



*simplifier la complexité*

## Regroupement des événements majeurs internationaux

*Développer le plein potentiel  
touristique et économique des  
événements majeurs internationaux :  
un levier essentiel à la création  
de richesse*

Extraits du rapport final

12 février 2015

# Contenu

---

Sommaire exécutif	2
Mise en contexte	7
Un potentiel touristique sous-développé	10
Une industrie aux nombreuses retombées	15
Grandes tendances	29
Des organisations performantes mais des fonds publics limités	31
Défis et opportunités pour les événements majeurs internationaux	37
Pistes d'amélioration potentielles	41
Avenues de financement	45
Annexe	49

# Sommaire exécutif

# Sommaire exécutif (1/4)

<b>Contexte</b>	L'objectif du présent document est de <b>nourrir la réflexion du Regroupement des événements majeurs internationaux (RÉMI) quant au potentiel de développement de l'industrie</b> et d'explorer de <b>nouvelles voies de financement</b>
<b>Un potentiel touristique sous-développé</b>	<p>Malgré une <b>croissance</b> annuelle constante de <b>4,1 %<sup>1</sup> de l'industrie touristique dans le monde</b>, le <b>déficit touristique est de 18 milliards \$ au Canada<sup>2</sup> et de plus de 3 milliards \$ au Québec<sup>3</sup></b></p> <p>En plus d'enregistrer un déficit touristique croissant, le Québec n'obtient pas sa juste part du tourisme canadien (<b>18 % des dépenses, 16 % des touristes et des nuitées versus 20 % du PIB canadien</b>)</p> <p>Grâce aux événements majeurs et à leurs retombées, le Québec peut devenir concurrentiel à l'échelle internationale</p> <p>Le Québec fait parler de lui grâce à ses événements :</p> <p><i>« Montreal's residents now have a new problem: a superabundance of events to choose from each year. It is a predicament that mayors of many cities would welcome » (source : The Economist)</i></p> <p>Malgré leur impact, le potentiel touristique des événements majeurs est sous-développé alors que celui-ci a fait ses preuves et pourrait être utilisé comme un important levier économique par les gouvernements</p>
<b>Une industrie aux nombreuses retombées</b>	<p>Les événements majeurs internationaux sont d'importants moteurs de retombées multiples :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ils génèrent des impacts positifs sur les commerces adjacents et leurs quartiers (ex. : Quartier des spectacles)</li><li>▪ Ils stimulent la demande hôtelière (augmentation du taux d'occupation et du prix moyen des chambres pendant la période festivalière)</li><li>▪ Ils contribuent à la satisfaction des visiteurs au Québec (65 % des touristes les identifient comme des sources de satisfaction)</li><li>▪ Ils permettent de bâtir un savoir-faire et une expertise reconnus à l'international (ex. : Solotech)</li><li>▪ Ils stimulent la diffusion et la participation culturelle, sportive et de loisirs et permettent même de nombreuses activités éducatives et familiales (ex. : Coupe Rogers)</li><li>▪ Ils dynamisent les régions (ex. : Festival Western de St-Tite)</li></ul>

## Sommaire exécutif (2/4)

### Une industrie aux nombreuses retombées (suite)

Les événements majeurs internationaux sont d'importants moteurs de retombées économiques :

- Ils sont des moteurs d'attraction touristique : ils attirent **4,8 millions de visiteurs, dont 1,1 million de touristes**
- Ils affichent une proportion plus élevée de touristes hors Québec que la moyenne de l'ensemble du Québec (la clientèle « non locale » des événements majeurs est **composée de plus de 30 % de touristes hors Québec versus 8 % pour la moyenne québécoise**)
- Les événements membres du RÉMI génèrent un total de 362,1 M\$ en valeur ajoutée et 41,2 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales pour le Québec
  - La **valeur ajoutée** de leurs **retombées touristiques** est estimée à **202,3 M\$ pour le Québec**
  - **35,2 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales** générées par le séjour des 4,8 millions de touristes
  - La **valeur ajoutée** des **dépenses d'exploitation** est estimée à **159,8 M\$ pour le Québec**
  - **6,0 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales** générées par les dépenses d'exploitation
- Les événements membres du RÉMI génèrent un total de 23,4 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales pour le Canada
  - **19,1 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales** générées par le séjour des 4,8 millions de touristes
  - **4,3 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales** générées par les dépenses d'exploitation

### Grandes tendances : comment faire croître l'attractivité de nos événements majeurs internationaux

Avec plus de moyens, les événements majeurs internationaux seraient en mesure de poursuivre l'évolution de leur offre et leur croissance afin de mieux affronter la concurrence, qui est de plus en plus vive, en s'inspirant des tendances internationales, grâce :

- À la bonification et au rehaussement de l'offre, de la programmation et de l'expérience client et au développement d'une offre professionnelle reliée aux événements
- À l'utilisation des technologies
- À l'utilisation des médias sociaux
- À l'utilisation de nouvelles stratégies promotionnelles qui misent, entre autres, sur des partenariats entre organismes et avec le secteur privé
- Au développement durable

## Sommaire exécutif (3/4)

---

### Des organisations performantes, mais des fonds publics limités

**84 % des revenus** des membres du RÉMI sont de sources **privées et autonomes; seulement 16 % proviennent de subventions gouvernementales**

Les membres du RÉMI reçoivent une portion de financement public inférieure à celle d'autres domaines culturels au Québec et événements majeurs dans le monde. De plus, les principales sources de financement sont plafonnées depuis 2001 et connaissent une faible croissance par rapport à l'inflation

Les bénéfices d'exploitation des membres du RÉMI ont diminué depuis 2011 jusqu'à devenir **négatifs en 2013 (déficit moyen de 1,1 % des revenus)**, rendant précaire la situation financière des événements

### Défis et opportunités pour les événements majeurs internationaux

La santé financière des événements majeurs internationaux est précaire dans bien des cas, au Québec comme au Canada :

- Déficits d'opération périodiques
- Déficits accumulés
- Absence de fonds de réserve

Plafond du financement public créant un « désincitatif » à la croissance

Contraintes et défis supplémentaires liés aux événements publics gratuits

### Pistes d'amélioration potentielles

Compte tenu de leur potentiel de retombées, avec plus de ressources financières, les événements majeurs internationaux seraient en mesure de :

- Optimiser l'offre actuelle (ex. : durée de l'événement, programmation...)
- Investir dans le renouvellement du produit et de l'expérience
- Investir davantage dans la relation client et la visibilité internationale
- Stimuler les initiatives communes/les partenariats

## Sommaire exécutif (4/4)

---

### Avenues potentielles de financement

Afin d'accroître le nombre de touristes hors Québec et de maximiser l'effet de levier grâce aux revenus autonomes, quatre avenues potentielles de financement seront notamment mises de l'avant :

1. Uniformisation et augmentation de la taxe sur l'hébergement
2. Mise en place d'un programme dédié au développement de produit au fédéral
3. Augmentation des enveloppes des programmes actuels et création de nouveaux programmes au Québec (ex. : pour soutenir l'innovation)
4. Mesure d'accompagnement à la croissance

Le Québec et le Canada ne peuvent se permettre de ne pas investir et capitaliser davantage sur l'industrie touristique et ses événements majeurs internationaux puisqu'ils sont des leviers essentiels à la croissance

A blue trapezoidal graphic on the left side of the slide, with a gradient from dark blue on the left to light blue on the right. The text "Mise en contexte" is centered within this graphic.

Mise en contexte



# Les événements majeurs internationaux du Québec

Le RÉMI est un regroupement de 28 événements majeurs au Québec à **fort rayonnement international**. Les organismes membres représentent de nombreux domaines culturels, sportifs et de divertissement et sont situés géographiquement dans différentes régions du Québec.

Les derniers rapports d'achalandage indiquent que les événements majeurs internationaux membres du RÉMI ont été fréquentés par environ 4,8 millions de visiteurs uniques totaux, dont 1,1 million de touristes (visiteurs ayant dormi au moins une nuit)\*.

Les événements majeurs internationaux membres du RÉMI sont :



\* Selon les derniers rapports d'achalandage remis au ministère du Tourisme; données variant entre 2011 et 2014 dépendamment des festivals et événements

# Les événements majeurs internationaux du Canada

Les événements majeurs internationaux du Canada sont regroupés au sein d'une organisation canadienne : FEEM. Cette organisation joue un rôle pancanadien de représentation et de promotion pour ses 20 membres, parmi lesquels on dénombre neuf membres du RÉMI.

FEEM est un partenaire du RÉMI, ces deux organisations travaillent conjointement sur de nombreux dossiers. Le RÉMI est d'ailleurs membre affilié de FEEM.

Les événements majeurs internationaux membres de FEEM sont :

**SHAW  
FESTIVAL**

**FESTIVAL  
INTERNATIONAL  
DE JAZZ  
DE MONTRÉAL**

*Stratford  
FESTIVAL*

*Bluesfest*

**LUMINATO  
FESTIVAL**

 **Festival du Voyageur** **MONTRÉAL  
EN LUMIÈRE**

  
**FESTIVAL  
western  
ST-TITE**

**WINNIPEG  
FOLK  
FESTIVAL**

  
Carnaval de Québec

**tiff.**

**HARVEST  
FESTIVAL**  
FREDERICTON, NB, CANADA

**OSHEAGA**  
FESTIVAL MUSIQUE ET ARTS

  
**FESTIVAL  
MONTGOLFIÈRES  
DE GATINEAU**

**TD** VANCOUVER  
INTERNATIONAL  
JAZZ FESTIVAL 

  
Juste pour  
r're

  
LES FÊTES DE LA NOUVELLE-FRANCE

**CS**  
*Calgary Stampede*

**ROYAL NOVA SCOTIA  
INTERNATIONAL  
TATTOO**

**MONTGOLFIÈRES  
SAINT-JEAN-SUR-RICHELIEU**

Un potentiel  
touristique sous-  
développé

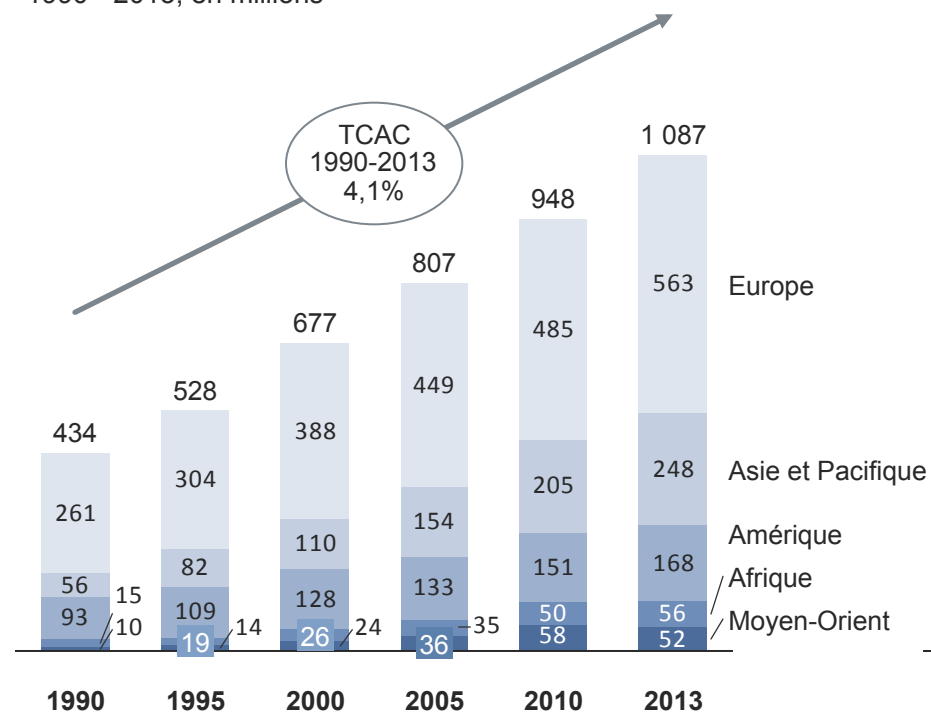
# Malgré une croissance importante de l'industrie touristique dans le monde...

UNE CROISSANCE ANNUELLE COMPOSÉE DE 4,1% (ENTRE 1990 ET 2013) DU NOMBRE D'ARRIVÉES INTERNATIONALES DANS LE MONDE

Le nombre d'arrivées internationales devrait atteindre 1,8 milliard en 2030

## Nombre d'arrivées internationales

1990 - 2013, en millions

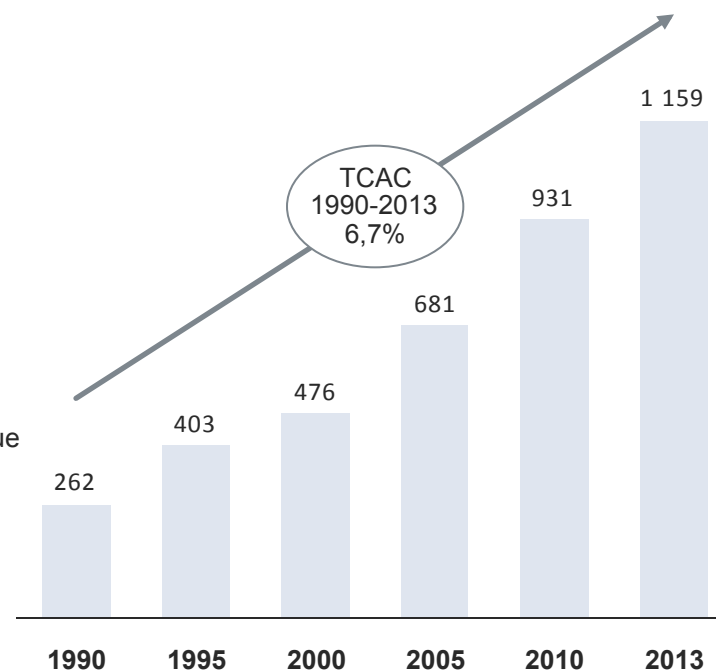


UNE CROISSANCE TOUT AUSSI IMPORTANTE DES RECETTES TOURISTIQUES QUI ATTEIGNENT 1 159 MILLIARD €

Les recettes touristiques sont estimées à 1 070 \$CAN en moyenne par arrivée

## Recettes du tourisme international

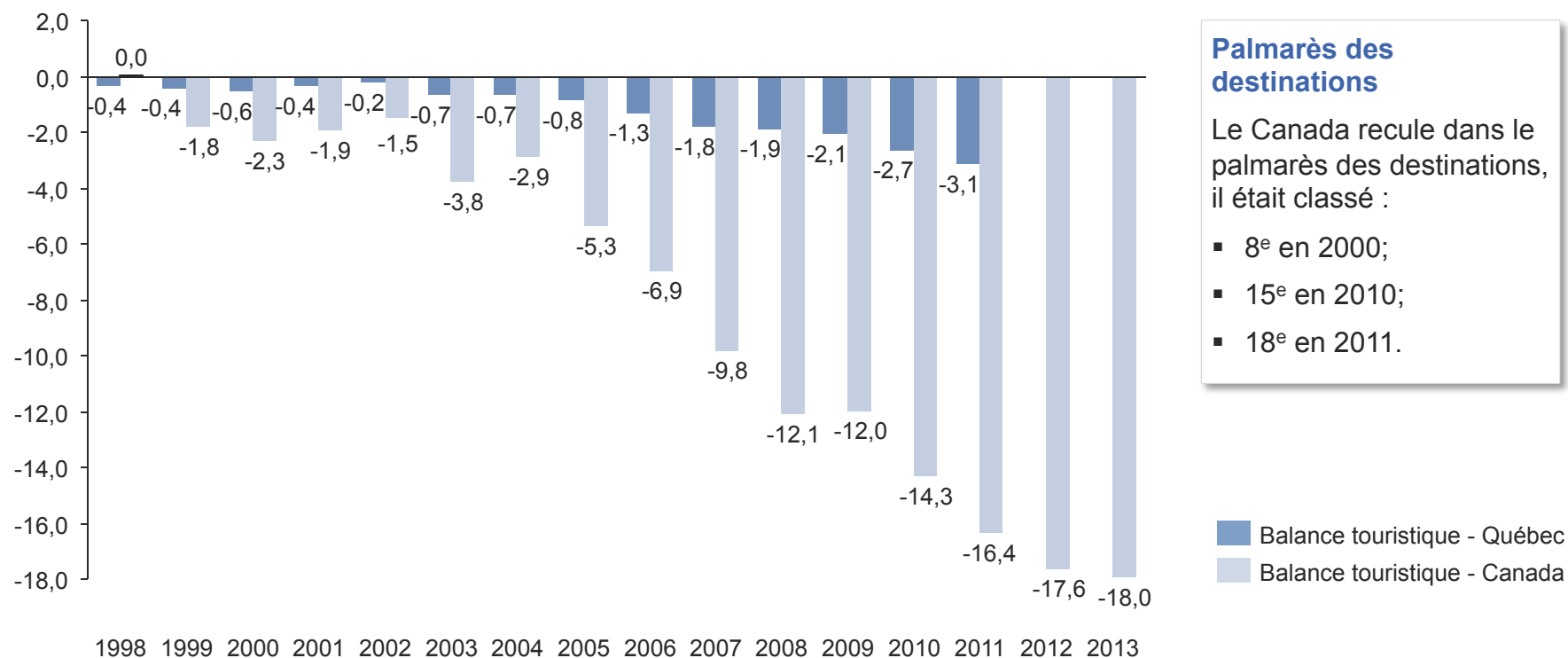
1990 - 2013, en milliards € constants de 2008



Sources : World Tourism Organization UNWTO – Tourism Highlights - 2014 Edition, Le tourisme en bref 2012 – Ministère du Tourisme – Juin 2014, analyse KPMG

# ... le déficit touristique continue à se creuser au Canada et au Québec

**Balance touristique du Québec et du Canada**  
1998 à 2013, en milliards de \$



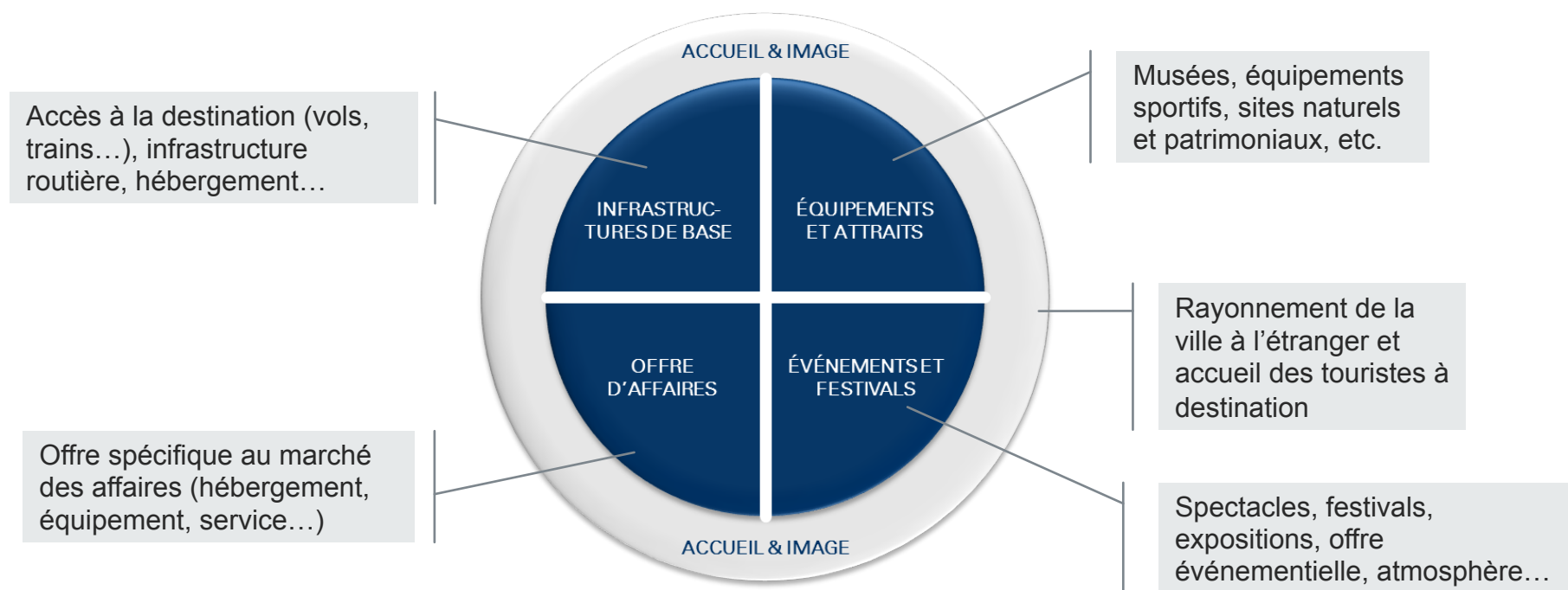
Sources : Tourisme Québec - La balance touristique internationale en 2011 – Août 2013, Statistique Canada – Balance des paiements internationaux – Voyage – Tableau 376-0101, The Canadian Tourism Industry – A Special Report – Fall 2012, The Canadian Tourism Industry – Gateway to Growth – Canadian Tourism Industry Annual Report – 2013, analyse KPMG

Le Canada est l'un des rares pays à avoir moins de visiteurs en valeur absolue en 2012 qu'en 2000, alors qu'il se classait parmi les 10 destinations touristiques les plus populaires en 2000

# Sur le plan touristique, le Québec se démarque, notamment par son offre d'événements et de festivals

L'offre du Québec (sur le plan quantitatif) sur le plan des attraits majeurs (patrimoniaux, muséaux...) étant limitée, c'est surtout par l'événementielle que la province se distingue sur le plan touristique

- Le rayonnement à l'étranger et l'accueil des visiteurs sont aussi des éléments clés dans la capacité à attirer et à fidéliser des touristes



Source : Analyse KPMG

## Le Québec s'est bâti une réputation enviable grâce à ses événements, ce qui contribue à accroître significativement son rayonnement à l'étranger

---

Le Québec s'est bâti une belle réputation au cours des dernières décennies sur le plan de son offre d'événements majeurs internationaux :

- Ce sont les événements majeurs internationaux de Montréal qui en font une ville enviable...
  - « C'est à Montréal, et non à Paris, à La Rochelle, ou n'importe où ailleurs, que se tient le plus grand festival de chanson francophone au monde, par l'importance et la richesse de sa programmation » (source : Téléràma)
  - « Montreal's residents now have a new problem: a superabundance of events to choose from each year. It is a predicament that mayors of many cities would welcome » (source : The Economist)
  - « But the Quebecers' distinctive identity is still going strong: festivals celebrate the province's history, blue-and-white fleur-de-lis flags fly over its towns and cities, and French is widely spoken » (source : CNN)
- Le Festival d'été de Québec fait aussi parler de lui et de la Ville de Québec à l'étranger :
  - “With the historic capital as its backdrop—and a wealth of street performances and activities held throughout the city—the 47-year-old festival has a charming feel that is difficult to find elsewhere” (source : Departure)
  - “After about one day at Festival d'été, it became clear that the festival's real headliner was the city of Québec. Pretty much everything about this mammoth event is designed to showcase Québécois culture and bring tourist dollars into the local economy” (Source : Noisy/Vice)
- Deux finalistes du Québec (Festival d'été de Québec et Osheaga) parmi les 30 meilleures festivals au monde selon FEST300
- Osheaga se classe parmi le palmarès Rolling Stone des 40 festivals de musique à voir dans le monde
- Selon L'Express, le Festival International de Jazz de Montréal se classe parmi les 10 rassemblements musicaux incontournables dans le monde

*Sources : Entrevues, Rolling Stone – Summer 2014's 40 Must-See Music Festival, L'express – Dix festivals de jazz à travers le monde, Bizbash – Top 100 events in Canada 2014, La Presse – Un festival Bleu-blanc-rouge, The Economist – Organising Jazz World's Biggest Street Party, Site Internet du Carnaval de Québec, Telerama – Sacrées Francos – Septembre 2014, Cnn – Five secessionist movements that could learn from Scotland, Departures – Music and Culture in Quebec – Juin 2014, Noisy Music by Vice – The Festival d'été de Québec is huge, french and amazing, fest300.com, analyse KPMG*

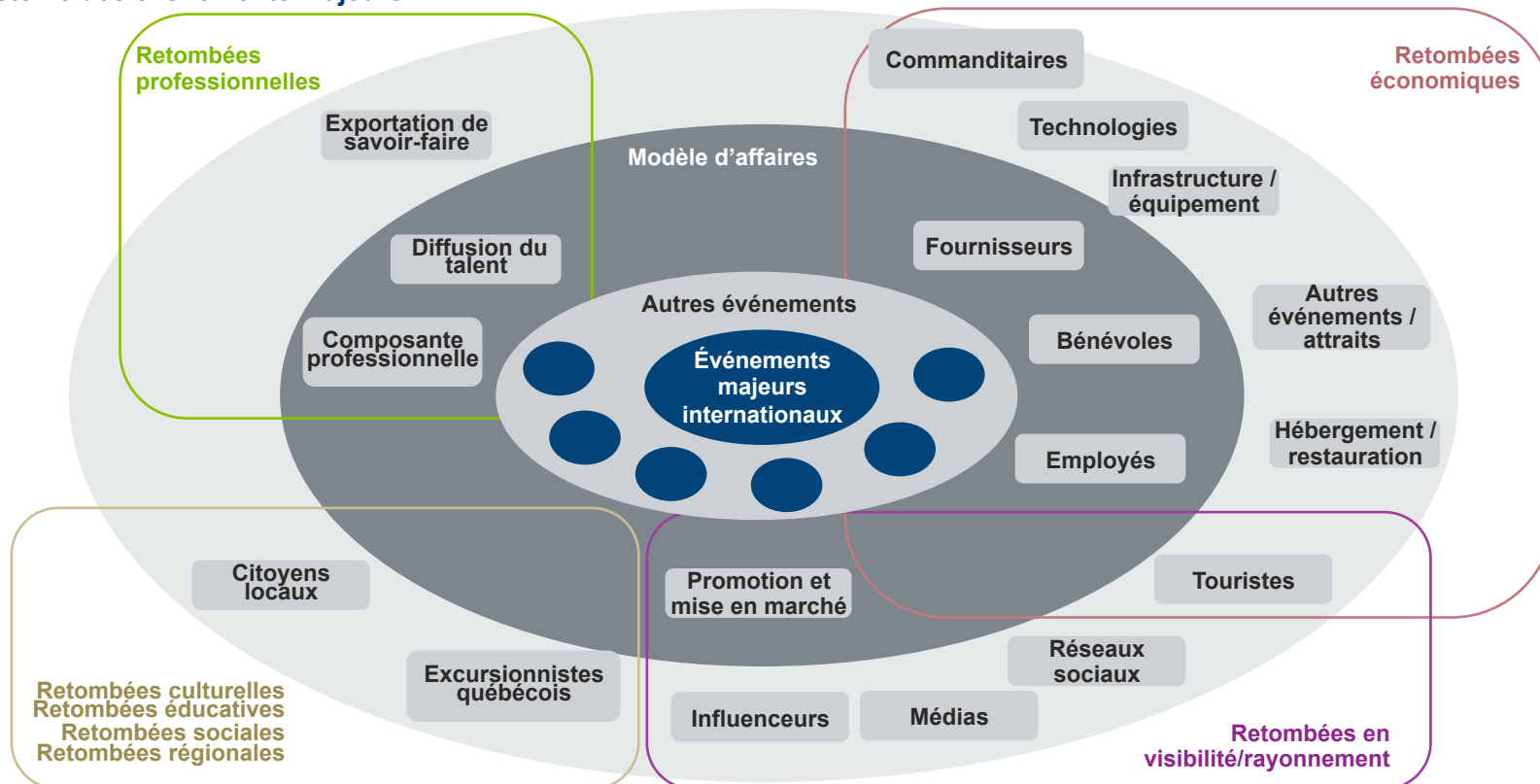
Une industrie  
aux nombreuses  
retombées



# Les événements majeurs internationaux : au cœur d'un écosystème porteur de retombées multiples

- Les événements majeurs internationaux sont des produits d'appels majeurs pour les villes du Québec. Ils servent de catalyseur pour l'attraction et la rétention de touristes. Ils se traduisent en revenus pour les hôtels, restaurants et autres commerces, générant ainsi des retombées économiques significatives pour le Québec. Ils contribuent significativement au rayonnement du Québec à l'étranger
- Ces événements sont également d'importants moteurs sur les plans culturel, social, régional, etc.

## Écosystème des événements majeurs



## *Retombées dynamiques*

# Les événements majeurs internationaux ont aussi souvent des impacts positifs sur les commerces adjacents et leurs quartiers

---

Les événements majeurs internationaux, et principalement ceux offrant des programmations publiques gratuites qui attirent d'énormes foules, sont des sources d'achalandage qui profitent aux commerces avoisinants et servent de catalyseur pour stimuler les investissements dans l'aménagement urbain. C'est le cas notamment du Quartier des spectacles :

- Investissement de plus de 140 millions de dollars par les gouvernements et la Ville
- De nombreux restaurants, bars et boutiques ont ouvert leurs portes à proximité de la Place des festivals au cours des dernières années (environ une quarantaine de nouveaux commerces depuis 2007)
- Construction immobilière : arrivée de nouveaux résidents dans le quartier (maintenant 2 350 appartements et 6 000 résidents)
- Place des Festivals : aménagement de la Place, fontaines, plan lumière, Édifice Wilder, etc.



Sources : Ville de Montréal – Quartier des spectacles – Pôle du Quartier Latin – Mai 2013, analyse KPMG

## Retombées touristiques (1/3)

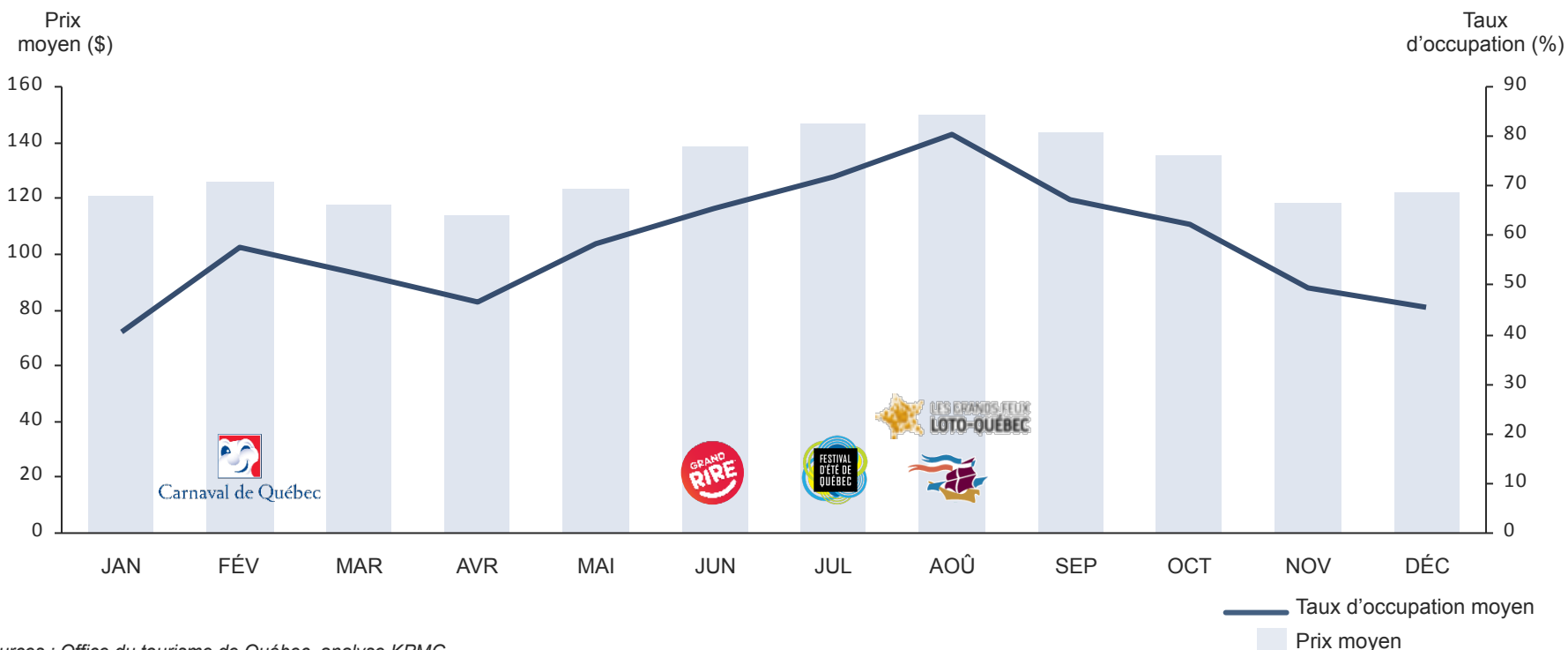
# Les événements majeurs internationaux contribuent à stimuler la demande hôtelière

Lors de la tenue d'événements majeurs internationaux, le taux d'occupation des hôtels ainsi que le prix moyen des chambres sont généralement à la hausse, comme on peut l'observer dans la Ville de Québec

### ILLUSTRATION DE L'IMPACT DES ÉVÉNEMENTS MAJEURS INTERNATIONAUX DANS LA RÉGION TOURISTIQUE DE QUÉBEC

#### Évolution du taux d'occupation et du prix moyen des chambres à Québec

Année 2013, taux d'occupation (%), prix moyen en dollars



Sources : Office du tourisme de Québec, analyse KPMG

## Retombées touristiques (2/3)

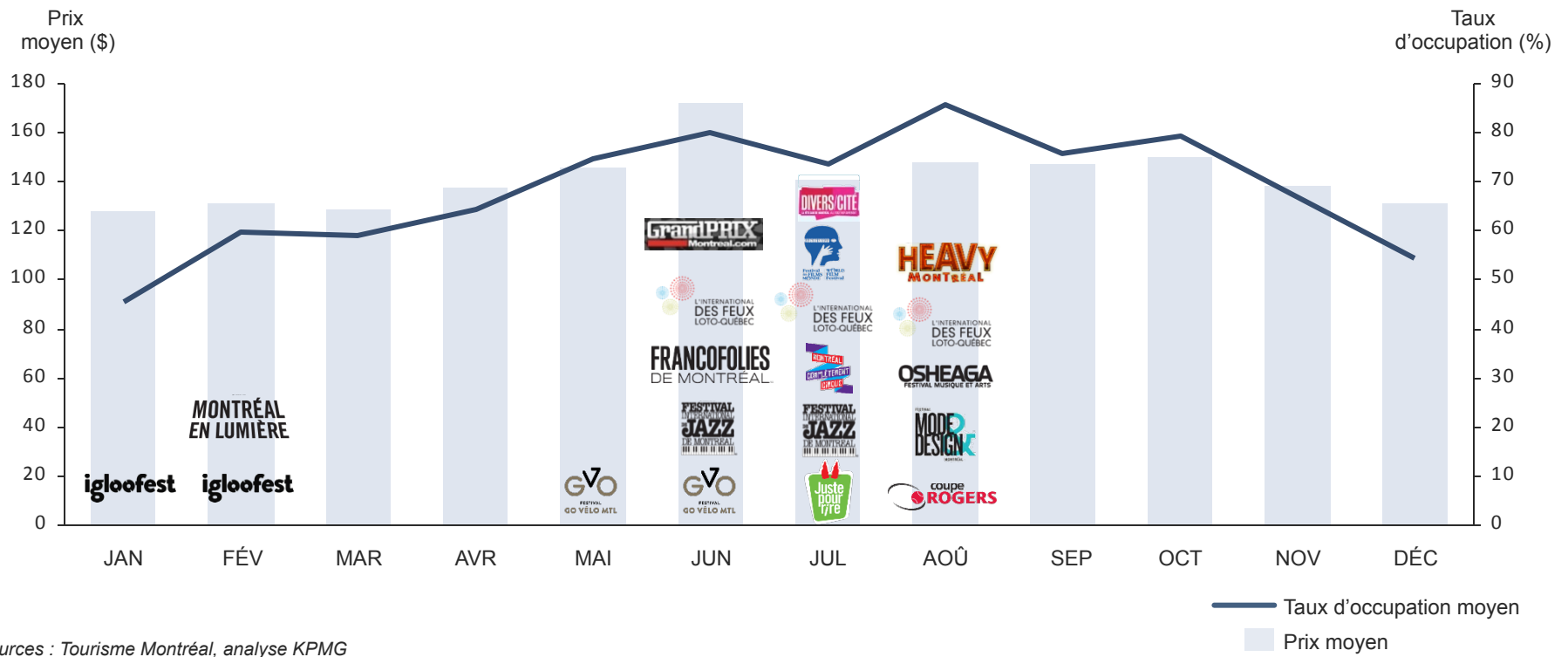
# Les événements majeurs internationaux permettent également de compenser lors de périodes plus calmes pour l'hébergement

Le taux d'occupation des hôtels à Montréal en août est passé de 77,5 % en 2009 à 85 % en 2013 et le prix moyen est passé de 129 \$ en 2009 à 145 \$. Ceci peut s'expliquer en partie par l'émergence et la croissance des événements lors de cette période, notamment Osheaga

### ILLUSTRATION DE L'IMPACT DES ÉVÉNEMENTS MAJEURS INTERNATIONAUX SUR L'ÎLE DE MONTRÉAL

#### Évolution du taux d'occupation et du prix moyen des chambres sur l'Île de Montréal

Année 2013, taux d'occupation (%), prix moyen en dollars



Sources : Tourisme Montréal, analyse KPMG

## Les festivals et événements contribuent à la satisfaction des visiteurs au Québec

---

Un sondage réalisé par Léger Marketing pour le RÉMI démontre que les Québécois ayant participé à un événement majeur du RÉMI ont apprécié leur participation (97 % ont apprécié)

Également, une étude menée par Tourisme Montréal auprès des touristes à Montréal démontre l'impact des événements majeurs internationaux sur leur niveau de satisfaction :

- Les principaux éléments de satisfaction nommés spontanément par les **touristes d'agrément** sont :
  - 69 % l'ambiance;
  - **65 % les événements/festivals;**
  - 65 % la sécurité;
  - 65 % la courtoisie/compétence du personnel (hébergement).
- Les activités, événements et festivals de Montréal ressortent également parmi les principales forces citées par les **touristes d'affaires** :
  - 70 % la diversité de l'offre de restauration;
  - **54 % la diversité d'activités, d'événements et de festivals;**
  - 53 % l'accessibilité de la ville;
  - 50 % la beauté de la ville (d'un point de vue esthétique).

Certains touristes vont même jusqu'à choisir leur destination en fonction des événements et festivals en lien avec leurs intérêts (ex. : musique électronique, sports, etc.)

- Cette tendance est qualifiée de tourisme événementiel

*Sources : Tourisme Montréal - Sondage annuel sur l'expérience des touristes en voyage d'agrément et/ou d'affaires à Montréal – Tourisme Montréal, Sondage Léger Marketing – Rapport Omnibus - Participation et appréciation des événements du RÉMI - 2012, analyse KPMG*

## Un savoir-faire et une expertise reconnus à l'international

---

L'industrie événementielle a permis à des entreprises d'ici de développer une expertise et un talent québécois reconnus et exportés à l'international, par exemple :

- Le Groupe Sensation Mode, qui a développé le concept Festival Mode et Design, développe maintenant des concepts pour d'autres événements de mode dans le monde tels qu'à Berlin, Londres, etc.
- Gestev produit plus d'une centaine d'événements (ex. : Red Bull Crashed Ice)
- Solotech a contribué au succès de divers événements internationaux tels spectacles et tournées de Céline Dion, spectacles du Cirque du Soleil et Jeux Olympiques de Sotchi

De plus, les bénévoles, les employés et les fournisseurs développent une expertise concrète lors de leur implication au sein d'un événement majeur international

- Les événements majeurs internationaux servent de tremplin pour les nouveaux artistes et performeurs (chanteurs, musiciens, cinéastes, humoristes, sportifs, etc.). Ils donnent une place à la relève et aux premières œuvres
- Ils permettent également de favoriser la pérennité du talent artistique local, tel qu'exprimé, par exemple, dans la vision du Festival de Jazz de Montréal
- Les événements majeurs internationaux permettent aussi de rendre emblématiques certains artistes québécois qui deviennent par la suite des ambassadeurs pour le talent québécois à l'étranger
- Les grands événements à rayonnement international attirent non seulement des milliers de touristes à chaque année, mais également des visiteurs professionnels venus des quatre coins du monde qui participent à des activités professionnelles (ex. : des marchés, des foires, etc.)

*Sources : Sondage auprès des membres du RÉMI, Entrevues auprès d'experts de l'industrie, Site Internet du Festival de Jazz de Montréal, Deloitte – Passeport pour la croissance – L'incidence des arrivées internationales sur les exportations canadiennes, Les Affaires – L'exportation culturelle, nouveau tremplin des gens d'affaires – Mai 2012, analyse KPMG*

## Les événements majeurs internationaux stimulent la diffusion et la participation culturelle, sportive et de loisirs

---

Les événements majeurs internationaux sont un outil important de la diffusion culturelle et sportive et contribuent ainsi significativement à la qualité de vie des citoyens :

- Les principes d'accessibilité, au cœur de l'approche de la majorité des événements majeurs internationaux, permettent à l'ensemble des citoyens d'avoir accès à des programmations culturelles de qualité présentant des artistes d'ici et d'ailleurs
  - La gratuité d'une partie de la programmation (plus ou moins grande selon les événements) permet, en effet, à des dizaines de milliers de festivaliers de découvrir le jazz, la musique francophone, la musique rock, alternative, les arts du cirque, le cinéma, la pyrotechnie, etc.
- Les événements majeurs internationaux font la promotion de la diversité culturelle par leur programmation mettant en vedette des artistes et artisans d'origines et de cultures diverses, des quatre coins du monde
- Les événements majeurs internationaux permettent aussi aux visiteurs de découvrir d'autres cultures (ex. : danses, musiques et costumes traditionnels au Mondial des Cultures ou au Festival des Rythmes du Monde)
- L'impact des événements sportifs comme la Coupe Rogers sur l'engouement et la pratique du tennis au Québec est significatif
- Les jeunes Québécois sont influencés par des athlètes ou artistes à travers des événements; ce qui contribue à les inspirer et les motiver à pratiquer un sport, un instrument de musique ou une autre forme d'art

*Sources : Entrevues auprès d'experts, Festival de musiques, un monde en mutation – Une comparaison internationale, analyse KPMG*



## Les événements majeurs internationaux permettent de nombreuses activités éducatives et familiales

---

Les événements majeurs internationaux ont, en grande majorité, des composantes éducatives qui s'adressent principalement aux enfants, aux étudiants et aux adultes. Plusieurs de ces programmes et activités sont soutenus par des commanditaires de prestige :

- La petite école du jazz (en collaboration avec Rio Tinto Alcan) offre des jeux et des activités éducatives portant sur les instruments de musique
- Le Festival International de Jazz de Montréal a également mis en place un programme de persévérance scolaire qui offre des cours de percussion gratuits dans des écoles de quartiers défavorisés de Montréal. En 2014, 2 900 élèves ont profité du programme qui, selon les responsables, permettrait de réduire l'absentéisme et le décrochage
- Le Festival des Films du Monde propose un Festival du Film Étudiant, celui-ci permet aux jeunes cinéastes de présenter leur première œuvre et de recevoir des prix dans le cadre de cette compétition nationale et internationale
- La Coupe Rogers organise la Mini Coupe Rogers qui propose aux jeunes de 5 à 12 ans une initiation au tennis
- Le Festival d'été de Québec propose des activités sportives et artistiques à la Place de la famille (commandité par Le Lait). Il organise aussi d'autres activités éducatives pour les jeunes telles des activités de vulgarisation scientifique

*Sources : Entrevues auprès d'experts, Site Internet du Festival du Jazz, Site Internet du Festival des Films du Monde de Montréal, Communiqué de presse Rio Tinto Alcan, Site Internet de la Coupe Rogers de Montréal, Site Internet du Festival d'été de Québec, analyse KPMG*



## Les événements majeurs internationaux dynamisent les régions

---

Les événements majeurs internationaux situés hors des centres urbains permettent de dynamiser les régions. Les événements majeurs hors des centres urbains voient l'importance de leurs retombées (sociales, touristiques, etc.) amplifiée étant donné une diversité et une offre culturelle généralement moins grandes :

- Les Régates de Valleyfield :
  - Il est un des seuls événements majeurs dans l'ouest de la Montérégie. Il attire plus de 100 000 spectateurs et génère une notoriété importante pour la région
  - « Valleyfield est associé à « Régates » partout au Québec », selon le DG, Michel Poirier
- Le Festival International des Rythmes du Monde de Saguenay :
  - Il est le seul membre du RÉMI au Saguenay–Lac-Saint-Jean; il offre aux visiteurs locaux et internationaux des spectacles des quatre coins de la planète. Il met en scène la musique du monde de 900 artistes
  - « Je suis ravie que notre gouvernement appuie des rendez-vous comme le Festival International des Rythmes du Monde qui **permettent à la population** et aux visiteurs du Saguenay–Lac-Saint-Jean **un meilleur accès à une culture riche, vivante et diversifiée** », l'Honorable Shelly Glover, Ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles
- Le Festival Western de St-Tite :
  - « Le Festival Western de St-Tite est un **événement incontournable dans l'univers du divertissement et de la diffusion culturelle dans la région mauricienne**. Le Festival contribue à rendre les communautés de ce coin du pays encore **plus dynamiques**, a déclaré la Ministre Shelly Glover. Nous sommes fiers de contribuer à de telles activités qui rassemblent près de 480 artistes et attirent plus de 600 000 personnes »
- Sans parler du Mondial des Cultures de Drummondville, de l'International des Montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu, etc.

Sources : Site Internet des Régates de Valleyfield - « Faites le plein d'adrénaline », Lapresse.ca – « Régates de Valleyfield : Passion, tradition et vitesse » - Juillet 2013, Site Internet des Rythmes du monde – « Brochure 2014 », Développement économique Canada – « Le gouvernement du Canada appuie le Festival international des rythmes du monde », Développement économique Canada pour les régions du Québec – Le Festival Western de St-Tite obtient l'appui financier du gouvernement du Canada », analyse KPMG

## Les événements majeurs du Québec sont des moteurs importants d'attraction de touristes internationaux

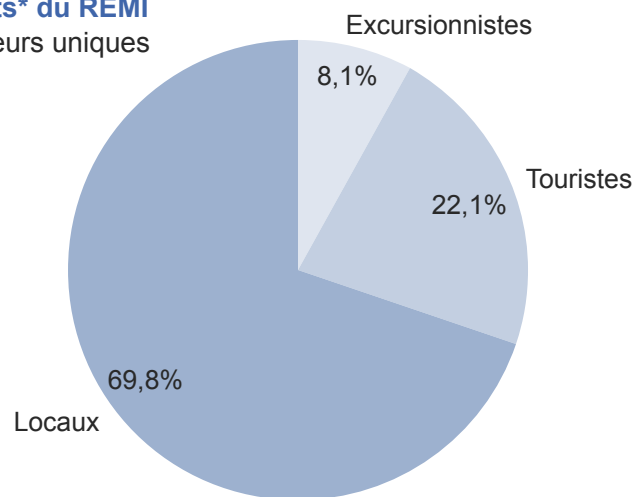
Les événements majeurs internationaux se distinguent d'autres types d'événements ou d'activités commerciales par leur capacité à attirer des visiteurs de l'extérieur du Québec, notamment des États-Unis et de l'Europe

- Ces touristes représentent un élément majeur de développement économique puisque les dépenses effectuées au Québec représentent de réelles entrées nettes de fonds (« argent neuf »), assimilables à des exportations. En effet, les touristes hors Québec injectent dans l'économie des sommes significatives qui se traduisent en nuitées dans les hôtels, repas dans les restaurants, achats dans les boutiques, etc.

PLUS DE 4,8 MILLIONS DE VISITEURS...

Distribution de l'achalandage (visiteurs uniques) aux événements\* du RÉMI

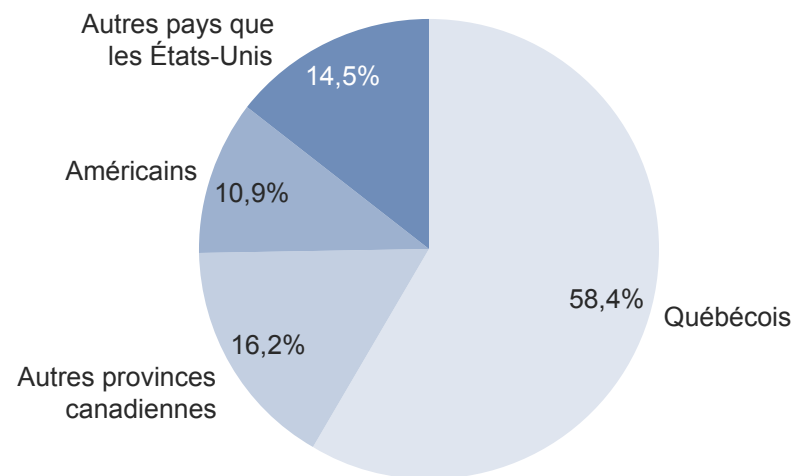
% des visiteurs uniques



... DONT 1,1 MILLION DE TOURISTES

Distribution des touristes

% des touristes totaux



Source : Derniers rapports d'achalandage tels que soumis au ministère du Tourisme, analyse KPMG

\* Selon les derniers rapports d'achalandage remis au ministère du Tourisme; données variant entre 2011 et 2014 dépendamment des festivals et événements;

\* Achalandage de 16 ans et plus

## Les membres du RÉMI affichent une proportion plus élevée de touristes hors Québec que l'ensemble de la province

Les événements majeurs internationaux membres du RÉMI ont un potentiel de retombées économiques nettement supérieur à la moyenne québécoise

- Leur clientèle « non locale » est composée de plus de 30 % de touristes hors Québec alors que la moyenne québécoise est d'environ 8 %. Ces touristes dépensent beaucoup plus que ceux provenant du Québec ou que les excursionnistes
- La proportion de touristes hors Canada est aussi très significative, soit près de 20 %

Distribution de l'achalandage touristique	PROVINCE DE QUÉBEC	MEMBRES DU RÉMI	Dépenses moyennes par séjour
Excursionnistes	66,1%	26,7 %	-
Québécois	26,6 %	42,8 %	<b>236 \$</b>
Autres provinces canadiennes	4,2 %	11,9 %	<b>425 \$</b>
Américains	2,0 %	8,0 %	<b>633 \$</b>
Autres pays que les États-Unis	1,2 %	10,6 %	<b>1 092 \$</b>

Sources : *Le tourisme en bref 2012 – Ministère du Tourisme – Juin 2014, derniers rapports d'achalandage tels que soumis au ministère du Tourisme*

## *Retombées économiques*

# Les événements majeurs internationaux permettent de générer d'importantes retombées économiques

---

Ils génèrent un total de 362,1 M\$ en valeur ajoutée et 41,2 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales pour le Québec

- La valeur ajoutée de leurs retombées touristiques est estimée à 202,3 M\$ pour le Québec
- 35,2 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales pour le Québec générées par le séjour des 4,8 millions de touristes
- La valeur ajoutée des dépenses d'exploitation est estimée à 159,8 M\$ pour le Québec
- 6,0 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales pour le Québec générées par les dépenses d'exploitation

Ils génèrent un total de 23,4 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales pour le Canada

- 19,1 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales pour le Canada générées par le séjour des 4,8 millions de touristes
- 4,3 M\$ (excluant la parafiscalité) de retombées fiscales pour le Canada générées par les dépenses d'exploitation

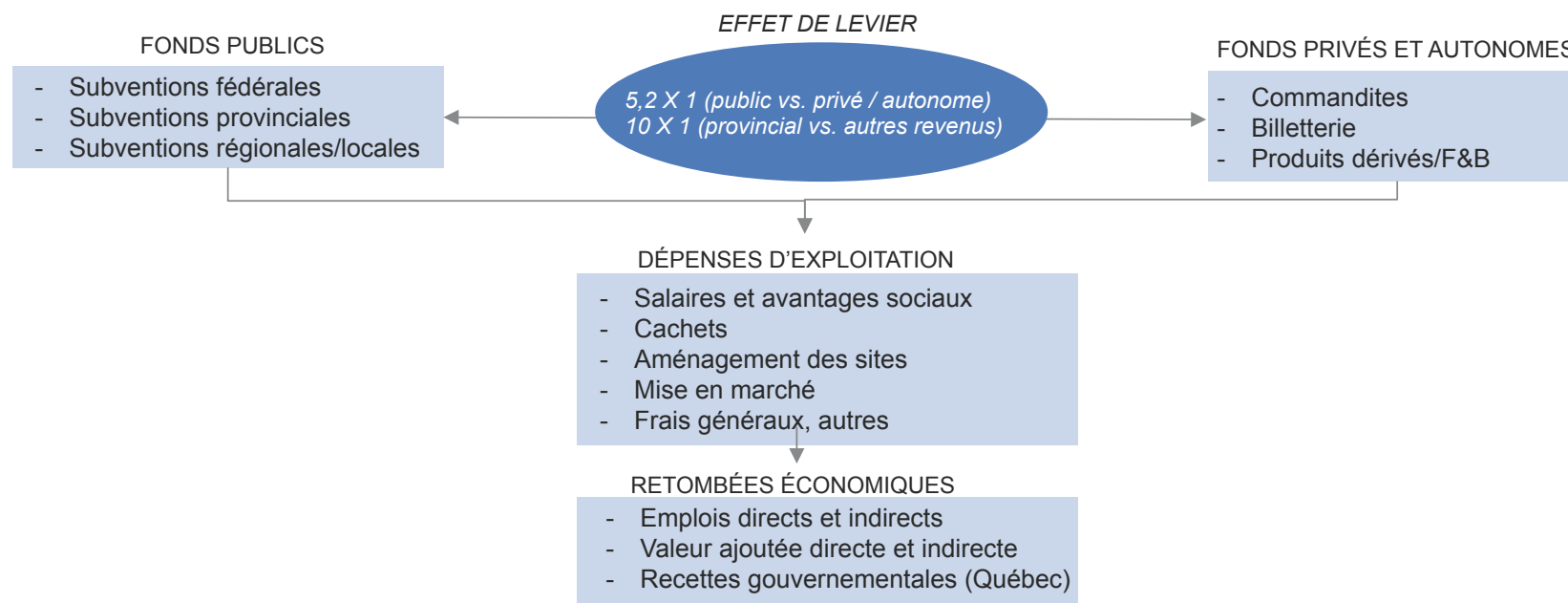
*Sources : Étude économique pour le RÉMI – SECOR 2010*

## Retombées économiques

# Les événements majeurs permettent un effet de levier significatif pour chaque dollar de fonds publics investi

Outre les retombées générées par les touristes hors Québec, les événements majeurs internationaux se distinguent par leur capacité à générer des revenus privés et autonomes (billetterie, abonnements, ventes de produits, etc.) et d'importantes commandites

- Les fonds publics servent ainsi de levier et permettent de générer des retombées significatives, liées aux dépenses d'exploitation puisque pour **chaque dollar de subventions et autres contributions publiques**, les événements majeurs internationaux génèrent **5,20 \$ de revenus privés et autonomes** pour financer leurs opérations



\* Mise à jour de l'étude des retombées économiques de 2010 avec les dépenses d'exploitation de 2013. Seulement 5 % des dépenses totales ont été conservées pour les cachets afin d'exclure les cachets payés pour des artistes de l'extérieur du Québec

Source : Analyse KPMG

Grandes tendances :  
comment faire croître  
l'attractivité de nos  
événements majeurs  
internationaux

# Meilleures pratiques en matière de développement de produits

---

Voici les tendances mondiales identifiées, par la Chaire de tourisme Transat ESG – UQAM et les experts interviewés, comme de meilleures pratiques en matière de développement de produits pour l'industrie événementielle :

1. Évolution des produits et des services
2. Croissance d'une offre professionnelle reliée aux festivals
3. Adoption des technologies
4. Utilisation de nouvelles stratégies promotionnelles...
5. ... et des médias sociaux pour fidéliser et mobiliser les différents publics et créer de réelles communautés d'intérêts...
6. Amélioration des pratiques de gestion des événements
7. Importance grandissante du développement durable

*Sources : Entrevues, Chaire de tourisme Transat ESG – UQAM – « Étude d'étalonnage des meilleures pratiques d'affaires dans l'industrie des festivals et événements » - Octobre 2014, analyse KPMG*

Ces tendances nourrissent la réflexion sur les pistes d'amélioration pour l'industrie événementielle

Des organisations  
performantes,  
mais des fonds  
publics limités



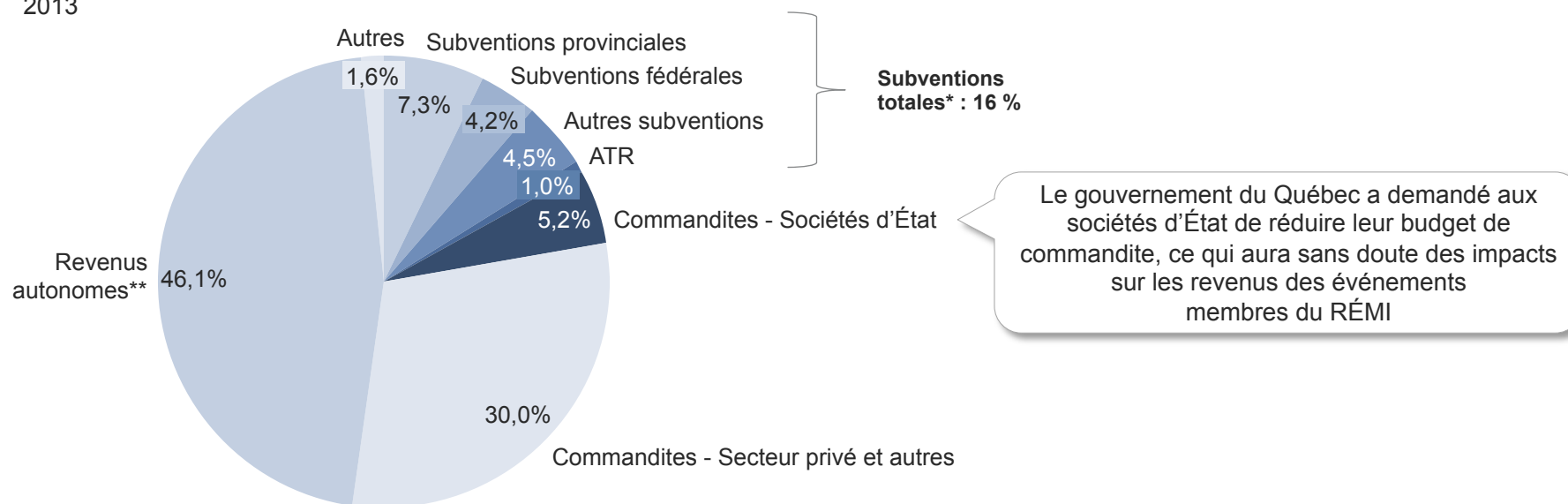
# Les membres du RÉMI génèrent 84 % de leurs revenus de sources privées et autonomes

Annuellement, les membres du RÉMI réalisent des revenus de 220 M\$

- Les subventions des différents paliers de gouvernement ne comptent que pour moins de 16 % des revenus totaux des organismes. Les revenus autonomes représentent près de la moitié des revenus alors que les commandites du secteur privé représentent 30 % des revenus

DES REVENUS TOTALISANT 219 045 591 \$

Distribution des revenus des membres du RÉMI  
2013



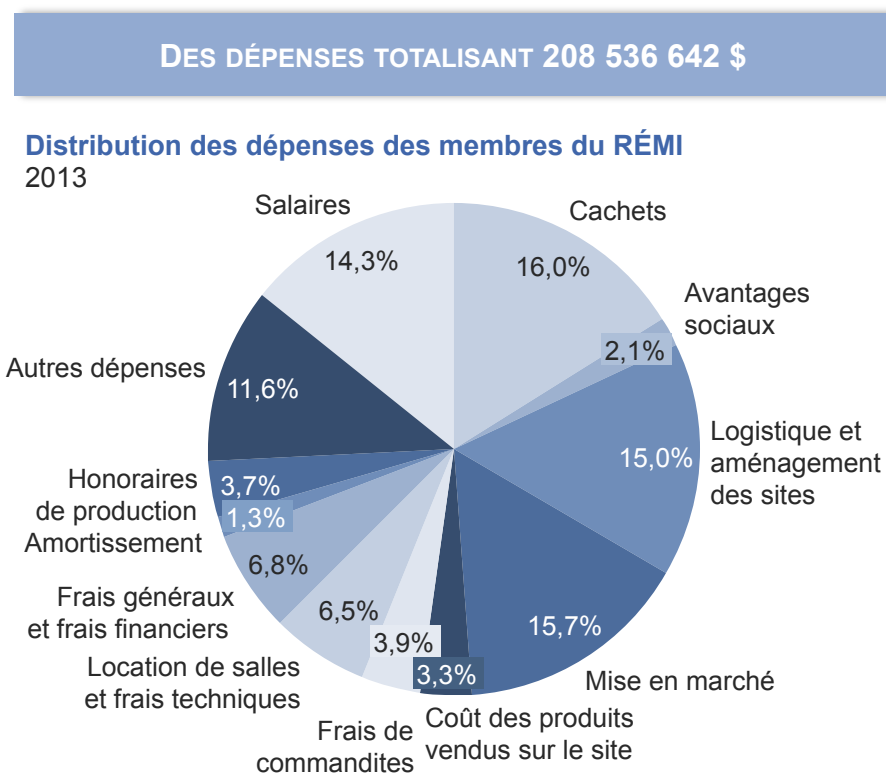
Sources : Sondage auprès des 27 membres du RÉMI, analyse KPMG

\* Les fonds publics excluent les ATR qui ont été comptabilisés dans une catégorie distincte; \*\* Billetterie, stationnement, produits dérivés, alimentaire, concession, levée de fonds, etc.)

## Le tiers des dépenses d'exploitation est composé de salaires et de cachets

Les salaires, cachets et avantages sociaux représentent la plus importante catégorie de dépenses des événements, soit le tiers

- Les cachets versés comptent à eux seuls pour 16 % des dépenses
- L'aménagement des sites et la mise en marché représentent chacun 15 % des dépenses



Sources : Sondage auprès des 27 membres du RÉMI et de 8 membres de FEEM du reste du Canada, analyse KPMG

## Les événements majeurs reçoivent significativement moins de fonds publics que les autres domaines culturels au Québec

Les événements majeurs internationaux reçoivent une proportion de financement public largement inférieure aux autres domaines culturels du Québec. Leur financement public est aussi inférieur à l'ensemble des festivals et événements

- Le financement public dépasse souvent 40 % des revenus (musique, danse, audiovisuel...) et atteint même 69 % pour les musées
- Par ailleurs, au Québec, nombreux secteurs culturels, notamment le cinéma, bénéficient de crédit d'impôt

	MUSÉES	MUSIQUE	THÉÂTRE	DANSE	PRODUCTION AUDIOVISUELLE	MEMBRES DE FEQ	MEMBRES DU RÉMI	MEMBRES DE FEEM (INCL. QC)
<i>n</i>	6*	66	76	32	-	85	27	17
<i>Revenus</i>	2013	2012	2012	2012	2012	2012	2013	2013
<i>Unité</i>	%	%	%	%	%	%	%	%
<b>Financement public</b>								
Subventions fédérales	1,3	8,3	8,8	17,7	20,0	6,0	4,2	4,4
Subventions provinciales	59,4	30,7	22,2	25,6	20,7	12,2	8,4	7,9
Subventions autres	8,0	6,3	4,5	4,0	0,5	8,2	3,5	2,8
<b>Total Financement public</b>	<b>68,7</b>	<b>45,4</b>	<b>35,5</b>	<b>47,3</b>	<b>41,2</b>	<b>26,4</b>	<b>16,0</b>	<b>15,1</b>
<b>Financement privé</b>								
Commandites	4,2	18,9	11,6	10,8	0,0	33,9	35,3	27,2
Fondation	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Total Financement privé</b>	<b>8,0</b>	<b>18,9</b>	<b>11,6</b>	<b>10,8</b>	<b>0,0</b>	<b>33,9</b>	<b>35,3</b>	<b>27,2</b>
<b>Revenus autonomes</b>								
<b>Total Revenus autonomes</b>	<b>23,3</b>	<b>35,7</b>	<b>52,9</b>	<b>41,9</b>	<b>58,7</b>	<b>39,7</b>	<b>47,1</b>	<b>56,6</b>
<b>Autres</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1,6</b>	<b>1,2</b>
<b>Total Revenus</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Sources : Rapports annuels des Musées, Institut de la statistique du Québec pour musique, théâtre et danse, Festivals et événement Québec

\* La moyenne des six musées suivants a été compilée : Musée de la civilisation de Québec, Musée des beaux-arts de Montréal, Musée de Pointe-à-Callière, Musée de McCord, Musée d'art contemporain de Montréal et le Musée national des beaux-arts du Québec

## Portrait des membres du RÉMI – Comparaison avec d'autres régions

# En Europe, près de la moitié des revenus des festivals de musique provient du financement public

Le financement public représente plus du tiers des revenus totaux pour 4 des 7 régions étudiées; il atteint même 45 % en moyenne pour l'ensemble de l'échantillon de Festudy; ce qui est significativement plus élevé que pour les membres du RÉMI (16 %)

		Sources de revenus (en % des revenus totaux par territoire)								Membres du RÉMI	Membres de FEEM (Exc. Qc)
		Belgique		Espagne	Finlande	France	Hongrie	Italie	Moyenne Festudy		
		FL	FWB								
<b>Financement public</b>	Local et communautaire	22	25	30,3	-	18	9,2	12	-	3,4	1,3
	Provincial	4	4	0	-	10	5,5	1	-	7,3	8,1
	Régional	2	7	19,0	-	14	-	26	-	1,1	0,0
	Fédéral/État	0	0	4,1	-	4	13	4	-	4,2	3,6
	Autres	0	1	0,1	-	1	0,3	-	-	-	0,8
	<b>Sous-total financement public</b>	<b>28</b>	<b>37</b>	<b>53,5</b>	<b>30</b>	<b>47</b>	<b>28</b>	<b>43</b>	<b>45</b>	<b>16,0</b>	<b>13,7</b>
<b>Financement privé – Commandites et mécénat</b>		-	-	<b>13,0</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>4,5</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>35,3</b>	<b>17,2</b>
<b>Revenus autonomes</b>	Billetterie	-	-	21,8	43	27	22,9	-	26	29,3	39,3
	Recettes commerciales	-	-	-	-	-	7	17	-	17,8	20,6
	Autres	-	-	11,8	16	18	37,6	20	15	1,6	9,1
	<b>Sous-total revenus autonomes</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>33,6</b>	<b>59</b>	<b>45</b>	<b>67,5</b>	<b>37</b>	<b>55</b>	<b>48,7</b>	<b>69,0</b>
<b>TOTAL</b>		<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Sources : Chaire de tourisme Transat ESG – UQAM – « Étude d'étalonnage des meilleures pratiques d'affaires dans l'industrie des festivals et événements » - Octobre 2014, « Festivals de musique[s] un monde en mutation », sondage auprès des membres du RÉMI, analyse KPMG

## Une marge qui s'est considérablement détériorée au fil des ans

Les événements membres du RÉMI ont vu leurs bénéfices d'exploitation diminuer au fil des ans jusqu'à devenir négatifs en 2013

- Cette fragilité a parfois des impacts majeurs pour les événements, certains ont d'ailleurs dû cesser leurs opérations (ex. : Woodstock en Beauce)

**Marge (déficit) moyenne<sup>1</sup> pour les membres<sup>2</sup> du RÉMI**  
2011 à 2013, en \$, n=25



Sources : Sondage auprès des 27 membres du RÉMI, analyse KPMG

1. Marge (déficit) après amortissement
2. 2 valeurs extrêmes ont été exclues

Défis et  
opportunités pour  
les événements  
majeurs  
internationaux

## De nombreuses opportunités d'affaires pour les événements majeurs internationaux...

---

Les événements majeurs internationaux auront une capacité importante de croissance et de création de valeur au cours des prochaines années, s'ils disposent des moyens nécessaires pour se développer

- Les événements et festivals (culturels, sportifs, de divertissement, etc.) représentent des produits touristiques d'appel majeurs sur lesquels de plus en plus de juridictions à travers le monde misent puisqu'ils représentent des sources de retombées économiques significatives
- Le Québec fait partie des plaques tournantes (« *hubs* ») mondiales en matière d'offre de festivals, les entrepreneurs derrière les événements majeurs internationaux ayant assumé un leadership continu depuis déjà quelques décennies
- Le Québec se distingue par la présence d'un réel écosystème caractérisé par l'envergure de son offre (nombre de festivals, répartition géographique), par son expertise (événements de renommée mondiale), par la diversité de son offre (multiplicité et complémentarité des genres et des publics) et sa capacité de renouvellement

Source : Analyse KPMG

## ... mais des freins importants au développement

---

Cependant, certains freins empêchent les événements d'exploiter leur plein potentiel

- **La santé financière des événements est fragile** et leur capacité à se démarquer à l'échelle internationale est grandement réduite dans un contexte où de nombreux territoires à travers le monde redoublent d'ardeur pour se tailler une place dans ce marché lucratif
  - Les déficits accumulés par de nombreux festivals et leur absence de réserves financières font en sorte qu'ils ne peuvent prendre de risque, ce qui limite considérablement l'innovation et la créativité, pourtant essentielles pour demeurer à la fine pointe et se doter d'un positionnement porteur
- **Les plafonds imposés par les programmes** de soutien et l'absence de mesure à caractère « proportionnel » créent un « désincitatif » à la croissance et à l'entrepreneuriat pour les plus gros événements. Par ailleurs, les programmes ont d'autres effets négatifs :
  - Les coûts administratifs pour remplir les demandes et faire le suivi des subventions sont élevés, certains événements doivent même avoir un employé à temps plein pour ces tâches
  - Difficulté à planifier les événements dans les délais requis, compte tenu des retards quant aux réponses tardives des bailleurs de fonds publics sur les montants octroyés
- Les événements qui offrent des activités extérieures gratuites dans un milieu urbain ont une **contrainte supplémentaire**; en effet, ces événements ont des coûts supplémentaires liés à la nature même des activités (ex. entretien, logistique, sécurité, etc.) alors que leur potentiel de génération de revenus sur le site extérieur est restreint malgré un achalandage plus grand

Source : Analyse KPMG



# Les enjeux

---

D'importants enjeux se présenteront pour les événements majeurs internationaux au cours des prochaines années s'ils veulent demeurer compétitifs à l'échelle internationale et si la province veut continuer à capitaliser sur leurs retombées significatives

Afin de maximiser le pouvoir d'attraction, de rétention et de fidélisation des publics, les événements majeurs internationaux doivent pouvoir à la fois :

- Consolider les événements plus « matures », ayant atteint une masse critique et une renommée pour leur permettre d'évoluer et d'essaimer
- Permettre aux événements émergents et en début de croissance de développer leur plein potentiel et de se positionner sur la scène internationale

Pour ce faire, les mesures de soutien doivent être à la fois flexibles et adaptées aux différents types d'événements, à leur taille et à leur potentiel d'attraction. Elles doivent notamment :

- Assurer la pérennité financière des événements : capacité de générer des surplus permettant de réinvestir dans le contenu, la visibilité, l'innovation et de générer les réserves nécessaires pour faire face aux fluctuations et prendre des risques calculés
- Donner aux organismes la capacité de saisir les opportunités de croissance et d'innover afin de concurrencer avec les événements d'envergure d'autres pays
- Soutenir les initiatives spécifiques au public cible et à l'environnement concurrentiel, en fonction du potentiel de chaque événement

Source : Analyse KPMG

A blue trapezoidal graphic on the left side of the page, with a dark blue top and bottom edge and a lighter blue slanted right edge. The text is centered within this shape.

Pistes  
d'amélioration  
potentielles

# Développer le plein potentiel des événements : les objectifs

---

Afin de saisir le plein potentiel des événements majeurs internationaux, de consolider le positionnement du Québec en matière touristique et de générer davantage de retombées, deux grands objectifs sont visés :

1. **Mieux soutenir les événements pour leur permettre d'accroître le nombre de touristes hors Québec**
  - Afin d'attirer davantage de touristes (agrément et affaires)
  - Afin de générer le plein potentiel des retombées économiques directes et indirectes
  - Afin de rayonner davantage à l'échelle internationale (retombées dynamiques)
2. **Maximiser l'effet de levier des fonds publics pour augmenter les revenus autonomes/ financement privé**
  - Accroître le nombre de visiteurs et les revenus de billetterie
  - Étendre l'offre pour ajouter des composantes génératrices de revenus
  - Identifier des initiatives novatrices suscitant l'intérêt des commanditaires/partenaires privés
  - Explorer la possibilité de recevoir des dons (avec appariement public)
  - Générer davantage de revenus commerciaux liés à l'achalandage des événements

Source : Analyse KPMG

# Les grands axes stratégiques

---

1. Investir dans le « produit » par des formules encourageant la croissance et permettant la souplesse nécessaire pour répondre aux spécificités de chaque événement (taille, maturité, genre, clientèles...)
  - Durée/calendrier des événements
  - Compétitivité avec les événements étrangers : accès aux meilleurs talents
  - Développement du produit/expérience : programmation, offre périphérique...
  - Développement des volets professionnels des événements
  - Etc.
  
2. Investir dans des infrastructures et technologies adaptées et à la fine pointe
  - Scènes, équipements...
  - Aménagement des sites extérieurs
  - Utilisation optimale des technologies (éclairage, projections, communications, interactivité...)
  - Développement durable
  - Etc.

Source : Analyse KPMG

## Les grands axes stratégiques (suite)

---

### 3. Améliorer la mise en marché et accroître la visibilité internationale des événements

- Promotion internationale/initiatives par marché
- Stratégie auprès des journalistes internationaux/influenceurs
- Partenariats internationaux
- Outils de rétention/fidélisation des clientèles
- Meilleure utilisation des réseaux sociaux
- Etc.

### 4. Favoriser les collaborations et partenariats locaux, régionaux, nationaux et internationaux

- Offres/initiatives communes regroupant plusieurs événements
- Liens avec autres organismes/institutions (ex. : culture, éducation, recherche...)
- Mise en commun des ressources
- Partenariats avec des événements dans d'autres provinces ou pays
- Etc.

Source : Analyse KPMG

A blue trapezoidal graphic on the left side of the slide, with a gradient from dark blue on the left to light blue on the right. The text 'Avenues de financement' is centered within this graphic.

# Avenues de financement

## Contexte des avenues de financement

---

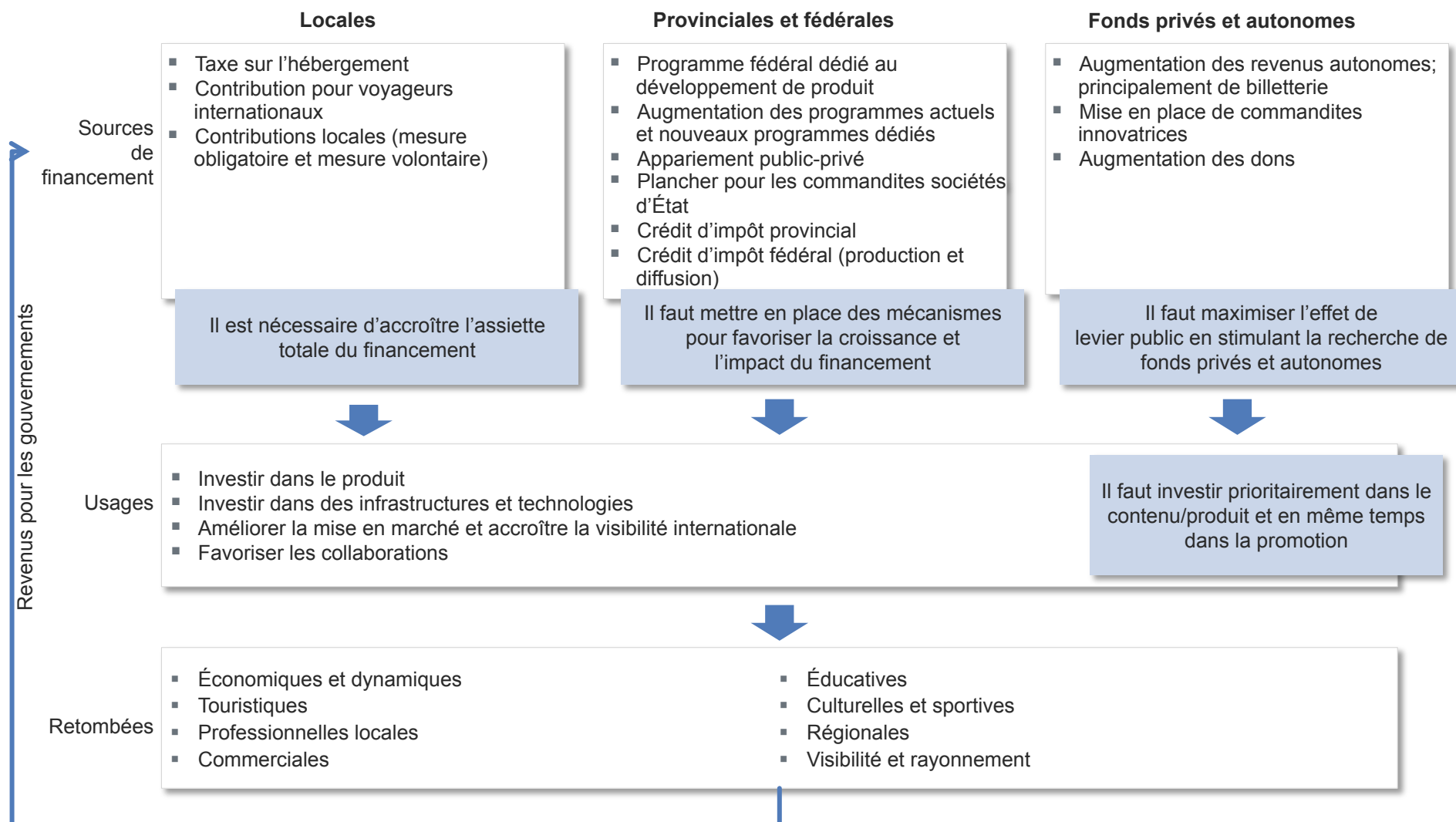
En fonction des enjeux et objectifs des membres du RÉMI, KPMG a identifié certaines avenues de financement

Il s'agit d'avenues exploratoires qui ont été identifiées en s'inspirant de sources de financement déjà existantes pour des événements au Canada, ailleurs dans le monde, dans d'autres secteurs culturels et à partir de propositions des membres du RÉMI

KPMG et le RÉMI ont réalisé une analyse succincte des différentes avenues en fonction de leur faisabilité et de leurs impacts potentiels pour les membres du RÉMI

Cette analyse consiste en un outil de décision pour le RÉMI afin de lui permettre de hiérarchiser les avenues qu'il désirera explorer davantage. Ainsi, les avenues de financement ne représentent pas des recommandations de KPMG

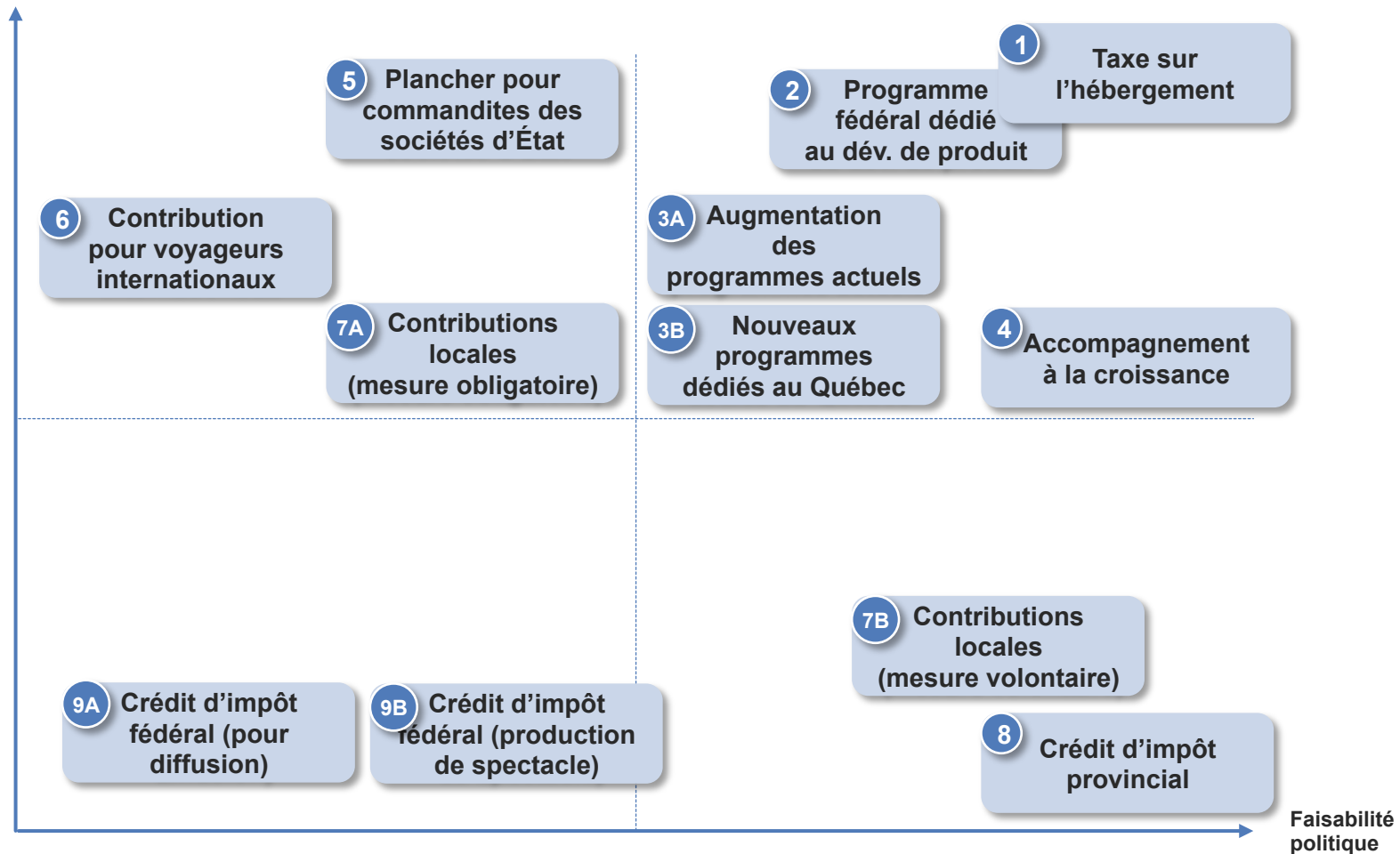
# Soutenir l'écosystème et maximiser les retombées par des mesures cohérentes, le long de la chaîne de valeur





# Hiérarchisation des avenues potentielles de financement

Réponse aux besoins  
des membres du RÉMI



Sources : Analyse KPMG et le RÉMI



*simplifier la complexité*

# Annexe

# Taxe sur l'hébergement : aperçus sur quelques exemples dans le monde

---

## En France :

- La taxe varie en fonction de la catégorie de l'établissement (le nombre d'étoiles)
- Le plafond maximal est de 3,50 euros par nuitée depuis juillet après un débat entre les ministres, les maires, les syndicats des transports

## En Italie :

- Le gouvernement italien a demandé aux maires des villes d'appliquer et récolter une taxe aux touristes voyageant en Italie
- La taxe varie d'une ville à l'autre en fonction de la catégorie de l'établissement (entre 1 euro et 3 euros par nuitée pour trois étoiles et 2 et 7 euros par nuitée pour un 5 étoiles)

## La Ville de Richmond aux États-Unis :

- La taxe est de 8 % du prix de la chambre
- La taxe est versée en totalité au Greater Richmond Convention Center Authority (GRCCA) pour ses coûts d'exploitation et pour investir dans la promotion touristique de la région métropolitaine

## L'État de Washington :

- La taxe varie chaque trimestre de l'année et selon les villes
- Paiement aussi par les campings, B&B, les hôtels et les parcs de roulotte
- Représente environ 2%

## La ville de Portland en Oregon :

- Deux taxes sont applicables : 5% pour le fonds de la ville et 1% pour Travel Portland

## Édimbourg en Écosse :

- Avait proposé la première taxe sur l'hébergement au R.U. en 2011, et ce, pour récolter 10 millions de £ par année pour ses festivals, ses salles et ses centres de conférence
- La taxe varie entre 1£ et 2£ par nuitée
- Celle-ci a été refusée deux fois par les ministres pour ne pas diminuer la compétitivité d'Édimbourg en Europe en termes de prix
- Débat à suivre...

## Tokyo :

- Le gouvernement de la région métropolitaine de Tokyo a introduit une taxe sur l'hébergement afin de faire la promotion touristique et augmenter la compétitivité de la ville en termes touristiques
- Varie entre 1\$ et 2\$ canadien par nuitée

## Australie :

- Deux représentants du gouvernement ont tenté d'introduire une taxe à l'hébergement pour financer les infrastructures utilisées par les touristes
- Elle n'a pas été mise en place parce qu'on estimait qu'un poids supplémentaire serait imposé aux hôteliers et que ça se traduirait par des pertes d'emplois

Source : Le Figaro – Taxe de séjour dans les hôtels : retour sur un bras de fer – juillet 2014, Italy Vacations – Tourist City Taxes in Italy, Richmondgov.com, Department of Revenue of Washington State – Special hotel/motel tax, The City of Portland Oregon – Occupancy Taxes, The Guardian – Edinburgh votes for UK'S first hotel bed tax to fund its festivals – 6 Décembre 2001, Edinburgh News – Government rules out bed tax on Edinburgh tourists – 3 Novembre, Bureau of Taxation of Tokyo, The Sydney Morning Herald – Lost jobs just one result of a bed tax – janvier 2013, Analyse KPMG



#### KPMG – CONFIDENTIEL

L'information publiée dans le présent document est de nature générale. Elle ne vise pas à tenir compte des circonstances de quelque personne ou entité particulière. Bien que nous fassions tous les efforts nécessaires pour assurer l'exactitude de cette information et pour vous la communiquer rapidement, rien ne garantit qu'elle sera exacte à la date à laquelle vous la recevrez ni qu'elle continuera d'être exacte dans l'avenir. Vous ne devez pas y donner suite à moins d'avoir d'abord obtenu un avis professionnel se fondant sur un examen approfondi des faits et de leur contexte.

© 2014 KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L, société canadienne à responsabilité limitée et cabinet membre du réseau KPMG de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Cooperative (« KPMG International »), entité suisse. Tous droits réservés.

KPMG, le logo de KPMG et le slogan « simplifier la complexité » sont des marques déposées ou des marques de commerce de KPMG International.