

INITIATIVE FPT SUR LE RAPPORT CULTURE/PATRIMOINE
ET TOURISME

Groupe de travail de recherche sur la répartition des
bénéfices économiques

Répartition des avantages liés au tourisme

Mai 2004

Répartition des avantages liés au tourisme

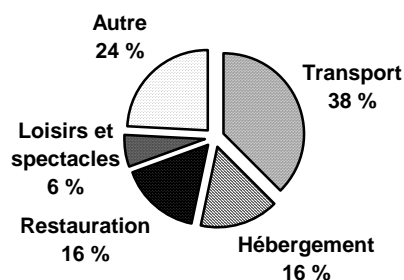
La recherche traditionnelle sur le tourisme tend généralement à mesurer les retombées des activités culturelles et patrimoniales liées au tourisme pour l'économie. Si l'analyse des retombées économiques permet d'avoir une bonne idée des avantages qu'engendre le tourisme, nous avons peu de renseignements sur la répartition de ces avantages. Grâce à un examen plus poussé de la répartition des avantages liés au tourisme, les intervenants des milieux de la culture et du patrimoine disposeront de données qui leur permettront de prendre des décisions plus éclairées concernant les possibilités et les défis que comporte le tourisme.

La recherche faite à partir des Indicateurs nationaux du tourisme de Statistique Canada démontre l'inégalité de la répartition des dépenses touristiques parmi les différents intervenants en tourisme. En effet, pour chaque dollar que les touristes ont dépensé au Canada de 1987 à 2002, moins de 0,06 \$ est allé au secteur du divertissement, qui comprend les institutions et les activités culturelles et patrimoniales alors que 0,37 \$ est allé à l'hébergement, 0,24 \$ à des dépenses diverses telles que les frais d'agents de voyage, 0,16 \$ aux services d'hébergement et de restauration.

La grande majorité des événements et activités qui incitent les voyageurs canadiens et étrangers à vouloir découvrir le Canada ont trait à la culture et au patrimoine. Il importe donc d'étudier l'inégalité de la répartition des avantages économiques afin d'aider les intervenants des milieux de la culture et du patrimoine à mieux se situer dans l'arène du tourisme.

Ventilation des revenus touristiques

Données désaisonnalisées, en millions de dollars de 1997



VENTILATION DES DÉPENSES TOURISTIQUES AU CANADA

Données désaisonnalisées, millions de dollars de 1997

Année	Transport		Hébergement		Restauration		Loisirs et spectacles		Autre		Total
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	
1987	11 923	38,1	4 740	15,2	5 595	17,9	1 618	5,2	7 391	23,6	31 267
1988	12 869	38,1	5 269	15,6	5 879	17,4	1 873	5,5	7 862	23,3	33 752
1989	12 964	37,3	5 553	16,0	6 222	17,9	1 787	5,1	8 218	23,7	34 744
1990	12 417	35,6	5 994	17,2	6 108	17,5	1 850	5,3	8 469	24,3	34 838
1991	11 651	35,4	5 845	17,8	5 433	16,5	1 869	5,7	8 104	24,6	32 902
1992	12 329	36,1	5 929	17,4	5 451	16,0	1 977	5,8	8 465	24,8	34 151
1993	12 668	36,1	6 121	17,5	5 555	15,8	2 048	5,8	8 681	24,8	35 073
1994	13 219	35,9	6 381	17,3	5 775	15,7	2 296	6,2	9 115	24,8	36 786
1995	13 836	35,9	6 363	16,7	5 912	15,6	2 533	6,7	9 560	25,2	38 004
1996	14 806	37,2	6 482	16,3	5 932	14,9	2 705	6,8	9 841	24,7	39 766
1997	16 084	37,8	6 971	16,4	6 404	15,0	2 879	6,8	10 218	24,0	42 556
1998	16 751	38,2	6 957	15,9	6 685	15,2	3 025	6,9	10 425	23,8	43 843
1999	17 896	39,1	6 794	14,9	6 989	15,3	3 310	7,2	10 734	23,5	45 723
2000	18 850	39,5	6 895	14,4	7 309	15,3	3 463	7,3	11 201	23,5	47 718
2001	18 626	39,0	6 776	14,2	7 531	15,8	3 567	7,5	11 303	23,6	47 803
2002	18 177	38,5	6 927	14,7	7 539	16,0	3 547	7,5	11 066	23,4	47 256
2003	17 476	38,0	6 565	14,3	7 450	16,2	3 575	7,8	10 900	23,7	45 966
Moyenne		37,4%		15,99%		16,12%		6,42%		24,08%	

Source : Statistique Canada, *Indicateurs nationaux du tourisme : estimations historiques, de 1986 à 2000*, Système de comptabilité nationale, catalogue n° 13-220-XPB, ministre de l'Industrie, 2003 et Statistique Canada, *Indicateurs nationaux du tourisme : estimations trimestrielles, quatrième trimestre de 2002*, Système de comptabilité nationale, catalogue n° 13-009-XPB, ministre de l'Industrie, 2003.

Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme

Contexte

- L'Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme (ITFPT), projet pilote de deux ans, a officiellement été lancée en novembre 2003 et a pris fin en octobre 2005.
- Ce partenariat entre tous les ministères provinciaux et territoriaux responsables de la culture et du patrimoine et le ministère du Patrimoine canadien est coprésidé par le Manitoba et le Nouveau-Brunswick.
- Trois groupes de travail ont été créés pour mettre en œuvre cette initiative :
 - Le Groupe de travail sur les cultures autochtones et le tourisme (initialement dirigé par l'Alberta, puis par la Saskatchewan);
 - Le Groupe de travail sur le renforcement de la capacité de commercialisation (dirigé par l'Ontario);
 - Le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques (dirigé par la Colombie-Britannique).

Produits

- L'objectif de l'initiative est d'appuyer les gouvernements établis en partenariat pour veiller à ce que leurs intervenants dans les domaines de la culture et du patrimoine puissent devenir actifs, selon leurs propres règles, dans le tourisme.
- Les produits à ce jour tiennent compte de la contribution de chaque gouvernement.
- Ces produits ont été créés pour favoriser la discussion et créer des possibilités de dialogue entre les homologues des secteurs de la culture, du patrimoine et du tourisme.
- Les partenaires de l'ITFPT sont responsables de la diffusion des produits et des principaux messages dans leur champ de compétence, lorsqu'ils le jugent nécessaire.
- Le Bureau de coordination de l'Initiative FPT sur la culture, le patrimoine et le tourisme est prêt à répondre aux requêtes. Il est possible de le rejoindre à ITFPT@pch.gc.ca

Avantages de l'ITFPT

- La collaboration continue avec les homologues du secteur du tourisme pour s'acquitter de projets axés sur la culture et le patrimoine crée des occasions d'accroître l'échange d'information et les partenariats stratégiques. L'ITFPT continue d'élaborer les outils et l'information qui permettront aux ministères PFT de la Culture et du Patrimoine :
 - 1) d'assurer un leadership et d'apporter une dimension culturelle dans toute politique concernant le tourisme;
 - 2) d'aider le secteur de la culture et du patrimoine à renforcer ses capacités en tourisme;
 - 3) de contribuer à faire comprendre que la promotion, le maintien et le soutien des cultures du Canada et la durabilité du tourisme au Canada se renforcent mutuellement.