

Politique économique



PRIORITÉ EMPLOI

**Tourisme: Profiter
de la croissance mondiale.**



Le tourisme s'inscrit parfaitement dans la Politique économique du Québec : Priorité emploi dévoilée le 7 octobre 2013 par la première ministre du Québec, M^{me} Pauline Marois, car il est un atout de taille pour accélérer la croissance économique du Québec et la création d'emplois à court terme.

Avec des prévisions d'augmentation de 3,3% par année, le tourisme international est une industrie en croissance partout à travers le monde. Le Québec doit saisir cette occasion de croissance du tourisme mondial et donner une nouvelle impulsion à l'industrie. Dans un contexte de forte compétition internationale, le défi de notre destination est de se démarquer en renouvelant notre offre touristique. Pour y parvenir rapidement, nous devons accélérer les investissements et miser sur des priorités visant les avantages concurrentiels du Québec, la compétitivité des entreprises et le rayonnement de la destination.

Les investissements majeurs de notre gouvernement dans l'industrie touristique sont sans précédent. Je suis convaincu qu'ils contribueront à stimuler l'investissement privé pour bonifier notre offre touristique et à propulser le QuébecOriginal sur les marchés national et international.

A handwritten signature in black ink that reads "Pascal Bérubé". The signature is written in a cursive, flowing style.

Pascal Bérubé

Ministre délégué au Tourisme

Tourisme :

Profiter de la croissance mondiale

La Politique économique du Québec : Priorité emploi prévoit de nouveaux investissements totalisant 225 M\$ afin d'accélérer la réalisation des priorités ciblées par Tourisme Québec et les partenaires de l'industrie.

Ces investissements confirment le tourisme comme secteur prioritaire de notre économie. Le gouvernement entend profiter des perspectives de croissance mondiale pour développer notre économie et stimuler efficacement la création d'emplois dans toutes les régions.

Un moment propice pour investir

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) affiche un taux de croissance du tourisme international de 3,3 % par année entre 2010 et 2030, ce qui représente une hausse de 860 millions de touristes. D'ici 2021, la hausse prévue de 406 millions de touristes internationaux représente près de 1,2 million d'appareils de 340 passagers remplis à pleine capacité cherchant un endroit pour atterrir.

Le tout s'inscrit dans un contexte où la concurrence est féroce et le nombre de destinations est en hausse. Il importe donc plus que jamais d'attirer davantage de visiteurs de l'extérieur du Québec et d'inciter les Québécois à prendre aussi leurs vacances au Québec.

Le Québec est aux prises avec une balance touristique de plus en plus déficitaire; ce déficit correspondait à 242 M\$ en 2002, alors qu'il était 13 fois plus élevé en 2011, atteignant 3,1 G\$. En effet, pendant que les recettes provenant des visiteurs internationaux au Québec demeurent relativement stables depuis quelques années, ce sont les dépenses des voyageurs québécois à l'étranger qui connaissent une croissance exponentielle.

Le Québec dispose toutefois de tous les atouts pour faire face à la concurrence, devenir une destination de premier plan à l'échelle internationale et attirer davantage de visiteurs étrangers.

Le tourisme au Québec

88 millions
de visiteurs au Québec
90 % sont Québécois
10 % viennent de
l'extérieur du Québec

12,4 G\$
de recettes touristiques,
30 % proviennent des
clientèles hors Québec

4^e produit
d'exportation du Québec

406 millions
de nouveaux touristes
internationaux d'ici 2021

1,5 G\$ en revenus
fiscaux et 604 M\$ en
revenus parafiscaux

3,1 G\$: déficit
de la balance touristique
du Québec

29 500 entreprises
liées aux secteurs associés
au tourisme, dont **65 %**
à l'extérieur des régions
de Montréal et de Québec

423 000
emplois associés au
tourisme au Québec

Un itinéraire vers la croissance

Tourisme Québec, en concertation avec les partenaires de l'industrie touristique québécoise et en collaboration avec les ministères et organismes concernés, a élaboré le Plan de développement de l'industrie touristique: Un itinéraire vers la croissance, dont la mise en œuvre est prévue jusqu'en 2020.

Grâce à la Politique économique du Québec: Priorité emploi, cette mise en œuvre pourra maintenant être accélérée et les efforts seront concentrés sur un nombre limité de priorités bien ciblées. Ces dernières visent plus particulièrement les avantages concurrentiels du Québec, la compétitivité de ses entreprises et le rayonnement de la destination. Les priorités retenues pour profiter de la croissance sont les suivantes :

- mettre en valeur le Saint-Laurent ;
- mettre en valeur le tourisme hivernal ;
- mettre en valeur le Nord touristique ;
- investir dans la compétitivité des entreprises et les attraits stratégiques ;
- intensifier les actions promotionnelles ;
- innover.

Mettre en valeur le Saint-Laurent : 63,7 M\$

Le Saint-Laurent est au cœur de notre nature, de notre culture et de notre histoire... au cœur de notre identité. Voie de communication et de plaisance, écosystème complexe, accessible et majestueux, les raisons sont nombreuses pour en faire une véritable icône touristique internationale. De nombreux produits et attraits touristiques « piliers » constituent une force importante sur laquelle peut s'appuyer la mise en valeur du Saint-Laurent: l'observation des mammifères marins, les croisières (internationales, fluviales et maritimes, excursions) et le réseau de parcs et d'aires protégées ne sont que quelques exemples des nombreux attraits du Québec. À ce chapitre, notons, entre autres, le Parc marin du Saguenay–Saint-Laurent, le Parc de la Chute Montmorency, le Parc national de l'Île-Bonaventure-et-du-Rocher-Percé ainsi que le Parc national des Îles-de-Boucherville. Le Québec offre une gamme d'expériences touristiques originales qui allient terre et mer.

Le Saint-Laurent au cœur de notre identité

3^e fleuve le plus long en Amérique du Nord

4 000 km de rives/berges/littoral

600 îles dans le Saint-Laurent

16 régions touristiques

27 000 emplois dans cette zone économique

80 % : population québécoise établie à proximité de ses rives

1 052 attractions et activités touristiques associées au Saint-Laurent

320 000 passagers-escales croisières internationales (hausse de 87 % depuis 2008)

900 000 passagers en croisières excursions, dont plus de 30 % dans le Parc marin du Saguenay–Saint-Laurent

52 000 passagers en croisières fluviales

Le gouvernement veut donc faire du Saint-Laurent une icône touristique de calibre international qui fera la fierté des Québécois, jouira d'une notoriété auprès des clientèles étrangères et bénéficiera d'un développement durable aux retombées économiques considérables.

L'approche retenue mise, d'une part, sur la présence d'une masse critique d'attraits qui motivent les déplacements, encouragent les séjours prolongés et génèrent des dépenses accrues; et, d'autre part, elle s'appuie sur des itinéraires et circuits touristiques maritimes et terrestres interreliés qui invitent à la découverte de produits complémentaires, exploitent le concept des thématiques maritimes et développent le potentiel régional. La priorité est accordée aux produits touristiques qui représentent des avantages concurrentiels immédiats pour le Québec et qui répondent à la demande des marchés cibles.

Les mesures préconisées feront partie de la « Stratégie d'ensemble de mise en valeur du Saint-Laurent », cette stratégie étant en cours de finalisation par le Groupe de travail mixte TQ/Industrie. Sa mise en œuvre reposera sur les acteurs, les interventions et les investissements actuellement associés à la stratégie et bénéficiera de **nouveaux investissements de près de 63,7 M\$** qui, y inclus la part des partenaires, généreront des investissements totaux de plus de 183 M\$.

Par ailleurs, afin d'offrir un service de branchement électrique à quai dans les escales de Québec et de Montréal pour les doter d'un avantage comparatif, le gouvernement **investit 6 M\$** qui, si on y ajoute la contribution de l'ensemble des partenaires, permettront la réalisation d'investissements totaux de plus de 24 M\$.

■ Mettre en valeur le tourisme hivernal : 60,1 M\$

Le gouvernement entend faire du Québec l'une des principales destinations hivernales mondiales en misant sur le développement durable d'une offre variée d'activités qui propose aux visiteurs de vivre une expérience globale de l'hiver.

Le Québec bénéficie d'une position géographique avantageuse lui permettant d'offrir une expérience hivernale globale, qui va de l'aventure douce à un univers organisé autour d'activités sportives en passant par toute la gamme des événements festifs qui animent les principaux centres urbains. Le Québec a tous les atouts nécessaires pour devenir une destination hivernale de calibre mondial.

La demande domestique et internationale connaît une forte croissance pour des expériences hivernales regroupant un ensemble d'activités de plus, et nos produits touristiques possèdent un bon potentiel d'attractivité à cet égard.

Les sports de glisse

- Il existe un potentiel d'augmentation des parts de marché de proximité pour le ski puisque, parmi l'ensemble des stations de ski nord-américaines, celles du Québec sont les moins vulnérables aux changements climatiques.

Les parcs nationaux

- Un regain de popularité certain est palpable pour les activités pratiquées dans les parcs nationaux. L'attrait exercé sur les clientèles européennes est important et l'offre est limitée chez nos compétiteurs, chez qui plusieurs parcs sont fermés l'hiver, et ceux qui sont ouverts n'offrent pas de services aux visiteurs. Parmi ceux qui présentent un excellent potentiel attractif, signalons les parcs nationaux des Hautes-Gorges-de-la-Rivière-Malbaie, des Grands-Jardins, des Monts-Valin, de la Jacques-Cartier, de la Gaspésie et du massif des Chic-Chocs, du Mont-Orford et du Mont-Tremblant.

Festivités urbaines

- À titre d'exemple, la région de Québec, qui axe son développement touristique sur la vision « Québec, capitale de l'hiver », mène une action interrégionale concertée où l'animation et les festivités hivernales sont des projets porteurs et structurants.

Motoneige

- La motoneige attire annuellement 175 000 motoneigistes grâce à son vaste réseau, et force est de constater que la demande pour la pratique hors-piste augmente.

Le Québec : Une destination hivernale de calibre international

300 à 700 cm
de neige par année

28 % du volume
de visiteurs au Québec

27 % des recettes

4 mois de couvert neigeux

700 attractions, activités,
festivals et événements
associés au tourisme hivernal

6,2 millions
de jours-ski par année,
dont près de 1 million
par des clientèles venant
de l'extérieur du Québec

32 000 km
de sentiers de motoneige
entretenus et le premier
rang au Canada pour le
nombre de motoneigistes
(175 000)

15 parcs nationaux
offrant une expérience
hivernale diversifiée
et unique

L'approche générale retenue repose, tout comme la mise en valeur du Saint-Laurent, sur la présence d'une masse critique d'attraits qui motivent les déplacements, encouragent les séjours prolongés et génèrent des dépenses accrues et un volume optimal de touristes. Cette masse critique se concentre au sein de zones regroupant des produits en demande, des attractions majeures ainsi qu'une offre variée de produits complémentaires permettant de créer une expérience multiactivités. L'offre touristique doit aussi compter sur des alliances et des maillages stratégiques proposant des forfaits multiproduits et multirégions. Enfin, l'approche retenue accorde la priorité aux produits touristiques qui constituent des avantages concurrentiels pour le Québec et qui répondent à la demande des marchés ciblés. L'objectif central est de développer le tourisme hivernal proposant des activités variées, ce qui encouragera les visiteurs à vivre les joies de l'hiver au Québec.

À l'exemple de la Stratégie Saint-Laurent, les mesures précises qui seront mises de l'avant, feront partie de la Stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal, cette stratégie étant en cours de finalisation par le Groupe de travail mixte TQ/Industrie.

Sa mise en œuvre reposera également sur les acteurs, les interventions et les investissements qui y sont actuellement associés et bénéficiera de **nouveaux investissements de l'ordre de 60,1 M\$** qui, en y ajoutant la part des partenaires, généreront des investissements totaux de près de 147 M\$.

■ Mettre en valeur le Nord touristique : 7,6 M\$

Dans le cadre de son vaste projet Le Nord pour tous, le gouvernement entend faire du Nord touristique québécois une destination de classe mondiale. Pour ce faire, la stratégie Espaces et cultures à découvrir, en cours de réalisation, favorisera le développement des infrastructures touristiques et la création de nouveaux produits en partenariat avec les acteurs de l'industrie locale et régionale, notamment ceux des communautés autochtones. L'approche retenue mise sur le tourisme dit «de niche» visant les touristes en quête d'aventure. Outre les interventions et les investissements actuellement associés à ce projet, la mise en valeur du Nord touristique bénéficiera de **nouveaux investissements de 7,6 M\$**.

■ Investir dans la compétitivité des entreprises et les attraits stratégiques : 15,75 M\$

Cette mesure vise à stimuler les investissements privés afin de permettre le développement de l'offre et la croissance des entreprises touristiques au Québec. Il s'agit notamment de favoriser l'expansion des secteurs porteurs, par la réalisation de projets structurants. Tourisme Québec travaillera en étroite collaboration avec les organismes qui apportent leur soutien et proposent de l'accompagnement aux entreprises touristiques.

Tourisme Québec offre également un soutien concret aux entreprises touristiques et transmet un signal fort aux investisseurs concernant les occasions d'investissement en tourisme au Québec. Pour ce faire, il complète les outils financiers du gouvernement et de ses partenaires afin de soutenir les entreprises touristiques par des contributions financières non remboursables. Concrètement, le gouvernement entend :

- **investir 15 M\$** dans les attraits stratégiques ;
- **investir 0,75 M\$** pour faire bénéficier les promoteurs de projets porteurs, d'un accompagnement structuré et proactif afin d'augmenter le potentiel de performance de leurs projets et le rendement des investissements. Le tout prendra la forme d'un accompagnement personnalisé aux étapes clés de la réalisation des projets.

■ Rénover et moderniser nos parcs nationaux et nos réserves fauniques : 55 M\$

Le Québec propose des paysages pittoresques en toute saison, une faune et une flore abondantes et diversifiées, qui constituent un produit d'appel touristique important. Grâce à son réseau structuré de parcs nationaux, la Société des établissements de plein air du Québec (Sépaq) rend accessibles toute l'année les plus beaux paysages et territoires naturels protégés du Québec.

Pour rénover et moderniser ses installations, le gouvernement réalise immédiatement **des investissements de 55 M\$** qui permettront :

- d'améliorer l'accessibilité aux territoires par la réfection du réseau routier et la consolidation de sentiers ;
- de poursuivre la mise aux normes d'infrastructures de services publics notamment en mettant à niveau 1 000 emplacements de camping dans les parcs nationaux, soit le quart des emplacements de camping du réseau de la Sépaq et en mettant à niveau l'offre d'hébergement dans le secteur hôtelier aux standards de l'industrie touristique ;
- d'assurer la pérennité du patrimoine bâti notamment en améliorant 150 chalets des réserves fauniques, ce qui représente le tiers des chalets des réserves fauniques de la Sépaq.

Intensifier les actions promotionnelles : 12 M\$

Il importe plus que jamais de consolider la place du Québec sur ses marchés traditionnels d'exportation, de mieux se positionner sur les marchés émergents et d'améliorer la rétention des visiteurs sur le marché domestique.

L'objectif général poursuivi est d'exercer un effet de levier suffisant pour stimuler et intensifier nos actions promotionnelles avec les partenaires de l'industrie sur les marchés présentant le meilleur potentiel pour la destination québécoise à court terme et d'assurer des retombées économiques importantes.

Deux exemples concrets :

- La lente reprise de l'économie américaine, jumelée à un dollar canadien à parité, et un touriste américain recherchant plus que jamais un bon rapport qualité/prix contribuent à la baisse de fréquentation observée partout au Canada depuis quelques années. Dans ce contexte, il faut, plus que jamais, mettre l'accent sur notre caractère original en Amérique du Nord et renforcer les actions de commercialisation afin de joindre les marchés cibles qui représentent le plus fort potentiel pour la destination québécoise.
- Depuis que la Chine a accordé au Canada le statut de destination touristique approuvée (2010), ce marché représente un important potentiel de croissance pour l'industrie québécoise. Seulement entre 2011 et 2012, le volume de touristes chinois au Québec a bondi de 19,3%. L'établissement d'un vol direct entre la Chine continentale et Montréal, de même que l'attribution de fonds supplémentaires pour la promotion de la destination, permettraient de développer plus rapidement ce marché à fort potentiel. Il faut doter le Québec de stratégies et d'activités promotionnelles énergiques, notamment pour assurer sa présence sur les réseaux sociaux chinois qui touchent un important segment de la clientèle ciblée.

Le gouvernement **accroît de 12 M\$ le budget de promotion de Tourisme Québec** pour intensifier ses actions promotionnelles.

La Chine, un marché à fort potentiel

En 2012, la Chine est devenue le principal marché source du tourisme mondial

50 % de la croissance économique mondiale depuis 5 ans

Asie : 64 % de la classe moyenne mondiale en 2030

151 % la plus forte croissance des longs courriers vers les États-Unis d'ici 2020

9,2 G\$: dépenses des touristes chinois aux États-Unis en 2012

192 aéroports en Chine d'ici 2016

80 % de la population chinoise vivra alors à moins de 100 km d'un aéroport

■ Innover: 4,85 M\$

Tourisme Québec, en collaboration avec ses partenaires de l'industrie touristique québécoise, entend innover en prenant un virage technologique et en développant davantage l'intelligence d'affaires.

- Virage technologique: adapter le Système québécois de gestion de la destination (bonjourquebec.com) en dotant le Québec d'un système souple et ouvert, apte à répondre aux besoins des touristes de toute provenance, dans chacune des phases de leur voyage et offrant à l'industrie une solution alternative québécoise aux réservations en ligne tout en favorisant la synergie avec les partenaires. Tourisme Québec procédera donc à l'actualisation technologique de ce système essentiel au soutien des opérations de promotion, d'accueil, de renseignements touristiques et de réservation. Le tout permettra également à l'industrie touristique de se maintenir à l'avant-garde et de répondre aux nouveaux besoins découlant de l'utilisation des technologies mobiles. Pour ce faire, **4,1 M\$ seront investis**.
- Intelligence d'affaires: appuyer financièrement le Réseau de connaissances stratégiques en tourisme pour qu'il réalise des projets de recherche prioritaires, essentiels à la compétitivité et à l'essor de l'industrie, notamment au bénéfice des petites et très petites entreprises qui disposent de ressources limitées (humaines et financières). Cette initiative s'inscrit dans la production accrue de connaissances stratégiques en tourisme qui permettent à Tourisme Québec d'assumer pleinement son rôle de chef de file en coordonnant les efforts des principaux partenaires issus des milieux universitaires et de l'industrie touristique. Pour soutenir le réseau dans ses efforts visant à regrouper, intégrer, optimiser et développer l'intelligence d'affaires collective, le gouvernement **investit 0,75 M\$**.

L'accélération de la mise en œuvre des priorités du Plan de développement de l'industrie touristique permettra d'accroître les recettes touristiques du Québec de 2 G\$ d'ici 2017, ce qui contribuera à la création de 23 000 emplois directs et rapportera au gouvernement du Québec 250 M\$ en revenus fiscaux additionnels.

Cadre financier

	Investissements totaux (Gouvernement et partenaires) (M\$)	Nouveaux investissements de la politique économique (Gouvernement) (M\$)	Impact financier (M\$) (Gouvernement)			
			2014-2015	2015-2016	2016-2017	2014-2017
Mettre en valeur le Saint-Laurent	183,30	63,70	–	1,63	3,05	4,68
Mettre en valeur le tourisme hivernal	146,80	60,10	–	1,67	3,95	5,62
Investir dans les attraits stratégiques	45,00	15,75	5,25	5,25	5,25	15,75
Intensifier les actions promotionnelles	12,00 ⁽¹⁾	12,00	4,00	4,00	4,00	12,00
Innovier	4,85	4,85	0,85	1,85	2,15	4,85
Sous-total	391,95	156,40	10,10	14,40	18,40	42,90
Branchement électrique à quai	24,00	6,00	–	0,80	0,80	1,60
Mettre en valeur le Nord touristique	7,60 ⁽¹⁾	7,60	–	–	–	–
Rénover et moderniser les installations de la Sépaq ⁽²⁾	55,00	55,00	–	–	–	–
TOTAL	478,55	225,00	10,10	15,20	19,20	44,50

⁽¹⁾ Participation des partenaires non déterminée.

⁽²⁾ Investissement du Plan québécois des infrastructures.



Amérique du Nord / Canada / Québec

QuebecOriginal.com

Québec 