées présentement, nous sommes effectivement divisés, ce qui permet à d'autres de régner. Peut-on, à compter de maintenant, se trouver des moyens de réunir les leaders touristiques autour d'enjeux communs. Prenons, à titre d'exemple, le projet pilote réalisé sur le « programme qualité » qui n'a pas donné de suite et pour lequel les entreprises participantes se sentent abandonnées malgré une démarche longue et rigoureuse. Peut-être avec une meilleure concertation de l'industrie aurions-nous un grand bout de chemin de parcouru à ce chapitre? Il en est de même pour le calendrier scolaire, même si pour le printemps 2006 nous avons eu droit à un étalement intéressant. Imaginons-nous maintenant les problématiques liées à la main-d'œuvre d'ici quelques années si nous ne nous concertons pas davantage?

CONCLUSION

En réalisant les actions que nous venons d'énumérer, on se donne entre nous, acteurs touristiques, une fierté d'appartenir à cette industrie et une incitation à développer davantage nos compétences. Cette réflexion était déjà dans notre esprit avant la création du Conseil des partenaires et ce dernier a permis d'accélérer notre stratégie. Nous considérons que la valorisation de l'industrie touristique est un préalable pour obtenir les appuis nécessaires des entreprises, à la mise en place de la politique touristique.

Merci madame la Ministre de nous offrir cette opportunité de rencontrer les membres de l'industrie. Pour vous également, à titre de ministre du Tourisme, une industrie plus unie et documentée parlant d'une voix plus forte faciliterait votre travail de développement du tourisme au Québec, même si cela peut créer de la pression à certains moments, en bout de ligne nous en sortirons gagnants.

La version prononcée fait foi