

Le tourisme dans la région métropolitaine de Montréal Tourism in Greater Montreal

Pierre-Paul Proulx et Richard Beaudry

Volume 50, numéro 3, juillet–septembre 1974

Montréal : problèmes de croissance et éléments d'une stratégie de développement

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/803054ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/803054ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (imprimé)

1710-3991 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Proulx, P.-P. & Beaudry, R. (1974). Le tourisme dans la région métropolitaine de Montréal. *L'Actualité économique*, 50(3), 362–378.
<https://doi.org/10.7202/803054ar>

Résumé de l'article

This article presents summarily the tourist resources and equipment available; the mechanism through which tourists are informed and received; data on the number of tourists (with a forecast) having come to Montreal and the Province of Quebec; information of congress, Expo, the Olympic Games; the expenditures of tourists; the employment and income creation attributable to tourism. It concludes with suggestions to the effect that a multidimensional inter-departmental approach be taken to deal adequately with tourism.

*Le tourisme dans la région métropolitaine de Montréal**

Nous présentons, dans cet article, une image sommaire et incomplète de l'offre touristique, des structures d'accueil, de la demande touristique ainsi qu'une estimation des effets d'emploi et de revenu du tourisme sur l'économie de Montréal et du Québec. Cette étude présente également une estimation, pour l'année 1980, de la clientèle touristique et des revenus générés par le tourisme, mais le lecteur doit être mis en garde à ce sujet car les extrapolations impliquées simplifient beaucoup et ne peuvent que donner une impression d'ordre générale de grandeur des phénomènes visés.

I — DÉFINITION DES TERMES

Les données statistiques qui existent présentement sur l'industrie du voyage ne permettent pas une étude économique du phénomène. Contraints à recourir aux renseignements actuellement disponibles dans le cadre de cette étude, nous nous sommes servis, de façon prépondérante, des données générées partant des définitions élaborées par Travel Research Planning Committee, lors de la Conférence fédérale-provinciale sur le tourisme à Ottawa en 1971.

Selon ces définitions, on distingue :

- 1) les touristes :
 - a) résidents ;
 - b) non-résidents ;
- 2) les excursionnistes :
 - a) résidents ;
 - b) non-résidents ;
- 3) les autres voyageurs :
 - a) résidents ;
 - b) non-résidents.

* Le Dossier 4 du Centre de Recherches en Développement économique traite de façon plus complète du sujet abordé dans cet article.

Les activités touristiques comme telles comprennent les catégories « touristes » et « excursionnistes », résidents et non-résidents. *Nous nous limiterons, cependant, tout au long de l'analyse qui va suivre, à l'étude de la catégorie « touristes » exclusivement.* Le Travel Research Planning Committee a retenu les définitions suivantes :

- 1) Un touriste est une personne effectuant un voyage d'affaires, de plaisir, de congrès ou autres, dont l'éloignement est d'au moins 25 milles et dont le séjour est d'au moins une nuit.
- 2) Un excursionniste est une personne effectuant un voyage d'affaires, de plaisir, de congrès ou autres, dont l'éloignement est d'au moins 25 milles, mais dont le séjour se termine la journée même.
- 3) Un autre voyageur est une personne qui :
 - a) s'éloigne d'au moins 25 milles pour occuper un emploi, pour y fixer son domicile ou pour fréquenter l'école ; ou
 - b) voyage pour se rendre à son travail à la condition qu'elle ne s'arrête pas pour la nuit.

(Il faut comprendre que le critère millage ne s'applique pas dans le cas des voyageurs internationaux en visite au Canada).

Il n'existe, dès lors, que trois genres de voyages qui ne sont pas considérés comme tels par les statistiques :

- a) les voyages des personnes qui se livrent au transport ;
- b) les voyages des personnes en transit (voyages internationaux) ;
- c) les voyages de moins de 25 milles des Canadiens, sauf dans le cas du trajet vers le travail.

Le tourisme : secteur autonome ou activité multisectorielle ?

La classification du tourisme en tant qu'activité économique laisse beaucoup à désirer. On connaît, théoriquement, les relations plus ou moins étroites entre le tourisme et un ensemble de secteurs, mais on ne s'est pas encore vraiment attardé à en vérifier l'apport économique qu'on lui prête si souvent. Lié de près à l'hôtellerie et à la restauration, d'une influence marquée sur les activités de transport aérien, routier, etc., d'un impact non négligeable sur une foule de secteurs tels que le pétrole, l'imprimerie, les industries diverses, etc., et se présentant comme une source importante de revenus pour le Québec et ses régions, il n'en faudrait pourtant pas plus pour qu'il soit perçu comme un secteur économique autonome au même titre que l'agriculture et le commerce. Toutefois, ses interrelations avec ces différents secteurs sont encore empiriquement tellement mal connues qu'on ne peut le considérer comme tel : c'est une activité dont l'apport est certes énorme (il équivaut à l'industrie pétrolière au Québec), mais sur laquelle peu de planifi-

cateurs se sont penchés faute d'information à son sujet ; elle apparaît en fait, comme une activité qu'on aurait grand avantage à connaître, compte tenu de la force économique qu'on lui accorde.

II — ÉVOLUTION DE L'OFFRE TOURISTIQUE DANS LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE MONTRÉAL

Les ressources

Montréal se présente au touriste comme un site aux attractions sans nombre : une montagne majestueuse, des quartiers cosmopolites, des cabarets, discothèques, salles de concert, boîtes à chansons invitantes, de multiples restaurants, une hospitalité « proverbiale », de nombreux attraits culturels, religieux, physiques, une exposition qui en fait encore son orgueil, etc. L'énumération de tous les attraits particuliers qu'elle peut offrir serait ici fastidieuse pour le lecteur qui trouvera plus de renseignements sur le sujet dans le dossier 4 du CRDE. De plus, Montréal peut demeurer un centre de développement important en revalorisant ses activités dans les domaines commercial, financier, des transports, des communications, etc., facteurs importants pour promouvoir des voyages d'affaires et la tenue de congrès.

Cet aperçu rapide du potentiel touristique de Montréal n'est pas sans susciter un certain intérêt chez ceux dont le tourisme est une préoccupation d'affaires ; et les questions qu'il soulève méritent, pour leur part, qu'on y porte quelques réflexions :

- Existe-t-il, dans la région de Montréal, d'autres sites dont l'aménagement, la rénovation ou le développement pourraient faire le bénéfice du tourisme ?
- A qui revient cette tâche ?
- Qui doit bénéficier de leur exploitation ?
- Quelle est la fonction particulière de Montréal à l'égard du développement de l'industrie touristique au Québec ?

L'équipement

La région métropolitaine de Montréal présente, au niveau de l'hébergement, un équipement diversifié et accessible à toutes les bourses : en 1972, le touriste y avait le choix entre 93 hôtels, 127 motels, 125 maisons de chambres et 24 terrains de camping et caravanning. Environ 49,000 personnes à la fois pouvaient y trouver un gîte dans près de 20,000 chambres ou sites disponibles. De cette capacité, les terrains de camping et caravanning couvraient environ 12 p.c., et les maisons de chambres un peu plus de 5 p.c. Si l'on en juge par la situation qui prévalait à Toronto où ces proportions se situaient respectivement à

6 et 1 p.c., Montréal offrirait donc, sous ce rapport, une gamme de services relativement bien diversifiés.

En avril 1974 on retrouvait dans la Ville de Montréal 35 hôtels, 13 hôtels-motels et chalets, 103 maisons de chambres et 7 autres maisons de logement. Le total des chambres était de 11,118 dont une capacité d'accueil d'environ 28,000 personnes.

Les comparaisons sur la taille des hôtels laissent percevoir que Montréal serait désavantagée sous certains aspects, notamment en ce qui concerne le tourisme de congrès. Si les chambres disponibles et la capacité d'hébergement se présentent suivant des caractéristiques relativement semblables à Montréal et à Toronto, le faible nombre d'établissements de plus de 100 chambres place Montréal dans une situation défavorable : seulement 16 p.c. des établissements montréalais ont plus de 100 chambres contre près de 26 p.c. à Toronto.

La situation semble, toutefois, vouloir se corriger suite à l'annonce d'importants projets de construction d'hôtels d'ici 1976. En effet, 12 projets d'envergure ont déjà été soumis à la connaissance du public par *Le Devoir* (10 janvier 1974). Dans les 9 sur lesquels on a pu obtenir des renseignements plus précis, 4 auraient plus de 500 chambres ; la capacité totale prévue s'élèverait à près de 6,000 chambres pouvant accueillir environ 12,000 personnes.

Montréal offrirait donc, en 1976, plus de 60,000 places à ses visiteurs ; il faut toutefois compter au surplus les projets de moindre importance qui ne manqueront sûrement pas de surgir nombreux d'ici là. D'autre part, des études poussées se préparent sur l'opportunité et la rentabilité d'un centre de congrès à Montréal. Ceci vient à point et contribuerait à corriger la faiblesse relative de Montréal dans ce domaine.

Une question fondamentale se pose, cependant, à savoir jusqu'à quel point on devrait privilégier soit Montréal, soit le reste de la province dans le développement futur de l'infrastructure touristique. Il existe un fait : c'est que Montréal est relativement mieux dotée en infrastructure que Toronto. Cependant, tel qu'indiqué ci-dessous, environ la moitié des touristes québécois passent par Montréal. D'autre part, il n'existe qu'un seul circuit bien articulé entre Montréal et le reste de la province : celui vers la Gaspésie.

Quant à nous, il nous semble que le développement de l'offre touristique à Montréal est une condition nécessaire au développement de l'industrie du voyage au Québec. Condition nécessaire mais insuffisante car l'infrastructure du reste de la province doit être développée, des réseaux touristiques aménagés, les réseaux de transport, de communications, l'hôtellerie et la restauration revalorisés, gestes qui ne

peuvent être posés de façon ponctuelle sans plan de développement séquentiel pour l'ensemble du territoire.

III — LES STRUCTURES D'ACCUEIL OU COMMENT, À MONTRÉAL, L'OFFRE TOURISTIQUE REJOINT LA DEMANDE TOURISTIQUE

Si les attraits comme tels et les possibilités d'hébergement constituent les facteurs essentiels qui caractérisent le potentiel touristique d'une région, il ne fait aucun doute que les structures d'accueil contribuent, d'une façon non moins importante, à leur exploitation par la publicité qu'elles véhiculent, l'information qu'elles diffusent et les services qu'elles offrent aux voyageurs.

Ces services d'accueil se présentent, à Montréal, sous des formes diverses :

- Un organisme sans but lucratif offre des services d'accueil aux voyageurs à partir de kiosques établis à la gare Windsor et à l'aéroport international de Dorval.
- La ville de Montréal participe, pour sa part, à la distribution de renseignements touristiques par son Bureau des relations publiques et son Office du tourisme.
- L'Office des Congrès et des visiteurs de Montréal s'attache plus particulièrement au secteur des congrès par son service d'information : promotion et brochures, et par son service d'animation : ses hôtesse.
- Le ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche dispose d'une salle permanente d'accueil pour les voyageurs de passage. Il ne faut d'ailleurs pas oublier ses importants efforts de promotion visant la clientèle américaine.
- Les guides et les gardiens sur les lieux touristiques mêmes ou lors d'événements sportifs ou culturels, les employés d'hôtels, de garages, etc., les journaux, les revues, la radio, la télévision, etc.

Les efforts de ces agents demeurent certes d'une influence importante quand il s'agit d'attirer une clientèle éventuelle, mais il ne semble pas, toutefois, qu'ils soient orientés de façon optimale, si l'on en juge par les résultats de certaines enquêtes.

Il nous semble indiqué, à cet égard, que le M.T.C.P. et l'Office du tourisme de la Ville de Montréal collaborent à l'établissement de mesures visant à mieux orienter la promotion touristique. Des comités d'expertise pourraient également être formés dans le but de diriger plus efficacement les efforts engagés dans la publicité touristique. La C.U.M. devrait également évaluer le rôle qu'elle pourrait jouer dans la promotion du tourisme sur son territoire.

Un centre d'accueil touristique possiblement greffé au Centre commercial international est vraisemblablement indiqué. Les services d'accueil sont toutefois soumis à un facteur important : le budget. L'Office municipal du tourisme possède, depuis qu'on lui a affecté le budget de promotion de Terre des Hommes, des ressources relativement imposantes. Au total, le budget est de deux fois supérieur à celui de Toronto si l'on additionne les revenus de l'Office municipal du tourisme et de l'Office des congrès.

IV — ÉVOLUTION DE LA DEMANDE TOURISTIQUE DANS LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE MONTRÉAL

La clientèle touristique

On ne dispose d'aucun indice précis sur le volume de la clientèle touristique de la région de Montréal. Les statistiques disponibles, sur

TABLEAU 1

NOMBRE DE TOURISTES AYANT LE QUÉBEC COMME DESTINATION, 1967-1971
(^{'000})

Années	Canadiens ^{1*} (incluant Québécois)	Américains ²	Autres ²	TOTAL
1967	10,796	5,330	332	16,458
1968	6,250	3,089	119	9,458
1969	7,004	3,184	134	10,322
1970	6,734	3,431	152	10,217
1971	7,300	3,564	155	11,019
1975**	9,800	4,200	250	14,250
1980**	12,400	5,000	340	17,740

* Il n'a pas été possible de déterminer annuellement le pourcentage de touristes canadiens résidents au Québec. On l'estimait, toutefois, à 72 p.c. en 1971, ce qui donne pour l'année 1971 un total de touristes non-résidents de 8,975,000 environ qui seraient venus au Québec.

SOURCE : *Les réalités du tourisme canadien, 1972*, Office canadien du Tourisme, Ottawa.

** Estimation. Les estimations pour 1975 et 1980 ont été obtenues par l'extrapolation des observations sur la période 1968-1971. Ceci implique le statu quo sur le plan des politiques de développement du tourisme.

SOURCES : 1. Calculé à partir des pourcentages de destination des touristes canadiens donnés par les *Réalités du tourisme canadien, 1972*, Office du tourisme du Canada et des données sur le nombre de touristes canadiens à l'extérieur, cat. 66-202, Statistique Canada.

2. Cat. 66-201, Statistique Canada.

ce point, pour le Québec et même pour le Canada, sont d'ailleurs loin d'être fiables. Aussi, les estimations que nous avons pu effectuer devront-elles être considérées avec prudence et sous certaines réserves. Nous croyons, néanmoins, qu'elles fournissent une bonne idée des ordres de grandeur du volume réel des touristes dans la région.

Le tableau 1 fait état du nombre de touristes ayant le Québec comme destination. La répartition selon l'origine nous indique, d'abord, qu'en 1971 environ $\frac{1}{3}$ des touristes du Québec venaient des États-Unis, un peu plus de 1 p.c. d'outre-mer et le reste (66 p.c.) du Canada (incluant les Québécois).

Transposée du côté de Montréal (tableau 2), l'analyse nous montre que le rapport de volume Montréal/Québec est à peu près constant sur la période 1968-1971. Le rapport élevé de 1967, en comparaison aux années subséquentes, marque bien, pour sa part, la forte incidence de l'Expo sur le tourisme montréalais : on peut d'ailleurs estimer à

TABLEAU 2

NOMBRE DE TOURISTES AYANT MONTRÉAL COMME DESTINATION, 1967-1971

Années	Nombre ('000)	Par rapport au Québec
1967	11,800	71.6
1968	4,519	47.8
1969	4,921	47.6
1970	4,880	47.7
1971	5,260	47.7
1975 *	6,790	47.7
1980 *	8,460	47.7

* Les estimations faites en 1967 pour les années 1975 et 1980 ont été effectuées en conservant un pourcentage constant avec le Québec.

SOURCES : Données tirées de : *Le tourisme non-résident au Québec, 1968-1970* (M.T.C.P.) et relatives à la proportion des touristes qui vont à Montréal.

NOTE : Nous avons estimé le nombre de touristes ayant Montréal comme destination à partir des deux hypothèses, à savoir :

— que 100 p.c. des touristes d'outre-mer venant au Québec passent par Montréal ;

— qu'entre 47 et 48 p.c. des touristes américains et canadiens qui visitent le Québec ont Montréal comme destination principale.

SOURCE : *Le touriste résident, 1968 et 1970*, (M.T.C.P.) Les enquêtes divergent toutefois à ce propos. Statistique Canada estime le pourcentage pour les Américains à 60 p.c. Nous considérons donc comme conservateurs les pourcentages du M.T.C.P.

environ 7,500,000 le nombre supplémentaire de touristes qui ont été attirés par cette manifestation.

En 1971, le nombre des touristes qui ont visité Montréal et la province s'élevait respectivement à 5,260,000 et 11,000,019 et la projection de la tendance observée entre 1968 et 1971 nous permet de supposer que Montréal accueillera environ 6,790,000 touristes en 1975 (ce chiffre serait de 14,250,000 pour le Québec) et 8,460,000 en 1980 (17,740,000 au Québec).

Ces chiffres sont énormes si on les compare, par exemple, à la population locale des deux régions. Ils dénotent bien, par ailleurs, l'importance du tourisme pour leur économie. L'essor connu et prévu dans la clientèle nous porte, toutefois, à réfléchir sur l'attention et le soin dont devront faire preuve les autorités pour faire de cette activité un secteur productif, et socialement acceptable aux Québécois.

Nous restons cependant un peu sceptiques devant l'extrapolation effectuée. Il nous faudrait la reprendre à l'aide d'estimés de l'élasticité par rapport au revenu, aux prix, à la lumière de l'impact de Mirabel et selon différentes politiques de développement du tourisme à Montréal. D'autre part, l'impact de la crise de l'énergie (facteur positif pour les Canadiens, les Américains près de la frontière, et négatif pour les Américains habitant plus loin du Canada) le tourisme japonais et américain pourrait être pris en considération de façon plus explicite.

On retrouvera dans le Dossier 4 du CRDE une discussion des caractéristiques socio-économiques de la clientèle touristique. Partant de cette discussion on peut tirer certaines conclusions dont les suivantes :

- 1) Le tourisme de Montréal repose en grande partie, ou tout au moins relativement plus qu'au Québec, sur la disponibilité et l'accessibilité de son équipement hôtelier et motelier.
- 2) Environ la moitié des touristes de la région de Montréal est attirée d'abord par les particularités offertes à l'intérieur de la zone urbaine : magasins, musées, sport, théâtre, etc., mais une bonne proportion aime aussi visiter les sites en banlieue.

Ce qui nous amène à nous poser les questions suivantes :

- les modes d'hébergement autres qu'hôtelier et motelier sont-ils suffisamment connus et de bonne qualité pour satisfaire la demande qui leur est faite ?
- Dans quelle condition doit-on orienter les efforts d'aménagement touristique ? Vers la mise en valeur de nouvelles attractions dans les limites strictement urbaines ou vers le développement de sites situés plutôt en banlieue ?
- L'information est-elle suffisamment exhaustive dans l'énumération des attractions et des sites dignes d'intérêt ?

Les manifestations d'envergure

Si la plupart des touristes de Montréal y viennent pour l'ensemble des attractions qu'on y trouve, bon nombre viennent également pour des raisons un peu plus particulières telles qu'un congrès, la visite de l'Expo, les Jeux Olympiques (1976), etc. Aussi apparaît-il nécessaire, dans le cadre de la présente analyse, de s'attarder quelque peu sur la force attractive de tels événements.

— *Les congrès*

Depuis 1964, Montréal a reçu 1,200,000 délégués à plus de 2,000 congrès ; ce qui accorde à ce genre de tourisme une force relativement importante. Toutefois, des comparaisons avec Toronto nous incitent à croire que Montréal ne détient pas un pouvoir concurrentiel dans ce domaine. Ceci serait dû à un équipement insuffisant, et au faible budget alloué à l'Office des congrès et des visiteurs de Montréal.

Les perspectives d'avenir de Montréal comme centre de congrès se font toutefois rassurantes : pour la période 1973-1976, Montréal rejoindrait presque Toronto avec une moyenne annuelle de 349 congrès attirant 357,900 délégués (comparativement à 355 congrès et 409,844 délégués pour Toronto). L'écart noté pendant la période 1964-1972 serait donc pratiquement disparu en 1976. Ce revirement de situation serait dû, en majeure partie, à la tenue de congrès de grande envergure tels que :

1973 — Kiwanis International :	20,000 délégués
1974 — American Society of Travel Agents :	4,000 délégués
1975 — Rotary International :	15,000 délégués
1975 — Association américaine du Barreau :	10,000 délégués

On peut donc s'attendre, dans les années qui suivent, à ce que le tourisme de congrès accroisse considérablement sa participation au phénomène touristique de Montréal ; ceci sera d'autant plus vrai si le centre de congrès de Montréal voit le jour.

— *L'expo*

L'Exposition universelle de 1967 fut, sans contredit, l'événement touristique le plus prestigieux que Montréal ait produit. Nous avons, d'ailleurs, estimé ci-dessus qu'elle a attiré, à elle seule, environ 7,500,000 touristes en 1967 ; et les chiffres, quant au nombre de visiteurs qu'elle a accueillis, se font encore plus impressionnants¹ :

1967 —	50,306,648	visiteurs
1968 —	12,516,480	”
1969 —	6,575,317	”

1. SOURCE : Archives de la Ville de Montréal.

1970 —	5,997,359	visiteurs
1971 —	7,027,749	”
1972 —	3,026,370	”
TDH —	1,733,245	”
Ronde —	1,469,176	”

On peut s'apercevoir, toutefois, que, malgré les efforts des autorités pour lui conserver sa valeur, elle ne représente plus l'attraction qu'elle fut. Le nombre de visiteurs n'a cessé de diminuer depuis son ouverture — à l'exception de l'année 1971 où des améliorations ont été apportées — et, avec lui, on doit l'avouer, la rentabilité de son exploitation. Elle pourra certes demeurer encore longtemps un actif touristique, mais faudra-t-il alors en renouveler périodiquement la composition et la présentation.

— *Les Jeux Olympiques*

Bien qu'ils ne connaîtront pas une clientèle aussi nombreuse que celle qu'a connue l'Expo, les Jeux Olympiques de 1976, avec un budget de 310 millions de dollars, n'en formeront pas moins un événement d'importance dans l'histoire touristique de Montréal. Les études préliminaires sur le nombre de visiteurs possibles pour la quinzaine des Jeux laissent déjà entrevoir un contingent de 300,000 à 400,000 visiteurs. Il est difficile, cependant, de traduire ces chiffres en termes de touristes ; le seul indice qu'il nous a été possible d'obtenir du C.O.J.O. à ce propos est le nombre de visiteurs qui pourront être logés pendant la période des Jeux : on estime ce nombre à environ 93,000 par nuit, chaque visiteur demeurant à Montréal entre 3 et 5 jours environ. Les incidences sur le nombre global des touristes apparaissent, malgré cela, relativement faibles. Il faut toutefois compter sur le fait que durant l'été 1976, un éventail de festivités et de manifestations plus ou moins en rapport avec les Jeux seront offertes, ce qui ne manquera sûrement pas de générer une clientèle supplémentaire.

V — CERTAINS ASPECTS ÉCONOMIQUES DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DANS LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE MONTRÉAL

Les recettes du tourisme

Le calcul des recettes du tourisme a dû être effectué à partir des flux de dépenses. Si les dépenses des touristes américains et d'outre-mer au Québec ont pu être estimées d'une façon relativement précise à partir des données de Statistique Canada, il n'en a pas été ainsi pour les dépenses des touristes canadiens pour lesquelles des estimations sur les dépenses moyennes par personne ont dû faire l'objet d'approximation

TABLEAU 3

DÉPENSES DES TOURISTES AU QUÉBEC ET À MONTRÉAL, 1967-1980
(\$'000,000) en dollars constant de 1971

Années	Province de Québec			Québec	Montréal
	Canadiens	Américains	Outre-mer *		
1967	485.8	360.4	62.4	908.2	650.3
1968	236.9	155.9	19.5	412.3	197.1
1969	280.2	176.6	24.5	481.3	229.1
1970	296.4	219.1	29.1	544.6	259.8
1971	306.7	212.9	28.9	548.5	261.6
1975	411.6	252.0	47.5	711.1	339.2
1980	520.8	300.0	64.6	885.4	422.3

* Excluant les dépenses pour les transporteurs internationaux.

SOURCES : — *Canadiens* : estimé à partir d'estimation des dépenses moyennes par personne au Québec.

— *Américains* : estimé à partir des données du cat. 66-201, Statistique Canada en excluant les dépenses des excursionnistes.

— *Outre-mer* : estimé à partir des dépenses moyennes par personne.

— *Montréal* : estimé à partir des proportions des voyageurs Montréal/Québec.

DÉPENSES MOYENNES PAR PERSONNE AU QUÉBEC, 1967-1980
(dollars)

Années	Canadiens	Américains	Outre-mer
1967	45.00	67.60	188.00
1968	37.90	50.50	163.90
1969	40.00	55.50	182.80
1970	44.01	63.90	191.40
1971	42.01	59.70	186.60
1975	42.00	60.00	190.00
1980	42.00	60.00	190.00

SOURCES : — *Canadiens* : — 1970 — *Enquête sur le touriste non-résident*, M.T.C.P.

— 1971 — *Enquête sur les voyages des Canadiens*, Office du tourisme, Canada.

— Autres années — estimation.

— *Américains et outre-mer* : — dépenses globales et nombre de touristes.

grossière. Il n'en est pas moins résulté les chiffres donnés au tableau 3 : en 1971, le Québec aurait reçu près de 550 millions de dollars en recettes de son secteur touristique dont environ 260 millions seraient allés directement à Montréal ; cette somme a été largement dépassée toutefois en 1967, alors que plus de 900 millions auraient été dépensés par les touristes en visite au Québec cette année-là ; les recettes de Montréal se seraient alors chiffrées à 650 millions.

Des projections effectuées à partir des dépenses moyennes par touriste (nous avons laissé ces dépenses au même niveau qu'en 1971) peuvent, d'autre part, nous fournir certains ordres de grandeur sur les revenus possibles d'ici 1980 : ainsi, le Québec et Montréal recevraient respectivement environ 710 et 340 millions en 1975 et environ 885 et 420 millions en 1980.

Ces données sur l'apport économique généré par le tourisme au Québec et à Montréal sont suffisamment éloquents pour que les structures visant à améliorer l'exploitaton et la rentabilité de ce secteur soient mises en valeur.

Afin de déterminer grosso modo dans quels secteurs des politiques devraient être élaborées, nous avons tenté de répartir les dépenses des touristes au Québec par biens et services (à partir de la structure des dépenses de consommation des ménages du tableau économique du Québec et des données fournies par Statistique Canada — catalogue 66-102 — sur la structure des dépenses des familles pour leurs loisirs). Le tableau 4 traduit cette répartition. On remarque que ce sont surtout les secteurs des hôtels et restaurants (38.4 p.c.), des industries diverses (16.7 p.c.), du pétrole (15.2 p.c.) et du transport (12.6 p.c.), qui sont les plus étroitement reliés aux activités du tourisme. Les secteurs des services (1.8 p.c.) et des aliments et boissons (6.5 p.c.) entretiennent également des relations non négligeables². Inutile de dire qu'il reste beaucoup à faire pour améliorer la teneur de ces renseignements.

L'emploi direct produit par le tourisme

Il est difficile de déterminer jusqu'à quel point le tourisme peut être créateur d'emplois ; mais il apparaît malgré tout possible de s'en faire une idée partant du nombre de personnes employées dans les secteurs qui y sont les plus étroitement reliés. A cet égard, la répartition des dépenses par biens et services que nous avons effectuée ci-dessus peut se révéler un indice intéressant si nous lui appliquons les coefficients d'emploi tirés du modèle interindustriel du Québec. Les chiffres

2. Il serait intéressant ici de pouvoir déterminer l'impact sur l'ensemble de l'économie du Québec. Le C.R.D.E. espère trouver les ressources pour mener un projet d'étude déjà élaboré sur cet aspect du tourisme.

TABLEAU 4

RÉPARTITION DES DÉPENSES DES TOURISTES PAR BIENS DE CONSOMMATION
QUÉBEC, 1971

Biens et services	P.c.	Valeur (\$'000,000)
Aliments	5.0	27.4
Boissons	1.5	8.2
Vêtements	1.1	6.0
Pétrole	15.2	83.4
Produits pharmaceutiques	0.6	3.3
Articles divers (sports, revues, films, etc.)	16.7	91.6
Transport	12.6	69.1
Services personnels	4.0	21.9
Hôtels, restaurants	38.4	210.6
Services divers	4.8	26.3
TOTAL	100.0	548.5

SOURCE : Estimé à partir de la structure des dépenses de consommation des ménages fournie par le tableau input-output du Québec (B.S.Q.) et de données fournies par Statistique-Canada — cat. 66-202 — sur la structure des dépenses des familles pour leurs loisirs.

TABLEAU 5

EMPLOIS (HOMMES-ANNÉES) RELIÉS DIRECTEMENT AUX DÉPENSES
DES TOURISTES AU QUÉBEC, 1971

Biens et services	Principaux secteurs	% approximatif par rapport au total du Québec
Aliments et boissons	785	1
Pétrole	400	13
Industries diverses	4,100	19
Transport	5,150	5
Services personnels	1,575	5
Hôtels, restaurants	16,000	22
Autres services divers	2,000	
Autres secteurs	450	—
TOTAL	30,460	2

SOURCE : Calculé à partir du tableau 16 et des coefficients d'emploi du tableau inter-industriel du Québec, 1969, B.S.Q.

d'emploi ainsi obtenus sont présentés au tableau 5. Ces emplois sont en hommes-années et ne font, par conséquent, pas mention explicitement des emplois à temps partiel. Ils n'en donnent pas moins un aperçu approximatif du nombre de personnes économiquement reliées au secteur touristique.

Une étude acceptable visant explicitement une estimation de l'impact du tourisme n'étant pas disponible, nous restons avec l'impression que ce que nous présentons est une estimation conservatrice des effets d'emploi du tourisme.

Une liste bien incomplète indiquerait que certains emplois reliés directement au phénomène se retrouvent dans les activités suivantes : assurances, transports routiers (public et privé), aérien, maritime et fluvial ; par câbles (téléphériques — remonte-pentes) ; hébergement et restauration dont l'activité des camps de jeunesse, des colonies de vacances, des terrains de camping — caravaning ; divertissements dont le théâtre, le cinéma, le golf, le ski, la voile, les musées, les hippodromes, la chasse, la pêche ; l'information dont les agents de voyages, les chroniqueurs spécialisés, une partie du temps des policiers, les gouvernements, l'enseignement ; industrie dont la fabrication et la vente de remorques, d'embarcations, de motos-neige, d'automobiles et d'articles de sport, etc.

On peut estimer qu'en 1971, le tourisme fournissait environ 30,000 hommes-années d'emploi au Québec dont plus de la moitié touchait les secteurs hôteliers et de la restauration. Le transport et les industries diverses en totalisaient, pour leur part, environ 10,000 hommes-années. Sur l'ensemble du Québec, ces chiffres représentent, pour certains secteurs, des proportions importantes : ainsi, par exemple, les emplois générés dans l'industrie pétrolière constituaient 13 p.c. des emplois totaux de l'industrie, les industries diverses, 19 p.c., et le secteur des autres services (hôtels, restaurants et autres services divers), 22 p.c. Le nombre total que l'on peut localiser dans la région de Montréal se situerait aux environs de 12,000 hommes-années.

Un état plus précis de l'emploi des secteurs de l'hébergement, de la restauration et des services récréatifs (lesquels, à eux seuls, représentent près de 60 p.c. des emplois reliés aux touristes pour Montréal) peut nous être fourni à partir de données de Statistique Canada. Toutefois, cette description englobe la totalité de ces secteurs et ne peut, par conséquent, que nous informer sur leur composition globale en termes d'emploi. Le tableau 6 fait état de ces données.

Nous sommes d'avis qu'une étude approfondie de l'offre et de la demande de main-d'œuvre dans le secteur s'impose. Qu'on songe aux difficultés de recrutement de certains établissements pour s'en convaincre.

VI — LE TOURISME SOCIAL

Cela nous amène à commenter un autre aspect du problème — celui du *tourisme social*, impliquant ceux qui ne sont pas économiquement capables eux-mêmes de couvrir leurs dépenses touristiques. Selon le directeur de Vacances-familles, il s'agirait de trois familles sur quatre au Québec. C'est là une activité appelée à prendre de l'ampleur à cause de l'urbanisation croissante et de la diminution des heures de travail.

Une décision concernant l'ampleur à donner au tourisme social implique des choix politiques importants. Sur le plan des alternatives, l'approche peut s'inspirer de celle qui a cours en France, ou être le résultat de politiques plus globales telles le revenu annuel garanti, le salaire minimum, les régimes d'allocations familiales et d'aide sociale

TABLEAU 6

RÉPARTITION DE L'EMPLOI DANS CERTAINS SECTEURS
RELIÉS À L'INDUSTRIE TOURISTIQUE,
MONTRÉAL, 1972

	Temps partiel	Temps plein	TOTAL
HÉBERGEMENT ET RESTAURATION			
Gérance et administration	1,629	42	1,671
Personnel clérical	2,321	28	2,349
Nourriture et boissons : préparation et service	25,799	734	26,533
Autres	6,700	478	7,178
Sous-total	36,449	1,282	37,731
SERVICES RÉCRÉATIFS			
Gérance et administration	1,458	138	1,596
Personnel clérical	1,307	127	1,434
Nourriture et boissons : préparation et service	947	249	1,196
Autres	3,249	1,363	4,612
Sous-total	6,961	1,877	8,838
GRAND TOTAL	43,410	3,159	46,569

SOURCE : Statistique Canada, Compilation spéciale tirée de l'étude de Serge Lavoie, CRDE, 1974, à paraître.

visant à enrayer la pauvreté. L'association village-vacances-familles créée en 1959 en France compte 78 villages dont 22 à la mer, 32 à la montagne et 24 à la campagne.

Un début de réflexion sur le sujet nous fait pencher vers une politique à deux objectifs visant, d'une part, à développer l'infrastructure touristique du Québec et les moyens de déplacement et de communication impliqués ; d'autre part, visant à faire en sorte que le plus grand nombre de familles québécoises dépassent les seuils de pauvreté. En principe, nous préférons les politiques générales aux politiques particulières et proposons plutôt que des éléments de l'infrastructure touristique du Québec soient accessibles et utilisés par le plus grand nombre de Québécois, quel que soit leur statut de richesse.

VII — LES GOUVERNEMENTS FACE AU TOURISME : VERS UNE POLITIQUE MULTI-DIMENSIONNELLE DES LOISIRS DE L'HOMME

L'importance que l'on accorde de plus en plus à l'industrie touristique depuis quelques années se traduit au Canada et au Québec par une présence toujours croissante du secteur public dans le développement touristique. C'est ainsi qu'actuellement on assiste à une concentration des dépenses vers la publicité et la promotion, que des recherches sont entreprises dans le but d'élaborer des stratégies de marketing et que les gouvernements encouragent le secteur privé et prennent l'initiative de diversifier leurs efforts dans des domaines tels que l'organisation d'événements spéciaux en saison morte, la construction de modes d'hébergement « toutes-saisons » et la mise en marche de campagnes orientées vers l'extension de la saison touristique. Des services techniques sont également mis à la disposition du secteur privé par des cours d'apprentissage reliés aux activités de tourisme, par une participation financière directe aux investissements, par des subventions, par des facilités de crédits, par des dégrèvements fiscaux, etc.

Il nous semble opportun d'élargir la gamme des politiques à harmoniser en vue de promouvoir le bien-être du Québécois dans ses activités de loisirs, de plein air et de tourisme, et d'assurer que ces activités contribuent le plus possible au revenu national du Québec.

Il nous semble opportun d'aller vers des actions interministérielles harmonisées et séquentielles, actions établies selon une stratégie découlant d'un plan de développement du loisir, du plein air et du tourisme au Québec. Qu'on vise le tourisme international ou le développement d'activités de loisirs, de tourisme et de plein air pour les Québécois, il semble indiqué de mieux concerter les activités de divers ministères du gouvernement québécois.

Par exemple, l'objectif de faire venir les Japonais et/ou les Européens en plus grand nombre au Québec nécessite une étroite collaboration entre les ministères suivants :

- a) ministère de l'Industrie et du Commerce pour connaître les facteurs déterminants de l'évolution des économies impliquées et, partant, estimer les flux de voyageurs potentiels pour fins de voyages d'affaires, de congrès, etc. ;
- b) ministère des Transports pour voir comment les divers modes de transport, leurs tarifs, peuvent être modifiés de façon à contribuer à l'objectif ;
- c) ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche et le Haut Commissariat à la jeunesse, aux loisirs et aux sports pour assurer que l'infrastructure touristique, les attraits culturels, la programmation des activités de sports et loisirs attirent les touristes potentiels ;
- d) ministère des Communications pour assurer que les clientèles potentielles visées soient mieux informées sur le Québec, etc.

Dans ce contexte, les ministères impliqués doivent considérer l'importance d'une planification régionale viable, d'un aménagement équilibré du territoire, d'un environnement sain, du développement d'activités culturelles et récréatives intéressantes et de la formation d'un personnel qualifié. Bref, d'une politique sectorielle et ponctuelle, il nous semble indiqué d'aller vers une politique multi-dimensionnelle axée sur les multiples manifestations sous lesquelles peuvent se manifester les loisirs de l'Homme.

Pierre-Paul PROULX

et

Richard BEAUDRY,

*Centre de Recherches en
Développement économique*