



Meilleure la question, meilleure la réponse. Pour un monde meilleur.

Impact de l'économie des visiteurs sur les exportations canadiennes

Destinations International
Février 2026



DESTINATIONS
INTERNATIONAL
CANADIAN DESTINATION
LEADERSHIP COUNCIL

Avis de non-responsabilité

Ernst & Young s.r.l./S.E.N.C.R.L. (« EY-Parthenon ») a été mandatée par Destinations International (« DI ») pour évaluer l'impact du volume de visiteurs entrants sur les exportations canadiennes. Pour préparer ce rapport, EY-Parthenon s'est appuyée sur des données non auditées fournies par DI ainsi que sur des données accessibles au public provenant de Statistique Canada, de l'Enquête nationale sur les voyages et de l'Enquête sur les voyages des visiteurs et d'autres sources publiques (collectivement, « les renseignements à l'appui »). EY-Parthenon se réserve le droit de réviser toute analyse, observation ou commentaire mentionnés dans le présent rapport si de nouveaux renseignements lui sont communiqués après sa diffusion. EY-Parthenon a présumé que les renseignements à l'appui étaient exacts, complets et appropriés aux fins du rapport. EY-Parthenon n'a pas audité ni vérifié de manière indépendante l'exactitude ou l'exhaustivité des renseignements à l'appui. Par conséquent, EY-Parthenon n'exprime aucune opinion ni autre forme d'assurance à l'égard des renseignements à l'appui et n'assume aucune responsabilité pour les erreurs ou les omissions, ni pour toute perte ou tout dommage subi par toute personne qui utiliserait le présent rapport à toute fin autre que celle pour laquelle il a été préparé.

EY-Parthenon décline expressément toute responsabilité quant aux déclarations ou aux garanties, expresses ou implicites, contenues dans le présent rapport ou aux omissions qui en seraient faites, ou dans toute autre communication écrite ou orale qui aurait été transmise ou rendue accessible. Il se peut que le rapport n'ait pas pris en compte les questions concernant les tiers, et EY-Parthenon n'assume aucune responsabilité envers les tiers qui obtiendraient une copie du présent rapport. Tout usage qu'un tel tiers pourrait choisir de faire du présent rapport relève de sa seule responsabilité.

Avant-propos

Destinations International a le plaisir de présenter cet important rapport qui examine le lien entre l'économie des visiteurs au Canada et les secteurs d'exportation. Ce rapport enrichit le corpus de connaissances à l'appui de ce que les organisations de destinations savent depuis longtemps : des investissements judicieux dans la promotion du tourisme produisent des retombées durables qui dépassent largement les secteurs du tourisme et de l'hôtellerie.

Le Canada participe à un dialogue national continu sur la compétitivité, la productivité, la diversification commerciale et l'évolution des relations sur les marchés mondiaux. Trop souvent, l'économie des visiteurs est exclue de cette conversation.

L'économie des visiteurs est un outil stratégique qui génère des retombées commerciales et stimule le rendement des investissements. Les visiteurs internationaux nouent des relations d'affaires qui deviennent, avec le temps, des échanges commerciaux. Les conférences et les événements d'affaires servent de plateformes pour la conclusion d'ententes, le développement de partenariats et l'essor de secteurs entiers. Le développement du transport aérien stimulé par la demande des visiteurs permet de créer des corridors commerciaux qui profitent aux secteurs axés sur l'exportation. Des images de marque de destinations fortes renforcent la réputation nationale, la confiance et l'accès au marché pour les entreprises canadiennes à l'étranger.

Cette perspective importante est représentée par la roue de la vitalité communautaire de Destinations International, un cadre qui illustre le rôle crucial que jouent les organisations de destinations dans l'amélioration de la santé sociale et économique à long terme des collectivités.

La roue de la vitalité communautaire ci-dessous place l'économie des visiteurs au centre d'un continuum : un lieu que les gens veulent visiter est un lieu où les gens veulent vivre, travailler et investir – et cela commence par une visite. Les organisations de destinations sont particulièrement bien placées pour aider les collectivités à faire la promotion de cette visite.

LE TRAVAIL D'UNE ORGANISATION DE DESTINATION

1. VISITER

Si vous avez créé un lieu que les gens veulent visiter, vous avez aussi créé un lieu où les gens veulent vivre.

2. VIVRE

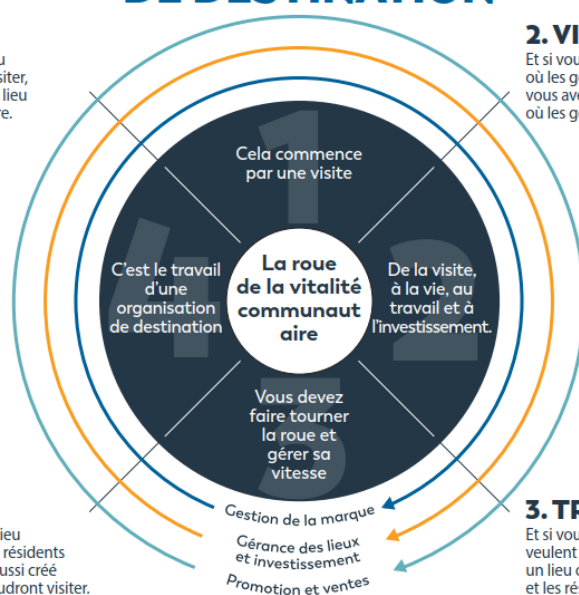
Et si vous avez créé un lieu où les gens veulent vivre, vous avez aussi créé un lieu où les gens veulent travailler.

4. INVESTIR

Et si vous avez créé un lieu où les entreprises et les résidents investiront, vous avez aussi créé un lieu que les gens voudront visiter.

3. TRAVAILLER

Et si vous avez créé un lieu où les gens veulent travailler, vous avez aussi créé un lieu où les entreprises et les résidents investiront.



Les destinations qui attirent des visiteurs se positionnent également pour attirer des investissements plus importants, notamment des capitaux d'entreprise, de la main-d'œuvre qualifiée, de nouveaux résidents et l'expansion des secteurs axés sur l'exportation.

À l'aide d'un modèle économétrique de données du panel couvrant de nombreuses décennies, l'étude établit la relation entre le tourisme entrant au Canada et la performance du Canada en matière d'exportation. Les résultats démontrent une relation statistiquement significative entre l'augmentation du nombre de visiteurs internationaux et la croissance subséquente des exportations canadiennes de biens et de services qui dépasse largement l'exportation directe des services touristiques eux-mêmes.

Le rapport fournit une base empirique à ce que les meilleures destinations observent depuis longtemps dans la pratique : l'économie des visiteurs n'est pas un secteur isolé, mais une plateforme fondamentale pour le développement économique plus large; en stimulant l'économie des visiteurs, les organisations de destinations sont des catalyseurs de la vitalité communautaire.

Destinations International est fière de collaborer avec EY-Parthenon à cette étude, rendue possible grâce au généreux soutien de la Fondation Destinations International et aux contributions financières de ses membres. Nous remercions le comité exécutif du Canadian Destination Leadership Council (CDLC) pour la gérance de ce projet au nom de la communauté des organisations de destinations du Canada.

Table des matières

Sommaire	5
1. Introduction	7
1.1 Contexte du projet	7
1.2 Résumé de l'approche et de la méthodologie	8
1.3 Structure du rapport	8
2. Aperçu du cadre de modélisation.....	9
2.1 Revue de la littérature	9
2.2 Méthodologie de modélisation d'EY-Parthenon.....	11
3. Résultats de la modélisation : comment l'économie du tourisme influe sur les exportations.....	15
4. Incidence plus large de l'économie du tourisme sur les exportations	16
4.1 Étude de cas : Cap-Breton (Nouvelle-Écosse).....	20
4.2 Étude de cas : Edmonton (Alberta).....	22
4.3 Étude de cas : Victoria (Colombie-Britannique).....	24
Annexes.....	25
Annexe A : Notes méthodologiques complémentaires	26

Sommaire

Contexte

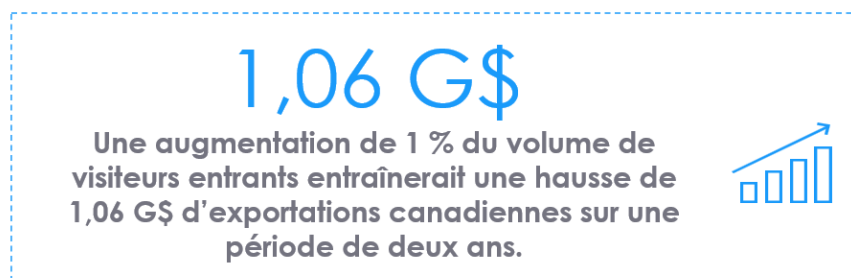
L'économie des visiteurs est un puissant catalyseur 'de mobilisation économique à long terme qui dépasse largement les retombées immédiates des dépenses touristiques. Une visite au Canada marque souvent le début d'une relation économique plus profonde, qui peut évoluer vers une demande soutenue de biens et de services canadiens et vers 'des investissements. Cette dynamique se manifeste dans les segments des voyages d'agrément et 'des voyages d'affaires de l'économie des visiteurs. Les voyageurs d'agrément découvrent de première main la qualité et l'innovation canadiennes, créant des impressions durables qui se traduisent souvent par une recommandation et la demande à l'étranger. De même, les événements d'affaires et les conférences amplifient cet effet en mettant en relation les entreprises canadiennes avec des réseaux mondiaux, en favorisant les partenariats et en ouvrant la voie à la croissance des exportations et l'expansion sur les marchés internationaux.

EY-Parthenon a été mandatée par Destinations International (DI), en partenariat avec le Canadian Destination Leadership Council (CDLC), pour réaliser ce qui suit :

- ▶ Modélisation économétrique à partir de données accessibles au public afin de mesurer le lien causal entre le volume de visiteurs entrants au Canada et la croissance des exportations.
- ▶ Entrevues de parties prenantes pertinentes pour recueillir des informations qualitatives plus larges à l'appui des résultats quantitatifs du modèle économétrique sous forme d'études de cas démontrant comment des organisations de marketing de destination individuelles cherchent à stimuler le tourisme entrant.

Conclusion de la modélisation – comment l'économie des visiteurs influe sur les exportations canadiennes

Notre analyse révèle une relation statistiquement significative entre le volume de visiteurs entrants et les exportations canadiennes. Plus précisément, une augmentation de 1 % des visiteurs non-résidents au Canada est associée à environ 1,06 G\$ d'exportations supplémentaires sur une période de deux ans. Cette estimation reflète l'effet combiné sur les exportations de biens et de services non touristiques, au-delà de la contribution directe de l'économie des visiteurs en tant qu'exportation de services.



Note : les résultats ci-dessus sont présentés en dollars canadiens de 2025.

Incidence plus large de l'économie des visiteurs sur les exportations

L'économie des visiteurs ne se limite pas au tourisme; elle est un outil stratégique de diversification commerciale et économique. Lorsque les visiteurs internationaux viennent au Canada, ils créent des effets d'entraînement qui touchent bien plus que les hôtels et les attractions, ils influent sur la connectivité aérienne, les relations d'affaires mondiales et la marque du Canada sur les marchés internationaux.

Le tableau 1 ci-dessous présente un sommaire des principaux thèmes dégagés à partir des perspectives recueillies auprès des parties prenantes de l'écosystème de l'économie des visiteurs.

Tableau 1 : Synthèse des mécanismes de développement économique de l'économie des visiteurs

Thème	Synthèse
Création de corridors commerciaux 	► La demande touristique internationale sert souvent de catalyseur à l'établissement de nouvelles liaisons aériennes. Une fois opérationnelles, ces liaisons ne sont pas uniquement utilisées par des passagers; elles exigent la création de l'infrastructure essentielle au transport du fret. Cette connectivité permet aux exportateurs canadiens, particulièrement dans des secteurs comme l'agroalimentaire, les produits de la mer et les denrées périssables à forte valeur, d'accéder efficacement aux marchés mondiaux.
Rôle des événements d'affaires 	► Les organisations de destinations jouent un rôle essentiel dans l'attraction au Canada de grandes conférences internationales et de réunions sectorielles. Ces événements réunissent des décideurs mondiaux, créant des occasions pour les entreprises canadiennes de présenter leurs innovations, de négocier des ententes et de former des partenariats stratégiques dans des secteurs comme les sciences de la vie, la fabrication de pointe et l'énergie propre.
Diversification du commerce 	► L'économie des visiteurs appuie les efforts de diversification du commerce du Canada en favorisant l'établissement de liens étroits avec des marchés établis en Asie et en Europe, ainsi qu'avec d'autres marchés émergents dans le monde. Les visiteurs en provenance de pays comme le Japon, la Corée du Sud, la Chine et les pays de l'ANASE contribuent à l'économie des visiteurs tout en bâtissant des relations qui mènent à des accords commerciaux et à un engagement commercial à long terme.
Identité nationale et marque mondiale 	► L'économie des visiteurs est un puissant levier de rayonnement de l'identité nationale et de positionnement de la marque mondiale du Canada. Chaque visiteur international fait l'expérience des valeurs canadiennes, ce qui renforce la confiance envers les produits et services canadiens à l'étranger et améliore la réputation du Canada sur les marchés mondiaux.

1. Introduction

1.1 Contexte du projet

L'économie des visiteurs est un puissant catalyseur d'engagement économique à long terme qui génère bien plus que les retombées immédiates des dépenses touristiques. Une visite au Canada marque souvent le début d'une relation économique plus profonde, qui peut évoluer vers une demande soutenue de biens, de services et d'investissements canadiens. Cette dynamique se manifeste dans les segments d'agrément et d'affaires de l'économie des visiteurs.

Les voyageurs d'agrément découvrent de première main la qualité et l'innovation canadiennes, créant des impressions durables qui se traduisent souvent par une recommandation et la demande à l'étranger. De même, les événements d'affaires et les conférences amplifient cet effet en mettant en relation les entreprises canadiennes avec des réseaux mondiaux, en favorisant les partenariats et en ouvrant la voie à la croissance des exportations et l'expansion sur les marchés internationaux.

La recherche fondamentale de Keum (2011) a établi un lien causal entre le tourisme international et les flux commerciaux à l'aide de données de panels et de tests de causalité de Granger, tandis que Poole (2010) a démontré le rôle des voyages d'affaires dans 'la création de nouveaux liens d'exportation. Le rapport intitulé « Passeport pour la croissance » de Deloitte (2013) a transposé ces enseignements universitaires dans le contexte canadien, en estimant l'incidence en dollars d'une augmentation du volume de visiteurs entrants. Plus récemment, le rapport « Promotion touristique : un catalyseur pour la vitalité communautaire » de DI pousse la réflexion au-delà du commerce, en soulignant la manière dont les organisations de destinations contribuent à générer des retombées communautaires et économiques plus vastes.

La présente étude va plus loin que la recherche antérieure et porte sur le lien entre la fréquentation touristique et les exportations. S'appuyant sur la recherche antérieure, notre rapport s'appuie sur un modèle économique quantitatif qui examine le lien entre le tourisme entrant et la croissance des exportations canadiennes. Ce modèle économétrique quantitatif a été suivi de consultations auprès des parties prenantes afin de recueillir des informations sur les initiatives des organisations canadiennes de marketing de destination visant à stimuler le tourisme entrant.

EY-Parthenon a été mandatée par DI, en partenariat avec le CDLC, pour réaliser ce qui suit :

- ▶ Concevoir un cadre économétrique pour estimer la relation entre le tourisme entrant et la croissance des exportations canadiennes.
- ▶ Réaliser des entrevues des parties prenantes pertinentes pour recueillir des informations qualitatives plus larges à l'appui des résultats quantitatifs du modèle économétrique sous forme d'études de cas démontrant comment des organisations de marketing de destination individuelles cherchent à stimuler le tourisme entrant.

Le présent rapport présente un sommaire des activités énoncées ci-dessus, notamment la méthodologie et les conclusions de la modélisation économétrique, ainsi que des exemples venant enrichir la thèse de l'impact de l'économie des visiteurs sur les exportations.

1.2 Résumé de l'approche et de la méthodologie

Le présent rapport 'sur des recherches universitaires et sectorielles qui ont exploré la relation entre le tourisme international entrant et la performance en matière d'exportation. Les recherches antérieures de Keum (2011)¹, Poole (2010)² et Deloitte (2013)³ ont servi de base à la méthodologie utilisée dans le présent rapport.

À l'aide d'un modèle de régression de données de panel, nous estimons la relation entre le volume de visiteurs entrants (visiteurs internationaux entrant au Canada) et les exportations de biens et de services canadiens. L'ensemble des données compilées pour mener cette analyse couvre des données historiques trimestrielles de 2002 à 2025. Les données sur le volume de visiteurs entrants et sur les exportations couvrent 24 pays qui représentent ensemble plus de 95 % des exportations du Canada.

L'analyse utilise un ensemble de données de panel 'provenant de divers pays, combinant des observations sur de nombreux pays et plusieurs trimestres sur plus de deux décennies. Ce cadre d'analyse nous permet de saisir à la fois les différences entre les pays et les changements à l'intérieur de chaque pays au fil du temps. En tirant parti des données de panel, nous pouvons contrôler les caractéristiques qui demeurent constantes dans chaque pays tout en nous concentrant sur la façon dont les variations de l'économie des visiteurs et des indicateurs économiques sont liées à la performance en matière d'exportation. Cette approche offre une fiabilité accrue comparativement aux modèles qui traitent toutes les observations de façon indépendante.

Le résultat clé de l'analyse consiste à estimer l'incidence d'une augmentation de 1 % du volume de visiteurs entrants sur les exportations du Canada sur un horizon de deux ans. Cette interprétation fondée sur l'élasticité fournit une mesure claire des avantages commerciaux potentiels liés à l'économie des visiteurs et fournit des informations sur la façon dont les politiques visant à attirer les visiteurs peuvent se traduire par des gains au chapitre des 'exportations de biens et de services non touristiques.

Structure du rapport

1.3 Le reste du rapport est structuré comme suit :

- ▶ **Section 2 – Aperçu du cadre de modélisation :** Présentation du modèle économétrique utilisé dans le présent rapport, notamment les spécifications du modèle, les sources de données et la structure de la modélisation.
- ▶ **Section 3 – Résultats de la modélisation :** comment l'économie des visiteurs influe sur les exportations : Résumé des résultats de la modélisation économétrique, y compris une estimation de l'incidence du volume de visiteurs entrants sur les exportations canadiennes.
- ▶ **Section 4 – Incidence plus large de l'économie des visiteurs sur les exportations :** Présentation des points de vue sur le rôle de l'économie des visiteurs dans le développement du commerce, recueillis au moyen de consultations avec les parties prenantes.

¹ Kiyong Keum, « International tourism and trade flows: A causality analysis using panel data », *Tourism Economics*, octobre 2011, <https://journals.sagepub.com/doi/10.5367/te.2011.0054>

² Jennifer Poole, « Business travel as an input to international trade », *Review of Economics and Statistics*, février 2010, https://www.researchgate.net/publication/228810548_Business_travel_as_an_input_to_international_trade

³ « Passeport pour la croissance : l'incidence des arrivées internationales sur les exportations canadiennes », Deloitte LLP, 2013, <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-zone3/ca/fr/docs/services/consulting/2024/ca-fr-ib-tourism-and-trade.pdf>

2. Aperçu du cadre de modélisation

La section ci-dessous présente une brève revue de la littérature couvrant les trois études qui constituent le fondement empirique du présent mandat, ainsi qu'un aperçu de la méthodologie utilisée dans la modélisation économétrique.

2.1 Revue de la littérature

Cette étude s'appuie sur des recherches universitaires et sectorielles fondamentales qui ont exploré la relation entre le tourisme international entrant et la 'performance en matière d'exportation. Trois études clés – Keum (2011), Poole (2010) et Deloitte (2013) – sont au cœur de cette revue de littérature, chacune apportant des informations méthodologiques et contextuelles distinctes qui éclairent le cadre analytique du présent rapport.

Tableau 2 : Revue de la littérature des études clés

Document clé	Description sommaire	Conclusions sur le lien entre l'économie des visiteurs et les exportations
« Passeport pour la croissance : l'incidence des arrivées internationales sur les exportations canadiennes », Deloitte (2013)	Analyse de la relation entre les arrivées de touristes internationaux au Canada et la croissance des exportations canadiennes. Le rapport présente l'argument selon lequel le tourisme international n'est pas seulement une exportation de services, mais un catalyseur puissant des exportations canadiennes de biens et de services.	▶ Une hausse de 1 % des arrivées internationales au Canada entraîne une croissance de 817 M\$ des exportations sur deux ans, ce qui indique un lien fort entre le tourisme et la 'performance en matière d'exportation. ▶ Le tourisme stimule la demande dans des secteurs comme l'hébergement, la restauration, le transport et l'événementiel, créant près de 1 400 emplois équivalents temps plein pour chaque tranche de 100 M\$ de dépenses directes. ▶ Une augmentation de 100 M\$ des dépenses touristiques génère des dépenses indirectes de 69 M\$, à l'appui de la création d'emplois et de recettes fiscales à l'échelle de divers secteurs. ▶ Les visiteurs internationaux, en particulier les voyageurs d'affaires, se familiarisent davantage avec les produits canadiens, ce qui renforce leur notoriété et la demande lorsqu'ils sont de retour au pays. ▶ Le Canada qui se classait au 2^e au chapitre du tourisme en 1970 s'est retrouvé au 18^e rang en 2011, et le nombre des visiteurs internationaux a chuté de 20 % depuis 2000, soulignant une occasion manquée d'utiliser le tourisme pour stimuler les exportations.

« International tourism and trade flows: A causality analysis using panel data », K. Keum (2011)

'La recherche se penche sur la relation causale entre le tourisme international et les flux commerciaux. 'Elle vise à déterminer s'il existe un lien causal entre la circulation transfrontalière des biens (commerce) et celui des personnes (tourisme).

- ▶ 'La recherche a recours au test de causalité de Granger pour évaluer si l'augmentation du tourisme international a entraîné une hausse des exportations.
- ▶ À l'aide de données de panel sur 12 ans sur le commerce entre la Corée du Sud et 21 partenaires commerciaux, 'la recherche établit un lien causal statistiquement significatif entre les visiteurs entrants et le commerce.
- ▶ Les résultats suggèrent que les voyages internationaux peuvent être un indicateur avancé de la croissance commerciale future, ce qui appuie l'idée que le tourisme aide à bâtir des relations commerciales.
- ▶ L'intensité et la direction de la relation tourisme-commerce varient selon les pays, ce qui indique que l'incidence du tourisme entrant sur les exportations dépend du contexte.
- ▶ 'La recherche fournit des éléments probants empiriques que les politiques visant à augmenter les arrivées de touristes internationaux peuvent contribuer à la 'performance en matière d'exportation.

« Business Travel as an Input to International Trade », Université de la Californie; J. P. Poole (2010)

L'article explore le rôle critique des voyages d'affaires dans la facilitation du commerce international. L'argument central est que les voyages d'affaires facilitent les rencontres en personne qui favorisent les échanges commerciaux.

- ▶ 'L'article révèle que les voyages d'affaires passés ont une incidence positive sur le commerce, en particulier sur l'établissement de nouvelles relations d'exportation. Par conséquent, les voyages d'affaires jouent un rôle dans 'la création de relations commerciales, et 'non seulement dans l'accroissement des flux existants.
 - ▶ Les voyages d'affaires contribuent à gérer l'asymétrie 'des informations et les barrières linguistiques, 'ce qui donne à penser que le tourisme (en particulier le tourisme d'affaires) peut réduire les barrières commerciales non tarifaires.
 - ▶ L'effet des voyages d'affaires est plus fort pour les biens différenciés, qui exigent davantage d'échange d'information et 'de renforcement de la confiance.
 - ▶ 'L'article révèle que les voyageurs ayant des compétences techniques ou plus qualifiés génèrent plus efficacement des échanges commerciaux, ce qui suggère que la qualité des visiteurs entrants est importante pour à la performance en matière d'exportation.
 - ▶ Les observations appuient la logique sous-tendant les programmes gouvernementaux de promotion des exportations qui facilitent les voyages d'affaires internationaux et le jumelage d'entreprises.
-

Ces recherches fournissent un cadre complet pour comprendre et mesurer la relation entre l'économie des visiteurs et le commerce. La recherche de Keum propose une méthode fondée sur le test de causalité de Granger, celle de Poole explique les mécanismes des voyages d'affaires, et celle de Deloitte fournit des estimations de l'incidence propre au Canada à l'aide d'un modèle économétrique utilisant des données de panel.

S'appuyant sur ces recherches, EY-Parthenon a utilisé un modèle économétrique utilisant des données de panel pour produire une estimation actualisée de l'incidence propre au Canada, fondée sur les données les plus récentes accessibles au public. La revue de la littérature met en lumière à la fois la conception analytique et la structure narrative des livrables finaux, garantissant l'alignement avec la recherche tout en apportant de nouveaux éléments probants.

2.2 Méthodologie de modélisation d'EY-Parthenon

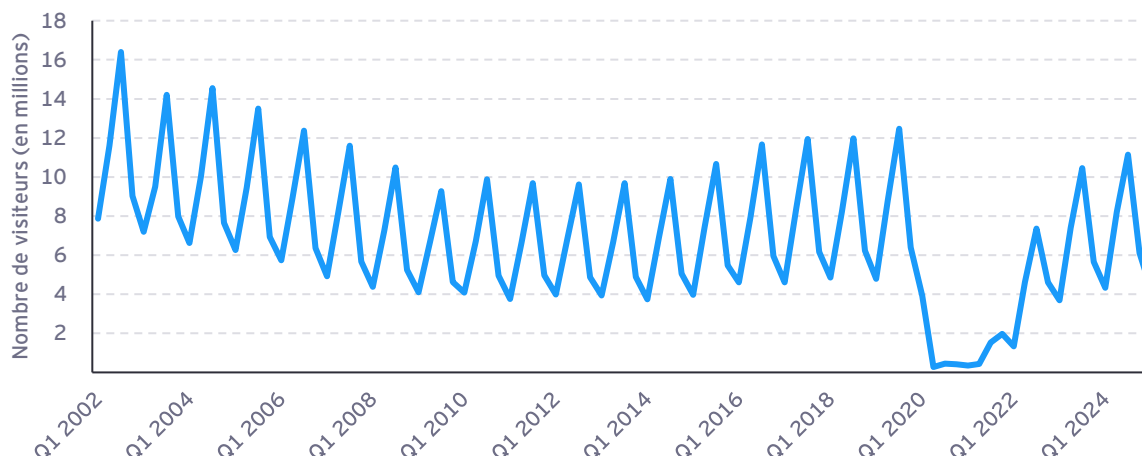
L'analyse économétrique d'EY-Parthenon s'appuie sur le fondement établi par les études antérieures examinant la relation entre l'économie des visiteurs et la performance en matière d'exportation. Pour produire une estimation propre au Canada de l'incidence économique de l'économie des visiteurs, nous avons appliqué un modèle économétrique utilisant des données de panel canadiennes accessibles au public.

DONNÉES D'ENTRÉE

Pour évaluer la relation entre le volume de visiteurs entrants et les exportations, EY-Parthenon a examiné les données canadiennes pour la période allant du T1 2002 au T2 2025. Nous avons extrait et analysé des données trimestrielles sur les exportations et le tourisme, qui constituent les ensembles de données de base pour le présent rapport et servent de variables indépendantes et dépendantes.

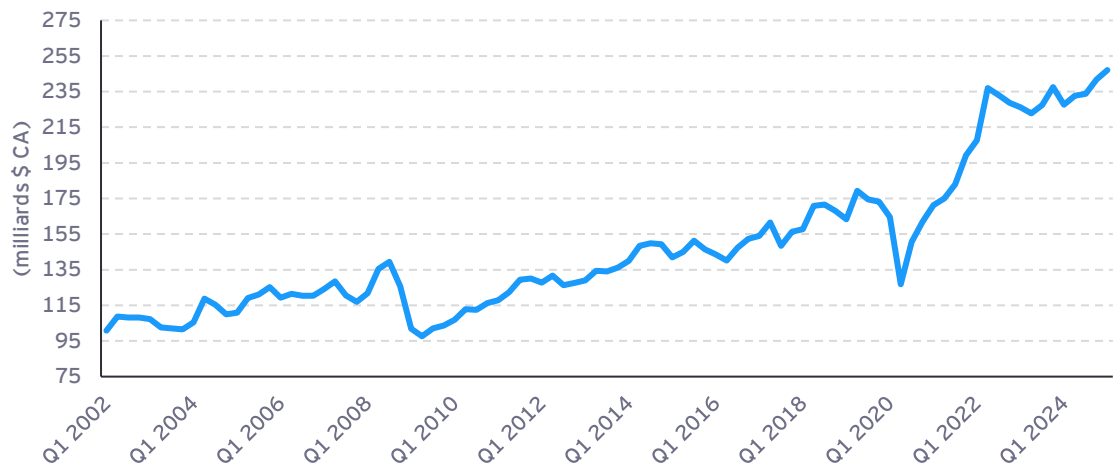
Le nombre de visiteurs non-résidents entrants (par pays) constitue la variable indépendante utilisée dans ce rapport, à partir de données de Statistique Canada :

Figure 1 : Visiteurs non-résidents entrant au Canada, par trimestre



Les exportations canadiennes de biens et de services (par pays), selon les données de Statistique Canada, constituent la variable dépendante:

Figure 2 : Exportations de biens et de services canadiens



Les données ci-dessus ont été recueillies pour 24 pays représentant plus de 95 % des exportations totales du Canada. Le tableau 3 ci-dessous présente les données provenant de pays inclus dans l'analyse économétrique.

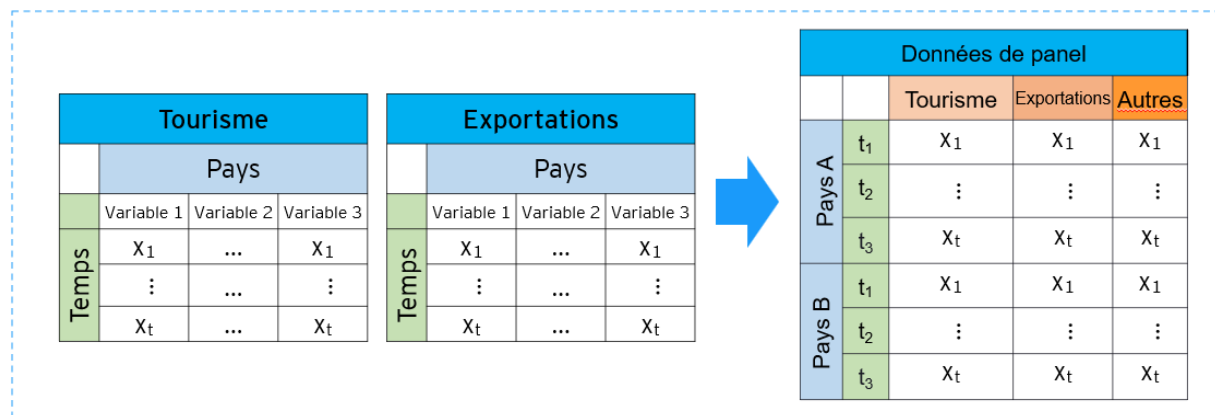
Tableau 3 : Pays inclus dans l'analyse économétrique

Pays			
Australie	Hong Kong	Pays-Bas	Espagne
Belgique	Inde	Norvège	Suisse
Brésil	Indonésie	Fédération de Russie	Taiwan
Chine	Italie	Arabie saoudite	Turquie
France	Japon	Singapour	Royaume-Uni
Allemagne	Mexique	Corée du Sud	États-Unis

STRUCTURE DU MODÈLE

Le cadre de modélisation utilise un ensemble de données de panel 'provenant de divers pays, combiné à des observations à l'égard de nombreux pays, par trimestre, de 2002 à 2025. Cette structure nous permet de saisir à la fois les différences entre les pays et les variations à l'intérieur de chaque pays au fil du temps. En tirant parti des données de panel, nous pouvons contrôler les caractéristiques non observées qui demeurent constantes dans chaque pays tout en nous concentrant sur la façon dont les variations d'une année à l'autre de l'économie des visiteurs et des indicateurs économiques sont liées à la 'performance en matière d'exportation. Cette approche fait en sorte que les estimations sont plus fiables que celles des modèles qui traitent toutes les observations comme indépendantes.

Figure 3 : Structure illustrative des données de panel



Spécifications du modèle

Le cadre de modélisation repose sur une régression sur données de panel à effets fixes assortie de contrôles par pays et par période. Ce modèle a été retenu parce qu'il tient compte des caractéristiques non observées et temporelles, propres à chaque pays, qui pourraient fausser les résultats dans les modèles à effets groupés ou aléatoires. D'autres spécifications, notamment les variables instrumentales (VI) et les modèles de données de panel dynamiques, ont été testées à des fins du contrôle de résistance et de la validation de la cohérence des estimations à effets fixes.

Figure 4 : Spécifications simplifiées du modèle économétrique

$$Exportations_{it} = \alpha_{it} + \beta \cdot Tourisme_{it} + \delta \cdot \text{variables de contrôle}_{it} + \varepsilon_{it}$$

- ▶ Dans l'indice, i représente un pays donné et t désigne une période de temps donnée.
- ▶ Le modèle ci-dessus est conçu pour estimer les exportations supplémentaires (en M\$ CA) associées à une augmentation de 1 % du volume de visiteurs entrants.

Où :

- ▶ **Exportations_{it}** représente la valeur des exportations canadiennes vers le pays i au trimestre t . Il s'agit de la principale variable dépendante d'intérêt.
- ▶ **Tourisme_{it}** correspond au nombre de visiteurs non résidents en provenance du pays i entrant au Canada au trimestre t . Il s'agit de la principale variable indépendante d'intérêt.
- ▶ Les **variables de contrôle (X_{it})** incluses dans le modèle sont conçues pour isoler l'effet du tourisme en tenant compte des différences structurelles et contextuelles entre les pays. Elles comprennent ce qui suit :
 - **PIB** : correspond à la taille économique et au pouvoir d'achat du pays partenaire.
 - **Région** : les pays plus vastes peuvent avoir une économie et des modèles commerciaux plus diversifiés.

- **Statut enclavé** : indique si un pays est privé d'accès direct aux routes commerciales maritimes, ce qui peut influencer sur la logistique d'exportation.
- **Pays du Commonwealth** : comprend les liens commerciaux et culturels historiques susceptibles d'influencer à la fois le tourisme et les exportations.
- **Langue commune (anglais)** : réduit les barrières de communication, ce qui peut faciliter à la fois les voyages et le commerce.
- **Distance entre les villes principales** : mesurée comme la distance entre Toronto et la plus grande ville de chaque pays partenaire, cette variable reflète la proximité physique, élément clé des modèles de gravité du commerce.

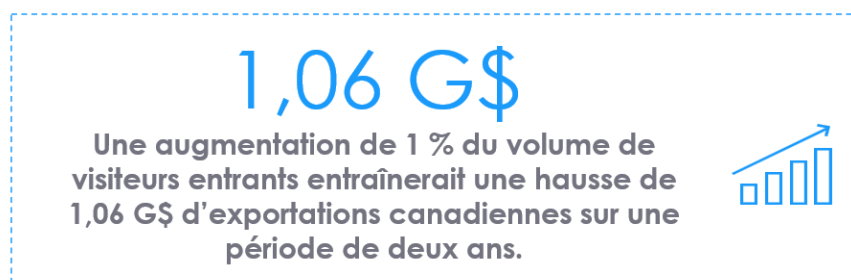
En complément du modèle à effets fixes, EY-Parthenon a effectué un test de causalité de Granger pour évaluer si l'augmentation du volume de visiteurs entrants précède l'augmentation du volume des exportations et contribue à les prévoir. Ce test ajoute une dimension temporelle à l'analyse et aide à évaluer si l'économie des visiteurs agit comme un indicateur avancé de la croissance du commerce.

Pour une description détaillée de la méthodologie économétrique utilisée, veuillez vous reporter à [l'annexe A](#).

3. Résultats de la modélisation : comment l'économie des visiteurs influe sur les exportations

Notre analyse révèle une relation statistiquement significative entre l'économie des visiteurs et les exportations canadiennes. Plus précisément, une augmentation de 1 % de visiteurs non-résidents au Canada est associée à environ 1,06 G\$ d'exportations supplémentaires sur une période de deux ans. Cette estimation reflète l'effet combiné sur les exportations de biens et de services non touristiques, au-delà de la contribution directe de l'économie des visiteurs en tant qu'exportation de services.

La période de deux ans reflète l'horizon réaliste sur lequel l'incidence du tourisme sur les exportations tend à se concrétiser. Lorsque les visiteurs internationaux se familiarisent avec des entreprises, des produits ou des services canadiens pendant leur séjour, les relations d'affaires se nouent graduellement et les décisions d'achat qui en résultent sont prises en conséquence. L'évaluation de l'incidence sur les exportations sur deux ans permet d'analyser les effets immédiats et différés, offrant ainsi une vision plus complète de la façon dont le tourisme entrant contribue à la croissance des exportations, au-delà de sa valeur directe en tant que service.



Note : les résultats ci-dessus sont présentés en équivalents de dollars canadiens de 2025.

Ces conclusions soulignent l'importance stratégique de promouvoir l'économie des visiteurs comme moteur d'une activité économique plus large. En définitive, la promotion de l'économie des visiteurs ne consiste pas seulement à attirer des visiteurs : elle peut positionner le Canada comme une source fiable et désirable de produits et de services de haute qualité. En intégrant les stratégies de l'économie des visiteurs aux objectifs commerciaux, le Canada peut accroître ses exportations et faire en sorte que l'ensemble de l'économie profite des avantages de l'économie des visiteurs'.

4. L'incidence plus large de l'économie des visiteurs sur les exportations

L'économie des visiteurs ne se limite pas au tourisme; elle est un outil stratégique de diversification commerciale et économique. Lorsque les visiteurs internationaux viennent au Canada, ils créent des effets d'entraînement qui touchent bien plus que les hôtels et les attractions, ils influent sur la connectivité aérienne, les relations d'affaires mondiales et la marque du Canada sur les marchés internationaux.

Le tableau 4 ci-dessous présente un sommaire des principaux points qu'EY-Parthenon a retenu des entrevues avec des membres de l'écosystème de l'économie des visiteurs :

Tableau 4 : Sommaire des mécanismes de développement économique de l'économie des visiteurs

Thème	Synthèse
Création de corridors commerciaux 	► La demande touristique internationale sert souvent de catalyseur à l'établissement de nouvelles liaisons aériennes. Une fois opérationnelles, ces liaisons ne sont pas uniquement utilisées par des passagers; elles exigent la création de l'infrastructure essentielle au transport du fret. Cette connectivité permet aux exportateurs canadiens, particulièrement dans des secteurs comme l'agroalimentaire, les produits de la mer et les denrées périssables à forte valeur, d'accéder efficacement aux marchés mondiaux.
Rôle des événements d'affaires 	► Les organisations de destinations jouent un rôle essentiel dans l'attraction au Canada de grandes conférences internationales et de réunions sectorielles. Ces événements réunissent des décideurs mondiaux, créant des occasions pour les entreprises canadiennes de présenter leurs innovations, de négocier des ententes et de former des partenariats stratégiques dans des secteurs comme les sciences de la vie, la fabrication de pointe et l'énergie propre.
Diversification du commerce 	► L'économie des visiteurs appuie les efforts de diversification du commerce du Canada en favorisant l'établissement de liens étroits avec des marchés établis en Asie et en Europe, ainsi qu'avec d'autres marchés émergents dans le monde. Les visiteurs en provenance de pays comme le Japon, la Corée du Sud, la Chine et les pays de l'ANASE contribuent à l'économie des visiteurs tout en bâtissant des relations qui mènent à des accords commerciaux et à un engagement commercial soutenu à long terme.
Identité nationale et marque mondiale 	► L'économie des visiteurs est un puissant levier de rayonnement de l'identité nationale et de positionnement de la marque mondiale du Canada. Chaque visiteur international fait l'expérience des valeurs canadiennes, ce qui renforce la confiance envers les produits et

services canadiens à l'étranger et améliore la réputation du Canada sur les marchés mondiaux.

Pour des renseignements plus détaillés sur chaque thème présenté au tableau 4, veuillez vous reporter aux sections ci-dessous :

L'économie des visiteurs rend les liaisons aériennes viables – par la suite, elles deviennent des corridors commerciaux

La demande touristique internationale joue un rôle fondamental dans l'établissement et le maintien des liaisons aériennes entre le Canada et les destinations mondiales. Les compagnies aériennes s'appuient souvent sur des volumes de passagers constants pour justifier le lancement de nouvelles liaisons, en particulier pour les vols long-courrier. Une fois ces liaisons opérationnelles, elles ne servent pas seulement aux voyageurs d'agrément et d'affaires – elles exigent la création de l'infrastructure essentielle au transport du fret. Cette connectivité à double usage permet aux exportateurs canadiens, particulièrement dans des secteurs comme l'agroalimentaire, les produits de la mer, les produits pharmaceutiques et les autres denrées périssables à forte valeur, d'accéder aux marchés internationaux de manière efficace et fiable.

Par exemple, l'augmentation par WestJet des liaisons transpacifiques vers Tokyo et Séoul en 2024, motivée par la demande touristique, s'est traduite par une hausse de 60 % d'une année à l'autre des recettes du fret. Ces liaisons permettent de transporter des exportations canadiennes – comme du bœuf de l'Alberta et des produits de la mer du Pacifique – vers l'Asie, démontrant comment la connectivité stimulée par le tourisme appuie directement le commerce⁴. Au Canada atlantique, le tourisme saisonnier contribue au maintien de liaisons directes vers l'Europe, grâce auxquelles des produits de la mer vivants sont expédiés à des acheteurs étrangers⁵. Sans une demande touristique suffisante, bon nombre de ces liaisons seraient économiquement non viables, ce qui limiterait l'accès des exportateurs aux marchés clés.

L'incidence stratégique est claire : la demande touristique soutient la viabilité de la logistique aérienne dont les exportateurs dépendent. Les politiques qui appuient le développement des liaisons – comme les accords aériens bilatéraux, les mesures incitatives aéroportuaires et le marketing touristique coordonné – devraient être reconnues comme des investissements à double finalité qui profitent à la fois à l'économie des visiteurs et à la capacité d'exportation du Canada. Renforcer la connectivité aérienne par l'économie des visiteurs accroît non seulement la compétitivité commerciale du Canada à l'échelle mondiale, mais soutient également le développement économique régional en reliant les producteurs aux acheteurs internationaux.

Les organisations de destinations et les événements d'affaires comme catalyseurs du commerce

⁴ « WestJet Cargo celebrates significant growth in belly cargo business and outlines strategic network shifts and digital initiatives », WestJet Newsroom, 8 avril 2025, <https://www.westjet.com/en-ca/news/2025/westjet-cargo-celebrates-significant-growth-in-belly-cargo-busin>

⁵ « WestJet returns seasonal transatlantic service to Halifax with Non-Stop Flights to London, Dublin and Edinburgh », WestJet Newsroom, 15 novembre 2023, <https://www.westjet.com/en-ca/news/2023/westjet-returns-seasonal-transatlantic-service-to-halifax-with-n>

Les événements d'affaires – y compris les conférences, les conventions et les salons professionnels internationaux – servent de plateformes à fort impact pour la facilitation du commerce et l'engagement économique. Les organisations de destinations partout au Canada jouent un rôle central dans l'attraction de ces événements, qui mettent les décideurs mondiaux en contact direct avec les entreprises, les chercheurs et les innovateurs canadiens. Ces interactions en personne renforcent la confiance, accélèrent la conclusion d'ententes et créent des occasions de partenariats à long terme dans des secteurs stratégiques.

Grâce au Programme d'attraction de congrès internationaux (PACI), le Canada a organisé 21 grandes conférences internationales en 2024, qui devraient attirer plus de 51 000 délégués et générer 122 M\$ en dépenses directes⁶. Ces événements sont destinés à des secteurs clés comme les sciences de la vie, la fabrication de pointe, l'énergie propre et les technologies numériques. Au-delà de leurs retombées économiques immédiates, ils créent pour les entreprises canadiennes des occasions de mettre en valeur leurs capacités, de négocier des ententes et de former des partenariats stratégiques qui n'auraient peut-être pas vu le jour au moyen d'un événement virtuel ou à distance.

Les événements d'affaires fonctionnent comme des missions commerciales inversées : ils font venir les acheteurs et les investisseurs au Canada plutôt que d'envoyer les vendeurs à l'étranger. Les investissements soutenus dans l'attraction d'événements, l'allègement des procédures pour l'obtention d'un visa pour les voyageurs d'affaires et l'intégration de la promotion du commerce à la programmation des événements amplifieront la capacité du Canada à transformer l'économie des visiteurs en retombées commerciales. En considérant les événements d'affaires comme une composante de l'infrastructure du commerce au Canada, les décideurs peuvent ouvrir de nouvelles voies à la croissance des exportations et à l'échange d'innovations.

L'économie des visiteurs comme partenaire de la diversification du commerce

L'économie des visiteurs appuie la stratégie canadienne de diversification du commerce en favorisant les relations avec les marchés émergents et en élargissant l'engagement au-delà des États-Unis. Les visiteurs en provenance de pays comme le Japon, la Corée du Sud, la Chine et les pays de l'ANASE contribuent à l'économie des visiteurs tout en favorisant la familiarité et en renforçant la confiance qui peuvent mener à des relations commerciales à long terme. Ces liens interpersonnels précèdent souvent les ententes commerciales officielles et servent de fondement à la diplomatie économique.

La stratégie indopacifique du Canada vise à doubler les exportations non américaines au cours de la prochaine décennie. L'économie des visiteurs joue un rôle complémentaire en créant des ponts culturels et commerciaux vers des marchés à forte croissance. Par exemple, la reprise des voyages de groupe de touristes chinois au Canada en 2025 a découlé du dégel des relations diplomatiques et a permis de renouveler les occasions de dialogue commercial. De même, l'augmentation du tourisme en provenance de la Corée du Sud et du Japon a coïncidé avec 'la conclusion d'accords commerciaux et l'accroissement des flux 'de capitaux, ce qui renforce le lien entre 'la mobilisation des visiteurs et la coopération économique⁷.

⁶ Destination Canada, « Le Fonds d'attraction de congrès internationaux de Destination Canada attire 21 congrès d'envergure internationale au Canada ' », 30 octobre 2024, <https://www.destinationcanada.com/fr-ca/nouvelles/le-fonds-dattraction-de-congres-internationaux-de-destination-canada-attire-21-congres>

⁷ « Le premier ministre Carney fait progresser de nouveaux partenariats commerciaux, économiques et de défense avec les pays de l'Indo-Pacifique », Canada Newswire, 1^{er} novembre 2025, <https://www.newswire.ca/news-releases/prime-minister-carney-advances-new-trade-economic-and-defence-partnerships-with-indo-pacific-nations-820470260.html>

L'économie des visiteurs peut être considérée comme un levier stratégique pour la diplomatie économique et le développement de marchés. Les efforts coordonnés entre les agences de marketing touristique et les agences de promotion du commerce peuvent amplifier la présence du Canada sur les marchés prioritaires en utilisant la mobilisation des visiteurs comme indicateur avancé et facilitateur de la croissance commerciale. En investissant dans l'économie des visiteurs en provenance des économies émergentes, le Canada renforce son potentiel d'exportation et bâtit des relations commerciales résilientes et diversifiées.

L'économie des visiteurs comme moteur de l'identité nationale et de la marque mondiale du Canada

L'économie des visiteurs est un puissant canal pour le rayonnement de l'identité nationale et le positionnement de la marque du Canada à l'échelle mondiale. Chaque visiteur international fait l'expérience directe des valeurs canadiennes – comme la durabilité, l'innovation et la diversité culturelle. Ces expériences façonnent la manière dont le Canada est perçu à l'étranger, renforçant la confiance envers les produits et services canadiens et consolidant la réputation du pays sur les marchés mondiaux. Une marque nationale forte accroît la compétitivité des exportations canadiennes et soutient des relations commerciales à long terme.

En 2023, l'économie des visiteurs se classait au 2^e rang des exportations de services au Canada, représentait 13,8 % du total des exportations de services, générait 28,9 G\$ en revenus internationaux et contribuait au maintien de 2 millions d'emplois. Ces chiffres soulignent le rôle de l'économie des visiteurs non seulement comme moteur économique, mais aussi comme un actif ayant le pouvoir de convaincre qui renforce l'image du Canada en tant que partenaire commercial fiable et innovant⁸. Les expériences positives des visiteurs renforcent les attributs de la marque du Canada, qui sont de plus en plus importants dans le commerce mondial. Par exemple, l'exposition à la gérance environnementale et à la société inclusive du Canada peut influencer sur les préférences des consommateurs étrangers et sur les décisions d'affaires. Des investissements stratégiques dans l'infrastructure de l'économie des visiteurs, la programmation culturelle et le marketing des destinations contribuent à faire en sorte que la marque Canada demeure solide et alignée sur les objectifs commerciaux du pays. En intégrant l'économie des visiteurs aux efforts nationaux de valorisation de la marque, le Canada peut soigner sa réputation mondiale et saisir de nouvelles occasions de croissance des exportations et de collaboration internationale⁹.

⁸ « The Value of Travel and Tourism in Canada: Travel and Tourism's Impact on the Canadian Economy and Destination Canada's Return on Investment », Tourism Data Collective, avril 2025, https://www.tourismdatacollective.ca/system/files/2025-05/The%20Value%20of%20Travel%20and%20Tourism%20in%20Canada_2023%20Final%20Report.pdf

⁹ « Canada's Surprising Economic Superpower », Destination Canada, <https://www.destinationcanada.com/en-ca/news/canadas-surprising-economic-superpower>

4.1 Étude de cas : Cap-Breton (Nouvelle-Écosse)

Du touriste à l'investisseur – comment une visite a déclenché une transformation de 500 M\$ au Cap-Breton

Il y a près de deux décennies, Joseph Balaz, un ingénieur et promoteur d'origine tchèque établi à New York, a acheté un terrain sur la péninsule de Red Head, en Nouvelle-Écosse. Au fil des ans, il y est revenu régulièrement pour des séjours estivaux, finissant par construire une remarquable maison en bord de mer qui a approfondi son lien avec la région. Ce qui a commencé comme une expérience touristique personnelle allait évoluer pour devenir l'un des projets de villégiature les plus ambitieux du Canada atlantique.

En 2019, lorsque la station de ski en difficulté Ski Cape Smokey a été mise en vente, M. Balaz y a vu une occasion de redonner vie à la région. Il a créé Cape Smokey Holding Ltd., un consortium d'investisseurs tchèques et



européens, et a acquis la propriété de 162 hectares du gouvernement de la Nouvelle-Écosse pour 370 000 \$. Forts de l'expérience d'une station fonctionnant à l'année à Lipno, en République tchèque, M. Balaz et son équipe ont entrepris de transformer Cape Smokey en une destination quatre saisons capable de rivaliser avec les meilleures en Amérique du Nord. Leur vision ne se limitait pas à revitaliser une station de ski – il s'agissait de créer une destination de calibre mondial qui attirerait des visiteurs toute l'année et insufflerait une nouvelle énergie à l'économie locale.

Le plan d'investissement comprend la première gondole exploitée à l'année du Canada atlantique, une promenade dans les arbres avec une tour panoramique d'observation, des installations de ski améliorées ainsi que des hébergements complets tels que des maisons en rangée et un futur hôtel. Les plans prévoient aussi une microbrasserie, une marina et un village dynamique d'inspiration architecturale tchèque, le but à long terme étant de construire jusqu'à 2 000 logements. Au cours des deux prochaines décennies, l'investissement projeté pourrait atteindre 0,5 G\$, créant des centaines d'emplois et positionnant Cape Smokey comme un pilier de l'économie des visiteurs du Cabot Trail.

Cette histoire illustre le lien puissant entre l'économie des visiteurs et le développement économique. Une seule visite a allumé une vision qui a attiré des capitaux, une expertise et de l'innovation internationaux dans la Nouvelle-Écosse rurale. Aujourd'hui, Cape Smokey témoigne de la façon dont l'économie des visiteurs peut ouvrir des portes au commerce, à l'investissement et à la revitalisation communautaire – transformant une station de ski pittoresque en destination mondiale et faisant rayonner le potentiel du Canada à l'échelle internationale.

Source : entretiens avec des parties prenantes de l'écosystème touristique canadien, complétés par des recherches et analyses additionnelles.

4.2 Étude de cas : Edmonton (Alberta)

Canadian Hydrogen Convention – bâtir des ponts commerciaux mondiaux grâce aux événements sectoriels

La Canadian Hydrogen Convention était au départ une initiative stratégique visant à positionner le Canada comme chef de file mondial des technologies de l'énergie propre et de l'hydrogène. Conçu en partenariat avec Edmonton Global, l'événement a été pensé pour attirer l'attention internationale et favoriser la collaboration avec des marchés clés. Au fil des ans, il est devenu le plus important rassemblement consacré à l'hydrogène en Amérique du Nord, attirant des milliers de participants et créant une plateforme d'échange commercial, d'investissement et de partage des connaissances.



L'engagement international a été au cœur de son succès. Le Japon et la Corée du Sud, deux des économies de l'hydrogène les plus avancées au monde, sont devenus des participants réguliers. Des délégations de ces deux pays y assistent chaque année, incluant de hauts responsables gouvernementaux et des dirigeants de grandes entreprises. Lors de la convention de 2024 à Edmonton, des représentants de Kawasaki Heavy Industries et de la Japan Bank for International Cooperation ont partagé leurs perspectives sur les chaînes d'approvisionnement en hydrogène liquéfié et les modèles de financement. Des conglomérats coréens comme Hyundai, SK et LG Chem se sont également mobilisés, signalant un fort intérêt pour les exportations canadiennes d'hydrogène et les partenariats technologiques.

Ces interactions se sont traduites par des retombées commerciales concrètes. Des protocoles d'entente ont été signés entre des ports canadiens et des villes coréennes comme Ulsan afin de développer de futurs terminaux d'exportation d'hydrogène et d'ammoniac. Des délégations canadiennes, organisées par l'Association canadienne de l'hydrogène et les gouvernements provinciaux, ont rendu la pareille en participant à de grands événements asiatiques, comme le H2 & FC Expo à Tokyo et le Hydrogen World Expo à Séoul. Cet engagement bilatéral renforce la position du Canada dans les chaînes d'approvisionnement émergentes en hydrogène et ouvre des portes aux fournisseurs canadiens de technologies, aux cabinets d'ingénierie et aux exportateurs d'énergie propre.

La convention illustre comment les événements sectoriels, alimentés par la participation d'organismes internationaux, peuvent agir comme catalyseurs du commerce et de l'investissement. Ce qui commence comme une visite touristique à une conférence canadienne se transforme souvent en relations d'affaires durables, en coentreprises et en projets d'infrastructure. En mettant en valeur l'expertise canadienne et en renforçant la confiance grâce à 'la mobilisation en personne, la

Canadian Hydrogen Convention est devenue une pierre angulaire de la stratégie d'exportation d'énergie propre du Canada– transformant l'intérêt mondial en occasions commerciales concrètes.

Source : entretiens avec des parties prenantes de l'écosystème touristique canadien, complétés par des recherches et analyses additionnelles

4.3 Étude de cas : Victoria (Colombie-Britannique)

International Seaweed Symposium – ouvrir des portes au secteur de l’aquaculture de l’île de Vancouver

En mai 2025, Victoria, en Colombie-Britannique, a accueilli le 25^e International Seaweed Symposium (ISS25), réunissant universitaires, chefs de file de l’industrie et innovateurs du monde entier pour faire avancer le secteur des algues marines. Parmi les participants locaux figurait Cascadia Seaweed, l’un des principaux producteurs canadiens d’algues marines, qui a joué un rôle de premier plan en organisant la soirée Industry Night – une vitrine d’innovation et une plateforme de réseautage avec les délégués internationaux.

Le symposium n’était pas seulement un congrès scientifique : c’était une occasion stratégique pour les exploitants canadiens de gagner en visibilité dans un marché mondial en pleine expansion. Des délégations d’Asie, d’Europe et d’Amérique du Nord ont assisté à l’événement, créant des liens susceptibles de façonner de futures relations commerciales. Pour des entreprises comme Cascadia, ces interactions sont essentielles, alors que l’entreprise se positionne pour répondre à la demande mondiale croissante de produits durables à base d’algues marines, utilisés dans l’alimentation, l’agriculture et les bioplastiques.

Bien que la trajectoire de croissance de Cascadia était déjà amorcée – l’entreprise prévoyant de faire passer ses récoltes de 600 tonnes en 2025 à un maximum de 2 000 tonnes l’année suivante –, le symposium a amplifié son profil international. L’exposition à des acheteurs potentiels, à des partenaires de recherche et à des investisseurs jette les bases d’une expansion future des exportations, même si les résultats immédiats ne sont pas encore mesurables. Des événements comme l’ISS25 accélèrent l’échange des connaissances et favorisent la confiance, des prérequis essentiels pour les ententes commerciales et les partenariats à long terme.

Le Seaweed Symposium illustre comment des événements sectoriels stimulés par le tourisme peuvent être un catalyseur d’occasions de croissance économique allant au-delà du marché local. En attirant des délégués internationaux au Canada, ces rassemblements mettent en valeur l’innovation canadienne et ouvrent la voie à la croissance des exportations. Pour le secteur des algues marines, l’engagement international ne se limite pas à la science : il s’agit de bâtir les relations qui permettront aux entreprises canadiennes d’être concurrentielles sur le marché mondial.



Source : entretiens avec des parties prenantes de l’écosystème touristique canadien, complétés par des recherches et analyses additionnelles.

A person with blonde hair in a bun, wearing a bright yellow hoodie, is seen from behind, looking out over a vast blue ocean from a grassy cliff. The foreground is filled with green and reddish-brown coastal vegetation. A blue geometric frame is overlaid on the top left of the image.

Annexes

Annexe A : Notes méthodologiques complémentaires

CONTEXTE

Ce rapport s'appuie sur un solide corpus de recherches universitaires et sectorielles qui ont exploré la relation entre le tourisme international entrant et la 'performance en matière d'exportation. Trois études clés – Keum (2011), Poole (2010) et Deloitte (2013) – constituent le cœur de cette revue de littérature, chacune apportant des informations méthodologiques et contextuelles distinctes qui éclairent le cadre analytique du présent rapport.

Plus précisément, nous analysons si l'augmentation du volume de visiteurs entrants est associée à une croissance différentielle des exportations du Canada par secteur. L'analyse utilise des données pour les trimestres pour la période de 2002 à 2025 pour 24 pays qui représentent ensemble plus de 95 % des exportations du Canada.

Le résultat clé de l'analyse consiste à estimer comment une augmentation de 1 % du volume de visiteurs entrants en provenance d'un pays donné influe sur les exportations du Canada vers ce même pays sur un horizon de deux ans. Cette interprétation fondée sur l'élasticité fournit une mesure claire des avantages commerciaux potentiels liés au tourisme et offre des informations sur la façon dont les politiques attirant les visiteurs peuvent se traduire par des gains à l'exportation de biens et de services non touristiques.

MATÉRIEL

Compte tenu des variables d'intérêt du présent rapport, ainsi que d'autres variables d'intérêt issues de la littérature connexe, nous utilisons les ensembles de données suivants dans notre modèle principal et/ou dans d'autres spécifications que nous avons testées :

Tableau 5 : Ensembles de données

Variable de modélisation	Description	Source
Exportations	Combinaison de la valeur en dollars des exportations canadiennes de biens et de services	Statistique Canada
Tourisme	Nombre de visiteurs non-résidents entrant au Canada	
PIB	Produit intérieur brut, prix courants	Base de données des Perspectives de l'économie mondiale (FMI)
Variables géographiques	Notamment : superficie géographique, statut enclavé, pays du Commonwealth, indicateur de l'anglais comme langue commune, distance entre les villes les plus peuplées (entre Toronto et les principales villes des autres pays 'visés par le rapport)	Centre d'études prospectives et d'informations internationales (CEPII)

STRUCTURE DES DONNÉES : PÉRIODE ET RÉGIONS

L'analyse utilise des données trimestrielles pour la période de 2002 à 2025, ce qui offre une perspective à long terme des tendances et des relations sur plus de deux décennies.

Nos données de panel proviennent de 24 pays qui représentent collectivement plus de 95 % de l'activité d'exportation du Canada, assurant une couverture étendue des principaux partenaires commerciaux. Le tableau 6 ci-dessous présente les pays inclus dans le rapport :

Tableau 6 : Pays inclus dans l'analyse économétrique

Pays			
Australie	Hong Kong	Pays-Bas	Espagne
Belgique	Inde	Norvège	Suisse
Brésil	Indonésie	Fédération de Russie	Taiwan
Chine	Italie	Arabie saoudite	Turquie
France	Japon	Singapour	Royaume-Uni
Allemagne	Mexique	Corée du Sud	États-Unis

CHOIX DU MODÈLE ET CONTRÔLES DE RÉSISTANCE

Pour estimer la relation entre le tourisme international et les exportations canadiennes, nous avons évalué plusieurs approches fondées sur des données de panel. La régression linéaire groupée a été envisagée, mais rejetée parce qu'elle traite toutes les observations par pays par année comme un seul groupe, ignorant les caractéristiques propres aux pays – comme l'emplacement, l'infrastructure et la politique commerciale. Cette omission risque de produire des estimations biaisées lorsque ces caractéristiques sont corrélées avec les retombées du tourisme ou sur l'exportation.

Nous avons également examiné le modèle à effets aléatoires, qui tient compte des différences au niveau des pays, mais donne à penser que ces différences ne sont pas liées aux variables explicatives – une condition peu susceptible de se vérifier dans notre contexte. Étant donné la forte probabilité que des facteurs propres aux pays influencent à la fois le tourisme et les exportations, cette hypothèse n'était pas plausible.

Pour ces raisons, nous avons adopté un modèle à effets fixes avec contrôles par pays et par période. Le modèle à effets fixes tient compte implicitement de toutes les caractéristiques nationales intemporelles, ce qui nous permet de nous concentrer sur les variations à l'intérieur de chaque pays au fil du temps. Cette approche renforce l'interprétation causale en éliminant le biais lié à l'hétérogénéité non observée et garantit que les résultats reflètent des relations dynamiques plutôt que des différences statiques entre les pays.

Pour pallier l'endogénéité potentielle et la causalité inverse, nous avons exploré des stratégies de variables instrumentales à l'aide d'instruments fondés sur les taux de change¹⁰. Bien que ces instruments offrent une large couverture, ils se sont avérés faibles : les régressions du tourisme sur ces instruments ont produit des coefficients non significatifs sur le plan statistique. Nous avons ensuite testé des estimateurs de panel dynamiques (Arellano-Bond et GMM en système) en utilisant le tourisme retardé comme instrument interne. Ces estimateurs ont produit des résultats globalement cohérents avec notre spécification à effets fixes, ce qui en renforce la validité. Cependant, les modèles dynamiques introduisent une complexité – comme la sensibilité à la structure des retards et la prolifération des instruments – qui rend l'interprétation moins simple. Nous les avons donc conservés comme contrôles de résistance plutôt que comme spécification principale.

En résumé, le modèle à effets fixes avec effets fixes par pays et par période a été retenu comme spécification principale. Il élimine l'hétérogénéité nationale intemporelle et absorbe les chocs temporels communs, offrant des interprétations transparentes au sein de chaque pays ainsi que des coefficients stables et statistiquement significatifs pour des spécifications raisonnables. La cohérence des estimations à effets fixes avec les contrôles de panel dynamiques renforce davantage son utilisation comme l'approche la plus fiable pour cette analyse.

SPÉCIFICATIONS DU MODÈLE

Dans le présent rapport, nous cherchons à déterminer la corrélation entre le volume de visiteurs entrants et les exportations canadiennes à l'étranger. Cela suppose la collecte 'de données chronologiques 'au niveau des pays, et de les regrouper en un ensemble de données de panel. Compte tenu de la structure interrégionale et de panel des données, un modèle à effets fixes constitue l'approche analytique standard (voir l'équation ci-dessous).

[Note au graphiste : Reproduire ici l'équation de spécification du modèle figurant à la page 24 de la version anglaise. Conserver les symboles tels quels (les sigles et indices sont compris à l'international).]

$$\begin{aligned} \log(\text{exportations}_{it}) \\ = \alpha + \beta_1 \log(\text{tourisme}_{it}) + \beta_2 \log(\text{tourisme}_{it-1}) + \beta_3 \log(\text{PIB}_{it}) + \beta_4 \log(\text{PIB}_{it-1}) \\ + \beta_5 \log(\text{PIB}_{CA,t}) + \delta_i + \lambda_t + \varepsilon \end{aligned}$$

où :

- ▶ α : constante; β : coefficients de régression
- ▶ exportations_{it} : exportations combinées de biens et de services vers le pays i au trimestre t
- ▶ tourisme_{it} : nombre de visiteurs en provenance du pays partenaire i entrant au Canada à l'année t
- ▶ PIB_{it} : PIB du pays i pour l'année t
- ▶ $\text{PIB}_{CA,t}$: PIB canadien à l'année t

RÉSERVES

Les principales hypothèses et contraintes à prendre en compte dans l'interprétation des résultats de cette analyse sont présentées ci-dessous :

- ▶ Les modèles de régression n'ont pas fait l'objet d'une validation croisée 'au moyen d'échantillons de validation indépendants; les coefficients ne devraient pas être utilisés à des fins prédictives.
- ▶ Le classement des visiteurs à la frontière peut comporter une certaine ambiguïté. Pour des raisons de simplicité, tous les visiteurs ont été regroupés dans une seule catégorie plutôt que répartis par catégorie.
- ▶ Plusieurs variables présentent une corrélation temporelle inhérente (p. ex., le PIB). La décorrélation temporelle n'a pas été effectuée, ce qui contribue à des statistiques de Durbin-Watson relativement faibles dans les modèles de régression.
- ▶ Toutes les valeurs monétaires ont été converties en dollars canadiens de 2025 à l'aide des taux d'inflation historiques de la Banque du Canada.
- ▶ L'analyse repose sur les données fournies pour le Canada tel qu'elles ont été obtenues à l'origine.
- ▶ Le niveau de confiance à l'égard de toutes les estimations statistiques est de 95 %.
- ▶ L'analyse est fondée sur un aperçu transversal des données de 2002 à 2025.

¹⁰ Pour qu'un instrument soit valide, il doit être fortement corrélé avec le tourisme (pertinence) tout en n'influant sur les exportations 'que par son effet sur le tourisme (exogénéité). Des travaux antérieurs comme ceux de Gupta et coll. (2024) et de Bella et coll. (2025) donnent à penser que plusieurs instruments potentiels ont été utilisés, mais compte tenu des caractéristiques de notre panel et des contraintes de temps, les taux de change offraient la meilleure couverture des pays et des périodes. Dans le présent rapport, nous avons testé diverses transformations des taux de change (variation en pourcentage, volatilité et leurs logarithmes) à titre d'instruments potentiels.

EY | Travailler ensemble pour un monde meilleur

EY contribue à un monde meilleur en créant de la valeur pour ses clients, pour ses gens, pour la société et pour la planète, tout en renforçant la confiance à l'égard des marchés financiers.

Grâce aux données, à l'intelligence artificielle et aux technologies de pointe, les équipes d'EY aident les clients à façonner l'avenir en toute confiance et proposent des solutions aux enjeux les plus pressants d'aujourd'hui et de demain."""

Les équipes d'EY fournissent une gamme complète de services en certification, en consultation et en fiscalité ainsi qu'en stratégie et transactions."S'appuyant sur des connaissances sectorielles, un réseau mondial multidisciplinaire et des partenaires diversifiés de l'écosystème, les équipes d'EY sont en mesure de fournir des services dans plus de 150 pays et territoires."

EY est *All in* pour façonner l'avenir en toute confiance.

Mobilisés pour façonner l'avenir avec confiance.

EY désigne l'organisation mondiale des sociétés membres d'Ernst & Young Global Limited et peut désigner une ou plusieurs de ces sociétés membres, lesquelles sont toutes des entités juridiques distinctes." Ernst & Young Global Limited, société à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ne fournit aucun service aux clients.. Des renseignements sur la façon dont EY collecte et utilise les données à caractère personnel ainsi qu'une description des droits individuels conférés par la réglementation sur la protection des données sont disponibles sur le site ey.com/fr_ca/privacy-statement. Les sociétés membres d'EY ne pratiquent pas le droit là où la loi l'interdit Pour plus de renseignements, visitez le site ey.com/fr_ca".

À propos d'EY-Parthenon

Nous offrons une combinaison unique de conseils en stratégie de transformation, de conseils transactionnels et de conseils en financement pour générer de la valeur réelle, soit des solutions qui fonctionnent, et pas seulement sur papier.

""""En nous appuyant sur l'ensemble des services offerts par EY, nous avons réinventé le conseil en stratégie afin de nous adapter à un monde de plus en plus complexe. Grâce à une vaste expertise fonctionnelle et sectorielle, combinée à une technologie novatrice reposant sur l'IA et à une mentalité d'investisseur, nous établissons des partenariats avec des chefs de la direction, des conseils d'administration, des sociétés de capital-investissement et des gouvernements à chaque étape afin de vous aider à façonner votre avenir en toute confiance.

EY-Parthenon est une marque sous laquelle un certain nombre de sociétés membres d'EY à l'échelle mondiale fournissent des conseils en stratégie.'

© 2026 Ernst & Young S.r.l./S.E.N.C.R.L. Tous droits réservés.

ey.com