

Cette publication est également offerte en ligne en format HTML prêt à imprimer (www.ic.gc.ca/recherchePME/rapports).

Pour obtenir un exemplaire de cette publication ou un format substitut (Braille, gros caractères), veuillez remplir le [formulaire de demande de publication](#) ou communiquer avec :

Centre de services Web
Innovation, Sciences et Développement économique Canada
Édifice C.D. Howe
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Canada

Téléphone (sans frais au Canada) : 1-800-328-6189

Téléphone (international) : 613-954-5031

ATS (pour les personnes malentendantes) : 1-866-694-8389

Les heures de bureau sont de 8 h 30 à 17 h (heure de l'Est).

Courriel : ISDE@Canada.ca

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 du ministère de l'Industrie, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, que le ministère de l'Industrie 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 le ministère de l'Industrie ou avec son consentement.

Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, veuillez demander [l'affranchissement du droit d'auteur de la Couronne](#) ou communiquer avec le Centre de services Web aux coordonnées ci-dessus.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par le ministre de l'Industrie, 2018

N° de catalogue lu188-113/3-2018F-PDF

ISBN 978-0-660-28180-3

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

Also available in English under the title *SME Profile: Tourism Industries in Canada*, December 2018.

Table des matières

Remerciements.....	2
Résumé.....	2
1. Introduction	3
– Les industries touristiques au Canada	3
– Source des données et définitions.....	4
2. Répartition selon l'industrie	5
3. Répartition géographique.....	5
4. Emploi	7
5. Caractéristiques des entreprises	8
– Taille des entreprises.....	8
– Âge des entreprises.....	8
– Méthode de prise de possession	9
6. Caractéristiques des propriétaires d'entreprise	9
7. Croissance	11
– Obstacles perçus à la croissance	12
8. Structure du capital	12
9. Activités de financement	13
– Principales sources de financement par emprunt.....	15
– Utilisation prévue du financement par emprunt	16
– Modalités de financement	17
10. Innovation	18
11. Rendement financier.....	19
12. Conclusions	21
Références.....	23
Annexe	24

REMERCIEMENTS

L'auteur désire remercier Mohamed Nouhi et Richard Archambault pour leurs commentaires et leurs suggestions fort utiles.

RÉSUMÉ

Le présent rapport est une mise à jour du *Profil des PME : les industries touristiques au Canada* (Bédard-Maltais, 2015). Il donne un aperçu des caractéristiques des entreprises, des caractéristiques des propriétaires et des récentes activités de financement des petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes œuvrant dans les industries touristiques comparativement à celles de l'ensemble des industries. Le rapport compare à cette fin l'information relative à des moments précis en utilisant des données de 2007, 2011 et 2014. Il vise ainsi à déterminer l'évolution du financement des PME des industries touristiques au moment où l'économie canadienne se redressait et où le secteur du tourisme prenait de l'essor.

Le rapport souligne l'importance des PME des industries touristiques pour l'économie canadienne – 99,9 % des entreprises de ces industries sont des PME. On trouvera ci-après une analyse détaillée des récentes activités de financement et d'innovation et du rendement financier.

Les faits saillants du rapport s'établissent comme suit :

- Les PME des industries touristiques sont généralement plus âgées et de plus grande taille que les PME dans leur ensemble. En outre, la proportion d'entrepreneurs qui sont des femmes, des Autochtones ou des membres de minorités visibles est plus élevée dans les industries touristiques.
- Les fluctuations de la demande des consommateurs, l'augmentation du coût des intrants et l'intensification de la concurrence sont les principaux défis auxquels se heurtent les propriétaires de PME des industries touristiques.
- Le financement personnel, le crédit obtenu auprès d'institutions financières (par exemple les banques à charte canadiennes) et les prêts d'amis étaient les trois principales sources de financement auxquelles avaient recours les PME en démarrage des industries touristiques.
- Le financement par emprunt constitue le type de financement le plus souvent demandé par les propriétaires des PME des industries touristiques et des PME dans leur ensemble. Toutefois, les entreprises des deux groupes ont plus de difficulté à obtenir ce type de financement que les autres types de financement, qui sont considérés comme moins risqués.
- Les propriétaires de PME des industries touristiques prévoient avoir recours au financement par emprunt principalement pour le fonds de roulement, le fonds d'exploitation et l'acquisition de terrains et bâtiments.
- Les PME des industries touristiques ont en général été moins innovantes que les PME dans leur ensemble, mais plus susceptibles d'adopter une nouvelle façon de vendre les biens ou les services.

- En moyenne, les petites entreprises des industries touristiques génèrent des revenus totaux moyens plus élevés que ceux des petites entreprises de l'ensemble des industries, mais leurs bénéfices moyens sont plus faibles en raison de leurs dépenses totales plus élevées.
- Les entreprises touristiques œuvrant dans le secteur de l'hébergement ont enregistré le bénéfice net moyen le plus élevé, tandis que celles du secteur des services de restauration ont enregistré le bénéfice net moyen le plus faible.
- Les PME des industries touristiques ont affiché un rythme de croissance plus faible que les PME dans leur ensemble et s'attendaient aussi à une croissance plus lente pour les années à venir.

1. INTRODUCTION

LES INDUSTRIES TOURISTIQUES AU CANADA

Chaque année, le Canada accueille des touristes de partout dans le monde, les voyageurs des États-Unis représentant la majorité du total des arrivées internationales au Canada. Au cours des dernières années, la demande touristique accrue a alimenté la croissance de l'industrie touristique canadienne.

Le tourisme joue un rôle vital dans l'économie canadienne. C'est le plus important secteur d'exportation de services et il représente plus de 2 % du produit intérieur brut du Canada. Un emploi sur dix au Canada - environ 1,8 million - dépend du tourisme. Ce secteur est l'employeur numéro un des jeunes et un important pourvoyeur d'emplois pour les néo-Canadiens.

Le tourisme stimule des industries de services clés, notamment l'hébergement, les services de restauration, le transport des voyageurs, les loisirs et les divertissements, ainsi que les services de voyages. Les petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes constituent le moteur du tourisme au pays, puisque 99,9 % des entreprises de ces industries sont des PME.

Dans de nombreux cas, ces entreprises ont de la difficulté à obtenir le financement dont elles ont besoin pour acquérir des actifs, régler les dépenses courantes ou pénétrer de nouveaux marchés. L'obtention de financement peut s'avérer particulièrement difficile pour les PME des industries touristiques, car les institutions financières considèrent parfois qu'elles présentent un risque relativement élevé par rapport aux PME de l'ensemble des industries.

Compte tenu de l'importance du financement pour le succès et la croissance d'une entreprise, ce rapport examine les activités de financement des PME des industries touristiques et fait état de leurs besoins et des obstacles auxquels elles se heurtent à cet égard. Ce rapport est une mise à jour du document *Profil des PME : les industries touristiques au Canada* (Bédard-Maltais, 2015). Il donne un aperçu des caractéristiques des entreprises, des caractéristiques des propriétaires ainsi que des récentes activités de financement des PME canadiennes des industries touristiques comparativement aux PME dans leur

ensemble au Canada. Il s'appuie sur les données de l'*Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises* (2007), de l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises* (2011) et de l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites*

et moyennes entreprises (2014) de Statistique Canada. Le rapport met l'accent sur les résultats de l'enquête de 2014 et, dans la mesure du possible, établit des comparaisons avec ceux des enquêtes de 2007 et de 2011.

SOURCE DES DONNÉES ET DÉFINITIONS

Le présent rapport repose sur la base de données détaillée de l'*Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises* (2007), de l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises* (2011) et de l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises* (2014). L'enquête de Statistique Canada, menée en général tous les trois ans, évalue la demande et les sources de financement des PME canadiennes. La base de données contient de l'information sur les demandes de financement, le profil des entreprises et les caractéristiques démographiques des propriétaires de PME. Les échantillons représentatifs regroupent 9 977 répondants pour 2011 et 10 397 répondants pour 2014.

Pour les besoins du rapport, une PME est définie comme une entreprise qui compte de 1 à 499 employés rémunérés et dont le revenu annuel est de 30 000 \$ ou plus. Sont exclus de ce rapport les entreprises sans salariés et les travailleurs indépendants. Sont aussi exclus les organismes à but non lucratif, les organisations gouvernementales, les écoles, les hôpitaux, les filiales, les coopératives ainsi que les sociétés de financement et de crédit-bail.

Une PME des industries touristiques est définie comme une entreprise qui répond aux critères susmentionnés et qui évolue dans les industries touristiques. On trouvera au tableau A de l'annexe la liste des codes du Système de classification des industries (SCIAN) compris dans les industries touristiques, d'après la méthode élaborée pour le *Compte satellite du tourisme du Canada* (CSTC) de Statistique Canada. Selon le CSTC, les industries du tourisme « sont celles qui en l'absence de tourisme, cesseraient d'exister ou continueraient d'exister, mais à un niveau d'activité sensiblement réduit¹ ». Cela suppose qu'une entreprise touristique peut servir à la fois des touristes et des clients locaux, comme c'est le cas pour les restaurants et les hôtels. Il est à noter que pour les besoins du présent rapport, en raison de la difficulté de mesurer la part de l'activité économique attribuable au tourisme, toutes les PME exerçant leurs activités dans les industries touristiques sont considérées comme des PME des industries touristiques à moins d'indication contraire.

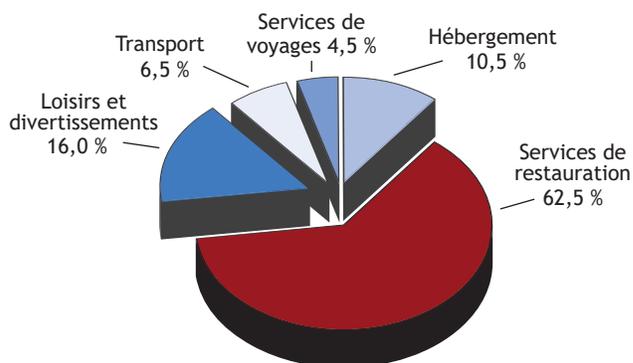
En 2011, l'échantillon non pondéré se composait de 698 répondants des industries touristiques et de 9 279 répondants pour l'ensemble des industries. En 2014, l'échantillon comptait 835 répondants des industries touristiques et de 9 562 répondants pour l'ensemble des industries. Ces observations ont été pondérées pour représenter l'économie dans son ensemble.

1. Statistique Canada, *Guide du compte satellite du tourisme du Canada*, 2007. En ligne : https://www150.statcan.gc.ca/n1/fr/pub/13-604-m/13-604-m2007052-fra.pdf?st=H6es_COC.

2. RÉPARTITION SELON L'INDUSTRIE

Les entreprises touristiques sont réparties dans cinq grands groupes d'industries : les services de restauration, les loisirs et divertissements, le transport, l'hébergement et les services de voyage. En 2014, 8 % du nombre estimatif de 1,24 million de PME avec salariés au Canada exerçaient leurs activités dans les industries touristiques. La majorité des PME des industries touristiques évoluaient dans l'industrie des services de restauration (62,5 %); venaient ensuite l'industrie des loisirs et des divertissements (16,0 %), celle de l'hébergement (10,5 %), celle du transport (6,5 %) et celle des services de voyages (4,5 %) (figure 1).

Figure 1 : Répartition des PME des industries touristiques selon l'industrie, 2014



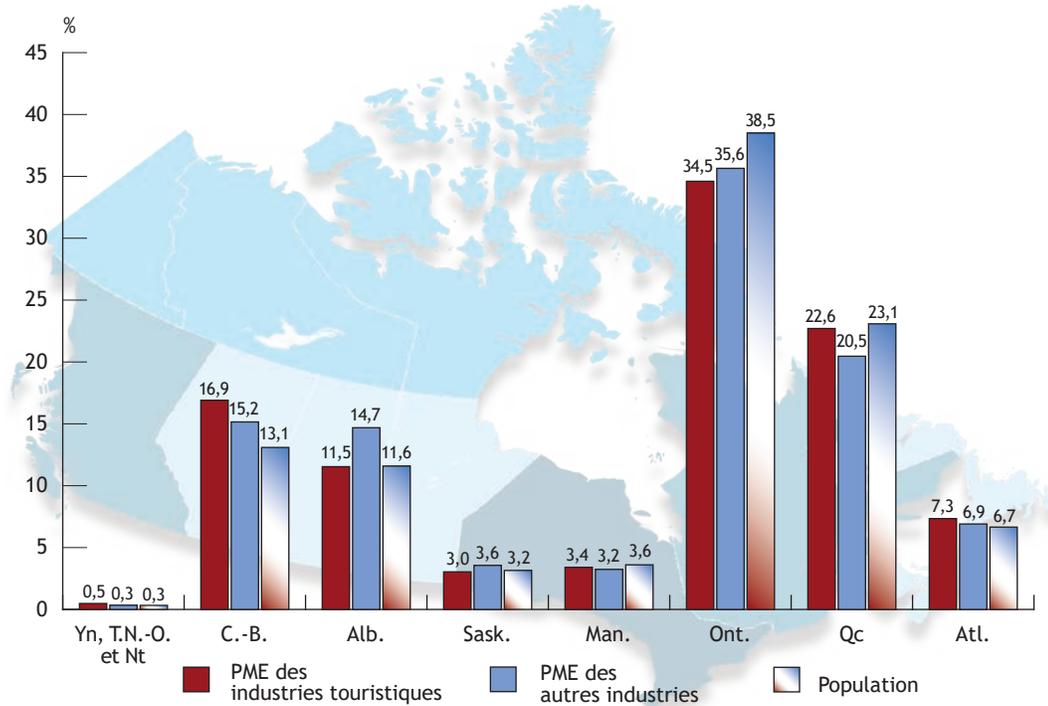
Source : Statistique Canada, *Registre des entreprises*, 2014.

3. RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

Il y a des PME des industries touristiques en activité dans chaque province et territoire du Canada, et leur répartition géographique est à peu près proportionnelle à celle des PME des autres industries (figure 2). Les PME des industries touristiques sont surtout concentrées en Ontario (34,5 %) et au Québec (22,6 %). En Colombie-Britannique, au Manitoba, au Québec, dans les territoires et dans la région de l'Atlantique, la concentration des PME dans les industries touristiques est supérieure à celle des PME dans les autres industries. L'Ontario, le Québec et le Manitoba sont les seules provinces où la part de la population canadienne est supérieure à la part des PME des industries touristiques et à celle des PME des autres industries.

Au Canada, les PME des industries touristiques sont surtout concentrées dans l'industrie des services de restauration (62,5 %), la proportion variant entre 54,1 % dans la région de l'Atlantique et 67,5 % en Ontario (tableau 1). L'industrie des loisirs et des divertissements arrive au deuxième rang à 16,0 %, la proportion variant entre 14,0 % en Alberta et 18,4 % dans la région de l'Atlantique. De façon générale, c'est dans l'industrie des services de voyages que la part des PME des industries touristiques est la plus faible, et ce, dans chaque province et territoire sauf l'Ontario, où elle est légèrement plus élevée que dans l'industrie du transport.

Figure 2 : Répartition régionale des PME des industries touristiques, 2014



Sources : Statistique Canada, *Registre des entreprises*, 2014; et Statistique Canada, Tableau 051-0005, CANSIM.

Tableau 1 : Répartition des PME des industries touristiques selon la région et l'industrie, 2014

	Services de restauration (%)	Loisirs et divertissements (%)	Hébergement (%)	Transport (%)	Services de voyages (%)
Canada	62,5	16,0	10,5	6,5	4,5
Région de l'Atlantique	54,1	18,4	18,2	6,1	3,2
Terre-Neuve-et-Labrador	45,1	18,6	22,0	10,6	3,7
Île-du-Prince-Édouard	48,2	19,5	24,9	4,7	2,6
Nouvelle-Écosse	57,9	18,2	15,7	4,9	3,3
Nouveau-Brunswick	58,5	18,0	16,4	4,2	2,8
Québec	61,9	16,8	9,4	8,0	3,9
Ontario	67,5	15,4	7,6	4,5	5,0
Manitoba	53,9	17,0	14,2	11,8	3,2
Saskatchewan	56,4	16,5	19,2	4,9	3,0
Alberta	65,3	14,0	11,4	5,4	4,0
Colombie-Britannique	58,8	16,2	11,1	8,5	5,4
Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut*	27,6	14,7	33,1	20,2	4,4

*Dans les territoires, les PME des industries touristiques servent davantage les clients locaux que les touristes en raison de la faible densité de population et des grandes distances entre les collectivités. C'est pourquoi il est impossible d'établir des comparaisons entre les statistiques se rapportant aux territoires et celles des autres régions.

Source : Statistique Canada, *Registre des entreprises*, 2014.

4. EMPLOI

Le Module provincial et territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme renferme des données sur l'emploi dans les industries touristiques et s'ajoute aux enquêtes de 2011 et de 2014 menées par Statistique Canada. Signalons que les données de ce module incluent tous les emplois au sein des entreprises de toute taille dans les industries touristiques, et non simplement les emplois au sein des PME qui reposent sur les activités touristiques.

Les industries touristiques ont généré plus de 1,8 million d'emplois pour les Canadiens en 2015², soit une hausse de 7,0 % par rapport à 2011 (tableau 2). Malgré cette augmentation, la part du tourisme dans l'emploi total est demeurée

sensiblement la même au cours de cette période, à environ 9,6 %. Dans l'ensemble, les industries touristiques ont obtenu un meilleur rendement que les autres industries au cours de la période allant de 2011 à 2015.

Au sein des industries touristiques, c'est l'industrie des services de restauration qui a affiché la plus forte croissance de l'emploi (hausse de 12,9 %) entre 2011 et 2015, suivie des industries des services de voyages (hausse de 4,2 %), des loisirs et des divertissements (hausse de 3,2 %), et du transport (hausse de 1,2 %). L'emploi a diminué de 5,7 % dans le secteur de l'hébergement au cours de cette période.

Tableau 2 : Nombre d'emplois dans les industries touristiques et l'ensemble de l'économie (en milliers)¹, de 2011 à 2015

	2011	2012	2013	2014	2015	Variation en pourcentage ² 2011-2015
Industries touristiques	1 665	1 698	1 728	1 736	1 782	7,0
Autres industries	15 908	16 066	16 276	16 370	16 497	3,7
Ensemble de l'économie	17 572	17 764	18 004	18 106	18 278	4,0
Part totale du tourisme (%)	9,5	9,6	9,6	9,6	9,7	
Industries touristiques						
Transport	260	268	259	262	263	1,2
Hébergement	205	204	191	188	194	-5,7
Services de restauration	892	921	961	976	1 007	12,9
Loisirs et divertissements	256	253	262	256	264	3,2
Services de voyages	52	53	55	54	54	4,2

Note 1 : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Note 2 : La variation en pourcentage a été établie à partir des chiffres non arrondis.

Sources : Statistique Canada, Tableaux supplémentaires du Module provincial et territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme, 2015; et calculs d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada.

2. Le Module provincial et territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme, 2015 de Statistique Canada (<https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/170607/dq170607b-fra.htm>) fait état de la grande diversité des emplois dans les industries touristiques.

5. CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES

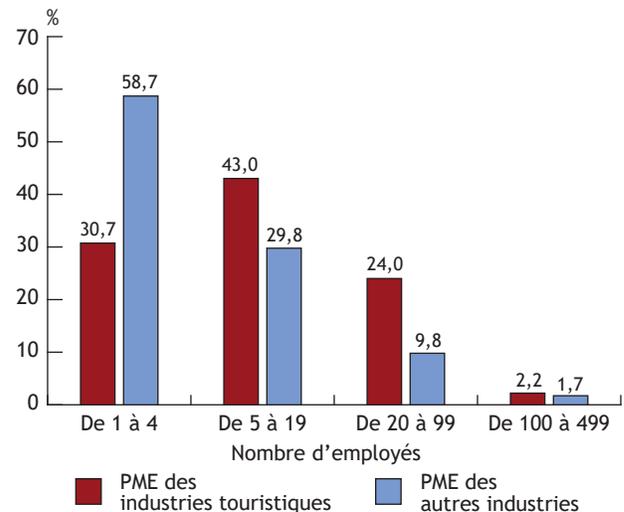
TAILLE DES ENTREPRISES

La majorité (près de 98 %) des PME des industries touristiques sont de petite taille (moins de 100 employés). La répartition selon la taille de ces entreprises diffère de celle des PME des autres industries. La majorité des PME des industries touristiques comptent entre 5 et 99 employés, tandis que la majorité de celles des autres industries en ont moins de cinq (figure 3).

La répartition des entreprises selon la taille varie également entre les différentes industries touristiques. Une grande part des PME œuvrant dans les industries des loisirs et des divertissements, du transport et des services de voyages sont des micro-entreprises comptant moins de cinq employés (tableau 3). Plus des trois quarts des entreprises de l'industrie des services de restauration (76,4 %) font partie des catégories de 5 à 19 employés et de 20 à 99 employés. L'industrie du transport compte

la proportion la plus élevée (5,0 %) de moyennes entreprises (de 100 à 499 employés).

Figure 3 : Répartition des PME des industries touristiques selon la taille (nombre d'employés), 2014



Source : Statistique Canada, *Registre des entreprises*, 2014.

Tableau 3 : Répartition des PME des industries touristiques selon l'industrie et la taille (nombre d'employés), 2014

	Hébergement (%)	Services de restauration (%)	Loisirs et divertissements (%)	Transport (%)	Services de voyages (%)
De 1 à 4 employés	36,3	22,2	44,6	49,7	58,0
De 5 à 19 employés	37,7	48,5	33,5	29,9	33,9
De 20 à 99 employés	22,1	27,9	18,4	15,5	7,0
De 100 à 499 employés	3,8	1,4	3,4	5,0	1,2

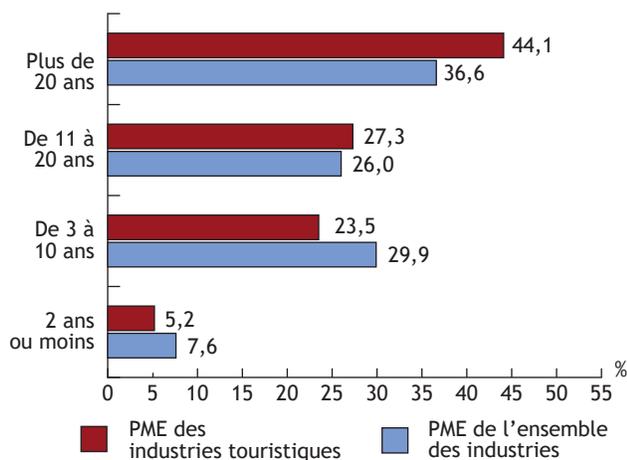
Source : Statistique Canada, *Registre des entreprises*, 2014.

ÂGE DES ENTREPRISES

D'après l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises* de 2014, menée par Statistique Canada, les PME des industries touristiques étaient plus âgées que la moyenne des PME dans leur ensemble au Canada (figure 4). L'âge moyen des PME des industries touristiques

était de 23,8 ans, comparativement à 19 ans pour l'ensemble des PME. Une proportion plus élevée des PME des industries touristiques (71,4 %) avait été créée il y a plus de 10 ans comparativement à l'ensemble des PME (62,6 %).

Figure 4 : Répartition des PME des industries touristiques selon l'âge, 2014

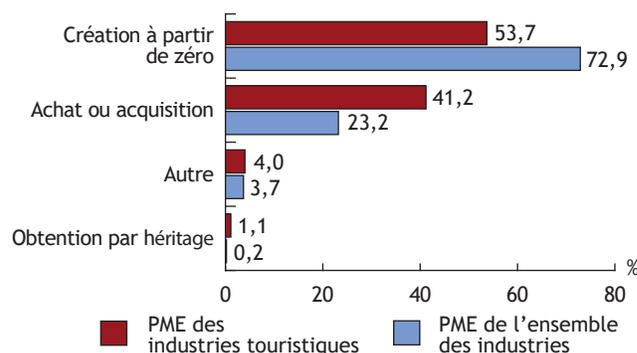


Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014.

MÉTHODE DE PRISE DE POSSESSION

En 2014, les propriétaires de PME des industries touristiques ont acheté ou acquis leur entreprise en plus grand nombre que ceux de l'ensemble des PME au Canada (41,2 % comparativement à 23,2 %) (figure 5). Les propriétaires des PME du secteur de l'hébergement et de l'industrie des services de restauration font grimper les statistiques à cet égard, car 48,1 % ont acheté ou acquis leur entreprise. Ces données semblent indiquer qu'une fois établies, les PME des industries touristiques changent de propriétaire plus souvent que les PME des autres industries. On pourrait aussi en déduire qu'il est plus facile d'acquérir ce type d'entreprise que d'en créer une à partir de zéro.

Figure 5 : Répartition des PME des industries touristiques selon la méthode de prise de possession, 2014



Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014.

6. CARACTÉRISTIQUES DES PROPRIÉTAIRES D'ENTREPRISE

L'enquête de 2014 menée par Statistique Canada révèle des différences appréciables en ce qui a trait aux caractéristiques démographiques des entrepreneurs des industries touristiques par rapport à l'entrepreneur moyen au Canada. Une comparaison des résultats de l'enquête de 2014 avec ceux des enquêtes de 2007 et de 2011 montre aussi l'évolution de ces caractéristiques au fil du temps au sein des industries touristiques.

En 2014, la proportion de femmes propriétaires (21,2 %) était plus élevée parmi les PME des industries touristiques que celles de l'ensemble des industries (15,7 %), même si les PME des industries touristiques appartenaient majoritairement à des hommes (tableau 4). Comparativement à la moyenne des PME de l'ensemble des industries (64,6 %), les PME des industries touristiques comptaient moins d'entreprises appartenant majoritairement à des hommes (55,5 %). Près du quart des PME des

industries touristiques appartenant à parts égales à des hommes et à des femmes comparativement à une entreprise sur cinq en moyenne au Canada. La proportion globale de PME des industries touristiques appartenant majoritairement à des hommes a augmenté depuis 2007, bien qu'elle ait diminué par rapport au niveau de 2011. Le nombre de femmes qui étaient propriétaires majoritaires de leur entreprise a diminué par rapport au niveau de 30 % en 2007, mais il est demeuré relativement stable depuis 2011. Le nombre de PME appartenant à parts égales à des hommes

et à des femmes a augmenté dans les industries touristiques depuis 2007.

En 2014, la proportion de propriétaires issus de minorités visibles était plus élevée dans les industries touristiques que dans l'ensemble des industries. Cette proportion a toutefois diminué, passant de 20,3 % en 2007 à 13,3 % en 2014. Les propriétaires autochtones³ représentaient 2,3 % des propriétaires de PME des industries touristiques en 2014, comparativement à seulement 1 % pour l'ensemble des PME.

Tableau 4 : Caractéristiques des propriétaires, 2007, 2011 et 2014

	2007		2011		2014	
	PME des industries touristiques (%)	Ensemble des PME (%)	PME des industries touristiques (%)	Ensemble des PME (%)	PME des industries touristiques (%)	Ensemble des PME (%)
Sexe						
Hommes propriétaires majoritaires	49,3	64,3	59,1	66,4	55,5	64,6
Femmes propriétaires majoritaires	30,0	16,4	21,3	15,5	21,2	15,7
Hommes et femmes propriétaires à parts égales	20,7	19,3	19,6	18,1	23,3	19,7
Antécédents						
Membres de minorités visibles	20,3	9,6	14,3	9,8	13,3	9,3
Autochtones	3,2	2,4	0,3	1,6	2,3	1,0
Âge du principal décideur (en années)						
Moins de 40	17,1	14,8	15,2	12,2	13,0	14,6
Étude et expérience en gestion						
Études postsecondaires	n.d.	n.d.	61,8	66,7	70,7	69,2
Diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'une école de métiers	n.d.	n.d.	n.d.	32,1	29,6	30,7
Baccalauréat	n.d.	n.d.	n.d.	21,8	29,9	24,1
Maîtrise ou diplôme de niveau supérieur	n.d.	n.d.	n.d.	12,8	11,2	14,4
Plus de 10 ans d'expérience en gestion	61,3	71,3	67,9	77,2	75,6	75,0

Note : La mention « n.d. » indique que les données ne sont pas disponibles pour la période de référence.

Sources : Statistique Canada, *Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises*, 2007; Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011; et Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014.

La majorité des propriétaires de PME étaient âgés de 40 ans ou plus, quel que soit le groupe d'entreprises ou l'année de l'enquête. La proportion

de propriétaires de PME des industries touristiques ayant moins de 40 ans a diminué au fil des ans, passant de 17,1 % en 2007 à 13,0 % en 2014.

3. La question posée dans l'enquête était la suivante : « Quel pourcentage des parts de cette entreprise sont détenues par ... a) des Autochtones? Par Autochtones, on entend les personnes qui appartiennent à au moins un groupe autochtone [p. ex., Amérindien, Métis ou Inuit] ». Les « Amérindiens » sont les Indiens visés par un traité ou les Indiens inscrits au sens de la *Loi sur les Indiens* du Canada ou qui sont membres d'une bande indienne ou d'une Première Nation.

La grande majorité des propriétaires de PME ayant répondu au sondage de 2014 avaient fait des études postsecondaires. Cette proportion a augmenté pour les propriétaires de PME des industries touristiques, passant de 61,8 % en 2011 à 70,7 % en 2014. Bien qu'ils aient été plus nombreux que les propriétaires de PME dans leur ensemble à détenir un baccalauréat, ils étaient moins nombreux à être titulaires d'une maîtrise ou d'un diplôme de niveau supérieur. Les propriétaires de PME des industries touristiques et des PME dans leur ensemble avaient une expérience en gestion similaire. La proportion de propriétaires de PME des industries touristiques ayant plus de 10 ans d'expérience en gestion a augmenté entre 2007 et 2014, passant de 61,3 % à 75,6 %.

7. CROISSANCE

En 2011, les PME des industries touristiques ont affiché un meilleur rythme de croissance que les PME dans leur ensemble, soit 68,4 % et 61,8 % respectivement, alors que c'était l'inverse en 2014 (65,2 % et 70,1 %). En 2014, elles ont été plus nombreuses que les PME dans leur ensemble à faire état d'une décroissance ou d'une croissance nulle (34,8 % et 30,0 % respectivement). En outre, la proportion de PME des industries touristiques ayant déclaré avoir connu une croissance supérieure à 20 % au cours de la période de trois ans était inférieure à celle pour l'ensemble des PME (tableau 5).

Tableau 5 : Croissance des entreprises au cours des trois années précédentes, 2011 et 2014

	2011		2014	
	PME des industries touristiques (%)	Ensemble des PME (%)	PME des industries touristiques (%)	Ensemble des PME (%)
Croissance réelle au cours des trois dernières années				
Décroissance	14,4	16,1	14,0	11,5
Aucune croissance	17,2	22,1	20,8	18,5
Croissance de l'ordre de 1 à 10 %	51,6	43,6	49,5	49,7
Croissance de l'ordre de 11 à 20 %	8,9	10,5	12,2	11,1
Croissance supérieure à 20 %	7,9	7,7	3,5	9,3

Sources : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises, 2011*; et Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises, 2014*.

Les PME des industries touristiques ont été moins nombreuses à afficher une croissance supérieure à 20 % en 2014 (3,5 %) par rapport à 2011 (7,9 %). L'accroissement des dépenses au cours de la période de reprise qui a suivi la récession de 2008-2009 pourrait expliquer en partie cette croissance accélérée.

En 2014, les propriétaires d'entreprises touristiques se montraient moins optimistes que les propriétaires de PME dans leur ensemble quant à leur croissance

future, une proportion plus élevée d'entre eux prévoyant une décroissance ou une croissance nulle (25,8 % par rapport à 22,8 % pour les propriétaires de PME dans leur ensemble), tandis qu'une plus faible proportion prévoyait une croissance de plus de 20 % (3,0 % des PME des industries touristiques comparativement à 7,9 % pour l'ensemble des PME) (tableau 6).

Tableau 6 : Croissance prévue au cours des trois prochaines années, 2014

	2011	
	PME des industries touristiques (%)	Ensemble des PME (%)
Croissance prévue au cours des trois prochaines années		
Décroissance	5,3	5,9
Aucune croissance	20,5	16,9
Croissance de l'ordre de 1 à 10 %	60,9	56,0
Croissance de l'ordre de 11 à 20 %	10,3	13,3
Croissance supérieure à 20 %	3,0	7,9

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014.

OBSTACLES PERÇUS À LA CROISSANCE

Les entreprises des industries touristiques évoluent dans un environnement difficile : elles doivent s'adapter aux changements démographiques, aux aléas de la conjoncture économique et à l'évolution des goûts des touristes. Les entreprises touristiques doivent rivaliser avec de nouvelles offres dans un nombre croissant de destinations au pays et à l'étranger, auxquelles il est de plus en plus facile d'avoir accès par suite du développement des transports à l'échelle mondiale.

Les PME des industries touristiques ont cité les fluctuations de la demande des consommateurs comme étant l'obstacle moyen ou majeur à la croissance le plus fréquent, suivi par l'augmentation du coût des intrants et l'intensification de la concurrence (tableau 7). Ces trois principaux obstacles à la croissance ont aussi été cités le plus fréquemment par l'ensemble des industries au Canada. Le recrutement et le maintien en poste d'employés qualifiés, le taux d'imposition des sociétés, le maintien de liquidités suffisantes et la pénurie de travailleurs ont été cités moins

fréquemment par les PME des industries touristiques que par l'ensemble des industries en moyenne⁴.

Tableau 7 : Obstacles moyens ou majeurs perçus à la croissance, 2014

	PME des industries touristiques (%)	Ensemble des PME (%)
Fluctuations de la demande des consommateurs	47,8	41,2
Augmentation du coût des intrants	45,2	40,8
Intensification de la concurrence	43,2	43,1
Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés	33,3	34,7
Réglementation gouvernementale	31,7	28,4
Taux d'imposition des sociétés	31,2	33,8
Maintien de liquidités suffisantes	29,0	34,6
Pénurie de travailleurs	23,0	27,4
Obtention du financement	18,2	17,6
Autre obstacle	17,2	16,2

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014.

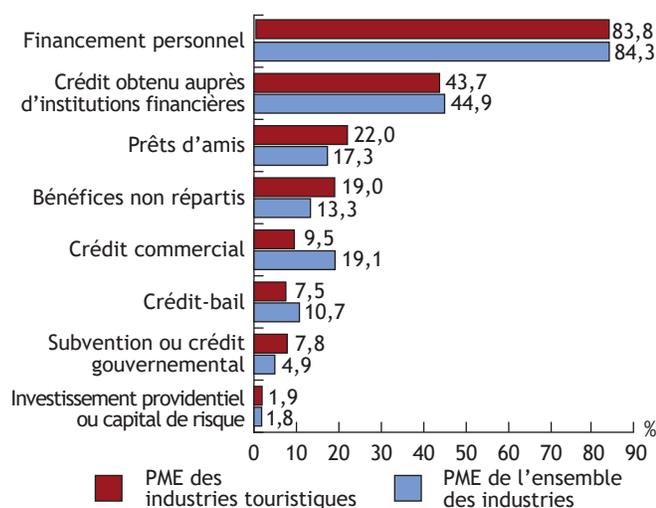
8. STRUCTURE DU CAPITAL

Le financement joue un rôle important dans la croissance et le développement d'une entreprise. L'enquête menée en 2011 par Statistique Canada coïncidait avec la fin de la période de reprise ayant suivi la crise financière la plus récente. Même si l'environnement de crédit était revenu à des conditions similaires à celles qui existaient avant la récession, les prêteurs demeuraient plus prudents lorsqu'il s'agissait d'accorder des prêts aux petites entreprises. L'enquête de 2014 a été réalisée pendant une période où l'économie était vigoureuse. La confiance des consommateurs avait atteint un sommet et ceux-ci avaient repris leurs habitudes de dépenses habituelles.

4. Association de l'industrie touristique du Canada, *Gateway to Growth, Travel & Tourism Labour Force Report*, 2014. (en anglais seulement).

Les trois principales sources de financement utilisées par tous les propriétaires de PME des industries touristiques pour démarrer leur entreprise étaient le financement personnel, le crédit obtenu auprès d'institutions financières et les prêts d'amis (figure 6). Les propriétaires de PME des industries touristiques étaient aussi plus susceptibles d'utiliser les bénéfices non répartis et les subventions ou crédits gouvernementaux. Comparativement à l'ensemble des propriétaires de PME ayant démarré une entreprise en 2014, un nombre significativement moins élevé de propriétaires de PME des industries touristiques ont eu recours au crédit commercial pour financer le lancement d'une entreprise.

Figure 6 : Huit principales sources de financement utilisées par les PME des industries touristiques et l'ensemble des PME au cours du démarrage, 2014

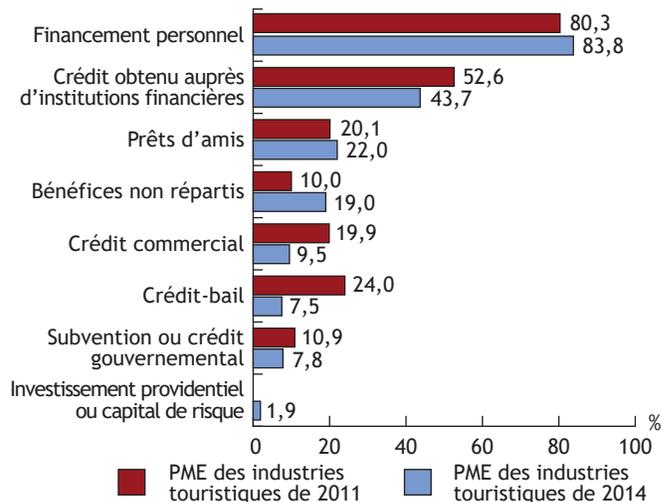


Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises, 2014*.

Environ un quart des propriétaires de PME des industries touristiques ayant lancé une entreprise en 2011 ont eu recours au crédit-bail comme source de financement, comparativement à moins de 1 sur 10 en 2014 (figure 7). Ils ont aussi été moins nombreux à présenter une demande de crédit commercial (9,5 % en 2014 comparativement à 19,9 % en 2011).

Les propriétaires d'entreprises touristiques ont fait appel aux institutions financières 52,6 % du temps en 2014 comparativement à seulement 43,7 % du temps en 2011.

Figure 7 : Huit principales sources de financement utilisées par les PME des industries touristiques au cours du démarrage, 2011 and 2014



Sources : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises, 2011*; et Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises, 2014*.

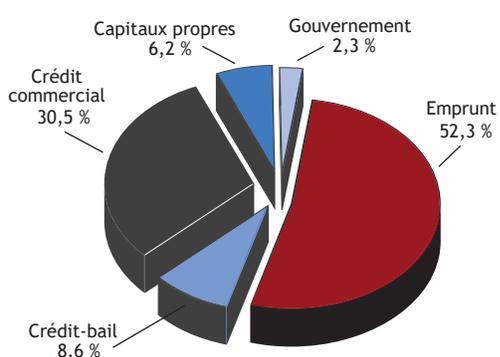
9. ACTIVITÉS DE FINANCEMENT

Seulement 41,8 % des PME des industries touristiques ont demandé du financement externe en 2014, comparativement à 51,3 % pour l'ensemble des PME. Parmi les PME des industries touristiques qui n'ont pas demandé de financement externe, 91,1 % ont indiqué ne pas en avoir eu besoin, 2,3 % ont affirmé qu'elles n'avaient pas présenté de demande parce qu'elles ne connaissaient pas les sources de financement à la disposition des entreprises, et les autres 6,6 % ont donné d'autres raisons⁵.

5. Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises, 2014*.

En ce qui a trait au montant de financement autorisé, le financement par emprunt est de loin la source de financement la plus importante pour les petites entreprises. En 2014, un peu plus du quart des PME ont demandé du financement par emprunt, mais cette source de financement représentait plus de la moitié (52,3 %) du financement externe total autorisé pour les PME (figure 8 et tableau 8).

Figure 8 : Part des instruments de financement dans le financement total autorisé pour les PME, 2014



Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises, 2014*.

Pour tous les types de financement à l'exception du crédit commercial, les taux de demande de financement étaient similaires pour les PME des industries touristiques et l'ensemble des PME. Seulement 17,1 % des PME des industries touristiques ont présenté une demande de crédit commercial comparativement à 29,4 % pour l'ensemble des PME (tableau 8). Le crédit commercial constituait aussi le type de financement le plus demandé par l'ensemble des PME,

tandis que les PME des industries touristiques présentaient le plus souvent des demandes de financement par emprunt.

Tableau 8 : Types de financement demandés et approuvés, 2014

	Type de financement	PME des industries touristiques (%)	Ensemble des PME (%)
Taux de demande	Financement par emprunt	25,4	28,1
	Crédit-bail	5,5	7,9
	Crédit commercial	17,1	29,4
	Financement par capitaux propres	0,5	0,9
	Financement gouvernemental	6,1	4,4
Taux d'approbation	Financement par emprunt	83,2	84,9
	Crédit-bail	100,0	98,2
	Crédit commercial	100,0	98,3
	Financement par capitaux propres	n.d.	n.d.
	Financement gouvernemental	85,8	82,8

Note : La mention « n.d. » indique que les données ne sont pas disponibles pour la période de référence.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises, 2014*.

En moyenne, en 2014, toutes les demandes de crédit-bail et de crédit commercial présentées par les PME des industries touristiques ont été pleinement approuvées⁶, par rapport à seulement 83,2 % des demandes de financement par emprunt et 85,8 % des demandes de financement gouvernemental.

Un des facteurs de risque influençant les taux d'approbation est le niveau de risque associé à chaque type de financement (voir l'encadré 1).

6. Pour l'établissement des taux d'approbation, aucune distinction n'a été faite entre les approbations totales et les approbations partielles. Autrement dit, une demande de financement a été considérée comme « approuvée » pour autant qu'un montant (pas nécessairement le plein montant demandé) ait été approuvé. Le montant de financement n'a pas été pris en considération, si bien que le même poids a été accordé à chaque demande de financement dans les calculs. Ainsi, une demande de 500 \$ avait un poids égal à celui d'une demande de 50 000 \$.

ENCADRÉ 1 : LE NIVEAU DE RISQUE VARIE SELON LE TYPE DE FINANCEMENT EXTERNE

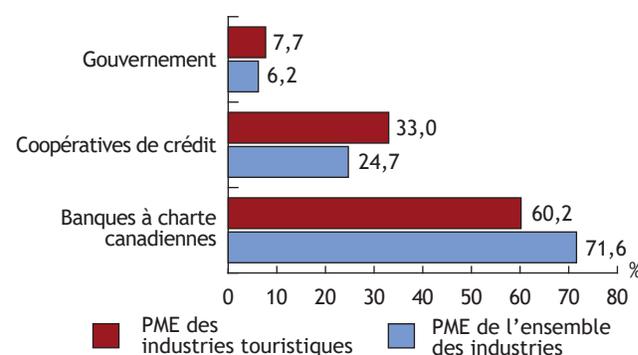
Comparativement au financement par emprunt ou par capitaux propres, le crédit commercial et le crédit-bail présentent un risque moindre pour le prêteur. Le crédit commercial sert souvent de source de financement à court terme aux entreprises : l'emprunteur convient de faire son achat immédiatement et de rembourser le prêteur dans un horizon de 30 à 60 jours. Le risque se trouve atténué, car le prêteur accorde ce type de crédit en se fondant sur son expérience avec l'emprunteur. Le risque associé au crédit-bail est également plus faible, car en cas de non-paiement, le prêteur peut saisir son bien puisqu'il en demeure propriétaire.

PRINCIPALES SOURCES DE FINANCEMENT PAR EMPRUNT

Les banques à charte canadiennes constituaient la principale source de financement par emprunt utilisée par l'ensemble des PME (71,6 %) et les PME des industries touristiques (60,2 %) (figure 9), bien que ces dernières y aient eu recours moins fréquemment. Les entreprises des industries touristiques ont été plus enclines que l'ensemble des PME à avoir recours aux coopératives de crédit (33,0 % et 24,7 % respectivement), et aux institutions gouvernementales (7,7 % et 6,2 % respectivement) comme source principale de financement par emprunt.

Les PME des industries touristiques comptent davantage sur le financement gouvernemental parce qu'elles exercent leurs activités dans des industries à risque plus élevé et qu'il leur arrive dès lors plus souvent de se voir refuser du financement par les banques à charte canadiennes. Le risque est la principale raison pour laquelle les établissements de crédit hésitent à accorder des prêts aux PME des secteurs de l'hébergement et des services de restauration^{7,8}.

Figure 9 : Principale source de financement par emprunt, 2014



Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014.

Par conséquent, les PME des industries touristiques se tournent davantage vers des institutions gouvernementales, par exemple la Banque de développement du Canada (BDC) (voir l'encadré 2), pour obtenir du financement externe ou avoir accès à des garanties de prêts, par exemple dans le cadre du Programme de financement des petites entreprises du Canada (voir l'encadré 3). Les PME des industries touristiques représentent 8 % des PME au Canada, mais elles constituent 13 % du portefeuille de la BDC.

7. Un peu moins des trois quarts (73,5 %) des PME des industries touristiques exercent leurs activités dans le secteur de l'hébergement et celui des services de restauration. Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014.

8. La principale raison donnée à 55,7 % des PME des secteurs de l'hébergement et des services de restauration pour justifier le refus de leur demande de financement par emprunt était que leur projet était jugé trop risqué. Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014.

ENCADRÉ 2 : BANQUE DE DÉVELOPPEMENT DU CANADA

La Banque de développement du Canada (BDC) a pour mission 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, une attention particulière étant accordée aux PME.

Le financement de la BDC aide les entrepreneurs à innover, à faire croître leur entreprise au Canada et à l'étranger, à améliorer leur productivité et à renforcer leur avantage concurrentiel. Ce financement sert à diverses fins, notamment l'acquisition de biens immobiliers, le refinancement, le changement de propriétaire, le fonds de roulement, l'achat d'équipement ainsi que l'adoption des technologies de l'information et des communications.

Au cours de l'exercice 2013-2014, terminé en mars 2014, la BDC comptait 3 353 clients évoluant dans les industries touristiques, pour des engagements financiers en cours auprès de ces clients atteignant 2,6 milliards de dollars, soit environ 13 % du portefeuille de prêts et de garanties de la BDC en 2014.

Source : Banque de développement du Canada, *BDC en un coup d'oeil*, 4^e trimestre E2014.

ENCADRÉ 3 : PROGRAMME DE FINANCEMENT DES PETITES ENTREPRISES DU CANADA

Le Programme de financement des petites entreprises du Canada (PFPEC) aide les petites entreprises à trouver les fonds dont elles ont besoin. Grâce à ce programme, le gouvernement du Canada permet aux petites entreprises d'obtenir plus facilement des prêts auprès d'institutions financières, car il partage les risques avec les prêteurs.

Les entreprises existantes ou en démarrage peuvent obtenir auprès de tout emprunteur un financement maximal de 1 million de dollars, dont au plus 350 000 \$ peuvent servir à financer l'achat ou l'amélioration de matériel neuf ou d'occasion ou à faire des améliorations locatives.

Au cours de l'exercice 2013-2014, les petites entreprises canadiennes ont obtenu 5 622 prêts évalués à 852,8 millions de dollars. Les secteurs de l'hébergement et des services de restauration constituaient les plus importants bénéficiaires*, recevant 37,1 % (316,2 millions de dollars) de la valeur totale des prêts consentis, soit une hausse de 33,5 % par rapport à l'exercice précédent. Ces prêts ont été consentis à 1 586 petites entreprises.

Pour en savoir plus, consultez le site Web www.ic.gc.ca/pfpec.

* Les secteurs de l'hébergement et des services de restauration regroupent 73,5 % des PME des industries touristiques au Canada.

Sources : Industrie Canada, *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada - Rapport annuel 2013-2014*; et Innovation, Sciences et Développement économique Canada, *Programme de financement des petites entreprises du Canada*.

UTILISATION PRÉVUE DU FINANCEMENT PAR EMPRUNT

Le fonds de roulement et le fonds d'exploitation étaient la principale utilisation prévue du

financement par emprunt des PME des industries touristiques et des PME dans leur ensemble au

Canada en 2014. Les PME des industries touristiques prévoient utiliser le financement par emprunt moins fréquemment que les PME dans leur ensemble pour financer le fonds de roulement et le fonds d'exploitation (48,1 % et 61,9 % respectivement) et pour l'acquisition d'autres machines ou matériel (19,5 % et 27,0 % respectivement), mais elles prévoient d'y avoir recours plus fréquemment pour l'acquisition de bâtiments ou de terrains (29,0 % et 16,9 % respectivement) (tableau 9).

Tableau 9 : Utilisation prévue du financement par emprunt, 2014

	PME des industries touristiques (%)	Ensemble des PME (%)
Fonds de roulement et fonds d'exploitation	48,1	61,9
Acquisition de bâtiments ou de terrains	29,0	16,9
Acquisition d'autres machines ou matériel	19,5	27,0
Autre	14,8	10,4
Acquisition de véhicules et de matériel roulant	12,6	18,6
Acquisition de matériel informatique ou de logiciels	12,5	15,7
Consolidation de dettes	12,3	8,1
Entrée sur un nouveau marché	7,5	7,9

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014.

MODALITÉS DE FINANCEMENT

Lorsque le prêteur considère qu'une entreprise présente un risque plus élevé, l'imposition de modalités de prêt moins favorables n'est pas inhabituelle. Selon l'*Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises* menée en 2007 par Statistique Canada, 56,8 % des PME des industries touristiques étaient contraintes de donner des garanties pour obtenir le crédit demandé, même si les taux d'intérêt offerts étaient similaires à ceux offerts aux PME dans leur ensemble.

L'accès au crédit a diminué considérablement au cours de la récession de 2008, et le resserrement du crédit s'est maintenu pendant plusieurs années. Au cours de cette période, les institutions financières ont géré le risque en accordant moins de financement aux PME en général. Toutefois, les modalités se sont améliorées pour les PME des industries touristiques en 2011, puisqu'une proportion moindre (45,3 %) a été tenue de fournir une garantie (tableau 10). En 2014, une plus grande proportion de PME des industries touristiques a été tenue de fournir une garantie (67,9 %).

Tableau 10 : Modalités du financement par emprunt, 2011 et 2014

	2011		2014	
	PME des industries touristiques	Ensemble des PME	PME des industries touristiques	Ensemble des PME
Prêt hypothécaire non résidentiel, taux d'intérêt moyen (%)	n.d.	n.d.	4,5	4,7
Marge de crédit, taux d'intérêt moyen (%)	n.d.	n.d.	4,6	5,2
Prêt à terme, taux d'intérêt moyen (%)	n.d.	n.d.	5,2	5,2
Carte de crédit, taux d'intérêt moyen (%)	n.d.	n.d.	15,7	17,3
Financement moyen demandé	136 589 \$	183 647 \$	179 267 \$	194 500 \$
Financement moyen autorisé	116 100 \$	172 621 \$	119 250 \$	167 541 \$
Garantie exigée (%)	45,3	65,1	67,9	66,6

Note : La mention « n.d. » indique que les données ne sont pas disponibles pour la période de référence.

Sources : Statistique Canada, *Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises*, 2011; et Statistique Canada, *Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises*, 2014.

En 2014, les PME des industries touristiques ont demandé moins de financement et en ont obtenu moins qu'elles en avaient demandé, en moyenne, comparativement aux PME dans leur ensemble. Elles ont eu un ratio inférieur du montant total de financement approuvé au financement demandé, soit un ratio de 66,5 % comparativement à un ratio de 86,1 % pour les PME dans leur ensemble, ce qui porte à croire que les PME des industries touristiques ont eu plus de difficulté que la PME moyenne au Canada à obtenir du financement par emprunt.

10. INNOVATION

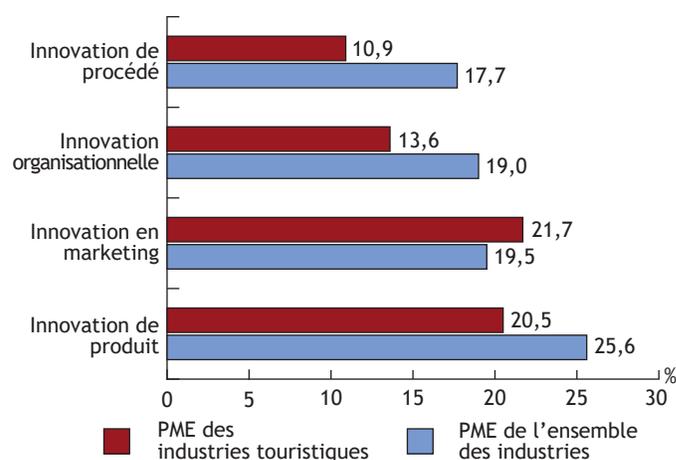
L'innovation stimule grandement la croissance des entreprises et améliore la productivité. Elle constitue un atout concurrentiel pour les PME et s'avère particulièrement importante pour fidéliser les clients ou en attirer de nouveaux, dans le contexte très concurrentiel des industries touristiques.

En 2014, plus du tiers des PME (36,9 % des PME des industries touristiques et 41,6 % des PME dans leur ensemble) ont déclaré avoir lancé l'une des innovations suivantes au cours des trois années précédentes (soit de 2012 à 2014) :

- un bien ou un service nouveau ou considérablement amélioré (innovation de produit);
- une méthode ou un procédé de production nouveau ou considérablement amélioré (innovation de procédé);
- une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques commerciales, l'organisation du lieu de travail, ou les relations externes (innovation organisationnelle);
- une nouvelle façon de vendre les biens ou services (innovation en marketing).

Les PME des industries touristiques ont généralement créé ou lancé moins d'innovations que l'ensemble des PME entre 2012 et 2014 (figure 10). L'innovation en marketing (une nouvelle façon de vendre les biens ou les services) était le principal type d'innovation des PME des industries touristiques (21,7 %), et le seul type d'innovation où le pourcentage était supérieur à celui de l'ensemble des PME. L'innovation de produit (un bien ou un service nouveau ou grandement amélioré) constituait le type d'innovation le plus fréquent pour l'ensemble des PME (25,6 %) et arrivait au deuxième rang pour les PME des industries touristiques. Le marketing joue un rôle important dans le tourisme, car les PME doivent attirer des visiteurs au Canada pour assurer le succès du secteur touristique. Reconnaisant l'importance du marketing pour ces industries, Destination Canada propose des boîtes à outils conçues pour aider les PME des industries touristiques à promouvoir leurs produits et à tirer parti des possibilités du marché (voir l'encadré 4).

Figure 10 : Création ou lancement d'innovations entre 2012 et 2014



Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014.

ENCADRÉ 4 : INNOVATION DANS LES INDUSTRIES TOURISTIQUES

Destination Canada se consacre à promouvoir la croissance et la rentabilité du secteur canadien du tourisme en faisant la promotion du Canada comme destination touristique de choix et en fournissant à ce secteur des renseignements exacts en temps opportun pour faciliter la prise de décisions.

Destination Canada a conçu des trousseaux d'outils spécialisés pour aider les entreprises touristiques du Canada à tirer pleinement parti des possibilités qu'offre le marché. Signalons que la Boîte à outils pour le Quotient explorateur (QE) est la ressource la plus utile et novatrice qui est à la disposition des petites entreprises touristiques. Elle les aide à comprendre la segmentation de leur marché par zone géographique et fournit des indicateurs démographiques et socioculturels clés se rapportant à leurs clients actuels et potentiels. Les entreprises peuvent utiliser cette boîte à outils pour élaborer une stratégie de marketing mieux ciblée et fondée sur des données probantes.

Pour en savoir plus, consultez la section « Outils » sur le site Web de Destination Canada (<https://www.destinationcanada.com/fr/outils>).

11. RENDEMENT FINANCIER

La présente section du rapport examine le rendement financier des entreprises canadiennes dont les revenus annuels se situent entre 30 000 \$ et 5 millions de dollars en utilisant les données financières complètes pour 2014. Signalons que dans cette section, la taille des entreprises est définie selon le critère des revenus bruts annuels⁹, et non selon le nombre d'employés comme c'est le cas dans les autres sections du rapport, car la seule source d'information financière accessible est celle contenue dans les *Données sur la performance financière* publiées par Innovation, Sciences et Développement économique Canada¹⁰.

En moyenne, les petites entreprises des industries touristiques ont enregistré des revenus totaux plus élevés que les petites entreprises de l'ensemble

des industries, mais leurs bénéfices moyens étaient inférieurs en raison de leurs dépenses totales plus élevées (tableau 11). En 2014, les revenus moyens des petites entreprises des industries touristiques se sont chiffrés à 431 100 \$, par rapport à 347 800 \$ pour les petites entreprises de l'ensemble des industries. Toutefois, les bénéfices nets moyens n'étaient que de 26 400 \$ pour les petites entreprises des industries touristiques comparativement à 62 000 \$ pour celles de l'ensemble des industries.

Une plus grande proportion de petites entreprises de l'ensemble des industries (83 %) étaient rentables en 2014 comparativement aux petites entreprises des industries touristiques (75 %). Les bénéfices nets moyens des petites entreprises de l'ensemble des industries étaient plus élevés

9. La définition reposant sur les revenus bruts comprend les entreprises ne comptant aucun salarié et celles qui emploient plus de 500 salariés. Cependant les grands employeurs (par exemple les grandes chaînes d'hôtels ou sociétés de transport) sont exclus, car ils génèrent des revenus annuels supérieurs à 5 millions de dollars.

10. La taille d'une entreprise peut être définie de nombreuses façons. Le nombre d'employés est le critère utilisé le plus souvent à cette fin. Toutefois, lorsque cette information n'est pas connue, une bonne solution de rechange consiste à utiliser la valeur des ventes, des expéditions ou des revenus bruts ou nets. Source : Statistique Canada, *Profils des petites entreprises*, 2011.

que ceux des petites entreprises des industries touristiques (93 700 \$ comparativement à 53 200 \$). Bien que la proportion de petites entreprises des industries touristiques n'ayant pas enregistré de bénéfice soit plus élevée, ces entreprises ont

déclaré une perte moyenne nette inférieure à celle des petites entreprises non rentables de l'ensemble des industries (-42 900 \$ comparativement à -89 700 \$) en 2014.

Tableau 11 : Petites entreprises rentables et non rentables¹, 2014

		Industries touristiques	Ensemble des industries
Ensemble des entreprises	Nombre d'entreprises ²	147 585	1 724 653
	Revenus totaux moyens	431 100 \$	347 800 \$
	Dépenses totales moyennes	404 700 \$	285 800 \$
	Bénéfices nets moyens	26 400 \$	62 000 \$
Entreprises rentables	Pourcentage	75	83
	Revenus totaux moyens	470 000 \$	338 800 \$
	Dépenses totales moyennes	416 800 \$	245 100 \$
	Bénéfices nets moyens	53 200 \$	93 700 \$
Entreprises non rentables	Pourcentage	25	17
	Revenus totaux moyens	392 700 \$	394 000 \$
	Dépenses totales moyennes	435 600 \$	483 700 \$
	Perte nette moyenne	-42 900 \$	-89 700 \$

Note 1 : Entreprises canadiennes dont les revenus annuels se situent entre 30 000 \$ et 5 millions de dollars.

Note 2 : Le nombre de petites entreprises est déterminé en fonction des revenus. Il diffère du nombre utilisé dans les autres sections du présent profil, où il est défini selon le critère du nombre d'emplois.

Source : Industrie Canada, *Données sur la performance financière*, 2014.

Parmi les petites entreprises des industries touristiques, celles des secteurs de l'hébergement et des loisirs et des divertissements ont enregistré les bénéfices nets moyens les plus élevés en 2014, soit 40 300 \$ et 34 900 \$ respectivement (tableau 12). Même si elles ont enregistré les bénéfices nets moyens les plus élevés, seulement sept petites entreprises sur dix dans le secteur de l'hébergement étaient rentables. Neuf petites entreprises sur dix étaient rentables dans l'industrie du transport (93 %, pourcentage le plus élevé pour l'ensemble des industries touristiques). Par ailleurs, même si elle est arrivée au deuxième rang pour les revenus totaux moyens, l'industrie des services de restauration a enregistré les plus faibles bénéfices

nets moyens (19 200 \$) et le plus faible pourcentage de petites entreprises rentables (63 %), en raison de dépenses moyennes totales plus élevées (628 100 \$) que les autres industries touristiques.

Parmi les petites entreprises ayant enregistré un bénéfice, celles du secteur de l'hébergement ont généré les bénéfices nets moyens les plus élevés (86 800 \$) et celles de l'industrie du transport, les bénéfices nets moyens les plus faibles (34 100 \$). En ce qui concerne les petites entreprises non rentables, celles du secteur de l'hébergement ont enregistré la perte moyenne nette la plus élevée (-70 500 \$) et celles de l'industrie du transport, la perte moyenne nette la plus faible (-35 800 \$).

Tableau 12 : Petites entreprises rentables et non rentables selon l'industrie touristique¹, 2014

		Transport	Services de voyages	Loisirs et divertissements	Hébergement	Services de restauration
Ensemble des entreprises	Nombre d'entreprises ²	29 160	5 325	38 431	14 181	60 488
	Revenus totaux moyens	152 000 \$	648 200 \$	247 800 \$	497 700 \$	647 300 \$
	Dépenses totales moyennes	128 500 \$	622 700 \$	212 900 \$	457 400 \$	628 100 \$
	Bénéfices nets moyens	23 500 \$	25 500 \$	34 900 \$	40 300 \$	19 200 \$
Entreprises rentables	Pourcentage	93	73	81	70	63
	Revenus totaux moyens	146 000 \$	612 500 \$	239 500 \$	536 400 \$	744 600 \$
	Dépenses totales moyennes	111 900 \$	559 200 \$	184 900 \$	449 600 \$	690 900 \$
	Bénéfices nets moyens	34 100 \$	53 300 \$	54 600 \$	86 800 \$	53 700 \$
Entreprises non rentables	Pourcentage	7	27	19	30	37
	Revenus totaux moyens	271 400 \$	745 800 \$	294 200 \$	404 700 \$	479 900 \$
	Dépenses totales moyennes	307 200 \$	795 900 \$	335 700 \$	475 200 \$	519 900 \$
	Perte nette moyenne	-35 800 \$	-50 100 \$	-41 500 \$	-70 500 \$	-40 000 \$

Note 1 : Entreprises canadiennes dont les revenus annuels se chiffrent entre 30 000 \$ et 5 millions de dollars.

Note 2 : Le nombre de petites entreprises est déterminé en fonction des revenus. Il diffère du nombre utilisé dans les autres sections du présent profil, où il est défini selon le critère du nombre d'emplois.

Source : Industrie Canada, *Données sur la performance financière*, 2014.

12. CONCLUSIONS

Les PME sont le moteur de ces industries : 99,9 % des entreprises touristiques sont des PME et environ 8 % des PME canadiennes exercent leurs activités dans les industries touristiques. Les industries touristiques ont obtenu un meilleur rendement que les autres industries durant la dernière récession économique et elles ont montré d'importants signes de reprise au cours des dernières années, affichant une croissance de l'emploi plus rapide que l'ensemble des industries. En 2014 – année la plus récente pour laquelle des données sont disponibles –, les trois quarts des petites entreprises touristiques ont généré des bénéfices et près de 65 % des propriétaires de PME des industries touristiques

ont fait état d'une croissance de leur entreprise au cours des trois années précédentes.

Les PME des industries touristiques étaient généralement plus âgées et comptaient plus d'employés en moyenne que les PME dans leur ensemble au Canada. Elles comptaient aussi une proportion plus élevée de propriétaires qui sont des femmes, des Autochtones ou des membres de minorités visibles. Les PME des industries touristiques ont affiché un taux de croissance moyen plus faible au cours des trois dernières années et leurs propriétaires étaient moins optimistes que ceux des PME dans leur ensemble quant à leur croissance future.

Les fournisseurs de crédit considèrent les PME des industries touristiques comme des entreprises œuvrant dans des secteurs présentant un risque relativement élevé comparativement aux PME de l'ensemble des industries. Par rapport à l'ensemble des PME, celles des industries touristiques ont eu légèrement plus de difficulté à obtenir du financement par emprunt. En outre, elles ont été moins enclines à avoir recours aux banques à charte canadiennes et davantage portées à faire appel aux coopératives de crédit ou à une institution gouvernementale comme principale source de financement par emprunt.

En général, les PME des industries touristiques ont lancé moins d'innovations que celles de l'ensemble des industries entre 2012 et 2014, mais elles étaient plus enclines à lancer de nouvelles façons de vendre les biens ou les services (innovation en marketing).

En 2018, Statistique Canada mènera de nouveau l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, ce qui permettra d'obtenir de l'information à jour sur les industries touristiques. En particulier, il sera intéressant de voir si l'accroissement de la concurrence mondiale dans le secteur du tourisme se traduira par la création d'un plus grand nombre d'entreprises ou par une innovation accrue au sein des entreprises de ce secteur. Il sera aussi intéressant d'examiner les répercussions de l'augmentation de la demande touristique associée au 150^e anniversaire de la Confédération canadienne sur les demandes de financement, la création d'emplois et les bénéfices des entreprises.

RÉFÉRENCES

Association de l'industrie touristique du Canada. *Gateway to Growth, Travel & Tourism Labour Force Report*, 2014. En ligne : https://tiac-aitc.ca/_Library/TIAC_Publications/TIAC_Travel_and_Tourism_Labour_Force_Report_FINAL.pdf. (en anglais seulement)

Bédard-Maltais, Pierre-Olivier. *Profil des PME : les industries touristiques au Canada*. Industrie Canada, mars 2015. En ligne : [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/PPMEITC-SMEPTIC_2015_fra-V2.pdf/\\$file/PPMEITC-SMEPTIC_2015_fra-V2.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/PPMEITC-SMEPTIC_2015_fra-V2.pdf/$file/PPMEITC-SMEPTIC_2015_fra-V2.pdf).

Banque de développement du Canada. *BDC en un coup d'œil*, 4^e trimestre E2014.

Destination Canada. *QE : Quotient explorateur*. En ligne : <https://www.destinationcanada.com/fr/outils>.

Industrie Canada. *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada - Rapport annuel 2013-2014*. En ligne : https://www.ic.gc.ca/eic/site/csbfp-pfpec.nsf/fra/h_la03257.html.

Industrie Canada. *Données sur la performance financière*, 2014.

Innovation, Sciences et Développement économique Canada, *Programme de financement des petites entreprises du Canada*. En ligne : www.ic.gc.ca/eic/site/csbfp-pfpec.nsf/fra/accueil.

Statistique Canada. Tableau 051-0005, *Estimations de la population, trimestrielles*, CANSIM.

Statistique Canada. *Guide du compte satellite du tourisme du Canada*, 2007. En ligne : https://www150.statcan.gc.ca/n1/fr/pub/13-604-m/13-604-m2007052-fra.pdf?st=H6es_COC.

Statistique Canada. *Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises*, 2007. En ligne : www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/02152.html.

Statistique Canada. *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011. En ligne : www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/02775.html.

Statistique Canada. *Profils des petites entreprises*, 2011.

Statistique Canada. *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2014. En ligne : www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/02921.html.

Statistique Canada. *Registre des entreprises*, décembre 2014. En ligne : <https://www.statcan.gc.ca/fra/enquete/entreprise/1105>.

Statistique Canada. *Module provincial et territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme*, 2015.

En ligne : <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/170607/dq170607b-fra.htm>.

ANNEXE

Tableau A : Codes du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) comprises dans les industries touristiques

SCIAN	Description
Transport aérien	
4811	Transport aérien régulier
4812	Transport aérien non régulier
Transport ferroviaire	
4821	Transport ferroviaire
Transport par eau	
4831	Transport hauturier, côtier et sur les Grands Lacs
4832	Transport sur les eaux intérieures
Transport par autobus	
4851	Services urbains de transport en commun
4852	Transport interurbain et rural par autocar
4854	Transport scolaire et transport d'employés par autobus
4855	Services d'autobus nolisés
4859	Autres services de transport en commun et de transport terrestre de voyageurs
Transport de tourisme et d'agrément	
4871	Transport terrestre de tourisme et d'agrément
4872	Transport par eau de tourisme et d'agrément
4879	Autres services de transport de tourisme et d'agrément
Taxi	
4853	Services de taxi et de limousine
Services de voyages	
5615	Services de préparation de voyages et de réservation

SCIAN	Description
Loisirs et divertissements	
51213	Présentation de films et de vidéos
7111	Compagnies d'arts d'interprétation
7112	Sports-spectacles
7115	Artistes, auteurs et interprètes indépendants
7121	Établissements du patrimoine
7131	Parcs d'attractions et salles de jeux électroniques
7132	Jeux de hasard et loteries
7139	Autres services de divertissement et de loisirs
Hôtels et motels	
7211	Hébergement des voyageurs
Camping	
721211	Parcs pour véhicules récréatifs (VR) et campings
Autres services d'hébergement	
721212	Camps de chasse et de pêche
721213	Camps récréatifs et de vacances (sauf de chasse et de pêche)
721198	Tous les autres services d'hébergement des voyageurs
Services de restauration	
7224	Débites de boissons alcoolisées
7225	Restaurants à service complet et établissements de restauration à service restreint