

RECHERCHE

CADRE D'ÉVALUATION DU PROGRAMME

PROGRAMME DE RECHERCHE

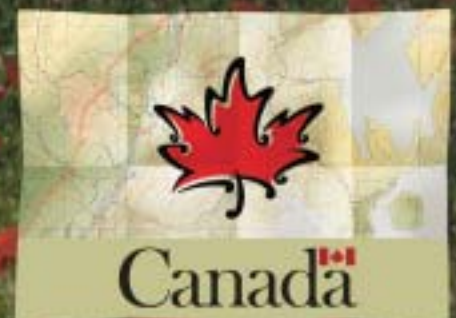
Rapport
d'évaluation
2003-3

Une généreuse nature

COMMISSION
CANADIENNE
DU TOURISME



CANADIAN
TOURISM
COMMISSION



Cadre d'évaluation pour le groupe Recherche

Commission canadienne du tourisme

Ottawa, octobre 2003

Données de catalogage avant publication de la Bibliothèque nationale du Canada

Commission canadienne du tourisme

Cadre d'évaluation pour le Programme de recherche

Publ. aussi en anglais sous le titre : A program evaluation framework for the Research Program.

ISBN 0-662-89980-6

No de cat. C86-179/2003F

1. Commission canadienne du tourisme.

2. Tourisme – Canada -- Recherche.

I. Titre.

G155.C32 2003 354.73 C2003-980306-6

Si vous souhaitez obtenir des exemplaires supplémentaires, veuillez envoyer un courriel au Centre de distribution de la CCT à : distribution@ctc-cct.ca, en indiquant le numéro de référence #C50273F, ou visiter notre site web à www.canadatourisme.com.

Préface

Conformément aux exigences du conseil d'administration de la Commission canadienne du tourisme (CCT), chacun des huit programmes axés sur l'industrie doit élaborer des mesures de rendement permettant d'évaluer l'atteinte de leurs buts et objectifs communs. En réponse à ces exigences et dans le cadre de ses programmes de travail pour l'exercice 1998-1999, le comité de recherche de la CCT a élaboré un Cadre d'évaluation pour le Programme de recherche de la CCT. Après avoir été approuvé par le comité de recherche à l'automne 1999, le présent document a été soumis à l'approbation du conseil d'administration de la CCT. En avril 2000, le comité de régie du conseil a approuvé le document afin que ces mesures soient adoptées et mises en œuvre par le comité de recherche.

Scott Meis
Directeur exécutif, Recherche
Commission canadienne du tourisme

Sommaire

Nous avons entrepris ce projet pour élaborer un cadre d'évaluation qui nous permettrait d'examiner le rendement du Programme de recherche. Le rapport a été rédigé à la suite de consultations faites auprès de chefs de file avertis du secteur du tourisme et de discussions tenues avec les gestionnaires du Programme de recherche.

Cinq questions clés englobant la raison d'être, l'efficacité et la pertinence du Programme ont été retenues pour l'évaluation. Elles sont :

- La mesure dans laquelle le Programme de recherche a permis de recueillir l'information stratégique requise par la CCT pour remplir son mandat, qui consiste à faire en sorte que l'industrie touristique se développe et reste concurrentielle.
- La mesure dans laquelle le Programme de recherche a permis de recueillir l'information requise par l'industrie touristique pour planifier et prendre des décisions.
- La capacité du Programme de recherche d'obtenir la participation et la collaboration d'intervenants clés.
- L'efficacité et la pertinence des structures institutionnelles qui appuient le Programme de recherche.
- La capacité de la CCT de mettre en commun les ressources de la recherche afin d'assurer à celle-ci une capacité intégrée pour élaborer des plans judicieux et fournir à l'industrie touristique des conseils et des avis stratégiques.

Trois composantes du Programme de recherche sont considérées comme des entités distinctes. Pour faciliter l'examen du Programme, il est recommandé que l'évaluation soit réalisée séparément pour chacune des composantes, dans l'ordre suivant :

- Premièrement** **Information sur le tourisme.** Élaboration d'une base d'information pour fournir des conseils à l'industrie touristique sur les tendances du tourisme et soutenir la planification.
- Deuxièmement** **Instruments économiques.** Acquisition de connaissances et d'informations sur l'importance du tourisme dans l'économie canadienne, principalement par l'entremise du Compte satellite du tourisme et des Indicateurs nationaux du tourisme.
- Troisièmement** **Coopération internationale.** Rôle joué par le Programme de recherche sur la scène internationale pour représenter les intérêts de l'industrie touristique canadienne.

Les coûts de la réalisation de l'examen du Programme de recherche sont évalués à 55 000 dollars.

Table des matières

Préface	i
Sommaire	iii
1. Le projet.....	1
1.1. Introduction	1
1.2. La démarche	1
2. Vue d'ensemble du Programme	3
2.1. Le mandat de la CCT	3
2.2. La raison d'être du Programme de recherche.....	4
2.3. L'exécution du Programme	4
2.4. Les activités du Programme de recherche.....	5
2.5. Les ressources du Programme de recherche	6
2.6. Les clients du Programme de recherche	7
2.7. Les produits et services	7
2.8. Les principaux résultats	8
2.9. Les mesures du rendement	9
3. Questions liées à l'évaluation du Programme	11
3.1. Les raisons d'être du Programme de recherche : la place accordée à sa contribution .	11
3.2. Le service offert à l'industrie	12
3.3. La formation de partenariats	14
3.4. Le rôle du comité de recherche.....	15
3.5. La coordination et la gestion	15
4. Composantes du Programme.....	17
4.1. La coopération internationale.....	17
4.2. L'information sur le tourisme	19
4.3. Les instruments économiques	22
Conclusion.....	27
Annexe 1 - Modèle logique du Programme	29
Annexe 2 - Définition de l'industrie touristique	35
Annexe 3 - Bibliographie	37

1. Le projet

1.1. Introduction

En juin 1998, la CCT a demandé à HSN d'élaborer un cadre d'évaluation pour permettre l'examen du Programme de recherche. Préparé en vertu des conditions du contrat, le présent rapport vise à servir de cadre pour l'élaboration de demandes de proposition relatives à la réalisation d'évaluations du Programme de recherche. Le rapport comprend quatre éléments essentiels à la réalisation des études d'évaluation :

- une liste des questions liées au Programme de recherche et portant sur les raisons d'être, l'efficacité et la pertinence du Programme;
- les résultats clés et les mesures du rendement;
- les composantes du Programme susceptibles d'être évaluées;
- une proposition de calendrier et les coûts des études d'évaluation.

1.2. La démarche

Le rapport a été réalisé à la suite de consultations tenues auprès de chefs de file avertis du domaine de la recherche sur le tourisme, qui ont été choisis pour leur connaissance de la CCT et de son Programme de recherche, de discussions tenues avec les gestionnaires du Programme de recherche et d'un examen des documents d'information et de divers rapports soumis par la CCT. Les personnes consultées proviennent des secteurs suivants :

- la grande entreprise, les PME et les associations connexes, par ex., Air Canada, l'Association canadienne des agents de voyage;
- d'autres ordres de gouvernement : ministères du Tourisme et organismes touristiques provinciaux;
- des ministères fédéraux offrant des services aux touristes, par ex., Parcs Canada, ministère du Patrimoine canadien;
- des ministères fédéraux fournissant des renseignements de concert avec la CCT, par ex., Statistique Canada;
- d'autres groupes ou organismes recueillant de l'information sur le tourisme ou fournissant de l'information, des produits ou des services à l'industrie touristique, par ex., Economic Planning Group, Pannell Kerr Forster;
- le conseil d'administration de la CCT;
- des membres des groupes de travail ou de consultation travaillant en collaboration avec la Recherche ou créés par le conseil d'administration de la CCT, par ex., le comité de recherche, le groupe de travail sur l'EVC;
- la haute direction de la CCT;
- les gestionnaires de la CCT qui utilisent les services de la Recherche.

2. Vue d'ensemble du Programme

2.1. Le mandat de la CCT

En mai 1994, le Premier ministre a demandé à l'honorable Judd Buchanan de déterminer les mesures qui pourraient être prises pour accroître les recettes du tourisme, créer de l'emploi dans ce secteur et réduire le déficit commercial international du Canada au titre du tourisme, qui est passé de 879 millions de dollars en 1980 à 6,2 milliards de dollars en 1992. À la suite de longues consultations auprès de l'industrie, le gouvernement a approuvé les trois recommandations suivantes :

- l'établissement de la Commission canadienne du tourisme pour instituer une nouvelle relation de travail entre le gouvernement et le secteur privé;
- le rétablissement du programme de marketing intérieur;
- l'accroissement du budget fédéral consacré au tourisme, le faisant passer de 15 millions de dollars à 50 millions de dollars.

Le Cabinet a créé le conseil d'administration de la CCT par décret pris le 31 janvier 1995 pour donner une voix unifiée et cohérente à l'industrie touristique canadienne¹, l'industrie étant représentée comme participant à part entière. La CCT se fonde sur l'idée que le gouvernement fédéral ne peut, à lui seul, concevoir, exécuter et financer des programmes et des stratégies visant à améliorer la situation du tourisme au Canada. La mission de la CCT est énoncée dans son rapport annuel de 1996 et consiste à favoriser la croissance et la rentabilité de l'industrie touristique canadienne; son mandat consiste à planifier, à diriger, à gérer et à mettre en œuvre des programmes faisant la promotion du tourisme au Canada et assurant sa croissance. La formation de partenariats est considérée comme la pierre angulaire de la capacité de la CCT d'établir des consortiums composés de partenaires du secteur privé et des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux qui permettront au Canada de fournir les produits et services touristiques appropriés.

Les axes stratégiques de la CCT ont été énoncés dans un communiqué de 1996 de la façon suivante :

- faire connaître le Canada à titre de destination touristique de choix et
- fournir des renseignements justes et opportuns à l'industrie touristique pour l'aider dans la prise de décisions.

La CCT vise à être l'organisme de l'industrie touristique plutôt qu'un organisme gouvernemental. La composition de son conseil d'administration reflète la prééminence et le leadership de l'industrie. Les plans opérationnels de la CCT témoignent de la ferme volonté de celle-ci de concevoir et de mettre en œuvre des stratégies et des programmes de marketing efficaces en collaboration avec l'industrie touristique et d'accroître la coordination et la formation de partenariats avec l'industrie.

¹ Le secteur touristique est défini au moyen du compte satellite du tourisme comme étant un secteur comprenant les industries fournissant un produit ou un service directement aux visiteurs qui, sans l'apport du tourisme, cesseraient d'exister ou ne subsisteraient qu'à un niveau d'activité très réduit. Le lecteur consultera l'Annexe 2 pour avoir la liste complète des industries dont est composé le secteur touristique.

Des plans ont été approuvés par le Cabinet pour transformer la CCT en société d'État pour qu'elle serve mieux l'industrie. La CCT continuera de rendre compte au ministre de l'Industrie, et son conseil d'administration se rapportera au Premier ministre. Son nouveau statut lui conférera toutefois plus de latitude en matière de mesures liées à l'administration et aux orientations que s'il continuait de faire partie du ministère de l'Industrie sur le plan administratif.

2.2. La raison d'être du Programme de recherche

La CCT reconnaît l'importance de la recherche et la considère comme étant un facteur clé pour que l'industrie touristique devienne plus concurrentielle, plus à la fine pointe et plus centrée sur la clientèle. Les gestionnaires de la CCT reconnaissent que l'industrie touristique, voire la CCT elle-même, ont besoin de renseignements pertinents sur lesquels fonder des décisions d'affaires solides et des décisions éclairées en matière de marketing et d'investissement. Au sein de la CCT, on procède à de la recherche non seulement dans le cadre du Programme de recherche, mais encore pour appuyer les activités de marketing et le développement de produits.²

L'énoncé de mission du Programme de recherche, à savoir « fournir des renseignements détaillés et opportuns aux décideurs de l'industrie » reflète l'accent que la CCT met sur la recherche à titre d'investissement et le rôle de chef de file qu'elle doit jouer en fournissant des renseignements sur la santé de l'industrie touristique canadienne. En fait, l'objet stratégique du Programme a été d'améliorer la quantité et la crédibilité de l'information sur la structure, l'importance et l'évolution de l'industrie afin d'éclairer et d'influencer la prise de décisions. Il a structuré ses efforts pour atteindre les objectifs suivants :

- en arriver à une meilleure définition et compréhension du tourisme;
- évaluer le rendement de l'industrie touristique au Canada;
- évaluer et surveiller le climat économique pour la commercialisation et le développement du tourisme au Canada;
- évaluer les avantages nationaux nets de la CCT;
- maintenir et améliorer la portée et l'utilisation des bases de données nationales par le développement de nouveaux produits d'information et de moyens de communication et d'information améliorés;
- promouvoir la sensibilisation, la compréhension et la valeur de la base de connaissances macro-économiques de la Commission canadienne du tourisme.

2.3. L'exécution du Programme

Les travaux du Programme de recherche sont guidés par le comité de recherche institué par le conseil d'administration. Ce comité est formé de représentants du secteur privé, des provinces et des territoires, d'autres ministères et de la CCT elle-même. Le comité de recherche conçoit les orientations stratégiques et établit les budgets du Programme de recherche qu'il examine en collaboration avec l'industrie avant de les soumettre à l'approbation du conseil d'administration.

² L'évaluation portera néanmoins sur le Programme de recherche et non sur la recherche entreprise dans le cadre d'autres programmes de la CCT, sauf en ce qui concerne les sujets communs entre eux.

Le comité de recherche reçoit l'appui de cinq groupes de travail qui sont chargés d'effectuer de la recherche et de formuler des recommandations d'ordre méthodologique ou sur les questions stratégiques nécessaires à la prise de décisions. Parmi ces groupes, on compte :

- le groupe de travail sur l'Enquête sur les voyages des Canadiens, qui étudie le financement, la teneur, le développement et l'évaluation méthodologiques, la gestion et la réalisation d'enquêtes annuelles sur les voyages des Canadiens au Canada;
- le groupe de travail sur l'Enquête sur les voyages internationaux, qui étudie le financement, la teneur, le développement et l'évaluation méthodologiques, la gestion et la réalisation d'enquêtes annuelles sur les voyages à destination ou en provenance du Canada;
- le groupe de travail sur l'économie, qui étudie le Compte satellite du tourisme, les Indicateurs nationaux du tourisme, y compris le développement de la méthodologie et l'évaluation des modèles d'impact touristique et d'autres instruments économiques;
- le groupe de travail sur la liaison en recherche et en communication, qui doit faciliter la diffusion de l'information sur les activités de recherche au sein de tous les comités de la CCT et de l'industrie; et
- le comité exécutif, qui coordonne le travail des groupes de travail et fournit une tribune pour la discussion des questions administratives communes.

Deux groupes connexes ont été récemment créés de façon indépendante du comité de recherche, à savoir, le groupe de recherche sur les destinations touristiques et le groupe de recherche sur le tourisme provincial et territorial, qui servent de tribunes pour la détermination de sujets d'intérêt commun des municipalités et des provinces, respectivement. Les deux groupes ont contribué à consolider les positions municipales/provinciales et à la mise en commun des ressources pour atteindre les objectifs nationaux du Programme. Toutefois, ils ne sont pas des groupes de travail rattachés au comité de recherche; ils sont convoqués de façon ponctuelle et exercent des fonctions de liaison avec le comité de recherche.

Le Programme de recherche relève, du point de vue administratif, de la direction Information et Secrétaire générale (autrefois appelée Direction de l'Information et des services corporatifs). L'unité de la Recherche est responsable de la gestion du Programme de recherche et dispose de 4 années-personnes (11 en 2003).

2.4. Les activités du Programme de recherche

Le Programme se consacre à un certain nombre d'activités clés qui découlent du mandat qui lui a été confié par le conseil d'administration et de ses objectifs officiels. Il s'agit :

- de concevoir des démarches et des méthodologies novatrices pour mesurer le rendement de l'industrie touristique au Canada, notamment en ce qui concerne l'importance du tourisme pour l'économie canadienne;
- d'établir et de maintenir des séries de données sur les voyages faits par des Canadiens et des visiteurs au Canada;
- de créer des partenariats et de regrouper des intervenants ayant des intérêts variés et divers pour coordonner leurs efforts dans le domaine de la recherche sur le tourisme et attirer l'attention nationale sur la recherche en tourisme;
- de coopérer avec les organismes internationaux pour développer des concepts, des définitions et de la terminologie propres au tourisme afin de favoriser les comparaisons internationales et d'identifier les tendances mondiales, aussi bien que d'assurer la crédibilité des activités de marketing de la CCT;
- de communiquer et de diffuser, au sein de l'industrie touristique, les résultats de la recherche réalisée par le Programme de recherche.

Le tableau suivant contient les projets clés et les ressources combinées totales qui ont été affectées depuis 1996 à la réalisation de ces activités :

TABLEAU 1 : Dépenses et recherche (En milliers de dollars)

ANNÉE	1996-1997	1997-1998	1998-1999 (ESTIMATION)
CST/ INT	780,0	938,0	880,0
EVC	604,0	2 187,0	1 751,6
EVI	1 975,0	2 850,0	2 910,0
OMT et OCDE	95,0	0	75,0
Rendement du marché	347,5	209,0	0
Autres	277,5	880,1	1 255,0
Total	4 079,0	6 974,1	6 871,6

Source : Recherche, CCT

2.5. Les ressources du Programme de recherche

Les ressources affectées à la recherche proviennent de deux sources : en premier lieu, du processus d'affectation des crédits budgétaires interne de la CCT où les ressources sont examinées et approuvées annuellement par le conseil d'administration et, en second lieu, de la contribution des partenaires des secteurs public et privé engagés dans des entreprises coopératives avec la Recherche. L'information budgétaire suivante montre que, pour chaque dollar investi par la CCT dans le Programme de recherche, des recherches d'une valeur approximative de 3 \$ ont été entreprises.

TABLEAU 2 : Niveau de financement par année (en milliers de dollars)

ANNÉE	1996-1997	1997-1998	1998-1999 (ESTIMATION)
CCT	1 280,0	2 020,1	2 580,0
Partenaires	2 799,0	4 954,0	4 991,6
Total	4 079,0	6 974,1	6 871,6

Source : Recherche, CCT

Un examen des renseignements budgétaires de l'exercice de 1997-1998 révèle que Statistique Canada contribue le plus au partenariat, suivi des provinces. Les contributions individuelles étaient les suivantes :

TABLEAU 3 : Financement des partenaires pour 1997-1998 (en milliers de dollars)

NOM	TOTAL	COMPTANT	EN ESPÈCES
CCT	2 020,0	2 020,0	--
Statistique Canada	3 481,0	2 991,0*	490,0
Provinces	760,3	450,8	309,5
Autres ministères fédéraux	445,0	45,0	400,0
Gouvernements étrangers	267,7	227,7	40,0
Total	6 974,0	5 734,5	1 239,5

* En 1997-1998, la contribution de Statistique Canada comprend une injection supplémentaire d'environ un million de dollars pour la mise en œuvre de l'EVC en vue de la collecte annuelle de renseignements sur les voyages, dans le cadre du Projet d'amélioration des statistiques économiques provinciales (PASEP).

Source : Recherche, CCT

2.6. Les clients du Programme de recherche

Le Programme de recherche a été créé pour répondre aux besoins de l'industrie touristique et du gouvernement conformément à la Charte instituant la CCT, y compris le secteur privé, les organismes de marketing de destinations, les associations provinciales, territoriales et nationales du secteur privé, les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux. Les gestionnaires, le conseil d'administration ainsi que les comités et groupes de travail de la CCT sont d'importants utilisateurs de l'information et des services offerts par le Programme de recherche.

Au nombre des clients, on compte aussi les médias, des sociétés d'expert-conseil privées, des universités, des instituts de recherche sur le tourisme, des ONG, des gouvernements étrangers, des organismes internationaux et des particuliers.

2.7. Les produits et services

Les produits et services offerts par l'entremise du Programme de recherche prennent diverses formes :

- conseils sur les plans et les orientations;
- connaissances et expertise professionnelles dans une spécialité donnée, par ex., les statistiques, les sondages publics, l'établissement de modèles informatiques;
- analyses spéciales sur des sujets donnés;
- rapports.

Ceux-ci ont compris :

- un plan national pour la recherche sur le tourisme;
- les indicateurs nationaux du tourisme et des rapports de rendement;
- des rapports sur le rendement du marché, les avantages économiques et les indicateurs des effets économiques;
- la définition et les modèles de l'industrie touristique;
- des rapports sur les composantes pour l'industrie touristique du Canada;
- des rapports d'information en réponse aux demandes.

Parmi les produits et services dignes de mention au fil des ans, on compte :

- la mise en œuvre des définitions de l'ONU et la refonte du *TEA Manual* de l'OCDE afin d'inclure un lien avec les comptes satellites du tourisme - 1995;
- une stratégie de recherche nationale globale et un programme pluriannuel - 1995;
- l'application des INT, du MEIT et d'un module de recettes gouvernementales - 1996;
- des produits de communication pour les INT - 1996;
- la transformation de l'EVC en un sondage annuel, y compris les données sur les destinations régionales - 1997 ;
- un nouveau rapport du CST identifiant 90 000 établissements - 1997;
- un rapport prototype sur les villes destiné à 15 organisations de marketing de destinations;
- la conception d'un programme de communications - 1998;
- la conception d'un prototype d'élargissement provincial/régional des CST – 1998;
- le lancement de la version définitive du MEIT et des résultats connexes - 1998

2.8. Les principaux résultats

Voici les principaux résultats auxquels on peut s'attendre du rendement du Programme en fonction des objectifs approuvés et des activités énoncées.

a) Résultats à court terme

- Une entente est intervenue sur un plan national de recherche sur le tourisme.
- Les orientations, stratégies et plans à long terme élaborés sont fondés sur des données scientifiques.
- Les informations justes et opportunes fournies par l'entremise du Programme de recherche aident les entreprises dans leur prise de décisions.

b) Résultats à long terme

- Un plan national pour la recherche sur le tourisme est mis en œuvre.
- La participation et l'engagement financier du gouvernement et du secteur privé dans le Programme de recherche sont garantis et comprennent des intervenants clés au sein de l'industrie touristique.
- L'information stratégique sur le tourisme influence sur la conception et l'examen des orientations, des plans et des initiatives publics des organismes fédéraux, provinciaux et territoriaux qui concernent le tourisme et l'industrie touristique ou qui pourraient influencer sur le rendement du secteur.

-
- L'industrie recueille de l'information pour appuyer ses efforts visant à fournir aux visiteurs le bon dosage d'installations et de services.
 - Des nouveaux partenariats et réseaux sont formés grâce au leadership du comité de recherche de la CCT et de l'exemple qu'il donne.

2.9. Les mesures du rendement

Le rendement du Programme sera déterminé en fonction des mesures suivantes :

- la mesure dans laquelle il y a consensus entre les partenaires sur le plan national pour la recherche sur le tourisme, l'étendue de leur participation financière et le succès de la mise en œuvre;
- la mesure dans laquelle l'information fournie répond aux besoins des partenaires et des clients et leur niveau de satisfaction;
- la mesure dans laquelle l'information influe sur la conception et l'examen des orientations, des plans et des stratégies publics influant sur le tourisme;
- la mesure dans laquelle la participation et l'engagement financier du gouvernement et du secteur privé dans le Programme de recherche sont assurés et font appel aux intervenants de l'industrie touristique.

3. Questions liées à l'évaluation du Programme

On trouvera ci-dessous une liste des questions liées à l'évaluation. Cette liste a été dressée à la suite de consultations tenues auprès de chefs de file avertis du domaine de la recherche sur le tourisme, de discussions tenues avec les gestionnaires du Programme de recherche et d'un examen des documents fournis à HSN par la CCT.³

3.1. Les raisons d'être du Programme de recherche : la place accordée à sa contribution

Question

Le Programme de recherche a-t-il conçu l'information stratégique requise par la CCT pour remplir son mandat, qui consiste à aider l'industrie à se développer et à rester concurrentielle?

Corollaire

Le Programme de recherche a-t-il réussi à faire participer les intervenants à des efforts coopératifs à cet égard?

L'information stratégique est essentielle si l'on veut que l'industrie touristique maintienne une longueur d'avance sur la concurrence au Canada à une époque où le tourisme devient plus que jamais un secteur hautement concurrentiel et mondial. Les gouvernements ont besoin de renseignements pour concevoir des orientations et mettre en œuvre des mesures financières tenant compte des répercussions que ces dernières pourraient avoir sur l'industrie touristique et la capacité du Canada de soutenir la concurrence tant à l'échelle nationale qu'internationale. Quant à elles, les entreprises ont besoin d'informations pertinentes et opportunes pour pouvoir prendre des décisions en matière d'exploitation, de marketing et d'investissement.

La collecte et la transmission de l'information nécessaire à la prise de décisions nécessitent la coopération et l'interaction de tous les intervenants en recherche :

- les gouvernements fédéral et provinciaux où le tourisme est reconnu comme étant une responsabilité partagée, aussi bien que les gouvernements régionaux et les municipalités;
- les instituts de recherche et les sociétés d'experts-conseils du secteur privé qui perçoivent un droit auprès du gouvernement et du secteur privé pour les services offerts;
- les services de recherche et de consultation offerts par les universités au secteur privé;
- les partenariats comme le Programme de recherche pour étudiants diplômés de SC et de la CCT;
- l'organe de recherche de l'industrie touristique mis à la disposition des entreprises individuelles ou des associations de l'industrie.

³ Le texte qui suit l'énoncé d'une question vise à clarifier et cibler cette dernière.

Continuer à soutenir la concurrence nationale et internationale requiert des efforts de tous les intervenants engagés dans la transmission de renseignements et d'analyses où les responsabilités sont clairement énoncées, et les capacités, reconnues, de manière à se compléter, à éviter les chevauchements, le double emploi et les lacunes dans les activités. En vertu de la mission qui est confiée au Programme de recherche, qui consiste à favoriser la prise de décisions éclairées fondées sur les meilleures données et la meilleure recherche possible, la CCT reconnaît que cette recherche est capitale si l'on veut soutenir l'industrie touristique dans les efforts qu'elle déploie pour rester concurrentielle et gagner de l'importance.

Une façon de comprendre le rendement du Programme de recherche consiste à le faire par le truchement de l'ensemble des participants qui appuient l'industrie en fournissant des résultats de recherche et de l'information. Ainsi, le rendement du Programme de recherche peut être évalué comme étant l'un des nombreux facteurs permettant de maintenir l'industrie en santé et, par ses efforts, de regrouper les intervenants clés dans un effort coopératif. Les documents relatifs au rôle de la recherche au sein de la CCT montrent qu'elle sert de guide en matière de santé de l'industrie touristique et de tendances nationales. Sa responsabilité de fournir de l'analyse verticale au sein de l'industrie ou sur le plan géographique doit être toutefois évaluée en fonction du rôle et de la capacité d'autres organismes de fournir pareils produits et services.

3.2. Le service offert à l'industrie

Question

Dans quelle mesure le Programme de recherche a-t-il pu fournir les renseignements dont a besoin l'industrie touristique pour sa planification et sa prise de décisions?

Corollaire

Dans quelle mesure le Programme de recherche a-t-il réussi à concevoir des mécanismes lui permettant de mettre l'information à la disposition du public?

Corollaire

La diversité de la clientèle a-t-elle compliqué la tâche du Programme de recherche dans sa poursuite de son principal objectif qui consiste à informer l'industrie touristique?

Depuis la création de la CCT, le Programme de recherche s'est concentré sur le développement de la capacité de mesurer la santé de l'industrie touristique et d'instruments pour le faire. Il s'est principalement intéressé à ce qui suit :

1. Les instruments macro-économiques, comme le Compte satellite du tourisme (CST) et les Indicateurs nationaux du tourisme (INT), qui ont été utilisés surtout pour souligner l'apport du tourisme à l'économie et attirer l'attention sur les conséquences des politiques budgétaires relativement au tourisme. Les informations obtenues à l'aide de ces instruments ont également été utilisées dans les présentations des gestionnaires de la CCT au Premier ministre, au ministre de l'Industrie et au gouvernement pour illustrer le rendement de l'industrie touristique.
2. Des données de base, comme l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) et l'Enquête sur les voyages internationaux (EVI), qui sont utilisées surtout par les provinces pour évaluer les tendances dans le tourisme et concevoir des plans provinciaux et régionaux, ainsi que par les sociétés d'experts-conseils, les instituts de recherche et les universités.
3. La coopération internationale, y compris la représentation et le leadership fédéraux au sein d'organismes et de comités, comme l'Organisation mondiale du tourisme, l'OCDE et la Travel and Tourism Research Association (TTRA), pour représenter les intérêts de l'industrie canadienne du tourisme et établir des conventions harmonisées régissant le concept, la définition et la mesure du tourisme.

On fait en outre appel au Programme de recherche pour répondre aux besoins de l'industrie touristique en matière d'information et d'analyse servant à la prise de décisions liées à l'exploitation et à l'investissement. L'information obtenue dans le cadre du Programme de recherche est mise à la disposition de l'industrie touristique par l'entremise des organismes touristiques, des universités, des sociétés d'experts-conseils du secteur privé et d'autres organismes de recherche comme le Conference Board aussi bien que par celle des divers membres du Programme de recherche.

Bien que des intervenants de premier plan comme Air Canada, VIA et de grandes chaînes d'hébergement, aient eu recours aux données produites par le Programme de recherche et qu'ils aient pu faire connaître leurs besoins, il reste que, dans l'ensemble, l'industrie a éprouvé de la difficulté à déterminer exactement de quels renseignements elle a besoin pour se développer et rester concurrentielle. Des tentatives dans ce sens ont été faites en 1984-1986 dans le cadre des travaux du groupe d'étude national des données sur le tourisme et en 1995 au cours de la National Search Conference. Ces tentatives se sont traduites par l'amélioration des instruments de collecte de données de base de Statistique Canada, la création du Compte satellite du tourisme et du Programme de recherche.

De façon générale, l'industrie est perçue par les experts du domaine du tourisme comme ne connaissant pas bien les divers produits et services offerts ni les nombreuses possibilités d'analyse que présente la base de données fournie par le Programme de recherche. À cet égard, le conseil d'administration a demandé à la CCT d'examiner de quelle manière les renseignements produits par l'entremise du Programme de recherche sont utilisées par l'industrie dans sa prise de décisions.

Il est difficile de savoir comment répondre adéquatement aux besoins de l'industrie touristique en matière d'information et d'analyse en raison de la nature et de la composition mêmes de l'industrie :

- l'industrie touristique est hautement hétérogène et dominée par des PME établies dans toutes les régions du pays et exploitant des lignes de produits différentes;
- l'industrie touristique, à l'exception des grandes entreprises, a fait un usage non fréquent des produits mis à sa disposition par l'entremise du Programme de recherche;

-
- l'industrie touristique, de façon générale, et les PME en particulier, n'a pas coutume d'utiliser l'information tirée de grandes banques de données pour prendre des décisions relatives à ses activités et à ses investissements et elle hésite à se servir des renseignements qui ne concernent pas directement ses projets;
 - l'information est rarement partagée quand elle est à la disposition de l'industrie touristique. Elle est considérée comme stratégique et est utilisée dans le développement de plans visant à améliorer la compétitivité et à accroître la part de marché.

3.3. La formation de partenariats

Question

Dans quelle mesure le Programme de recherche a-t-il réussi à obtenir la participation d'intervenants clés ou la formation de partenariats avec eux?

La formation de partenariats est la clé du fonctionnement de la CCT. Celle-ci tire son budget des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux, aussi bien que du secteur privé. Conformément aux objectifs fixés par le Premier ministre au moment de la création de la CCT, celle-ci devait doubler la capacité de ses ressources en percevant des fonds équivalents d'autres partenaires (tant du secteur public que du secteur privé), dans une proportion d'un pour un. L'information budgétaire concernant le Programme de recherche montre que ce dernier a constamment dépassé l'objectif fixé pour la CCT depuis sa création. Pour l'exercice 1997-1998, le financement du Programme de recherche s'élevait à 7,28 millions de dollars, le financement de base s'établissant à 2,58 millions de dollars, et le financement par les partenaires, à 4,90 millions de dollars, ce qui indique que pour chaque dollar affecté au Programme de recherche, 1,80 \$ était obtenu d'autres sources.

Selon un examen plus approfondi du financement des divers projets, les fonds versés par les partenaires viennent principalement des provinces et des territoires de même que d'autres ministères fédéraux, notamment Statistique Canada. L'engagement financier des provinces et des territoires est, en principe, considéré comme sûr et stable et témoigne de leur engagement à coopérer avec le gouvernement fédéral pour obtenir de l'information, des données et des analyses. Cette situation est exceptionnelle au sein de la CCT, les autres programmes comme le marketing et le développement de produits recevant la plus grande partie de leur financement du secteur privé.

Le Programme de recherche a moins bien réussi à obtenir la participation financière du secteur privé. Des consultations auprès de certains membres de l'industrie touristique révèlent que cela est en partie attribuable à la relative rareté des ressources financières affectées à la recherche dans le secteur privé, à la perception voulant que l'information soit stratégique dans un milieu hautement concurrentiel et aux exigences de l'exploitation d'une entreprise de façon quotidienne.

3.4. Le rôle du comité de recherche

Question

Les structures institutionnelles mises en place pour appuyer le Programme de recherche ont-elles permis à ce dernier de remplir son mandat et d'atteindre ses objectifs?

Corollaire

La composition du comité de recherche et l'accent qu'il met sur les questions liées aux orientations et au développement méthodologique a-t-elle limité la capacité du Programme de recherche de produire des données susceptibles d'intéresser l'industrie touristique?

Le comité de recherche a été établi par le conseil d'administration pour servir de guide au Programme de recherche. Le conseil d'administration compte sur le comité de recherche pour signifier son soutien du Programme de recherche avant l'approbation des budgets annuels. La coopération entre les provinces et le gouvernement fédéral ne date pas d'hier et remonte à la fondation de Tourisme Canada. Les représentants des gouvernements, tant à l'échelle fédérale que provinciale, ne font pas qu'affecter des sommes importantes à des entreprises coopératives, ils mettent leur expertise, leur temps et un financement en espèces à la disposition du comité de recherche lui-même et aux divers groupes de travail auxquels ils participent. Un examen de l'historique de ce comité montre qu'une bonne partie du travail a été accomplie par le secteur public, le secteur privé et les universités ayant contribué plus périodiquement et comparativement moins. Le comité de recherche a tablé sur cette coopération de longue date entre les gouvernements fédéral et provinciaux et l'a organisée d'une manière compatible avec le mandat et l'optique de la CCT. Le rôle du comité de recherche a évolué, passant d'un mandat étroit qui consistait à guider la recherche entreprise dans le cadre du programme, à celui de faire rapport au conseil d'administration sur la recherche réalisée au sein de la CCT.

L'engagement financier des provinces reste important, comme en témoigne leur engagement continu au développement de données de base. Cependant, leur participation, leur contribution et leur rôle au sein du comité de recherche fait l'objet d'un examen, compte tenu de l'évolution des relations fédérales-provinciales et de l'engagement du conseil d'administration d'accroître la représentation du secteur privé au sein du comité.

3.5. La coordination et la gestion

Question

La CCT a-t-elle réussi à mettre en commun les ressources de la recherche pour s'assurer une capacité intégrée pour la conception de plans éclairés et fournir à l'industrie touristique des conseils et des avis stratégiques?

Corollaire

Le Programme de recherche a-t-il réussi à informer le conseil d'administration de la gamme complète des activités de recherche des divers programmes et de sa capacité de répondre aux enjeux soulevés par le conseil d'administration?

La recherche au sein de la CCT est décentralisée et entreprise de façon diverse pour soutenir le développement et la commercialisation de produits, en plus du Programme de recherche. La responsabilité de la recherche au sein de la CCT se répartit comme suit :

1. Disposant d'un budget de base de 2,58 millions de dollars pour l'exercice financier 1997-1998, le Programme de recherche est principalement chargé de déterminer l'état de santé de l'industrie touristique, de maintenir une base de données générales pour surveiller son rendement et de concevoir des outils et des renseignements macro-économiques. Ces séries de données générales sont utilisées par de nombreux partenaires du Programme de recherche à titre de sources premières.
2. Disposant d'un budget de 2 millions de dollars pour la recherche, les directions générales de marketing pour les Amériques et les marchés outre-mer sont responsables de la réalisation d'analyses de marché, de recherches sur la compétitivité des marchés et sur l'évaluation des marchés à l'appui de plans et d'initiatives de marketing.
3. Disposant d'un budget de 300 000 \$ pour la recherche, la Direction du développement de produits et de l'industrie est chargée de la réalisation de la recherche sur les enjeux propres à l'industrie comme les transports et le financement ainsi que sur la recherche concernant le développement de produits.

La décision de décentraliser la recherche a été prise par la CCT pour qu'elle réponde mieux aux besoins et aux orientations des comités pour le développement de produits et de marketing. Cela a entraîné des problèmes de coordination et de gestion entre les divers programmes et s'est traduit par le fait qu'il n'y a pas vraiment de porte-parole pour l'ensemble des activités. Jusqu'à maintenant, les composantes de la recherche ont travaillé de façon indépendante, ce qui a eu pour effet qu'il arrive souvent que l'information diffusée par un groupe ne corresponde pas à celle qui l'a été par un autre. Pareilles situations ont eu tendance à miner la crédibilité de la recherche aux yeux du conseil d'administration.

En outre, la décentralisation de la recherche s'est traduite par le fait qu'elle est rarement présentée au conseil d'administration comme un tout permettant à l'industrie d'offrir un produit ou un service amélioré aux touristes. Cela a causé de la confusion au sein du conseil d'administration quant à la mission de la recherche et à sa capacité de remplir le mandat de la CCT.

La CCT examine actuellement des mesures pour mieux intégrer la recherche au sein de son organisme afin de mieux utiliser les ressources disponibles de manière à lui permettre d'atteindre ses objectifs et de mieux répondre aux enjeux soulevés par le conseil d'administration. Une solution considérée consiste à confier à la vice-présidente, Information et Secrétaire générale (autrefois appelée Direction de l'Information et des services corporatifs), qui est responsable du Programme de recherche, l'examen fonctionnel et la responsabilité des trois sous-programmes de recherche (enquêtes de base, économie et communications). En vertu de cette solution, le directeur de la Recherche serait, sur le plan fonctionnel, responsable de la recherche et relèverait de la vice-présidente, Information et secrétaire générale. Une autre solution consisterait à concevoir un plan d'entreprise intégrant les programmes et les activités de recherche au sein de la CCT.

4. Composantes du Programme

Dans le présent chapitre, nous décrivons les diverses composantes du Programme qui seront évaluées ainsi que leur pertinence et leur échéancier. Trois composantes du Programme de recherche sont désignées comme devant faire l'objet d'un examen.

4.1. La coopération internationale

Contexte

L'équipe chargée de la recherche au sein de la CCT est appelée à jouer un rôle important sur la scène internationale en raison de sa capacité unique de parler au nom du Canada. Grâce aux activités du Programme de recherche, la CCT est en mesure de canaliser des points de vue souvent disparates et divergents dans une communauté d'intérêts qu'elle est censée représenter sur la scène internationale ou par sa participation à des organismes internationaux. À ce jour, le Programme de recherche a représenté le Canada à des comités techniques internationaux de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), du Comité technique trinational dans le cadre de l'ALENA, de la Pacific Asia Travel Association (PATA) et de la Travel Tourism and Research Association (TTRA).

Certes, le niveau de dépenses engagées pour cette activité est relativement faible (95 000 dollars en 1998, ces dépenses sont principalement liées à la participation aux réunions et aux assemblées et à leur organisation, aux communications et aux voyages), mais la représentation internationale a exigé pas mal d'efforts et de temps sur le plan professionnel de la part de la CCT. Celle-ci a considéré sa participation à ces organismes comme nécessaire au développement d'un contexte favorable à la croissance de l'industrie touristique canadienne.

Clients

Au nombre des principaux clients, on compte :

- la haute direction de la CCT et le conseil d'administration;
- des ministères fédéraux, Statistique Canada principalement;
- des provinces et territoires;
- d'importants membres de l'industrie touristique comme Air Canada, VIA, etc.

Réalisations

L'OMT a publié le document intitulé *Implication des définitions du tourisme de l'ONU/OMT : l'étude du cas canadien* à titre de prototype d'initiatives nationales de mise en œuvre des nouvelles normes internationales.

Les changements recommandés par la CCT pour le nouveau système de classification industrielle nord-américain qui a été proposé ont été largement intégrés aux ententes initiales du comité de classification trinational qui sont intervenues.

L'assemblée générale annuelle de l'OMT a souscrit à la proposition du Canada d'établir un comité d'experts techniques international pour coordonner le développement dans le monde entier de statistiques comparables en matière de tourisme. Le directeur de la Recherche de la CCT a présidé le comité de 1995 à 1997. Durant cette période, l'OMT a publié l'étude intitulée *Implication des définitions du tourisme de l'ONU/OMT : l'étude du cas américain*, qui a été réalisée en collaboration par la CCT et le groupe du ministère du Commerce des États-Unis chargé de l'industrie touristique américaine. Le Canada a présidé un groupe d'experts du Comité de la statistique de l'OMT créé pour orienter un expert-conseil à qui on avait confié la tâche de concevoir un cadre conceptuel global pour les Comptes satellites du tourisme incarnant les concepts conçus et appliqués au Canada. Le Canada a présidé le Groupe d'experts sur les Comptes économiques du tourisme du Comité du tourisme de l'OCDE et a formé un partenariat avec l'OCDE, la Norvège, les Pays-Bas et la Suisse pour la rédaction d'une ébauche de manuel de mise en œuvre des Comptes satellites du tourisme.

Résultats clés :

a) Résultats à court terme

- La communauté internationale connaît les intérêts du Canada et, inversement, l'industrie touristique canadienne prend conscience des points de vue et des préoccupations des autres pays.
- La communauté internationale connaît les travaux entrepris au Canada dans le domaine de la recherche sur le tourisme, notamment en ce qui concerne la mesure de l'importance du tourisme pour l'économie (CST, INT).

b) Résultats à long terme

- Le leadership du Canada dans l'évaluation du tourisme et le développement de concepts et de méthodes est établi.
- Les ententes sur les définitions et les normes internationales qui sont élaborées reflètent la position du Canada sur le tourisme.
- La CCT accroît sa compréhension des relations entre les tendances touristiques mondiales et l'état de l'industrie canadienne et informe celle-ci des changements susceptibles d'influer sur les marchés et les voyages au Canada.

Mesures du rendement

La mesure dans laquelle la représentation du Canada améliore la compréhension qu'a l'industrie touristique des effets de la mondialisation sur le tourisme canadien.

La mesure dans laquelle la position du Canada se reflète dans les ententes.

La mesure dans laquelle la communauté internationale tient compte des intérêts du Canada au moment de la rédaction des ententes.

La mesure dans laquelle le Canada fait office de chef de file au sein de la communauté internationale dans l'évaluation du tourisme et l'élaboration de concepts et de méthodes.

Questions

Dans quelle mesure la CCT a-t-elle réussi à établir une position canadienne sur les définitions et la terminologie tenant compte des intérêts des provinces et des territoires ainsi que de l'industrie touristique?

Dans quelle mesure la CCT a-t-elle réussi à jouer un rôle de chef de file dans sa participation à des organismes internationaux et dans la représentation de la position du Canada?

Quels avantages l'industrie touristique canadienne a-t-elle tirés de la participation de la CCT aux organismes internationaux?

Pertinence de l'évaluation

La coopération internationale constitue une activité de longue date précédant la création de la CCT. C'est un secteur où la recherche entend bien poursuivre une forte participation et continuer d'y exercer son leadership. Cette composante du Programme se prête à une évaluation immédiate.

Démarche

Le rendement de la recherche peut être évalué à l'aide du point de vue personnel d'un certain nombre de membres d'organismes internationaux, de représentants provinciaux, d'importants exploitants d'entreprises touristiques et de cadres supérieurs de la CCT et à l'aide d'un examen d'exposés de position, de mémoires et de présentations.

Coût projeté : 10 000 dollars (20 jours au tarif professionnel quotidien de 500 \$)

4.2. L'information sur le tourisme

Contexte

Une information juste, opportune et solide est essentielle au soutien de l'industrie touristique dans ses efforts pour fournir aux visiteurs un choix de produits et de services qui répondent à ses attentes. Les gouvernements ont besoin de renseignements pour concevoir des politiques et des stratégies qui favoriseront la croissance de l'industrie et lui permettront de rester concurrentielle et de gagner de l'importance. Des renseignements sont également nécessaires pour évaluer l'efficacité des plans et des programmes et tirer des enseignements de leur mise en œuvre. Le Programme de recherche a conçu deux outils à cette fin qui représentent ses plus importants efforts visant à mettre des informations à jour de façon constante à la disposition de ses clients et utilisateurs, l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) et l'Enquête sur les voyages internationaux (EVI).

L'EVC est l'enquête annuelle que réalise Statistique Canada avec l'aide de la CCT et les dix gouvernements provinciaux. Elle a pour objet principal de recueillir de l'information sur les Canadiens qui voyagent au Canada. Les données permettent de mesurer l'importance de l'économie intérieure pour le pays et les provinces et d'observer les tendances intra et interprovinciales. Quelque deux millions de dollars sont consacrés tous les ans à la collecte d'informations et au maintien de la base de données.

L'EVI se compose de deux éléments, à savoir les visiteurs américains et les visiteurs d'outre-mer qui viennent au Canada. L'EVI relative aux visiteurs américains est une enquête qui est réalisée de façon continue par Statistique Canada avec l'aide de la CCT sur les citoyens américains qui visitent le Canada. Ces données permettent de mesurer l'importance du marché touristique américain au Canada ainsi que la durée des séjours et les dépenses effectuées par les touristes américains. L'EVI relative aux visiteurs d'outre-mer, qui est également réalisée et financée par Statistique Canada, recueille des informations sur les visiteurs non américains au Canada. Les Canadiens revenant de voyages aux États-Unis et d'autres pays font également l'objet de l'enquête de Statistique Canada. Quelque deux millions de dollars par année sont consacrés à la collecte d'informations et au maintien de la base de données d'EVI.

Tant l'EVC que l'EVI recueillent des renseignements pour dresser un meilleur profil des voyageurs canadiens et étrangers ainsi que de leurs caractéristiques sociodémographiques. Les enquêtes fournissent des informations sur les caractéristiques des voyages, comme la destination des voyageurs, l'objet de leurs voyages, les dépenses engagées, la durée des séjours, les endroits visités et les activités auxquelles ils participent.

Clients

Parmi les principaux clients, on compte :

- l'industrie touristique;
- les provinces et les territoires et leurs organismes touristiques;
- Statistique Canada, notamment par le Système de comptabilité nationale (SC est à la fois utilisateur de données et fournisseur de produits fondés sur ces dernières);
- d'autres ministères fédéraux, notamment le ministère du Patrimoine canadien et l'Agence des douanes et du revenu;
- la CCT.

Au nombre des utilisateurs des données, on compte aussi des municipalités, des médias, des universités, des sociétés d'experts-conseils, des gouvernements étrangers et des organismes internationaux.

Produits

- Publications annuelles de Statistique Canada - publication 87-504 pour les voyages intérieurs, et 66-201, pour les voyages internationaux, bulletins mensuels et trimestriels. Estimations publiées dans le *Quotidien*, une publication de Statistique Canada. Rapports et publications du Système de comptabilité nationale.
- CD ROM.
- Analyses et rapports spéciaux.
- Divers rapports et publications de la CCT.

Résultats clés

a) Résultats à court terme

- L'information est essentielle à la conception de la politique gouvernementale en matière de tourisme proposée par les divers ordres de gouvernement.
- Les plans stratégiques dressés par l'industrie touristique renferment des informations diffusées par le Programme de recherche.
- Les informations viennent appuyer les efforts de l'industrie touristique qui consistent à définir, à identifier et à cibler les marchés et à élaborer des stratégies de marketing qui conviennent.
- Les besoins de l'industrie touristique en matière de recherche sont déterminés.

b) Résultats à long terme

- L'industrie touristique utilise l'information en dressant des plans visant à offrir aux visiteurs un bon choix de produits et services.
- Mieux informées, les entreprises prennent de meilleures décisions en matière financière et en matière d'investissement.
- Les gouvernements informent l'industrie touristique des tendances à l'échelle nationale et internationale qui régissent le tourisme et fournissent des prévisions.
- Les informations se traduisent par l'élaboration et la mise en œuvre, par les gouvernements, de stratégies, d'orientations, de règlements et de lois permettant à l'industrie de se développer et de soutenir la concurrence.

Mesures du rendement

La mesure dans laquelle les informations améliorent la connaissance de l'état et de l'orientation du tourisme au Canada et ailleurs.

La mesure dans laquelle les informations répondent aux besoins des clients et sont jugées utiles dans le processus décisionnel.

La mesure dans laquelle les informations sont communiquées aux décideurs en temps opportun et de manière conviviale.

Questions

Dans quelle mesure Statistique Canada a-t-il réussi à recueillir des renseignements touristiques crédibles et valables?

Dans quelle mesure les informations recueillies et présentées dans des séries de données ont-elles été utiles à l'industrie touristique? Les informations sont-elles mises à la disposition de l'industrie touristique à un coût raisonnable et à l'aide de services de soutien suffisants? À quels besoins de l'industrie touristique a-t-on répondu?

Quelles solutions de rechange s'offrent à Statistique Canada pour la collecte, l'analyse et la diffusion d'informations sur le plan des plateformes techniques ou organisationnelles?

Les informations fournies à l'industrie à l'interne sont-elles conformes aux définitions et aux conventions adoptées par les provinces, les territoires et la CCT?

Pertinence de l'évaluation

Depuis un grand nombre d'années, on recueille de l'information sur les voyages et d'importantes séries de données ont ainsi été constituées. Des modifications sont actuellement apportées à l'EVC et à l'EVI pour enrichir les séries de données et les rendre plus fiables. On songe également à des modifications à plus long terme. Les résultats à cet égard sont nécessaires à titre d'apport à la décision sur ce qu'il adviendra de l'EVC et de l'EVI.

Démarche

La composante peut être évaluée à l'aide des outils suivants :

- entrevues personnelles approfondies avec des responsables du tourisme fédéraux, provinciaux, territoriaux et municipaux;
- un sondage auprès des entreprises fournissant un service aux visiteurs, choisies à partir d'une liste d'entreprises réparties selon leur taille de l'entreprise et les lignes de produits offerts;
- une rencontre avec des experts de domaines variées comme les communications, l'investissement, l'administration des affaires, etc., pour analyser l'information obtenue dans le sondage et les entrevues personnelles et proposer un point de vue et une orientation.

Coût estimé : 35 000 dollars (70 jours au tarif professionnel quotidien de 500 \$)

4.3. Les instruments économiques

Contexte

Dans son rapport du mois d'octobre 1994 au Premier ministre, l'honorable Judd Buchanan a déclaré : « Au Canada, plus de 500 000 emplois répartis dans quelque 60 000 entreprises⁴ dépendent de cette industrie. Sa part du produit intérieur brut se chiffre à 25,9 milliards de dollars. » Il a ajouté que « pour chaque milliard de dollars de recettes touristiques, l'administration fédérale touche des revenus de 230 millions, les provinces, de 160 millions de dollars, et les municipalités, de 60 millions. » Cette information sur l'apport de l'industrie touristique à l'économie canadienne a contribué à l'obtention de l'accord du gouvernement pour l'établissement et le financement de la CCT.

Les principaux instruments économiques du Programme produits au moyen de partenariats avec Statistique Canada, les provinces, les territoires, les organismes touristiques et les entreprises sont les Comptes satellites du tourisme (CST) et les Indicateurs nationaux du tourisme (INT). Les Indicateurs nationaux du tourisme forment la base des rapports d'évaluation trimestriels des tendances du rendement de l'industrie touristique. Les Comptes satellites du tourisme et les techniques de collecte de données connexes fournissent une large base de données servant à mesurer l'activité économique attribuable au secteur touristique. Cela comprend la demande économique et la production de biens et de services pour le tourisme.

⁴ Selon des estimations récentes, le nombre d'entreprises s'élève à 90 000 environ.

Compte satellite du tourisme

Le Compte satellite du tourisme annoncé en 1994 fournit des mesures crédibles de l'activité économique attribuable au tourisme par rapport à celle d'autres industries. Il a été créé en réponse aux recommandations faites en 1989 par le Groupe d'étude national des données sur le tourisme, qui comprenait entre autres des représentants des gouvernements, des fournisseurs de services touristiques, des groupes d'autochtones, des institutions financières et des universitaires.

Les lignes directrices conçues par le Canada pour le CST ont été acceptées par la Conférence internationale sur les voyages et le tourisme en 1991. En 1993, l'Organisation mondiale du tourisme et la Commission de statistique des Nations Unies ont souscrit au développement et à l'utilisation à l'échelle internationale des Comptes satellites du tourisme selon des définitions communes du tourisme. Depuis 1994, la CCT a dirigé des groupes de travail tant au sein de l'OCDE que de l'OMT et aidé chacun des groupes à se donner des visions et des données semblables dans le monde entier au moyen d'un cadre conceptuel uniforme mondial pour les Comptes satellites du tourisme et d'un manuel de procédure pour leur mise en œuvre dans le cadre de l'OCDE.

Les CST définissent le tourisme et identifient ses composantes d'une manière conforme au Système de comptabilité nationale à titre d'outil servant à mesurer la demande économique par catégories de biens et la valeur ajoutée à l'économie (revenus, PIB, emploi, etc.) par la production de biens et de services pour le tourisme. Les CST sont gérés par Statistique Canada avec le soutien constant de la CCT.

Indicateurs nationaux du tourisme

Les Indicateurs nationaux du tourisme créés par Statistique Canada et la CCT servent à fournir de l'information sur l'état du secteur touristique. Les INT ont été publiés pour la première fois en 1996 pour mettre à jour les données du CST de 1988 trimestriellement et annuellement. Ils fournissent des données en dollars constants et actuels relativement à l'offre et la demande de biens, 1992 étant l'année de référence pour les estimations en dollars constants. Périodiquement, l'année de référence pour les estimations de prix du Système de comptabilité nationale est changée pour refléter les fluctuations économiques, les changements survenus dans les sources de données et les structures. Les changements apportés au Compte satellite du tourisme, qui est intégré au Système de comptabilité nationale et en découle, et aux Indicateurs nationaux du tourisme sont harmonisés durant le processus.

Les INT intègrent les définitions fondamentales adoptées par l'Organisation mondiale du tourisme et la Commission de statistique des Nations Unies. Le tourisme est défini comme étant « les activités de personnes qui voyagent et résident à l'extérieur de leur environnement habituel durant une période ne dépassant pas un an de façon ininterrompue à des fins de loisir, par affaires et à d'autres fins. » Nombre d'autres définitions sont données qui ont trait à l'industrie, à la demande de tourisme, aux exportations touristiques, à l'offre de biens, à la création d'emplois suscitée par le tourisme, aux prix et à des données connexes. Les INT comprennent plus de 300 séries de données sur le tourisme au Canada.

Ressources et priorités opérationnelles

Dans le plan stratégique pour 1999-2000, on prévoit quelque 400 000 dollars pour le maintien des CST et des INT.

Parmi les plans actuels pour le développement de nouveaux instruments ou l'amélioration des CST et les INT, on compte :

- la mise à jour des points de référence actuels et l'ajout de nouveaux points de référence aux INT;
- une étude de faisabilité pour le développement de comptes satellites provinciaux;
- le développement d'un module de ressources humaines pour les CST;
- l'ajout d'un module de maisons et de chalets de location aux CST;
- l'ajout d'un module de dépenses aux CST relativement à l'utilisation de véhicules à des fins touristiques;
- le développement d'un module d'investissement pour les CST relativement aux dépenses de tourisme publiques et privées dans des immobilisations;
- la réalisation d'estimations du nombre d'établissements touristiques;
- la production d'un modèle d'impact économique du tourisme (MIET) pour évaluer les effets économiques indirects du tourisme;
- l'intégration d'un module d'estimation des recettes tirées du tourisme par le gouvernement.

Clients

Au nombre des principaux clients, on compte :

- le ministre de l'Industrie et le gouvernement canadien;
- la haute direction de la CCT et le conseil d'administration;
- des ministères fédéraux, notamment Statistique Canada et le ministère des Finances;
- les provinces et les territoires.

Produits

Divers rapports et publications liés aux CST et aux INT ont été produits, dont :

- *Évolution récente du tourisme d'après les Indicateurs nationaux du tourisme*, Rapport de recherche, CCT, 1998.
- *Indicateurs nationaux du tourisme*, bulletin publié trimestriellement et annuellement par Statistique Canada.
- *Guide des Indicateurs nationaux du tourisme*, Sources et méthodes, août 1996, Statistique Canada.
- *Indicateurs nationaux du tourisme, Estimations historiques*, 1987 à 1996, Statistique Canada, 1997.

Brochures et présentations visant à accroître la sensibilisation de l'industrie aux produits et services offerts par le Programme de recherche.

Résultats clés

a) Résultats à court terme

- Le gouvernement comprend l'importance du tourisme pour l'économie canadienne et cette information influe sur l'examen des orientations et des plans publics en vigueur.
- Les exposés et mémoires présentés par la CCT au gouvernement et aux organismes centraux renferment des informations sur le rendement économique de l'industrie touristique.

b) Résultats à long terme

- Le leadership international du Canada dans le développement de la science de l'évaluation de l'importance économique du tourisme est établi.
- Les plans et les orientations du gouvernement reflètent et reconnaissent le rôle du tourisme dans l'économie canadienne.
- La connaissance des répercussions économiques des fluctuations dans les tendances mondiales en matière de tourisme est améliorée.
- Les exposés et les mémoires présentés par des associations de l'industrie dans le cadre de leurs activités de promotion renferment des informations sur le rendement économique de l'industrie touristique.
- Les plans stratégiques dressés par l'industrie touristique sont influencés par l'information sur son rendement économique.

Mesures du rendement

La mesure dans laquelle les orientations publiques sont influencées par la reconnaissance de l'importance du tourisme pour l'économie canadienne.

La mesure dans laquelle le Canada exerce son leadership au sein de la communauté internationale dans le développement de connaissances scientifiques.

La mesure dans laquelle l'information est pertinente, juste, utile et opportune.

La mesure dans laquelle l'information permet d'obtenir l'approbation des plans, des stratégies et du ressourcement de la CCT.

Questions

Dans quelle mesure les instruments économiques (CST et INT) ont-ils permis à montrer au public, à l'industrie et aux élus l'importance du tourisme pour l'économie canadienne?

Dans quelle mesure les instruments économiques (CST et INT) ont-ils permis de faire la promotion des intérêts de l'industrie touristique?

Dans quelle mesure les instruments économiques (CST et INT) ont-ils permis l'obtention de ressources pour le tourisme dans le secteur public?

Projets

Qu'ajoutera le développement du MIET, des Comptes satellites du tourisme provinciaux (CSTP) et des améliorations prévues aux instruments existants à la capacité de la CCT de mesurer l'apport de l'industrie touristique à l'économie canadienne?

Pertinence de l'évaluation

Les travaux de développement d'instruments économiques (CST, INT) ont commencé en 1984 et ont constitué une priorité pour la CCT au fil des ans. Ils sont toujours un champ d'activité important pour la recherche qui a joué un rôle de chef de file. Les CST et les INT sont utilisés depuis un certain temps et les clients ont eu l'occasion d'y recourir. Les CST et les INT, avec cette composante du programme, se prêtent à une évaluation immédiate.

Cependant, le développement de nouveaux instruments économiques, comme le MIET et les CSTP, ainsi que les améliorations projetées aux instruments actuels nécessiteront plus de temps avant que leur utilité et leur efficacité puissent être pleinement évaluées. En conséquence, il est recommandé qu'ils soient examinés uniquement en fonction de la clarté et du caractère réaliste de leurs objectifs et de ce qu'ils ajoutent aux instruments existants.

Démarche

Le rendement des instruments économiques peut être évalué à l'aide d'entrevues personnelles d'experts, de représentants provinciaux et de membres de la haute direction de la CCT et de l'examen des mémoires et exposés présentés par la CCT, de rapports, d'énoncés de position et de communiqués, etc.

Coût projeté : 10 000 dollars (20 jours au tarif professionnel quotidien de 500 \$)

Conclusion

Nous avons entrepris ce projet pour élaborer un cadre d'évaluation qui nous permettrait d'examiner le rendement du Programme de recherche. Le cadre fait état de cinq grandes questions à examiner pour l'ensemble du Programme ainsi que de trois composantes à examiner séparément. Le Programme de recherche a fait l'objet de modifications importantes depuis sa création, changements qui ont été apportés en raison des efforts constants que la CCT déploie pour favoriser la croissance et la rentabilité de l'industrie touristique au Canada.

Pour que le conseil d'administration obtienne le plus rapidement possible des résultats sur le rendement du Programme qui lui permettront de déterminer l'efficacité et la pertinence de ce dernier, il est recommandé que les études suivantes soient entreprises :

- Information sur le tourisme. Élaboration d'une base de renseignements pour fournir des conseils à l'industrie touristique sur les voyages et les tendances du tourisme et soutenir la planification.
- Instruments économiques. Acquisition de connaissances et d'informations sur l'importance du tourisme dans l'économie canadienne, principalement par l'entremise du Compte satellite du tourisme et des Indicateurs nationaux du tourisme.
- Coopération internationale. Rôle joué par le Programme de recherche sur la scène internationale pour représenter les intérêts de l'industrie touristique canadienne.

Il est aussi recommandé que l'examen des questions au niveau du Programme soit effectué en même temps que l'examen de la troisième composante qui a trait à l'information sur le tourisme. Ainsi, le conseil d'administration pourrait obtenir de l'information sur le rendement du Programme au cours d'une période de deux ans. Elle permettrait aussi au conseil d'administration d'orienter l'évolution du Programme et de porter attention sur des activités de recherche distinctes.

Annexe 1 - Modèle logique du Programme⁵

La Commission canadienne du tourisme

Mission

Favoriser la croissance et la rentabilité de l'industrie touristique canadienne.

Mandat

Planifier, diriger, gérer et mettre en œuvre des programmes faisant la promotion du tourisme au Canada et assurant sa croissance.

Axes stratégiques

- Faire connaître le Canada à titre de destination touristique de choix.
- Fournir des informations justes et opportunes à l'industrie touristique pour l'aider dans la prise de décisions.

Le Programme de recherche

Mission

Fournir des renseignements détaillés et opportuns aux décideurs de l'industrie.

Objectifs du Programme

- Améliorer la définition et la compréhension du tourisme.
- Évaluer le rendement de l'industrie touristique au Canada.
- Évaluer et surveiller le climat économique pour le marketing et le développement du tourisme au Canada.
- Évaluer les avantages nationaux nets de la CCT.
- Maintenir et améliorer la portée et l'utilisation des bases de données nationales par le développement de nouveaux produits d'information et de moyens de communication et d'information améliorés.
- Promouvoir la notoriété, la compréhension et la valeur de la base de connaissances macro-économiques de la Commission canadienne du tourisme.

⁵ Est basé sur la planification stratégique disponible au moment de la conception du présent ouvrage

Au niveau du Programme

ACTIVITÉS	CLIENTS ET PARTENAIRES	RÉSULTATS CLÉS	MESURES DU RENDEMENT	INDICATEURS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concevoir des approches et des méthodologies novatrices pour mesurer le rendement de l'industrie touristique. ▪ Établir et maintenir des séries de données sur les voyages. ▪ Créer des partenariats et regrouper des intervenants. ▪ Coopérer avec les organismes internationaux. ▪ Communiquer et diffuser les résultats de la recherche. 	<p><i>CLIENTS</i></p> <p>Prévus par la loi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Industrie touristique ▪ Gouvernement <p>Autres</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Médias, sociétés d'experts-conseils, municipalités, universités, instituts de recherche, ONG, gouvernements étrangers, organismes internationaux, particuliers <p><i>PARTENAIRES</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gouvernements provinciaux et territoriaux et leurs organismes touristiques ▪ Ministères fédéraux : Statistique Canada et Agence des douanes et du revenu ▪ Gouvernements étrangers : Espagne, Norvège, Suisse ▪ Entreprises et associations. 	<p>À court terme</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Une entente est intervenue sur le plan national de recherche sur le tourisme. ▪ Les orientations, stratégies et plans à long terme de la CCT sont fondés sur des données scientifiques. ▪ Des informations sont fournies aux entreprises pour les aider dans leur prise de décisions. <p>À long terme</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mise en œuvre d'un plan national pour la recherche sur le tourisme. ▪ Participation du gouvernement et du secteur privé au Programme de recherche et engagement financier de ces derniers dans le Programme. ▪ Influence de l'information sur les orientations, les plans et les initiatives publiques. ▪ L'industrie recueille de l'information en vue de fournir des produits et services. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consensus entre les partenaires sur le plan national pour la recherche sur le tourisme, l'étendue de leur participation financière et le succès de la mise en œuvre. ▪ Participation du gouvernement et du secteur privé au Programme de recherche et engagement financier de ces derniers dans le Programme. ▪ Besoins des partenaires et des clients, et leur niveau de satisfaction. ▪ Influence de l'information sur la conception et l'examen des orientations, des plans et des stratégies publics. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Soutien accordé au plan. Calendrier et mesures de mise en œuvre. ▪ Recherche exploratoire et définition des questions devant faire l'objet de recherches. ▪ Hausse de l'engagement financier de l'industrie touristique. ▪ Participation à divers groupes de travail. ▪ Volonté d'agir comme porte-parole du comité. ▪ Actualité, exactitude et pertinence de l'information. ▪ Attentes des clients et qualité du service. ▪ Hausse du nombre de demandes d'avis et d'orientations. ▪ Contribution aux nouvelles orientations, aux changements et aux remaniements des orientations existantes.

Au niveau des composantes du Programme

COMPOSANTES	CLIENTS	RÉSULTATS CLÉS	MESURES DU RENDEMENT	INDICATEURS
<ul style="list-style-type: none"> Coopération internationale 	<ul style="list-style-type: none"> Haute direction de la CCT et le conseil d'administration. Ministères fédéraux, principalement Statistique Canada, les provinces et territoires. Membres importants de l'industrie touristique comme Air Canada, VIA, etc. 	<p>À court terme</p> <ul style="list-style-type: none"> La communauté internationale est informée des intérêts du Canada et, inversement, l'industrie touristique canadienne prend conscience des questions internationales. La communauté internationale est informée du travail entrepris au Canada dans le domaine de la recherche sur le tourisme. <p>À long terme</p> <ul style="list-style-type: none"> Le leadership du Canada dans l'évaluation du tourisme est établi. Les ententes sur les définitions et les normes internationales qui sont élaborées reflètent la position du Canada sur le tourisme. La CCT accroît sa compréhension de la mondialisation du tourisme et en informe l'industrie touristique. 	<ul style="list-style-type: none"> La représentation du Canada améliore la compréhension qu'a l'industrie touristique des effets de la mondialisation sur le tourisme canadien. La position du Canada se reflète dans les ententes. La communauté internationale tient compte des intérêts du Canada au moment de la rédaction des ententes. Le Canada fait office de chef de file au sein de la communauté internationale en matière d'évaluation du tourisme. 	<ul style="list-style-type: none"> L'industrie touristique peut mieux planifier en vue de s'adapter aux tendances changeantes du tourisme international. On peut lier les dispositions des ententes avec les positions du Canada. Il est plus facile pour l'industrie et le gouvernement du Canada de rendre compte de la situation et des tendances futures en matière de tourisme. Des avis et des orientations sont fournis à la suite d'une demande, au sujet de la direction prise par la recherche sur le tourisme. Le profil du Canada au sein des groupes de travail.

ACTIVITÉS	CLIENTS ET PARTENAIRES	RÉSULTATS CLÉS	MESURES DE RENDEMENT	INDICATEURS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information sur les voyages et le tourisme 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Industrie touristique ▪ Provinces / territoires et leurs organismes touristiques ▪ Ministères fédéraux, principalement Statistique Canada, Patrimoine canadien et Agence des douanes et du revenu. ▪ CCT. 	<p>À court terme</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'information est essentielle à la conception de la politique gouvernementale en matière de tourisme proposée par la CCT et d'autres ordres de gouvernement. ▪ Les plans stratégiques dressés par l'industrie touristique renferment des informations diffusées par le Programme de recherche. ▪ Les informations viennent appuyer les efforts de l'industrie touristique qui consistent à définir, à cerner et à cibler les marchés et à élaborer des stratégies de commercialisation connexes appropriés. <p>À long terme</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'industrie touristique utilise les informations en dressant des plans visant à offrir aux visiteurs un bon choix de produits et de services. ▪ Mieux informées, les entreprises prennent de meilleures décisions en matière financière et en matière d'investissement. ▪ Les gouvernements informent l'industrie touristique des tendances à l'échelle nationale et internationales qui régissent le tourisme. ▪ Les informations se traduisent par l'élaboration et la mise en œuvre, par les pouvoirs publics, de stratégies, d'orientations, de règlements et de lois permettant à l'industrie touristique de se développer et de demeurer compétitive. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Amélioration de la connaissance de l'état et de l'orientation du tourisme au Canada et ailleurs. ▪ Informations répondent aux besoins des clients et sont jugées utiles dans le processus décisionnel. ▪ Informations communiquées en temps opportun et de manière conviviale. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificateurs et décideurs ont cessé de réagir et se mettent à prévoir. ▪ Demande de service. ▪ Qualité du service fourni aux clients et aux partenaires. ▪ Services de soutien mis à la disposition des utilisateurs. ▪ Niveau de connaissances et de compétences nécessaire pour accéder aux séries de données et les utiliser, p. ex. données offertes sous forme de résumé dans Internet, capacité de manipuler des données pour extraire l'information nécessaire. Information et séries de données actuelles, exactes et pertinentes.

ACTIVITÉS	CLIENTS ET PARTENAIRES	RÉSULTATS CLÉS	MESURES DU RENDEMENT	INDICATEURS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instruments économiques 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministre de l'Industrie et gouvernement canadien. ▪ Haute direction de la CCT et conseil d'administration. ▪ Ministères fédéraux, principalement Statistique Canada et le ministère des Finances. ▪ Provinces, territoires et organismes touristiques. 	<p>À court terme</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le gouvernement comprend l'importance du tourisme pour l'économie canadienne et cette information influe sur l'examen des orientations et des plans publics en vigueur. ▪ Les exposés et mémoires présentés par la CCT au gouvernement et aux organismes centraux renferment des informations sur le rendement économique de l'industrie touristique. <p>À long terme</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le leadership international du Canada dans le développement de la science servant à évaluer l'importance économique du tourisme est établi. ▪ Les plans et les orientations du gouvernement reflètent et reconnaissent le rôle du tourisme dans l'économie canadienne. ▪ La connaissance des répercussions économiques des fluctuations dans les tendances mondiales en matière de tourisme est améliorée. ▪ Les exposés et les mémoires présentés par des associations de l'industrie dans le cadre de leurs activités de promotion renferment des informations sur le rendement économique de l'industrie touristique. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mesure dans laquelle les orientations publiques sont influencées par la connaissance de l'importance du tourisme pour l'économie canadienne. ▪ Mesure dans laquelle le Canada exerce son leadership au sein de la communauté internationale dans le développement de connaissances scientifiques. ▪ Mesure dans laquelle l'information permet d'obtenir l'approbation des plans, des stratégies et des ressources de la CCT. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les orientations et les plans adoptés favorisent la croissance et la compétitivité; p. ex. politiques fiscales, programmes de préparation à l'emploi, politiques nationales sur les parcs nationaux et politiques sur les frais d'utilisation. ▪ Vision et plan directeur pour la recherche future sur les instruments économiques ▪ Reconnaissance au sein de la communauté internationale du caractère novateur de la recherche ▪ Approbations des niveaux de ressources ▪ Appui des plans et des stratégies de la CCT par le gouvernement

Annexe 2 - Définition de l'industrie touristique⁶

La liste suivante inclut les industries, telles qu'elles sont définies dans la Classification type des industries (CTI1980), qui forment l'industrie touristique dans les CST et dans les INT. Les CST et les INT tiennent compte d'une industrie si elle fournit des produits aux visiteurs et si, sans le tourisme, elle cesserait d'exister ou continuerait d'exister, mais à un niveau d'activité très réduit. Les industries des forfaits sont les principaux fournisseurs de produits touristiques. Les industries sont tirées d'une liste établie dans les années 1980 par le Groupe d'étude des données sur le tourisme. Le Groupe d'étude était formé de représentants des industries, des associations et des établissements d'enseignement intéressés par le tourisme ainsi que de représentants des gouvernements fédéral et provinciaux.

Les industries touristiques ne sont pas présentées séparément dans le système statistique canadien. Les recettes et les dépenses par produit, ainsi que le nombre de personnes employées, doivent être extraits pour chaque industrie si l'on veut obtenir une mesure de la production et de l'emploi générés par le tourisme au sein de l'industrie touristique. Par exemple, l'industrie 4511 englobe tant le transport des voyageurs que le transport des marchandises. Pour mesurer le tourisme dans les CST et les INT, seuls la production et l'emploi liés au segment des services de transport achetés par les voyageurs sont pris en considération. La même démarche est appliquée pour chacune des industries énumérées ci-après.

Industries de la CTI 1980 qui définissent les industries touristiques dans les CST et le INT :

Transport aérien

- 4511 - Industrie du transport aérien par vol régulier
- 4512 - Industrie du transport aérien par vol nolisé

Transport ferroviaire

- 4531 - Industrie du transport ferroviaire

Transport par eau

- 4541 - Industrie du transport par eau de voyageurs et de marchandises
- 4542 - Traversiers
- 4549 - Autres industries du transport par eau

Industries du transport en commun

- 4571 - Industrie du transport en commun urbain
- 4572 - Industrie du transport en commun interurbain rural
- 4574 - Industrie des services de transport par autobus nolisés et d'excursion

Taxi

- 4581 - Industrie du taxi
- 4575 - Industrie des services de limousine aux aéroports et gares

⁶ Source : Guide des indicateurs nationaux du tourisme : Sources et méthodes. Statistique Canada - Catalogue No13-594-GPF

Services de location de véhicules

9921 - Services de location d'automobiles et de camions

Hôtels

9111 - Hôtels et auberges routières

9114 - Petits hôtels

Motels

9112 - Motels

Terrains de camping

9131 - Terrains de camping et parcs à roulettes

Autres hébergements

9113 - Camps et cabines pour touristes

9141 - Camps de chasse et de pêche

9149 - Autres camps de vacances

Services de restauration

9211 - Restaurants avec permis de boissons

9212 - Restaurants sans permis de boissons (y compris les restaurants)

9213 - Services de mets à emporter

9221 - Tavernes, bars et boîtes de nuit

Divertissements et loisirs

8551 - Musées et archives

9621 - Salles de cinéma ordinaires

9629 - Projection de films cinématographiques

9631 - Agences de spectacles et artistes

9639 - Autres théâtres et spectacles

9641 - Clubs sportifs professionnels

9643 - Hippodromes

9644 - Autres champs de course

9651 - Clubs de golf

9652 - Clubs de curling

9653 - Installations de ski

9654 - Locations de bateaux et ports de plaisance

9661 - Loteries et jeux du hasard

9691 - Salles de quilles et salles de billard

9692 - Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques

9694 - Jeux automatiques

9695 - Pistes de patinage à roulettes

9696 - Jardins botaniques et zoologiques

9699 - Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

9999 - Autres services n.c.a.

Services de voyage

9961 - Agences de voyages et de vente de billets

9962 - Grossistes et commerçants en voyages

Annexe 3 - Bibliographie

- Buchanan, Hon. J. Judd, Rapport sur le tourisme, octobre 1994.
- Commission canadienne du tourisme, Rapport annuel 1995-1996, Un partenariat bâti sur le roc, 1996.
- , Rapport annuel 1996, Pilotée par l'industrie. Propulsée par le marché, 1997.
- , Orientations stratégiques proposées : 1997-1998, ébauche, sans date.
- , Charte, La Commission canadienne du tourisme, le 9 août 1995.
- , Les enjeux du secteur du tourisme au Canada, 1997.
- , Plan stratégique : recherche pour 1999-2000, ébauche, Services d'information, Recherche, 1998.
- , The Economic Significance of Tourism, Comparing Canada and WTTC Estimates, Industry Competitiveness Directorate, Research, février 1996.
- , Programme de recherche, plan d'activité 1996-1997, ébauche, octobre 1995.
- , Prévisions du tourisme international, mise à jour, printemps 1998, rapport de recherche, 1998.
- , Royaume-Uni - Plan de marketing stratégique 1999-2000, ébauche, Direction du marketing, 1998.
- , Europe - Plan de marketing stratégique 1999-2000, ébauche, Direction du marketing, 1998.
- , Asie-Pacifique - Plan de marketing stratégique 1999-2000, ébauche, Direction du marketing, 1998.
- , Japon - Plan de marketing stratégique 1999-2000, ébauche, Direction du marketing, 1998.
- Price Waterhouse, Évaluation à mi-mandat de la CCT, rapport final, le 20 décembre 1996.
- , Évaluation des activités de la CCT : rapport final, le 22 septembre 1997.
- Smith, Steven, Sujets de recherche intéressant l'industrie touristique canadienne, document hors série, août 1997.
- Smith, Steven, Meis, Scott, « The Transformation of Tourism Canada into the Canadian Tourism Commission », présentation à la conférence « Alpine Tourism Sustainability: Reconsidered and Redesigned », le 4 mai 1996.

-----, « Getting the Big Picture in Focus », une presentation devant le TTRA-Canada sur le comité de la recherche de la CCT, le 8 octobre, 1996.

Statistique Canada, Le compte satellite du tourisme, Série technique n° 31, Division des comptes nationaux et de l'environnement, juillet 1994.

-----, Indicateurs nationaux du tourisme, estimations trimestrielles, 1^{er} trimestre, Système de comptabilité nationale, 1998.

-----, Guide des indicateurs nationaux du tourisme : sources et méthodes, Système de comptabilité nationale, août 1996.

-----, Indicateurs nationaux du tourisme : estimations historiques, 1987 à 1996, Système de comptabilité nationale, 1997.

Wilton, David, Évolution récente du tourisme d'après les indicateurs nationaux du tourisme, rapport de recherche, 1998.
