

## Étude sur l'impact économique du golf au Canada

Une étude inédite menée par l'Alliance nationale des associations de golf (NAGA)

### Points saillants

**LE 29 MAI 2014** - Fondée sur une enquête à l'échelle nationale auprès d'environ 15 000 golfeurs<sup>i</sup> et plus de 300 terrains de golf<sup>ii</sup> dans 10 provinces et trois territoires, L'**Étude sur l'impact économique (EIE) du golf au Canada** (« L'évaluation du golf au Canada ») présente une mise à jour exhaustive de l'étude clé sur l'impact économique de l'industrie du golf au Canada effectuée par la société SNG Solutions Inc. en 2008-2009 (étude 2009).

La présente étude fournit des preuves quantitatives, mises à jour en 2014, de l'importance économique du golf sur les économies canadiennes, provinciales et territoriales, par l'entremise des recherches auprès des golfeurs et des exploitants de terrains de golf partout au Canada. Les résultats montrent le rôle important du golf sur l'économie du Canada eu égard :

- au « produit intérieur brut » du golf au Canada – y compris tous les biens et les services directement et indirectement liés au golf, en plus d'une analyse des personnes qui tirent profit du golf et de l'ampleur de ces bienfaits;
- à d'autres impacts économiques secondaires tels que l'emploi et le revenu des ménages à l'échelle nationale, provinciale et territoriale.

### Impact économique du golf au Canada – résumé

L'industrie du golf au Canada enregistre environ 19,7 milliards de dollars en **dépenses directes**, notamment en :

- adhésions et droits de jeu (5,0 milliards de dollars);
- équipement de golf (3,2 milliards de dollars);
- vêtements de golf (0,86 milliard de dollars);
- dons de charité lors d'activités caritatives (0,53 milliard de dollars);
- dépenses par des golfeurs canadiens sur d'autres biens et services liés au golf (tels que l'enseignement, les publications, la télévision payante, le transport et l'essence pour se rendre à leur terrain d'attache, etc.) (2,5 milliards de dollars);
- voyages de golf au Canada par des golfeurs canadiens, à l'exception de leur terrain d'attache (1,5 milliard de dollars);
- voyages de golf et dépenses sur le terrain à l'extérieur du Canada par des golfeurs canadiens (4,6 milliards de dollars);
- voyages de golf au Canada par des golfeurs étrangers, 1,2 milliard de dollars (sans tenir compte des dépenses sur le terrain);
- ajouts d'immobilisations et améliorations dans les terrains (0,4 milliard de dollars).

Selon les impacts directs, indirects et induits, en 2013, l'impact économique de la grappe de golf canadienne enregistre environ 14,3 milliards de dollars du **Produit intérieur brut** (PIB) du Canada, une augmentation par rapport aux 12,2 milliards de dollars enregistrés en 2008.

Parmi les **autres contributions économiques** du golf au Canada, notons :

- 300 100 emplois (340 000 selon l'étude de 2009);
- 8,3 milliards de dollars en revenu de ménages (8,2 milliards de dollars selon l'étude de 2009);
- 1,4 milliard de dollars en impôts fonciers et autres taxes indirectes (1,3 milliard de dollars selon l'étude de 2009);
- 2,2 milliards de dollars en impôt fédéral sur le revenu et en impôt provincial sur le revenu (2,6 milliards de dollars selon l'étude de 2009).

Au Canada, le golf génère environ 36,8 milliards de dollars en **production brute** (pour les définitions, consulter le glossaire) par l'entremise de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

On estime à 19,7 milliards de dollars l'activité économique totale directe (le total des ventes directes, les voyages de golf, les dépenses en immobilisation) découlant de l'industrie canadienne du golf. Les recettes directes générées par les terrains de golf et leurs installations, ainsi que les terrains d'exercice indépendants (5,0 milliards de dollars) font concurrence aux recettes que génèrent **tous les autres** sports de participation et installations de loisirs regroupés (**4,8 milliards de dollars**) au Canada<sup>iii</sup>.

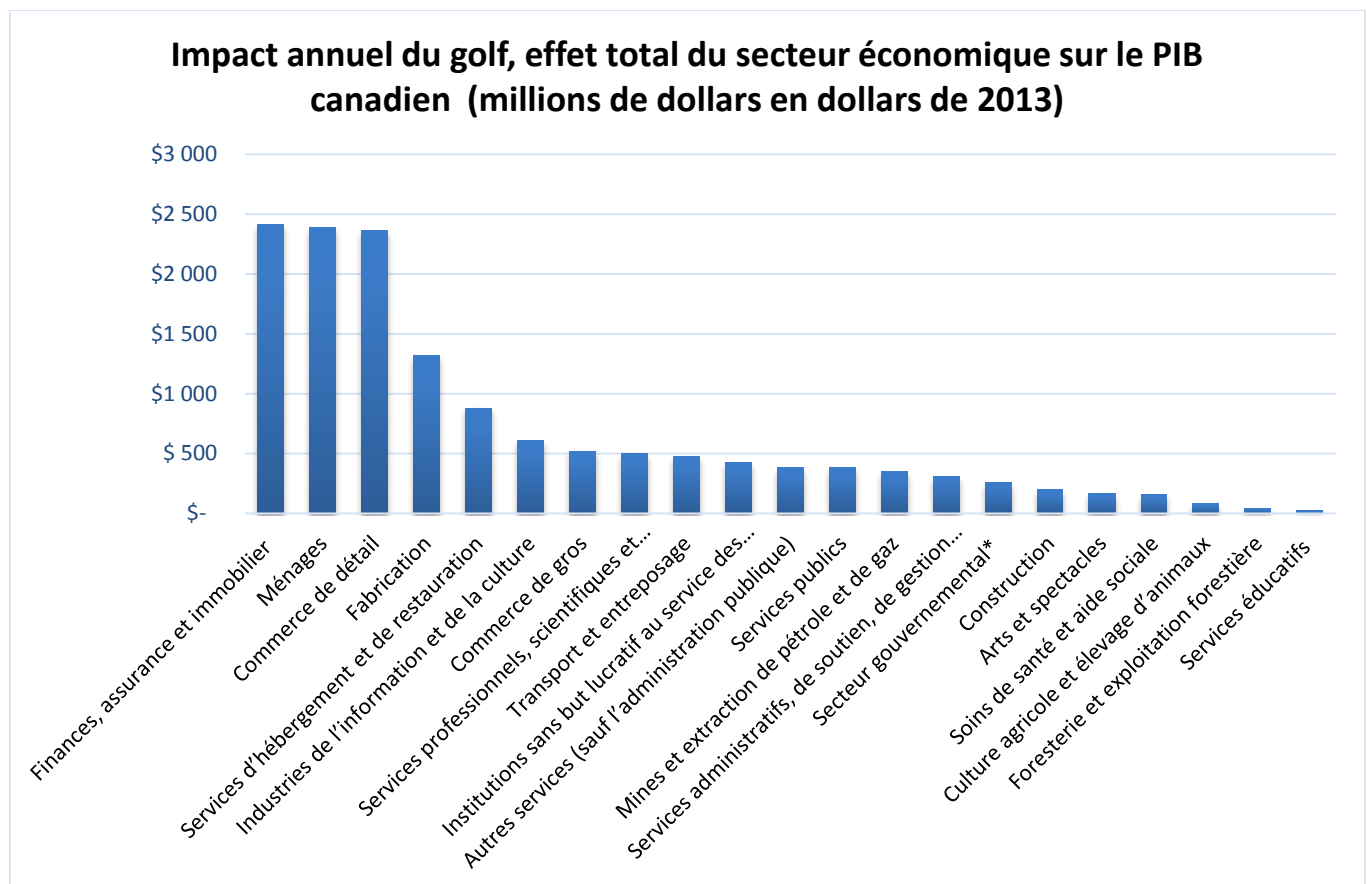
Les avantages et les impacts supplémentaires du golf au Canada comprennent, entre autres :

- **Les avantages pour l'environnement** – 2 308 exploitants de terrains de golf gèrent plus de 175 000 hectares d'espaces verts, y compris 30 000 hectares de réserves d'espèces sauvages sous la surveillance des terrains de golf.
- **La participation au golf** – selon la société SNG, basé sur les départs déclarés par les exploitants et les rondes jouées déclarées par les golfeurs canadiens, environ 60 millions de rondes de golf ont été jouées en 2013 (environ 70 millions en 2008).
- Selon une récente étude de NAVICOM, le Canada compte près de 5,7 millions de golfeurs<sup>iv</sup>.
- **Les perspectives d'emploi** – L'industrie canadienne du golf offre d'excellentes perspectives d'emploi. En effet, des étudiants composent jusqu'à 37 % du personnel des terrains de golf canadiens.
- **Les activités caritatives** – En 2013, près de 37 000 activités caritatives ont été tenues dans des terrains de golf canadiens (25 000 en 2008). Selon une estimation prudente, ces activités recueillent plus de 533 millions de dollars (473 millions de dollars en 2008) au profit des œuvres caritatives partout au Canada.

- **Le tourisme afférent au golf** – Les voyageurs canadiens font plus de un million de voyages de golf<sup>v</sup>, dépensant 2,5 milliards de dollars annuellement pour des voyages liés au golf à l’intérieur du Canada (y compris les dépenses sur le terrain dans les terrains visités). Les golfeurs étrangers dépensent 1,6 milliard de dollars sur des voyages de golf et des dépenses sur le terrain.

À l’exclusion des ménages, qui comptent pour 16,7 % des impacts économiques du golf sur le PIB, les secteurs canadiens visant les finances, l’assurance et l’immobilier, le commerce de détail et la fabrication, sont davantage touchés par le golf canadien, entraînant des impacts de 16,9 %, 16,6 % et 9,3 % respectivement sur le PIB au Canada.

À plusieurs points de vue, le golf contribue substantiellement à l’économie de chacune des provinces et au Canada dans son ensemble.



**Vision globale du golf – comparaison des conclusions de l’étude de 2014 à celles de 2009**

Sans aucun doute, l’étude de 2014 sur l’impact du golf au Canada sera comparée aux conclusions de l’étude de 2009 (il est à noter que l’étude de 2009 est largement fondée sur des données recueillies en 2008 et que l’étude de 2014 est fondée sur des données recueillies en 2013).

Depuis la publication de l’étude de 2009, l’économie canadienne a subi, tout comme l’économie à l’échelle mondiale, ce qui est maintenant connu et qualifié de Crise économique mondiale. Tout a débuté par une crise immobilière aux États-Unis, se propageant rapidement dans le système financier mondial, exposant les risques, les faiblesses et l’interdépendance de l’économie mondiale. À l’époque, on estimait à des milliards les pertes

financières – la plus importante manifestation unique de perte financière de l’histoire – laissant aucun secteur de l’économie intouché.

C’est dans ce contexte très intimidant que les résultats de l’étude de 2014 sur l’impact économique du golf au Canada doivent être pris en compte. À première vue, et à la lumière des principales statistiques sommaires présentées dans le présent rapport, l’économie du golf canadien semble présenter aucun changement de 2008 à 2013.

À vrai dire, il est fort probable que l’économie du golf au Canada se soit rétablie pour retrouver le niveau précédant la Crise économique mondiale, conservant certains des paramètres clés en matière de recettes et de niveau de jeu, dans la foulée de la récession de 2008 et de l’évolution démographique continue observée dans le golf depuis environ 2000.

L’Étude du comportement du consommateur de golf de la NAGA met en lumière l’équilibre réalisé par l’industrie. « Parmi la population d’environ 5,7 millions de golfeurs, le nombre de personnes initiées au golf est égal au nombre de personnes qui abandonnent le jeu (18 % ou environ 1 026 million de personnes). Certains golfeurs jouent davantage, d’autres jouent moins ou également, mais dans l’ensemble, le nombre de personnes au jeu n’accuse aucune croissance. » (NAVICOM, 2012)<sup>vi</sup>.

L’Étude du comportement du consommateur de golf souligne également que les golfeurs jouent moins de rondes, la majorité des rondes étant jouées par un nombre limité de golfeurs passionnés, et le taux de jeunes s’initiant au golf étant inférieur à ce qu’il était pour les générations antérieures.

Malgré ces importantes et rigoureuses conditions, l’industrie canadienne du golf « conserve à la base » l’impact économique observé en 2008. Selon la présente étude (basée sur les données de 2013) :

- bien que les rondes jouées soient moindres (26 100 par terrain en 2013 par opposition à 28 700 en 2008), les recettes sont équivalentes à celles de 2008;
- les dépenses d’exploitation de 2013 correspondent à celles de 2008;
- les dépenses en immobilisation (p. ex. les améliorations du terrain, les infrastructures) en 2013, se chiffraient à 650 millions de dollars, soit 140 millions de dollars de plus que les 511 millions de dollars (en dollars de 2013) en 2008;
- les terrains offrent des services avec moins d’employés, l’emploi en 2013 ayant affiché une diminution allant jusqu’à 20 % par rapport à 2008, et les terrains embauchent moins d’étudiants (37 % par rapport à 43 % en 2008);
- les golfeurs canadiens ont augmenté leurs dépenses liées au golf et aux voyages de golf à l’extérieur du Canada, passant de 1,9 milliard de dollars (en dollars de 2013) en 2008 à 4,6 milliards de dollars en 2013;
- pour leur part, les golfeurs ont tout de même réussi à dépenser un peu plus sur le golf au Canada, notamment: 15,6 milliards de dollars (en dollars de 2013) en 2013 par opposition à 14 milliards de dollars (en dollars de 2013) en 2008.

Le rapport ci-après offre un aperçu du processus de l’étude et des conclusions clés tirées de l’étude de 2014 sur l’impact économique du golf au Canada en 2013.

## Au sujet de l'Étude

La présente étude s'avère un suivi de l'étude novatrice de 2009 effectuée par la société Strategic Networks Group, Inc. (SNG), menée par Thomas McGuire, vice-président chez SNG Solutions. Elle se fonde presque intégralement sur une recherche primaire menée sur l'offre (les terrains de golf) et la demande (les golfeurs) du golf au Canada par l'entremise d'un processus d'enquête à l'échelle du pays géré par le vice-président des opérations chez SNG, Gary Dunmore. La société SNG a également utilisé un nouveau modèle d'impact entrées-sorties interrégional personnalisé, lequel a été élaboré par les économistes de renom, notamment le docteur William Schaffer, professeur émérite, Georgia Institute of Technology, et John Jozsa, Jozsa Management & Economics – tous deux étant des associés de la société SNG. Ce modèle entrées-sorties a été personnalisé de façon à surveiller l'activité économique liée à l'industrie du golf à l'échelle du pays.

Les membres de l'équipe SNG comprenaient, entre autres, Michael Curri (président de la société SNG), Thomas McGuire (vice-président chez SNG et gestionnaire des solutions et du projet pour la présente étude), Gary Dunmore (vice-président des opérations chez SNG), Thibaud Chatel (analyste chez SNG), John Jozsa (associé de la société SNG), et le docteur William Schaffer (associé de la société SNG et professeur émérite, Georgia Institute of Technology).

## Au sujet de la NAGA

L'Alliance nationale des associations de golf (NAGA) est un organisme visant à améliorer le golf dans tous les secteurs du Canada. La NAGA a pour objectif d'assurer un avenir durable pour le golf canadien.

## Remerciements

Nous devons remercier plusieurs personnes ayant contribué à la présente étude, notamment le Conseil de la NAGA et les présidents d'Associations de la NAGA, ainsi que les nombreux golfeurs partout au Canada ayant consacré du temps à remplir les sondages relatifs à leurs expériences au golf. Nous remercions particulièrement les exploitants de terrains de golf qui ont participé à la présente étude en partageant des renseignements au sujet de leur exploitation par l'entremise du sondage, des entrevues approfondies et de la mise à l'essai des versions antérieures du sondage auprès des exploitants.

## Personnes-ressources

### Alliance nationale des associations de golf (NAGA)

Jeff Calderwood, président de la NAGA  
613-226-3616, poste 20  
[jcalderwood@ngcoa.ca](mailto:jcalderwood@ngcoa.ca)

### Strategic Networks Group, Inc. (SNG)

Thomas McGuire  
VP, SNG Solutions Inc.  
[m McGuire@sngroup.com](mailto:m McGuire@sngroup.com)  
+1-902-431-6972

Michael Curri  
Président, SNG Solutions Inc.  
[mcurri@sngroup.com](mailto:mcurri@sngroup.com)  
+1-613-277-2588

## Conclusions fondamentales

Les recherches primaire et secondaire de la société SNG sur l'impact économique du golf au Canada ont donné lieu aux conclusions ci-après.

La société SNG évalue à environ **19,7 milliards de dollars** le total annuel des ventes directes afférentes au golf au Canada (les dépenses liées au golf au Canada, les voyages de golf à l'extérieur du Canada, les dépenses annuelles en immobilisation des terrains de golf et des terrains d'exercice).

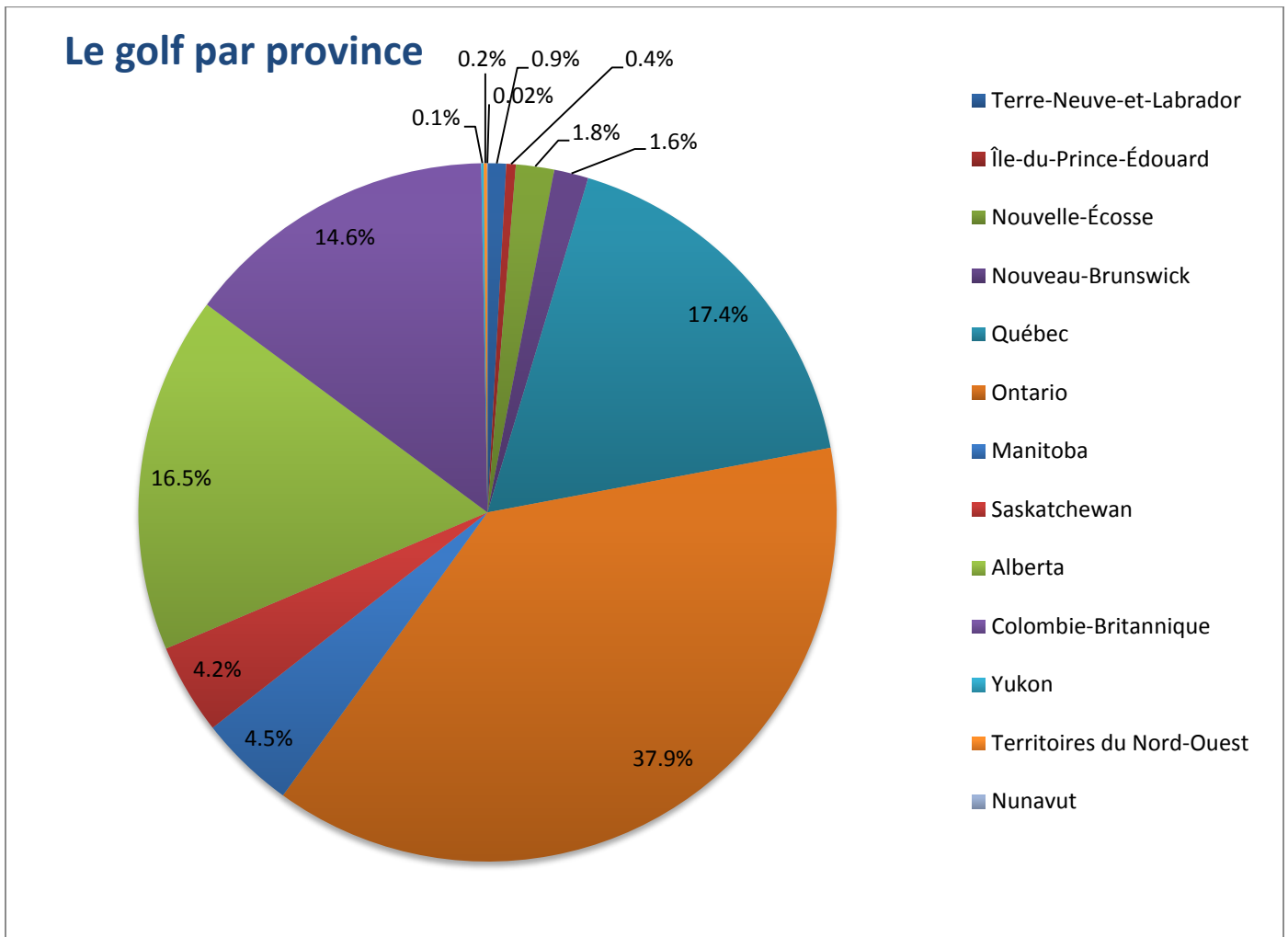
### Impact économique du golf au Canada

- L'industrie canadienne du golf emploie directement près de **126 000** personnes à l'échelle du pays, dans une variété d'emplois, y compris la fabrication d'équipement, l'exploitation de terrains de golf, les services des professionnels de golf, et divers autres aspects de l'exploitation d'un terrain, allant des services de restauration à l'entretien.
- L'emploi total découlant des effets économiques directs, indirects et induits passe à 300 000 personnes à l'échelle du Canada.
- Le revenu de ménage total des employés de terrains de golf, de clubs champêtres et de terrains d'exercice indépendants est évalué à **1,9** milliards de dollars et à **8,4** milliards de dollars à l'échelle du Canada lorsqu'on y ajoute les effets directs, indirects et induits.
- L'industrie canadienne du golf offre d'excellentes possibilités d'emploi pour les étudiants, ces derniers représentant jusqu'à **37 %** du personnel dans les terrains de golf canadiens. Les étudiants sont bien rémunérés et sont exposés à des possibilités de réseautage en appui de leur cheminement professionnel dans les années à venir.
- L'activité économique totale (le total des ventes liées au golf) découlant de l'industrie canadienne du golf est évaluée à 19,7 milliards de dollars.
- L'industrie canadienne du golf contribue environ 14,3 milliards de dollars (en dollars de 2013) au Produit intérieur brut (PIB) du Canada.

### Comparaison à 2009

- L'industrie canadienne du golf a employé 155 000 personnes.
- L'emploi total, y compris l'emploi direct, indirect et induit se chiffrait à 342 000.
- Le revenu des ménages canadiens pour les travailleurs dans des terrains de golf était de 1,7 milliard de dollars et de 8,2 milliards de dollars lorsque les effets indirects et induits s'y ajoutaient.
- Les étudiants représentaient 43 % des employés dans les terrains de golf.
- L'activité économique directe totale découlant de l'industrie canadienne du golf se chiffrait à 16,4 milliards de dollars.
- On estime que l'industrie canadienne du golf contribue 12,2 milliards de dollars au PIB du Canada.

*\*Nota :* Toutes les valeurs de 2009 proviennent de l'étude de 2009 sur l'impact économique du golf et ont été redressées en dollars de 2013. Les données de l'étude de 2009 reflètent l'année d'application 2008. Les données de l'étude de 2014 reflètent l'année d'application 2013.



### Participation au golf canadien

- Environ 5,7 à 6 millions de Canadiens jouent au golf annuellement<sup>vii</sup>.
- À la lumière de la participation, le golf s'avère la principale activité de loisir au Canada, un sport auquel participent davantage de Canadiens qu'au hockey<sup>viii</sup> et qu'au soccer<sup>ix</sup>, offrant un sport de participation à une large gamme de groupes d'âge.
- Selon la société SNG, les Canadiens ont joué 60 millions de rondes de golf en 2013.
- D'après la recherche primaire de la société SNG, l'industrie du golf au Canada enregistre environ 19,7 milliards de dépenses, notamment en :
  - adhésions et droits de jeu (5,0 milliards de dollars);
  - équipement de golf (3,2 milliards de dollars);
  - vêtements de golf (0,9 milliard de dollars);
  - dons de charité lors d'activités caritatives (0,5 milliard de dollars);
  - dépenses par des golfeurs canadiens sur d'autres dépenses liées au golf (telles que l'enseignement, les publications, la télévision payante, le transport et l'essence pour se rendre à leur terrain d'attache, etc.) (2,5 milliards de dollars);

- voyages de golf au Canada par des golfeurs canadiens (1,5 milliard de dollars);
- voyages de golf et dépenses sur le terrain à l'extérieur du Canada par des golfeurs canadiens (4,6 milliards de dollars);
- voyages de golf au Canada par des golfeurs étrangers, 1,2 milliard de dollars (sans tenir compte des dépenses sur le terrain);
- ajouts d'immobilisations et améliorations dans les terrains (0,4 milliard de dollars).

## Comparaison à 2009

- 2,5 millions de Canadiens formaient les golfeurs de base.
- Environ 70 millions de rondes ont été jouées pendant l'année.
- On estime que les golfeurs canadiens ont dépensé environ 14,1 milliards de dollars au golf, y compris :
  - l'équipement approprié (2,26 milliards de dollars);
  - les adhésions et les droits de jeu (4,41 milliards de dollars);
  - les vêtements de golf (0,75 milliard de dollars);
  - les dépenses dans des industries autres que le golf, telles que le transport, l'essence, les médias, l'alimentation et le divertissement (2,48 milliards de dollars);
  - les voyages de golf à l'intérieur du Canada (1,94 milliard de dollars);
  - les dépenses caritatives (0,43 million de dollars);
  - les voyages de golf à l'extérieur du Canada (1,83 milliard de dollars).

## Les terrains de golf, les clubs champêtres et les terrains d'exercice

- Le Canada compte 2 308 terrains de golf et terrains d'exercice. La plupart des terrains d'exercice identifiés dans la présente étude ont un lien opérationnel ou une liaison d'entreprise avec un terrain de golf<sup>x</sup>.
- Selon la recherche primaire de la société SNG, les terrains de golf canadiens occupent plus de **175 000** hectares, y compris les espaces verts évalués à plus de **145 000** hectares et près de **30 000** hectares d'espaces sauvages naturels.
- En 2013, les terrains de golf et les terrains d'exercice canadiens ont dépensé environ 4,6 milliards de dollars (sans compter les dépenses en immobilisations) sur :
  - les salaires et les traitements, les cotisations et les avantages sociaux;
  - l'exploitation des terrains;
  - la boutique du pro et les ventes de détail;
  - les services de restauration;
  - le bureau et l'administration;
  - les impôts provincial et fédéral ainsi que les taxes municipales;
  - les dons de bienfaisance et autres dépenses opérationnelles;
  - l'attribution au surplus des corporations (c.-à-d., le revenu net d'exploitation après la charge ayant un effet sur la trésorerie).

En 2013, les terrains de golf et les installations d'exercice ont investi 650 millions de dollars dans des dépenses d'immobilisations connexes par l'entremise de l'entretien des terrains et des installations, des agrandissements et des améliorations.



## Comparaison à 2009

- Les terrains de golf canadiens ont dépensé environ 5,06 milliards de dollars sur :
  - les salaires et les traitements, les cotisations et les avantages sociaux;
  - l'exploitation des terrains;
  - la boutique du pro et les ventes de détail;
  - les services de restauration;
  - le bureau et l'administration;
  - les impôts provincial et fédéral ainsi que les taxes municipales;
  - les dons de bienfaisance et autres dépenses opérationnelles.
- Les terrains de golf canadiens ont investi 515,3 millions de dollars dans des dépenses d'immobilisation connexes par l'entremise de l'entretien des terrains et des installations, des agrandissements et des améliorations.

## Le tourisme canadien et le rôle du golf

- Les golfeurs canadiens ont dépensé environ 1,5 milliard de dollars sur des voyages de golf à l'intérieur du Canada (sans compter les dépenses sur le terrain) et 4,6 milliards de dollars sur des voyages de golf à l'extérieur du Canada (y compris des dépenses sur le terrain et à l'extérieur).
- L'inclusion des dépenses estimatives liées aux voyages de golf hors-terrain à l'étranger et aux dépenses connexes attribuables au golf, et l'inclusion des voyages de golf hors-terrain à l'étranger et des dépenses connexes attribuables au golf, représente un ajout de 760 millions de dollars (5,0 % de plus) au PIB et augmente les emplois de 12 500 (4,0 % de plus). (*Nota* : Ces impacts sont intégrés à la déclaration de la totalité des impacts.)

## Comparaison à 2009

- Les golfeurs canadiens ont dépensé environ 1,94 milliard de dollars sur des voyages de golf au Canada et environ 1,83 milliard de dollars sur des voyages de golf à l'extérieur du Canada.

## Les œuvres caritatives canadiennes tirant profit du golf

- Selon la recherche primaire de la société SNG, chaque année plus de 36 000 (25 000 en 2008) activités caritatives ont été tenues dans des terrains de golf canadiens.
- En raison de ces activités, l'industrie canadienne du golf a facilité environ 475 millions de dollars en financement pour des causes caritatives partout au Canada. Les fonds sont recueillis par l'entremise d'activités golfigues et non golfigues tenues dans des terrains de golf canadiens, et par l'entremise des dons

des participants aux tournois et aux activités caritatives en raison des droits d'entrée et des dons à la fois de donateurs privés, de sociétés, et de non-golfeurs.

- En plus des fonds caritatifs recueillis, en 2013, les terrains de golf eux-mêmes ont contribué 23,6 millions de

## Comparaison à 2009

- Plus de 25 000 activités caritatives ont eu lieu dans des terrains de golf canadiens.
- Les terrains de golf canadiens ont facilité environ 440 millions de dollars en financement pour des causes caritatives.
- Les terrains de golf eux-mêmes ont contribué 8,6 millions de dollars en espèces et 19,4 millions de dollars par l'entremise d'un appui en nature.
- L'impact différentiel total sur la valeur immobilière a été évalué à 1,5 milliard de dollars.
- Les terrains de golf et les terrains d'exercice indépendants ont affiché un revenu brut de 5,1 milliards de dollars.

## Comparaison du golf aux autres industries<sup>xi</sup>

Selon la société SNG, en 2013, les terrains de golf et les terrains d'exercice indépendants ont affiché un revenu brut de **5,0 milliards de dollars**. Selon les renseignements obtenus de Statistique Canada, lequel fournit des revenus d'exploitation dans d'autres secteurs, les terrains de golf affichent des revenus bruts supérieurs à ceux des « installations de ski » au Canada (980 millions de dollars en 2012), à ceux des « centres de conditionnement physique et des centres de sports récréatifs » (2,4 milliards de dollars en 2012), à ceux des « parcs d'attractions et des arcades » (470 millions de dollars en 2006), et à ceux de « toute autre industrie de divertissements et de loisirs, (à l'exception du jeu) » (2 milliards de dollars en 2012).

Les terrains de golf affichent des recettes d'exploitation supérieures à celles des « promoteurs des arts du spectacle et des sports » (2,4 milliards de dollars en 2012) et à celles des « sports passifs » (2,8 milliards de dollars en 2012), y compris les recettes brutes de la Ligue nationale de hockey au Canada<sup>xii</sup>.

## Résumés provinciaux

Les résumés provinciaux ci-après présentent l'effet cumulatif du golf pour chacune des 10 provinces et des 3 territoires. Les effets présentés sont le résultat des effets combinés de l'impact économique direct, indirect et induit.

### Colombie-Britannique

Le golf contribue environ **2,80 milliards de dollars** au Produit intérieur brut (PIB) de la **Colombie-Britannique** au prix du marché (1,66 milliard de dollars en 2009). Cela comprend :

- 44 000 emplois (47 000 en 2009);
- 1,27 milliard de dollars en revenu des ménages (1,14 milliard de dollars en 2009);
- 167 milliards de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (168 millions de dollars en 2009);
- 298 millions de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (269 millions de dollars en 2009).

En **Colombie-Britannique**, le golf génère 4,97 milliards de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf en **Colombie-Britannique** est évaluée à 2,88 milliards de dollars. De ce montant, on évalue à 849 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

### Alberta

Le golf contribue environ **2,80 milliards de dollars** au produit intérieur brut (PIB) de l'**Alberta** (1,78 milliard de dollars en 2009). Cela comprend :

- 43,000 emplois (50,000 en 2009);
- 1,3 milliard de dollars en revenu des ménages (1,14 milliard de dollars en 2009);
- 82,9 millions de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (145 millions de dollars en 2009);
- 309 millions de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (281 millions de dollars en 2009).

En **Alberta**, le golf génère 5,88 milliards de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf en **Alberta** est évaluée à 2,88 milliards de dollars. De ce montant, on évalue à 859 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

## Saskatchewan

Le golf contribue environ **446 millions de dollars** au produit intérieur brut (PIB) de la **Saskatchewan** (484 millions de dollars en 2009). Cela comprend :

- 17 000 emplois (22 000 emplois en 2009);
- 352 millions de dollars en revenu des ménages (333 millions de dollars en 2009);
- 36,6 millions de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (43,7 millions de dollars en 2009);
- 81,3 millions de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (77,1 millions de dollars en 2009).

En **Saskatchewan**, le golf génère 1,38 milliard de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf en **Saskatchewan** est évaluée à 915,8 millions de dollars. De ce montant, on évalue à 351,5 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

## Manitoba

Le golf contribue environ **636 millions de dollars** au produit intérieur brut (PIB) du **Manitoba** (491 millions de dollars en 2009). Cela comprend :

- 16 000 emplois (18 000 emplois en 2009);
- 379 millions de dollars en revenu des ménages (335 millions de dollars en 2009);
- 51,0 millions de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (48,1 millions de dollars en 2009);
- 101 millions de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (82,4 millions de dollars en 2009).

Au **Manitoba**, le golf génère 1,56 milliard de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf au **Manitoba** est évaluée à 952,4 millions de dollars. De ce montant, on évalue à 279,5 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

## Ontario

Le golf contribue environ **5,40 milliards de dollars** au produit intérieur brut (PIB) de l'**Ontario** (4,76 milliards de dollars en 2009). Cela comprend :

- 1110 000 emplois (124 000 emplois en 2009);
- 3,20 milliards de dollars en revenu des ménages (3,22 milliards de dollars en 2009);
- 365 millions de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (539 millions de dollars en 2009);
- 716 millions de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (752 millions de dollars en 2009).

En **Ontario**, le golf génère 14,6 milliards de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf en **Ontario** est évaluée à 7,46 milliards de dollars. De ce montant, on évalue à 1,70 milliard de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

## Québec

Le golf contribue environ **2,48 milliards de dollars** au produit intérieur brut (PIB) du **Québec** (2,25 milliards de dollars en 2009). Cela comprend :

- 52 000 emplois (58 000 emplois en 2009);
- 1,43 milliard de dollars en revenu des ménages (1,47 milliard de dollars en 2009);
- 221 millions de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (247 millions de dollars en 2009);
- 640 millions de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (457 millions de dollars en 2009).

Au **Québec**, le golf génère 6,58 milliards de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf au **Québec** est évaluée à 3,47 milliards de dollars. De ce montant, on évalue à 742 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

## Nouveau-Brunswick

Le golf contribue environ **227 millions de dollars** au produit intérieur brut (PIB) du **Nouveau-Brunswick** (242 millions de dollars en 2009). Cela comprend :

- 5 700 emplois (7 100 emplois en 2009);
- 134 millions de dollars en revenu des ménages (164 millions de dollars en 2009);
- 19,1 millions de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (24,7 millions de dollars en 2009);
- 40,9 millions de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (42,5 millions de dollars en 2009).

Au **Nouveau-Brunswick**, le golf génère 654 millions de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf au **Nouveau-Brunswick** est évaluée à 413 millions de dollars. De ce montant, on évalue à 64,1 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

## Nouvelle-Écosse

Le golf contribue environ **253 millions de dollars** au produit intérieur brut (PIB) du **Québec** (287 millions de dollars en 2009). Cela comprend :

- 6 300 emplois (8 900 emplois en 2009);
- 150 millions de dollars en revenu des ménages (202 millions de dollars en 2009);
- 21,2 millions de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (27,6 millions de dollars en 2009);
- 48,2 millions de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (51,3 millions de dollars en 2009).

En **Nouvelle-Écosse**, le golf génère 658 millions de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf en **Nouvelle-Écosse** est évaluée à 385 millions de dollars. De ce montant, on évalue à 81,3 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

## Île-du-Prince-Édouard

Le golf contribue environ **62,6 millions de dollars** au produit intérieur brut (PIB) de l'**Île-du-Prince-Édouard** (66,2 millions de dollars en 2009). Cela comprend :

- 2 000 emplois (2 600 emplois en 2009);
- 39,6 millions de dollars en revenu des ménages (50,5 millions de dollars en 2009);
- 6,3 millions de dollars environ en impôts fonciers et autres impôts indirects (6,1 millions de dollars en 2009);
- 10,5 millions de dollars en impôts sur le revenu fédéral et provincial (11,3 millions de dollars en 2009).

À l'**Île-du-Prince-Édouard**, le golf génère 147 millions de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf à l'**Île-du-Prince-Édouard** est évaluée à 105 millions de dollars. De ce montant, on évalue à 34,4 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

## Terre-Neuve-et-Labrador

Le golf contribue environ **123 millions de dollars** au produit intérieur brut (PIB) de **Terre-Neuve-et-Labrador** (137 millions de dollars en 2009). Cela comprend :

- 2 700 emplois (3 600 emplois en 2009);
- 63,6 millions de dollars en revenu des ménages (83,1 millions de dollars en 2009);
- 5,8 millions de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (8,7 millions de dollars en 2009);
- 14,0 millions de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (20,8 millions de dollars en 2009).

À **Terre-Neuve-et-Labrador**, le golf génère 315 millions de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf à **Terre-Neuve-et-Labrador** est évaluée à 234 millions de dollars. De ce montant, on évalue à 25,2 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

## Yukon

Le golf contribue environ **16,9 millions de dollars** au produit intérieur brut (PIB) du **Yukon** (14,8 millions de dollars en 2009). Cela comprend :

- 420 emplois (410 emplois en 2009);
- 11,1 millions de dollars en revenu des ménages (10,8 millions de dollars en 2009);
- 0,5 million de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (1,1 million de dollars en 2009);
- 1,5 million de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (2,2 millions de dollars en 2009).

Au **Yukon**, le golf génère 37,5 millions de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf au **Yukon** est évaluée à 21,1 millions de dollars. De ce montant, on évalue à 11,0 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.

## Territoires du Nord-Ouest

Le golf contribue environ **21,7 millions de dollars** au produit intérieur brut (PIB) des **Territoires du Nord-Ouest** (22,9 millions de dollars en 2009). Cela comprend :

- 340 emplois (470 emplois en 2009);
- 10,6 millions de dollars en revenu des ménages (13,8 millions de dollars en 2009);
- 0,5 million de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (1,5 million de dollars en 2009);
- 2,5 millions de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (3,5 millions de dollars en 2009).

Aux **Territoires du Nord-Ouest**, le golf génère 49,6 millions de dollars en production brute totale en raison de l'impact direct, indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf aux **Territoires du Nord-Ouest** est évaluée à 18,7 millions de dollars. De ce montant, on évalue à 8,3 millions de dollars les recettes générées directement par les terrains de golf et leurs installations connexes.



## Nunavut

Le golf contribue environ **2,8 millions de dollars** au produit intérieur brut (PIB) du **Nunavut** (2 millions de dollars en 2009). Cela comprend :

- 40 emplois (30 emplois en 2009);
- 1,7 million de dollars en revenu des ménages (1,37 million de dollars en 2009);
- 0,1 million de dollars en impôts fonciers et autres impôts indirects (0,1 million de dollars en 2009);
- 0,2 million de dollars environ en impôts sur le revenu fédéral et provincial (0,3 million de dollars en 2009).

Au **Nunavut**, le golf génère 8,0 millions de dollars en production brute totale en raison de l'impact indirect et induit des dépenses.

Au total, l'activité économique directe (les ventes directes totales) découlant de l'industrie du golf au **Nunavut** est évaluée à 1,9 million de dollars.

## Méthodologie de l'étude

La méthodologie de la présente étude, effectuée par la société Strategic Networks Group (SNG Inc.), s'est concentrée sur la recherche-sondage primaire et sur l'utilisation d'un modèle d'impact entrées-sorties interrégional. La recherche-sondage comprenait une **enquête à l'échelle nationale auprès d'environ 15 000 golfeurs ainsi qu'une enquête à l'échelle nationale auprès de plus de 300 terrains de golf.**

Les invitations à participer aux sondages ont été transmises par voie électronique aux **exploitants de terrains de golf** canadiens à l'aide des listes d'envoi fournies par la NAGA et ses partenaires.

Le sondage Web destiné aux exploitants de terrains de golf visait à recueillir des précisions sur les dépenses des terrains de golf. Ces données ont été jumelées aux résultats d'une série d'entrevues très approfondies avec les exploitants. Ce processus de sondage et d'entrevue a permis de brosser le profil de l'exploitation financière des terrains de golf partout au Canada et celui de leur relation avec les industries dérivées. Les données recueillies par l'entremise de ce sondage comprenaient, entre autres :

- la province dans laquelle est situé le terrain;
- le nombre de trous;
- le tracé du terrain (parcours réglementaire de 18 trous, parcours réglementaire de 9 trous, parcours exécutif de 18 trous, parcours exécutif de 9 trous, parcours de 18 trous à normale 3, parcours de 9 trous à normale 3);
- le type d'accès pour les utilisateurs (privé, semi-privé, public ou municipal);
- des précisions sur les recettes et les dépenses.

Le sondage destiné aux golfeurs était affiché en ligne et distribué par voie électronique au moyen des listes d'envoi fournies par le promoteur de l'étude. Le sondage a également été annoncé au moyen de publications de golf en format papier et en format électronique. Le **sondage destiné aux golfeurs** a permis de recueillir des renseignements auprès des golfeurs canadiens afin de mieux connaître :

- leurs dépenses relatives à l'équipement et aux fournitures de golf;
- leurs dépenses relatives au jeu et aux services connexes;
- leur niveau de participation aux activités caritatives liées au golf et leurs dépenses à cet effet;
- leurs dépenses relatives au golf pendant des voyages d'agrément et des voyages d'affaires; leurs droits de propriété dans le contexte du développement du golf;
- leurs renseignements personnels afférents à leur profil de golf.

Des sources secondaires ont aussi été citées en référence, y compris Golf 20/20, Statistique Canada, la RCGA, l'ANPTG et la SCDC.

## « Grappe de golf » (Golf Cluster)

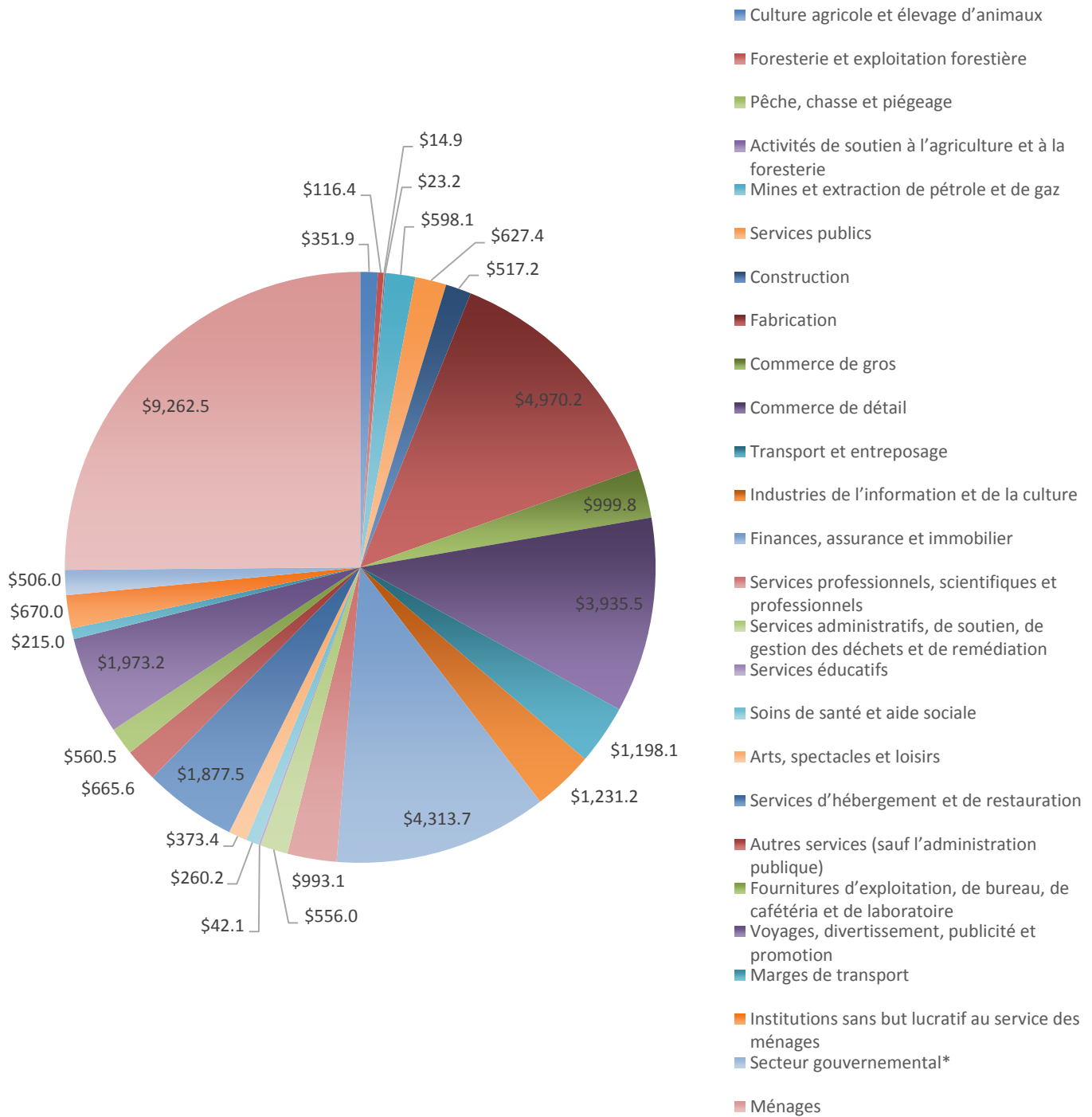
Le concept de la grappe de golf a d'abord été présenté dans les études du Golf 20/20. La société SNG a évalué le marché du golf canadien en se fondant sur la définition de la « grappe de golf ». Cependant, la société SNG a opté pour une méthodologie différente, « schématisant » les diverses composantes industrielles de la « grappe de golf » canadienne à l'aide de tableaux entrées-sorties (E-S) afin de tracer les liens interindustriels de la fonction production du « golf ». Cette méthode offre l'avantage de pouvoir comparer la schématisation à la définition acceptée de la « grappe de golf ». La méthodologie de la société SNG permet de vérifier l'intégralité de la définition de la « grappe de golf » dans un contexte canadien.

Le tableau ci-après reflète la distribution des impacts directs et secondaires sur la production brute, par industrie, entraînés par le golf au Canada.

**Impacts sur la production brute (en millions, en dollars de 2013)**

Industrie	Direct (initial)	Indirect et induit	Total
Culture agricole et élevage d'animaux	39,5 \$	312,4 \$	351,9 \$
Foresterie et exploitation forestière	2,8 \$	113,6 \$	116,4 \$
Pêche, chasse et piégeage	3,3 \$	11,6 \$	14,9 \$
Activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie	2,7 \$	20,5 \$	23,2 \$
Mines et extraction de pétrole et de gaz	72,5 \$	525,5 \$	598,1 \$
Services publics	181,1 \$	446,3 \$	627,4 \$
Construction	259,5 \$	257,7 \$	517,2 \$
Fabrication	1 793,8 \$	3 176,4 \$	4 970,2 \$
Commerce de gros	171,3 \$	828,5 \$	999,8 \$
Commerce de détail	2 659,1 \$	1 276,5 \$	3 935,5 \$
Transport et entreposage	38,6 \$	1 159,5 \$	1 198,1 \$
Industries de l'information et de la culture	237,2 \$	994,0 \$	1 231,2 \$
Finances, assurance et immobilier	128,5 \$	4 185,2 \$	4 313,7 \$
Services professionnels, scientifiques et professionnels	93,5 \$	899,6 \$	993,1 \$
Services administratifs, de soutien, de gestion des déchets et de remédiation	87,5 \$	468,5 \$	556,0 \$
Services éducatifs	4,4 \$	37,7 \$	42,1 \$
Soins de santé et aide sociale	0,0 \$	260,2 \$	260,2 \$
Arts, spectacles et loisirs	145,8 \$	227,5 \$	373,4 \$
Services d'hébergement et de restauration	1 076,8 \$	800,7 \$	1 877,5 \$
Autres services (sauf l'administration publique)	268,2 \$	397,3 \$	665,6 \$
Fournitures d'exploitation, de bureau, de cafétéria et de laboratoire	24,9 \$	535,6 \$	560,5 \$
Voyages, divertissement, publicité et promotion	1 267,7 \$	705,5 \$	1 973,2 \$
Marges de transport	23,4 \$	191,6 \$	215,0 \$
Institutions sans but lucratif au service des ménages	367,2 \$	302,9 \$	670,0 \$
Secteur gouvernemental*	93,2 \$	412,8 \$	506,0 \$
Ménages	1 664,7 \$	7 597,8 \$	9 262,5 \$
<b>Total</b>	<b>10 707,2 \$</b>	<b>26 145,5 \$</b>	<b>36 852,7 \$</b>

### Impact du golf sur la production brute (les ventes brutes)



## Évaluation de l'impact indirect

L'impact indirect provient des dépenses renouvelées des industries qui fournissent des produits et des services au secteur du golf et des industries qui approvisionnent les fournisseurs. Par exemple, lorsqu'un terrain de golf achète de l'engrais, le producteur d'engrais doit acheter des intrants (p. ex., la potasse, la main-d'œuvre, les produits importés au Canada) afin de produire l'engrais. En retour, l'industrie de la potasse doit acheter des intrants (p. ex., du carburant diesel, la main-d'œuvre, les produits importés) pour produire la potasse. Ces cycles de dépenses se poursuivent jusqu'à ce que les effets soient « filtrés » en dehors du Canada en raison des importations. Les modèles d'impact entrées-sorties interrégional ont fourni des estimations de l'incidence économique indirecte des dépenses directes au Canada.

## Évaluation de l'impact induit

Statistique Canada ne publie pas les résultats du revenu redistribué des ménages dans le contexte de son service de modélisation entrées-sorties interrégionale. Pour contrer cette lacune, nous avons obtenu des données sur la production industrielle, les intrants de l'industrie, la demande finale, le flux des échanges commerciaux interprovinciaux, le flux des échanges commerciaux internationaux ainsi que des données sur l'industrie créatrice d'emploi dans chacune des provinces et chacun des territoires, dans 26 industries et 56 produits. Par la suite, nous avons élaboré un modèle entrées-sorties interrégional offrant un plus grand éventail d'options que le modèle de Statistique Canada quant à l'estimation de l'impact.

## Glossaire

Les termes utilisés dans le présent rapport sont définis ci-après :

- **Effets / impacts directs** – Ceux-ci comprennent les décaissements d’exploitation et le profit brut des terrains de golf et des terrains d’exercice avant impôts et amortissement.
- **Effets / impacts indirects** – Ceux-ci comprennent les décaissements d’exploitation et le profit brut avant impôts et amortissement pour toutes les industries offrant des biens et des services aux terrains de golf et pour les industries produisant des biens et services à l’intention des terrains de golf et des terrains d’exercice (par exemple, la production d’engrais aux fins de vente à un terrain de golf s’avère un effet indirect, tout comme la production de biens et de services offrant des intrants au fabricant d’engrais).
- **Effets / impacts induits** – Les effets induits évaluent les achats des ménages lorsqu’ils redistribuent leur revenu touché à travailler directement pour un exploitant de terrain de golf et/ou terrain d’exercice et pour des industries produisant les impacts indirects.
- **Effets secondaires** – Ceux-ci sont la somme de tous les impacts indirects et induits.
- **Impact économique total** – C’est la somme des impacts directs, indirects et induits.
- **Produit intérieur brut (PIB) au prix du marché** – La contribution de l’industrie du golf au PIB (au prix du marché) constitue :
  - la somme des salaires et des traitements, du revenu supplémentaire du travail, du revenu mixte, d’autre excédent d’exploitation, des impôts indirects relatifs à la production et des impôts indirects relatifs aux produits;
  - moins les subventions relatives à la production et les subventions relatives aux produits.
- **Production brute** – C’est la somme de toutes les ventes qu’enregistre une industrie.
- **Effets / impacts bruts** – Ceux-ci sont le plein effet économique découlant des effets directs, indirects et induits, sans exclure les impacts ayant pu se produire autrement. Par exemple, si le golf n’existait pas, on s’attendrait à ce que l’argent dépensé au golf serve à d’autres activités, ce qui entraînerait également des impacts directs, indirects et induits. L’impact différentiel serait alors la différence entre l’impact total du golf par rapport à l’impact total des dépenses de remplacement.

## Tableaux statistiques récapitulatifs

Les impacts combinés de l'industrie canadienne du golf sont résumés dans les tableaux ci-après.

### IMPACT SUR L'EMPLOI

- L'emploi direct total approprié aux terrains de golf est évalué à environ 126 000

### Résumé de l'impact sur l'emploi brut dans les terrains de golf, Canada

Type d'emploi	Moyenne par exploitant	Tous les exploitants
Temps plein, toute l'année	7,3	17,024
Temps partiel, toute l'année	5,1	11,782
Temps plein, saisonnier	24,7	57,420
Temps partiel, saisonnier	17,0	39,569
Emploi direct total	54,2	125,794

**Résumé de l'impact du revenu brut des ménages lié au golf (en millions), Canada**

En 2013, le total du revenu brut des ménages lié au golf était de 8,4 milliards de dollars.

Région	Revenu de ménage*		
	Revenu de ménage direct et 1 <sup>re</sup> ronde indirecte	Revenu de ménage indirect et induit	Total du revenu de ménage
Canada	4 253,9 \$	4 113,7 \$	8 367,5 \$
Gouvernement fédéral			
Terre-Neuve-et-Labrador	35,8 \$	27,8 \$	63,6 \$
Île-du-Prince-Édouard	24,2 \$	15,4 \$	39,6 \$
Nouvelle-Écosse	77,4 \$	72,6 \$	150,0 \$
Nouveau-Brunswick	74,1 \$	59,5 \$	133,6 \$
Québec	711,3 \$	717,7 \$	1 429,0 \$
Ontario	1 570,9 \$	1 634,9 \$	3 205,7 \$
Manitoba	207,1 \$	172,1 \$	379,2 \$
Saskatchewan	216,4 \$	135,2 \$	351,6 \$
Alberta	663,0 \$	661,1 \$	1 324,1 \$
Colombie-Britannique	661,0 \$	606,7 \$	1 267,8 \$
Yukon	6,7 \$	4,4 \$	11,1 \$
Territoires du Nord-Ouest	5,5 \$	5,2 \$	10,6 \$
Nunavut	0,5 \$	1,1 \$	1,7 \$



**RÉSUMÉ DE L'IMPACT SUR LE PIB**
**Résumé de l'impact sur le PIB brut lié au golf (en millions), Canada**

En 2013, l'impact total sur le PIB lié au golf était de 14,3 milliards de dollars.

Région	PIB au prix du marché		
	PIB direct et 1 <sup>re</sup> ronde indirecte	PIB indirect et induit	Total du PIB
Canada	5 757,8 \$	8 496,2 \$	14 253,9 \$
Gouvernement fédéral			
Terre-Neuve-et-Labrador	51,1 \$	\$71,5	\$122,6
Île-du-Prince-Édouard	30,5 \$	\$32,1	62,6 \$
Nouvelle-Écosse	102,8 \$	\$149,7	252,5 \$
Nouveau-Brunswick	102,3 \$	\$124,2	226,5 \$
Québec	995,6 \$	1 481,2 \$	2 476,9 \$
Ontario	2 150,5 \$	3 255,4 \$	5 405,9 \$
Manitoba	277,1 \$	358,7 \$	635,7 \$
Saskatchewan	272,5 \$	326,3 \$	598,9 \$
Alberta	896,0 \$	1 458,8 \$	2 354,7 \$
Colombie-Britannique	863,2 \$	1 213,0 \$	2 076,2 \$
Yukon	8,2 \$	8,7 \$	16,9 \$
Territoires du Nord-Ouest	7,0 \$	14,6 \$	21,7 \$
Nunavut	0,9 \$	1,9 \$	2,8 \$

## RÉSUMÉ DE L'IMPACT SUR LA PRODUCTION BRUTE

La production brute s'avère la statistique finale générée par le modèle E-S. C'est en fait, la somme de toutes les ventes de l'industrie découlant des dépenses modélisées. Les données sur la production brute sont interprétées comme étant le montant des ventes générées dans chacune des industries par l'entremise des dépenses initiales par rapport aux dépenses totales liées au golf et générées par le golf.

La production brute s'avère une combinaison des dépenses directes à l'intérieur de l'industrie du golf et des dépenses indirectes et induites occasionnées dans toutes les industries dérivées – aussi connues comme la grappe de golf.

### Résumé de l'impact sur la production brute liée au golf (en millions), Canada

En 2013, l'impact total sur la production brute liée au golf était de 36,9 milliards de dollars.

<b>Impacts sur la production brute (en millions, dollars de 2013)</b>			
<b>Industrie</b>	<b>Direct (initial)</b>	<b>Indirect et Induit</b>	<b>Total</b>
Culture agricole et élevage d'animaux	39,5 \$	312,4 \$	351,9 \$
Foresterie et exploitation forestière	2,8 \$	113,6 \$	116,4 \$
Pêche, chasse et piégeage	3,3 \$	11,6 \$	14,9 \$
Activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie	2,7 \$	20,5 \$	23,2 \$
Mines et extraction de pétrole et de gaz	72,5 \$	525,5 \$	598,1 \$
Services publics	181,1 \$	446,3 \$	627,4 \$
Construction	259,5 \$	257,7 \$	517,2 \$
Fabrication	1 793,8 \$	3 176,4 \$	4 970,2 \$
Commerce de gros	171,3 \$	828,5 \$	999,8 \$
Commerce de détail	2 659,1 \$	1 276,5 \$	3 935,5 \$
Transport et entreposage	38,6 \$	1 159,5 \$	1 198,1 \$
Industries de l'information et de la culture	237,2 \$	994,0 \$	1 231,2 \$
Finances, assurance et immobilier	128,5 \$	4 185,2 \$	4 313,7 \$
Services professionnels, scientifiques et professionnels	93,5 \$	899,6 \$	993,1 \$
Services administratifs, de soutien, de gestion des déchets et de remédiation	87,5 \$	468,5 \$	556,0 \$
Services éducatifs	4,4 \$	37,7 \$	42,1 \$
Soins de santé et aide sociale	0,0 \$	260,2 \$	260,2 \$
Arts, spectacles et loisirs	145,8 \$	227,5 \$	373,4 \$
Services d'hébergement et de restauration	1 076,8 \$	800,7 \$	1 877,5 \$
Autres services (sauf l'administration publique)	268,2 \$	397,3 \$	665,6 \$
Fournitures d'exploitation, de bureau, de cafétéria et de laboratoire	24,9 \$	535,6 \$	560,5 \$
Voyages, divertissement, publicité et promotion	1 267,7 \$	705,5 \$	1 973,2 \$
Marges de transport	23,4 \$	191,6 \$	215,0 \$
Institutions sans but lucratif au service des ménages	367,2 \$	302,9 \$	670,0 \$
Secteur gouvernemental*	93,2 \$	412,8 \$	506,0 \$
Ménages	1 664,7 \$	7 597,8 \$	9 262,5 \$
<b>Total</b>	<b>10 707,2 \$</b>	<b>26 145,5 \$</b>	<b>36 852,7 \$</b>

**SNG Solutions, Inc.**

2-137, Second Avenue  
Ottawa (Ontario) Canada

**Michael Curri**

Président, SNG Solutions Inc.  
et Strategic Networks Group, Inc.

[mcurri@sngroup.com](mailto:mcurri@sngroup.com)

 +1-613-277-2588

Personne-ressource pour le présent projet :

**Thomas McGuire**

VP, SNG Solutions Inc.

[m McGuire@sngroup.com](mailto:m McGuire@sngroup.com)

 +1-902-431-6972

[www.sngroup.com/sng-solutions](http://www.sngroup.com/sng-solutions)

## Notes finales

---

<sup>i</sup> Les résultats du sondage auprès des golfeurs sont justes à plus ou moins 0,98 points de pourcentage, notamment 19 fois sur 20. Les données du sondage sont extrapolées au Canada en fonction d'une population estimative de 5,9 millions de golfeurs.

<sup>ii</sup> Les résultats du sondage auprès des terrains de golf sont justes à plus ou moins 4,61 points de pourcentage, notamment 19 fois sur 20. Les données du sondage sont extrapolées au Canada en fonction d'une population estimative de 2 301 terrains de golf.

<sup>iii</sup> Ces installations de loisirs comprennent le ski, le conditionnement physique et les centres de sports récréatifs, les parcs d'attractions et les arcades ainsi que toute autre industrie de divertissement et de loisirs, sauf le jeu. Source : Statistique Canada. Tableau 361-0015 – Divertissement et loisirs, statistiques sommaires, par le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), annuel, CANSIM.

<sup>iv</sup> ÉTUDE DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR DE GOLF CANADIEN, effectuée par la société NAVICOM pour le compte de l'Alliance nationale des associations de golf, RAPPORT DES CONSTATS (Publié le 12 septembre 2012)

<sup>v</sup> Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages — Le marché touristique canadien  
Le golf chez les touristes effectuant un voyage de plus de 24 heures, le 3 octobre 2007; format PDF en anglais seulement [www.mtc.gov.on.ca/en/research/travel\\_activities/CDN\\_TAMS\\_2006\\_Golf\\_Oct2007.pdf](http://www.mtc.gov.on.ca/en/research/travel_activities/CDN_TAMS_2006_Golf_Oct2007.pdf)

<sup>vi</sup> RAPPORT DES CONSTATS : ÉTUDE DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR DE GOLF CANADIEN; effectué par la société NAVICOM pour le compte de l'Alliance nationale des associations de golf; (publié le 12 septembre 2012)

<sup>vii</sup> ÉTUDE DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR DE GOLF CANADIEN, effectuée par la société NAVICOM pour le compte de l'Alliance nationale des associations de golf, RAPPORT DES CONSTATS (publié le 12 septembre 2012)

<sup>viii</sup> À compter de 2013, au Canada, 625 152 joueurs de hockey ont été inscrits. Parmi ces derniers, 91 379 ont plus de 20 ans et 446 543 ont vingt ans ou moins : Sondage auprès des joueurs de la Ligue nationale de hockey sur glace; <http://www.iihf.com/iihf-home/the-iihf/survey-of-players/>

<sup>ix</sup> À compter de 2012, au Canada, 845 313 joueurs de soccer ont été inscrits. Parmi ces derniers, 42 % sont des femmes. Pour ce qui est des jeunes canadiens, 44 % jouent au soccer. L'Ontario compte le taux de participation le plus élevé, se chiffrant à 41,79 %, suivi du Québec avec 22,08 % et de la Colombie-Britannique avec 14,09 %. Le Rapport annuel 2012 de l'Association canadienne de soccer : [http://www.canadasoccer.com/files/CanadaSoccer\\_Rapport\\_Annuel\\_2012.pdf](http://www.canadasoccer.com/files/CanadaSoccer_Rapport_Annuel_2012.pdf)

<sup>x</sup> Selon l'analyse des sources de données publiques, nous avons identifié plus de 500 terrains d'exercice au Canada. De ces derniers, environ 400 sont associés à un terrain de golf.

<sup>xi</sup> Les années comparées sont de 2006 à 2007 en fonction des résultats publics de l'**Enquête annuelle sur les industries de services : sports-spectacles, promoteurs d'événements, artistes et industries connexes** de Statistique Canada, CANSIM, tableau [361-0013](#) et catalogue n° [63-246-X](#); [www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/080605/dq080605c-eng.htm](http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/080605/dq080605c-eng.htm)

<sup>xii</sup> L'Enquête annuelle sur les industries de services : sports-spectacles, promoteurs d'événements, artistes et industries connexes, examine quatre groupes d'industries selon le système de classification des industries de l'Amérique du Nord : sports-spectacles (7112), promoteurs d'événements artistiques et sportifs et d'événements similaires (7113), agents et représentants d'artistes, d'athlètes, et d'autres personnalités publiques (7114), et artistes, auteurs et interprètes indépendants (7115) [www.statcan.gc.ca/daily-idien/090316/dq090316c-eng.htm](http://www.statcan.gc.ca/daily-idien/090316/dq090316c-eng.htm)

