

Perspective

REVUE D'ANALYSE ÉCONOMIQUE

Volume 19 / Printemps 2009

SPÉCIAL INDUSTRIE TOURISTIQUE

Greffon de l'économie?

Une affaire de centres urbains... et de régions



Desjardins
Études économiques



MOUVEMENT DES CAISSES DESJARDINS



Desjardins Études économiques

Vice-présidence Études économiques, MCD
Tél. : 418 835-2450 ou 1 866 835-8444, poste 2450
Télécopieur : 418 835-3705
Courriel : desjardins.economie@desjardins.com
Internet : www.desjardins.com/economie

Première vice-présidence
Direction financière
du Mouvement des caisses Desjardins

NOTE AUX LECTEURS : Pour respecter l'usage recommandé par l'Office de la langue française, nous employons dans les textes et les tableaux les symboles **M** et **G** pour désigner respectivement les millions et les milliards de dollars.

MISE EN GARDE : Les opinions ou prévisions figurant dans ce document sont, sauf indication contraire, celles des auteurs et ne représentent pas les opinions de toute autre personne ou la position officielle du Mouvement des caisses Desjardins. Cette publication est fondée sur l'information disponible en date du **31 mars 2009**.

COLLABORATEURS PRINCIPAUX

François Dupuis

Vice-président et économiste en chef
514 281-2336
francois.dupuis@desjardins.com

Yves St-Maurice

Directeur et économiste en chef adjoint
514 281-7009
yves.st-maurice@desjardins.com

Joëlle Noreau

Économiste principale
Responsable du document
418 835-8444, poste 3764
joelle.noreau@desjardins.com

Hélène Bégin

Économiste senior
418 835-8444, poste 2850
helene.begin@desjardins.com

Benoît P. Durocher

Économiste senior
514 281-2307
benoit.durocher@desjardins.com

Louis Gagnon

Économiste
418 835-8444, poste 8475
louis.gagnon@desjardins.com

AUTRES COLLABORATEURS

Danielle Proulx
Commis spécialisée à l'édition

Édith Laferrière
Relecture

TABLE DES MATIÈRES

ÉDITORIAL	3
<i>Tourisme : vivre ou survivre en période de récession?</i>	
LE POINT SUR LE QUÉBEC	4
<i>La province plonge à son tour en récession</i>	
LE POINT SUR L'ONTARIO	6
<i>Ontario : au coeur de la tourmente</i>	
L'INDUSTRIE TOURISTIQUE	7
<i>Greffon de l'économie?</i>	
L'INDUSTRIE TOURISTIQUE	13
<i>Une affaire de centres urbains... et de régions</i>	
VITRINE INTERPROVINCIALE	19
<i>2009 sera une année de défis pour toutes les provinces</i>	
TABLEAUX DE PRÉVISIONS	21
<i>Principaux indicateurs économiques – Canada/Québec/Ontario/Régions/Principaux indicateurs financiers</i>	

ÉDITORIAL

Tourisme : vivre ou survivre en période de récession?

L'industrie touristique représente à elle seule environ 2,7 % du PIB québécois, ce qui est davantage que le secteur de la construction résidentielle à 2 %, qui, lui, reçoit beaucoup plus d'attention. Est-ce parce qu'on associe le tourisme aux vacances? Peut-être, mais ce n'est pas ce qu'en pensent plus de 130 000 travailleurs oeuvrant dans 30 000 entreprises partout au Québec.

Le tourisme est l'une des rares activités économiques qui est présente dans toutes les régions. L'industrie touristique a pris du tonus depuis dix ans. La croissance économique enregistrée au cours des dernières années a donné des ailes aux vacanciers qui ont ratissé le Québec, en quête de découvertes. Les acteurs économiques de ce secteur ont multiplié les efforts pour offrir des produits mieux étoffés. On a même réussi à tirer profit de l'hiver dont l'étiquette de « morte saison » est en voie de devenir caduque. Le secteur touristique québécois s'est développé à grande vitesse comme en témoignent l'augmentation de l'emploi et la croissance de la rémunération horaire qui dépassent la moyenne québécoise.

Si les dernières années ont été relativement fastes, celle qui est en cours s'annonce plus difficile. La récession jette une ombre sur les perspectives 2009. La sévérité du ralentissement aux États-Unis, le caractère inédit de la crise financière et la cascade de mauvaises nouvelles font craindre un recul important de l'achalandage et des recettes touristiques québécoises. On peut être enclin au pessimisme, mais on ne cède pas aussi facilement à cette appréhension lorsque l'on constate que plus de 80 % des touristes chez nous sont des Québécois et des Canadiens. Ces derniers d'ailleurs devraient être un peu moins touchés que les Américains par le recul de leur économie. Il est vrai que le 15 à 16 % de visiteurs internationaux rapportent plus de 30 % des dépenses effectuées ici. Cependant, compte tenu de la baisse du huard, un calcul rapide permet d'affirmer que les Québécois pourraient être plus nombreux à visiter le Québec que les plages de la Nouvelle-Angleterre cette année que l'an dernier.

On devine que le tourisme d'affaires sera davantage affecté compte tenu des difficultés que rencontrent les entreprises. Les régions de Montréal, de Québec et de Laval seront sur la sellette. Dans une perspective canadienne, la diminution de l'activité se fera sentir vraisemblablement là où elle a été plus frénétique ces dernières années, dans l'ouest. Le recul des prix du pétrole a tari l'activité économique. L'Ontario, siège de la production automobile et de l'industrie financière canadienne, ne sera pas épargné non plus.

Au-delà de 2009, l'industrie touristique doit affronter de nombreux défis. L'arrivée d'Internet a changé la façon de travailler dans l'industrie et de magasiner les vacances. La compétition se trouve à quelques clics de souris. Le Québec est en concurrence avec le reste du monde et l'adoption de standards internationaux n'a rien d'une passade. Le vieillissement de la population pose des problèmes de recrutement de la main-d'œuvre, là comme ailleurs. Les solutions sont multiples : les travailleurs de plus de 50 ans sont courtisés et il est question d'aménager le calendrier scolaire. L'enjeu du développement durable est au cœur des activités touristiques. Les visiteurs sont de plus en plus exigeants à ce chapitre et la pérennité de l'industrie y est liée.

Vivre ou survivre en période de récession? Combattre serait plus approprié dans les circonstances actuelles. Combattre, pour chercher le maximum de visibilité auprès de ceux qui voyageront tout de même cette année et poursuivre les efforts pour améliorer la qualité des produits puisque les touristes satisfaits seront d'excellents ambassadeurs. L'industrie touristique a vécu d'autres ralentissements économiques et périodes de contraction de l'économie par le passé. Elle est actuellement mieux structurée et outillée pour traverser la récession et préparer la décennie qui s'en vient.

François Dupuis
Vice-président et économiste en chef

LE POINT SUR LE QUÉBEC

La province plonge à son tour en récession

Comme ailleurs au pays, la détérioration récente des indicateurs économiques a surpris par son ampleur. La récession, qui s'annonçait légère il y a quelques mois à peine, sera donc aussi douloureuse, sinon plus, que celle du début des années 90. Le message de l'Indice précurseur Desjardins (IPD) est d'ailleurs clair à cet égard. L'IPD a diminué pour un quatrième mois consécutif en janvier. L'ampleur du recul est telle qu'elle annonce une contraction de l'activité économique semblable à celle survenue en 1990-1991.

Compte tenu du revirement effectué dernièrement par la majorité des statistiques et des perspectives économiques plus sombres qui se dégagent entre autres pour l'Amérique du Nord, nos prévisions ont significativement été revues à la baisse. Un recul de la consommation, qui constituait un important risque à la baisse l'automne dernier, est même déjà amorcé. Une diminution du PIB réel de 2,1 % est maintenant anticipée en 2009 (une variation de -1,3 % était prévue au trimestre précédent), tandis que la reprise de 2010 s'annonce moins soutenue. La léthargie prolongée de l'économie américaine, qui se fera sentir plus longtemps sur notre commerce extérieur, et la réduction importante des stocks des entreprises, qui se prolonge habituellement quelques trimestres après la fin d'une récession, limiteront aussi la croissance de l'économie du Québec à 1,1 % l'an prochain. Ce n'est qu'en 2011 que l'économie s'approchera de son plein potentiel qui avoisine les 2 %. En somme, les deux prochaines années seront difficiles à traverser pour la province.

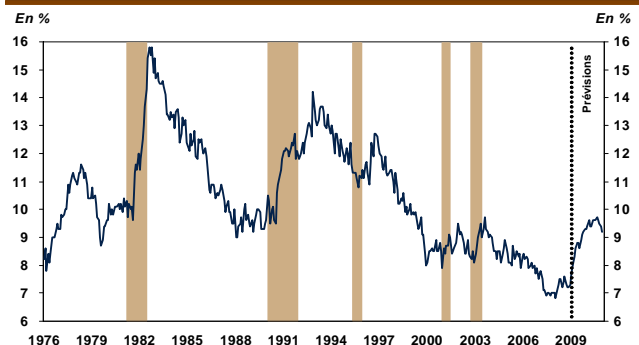
En fait, la situation actuelle ramène les enjeux de moyen terme à l'avant-plan. La récente période d'expansion n'a pas permis au gouvernement du Québec de se bâtir une marge de manœuvre suffisante pour surmonter les périodes creuses et encore moins se préparer au choc démographique qui frappera bientôt à sa porte. L'exercice 2009-2010 se soldera par un important déficit budgétaire, estimé à au moins 4 G\$, et le retour à l'équilibre, prévu pour 2013-2014, est loin d'être assuré d'ici cinq ans. Même si l'économie du Québec a résisté plus longtemps à la récession, notamment grâce au Plan québécois des infrastructures lancé à l'automne 2007, les effets stimulants s'atténueront peu à peu et un certain ressac est même possible à cet égard en 2010.

La progression des investissements publics de près de 30 % survenue en 2008 a été nettement supérieure à celles du Canada et de l'Ontario. Or, l'enquête de Statistique Canada suggère que le Québec perdra cet avantage comparatif dès cette année. Les intentions d'investissement sont nettement

plus favorables dans la province voisine, tandis que celles du pays seront rehaussées par les mesures annoncées lors du dernier budget fédéral ainsi que dans certains budgets provinciaux. En 2010, le Plan québécois des infrastructures prévoit une accalmie des investissements, qui sera toutefois compensée par la contribution accrue du gouvernement Harper. Ainsi, même si le Québec n'a pas été en mesure de se doter d'un véritable plan de relance pour stimuler son économie, les effets du programme fédéral se feront pleinement sentir l'an prochain.

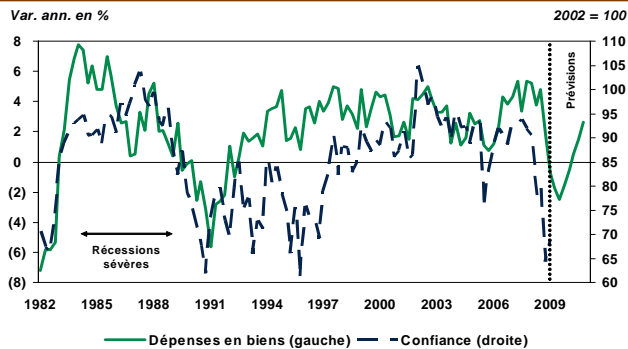
Le principal risque à la baisse qui pesait sur nos prévisions l'hiver dernier concernait les dépenses de consommation. À ce moment, la chute de la confiance des ménages attribuable à la violente correction boursière n'était pas accompagnée d'une détérioration du marché du travail. Ce n'est plus le cas. Les mises à pied se multiplient et s'étendent maintenant à la majorité des secteurs de l'économie. Même l'industrie aéronautique, que l'on croyait à l'abri en raison de son cycle d'affaires particulier, a annoncé des mises à pied dans certaines usines de Montréal. Le déclin de l'emploi devrait s'intensifier au cours des prochains mois sous l'effet de la récession. Plus de 100 000 travailleurs perdront leur poste, du sommet (fin 2008) au creux (mi-2010), ce qui fera momentanément augmenter le taux de chômage à près de 10 % pendant cette période (graphique 1). Cette détérioration prolongera l'affaiblissement de la consommation et fera remonter le taux d'épargne à 4,5 % à la fin de 2009. Comme ailleurs en Amérique du Nord, cette hausse reflète une plus grande prudence des ménages et constitue un retour à la normale après le creux atteint ces dernières années. La baisse de la consommation, qui est amorcée depuis la fin de 2008 (graphique 2), aura finalement fait plonger l'économie du Québec dans une sévère récession qui perdurera tout au long de 2009.

Graphique 1 – La récession fera remonter le taux de chômage à près de 10 %



Sources : Statistique Canada et Desjardins, Études économiques

Graphique 2 – Les dépenses de consommation en biens diminuent déjà

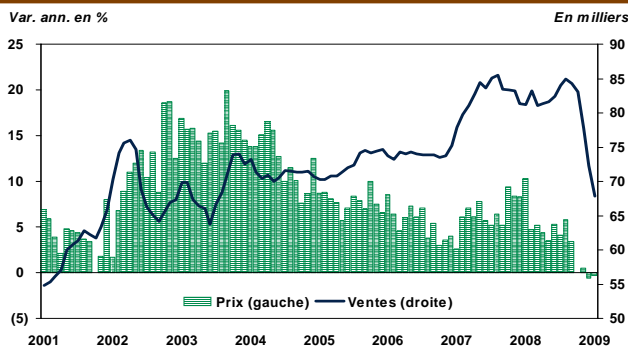


Sources : Conference Board du Canada, Institut de la statistique du Québec et Desjardins, Études économiques

La détérioration du contexte économique touche maintenant les fondations du secteur résidentiel. Les mises en chantier ont fléchi significativement, tandis qu’une cassure a caractérisé le marché de la revente. Dans ce contexte, les prévisions ont été abaissées. Les mises en chantier fléchiront d’environ 20 % cette année pour atteindre 38 000 unités. Le fait que le nombre de logements neufs inoccupés demeure relativement faible au Québec et que la période de surchauffe ait été moins intense qu’ailleurs au pays permettra d’éviter un atterrissage aussi brutal que celui en cours dans l’Ouest et en Ontario.

Les ventes de maisons existantes ont chuté de 30 % en janvier et de 25 % en février par rapport aux mois équivalents de 2008, ce qui est symptomatique d’un brusque changement de cap (graphique 3). Cette réduction de la demande exerce une pression à la baisse sur les prix moyens qui affichent déjà un léger recul. En février 2009, les prix ont diminué de 0,7 % par rapport au sommet de juin 2008. Ce mouvement devrait prendre de l’ampleur au cours des prochains mois de pair avec la décélération des ventes. Le nombre de propriétés qui changeront de mains diminuera de plus de 10 %, ce qui accentuera la réduction des prix. Bien que notre scénario table sur un recul des prix d’environ 2 %, une correction maximale de 5 % pourrait survenir en 2009.

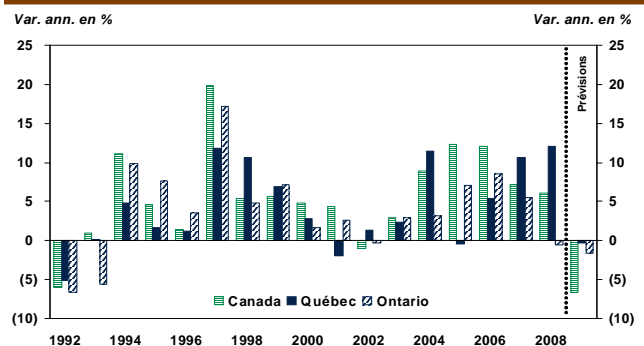
Graphique 3 – Les ventes de maisons chutent et les prix amorcent leur baisse



Sources : Association canadienne de l’immobilier et Desjardins, Études économiques

La situation s’est aussi passablement détériorée du côté des entreprises. Les intentions d’investissement sont, bien entendu, à la baisse en 2009 (graphique 4). Le Québec devrait toutefois mieux faire que l’Ontario et le Canada puisque les difficultés du secteur automobile et l’effondrement des prix des matières premières affectent plus négativement les perspectives dans le reste du pays. Le Québec est cependant affligé lui aussi par l’incertitude actuelle, le resserrement des conditions de crédit, l’accès limité au financement, la baisse des profits des entreprises et le repli du dollar canadien autour de 80 ¢US. Même si les intentions d’investissement, en baisse de 0,4 % en 2009, classent le Québec en bonne position sur l’échiquier national, le risque d’un recul plus prononcé que prévu est bien présent. Notre prévision table d’ailleurs sur un repli supérieur à 7 % des sommes investies par les entreprises cette année.

Graphique 4 – L’investissement des entreprises québécoises baissera moins qu’au Canada en 2009



Sources : Statistique Canada et Desjardins, Études économiques

Les profondes difficultés de l’économie américaine se traduiront par une lente convalescence, ce qui empêchera les exportations de renouer rapidement avec la croissance. Une certaine stabilisation est par contre prévue l’an prochain, à la suite du recul de 6,0 % anticipé en 2009. En somme, seul l’accroissement des dépenses publiques permettra d’amoinrir la sévère récession qui sévit actuellement au Québec. La contribution négative des ménages et des entreprises pèsera très lourd dans la balance cette année. La contraction du PIB réel (-2,1 %) sera toutefois un peu moins importante qu’au Canada (-2,8 %). La correction moins violente du secteur résidentiel, la meilleure résistance des investissements des entreprises et la poursuite du Plan québécois des infrastructures permettront de limiter les dégâts dans la province en 2009. La croissance de l’économie canadienne (+1,5 %) reprendra toutefois les devants par rapport à celle du Québec (+1,1 %) l’an prochain. La récession persistera jusqu’à la fin de l’année et la reprise prévue en 2010 sera particulièrement lente.

Hélène Bégin
Économiste senior

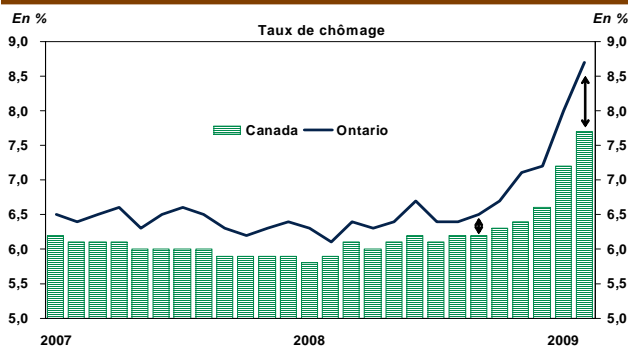
LE POINT SUR L'ONTARIO

Ontario : au coeur de la tourmente

L'évolution récente des indicateurs économiques illustre à quel point l'Ontario est particulièrement affecté par les difficultés. En outre, la province a encaissé une grande proportion des récentes pertes d'emplois au pays. Ainsi, le taux de chômage est passé à 8,7 % en février, une augmentation considérable par rapport au creux de 6,1 % observé il y a un an. L'Ontario affiche même, depuis le début de 2009, un taux de chômage supérieur à celui du Québec, une première depuis la création de cette série chronologique en 1976. Combinées à la détérioration de la confiance des ménages, les difficultés du marché du travail se répercutent de plus en plus sur les dépenses de consommation. Les ventes au détail ont diminué de 17,7 %, à rythme annualisé, au quatrième trimestre de 2008. L'Ontario est aussi l'une des régions les plus touchées par les déboires du marché immobilier. Non seulement le nombre de mises en chantier a fortement diminué au cours des derniers mois, mais le prix moyen des maisons existantes est en baisse d'environ 12 % depuis son sommet de la fin de 2007.

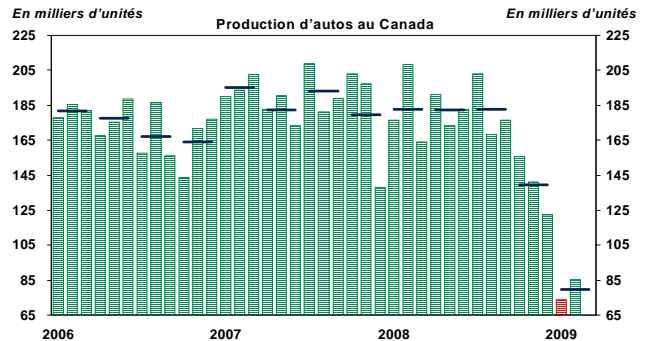
L'industrie de l'automobile suscite de grandes inquiétudes et les perspectives de croissance de l'économie ontarienne en sont grandement affectées. La production d'automobiles a chuté de près de 40 % en janvier dernier. Cette baisse significative s'explique par la faiblesse des ventes en Amérique du Nord, par le niveau élevé des stocks ainsi que par la mise en œuvre du plan de restructuration des trois grands fabricants américains. Malgré le rebond de 16 % de la production observé en février avec la reprise de certaines activités, tout porte à croire que cette industrie continuera à fonctionner au ralenti pour les prochains trimestres, voire les prochaines années.

Graphique 5 – Les conditions du marché du travail se dégradent plus rapidement en Ontario



Source : Ministère des Finances du Canada

Graphique 6 – La production d'autos a fortement chuté en janvier



Sources : Statistique Canada et Desjardins, Études économiques

À plus long terme, la restructuration des trois grands fabricants américains engendrera inévitablement des bouleversements importants. On devra sans doute réduire davantage la capacité de production. Ford vient d'ailleurs d'annoncer l'abolition d'un quart de travail à son usine de Windsor. Les employés canadiens et américains se sont récemment prononcés en faveur de certaines concessions visant à réduire le coût de main-d'œuvre des fabricants et ainsi améliorer leur compétitivité. Les gouvernements sont également mis à contribution. En plus des aides financières annoncées à la fin de 2008 par les gouvernements canadien et ontarien, le dernier budget fédéral proposait la création d'une facilité de 12 G\$ de crédit garanti visant à favoriser l'achat ou la location d'un véhicule neuf.

La restructuration de l'industrie de l'automobile sera toutefois une entreprise de longue haleine. À court terme, les perspectives de l'économie ontarienne en seront affectées et il ne fait nul doute que l'Ontario a entamé une récession l'automne dernier. La province pourrait même être la région qui subira la plus importante baisse de sa production en 2009. Malgré une accélération des investissements publics, il faudra attendre la stabilisation des dépenses de consommation et des investissements privés avant d'assister à une véritable reprise économique au début de 2010. Après une baisse de 3,3 % du PIB réel en 2009, une croissance de 1,0 % est donc prévue l'an prochain.

Benoit P. Durocher
Économiste senior

L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

Greffon de l'économie?

L'activité touristique est parfois considérée comme « accessoire » ou comme un complément de l'activité économique générale. En quoi héberger, restaurer et transporter les visiteurs est moins valable que de procurer les mêmes services pour les résidents d'une région donnée? Est-ce que le caractère non permanent de la clientèle desservie empêche de considérer cette activité économique au même titre que le commerce? Bon an, mal an, le secteur touristique accapare à lui seul autour de 2,7 % du PIB total du Québec, selon les évaluations les plus récentes de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ). C'est également une des rares activités présentes dans toutes les régions. Voilà pourquoi il est important d'en dresser un portrait en cette période de contraction économique pour voir dans quelle mesure elle sera mise à mal au cours de la présente année.

LE TOURISME, SOURCE D'ENRICHISSEMENT

Voilà comment l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), un organisme connexe des Nations Unies, a décidé de faire connaître l'industrie au début des années 2000. En fait, on estime que le tourisme profite aux personnes, aux familles et aux communautés puisque la construction d'infrastructures d'accueil bénéficie également aux populations locales. Il rapporte également aux États des recettes fiscales tout en contribuant à la diffusion des cultures.

Il est difficile d'établir la proportion de l'industrie du transport, de l'hébergement et de la restauration qui est attribuable au tourisme : c'est un travail fort délicat qui a été confié à l'ISQ. Le tourisme compterait pour 2,7 % du PIB québécois selon les estimations les plus récentes qui ont été réalisées en 2005. Il y a tout lieu de croire que la part de l'industrie touristique dans l'économie québécoise n'a pas changé de façon importante depuis. Ce pourcentage est supérieur à l'agriculture, la foresterie et la chasse réunies (1,8 % en moyenne au cours des 4 dernières années), la construction résidentielle (autour de 2 %), la première transformation des métaux (2,1 %) et la fabrication de produits aérospatiaux et des pièces (1,8 %).

On évaluait à 7,4 G\$ le PIB généré par les dépenses des touristes et des excursionnistes de toutes provenances au Québec en 2005. L'Institut stipule que chaque fois qu'un touriste débourse 100 \$ au Québec, environ 73 \$ profitent à l'économie québécoise¹. En fait, l'ISQ affirme que « en se basant sur le modèle intersectoriel de l'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 »² (tableau 1). L'essentiel de la prestation de services est livrée sur place, ce qui, sans doute, donne un apport économique local plus considérable au tourisme.

L'INDUSTRIE TOURISTIQUE À GRANDS TRAITES

Le tourisme, c'est environ 30 000 entreprises réparties principalement en quatre grands segments : l'hébergement, la restauration, le transport et le divertissement et les loisirs. Ces secteurs comptaient environ 388 000 emplois en 2005. Environ le tiers d'entre eux était directement attribuable au tourisme, soit une moyenne annuelle de 133 000 (tableau 2). En haute saison, ce chiffre pouvait atteindre plus de 150 000 travailleurs. À ces emplois directs s'en greffaient 53 000 indirects. On peut présumer que le nombre de travailleurs a augmenté quelque peu depuis : dans l'hébergement et la restauration, il a connu une hausse de 13,4 % entre 2005 et 2008. Ceci est nettement supérieur à la hausse de 4,4 % pour l'emploi total au Québec durant la même période.

Près de 200 secteurs d'activité économique sont touchés par l'activité touristique. Le graphique 7 permet de voir que l'hébergement récolte la part du lion. Il est suivi par la restauration. Jusque-là, tout est conforme à l'idée générale que l'on se fait du secteur. La troisième place est occupée par le commerce de détail, qui reçoit davantage que le transport aérien. Pas étonnant que les centres commerciaux organisent des navettes gratuites en provenance des grands hôtels pour attirer les éventuels acheteurs chez eux. Le magasinage est, par ailleurs, la deuxième activité favorite des Américains en voyage à l'étranger (74 % pratiquent cette activité).

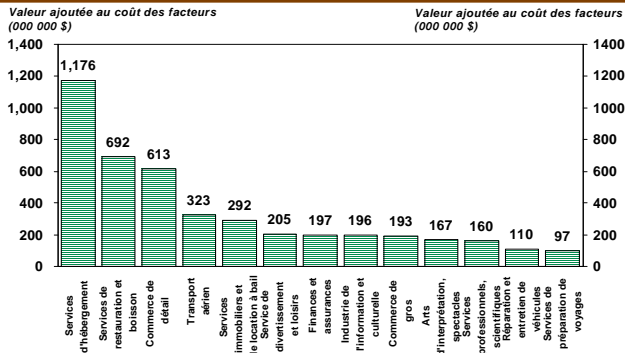
Au cours des dernières années, l'ascension du dollar canadien a agi comme répulsif pour les touristes américains et comme incitatif pour les Québécois à

Tableau 1 – Comparaison sectorielle de l'impact d'une dépense de 100 \$

	<i>Tourisme</i>	<i>Construction résidentielle</i>	<i>Fabrication de produits aéronautiques</i>
PIB	72 \$	66 \$	57 \$
Salaires et revenus	57 \$	65 \$	58 \$
Revenus fiscaux et parafiscaux	26 \$	18 \$	10 \$

Sources : Institut de la statistique du Québec et ministère du Tourisme

Graphique 7 – Répartition de la valeur ajoutée générée par le tourisme selon les secteurs d'activité économique en 2005



Sources : Institut de la statistique du Québec, *Études d'impact économique produites à l'aide du modèle intersectoriel*, Ministère du Tourisme.

visiter les plages de la côte Est américaine ou les vignobles californiens. Les recettes touristiques des dernières années en sol québécois ont continué d'augmenter moins vite que l'économie en général. Le graphique 8 permet d'apprécier la croissance comparée du PIB québécois (en dollars courants) et celle des dépenses touristiques.

LE TOURISME SOUS INFLUENCE

Outre la monnaie, d'autres facteurs peuvent avoir une influence sur l'activité touristique. Pour les voyageurs canadiens et québécois, la bonne ou la mauvaise santé de l'économie peut influencer les intentions de voyage. La mesure se fait par l'évolution du Produit intérieur brut (PIB) réel. Ainsi, une croissance du PIB réel augure bien pour le tourisme. Par contre, un recul du PIB réel est rarement compatible avec une activité touristique florissante. La croissance économique suscite la confiance des consommateurs qui seront plus libéraux dans leurs dépenses dans la mesure où leur emploi n'est pas menacé. Ce constat s'applique tant aux voyages à l'intérieur du pays qu'à ceux outre frontières.

D'autres éléments viendront, à moyen terme, influencer à la hausse ou à la baisse les dépenses touristiques. L'obligation de détenir un passeport valide ou un autre document sécuritaire approuvé aux États-Unis rendra le passage aux frontières plus compliqué. Ceci pourrait ralentir le tourisme en provenance des États-Unis et limiter les voyages des Canadiens vers les États-Unis. L'effet n'est cependant pas encore mesurable.

L'arrivée massive de touristes chinois pourrait insuffler une énergie nouvelle au secteur touristique canadien et qué-

bécois. Pour ce faire, il faudrait que le Canada acquière le statut de destination approuvée par la Chine pour lequel il s'active depuis plusieurs années.

Enfin, la multiplication des destinations exotiques entre directement en concurrence avec ce que nous avons à offrir. La lutte s'avive. Si le Québec veut garder la tête hors de l'eau, il faut qu'il mette en évidence les atouts dont il dispose pour rivaliser avec le tourisme international.

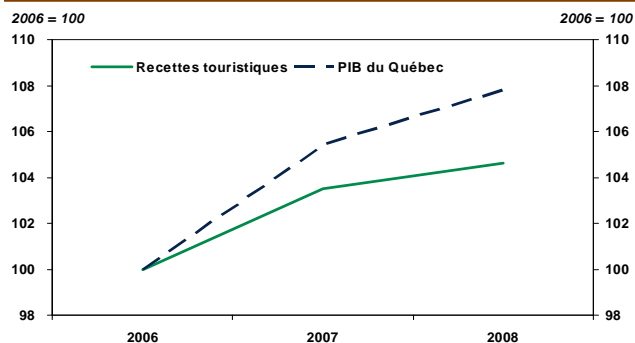
TOURISME ET RALENTISSEMENT ÉCONOMIQUE : UN COUPLE DÉSASSORTI

L'année 2008 a été placée sous le signe du ralentissement économique, surtout au deuxième semestre. Ainsi, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) a observé qu'avant l'effondrement des marchés financiers, le nombre d'arrivées de touristes internationaux partout dans le monde avait progressé de 6 % par rapport à la même période en 2007. En seconde moitié de 2008, l'OMT a enregistré une baisse de 1 %. Au cours des quatre années précédentes (2004 à 2007), la progression moyenne enregistrée dépassait 7 %, ce qui était supérieur à celle à long terme estimée à environ 4 %. Pour 2008, on note donc une croissance totale de 2 %. Ce qui fait dire à l'organisation que le tourisme a mieux résisté à l'onde de choc de la récession que les secteurs de l'habitation, de l'immobilier et de l'automobile. Ses pronostics pour 2009 sont peu encourageants puisqu'on envisage un recul de 1 à 2 %.

Tableau 2 – Nombre d'emplois touristiques au Québec en 2005, par région administrative

Régions administratives	Emplois générés par le tourisme en 2005		
	Moyenne annuelle	Haute saison	
		Mois	Nombre
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	1 613	Août	2 525
Bas-St-Laurent	2 905	Septembre	3 459
Capitale-Nationale	14 627	Juillet	16 849
Chaudière-Appalaches	4 443	Septembre	5 914
Estrie	4 727	Août	5 670
Centre-du-Québec	2 604	Mars	3 861
Montérégie	19 087	Décembre	21 825
Montréal	39 037	Juillet	49 459
Laval	6 690	Août	8 575
Lanaudière	5 558	Mai	6 401
Laurentides	12 843	Juillet	16 750
Outaouais	6 783	Août	8 448
Abitibi-Témiscamingue	2 006	Décembre	2 745
Mauricie	3 957	Août	5 368
Saguenay-Lac-St-Jean	4 034	Juillet	5 526
Côte-Nord et Nord-du-Québec	2 356	Septembre	3 022
Ensemble du Québec	133 271		166 398

Sources : Statistique Canada, *Enquête sur la population active*; Institut de la statistique du Québec, *Compilation spéciale*; ministère du Tourisme.

Graphique 8 – Évolution des recettes touristiques et du PIB du Québec, 2006 à 2008, en \$ courants


Sources : Institut de la statistique du Québec, ministère du Tourisme, Statistique Canada et Desjardins, Études économiques

Aux États-Unis, selon le département du commerce américain, la situation s'est particulièrement détériorée lors du quatrième trimestre de 2008, bien que des reculs aient été enregistrés avant. Les dépenses réelles liées aux voyages et au tourisme chez l'oncle Sam ont diminué de 8 % d'octobre à décembre, par rapport à la même période l'année précédente. La principale réduction est attribuable à un recul de 20,4 % des dépenses liées aux voyages en avion. On devine aisément que, devant la détérioration générale de l'économie, les particuliers et les entreprises ont restreint, voire même annulé, certains déplacements aériens.

Au Canada, on a observé une diminution du nombre d'embarquements et de débarquements dans les 30 principaux aéroports canadiens, et ce dès la fin de l'été. Toutefois, l'année avait bien débuté. Le cumul de janvier à octobre dressait un portrait positif des dix premiers mois de 2008 : une croissance de 2,7 % par rapport à la même période en 2007. Dans le secteur hôtelier, on a noté des signes de détérioration. Selon le groupe PKF Consulting, une firme spécialisée dans l'analyse du secteur hôtelier, le taux d'occupation des hôtels a grimpé jusqu'en octobre au Canada comparativement à 2007. Le cumul de janvier à août était de +1,2 % par rapport à la même période l'année précédente. En octobre seulement, on notait une diminution de 1,9 % si on compare avec le même mois en 2007.

L'essoufflement s'est manifesté au cours de l'automne, au fur et à mesure où les probabilités de récession se précisaient au Canada. La précarité de l'économie et le recul du dollar canadien ont ralenti les voyages au pays et à l'extérieur. En octobre seulement, les voyages de plus de 24 heures aux États-Unis ont diminué de 5,1 % par rapport au même mois en 2007.

ET LE QUÉBEC DANS TOUT ÇA ?

Au Québec, le bilan ne peut être établi avec tous les paramètres, mais l'année 2008 ne semble pas avoir été aussi ardue qu'ailleurs en Amérique du Nord. Tout d'abord, du point de vue économique, les conditions ne se sont pas détériorées

aussi rapidement. Les pertes d'emplois se sont matérialisées à compter de décembre dernier, alors que les États-Unis ont encaissé des diminutions de l'emploi de janvier à décembre. De plus, l'effondrement du marché immobilier et la diminution du prix des maisons n'ont pas eu d'effet aussi dévastateur sur le marché de l'habitation au Québec. Bien sûr, la hausse précipitée du prix de l'essence en première moitié d'année et la chute des indices boursiers en a refroidi plus d'un. En conséquence, le moral des Québécois, tel que mesuré par l'indice de confiance du Conference Board, a périclité (graphique 9). Cependant, la force du dollar canadien a favorisé les déplacements à l'extérieur du pays, au moins jusqu'à l'automne.

Des éléments, de toute autre nature, ont aussi influencé les dépenses touristiques au Québec. D'abord, les fortes précipitations de neige au cours de l'hiver 2008 ont accru l'achalandage d'environ 11 % pour la saison 2007-2008 par rapport à l'année précédente, pour 80 stations de ski québécoises. Par contre, l'été pluvieux dans les agglomérations de Québec et Montréal a fait fuir les terrains de camping et a diminué les revenus des restaurants avec terrasse par rapport aux années antérieures.

Les célébrations entourant le 400^e anniversaire de la ville de Québec ont certes joué en faveur des dépenses touristiques l'an dernier, au grand dam des régions avoisinantes qui n'ont pas profité de cette manne touristique.

Tableau 3 – Répartition des emplois par secteur d'activité - 2005

	Nombre	%
Services de restauration et débits de boissons	28 400	21,3
Services d'hébergement	27 600	20,7
Loisirs et spectacles	18 100	13,6
Autres secteurs du service de passager	10 800	8,1
Service de préparation de voyages et de réservation	10 700	8,0
Transport aérien	7 400	5,6
Location et location à bail de matériel automobile	1 000	0,8
Autres secteurs d'activité	29 300	22,0
Total	133 300	100,0

Sources : Statistique Canada, Institut de la statistique du Québec, compilation spéciale, ministère du Tourisme

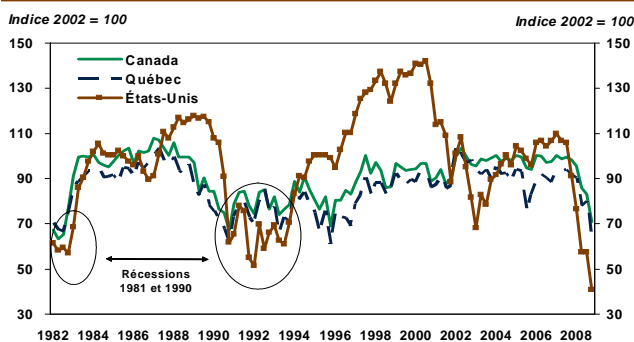
LE TOURISME D'AFFAIRES : PREMIER ÉCHAUDÉ EN TEMPS DE CRISE

Le verdict de l'organisation américaine, la Travel Industry Association (TIA), est clair : 2008 a été une année difficile et 2009 sera dans la même veine. En fait, on estime à 3,8 % la baisse des voyages d'affaires domestiques aux États-Unis et l'on prévoit que le recul sera d'environ 2,7 % en 2009. De nombreux éléments s'additionnent pour noircir l'horizon du tourisme d'affaires. D'abord, le climat économique maussade prédispose davantage au resserrement des dépenses des entreprises, quelles qu'elles soient. De plus, nombre d'entreprises cotées en bourse ont vu la valeur de leurs actions dégringoler et elles doivent rendre des comptes à leurs actionnaires tout en mettant au point des stratégies de réduction des dépenses. Parmi la panoplie d'actions proposées en lien avec l'industrie touristique, on note que les voyages d'affaires ont et seront limités au profit des vidéos et des téléconférences. Les gratifications ou les voyages de motivation seront dans certains cas éliminés.

On observe aux États-Unis quelques initiatives pour mousser l'activité touristique en sol américain. Une d'entre elles retient l'attention : il s'agit d'une campagne pour favoriser l'organisation et la rétention d'activités d'affaires et de congrès sur le territoire américain. L'initiative, baptisée « Keep America Meeting » passe entre autres par la signature d'une pétition qui sera éventuellement acheminée au Congrès et à la Maison-Blanche.

Par ailleurs, le climat économique actuel amène aussi un resserrement de l'offre des services aériens. Ainsi, le nombre de vols a diminué, ce qui réduit la souplesse des horaires que procurent les voyages en avion. Par ailleurs, au fil des années, un certain nombre d'irritants ont contribué à ralentir la croissance du tourisme d'affaires : mesures de sécurité accrues, surcharges de carburant ou retour de la règle « nuitée obligatoire le samedi », communément appelé le « Saturday night Stay » qui pénalise les voyages d'affaires. Bref, les conditions actuelles sont davantage propices à un recul du tourisme d'affaires pour 2009 qu'à son expansion. Le relèvement de l'économie mondiale en 2010 sera un baume pour l'industrie.

Graphique 9 – Indice de confiance



Sources : Conference Board et Desjardins, Études économiques

2009 SOUS DES AUSPICES PEU FAVORABLES

À priori, l'année 2009 s'ouvre sur des perspectives peu favorables pour l'industrie touristique qu'elle soit mondiale, nord-américaine, canadienne ou québécoise. Selon un sondage publié par American Express à l'automne 2008, 70 % des entreprises en Europe prévoient geler ou réduire les budgets d'affaires en 2009, en compensant par une utilisation accrue de la vidéoconférence. Par ailleurs, cela ne signifie pas un effondrement de toutes les dépenses liées aux affaires. Dans l'industrie des congrès, les événements se confirment plusieurs années à l'avance. C'est peut-être en 2010 ou en 2011 que les répercussions se feront sentir avec plus d'acuité et cela reste à prouver. À défaut d'annuler les activités, il pourrait y avoir moins de participants à celles déjà programmées.

Au chapitre mondial, les perspectives sont mixtes. En Chine et en Inde, le ralentissement économique refroidira les intentions de voyage. Selon le Conference Board américain, ces dernières sont très basses aux États-Unis, à l'image des niveaux de confiance des consommateurs. On s'attend également à ce que les entreprises serrent les cordons de leur bourse, jusqu'à ce qu'une embellie se dessine du côté américain, ce qui pourrait advenir seulement en 2010.

En dépit du pessimisme ambiant, il ne faut pas perdre de vue qu'il y a tout de même des gens qui continueront de voyager. Il faut remettre en perspective qu'environ 70 % des dépenses touristiques du Québec sont attribuables à des touristes canadiens et québécois, qui sont touchés moins sévèrement que les Américains et les Européens par la présente récession économique. L'industrie touristique ne s'en va pas à vau-l'eau, elle encaissera une réduction d'activité. De son côté, la Commission canadienne du tourisme (CCT) recommande à l'industrie de cibler ses efforts du côté de ceux qui résistent le mieux au ralentissement économique; en effet, toutes les entreprises ne sont pas touchées au même titre. Par ailleurs, il y a des secteurs d'activité et des professions qui doivent leur prospérité aux contacts fréquents qu'ils entretiennent avec leurs clients. Ceux-là ont besoin de services. Néanmoins, au total, le tourisme d'affaires rapportera moins qu'en 2008.

Pour le tourisme d'agrément, on sait d'ores et déjà que pour les activités hivernales, les réservations de vacances de ski sont inférieures à ce qu'elles étaient l'an dernier à la même période. C'est ce qu'indiquent les données les plus récentes parues pour les grandes stations de l'Ouest canadien et américain pour la saison 2008-2009.

La plupart des analystes prévoient une amélioration en 2010, lorsque la reprise économique sera confirmée. En attendant, ce sont les régions qui pourraient tirer parti de la situation. Les entreprises étant tentées de limiter les frais de déplacement et d'hébergement, les rencontres hors des lieux de travail pour-

VISITER LE QUÉBEC OU ALLER AUX ÉTATS-UNIS?

La baisse des prix de l'essence cette année donne un répit aux vacanciers. Ainsi, les Québécois sont de nouveau placés devant le sempiternel dilemme du « voyage au Québec ou aux États-Unis »? La question peut se poser en d'autres termes : l'économie sur les prix de l'essence est-elle suffisante pour compenser la baisse du dollar canadien? Pas nécessairement.

Il faut procéder à quelques calculs et comparer avec la situation qui prévalait en 2008. L'an dernier, au cours des mois de mai à août, le dollar canadien était à parité avec le dollar américain et la moyenne des prix à la pompe pour l'essence régulière était de 138,5 cents le litre. Deux hypothèses de travail sur le prix de l'essence ont été retenues pour 2009 : une moyenne de 90 cents et une autre de 105 cents le litre (tableau 4). Un déplacement total de 2 500 kilomètres a été choisi, ce qui permet beaucoup de latitude dans les destinations, qu'elles soient québécoises ou américaines. Le calcul a été effectué pour quatre types de véhicules avec des capacités de réservoir différentes. L'économie maximale réalisée sur le coût de l'essence est d'environ 130 \$.

Tableau 4 – Le coût de l'essence pour parcourir 2 500 km

Réservoir en litres	Nbre de km parcourus par plein	Nbre de pleins pour parcourir 2 500 km	Coût moyen à l'été 2008 ¹ pour 2 500 km	Coût en 2009		Différence par rapport à 2008	
				Moyenne de prix à 90 cents/litre	Moyenne de prix à 105 cents/litre	Hypothèse #1 à 90 cents	Hypothèse #2 à 105 cents
				Hypothèse #1	Hypothèse #2		
70 litres	650 km	3.85	372,89 \$	242,30 \$	282,69 \$	-130,59 \$	-90,20 \$
60 litres	575 km	4.35	361,30 \$	234,78 \$	273,91 \$	-126,52 \$	-87,39 \$
45 litres	475 km	5.26	328,05 \$	213,16 \$	248,68 \$	-114,89 \$	-79,37 \$
35 litres	450 km	5.56	269,33 \$	175,00 \$	204,17 \$	-94,33 \$	-65,16 \$

¹ Moyenne des prix en mai, juin, juillet et août 2008 - 138,5 cents/l.
Source : Desjardins, Études économiques

En parallèle, quatre budgets de séjour ont été comparés par rapport à ce qu'il en coûtait en 2008 : de 750 \$ à 2 000 \$ (tableau 5). On suppose que ces budgets comprennent l'hébergement (camping, location de maison, motel ou hôtel), la nourriture, les déplacements et les activités. À des fins de comparaison, deux hypothèses de travail ont été choisies pour le dollar canadien. La première suppose que le dollar canadien vaut environ 80 cents américains pour la période de mai à août et la seconde est de l'ordre de 90 cents américains.

Tableau 5 – Le coût d'un séjour sur la côte Est américaine quatre budgets de séjour

Coût estimé du séjour	Coût en 2008	Coût en 2009		Différence par rapport à 2008	
	* Dollar canadien à parité	Dollar canadien à 0,80 \$US Hypothèse #1	Dollar canadien à 0,90 \$US Hypothèse #2	Hypothèse #1 à 0,80 \$US	Hypothèse #2 à 0,90 \$US
750 \$ canadiens	750 \$ canadiens	937,50 \$	833,33 \$	187,50 \$	83,33 \$
1 000 \$ canadiens	1 000 \$ canadiens	1 250,00 \$	1 111,11 \$	250,00 \$	111,11 \$
1 500 \$ canadiens	1 500 \$ canadiens	1 875,00 \$	1 666,67 \$	375,00 \$	166,67 \$
2 000 \$ canadiens	2 000 \$ canadiens	2 500,00 \$	2 222,25 \$	500,00 \$	222,22 \$

* La plus forte économie réalisée sur la baisse du prix de l'essence est de 130,59 \$.
Source : Desjardins, Études économiques

Si le dollar canadien se situe aux environs de 80 cents américains, l'hypothèse la plus plausible actuellement, la hausse du coût du séjour aux États-Unis s'établit entre 187 \$ et 500 \$ canadiens en 2009 par rapport à 2008. Cette dépense supplémentaire est supérieure aux gains obtenus suite à la baisse des prix de l'essence. On se rappellera que l'économie maximale réalisée sur le coût de l'essence est d'environ 130 \$ pour un trajet de 2 500 kilomètres. Cette conclusion est valide que le prix de l'essence soit à 80 cents ou à 105 cents le litre. Si le dollar canadien se situe aux environs de 90 cents, le voyage aux États-Unis est moins coûteux seulement pour les plus grosses cylindrées, avec un budget de voyage de 1 000 \$ et moins de l'essence à 80 cents le litre. Toutefois, il ne faut pas perdre de vue que l'essence achetée aux États-Unis devra être majorée de plus de 20 % compte tenu de la faiblesse relative du dollar canadien...

ront se faire davantage dans les hôtels et sites locaux, plutôt que dans des centres urbains ou des sites de villégiature très éloignés. En fait, certains analystes parlent « d'événements plus courts et de destinations locales ». Il est possible que les hôtels et les centres de congrès offrent des forfaits particuliers pour garder contact avec leur clientèle.

Par ailleurs, la faiblesse relative du dollar canadien et la baisse des coûts de l'essence sont des atouts pour les régions québécoises. La comparaison avec les prix prévalant l'an dernier à la même période permet de dégager quelques conclusions (voir l'encart en page 11).

Comment survivre en 2009? Compte tenu du contexte économique morose actuel, la proposition de forfaits par les établissements (hébergement, restauration et autres) présente des avantages. Ils fixent à l'avance les prix et les conditions d'un séjour et permettent de mieux planifier les dépenses de vacances. Dans un environnement économique incertain, les offres fermes ont un caractère « sécuritaire » et font en sorte que les surprises qui attendront les visiteurs seront celles qu'ils auront décidé de s'accorder et non celles que leur réservent les frais « cachés ». Par ailleurs, la possibilité d'offres croisées, qui permet d'obtenir des rabais en jumelant différentes activités, est une autre avenue qui mérite d'être explorée. L'année 2009 mettra l'inventivité de l'industrie touristique à l'épreuve.

INTERNET, OU IL ÉTAIT UNE FOIS LA RÉVOLUTION...

Internet a changé la manière de voyager et de préparer des escapades. Il a aussi modifié la façon dont l'industrie touristique doit se mettre en vitrine... Le Web a d'abord touché le réseau de distribution dans les années 1990. La possibilité d'acheter des billets d'avion en ligne et de réserver des chambres d'hôtel dans les grandes chaînes hôtelières a séduit de nombreux acheteurs qui ont laissé tomber leur agence de voyages. En fait, du milieu des années 1990 à 2008, le nombre d'agences a pratiquement diminué de moitié aux États-Unis (de 34 000 à 18 000).

Le rôle des agences de voyages a changé, elles vendent désormais moins de billets d'avion, se concentrant davantage sur d'autres opérations, que ce soit l'organisation d'événements très spéciaux (mariage à l'étranger, excursions exotiques, etc.) ou les ventes d'hébergement et de tours organisés ou les croisières, qui est un marché en croissance. Par ailleurs, on a annoncé prématurément la mort des agences de voyages ces dernières années. Si nombre d'entre elles ont fermé, elles n'ont pas toutes abandonné. Même des internautes expérimentés n'hésitent pas à recourir aux services d'un professionnel pour des besoins particuliers. Par ailleurs, certaines personnes préféreront faire affaire avec un conseiller, s'assurant ainsi un point de contact et un responsable en cas de pépin. Aux États-Unis, on observe que de nombreux expérimentateurs sont de retour auprès des agences après quelques déceptions dans leurs tentatives de se débrouiller seuls.

Les agences de voyages ne sont pas toutes égales devant ce phénomène. Les agences corporatives ont subi des changements moins profonds. C'est davantage sur les prix que la bataille s'est livrée. Des concurrents très agressifs comme Expedia.ca ont littéralement cassé les prix et occupé beaucoup de place dans les médias pour s'accaparer le marché.

La place qu'occupe désormais Internet change les façons de faire dans l'industrie touristique. La grande toile oblige chaque région touristique à s'organiser de façon très cohérente afin de maximiser chaque clic de souris. En fait, l'industrie touristique crée désormais des emplois dans l'élaboration et l'entretien de sites sur le Web. Internet force les régions à afficher leurs différences, leurs couleurs, leurs saveurs régionales ainsi que le caractère unique de leurs activités. Cette différenciation doit apparaître rapidement pour éviter que les internautes butinent d'un site à l'autre, il faut pouvoir transformer le visiteur virtuel en visiteur potentiel. Rien qu'en 2007, pas moins de 4,1 millions d'internautes ont visité le site bonjourquebec.com, le site Web promotionnel du ministère du Tourisme. Si les dépliants publicitaires ont encore leur place, ils n'ont pas l'exclusivité. Par ailleurs, on soupçonne à peine les changements que commandera l'offre de services sur les téléphones mobiles. Assurément, il y aura de l'action.

ATTENDRE QUE LE MAUVAIS TEMPS PASSE?

L'année 2009 s'annonce difficile en raison de la récession. Il faut s'attendre à un recul de l'industrie touristique par rapport à 2008. Comment se compare-t-il avec celui de 2001, alors que l'économie américaine avait subi une récession et les attentats du 11 septembre? On n'a noté, cette année-là, aucune diminution du PIB québécois de l'industrie du transport et de l'entreposage québécoise ni de celui de l'hébergement et de la restauration. Il faut dire que les économies canadienne et québécoise n'étaient pas en récession. Cette fois-ci le ralentissement est généralisé, quoique moins sévère au Québec. Ce pronostic n'est pas une raison de baisser les bras, encore moins de se mettre à l'abri en attendant que l'orage passe. Il faut s'afficher auprès des Québécois qui seront, vraisemblablement, moins touchés que le reste des Nord-Américains par le refroidissement économique. La faiblesse relative du dollar canadien les incitera à rester de ce côté-ci de la frontière. Encore faut-il s'assurer qu'ils voyageront au Québec et qu'ils résisteront au chant des sirènes de l'Atlantique et à l'appel des sommets de la côte Ouest...

Joëlle Noreau
Économiste principale

¹ Tourisme Québec, Direction de la recherche et de la prospective, Le tourisme, une industrie importante pour le Québec, édition 2006.

² Idem p.6-7.

L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

Une affaire de centres urbains... et de régions

L'industrie touristique est présente dans chaque région québécoise. Chacune bataille pour attirer vers elle un nombre croissant de visiteurs année après année. Les initiatives se multiplient pour coordonner les activités régionales et locales, mieux planifier le tourisme d'affaires et regrouper les efforts de chacun pour maximiser la visibilité. Ce n'est pas parce que le chemin parcouru depuis une vingtaine d'années a été considérable que les vingt prochaines seront de tout repos... Vieillesse de la main-d'œuvre, multiplication des créneaux et développement durable nécessiteront des efforts constants. Jamais l'hospitalité et l'accueil n'auront été déclinés d'autant de manières.

UNE PART SIGNIFICATIVE DE L'EMPLOI

On compte huit régions administratives où l'emploi généré par le tourisme dépasse 3 % de l'emploi total en 2007 (tableau 6). La moyenne provinciale s'établit à 3,5 %. Toutes proportions gardées, hormis la Côte-Nord et le Nord-du-Québec (5,5 %), c'est en Mauricie où la part des postes occupés par le tourisme, dans le total des emplois régionaux, est la plus élevée (4,4 %). Elle est suivie par les Laurentides (4,1 %), ex aequo avec le Bas-Saint-Laurent. Viennent ensuite la Capitale-Nationale et l'Outaouais avec 3,9 %.

Quels sont les secteurs qui ont vu leur nombre d'emplois croître plus rapidement? On ne peut établir une comptabilité exacte de tous les emplois directement attribuables au tourisme. Toutefois, on peut tenter de voir où la croissance a été la plus fébrile depuis dix ans (tableau 7). Si on exclut les

emplois dans les parcs pour véhicules de plaisance, qui ont progressé de près de 75 % (2 493 en 1998 à 4 328 en 2008) selon Statistique Canada, ce sont les emplois dans les restaurants à service complet qui remportent la palme avec une croissance de 35,9 %. Ils sont passés d'environ 76 750 en 1998 à 104 100 l'an dernier. Cette progression est nettement supérieure à celle de la moyenne québécoise durant la même période (19,2 %).

Un des défis de l'industrie touristique demeure la rétention et le recrutement de travailleurs. À ce chapitre, aucune région ne semble épargnée. Les horaires atypiques et saisonniers, qui sont le lot d'une majorité de travailleurs du secteur, rendent le recrutement plus difficile. La rareté de main-d'œuvre pose de réels problèmes aux restaurateurs et aux hôteliers. C'est peut-être ce qui explique que la rémunération horaire des salariés de ce secteur se soit accrue plus rapidement que celle de tous les salariés québécois au cours des dix dernières années (tableau 8). On a peut-être tenté de rendre la rémunération plus alléchante.

En 2008, la rémunération horaire moyenne (incluant le temps supplémentaire) dans l'hébergement et la restauration atteignait 11,61 \$, ce qui était inférieur à celle dans le commerce de détail (13,82 \$), les services en général (17,29 \$) et la moyenne québécoise (18,66 \$). Cependant, même si la rémunération dans l'hébergement et la restauration demeure en deçà de la moyenne, elle s'est accrue beaucoup plus rapidement depuis 1998 (+31,9 %) que celles du Québec (+22,6 %), des services (+21,2 %) et du commerce de détail (+22,7 %). On observe que la tendance est encore plus forte dans la restauration (+39,8 %). Peut-on attribuer cette progression à la hausse rapide du salaire minimum ces dernières

Tableau 6 – Importance relative des emplois dans le tourisme

Régions administratives	Emplois générés par le tourisme en 2007	Emploi totaux en 2007	Importance relative (en %)
Bas-St-Laurent	3 700	9 400	4,1
Saguenay-Lac-St-Jean	3 500	126 600	2,8
Capitale-Nationale	13 700	353 700	3,9
Mauricie	5 100	116 800	4,4
Estrie	2 800	149 300	1,9
Montréal	40 600	950 000	1,1
Outaouais	7 300	187 500	3,9
Abitibi-Témiscamingue	2 300	66 900	3,4
Côte-Nord et Nord-du-Québec	2 700	49 000	5,5
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	1 300	35 000	3,7
Chaudière-Appalaches	5 000	206 700	2,4
Laval	5 800	203 000	2,9
Launaudière	5 600	219 400	2,6
Laurentides	11 000	271 500	4,1
Montérégie	20 700	709 400	2,9
Centre-du-Québec	2 600	116 400	2,2
Le Québec	133 700	3 851 700	3,5

Sources : Emploi Québec, ministère du Tourisme et Desjardins, Études économiques

Tableau 7 – Emploi - secteurs associés de près au tourisme

	Niveau en 2008	Var. 1998-2008 En %
Transport aérien	11 964	(11,0)
Transport en commun et transport terrestre de voyageurs	32 456	18,2
Hébergement et restauration	225 716	24,5
- Hébergement	33 670	25,0
. Hébergement des voyageurs	28 728	19,2
. Parc pour véhicules de plaisance	4 328	73,6
- Services de restaur. et débits de boissons	192 047	24,4
. Service complet	104 099	35,9
. Service restreint	59 203	19,0
. Débits de boissons	16 056	(7,1)

Sources : Statistique Canada et Desjardins, Études économiques

années? Pas entièrement puisque ce dernier est passé de 6,90 \$/l'heure en octobre 1998 à 8,50 \$/l'heure en mai 2008, une progression de 23,3 %. En ce qui a trait au salaire minimum à pourboire, il est passé de 6,15 \$/l'heure en octobre 1998 à 7,75 \$/l'heure en mai 2008, une croissance de 26 %.

L'HOMO TOURISTUS AU QUÉBEC

On estime que plus de 28 millions de visiteurs ont sillonné le Québec en 2006 et qu'ils y ont dépensé presque 7 G\$. Parmi eux, 20,5 % ont visité la région de Montréal et y ont effectué le tiers des dépenses touristiques du Québec cette année-là. La seconde région la plus visitée est celle de Québec avec 4,4 millions de visiteurs (soit 15,5 % du nombre total) et 19,5 % des dépenses en 2006. Les Laurentides arrivent en troisième place avec 2,8 millions de visiteurs (9,9 % du total) et 8,4 % des dépenses. Jusque-là, il n'y a rien de très surprenant.

C'est dans les dépenses par séjour que l'on bouscule les idées reçues... En moyenne, au Québec, les visiteurs dépensent 246 \$ par séjour (tableau 9). C'est au Nunavik, au nord du 55° parallèle que les dépenses sont le plus élevé : 1 427 \$/séjour. On accède à ce territoire que par avion ou par bateau et l'on conçoit aisément qu'il ne s'agit pas d'escapades de 24 heures ou moins, ce qui contribue à hausser les dépenses d'un séjour. Mis à part le Nunavik, la région des Îles-de-la-Madeleine est celle où la dépense par séjour est la plus élevée avec 631 \$ en 2006. Là également, l'accès par bateau ou par avion rend les visiteurs un peu plus captifs que sur le continent. La troisième région au palmarès est celle de Montréal, où l'on dépense en moyenne 404 \$. Le tourisme d'affaires (congrès, rencontres d'affaires, etc.) n'est certes pas étranger à ce niveau élevé de dépenses. Montréal est suivi de près par la région

touristique de Duplessis sur la Basse-Côte-Nord (397 \$/séjour) et par la Gaspésie (327 \$/séjour). La distance à parcourir pour rejoindre ces destinations et en faire le tour étant assez grande par rapport aux centres urbains de Montréal et Québec, il n'est pas étonnant d'y consacrer quelques jours, ce qui contribue à mousser les dépenses. Vient ensuite la région de Québec (309 \$/séjour) qui peut aussi compter sur le tourisme d'affaires pour gonfler la moyenne. La région de Laval tire son épingle du jeu avec des dépenses estimées à 254 \$/séjour. La proximité de Montréal et la promotion de sa vocation de « plaque tournante des affaires » au cours des dernières années a contribué à classer la région au-dessus de la moyenne provinciale.

DEVINE QUI VIENT DÎNER...

À l'exception des régions touristiques de Montréal, de Québec, du Nunavik et de Manicouagan, plus de 80 % des visiteurs au Québec étaient des Québécois ou des Canadiens en 2006 (tableau 10). La moyenne est de 84,2 % pour le Québec, avec un minimum de 55,6 % au Nunavik (65,2 % à Montréal) et un maximum de 97,1 % au Centre-du-Québec.

En termes de dépenses, les Québécois et les Canadiens représentaient 68,1 % des dépenses touristiques en 2006. C'est donc dire que les voyageurs étrangers, qui représentaient 15,8 % des touristes, s'accaparaient 31,9 % des dépenses faites au Québec. On peut d'ores et déjà présumer des régions qui éprouveront le plus de difficultés en 2009 compte tenu de la récession en cours qui touche vraisemblablement plus les États-Unis que le Canada et le Québec. En fait, dans les régions de Montréal (46,5 %), de Québec (39,8 %), de Laval (24,1 %) et des Laurentides (23,5 %), le poids des dépenses

Tableau 8 – Évolution de la rémunération horaire moyenne des salariés rémunérés à l'heure (incluant le temps supplémentaire)

	2008 En \$/l'heure	Var. 1998-2008 En %
Moyenne Québec	18,66	22,6
Services	17,29	21,2
Commerce de détail	13,82	22,7
Hébergement et restauration	11,61	31,9
Parcs pour véhicules de plaisance et camps	13,48	26,9
Restauration et débits de boissons	11,55	39,8
Restauration service complet	11,60	43,4
Restauration service restreint	11,44	44,1

Sources : Statistique Canada et Desjardins, Études économiques

**Tableau 9 – Les touristes dans les régions en 2006
 (pour l'ensemble des marchés)**

Régions touristiques	Répartition				Dépenses moyennes par séjour (\$)
	Volume		Dépenses		
	(000)	(%)	(M\$)	(%)	
Îles-de-la-Madeleine	37	0,1	23	0,3	631
Gaspésie	690	2,4	225	3,2	327
Bas-St-Laurent	829	2,9	133	1,9	160
Région de Québec	4 392	15,5	1 358	19,5	309
Charlevoix	615	2,2	143	2,0	233
Chaudière-Appalaches	1 138	4,0	157	2,3	138
Mauricie	1 237	4,4	178	2,6	144
Cantons-de-l'Est	2 274	8,0	334	4,8	147
Montérégie	1 505	5,3	238	3,4	158
Lanaudière	1 712	6,0	184	2,6	108
Laurentides	2 808	9,9	587	8,4	209
Montréal	5 807	20,5	2 348	33,6	404
Outaouais	1 511	5,3	273	3,9	181
Abitibi-Témiscamingue	495	1,7	106	1,5	215
Saguenay-Lac-St-Jean	1 105	3,9	212	3,0	192
Manicouagan	328	1,2	72	1,0	219
Duplessis	64	0,2	25	0,4	397
Baie-James	86	0,3	15	0,2	175
Laval	201	0,7	51	0,7	254
Centre-du-Québec	962	3,4	102	1,5	107
Nunavik	2	0,0	3	0,0	1 427
Non précisé	592	2,1	210	3,0	354
Le Québec	28 389	100,0	6 978	100,0	246

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Le tourisme en chiffres, édition 2007

des voyageurs outre frontières est considérable. Le tourisme d'affaires, qui est un des premiers segments touchés lors de ralentissement économique, y est important. Cela est particulièrement vrai pour Montréal, Québec et Laval. Ce sont également des destinations de congrès pour lesquelles les ententes sont prises longtemps à l'avance. De ce côté, l'année 2009 présentera un ralentissement par rapport à 2008, mais les engagements pour 2010 et 2011 seront à surveiller.

Pour le tourisme d'affaires, il faudra une remontée convaincante de l'économie américaine avant de renouer avec des niveaux d'activité comparables à ceux de 2008. Selon toute vraisemblance, les États-Unis ne connaîtront pas une croissance près de leur potentiel avant 2011. D'ici là, l'économie américaine devra sortir de l'ornière où elle s'est enlisée d'où elle amorcera une reprise à cadence modérée. Par contre, la faiblesse relative du dollar canadien plaide en faveur des destinations canadiennes. Par ailleurs, du côté européen, la disette pourrait être un peu plus longue. La récession a démarré un peu plus tard et ne promet pas d'être plus courte là-bas qu'en Amérique du Nord.

S'il est trop tôt pour sauter aux conclusions on peut tout de même s'attendre à une baisse de cadence pour le tourisme

d'affaires et d'agrément en 2009 de la part des voyageurs étrangers. Il ne faut pas crier au naufrage : il y a tout de même 140 millions d'Américains au travail, mais la perte de richesse que subissent les entreprises et les particuliers les incite à resserrer les cordons de leur bourse.

UNE OFFRE QUI SE DIVERSIFIE

En 2007, plus de 30 000 entreprises québécoises en moyenne étaient associées à l'industrie touristique. La restauration accapare 49 % de ce nombre. Les services d'hébergement arrivent au second rang avec le quart des entreprises. Viennent ensuite les services de transport (6,8 %) et les services de préparation de voyages et de réservation (3 %). Enfin, les autres types d'entreprises (tours guidés, entreprises vouées aux aspects logistiques des congrès, animations, etc.) complètent le portrait d'ensemble avec une part estimée à 16,4 %.

Qui dit 30 000 entreprises dit 30 000 façons de faire les choses. Cela signifie également un foisonnement d'idées pour faire croître l'industrie. C'est ainsi que, peu à peu, on a tenté de « désaisonnaliser » l'activité touristique que l'on avait traditionnellement confinée aux mois de juillet et août. En 2006, 46,6 % des visiteurs sont venus en été et 27,2 %, en hiver. Le 26,2 % résiduel, a voyagé à l'automne et au prin-

Tableau 10 – La provenance des touristes en 2006 (%)

Régions touristiques	Volume		Dépenses	
	Québec et autres provinces	États-Unis et autres pays	Québec et autres provinces	États-Unis et autres pays
Îles-de-la-Madeleine	88,9	11,1	92,6	7,4
Gaspésie	88,8	11,2	81,0	19,0
Bas-St-Laurent	93,6	6,4	89,9	10,1
Région de Québec	75,3	24,7	60,2	39,8
Charlevoix	90,6	9,4	85,3	14,7
Chaudière-Appalaches	92,3	7,7	78,6	21,4
Mauricie	93,0	7,0	82,0	18,0
Cantons-de-l'Est	93,5	6,5	82,0	18,0
Montérégie	92,0	8,0	82,2	17,8
Lanaudière	97,8	2,2	92,6	7,4
Laurentides	92,4	7,6	76,5	23,5
Montréal	65,2	34,8	53,5	46,5
Outaouais	94,9	5,1	88,0	12,0
Abitibi-Témiscamingue	96,2	3,8	91,3	8,7
Saguenay-Lac-St-Jean	93,3	6,7	87,7	12,3
Manicouagan	79,6	20,4	80,3	19,7
Duplessis	82,9	17,1	89,7	10,3
Baie-James	90,8	9,2	81,0	19,0
Laval	85,5	14,5	75,9	24,1
Centre-du-Québec	97,1	2,9	92,7	7,3
Nunavik	55,6	44,4	9,3	90,7
Le Québec	84,2	15,8	68,1	31,9

Sources : Statistique Canada et Tourisme Québec, Le tourisme en chiffres, édition 2007

temps. Les recettes touristiques attribuables à l'hiver étaient de l'ordre de 28,6 % cette même année.

Le tourisme d'hiver rapporte ! On a mis à profit nos arpents de neige !!! Au fil des ans, on a diversifié la panoplie d'activités offertes aux visiteurs. Cependant, les randonnées en motoneige et en traîneau à chiens demeurent des classiques. Les entrepreneurs du milieu touristique ont poussé l'aventure plus loin : on a élevé la glissade au rang de sport et réaménagé les centres de ski qui sont devenus des centres de glisse pour accueillir les planchistes de tout acabit. Les rivières sont de plus en plus utilisées comme sentiers pour les patineurs et nombre de municipalités se sont dotées de meilleures structures d'accueil pour la pêche blanche. On a créé des événements : des courses ou raids en motoneige, en ski de fond ainsi que des concours d'acrobatie à ski pour ne nommer que ces activités. On a même créé un hôtel de glace qui suscite assez d'engouement pour qu'il soit reconstruit année après année. On a tablé sur l'innovation et elle rapporte.

Au chapitre des infrastructures, de plus en plus de régions se sont équipées de centres des congrès pour accueillir des événements. Devant l'enthousiasme pour le vélo, le Québec s'est doté d'une « route verte » soit 4 000 km de piste cyclable dont les tronçons les plus connus sont le Parcours des Anses

à Lévis, la Véloroute des Bleuets au Lac-Saint-Jean et l'Estriade dans les Cantons-de-l'Est.

Pour les épicuriens, on a créé des parcours « gourmands » dans nombre de régions, à l'image des parcours proposés en France notamment. On y invite les visiteurs à découvrir les meilleures tables d'une région donnée pour y célébrer le savoir-faire et les saveurs locales.

Les événements, festivals ou symposiums se sont multipliés. Organisés autour de la musique, de l'alimentation et de la gastronomie, des arts, de l'humour, des saisons, du cinéma, des montgolifières, de la littérature, de l'histoire, du sport ou de l'horticulture, ils sont légion et contribuent à l'activité touristique. Ils sont répartis tout au cours de l'année sur tout le territoire québécois, de La Sarre en Abitibi-Témiscamingue (Festival équestre) à Percé (Festival international de cinéma et d'art).

Par ailleurs, si chaque région travaille d'arrache-pied pour se distinguer, elles sont capables de se rallier à des projets qui dépassent leur territoire respectif. C'est ainsi que le Québec peut désormais proposer des croisières sur le Saint-Laurent. On compte actuellement neuf escales : Montréal, Trois-Rivières, Québec, Saguenay, Baie-Comeau, Sept-Îles, Havre-

Tableau 11 – Les établissements d'hébergement en 2007

Région touristique	Nombre moyen d'unités disponibles quotidiennement	Taux d'occupation moyen (%)	Prix quotidien moyen de location (\$)
Îles-de-la-Madeleine	285	42,6	68,70
Gaspésie	2 697	41,5	79,50
Bas-St-Laurent	2 306	45,9	83,70
Région de Québec	11 954	55,9	118,80
Charlevoix	2 276	38,5	113,60
Chaudière-Appalaches	2 147	41,2	87,80
Mauricie	2 506	42,7	108,40
Cantons-de-l'Est	3 786	39,8	94,80
Montérégie	4 768	41,4	94,60
Lanaudière	1 561	35,6	89,30
Laurentides	7 324	38,6	141,50
Montréal	21 012	65,3	136,30
Outaouais	3 081	53,8	115,20
Abitibi-Témiscamingue	1 517	50,5	83,00
Saguenay-Lac-St-Jean	2 947	38,9	82,40
Manicouagan	1 131	44,4	76,80
Duplessis	918	44,1	76,50
Baie-James	753	42,9	82,70
Laval	1 718	66,2	105,90
Centre-du-Québec	1 269	43,9	84,30
Nunavik	191	45,5	201,30
Le Québec	76 135	51,2	117,80

Sources : Institut de la statistique du Québec et Tourisme Québec

Saint-Pierre, Gaspé et les Îles-de-la-Madeleine. C'est d'ailleurs par le slogan « Passionnement Saint-Laurent » que sera faite la promotion des croisières sur le fleuve cette année par le ministère du Tourisme.

Certaines régions entendent mettre les bouchées doubles au cours des prochaines années. Dans le cadre de la démarche Accord¹ quatre régions se sont données des créneaux d'excellence en tourisme. Ainsi, la Capitale-Nationale, qui regroupe Québec et Charlevoix, veut notamment « positionner Québec, comme port d'embarquement, comme destination de croisières transatlantiques et comme port d'attache de nouvelles croisières² ». Outre ce volet, la région souhaite développer des produits touristiques dans les domaines du patrimoine, de la culture et de la nature.

La Gaspésie et les Îles-de-la-Madeleine ont un créneau qui porte le nom de Récréotourisme santé/nature. On cherche à ce que cette région soit reconnue comme une destination touristique quatre saisons, d'envergure internationale et dont les activités proposées soient complémentaires. De son côté, la région des Laurentides veut s'afficher comme une destination internationale et quatre saisons. La promotion misera sur une

expérience de séjour exaltante dans un cadre environnemental protégé offrant une grande diversité d'établissements.

Enfin, le Saguenay-Lac-Saint-Jean mise sur le tourisme d'aventure et l'écotourisme. On cherche à développer une offre de prestige. Quatre pôles de destination ont été identifiés (Fjord du Saguenay, massif des Monts-Valin, Lac-Saint-Jean et un pour les rivières légendaires et sauvages).

Toutes les régions sont à pied d'œuvre pour développer de nouvelles activités et l'année 2009 ne sera pas des plus faciles. L'achalandage des touristes américains sera réduit par rapport à l'année précédente. Selon toute vraisemblance les efforts de promotion en 2009 seront concentrés en priorité sur la clientèle québécoise et canadienne.

En dépit de tous les efforts qui seront déployés pour attirer et garder les visiteurs au Québec cette année, on se doute déjà que le marché du tourisme d'affaires sera davantage touché que celui d'agrément (voir le dossier 1 aux pages 7 à 12). Pour ceux qui continueront de voyager, on privilégiera le transport en classe économique à la classe affaires et on logera

dans des hôtels moins coûteux. Faut-il s'attendre à un effondrement? Non, mais le resserrement n'est jamais confortable et c'est à cela que l'industrie sera confrontée.

LA MAIN-D'ŒUVRE, UN DÉFI PERMANENT

Le secteur du tourisme doit déployer de nombreux efforts pour recruter et conserver sa main-d'œuvre. Il a mis au point différentes stratégies et il a créé une alliance avec le domaine de l'éducation. Désormais, la saison touristique de l'été s'étend au-delà de la mi-août, ce qui pose des problèmes aux employeurs qui voient leurs employés d'été quitter pour le cégep. En janvier dernier, les ministères du Tourisme et de l'Éducation, du Loisir et du Sport étaient en mesure d'annoncer un projet pilote concernant l'aménagement du calendrier scolaire. En effet, deux cégeps offrant des programmes techniques de tourisme, soit celui de Granby et de Saint-Félicien inscriront moins de cours à l'horaire de leurs élèves en début de session dans le but de les laisser poursuivre leur travail jusqu'à la Fête du travail. Ainsi, on atteint deux objectifs : permettre aux élèves de prendre de l'expérience dans leur champ d'études et supporter l'industrie touristique à un moment où les activités battent encore leur plein.

Par ailleurs, l'industrie est à mettre au point une stratégie pour embaucher des gens de 50 ans et plus. Le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme a publié une étude en avril 2008 intitulée « Vers une stratégie d'emploi des personnes de 50 ans et plus dans l'industrie touristique ». On y met en évidence que 58 % de la main-d'œuvre en tourisme occupent un emploi saisonnier ou à temps partiel. Dans ce contexte, les gens cherchant une retraite progressive pourraient trouver avantage à œuvrer dans le secteur touristique. On sait par ailleurs que près du quart des travailleurs ayant pris leur retraite retournent sur le marché du travail et qu'environ 45 % d'entre eux le font à temps partiel. Les personnes de plus de 50 ans sont appréciées pour l'expertise acquise dans leur champ de compétences professionnelles, mais ce sont leurs qualités personnelles qui sont recherchées par l'industrie touristique. On mise sur leur bagage de connaissances et leurs expériences de vie pour interagir avec la clientèle. On loue leur sens des responsabilités, leur assiduité et leur ponctualité tout en insistant sur leur souci du travail accompli. Leur autonomie requiert peu de supervision, ce qui en fait des employés de choix.

Cependant, on peut se demander s'il y a réciprocité. Les gens de 50 ans et plus sont-ils intéressés par un travail éventuel dans le secteur touristique? La région des Cantons-de-l'Est a testé ce concept au cours de l'été 2008. De nombreux partenaires locaux et du gouvernement ont participé à un projet pilote visant à intégrer dix travailleurs de 50 ans et plus dans des postes d'accueil et d'information touristique, à temps plein et à temps partiel, entre juin et octobre. Les intéressés devaient poser leur candidature dans un des dix bureaux d'information touristique ou d'accueil touristique de la région. L'expérience a permis de vérifier le sérieux de la proposition : le nombre de postulants a dépassé les objectifs et les attentes ont été satisfaites. Cette expérience pourrait conduire à d'autres tentatives dans les régions québécoises et s'avérer une solution à la rareté de main-d'œuvre dans le secteur.

DES EXIGENCES ACCRUES

L'industrie touristique n'échappe pas à l'enjeu du développement durable. De l'aveu même de l'Organisation mondiale du Tourisme (OMT), « le tourisme est devenu à la fois la victime et un facteur du changement climatique »³. Le tourisme de masse a des effets sur l'environnement qu'on peut difficilement nier. Par ailleurs, les voyageurs sont de plus en plus préoccupés par les pratiques de leurs hôtes en matière de respect de l'environnement. À ce titre, de nombreux établissements hôteliers ont adopté de nouvelles façons de faire afin de réduire l'effet de leurs activités. Nombreux sont ceux qui proposent des forfaits « écologiques » aux organisateurs d'événements, qui vont de l'abandon des bouteilles d'eau en plastique au compostage des restes de repas.

Le tourisme « vert » ou écoresponsable est une tendance à la hausse qu'il ne faut pas négliger. Il y a un créneau pour ce type d'activités, au même titre que le tourisme de luxe ou le sport extrême. Au-delà d'une clientèle qui cherche à limiter l'empreinte de son passage sur la nature, la population en général, qu'elle soit consommatrice de voyages ou non, affiche une préoccupation de plus en plus grande pour l'environnement. Il s'agit donc d'une tendance de fond, qu'il y ait récession ou non.

Le tourisme au Québec dépend d'un grand nombre d'intervenants, répartis sur un vaste territoire. L'hospitalité se décline de bien des façons que l'on soit en milieu urbain ou rural. Cependant, il y a des phénomènes qui touchent tous les segments du secteur touristique. La rareté de la main-d'œuvre est un défi en soi. La rétention des voyageurs demeure une préoccupation afin que ces derniers dépensent davantage. Malgré tous les efforts investis à ce jour pour répartir l'activité touristique sur toute l'année, il reste encore du chemin à parcourir. L'amélioration de l'offre touristique afin de rencontrer les standards internationaux est un objectif pour de nombreuses régions. On sait par ailleurs que l'année 2009 ne fera pas de cadeau. Cependant l'industrie québécoise a vu d'autres ralentissements économiques et elle semble mieux organisée et structurée que dans le passé pour affronter la récession actuelle et préparer l'après 2009.

Joëlle Noreau
Économiste principale

¹ Accord : MDEIE, Action concertée de Coopération régionale de Développement.

² MDEIE, Accord, Capitale-Nationale, Créneau d'excellence Tourisme : patrimoine-culture/nature, p. 2.

³ OMT, Changement climatique, pauvreté et secteur du tourisme.

<http://www.unwto.org/media>

VITRINE INTERPROVINCIALE

2009 sera une année de défis pour toutes les provinces

Le Canada a accueilli 17,1 millions de voyageurs internationaux en 2008. Ce nombre traduit une baisse de 4,7 % par rapport à 2007. À cet effet, plusieurs provinces ont enregistré une baisse de la demande d'hébergement, dont l'Alberta, la Colombie-Britannique, l'Ontario et le Québec, soit les principales destinations canadiennes des touristes étrangers. Des gains ont été réalisés auprès de la clientèle européenne et de l'Amérique du Sud, mais ils n'ont pu combler le vide laissé par les visiteurs américains et asiatiques. D'ailleurs, ces derniers n'ont pas été indifférents aux répercussions de la récession.

UNE BAISSSE DU TAUX D'OCCUPATION EN 2008

La diminution du nombre de voyageurs internationaux au Canada en 2008 a entraîné une contraction de la demande d'hébergement. Le taux d'occupation moyen a atteint 63,4 % l'an dernier, contre un sommet de 64,9 % en 2007. Malgré ce repli, la proportion de chambres occupées se maintient au-dessus de la barre des 60,0 %, surpassant ainsi les niveaux enregistrés entre 2004 et 2006.

Les provinces de l'ouest affichent, depuis 2007, les taux d'occupation les plus élevés au pays (tableau 12). La Colombie-Britannique, notamment, offre une porte d'entrée aux nouveaux voyageurs en provenance de la Chine et de l'Inde, des pays qui prennent graduellement plus de place dans l'économie mondiale. La province profite aussi des retombées liées aux préparatifs entourant les prochains Jeux olympiques d'hiver de 2010. L'Alberta et la Saskatchewan gagnent également en popularité, en raison de l'expansion de leur économie. D'ailleurs, la Saskatchewan se classait au premier rang en 2008 avec un taux de 72,3 %. Les projets d'exploration et d'exploitation des ressources naturelles, associés à l'implantation de sièges sociaux, ont accentué la présence de voyageurs pour affaires. De plus, la création de nouveaux emplois ces dernières années a obligé certaines entreprises à embaucher temporairement des travailleurs en provenance de l'étranger pour combler la rareté de main-d'oeuvre locale.

Toutefois, le taux d'occupation a reculé en Colombie-Britannique et en Alberta en 2008, pour s'établir respectivement à 64,5 % (-2,0 %) et 68,5 % (-3,3 %). D'une part, l'offre de chambres disponibles s'est accrue en raison de la construction de nouveaux hôtels en vue des Jeux olympiques de Vancouver. D'autre part, le ralentissement économique a freiné les voyages d'affaires et le besoin de travailleurs étrangers dans ces provinces en fin d'année, modérant ainsi le besoin d'hébergement.

Le Yukon et Terre-Neuve-et-Labrador se sont distingués en 2008 avec des taux d'occupation respectifs de 71,0 % et 65,1 %. Les perspectives intéressantes en début d'année liées à l'exploitation du diamant au Yukon et du fer au Labrador ont accentué la présence d'investisseurs et de prospecteurs étrangers.

Tableau 12 – Taux d'occupation au Canada*

En %	2007	2008
Alberta ¹	71,8	68,5
Colombie-Britannique	66,5	64,5
Saskatchewan	70,7	72,3
Manitoba	65,2	67,1
Ontario	62,4	61,4
Québec	62,9	61,5
Nouveau-Brunswick	61,0	59,0
Nouvelle-Écosse	65,1	62,0
Terre-Neuve-et-Labrador	63,5	65,1
Île-du-Prince-Édouard	47,1	48,3
Territoires du Nord-Ouest	66,9	62,7
Yukon	69,3	71,0
Canada	64,9	63,4

* Remarque : données fondées sur l'exploitation de 200 944 chambres.
¹ Ne comprend pas les centres de villégiature en Alberta.
 Source : PKF Consulting

Les provinces du centre et de l'est ont, pour leur part, enregistré des taux d'occupation inférieurs à la moyenne canadienne en 2008. L'Île-du-Prince-Édouard (48,3 %) arrivait au dernier rang du groupe, alors que l'Ontario (61,4 %) et le Québec (61,5 %) se situaient au milieu du peloton. De plus, le taux d'occupation était en baisse pour l'ensemble de ces provinces, à l'exception de l'Île-du-Prince-Édouard (+1,2 %).

La performance de ces provinces a principalement été affectée par la diminution de la clientèle américaine et asiatique. À cet effet, nos voisins du Sud ne sont pas demeurés insensibles à l'appréciation du dollar canadien par rapport à leur devise, à la hausse du prix du carburant et aux effets de la récession. Ces contraintes ont, en particulier, freiné leurs déplacements en automobile, le moyen de transport le plus utilisé pour se rendre au Nouveau-Brunswick, au Québec et en Ontario. De plus, la contraction du secteur manufacturier, québécois et ontarien, a modéré les échanges d'affaires dans ces deux provinces.

UNE REMONTÉE DES TOURISTES OUTRE-MER EN 2008

Le Canada a dénombré 920 453 touristes américains de moins en 2008 par rapport à 2007. L'accroissement des voyageurs en provenance d'autres pays (+78 542) n'a pu combler cette perte. L'Alberta, la Colombie-Britannique, l'Ontario et le Québec sont les quatre principales provinces de destinations de la clientèle outre-mer. Elles attirent, en moyenne, plus de 95,0 % de ces voyageurs annuellement.

Les Européens sont, de loin, les principaux visiteurs outre-mer au Canada (tableau 13). En 2008, ils regroupaient 52,4 % de la clientèle, contre 50,0 % en 2007. L'accroissement de la présence des Français, des Allemands et d'autres personnes originaires de pays nordiques européens a permis de combler la diminution de 6,0 % du nombre de voyageurs en provenance de l'Angleterre.

Tableau 13 – Nombre de touristes de pays autres que les États-Unis 2008

	Europe	Asie	Amérique du Sud
Terre-Neuve-et-Labrador	14 116	1 514	1 331
Île-du-Prince-Édouard	821	79	1 767
Nouvelle-Écosse	62 699	7 027	1 892
Nouveau-Brunswick	8 204	1 765	781
Québec	633 435	67 696	68 282
Ontario	924 212	439 574	225 974
Manitoba	9 007	1 945	1 462
Saskatchewan	1 329	343	249
Alberta	257 108	43 022	25 631
Colombie-Britannique	500 230	656 128	102 673
Yukon	18 314	544	224
Canada	2 429 271	1 220 674	428 573

Sources : Statistique Canada et Desjardins, Études économiques

Les touristes asiatiques forment le deuxième groupe de voyageurs outre-mer visitant le Canada. En 2008, leur nombre a atteint 1,2 million, une baisse annuelle de 3,6 %. Les visiteurs en provenance du Japon, de la Corée et de Taïwan, qui regroupaient 43,0 % de la clientèle asiatique, ont modéré leurs déplacements vers notre pays de 14,7 % par rapport à 2007. À l'inverse, les touristes originaires de la Chine, de Hong Kong et de l'Inde ont accru leur présence de 8,6 % au pays en 2008. Ils ont ainsi rassemblé 32,7 % du marché asiatique, contre 29,0 % en 2007.

Le troisième groupe de voyageurs outre-mer en importance au Canada provient de l'Amérique du Sud. Il comptait 428 573 personnes en 2008, enregistrant ainsi une augmentation de 7,7 %. Ces touristes ont connu une forte progression en Ontario et en Alberta l'an dernier, alors que plus de 10 000

Sud-Américains supplémentaires ont visité ces provinces en regard de 2007. Le Québec et la Colombie-Britannique ont suivi avec des augmentations variant entre 3 000 et 5 000 visiteurs. Bien que son apport demeure modeste, l'Île-du-Prince-Édouard s'est aussi démarqué puisque le nombre de voyageurs est passé de 74 en 2007 à 1 767 en 2008. L'expansion économique de cette région du globe a amené une nouvelle clientèle touristique potentielle au Canada, bien que la récession mondiale modérera les attentes pour 2009.

LA RÉCESSION AMÉRICAINE FRAPPE ICI AUSSI

Les Américains regroupent en moyenne plus de 70,0 % de la clientèle touristique au Canada. Toutefois, le nombre de ces visiteurs s'est fortement replié de 6,9 % par rapport à 2007, pour atteindre 12,5 millions (tableau 14). À l'exception de Terre-Neuve (+88,4 %) et de l'Île-du-Prince-Édouard (+17,4 %), toutes les provinces ont affiché un recul de leur clientèle américaine l'an dernier. L'Ontario et la Colombie-Britannique ont subi la perte d'au moins 300 000 visiteurs américains par rapport à 2007. De son côté, le Québec a enregistré une diminution de près de 100 000 touristes. Ces baisses sont d'autant plus importantes que ces trois provinces regroupaient 87,1 % des voyageurs américains en 2008.

Tableau 14 – Voyages d'une nuit ou plus des Américains au Canada

	2007	2008	En %
Terre-Neuve-et-Labrador	14 969	28 203	88,4
Île-du-Prince-Édouard	4 489	5 269	17,4
Nouvelle-Écosse	198 694	185 235	(6,8)
Nouveau-Brunswick	387 675	340 962	(12,0)
Québec	1 699 416	1 585 136	(6,7)
Ontario	6 650 068	6 275 085	(5,6)
Manitoba	240 626	216 860	(9,9)
Saskatchewan	85 932	83 883	(2,4)
Alberta	607 246	596 587	(1,8)
Colombie-Britannique	3 294 668	2 983 318	(9,5)
Yukon	187 598	150 390	(19,8)
Canada	13 371 381	12 450 928	(6,9)

Sources : Emploi Québec et ministère du Tourisme

EN CONCLUSION

À l'image de l'économie canadienne, le secteur du tourisme demeure dépendant des États-Unis. Si l'on se fie aux pronostics pour 2009, cela n'augure rien de bon pour l'industrie canadienne, notamment pour la Colombie-Britannique, l'Ontario et le Québec. Par ailleurs, la croissance rapide et l'effervescence dans l'ouest demeure tributaire du tonus de l'économie américaine. Pour l'Alberta et la Saskatchewan, l'année 2009 aura des allures de lendemain de veille. Cependant, avec la hausse du prix de l'énergie attendue en 2010, elles pourraient être les premières à afficher un rebond l'an prochain.

Louis Gagnon
Économiste

TABLEAUX DE PRÉVISIONS

Tableau 15 Canada : principaux indicateurs économiques

	2006	2007	2008	2009p	2010p
Moyenne annuelle en % (sauf si indiqué)					
Produit intérieur brut réel*	3,1	2,7	0,5	(2,8)	1,5
Dépenses personnelles	4,3	4,5	3,0	(1,4)	0,4
Construction résidentielle	2,2	3,0	(2,9)	(12,2)	(2,9)
Investissement des entreprises	9,9	3,5	1,7	(7,2)	(2,7)
Variation des stocks (G\$)	10,8	13,2	10,3	(13,0)	(11,2)
Dépenses publiques	4,1	4,2	3,7	3,8	6,4
Exportations	0,6	1,0	(4,7)	(12,0)	(0,5)
Importations	4,6	5,5	0,8	(13,5)	(1,4)
Demande intérieure finale	4,8	4,2	2,5	(1,7)	1,1
Autres indicateurs					
Revenu personnel disponible réel	5,5	4,1	1,2	3,8	0,5
Rémunération hebdomadaire	3	3,2	0,7	3,4	0,4
Emploi	1,9	2,3	1,5	(2,3)	(1,1)
Taux de chômage (en %)	6,3	6,0	6,1	8,7	9,7
Mises en chantier (en milliers)	227,4	228,3	211,1	124,3	130,7
Profits des entreprises** (1)	5,8	3,3	1,1	(18,8)	(1,0)
Taux d'épargne personnelle (en %)	3,1	2,7	2,6	5,6	6,0
Taux d'inflation global (1)	2	2,2	2,3	(0,2)	1,3
Taux d'inflation de base*** (1)	1,9	2,1	1,7	1,4	0,6
Solde budgétaire fédéral (G\$) (2)	10,2	15,4	11,9	(33,5)	(30,0)
Solde au compte courant (G\$)	20,2	13,6	15,2	(25,8)	(8,0)

p : prévisions

* \$ 2002 ** Avant impôts *** Excluant aliments et énergie (1) Glissement annuel (2) Comptes nationaux

Sources : Statistique Canada, Société canadienne d'hypothèques et de logement et Desjardins, Études économiques

Tableau 16 Québec et Ontario : comptes nationaux

	2006	2007	2008	2009p	2010p
Moyenne annuelle en % (sauf si indiqué)					
Québec					
Produit intérieur brut réel	1,7	2,6	1,0	(2,1)	1,1
Dépenses personnelles	3,2	4,3	3,5	(1,2)	0,9
Construction résidentielle	(0,7)	5,7	(0,6)	1,7	0,5
Investissement des entreprises	6,1	7,6	0,1	(7,3)	1,0
Variation des stocks (M\$ 2002)	1 749	2 120	485	(1 900)	(750)
Dépenses publiques	2,7	4,4	5,1	3,2	3,0
Exportations	1,5	0,6	(1,9)	(6,0)	0,5
Importations	2,6	4,6	1,3	(4,3)	1,9
Demande intérieure finale	3,0	4,7	3,3	(0,6)	1,4
Ontario					
Produit intérieur brut réel	2,6	2,3	(0,1)	(3,3)	1,0
Dépenses personnelles	3,5	3,8	3,1	(2,0)	0,0
Construction résidentielle	0,9	2,0	(1,5)	(13,3)	(3,5)
Investissement des entreprises	9,3	9,2	1,6	(9,4)	(3,3)
Variation des stocks (M\$ 2002)	2 773	3 874	4 976	(5 875)	(6 938)
Dépenses publiques	3,9	2,9	4,9	5,0	6,4
Exportations	0,6	0,9	(7,6)	(14,2)	(1,0)
Importations	2,9	3,8	(3,5)	(15,6)	(2,0)
Demande intérieure finale	4,0	4,0	3,0	(2,1)	0,7

p : prévisions

Sources : Statistique Canada et Desjardins, Études économiques

Tableau 17
Les régions : progression du PIB en dollars courants

	2006	2007	2008p	2009p	2010p
Variation annuelle en %					
Bas-Saint-Laurent	3,2	5,4	2,0	0,0	2,0
Saguenay—Lac-Saint-Jean	6,5	5,0	1,1	(3,3)	1,9
Capitale-Nationale	4,3	5,6	4,0	0,3	2,6
Mauricie	7,9	5,2	2,6	0,1	2,4
Estrie	0,6	5,1	1,8	(3,0)	2,0
Montréal	2,5	5,5	2,5	(3,1)	2,8
Outaouais	2,9	5,3	3,0	0,3	3,0
Abitibi-Témiscamingue	1,7	7,7	6,0	0,2	4,7
Côte-Nord	7,6	7,2	2,0	(3,1)	4,8
Nord-du-Québec	15,8	10,4	5,0	0,8	5,1
Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine	(2,3)	6,0	2,0	0,2	2,0
Chaudière-Appalaches	3,3	5,3	2,0	(3,0)	2,2
Laval	9,3	6,3	3,2	0,2	3,0
Lanaudière	7,5	6,4	2,9	(2,9)	2,8
Laurentides	4,1	6,5	2,8	(3,6)	3,1
Montérégie	6,8	6,1	3,4	0,0	3,0
Centre-du-Québec	2,6	5,8	1,9	(3,2)	2,2
Ensemble du Québec	4,2	5,8	2,8	(2,0)	3,0

Note : les données pour 2008 ne seront disponibles qu'à l'automne 2009.

p : prévisions

Sources : Institut de la statistique du Québec et Desjardins, Études économiques

Tableau 18
Canada : principaux indicateurs financiers

Fin de période en %	2008				2009				2010			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2p	T3p	T4p	T1p	T2p	T3p	T4p
Taux directeurs												
Fonds à un jour	3,50	3,00	3,00	1,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,75
Taux préférentiel	5,25	4,75	4,75	3,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,75
Taux hypothécaires												
1 an	7,00	6,30	6,25	5,45	4,45	4,20	4,10	4,10	4,20	4,35	4,35	4,45
5 ans	7,15	7,10	7,20	6,75	5,55	5,50	5,40	5,40	5,55	5,75	5,80	6,00
Bons du Trésor												
3 mois	1,88	2,50	1,90	0,89	0,40	0,45	0,45	0,45	0,50	0,60	0,70	0,90
Obligations fédérales												
5 ans	2,91	3,46	3,17	1,70	1,75	1,75	1,65	1,65	1,85	2,15	2,30	2,70
10 ans	3,43	3,74	3,76	2,69	2,78	2,75	2,65	2,65	2,80	3,05	3,40	3,80
Dollar canadien												
Dollar américain (CAD/USD)	1,0258	1,0207	1,0630	1,2189	1,2630	1,2500	1,1628	1,1364	1,1111	1,0870	1,0526	1,0000
Marché boursier canadien												
Indice S&P/TSX	Résultat : 8 988 (-35,0 %)				Cible : 9 700 (+7,9 %) (fourchette : de 8 400 à 10 200)				Cible : 11 000 (+13,4 %) (fourchette : de 10 000 à 12 000)			

p : prévisions

Sources : Datastream et Desjardins, Études économiques

Tableau 19
Canada : principaux indicateurs économiques par province

	2006	2007	2008	2009p	2010p
Moyenne annuelle en % (sauf si indiqué)					
Croissance du PIB réel*	3,1	2,7	0,5	(2,8)	1,5
Atlantique	2,0	3,6	0,5	(1,5)	1,4
Québec	1,7	2,6	1,0	(2,1)	1,1
Ontario	2,6	2,3	(0,1)	(3,3)	1,0
Manitoba	4,0	3,3	0,8	(2,0)	1,5
Saskatchewan	(0,3)	2,5	1,2	(2,5)	2,0
Alberta	6,1	3,1	1,5	(2,8)	2,5
Colombie-Britannique	4,4	3,0	1,0	(2,5)	3,0
Taux d'inflation*	2,0	2,2	2,3	(0,2)	1,3
Atlantique	1,9	1,8	2,6	(0,2)	1,5
Québec	1,7	1,6	2,1	(0,2)	1,5
Ontario	1,8	1,8	2,3	(0,4)	1,1
Manitoba	2,0	2,0	2,3	(0,2)	1,8
Saskatchewan	2,1	2,8	3,3	0,0	1,8
Alberta	3,9	5,0	3,1	(0,5)	1,2
Colombie-Britannique	1,7	1,8	2,1	(0,3)	1,8
Croissance de l'emploi*	1,9	2,3	1,5	(2,3)	(1,1)
Atlantique	0,5	1,4	1,2	(1,5)	(1,0)
Québec	1,3	2,3	0,8	(1,8)	(0,5)
Ontario	1,5	1,6	1,4	(3,1)	(1,3)
Manitoba	1,2	1,6	1,7	(1,5)	(0,9)
Saskatchewan	1,7	2,1	2,2	(2,0)	(1,3)
Alberta	4,8	4,7	2,8	(2,5)	(1,5)
Colombie-Britannique	3,1	3,2	2,1	(2,0)	(0,7)
Taux de chômage*	6,3	6,0	6,1	8,7	9,7
Atlantique	9,8	9,1	9,3	11,2	12,5
Québec	8,0	7,2	7,2	8,7	9,5
Ontario	6,3	6,4	6,5	9,5	10,5
Manitoba	4,3	4,4	4,2	6,2	7,5
Saskatchewan	4,7	4,2	4,1	6,2	7,5
Alberta	3,4	3,5	3,6	6,8	8,0
Colombie-Britannique	4,8	4,2	4,6	7,6	8,6
Croissance des ventes au détail*	6,4	5,8	1,4	(7,0)	1,5
Atlantique	5,4	6,0	5,4	(4,5)	1,0
Québec	5,1	4,6	4,9	(3,0)	1,9
Ontario	4,1	3,9	3,3	(10,0)	0,9
Manitoba	3,9	8,8	7,1	(5,0)	1,0
Saskatchewan	6,5	13,0	10,4	(6,0)	1,5
Alberta	15,4	9,3	(0,2)	(7,5)	2,0
Colombie-Britannique	7,2	6,7	0,2	(8,0)	2,5
Mises en chantier* (milliers d'unités)	227,4	228,3	211,1	124,3	130,7
Atlantique	12,0	12,4	12,2	8,8	8,5
Québec	47,9	48,6	47,9	38,0	40,0
Ontario	73,4	68,1	75,1	45,3	48,5
Manitoba	5,0	5,7	5,5	3,5	3,6
Saskatchewan	3,7	6,0	6,8	3,3	3,5
Alberta	49,0	48,3	29,2	11,5	11,8
Colombie-Britannique	36,4	39,2	34,3	14,3	14,8

p : prévisions

* Données pour le Canada

Sources : Statistique Canada, Institut de la statistique du Québec, Société canadienne d'hypothèques et de logement et Desjardins, Études économiques



Desjardins
Études économiques

www.desjardins.com/economie