



Fiche de renseignements

Le mandat de la CCT

La Commission canadienne du tourisme (CCT) est l'organisme national de marketing touristique au Canada. À titre de société d'État, la CCT dirige l'industrie canadienne du tourisme afin de promouvoir le Canada comme une destination touristique quatre saisons de premier ordre. La Commission aide le secteur canadien du tourisme à générer des recettes provenant de l'étranger.

En partenariat et de concert avec le secteur privé, les gouvernements du Canada, des provinces et des territoires, la CCT collabore avec le secteur du tourisme pour préserver son avantage concurrentiel et repositionner le Canada en tant que « destination où les voyageurs peuvent créer leurs propres expériences *extraordinaires* ».

Promouvoir le tourisme au Canada à l'échelle internationale

L'approche de la CCT est axée sur les marchés internationaux ou les segments de marché grand public présentant le meilleur potentiel au niveau du rendement du capital investi. La CCT dirige ses efforts de marketing consacrés au tourisme international en misant sur la marque touristique du Canada aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en France, au Mexique, au Japon, en Chine, en Corée du Sud, en Australie, Brésil, Inde et Canada.

En plus du financement de 76 millions de dollars, le gouvernement fédéral a affecté 20 millions de dollars supplémentaires par an, au cours des deux prochaines années, à la CCT, afin d'investir davantage dans les marchés prioritaires internationaux et dans un programme de publicité au pays.

Vision de la CCT :

Inviter le monde entier à explorer le Canada

Mission de la CCT :

Canaliser la voix collective du Canada en vue de faire augmenter les recettes de l'étranger

Rôle de chef de file de la CCT

- promouvoir la marque touristique du Canada Explorez sans fin
- avoir une capacité de recherche de calibre international
- être une source principale de renseignements
- tirer le meilleur parti de la technologie et d'Internet et faire figure de chef de file à ce chapitre

Fiche de renseignements

La marque touristique du Canada

En 2009, on viendra visiter le Canada non seulement parce qu'il s'agit d'un beau pays, offrant des paysages fabuleux, mais également parce que c'est un lieu qui permet au visiteur de créer ses propres histoires et ses propres expériences, uniques, inattendues, extraordinaires. La CCT poursuivra son étroite collaboration avec l'industrie touristique en vue de renforcer l'image de marque du tourisme au Canada.

La CCT et les partenariats

La CCT est un organisme unique, créé sur le principe d'un partenariat entre les secteurs public et privé. Ces partenariats permettent à la CCT d'obtenir le rendement maximal de son capital investi en termes de ressources financières : les contributions recueillies pour appuyer ses initiatives de marketing sont équivalentes à ses propres ressources. En 2008, les investissements des partenaires ont totalisé 95,8 millions de dollars – soit un ratio de 1,2 : 1 dans le budget annuel de la CCT.

Promesse de la marque :

Venez au Canada et créez vos propres expériences extraordinaires.

Énoncé de la marque :

Le Canada est un catalyseur de l'expression de soi

Piliers de la marque :

La culture, la nature et les gens

Personnalité de la marque :

Sûre d'elle-même, jeune, informelle, chaleureuse, pleine d'esprit, fascinante, ouverte et authentique

Récompense :

La preuve qu'il existe une vie hors de l'ordinaire

Valeurs principales de la CCT :

Innovation

Collaboration

Respect

Retombées du tourisme

- On estime que le montant total des recettes provenant du tourisme a augmenté de 5,8 % par rapport à 2007 pour atteindre 74,9 milliards de dollars en 2008.
- La contribution du tourisme au produit intérieur brut (PIB) du Canada s'est établie à 30,7 milliards de dollars en 2008, augmentation de 7,3 % par rapport à 2007.
- L'activité touristique au Canada compte pour environ 2 % du PIB canadien, ce qui fait du tourisme un important secteur économique au Canada dont la valeur du PIB est semblable à celle des secteurs de l'agriculture, de la foresterie, de la pêche et de la chasse combinés.
- En 2007, l'industrie touristique a généré plus de 660 000 emplois.
- L'industrie touristique canadienne a rapporté 22,2 milliards de dollars de recettes en 2008.

Source : Estimations préliminaires de la CCT