



Québec peut-elle de nouveau accueillir une équipe de la LNH?

ASDEQ – Section Québec
5 à 7 d'ouverture de la saison 2011-12
mercredi 7 septembre 2011

Mario Lefebvre
Directeur, Centre des études municipales
lefebvre@conferenceboard.ca

Aperçu

- Depuis le début de l'année, Le Conference Board du Canada a publié sept études portant sur le sport professionnel au Canada.
- La place qu'occupe le sport professionnel, de même que les conditions de marché et de ligue nécessaires pour la réussite des franchises sont tous des sujets qui ont été abordés et analysés.
- Le Conference Board possède maintenant un schéma d'analyse qui lui permet d'évaluer le potentiel de différents marchés, dont celui de Québec pour la Ligue Nationale de Hockey ou toute autre ligue de sport professionnel. Ceci a d'ailleurs été effectué dans la troisième de ces études.



Conditions de marchés

Il y a selon nous quatre conditions de marchés essentielles afin d'assurer le succès d'une franchise de sport professionnel. Il s'agit de:

- la taille du marché;
- le niveau de revenu de la population;
- la présence d'entreprises; et
- l'égalité des conditions.

Elles ont toutes joué un rôle, mais particulièrement la dernière dans le départ des Nordiques en 1995.



Une des raisons du départ en 1995: la dépréciation du dollar

En 1995, la masse salariale des Nordiques tournait autour de 20 millions de dollars. En dollars canadiens, ceci aurait voulu dire 23,5 millions si le taux de change de 1979 (0,85) avait toujours été en vigueur. Mais au taux de change de 1995 (0,70), la facture s'élevait plutôt à 28,5 million. Un coût additionnel de 5 millions par année. À 50 dollars le billet, ce manque à gagner impliquait la vente de 100 000 billets supplémentaires, soit plus de 2 000 billets de plus par match. Tout un défi pour un marché relativement petit.



Une amélioration concernant la première condition

- La région métropolitaine de recensement (RMR) de Québec compte maintenant une population de plus de 750 000 habitants – au lieu de quelque 680 000 au milieu des années 1990
- Nous estimons à 800 000 personnes la taille de marché requise pour soutenir une équipe de la LNH. Québec rempli donc cette condition (du moins presque et certes mieux qu'en 1995).



Une amélioration aussi au niveau de la deuxième condition

- Le niveau des revenus de la RMR a aussi grimpé. Parmi les neuf villes les plus importantes du Canada (d'après la population), Québec est passée de la huitième place dans les années 1990 à la septième en 2009 au chapitre du revenu par habitant.
- Le revenu par habitant de Québec est maintenant supérieur à ceux de Hamilton et Montréal.



La troisième condition demeure un défi

- Québec compte un nombre limité d'entreprises. En 2009, Québec accueillait tout juste 17 des 800 sociétés canadiennes les plus importantes.
- Même si on ne peut préciser le nombre minimal d'entreprises nécessaires dans une collectivité pour rendre une franchise de sport professionnel viable, il est intéressant de noter que Québec en a moins que n'importe quelle autre ville actuellement dotée actuellement d'une franchise de la LNH.



Grande amélioration du côté de la quatrième condition

- Le dollar canadien oscille actuellement autour de la parité avec le billet vert. En conséquence, les équipes canadiennes n'ont plus à payer de prime salariale liée au taux de change.
- Aussi, la NHL a imposé un plafond aux salaires des joueurs. Et même si elle pourrait faire plus au titre du partage des recettes, le plafond salarial aide les franchises des marchés plus petits à soutenir la concurrence des marchés plus grands.



Il reste un défi de taille

- Québec a franchi les seuils nécessaires au chapitre de la population et du revenu par habitant, et les conditions économiques de la LNH se sont grandement améliorées (grâce à l'appréciation du dollar et au plafond salarial).
- Il reste un défi majeur: la ville a besoin d'une nouvelle aréna.
- Dans un monde idéal, celle-ci serait construit à l'aide de fonds privés, mais le monde n'est pas idéal.
- Il y a toutefois des façons de faire...



Aussi à considérer

- Le marché de Québec demeure un marché “limite” pour la LNH et le département de marketing devra travailler plus fort qu’à Toronto ou à Montréal.
- On ne peut amener n’importe quelle franchise à Québec. Si on amène une franchise en sérieux problèmes financiers, le marché n’aura peut-être pas les reins assez solides pour remettre cette franchise sur les rails.
- L’équipe aura besoin d’un propriétaire dévoué et qui sera en mesure d’absorber des pertes à l’occasion car celles-ci pourrait survenir.





Visitez-nous à

www.conferenceboard.ca