

ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

Budget provincial 2016-2017

**Appuyer les entreprises touristiques
pour enrichir tout le Québec**

Document présenté au ministre des Finances du Québec

Février 2016

Monsieur le Ministre,

L'Alliance de l'industrie touristique du Québec est le résultat de la fusion d'ATR associées du Québec (22 associations touristiques régionales), ATS Québec (19 associations touristiques sectorielles) et l'Association québécoise de l'industrie touristique (40 entreprises chefs de file de l'industrie touristique). Dans une perspective de croissance des recettes touristiques, l'Alliance a pour mission de rassembler, concerter et représenter les entreprises et les associations du secteur touristique, de soutenir et de participer au développement de l'offre et à la mise en marché touristique du Québec dans une approche renouvelée et cohérente favorisant notamment la mise en commun de l'expertise du milieu et de nos entrepreneurs et l'émergence d'idées novatrices.

Page | 2

Génératrice de 13,1 milliards de dollars en recettes annuellement, l'industrie que représente notre regroupement est composée de plus de 32 000 entreprises, dont une majorité de PME, qui soutiennent quelque 350 000 emplois à l'échelle de la province.

Alors que d'autres secteurs économiques vivent des moments difficiles, le tourisme est un secteur dont les perspectives de croissance à l'échelle mondiale sont enviables. L'industrie connaît une augmentation mondiale annuelle de 5 %, croissance que les prévisions maintiennent à plus de 3 % pour les quinze prochaines années. L'industrie touristique offre par ailleurs un retour sur investissement dont la province n'a pas les moyens de se passer : chaque dollar public investi en tourisme au Québec retourne 5 dollars directement dans les coffres de l'État. De généreuses retombées fiscales servant à financer des services publics comme l'éducation et la santé.

En prévision de votre budget 2016-2017 et avec comme priorité l'économie, nous vous faisons part de recommandations qui permettront à notre secteur, moteur de développement économique régional, de demeurer compétitif afin d'inciter les Québécois à voyager au Québec et d'attirer plus de visiteurs de l'étranger. Le Plan d'action 2016-2020 du Plan de développement de l'industrie touristique, dévoilé par la ministre Vien en octobre dernier, est notre feuille de route. Le mandat confié par le premier ministre à la ministre Boulet le 28 janvier, par lequel elle doit « mettre en œuvre la nouvelle gouvernance en tourisme et être une partenaire du milieu afin qu'il puisse se développer à sa pleine capacité » confirme l'apport à l'économie québécoise qu'attend votre gouvernement de l'industrie touristique.

Investir en tourisme est payant. Ainsi, nous vous enjoignons de donner les moyens au ministère du Tourisme de mener à bien son action en lui accordant tous les crédits demandés et à appuyer nos recommandations visant à soutenir par l'entremise des entreprises touristiques, le développement économique du Québec; cet enrichissement des régions contribuera à la prospérité des Québécois.

Dans l'attente d'une rencontre à votre cabinet, nous vous prions d'agréer l'expression de nos salutations distinguées.



Éric Larouche

Président

Alliance de l'industrie touristique du Québec

c.c. Madame Julie Boulet, ministre du Tourisme

Recommandations prioritaires de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec pour le budget 2016-2017

RECOMMANDATION 1

Financement annuel additionnel pour stimuler l'investissement privé dans le produit

Un produit original de calibre mondial, misant sur nos atouts, qui nous positionnera avantageusement auprès des clientèles hors Québec et incitera les Québécois à voyager chez eux. Ces priorités requièrent un financement fort et ciblé.

Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 mise sur un produit touristique fort afin de bâtir une industrie performante qui répondra aux défis de la forte concurrence internationale et assurera au Québec une présence parmi les destinations incontournables.

Se fiant à l'engagement de la ministre Vien aux Assises du Tourisme 2015 à savoir que son gouvernement serait au rendez-vous pour le développement de l'offre touristique, un financement annuel additionnel est fortement attendu de l'industrie. En effet, la nécessité de financer le produit touristique a été au cœur de tous les échanges avec les partenaires impliqués dans la révision du modèle d'affaires en tourisme et sa gouvernance, et fait partie de conditions essentielles à la mise en place du nouveau modèle.

À ce jour, trois stratégies sectorielles de développement de produit du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 ont été rendues publiques (Plan Nord, maritime, tourisme hivernal). Deux d'entre elles (Plan Nord et maritime) bénéficient d'enveloppes budgétaires grâce aux stratégies gouvernementales en ces domaines et leur mise en œuvre est en cours. Il est maintenant temps de convenir d'une approche permettant de soutenir financièrement la mise en œuvre des autres stratégies (tourisme hivernal, culturel et événementiel, nature et aventure et tourisme d'affaires et de congrès) et le soutien aux portes d'entrée touristiques qui jouent un rôle déterminant par la capacité qu'elles ont d'attirer dans la destination les clientèles des marchés hors Québec, notamment.

Avec la préoccupation de stimuler l'investissement privé, les crédits et leviers financiers actuels doivent ainsi être maintenus. Le soutien financier annuel additionnel demandé pourrait notamment prendre la forme de service de dette pour les grands projets ou de subventions pour les projets de plus petit gabarit. Il est en outre important de prévoir un service d'accompagnement aux promoteurs pour la mise en œuvre des projets.

Nous demandons aussi à ce que soit réinstaurées les Ententes de partenariat régional en tourisme (EPRT) afin de profiter de leur effet de levier et de l'impact mobilisateur qu'elles ont sur le développement et le renouvellement de l'offre touristique dans toutes les régions du Québec. Les EPRT sont des outils de développement de l'offre touristique régionale qui ont fait leur preuve pour susciter l'investissement privé et soutenir financièrement des projets touristiques. Ce mécanisme permet de structurer des enveloppes financières régionales composées chacune des contributions du ministère du Tourisme, des ATR et d'autres partenaires. L'effet de levier des EPRT est indéniable et ne peut être ignoré : en 2013-2014, la part du ministère du Tourisme dans le soutien financier annoncé pour 167 projets touristiques dans les régions a été de 3,2 M\$. Ces projets sont associés à des investissements totaux de 132,3 M\$.

Le Comité sur le financement qui a déposé son rapport à la ministre du Tourisme en mai 2015 s'est inspiré de ce que des destinations touristiques comparables ont réalisé ainsi que des propositions reçues par le ministère du Tourisme dans le cadre des consultations sur la révision du modèle d'affaires et la gouvernance. Le comité est d'avis que l'intervention gouvernementale en matière de tourisme doit encourager la création d'un environnement favorable à la relance de l'économie et de l'emploi. Pour ce faire, il importe de tirer profit des éléments fondamentaux de l'économie de marché (investissements privés, innovation, exportations et entrepreneuriat) pour assurer une croissance durable de l'industrie.

L'investissement du gouvernement dans le produit touristique est nécessaire pour contribuer à faire de l'industrie touristique un important levier de développement économique dans toutes les régions et consolider le secteur au rang des grandes priorités économiques du gouvernement du Québec.

Nous demandons un financement de 60 M\$ sur les quatre prochaines années pour appuyer le développement de produits porteurs des stratégies prioritaires du Plan d'action 2016-2020 du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020.

RECOMMANDATION 2

Budget de promotion et mise en marché de la destination

Dans le Plan d'action 2016-2020 présenté lors des Assises du Tourisme 2015 par la ministre Dominique Vien, une des mesures retenues pour la mise en œuvre du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 est de déléguer à un organisme associatif externe le mandat de réaliser la promotion et la mise en marché touristiques sur les marchés hors Québec. Cette approche a été officialisée par l'adoption du projet de loi 67, Loi visant principalement à améliorer l'encadrement de l'hébergement touristique et à définir une nouvelle gouvernance en ce qui a trait à la promotion internationale.

L'Alliance de l'industrie touristique du Québec (Alliance), résultat de la fusion d'ATR associées du Québec, ATS Québec et l'AQIT, est en processus de mise en œuvre selon des paramètres transparents stricts et rigoureux qui lui permettront de se voir confier, de manière graduelle, la gestion et l'exécution d'actions promotionnelles et de mise en marché jusqu'ici réalisées par le ministère du Tourisme.

Dans un secteur de haute compétitivité mondiale, il est impératif que le maître d'œuvre qui chapeaute la commercialisation du Québec à l'étranger le fasse avec plus d'agilité et d'efficacité. En encourageant l'effet de levier auprès de l'entreprise privée et en favorisant la cohésion des partenaires du milieu, l'Alliance deviendra ainsi le mandataire du ministère du Tourisme au regard des activités de promotion et de mise en marché de la destination québécoise sur le hors Québec.

Or, tous les crédits actuellement remis au ministère du Tourisme pour faire la promotion de la destination proviennent de la TVQ. Jusqu'au 31 mars 2017, ce montant totalise 26,5 M\$ incluant un décret de 4 M\$ pour 2014-2017.

Pour maintenir notre capacité à faire rayonner efficacement la destination sur les marchés hors Québec, le décret de 4 M\$ doit être maintenu au-delà de 2017 et le montant actuel de 26,5 M\$ doit être minimalement ajusté à l'indexation annuelle de l'IPC, ce qui représente pour 2016-17 environ 530 000 \$ supplémentaires.

Nous demandons que soient ajustés à l'indexation annuelle, les crédits provenant de la TVQ accordés aux activités de promotion et de mise en marché au ministère du Tourisme pour ainsi passer de 26,5 M\$ à 27,03 M\$ en 2016-17.

En 2015, le nombre de touristes américains ayant traversé la frontière du Canada en passant par le Québec a connu une augmentation marquée.

Ainsi, par rapport à 2014, la hausse atteint presque 10 %, soit l'équivalent de 150 000 touristes. Pour tout le Canada, on parle d'une augmentation de 8,3 % ce qui correspond à près d'un million de touristes de plus. Par ailleurs, on note aux États-Unis une croissance importante de l'appétit pour le voyage : 120 M

d'Américains sont actuellement détenteurs d'un passeport, un nombre record, en hausse de 100 % depuis 2001.

Le ministère du Tourisme du Québec a conçu un modèle d'analyse permettant de mesurer les facteurs qui incitent les touristes à choisir la destination Québec pour leur voyage. Le modèle prend notamment en compte le taux de change canadien par rapport à la devise nationale des différents marchés touristiques ainsi que le prix du carburant. Ce modèle a permis de prédire la hausse actuelle et nous permet d'entrevoir un bel avenir sur ce marché, voire même les zones précises à privilégier dans une initiative de mise en marché du Québec aux États-Unis.

Nous devons profiter de ce contexte extrêmement favorable pour investir rapidement dans ce très important marché de proximité qui démontre par ses récents résultats, tout son potentiel de croissance et les retombées économiques qu'il peut continuer de générer au Québec.

Nous demandons de profiter du contexte favorable en injectant une enveloppe additionnelle de 4 M\$ pour promouvoir la destination dans les marchés américains les plus porteurs pour le Québec.

RECOMMANDATION 3

Programme d'aide financière aux festivals et événements touristiques

Deux des trois stratégies qui ont été élaborées à ce jour, la stratégie maritime – volet tourisme ainsi que la stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal, identifient les événements comme un des produits porteurs dont le développement doit être soutenu pour rendre notre produit touristique plus attractif et plus compétitif sur les marchés extérieurs.

En effet, les événements de grande envergure agissent comme un incitatif additionnel dans le choix de la destination québécoise. Pour cela, ils doivent toutefois se renouveler, être novateurs, pour contribuer à rendre notre destination plus compétitive. Des données obtenues auprès du Regroupement des événements majeurs internationaux au regard de ses membres, indiquent que pour chaque dollar de subventions et autres contributions publiques, les événements majeurs internationaux génèrent 5,20\$ de revenus privés et autonomes afin de financer leurs opérations.

Le programme des festivals et événements a pour objectifs de contribuer à l'augmentation de la performance touristique des événements, à soutenir l'innovation et l'émergence de nouveaux projets afin de maintenir le niveau de compétitivité du Québec dans le secteur et à accentuer la visibilité internationale de la destination québécoise à travers des événements d'envergure internationale.

L'enveloppe totale de ce programme est présentement de 15°M\$ au lieu de 17,5°M\$ tel que confirmé au budget Bachand de 2012. Or, pour que les festivals et événements touristiques remplissent adéquatement leur rôle dans le renouvellement de l'offre et la création de richesse, ce montant doit nécessairement être majoré.

Nous demandons que l'engagement du budget 2012-13 se réalise en augmentant l'enveloppe du programme des festivals et des événements de 2,5 M\$ pour totaliser 17,5 M\$ annuellement jusqu'en 2020.

RECOMMANDATION 4

Assouplissements requis au programme de développement des attraits touristiques (PADAT)

Géré par la division Tourisme d'Investissement Québec, le Programme d'appui au développement des attraits touristiques (PADAT) a pour but d'offrir, aux entreprises touristiques de toutes les régions du Québec, des solutions financières souples et avantageuses.

Page | 6

Issu du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020, le PADAT a pour objectifs :

- de stimuler les investissements privés au profit du renouvellement de l'offre touristique au Québec;
- de soutenir les projets de développement de produits touristiques novateurs et complémentaires à ceux qui existent déjà;
- de permettre d'assurer la croissance des entreprises performantes du secteur touristique au Québec;
- d'offrir un accès au financement adapté aux réalités de l'industrie touristique.

L'utilisation faite du programme par les entreprises touristiques au cours des dernières années nous permet de constater que des assouplissements doivent être apportés pour continuer de stimuler les investissements privés en tourisme.

Nous demandons de transférer le montant réservé pour des garanties de prêts en montant pour effectuer des prêts aux entreprises touristiques à un taux avantageux et concurrentiel avec le marché bancaire.

Le tourisme dans le monde
Tourisme international en croissance de 4,4 % en 2015, prévision de 3,3 % par année d'ici 2030
1 250 G\$ US de recettes des visiteurs internationaux dans le monde en 2014, en hausse de 3,7 %
4e secteur d'exportation en importance dans le monde (1- carburants, 2- produits chimiques, 3- produits alimentaires)

Les chiffres du tourisme	Canada	Québec
PIB	2 % du PIB = 34,4 G\$ (2014)	2,5 % du PIB = 9,3 G\$ (2014)
Emplois directs et reliés	1,6 M d'emplois (2012) (9,1 % de l'emploi canadien)	349 100 emplois (2014) (8,7 % de l'emploi québécois)
Nombre d'entreprises	170 000 en 2014	32 103 en 2015
Recettes	63,1 G\$ de recettes en 2014	13,1 G\$ de recettes en 2014
Retombées fiscales et parafiscales	9,6 G\$ en retombées fiscales et parafiscales canadiennes en 2011	1,9 G\$ en retombées fiscales pour le gouvernement du Québec et plus de 600 M\$ en parafiscalité québécoise (2014). + de 780 M\$ en retombées fiscales pour le gouvernement du Canada et environ 130 M\$ en parafiscalité canadienne (2014)
Nombre de visiteurs (2014) (visite-personnes)	350,5 M en 2012	92,4 M en 2014
Nombre de touristes internationaux (visite-personnes)	28,9 M (USA + autres pays) en 2014	3,8 M (USA + autres pays) en 2014
Secteur d'exportation (entrées de devise)	17,2 G\$ en 2014 1 ^{er} secteur d'exportation de services en 2014	2,7 G\$ en 2014 3 ^e produit d'exportation en 2014
Balance touristique	-18,06 G\$ (2014)	-4,5 G\$ (2014)
Rang mondial au chapitre des arrivées de visiteurs internationaux	7 ^e rang mondial en 2002 / 17 ^e rang mondial en 2014	

Une industrie payante	
Budget du ministère du Tourisme en 2015-2016	123,5 M\$ = seulement 0,17 % des dépenses gouvernementales
Retour sur investissement	1 \$ d'argent public investi en tourisme = 5 \$ en revenus pour l'État
Capacité à faire plus	Objectifs de croissance du PDIT 2012-2020 = <ul style="list-style-type: none"> ▪ des recettes touristiques totalisant 18,9 G\$ en 2020 ▪ un accroissement du nombre d'emplois équivalant à 50 000 emplois d'ici 2020