

LE RAPPORT D'ANALYSE



ÉDITION n° 5:

IMPACT, CROISSANCE ET CHANGEMENT DANS **L'AFFICHAGE**

Octobre 2021

Mot du Présidente

Bienvenue au dernier numéro du rapport d'analyse de la COVID-19 pour l'année civile 2021. Quelle année mouvementée ce fut et que de montagnes russes d'émotions fortes en revoyant tout ce que l'industrie de l'affichage a traversé du début de 2020 à la fin de 2021.

Qui aurait cru que, malgré une législation en constante évolution en raison de la pandémie, nous verrions une transformation aussi incroyable dans notre secteur d'activité? En effet, face à l'adversité, notre industrie a su réagir et apporter le soutien nécessaire aux petites entreprises, aux communautés ainsi qu'à nos collègues pendant une période cruciale.

Dans cette édition, nous comparons le mois d'octobre au trimestre précédent pour examiner la ligne de tendance de l'activité des consommateurs dans les plages d'exposition des emplacements extérieurs et dans nos empreintes d'emplacements. Notre numéro de synthèse 2021 sera prêt début février, car nous recevrons les données de novembre à la mi-décembre et celles de décembre à la mi-janvier. Nous compilerons les résultats et examinerons dans quelle mesure nous avons progressé en tant que secteur au cours de certains des mois les plus difficiles que nous ayons jamais connus.

Je dois dire que je suis très fière de l'industrie de l'affichage au Canada et de la façon dont nous nous sommes rassemblés, malgré la concurrence, pour nous soutenir mutuellement dans ces moments difficiles. C'est quelque chose qui restera certainement gravé dans ma mémoire pour les années à venir. La collaboration, l'innovation, la transformation numérique, la volonté d'adopter de nouvelles approches et de nouvelles technologies ont grandement évolué. Bref, ce fut une année incroyable!

Le marché canadien de l'affichage extérieur a continué de surpasser la croissance prévue au cours de l'été et de l'automne, avec un taux d'occupation de 100 % en raison de l'assouplissement des restrictions dans tout le pays, de l'augmentation de l'activité estivale, de la rentrée des classes ainsi que de la ruée vers les événements en personne, les rencontres sociales et les festivités de Noël.

Bien que certaines trajectoires commerciales se soient stabilisées en octobre après cet afflux de mouvements de retour sur le marché, la majorité d'entre elles sont demeurées sur une pente ascendante alors que le temps frais s'installait et que la saison des terrasses touchait à sa fin.

Aujourd'hui, avec la levée de la totalité ou de la quasi-totalité des restrictions de la COVID-19 dans presque toutes les juridictions, les travailleurs se familiarisent avec de nouvelles routines et les entreprises reprennent la production à plein régime, dans la mesure où la situation de la main-d'œuvre le permet. Les Canadiens commencent à investir davantage dans la rénovation de leur maison, les loisirs, les rencontres et d'autres activités qu'ils avaient mises en veilleuse pendant la pandémie, ce qui représente une tendance positive pour la reprise économique.

Les Canadiens adhèrent à la reprise et votent avec leur portefeuille, comme en témoigne leur volonté de contracter des dettes importantes telles que des prêts hypothécaires. Selon [Statistique Canada](#) : « l'investissement résidentiel est devenu le principal facteur contribuant aux activités économiques et au capital-actions. » Cela indique une confiance des ménages en la stabilité de l'emploi et des revenus.

L'emploi, en particulier, reste prometteur. Avec la réouverture d'un plus grand nombre d'entreprises et l'augmentation de leur capacité, la demande de main-d'œuvre s'accroît. Contrairement à ce qui s'est passé lors de certaines reprises, les gouvernements fédéral et provinciaux s'efforcent d'atténuer la pénurie de travailleurs plutôt que de chercher des moyens de créer des emplois.

Grâce aux nombreuses stratégies de retour au travail mises en place par les organisations, nous croyons que les consommateurs font preuve d'un optimisme prudent en s'assurant de suivre adéquatement les protocoles appropriés pour se protéger et protéger leurs proches. Par contre, ils sont enthousiastes à l'idée de se lancer dans les achats de Noël, les festivités et les célébrations du Nouvel An.

Tous les indicateurs sont au vert et nous attendons d'autres bonnes nouvelles de consensus dans les mois à venir.



Amanda Dorenberg
Présidente, **COMMB**

L'affichage extérieur

Un aperçu du marché canadien

L'expansion rapide de l'activité économique se stabilise, car la plupart des Canadiens se sont adaptés à de nouvelles habitudes telles que les environnements de travail à distance et hybrides, la fréquentation des restaurants et des théâtres, les spectacles, les événements sportifs, etc. Il est naturel, voire encourageant, que l'activité plafonne dans plusieurs marchés.

Les voyages d'affaires et de plaisance n'ont pas encore atteint leur apogée. Néanmoins, les gens sont sur les routes pour faire leurs courses, se rendre au travail, amener les enfants à l'école et à leur entraînement sportif, aller au restaurant ainsi qu'assister aux rendez-vous chez le médecin, l'avocat, le mécanicien et autres prestataires de services professionnels. C'est une période passionnante pour sortir et profiter des festivités de la période des Fêtes avec ses amis et ses proches.

L'indice d'activité pour le Canada illustre, ci-dessous, que la tendance vers les repères de 2019 se poursuit de manière constante, les citoyens étant sortis en octobre plus qu'au cours de n'importe lequel des mois précédents de 2021. Comme prévu, le mois d'octobre a une fois de plus constitué une période de transition, soit une accalmie entre la période active des vacances d'été et la frénésie qui marque la période des Fêtes. Nous ne nous attendions donc pas à une hausse soudaine de l'activité, mais à une augmentation continue, et c'est exactement ce que nous avons pu constater.

Tendance de l'activité au Canada 2021

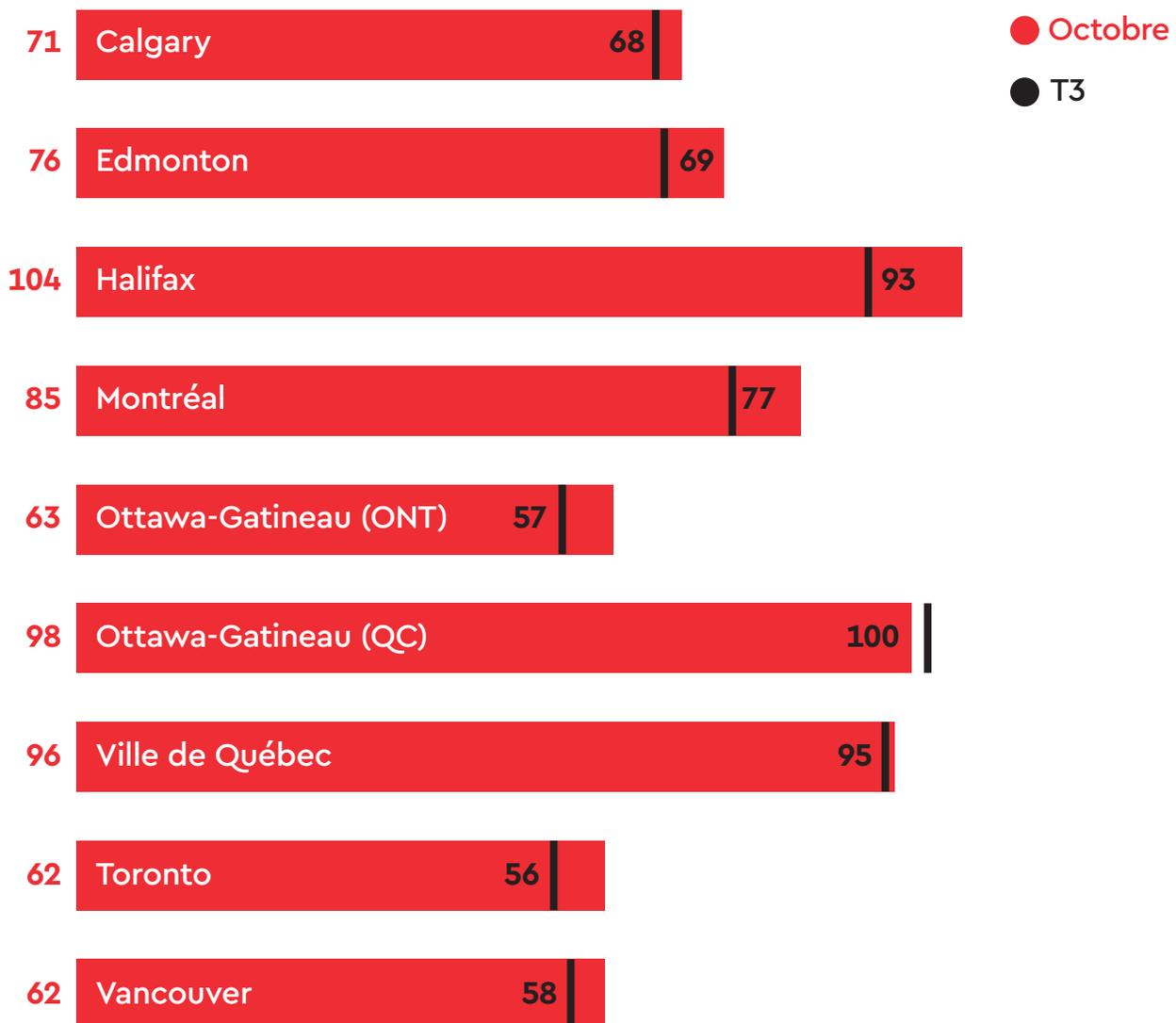
Le pourcentage de l'indice d'activité



Le dernier rapport soulignait la très forte croissance entre le deuxième et le troisième trimestre pour montrer l'impact des diverses réouvertures et de l'assouplissement des restrictions liées à la COVID-19, qui ont eu lieu entre le début et la fin de l'été. Le graphique ci-dessous compare les valeurs d'octobre à celles du troisième trimestre, illustrant la croissance continue de la fin de l'été jusqu'à l'automne. En somme, pratiquement tous les marchés ont connu des gains modérés à exceptionnels.

Un aperçu du marché de l'affichage extérieur

L'indice d'activité d'octobre par rapport au troisième trimestre



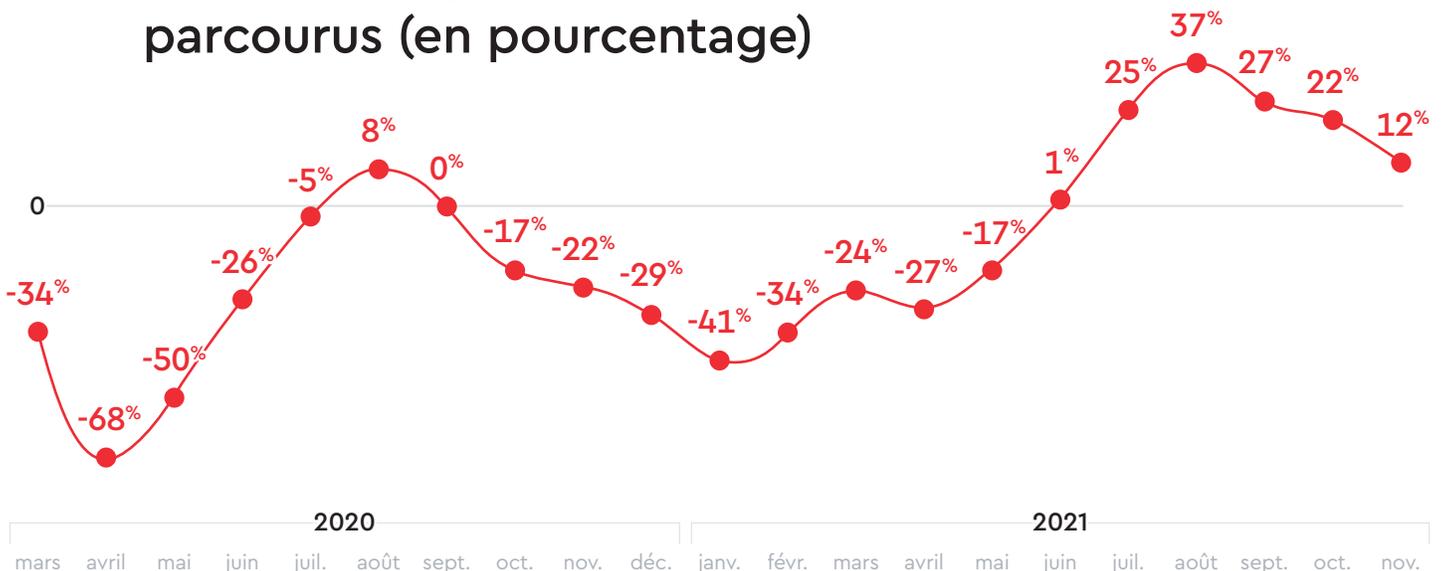
Or, Halifax a ouvert la voie, non seulement en faisant un bond de 11 points par rapport à la norme du troisième trimestre, mais aussi en dépassant les performances de la ville avant la COVID avec un indice d'activité dépassant les 100. Les provinces de l'Ontario et de la Colombie-Britannique ont également enregistré des gains respectables et semblent prêtes à faire des progrès encore plus importants dans les mois à venir. Ces régions ont été parmi les plus prudentes dans la mise en œuvre et la levée des restrictions relatives à la COVID, ce qui leur laisse un peu de terrain à regagner par rapport aux autres régions.

Toutefois, elles affichent certainement une tendance positive, avec un immense potentiel, car ce sont les deux provinces qui comptent les plus grands centres de voyages internationaux.

Seules les villes de Québec et d'Ottawa (Qc) sont demeurées relativement stables, ce qui est compréhensible puisque ces deux marchés ont connu une reprise constante depuis le début de 2021 et continuent de se maintenir.

En examinant les données nationales produites par [Waze](#), présentées ci-dessous, il est possible de voir comment la mobilité des Canadiens a évolué entre mars 2020 et les tendances actuelles. Si le graphique ci-dessous montre les fortes baisses observées en avril 2020 et, dans une certaine mesure, pendant l'une des vagues du quatrième trimestre 2020 et du premier trimestre 2021, il révèle aussi que les Canadiens continuent d'apprécier les longs trajets en voiture et qu'ils ont profité de la fin de l'été pour sortir.

Variation moyenne des kilomètres parcourus (en pourcentage)

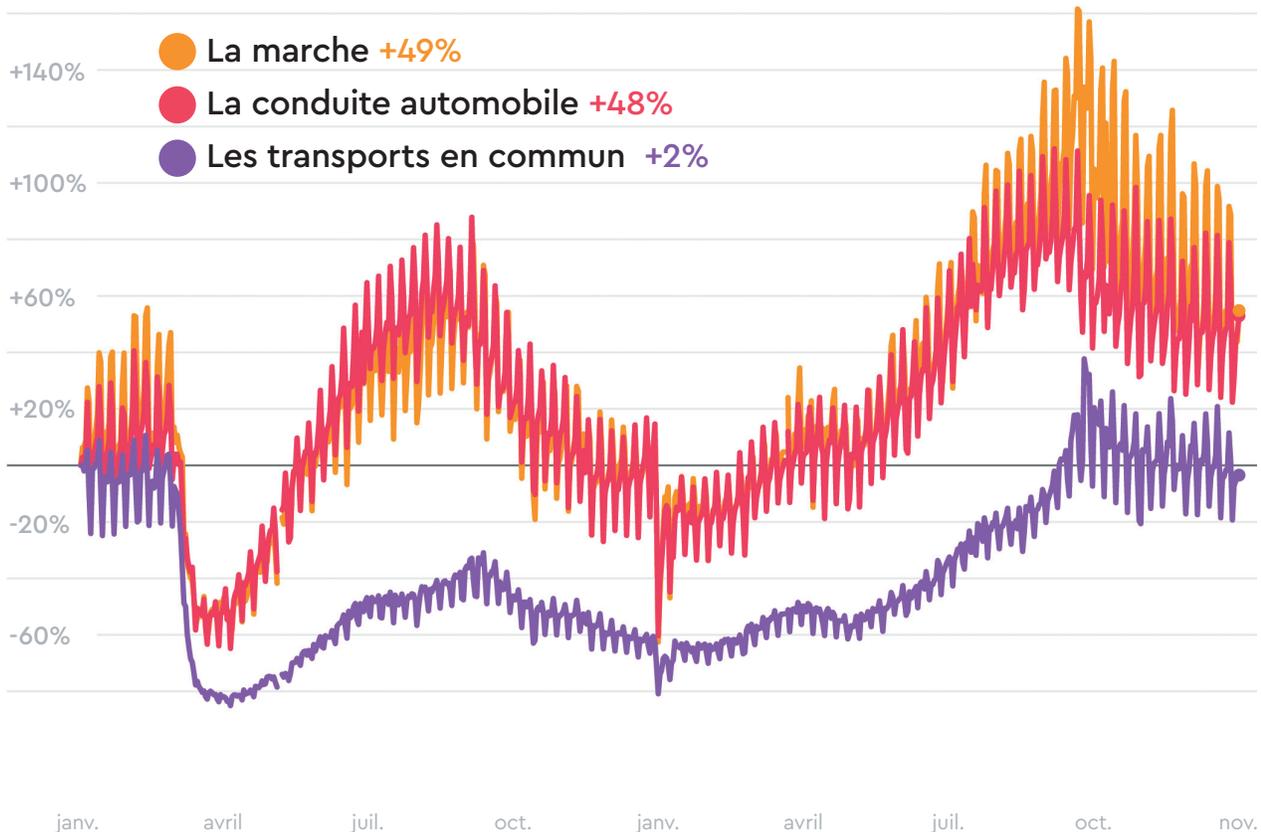


Les résultats sont nettement supérieurs aux valeurs de référence pendant les mois de juillet et d'août, ce qui indique que de nombreux consommateurs ont profité de vacances d'été bien méritées avec leurs proches, puis que la tendance reste au-dessus de la ligne de base pour le début du quatrième trimestre 2021, malgré les températures plus froides. D'après les données de Waze, les Canadiens ont parcouru en moyenne 22 % de kilomètres de plus le mois dernier qu'avant la pandémie.

Les [tendances d'Apple](#) en matière de mobilité confirment les observations de Waze. Les données d'Apple, présentées ci-dessous, dressent un tableau très similaire à celui de Waze ci-dessus. Apple suit le volume des demandes d'acheminement par mode de transport et montre une augmentation dans tous les modes jusqu'en 2021.

Tendances de mobilité

Changement dans les demandes de routage depuis le 13 janvier, 2020



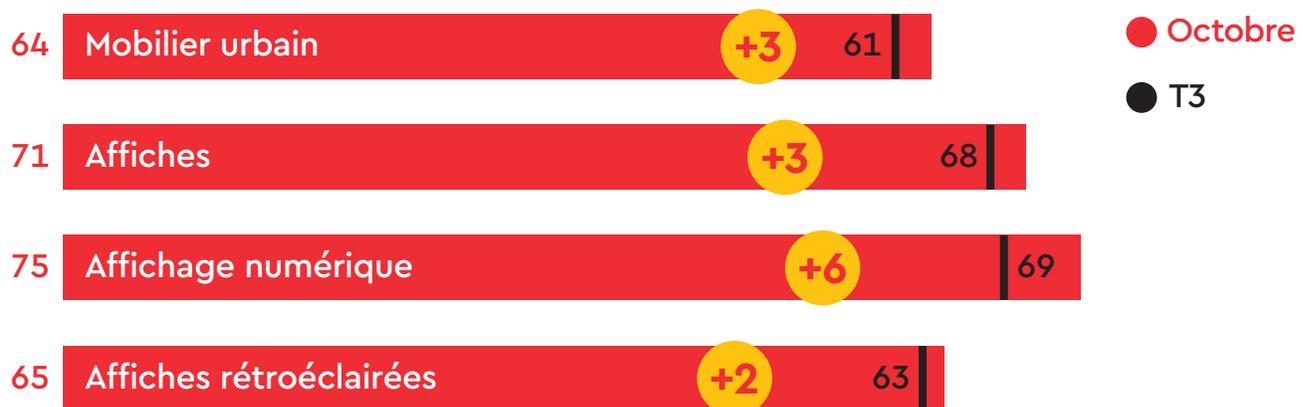
Une mise à jour sur l'Ouest et le Centre du Canada

L'Alberta

Calgary et Edmonton ont affiché respectivement des gains de trois et sept points en octobre par rapport au troisième trimestre de l'année de référence. D'ailleurs, une reprise continue est en cours grâce à une législation axée sur la création d'emplois et la stimulation d'autres activités économiques. L'Alberta, l'une des provinces les plus dynamiques en matière de réduction des restrictions au début de la pandémie, a fait de grands progrès, mais l'économie albertaine ne devrait pas se rétablir complètement avant le milieu de l'année 2022. Heureusement pour l'industrie de l'affichage, les gens continuent de sortir et de participer à davantage d'évènements publics, ce qui représente une plus grande mobilité, laquelle suscite l'enthousiasme pour le marché de l'affichage et l'économie en général. Chacun des groupes de produits associés à l'indice d'activité de l'affichage a augmenté dans les deux marchés, la plus forte augmentation ayant été observée dans le domaine de l'affichage numérique (+ 6 points) et du mobilier urbain (+ 8 points) à Calgary et à Edmonton, respectivement.

Les groupes de produits de Calgary

L'indice d'activité d'octobre par rapport au troisième trimestre



Les groupes de produits d'Edmonton

L'indice d'activité d'octobre par rapport au troisième trimestre



Les spectacles dans les stades sont de retour à Calgary. L'étoile montante du country, [Eric Church](#), a fait sensation au Saddledome de Calgary en octobre, ce qu'aucun autre artiste n'a fait depuis que Old Dominion a clôturé l'ère pré-COVID en février 2020, il y a plus de 20 mois de cela. Le prochain spectacle d'Arkells est prévu pour le 4 février au Saddledome, mais de nombreux autres spectacles sont également projetés dans de plus petites salles de la ville qui ne manqueront pas d'attirer à nouveau les amateurs de musique.

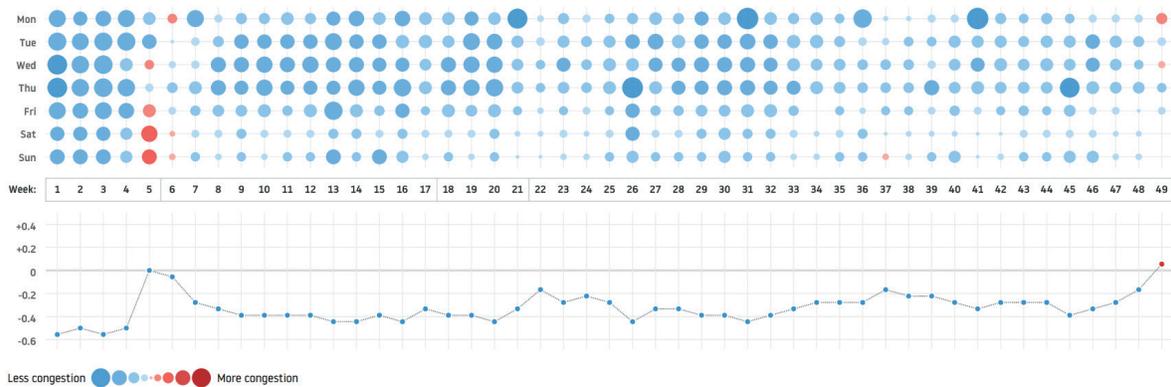
D'autres événements culturels et ponctuels ont également repris dans la région, contribuant ainsi à la poursuite du mouvement vers la base de référence. La fête d'[Halloween 2021](#) a fait un retour en force avec plus de 70 promenades fantômes, démonstrations de sculpture sur citrouilles, maisons hantées et festivals d'automne répartis tout au long du mois d'octobre.

La 35e édition du [festival international du film d'Edmonton](#) a eu lieu du 1er au 10 octobre 2021. Malgré une capacité limitée à 50 %, le festival a permis deux projections de chaque film pour satisfaire les cinéphiles, ce qui fut un véritable succès. Bref, il est excitant de voir des événements culturels revenir dans nos quartiers favoris.

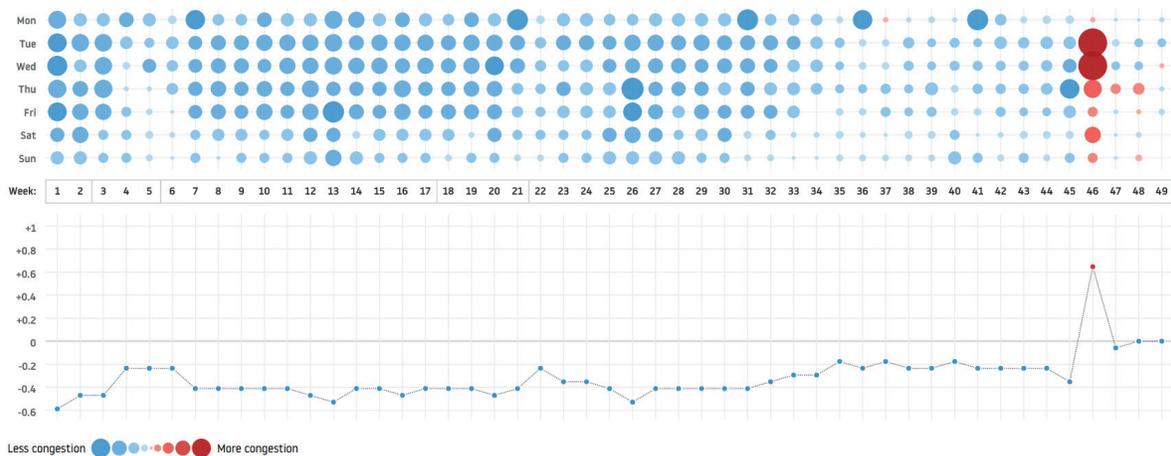
Par ailleurs, les embouteillages à [Calgary](#) et à [Edmonton](#) reprennent également de la vigueur. Les données publiées par TomTom ci-dessous comparent les niveaux de congestion quotidiens et hebdomadaires à ceux de 2019. Une observation intéressante réside dans le fait que, sur les deux marchés, la congestion a augmenté tout au long de l'année, avec quelques fluctuations

et anomalies d'une semaine à l'autre. Cependant, la tendance générale vers les conditions de base est clairement observable. Or, la congestion semble plus élevée les vendredis, samedis et dimanches, ce qui pourrait refléter les initiatives de travail hybride et à domicile nouvellement adoptées.

La circulation à **Calgary** | La différence par rapport à 2019



La circulation à **Edmonton** | La différence par rapport à 2019



La Colombie-Britannique

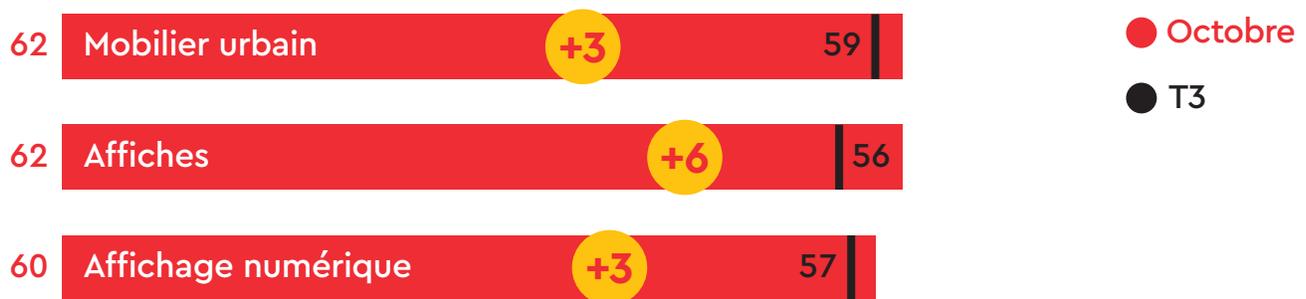
Des gains plus modestes étaient la norme à Vancouver, car de nombreuses restrictions liées à la pandémie ont été maintenues jusqu'à la dernière semaine du mois. Néanmoins, tous les médias de l'affichage extérieur ont enregistré des gains similaires, ce qui témoigne de la vigueur soutenue de l'industrie.

Les événements sportifs, les cinémas, les mariages, les fêtes et les funérailles ayant été autorisés à fonctionner à 100 % de leur capacité à partir du 24 octobre, nous nous attendions à un bond plus marqué en novembre et ultérieurement, en particulier avec les festivités de la période des Fêtes.

« Il n'y a rien de tel que l'énergie et l'excitation que les partisans apportent aux matchs et aux événements en direct des Canucks. Nous sommes ravis de pouvoir à nouveau fonctionner à pleine capacité », a déclaré [Michael Doyle](#), président et chef des opérations commerciales de l'organisation des Canucks.

Les groupes de produits de Vancouver

L'indice d'activité d'octobre par rapport au troisième trimestre



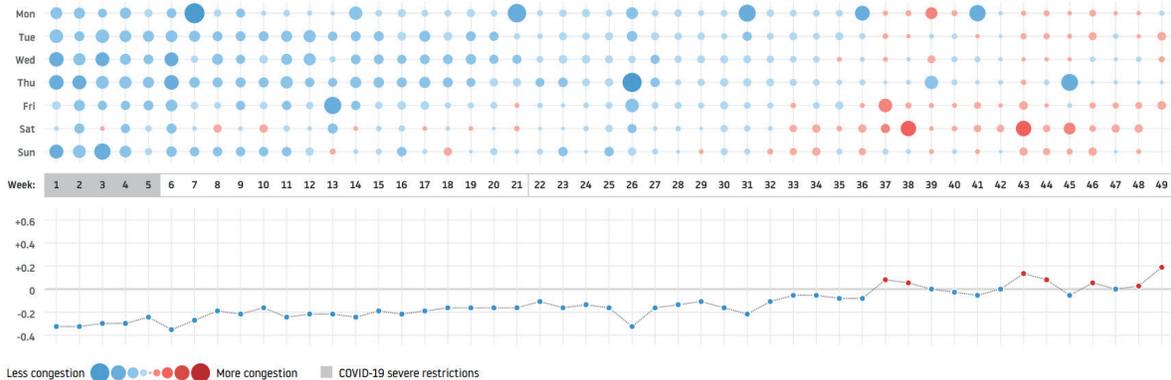
Le Canada est connu comme l'un des pays les plus multiculturels au monde, il n'est donc pas surprenant que le festival [Diwali fasse](#) un retour remarqué sur le marché de Vancouver. Il s'agit d'un festival annuel d'art et de culture sud-asiatique dont l'objectif est de briser les barrières culturelles et de célébrer l'esprit de Diwali dans les basses-terres continentales de Vancouver. En fait, c'est l'occasion idéale pour les gens de sortir et de créer un sentiment d'appartenance à la communauté en se rapprochant les uns des autres.

Des festivals comme celui-ci seront déterminants pour la viabilité économique de la Colombie-Britannique, car elle dépend du tourisme pour une grande partie de son produit intérieur brut. À titre d'exemple, en 2019, l'industrie du voyage de la province a généré [9 milliards](#) de dollars de revenus.

La [congestion](#) à Vancouver a également repris, mais la répartition est beaucoup plus équilibrée entre les jours de semaine et les fins de semaine. Bien que les week-ends soient plus chargés, d'ordre général, il semble que la congestion du marché soit en hausse. À vrai dire, les déplacements intérieurs par voie terrestre devraient continuer à augmenter, car les entreprises recherchent des sources

locales d'approvisionnement pour les matières premières et des marchés locaux pour les produits finis comme rempart contre les goulets d'étranglement des chaînes d'approvisionnement internationales.

La circulation à Vancouver | La différence par rapport à 2019



Le point sur l'Est du Canada

Les provinces de l'Atlantique

Halifax a poursuivi sa forte croissance avec un gain de 12 points, éclipsant de quatre points la base de référence de 2019. Le fait de dépasser les chiffres d'avant la COVID est un événement marquant, que le marché et l'industrie de l'affichage devraient célébrer en grande pompe! Or, les résidents sont de retour au travail, avec un taux de chômage en baisse à un niveau acceptable de 6 %, bien loin du sommet atteint lors de la pandémie et nettement meilleur que les 8 % d'octobre dernier.

Les ventes au détail en septembre ont augmenté de plus de 13 % au cours des 12 derniers mois et devraient continuer à grimper pendant la période des achats des Fêtes. De plus, divers secteurs économiques du marché d'Halifax connaissent des hausses de contribution économique avec une augmentation du taux d'emploi total par industrie, menée sans grande surprise, avec le flux d'achats en ligne, par le transport et l'entreposage en hausse de + 47,7 pour cent depuis novembre 2019, suivi de près par le secteur de l'emploi professionnel, scientifique et technique, en hausse incroyable de + 46,1 % depuis novembre 2019.

Les citoyens et les visiteurs de la Nouvelle-Écosse sont également très enthousiastes à l'idée de retrouver des événements en présentiel, et le Centre des congrès de Halifax s'efforce de leur faciliter la tâche en accueillant plus de 50 événements au cours du quatrième trimestre 2021. Certains de ces congrès, tels que l'Exposition canadienne de la défense, de la sécurité et de l'aérospatiale, ont attiré plus de 1 200 professionnels de l'industrie aérospatiale des quatre coins du Canada.

Les groupes de produits de Halifax

L'indice d'activité d'octobre par rapport au troisième trimestre



« C'était extraordinaire de pouvoir se réunir à nouveau en personne après deux longues années d'attente. L'équipe professionnelle et expérimentée du Centre des congrès de Halifax nous a aidés à créer un événement sécuritaire et captivant. D'ailleurs, nos participants parlent encore du plaisir que leur a procuré le fait de renouer et de se retrouver ensemble », a fait remarquer Regina Lee, professeure à l'Université York et membre du comité organisateur du congrès de l'Association des scientifiques et ingénieurs canadiens-coréens.

D'autres événements, tels que le festival de cuisine asiatique « Off the Eaten Path », ont cherché à faire sortir les gens de chez eux et à les réinviter dans les restaurants grâce à des menus à prix spéciaux en plus de les attirer au bord de la mer de Halifax en organisant une foire alimentaire.

L'Ontario

Des gains appréciables d'environ sept points ont été enregistrés pour tous les groupes de produits d'affichage extérieur à Toronto et à Ottawa. Cette tendance devrait se poursuivre avec une croissance du PIB réel de la province de 6,7 % en 2021 et une autre hausse importante prévue de 4,1 % en 2022.

Encore mieux, une grande partie de cette croissance proviendra des dépenses de consommation, car les Ontariens rattraperont les achats qu'ils ont reportés pendant la pandémie et dépenseront un peu plus librement, car l'incertitude liée à l'emploi est atténuée.

En outre, le tourisme en Ontario a fait un bond en août, ce qui est de bon augure pour l'affichage et le marketing dans son ensemble. En effet, les statistiques les plus récentes

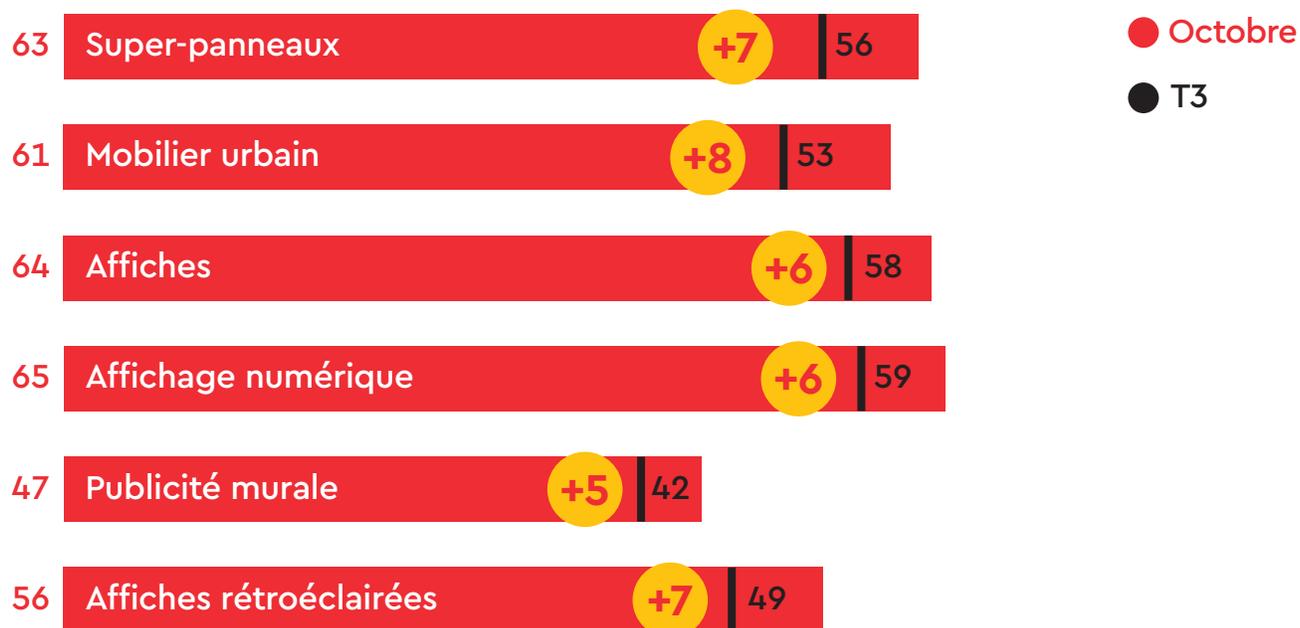
montrent que 237 599 touristes non résidents ont visité la province ; c'est-à-dire qu'ils sont entrés directement au Canada via l'Ontario. En fait, le mois d'août a été marqué par la réouverture du pays aux Américains entièrement vaccinés. Or, **178 601 véhicules** ont traversé la frontière au mois d'août, soit environ 40 % du total de 464 402 véhicules entre mai et août, ce qui suggère une augmentation disproportionnée en août par rapport aux passages de véhicules par mois, s'ils suivaient des tendances cohérentes et uniformes d'un mois à l'autre.

Bien que les indices ne présentent pas une croissance à deux chiffres comme au début de la pandémie, Toronto a tout de même connu une forte progression du troisième trimestre au mois d'octobre.

Les autorités ontariennes ont exprimé leur optimisme quant à la reprise économique qui bat son plein. En effet, le gouvernement a récemment annoncé qu'il ne prévoit aucune réduction des services, ni aucune augmentation des impôts pour assurer la relance de la province. Au contraire, le **déficit** lié à la pandémie est beaucoup moins important que prévu à l'origine. Or, les revenus et la **croissance** commerciale seront suffisants pour alimenter la reprise et même permettre des dépenses supplémentaires dans les infrastructures, notamment les routes et l'accès à Internet. Une telle situation est de bon augure pour le marché de l'affichage, car cela permettra non seulement d'aménager des routes supplémentaires ou de les améliorer, mais aussi de renforcer la fiabilité des données, des analyses et des prévisions.

Les groupes de produits de Toronto

L'indice d'activité d'octobre par rapport au troisième trimestre

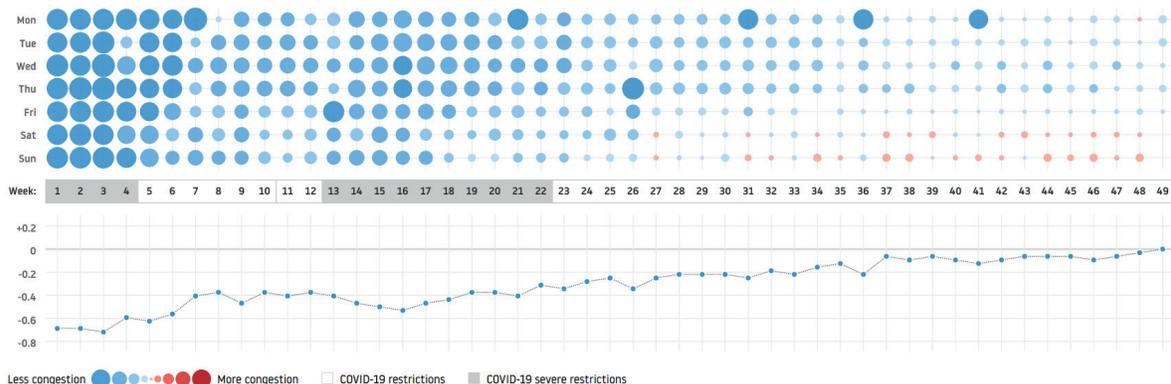


De plus, les entreprises touristiques recevront un soutien du programme de redressement du tourisme en Ontario pour stabiliser l'industrie et encourager la croissance. Un investissement de 100 millions de dollars est destiné aux entreprises touristiques à but lucratif qui ont été contraintes de fermer totalement ou partiellement leurs portes pendant la pandémie. Les compagnies des secteurs de l'hôtellerie, des loisirs et des transports pourront utiliser une bonne partie de la subvention pour leur réouverture et diriger la clientèle vers leurs activités grâce à des initiatives de marketing via l'affichage, d'autant plus que les voyageurs nationaux et américains sont de plus en plus à l'aise avec les nouvelles excursions touristiques.

L'un des plus grands évènements de [l'Halloween à Toronto](#) est depuis toujours la fête de l'Halloween à Canada Wonderland. Dans un souci de sécurité et d'effroi, les invités ont exploré 11 « zones d'épouvante » en plein air où ils ont pu avoir des frissons dans tous les manèges habituels. Cela en dit long sur la capacité d'adaptation des gens, tant les organisateurs que les invités, pour profiter de leurs traditions préférées.

L'indicateur d'encombrement de TomTom est, sans doute, le plus marquant à [Toronto](#). Si l'on regarde l'image ci-dessous, les toutes dernières semaines ont vu des niveaux de congestion similaires à ceux de la pré-pandémie, en particulier le week-end.

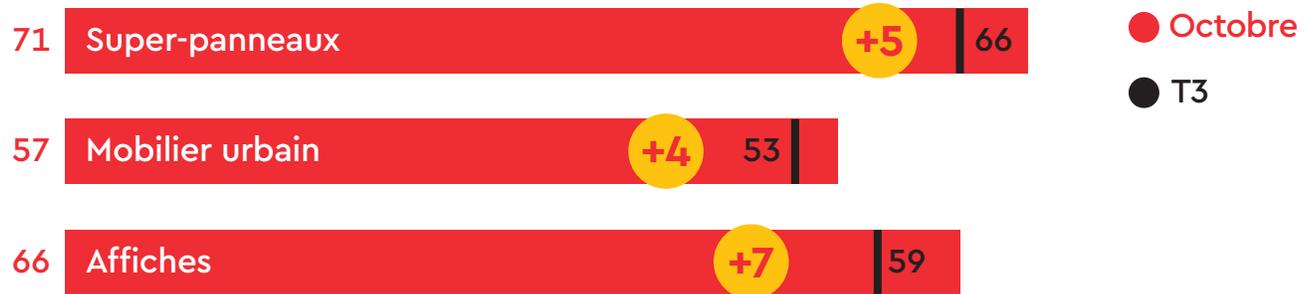
La circulation à Toronto | La différence par rapport à 2019



En tant que capitale nationale, il n'est pas surprenant qu'Ottawa soit l'hôte de nombreux évènements et festivals multiculturels. En outre, [le festival du jour des morts](#), une tradition mexicaine, fut l'un de ces rassemblements. Par ailleurs, il a été marqué par la musique, la danse et la douce odeur des pâtisseries au marché By. « Je suis très heureuse d'être ici et d'y participer, car cela me donne un sentiment d'appartenance à la communauté. Être au cœur d'Ottawa, nous permet de renouer », a déclaré Gabriela Lopez, maîtresse de cérémonie.

Les groupes de produits d'Ottawa

L'indice d'activité d'octobre par rapport au troisième trimestre

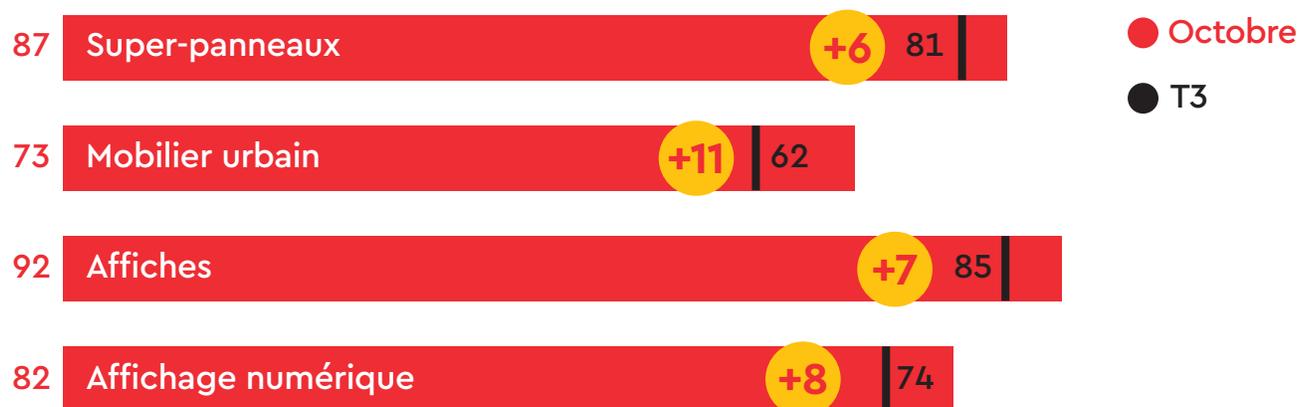


Le Québec

La ville de Québec, qui a entamé le mois d'octobre à 90 % ou presque de l'activité des groupes de produits d'affichage de 2019, n'avait pas beaucoup de place pour l'amélioration. Elle a donc affiché une croissance modérée, se rapprochant de la base de référence de 2019. Montréal, en revanche, qui a bien progressé au cours du troisième trimestre, est passée d'un indice de 77 à 85. En outre, le mobilier urbain, qui était à la traîne derrière les autres catégories, a ouvert la voie avec un gain stupéfiant de 11 points à 73 dans l'indice d'activité.

La circulation à Montréal

L'indice d'activité d'octobre par rapport au troisième trimestre

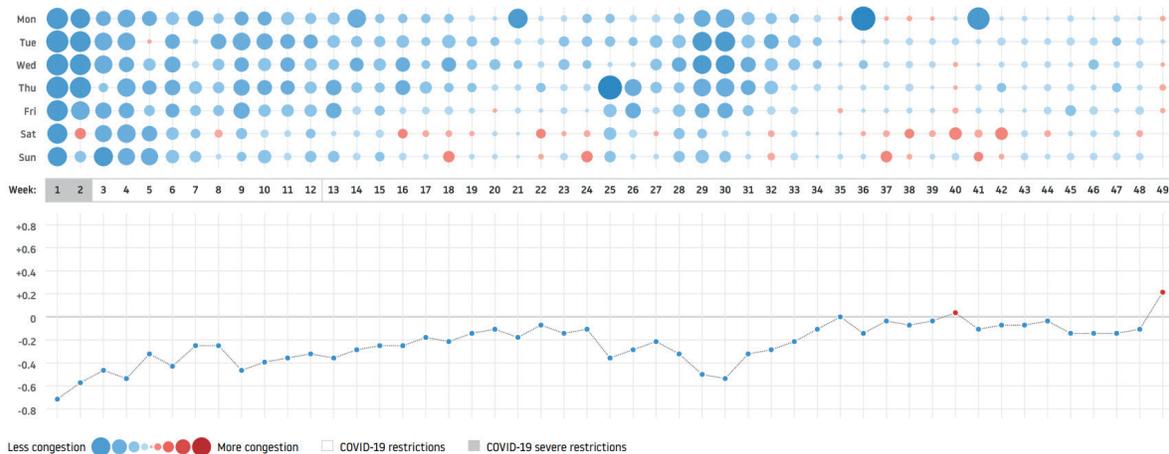


Les emplacements d'affichage urbain devraient bénéficier d'une visibilité et d'un trafic accru à moyen et à long terme, car les résidents semblent désireux de revenir au centre-ville. [Le rapport portant sur ce secteur de Montréal](#) fait état d'une hausse des ventes et des prix des condos neufs et existants, car la construction de nouveaux condos a augmenté de 65 % et les logements locatifs de 53 %. En outre, le retour des étudiants universitaires au centre-ville accentue cette tendance à la saturation.

L'automne est la saison des festivals à Montréal, avec des [événements](#) comme le Festival mondial de la bière et la 50e édition du Festival du nouveau cinéma qui attirent les gens dans les rues. Bien sûr, ce ne serait pas Montréal sans musique. Des têtes d'affiche comme deadmau5, Ricky Martin et Enrique Iglesias sont revenus en force et ont attiré les foules.

[L'indice de congestion](#) de TomTom dresse un tableau similaire à celui de Toronto et de Vancouver. Au cours de l'année, les routes sont devenues de plus en plus achalandées. Les week-ends continuent sur cette lancée et sont particulièrement animés.

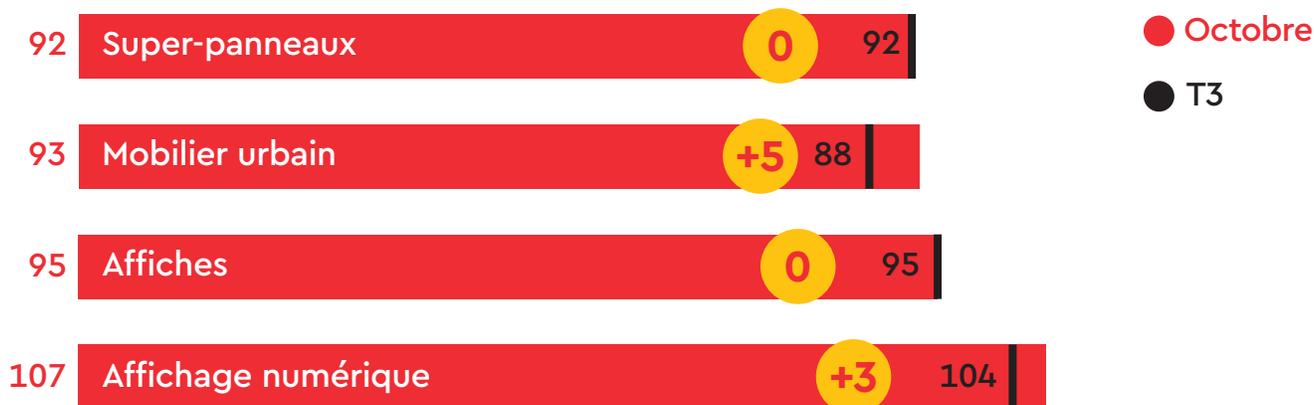
La circulation à Montréal | La différence par rapport à 2019



Les congrès sont également florissants dans la ville de Québec. Or, le [Comiccon](#) de Québec est de retour avec des vedettes invitées comme Georges St-Pierre en plus de 100 kiosques d'exposants et de 54 000 pieds carrés d'espace commercial.

Les groupes de produits de la ville de Québec

L'indice d'activité d'octobre par rapport au troisième trimestre



Le tourisme à Québec est également en hausse. Bien que les données d'octobre ne soient pas encore disponibles, le nombre de passagers à l'aéroport a augmenté de 197 % en [septembre](#) par rapport à 2020. À en juger par ces chiffres, on constate que les gens sont toujours très intéressés à prendre l'avion pour voir cette belle ville lorsqu'ils en ont l'occasion.

Aéroport de Québec

	Septembre 2021	Cumulatif 2021
Indice de l'évolution du nombre de passagers	↗ +196,5%	↘ -70,5%
Vols intérieurs	↗ +193,0%	↘ -45,1%
Vols transfrontaliers et internationaux	-	↘ -99,6%

Statistiques hôtelières

	Septembre 2021	Cumulatif 2021
Nombre de chambres disponibles	354,537 chambres ↗ +8,0%	354,537 chambres ↗ +11,2%
Nombre de chambres louées	176 806 chambres ↗ +48,2%	176 806 chambres ↗ +9,4%
Tarif quotidien moyen	176,63 \$ ↗ +35,3%	176,63 \$ ↗ +18,2%
RevPar (revenus/unité disponible)	88,08 \$ ↗ +85,6%	88,08 \$ ↗ +16,3%
Revenus hôteliers totaux	31 229 216 \$ ↗ +100,5%	31 229 216 \$ ↗ +29,3%

Axé sur

l'emplacement

Seul un phénomène aussi répandu et dévastateur qu'une pandémie pourrait éloigner les Canadiens d'activités aussi ancrées que le hockey, le théâtre, la musique et les rencontres amicales. Ainsi, la réouverture des patinoires de hockey pour les jeunes et le retour à la compétition des jeunes à la LNH représentent peut-être le dernier indicateur que le Canada a relevé le défi et est prêt à reprendre sa place sur la scène économique mondiale.

Certaines villes et provinces ont pleinement repris leurs activités commerciales et adopté des précautions moins restrictives plus tard que d'autres. Par conséquent, leur utilisation de l'affichage axé sur l'emplacement et d'autres indicateurs économiques peuvent accuser un léger retard. Mais comme nous l'avons vu avec la performance des régions plus dynamiques, il ne faut pas beaucoup de temps pour que la population retrouve le goût de se réunir, de manger au restaurant, de magasiner en personne et de profiter de la multitude d'arts visuels, musicaux et d'interprétation disponibles au Canada.

Comme tous les secteurs fonctionnent maintenant plus ou moins à pleine capacité, nous nous attendons à ce que toutes les administrations progressent non seulement pour égaler la base de référence de 2019, mais aussi pour rattraper le temps perdu et les occasions ratées de générer des revenus afin d'améliorer la qualité de vie de tous. Tout particulièrement à l'approche des fêtes de fin d'année, les festivités, les célébrations et les rassemblements en personne s'intensifient. Nous nous attendons donc à une augmentation de l'activité au cours de l'année civile 2021.

Les Campus/les Arénas

Pour ces deux réseaux qui ont été pour la plupart complètement fermés au début de l'année, les campus et les arénas au Canada ont rebondi de façon spectaculaire. Depuis le troisième trimestre, ces réseaux ont connu une augmentation moyenne de + 13 points en octobre.

Un [sondage réalisé](#) par KPMG auprès de 1 203 étudiants canadiens a permis de mieux comprendre l'état d'esprit de ces derniers et leurs perspectives en matière d'éducation

postsecondaire en 2021. La conclusion principale? Les étudiants veulent retourner à l'école, car la socialisation fait partie intégrante de l'expérience éducative, qu'il s'agisse de la collaboration en classe ou du renforcement de l'esprit d'équipe par le sport. Bien qu'il y ait encore quelques hésitations, notamment en ce qui concerne les résidences partagées sur le campus, le sentiment général est un désir de retourner sur le campus.

78 % des étudiants de niveau postsecondaire conviennent que la pandémie a « fondamentalement changé » leurs attentes quant à leur expérience de l'enseignement supérieur.

76 % croient que l'université de l'avenir ressemblera peu aux établissements d'enseignement d'aujourd'hui.

88 % souhaitent que le fonctionnement des établissements d'enseignement supérieur tel que l'inscription, le paiement, le matériel de cours et autres soit accessible en ligne ou via un téléphone portable, affirmant qu'il devrait être « convivial et simple ».

71 % considèrent que la vie sur le campus est importante pour eux et ont hâte de retourner aux cours en présentiel.

65 % ont l'intention de pratiquer des sports universitaires ainsi que de participer à des clubs et à des événements, même s'ils reconnaissent que le risque d'attraper la COVID-19 subsiste.

L'intérêt n'est pas seulement national puisque le système éducatif canadien est sans doute l'un des meilleurs au monde grâce aux nombreuses écoles postsecondaires fantastiques que les gens peuvent fréquenter. Les étudiants du monde entier le savent et, dans une [récente enquête](#) menée par IDP Connect, 39 % d'entre eux ont classé le Canada comme leur premier choix pour des études postsecondaires.

Comment les écoles réagissent-elles à cette réalité? Cet automne, 51,6 % des établissements d'enseignement postsecondaire au Canada offrent des programmes en présentiel, tandis que 41,2 % continuent d'utiliser un modèle hybride. Seulement 4,6 % prévoient offrir des cours principalement, voire entièrement, en ligne. En revanche, en septembre 2020, seulement 4 % des écoles prévoyaient d'offrir des cours en personne, 40 % des cours hybrides et 53 % des cours entièrement virtuels. Plus de 1,4 million d'étudiants canadiens se sont inscrits dans les universités canadiennes en 2021, ce qui représente une croissance globale de 2 % et une augmentation de plus de 22 000 étudiants supplémentaires. En outre, ce chiffre est conforme au taux de croissance enregistré au cours des cinq dernières années.

Les arénas sont une composante essentielle de la société canadienne. Or, le nombre d'arénas au pays par rapport aux autres en est la preuve : 2 860 arénas intérieurs et 5 000 arénas extérieurs, contre 2 050 arénas aux États-Unis.

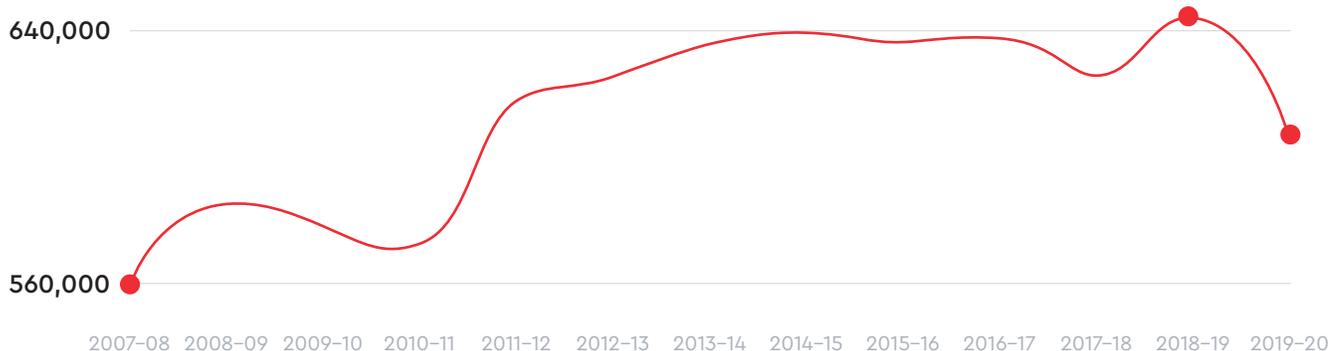
Les pays classés en fonction du nombre de patinoires de hockey sur glace en 2019/2020

	Intérieur	Extérieur
Canada	2,860	5,000
États-Unis	1,541	500
Chine	887	300
Russie	790	6,012
Suède	365	34
Finlande	284	69
Allemagne	218	45
Tchéquie	196	13

Le retour des patinoires est important non seulement pour les enfants, mais aussi pour les adultes. Le patinage, la crosse, le hockey et le curling ne sont que quelques-unes des diverses activités que ces installations abritent, et leur impact s'étend sur plusieurs générations.

Au cours de la saison 2018-19, les joueurs de hockey inscrits ont atteint un sommet historique de plus de 640 000. Toutefois, on a connu une baisse massive la saison suivante en raison de la fermeture des arénas et des annulations de saison. Cependant, avec la réouverture, il y a de nombreuses raisons d'être optimiste et de voir les gens revenir sur les patinoires, que ce soit pour jouer ou regarder leurs enfants participer aux activités sportives.

Le nombre de joueurs de hockey recensés au Canada de 2007 à 2020



Selon l'Association de hockey mineur de l'Ontario, 80 % des joueurs interrogés dans le cadre d'une enquête menée auprès de 3 000 personnes ont déclaré qu'ils utilisaient le hockey pour « réduire leur sentiment d'isolement, leur niveau de stress et leur anxiété ». L'organisation a également déclaré que près de 80 pour cent des répondants prévoient de revenir au jeu lorsque les arénas rouvriront à l'automne.

« Le hockey est aussi canadien que le sirop d'érable. C'est dans notre sang », [a déclaré Ian Taylor](#), directeur général de l'Association de hockey mineur de l'Ontario.

Le résumé

Tous les indicateurs laissent présager une période des Fêtes heureuse pour les annonceurs qui tirent parti de l'affichage en tant que média puissant alors que tous les environnements et groupes de produits d'affichage dans presque toutes les juridictions continuent d'afficher des gains solides. Les Canadiens se déplacent davantage à l'échelle locale pour fréquenter les commerces de quartier et sur de plus longues distances pour satisfaire leur envie de voyager à l'intérieur du pays, ce qui se traduit par une augmentation de l'achalandage dans les noyaux urbains, sur les grandes artères de banlieue et les autoroutes interprovinciales. Les visites internationales sont également en hausse, car les restrictions à l'entrée au Canada sont considérablement réduites.

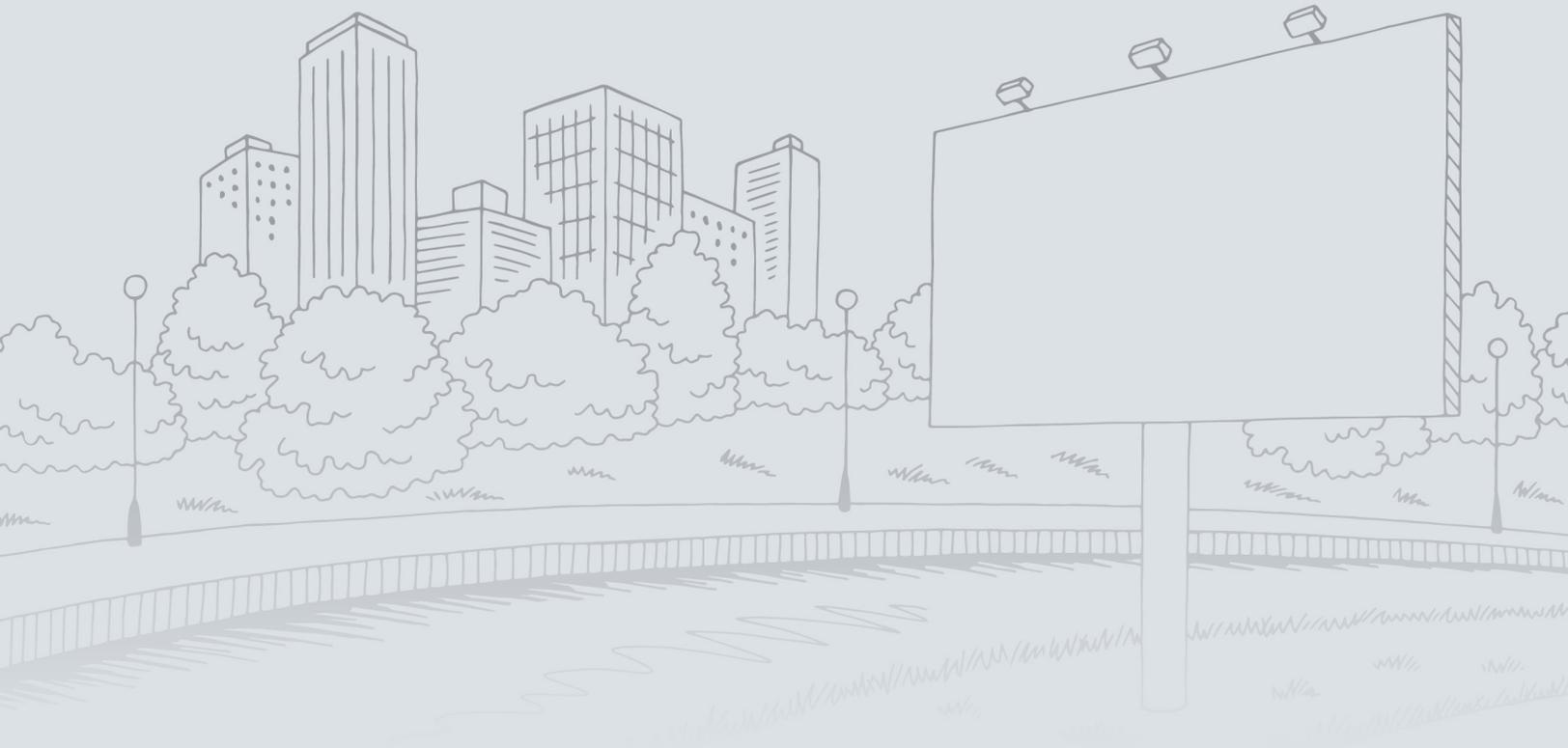
Les sports professionnels et universitaires, les spectacles de musique, les festivals, les cinémas et les autres lieux de divertissement accueillent plus de gens et les organisations de tous genres s'empresseront de promouvoir leurs produits et services par le biais de l'affichage extérieur.

Bien que l'inflation demeure une préoccupation, les déficits provinciaux semblent être sous contrôle, ce qui permet de dégager plus de fonds pour les secours et la relance. Somme toute, nous ne voyons aucune raison de remettre en question le fait que l'économie canadienne et l'industrie de l'affichage continueront de proliférer.

Nous prévoyons que le dernier numéro du rapport d'analyse de la COVID-19 de COMMB, qui récapitule l'année 2021, affichera une solide augmentation du rendement global au quatrième trimestre, et nous nous attendons à ce que l'affichage revienne en force au premier trimestre de 2022, lorsque la plupart des organisations et des entreprises adopteront un emploi du temps en personne d'au moins trois jours par semaine.

Enfin, l'équipe de COMMB souhaite chaleureusement à tous ses lecteurs de très joyeuses Fêtes en toute sécurité et quiétude ainsi qu'une merveilleuse et prospère nouvelle année.

Merci.



↙ **Contactez-nous!**

111 rue Peter, bur. 605

Toronto ON M5V 2H1

416 968-3823

lmenzies@commb.ca

COMMB
Bureau canadien du marketing et
de l'évaluation de l'affichage