

# **Commission canadienne du tourisme**

**Rapport financier trimestriel pour le trimestre  
terminé  
le 30 juin 2016**

**Commission canadienne du tourisme**  
**Explications**  
**Le 30 juin 2016**

**Introduction**

La Commission canadienne du tourisme (CCT) est l'organisme national de marketing touristique du Canada. À titre de société d'État à part entière du gouvernement du Canada, elle dirige, en collaboration avec l'industrie canadienne du tourisme, la promotion du Canada comme destination touristique quatre saisons de premier ordre. Elle relève du Parlement par l'intermédiaire du ministre de l'Industrie et doit se conformer aux prescriptions de la *Loi sur la Commission canadienne du tourisme*.

La CCT mène des campagnes de marketing dans des marchés étrangers tels que le Royaume-Uni, l'Allemagne, la France, le Mexique, le Japon, l'Australie, la Corée du Sud, la Chine, l'Inde, le Brésil et les États-Unis; elle cible à la fois les voyageurs d'agrément et ceux qui se déplacent pour participer à des événements d'affaires.

**Explications**

Les présentes explications portent sur le trimestre.

**Commission canadienne du tourisme**  
**Explications**  
**Le 30 juin 2016**

**Résultats trimestriels**  
(en milliers)

	<b>Période de trois mois terminée le 30 juin 2016</b>	<b>Période de trois mois terminée le 30 juin 2015</b>	<b>Écart</b>
<b>Contributions des partenaires</b>	<b>5 349 \$</b>	<b>2 250 \$</b>	<b>3 099 \$</b>

Destination Canada (DC) continue d'élargir ses partenariats avec des organismes de marketing provinciaux et territoriaux, des entreprises nationales, régionales et locales, des spécialistes du marketing de destination ainsi que des associations touristiques. Son succès se reflète clairement dans les contributions de ses partenaires, qui ont augmenté de 3,1 M\$ et ainsi atteint un niveau record pour un T2.

Les hausses les plus importantes sont liées à deux campagnes de grande envergure : l'initiative de marketing Accueillir l'Amérique de 2016 (2,3 M\$), et le programme Voyages génération Y de 2016 ciblant le segment des jeunes en partenariat avec Bell Média (1,0 M\$). Les contributions des partenaires étaient aussi en hausse dans plusieurs marchés, plus particulièrement en Chine et au Mexique.

<b>Autres produits</b>	<b>384</b>	<b>257</b>	<b>127</b>
------------------------	------------	------------	------------

Les autres produits, qui comprennent les intérêts gagnés et les remises liées aux cartes de crédit, ont augmenté de 127 k\$ par rapport au T2 de l'année dernière, en raison de l'augmentation de 157 k\$ des remboursements de taxe sur la valeur ajoutée en provenance de l'Australie et du Japon.

<b>Charges de marketing et de ventes</b>	<b>21 754</b>	<b>12 701</b>	<b>9 053</b>
--	---------------	---------------	--------------

Dans le cadre de son plan d'entreprise 2016-2020, DC s'est engagée à accroître son investissement dans le marketing et les ventes en 2016. Pour ce faire, elle a réalisé des gains d'efficacité dans l'administration générale et réaffecté ces gains financiers au marketing. En outre, elle a obtenu un nouveau financement supplémentaire de l'actionnaire, qu'elle a consacré au marketing. Il en résulte une hausse nette de 9,1 M\$ des charges de marketing et de ventes par rapport au T2 de l'année dernière. Le gros de cette hausse sert à soutenir l'initiative de marketing Accueillir l'Amérique (9,1 M\$).

<b>Services généraux</b>	<b>1 263</b>	<b>1 858</b>	<b>(595)</b>
--------------------------	--------------	--------------	--------------

DC est déterminée à rendre son fonctionnement toujours plus efficace afin d'optimiser l'investissement dans ses programmes. Dans son plan de 2016, DC s'est engagée à diminuer le coût des services généraux en proportion de ses charges globales. Et elle a rempli cet engagement — les charges liées aux services généraux ont diminué de 595 k\$ par rapport au T2 de l'année dernière. Cette réduction est en grande partie attribuable aux économies réalisées sur la location de bureaux avec le déménagement dans des locaux moins dispendieux, à la diminution de la superficie occupée et au niveau réduit des honoraires professionnels.

<b>Stratégie et planification</b>	<b>41</b>	<b>145</b>	<b>(104)</b>
-----------------------------------	-----------	------------	--------------

Les charges relatives à la stratégie et à la planification ont diminué de 104 k\$ par rapport au T2 2015, principalement en raison des changements dans l'effectif.

**Commission canadienne du tourisme**  
**Explications**  
**Le 30 juin 2016**

**Résultats depuis le début de l'année**  
(en milliers)

	Période de six mois terminée le 30 juin 2016	Période de six mois terminée le 30 juin 2015	Écart
<b>Contributions des partenaires</b>	<b>7 546 \$</b>	<b>4 678 \$</b>	<b>2 868 \$</b>
<p>Destination Canada (DC) continue d'élargir ses partenariats avec des organismes de marketing provinciaux et territoriaux, des entreprises nationales, régionales et locales, des spécialistes du marketing de destination ainsi que des associations touristiques. Son succès se reflète clairement dans les contributions de ses partenaires, qui ont augmenté de 2,9 M\$ au cours de la période de six mois terminée le 30 juin.</p> <p>Les hausses les plus importantes sont liées à deux campagnes de grande envergure : l'initiative de marketing Accueillir l'Amérique de 2016 (2,8 M\$), et le programme Voyages génération Y de 2016 ciblant le segment des jeunes en partenariat avec Bell Média (1,0 M\$). Les contributions des partenaires étaient aussi en hausse dans plusieurs marchés, plus particulièrement au Japon (100 k\$) et au Mexique (135 k\$). Ces hausses ont été contrebalancées en partie par l'absence de l'initiative Suivre les traces du consommateur et de l'initiative avec Parcs Canada qui se sont terminées en 2015 (553 k\$).</p>			
<b>Autres produits</b>	<b>574</b>	<b>440</b>	<b>134</b>
<p>Les autres produits, qui comprennent les intérêts gagnés et les remises liées aux cartes de crédit, ont augmenté de 134 k\$ par rapport au T2 de l'année dernière, en raison de l'augmentation de 157 k\$ des remboursements de taxe sur la valeur ajoutée en provenance de l'Australie et du Japon.</p>			
<b>Charges de marketing et de ventes</b>	<b>31 802</b>	<b>21 151</b>	<b>10 651</b>
<p>Dans le cadre de son plan d'entreprise 2016-2020, DC s'est engagée à accroître son investissement dans le marketing et les ventes en 2016. Pour ce faire, elle a réalisé des gains d'efficacité dans l'administration générale et réaffecté ces gains financiers au marketing. En outre, elle a obtenu un nouveau financement supplémentaire de l'actionnaire, qu'elle a consacré au marketing. Il en résulte une hausse nette de 10,7 M\$ des charges de marketing et de ventes par rapport à l'année dernière. L'augmentation la plus importante sert à soutenir l'initiative de marketing Accueillir l'Amérique (10,7 M\$). Les charges ont aussi augmenté de 1,6 M\$ en Chine au cours de six premiers mois de l'année, pour des initiatives de marketing accrues ciblant les professionnels des voyages et pour des dépenses effectuées plus tôt que l'an dernier dans les campagnes de promotion relatives aux médias et au marketing. Ces augmentations sont en partie contrebalancées par un retard dans les projets d'Événements d'affaires Canada (1,1 M\$) et par la diminution des dépenses en ce qui concerne l'initiative Suivre les traces du consommateur (517 k\$).</p>			
<b>Services généraux</b>	<b>2 617</b>	<b>3 683</b>	<b>(1 066)</b>
<p>DC est déterminée à rendre son fonctionnement toujours plus efficace afin d'optimiser l'investissement dans ses programmes. Dans son plan de 2016, DC s'est engagée à diminuer le coût des services généraux en proportion de ses charges globales. Et elle a rempli cet engagement — les charges liées aux services généraux ont diminué de 1,1 M\$ pour la période de six mois terminée le 30 juin, comparativement à l'année dernière. Cette réduction est en grande partie attribuable aux économies réalisées sur la location de bureaux avec le déménagement dans des locaux moins dispendieux (418 k\$), de même qu'au niveau réduit des honoraires professionnels (169 k\$).</p>			
<b>Stratégie et planification</b>	<b>214</b>	<b>295</b>	<b>(81)</b>
<p>Les charges relatives à la stratégie et à la planification ont diminué de 81 k\$, principalement en raison des changements dans l'effectif.</p>			

## **Risques et incertitudes**

Dans le cadre de notre gestion stratégique, nous effectuons une évaluation des risques pour l'organisme, sur laquelle nous nous appuyons pour élaborer notre plan stratégique quinquennal, notre stratégie d'atténuation des risques et notre plan de vérification interne. Nous préparons et mettons en œuvre des plans d'atténuation des risques en conséquence.

Les risques qu'a mis au jour l'exercice en 2015, qui pourraient avoir une incidence sur nos objectifs organisationnels, sont exposés ci-dessous.

- **Efficacité du marketing**

Les efforts de marketing pourraient ne pas être efficaces ou pertinents, et pourraient avoir des retombées minimales ou inconnues pour l'industrie du tourisme.

*Mesures d'atténuation* : La CCT adoptera une approche à volets multiples pour gérer les risques liés à l'efficacité du marketing : elle maintiendra la vigueur de la marque et de l'organisme; utilisera le modèle du cheminement vers l'achat; recrutera, formera et retiendra le personnel approprié; profitera des occasions d'intégrer l'innovation (une valeur fondamentale) à ses principales activités et mesurera son apport; évaluera les résultats des études de conversion; utilisera les renseignements obtenus pour éclairer ses décisions; communiquera mieux sa valeur pour l'industrie du tourisme et son apport à celle-ci en les explicitant sous forme d'objectif stratégique qui sera intégré aux mesures du tableau de bord et en orientant les activités et les ressources de façon optimale.

- **Mesure de rendement**

La CCT pourrait être incapable de mesurer l'incidence et l'efficacité de ses activités de marketing ainsi que les résultats qui leur sont attribuables, y compris l'utilisation de nouvelles technologies de communication marketing de manière pertinente aux yeux des différents intervenants. Ce risque découle de la tendance des voyageurs à passer de sources d'information et d'inspiration touristiques traditionnelles, comme les journaux et les panneaux d'affichage, au contenu numérique, dont les blogues et les sites Web. La CCT travaille à peaufiner son approche concernant les mesures de suivi, et elle évalue son rendement selon des indicateurs qu'elle peut contrôler et influencer.

*Mesures d'atténuation* : Tout nouveau système de mesure pose des risques, lesquels sont atténués par la présence de tous les indicateurs clés de rendement des derniers tableaux de bord, à une exception près, et par l'évaluation continue de l'efficacité des mesures.

- **Vie privée**

Le déploiement de technologies visant à cerner les champs d'intérêt et les passions des voyageurs, puis à adapter le marketing selon ces facteurs, nécessite la collecte, l'évaluation et l'utilisation de données sur la consommation des voyageurs. En conséquence, les activités de la CCT pourraient ne pas respecter ni surpasser les exigences réglementaires ou les attentes des consommateurs en matière de respect de la vie privée.

*Mesures d'atténuation* : La CCT a le souci de protéger la vie privée des voyageurs et applique des pratiques exemplaires pour évaluer et gérer de façon proactive les risques qui s'y rattachent. Elle a d'ailleurs mené une évaluation exhaustive des facteurs relatifs à la vie privée pour ses activités actuelles et planifiées, en tenant compte des exigences fédérales canadiennes ainsi que des changements réglementaires prévus dans l'Union européenne. La CCT appliquera toutes les recommandations de l'évaluation et veillera à régulièrement réviser, évaluer et mettre à jour ses processus et politiques en matière de vie privée.

- **Deviser**

La dépréciation du dollar canadien et la baisse du pouvoir d'achat qu'elle entraîne pourraient se

traduire par une portée et une incidence moindres des activités de marketing de la CCT dans les marchés étrangers où la concurrence est très féroce.

*Mesures d'atténuation* : La CCT a établi des plans de contingence qui permettront de distribuer le budget le plus efficacement possible, dans un portefeuille varié de 12 pays, afin d'optimiser la mise en œuvre des programmes compris dans le mandat de l'organisme.

○ **Conjoncture économique, contexte géopolitique et sécurité à l'échelle mondiale**

Diverses économies dans le monde (dans lesquelles la CCT investit) pourraient connaître un important ralentissement de leur croissance, des changements dans leur paysage politique ou des conditions de sécurité nuisant aux voyages à l'étranger et à l'industrie canadienne du tourisme.

*Mesures d'atténuation* : La CCT maintiendra un portefeuille d'investissement équilibré parmi ses marchés; veillera à ce que les budgets alloués aux pays soient flexibles pour qu'ils puissent être redistribués au besoin; et offrira du soutien, des outils, des ressources et des occasions de vente aux acteurs de l'industrie pour les aider à faire face au contexte mondial, à se préparer à l'exportation et à développer leur entreprise.

○ **Gestion des talents**

La CCT pourrait ne pas être en mesure de recruter, de motiver, de former, de renouveler et de retenir les employés ayant les compétences et les talents requis par l'organisme pour répondre à ses besoins actuels et futurs, ce qui nuirait à son efficacité et à son efficience.

*Mesures d'atténuation* : La CCT offrira un milieu de travail où les employés auront un emploi valorisant dans un environnement équitable, sécuritaire, positif et fondé sur les valeurs de l'organisme. En outre, elle favorisera un cadre où les dirigeants donnent des directives claires, motivent les employés et assurent la promotion des valeurs de l'organisme. La CCT investira aussi dans une infrastructure de ressources humaines et de systèmes qui lui donnera accès à des services de grande qualité en matière de gestion du personnel.

○ **Gestion des changements**

La réorientation stratégique visant à faire de la CCT un organisme axé sur le marketing de contenu et les changements subséquents aux processus opérationnels et aux technologies pourraient réduire la capacité à gérer la participation active des employés et la conservation du savoir de l'organisme, de même qu'à assurer une constance dans les activités, ce qui nuirait à l'efficacité globale de l'organisme.

*Mesures d'atténuation* : La CCT continuera de présenter et d'expliquer les priorités, débouchés, plans d'affaires et défis touchant l'organisme à tous ses employés, aux titulaires de charge et aux intervenants. Elle favorisera un environnement où la créativité et l'innovation sont encouragées, et soutiendra les gestionnaires et employés de tous les échelons en leur offrant les outils et ressources nécessaires. La CCT continuera aussi de suivre et d'évaluer l'efficacité de ses stratégies au moyen de sondages et de consultations.

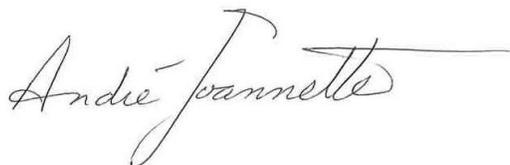
**Changements importants apportés aux programmes, aux effectifs ou au fonctionnement**

On ne constate aucun changement important apporté aux programmes, aux effectifs ou au fonctionnement et non abordé dans le plus récent rapport annuel ou plan d'entreprise.

**Énoncé des responsabilités de la direction par les membres de la haute direction**

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces états financiers trimestriels conformément à la *Norme sur les rapports financiers trimestriels des sociétés d'État* du Conseil du Trésor du Canada, ainsi que des contrôles internes qu'elle considère comme nécessaires pour permettre la préparation d'états financiers trimestriels exempts d'anomalies significatives. La direction veille aussi à ce que tous les autres renseignements fournis dans ce rapport financier trimestriel concordent, s'il y a lieu, avec les états financiers trimestriels.

À notre connaissance, ces états financiers trimestriels non vérifiés donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière, des résultats des activités et des flux de trésorerie de la société, à la date et pour les périodes visées dans les états financiers trimestriels.



---

David F. Goldstein

---

André Joannette

*Président-directeur général  
Vancouver, Canada  
17 août 2016*

*Vice-président, Finances et Opérations, et  
dirigeant principal des finances  
Vancouver, Canada  
17 août 2016*

**Destination Canada****État de la situation financière**

Au 30 juin 2016

(en milliers)

	30 juin 2016	31 décembre 2015
<b>Actifs financiers</b>		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	15 472 \$	16 616 \$
Créances		
Contributions des partenaires	2 612	2 369
Gouvernement du Canada	742	238
Autres	(6)	12
Actif au titre des prestations constituées	12 988	12 288
Placements de portefeuille	512	504
	<u>32 320</u>	<u>32 027</u>
<b>Passifs</b>		
Créditeurs et charges à payer		
Fournisseurs	1 883	9 593
Rémunération des employés	931	1 310
Gouvernement du Canada	1	601
Passif au titre des prestations constituées	5 928	5 966
Produits reportés	4 551	362
Obligation liée à la mise hors service d'immobilisations	164	164
	<u>13 458</u>	<u>17 996</u>
<b>Actifs financiers nets</b>	<u>18 862</u>	<u>14 031</u>
Actifs non financiers		
Charges payées d'avance et autres actifs	4 162	1 149
Immobilisations corporelles	1 974	1 788
	<u>6 136</u>	<u>2 937</u>
<b>Excédent accumulé</b>	<u>24 998 \$</u>	<u>16 968 \$</u>

**Destination Canada****État des résultats**

Pour les périodes de trois et de six mois terminées le 30 juin  
(en milliers)

	Période de trois mois terminée le 30 juin		Période de six mois terminée le 30 juin	
	2016	2015	2016	2015
<b>Produits</b>				
Contributions des partenaires	5 349 \$	2 250 \$	7 546 \$	4 678 \$
Autres	384	257	574	440
	<u>5 733</u>	<u>2 507</u>	<u>8 120</u>	<u>5 118</u>
<b>Charges</b>				
Marketing et ventes	21 754	12 701	31 802	21 151
Services généraux	1 263	1 858	2 617	3 683
Stratégie et planification	41	145	214	295
Amortissement des immobilisations corporelles	78	89	138	177
	<u>23 136</u>	<u>14 793</u>	<u>34 771</u>	<u>25 306</u>
Coût de fonctionnement net avant le financement provenant du gouvernement du Canada	(17 403)	(12 286)	(26 651)	(20 188)
Crédits parlementaires	22 619	14 494	34 701	27 379
<b>Excédent de la période</b>	<u>5 216</u>	<u>2 208</u>	<u>8 050</u>	<u>7 191</u>
<b>Excédent de fonctionnement accumulé au début la période</b>	19 209	16 667	16 375	11 684
<b>Excédent de fonctionnement accumulé à la fin de la période</b>	<u>24 425 \$</u>	<u>18 875 \$</u>	<u>24 425 \$</u>	<u>18 875 \$</u>

**Destination Canada****État des gains et pertes de réévaluation**

Pour les périodes de trois et de six mois terminées le 30 juin  
(en milliers)

	Période de trois mois terminée le 30 juin		Période de six mois terminée le 30 juin	
	2016	2015	2016	2015
<b>Gains de réévaluation accumulés au début de la période</b>	559 \$	461 \$	593 \$	238 \$
Gains (ou pertes) non réalisés attribuables au cours du change	14	(5)	573	456
Montants reclassés dans l'état des résultats	-	-	(593)	(238)
Gains (ou pertes) de réévaluation nets pour la période	14	(5)	(20)	218
<b>Gains de réévaluation accumulés à la fin de la période</b>	573 \$	456 \$	573 \$	456 \$

**Destination Canada****État de la variation des actifs financiers nets**

Pour les périodes de trois et de six mois terminées le 30 juin  
(en milliers)

	Période de trois mois terminée le 30 juin		Période de six mois terminée le 30 juin	
	2016	2015	2016	2015
<b>Excédent de la période</b>	5 216 \$	2 208 \$	8 050 \$	7 191 \$
Acquisition d'immobilisations corporelles	(204)	(13)	(323)	(36)
Amortissement des immobilisations corporelles	78	89	138	177
Cession nette d'immobilisations corporelles	-	-	-	4
	(126)	76	(185)	145
<b>Effet de la variation des autres actifs non financiers</b>				
Augmentation des charges payées d'avance	(2 168)	(617)	(3 014)	(2 110)
	(2 168)	(617)	(3 014)	(2 110)
Gains de réévaluation nets (pertes de réévaluation nettes)	14	(5)	(20)	218
Augmentation des actifs financiers nets	2 936	1 662	4 831	5 444
<b>Actifs financiers nets au début de la période</b>	15 926	13 589	14 031	9 807
<b>Actifs financiers nets à la fin de la période</b>	18 862 \$	15 251 \$	18 862 \$	15 251 \$

**Destination Canada****État des flux de trésorerie**

Pour les périodes de trois et de six mois terminées le 30 juin  
(en milliers)

	Période de trois mois terminée le 30 juin		Période de six mois terminée le 30 juin	
	2016	2015	2016	2015
<b>Activités de fonctionnement :</b>				
Rentrées de fonds :				
Crédits parlementaires utilisés pour financer les activités de fonctionnement et les activités d'investissement en immobilisations	22 619 \$	14 494 \$	34 701 \$	27 379 \$
Contributions des partenaires	6 926	4 439	11 492	7 550
Autres produits	344	210	515	352
Intérêt sur trésorerie	40	47	59	88
	29 929	19 190	46 767	35 369
Sorties de fonds :				
Paiements en espèces aux fournisseurs	(23 606)	(11 114)	(40 602)	(24 449)
Paiements en espèces aux employés et au nom des employés	(4 101)	(3 250)	(6 958)	(7 242)
Flux de trésorerie provenant des activités de fonctionnement	2 222	4 826	(793)	3 678
<b>Activités d'investissement en immobilisations :</b>				
Acquisition d'immobilisations corporelles	(204)	(13)	(323)	(36)
Cession d'immobilisations corporelles	-	-	-	4
Flux de trésorerie affectés aux activités d'investissement en immobilisations	(204)	(13)	(323)	(32)
<b>Activités de placement :</b>				
Cession de placements de portefeuille	(8)	(5)	(8)	(9)
Flux de trésorerie affectés aux activités de placement	(8)	(5)	(8)	(9)
<b>Gains (ou pertes) de réévaluation nets pour la période</b>	14	(5)	(20)	218
<b>Diminution nette de la trésorerie pour la période</b>	2 024	4 803	(1 144)	3 855
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie au début de la période</b>	13 448	13 800	16 616	14 748
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie à la fin de la période</b>	15 472 \$	18 603 \$	15 472 \$	18 603 \$

**Commission canadienne du tourisme**  
**Notes afférentes aux états financiers trimestriels**  
**30 juin 2016**

**1. Pouvoirs et objectifs**

La Commission canadienne du tourisme (la CCT), créée le 2 janvier 2001 en vertu de la *Loi sur la Commission canadienne du tourisme* (la Loi), est une société d'État désignée à la partie I de l'annexe III de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. La CCT est mandataire de Sa Majesté du chef du Canada. Toutes les obligations de la CCT sont donc les obligations du Canada. La CCT n'est pas assujettie à l'impôt sur les bénéfices.

Comme il est précisé à l'article 5 de la Loi, la CCT a pour mission de :

- veiller à la prospérité et à la rentabilité de l'industrie canadienne du tourisme;
- promouvoir le Canada comme destination touristique de choix;
- favoriser les relations de collaboration entre le secteur privé et les gouvernements du Canada, des provinces et des territoires en ce qui concerne le tourisme au Canada;
- fournir des renseignements touristiques sur le Canada au secteur privé et aux gouvernements du Canada, des provinces et des territoires.

En décembre 2014, le décret C.P. 2014-1378 a été pris en vertu de l'article 89 de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et donne instruction à la CCT de mettre en œuvre des réformes des régimes de retraite. Ces réformes visent à faire en sorte que les régimes de retraite des sociétés d'État prévoient un ratio de partage des coûts 50:50, pour le service courant, au titre des cotisations au régime entre les employés et l'employeur, qui sera instauré graduellement pour tous les participants d'ici le 31 décembre 2017. La CCT présentera sa stratégie de mise en œuvre dans ses plans d'entreprise jusqu'à ce que les engagements découlant de ces instructions soient pleinement mis en œuvre.

En juillet 2015, la CCT a reçu les instructions C.P. 2015-1109 en vertu de l'article 89 de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, lui donnant instruction d'harmoniser ses politiques, lignes directrices et pratiques de dépenses de voyages, d'accueil, de conférences et d'événements avec les politiques, directives et instruments connexes sur les dépenses de voyages, d'accueil, de conférences et d'événements du Conseil du Trésor, d'une manière conforme à ses obligations légales, et de rendre compte de la mise en œuvre de ces instructions dans son prochain plan d'entreprise. La CCT a mis en œuvre sa nouvelle politique sur les dépenses de voyages, d'accueil, de conférences et d'événements le 21 août 2015, conformément aux exigences des instructions.

**2. Principales conventions comptables**

Les présents états financiers ont été préparés conformément aux normes comptables canadiennes pour le secteur public (NCSP). Voici les principales méthodes comptables adoptées :

**a) Crédits parlementaires**

Le financement de la CCT provient majoritairement des crédits parlementaires que lui attribue le gouvernement du Canada. Les crédits parlementaires employés pour financer les activités de base et les dépenses en immobilisations sont considérés comme étant non affectés et sont comptabilisés à titre de produits lorsque les crédits sont autorisés et satisfont à tous les critères d'admissibilité. Les crédits parlementaires employés pour financer les initiatives ponctuelles, comme le programme Accueillir l'Amérique, le programme des Jeux olympiques ou le programme de relance, sont considérés comme étant affectés. Les crédits affectés sont assortis de critères d'admissibilité et de stipulations qui créent une obligation répondant à la définition d'un passif; ils sont comptabilisés à titre de produits reportés lorsque les stipulations donnent lieu à un passif. Les crédits parlementaires affectés sont comptabilisés à mesure que le passif lié aux stipulations est réglé.

Comme la date de fin d'exercice de la CCT est le 31 décembre, alors que celle du gouvernement du Canada est le 31 mars, la CCT est financée par des parts de crédits provenant de deux exercices du gouvernement.

**Commission canadienne du tourisme**  
**Notes afférentes aux états financiers trimestriels**  
**30 juin 2016**

À la fin de l'exercice, tout excédent du financement affecté reçu pour la période par rapport aux crédits parlementaires affectés comptabilisés durant l'exercice correspondant se traduit par le report d'un solde de crédits parlementaires. Si les crédits parlementaires affectés comptabilisés dépassent le financement affecté reçu, l'état de la situation financière affiche un solde au poste des crédits parlementaires à recevoir.

La CCT n'est pas autorisée à excéder les crédits parlementaires approuvés.

**b) Contributions des partenaires**

La CCT mène des activités de marketing en partenariat avec diverses organisations canadiennes et étrangères. Lorsque la CCT assume les risques financiers d'une activité de marketing, les contributions reçues d'une organisation partenaire sont comptabilisées à titre de produits dans l'exercice au cours duquel se déroule l'activité de marketing. Les contributions de partenaires obtenues alors que l'activité de marketing correspondante n'a pas encore eu lieu sont comptabilisées à titre de produits reportés.

**c) Autres produits**

Les autres produits se composent de frais recouverts auprès de partenaires qui partagent des locaux avec la CCT, de produits d'intérêt, de la vente d'immobilisations corporelles et d'autres produits divers. Ils sont comptabilisés dans la période au cours de laquelle s'est déroulée l'opération ou l'activité qui y a donné lieu.

**d) Conversion des devises**

Les actifs monétaires et les passifs monétaires libellés en devises sont convertis en dollars canadiens, aux taux de change en vigueur à la fin de l'exercice. Les actifs non monétaires et les passifs non monétaires libellés en devises sont convertis en dollars canadiens, aux taux de change historiques. Les produits et les charges sont convertis pendant l'exercice, aux taux de change en vigueur à la date de l'opération. Les charges d'amortissement pour les immobilisations corporelles sont converties aux taux de change historiques auxquels les immobilisations se rapportent. Les gains et les pertes réalisés sont inscrits dans l'état des résultats à titre de dépenses de fonctionnement, au poste Services généraux. Les gains et pertes non réalisés sont présentés dans l'état des gains et pertes de réévaluation et dans l'état de la variation des actifs financiers nets. La CCT ne se couvre pas contre les risques de fluctuation des taux de change.

**e) Trésorerie et équivalents de trésorerie**

La trésorerie et les équivalents de trésorerie sont constitués de soldes bancaires et d'un dépôt à terme du marché monétaire. Ces éléments sont facilement convertibles en un montant connu de trésorerie et sont sujets à un risque négligeable de changement de valeur.

**f) Placements de portefeuille**

Les placements de portefeuille sont évalués au coût amorti. Les produits d'intérêts liés à ces placements sont calculés selon la méthode des intérêts effectifs.

**g) Charges payées d'avance**

Les charges payées d'avance se composent de frais de fonctionnement et de charges liées aux programmes qui sont comptabilisés en charges en fonction de la période d'utilisation, comme dans le cas des abonnements, ou en fonction de la date de l'événement, dans le cas des salons professionnels.

**Commission canadienne du tourisme**  
**Notes afférentes aux états financiers trimestriels**  
**30 juin 2016**

**h) Immobilisations corporelles**

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût moins l'amortissement cumulé et le montant de toute dépréciation ou cession. Elles sont amorties comme suit, selon la méthode linéaire sur la durée de vie utile estimative des immobilisations :

Améliorations locatives	Durée restante du bail
Mobilier de bureau	5 ans
Matériel informatique	3 ans
Logiciels	5 ans

Les actifs incorporels ne sont pas comptabilisés dans les présents états financiers.

**i) Produits reportés**

Les produits reportés consistent en contributions reportées des organismes partenaires et en avantages incitatifs reportés relatifs à un bail. Les produits reportés qui viennent des organismes partenaires sont comptabilisés à titre de produits en fonction de la date d'un événement ou de la période de licence. Les produits reportés ayant trait aux avantages incitatifs relatifs à un bail sont comptabilisés à titre de réduction des charges de location sur toute la durée du bail.

**j) Obligation liée à la mise hors service d'immobilisations**

Les obligations liées à la mise hors service d'immobilisations se composent des coûts de désaffectation de divers locaux loués. La CCT comptabilise les obligations liées à la mise hors service d'immobilisations en raison des obligations contractuelles consistant à remettre les bureaux loués dans leur état original à la fin du bail. Les obligations liées à la mise hors service d'immobilisations sont initialement évaluées à leur juste valeur, en fonction de la meilleure estimation de la direction, et le montant résultant est capitalisé dans la valeur comptable de l'immobilisation correspondante. Le coût capitalisé de mise hors service est inclus dans les améliorations locatives et amorti de la même façon que l'immobilisation correspondante. La charge d'amortissement est incluse dans le calcul du coût de fonctionnement net.

**k) Avantages sociaux futurs**

La CCT propose à ses employés des régimes de retraite à prestations déterminées par capitalisation intégrale ou partielle ou sans capitalisation, d'autres régimes à prestations déterminées sans capitalisation (notamment des avantages postérieurs à l'emploi, des avantages postérieurs au départ à la retraite et des congés de maladie non acquis) et des régimes de retraite à cotisations déterminées. Les régimes de retraite englobent les régimes prévus par la loi et un régime complémentaire. Les autres régimes d'avantages sociaux comprennent les indemnités de départ postérieures à l'emploi, de même que l'assurance maladie, l'assurance dentaire et l'assurance vie à la retraite ainsi que les congés de maladie non acquis. Les régimes de retraite à prestations déterminées prévoient des prestations calculées en fonction des années de service et des gains admissibles moyens à la retraite. La CCT cotise annuellement à certains régimes de retraite selon ce que précise l'évaluation actuarielle visant à déterminer les cotisations nécessaires pour que la CCT remplisse ses obligations à l'égard des avantages sociaux futurs, conformément à la réglementation actuelle à ce sujet. Les prestations de retraite sont automatiquement ajustées au coût de la vie en fonction des hausses de l'indice des prix à la consommation.

Les charges et les obligations relatives aux régimes à prestations déterminées sont établies au moyen d'une évaluation actuarielle, selon la méthode de répartition des prestations au prorata des services, d'après la meilleure estimation de la direction quant au roulement du personnel, à l'âge moyen de la retraite, aux coûts moyens d'indemnisation par personne, aux niveaux futurs des salaires et des prestations, au rendement attendu des actifs des régimes, aux coûts médicaux futurs et à d'autres facteurs actuariels. Aux fins du calcul du rendement attendu des actifs des régimes, ces actifs sont évalués selon la valeur de marché.

**Commission canadienne du tourisme**  
**Notes afférentes aux états financiers trimestriels**  
**30 juin 2016**

Le coût des prestations au titre des services passés découlant de modifications apportées aux régimes est comptabilisé dans l'exercice au cours duquel la modification a été apportée.

Les gains et les pertes actuariels sont amortis sur la durée moyenne estimative du reste de la carrière active (DMERCA) des employés actifs. Pour 2015, la DMERCA a été évaluée à 8,9 ans (8,7 ans en 2014) pour le régime de retraite agréé des employés de la CCT (RRA), à 0 an (8 ans en 2014) pour le régime de retraite supplémentaire de certains employés de la CCT (RRS), à 12,6 ans (14,3 ans en 2014) pour le régime de retraite des employés de la CCT au Japon, en Corée du Sud et en Chine (plan universel), à 7 ans (7 ans en 2014) pour le régime d'avantages complémentaires de retraite, à 13 ans (13 ans en 2014) pour les prestations de départ et à 13 ans (13 ans en 2014) pour les prestations de congé de maladie.

Les employés qui travaillent au Royaume-Uni ou aux États-Unis participent aux régimes de retraite à prestations déterminées du ministère des Affaires étrangères administrés par le gouvernement du Canada. Les actifs de ces régimes ne peuvent être répartis parmi les employeurs participants; il s'agit de régimes de retraite multi-employeurs, qui sont comptabilisés à titre de régimes de retraite à cotisations déterminées. Les cotisations de la CCT à ces régimes correspondent au coût total des prestations pour l'employeur. Ce coût, qui varie selon le régime, est déterminé selon un pourcentage du salaire brut des employés. Les cotisations peuvent changer au fil du temps en fonction des résultats des régimes, car la CCT est tenue, en vertu de la loi actuelle, de modifier le taux de ses cotisations dans l'éventualité d'un déficit actuariel. Les cotisations correspondent aux obligations totales au titre des prestations constituées de la CCT à l'égard de ces employés et elles sont passées en charges au cours de l'exercice où les services sont rendus.

**l) Instruments financiers**

Les actifs et les passifs financiers sont évalués au coût amorti. Les actifs financiers comprennent la trésorerie et les équivalents de trésorerie, les créances et les placements de portefeuille, tandis que les passifs financiers comprennent les créditeurs et charges à payer.

**m) Incertitude d'évaluation**

La préparation des états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour le secteur public exige de la direction qu'elle fasse des estimations et formule des hypothèses qui ont une incidence sur les montants des actifs et des passifs présentés à la date des états financiers ainsi que sur les produits et les charges comptabilisés dans les périodes visées. Les résultats réels pourraient donc différer de ces estimations de façon significative. Les estimations les plus importantes ont trait à l'évaluation des avantages futurs des employés, à la durée de vie utile des immobilisations corporelles aux fins de l'amortissement et à la juste valeur de l'obligation liée à la mise hors service d'immobilisations.

**n) Opérations entre apparentés**

En vertu du principe de la propriété commune, la CCT est apparentée à tous les ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement du Canada. Les opérations de la société avec ces entités sont effectuées dans le cours normal de ses activités et sont comptabilisées à la valeur d'échange.

**o) Services fournis sans frais et contributions en nature de partenaires**

Aux fins de la vérification annuelle des états financiers, le Bureau du vérificateur général du Canada fournit des services de vérification sans frais à la CCT. Dans le cours normal de ses activités, la CCT reçoit de ses partenaires certaines contributions en nature, c'est-à-dire le transfert de biens à titre gratuit. Aucun montant n'est comptabilisé dans les présents états financiers relativement aux services d'audit et aux contributions reçues en nature.

**Commission canadienne du tourisme**  
**Notes afférentes aux états financiers trimestriels**  
**30 juin 2016**

**p) Adoption de nouvelles normes comptables**

Au 1<sup>er</sup> janvier 2015, la CCT a adopté la norme comptable pour le secteur public (SP) 3260, Passif au titre des sites contaminés. Cette nouvelle norme décrit la façon de comptabiliser et de présenter un passif au titre de l'assainissement de sites contaminés. La norme s'applique aux exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> avril 2014. L'adoption de cette norme n'a eu aucune incidence sur les états financiers de la CCT.

**3. Présentation des états financiers**

Les présents états financiers intermédiaires non vérifiés doivent être considérés de concert avec les états financiers annuels de la Commission canadienne du tourisme (la Commission) en date du 31 décembre 2015, de même qu'avec le texte explicatif annexé au rapport financier trimestriel. Les montants divulgués aux présents états financiers intermédiaires, en date du 30 juin 2016, ne sont pas vérifiés et sont présentés en dollars canadiens.

**4. Crédits parlementaires**

Les crédits parlementaires approuvés pour l'exercice du gouvernement fédéral allant du 1<sup>er</sup> avril 2016 au 31 mars 2017 s'élèvent à 95,5 millions de dollars, y compris 25 millions de dollars liés à l'objectif Promouvoir le Canada comme destination touristique de choix du budget fédéral de 2016 et 12,5 millions de dollars liés à la campagne de marketing Accueillir l'Amérique (1<sup>er</sup> avril 2015 au 31 mars 2016, 58,0 millions de dollars). La CCT n'est pas autorisée à excéder les crédits parlementaires approuvés.

**5. Excédent accumulé (en milliers)**

L'excédent accumulé se compose de ce qui suit :

	<b>30 juin 2016</b>	<b>31 décembre 2015</b>
Excédent de fonctionnement accumulé	24 425 \$	16 375 \$
Gain de réévaluation accumulé	573	593
Excédent accumulé	<u>24 998 \$</u>	<u>16 968 \$</u>

**Commission canadienne du tourisme**  
**Notes afférentes aux états financiers trimestriels**  
**30 juin 2016**

**6. Immobilisations corporelles (en milliers)**

	Matériel informatique	Logiciels	Améliorations locatives	Ameublement de bureau	Désaffectation des bureaux loués	T2 2016
Coût des immobilisations corporelles, début de la période	327 \$	19 \$	1 594 \$	275 \$	112 \$	2 327 \$
Acquisitions	50		273			323
Cessions						-
Coût des immobilisations corporelles, fin de la période	377	19	1 867	275	112	2 650
Amortissement cumulé, début de la période	265	15	187	71	1	539
Charge d'amortissement	18		89	24	6	137
Cessions						-
Amortissement cumulé, fin de la période	283	15	276	95	7	676
Valeur comptable nette	94 \$	4 \$	1 591 \$	180 \$	105 \$	1 974 \$

	Matériel informatique	Logiciels	Améliorations locatives	Ameublement de bureau	Désaffectation des bureaux loués	Total pour 2015
Coût des immobilisations corporelles, début de la période	283 \$	13 \$	2 516 \$	531 \$	515 \$	3 858 \$
Acquisitions	67	6	1 416	223	112	1 824
Cessions	(23)	-	(2 338)	(479)	(515)	(3 355)
Coût des immobilisations corporelles, fin de la période	327	19	1 594	275	112	2 327
Amortissement cumulé, début de la période	258	13	2 274	516	471	3 532
Charge d'amortissement	27	2	251	30	43	353
Cessions	(20)	-	(2 338)	(475)	(513)	(3 346)
Amortissement cumulé, fin de la période	265	15	187	71	1	539
Valeur comptable nette	62 \$	4 \$	1 407 \$	204 \$	111 \$	1 788 \$