



PRÉPARATION AUX URGENCES DANS L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

RAPPORT « CE QUE NOUS AVONS ENTENDU »

Forum de discussion du conseil d'administration et des membres mécènes de l'AITC

Date du forum de discussion

avril 2026



TOURISM INDUSTRY
ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE
TOURISTIQUE DU CANADA



Introduction

Le forum de discussion du conseil d'administration et des membres mécènes a porté sur l'importance croissante de la préparation aux situations d'urgence dans le secteur touristique canadien. Les participants ont discuté du rôle du secteur dans les interventions et le rétablissement, de l'impact croissant des événements liés au climat et de la nécessité d'une meilleure coordination avec les gouvernements et les systèmes de gestion des urgences.

Les discussions ont souligné que les entreprises touristiques ne sont pas seulement des moteurs économiques, mais aussi des acteurs essentiels en situation d'urgence, fournissant hébergement, restauration et soutien logistique. Malgré cela, le secteur n'est pas systématiquement intégré aux cadres de planification et les exploitants doivent relever des défis constants en matière de communication, de stabilité de la main-d'œuvre et d'accès aux ressources.

Les participants ont insisté sur la nécessité d'outils centralisés, d'une meilleure coordination et d'une collaboration soutenue pour renforcer la résilience de l'ensemble du secteur touristique.



Points saillants de la discussion :

Ce que nous avons entendu

Définir le rôle du tourisme dans la préparation aux situations d'urgence

Les participants ont souligné le double rôle du tourisme en situation d'urgence : assurer la continuité des activités tout en soutenant les efforts d'intervention. Cela comprend l'accueil des personnes évacuées, la fourniture de services essentiels et la contribution à la logistique locale.

Défis

Absence de reconnaissance officielle

Le tourisme n'est pas systématiquement reconnu comme un acteur essentiel au sein des systèmes de gestion des urgences.

Rôles et responsabilités flous

Les opérateurs sont souvent mobilisés en situation de crise sans que leurs attentes soient clairement définies ni sans structures de coordination précises.

Opportunités

Intégration formelle à la prise de décision

Intégrer le tourisme dans les cadres de planification et d'intervention permettrait d'améliorer la coordination et les résultats.

Démontrer la valeur du secteur

Mettre en lumière la contribution du tourisme lors des situations d'urgence passées peut renforcer sa position de service essentiel.



Lacunes en matière d'outils, de ressources et de connaissances

L'accès à des outils pratiques et à une information centralisée demeure une lacune majeure, notamment pour les PME et les opérateurs en régions éloignées. Les participants ont souligné la nécessité de consolider les ressources existantes et d'en améliorer l'accessibilité.

Challenges

Ressources fragmentées

Les outils existants sont dispersés et difficiles à utiliser pour les opérateurs, en particulier en situation d'urgence.

Soutien limité à la planification

Les opérateurs manquent de directives claires en matière d'adaptation au changement climatique, de planification des infrastructures et de gestion de crise.

Opportunités

Plateforme centralisée de connaissances

Une plateforme unique regroupant ressources, outils et formations améliorerait l'accès et la facilité d'utilisation.

Outils de préparation améliorés

L'élaboration de guides pratiques, notamment sur les inventaires d'actifs et les plans de communication de crise, renforcerait la préparation.



Stabilité et préparation de la main-d'œuvre

Maintenir une main-d'œuvre stable et préparée en cas d'urgence constitue un défi majeur. Les perturbations peuvent entraîner des pertes de personnel, affectant la capacité de réponse immédiate et le rétablissement à long terme.

Défis

Fidélisation du personnel en temps de crise

Les entreprises éprouvent des difficultés à fidéliser leurs employés lorsque leurs activités sont perturbées.

Préparation insuffisante du personnel

De nombreux employés ne sont pas formés pour réagir efficacement en situation d'urgence.

Risques financiers et d'assurance

Les lacunes en matière de couverture d'assurance créent de l'incertitude pour les exploitants, notamment dans les zones rurales et isolées.

Opportunités

Stratégies de fidélisation du personnel

Des mesures telles que le maintien de la masse salariale et des avantages sociaux pendant les perturbations peuvent favoriser la stabilité à long terme.

Programmes de formation ciblés

Préparer le personnel aux rôles d'urgence peut améliorer la sécurité et la continuité des opérations.

Exploration des mesures de soutien sectorielles

Des approches nationales en matière d'assurance ou de financement des catastrophes pourraient renforcer la résilience des entreprises touristiques.



Communication de crise et relations avec les médias

Une communication claire et coordonnée est essentielle en situation d'urgence. Or, les participants ont souligné les difficultés persistantes liées à la communication et aux relations avec les médias. La perception du public peut avoir une influence considérable sur la reprise du tourisme.

Défis

Incohérence des messages

Un manque de coordination entre le gouvernement, l'industrie et les médias peut engendrer de la confusion et nuire à la réputation.

Influence des médias sur la perception

Un traitement sensationnaliste des événements et une présentation biaisée de ceux-ci peuvent amplifier les répercussions négatives sur le nombre de visiteurs.

Opportunités

Stratégies de communication coordonnées

Un meilleur alignement des parties prenantes peut améliorer la précision et la cohérence des messages.

Relations proactives avec les médias

Fournir aux médias des informations de première main et en temps opportun peut contribuer à gérer la perception du public.



Intégration aux dispositifs nationaux d'intervention d'urgence

Les participants ont souligné la nécessité de mieux intégrer le tourisme aux dispositifs nationaux de gestion des urgences et de stabilisation économique. Le rôle du secteur dans le soutien aux communautés en situation de crise met en évidence son importance, qui dépasse largement sa contribution économique.

Défis

Intégration limitée au niveau national

Le tourisme n'est pas systématiquement inclus dans les plans de gestion des urgences ni dans les cadres politiques.

Sous-représentation de la valeur du secteur

L'étendue des contributions du tourisme en situation d'urgence est sous-estimée.

Opportunités

Reconnaissance en tant que service essentiel

Intégrer le tourisme aux dispositifs nationaux renforcerait son rôle dans la réponse et le rétablissement.

Alignement sur les normes internationales

Les initiatives mondiales relatives à la sécurité et à la protection des visiteurs soulignent la nécessité de cette intégration.



Mesures prioritaires et recommandations clés

Intégration et reconnaissance

Les participants ont souligné l'importance de reconnaître officiellement le tourisme comme une composante essentielle des systèmes de gestion des urgences.

Intégrer le tourisme aux cadres nationaux

Veiller à ce que le tourisme soit inclus dans la gestion des urgences et la planification de la stabilisation économique.

Reconnaître le tourisme comme une infrastructure essentielle

Positionner le secteur comme un contributeur crucial en cas d'urgence.

Renforcer la représentation dans la prise de décision

Inclure les acteurs du tourisme dans les processus de planification et d'intervention.

Outils, ressources et préparation

Améliorer l'accès aux outils pratiques et à l'information centralisée est essentiel pour renforcer la préparation de l'ensemble du secteur.

Créer un centre de ressources

Créer un point d'accès unique aux ressources, à la formation et aux meilleures pratiques.

Améliorer les outils de préparation

Fournir des orientations sur la planification de crise, la gestion des actifs et l'adaptation au changement climatique.

Soutenir l'accessibilité pour les PME

Veiller à ce que les ressources soient adaptées aux besoins et aux capacités des petits exploitants.



Résilience de la main-d'œuvre et résilience financière

Assurer la stabilité de la main-d'œuvre et gérer les risques financiers sont essentiels au maintien de la résilience du secteur.

Promouvoir les stratégies de fidélisation du personnel

Encourager les approches qui préservent l'emploi en période de perturbation.

Développer les possibilités de formation

Doter le personnel des compétences nécessaires pour réagir efficacement en cas d'urgence.

Comblent les lacunes en matière d'assurance et de gestion des risques

Explorer des solutions nationales pour améliorer la couverture et soutenir la reprise.

Communication de crise et confiance du public

Une communication efficace est essentielle à la gestion des situations d'urgence et au soutien du rétablissement.

Harmoniser les messages entre les parties prenantes

Coordonner la communication entre le gouvernement, l'industrie et les médias.

Renforcer la mobilisation des médias

Fournir des informations opportunes et exactes pour éclairer le public.

Collaboration et amélioration continue

La collaboration continue et le développement des ressources seront essentiels pour renforcer la préparation au fil du temps.

Favoriser la collaboration intersectorielle

Encourager les partenariats entre les acteurs du tourisme, du gouvernement et de la gestion des urgences.

Soutenir le développement continu des ressources

Continuer à élaborer des outils et des cadres pour relever les nouveaux défis.

Suivre et faire évoluer les stratégies

Assurer une amélioration continue par l'évaluation et le partage des connaissances.



Question Guide:

1. Le rôle du tourisme dans la préparation aux situations d'urgence

- a. Comment définiriez-vous le rôle du secteur touristique dans la préparation, l'intervention et le rétablissement en cas d'urgence ?

2. Besoins en ressources pour la préparation aux situations d'urgence

- a. Quels outils, cadres ou ressources de préparation aux situations d'urgence les organismes touristiques utilisent-ils actuellement, et quelles lacunes subsistent ?

3. Stabilité de la main-d'œuvre après une catastrophe

- a. Lorsque des catastrophes perturbent les activités pendant des semaines ou des mois, les travailleurs du tourisme quittent souvent la région de façon permanente. Quelles stratégies pourraient contribuer à retenir les travailleurs qualifiés pendant les fermetures ?

4. Communication d'urgence inclusive pour la main-d'œuvre touristique

- a. Quelles responsabilités les employeurs devraient-ils assumer en matière de préparation du personnel ?

5. Coordination nationale et stabilisation économique

- a. Comment le Canada devrait-il mieux intégrer le tourisme dans la planification nationale de la gestion des urgences et les cadres de stabilisation économique ?

6. Confiance des investisseurs envers les destinations sensibles aux changements climatiques

- a. Comment le Canada peut-il communiquer ses stratégies de préparation et de résilience aux situations d'urgence afin de maintenir la confiance des investisseurs touristiques et des partenaires internationaux ?

7. Lacunes en matière d'assurance et de risques financiers

- a. De nombreuses entreprises touristiques sont confrontées à une hausse des primes d'assurance ou à une couverture limitée en cas de catastrophe. Quels types de risques liés aux situations d'urgence demeurent difficiles, voire impossibles, à assurer au Canada ?

8. Communications de crise et gestion de la réputation

- a. Après des catastrophes localisées, des régions entières sont parfois perçues comme « fermées ». Quels protocoles sont nécessaires entre les gouvernements, les organismes de marketing de destination et l'industrie pour assurer une communication de crise efficace ?