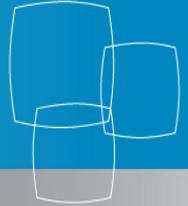




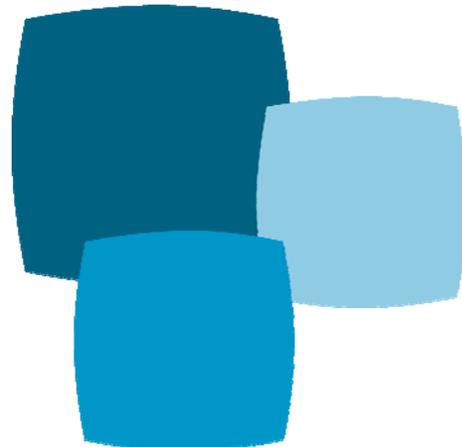
Industry  
Canada

Industrie  
Canada



# CONTRIBUTIONS DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL À L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU CANADA

EXAMEN DES DÉPENSES DU  
GOUVERNEMENT FÉDÉRAL PENDANT  
L'EXERCICE FINANCIER 2007-2008



Le présent rapport a été préparé pour Industrie Canada, en collaboration avec les ministères et organismes fédéraux suivants : Affaires étrangères et Commerce international Canada, Affaires indiennes et du Nord Canada, Agence de promotion économique du Canada atlantique, 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@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:copyright.droitdauteur@tpsgc-pwgsc.gc.ca)

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

N° de catalogue : Iu185-5/2008F-PDF  
ISBN : 978-1-100-92140-2

Also available in English under the title *Federal Contributions to Canadian Tourism - A Review of Federal Expenditures for Fiscal Year 2007 / 2008.*

## TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES .....	I
INTRODUCTION .....	II
SOMMAIRE .....	III
<b>1. LE TOURISME .....</b>	<b>1</b>
A. LE TOURISME DANS LE MONDE.....	1
B. L'AVENIR DU TOURISME MONDIAL.....	1
<b>2. LE TOURISME AU CANADA.....</b>	<b>3</b>
<b>3. CONTRIBUTION DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL À L'INDUSTRIE DU TOURISME.....</b>	<b>5</b>
A. CADRE POUR UNE STRATÉGIE NATIONALE EN MATIÈRE DE TOURISME.....	5
B. LES SIX PRIORITÉS.....	5
- <i>Destination accessible – Passages frontaliers</i> .....	6
- <i>Destination accessible – Transport</i> .....	6
- <i>Expériences exceptionnelles – Développement de produit</i> .....	7
- <i>Hôtes exceptionnels – Ressources humaines</i> .....	7
- <i>Réputation exceptionnelle – Information et statistique sur le tourisme</i> .....	8
- <i>Réputation exceptionnelle – Marketing du tourisme</i> .....	9
C. PRINCIPAUX MINISTÈRES ET ORGANISMES.....	10
D. AUTRES MINISTÈRES ET ORGANISMES.....	17
<b>4. TABLEAU DES DÉPENSES FÉDÉRALES (2007-2008) .....</b>	<b>19</b>

## **INTRODUCTION**

Le tourisme a connu une très forte croissance depuis les années 1950. Cet accroissement contribue au développement économique d'un pays, favorise les échanges culturels, et renforce le profil international d'un pays. De plus, l'industrie du tourisme permet à des secteurs tels que le transport (ex. aérien et ferroviaire), l'hébergement, la restauration, les services de voyages, et les loisirs et divertissements, de participer et de profiter à ce développement économique. Plus de 662 000 emplois sont créés dans ces secteurs industriels, et ce, dans plusieurs régions d'un pays.

La situation économique mondiale actuelle aura un impact sur le désir des voyageurs de se rendre dans d'autres pays. Toutefois, bien que le tourisme ait connu une baisse à la fin de 2008, il est important de noter que l'activité touristique devrait continuer à être un contributeur déterminant au développement économique du Canada.

Reconnaissant que l'industrie du tourisme est importante au développement économique du Canada, ce présent rapport examine la contribution du gouvernement fédéral à l'industrie touristique du Canada en 2007-2008.

## SOMMAIRE

Au cours de l'exercice financier 2007-2008, le gouvernement fédéral a contribué plus de 540 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 (attractions, événements et contacts directs);
- 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 710 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;
- des fonds pour la tenue de manifestations sportives et des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010.

### Dépenses totales du gouvernement fédéral dans le secteur du tourisme

Exercice financier	Dépenses directement liées au tourisme	Dépenses indirectement liées au tourisme
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 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. La Stratégie est utilisée comme un outil comptable pour ce rapport.

Le tableau suivant illustre ces dépenses, qui s'élèvent à plus de 540 millions de dollars, et les priorités correspondantes de la SNT.

#### Dépenses directes du gouvernement fédéral par priorité de la SNT

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

L'augmentation significative des dépenses entre l'exercice financier de 2006-2007 et 2007-2008 est expliquée par la croissance des dépenses de Parcs Canada afin d'améliorer la qualité de l'expérience des visiteurs (55,3 million de dollars); d'Infrastructure Canada qui a finalisé des ententes avec les provinces (72,7 million de dollars); et, finalement, la Commission canadienne du tourisme qui a augmenté son budget des dépenses en vue des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010 à Vancouver (8,3 million de dollars).

<sup>1</sup> Les dépenses de programmation et d'infrastructure sont incluses dans cette catégorie.

# 1. LE TOURISME

## a. Le tourisme dans le monde

Depuis plusieurs décennies, le tourisme mondial connaît une forte croissance. Entre 1950 et 2007, le nombre d'arrivées de touristes internationaux est passé de 25 millions à 903 millions<sup>2</sup>. L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) estime qu'il y a eu 924 millions de touristes internationaux en 2008, soit une croissance de 2 % par rapport à 2007. En ce qui concerne les recettes du tourisme international, celles-ci sont passées de 2,1 milliards de dollars EU en 1950 (soit l'équivalent de 18,07 milliards de dollars EU en dollar constant) à 856 milliards de dollars EU en 2007<sup>3</sup>. Ces dernières représentent 30 % des exportations mondiales des services<sup>4</sup>.

Au cours de l'année 2007, les recettes touristiques d'exportation (recettes du tourisme international et transport de passagers) ont atteint 1 000 milliards de dollars EU<sup>5</sup>. Selon le *World Travel and Tourism Council (WTTC)*, l'apport économique du tourisme sur le produit intérieur brut (PIB) mondial est de l'ordre de 9,9 % et embauche plus de 238 millions de personnes, soit 8,4 % de tous les emplois<sup>6</sup>.

## b. L'avenir du tourisme mondial

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 2007<sup>7</sup>.

Étant donné la détérioration rapide de l'économie, l'OMT s'attend à une stagnation voire à un léger recul de 1 % à 2 % du tourisme international<sup>8</sup>. Cependant, le tourisme est un secteur économique qui a montré une grande capacité de résister aux crises économiques du passé. L'OMT et le WTTC sont sûrs que le tourisme va connaître une bonne croissance une fois que l'économie aura repris son cours normal. De plus, ceux-ci prévoient un potentiel de croissance soutenue sur le long terme pour le tourisme, et que ce secteur économique accroîtra son importance en tant qu'industrie et qu'employeur<sup>9</sup>.

---

<sup>2</sup> *Faits saillants du tourisme*, Édition 2008, Organisation mondiale du tourisme, 2008, p. 2.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Site de l'Organisation mondiale du tourisme, [http://www.unwto.org/index\\_f.php](http://www.unwto.org/index_f.php), 9 février 2009.

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> *The 2008 Travel & Tourism Economic Research*, Tourism Satellite Accounting du World Travel & Tourism Council, 2008, p. 1.

<sup>7</sup> OMTNU Baromètre du tourisme mondial, Volume 7, Numéro 1, janvier 2009, page 1.

<sup>8</sup> Ibid., p. 4.

<sup>9</sup> WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact 2009*, Executive Summary, p. 7.

D'après l'étude prospective *Tourisme : Horizon 2020*, l'OMT prévoit que le nombre d'arrivées de touristes internationaux avoisinera les 1,6 milliards 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. Dans l'étude du WTTC intitulée « The 2008 Travel & Tourism Economic Research », on estime que les contributions des gouvernements s'élevaient à 381 milliards de dollars en 2008 et prévoit qu'elles devraient atteindre 616 milliards de dollars en 2018. Ces investissements favoriseraient une forte croissance de l'industrie du tourisme, car celle-ci devrait croître de 4 %<sup>10</sup> par année jusqu'en 2018.

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 tourisme<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Taux de croissance réel annuel

<sup>11</sup> World Economic Forum, Communiqué de presse du 4 mars 2009.

## 2. LE TOURISME AU CANADA

Le tourisme fait partie intégrante de l'économie du Canada, et favorise la diversité et le développement économique de toutes ces régions. Statistique Canada évalue que l'activité touristique est à l'origine de 2 % du produit intérieur brut (PIB) du Canada. Les dépenses touristiques totalisaient 74,7 milliards de dollars en 2008 ce qui représente une augmentation de 1,9 % par rapport à 2007. En 2007, l'activité touristique a généré 19,7 milliards de dollars en revenus pour le gouvernement, ce qui représente une augmentation de 4,3 % par rapport à 2006.

Dans l'ensemble, l'industrie liée au tourisme emploie 1,7 million de personnes à travers le Canada (corresponds à 10 % des employés sur le marché du travail). Plus de 662 000 emplois sont directement liés au tourisme dans des secteurs tels que le transport (ex. aérien, ferroviaire), hébergement, restauration, services de loisirs et de divertissement, et services de voyages (ex. agence de voyages). En 2007, il existait plus de 169 000 entreprises touristiques au Canada, dont 87 % sont des PME (moins de vingt employés).

Les voyageurs canadiens ont effectué 214,6 millions de voyages dans leur pays en 2007, soit une augmentation de 3,4 % par rapport à 2006. La plupart de ces voyages (9 sur 10) sont effectués dans leur province de résidence. Les Canadiens étaient à l'origine de 77 % des dépenses touristiques effectuées au Canada en 2007, soit 54,3 milliards de dollars.

Les États-Unis constituent le marché international le plus important du Canada, car ils représentent 83 % des voyageurs internationaux en 2008. Ils ont effectué 12,5 millions de voyages de plus de 24 heures et 10,2 millions de voyages d'une journée (moins de 24 heures). Les dépenses touristiques des Américains sont évaluées à 7,8 milliards de dollars. Toutefois, ce marché connaît une diminution depuis 2000, car on observe une chute de 49 % au cours de la période 2000-2008. Plusieurs facteurs sont en cause pour expliquer cette chute : augmentation du coût de l'énergie, ralentissement de l'économie américaine, confusion au sujet des nouvelles exigences des États-Unis en ce qui a trait aux documents officiels, et au changement des habitudes de voyages des Américains (recherche de nouvelles destinations et expériences).

Malgré cette baisse notable du marché américain, les autres marchés internationaux montrent des signes encourageants. En 2007, les voyageurs internationaux ont dépensé 6 milliards de dollars au Canada, et en 2008, quelque 4,8 millions de visiteurs internationaux (excluant les États-Unis)

sont venus au Canada, ce qui représente une augmentation de 1,7 % comparativement à l'année précédente.

### 3. 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 entrepris 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**

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.

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.

- **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
Affaires indiennes et du Nord Canada	0,08 M\$
Parcs Canada	2,9 M\$
<b>Total</b>	<b>3 M\$</b>

- **Expériences exceptionnelles – Développement de produit**

Les produits touristiques sont divers et comprennent entre autre 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	6,4 M\$
Agence de promotion économique du Canada atlantique	8,6 M\$
Commission canadienne du tourisme	1,3 M\$
Commission de la capitale nationale	7,2 M\$
Développement économique Canada pour les régions du Québec	14,8 M\$
Diversification économique de l'Ouest	6,6 M\$
FedNor	2,5 M\$
Parcs Canada	232 M\$
Patrimoine canadien	0,7 M\$
Transport, Infrastructure, Communautés	122,1 M\$
<b>Total</b>	<b>402,3 M\$</b>

- **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	0.04 M\$
Patrimoine canadien	0.5 M\$
Ressources humaines et développement des compétences Canada	7.4 M\$
<b>Total</b>	<b>7.9 M\$</b>

- **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	0.4 M\$
Commission canadienne du tourisme	1.8 M\$
Développement économique Canada pour les régions du Québec	0.4 M\$
Parcs Canada	3.9 M\$
Patrimoine canadien	0.02 M\$
Statistique Canada	4.8 M\$
<b>Total</b>	<b>11.6 M\$</b>

- **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 À L'INFORMATION ET AUX STATISTIQUES
Affaires indiennes et du Nord Canada	3.0 M\$
Agence de promotion économique du Canada atlantique	6.4 M\$
Commission canadienne du tourisme	69.4 M\$
Développement économique Canada pour les régions du Québec	13.0 M\$
FedNor	1.6 M\$
Parcs Canada	7.9 M\$
Patrimoine canadien	0.9 M\$
<b>Total</b>	<b>102.2 M\$</b>

### c. Principaux 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 » est rendu possible 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)**

Patrimoine canadien est responsable des politiques et des programmes nationaux qui font la promotion d'un contenu canadien, encouragent la participation à la vie culturelle et communautaire, favorisent la citoyenneté active et appuient et consolident les liens qui unissent les Canadiens et les Canadiennes.

Patrimoine canadien a un lien important au tourisme. Les nombreuses activités et organisations sportives et culturelles qu'appuie le ministère attirent aussi bien des touristes nationaux qu'internationaux. Les importantes dépenses de PCH en fait un ministère clé dans l'offre de produit accessible pour tous les visiteurs.

Le ministère effectue également des recherches sur le tourisme sportif et culturel afin d'en comprendre et d'en démontrer la valeur. PCH sert également de secrétariat à l'Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme (ITFPT), laquelle a pour but de faire connaître et comprendre la relation mutuellement bénéfique entre culture/patrimoine et tourisme. Patrimoine Canada est également le ministère responsable de l'approche adoptée par le gouvernement fédéral pour accueillir les Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010.

## **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.

### **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.

#### d. Autres ministères et organismes

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.

#### 4. TABLEAU DES DÉPENSES FÉDÉRALES (2007-2008)

Ministères/ Organismes	Dépenses directes	Montant total	Dépenses indirectes	Montant total
<b>Affaires indiennes et du Nord Canada</b>	Investissements stratégiques dans le développement économique du Nord : 5 241 162\$	9,9M\$	Investissements stratégiques dans le développement économique du Nord : 47 185\$	1,3M\$
	Programme d'opportunités économiques pour les communautés : 1 040 438\$		Programme d'opportunités économiques pour les communautés : 719 572\$	
	Programme de développement des entreprises autochtones : 3 600 000\$		Programme de services de soutien aux communautés : 515 000\$	
<b>Agence de promotion économique du Canada atlantique</b>	Le programme de développement des entreprises : 12 000 000\$	15,4M\$		
	Partenariat pour l'investissement au Canada atlantique : 3 400 000\$			
<b>Agence des services frontaliers Canada</b>			Accès : 83 204 420\$	83,2M\$
<b>Commission canadienne du tourisme</b>	Marketing : 69 357 101\$	86,2M\$		
	Développement de produit : 1 312 136\$			
	Information et statistique sur le tourisme : 1 798 000\$			
	Autres : 13 738 001\$			

Ministères/ Organismes	Dépenses directes	Montant total	Dépenses indirectes	Montant total
<b>Commission de la capitale nationale</b>	Spectacle son et lumière : 377 000\$	7,2M\$	Spectacle son et lumière : 67 000\$	12,2M\$
	Programme Découvrez la colline : 418 000\$		Commémorations : 115 000\$	
	Commémorations : 344 000\$		Interprétation de la capitale : 135 000\$	
	Interprétation de la capitale : 403 000\$		Patinoire du Canal Rideau : 1 348 000\$	
	Patinoire du Canal Rideau : 449 000\$		Célébrations de la Fête du Canada : 1 063 000\$	
	Célébrations de la Fête du Canada : 624 000\$		Bal de Neige : 1 267 000\$	
	Bal de Neige : 744 000\$		Animation de sites et 150 <sup>e</sup> anniversaire de la Capitale du Canada : 1 272 000\$	
	Animation de sites et 150 <sup>e</sup> anniversaire de la Capitale du Canada : 747 000\$		Parc de la Gatineau – Services aux visiteurs et Opérations : 3 991 000\$	
	Parc de la Gatineau – Services aux visiteurs et Opérations : 443 000\$		Autres : 2 943 000\$	
	Autres : 2 673 000\$			

Ministères/ Organismes	Dépenses directes	Montant total	Dépenses indirectes	Montant total
<b>Développement économique Canada pour les régions du Québec</b>	<b>Anciens programmes :</b> Innovation, Développement de l'Entrepreneurship et Exportation destiné aux PME : 1 337 079\$  Initiatives régionales stratégiques (IRS) : 9 574 322\$  IRS/Stratégie d'action fédérale pour le Grand Montréal : 4 930 724\$  IRS/Initiative de diversification économique des collectivités de pêche : 785 246\$  IRS/Initiative de diversification économique des collectivités – Rapport Coulombe : 139 425\$  IRS/Initiative de diversification des collectivités – Vitalité : 4 363 236\$  <b>Nouveaux programmes :</b> Diversification des collectivités : 1 297 852\$  DEC-DC/Initiative de diversification des collectivités – Vitalité : 930 727\$  Fonds sur l'infrastructure municipale rurale : 2 849 421\$  Programmes d'infrastructure Canada : 2 047 777\$	28,3M\$	<b>Anciens programmes :</b> Initiatives régionales stratégiques (IRS) : 552 849\$  IRS/Initiative de diversification des collectivités – Vitalité : 287 614\$  <b>Nouveaux programmes :</b> DEC-DC/Initiative de diversification des collectivités – Vitalité : 193 766\$  Autres programmes – Dépenses totales : 144 986\$	1,2M\$

Ministères/ Organismes	Dépenses directes	Montant total	Dépenses indirectes	Montant total
<b>Diversification économique de l'Ouest</b>	Les Ententes de partenariats pour le développement économique de l'Ouest : 764 825\$  Entente pour le développement du nord de la Saskatchewan : 61 032\$  Programme de diversification de l'Ouest : 5 779 220\$	6,6M\$	Les Ententes de partenariats pour le développement économique de l'Ouest : 940 350\$  Entente sur le développement du Nord de la Saskatchewan : 61 915\$  Programme de diversification de l'Ouest : 150 068\$  Organisations francophones à vocation économique : 41 602\$  Centenaires de l'Alberta et la Saskatchewan : 10 947 606\$  Initiative de diversification économique des collectivités touchées par le dendroctone du pin ponderosa : 227 867\$  Le Canada célèbre la Saskatchewan : 164 642\$  Contribution au soutien de conférences : 30 000\$	12,6M\$
<b>Industrie Canada/Initiative fédérale de développement économique pour le Nord de l'Ontario</b>	Fonds d'aide aux projets touristiques – projets d'immobilisations : 2 470 704\$  Fonds d'aide aux projets touristiques – autres projets : 1 639 447\$	4,1M\$	Autres projets touristiques : 1 958 634\$	1,9M\$

Ministères/ Organismes	Dépenses directes	Montant total	Dépenses indirectes	Montant total
	Musée des civilisations : 245 000\$  Musée des beaux-arts du Canada et Musée canadien de la photographie contemporaine : 120 000\$  Musée de la nature : 107 000\$  Commission des champs bataille nationaux (Éducation et Services publics) : 878 873\$  Commission des champs de bataille nationaux (100 <sup>e</sup> anniversaire) : 836 681\$		Politique et recherche sur le tourisme : 386 970\$  Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme : 275 000\$  Secrétariat fédéral des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010 : 108 678 000\$  Programme d'accueil de Sport Canada : 10 010 000\$  Programme d'aide aux musées : 5 411 383\$  Présentation des arts Canada : 23 334 614\$	
<b>Patrimoine Canadien</b>		2,2M\$	Capitales culturelles du Canada : 5 451 493\$  Espaces culturels Canada : 23 291 772\$  Culture canadienne en ligne : 7 501 158\$  Programme d'appui aux langues officielles : 1 863 690\$  Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine : 1 328 241\$  Entente des partenaires en tourisme du gouvernement fédéral pour Terre-Neuve et Labrador : 10 000\$	360,9M\$

Ministères/ Organismes	Dépenses directes	Montant total	Dépenses indirectes	Montant total
<b>Patrimoine canadien (suite)</b>			Groupe fiduciaire des édifices des Pères de la Confédération : 1 875 000\$  Contribution à la Société du 400 <sup>e</sup> anniversaire de Québec : 13 018 152\$  Expositions internationales : 2 082 000\$  Fonds de la Musique du Canada : 1 100 000\$  Musée des civilisations : 508 000\$  Conseil des Arts du Canada : 152 000 000\$  Téléfilm Canada : 2 842 815\$	
<b>Parcs Canada</b>	Création de lieux patrimoniaux : 13 852 400\$  Expérience du visiteur : 219 616 800\$  Infrastructure des lotissements urbains et routes de transit : 13 385 800\$	246,9M\$	Conservation des ressources patrimoniales : 152 256 600\$  Infrastructure des lotissements urbains et routes de transit : 61 687 100\$  Appréciation et compréhension du public : 24 356 500\$	238,3M\$
<b>Portefeuille des Transports, de l'Infrastructure et des Collectivités</b>	Fonds sur l'infrastructure municipale rurale : 19 609 590\$  Fonds canadien sur l'infrastructure stratégique : 102 510 644\$	122,1M\$		

Ministères/ Organismes	Dépenses directes	Montant total	Dépenses indirectes	Montant total
<b>Ressources humaines et Développement des compétences Canada</b>	Infrastructure de base : 750 000\$  Emplois clés en main : 1 335 000\$  Recherche sur le marché du travail : 592 000\$  Emerit – Service électronique : 1 598 000\$  Amélioration de la productivité (communications) : 1 260 000\$  Reconnaissance des titres de compétence : 1 076 000\$  Autres programmes : 770 000\$	7,4M\$		
<b>Statistique Canada</b>	Enquête sur les voyages internationaux : 2 773 000\$  Enquête sur les voyages des résidents du Canada : 1 300 000\$  Indicateurs nationaux du tourisme : estimations trimestrielles : 15 000\$  Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs : 490 000\$  Enquête annuelle sur la préparation de voyages : 188 000\$	4,8M\$		