



Profil des PME : les industries touristique au Canada, 2020

Secteur de l'industrie, Direction générale du tourisme
Innovation, Sciences et Développement économique Canada

Cette publication est également offerte en ligne : <https://ised-isde.canada.ca/site/secteur-canadien-tourisme/fr>

Pour obtenir un exemplaire de cette publication ou un format substitut (braille, gros caractères, etc.), veuillez remplir le formulaire de demande de publication au www.ic.gc.ca/demande-publication ou communiquer avec :

Centre de services aux citoyens d'ISDE
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 (malentendants) : 1 866 694-8389
Heures de bureau : De 8 h 30 à 17 h (heure de l'Est)
Courriel : ISDE@canada.ca

Autorisation de reproduction

À moins d'indications contraires, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en totalité ou en partie et par tout moyen, sans frais et sans autre autorisation du ministère de l'Industrie, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée dans le but d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, que le ministère de l'Industrie soit identifié comme étant la source de l'information et que la reproduction ne soit pas présentée comme une version officielle de l'information reproduite ni comme ayant été faite en association avec le ministère de l'Industrie ou avec l'approbation de celui-ci.

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 au www.ic.gc.ca/demande-droitdauteur ou communiquer avec le Centre de services aux citoyens d'ISDE aux coordonnées ci-dessus.

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Industrie, 2020.

N° cat. lu-188-113/3-2022-F-PDF
ISBN 978-0-660-44412-3

Also offered in English under the title *SME Profile: Tourism Industries in Canada, 2020*.

RECONNAISSANCE

La Direction générale du tourisme souhaite remercier Erin Paton, en tant que contributrice principale, et Krista Apse, Steven Schwendt, Dany Brouillette, Natalie Byers, Patrice Rivard, Connor Johnston, Thepiga Varatharasan, et Madison Olynyk pour leurs contributions, commentaires et suggestions utiles.

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|----|
| Reconnaissance..... | 1 |
| Sommaire | 2 |
| 1. Introduction | 3 |
| 2. Distribution par industrie..... | 4 |
| 3. Distribution géographique | 5 |
| 4. Répartition par taille en nombre d'employés..... | 7 |
| 5. Emploi | 8 |
| 6. Caractéristiques des entreprises..... | 9 |
| Âge des entreprises de tourisme | 9 |
| Mode de possession de l'entreprise | 9 |
| 7. Caractéristiques du principaux décideurs..... | 10 |
| 8. Pandémie de COVID-19..... | 12 |
| 9. Croissance | 14 |
| 10. Activités de financement | 16 |
| Disponibilité et approbation du crédit..... | 16 |
| Principal fournisseur de financement par emprunt | 17 |
| Montant du financement, modalités et conditions..... | 19 |
| Utilisation prévue du financement de la dette..... | 20 |
| 11. Innovation et l'adoption de technologies avancées | 20 |
| 12. Performance financière | 23 |
| 13. Conclusions | 25 |
| Références | 27 |
| Annexe – Codes de classification des industries de l'Amérique du Nord pour les industries du tourisme | 28 |

SOMMAIRE

Le 2 mars 2022, Statistique Canada a publié l'Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises pour l'année de référence 2020. Cette enquête est réalisée tous les trois ans pour le compte d'Innovation, Science et Développement économique et pour cette version, les données ont été collectées entre avril et août 2021. La Direction générale du tourisme de l'ISDE a contribué au financement de cette enquête à chaque cycle depuis dix ans et, pour cette raison, l'enquête comprend un échantillon de référence pour le secteur du tourisme au Canada.

Ce rapport contient un résumé des principaux résultats pour le secteur du tourisme au Canada de l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises* pour 2020, ainsi qu'une analyse de l'emploi et de la performance financière provenant respectivement du *Module provincial et territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme* de Statistique Canada et des *Données sur la performance financière* de l'ISDE. Il donne un aperçu des caractéristiques de l'entreprise, des activités d'innovation et des activités de financement récentes des petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes des industries du tourisme par rapport aux PME canadiennes de tous les secteurs.

Le rapport révèle ce qui suit :

- Les PME touristiques ont tendance à être plus jeunes et plus grandes que les PME dans l'ensemble. Un plus grand nombre de décideurs dans le secteur du tourisme s'identifient comme des femmes, des minorités visibles ou des personnes handicapées.
- Confrontées aux circonstances uniques de la pandémie de COVID-19, les entreprises touristiques étaient plus susceptibles de fermer leurs portes en 2020, et ce, plus longtemps que les entreprises de tous les secteurs.
- Le financement personnel était la principale source de financement utilisée par les PME touristiques lors de leur démarrage.
- Le financement par emprunt est le type de financement le plus couramment recherché par les PME touristiques et par tous les PME, mais les deux groupes ont eu plus de difficultés à obtenir ce type de financement.
- Les PME touristiques avaient l'intention d'utiliser le financement par emprunt acquis principalement pour le fonds de roulement, le capital d'exploitation et les terrains et bâtiments.
- Les principaux défis auxquels sont confrontés les PME touristiques sont la hausse du coût des intrants et les problèmes de main-d'œuvre, notamment les pénuries, et le recrutement et la rétention de la main-d'œuvre qualifiée.
- Les PME touristiques ont introduit plus d'innovations globales que l'ensemble des PME et étaient plus susceptibles d'introduire un nouveau produit et une nouvelle façon de vendre des biens ou des services que l'ensemble des PME.
- Les entreprises du secteur du tourisme étaient moins susceptibles d'être rentables en 2020 que les entreprises des autres secteurs, mais leurs pertes nettes moyennes étaient inférieures à celles des autres entreprises.

Les données contenues dans ce rapport sont référencées de façon appropriée (cliquez pour aller à la page des références) et proviennent de sources gouvernementales reflétant l'année 2020, sauf indication contraire, par exemple les données sur l'emploi du Module des ressources humaines provinciales et territoriales, pour lesquelles les dernières données disponibles sont celles de l'année 2019.

1. INTRODUCTION

Le tourisme joue un rôle essentiel dans l'économie canadienne, représentant plus de 45 milliards de dollars (soit plus de 2 %) du produit intérieur brut du Canada et 3,8 % des exportations totales du Canada en 2019. Le tourisme est le moteur d'industries de services clés telles que les services de restauration, le transport, l'hébergement, les loisirs et le divertissement, ainsi que les services de voyage. Les petites et moyennes entreprises (PME) constituent l'épine dorsale du tourisme au Canada, puisqu'elles représentent 99,9 % des entreprises des industries touristiques.

En 2020, la pandémie de COVID-19 a complètement changé la nature des activités des exploitants d'entreprises touristiques. La demande en matière de tourisme international est tombée presque à zéro, les mesures de santé publique limitant les voyages non essentiels dans le pays, et de nombreuses entreprises du secteur du tourisme, comme les restaurants, les entreprises de loisirs comme les théâtres et les festivals, et les sociétés de tourisme organisant des visites guidées en bus ou en bateau ont dû fermer ou limiter considérablement la capacité de la clientèle afin de respecter la politique de santé publique sur la distanciation physique entre les clients et les employés.

La pandémie a créé des conditions uniques pour le financement des PME, notamment l'introduction de nouveaux programmes de liquidités gouvernementaux ainsi que la modification des conditions d'admissibilité des programmes de financement existants. Dans de nombreux cas, les PME éprouvent des difficultés à obtenir le financement dont elles ont besoin pour acquérir des actifs, faire face aux dépenses courantes ou se développer sur de nouveaux marchés. L'obtention d'un financement peut être particulièrement difficile pour les PME du secteur du tourisme, car les institutions financières peuvent les considérer comme relativement risquées par rapport aux PME d'autres secteurs¹.

Étant donné l'importance du financement pour le succès et la croissance d'une entreprise, ce rapport examine les activités de financement des PME touristiques et cerne les besoins de financement et les obstacles auxquels elles sont confrontées. Ce rapport est une mise à jour du *Profil des PME : les industries touristiques au Canada* (Bédard-Maltais, 2015) et donne un aperçu des caractéristiques des entreprises, des caractéristiques de la propriété et des activités de financement récentes des PME touristiques canadiennes par rapport à l'ensemble des PME au Canada. Il utilise les données de *l'Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises* de Statistique Canada,

¹ « Le projet a été jugé trop risqué » est la principale raison invoquée par 28,5 % des PME touristiques dont la demande de financement par emprunt a été refusée, selon l'enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises en 2017. Les ratios de financement total autorisé/demandé sont également historiquement plus faibles pour les PME touristiques que pour l'ensemble des PME. En 2017, les PME touristiques ont reçu 82,1 % des fonds demandés (70,8 % en 2014), contre 92,8 % pour l'ensemble des PME (86,1 % en 2014). Cette différence de ratios entre les entreprises touristiques et l'ensemble des entreprises, ainsi que la constance de cette différence dans le temps, suggèrent que les PME touristiques ont généralement plus de difficultés à obtenir des fonds.

2017-2020. L'accent est mis sur les résultats de l'enquête 2020 et des comparaisons sont faites avec l'enquête 2017 et, lorsqu'il est pertinent de le faire, avec les enquêtes précédentes.

Encadré 1 : Données et définitions

La principale source de données pour ce rapport est l'Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises de Statistique Canada. L'enquête définit une PME comme une entreprise dont le revenu annuel minimal est de 30 000 \$ et qui compte de 1 à 499 employés rémunérés. Les entreprises sans employeur et les travailleurs autonomes sont exclus de l'échantillon de l'enquête, tout comme les organismes sans but lucratif et gouvernementaux, les écoles, les hôpitaux, les filiales, les coopératives et les sociétés de financement et de crédit-bail.

Aux fins du présent rapport, une PME touristique est définie comme une entreprise qui répond aux critères susmentionnés (sauf indication contraire) et qui est exploitée dans les industries touristiques telles que définies par le *Compte satellite du tourisme canadien (CSTC)* de Statistique Canada. Le tableau A de l'annexe présente une liste des codes du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) qui définissent les industries touristiques. Selon le CSTC, une industrie touristique en est une qui « [cesserait] d'exister ou [continuerait] d'exister mais à un niveau d'activité sensiblement réduit [...] en l'absence de tourisme ». Autrement dit, une entreprise touristique peut servir à la fois les touristes et les clients locaux, comme c'est le cas pour les restaurants et les hôtels. Il convient de noter qu'en raison de la difficulté à mesurer la part de l'activité économique attribuable au tourisme, ce rapport considère toutes les PME opérant dans ces industries touristiques comme des PME touristiques, sauf indication contraire.

Pour l'année de référence 2020, la taille totale de l'échantillon pour l'Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises était de 19 283 entreprises dans tous les secteurs échantillonnés. Les estimations finales de cette enquête ont été générées à partir des réponses de 9 957 PME qui, en 2020, employaient entre 1 et 499 salariés et généraient un revenu brut annuel de 30 000 dollars ou plus. Le taux de réponse, en pourcentage des entreprises du champ de l'enquête, est de 55,5 %. La collecte de l'enquête a eu lieu d'avril à août 2021.

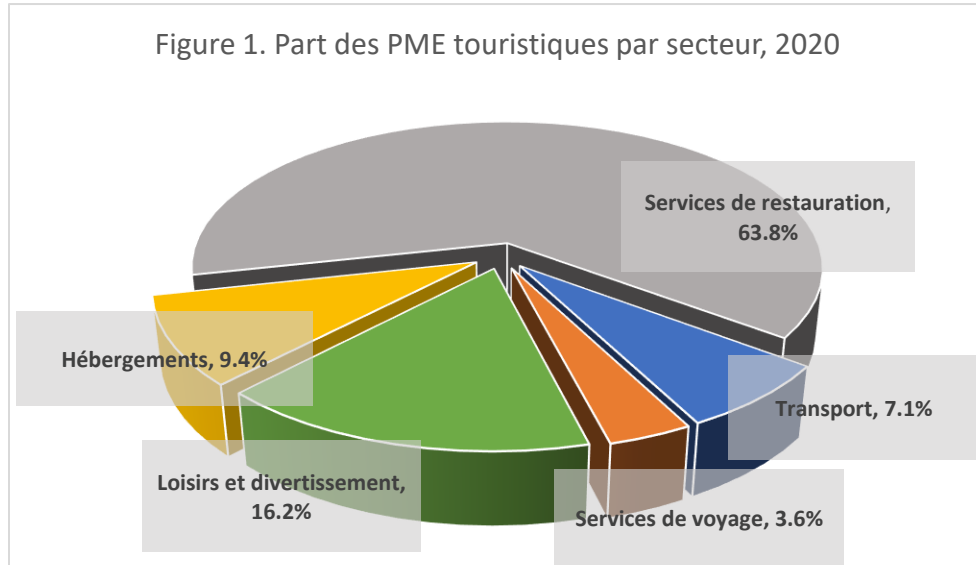
Les estimations pour les industries du tourisme comprennent des entreprises dans un certain nombre de secteurs, tels que les transports, les loisirs et les divertissements, l'hébergement et les services de restauration. Il s'agit d'une agrégation spéciale des catégories industrielles normalisées de Statistique Canada qui est utilisée par le Compte satellite du tourisme de Statistique Canada, Innovation, Sciences et Développement économique Canada et d'autres organismes. Les estimations pour les industries du tourisme ont été générées à partir des réponses de 1 048 PME.

2. DISTRIBUTION PAR INDUSTRIE

Les entreprises touristiques sont réparties dans cinq grands groupes d'industries : les services de restauration, les loisirs et les divertissements, le transport, l'hébergement et les services de voyage. En 2020, 8 % (soit 108 000) des 1,30 million² d'employeurs de PME estimés au Canada opéraient dans le secteur du tourisme.

² Pour les besoins de ce rapport, le nombre d'entreprises présenté **exclut** les entreprises à gros employeur et les entreprises non employeuses. Dans tout le Canada, il y avait 3 000 entreprises employeuses supplémentaires (grandes entreprises employeuses qui employaient plus de 500 personnes) et 2,9 millions d'entreprises non

Selon le Registre des entreprises de Statistique Canada, la majorité des PME touristiques opéraient dans le secteur des services de restauration (63,8 %), suivi par les loisirs et les divertissements (16,2 %), l'hébergement (9,4 %), le transport (7,1 %) et les services de voyage (3,6 %), comme le montre la figure 1.



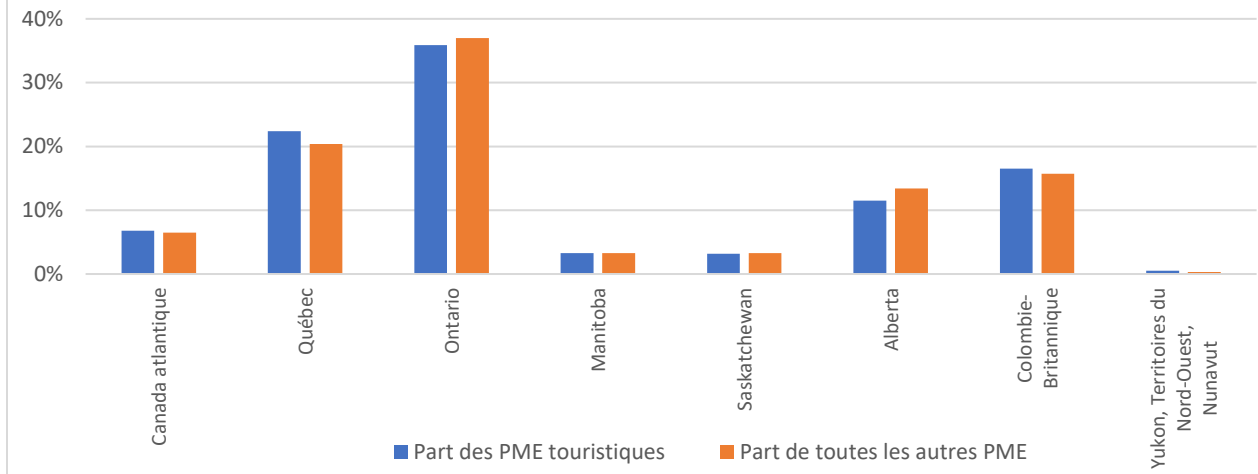
Source: Statistique Canada, Nombre d'entreprises canadiennes

3. DISTRIBUTION GÉOGRAPHIQUE

Les PME touristiques sont présentes dans chaque province et territoire du Canada et leur répartition géographique est à peu près proportionnelle à la répartition des autres PME. Comme l'indique la figure 2, les PME touristiques sont principalement concentrées en Ontario (35,9 %) et au Québec (22,4 %). Dans les provinces de l'Atlantique, au Québec, en Colombie-Britannique et dans le Nord du Canada (qui regroupe le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut), la concentration des PME dans les industries du tourisme dépasse la concentration des PME dans toutes les autres industries.

employeuses. Dans le secteur du tourisme au Canada (tel que défini dans l'annexe du présent rapport), on comptait 170 grandes entreprises employeuses et 138 298 entreprises non employeuses. Les entreprises non-employeuses sont celles qui n'ont pas tenu de livre de paie au cours de l'année de référence.

Figure 2. Répartition des entreprises par province, décembre 2020



Source: Statistique Canada, Nombre d'entreprises canadiennes

Comme le montre le tableau 1, l'industrie des services d'alimentation et de boissons est la plus représentée parmi les PME touristiques au Canada (63,8 %), allant de 55,4 % au Canada atlantique à 68,2 % en Ontario. Les territoires du Nord, soit le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut, sont les seules juridictions où les services d'alimentation et de boissons ne constituent pas la part majoritaire des entreprises touristiques, avec 29,9 %, juste derrière les industries de l'hébergement (30,8 %). Le secteur des loisirs et du divertissement est le deuxième secteur le plus représenté parmi les PME touristiques, avec 16,2 %, allant de 13,9 % dans le Nord à 18,3 % dans les provinces de l'Atlantique. De manière générale, l'industrie des services de voyage est celle qui compte la plus faible part de PME touristiques dans chaque province et territoire.

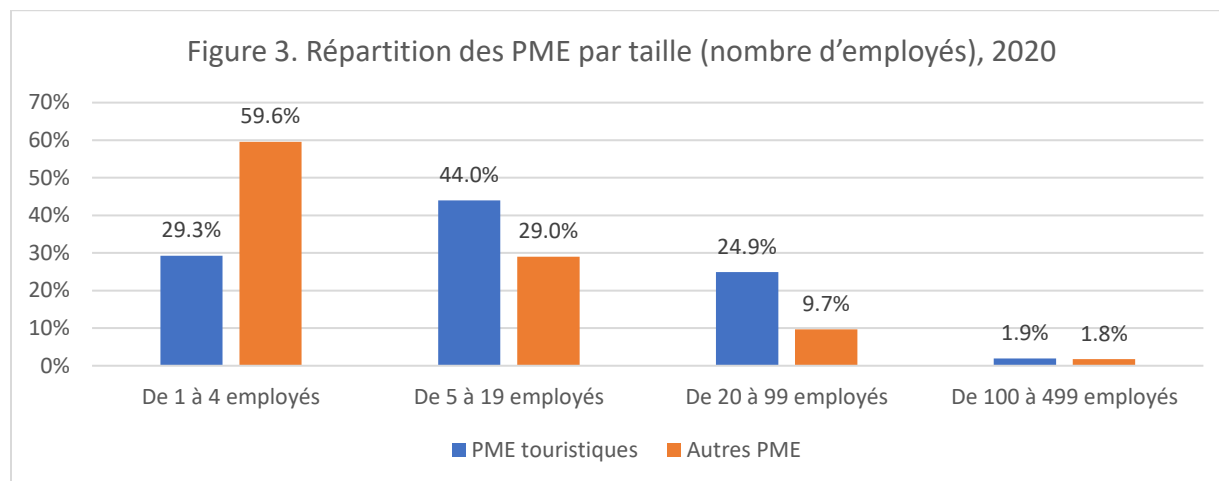
Tableau 1. Répartition géographique des PME du tourisme, par secteur et par région

| | Transport | Services de voyage | Loisirs et divertissement | Hébergement | Services de restauration |
|--|-----------|--------------------|---------------------------|-------------|--------------------------|
| Canada | 7,1 % | 3,6 % | 16,2 % | 9,4 % | 63,8 % |
| Canada atlantique | 6,9 % | 2,9 % | 18,3 % | 16,5 % | 55,4 % |
| Québec | 8,2 % | 3,0 % | 16,7 % | 8,9 % | 63,1 % |
| Ontario | 6,0 % | 3,9 % | 15,5 % | 6,5 % | 68,2 % |
| Manitoba | 13,1 % | 2,6 % | 17,1 % | 12,3 % | 55,0 % |
| Saskatchewan | 5,7 % | 2,4 % | 16,5 % | 16,4 % | 59,0 % |
| Alberta | 6,5 % | 2,9 % | 14,4 % | 9,8 % | 66,5 % |
| Colombie-Britannique | 7,1 % | 4,7 % | 17,6 % | 10,3 % | 60,3 % |
| Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut | 19,7 % | 5,6 % | 13,9 % | 30,8 % | 29,9 % |

Source: Statistique Canada, Nombre d'entreprises canadiennes

4. RÉPARTITION PAR TAILLE EN NOMBRE D'EMPLOYÉS

Les petites et moyennes entreprises sont définies par l'enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises comme celles qui emploient entre 1 et 499 salariés. En moyenne, les PME touristiques ont tendance à être plus grandes que les PME des autres secteurs : alors que 59,6 % des PME non touristiques comptent entre 1 et 4 employés, seulement 29,3 % des PME touristiques sont de cette taille. Près de la moitié (44,0 %) des PME touristiques comptent entre 5 et 19 employés, et un quart (24,9 %) entre 20 et 99 employés, comme indiqué dans la figure 3.



Source: Statistique Canada, Nombre d'entreprises canadiennes

Bien que la majorité des entreprises touristiques comptent entre 5 et 99 employés (contrairement aux PME de tous les secteurs d'activité, qui comptent majoritairement entre 1 et 4 employés), cela s'explique par le fait que près des deux tiers des PME touristiques appartiennent au secteur de l'alimentation et des boissons et que ces entreprises ont tendance à être de plus grande taille : comme l'indique le tableau 2, 48,9 % de ces PME comptent entre 5 et 19 employés et 28,8 % entre 20 et 99 employés. Dans les cinq industries du tourisme, on observe une variation importante de la taille des entreprises selon l'industrie. Par exemple, plus de la moitié (56,6 %) de toutes les industries des services de voyage comptent de 1 à 4 employés, mais il en va de même pour seulement 21,1 % des entreprises de restauration. Les entreprises de plus de 100 employés représentaient la plus petite part de toutes les industries touristiques, soit moins de 5,0 % des PME pour l'ensemble des cinq industries touristiques.

| | De 1 à 4 employés | De 5 à 19 employés | De 20 à 99 employés | De 100 à 499 employés |
|----------------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|-----------------------|
| Transport | 45,3 | 34,8 | 15,9 | 4,0 |
| Services de voyage | 56,6 | 34,2 | 8,3 | 0,9 |
| Loisirs et divertissement | 43,9 | 35,0 | 18,4 | 2,7 |
| Hébergement | 37,0 | 36,5 | 22,9 | 3,6 |
| Services de restauration | 21,1 | 48,9 | 28,8 | 1,2 |

Source: Statistique Canada, Nombre d'entreprises canadiennes

5. EMPLOI

Le *Module provincial et territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme* saisit des données sur l'emploi dans les industries touristiques et complète les enquêtes de Statistique Canada sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises. Il convient de noter que les données de ce module incluent tous les emplois dans les entreprises de toutes tailles des industries du tourisme, et pas seulement ceux des PME qui dépendent des activités touristiques. La plus récente publication du Module provincial et territorial des ressources humaines Compte satellite du tourisme donne un aperçu de l'emploi pour l'année de référence 2019 et peut ne pas refléter l'état de l'emploi en 2020.

Les industries du tourisme ont employé 1,9 million de Canadiens en 2019³, soit une augmentation de 9,4 % depuis 2015. Il s'agit d'emplois de tous les types d'occupation. Comme le montre le tableau 3, dans l'ensemble, la croissance de l'emploi dans les industries touristiques au cours de cette période a été plus forte que celle observée dans le reste de l'économie canadienne, où la croissance n'a été que de 6,4 pour cent au cours de cette période. La part du tourisme dans l'emploi total est restée stable, à environ 10 pour cent de l'emploi total.

Si l'on examine chaque secteur, l'industrie de l'hébergement a connu la plus forte croissance de l'emploi (+25,9 %) au cours de la période de 2015 à 2019, suivie par les services de voyage (+10,2 %), les loisirs et le divertissement (+10,1 %), ainsi que le transport (9,4 %). Les emplois dans l'industrie de la restauration ont connu la croissance la plus lente, avec une hausse de 4,2 % sur la période.

| Tableau 3. Emplois dans les industries du tourisme et dans l'économie totale (en milliers), 2015-2019 | | | | | | Variation en pourcentage |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015-2019 |
| Total, industries du tourisme | 1737 | 1822 | 1850 | 1872 | 1900 | 9,4 % |
| Total, toutes les autres industries | 16 057 | 16 090 | 16 431 | 16 696 | 17 085 | 6,4 % |
| Total, toute l'économie | 17 794 | 17 912 | 18 281 | 18 568 | 18 986 | 6,7 % |
| Part du tourisme dans le total (%) | 9,8 % | 10,2 % | 10,1 % | 10,1 % | 10,0 % | |
| Industrie du tourisme | | | | | | |
| Transport | 254 | 262 | 271 | 276 | 278 | 9,4 % |
| Hébergement | 180 | 192 | 193 | 194 | 198 | 25,9 % |
| Services de restauration | 987 | 1040 | 1063 | 1077 | 1088 | 4,2 % |
| Loisirs et divertissement | 266 | 280 | 277 | 280 | 289 | 10,1 % |
| Services de voyage | 50 | 48 | 46 | 45 | 47 | 10,2 % |

Note 1 : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué.

Note 2 : La variation en pourcentage est basée sur des chiffres non arrondis.

³ La dimension générale de l'emploi dans les industries du tourisme est décrite dans le *Module provincial et territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme* de Statistique Canada, 2015, disponible en ligne à l'adresse <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/13-604-m/13-604-m2014074-fra.htm>

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

6. CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES

Âge des entreprises de tourisme

Les entreprises touristiques ont tendance à être plus jeunes, en moyenne, que les autres entreprises de l'économie canadienne. En 2020, l'âge moyen d'une PME au Canada était de 18 ans, tandis que celui des PME touristiques était de 14 ans. Parmi les entreprises touristiques, 38,9 % ont de 3 à 10 ans, contre 31,4 % pour l'ensemble des entreprises (Tableau 4).

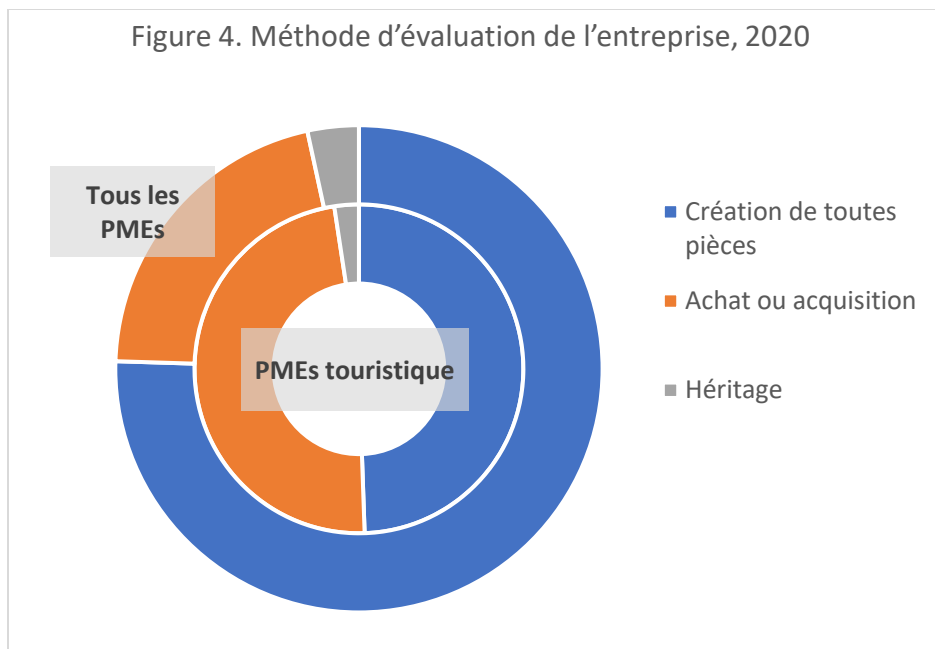
| Tableau 4. Année de création de l'entreprise | Tourisme | Tous les secteurs |
|---|-----------------|--------------------------|
| 2018 à 2020 (2 ans ou moins) | 13,5 | 7,6 |
| 2010 à 2017 (3 à 10 ans) | 38,9 | 31,4 |
| 2000 à 2009 (11 à 20 ans) | 21,4 | 27,3 |
| Avant 2000 (plus de 20 ans) | 26,2 | 33,7 |
| Âge moyen de l'entreprise (en années) | 14 | 18 |

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

Mode de possession de l'entreprise

Seulement la moitié (49,4 %) des PME touristiques ont été créées de toutes pièces par le propriétaire actuel, comparativement aux trois quarts (75,5 %) des PME de tous les secteurs. Les entreprises touristiques étaient plus de deux fois plus susceptibles d'avoir été achetées ou acquises par le propriétaire actuel (48,1 % des entreprises touristiques ont été achetées ou acquises comme mode de possession de l'entreprise, contre 21,1 % des entreprises de tous les secteurs). L'héritage d'une entreprise était la méthode de possession la moins courante, ne représentant que 2,4 % des entreprises touristiques et 3,4 % de toutes les entreprises (Figure 4).

Figure 4. Méthode d'évaluation de l'entreprise, 2020

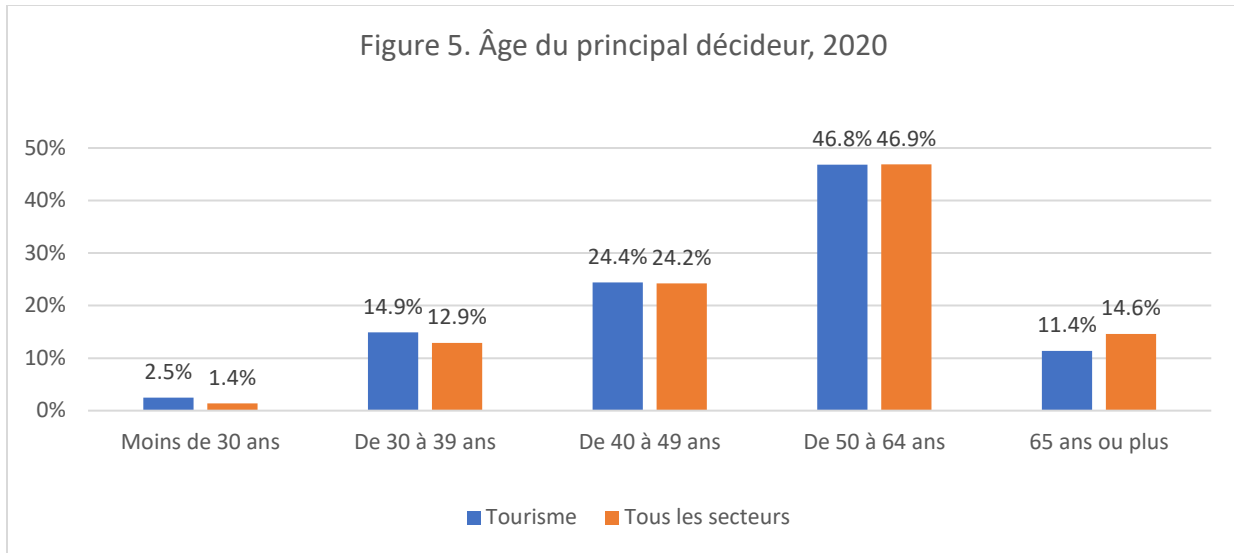


Source: Statistique Canada, Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises

Parmi les propriétaires qui ont démarré leur entreprise à partir de rien, plus des trois quarts ont eu recours à un financement personnel pour les fonds de démarrage, quelle que soit l'industrie (tourisme ou autre); toutefois, les propriétaires d'entreprises dans l'industrie du tourisme étaient 1,4 fois plus susceptibles d'utiliser le crédit d'institutions financières, 2,1 fois plus susceptibles d'utiliser le financement d'amis ou de la famille et 2,5 fois plus susceptibles d'utiliser des prêts, des subventions ou des contributions non remboursables du gouvernement pour financer les coûts de démarrage. Pour les propriétaires qui ont acquis leur entreprise, les entreprises de tourisme étaient plus susceptibles de recourir au financement personnel ou au financement par des amis ou de la famille pour les coûts d'acquisition, tandis que les propriétaires de tous les secteurs étaient plus susceptibles d'utiliser le crédit des institutions financières.

7. CARACTÉRISTIQUES DU PRINCIPAUX DÉCIDEURS

La répartition par âge des principaux décideurs des entreprises touristiques est comparable à celle des décideurs de l'ensemble des industries. Bien que plus de la moitié des répondants du secteur du tourisme aient déclaré que le principal décideur de l'entreprise a plus de 50 ans, les décideurs plus jeunes sont plus nombreux dans les entreprises touristiques que dans l'ensemble des industries (Figure 5).



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

Comme le montre le tableau 5, les PME touristiques sont plus susceptibles d'être détenues par un décideur principal qui est un immigrant au Canada. Dans l'ensemble de l'économie, 71,3 % des décideurs primaires déclarent que leur lieu de naissance est le Canada, contre seulement 51,1 % des décideurs touristiques. Pour les principaux décideurs de tourisme qui ne sont pas nés au Canada, la durée moyenne de résidence au Canada est de 25 ans. Parmi les décideurs du tourisme qui ne sont pas nés au Canada, 1,8 % ont résidé au Canada pendant moins de 5 ans, comparativement à 1,1 % des décideurs dans tous les secteurs qui ne sont pas nés au Canada. Parmi les décideurs du tourisme, 32,2 % ont une langue maternelle autre que l'anglais ou le français, contre seulement 19,5 % dans l'ensemble des industries.

| Tableau 5. Caractéristiques des principaux décideurs, 2020 | PMEs touristique (%) | Tous les PME (%) |
|---|----------------------|------------------|
| Lieu de naissance | | |
| Canada | 51.5 | 71.3 |
| Hors du Canada | 48.5 | 28.7 |
| Nombre d'années de résidence au Canada (si non né au Canada) | 25 années | 27 années |
| Langue maternelle | | |
| Anglais | 52.5 | 62.4 |
| Français | 15.3 | 18.1 |
| Autre | 32.2 | 19.5 |
| Formation et expérience de gestion | | |
| Post-secondaire | 66.3 | 70.4 |
| <i>Diplôme d'un collège, d'un CÉGEP ou d'une école de métiers</i> | 23.8 | 30.4 |
| <i>Baccalauréat</i> | 34.0 | 24.6 |
| <i>Maîtrise ou diplôme supérieur</i> | 8.5 | 15.4 |

| | | |
|--|------|------|
| Plus de 10 ans d'expérience en matière de gestion | 70.5 | 75.1 |
|--|------|------|

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

Le tableau 5 montre également que deux tiers (66 %) des décideurs du tourisme ont déclaré avoir atteint un certain niveau d'études postsecondaires, contre 70 % des décideurs dans l'ensemble de l'économie. Les décideurs du tourisme étaient légèrement plus susceptibles de déclarer que leur plus haut niveau d'éducation était un baccalauréat ou une maîtrise ou plus, soit 42,5 %, comparativement aux décideurs de tous les secteurs, soit 40 %.

Les PME touristiques sont plus susceptibles d'être détenues majoritairement par des femmes que les entreprises de tous les secteurs (Tableau 6). En 2020, les femmes détenaient une participation minimale de 51 % dans 18,1 % des PME touristiques, contre 16,8 % dans l'ensemble des secteurs. Les femmes détenaient des parts égales dans 22,4 % des PME touristiques, contre seulement 14,3 % dans l'ensemble des secteurs. Les PME touristiques étaient également plus susceptibles d'être détenues majoritairement par des minorités visibles (15,5 % contre seulement 9,3 % dans l'ensemble des industries) et par des personnes handicapées (1,1 % contre 0,6 % dans l'ensemble des industries).

| Tableau 6. Propriété majoritaire, 2020 | Tourisme | Tous les secteurs |
|---|-----------------|--------------------------|
| Femmes, 50 % de parts de propriété | 22,4 | 14,3 |
| Femmes, 51 à 99 % de parts de propriété | 4,3 | 2,5 |
| Femmes, 100 % de parts de propriété | 13,8 | 14,3 |
| Autochtones | 0,9 | 1,1 |
| Minorités visibles | 15,5 | 9,3 |
| Personnes handicapées | 1,1 | 0,6 |

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

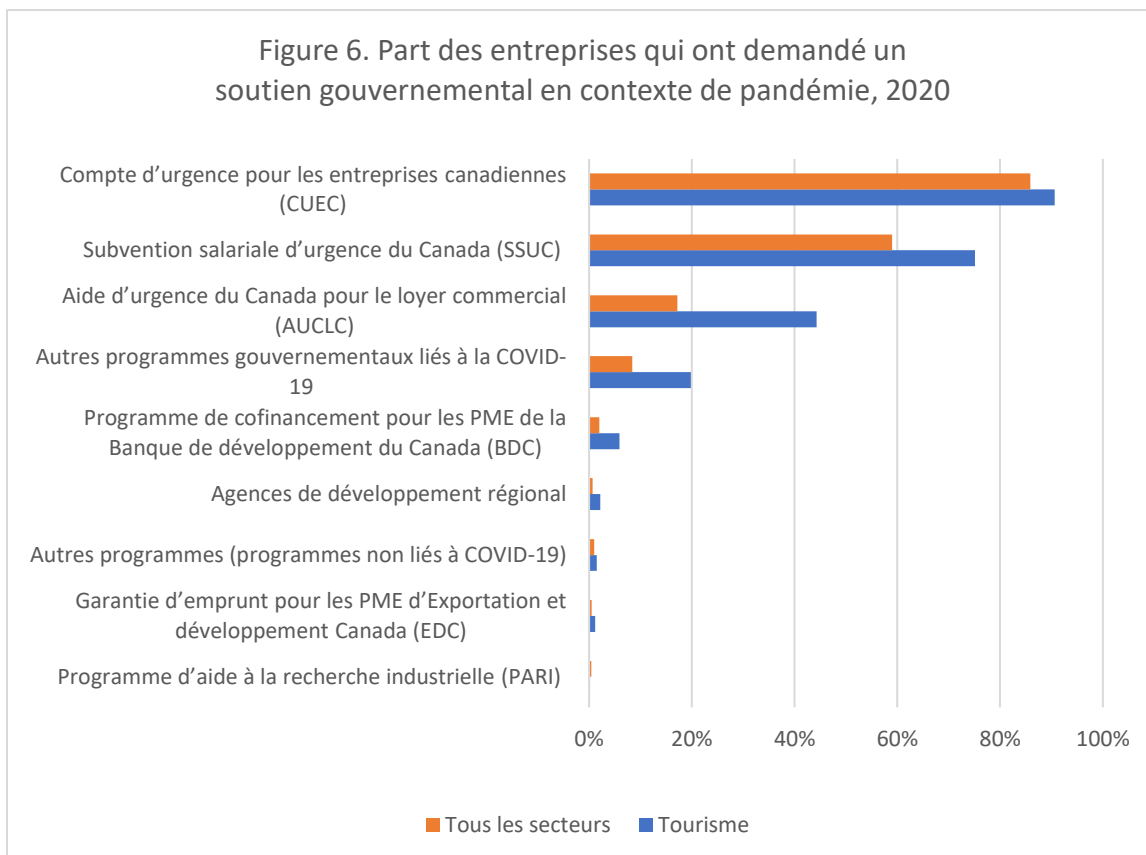
8. PANDÉMIE DE COVID-19

Dans l'enquête 2020, les répondants ont été interrogés sur plusieurs questions relatives à la pandémie de COVID-19 et à l'impact de la pandémie sur leur entreprise. Plus de la moitié des entreprises touristiques (57,8 %) ont déclaré avoir dû fermer temporairement en raison de la pandémie, contre seulement un tiers des entreprises de tous les secteurs (33,4 %). Les entreprises touristiques ont déclaré avoir dû fermer pendant 14,0 semaines en moyenne en 2020.

Des aides gouvernementales importantes, telles que le Compte d'urgence canadien pour les entreprises (CUEC) et la Subvention salariale d'urgence canadienne (SSUC), ont été mises à la disposition des entreprises tout au long de 2020. Plus de 75 % des PME au Canada ont demandé au moins un type de financement public en 2020⁴, comme le CUEC et le SSUC. Il en va de même pour plus de 85 % des PME du secteur du tourisme, ce qui donne à penser que ces industries ont eu un besoin plus pressant de soutien pendant la pandémie. La plupart des PME touristiques qui ont demandé un financement gouvernemental au cours de cette période ont déclaré avoir demandé le CUEC (91 %) ou le SSUC (75

⁴ Dans ce texte, le terme financement public désigne les subventions, les prêts garantis par le gouvernement ou les contributions non remboursables.

%)⁵, et près de la moitié (44 %) ont dit avoir demandé l'Aide d'urgence du Canada pour les loyers commerciaux (AUCLC). En comparaison, parmi les PME de toutes les industries qui ont fait une demande de financement gouvernemental en 2020, 86 % ont déclaré avoir fait une demande de CUEC, 59 % de SSUC et seulement 17 % d'AUCLC (Figure 6).



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

Encadré 2 : Soutien du gouvernement du Canada pendant la pandémie de COVID-19

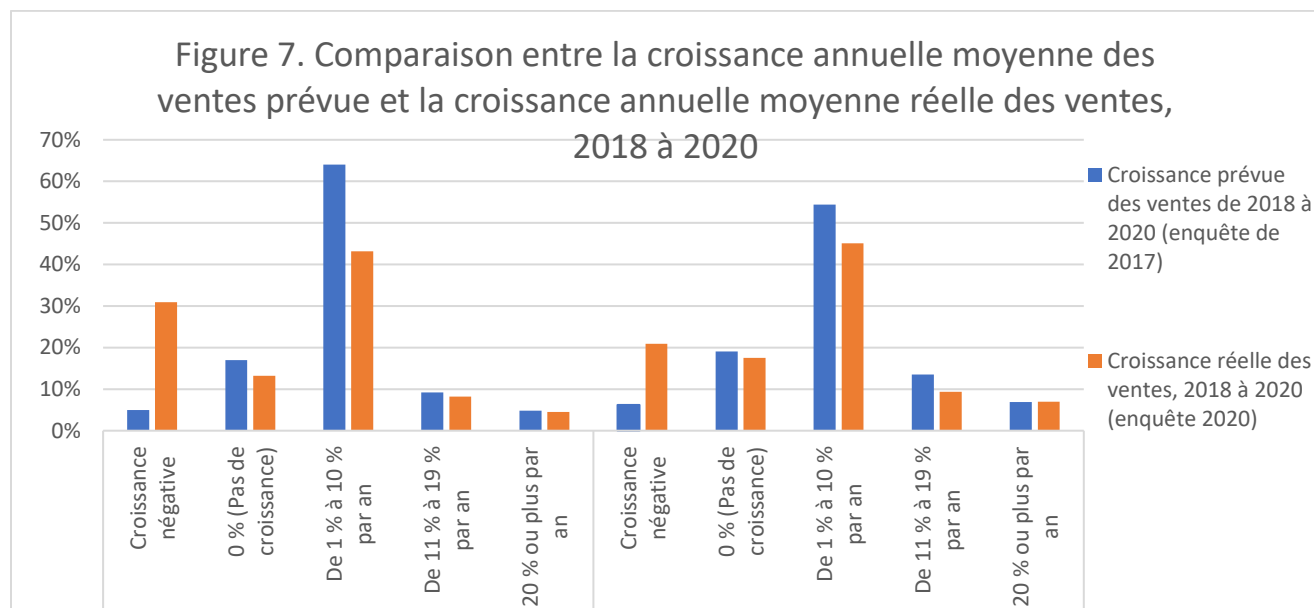
Pour aider le secteur du tourisme à surmonter les défis de la pandémie de COVID-19, le gouvernement du Canada a fourni une aide d'urgence estimée à 23 milliards de dollars aux entreprises touristiques pendant la durée de la pandémie (budget 2022). Cela comprend les soutiens fournis par le biais de programmes à l'échelle de l'économie tels que le CUEC et la SSUC, ainsi que les soutiens fournis par le biais de programmes sectoriels tels que le Programme de relance du tourisme et l'accueil, le Programme des entreprises les plus durement touchées, le Programme de soutien en cas de confinement local et le Programme d'embauche pour la relance économique du Canada.

En plus des aides du gouvernement fédéral, les entreprises touristiques peuvent également avoir reçu un soutien financier de la part des programmes des gouvernements provinciaux, territoriaux et municipaux pendant cette période.

⁵ Les PME peuvent avoir demandé plus d'un type de financement public.

9. CROISSANCE

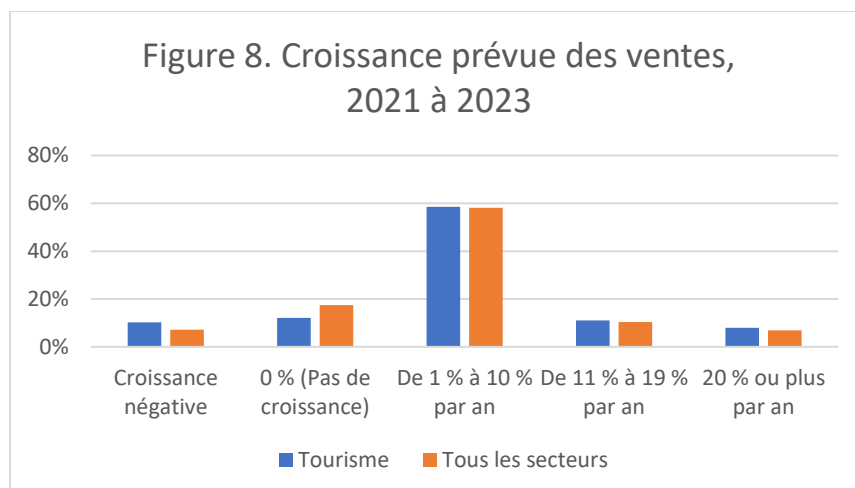
Interrogés en 2017 sur la croissance moyenne anticipée des ventes de leur entreprise au cours des trois prochaines années, les entreprises touristiques se sont montrés optimistes, plus de 60 % des PME sélectionnées pour l'enquête cette année-là⁶ prévoyant une croissance annuelle des ventes de 1 % à 10 %. Interrogés sur la croissance moyenne réelle de leur chiffre d'affaires de 2018 à 2020, seulement 43,2 % des entreprises touristiques ont déclaré que la croissance se situait dans cette fourchette. Au cours de cette période, les entreprises touristiques sélectionnées pour l'enquête sont plus susceptibles d'avoir enregistré une croissance négative de leurs ventes que les entreprises de l'ensemble de l'économie, soit 30,9 % contre 20,9 % respectivement (Figure 7).



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

Comme l'illustre la figure 8, au sortir de la pandémie de COVID-19, les entreprises, quel que soit leur secteur d'activité, sont optimistes pour les trois prochaines années, plus de la moitié d'entre elles prévoyant une croissance des ventes de 1 % à 10 % de 2021 à 2023. Toutefois, les entreprises du secteur du tourisme sont plus susceptibles d'anticiper une croissance négative au cours des trois prochaines années (2021 à 2023) que les entreprises de l'ensemble des secteurs, soit 10,3 % contre 7,1 % respectivement.

⁶ Les échantillons de l'Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises sont redessinés lorsqu'une nouvelle itération de l'enquête est réalisée. Les entreprises incluses dans l'échantillon 2017 peuvent différer de l'échantillon 2020, et l'échantillon 2020 peut ne pas inclure les mêmes entreprises que celles qui ont été échantillonnées précédemment.



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

Interrogés sur les défis que les PME considèrent comme les principaux obstacles à la croissance de leur entreprise, les entreprises de l'ensemble de l'économie et du tourisme ont indiqué les mêmes obstacles : la hausse du coût des intrants, le défi de recruter et de conserver des employés qualifiés, ainsi que la pénurie de main-d'œuvre. Toutefois, les PME du secteur du tourisme ont déclaré que ces préoccupations constituaient des obstacles majeurs à la croissance dans des proportions beaucoup plus élevées que les entreprises de tous les secteurs. Les fluctuations de la demande des consommateurs et la réglementation gouvernementale sont également considérées comme des obstacles majeurs à la croissance. La capacité d'une entreprise à obtenir du financement a été considérée par certains comme un défi pour les petites entreprises, en particulier dans le secteur du tourisme et de l'accueil. Bien qu'elle ne figure pas parmi les cinq principaux obstacles perçus, 15,6 % des PME du secteur du tourisme estiment que la capacité à obtenir un financement est un obstacle majeur pour leur entreprise, contre seulement 9,5 % des PME de tous les secteurs (Tableau 7).

| Tableau 7. Obstacles majeurs perçus, 2020 (5 principaux) | Tourisme | Tous les secteurs |
|---|-----------------|--------------------------|
| Augmentation du coût des intrants | 47 % | 31 % |
| Recruter et conserver des employés qualifiés | 39 % | 28 % |
| Pénurie de main-d'œuvre | 38 % | 25 % |
| Fluctuations de la demande des consommateurs | 31 % | 23 % |
| Réglementations gouvernementales | 29 % | 17 % |

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

Une proportion plus élevée de PME du secteur du tourisme a l'intention de vendre, de transférer ou de fermer son entreprise au cours des cinq prochaines années, soit 32,2 % contre 24,9 % des entreprises de l'ensemble des secteurs. En ce qui concerne les entreprises qui prévoient de vendre, de transférer ou de fermer leur entreprise, la plupart des entreprises touristiques (54,8 %) ont l'intention de vendre à des parties externes.

10. ACTIVITÉS DE FINANCEMENT

Disponibilité et approbation du crédit

En 2017, 47,1 % des PME ont eu besoin d'un financement externe⁷. Les secteurs producteurs de biens, comme l'industrie manufacturière et l'extraction de ressources, ont eu recours à ce financement plus fréquemment que les secteurs producteurs de services. Plus de 61 % des entreprises manufacturières et 56 % des entreprises d'extraction de ressources (agriculture, foresterie, pêche, chasse, exploitation minière, extraction de pétrole et de gaz) ont déclaré avoir eu besoin de financement externe en 2017, alors que pour le secteur du tourisme au Canada, seulement 45,9 % ont déclaré le même besoin.

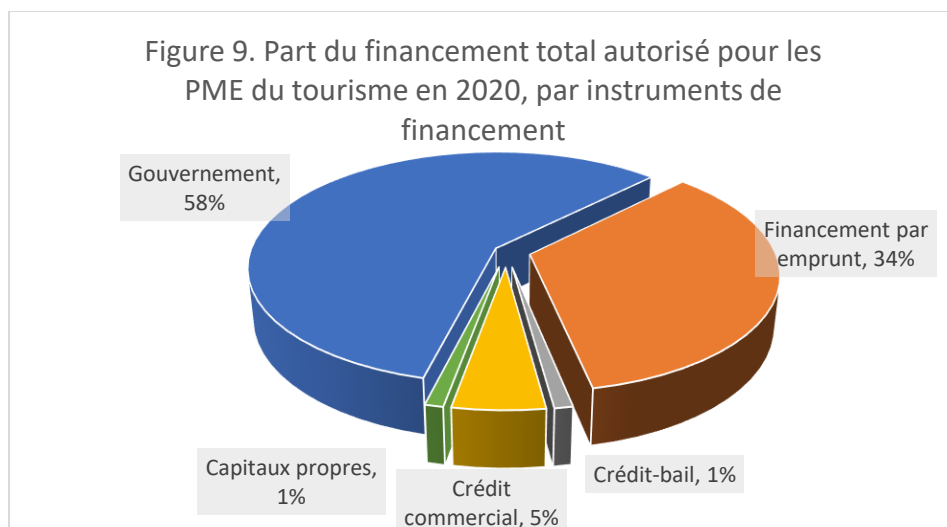
En 2020, compte tenu des conditions d'exploitation difficiles de la pandémie de COVID-19, le pourcentage d'entreprises ayant besoin d'un financement externe était nettement plus élevé dans l'ensemble de l'économie. 82,4 % de toutes les PME ont demandé un certain degré de financement externe en 2020, contre une moyenne de 88,9 % pour les PME du tourisme (Tableau 8). Les PME du secteur de l'hébergement et de la restauration sont celles qui en ont le plus besoin, avec 90,4 %

| Tableau 8. Pourcentage de PME demandant un financement externe, 2017 et 2020 | PMEs touristique (%) | Tous les PME (%) |
|---|-----------------------------|-------------------------|
| Demande de financement externe en 2017 | 45,9 | 47,1 |
| Demande de financement externe en 2020 | 88,9 | 82,4 |

Source: Statistique Canada, Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises
Parmi les entreprises qui ont déclaré ne pas avoir demandé de financement externe en 2020, la raison la plus courante est que le financement externe n'était pas nécessaire (79,6 % pour les entreprises du tourisme et 86,5 % pour les entreprises de tous les secteurs). Parmi les non-candidats du secteur du tourisme, 6,4 % pensaient que leur demande serait rejetée, contre une moyenne de 3,1 % pour l'ensemble des secteurs. Le pourcentage de non-demandeurs qui pensaient que leur demande serait refusée est plus élevé pour les entreprises de l'industrie de l'hébergement et de la restauration, à 11,3 %, ce qui suggère que l'impact de COVID-19 sur le financement du secteur a été inégal entre les industries du tourisme.

En ce qui concerne le montant du financement autorisé, le financement public et le financement par emprunt sont les principales sources de financement utilisées par les petites entreprises. En 2020, plus de 85 % des PME touristiques ont demandé un financement public (tableau 9), ce qui représente plus de la moitié (58 %) de tous les financements reçus cette année-là (figure 9). Un peu plus de 16 % des PME touristiques ont demandé un financement par emprunt, et ce dernier a représenté plus d'un tiers (34 %) du montant total de tous les fonds externes autorisés aux PME touristiques.

⁷ Le financement externe est défini comme un financement provenant de tiers. Il peut s'agir d'un financement par emprunt, d'un crédit-bail, d'un prêt d'amis ou de membres de la famille, d'un crédit commercial, d'un financement par capitaux propres et de subventions ou prêts gouvernementaux. Les PME peuvent avoir demandé plus d'un type de financement externe.



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

| Tableau 9. Taux de demande et d'approbation, par instrument de financement, 2020 | | | |
|--|---------------------|----------------------|--------------------|
| | Type de financement | PME touristiques (%) | Toutes les PME (%) |
| Taux de demande | Emprunt | 16,8 | 16,3 |
| | Crédit-bail | 4,6 | 5,8 |
| | Crédit commercial | 24,6 | 24,3 |
| | Capitaux propres | 1,4 | 1,0 |
| | Gouvernement | 85,6 | 75,9 |
| Date d'approbation | Emprunt | 88,0 | 90,8 |
| | Crédit-bail | 98,8 | 98,5 |
| | Crédit commercial | 89,3 | 96,8 |
| | Capitaux propres | S.O. | S.O. |
| | Gouvernement | 98,4 | 98,2 |

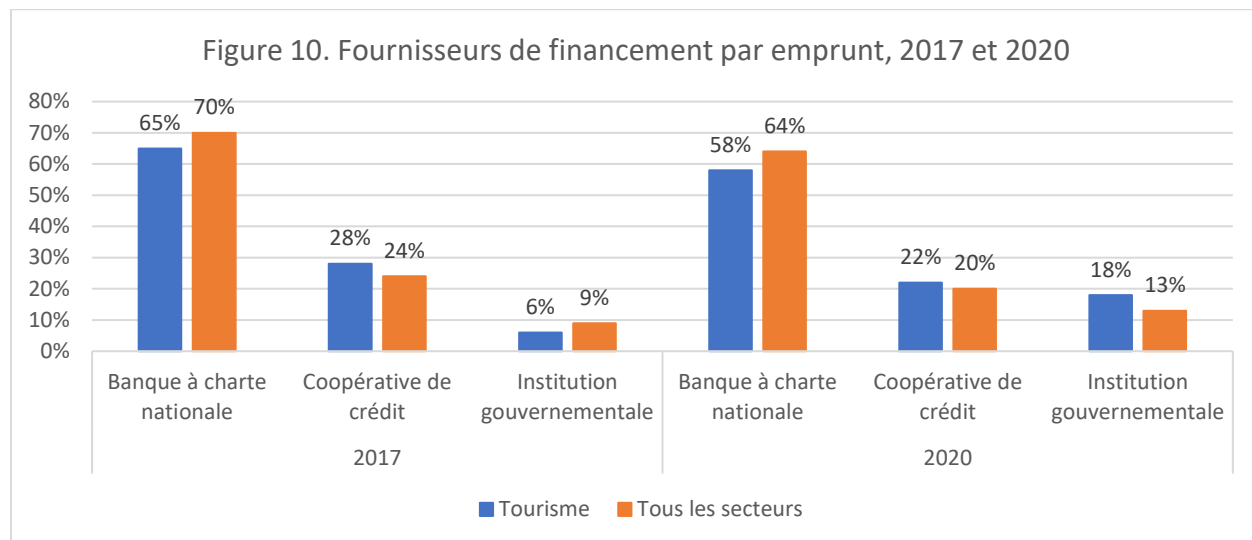
Source: Statistique Canada, Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises

En 2020, parmi les entreprises touristiques dont la demande de financement par emprunt a été refusée, 24,3 % ont indiqué que le prêteur avait rejeté la demande parce que le projet était considéré comme trop risqué, contre une moyenne de 8,3 % pour les entreprises de tous les secteurs. Dans le contexte de la pandémie de COVID-19, les besoins des entreprises en matière de financement par emprunt étaient généralement plus élevés en l'absence de demande typique du marché. Les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux ont mis en œuvre de nouvelles règles d'admissibilité pour les programmes de financement existants ainsi que créé de nouveaux programmes de financement temporaires, ce qui peut expliquer la hausse des institutions gouvernementales en tant que fournisseurs de financement par emprunt de 2017 à 2020.

Principal fournisseur de financement par emprunt

La majorité des fonds par emprunt, quel que soit le secteur, ont été obtenus auprès de banques à charte ou de coopératives de crédit nationales. Comme en 2017, les banques à charte nationales ont été le

principal fournisseur de financement de la dette en 2020, mais une part plus importante du financement de la dette a été obtenue par le biais d'institutions gouvernementales en 2020 par rapport aux années précédentes, ce qui indique les conditions uniques de la pandémie de COVID-19 (figure 10).



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

En 2014 et 2017, les PME du tourisme ont déclaré que les raisons les plus courantes pour lesquelles les prêteurs refusaient leurs demandes de financement étaient que le projet était trop risqué ou que l'entreprise opérait dans un secteur instable, et ont déclaré ces raisons à des taux plus élevés que les PME de l'ensemble de l'économie. Compte tenu de cette perception du risque, les PME touristiques peuvent se tourner vers des institutions gouvernementales, par exemple la Banque de développement du Canada (BDC) pour obtenir un financement externe ou à des programmes tels que le Programme de financement des petites entreprises du Canada pour accéder à des garanties de prêt (voir encadré 2).

Encadré 3 : Financement gouvernemental par l'intermédiaire de la Banque de développement du Canada et du Programme de financement des petites entreprises du Canada.

Pour l'exercice 2020-2021, qui s'est terminé en mars 2021, la BDC avait un engagement de financement en cours de 3,74 milliards de dollars envers des clients liés au tourisme, soit environ 11,6 % du portefeuille total de prêts et de garanties de la BDC. [Source : Banque de développement du Canada, *Rapport annuel 2021*]

Pour l'exercice 2020-2021, les petites entreprises canadiennes ont reçu 3 655 prêts d'une valeur de 864 millions de dollars par le biais du Programme de financement des petites entreprises du Canada. Le secteur de l'hébergement et de la restauration était le plus important*, recevant 37,7 %, ou 326 millions de dollars, de la valeur totale des prêts, soit une diminution de 41,4 % par rapport à l'année précédente. Ces prêts ont été répartis entre 1 244 petites entreprises. Pour plus d'informations, consultez le site www.ic.gc.ca/pfpec.

[Source : Innovation, Sciences et Développement économique Canada, *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada, Aperçu et faits saillants 2020-2021*.]

* L'hébergement et la restauration représentent 73 % de toutes les PME touristiques au Canada.

Montant du financement, modalités et conditions

En moyenne, le rapport entre le financement autorisé et le financement demandé était proche ou supérieur à 90 % pour les PME touristiques. Cela signifie qu'en moyenne, les entreprises touristiques ont reçu 89,9 % du montant du financement par emprunt qu'elles ont demandé, et 99,2 % du montant du financement par crédit-bail qu'elles ont demandé. Ces taux sont similaires à ceux des entreprises de tous les secteurs (92,3 % pour le financement par emprunt et 95,2 % pour le financement par crédit-bail) (tableau 10).

| Tableau 10. Statistiques financières, 2020 | | Tourisme ⁸ | Tous les secteurs |
|--|-------------------|-----------------------|------------------------|
| Financement moyen approuvé par demande (\$) | Emprunt | 192 802 | 313 749 |
| | Crédit-bail | S.O. | 100 091 |
| | Crédit commercial | 22 490 | 79 494 |
| | Capitaux propres | S.O. | 936 551 |
| | Gouvernement | 64 326 | 69 614 |
| Financement total approuvé (\$) | Emprunt | 2 259 376 040 | 39 352 569 605 |
| | Crédit-bail | S.O. | 4 537 245 869 |
| | Crédit commercial | 352 985 089 | 14 746 378 692 |
| | Capitaux propres | S.O. | 7 253 176 478 |
| | Gouvernement | 3 870 518 431 | 40 933 655 159 |
| | Total | 6 651 994 950 | 106 823 025 803 |

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

⁸ Les estimations de financement dont le coefficient de variation (CV) est supérieur à 20% ont été exclues de ce tableau. Les estimations de financement par emprunt et par capitaux propres présentées ont un CV compris entre 15 et 20 % et doivent être utilisées avec prudence.

Les PME du secteur du tourisme ont reçu 6,2 % du financement externe autorisé en 2020, une part non négligeable si l'on considère que le secteur du tourisme (avant la pandémie) ne représente que 2,1 % du PIB du Canada. 41 % des financements externes autorisés en 2020 sont allés à des industries de production telles que l'agriculture, la sylviculture, la pêche et la chasse, l'extraction minière, pétrolière et gazière; la construction; et la fabrication.

En moyenne, les PME touristiques ont bénéficié de conditions de financement externe similaires à celles des entreprises de tous les secteurs. Les taux d'intérêt n'ont pas varié de façon substantielle, bien que les entreprises touristiques aient été plus susceptibles de financer à plus long terme (p. ex., 138 mois pour les prêts hypothécaires non résidentiels, comparativement à 111 mois pour l'ensemble des entreprises) et plus susceptibles de fournir des biens personnels comme garantie de financement que la moyenne des PME (49,2 % pour les entreprises touristiques, comparativement à 36,9 % pour l'ensemble des entreprises).

Utilisation prévue du financement de la dette

Près de 70 % des PME touristiques qui ont demandé un financement par emprunt en 2020 avaient l'intention d'utiliser ce financement pour le fonds de roulement ou d'exploitation, comme les stocks, le paiement des fournisseurs, etc. Cette situation est commune à toutes les industries, quel que soit le secteur, bien que les PME touristiques déclarent plus fréquemment qu'il s'agit de l'utilisation prévue de leur financement par emprunt (seulement 60 % des PME de tous les secteurs ont déclaré qu'il s'agissait de l'utilisation prévue de leur financement par emprunt). Les autres machines ou équipements (16 %) et les terrains ou bâtiments (15,2 %) sont les utilisations prévues les plus courantes parmi les entreprises touristiques.

| Tableau 11. Utilisation prévue du financement de la dette, 2020 | PMEs touristique (%) | Tous les PME (%) |
|--|-----------------------------|-------------------------|
| Fonds de roulement / capital d'exploitation | 69,9 | 59,8 |
| Autres machines ou équipement | 16,0 | 19,3 |
| Terrains et bâtiments | 15,2 | 14,0 |
| Véhicules / matériel roulant | 14,0 | 14,4 |
| Matériel informatique | 10,2 | 8,4 |
| Logiciels informatiques | 10,4 | 6,9 |
| Autres | 9,8 | 11,2 |
| Consolidation de dettes | 6,6 | 6,3 |
| Recherche et développement | 4,8 | 3,2 |
| Entrée sur un nouveau marché | 3,0 | 4,9 |

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

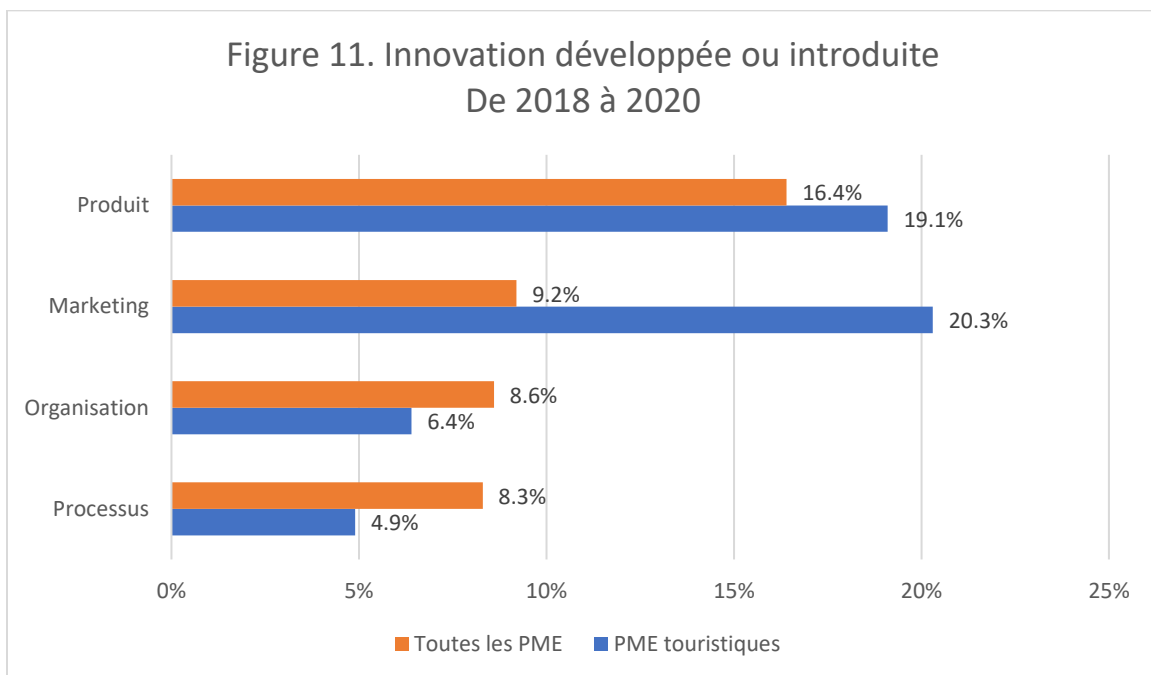
11. INNOVATION ET L'ADOPTION DE TECHNOLOGIES AVANCÉES

En 2011, l'enquête a introduit une série de questions sur les pratiques d'innovation des PME. L'innovation est un accélérateur essentiel de la croissance des entreprises et de l'augmentation de la productivité. Elle constitue un atout concurrentiel pour les PME et est particulièrement importante pour attirer de nouveaux clients ou des clients fidèles dans le contexte d'industries touristiques très compétitives. Les répondants sont interrogés sur leurs activités d'innovation dans quatre domaines clés :

- L'innovation de **produit** : un bien ou un service nouveau ou sensiblement amélioré ;
- Innovation de **processus** : un procédé ou une méthode de production nouveau ou sensiblement amélioré ;
- Innovation **marketing** : une nouvelle façon de vendre des biens ou des services ; et
- Innovation **organisationnelle** : une nouvelle méthode d'organisation dans les pratiques commerciales, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures.

Dans l'enquête 2020⁹, plus d'un tiers des entreprises touristiques (36,4 %) se sont déclarées innovatrices, mettant en œuvre au moins un type d'activité d'innovation ci-dessus au cours des trois dernières années. Ce chiffre est supérieur à la moyenne de l'ensemble des secteurs d'activité, où seulement 28,4 % des entreprises ont déclaré la même chose (figure 11).

Une entreprise touristique sur cinq a déclaré avoir mis en œuvre une innovation marketing (définie comme une nouvelle façon de vendre un bien ou un service), contre une entreprise sur dix tous secteurs confondus. Une entreprise touristique sur cinq a également déclaré avoir mis en œuvre une innovation de produit (définie comme un bien ou un service nouveau ou sensiblement amélioré), contre une entreprise sur six tous secteurs confondus.



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

Bien que la moitié (52,8 %) de toutes les PME touristiques aient indiqué que l'adoption ou l'utilisation de technologies avancées ne s'appliquait pas aux activités de l'entreprise, près de 20 % des PME touristiques ont adopté au moins une technologie avancée de 2018 à 2020. Les technologies de veille stratégique ont été la technologie la plus fréquemment adoptée par le tourisme et les autres

⁹ Les réponses à l'enquête peuvent différer de celles d'autres enquêtes de Statistique Canada sur l'innovation, comme l'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, en raison des différences de méthodologie et de stratégies d'échantillonnage.

entreprises, suivies par les systèmes de sécurité ou d'authentification avancée et les systèmes de l'Internet des objets (IdO), qui comprennent des appareils et des machines informatiques non traditionnels dotés d'une connectivité réseau (tableau 12).

| Tableau 12. Adoption de technologies avancées de 2018 à 2020 | Tourisme (%) | Tous les secteurs (%) |
|--|---------------------|------------------------------|
| Technologies de veille stratégique | 11,3 | 13,7 |
| Technologies de vérification de la conception ou de l'information | 2,9 | 7,8 |
| Sécurité ou systèmes d'authentification avancés | 6,5 | 10,6 |
| Technologies de manutention, de chaîne d'approvisionnement ou bien de logistique | 5,5 | 7,9 |
| Technologies de traitement ou de fabrication | 1,7 | 4,0 |
| Systèmes de l'Internet des objets (IdO) | 6,3 | 7,4 |
| Technologies propres | 3,0 | 5,1 |
| Autres | 0,4 | 1,3 |

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

Les entreprises touristiques étaient également plus susceptibles que les autres entreprises d'avoir une présence en ligne en 2020, plus des trois quarts (77,2 %) des entreprises touristiques déclarant être actives en ligne, contre seulement 58,5 % de l'ensemble des entreprises. En 2017, seulement 63,3 % des entreprises touristiques et 53,6 % de l'ensemble des entreprises ont déclaré avoir un site web, mais en 2020, plus de 80 % des entreprises des deux catégories ont déclaré avoir un site web (80,6 % des PME touristiques et 82,9 % de l'ensemble des PME)(tableau 13).

Les entreprises touristiques ont également déclaré être plus actives sur les médias sociaux en 2020 que les entreprises de l'ensemble de l'économie : 77,8 % des PME du secteur du tourisme ont déclaré disposer de comptes de médias sociaux, contre seulement 66,2 % de l'ensemble des entreprises. Les entreprises du tourisme étaient plus susceptibles d'avoir adopté des services de marketing numérique et des plateformes de commerce électronique, une entreprise du tourisme sur cinq indiquant qu'elle disposait d'un système de paiement électronique pour ses clients (contre une entreprise sur sept pour l'ensemble de l'économie).

| Table 13. Activités en ligne, 2020 | Tourisme (%) | Tous les secteurs (%) |
|---|---------------------|------------------------------|
| Services de marketing numérique | 35,9 | 27,6 |
| Comptes de médias sociaux | 77,8 | 66,2 |
| Évaluations sur Google | 66,8 | 42,7 |
| Site web | 80,6 | 82,9 |
| Plateforme de commerce électronique | 18,4 | 12,1 |
| Système de paiement électronique pour ses clients | 20,3 | 14,6 |
| Autres | 3,8 | 2,2 |

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

12. PERFORMANCE FINANCIÈRE

Cette section du profil examine la performance financière des entreprises canadiennes dont les revenus annuels se situent de 30 000 \$ à 5 000 000 \$ en utilisant les données financières complètes de l'année 2020. L'analyse de cette section utilise des données obtenues par le biais des *Données sur la performance financière* de l'ISDE ([lien disponible dans les références à la fin du rapport](#)). **Cette section utilise une définition de la petite entreprise basée sur le revenu annuel brut, par opposition à la définition basée sur le nombre d'employés utilisée ailleurs dans ce profil**, parce que les *Données sur la performance financière* ne sont pas disponibles sur la base du nombre de personnes employées par une entreprise¹⁰. La définition des industries du tourisme est conforme à la définition décrite dans l'annexe.

En moyenne, les petites entreprises des industries du tourisme avaient des revenus totaux, des dépenses totales et des bénéfices nets inférieurs à la moyenne des petites entreprises de toutes les industries. En 2020, le revenu moyen des petites entreprises des industries touristiques était de 460 652 \$, contre 630 959 \$ pour les petites entreprises de tous les secteurs. Les petites entreprises des industries du tourisme ont également enregistré des bénéfices nets inférieurs à la moyenne, soit 15 997 \$, comparativement à 33 763 \$ pour les petites entreprises de tous les secteurs. Une proportion plus faible de petites entreprises des industries touristiques (67 %) étaient rentables en 2020, comparativement aux petites entreprises de tous les secteurs (75 %). Le bénéfice net moyen de ces petites entreprises des industries touristiques était de 82 210 \$, comparativement à 105 479 \$ pour les petites entreprises de tous les secteurs. Une plus grande proportion de petites entreprises des industries touristiques n'étaient pas rentables, mais ces entreprises ont déclaré une perte nette plus faible (-122 683 \$) en moyenne, comparativement aux petites entreprises non rentables de tous les secteurs (-198 802 \$) en 2020.

| Tableau 14. Revenus, dépenses et rentabilité moyens, 2020 | | Tourisme | Tous les secteurs |
|---|---------------------------|-------------|-------------------|
| Toutes les entreprises | Nombre d'entreprises | 124 780 | 1989189 |
| | Revenu total moyen | 460 652 \$ | 630 959 \$ |
| | Dépenses totales moyennes | 445 276 \$ | 597 268 \$ |
| | Bénéfice net moyen | 15 997 \$ | 33 763 \$ |
| Entreprises rentables | Pourcentage | 67 | 75 |
| | Revenu total moyen | 456 734 \$ | 656 001 \$ |
| | Dépenses totales moyennes | 374 424 \$ | 550 523 \$ |
| | Bénéfice net moyen | 82 210 \$ | 105 479 \$ |
| Entreprises non rentables | Pourcentage | 33 | 26 |
| | Revenu total moyen | 500 338 \$ | 584 472 \$ |
| | Dépenses totales moyennes | 623 446 \$ | 783 291 \$ |
| | Bénéfice net moyen | -122 683 \$ | -198 802 \$ |

Source: ISDE, Données sur la performance financière, 2020

¹⁰ La taille d'une entreprise peut être définie de plusieurs façons. Le nombre d'employés est la définition la plus fréquemment utilisée, mais lorsque cette information n'est pas disponible, une bonne alternative est d'utiliser les ventes annuelles, les expéditions ou les revenus bruts ou nets. Source : Statistique Canada, *Profils des petites entreprises, 2011*

Encadré 4 : L'impact de la pandémie de COVID-19 sur les performances financières

Bien que les données présentées dans cette section intègrent les données financières d'une année complète pour l'exercice 2020, il est important de noter que dans le contexte de la pandémie de COVID-19, les données de performance financière affichées peuvent ne pas représenter une année typique pour le tourisme ou d'autres entreprises.

En 2017, 80 % des entreprises touristiques dont les revenus se situaient entre trente mille et cinq millions étaient rentables, contre 78 % des entreprises de tous les secteurs. Bien que les marges bénéficiaires nettes des entreprises rentables restent relativement inchangées malgré la pandémie (les entreprises touristiques ont eu un bénéfice net moyen de 82 210 dollars en 2020 et de 76 307 dollars en 2017), la perte nette des entreprises non rentables a été beaucoup plus importante en 2020 (-122 683 dollars par rapport à -81 133 dollars en 2017).

Parmi les petites entreprises des industries du tourisme, celles qui sont engagées dans les industries du transport et de la restauration ont enregistré le bénéfice net moyen le plus élevé en 2020, soit 19 786 \$ et 10 550 \$ respectivement. Bien qu'elles aient le bénéfice net moyen le plus élevé, seulement trois quarts (74 %) des petites entreprises étaient rentables dans l'industrie du transport et un peu plus de la moitié (54 %) des petites entreprises de l'industrie des services d'alimentation et de boissons étaient rentables. L'industrie des services de voyage avait le revenu total moyen le plus élevé et les dépenses totales moyennes les plus élevées de tous les secteurs du tourisme et, de ce fait, elle avait également le bénéfice net moyen le plus faible (une perte moyenne de 7 100 \$) et le plus faible pourcentage d'entreprises rentables, soit 51 %.

Si l'on considère uniquement les petites entreprises rentables, l'industrie du transport a enregistré le bénéfice net moyen le plus élevé, soit 90 171 \$, comparativement à l'industrie des services d'alimentation et de boissons, qui a enregistré le bénéfice net moyen le plus faible des petites entreprises rentables, soit 60 400 \$. Si l'on considère uniquement les petites entreprises non rentables, celles de l'industrie du transport ont subi la perte nette moyenne la plus importante (-170 100 \$), tandis que les entreprises des services de restauration et de boissons ont subi la perte nette moyenne la plus faible (-49 500 \$).

Tableau 15. Revenus, dépenses et rentabilité moyens, 2020, par industrie touristique

| | | Transport | Services de voyage | Loisirs et divertissement ¹¹ | Hébergement | Services de restauration |
|----------------------------------|---------------------------|-------------|--------------------|---|-------------|--------------------------|
| Toutes les entreprises | Nombre d'entreprises | 20163 | 4128 | 25854 | 9901 | 63019 |
| | Revenu total moyen | 480 764 \$ | 597 500 \$ | 361 783 \$ | 450 675 \$ | 590 050 \$ |
| | Dépenses totales moyennes | 460 964 \$ | 604 500 \$ | 354 317 \$ | 444 200 \$ | 579 550 \$ |
| | Bénéfice net moyen | 19 786 \$ | -7 100 \$ | 10 533 \$ | 6 425 \$ | 10 550 \$ |
| Entreprises rentables | Pourcentage | 74 | 51 | 61 | 61 | 54 |
| | Revenu total moyen | 457 707 \$ | 537 300 \$ | 347 833 \$ | 480 225 \$ | 684 850 \$ |
| | Dépenses totales moyennes | 367 543 \$ | 467 800 \$ | 283 600 \$ | 392 000 \$ | 624 450 \$ |
| | Bénéfice net moyen | 90 171 \$ | 69 500 \$ | 63 733 \$ | 88 225 \$ | 60 400 \$ |
| Entreprises non rentables | Pourcentage | 26 | 49 | 39 | 39 | 46 |
| | Revenu total moyen | 618 091 \$ | 661 100 \$ | 405 883 \$ | 289 067 \$ | 469 200 \$ |
| | Dépenses totales moyennes | 788 209 \$ | 749 200 \$ | 485 617 \$ | 392 600 \$ | 518 600 \$ |
| | Bénéfice net moyen | -170 100 \$ | -88 100 \$ | -78 067 \$ | -103 500 \$ | -49 500 \$ |

Source: ISDE, Données sur la performance financière, 2020

13. CONCLUSIONS

Avant la pandémie de COVID-19, les industries du tourisme représentaient 2 % du produit intérieur brut du Canada, 3 % des exportations totales du Canada et 4 % des emplois dans tout le pays. Les PME sont l'épine dorsale des industries du tourisme : plus de 99 % des entreprises touristiques sont des PME et environ 7 % de toutes les PME canadiennes sont concentrées dans les industries touristiques. Les PME touristiques étaient plus jeunes et étaient plus susceptibles d'être détenues par des femmes, des minorités visibles, des immigrants au Canada et des personnes handicapées.

Les PME du secteur du tourisme ont introduit davantage d'innovations globales par rapport aux PME de tous les secteurs au cours de la période de 2018 à 2020, et étaient plus susceptibles d'introduire de nouveaux produits ou services (innovation de produit) et de nouvelles méthodes de vente de leurs biens ou services (innovation marketing).

¹¹ Les revenus moyens, les dépenses et les ratios de rentabilité n'étaient pas disponibles pour les catégories SCIAN 7111 – Compagnies d'arts d'interprétation et le SCIAN 7112 – Sports-spectacles, car ces données ont été supprimées par Statistique Canada pour des raisons de confidentialité.

Les fournisseurs de crédit ont tendance à considérer les PME touristiques comme des opérateurs dans des secteurs relativement risqués par rapport aux PME opérant dans d'autres secteurs. Par rapport à l'ensemble des PME, les PME touristiques ont eu un peu plus de mal à obtenir un financement par emprunt en 2020 dans les conditions de la pandémie. Elles ont obtenu la plus grande partie de leur financement par emprunt auprès de banques à charte nationales et étaient plus susceptibles que les autres entreprises de faire appel à des coopératives de crédit et à des institutions gouvernementales comme fournisseur de financement par emprunt. Les PME du secteur du tourisme étaient plus susceptibles d'être fermées au cours de la première année de la pandémie, et ce pour une plus longue durée, que les entreprises du reste de l'économie.

Les entreprises du secteur du tourisme étaient moins susceptibles d'être rentables en 2020 que le reste de l'économie, le défi le plus important en matière de rentabilité se situant dans le secteur des services de voyage, où seulement la moitié des entreprises en 2020 ont déclaré être rentables. Bien que les entreprises touristiques aient été plus susceptibles d'être non rentables en 2020, leur perte nette moyenne était inférieure à celle des entreprises non rentables dans le reste de l'économie.

L'enquête de Statistique Canada sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises devrait être menée à nouveau en 2024, ce qui permettra d'obtenir des informations actualisées sur les industries du tourisme pendant la période postpandémique. En particulier, il sera intéressant de voir si et comment les adaptations des entreprises pendant la période de pandémie influencent la croissance de ce secteur unique lorsque la demande reviendra aux niveaux prépandémiques.



RÉFÉRENCES

Bédard-Maltais, P. 2015. *Profil des PME : les industries touristiques au Canada*, mars. Disponible à l'adresse [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, *Rapport annuel 2021*. Accessible à <https://www.bdc.ca/globalassets/digizuite/33123-bdc-rapport-annuel-2021.pdf>

Innovation, Science et Développement économique Canada, *Données ouvertes du Programme de financement des petites entreprises du Canada*
<https://open.canada.ca/data/fr/dataset/3f718801-099d-4037-bb0a-1d41ba8aca8b>

Innovation, science et développement économique, *Données sur la performance financière*, 2017 et 2020. Accessible à <https://ised-isde.canada.ca/site/donnees-performance-financiere/fre>.

Statistique Canada. *Tableau 36-10-0230-01 – Demande touristique au Canada, trimestrielle (dollars)*. Accessible à https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3610023001&request_locale=fr

Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2017. Accessible à <http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/03087.html>

Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2020. Accessible à <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210211/dq210211d-fra.htm>

Statistique Canada, *Module des ressources humaines provinciales et territoriales du compte satellite du tourisme*, 2019. Accessible à <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/201030/dq201030c-fra.htm>

Statistique Canada, *Nombre d'entreprises canadiennes, décembre 2020*. Accessible à <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210211/dq210211d-fra.htm>

Statistique Canada, *Manuel du compte satellite du tourisme*, accessible à https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=1710000901&request_locale=fr

ANNEXE – CODES DE CLASSIFICATION DES INDUSTRIES DE L'AMÉRIQUE DU NORD POUR LES INDUSTRIES DU TOURISME

| 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 autocar | |
| 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 |
| Taxis | |
| 4853 | Services de taxi et de limousine |
| Services de voyage | |
| 5615 | Services de préparation de voyages et de réservation |

| SCIAN | Description |
|----------------------------------|---|
| Loisirs et divertissement | |
| 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 hébergements | |
| 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 | Débits de boissons alcoolisées |
| 7225 | Restaurants à service complet et établissements de restauration à service restreint |