

# LE CANADA PEUT STIMULER LES EXPORTATIONS GRÂCE AU TOURISME INTERNATIONAL

Le tourisme est une exportation à forte valeur ajoutée, exempte de droits de douane, qui soutient les hôtels, les restaurants, les attractions, les fournisseurs de services de transport et les collectivités partout au pays.

## RECETTES D'EXPORTATION TOURISTIQUE *provenant des dépenses étrangères au Canada*

|                                                                                                                                          |                                                                                                                                         |                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>États-Unis</b><br>Valeur des exportations : 17,7 G\$ |  <b>France</b><br>Valeur des exportations : 1,2 G\$    |  <b>Mexique</b><br>Valeur des exportations : 751 M\$      |
|  <b>Royaume-Uni</b><br>Valeur des exportations : 1,9 G\$ |  <b>Australie</b><br>Valeur des exportations : 1,1 G\$ |  <b>Corée du Sud</b><br>Valeur des exportations : 443 M\$ |
|  <b>Chine</b><br>Valeur des exportations : 1,3 G\$       |  <b>Allemagne</b><br>Valeur des exportations : 891 M\$ |  <b>Japon</b><br>Valeur des exportations : 407 M\$        |

# 35 G\$

de recettes annuelles provenant des exportations touristiques

Source : Destination Canada et Statistique Canada

### EXPORTATION DE BIENS

### EXPORTATIONS TOURISTIQUES



## LE CANADA PERD DES PARTS DU MARCHÉ INTERNATIONAL

Depuis 2019, le Canada a perdu 11 % de ses visiteurs internationaux, l'une des plus fortes baisses de part de marché à l'échelle mondiale, comparable à celle enregistrée aux États-Unis.

*Les investissements de Destination Canada dans le marketing international n'ont pas augmenté depuis 2017. En tenant compte de l'inflation, leur pouvoir d'achat a ainsi diminué de 28 millions de dollars par année.*

Source : Statistique Canada

## POURQUOI LE TOURISME INTÉRIEUR NE SUFFIT PAS

*Voyageurs d'outre-mer comparés aux voyageurs canadiens*

SÉJOURNENT **6 FOIS** PLUS LONGTEMPS DÉPENSENT **4 FOIS** PLUS

## ÉVÉNEMENTS D'AFFAIRES : LE CANADA PEUT GAGNER

Les événements d'affaires génèrent des dépenses touristiques, des investissements à long terme dans l'industrie et des liens à l'échelle mondiale.

**47 G\$** **242 000** **901 \$**

de retombées économiques directes

emplois directs

de dépenses moyennes par participant, par événement

Source : Meetings Mean Business Canada

## MESURES FÉDÉRALES

- ✓ Ajouter 30 millions de dollars au budget de base de Destination Canada pour le marketing international et la recherche afin de tenir compte de l'inflation.
- ✓ Maintenir et accroître le financement du Fonds d'attraction de congrès internationaux, qui a déjà permis d'attirer 116 événements internationaux et généré un rendement du capital investi de 20 pour 1.

