

# Impact économique du golf au Canada

*Une étude novatrice menée par la NAGA*

## CE QU'IL FAUT RETENIR

**14 AOÛT 2009** – L'étude sur l'impact économique du golf au Canada, fondée sur un sondage national auprès de plus de 4 000 golfeurs<sup>1</sup> et de 350 terrains de golf<sup>2</sup> dans 10 provinces et trois territoires, présente la première évaluation globale et indépendante de l'incidence de l'industrie du golf au Canada.

La présente étude fournit de nouvelles preuves quantitatives de l'impact économique du sport sur les économies canadienne, provinciale et territoriale, par le biais d'une recherche primaire renforcée par des sources de renseignements secondaires. Les résultats témoignent du rôle important du golf sur l'économie canadienne eu égard :

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

## IMPACT ÉCONOMIQUE DU GOLF AU CANADA

Le golf représente environ 11,3 milliards de dollars du produit intérieur brut (PIB) du Canada, y compris :

- 341 794 emplois;
- 7,6 milliards de dollars en revenu des ménages;
- environ 1,2 milliard de dollars en impôts fonciers et autres taxes indirectes;
- environ 1,9 milliard de dollars en impôt sur le revenu.

<sup>1</sup> La précision des résultats du sondage auprès des golfeurs est à +/- 1,55 points de pourcentage, 19 fois sur 20. Les données du sondage sont extrapolées au Canada selon une population estimative de 5,9 millions de golfeurs.

<sup>2</sup> La précision des résultats du sondage auprès des terrains de golf est à +/- 4,76 points de pourcentage, 19 fois sur 20. Les données du sondage sont extrapolées au Canada selon une population estimative de 2 397 terrains de golf.

Au Canada, le golf génère environ 29,4 milliards de dollars en production brute par le biais de l'incidence directe, indirecte et induite des dépenses.

On estime à 13,6 milliards de dollars le total de l'activité économique directe (le total des ventes directes) découlant de l'industrie canadienne du golf. De ce montant, les recettes que génèrent les terrains de golf et leurs installations ainsi que les terrains d'exercice indépendants (4,7 milliards de dollars) font concurrence aux recettes regroupées que génère l'ensemble des autres installations sportives et de loisirs au Canada<sup>3</sup>.

Parmi les autres avantages et impacts clés du golf au Canada, notons :

- Les avantages pour l'environnement – Plus de 200 000 hectares d'espaces verts sont gérés par des exploitants de terrains de golf, y compris 41 000 hectares de réserves d'espèces sauvages non cultivées sous la surveillance des terrains de golf.
- La participation du golf – La société SNG estime qu'environ 70 millions de rondes de golf ont été jouées en 2008, un niveau de jeu de 10 % de moins en fonction des rondes jouées dans les années antérieures;
- Selon IPSOS, le Canada compte six millions de golfeurs. Selon des sources à la RCGA, au Canada, les taux de participation au golf sont parmi les plus élevés au monde.
- Les perspectives d'emploi - L'industrie canadienne du golf offre d'excellentes perspectives d'emploi. En effet, des étudiants composent jusqu'à 43 % du personnel des terrains de golf canadiens;
- L'impact sur la valeur des propriétés – L'emplacement des maisons adjacentes aux terrains de golf offre des avantages aux propriétaires découlant d'une valeur plus élevée par rapport à des maisons semblables non adjacentes à un terrain de golf. Nous estimons à 1,39 milliard de dollars l'impact différentiel sur la valeur des maisons;
- Les activités caritatives – Chaque année, les installations de golf canadiennes tiennent au moins 25 000 activités caritatives. Sans exagérations, ces activités recueillent plus de 437 millions de dollars 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, dépensant environ 1,9 milliard de dollars pour des voyages liés au golf à l'intérieur du Canada.

---

<sup>3</sup> Ces installations comprennent les centres de ski, de conditionnement physique et les centres sportifs récréatifs, les parcs d'attractions et les arcades, ainsi que toute autre industrie du divertissement et des loisirs, à l'exception du jeu. Source : Statistique Canada. Tableau 361-0015 – Divertissement et loisirs, statistiques sommaires, selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), annuel, CANSIM...

À l'exclusion des ménages qui comptent plus de 25 % des impacts économiques bruts, au Canada, c'est le secteur de la fabrication qui est le plus touché par les dépenses liées au golf canadien, entraînant 13 % des impacts économiques bruts. Cela est suivi des services financiers, des assurances et de l'immobilier ainsi que des secteurs du commerce de détail.

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

## A PROPOS DE CETTE ÉTUDE

Cette étude novatrice effectuée par Strategic Networks Group, Inc. (SNG) et dirigée par Thomas McGuire, Vice-président, Amérique du Nord, se fonde presque intégralement sur une recherche primaire menée sur l'offre (terrains de golf) et la demande (golfeurs) du golf au Canada. SNG a également eu recours à un tout nouveau modèle « entrées-sorties » pour l'étude des retombées interrégional et personnalisé, élaboré par des économistes de renom, William Schaffer, professeur émérite, Georgia Institute of Technology, et John Jozsa, Jozsa Management & Economics, étant tous deux des associés de SNG. Ce modèle entrées-sorties a été personnalisé de façon à pister l'activité économique reliée à l'industrie du golf à l'échelle pancanadienne.

## REMERCIEMENTS

Nous devons remercier plusieurs personnes ayant contribué à la présente étude. Cela comprend le conseil de la NAGA et leurs présidents, ainsi qu'un bon nombre de golfeurs au Canada qui ont offert leur temps pour remplir les sondages sur leurs expériences au golf. Nous remercions aussi chaleureusement les exploitants de terrains de golf canadiens qui ont participé à la présente étude en partageant des renseignements au sujet de leur exploitation par le biais du sondage, d'entrevues en profondeur et de la mise à essai des versions antérieures du sondage auprès des exploitants.

## POUR PLUS D'INFORMATION, CONTACTER:

### **National Allied Golf Associations (NAGA)**

Steve Carroll, NAGA Chair

Executive Director, Canadian Professional Golfers' Association

+1. 800.782.5764

steve@cpga.com

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

Thomas McGuire, VP North America

mcguire@sngroup.com

+1.902.431.6972

Michael Curri, Président

mcurri@sngroup.com

+1.613.277.2588