

ÉTAT DU TOURISME AU CANADA PENDANT COVID-19

TABLEAU DE BORD N°9

ÉTAT DU TOURISME AU CANADA PENDANT COVID-19 - TABLEAU DE BORD

Le tableau de bord “État du tourisme au Canada pendant COVID-19” de Twenty31 est compilé par les analystes de Twenty31 afin de fournir un aperçu hebdomadaire des principales mises à jour récentes sur la santé et l'économie du tourisme mondial, régional et national, ainsi que des aperçus sur l'impact de COVID-19 sur le chemin de la relance de l'industrie du voyage et du tourisme. Ces informations proviennent d'une analyse de plusieurs sources médiatiques mondiales et canadiennes, d'associations, de groupes de réflexion et d'avis d'experts de l'industrie du tourisme et du gouvernement. Les aperçus sont basés sur l'état actuel et le potentiel futur des principaux moteurs de la relance du tourisme, y compris les plus importants canaux touristiques – opérateurs touristiques, compagnies aériennes, voyageurs, marchés sources et opérateurs d'entreprises touristiques.

Ce document a deux objectifs. D'abord, aider à déterminer les messages clés destinés à l'industrie du tourisme du Canada et, en particulier, aider à déterminer le calendrier de relance et des messages relatifs pour soutenir le programme Fonds pour l'expérience canadienne (FEC) et d'autres programmes d'aide à la relance de l'industrie du tourisme du Canada.

Le tableau de bord comprend désormais une nouvelle section “Assouplissement global des restrictions de voyage” qui suit, dans un format visuel, les annonces faites par certains responsables politiques nationaux et provinciaux/étatiques sur l'assouplissement des restrictions de voyage dans leurs juridictions.

RÉFLEXIONS CLÉS

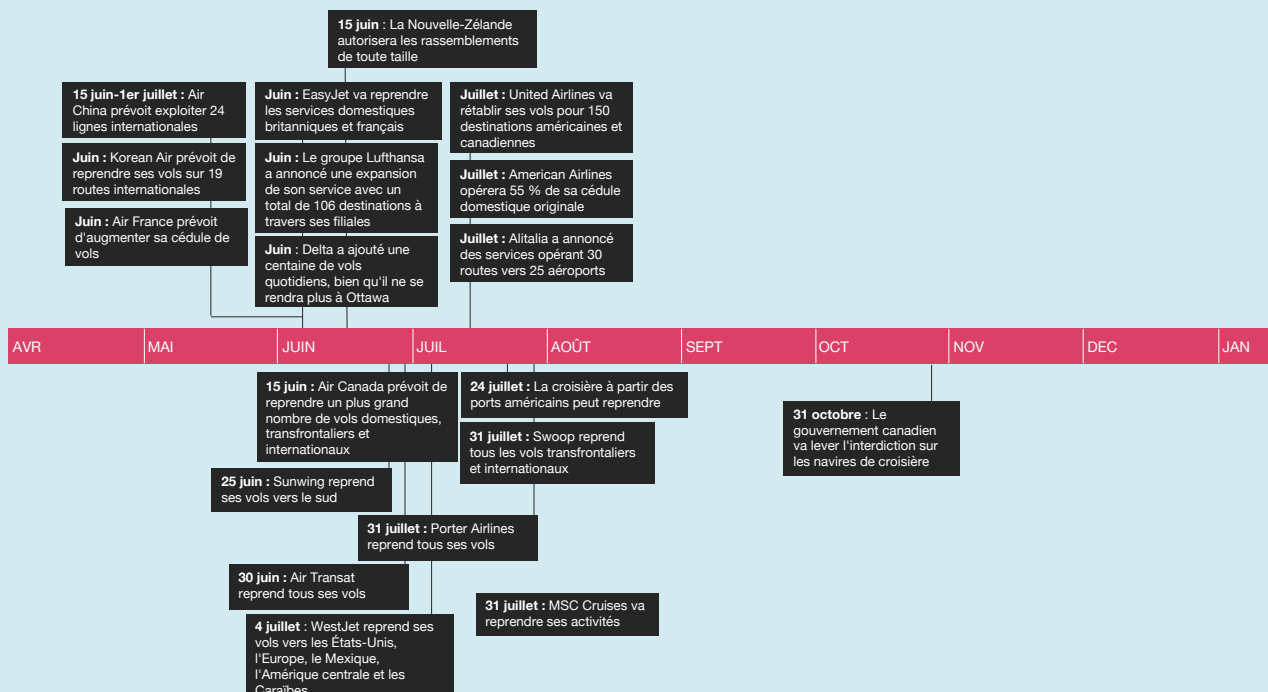
INTERPRÉTATION DE TWENTY31 À PARTIR DE SOURCES MULTIPLES

- **MONDIAL** : Dans l'ensemble des secteurs du tourisme, les indicateurs indiquent une revitalisation de l'industrie. Bien qu'on soit loin des chiffres de 2019, les tendances sont néanmoins plus positives qu'il y a quelques semaines. Malgré ces tendances, le nombre de cas COVID-19 continue d'augmenter au niveau mondial, notamment aux États-Unis, au Brésil, en Russie, au Nigeria et en Inde.
- **MONDIAL** : Certaines destinations, en particulier celles qui dépendent fortement du tourisme en tant que contributeur majeur au PIB, comme l'Espagne, prennent la décision calculée mais difficile d'ouvrir leurs frontières, car le nombre de cas a plafonné. Ces pays évaluent le risque sanitaire d'une ouverture précoce pour éviter d'autres infections, avec le risque perçu comme plus inquiétant d'une détresse économique continue, surtout depuis l'arrivée de la période de pointe du tourisme estival dans l'hémisphère nord.
- **MONDIAL** : Les destinations ainsi que les opérateurs, les compagnies aériennes, les croisières, les

attractions et d'autres secteurs de l'industrie utilisent COVID-19 comme une occasion de relever certains des défis auxquels ils étaient confrontés avant COVID-19, tels que le tourisme de masse à faible rendement, dans l'espoir de créer un environnement touristique amélioré pour la reprise du tourisme.

- CANADA : De nombreuses destinations canadiennes acceptent la possibilité que le tourisme ne revienne pas en 2020 - alors que la saison estivale commence. Certaines provinces n'autorisent toujours pas les résidents d'autres provinces à traverser les frontières pour faire du tourisme. Parallèlement, si certaines provinces sont généralement fières d'avoir réussi à réduire ou à maintenir les cas de COVID-19 en gardant les frontières fermées, ces provinces pourraient bientôt devoir faire face à la réalité : il est nécessaire de relancer leurs économies, en particulier celles qui dépendent fortement du tourisme pendant la haute saison.
- CANADA : Dans tout le Canada, le sentiment des résidents à l'égard de l'accueil des visiteurs en dehors de leur région et de leur province a pris un coup, mettant au défi certaines provinces de développer des stratégies qui équilibrent la perception de la sécurité avec les besoins économiques qui soutiennent l'industrie. Plusieurs cas de sentiment très négatif envers les visiteurs hors province font la une des journaux, ce qui compromet encore plus le risque de reprise du tourisme.

CALENDRIER ACTUEL









Note: Skift (partenaire de Twenty31), a lancé un calendrier complet pour la réouverture du tourisme (disponible en anglais seulement) : <https://reopening.travel/reopening/>

ASSOUPPLISSEMENT GLOBAL DES RESTRICTIONS DE VOYAGE

Notes:

1. Les destinations mises en évidence aux États-Unis et à l'étranger sont basées sur une sélection des plus grands marchés de voyages à l'étranger pour lesquels des données de réponse au COVID-19 sont disponibles
2. Les données présentées sont basées sur des informations accessibles au public et sont susceptibles de changer quotidiennement
3. Les catégories de la légende sont basées sur un cadre commun élaboré à partir d'une synthèse de divers points de données juridiques de premier plan

	ÉTAT ACTUEL : Pas de tourisme ; Fermeture d'entreprises non essentielles ; Éloignement physique
	CONDITIONS PRÉALABLES POUR LE TOURISME : ouverture limitée des espaces publics ; certaine émergence de l'économie locale ; mise en place de mesures relatives aux déplacements intraprovinciaux/étatiques
	UN PEU DE TOURISME INTÉRIEUR (BULLE) : Ouverture des frontières intranationales ; Potentiel de bulles de tourisme intérieur
	AUTRE TOURISME DOMESTIQUE : Tourisme interprovincial/étatique
	UN CERTAIN TOURISME INTERNATIONAL (BULLE) : Ouverture des frontières nationales ; quelques bulles potentielles de tourisme international
	TOURISME NORMALISÉ : Tourisme intérieur ; Tourisme international

RESTRICTIONS COVID-19 : PROVINCES/TERRITOIRES CANADIENS

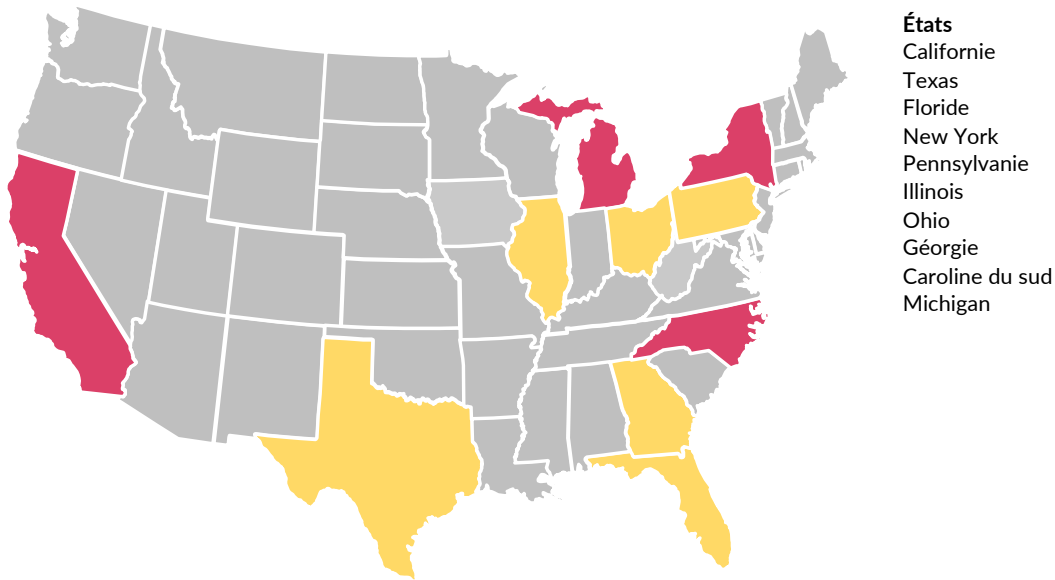


Provinces/Territoires

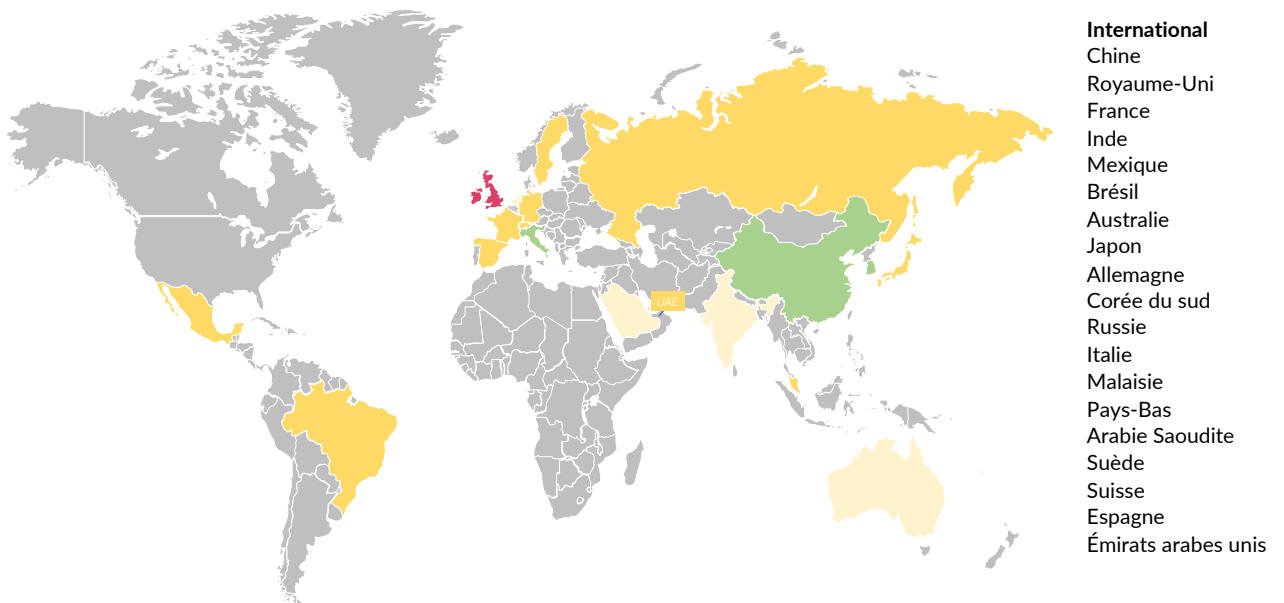
Alberta
 Colombie-Britannique
 Manitoba
 Nouveau-Brunswick
 Terre-Neuve & Labrador
 Territoires du Nord-Ouest
 Nouvelle-Écosse
 Nunavut
 Ontario
 Île-du-Prince-Édouard
 Québec
 Saskatchewan
 Yukon

RESTRICTIONS COVID-19 : LES 10 ÉTATS LES PLUS PEUPLÉS DES ÉTATS-UNIS

Note : les États en gris indiquent qu'ils ne sont pas sous surveillance pour ce tableau de bord

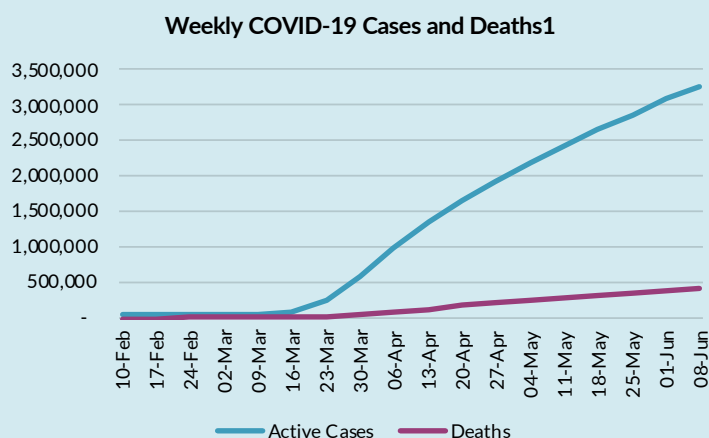


RESTRICTIONS COVID-19 : PRINCIPAUX MARCHÉS MONDIAUX (À L'EXCLUSION DES ÉTATS-UNIS)



APERÇU

IMPACT SUR LA SANTÉ



- MONDIAL : le nombre de décès confirmés causés par le COVID-19 a dépassé 400 000 dans le monde, tandis que le nombre de cas dans le monde a dépassé 7,1 millions, touchant 213 pays et territoires¹
- MONDIAL : L'Organisation mondiale de la santé a exhorté lundi les pays à poursuivre leurs efforts pour contenir le nouveau coronavirus, notant que la pandémie s'aggravait au niveau mondial et n'avait pas encore atteint son point culminant en Amérique centrale²
- MONDIAL : Le World Travel & Tourism Council (WTTTC) a reconnu des destinations dans le monde entier grâce à son label de sécurité et d'hygiène identifiant les endroits qui donnent la priorité à la sécurité et à l'hygiène des voyageurs. La Turquie, la Bulgarie, la Jamaïque, l'île Maurice, l'Ontario, le Portugal, l'Arabie saoudite et des destinations mexicaines accueillantes pour les touristes comme la Baja California Sur et le Yucatan ont chacune adopté les protocoles normalisés de santé et d'hygiène du WTTTC "Safe Travels".³
- MONDIAL : Alors que l'Italie, l'Allemagne et la France prévoient une ouverture plus large, d'autres nations européennes procèdent avec plus de prudence, en établissant des listes sélectives de pays à partir desquels les voyages seront autorisés, ou en créant des "bulles de voyage".⁴
- CANADA: Selon un communiqué de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, 44% des petites entreprises canadiennes ont entièrement rouvert leurs portes au 8 juin, contre 38% deux semaines auparavant⁵
- CANADA: Au 5 juin, il y avait un total de 93 726 cas confirmés et 7 637 décès signalés au Canada⁶

POINTS CLÉS À RETENIR : Les pays du monde entier utilisent différentes approches pour commencer à rouvrir leurs économies. Dans certaines destinations, en particulier celles qui dépendent le plus des voyages et du tourisme, les attractions, les magasins de détail, les voyageurs, les hébergements, les parcs et les plages peuvent désormais ouvrir grâce à la distanciation physique et aux réglementations de capacité en place.

IMPACT ÉCONOMIQUE

- MONDIAL : Le chômage aux États-Unis a officiellement baissé à 13,3% en mai, les employeurs ayant créé 2,5 millions d'emplois. Les restaurants et les bars ont créé près de 1,4 million d'emplois et le commerce de détail en a créé 367 800. Le ministère du travail a noté que pendant la pandémie, des millions de travailleurs ont été incorrectement classifiés comme "employés mais pas au travail", alors qu'ils auraient dû être comptés comme "sans emploi en mise à pied temporaire".⁷
- MONDIAL : Aux États-Unis, les dépenses nationales de voyage hebdomadaire ont augmenté de 15 % pour atteindre 4,3 milliards de dollars la semaine dernière (son plus haut niveau depuis mars), mais restent très faibles, à environ 20 % du niveau moyen observé dans les semaines précédant la pandémie⁸
- MONDIAL : Le nombre de transactions annoncées dans le secteur des voyages et du tourisme a diminué de 31,3 % au cours de la semaine se terminant le 31 mai, par rapport à la semaine précédente, selon une base de données mondiale sur les transactions⁹
- CANADA : Après avoir perdu plus de trois millions d'emplois de février à avril, l'emploi a augmenté de 290 000 en mai, plusieurs provinces ayant commencé à assouplir les restrictions en matière de santé publique et à autoriser la réouverture de certaines entreprises non essentielles. Les trois quarts de l'augmentation globale de l'emploi en mai étaient des emplois à temps plein, tandis que près de 80 % des gains globaux étaient dus à la hausse de l'emploi au Québec¹⁰
- CANADA : Les emplois dans le commerce en gros et du détail (+107 000) et dans l'hébergement et les services de restauration (+41 900) ont également connu une forte croissance en mai¹¹

POINTS CLÉS À RETENIR : Les secteurs les plus touchés voient l'emploi se rétablir avec la réouverture des économies. Le commerce du détail, l'hébergement et les services de restauration se sont améliorés en mai, au Canada et aux États-Unis.

ÉTUDE DE CAS : ÉTUDE DE CAS : ESPAGNE - UN NOUVEAU TYPE DE TOURISME

- L'Espagne est le deuxième pays le plus visité au monde. Le tourisme représente 12 % du PIB espagnol, un élément vital de l'économie espagnole.
- Afin de sauver ce secteur, le gouvernement espagnol de gauche a déclaré qu'il ouvrirait le pays aux touristes étrangers à partir du 1er juillet.
- Le plus grand marché d'outre-mer a toujours été celui des Britanniques, mais cette année, ils s'efforcent d'attirer les Français, qui sont également un grand marché, ainsi que les Portugais. La réticence à prendre l'avion et à faire des réservations pourrait faire venir les Britanniques plus tard.
- Il sera essentiel de nettoyer les hôtels, de faire porter des masques au personnel et aux clients, d'imposer une distanciation sociale dans les restaurants, les bars et même les boîtes de nuit.
- De plus, les responsables de la gestion des destinations en Espagne utilisent COVID-19 comme une opportunité de changer le type de tourisme qui implique que les promoteurs utilisent des "croisières alcoolisées" et des offres "tout-en-un", par exemple, et dans certains cas, ils infligent des amendes aux opérateurs qui défient ces réglementations.
- D'autres destinations en Espagne introduisent des applications qui aident les gens à trouver des zones moins fréquentées, comme les plages¹²

POINTS CLÉS À RETENIR : Des destinations comme l'Espagne, bien que dévastée par le COVID-19 (l'Espagne est la sixième destination la plus touchée au monde après les États-Unis, le Brésil, la Russie, le Royaume-Uni et l'Inde), prennent la décision calculée et difficile d'ouvrir leurs frontières plus tôt que les autres, car elle pèse les avantages et les inconvénients de la santé par rapport aux risques économiques. L'Espagne et d'autres destinations similaires choisissent de vivre avec le virus plutôt que de l'éviter, et estiment que les retombées économiques de la crise seront plus importantes que la crise sanitaire elle-même. Dans cet esprit, les destinations du pays profitent de l'occasion pour relancer le tourisme afin de relever certains des défis auxquels elles étaient confrontées avant la COVID-19, tels que le tourisme de masse à faible rendement, ainsi que pour tirer parti des innovations technologiques afin de gérer le flux de voyageurs.

AVIATION

- MONDIAL: Les chiffres de cette semaine concernant la capacité mondiale montrent qu'un peu moins d'un demi-million de sièges ont été ajoutés et qu'elle est maintenant de 37,2 millions, contre 115,8 millions la même semaine l'année dernière¹³. Parmi les principaux marchés domestiques, les États-Unis affichent le retour le plus positif des vols, avec une réduction d'une année sur l'autre de 67,9 % cette semaine contre 71,8 % il y a une semaine¹⁴
- MONDIAL : Air China prévoit d'exploiter 24 routes internationales entre le 1er juin et le 1er juillet ; Korean Air prévoit de reprendre ses vols sur 19 routes internationales à partir du 1er juin ; Qantas et Jetstar augmenteront leurs vols domestiques et régionaux pour juin et juillet en Australie ; Singapore Airlines augmente le nombre de destinations dans son réseau, ainsi que les fréquences sur certains services existants, en juin et juillet¹⁵
- MONDIAL : Air France prévoit d'augmenter ses horaires de vol en juin ; Alitalia a annoncé des services en juillet, opérant 30 routes vers 25 aéroports ; EasyJet reprendra ses services domestiques au Royaume-Uni et en France en juin ; le groupe Lufthansa a annoncé une expansion de ses services à partir du début du mois de juin, avec un total de 106 destinations au sein de ses filiales¹⁶
- MONDIAL : Delta a ajouté une centaine de vols quotidiens en juin, bien qu'elle ne desserve plus Ottawa¹⁷; United Airlines va rétablir des vols pour 150 destinations américaines et canadiennes en juillet¹⁸; American Airlines assurera 55 % de son programme domestique original en juillet¹⁹
- CANADA: Air Canada prévoit provisoirement de reprendre davantage de vols domestiques, transfrontaliers et internationaux d'ici le 15 juin²⁰; WestJet a suspendu tous ses vols vers les États-Unis, l'Europe, le Mexique, l'Amérique centrale et les Caraïbes jusqu'au 4 juillet²¹; Air Transat poursuit la suspension de tous ses vols jusqu'au 30 juin²²; Sunwing a suspendu tous ses vols vers le sud jusqu'au 25 juin²³; Swoop a suspendu tous ses vols transfrontaliers et internationaux jusqu'au 31 juillet²⁴; Porter Airlines a suspendu tous ses vols jusqu'au 31 juillet²⁵

POINTS CLÉS À RETENIR: Les compagnies aériennes rétablissent leurs services par étapes pour redonner confiance aux voyageurs. Les liaisons internes augmentent d'abord, à mesure que les réglementations provinciales/étatiques s'assouplissent, suivies par les vols régionaux et internationaux de longue distance.

HÉBERGEMENT ET ÉVÉNEMENTS

- MONDIAL : Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB) a lancé ses directives d'hygiène par rapport à l'industrie des réunions, de primes, des conférences et de des expositions (MICE) afin de renforcer la confiance des entreprises et d'apaiser les inquiétudes en matière de santé et de sécurité²⁶
- MONDIAL : La Nouvelle-Zélande autorisera les rassemblements de toute taille à partir de la semaine prochaine²⁷
- MONDIAL : Airbnb a vu que les réservations pour les inscriptions américaines entre le 17 mai et le 3 juin ont augmenté par rapport à 2019. L'Allemagne et le Portugal sont d'autres régions où l'on constate une reprise de l'activité. Le groupe Expedia a également connu une croissance de son unité VRBO²⁸
- MONDIAL : Six des 25 premiers marchés ont connu un taux d'occupation supérieur à 40 % : New York, New York (47,6%) ; Norfolk/Virginia Beach, Virginie (44,2%) ; Tampa/St. Petersburg, Floride (44,0%) ; Phoenix, Arizona (42,5%) ; Atlanta, Géorgie (40,7%) ; et Detroit, Michigan (40,4%²⁹)
- CANADA : Les performances des hôtels canadiens ont légèrement augmenté par rapport aux semaines précédentes pour la semaine se terminant le 30 mai. En comparaison avec l'année précédente, l'industrie a signalé une baisse de 70,4 % du taux d'occupation à 21,4 %, une baisse de 40,1 % du tarif journalier moyen (TJM) à 102,82 \$ et une baisse de 82,3 % du revenu par chambre disponible (RevPAR) à 22,04³⁰

POINTS CLÉS À RETENIR : Les restrictions sur les rassemblements commencent à se relâcher et les hôtels/centres de congrès se préparent à ce que les événements d'affaires reviennent progressivement.

CROISIÈRES

- MONDIAL : MSC Croisiers a annoncé qu'il prolongeait la suspension de ses croisières jusqu'au 31 juillet. Elle prévoit de reprendre ses opérations à plus court terme pour la saison hivernale 2020/21, par étapes et par région uniquement³¹
- MONDIAL : Les Centres américains de contrôle et de prévention des maladies viennent de mettre en place un nouveau système de surveillance COVID-19 avec un code par couleur, qui sera utilisé pour classer les navires de croisière opérant sous juridiction américaine en fonction de leur niveau de risque d'infection³²

POINTS CLÉS À RETENIR : Sous réserve des réglementations sanitaires et des autorisations gouvernementales dans les pays du monde entier, le retour à la normale du secteur des croisières sera complexe.

AGENCES DE VOYAGE EN LIGNE

- MONDIAL : Le groupe Trip.com a vu ses revenus nets chuter de 42% au premier trimestre 2020 pour atteindre 669 millions de dollars, contre un bénéfice de plus de 1,1 milliard de dollars en 2019³³
- MONDIAL : Sabre a annoncé jeudi une restructuration de ses compagnies aériennes et de ses agences dans le cadre d'une opération qui prévoit environ 800 mises à pied³⁴
- MONDIAL : Le trafic quotidien des sites web d'agences de voyage et des méta-moteurs de recherche s'améliore lentement. Il était en baisse d'environ 80 % en variation annuelle au début du mois d'avril, mais a légèrement augmenté au cours de la troisième semaine de mai, où il n'a baissé que de 73 % en variation annuelle³⁵

POINTS CLÉS À RETENIR : Le trafic quotidien sur les agences de voyages en ligne montre que de plus en plus de consommateurs commencent à rechercher activement un futur voyage.

GRANDS OPÉRATEURS TOURISTIQUES

- MONDIAL : Le WTTC a défini des mesures de sécurité pour les secteurs de l'industrie du voyage et du tourisme, y compris les voyagistes, les compagnies aériennes et les hôtels³⁶
- CANADA: Transat Distribution Canada a annoncé un nouveau partenariat avec CanaDream, l'une des plus grandes sociétés de location et de vente de véhicules récréatifs au Canada³⁷

POINTS CLÉS À RETENIR : Pour répondre à l'évolution des besoins et des intérêts des voyageurs, les opérateurs touristiques adoptent des mesures standards de sécurité, telles que définies par la WTTC, et forment de nouveaux partenariats pour développer la demande en matière de voyages domestiques.

COMPORTEMENTS DES VOYAGEURS

- MONDIAL : 70 % des Américains feront au moins un voyage d'agrément d'ici à 2020. Plus des trois quarts ont une idée précise du lieu et de la date de leur prochain voyage d'agrément et la majorité d'entre eux déclarent qu'il y a peu de chances que leur voyage soit annulé³⁸
- MONDIAL : Près de la moitié des salariés américains ont déclaré qu'ils seraient mécontents si leur employeur leur demandait de faire un voyage d'affaires hors de leur État en juillet ; en revanche, environ un quart d'entre eux seraient heureux de le faire³⁹
- MONDIAL : Selon un sondage récent sur les intentions de voyage, la réservation de vacances est la première priorité pour presque tous les marchés d'Asie-Pacifique, à l'exception de l'Inde, où l'achat de biens de consommation tels que les vêtements et l'électronique personnelle est plus intéressant⁴⁰
- MONDIAL : En mai, les recherches de vols vers la Chine ont connu une augmentation substantielle. Les pays de la région Asie-Pacifique qui affichent les plus fortes intentions de voyage sont l'Australie, la Corée du Sud, Singapour, la Malaisie et les Philippines. En dehors des marchés d'Asie-Pacifique, les États-Unis ont affiché la plus forte hausse des intentions de voyage vers la Chine⁴¹
- MONDIAL : L'Association internationale du voyage LGBTQ+ a récemment mené un sondage auprès des membres de la communauté LGBTQ+ afin d'évaluer leurs attitudes à l'égard des voyages d'agrément. Près de la moitié (46 %) ont déclaré qu'ils ne changeraient pas le type de destination qu'ils choisissent de visiter une fois la situation coronavirus résolue, ce qui reflète un degré élevé de fidélité à la destination dans l'incertitude⁴²
- CANADA: huit Canadiens sur dix (82 %) considèrent que les mesures de santé et de sécurité sont le facteur le plus important lorsqu'ils envisagent de retourner chez un détaillant⁴³

POINTS CLÉS À RETENIR : Certains voyageurs savent où et quand aura lieu leur prochain voyage d'agrément - ce qui signifie que la confiance et la loyauté sont des facteurs importants pour la sélection de la destination après le COVID-19.

RESSOURCES

- 1 https://www.worldometers.info/coronavirus/?utm_campaign=CSauthorbio?
- 2 <https://www.cbc.ca/news/world/coronavirus-covid19-june8-monday-world-1.5602710>
- 3 <https://www.travelpulse.com/news/destinations/wttc-gives-global-safety-stamp-to-destinations-around-the-world.html>
- 4 <https://www.nytimes.com/2020/06/05/travel/europe-reopening-tourism-covid.html>
- 5 <https://dailyhive.com/calgary/alberta-top-provinces-reopening-coronavirus>
- 6 <https://ipac-canada.org/coronavirus-resources.php>
- 7 <https://www.cnn.com/2020/06/06/economy/jobs-restaurants-construction-dentists/index.html>
- 8 <https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travel-industry-research>
- 9 <https://www.eturbonews.com/573457/travel-tourism-sector-witnessed-31-3-decline-in-deal-activity-in-late-may/>
- 10 <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/71-607-x/71-607-x2020009-eng.htm>
- 11 <https://www.conferenceboard.ca/insights/blogs/employment-rebounds-another-sign-the-economic-recovery-has-begun>
- 12 <https://www.voanews.com/europe/spain-looks-new-kind-tourism-after-covid-19>
- 13 <https://www.oag.com/blog/oag-coronavirus-update-week-twentyone>
- 14 <https://www.oag.com/coronavirus-airline-schedules-data>
- 15 <https://www.businessstraveller.com/features/airlines-planning-to-resume-some-flights-in-june/>
- 16 <https://www.businessstraveller.com/features/airlines-planning-to-resume-some-flights-in-june/>
- 17 <https://www.businessstraveller.com/features/airlines-planning-to-resume-some-flights-in-june/>
- 18 <https://www.usatoday.com/story/travel/airline-news/2020/06/05/united-airlines-restores-more-flights-july-adds-nonstops/3160482001/>
- 19 <https://www.routesonline.com/news/29/breaking-news/291678/american-sees-demand-improving-to-operate-more-than-half-of-original-july-schedule/>
- 20 <https://www.travelweekly.com/Travel-News/Airline-News/Air-Canada-restarts-US-operations>
- 21 <https://business.financialpost.com/transportation/airlines/update-1-air-canada-to-cut-workforce-by-up-to-60-due-to-coronavirus>
- 22 <https://www.airtransat.com/en-CA/travel-information/coronavirus>
- 23 <https://www.sunwing.ca/en/promotion/packages/travel-advisory>
- 24 <https://www.flyswoop.com/coronavirus/>
- 25 <http://eporter.flyporter.com/Suspension/index.html>
- 26 <https://www.cimbussinessevents.com.au/thailand-launches-new-mice-hygiene-guidelines-to-boost-business-confidence/>
- 27 <https://www.cimbussinessevents.com.au/new-zealand-allows-gatherings-of-any-size-as-normality-returns/>
- 28 <https://www.pymnts.com/travel-payments/2020/staycation-short-term-rentals-airbnb/>
- 29 <https://str.com/press-release/str-us-hotel-results-week-ending-30-may>
- 30 <https://www.hoteliermagazine.com/canadian-hotel-occupancy-at-21-4-per-cent/>
- 31 <https://www.cruise.blog/2020/06/msc-cruises-cancels-more-cruises-while-releasing-summer-2021-itineraries>
- 32 <https://www.travelpulse.com/news/cruise/cdc-creates-color-code-to-classify-cruise-ships-covid-19-risk.html>
- 33 <https://www.travelweekly.com/Travel-News/Travel-Technology/Trip-com-Group-revenue-drops-over-40-percent-in-Q1-expects-steeper-decline-in-Q2?ct=tech>
- 34 <https://skift.com/2020/06/04/sabres-major-restructuring-includes-cutting-800-more-jobs/>
- 35 <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/retail-distribution/consumer-behavior-trends-state-of-the-consumer-tracker/consumer-sentiment-travel-tourism.html?id=us:2el:3pr:4di6814:Sawa:6di:MMDDYY:&pkid=1007212>
- 36 <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>
- 37 <https://www.travelweek.ca/news/tdc-teams-up-with-rv-company-candream/>
- 38 <https://www.destinationanalysts.com/insights-updates/>
- 39 <https://www.destinationanalysts.com/insights-updates/>
- 40 <https://www.ttgasia.com/2020/06/05/evolving-to-meet-apac-travellers-changing-needs/>
- 41 <https://www.sojern.com/blog/covid-19-insights-on-travel-impact-apac-39/>
- 42 <https://ftnnews.com/tours/39554-lgbtq-survey-results-for-post-covid-19-travel>
- 43 <https://www.ipsos.com/en-ca/news-polls/Four-in-Five-Canadians-Will-Not-Shop-at-Stores-Deemed-Unsafe>