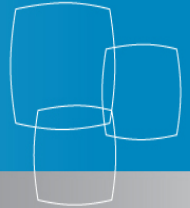




Industry
Canada

Industrie
Canada



CONTRIBUTIONS DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL À L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU CANADA

EXAMEN DES DÉPENSES DU GOUVERNEMENT
FÉDÉRAL PENDANT L'EXERCICE FINANCIER
2008-2009



Le présent rapport a été préparé par Industrie Canada, en collaboration avec les ministères et organismes fédéraux suivants : Affaires indiennes et du Nord Canada, Agence de promotion économique du Canada atlantique, Agence des services frontaliers du Canada, Banque de développement du Canada, Commission canadienne du tourisme, Commission de la capitale nationale, Développement économique Canada pour les régions du Québec, Diversification de l'économie de l'Ouest, Initiative fédérale de développement économique pour le Nord de l'Ontario, Parcs Canada, Patrimoine canadien, Portefeuille des Transports, de l'Infrastructure et des Collectivités, Ressources humaines et Développement des compétences Canada, et Statistique Canada.

La recherche et les données ci-incluses ont été fournies à Industrie Canada par d'autres ministères ou organismes gouvernementaux. Industrie Canada ne peut pas assurer l'exactitude et la fiabilité de celles-ci.

Autorisation de reproduction

À moins d'indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit, sans frais et sans autre permission d'Industrie Canada, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, qu'Industrie Canada soit mentionné comme organisme source et que la reproduction ne soit présentée ni comme une version officielle ni comme une copie ayant été faite en collaboration avec Industrie Canada ou avec son consentement.

Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, faire parvenir un courriel à copyright.droitdauteur@tpsqc-pwgsc.gc.ca

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

N° de catalogue : Iu185-5/2009F-PDF
ISBN : 978-1-100-96365-5

Numéro d'inventaire d'Industrie Canada : 60870

Also available in English under the title *Federal Contributions to Canadian Tourism - A Review of Federal Expenditures for Fiscal Year 2008 / 2009*.

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	III
INTRODUCTION	IV
SOMMAIRE	V
1. LE TOURISME	1
A. LE TOURISME MONDIAL.....	1
B. LE TOURISME AU CANADA	2
2. CONTRIBUTION DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL À L'INDUSTRIE DU TOURISME.....	3
A. CADRE POUR UNE STRATÉGIE NATIONALE EN MATIÈRE DE TOURISME.....	3
B. LES SIX PRIORITÉS.....	3
- <i>Destination accessible – Passages frontaliers</i>	4
- <i>Destination accessible – Transport</i>	4
- <i>Expériences exceptionnelles – Développement de produit</i>	5
- <i>Hôtes exceptionnels – Ressources humaines</i>	5
- <i>Réputation exceptionnelle – Information et statistique sur le tourisme</i>	6
- <i>Réputation exceptionnelle – Marketing du tourisme</i>	7
C. MINISTÈRES ET ORGANISMES	8
3. TABLEAU DES DÉPENSES FÉDÉRALES (2008-2009)	18

INTRODUCTION

Le gouvernement du Canada reconnaît l'importance du tourisme au développement économique du pays. Les investissements du gouvernement contribuent à la prospérité et à la création d'emploi dans ce secteur économique dans toutes les régions du pays. Ce présent rapport examine les dépenses du gouvernement fédéral qui soutiennent l'industrie touristique du Canada en 2008-2009.

Les dépenses sont catégorisées selon les six priorités de la stratégie *Bâtir une Stratégie nationale en matière de tourisme : Cadre pour une collaboration fédérale-provinciale-territoriale* (2006). Ces priorités servent de cadre de référence pour l'analyse des dépenses du gouvernement fédéral qui ont une incidence sur le tourisme; ces priorités ne guident pas les dépenses du gouvernement fédéral.

En juin 2009, le gouvernement fédéral a lancé le *Cadre de la Stratégie fédérale en matière de tourisme* afin d'accroître la cohérence des programmes et politiques qui soutiennent le tourisme. Le Cadre cible les quatre priorités suivantes :

1. favoriser le développement de produits et les investissements des partenaires dans les actifs et les produits touristiques canadiens;
2. faciliter l'accès et les déplacements des touristes, tout en assurant la sûreté et l'intégrité des frontières du Canada;
3. mieux faire connaître le Canada comme principale destination touristique, y compris les sites touristiques fédéraux;
4. favoriser un apport suffisant de travailleurs qualifiés afin d'offrir aux visiteurs un accueil et des services de qualité et de bonifier ainsi leur expérience touristique.

Ainsi, lors de l'examen des dépenses du gouvernement fédéral pour l'exercice financier de 2009-2010, les dépenses seront catégorisées selon les quatre priorités énoncées dans le *Cadre de la Stratégie fédérale en matière de tourisme*.

Le gouvernement du Canada, année après année, continu d'investir dans le secteur du tourisme. En 2005-2006, le gouvernement a dépensé plus de 400 millions de dollars pour soutenir l'industrie du tourisme et plus de 530 millions de dollars en 2008-2009.

SOMMAIRE

Au cours de l'exercice financier 2008-2009, le gouvernement fédéral a dépensé plus de 530 millions de dollars à divers programmes, projets et activités qui ont une incidence directe sur le tourisme.

Ces dépenses directes en tourisme englobaient, entre autres :

- des services et des expériences destinés aux visiteurs (p. ex. : attractions et événements);
- l'acquisition de biens immobiliers, des dépenses en immobilisations et diverses autres dépenses liées au développement d'affaires se rapportant directement au tourisme;
- le perfectionnement des ressources humaines œuvrant dans le secteur du tourisme;
- les programmes régionaux de développement du tourisme;
- le marketing du tourisme et la recherche dans ce domaine;
- et, l'infrastructure touristique.

Le gouvernement fédéral a en outre consacré plus de 780 millions de dollars à des activités et à des investissements qui ont des retombées indirectes sur le tourisme, par exemple :

- des dépenses liées à des programmes dont on estimait qu'ils étaient destinés avant tout à des résidents locaux ou au soutien de groupes artistiques ou culturels locaux, y compris à des institutions culturelles et à des festivals;
- des dépenses liées au fonctionnement d'organismes indirectement liés au tourisme, tels que les organismes de développement économique qui offrent des programmes conçus pour améliorer la capacité de gestion de petites et moyennes entreprises.

Dépenses totales du gouvernement fédéral dans le secteur du tourisme

Exercice financier	Dépenses directement liées au tourisme	Dépenses indirectement liées au tourisme
2008 - 2009	531,7 M\$	782,3 M\$
2007 - 2008	540,9 M\$	711,7 M\$
2006 - 2007	404,2 M\$	565,1 M\$
2005 - 2006	407,6 M\$	308,1 M\$

Un grand nombre des dépenses déclarées qui ont eu une incidence directe sur le tourisme reflètent les priorités énoncées dans la stratégie *Bâtir une Stratégie nationale en matière de tourisme* (SNT). La SNT ne guide pas les dépenses du gouvernement, mais est simplement utilisée comme cadre de référence afin de catégoriser les dépenses.

Le tableau suivant illustre ces dépenses, qui s'élèvent à plus de 530 millions de dollars, et les priorités correspondantes de la SNT.

Dépenses directes du gouvernement fédéral par priorité de la SNT

Priorité	2008-2009	2007-2008	2006-2007	2005-2006
1. Développement de produits ¹	366,2 M\$	402,3 M\$	289,1 M\$	287,5 M\$
2. Ressources humaines	11,2 M\$	7,9 M\$	6,4 M\$	6,1 M\$
3. Information et statistiques sur le tourisme	13,4 M\$	11,6 M\$	10,3 M\$	13,3 M\$
4. Marketing du tourisme	113,6 M\$	102,3 M\$	84,8 M\$	100,7 M\$
5. Transport	4,6 M\$	3 M\$	-	-
6. Autres	22,6 M\$	13,8 M\$	13,6 M\$	-
Total	531,6 M\$	540,9 M\$	404,2 M\$	407,6 M\$

¹ Les dépenses de programmation et d'infrastructure sont incluses dans cette catégorie.

1. LE TOURISME

a. Le tourisme mondial

En 2008, le nombre d'arrivées de touristes internationaux s'élevait à 922 millions². Cependant, le contexte économique difficile de 2009 a eu un impact sur l'industrie, et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) estime qu'il y a eu 880 millions de touristes internationaux en 2009, soit une baisse de 4,3 % par rapport à 2008. En ce qui concerne les recettes du tourisme international, elles ont atteint 942 milliards de dollars EU en 2008³, alors que les premières estimations de 2009 indiquent que les recettes touristiques ont reculé de 90 milliards de dollars EU.

La situation économique actuelle a un impact sur l'industrie du tourisme. En 2008, l'industrie du tourisme a connu une croissance de 2%, alors que ce taux était de 7 % en 2007⁴. Le déclin s'est accéléré à la fin de 2008 jusqu'au troisième trimestre de 2009. Après 14 mois de décroissance, au quatrième trimestre de 2009, l'industrie du tourisme connaît une remontée, timide certes, mais respectable⁵. Le tourisme est un secteur économique qui a montré une grande capacité de résister aux crises économiques du passé.

Ainsi, l'avenir de cette industrie s'avère très prometteur. D'après l'étude prospective *Tourisme : Horizon 2020*, l'OMT prévoit que le nombre d'arrivées de touristes internationaux avoisinera les 1,6 milliard en 2020. Cette prédiction se base sur un taux de croissance annuel de 4,1 %.

Les gouvernements voient le potentiel qu'a le tourisme d'accroître la richesse de leur pays et d'améliorer leur balance commerciale. Le *WTTC* estime que les contributions des gouvernements s'élevaient à 405,3 milliards de dollars en 2009 et prévoit qu'elles devraient atteindre 697,8 milliards de dollars en 2019.

Le *World Economic Forum* estime qu'une meilleure coordination des investissements gouvernementaux et une plus grande collaboration avec le secteur de l'industrie du tourisme devraient aider les pays à faire face à la crise actuelle tout en se positionnant favorablement pour l'avenir. Et, les investissements en infrastructure devraient aussi tenir compte des implications touristiques lors de la planification, car la provision d'infrastructure favorise la compétitivité du secteur du tourisme⁶.

² *Faits saillants du tourisme*, Édition 2009, Organisation mondiale du tourisme, 2009, p. 2.

³ Ibid.

⁴ OMTNU Baromètre du tourisme mondial, Volume 7, Numéro 1, janvier 2009, page 1.

⁵ OMTNU Baromètre du tourisme mondial, Volume 8, Numéro 2, avril 2010, page 1.

⁶ World Economic Forum, Communiqué de presse du 4 mars 2009.

b. Le tourisme au Canada

En 2009, le tourisme a procuré des revenus de 69,5 milliards de dollars et a représenté quelque 2 % du produit intérieur brut (PIB) global du Canada. Le tourisme a aussi fourni 617 000 emplois, soit 3,8 % du total des emplois dans chacune des provinces et régions du pays. Le tourisme fait vivre d'importants fournisseurs de services, comme les restaurants et les hôtels. Les visiteurs ont besoin d'endroits où loger et manger ainsi que de services de loisirs et de divertissement. Près de dix pour cent de la population active canadienne travaillent dans ce secteur.

Le tourisme international est aussi une importante source de recettes d'exportation : il a contribué 14,1 milliards de dollars à l'économie en 2009, ce qui se compare aux ventes à l'exportation combinées de trois ressources naturelles clés — l'aluminium, le cuivre et le charbon. Le tourisme représente aussi environ 23 % du total du commerce international des services du Canada. Il est le deuxième plus important produit d'exportation du secteur des services du Canada, derrière les services commerciaux.

Outre les importants avantages économiques qu'il procure, le tourisme permet aux Canadiens de partager leur patrimoine les uns avec les autres et avec le monde. Il forge des liens, favorise la compréhension et encourage le respect du milieu naturel.

2. CONTRIBUTION DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL À L'INDUSTRIE DU TOURISME

a. Cadre pour une Stratégie nationale en matière de tourisme

En décembre 2006, les ministres canadiens du tourisme ont convenu d'un cadre pour une Stratégie nationale en matière de tourisme et se sont entendus pour collaborer avec l'industrie afin de favoriser la prospérité du secteur du tourisme et de faire du Canada une destination plus attrayante aux yeux des voyageurs canadiens et internationaux.

Le document intitulé *Bâtir une Stratégie nationale en matière de tourisme* (SNT), expose les défis et les priorités en ce qui concerne l'amélioration de la compétitivité du tourisme. Six secteurs prioritaires (voir tableau ci-dessous) ont été déterminés afin d'améliorer la compétitivité et la croissance du secteur touristique. Ces priorités reflètent les commentaires d'intervenants de l'industrie du tourisme recueillis lors de consultations et à la suite de recherche et d'analyse entreprises par le gouvernement. De plus, ces priorités sont utiles en tant qu'outil comptable lors de l'examen des dépenses du gouvernement fédéral.

b. Les six priorités

Priorité	But
<i>Destination accessible – Passages frontaliers</i>	Favoriser le mouvement efficace des visiteurs qui entrent au Canada et qui en sortent
<i>Destination accessible – Transport</i>	Mettre en œuvre des politiques et des programmes de transport qui tiennent compte des retombées économiques du tourisme aux échelons national, provincial/territorial et régional, et garantir que les politiques de transport aérien facilitent la venue des touristes au Canada et leur déplacement à l'intérieur du pays
<i>Expériences exceptionnelles – Développement de produits</i>	S'assurer que les produits existants seront améliorés et que de nouveaux produits seront développés, afin de profiter des occasions naissantes
<i>Hôtes exceptionnels – Ressources humaines</i>	S'assurer que l'offre de main-d'œuvre dans les domaines du tourisme et de l'accueil corresponde à la demande
<i>Réputation exceptionnelle – Information et statistiques sur le tourisme</i>	Améliorer l'accès des gouvernements, des entreprises et des intervenants à l'information et aux analyses pertinentes pour la prise de décisions et améliorer l'évaluation du rendement du tourisme et de sa contribution à l'économie.
<i>Réputation exceptionnelle – Marketing du tourisme</i>	Mieux harmoniser et coordonner les activités de marketing entre la CCT et les provinces et territoires et optimiser l'utilisation des ressources existantes par une collaboration accrue entre les gouvernements

Les dépenses incluses sous les six priorités de la Stratégie nationale sont :

- **Destination accessible – Passages frontaliers**

Les investissements dans ce domaine comprennent des routes d'accès local et des voies ferrées en direction et à partir des passages frontaliers, des voies et des voies d'accès supplémentaires vers des routes d'accès existantes et des sections d'autoroutes canadiennes. Cela inclut aussi la construction ou l'agrandissement de ponts, des installations de services frontaliers et des projets d'infrastructures de systèmes de transport intelligents, qui servent à accélérer le passage des voyageurs et des marchandises à faible risque, tout en veillant à ne pas compromettre la sécurité.

Ces investissements n'ont pas été inclus dans les calculs des investissements directs consacrés au tourisme, parce que ces infrastructures servent à de nombreuses fins outre le tourisme; cependant, ces investissements contribuent au maintien d'installations aux passages frontaliers modernes et efficaces, qui sont essentielles à la réussite à long terme du secteur du tourisme.

- **Destination accessible – Transport**

Une importante partie des investissements dans l'infrastructure profitent à l'ensemble du secteur du transport et non seulement au tourisme. Les investissements de Parcs Canada dans ce domaine sont consacrés notamment au réseau autoroutier et au réseau routier intérieur des parcs et des lieux historiques, ainsi qu'à l'entretien des canaux historiques. L'industrie du tourisme bénéficie des investissements de Parcs Canada dans les transports, car ils permettent aux visiteurs d'avoir un meilleur accès aux principales destinations touristiques canadiennes et facilitent les déplacements à l'intérieur des parcs et des lieux historiques. De plus, le réseau des canaux constitue la principale voie de navigation de plaisance, donnant ainsi accès aux importantes destinations touristiques de l'Ontario et du Québec.

MINISTÈRE/AGENCE	DÉPENSES DIRECTES LIÉES AU TRANSPORT
Parcs Canada	4,5 M\$
Total	4,5 M\$

- **Expériences exceptionnelles – Développement de produit**

Les produits touristiques sont divers et comprennent entre autres les festivals, les événements sportifs, les centres d'arts, les musées, l'architecture distincte, les lieux patrimoniaux, les parcs et jardins botaniques. Il faut continuellement renouveler et créer des produits pour que les destinations demeurent attrayantes, qu'elles répondent à l'évolution de divers segments de marché, qu'elles donnent aux visiteurs des raisons de prolonger leur séjour et qu'elles génèrent de nouvelles occasions de création d'emploi et de richesse. Le développement de produits englobe le soutien fourni aux entreprises individuelles pour les aider à créer ou à améliorer leur gamme de produits, la transmission de renseignements aux entreprises pour les aider à cerner et à saisir les occasions de développement de produits, la programmation d'événements touristiques et l'exploitation d'attractions touristiques publiques. Il comprend également des investissements consacrés à des infrastructures publiques qui renforcent l'activité touristique. Plusieurs ministères et agences sont impliqués dans le développement de produit.

MINISTÈRE/AGENCE	DÉPENSES DIRECTES LIÉES AU DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS
Affaires indiennes et du Nord Canada	1,8 M\$
Agence de promotion économique du Canada atlantique	17,7 M\$
Commission canadienne du tourisme	1,6 M\$
Commission de la capitale nationale	7,9 M\$
Développement économique Canada pour les régions du Québec	21,2 M\$
Diversification économique de l'Ouest	8,0 M\$
FedNor	3,0 M\$
Parcs Canada	233,5 M\$
Patrimoine canadien	22,5 M\$
Transport, Infrastructure, Communautés	48,9 M\$
Total	366,2 M\$

- **Hôtes exceptionnels – Ressources humaines**

Le tourisme est composé d'un ensemble de services fournis par divers secteurs d'activités – par exemple, le transport, l'hébergement, la restauration, les activités récréatives, les divertissements, les services de voyage et les services de congrès. La qualité du service fourni par les employés dans ces industries joue un rôle capital dans les perceptions que se forment les visiteurs sur la qualité de l'offre touristique au Canada. Le

Conseil canadien des ressources humaines en tourisme, conseil sectoriel appuyé par Ressources humaines et Développement des compétences Canada et représentant le milieu des affaires, des syndicats et de l'enseignement, est une organisation nationale qui appuie le développement des compétences et le perfectionnement professionnel dans l'industrie touristique et qui fait la promotion de pratiques de gestion des ressources humaines rigoureuses auprès des employeurs du secteur.

MINISTÈRE/AGENCE	DÉPENSES DIRECTES LIÉES AUX RESSOURCES HUMAINES
Affaires indiennes et du Nord Canada	0,09 M\$
Ressources humaines et développement des compétences Canada	11,2 M\$
Total	11,2 M\$

- **Réputation exceptionnelle – Information et statistique sur le tourisme**

L'investissement dans l'information et les statistiques sur le tourisme sont au cœur des activités de certains ministères et organismes du gouvernement fédéral. Statistique Canada réalise plusieurs enquêtes sur les visiteurs et sur les entreprises touristiques. De plus, cet organisme assume la responsabilité d'importants outils d'information sur le tourisme tels que les Indicateurs nationaux du tourisme. La Commission canadienne du tourisme et le Conseil canadien des ressources humaines en tourisme investissent également dans les outils de recherche et d'information sur le tourisme, souvent en partenariat avec Statistique Canada.

MINISTÈRE/AGENCE	DÉPENSES DIRECTES LIÉES À L'INFORMATION ET AUX STATISTIQUES
Affaires indiennes et du Nord Canada	0,3 M\$
Agence de promotion économique du Canada atlantique	0,8 M\$
Commission canadienne du tourisme	2,2 M\$
Développement économique Canada pour les régions du Québec	0,1 M\$
Parcs Canada	4,2 M\$
Patrimoine canadien	0,1 M\$
Statistique Canada	5,7 M\$
Total	13,4 M\$

- **Réputation exceptionnelle – Marketing du tourisme**

Les programmes de marketing servent notamment à inciter les Canadiens à voyager au Canada, à sensibiliser d'importants marchés internationaux et à augmenter les ventes des entreprises touristiques. La Commission canadienne du tourisme est le principal intervenant du gouvernement fédéral en matière de marketing du tourisme. D'autres ministères et organismes contribuent de façon importante au marketing du tourisme tel que l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, l'Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec, Parcs Canada et FedNor.

MINISTÈRE/AGENCE	DÉPENSES DIRECTES LIÉES AU MARKETING DU TOURISME
Affaires indiennes et du Nord Canada	1,3 M\$
Agence de promotion économique du Canada atlantique	7,6 M\$
Commission canadienne du tourisme	74,9 M\$
Développement économique Canada pour les régions du Québec	13,3 M\$
FedNor	2,6 M\$
Parcs Canada	10,6 M\$
Patrimoine canadien	3,3 M\$
Total	113,6 M\$

c. Ministères et organismes

Plusieurs ministères et organismes soutiennent le développement de l'industrie du tourisme au Canada et leurs investissements ont une incidence directe sur le tourisme et contribue à rendre le Canada une destination attrayante et dynamique.

Industrie Canada (IC)

Industrie Canada (IC) est responsable de l'élaboration de la politique fédérale en matière de tourisme et de l'intégration des politiques. Ainsi, le ministère est le chef de file en ce qui a trait au développement de la Stratégie fédérale en matière de tourisme, qui visera à rendre plus cohérents les programmes et les politiques qui appuient le tourisme. Le ministère travaille avec ces partenaires fédéraux afin de mieux communiquer l'importance du secteur du tourisme pour l'économie canadienne et comment les politiques fédérales peuvent affecter la compétitivité du secteur. De plus, IC maintient un dialogue avec les représentants de l'industrie touristique afin d'améliorer sa connaissance des enjeux et des possibilités actuels et émergents du secteur du tourisme. Le ministère est membre d'organisations internationales et collabore à la recherche sur les nouvelles tendances dans le secteur du tourisme et sur les politiques nationales du tourisme.

IC est aussi responsable de la préparation et de la publication *Contributions du gouvernement fédéral à l'industrie canadienne du tourisme : Examen des dépenses du gouvernement fédéral*.

Affaires indiennes et du Nord Canada (AINC)

Les programmes de développement économique d'AINC financent des organisations communautaires (ou les organisations qui agissent à ce titre), les Autochtones, des entreprises et des institutions économiques. Ces organisations utilisent les fonds pour des projets de développement économique, ainsi que pour fournir des services aux membres de la collectivité. Le Ministère encourage les responsables des entreprises des secteurs privé et public à engager des membres des Premières nations, des Métis et des Inuits. Pour les fournitures et les services, AINC incite le gouvernement fédéral à faire affaire avec des entreprises autochtones.

Par le biais de divers programmes, le ministère reconnaît que le tourisme est un débouché pour les entrepreneurs autochtones. Il appuie des entreprises autochtones qui exploitent notamment des attractions, des services

d'hébergement, de transport ou de restauration, ainsi que des établissements de vente au détail.

Des programmes ont également été mis en œuvre pour favoriser la croissance de l'industrie grâce à la recherche et aux initiatives de planification stratégique.

AINC vise à encourager la croissance à long terme dans les trois territoires, notamment en soutenant des programmes de développement régional, des activités de sensibilisation et des investissements dans l'innovation et le savoir. Ainsi, grâce au programme Investissements stratégiques dans le développement économique du Nord, le Ministère fournit, entre autres, un appui financier à des projets destinés à stimuler et à diversifier l'économie, à améliorer la coordination des programmes fédéraux et à donner aux habitants du Nord une place importante sur le marché.

Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA)

L'APÉCA travaille avec les entreprises et les communautés à devenir plus concurrentielles, plus innovatrices et plus productives. Ainsi, l'Agence continue d'appliquer une stratégie régionale coordonnée pour la promotion touristique et le développement du tourisme au Canada. L'Agence s'est efforcée de promouvoir la région comme destination touristique auprès des marchés internationaux, et de faire progresser la compétitivité et la durabilité de l'industrie touristique de la région.

Commission canadienne du tourisme (CCT)

La CCT est l'organisme de marketing national et sa vision est de convaincre le monde entier d'explorer le Canada. Comme l'a établi la loi relative à la CCT, l'objectif de la Commission est de veiller à la prospérité et à la rentabilité de l'industrie du tourisme en favorisant les relations de collaboration entre le secteur privé et les gouvernements du Canada, des provinces et des territoires. La CCT fait la promotion du Canada comme destination touristique quatre saisons privilégiée et concurrentielle d'envergure internationale où les voyageurs peuvent vivre des expériences extraordinaires. La Commission donne une voix cohérente au Canada sur le marché touristique international. Avec ses partenaires de l'industrie touristique et de tous les ordres du gouvernement, la CCT fait la promotion du Canada dans 12 pays du monde entier. La Commission se concentre sur la publicité s'adressant directement aux consommateurs, l'industrie touristique internationale, les relations publiques et médias, et le marché des réunions d'affaires, congrès et voyages de motivation. De plus, la CCT est reconnue comme un chef de file mondial en recherche sur le marché

touristique et en gestion du rendement, de nombreux compétiteurs s'inspirant même des méthodes de la CCT dans ces domaines.

Commission de la capitale nationale (CCN)

Le mandat de la CCN comprend la programmation d'activités publiques qui inspirent fierté et unité parmi les Canadiens, qui aident la région de la capitale du Canada à être un lieu de rassemblement national, et qui contribuent à faire mieux connaître le Canada aux Canadiens et aux visiteurs de l'étranger.

Développement économique Canada pour les régions du Québec (DEC)

DEC a pour mission de promouvoir le développement économique à long terme des régions du Québec en accordant une attention particulière aux régions à faible croissance économique ou à celles qui n'ont pas suffisamment de possibilités d'emplois productifs. Par le biais de divers programmes, DEC soutient le développement de produits touristiques novateurs, la promotion d'événements touristiques attrayants et soutient les associations touristiques régionales et les associations touristiques sectorielles.

Diversification de l'économie de l'Ouest (DÉO)

DÉO s'efforce de promouvoir l'innovation, l'expansion des entreprises et l'entrepreneuriat, et le développement économique des collectivités dans l'Ouest.

Bien que DÉO n'exploite pas de programmes qui visent expressément à appuyer l'industrie du tourisme dans l'Ouest, l'organisme investit quand même dans des projets touristiques par l'intermédiaire d'un certain nombre de programmes de base et complémentaires. Ces investissements ont permis d'améliorer le « produit » touristique dans l'Ouest canadien, ont servi à accroître le nombre de visites touristiques dans l'Ouest et fourni des possibilités d'emploi aux Canadiens de l'Ouest.

Industrie Canada (IC)/Initiative fédérale de développement économique pour le Nord de l'Ontario (FedNor)

IC travaille avec les Canadiens de tous les secteurs de l'économie et de toutes les régions du pays à instaurer un climat favorable à l'investissement, à stimuler l'innovation, à accroître la présence canadienne sur les marchés mondiaux et à créer un marché équitable, efficace et concurrentiel.

FedNor est le moteur économique des régions rurales et du Nord de l'Ontario. Travaillant avec des partenaires des collectivités, des leaders d'entreprise et d'autres organisations, FedNor fait office de facilitateur et de catalyseur pour stimuler la croissance économique, la diversification et la création d'emplois, et favoriser l'établissement de collectivités diversifiées et autonomes.

Parcs Canada

Fort d'un réseau de 42 parcs nationaux, de 158 lieux historiques nationaux et de 3 aires marines nationales de conservation, Parcs Canada invite les visiteurs à découvrir ces trésors inestimables qu'il protège pour le compte de toute la population. Le mandat de Parcs Canada est de protéger et mettre en valeur le patrimoine naturel et culturel du Canada, et favoriser chez le public la connaissance, l'appréciation et la jouissance, de manière à en assurer l'intégrité écologique et commémorative pour les générations d'aujourd'hui et de demain.

Les sites gérés par Parcs Canada, véritables joyaux de l'industrie touristique du pays, contribuent directement à la croissance économique, offrent des possibilités intéressantes aux peuples autochtones et aux populations des régions rurales et du Nord canadien, en plus d'encourager les touristes à devenir les gardiens et les promoteurs de notre patrimoine.

Parcs Canada offre aux visiteurs la chance de vivre l'histoire et la nature de notre vaste pays et de mieux comprendre l'identité canadienne. Ces « expériences inoubliables de qualité » sont rendues possibles grâce à des investissements dans l'infrastructure, les installations, les programmes et les services. L'expérience que Parcs Canada fait vivre aux visiteurs est le fruit de l'interaction personnelle du visiteur avec les sites du patrimoine et son personnel. L'expérience ainsi offerte aux visiteurs peut comprendre de l'information pour la planification du séjour, avant celui-ci et sur place, des services d'accueil et d'orientation, des terrains de camping, des sentiers pédestres, d'autres services récréatifs, des mesures de sécurité publique et des liens continus après la visite. Les efforts et les ressources que Parcs Canada met à contribution pour offrir des expériences aux visiteurs sont intégrés à d'autres efforts qui font partie de son mandat et qui visent à protéger les ressources naturelles et patrimoniales du Canada, ainsi qu'à informer et à sensibiliser le public.

Patrimoine canadien (PCH)

Le portefeuille de Patrimoine canadien, qui comprend le ministère du Patrimoine canadien et les institutions culturelles nationales, joue un rôle essentiel dans la vie culturelle et communautaire des Canadiens. Les institutions, les politiques et les programmes de Patrimoine canadien sont axés sur la promotion d'initiatives liées à la culture, aux arts, au patrimoine, aux langues officielles, à la citoyenneté et la participation, aux Autochtones, aux jeunes et aux sports.

Le tourisme ne compte pas parmi les objectifs premiers des institutions et des activités de Patrimoine canadien. Cependant, les institutions et les événements liés aux arts, au patrimoine et aux sports représentent des attraits touristiques majeurs. Certaines contributions de Patrimoine canadien ont donc une incidence sur le tourisme. Par ailleurs, Patrimoine canadien était chargé de coordonner le rôle du gouvernement fédéral lors des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010.

Le Ministère s'investit dans le tourisme culturel et sportif, surtout au moyen de recherches et d'analyses visant à définir et à articuler la relation entre la culture/le sport et le tourisme. Actuellement, Patrimoine canadien agit aussi à titre de secrétariat pour l'Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme (ITFPT). L'Initiative constitue un partenariat entre le ministère du Patrimoine canadien et l'ensemble des ministères provinciaux et territoriaux responsables de la culture et du patrimoine. L'ITFPT soutient la collaboration et la recherche, ce qui favorise une plus grande sensibilisation et une meilleure compréhension des avantages communs du renforcement des relations et de la collaboration entre les intervenants du milieu touristique et culturel.

Portefeuille des Transports, de l'Infrastructure et des Collectivités

Le Portefeuille négocie la cession des ports, des aéroports et des terrains de la Voie maritime à des intérêts locaux, exploite les aéroports et les ports jusqu'à leur cession, de même que les aéroports et des ports éloignés apparentant au gouvernement fédéral. Il administre également des programmes de subvention destinés aux aéroports, aux ports (n'incluant pas les administrations portuaires canadiennes), aux routes et aux ponts, et des programmes de contribution pour les services de ferry ; remplit les fonctions de propriétaire et de surveillant des ports, des aéroports et des sites du système de navigation aérienne et des gares maritimes, et aide à étendre les services aériens internationaux. Le travail du Portefeuille soutient l'économie, l'environnement et la santé des collectivités canadiennes.

Des seize sociétés de la Couronne qui font partie du Portefeuille, bon nombre sont importantes pour le tourisme, telles que la Commission de la capitale nationale, VIA Rail, la Monnaie royale canadienne, divers corps d'administration de ponts, le Vieux-Port de Montréal et Marine Atlantique.

Transport Canada (TC), par l'entremise de sa Direction de la politique internationale sur le transport aérien, gère les relations bilatérales et multilatérales relatives aux services de transport aérien et négocie des traités bilatéraux dans ce domaine, en collaboration avec Commerce international Canada. TC conseille également l'Office des transports du Canada concernant les relations bilatérales avec d'autres pays et collabore avec lui, recommande des applications pour les services de transport aérien internationaux, analyse les tendances internationales et consulte les intervenants de l'industrie du transport aérien.

De plus, Transports Canada tient à jour le site Web Voyage accessible, qui fournit une mine d'information sur les services de transport et le tourisme adaptés au Canada dans le but de rendre les déplacements plus faciles et plus agréables. Sur ce site Web, on trouve des sections contenant des renseignements sur les moyens de transport entre les villes canadiennes, les fournisseurs de services de transport locaux, l'accessibilité aux aéroports, les ressources en matière de voyages et les politiques gouvernementales, ainsi qu'une section pour les plaintes, les demandes de renseignements et les commentaires des utilisateurs.

Infrastructure Canada fait partie de ce portefeuille et joue un rôle de premier plan dans les efforts fédéraux visant à améliorer l'infrastructure publique du Canada, qui est d'ailleurs essentielle à l'atteinte des priorités du gouvernement du Canada consistant en une économie plus forte, un environnement plus sain et des collectivités plus prospères et plus sécuritaires. Aux termes du plan Chantiers Canada de 33 milliards de dollars du gouvernement fédéral, et plus récemment du Plan d'action économique du Canada, le Ministère coordonne différentes initiatives en matière d'infrastructure. Ainsi, Infrastructure Canada investit directement dans les infrastructures touristiques, telles que les centres de congrès et les espaces d'exposition, et appuie indirectement le tourisme au moyen d'investissements dans les infrastructures contribuant à rendre les collectivités plus attrayantes en tant que destinations touristiques potentielles pour les visiteurs. Ces infrastructures sont, par exemple, les installations culturelles et celles pour la pratique des sports.

Statistique Canada

Statistique Canada recueille et prépare des statistiques sur les voyages intérieurs et internationaux, notamment sur le nombre de voyageurs, sur les dépenses et sur diverses caractéristiques des voyages et des voyageurs. Ces renseignements sont utilisés par la Commission canadienne du tourisme, les agences touristiques provinciales et territoriales, les organismes de marketing de destinations, les chercheurs en tourisme et l'industrie touristique. De plus, Statistique Canada recueille et met en tableaux des données macro-économiques sur le tourisme, comme la valeur des importations et exportations touristiques, dans le but de calculer la contribution du tourisme au PIB et son incidence nette sur la balance des paiements.

Ressources humaines et Développement des compétences Canada (RHDCC)

La mission de RHDCC est de bâtir un Canada plus fort et plus concurrentiel, d'aider les Canadiennes et Canadiens à faire les bons choix afin que leurs vies soient productives et gratifiantes, et d'améliorer leur qualité de vie. RHDCC élabore des politiques qui font du Canada une société au sein de laquelle les gens peuvent mettre à profit leurs talents, leurs compétences et leurs ressources pour participer à l'apprentissage, au travail, et aux activités de leur collectivité; crée des programmes et appuie des initiatives qui aident la population canadienne à franchir les étapes de la vie ; et, crée, en collaboration avec Service Canada et d'autres partenaires, un meilleur contexte social pour la population canadienne. RHDCC appuie Avantage Canada, le plan stratégique à long terme du Canada qui mise sur l'avantage du savoir en vue de constituer la main-d'œuvre la plus scolarisée, la plus qualifiée et la plus souple du monde.

RHDCC appuie l'industrie touristique principalement par l'intermédiaire du Programme des conseils sectoriels, qui finance le Conseil canadien des ressources humaines en tourisme (CCRHT). Le mandat du CCRHT est de traiter des enjeux du marché du travail dans l'industrie du tourisme et de mettre en rapport les entreprises touristiques, les syndicats, les associations, le personnel enseignant et les gouvernements en vue de coordonner les activités de développement des ressources humaines de manière à assurer la viabilité et la compétitivité de l'industrie touristique canadienne à l'échelle mondiale. Il joue un rôle de chef de file dans de nombreux domaines, notamment grâce à son travail innovateur en ce qui concerne la démarche professionnelle active, la reconnaissance des titres de compétence étrangers, l'information sur le marché du travail, ainsi que sa vaste gamme

de produits *emerit* pour la formation en tourisme en ligne et la reconnaissance professionnelle.

Outre les ministères et organismes dont les dépenses sont examinées dans le présent rapport, un certain nombre d'autres organismes du gouvernement fédéral jouent un rôle essentiel relativement à la croissance de l'industrie canadienne du tourisme. Certaines organisations contribuent financièrement au tourisme, indirectement, ou par leurs politiques qui soutiennent le développement de cette industrie.

Affaires étrangères et Commerce international Canada (MAECI)

Le MAECI fait en sorte que la politique étrangère du Canada reflète les valeurs authentiquement canadiennes et préserve les intérêts nationaux du Canada; raffermi les ententes commerciales fondées sur des règles et de parvenir à un accès accru, libre et équitable aux échelons bilatéral, régional et mondial; et travaille avec toute une gamme de partenaires, tant au gouvernement qu'à l'extérieur, pour améliorer les perspectives économiques et la sécurité du Canada et des Canadiens, au pays et à l'étranger.

Le MAECI appuie le tourisme international en organisant des événements qui rehaussent l'image de marque du Canada et en diffusant de l'information au sujet du Canada.

Le MAECI et Transports Canada travaillent ensemble pour faire progresser la politique Ciel bleu du gouvernement du Canada, qui régit les négociations d'ententes internationales du transport aérien.

Agence des services frontaliers du Canada (ASFC)

L'ASFC assure la sécurité et la prospérité du Canada en gérant la libre circulation (accès) des personnes et des marchandises légitimes au Canada.

Agence du revenu du Canada (ARC)

L'ARC voit à l'application des lois fiscales au nom du gouvernement du Canada et de la plupart des provinces et territoires; et de divers programmes de prestations socioéconomiques et de programmes d'encouragement offerts par l'entremise du régime fiscal.

L'ARC administre le Programme d'incitation pour congrès étrangers et voyages organisés, qui sert à promouvoir des forfaits touristiques canadiens et la tenue, au pays, de congrès et de conférences provenant de l'étranger.

Banque de développement du Canada (BDC)

Le mandat de la BDC est de contribuer à la création et au développement des entreprises canadiennes en leur offrant du financement, du capital de risque et des services de consultation, avec une attention particulière sur les PME.

La BDC finance quantité d'entreprises touristiques; à l'heure actuelle, la valeur du portefeuille de la BDC, au titre des entreprises touristiques, dépasse 1,5 milliard de dollars.

Citoyenneté et Immigration Canada (CIC)

CIC admet des immigrants, des étudiants étrangers, des visiteurs et des travailleurs temporaires qui contribuent à la croissance du Canada aussi bien sur le plan économique que social; réinstalle les réfugiés, les protège et leur offre l'asile; aide les nouveaux arrivants à s'adapter à la société canadienne et à acquérir la citoyenneté; gère l'accès au Canada de manière à protéger la sécurité et la santé des Canadiennes et des Canadiens, de même que l'intégrité des lois canadiennes; aide les Canadiens et les nouveaux arrivants à participer pleinement à la vie économique, politique, sociale et culturelle du pays.

Finance Canada

Finances Canada planifie et prépare le budget du gouvernement fédéral, analyse et conçoit les politiques fiscales et établit des règles et des règlements pour les banques et les autres institutions financières canadiennes sous réglementation fédérale. Il administre les transferts fédéraux aux provinces et aux territoires, élabore des politiques en matière de finances internationales et participe à la conception des politiques tarifaires du Canada. Le ministère suit de près l'évolution de la situation économique et financière au Canada et offre des conseils stratégiques sur un vaste éventail de questions économiques.

3. TABLEAU DES DÉPENSES FÉDÉRALES (2008-2009)

Ministères/ Organismes	Dépenses directes	Montant total	Dépenses indirectes	Montant total
Affaires indiennes et du Nord Canada	Investissements stratégiques dans le développement économique du Nord Recherche et Statistiques : 283 100\$ Développement de produits : 49 887\$ Infrastructure : 156 610\$ Ressources humaines : 91 240\$ Promotion : 1 364 000\$ Programme de développement des entreprises autochtones Développement de produits : 1 045 149\$ Programme d'opportunités économiques pour les communautés Développement de produits : 575 000\$	3,5M\$	Investissements stratégiques dans le développement économique du Nord Développement de produits : 150 000\$ Infrastructure : 645 000\$ Promotion : 57 080\$ Programme de développement des entreprises autochtones Promotion : 112,141\$ Programme d'opportunités économiques pour les communautés Développement d'entreprise, Planification stratégiques, Développement des terres collectives et Promotion : 862 800\$ Programme de services de soutien aux communautés Développement d'entreprise, Planification stratégiques, Reconnaissance des communautés et perfectionnement des capacités : 1 586 602\$	3,4M\$
Agence de promotion économique du Canada Atlantique	Équipement et infrastructure : 9 869 786\$ Démarrage, agrandissement et modernisation d'entreprises : 2 812 053\$ Promotion : 7 546 714\$ Planifications et Études : 763 285\$ Dépenses d'investissements : 2 525 894\$ Commercialisation de produits : 1 944 112\$ Formation PME : 532 807\$ Autre/Divers : 604 567\$	26,6M\$		

Agence des services frontaliers Canada			Accès : 133 600 000\$	133,6M\$
Commission canadienne du tourisme	Promotion, Services corporatifs, Planification et évaluation : 96 588 000\$	96,6M\$		
Commission de la Capitale nationale	Célébrations de la Fête du Canada Bal de Neige Les lumières de Noël au Canada Le coloris automnal Spectacle son et lumière sur la Colline parlementaire Programmes Découvrez la Colline Commémorations Interprétation de la Capitale Patinoire du Canal Rideau Autres activités et programmes	7,9M\$	Célébrations de la Fête du Canada Bal de Neige Les lumières de Noël au Canada Le coloris automnal Spectacle son et lumière sur la Colline parlementaire Programmes Découvrez la Colline Commémorations Interprétation de la Capitale Patinoire du Canal Rideau Autres activités et programmes	11,3M\$
Développement économique Canada pour les régions du Québec	Anciens programmes Innovation, Développement de l'Entrepreneurship et Exportation destiné aux PME : 538 390\$ Initiatives régionales stratégiques (IRS) : 1 301 304\$ IRS/Stratégie d'action fédérale pour le Grand Montréal : 245 520\$ IRS/Initiative de diversification économique des collectivités de pêche : 173 647\$ IRS/Initiative de diversification économique des collectivités – Rapport Coulombe : 77 696\$	34,7M\$	Anciens programmes Initiatives régionales stratégiques (IRS) : 242 925\$ IRS/Stratégie d'action fédérale pour le Grand Montréal : 272 954\$ IRS/Initiative de diversification économique des collectivités de pêche : 27 817\$ IRS/Initiative de diversification économique des collectivités – Rapport Coulombe : 2 593\$ IRS/Initiative de diversification des collectivités – Vitalité : 10 000\$ Programme canadien d'appui à l'appui à l'économie de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine : 40 984\$	1,1M\$

	<p>IRS/Initiative de diversification des collectivités – Vitalité : 594 352\$</p> <p>Programme canadien d’appui à l’appui à l’économie de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine : 19 894\$</p> <p>Programmes actuels</p> <p>Diversification des collectivités (DEC) : 15 277 019\$</p> <p>DEC-DC/Initiative de diversification des collectivités – Vitalité : 6 700 127\$</p> <p>DEC-DC/Escales de croisières internationales : 3 377 764\$</p> <p>DEC-DC/Équipements économiques et touristiques moteurs : 138 047\$</p> <p>Fonds sur l’infrastructure municipale rurale : 4 544 896\$</p> <p>Travaux d’infrastructures Canada-Québec : 1 709 000\$</p>		<p>Programmes actuels</p> <p>Diversification des collectivités (DEC) : 155 407\$</p> <p>DEC-DC/Initiative de diversification des collectivités – Vitalité : 334 507\$</p> <p>Fonds sur l’infrastructure municipale rurale : 40 411\$</p>	
<p>Diversification économique de l’Ouest</p>	<p>Initiative de diversification économique des collectivités touchées par le dendroctone du pin ponderosa : 1 092 779\$</p> <p>Entente pour le développement du nord de la Saskatchewan : 182 291\$</p> <p>Les Ententes de partenariats pour le développement économique de l’Ouest : 107 013\$</p> <p>Programme de diversification de l’Ouest : 6 691 718\$</p>	<p>8,1M\$</p>	<p>Centenaires de l’Alberta et la Saskatchewan : 3 557 640\$</p> <p>Initiative de diversification économique des collectivités touchées par le dendroctone du pin ponderosa : 15 240 839\$</p> <p>Programme de diversification de l’Ouest : 2 099 325\$</p>	<p>21,0M\$</p>
<p>Industrie Canada/FedNor</p>	<p>Projets d’immobilisations touristiques : 2 991 228\$</p> <p>Autres projets touristiques autres qu’en capital : 2 585 947\$</p>	<p>5,5M\$</p>	<p>Autres projets touristiques : 1 244 010\$</p>	<p>1,2M\$</p>

<p style="text-align: center;">Patrimoine canadien</p>	<p>Musée des beaux-arts du Canada : 137 000\$</p> <p>Société du Musée des sciences et de la technologie</p> <p style="padding-left: 40px;">Tourisme Ottawa : 27 138\$</p> <p style="padding-left: 40px;">Auditorium, Détail et Éducation : 358 284\$</p> <p style="padding-left: 40px;">Promotion : 554 917\$</p> <p style="padding-left: 40px;">Services aux visiteurs : 3 377 475\$</p> <p style="padding-left: 40px;">Travaux de sondage : 48 216\$</p> <p>La Société du Musée canadien des civilisations 23 200 000\$</p> <p>Musée canadien de la nature : 60 000\$</p> <p>Commission des Champs de bataille nationaux :</p> <p style="padding-left: 40px;">Éducation et Services publics : 914 767\$</p> <p style="padding-left: 40px;">100^e anniversaire de la Commission des champs de bataille nationaux : 1 128 977\$</p> <p style="padding-left: 40px;">Commémoration du 250^e anniversaire des batailles historiques de 1759 et 1760 : 95 146\$</p> <p>Enquête sur les voyages des résidents du Canada : 105 000\$</p>	<p style="text-align: center;">30,0M\$</p>	<p>Anne 2008 Célébration du centenaire : 119 337\$</p> <p>Conseil des Arts du Canada : 145 000 000\$</p> <p>Programme d'appui aux langues officielles : 2 662 948\$</p> <p>Société du 400^e de Québec: 18 360 000\$</p> <p>Le Musée virtuel du Canada : 76 745\$</p> <p>Le Secrétariat fédéral des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010 : 29 825 000\$</p> <p>Groupe fiduciaire des édifices des Pères de la Confédération : 1 875 000\$</p> <p><i>British Columbia 150 Initiative</i>: 5 613 962\$</p> <p>Fonds du Canada pour la présentation des arts : 29 869 972\$</p> <p>Fonds du Canada pour les espaces culturels : 29 130 086\$</p> <p>Le spectacle du midi de la fête du Canada : 1 600 000\$</p> <p>Fonds de la musique du Canada : 1 380 000\$</p> <p>Société du Musée des sciences et de la technologie – Étude sur les nouveaux musées : 158 769\$</p> <p>Le programme de la Culture canadienne en ligne : 8 968 342\$</p> <p>Contribution au Congrès eucharistique international: 1 500 000\$</p> <p>Capitales culturelles du Canada : 4 250 000\$</p> <p>Initiative Démocratie 250 : 3 578 816\$</p> <p>Expositions internationales : 9 533 334\$</p> <p>Programme d'aide aux musées : 5 484 435\$</p> <p>Programme d'accueil de Sport Canada : 14 500 000\$</p> <p>Téléfilm Canada: 3 456 000\$</p> <p>Recherche et Analyse (Tourisme) – Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme : 84 688\$</p>	<p style="text-align: center;">323,8M\$</p>
-------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------

			Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine : 6 809 545\$	
Parcs Canada	Création de lieux patrimoniaux : 27 529 700\$ Expérience du visiteur : 211 867 800\$ Infrastructure des lotissements urbains et routes de transit : 13 740 000\$	252,9M\$	Conservation des ressources patrimoniales : 161 416 500\$ Appréciation et compréhension du public : 28 184 000\$ Infrastructure des lotissements urbains et routes de transit : 77 411 700\$	267,0M\$
Ressources humaines et Développement des compétences Canada	Programme des conseils sectoriels – Conseil canadien des ressources humaines en tourisme (CCRHT) Infrastructure de base : 750 000\$ Produits Emerit et réseaux de services : 1 580 092\$ Emplois clés en main : 1 483 553\$ Outils stratégiques de gestion des ressources humaines en tourisme (Recherche): 1 310 533\$ Amélioration de la productivité : 1 014 626\$ Faciliter l'intégration des nouveaux immigrants dans le milieu de travail : 434 606\$ Académie canadienne du voyage et du tourisme : 257 187\$ Programme de reconnaissance des titres de compétences étrangers – CCRHT Reconnaissance des titres de compétences étrangers : 1 325 566\$ Programme Partenariat pour les compétences et l'emploi des autochtones – Initiative An'onwentsa : 1 066 993\$	11,2M\$	Initiative en matière de compétences en milieu de travail Sociétés d'aide au développement des collectivités : 138 853\$	\$0.1M

	<p>Initiative en matière de compétences en milieu de travail</p> <p>Niagara Workforce Innovations Network (Réseau d'innovation de la main-d'œuvre de Niagara) : 547 572\$</p> <p>Conseil québécois des ressources humaines en tourisme: 273 776\$</p> <p>Subvention incitative aux apprentis : 1 108 000\$</p>			
Portefeuille des Transports, de l'Infrastructure et des Collectivités	<p>Fonds canadien sur l'infrastructure stratégique : 10 525 993\$</p> <p>Fonds sur l'infrastructure municipale rurale : 2 604 509\$</p> <p>Fonds Chantier Canada – Volet grande infrastructure : 35 802 930\$</p>	48,9M\$	<p>Fonds sur l'infrastructure municipale rurale : 2 197 510\$</p> <p>Fonds Chantier Canada – Volet grande infrastructure : 17 545 110\$</p>	19,7M\$
Statistique Canada	<p>Enquête sur les voyages internationaux : 3 290 000\$</p> <p>Enquête sur les voyages des résidents du Canada : 1 223 800\$</p> <p>Indicateurs nationaux du tourisme – estimations trimestrielles : 15 000\$</p> <p>Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs : 497 000\$</p> <p>Enquête annuelle sur la préparation de voyages : 191 000\$</p> <p>Compte satellite du tourisme du Canada : 5 000\$</p> <p>Module des ressources humaines du compte satellite du tourisme / Module des ressources humaines / Module des ressources humaines provincial & territorial : 10 000\$</p>	5,7M\$		