



**ÉTUDE ÉCONOMIQUE
ET FINANCIÈRE
DES STATIONS
DE SKI DU QUÉBEC**

**SAISON
2005 | 2006**



Prix du rapport : 100 \$

Des copies additionnelles peuvent être obtenues auprès de :

L'Association des stations de ski du Québec (ASSQ)
7665, rue Larrey
Bureau 100
Anjou (Québec) H1J 2T7

Téléphone : (514) 493-1810
Télécopieur : (514) 493-3975
Courriel : ski@assq.qc.ca

Pour tout renseignement additionnel, communiquez avec :

Michel Archambault
Professeur et titulaire
Chaire de tourisme Transat
École des sciences de la gestion
Université du Québec à Montréal (UQAM)

Téléphone : (514) 987-7882
Télécopieur : (514) 987-3797
Courriel : archambault.michel@uqam.ca

Tous droits réservés © Copyright, novembre 2006
Michel ARCHAMBAULT, Kate GERMAIN, Jean MORIN
et l'Association des stations de ski du Québec (ASSQ)

REPRODUCTION INTERDITE SANS L'AUTORISATION
DES AUTEURS ET DE L'ASSOCIATION DES STATIONS DE SKI DU QUÉBEC

LES AUTEURS

Michel Archambault

Monsieur Archambault, docteur en économie appliquée, est professeur à l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Titulaire de la Chaire de tourisme Transat, il possède une vaste expérience des secteurs privé et public. Il se spécialise entre autres dans le management stratégique des entreprises touristiques. Il a initié le partenariat entre la Chaire de Tourisme et American Express Canada pour créer, en 1994, le Cercle de tourisme du Québec. Il est membre des conseils d'administration de Tourisme Montréal et de Montréal en lumière, du Comité de recherche en tourisme de la Commission canadienne du tourisme, de l'Observatoire sur les politiques touristiques des pays du bassin méditerranéen ainsi que de l'Institut de la montagne de l'Université de Savoie (Rhône-Alpes). Il est également le responsable du Réseau de veille en tourisme.

Kate Germain

Agente de recherche à la Chaire de tourisme Transat et diplômée (2005) du baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie à l'École des sciences de la gestion de l'UQAM, Kate possède une expérience de recherche dans plusieurs secteurs du loisir touristique analysés dans le cadre de mandats confiés à la Chaire.

Jean Morin

Expert comptable spécialisé en gestion financière des entreprises, monsieur Morin est l'analyste financier de l'étude depuis ses débuts en 1989. Il collabore depuis plusieurs années avec la Chaire de tourisme Transat à titre de professionnel de recherche associé. Il est intervenu dans le cadre de multiples mandats touchant des secteurs tels que le transport par autocar, le camping, le golf, les croisières, les jardins zoologiques et le réseau de veille en tourisme. Il se spécialise notamment dans le diagnostic financier, la gestion des investissements et le financement des entreprises. Il est également chargé de formation à HEC Montréal.

SOMMAIRE EXÉCUTIF

La fréquentation

L'année 2005-2006 se situe dans la moyenne des cinq dernières années sur le plan de l'achalandage. Cette performance est digne de mention car on a enregistré, au cours de l'hiver, un record de précipitations de pluie – il en est tombé plus de 166,4 millimètres dans la région de Montréal, là où se retrouve le plus grand bassin des adeptes de la glisse, comparativement à la moyenne de 60 mm au cours des derniers cinq ans.

Avec 82 stations en exploitation, l'ensemble des stations totalisent 6,773 millions de jours-ski (MJS)¹, soit une baisse de 5,4 % par rapport à l'année 2004-2005. Cependant, le chiffre d'affaires uniquement pour la billetterie ski ne diminue que de 2,6 %.

L'industrie nord-américaine du ski voit, quant à elle, son achalandage augmenter de 3,8 % avec quelque 78,1 millions de visites ou de jours-ski (JS)². Aux États-Unis, contrairement à la dernière saison où les stations ont enregistré une baisse de 1,2 %, l'année 2005-2006 leur a été profitable avec une hausse globale de 3,5 %, ce qui équivaut à un record avec 58,9 MJS; cependant, dans les treize États du Nord-Est, nous observons une baisse de 8,5 %. L'Ouest canadien se stabilise suite à sa chute de fréquentation de la dernière saison (-20 %), en accroissant son achalandage de 19 %, alors que celui de l'Ontario se maintient avec une légère diminution de 0,4 %³.

	MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN, EN 000 JS			2004-2005	
	000 JS	%	Écarts %	000 JS	%
Québec	6 773	8,7	-5,4	7 164	9,5
Ontario	3 488	4,5	-0,4	3 502	4,7
Ouest canadien	8 226	10,5	18,9	6 919	9,2
Autres provinces canadiennes	677	0,9	-10,3	755	1,0
Nord-Est américain ⁴	12 505	16,0	-8,5	13 661	18,2
Reste des États-Unis ⁵	46 392	59,4	7,3	43 221	57,4
Total	78 061		3,8	75 222	

L'achalandage varie, sur le plan régional, entre -9 % et +8 % (tableau 4). Seules les régions du Bas-St-Laurent et de la Mauricie–Centre-du-Québec affichent des augmentations, avec 4 et 8,7 % respectivement. Les Laurentides (-9,5 %) et les Cantons-de-l'Est (-5,9 %) enregistrent les plus fortes baisses.

¹ MJS : millions de jours-ski.

² JS : jour-ski

³ Données provenant du Conseil canadien du ski. Ne pouvant valider la méthodologie utilisée par les associations de ski de ces provinces, ces résultats ne sont communiqués qu'à titre indicatif.

⁴ NSAA

⁵ Id.

Le marketing

Le budget marketing total s'établit à 13,7 millions de dollars, soit 5,4 % du volume d'affaires total des stations, en excluant les activités immobilières. Ce total inclut 5 M\$ versés au titre de la rémunération pour les employés.

De façon encore plus significative cette année, les stations ont investi au Québec : 76,3 % de leur budget, une hausse de 15 points comparativement à l'année précédente, soit le plus fort pourcentage des 10 dernières années. En conséquence, nous percevons une diminution des dépenses en Ontario et aux États-Unis, dans ce dernier cas, on note une perte de 10 points par rapport à l'année précédente.

Les résultats financiers

La performance financière de l'ensemble des stations de notre échantillon permet de qualifier l'hiver 2005-2006 de « bonne saison ». En effet, six (6) stations sur dix (10) réalisent des bénéfices et trois (3) stations sur quatre (4), des liquidités de leur exploitation⁶.

Cependant, plusieurs stations ne génèrent pas suffisamment de liquidités de leur exploitation (bénéfice + amortissement) pour faire face au remboursement de leurs dettes, au paiement d'une juste rémunération des actionnaires et à un réinvestissement suffisant pour assurer tant le remplacement des immobilisations en fin de vie utile que pour effectuer les nouveaux investissements essentiels à une meilleure rentabilisation de la station.

L'apport économique de l'industrie

L'ensemble des stations québécoises de ski alpin termine l'année 2005-2006 avec une légère baisse de son volume d'affaires pour leurs activités hivernales, passant de 208 M\$ à 206,4 M\$, soit moins de 1 %.

Les nouveaux investissements pour la pratique du ski sont estimés à quelque 30 millions pour cette année. En tout, cela équivaut à une injection de 800 millions de dollars dans l'industrie (dépenses d'exploitation des stations, achats effectués par les skieurs, investissements des stations).

L'industrie du ski constitue ainsi un levier économique important qui contribue à l'essor et à la vitalité de plusieurs régions du Québec en hiver, générant plus de 30 000 emplois directs et indirects.

⁶ Comparativement à la saison 2004-2005, qualifiée d'exceptionnelle, où 67,5 % des stations ont réalisé un bénéfice et 81,5 % ont dégagé des flux monétaires d'exploitation positifs.