



Programmes de soutien du tourisme

Audit de l'optimisation des ressources 2023

Pourquoi avons-nous effectué cet audit?

- En 2019, près de 132 millions de visiteurs ont exploré l'Ontario, ce qui représentait environ 37 milliards de dollars, soit 4 % du produit intérieur brut (PIB) de la province, et 396 000 emplois, soit 5 % de l'emploi total de la province. La pandémie de COVID-19 et les restrictions de santé publique qui en ont résulté ont considérablement restreint les déplacements; en 2020, le nombre des visiteurs était d'environ 78 millions, ce qui représentait une baisse de 41 %, et on a recensé une diminution de 65 % des contributions au PIB, les faisant tomber à environ 13 milliards de dollars.
- Pour soutenir l'industrie touristique pendant la pandémie, un financement ponctuel a été offert directement aux exploitants d'entreprises touristiques, totalisant environ 132 millions de dollars en 2021-2022. Cela s'est ajouté aux programmes de financement annuels de plus de 40 millions de dollars et aux quelque 67 millions de dollars versés à des organismes pour aider à promouvoir le tourisme en Ontario (Destination Ontario et 13 organismes touristiques régionaux [OTR]).

Pourquoi cet audit est-il important?

- Le tourisme a une incidence sur un certain nombre de secteurs différents dans la province, y compris les secteurs des transports, de l'hébergement et des aliments et boissons. De plus, de nombreuses entreprises touristiques sont de petites entreprises, dont 90 % emploient moins de 20 personnes..
- L'attraction de touristes et les dépenses touristiques contribuent à la croissance économique de l'Ontario. L'industrie du tourisme fait également la promotion de la culture locale, et les infrastructures et les expériences créées pour les touristes profitent également aux résidents locaux.

Nos constatations

Absence d'une stratégie à long terme pour le tourisme après la pandémie de COVID-19

- Le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (le Ministère) n'a pas publié de plan stratégique à long terme pour le tourisme depuis 2016. Cette année-là, il a établi un plan quinquennal et s'est fixé comme objectif de faire croître le tourisme à un taux annuel moyen de 3,3 %, mais cet objectif n'a pas été atteint.
- La Colombie-Britannique, l'Alberta et le Québec ont publié des stratégies pluriannuelles entre 2021 et 2023 pour faire croître leurs industries touristiques après la pandémie. Les stratégies comprenaient des éléments comme leurs objectifs provinciaux, des investissements stratégiques ainsi que des mesures et cibles de rendement connexes. En revanche, l'Ontario n'a pas élaboré de stratégie sur la façon dont il prévoit soutenir son secteur touristique.

RECOMMANDATION 1

Des investissements plus stratégiques en marketing pourraient augmenter le nombre des visites de touristes

- Destination Ontario, un organisme financé par la province, a pour mandat de promouvoir l'Ontario comme destination de voyage auprès des touristes en Ontario, partout au Canada et à l'étranger. Chaque année, il alloue une partie de son budget à la promotion annuelle de ces marchés. Onze organismes touristiques régionaux (OTR) reçoivent des fonds provinciaux pour promouvoir le tourisme dans la province auprès des Ontariens.
- L'analyse effectuée par Destination Ontario montre que la promotion de l'Ontario en tant que destination touristique auprès des États-Unis offre un meilleur rapport qualité-prix que si l'organisme avait dépensé la même somme pour promouvoir l'Ontario auprès d'autres Ontariens. Nous avons estimé qu'en 2022-2023, l'Ontario aurait pu recevoir environ 86 000 visites touristiques de plus et une augmentation connexe de 38 millions de dollars des dépenses s'il avait réaffecté 2 millions de dollars de ce qu'il avait dépensé pour promouvoir le tourisme en Ontario afin d'attirer des touristes des États-Unis.

RECOMMANDATION 2

Le Ministère ne recueille pas les renseignements nécessaires pour évaluer l'incidence des OTR

- Dans le cadre de leurs ententes de financement, les OTR doivent rendre compte annuellement au Ministère de leurs objectifs et de leurs progrès. D'après notre examen des plans d'activités 2022-2023 des OTR, 7 des 11 OTR financés par le Ministère n'ont pas fixé de cibles pour toutes les mesures de rendement qu'ils ont établies, de sorte que le Ministère ne pouvait pas déterminer si les OTR avaient réalisé toutes leurs activités prévues.
- Les OTR ne sont pas tenus de rendre compte des tendances touristiques de leur région afin de montrer l'incidence de leurs activités sur la promotion du tourisme. De 2013 à 2017, 4 des 13 régions touristiques ont connu une diminution du nombre de touristes, mais le Ministère n'a pas recueilli de données qui lui permettraient d'expliquer cette tendance.

RECOMMANDATIONS 4

Le financement pour attirer des investissements privés dans le secteur du tourisme est limité

- Le Ministère a notamment pour mandat d'attirer des investissements privés dans le secteur touristique. Bien que la province ait dépensé 19 millions de dollars pour attirer des investissements dans le secteur du tourisme entre 2012-2013 et 2017-2018, elle n'a pas fait de tels investissements au cours des cinq dernières années. Par contraste, d'autres provinces comme la Colombie-Britannique et l'Alberta ont mis en place des programmes de financement pour créer des expériences touristiques, qui à leur tour attirent des investissements privés dans le secteur du tourisme.

RECOMMANDATION 6

Le Programme de financement lié à la COVID-19 a accordé du financement à des demandeurs non admissibles et a fourni un financement incohérent à des demandeurs qui étaient semblables

- Environ 1,1 million de dollars a été versé à des demandeurs qui n'étaient pas admissibles aux paiements dans le cadre du Programme ontarien de relance du tourisme, qui a fourni un soutien aux entreprises touristiques pendant la pandémie de COVID-19. Nous avons examiné 90 des 570 demandeurs financés et constaté que 6 d'entre eux n'étaient pas admissibles à un financement d'après les critères d'admissibilité du programme.
- La conception du Programme ontarien de relance économique du tourisme, définie par le Ministère, a fait en sorte que des entreprises de taille et de type similaires ont obtenu un soutien financier différent, lequel était déterminé uniquement en fonction de la structure de propriété. Par exemple, huit entreprises, chacune ayant plusieurs propriétaires et partageant la même haute direction, ont demandé huit subventions (une pour chaque entreprise) totalisant 2,75 millions de dollars. Par contraste, un groupe de plus de 20 entreprises, qui appartenaient toutes à un seul propriétaire, n'étaient admissibles qu'à une seule subvention pour le groupe entier totalisant 695 000 \$, soit la subvention maximale disponible.

RECOMMANDATIONS 10 and 11

Des approbations de financement tardives ont entraîné l'annulation de festivals et d'événements

- Des retards dans l'envoi des avis aux bénéficiaires du financement approuvé dans le cadre du programme Reprise en Ontario (un programme de financement annuel qui appuie les festivals et les événements) ont entraîné l'annulation de certains événements, dont sept en 2022-2023.

RECOMMANDATION 15

Conclusions

- Notre audit a permis de conclure que le Ministère n'a pas élaboré ni exécuté de plan stratégique à long terme depuis la publication de son plan quinquennal en 2016 pour assurer la croissance de l'industrie touristique de l'Ontario et maximiser sa participation à la croissance économique de la province.
- Les programmes de financement du Ministère peuvent être conçus et exécutés de façon plus efficiente et plus efficace pour appuyer l'industrie touristique.
- Le Ministère n'a pas recueilli de renseignements lui permettant de déterminer si les mesures provinciales de soutien au tourisme contribuent de manière efficace à la croissance de l'industrie touristique et n'a pas rendu compte des résultats au public ou aux intervenants du secteur du tourisme.