



**Association québécoise
de l'industrie touristique**

Valorisation du Saint-Laurent touristique

Pierre d'assise de la création de richesse pour le Québec

Document présenté au ministre délégué aux Transports
et à l'Implantation de la stratégie maritime

Octobre 2014

Québec, le 20 octobre 2014

L'AQIT : une mission principale, favoriser la croissance des entreprises touristiques pour assurer le développement économique

L'Association québécoise de l'industrie touristique (AQIT) est le principal porte-parole touristique en matière d'affaires économiques et publiques au Québec. L'AQIT rassemble, concerta et représente les entreprises et les associations de l'industrie afin de promouvoir et défendre les intérêts de l'important moteur de développement économique qu'est le tourisme, troisième produit d'exportation de la province. Parmi les membres de l'AQIT, on compte des entreprises majeures œuvrant dans les diverses sphères du tourisme, en plus de réunir les intervenants que sont les associations touristiques régionales et sectorielles.

Une participation active dans l'élaboration de solutions pour la croissance économique du Québec

L'AQIT veille et se saisit de dossiers à portée multisectorielle et provinciale qui affectent l'industrie, notamment au regard de la performance des entreprises. C'est ainsi que l'association a été activement impliquée dans la réflexion qui a mené à l'élaboration du *Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 – Un itinéraire vers la croissance* (PDIT 2012-2020), déposé en mai 2012 par la députée de Laporte, alors ministre du Tourisme.

Faisant l'objet d'une adhésion sans précédent et d'une appropriation de l'industrie, autant à son dévoilement que maintenant, le PDIT 2012-2020 est assujéti d'une cible de performance, soit une croissance annuelle de 5 % des recettes touristiques d'ici 2020. À terme, l'atteinte de cette cible permettra la création de 50 000 emplois, répartis sur l'ensemble du territoire québécois.

C'est avec beaucoup de satisfaction que nous avons constaté que le PDIT 2012-2020 fait partie des plans de l'actuel gouvernement, comme le démontrent diverses allocutions du Premier Ministre et de la ministre du Tourisme.

Le Saint-Laurent : pierre d'assise d'un Québec touristique performant

Le PDIT 2012-2020 table notamment sur une augmentation des arrivées de touristes internationaux – et donc l'injection d'argent neuf dans l'économie – et est soigneusement élaboré autour d'éléments qui, mis en place adéquatement, feront du Québec une destination originale et incontournable, de calibre mondial.

Il va de soi que le St-Laurent fasse partie intégrante de ce plan. Sa mise en valeur en tant qu'icône touristique de calibre international fait l'objet d'une stratégie porteuse, déposée en février dernier. La *Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020 et plan d'action 2014-2017* a été élaborée par un groupe de travail mixte composé d'experts touristiques et d'intervenants gouvernementaux qui ont mis à profit leurs connaissances pour développer un plan d'action concerté et étoffé.

Somme d'un imposant travail et d'investissement considérable, cette stratégie vise à augmenter les recettes touristiques du Québec et le nombre de visiteurs, améliorant notre compétitivité, ainsi qu'à diversifier et stimuler l'économie des régions.

Stratégie maritime : poursuivre sur de solides bases

C'est notamment par le budget 2014-2015 et l'officialisation qu'il faisait de la mise en œuvre de la Stratégie maritime que nous comprenons que la mise en valeur du Saint-Laurent touristique, et conséquemment les sommes qui y seront dévouées, sont maintenant regroupées sous une bannière plus large.

Connaissant son potentiel économique remarquable, nous saluons la priorité qui est ainsi donnée au développement de cette icône qui nous démarque. En outre, la présence de la ministre Vien au sein du Comité ministériel d'implantation de la stratégie maritime nous apparaît comme un indicateur de votre intention à maintenir le développement durable du Saint-Laurent touristique au cœur de la Stratégie maritime.

Ayant consulté le résumé de la Stratégie et de ses axes d'intervention, nous souhaitons toutefois insister sur l'importance de poursuivre le développement durable du tourisme maritime selon le plan d'action de la *Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique*. Il s'agit d'un plan exhaustif articulé autour de quatre axes et douze mesures, ciblant les éléments de l'offre les plus porteurs à court terme. Nous le rappelons, cette stratégie a été développée par des experts et prend notamment soin d'inclure le développement terrestre, nécessaire au succès du développement maritime.

Le budget 2014-2015 annonçait un support à certaines mesures de la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique. Il sera primordial de poursuivre en ce sens. En plus d'être un aspect important de la Stratégie maritime, le développement du Saint-Laurent touristique est au cœur de la capacité pour l'industrie touristique d'atteindre ses cibles de croissance, de création d'emplois et de recettes dont l'économie du Québec a grandement besoin.

Soyez assuré de notre entière collaboration et de notre disponibilité pour discuter de façon plus approfondie de la mise en valeur du Saint-Laurent touristique et du rôle que peut jouer l'industrie dans l'implantation réussie de la stratégie maritime.

Le président de l'AQIT,



Yan Hamel, ing.

c.c. Madame Dominique Vien, ministre du Tourisme
Monsieur George Farrah, Secrétaire général associé, Secrétariat à l'implantation de la stratégie maritime

Le tourisme, un levier majeur de développement économique pour le Québec

- 1 \$ public = 20 \$ de recettes touristiques, dont 5 \$ de recettes fiscales¹;
- 2,45 % du PIB québécois en 2011²;
- 12,8 milliards \$ de recettes touristiques en 2011, dont 30 % des marchés hors Québec³;
- En 2011, une dépense touristique de 100 \$ a un impact de 69 \$ dans l'économie québécoise, une proportion largement supérieure que d'autres industries, dont la fabrication de matériel de transport – notamment l'aérospatial – (50 \$), la première transformation des métaux – comme l'aluminium – (44 \$) et la fabrication de produits du pétrole et du charbon (6 \$)⁴;
- 1,5 G\$ de revenus fiscaux et 600 M\$ de revenus parafiscaux au gouvernement du Québec en 2011;⁵
- 31 000 entreprises qui offrent aux visiteurs des services aussi variés que l'hébergement, la restauration, le transport, les divertissements et les loisirs⁶;
- 345 000 emplois directs et reliés en 2012⁷;
- Le tourisme crée de la valeur ajoutée dans plus de 180 secteurs d'activité économique;⁸
- 3^e rang des produits d'exportation du Québec en 2012.⁹

¹ Ministère du Tourisme, Comité performance de l'industrie touristique, Faire des choix pour une industrie touristique performante, Site officiel [en ligne], consulté le 20 janvier 2014, p. 16.

² Tourisme Québec, Direction de l'évaluation et de l'analyse stratégique.

³ Ministère du Tourisme, Direction des connaissances stratégiques, Le tourisme au Québec en bref 2012, Site officiel [en ligne], consulté le 16 octobre 2014, p.5.

⁴ Tourisme Québec, Direction.

⁵ Tourisme Québec, Direction de l'évaluation et de l'analyse stratégique, RCST, L'impact économique des recettes touristiques du Québec en 2011, septembre 2013, p. 7.

⁶ Tourisme Québec, Direction de l'évaluation et de l'analyse stratégique, RCST, L'emploi touristique, Nouveaux développements, octobre 2013, p. 6.

⁷ Institut de la statistique du Québec.

⁸ L'impact économique du tourisme au Québec en 2010, Ibid, p.1.

⁹ Institut de la statistique du Québec.

ANNEXE 1

Plan d'action de la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique – 4 axes, 12 mesures

<p>AXE 1 Hausser l'attractivité des dix pôles Saint-Laurent et de leurs produits prioritaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investir dans l'offre touristique du Saint-Laurent ▪ Augmenter l'attractivité des sites naturels dans les pôles ▪ Accompagner les entreprises touristiques ▪ Enrichir l'expérience de séjour des touristes
<p>AXE 2 Développer les produits maritimes stratégiques du Québec de façon durable</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investir dans la croissance du secteur des croisières internationales ▪ Développer et structurer l'offre existante de croisières fluviales et maritimes ▪ Miser sur un produit des plus populaires : les mammifères marins Saint-Laurent ▪ Exporter les façons de faire du Parc marin Saguenay-Saint-Laurent
<p>AXE 3 Relier entre eux les pôles Saint-Laurent par des circuits terrestres et maritimes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Développer les circuits maritimes ▪ Enrichir et personnaliser les routes et circuits terrestres le long du Saint-Laurent
<p>AXE 4 Parfaire nos connaissances</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Élaborer un plan d'affaires pour le développement des croisières fluviales et maritimes ▪ Élaborer un plan d'affaires visant le développement du tourisme nautique dans les voies d'entrées navigables