



Photo : David Boily / Getty Images

Le tourisme est l'une des plus importantes sources de création de richesse et d'emplois. En dépit de la crise économique en Europe et aux États-Unis, le nombre de touristes dans le monde a franchi pour la première fois le cap du milliard en 2012. L'Organisation mondiale du tourisme prévoit une croissance annuelle de 3,3 % d'ici 2030, ce qui représente une hausse de 860 millions de voyageurs.

Mais le Québec ne parvient pas à profiter de ce boum. Les touristes américains le boudent depuis plus d'une décennie, et le nombre de visiteurs d'outre-mer, en faible hausse de 2006 à 2011 (données les plus récentes), n'arrive pas à compenser cette désaffection. De 2000 à 2010, les recettes touristiques en dollars constants ont stagné. Même les Québécois, qui constituent 90 % du marché, se désintéressent de plus en plus de leur coin de pays.

## Entrevue] Le Québec en mal de touristes

Écrit par Pierre Duchesneau  
Mercredi, 28 Août 2013 20:45 -

---

En 2010, le gouvernement libéral a formé un comité dirigé par Gilbert Rozon, président fondateur du Groupe Juste pour rire, afin que celui-ci propose des mesures concrètes pour stimuler l'industrie. Québec a annoncé l'an dernier son Plan de développement de l'industrie touristique. Il se donne jusqu'en 2020 pour accroître de 7 millions le nombre de visiteurs annuels (ils étaient 28 millions en 2011).

*L'actualité* a rencontré le ministre délégué au Tourisme, le député de Matane-Matapédia [Pascal Bérubé](#), qui terminera en septembre sa première année à la tête de ce ministère.



Photo : Parti québécois

***Pour quelle raison le Québec n'arrive-t-il pas à prendre sa place sur l'échiquier mondial du tourisme ?***

Faute d'investissement, notre offre est devenue moins attrayante. Le gouvernement libéral a trop tardé à mettre en place les réformes nécessaires, et les outils de financement étaient mal adaptés à notre industrie touristique. Notre gouvernement vient de créer deux programmes : le programme d'appui au développement touristique, doté d'une enveloppe de 85 millions en prêts et garanties de prêts, et le Fonds tourisme PME, qui a pour but de stimuler l'investissement des

PME touristiques, avec une capitalisation de 5 millions. La balle est maintenant dans le camp des promoteurs : les leviers financiers sont là, on attend vos projets. Notre rôle est d'accompagner les promoteurs, pas de lancer des attractions touristiques.

Autre problème : l'absence de liaisons directes de Montréal vers l'Asie, région connaissant la plus forte croissance du nombre de voyageurs. Comment convaincre les Asiatiques de visiter Montréal, puis la Gaspésie, lorsque leur avion atterrit à Toronto, Calgary ou Vancouver ? Les liaisons directes sont le nerf de la guerre. Je veux interpeller les compagnies aériennes à ce sujet. La solution ne passe pas uniquement par Air Canada.

***Le nombre de visiteurs en provenance des États-Unis, principal marché hors du Québec, diminue sans cesse. Comment expliquer cela ?***

Pour la promotion aux États-Unis, le Québec doit travailler avec la Commission canadienne du tourisme. Or, cette société d'État fédérale a réduit considérablement ses investissements en promotion depuis quelques années. En conséquence, le Canada, qui se classait au 9<sup>e</sup> rang des destinations mondiales en 1990, a dégringolé au 15<sup>e</sup> rang en 2010.

Depuis 2009, les autorités canadiennes ont empiré la situation en exigeant un visa pour les visiteurs mexicains, qui raffolent du tourisme hivernal. Cette mesure a eu des effets dévastateurs : leur nombre a chuté, passant de 89 000 en 2009 à 33 000 en 2011.

D'autre part, la réforme de l'assurance-emploi envoie un message négatif à notre industrie touristique régionale, surtout saisonnière, en démotivait les gens qui y travaillent. S'il ne nous aide pas, j'aimerais au moins que le fédéral ne nous nuise pas.

***Comment inverser la tendance ?***

On ne reste pas les bras croisés à ne rien faire. On a lancé cet été aux États-Unis une campagne visant les 35 ans et plus, qui met en relief le fait francophone, la qualité de notre

tourisme urbain et l'aspect sécuritaire de nos villes. Et, nouveauté depuis 2012, on étend notre présence au-delà de New York. Des placements publicitaires ont été faits à Miami, San Francisco, Los Angeles et Chicago, des villes avec lesquelles on a des liens aériens directs.

***Le rapport Rozon proposait une réforme de la structure de l'industrie, qui compte 22 associations touristiques régionales, 19 associations touristiques sectorielles, une centaine de centres locaux de développement, des offices de tourisme locaux... Préparez-vous une telle réforme ?***

Plutôt que d'abolir des structures, je veux faire participer davantage les acteurs locaux aux instances économiques régionales, en les faisant siéger aux comités. C'est très technique, mais ce changement aura des effets concrets et permettra de promouvoir davantage les intérêts de l'industrie touristique.

Actuellement, mes efforts se concentrent sur la préservation, dans le contexte budgétaire, des leviers financiers et du budget de promotion du ministère du Tourisme. Jusqu'à maintenant, on a été victimes de coupes minimales : 4 millions de dollars, sur un budget de 136 millions.

***Quelles sont vos autres priorités ?***

Le renouvellement de l'entente de 10 ans pour conserver la formule 1 à Montréal figure en tête de liste. C'est la manifestation la plus importante au Canada. Elle génère des retombées de 100 millions de dollars au Québec, en plus d'accroître notre notoriété internationale. On investit là-dedans, parce que c'est fiscalement rentable et que ça rapporte beaucoup aux hôteliers.

J'ai aussi l'intention d'agir dans le dossier de l'hébergement illégal, un véritable fléau. Des hôteliers payant taxes et impôts et ayant pignon sur rue se font concurrencer de façon déloyale par des gens qui ne respectent aucune règle. Lorsque j'étais critique de l'opposition en matière de tourisme, j'ai dénoncé l'inaction du gouvernement libéral dans ce dossier. En 10 ans, le Ministère n'a condamné personne. Pourtant, il suffit de quelques clics sur Internet pour trouver les fautifs. Avec Revenu Québec, on élabore un plan. On n'exclut pas les moyens musclés.

### ***L'industrie du tourisme doit participer au développement économique, faire rayonner la culture et créer des emplois dans toutes les régions. Comment comptez-vous atteindre ces objectifs ?***

Je veux qu'on applique le modèle des « dragons » [NDLR : allusion à l'émission *Dans l'œil du dragon*, à Radio-Canada]. On est prêts à investir, mais qu'est-ce que ça va nous rapporter de plus ? On est en mode affaires. Les manifestations qui aspirent à un financement public doivent démontrer qu'elles ont des répercussions sur le tourisme. Je vais être plus exigeant sur cet aspect-là. Sinon, on ne les aide pas.

Des festivals ont aussi une vocation culturelle et sont aidés par le ministère de la Culture, comme le Village en chanson de Petite-Vallée, en Haute-Gaspésie. Pourquoi ne soutiendrait-on pas une telle manifestation, puisque ça fait rayonner la culture et ça rapporte en matière de nuitées ?

Mon rêve le plus fou — sans offusquer mes collègues du Conseil des ministres — serait de regrouper dans un super-ministère tous les acteurs du tourisme : la Sépaq [Société des établissements de plein air du Québec], qui gère les parcs nationaux et est actuellement sous la responsabilité du ministère de l'Environnement, du Développement durable, de la Faune et des Parcs ; la Société des casinos, sous le ministère des Finances ; l'ITHQ [Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec], sous le ministère de l'Éducation ; et les haltes routières, sous le ministère des Transports. Ces attractions-là pourraient faire partie d'une vision intégrée du tourisme.

Ce projet est utopique, mais on travaille de plus en plus en collaboration. On consulte notre ministère pour tout ce qui peut avoir des conséquences en matière de tourisme.

### ***Quels sont les attraits sous-exploités au Québec ?***

Le tourisme autochtone recèle un énorme potentiel. J'ai été renversé par l'expérience que j'ai vécue à l'Hôtel-Musée Premières Nations, à Wendake, près de Québec. Si l'on comptait deux ou trois attraits du genre, on pourrait créer un circuit très intéressant pour les Européens.

Le fleuve demeure aussi une richesse sous-exploitée. Les croisières internationales, en pleine croissance, le mettent déjà en valeur, mais il reste beaucoup de chemin à faire. Il faut structurer l'offre aux neuf escales.

Le tourisme hivernal offre aussi beaucoup de possibilités, avec le ski, la raquette, la motoneige, la pêche sur glace et le ski cerf-volant. Déjà, 16 % des touristes qui nous visitent le font entre janvier et mars. C'est important, mais on doit faire mieux. Un groupe de travail a été mis sur pied pour élaborer une stratégie de tourisme hivernal. On attend son rapport en janvier 2014.

\* \* \*

### **L'industrie touristique en chiffres (2012)**

**31 080**

*Nombre d'entreprises liées au tourisme*

**131 600**

*Nombre d'emplois directs*

**417 245**

*Nombre d'emplois associés*

**12,4 milliards**

*Recettes*

**2,45 %**

*Contribution au PIB du Québec*

\* \* \*

### **Destination fleuve**

Quelque 230 000 croisiéristes et 90 000 membres d'équipage ont visité les neuf escales du Québec en 2012. Une année record. Selon l'Association des croisières du Saint-Laurent, le nombre de croisiéristes sera sensiblement le même en 2013.

### **Neuf escales**

Montréal, Trois-Rivières, Québec, Saguenay, Baie-Comeau, Sept-Îles, Havre-Saint-Pierre, Gaspé et les Îles-de-la-Madeleine.

### **Un plan ambitieux**

Lancé en mai 2012, le Plan de développement de l'industrie touristique fixe trois objectifs à atteindre d'ici 2020 :

- Augmenter les recettes touristiques annuelles de sept milliards de dollars.
- Accueillir sept millions de visiteurs annuels de plus.
- Créer 50 000 nouveaux emplois.

Le Plan propose 36 mesures extrêmement variées, parmi lesquelles la mise en valeur le fleuve Saint-Laurent, la lutte contre l'hébergement illégal, l'augmentation de la présence du Québec sur les réseaux sociaux, la mise en place d'un réseau d'ambassadeurs de renommée internationale pour promouvoir la destination, la connexion des réseaux cyclables urbains avec la Route verte, et l'ajout de divers outils financiers pour appuyer les promoteurs.

## Entrevue] Le Québec en mal de touristes

Écrit par Pierre Duchesneau

Mercredi, 28 Août 2013 20:45 -

---

Cet article [\[Entrevue\] Le Québec en mal de touristes](#) est apparu en premier sur [L'actualité](#)

**Consultez la source sur Lactualite.com:** [\[Entrevue\] Le Québec en mal de touristes](#)