

## Marché touristique et gouvernements : du gagnant-gagnant

La récente Mise à jour économique du gouvernement du Canada et le dernier budget du gouvernement du Québec nous rappellent à quel point la marge de manœuvre de nos gouvernements est limitée. De part et d'autre, la rigueur budgétaire est de mise. Depuis quelque temps d'ailleurs, les ministères sont appelés à ausculter leurs dépenses afin d'en dégager des économies.

Dans ce contexte, certains pourraient référer à la théorie économique néoclassique pour guider leurs décisions. Selon les préceptes de cette école de pensée, l'État n'a qu'un rôle mineur à jouer dans le domaine économique, car les marchés disposent de mécanismes autorégulateurs qui, en l'absence d'intervention extérieure, conduisent à l'optimum économique (qui maximise le bien-être de la société).<sup>1</sup>

Cette édition de l'escale économique jette un regard sur l'intervention gouvernementale en tourisme selon cette approche. Le but avoué de cet exercice est de casser la perception que le secteur touristique vit aux dépens de l'État. Nous démontrons qu'il s'agit davantage d'une relation gagnant-gagnant.

### Économie 101

Il convient de brosser un tableau de l'intervention des gouvernements dans la sphère économique avant de nous attarder au marché touristique. Il sera ensuite plus facile de situer les initiatives gouvernementales en tourisme ainsi que leurs raisons d'être.

Le problème économique est simple. Les besoins de la population sont illimités (l'imagination est sans borne), mais les ressources disponibles (naturelles, humaines et financières) pour produire les biens et services sont limitées. Conséquemment, la société doit faire des choix. L'économie étudie ces choix.

Les ressources peuvent être réparties essentiellement de deux façons : par les gouvernements ou par le mécanisme des prix. Alors que le premier système

---

<sup>1</sup> Wikipédia, [École néoclassique](#)

(économie planifiée) assure une répartition équitable des ressources de manière à réduire les inégalités sociales, le second (économie de marché) garantit une allocation efficace des ressources grâce au mécanisme des prix.

La majorité des pays adopte une approche mixte (économie mixte) qui combine à la fois le mécanisme des marchés et l'intervention des gouvernements. L'idée est de capitaliser sur les forces de chacun : le mécanisme des marchés pour allouer les ressources et l'intervention des gouvernements pour réduire les inégalités.

Toutefois, pour bien allouer les ressources, les marchés doivent être concurrentiels.<sup>2,3</sup> Lorsqu'ils le sont, le mécanisme des prix fonctionne et une intervention minimale des gouvernements est recommandée. Les taxes, les impôts, les crédits d'impôt, les subventions et les réglementations viennent en effet fausser le signal des prix. Lorsque les marchés ne le sont pas, une intervention des gouvernements est justifiée, car le mécanisme des prix transmet des signaux inadéquats.<sup>4</sup>

La théorie économique néoclassique inculque ainsi que les gouvernements ne devraient intervenir dans la sphère économique que pour (1) corriger les défaillances de marché afin que le mécanisme des prix alloue les ressources efficacement et (2) redistribuer les richesses judicieusement (c.-à-d. en minimisant l'impact sur le mécanisme des prix) afin de maintenir une équité sociale.

Voyons maintenant pourquoi l'intervention gouvernementale en tourisme est justifiée, voire recommandée, selon l'approche économique néoclassique.

### **Bien public et mise en marché**

En jargon économique, on dit d'un bien public qu'il est non rival et/ou non excluible. Il est non rival si, quel que soit le niveau de production, le coût de le fournir à un consommateur supplémentaire est nul. Il est non exclusif si on ne peut exclure qui que ce soit de sa consommation. Dans ces conditions, le mécanisme des prix ne peut pas fonctionner. Il s'agit d'une défaillance de marché qui nécessite

---

<sup>2</sup> Selon le théorème de l'économie du bien-être, qui constitue la norme d'évaluation du fonctionnement des marchés et de la politique économique, « si les marchés sont parfaitement concurrentiels, tous les échanges mutuellement bénéfiques seront réalisés et l'équilibre d'allocation des ressources sera économiquement efficient. »

<sup>3</sup> Pindyck, Robert et Daniel Rubinfeld (2012). Microéconomie 8<sup>e</sup> édition, Pearson Education

<sup>4</sup> Un marché est concurrentiel s'il respecte les conditions du marché en concurrence pure et parfaite : l'atomicité des acteurs, l'homogénéité des produits, la libre entrée et sortie des firmes, l'information parfaite et l'absence de coûts de transaction.

l'intervention des gouvernements. Les biens publics doivent être subventionnés ou fournis par les gouvernements pour être produits et offerts efficacement.<sup>5</sup>

Les services de mise en marché des destinations et des secteurs touristiques correspondent à la définition d'un bien public. Le coût de desservir une entreprise additionnelle en services de mise en marché est nul (critère de non-rivalité). De même, on ne peut exclure cette entreprise du bénéfice de la mise en marché de la destination ou du secteur dans lesquels elle œuvre (non excluable). Autrement dit, qu'elle soit membre ou non d'une association touristique, sa présence ne change pas le coût de la mise en marché et il s'avère impossible de l'empêcher d'en profiter.

La théorie économique néoclassique légitime et recommande ainsi le bien-fondé de la présence des associations touristiques chargées de la promotion et de la mise en marché des destinations et des secteurs touristiques du Québec.

### **Externalités et production touristique**

Une externalité consiste en une action d'un producteur ou d'un consommateur qui affecte d'autres producteurs ou consommateurs, mais qui n'est pas prise en compte par le mécanisme des marchés. En présence d'externalités, le prix d'un bien ou d'un service ne reflète pas sa valeur sociale. Par conséquent, les entreprises sont amenées à trop produire (externalité négative) ou à ne pas produire suffisamment (externalité positive). Il s'agit d'une défaillance de marché qui nécessite l'intervention des gouvernements.<sup>6</sup>

La production touristique génère plusieurs externalités positives. Un simple prompt dans un agent conversationnel IA mène à une énumération impressionnante.<sup>7</sup>

- Économiques : p. ex., création d'emplois, effet multiplicateur, bonification des équipements urbains et de loisirs, pérennisation de services publics
- Culturelles et sociales : p. ex., valorisation du patrimoine, maintien des pratiques culturelles, renforcement de l'identité communautaire
- Territoriales : p. ex., amélioration des infrastructures, structuration et planification territoriale, protection et mise en valeur des espaces naturels

---

<sup>5</sup> Pindyck, Robert et Daniel Rubinfeld (2012). Microéconomie 8<sup>e</sup> édition, Pearson Education

<sup>6</sup> Caccomo, Jean-Louis (2007). Fondements d'économie du tourisme. Acteurs, marchés, stratégies. De Boeck & Larcier

<sup>7</sup> « Peux-tu m'énumérer les externalités positives du tourisme ? » Généré à l'aide de Microsoft Copilot, 4 mai 2026

La production touristique se répercute aussi sur l'innovation. En effet, en améliorant l'aménagement et la convivialité des milieux de vie et en y renforçant l'offre culturelle et de loisirs, le secteur touristique renforce l'attractivité des milieux de vie auprès des travailleurs de l'économie du savoir. Une récente étude sur le rôle stratégique du secteur touristique dans le développement économique de Montréal le démontre.<sup>8</sup>

### **Redistribution et dépenses touristiques**

Pour réduire les inégalités sociales, les gouvernements redistribuent les richesses entre les individus et les collectivités. Rappelons, toutefois, que la théorie économique néoclassique s'oppose de façon générale aux politiques de redistribution trop généreuses puisqu'elles faussent le signal des prix.<sup>9</sup>

Or, le tourisme a pour effet de redistribuer les richesses entre les collectivités, et cela, sans même que les gouvernements aient à intervenir. En effet, il permet de capter une partie de la richesse créée dans les métropoles et les villes de taille importante (via les salaires des résidents) pour la réinjecter dans les circuits économiques des collectivités moins riches (via les dépenses touristiques).<sup>10</sup>

Montréal affichait en 2023 un revenu disponible par habitant supérieur à celui des autres régions – à l'exception de la Montérégie et des Laurentides.<sup>11</sup> Alors que les dépenses touristiques des Québécois au Québec totalisaient 8,5 G\$ en 2024, celles réalisées à Montréal n'atteignaient que 1,0 G\$ (12 %).<sup>12</sup> Cette proportion est faible par rapport au poids démographique (soit 24 % de la population du Québec) ou économique (25 % des emplois au Québec) de Montréal.

### **Somme toute**

Le tourisme ne vit pas aux dépens de l'État, au contraire. Tel que démontré, la présence des gouvernements dans le marché touristique est justifiée, voire désirée, au regard de la théorie économique néoclassique.

---

<sup>8</sup> Institut du Québec (2023). Le rôle stratégique du tourisme pour le développement économique : le cas du Grand Montréal

<sup>9</sup> Polèse, Mario, Richard Shearmur et Laurent Terral (2015). Économie urbaine et régionale. Géographie économique et dynamique des territoires. *Economica*

<sup>10</sup> Merci spécial à Marc-Antoine Désy pour cette constatation qui est, effectivement, peu documentée.

<sup>11</sup> Institut de la statistique du Québec, [Principaux indicateurs sur le Québec et ses régions](#)

<sup>12</sup> Statistique Canada, [Enquête nationale sur les voyages](#), compilation spéciale



C'est ainsi qu'on s'assure de libérer le plein potentiel des marchés touristiques, et cela, au bénéfice de l'ensemble de la société.

Margaret Thatcher, sympathisante de l'intervention gouvernementale en tourisme?  
Les préceptes du libéralisme économique nous portent à le croire!