



Priorités de l'industrie touristique 2017-2018

Soumission prébudgétaire

Novembre 2016

Priorités de l'industrie du tourisme 2017-2018

L'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) est la seule association canadienne représentant l'ensemble des secteurs du tourisme et du voyage, y compris leurs quatre principaux piliers que sont le transport, l'hébergement, les destinations et les attraits touristiques. L'AITC travaille de concert avec Destination Canada (DC), soit l'organisation nationale canadienne de promotion touristique, afin d'amener le Canada à être davantage concurrentiel sur l'échiquier touristique mondial en tant que destination privilégiée pour les voyages d'affaires, d'études et d'agrément.

Les retombées économiques de l'industrie du tourisme atteignent les 90,3 milliards \$. Cette somme représente près de 2 % du PIB du Canada, soit plus que les secteurs de l'agriculture, des forêts, de la chasse et de la pêche combinés. Des revenus annuels de l'ordre de 17,2 milliards \$ font de l'industrie du tourisme le plus important secteur canadien d'exportation de services, générant environ **9,6 milliards \$** annuellement dans les coffres du gouvernement fédéral.

Le secteur du tourisme et des voyages est à la fois dynamique, durable et très diversifié, et composé d'une multitude d'entreprises novatrices établies dans toutes les régions du pays. L'industrie emploie quelque 1,7 million de Canadiens. Ainsi, un emploi canadien sur onze est directement en lien avec le secteur des voyages. Aussi, plus de la moitié de cette main-d'œuvre est âgée de moins de 35 ans, ce qui fait du secteur touristique le plus important employeur de jeunes Canadiens.

Après une période de déclin significatif qui s'est échelonnée sur une décennie, le taux de croissance du nombre de visiteurs internationaux à destination du Canada a enfin connu une tendance à la hausse en 2014. Le phénomène s'est poursuivi en 2015, alors que le pays observait un taux de croissance de 8,4 % comparativement à l'année précédente. L'année 2016 s'avère jusqu'à maintenant remarquable, alors qu'on constatait en août dernier une croissance de 10,5 % et des données pour la saison estivale parmi les meilleures jamais enregistrées, le pays ayant accueilli pas moins de 8,5 millions de visiteurs entre les mois de juin et août.

Une industrie touristique qui se démarque

L'AITC vous invite à mettre de côté votre vision possiblement démodée et stéréotypée du tourisme. Oubliez l'image des vieux Polaroids, des cartes postales et des babioles qu'on rapporte en souvenir. Imaginez plutôt des centres de congrès à la fine pointe de la technologie, des aéroports ultramodernes, des hôtels novateurs, des restaurants somptueux, des festivals culturels dynamiques, des paysages splendides et des communautés intrigantes. Aujourd'hui, le tourisme vise à améliorer la qualité de vie des Canadiens et à inviter le reste du monde à venir partager nos expériences.

L'industrie touristique canadienne est aujourd'hui composée de dirigeants visionnaires et novateurs qui s'imposent dans la nouvelle économie, et qui contribuent à positionner le pays

en tant que chef de file mondial en matière de durabilité et d'entrepreneuriat culturel, social et économique.

La promotion touristique sert à raconter le récit d'un lieu, ses habitants et leurs valeurs. Elle rejoint les individus et les incite à vouloir vivre les expériences qu'on leur fait découvrir. Qu'il s'agisse de la sensation d'exaltation que procure une randonnée dans les Rocheuses; d'un repas gastronomique dans un restaurant élégant; de la proximité d'une majestueuse baleine lors d'une expédition; ou de l'expérience unique que permettent de vivre les festivals culturels canadiens ou les événements liés à la Fierté gaie, le message envoyé est on ne peut plus clair : le Canada est un pays à la fois moderne et progressiste où tous sont bienvenus, où l'on encourage la diversité et où les libertés sont protégées.

La promotion touristique sert bien plus qu'à générer des réservations à l'hôtel. Elle favorise les échanges commerciaux et stimule les voyages d'affaires, les investissements et l'immigration. Elle met en valeur les attraits du Canada tels que son ingéniosité, ses environnements naturels, ses centres urbains sécuritaires, sa diversité culturelle et ses nombreuses opportunités. Ainsi, les investissements dans la promotion touristique contribuent à raconter les histoires canadiennes et, ultimement, à définir la place que le pays occupe dans le monde.

L'opportunité

Le tourisme est un secteur d'activité hautement concurrentiel à l'échelle du globe, et cette concurrence se définit par l'efficacité des initiatives promotionnelles, la qualité des expériences, la facilité d'accès et le prix. Le Canada constitue une destination fort attrayante offrant des paysages d'une beauté inégalée et des infrastructures de qualité, en plus de profiter d'un taux de change favorable qui contribue à réduire les coûts d'accès.

Certes, l'industrie du tourisme a présentement le vent dans les voiles. Toutefois, le Canada tarde à atteindre son plein potentiel de croissance et, qui plus est, le niveau de croissance actuel ne peut être maintenu sans une intervention du gouvernement afin d'aborder des enjeux cruciaux ayant un impact sur la compétitivité du Canada. L'AITC a regroupé ces enjeux en trois catégories distinctes, soit Marketing, Accès et Produits/Individus qui, ensemble, tracent la voie vers une croissance soutenue et durable de l'industrie touristique canadienne.

La croissance que connaît actuellement le Canada en termes de tourisme est en grande partie attribuable à un redressement de l'économie du côté des États-Unis et, de ce fait, à une hausse du nombre de voyageurs en provenance de ce pays. Si effectivement ce nombre a augmenté en 2015 et 2016, la part de marché du Canada parmi les pays qui accueillent des voyageurs américains, elle, a diminué. En effet, en 2012, le pays accueillait **19,6 %** des quelque **60 millions** d'Américains voyageant à l'international. En 2015, la proportion des **75 millions** de voyageurs américains ayant visité le Canada avait chuté à **16,8 %**.

Destination Canada a fixé un objectif ambitieux pour le pays : que celui-ci **attire 22 millions de voyageurs internationaux générant 22 milliards \$ en revenus d'exportations d'ici 2022**. L'AITC appuie entièrement un tel objectif et travaille de concert avec Destination Canada afin d'aligner les divers partenaires de l'industrie vers ce même objectif fort stimulant, incluant les organisations de commercialisation touristique provinciales, territoriales et de destinations, les grandes entreprises ainsi que les PME canadiennes dans le secteur des exportations. Or, le plus important partenaire permettant d'espérer l'atteinte d'un tel objectif est le gouvernement fédéral.

L'AITC attend impatiemment de connaître la **nouvelle vision du tourisme** du gouvernement du Canada et espère que cette stratégie fédérale axée sur notre industrie se penchera sur la compétitivité du Canada en tant que destination, l'accès au pays par les voyageurs, la disponibilité de la main-d'œuvre, l'accès aux capitaux et les investissements dans les produits touristiques.

L'AITC demeure activement impliquée au sein de plusieurs consultations gouvernementales, notamment celles portant sur l'examen de la Loi sur les transports au Canada, celui du Programme des travailleurs étrangers temporaires, la réforme de l'immigration et les enjeux relatifs à l'accès frontalier. Alors que l'AITC continue de participer à de tels forums axés sur diverses priorités de notre industrie, nous avons inclus dans le présent document une liste des principales recommandations offrant une perspective globale des enjeux ayant un impact sur la compétitivité du Canada.

Ainsi, la présente soumission prébudgétaire vise à ce qu'un financement annuel adéquat et prévisible soit mis en place aux fins de promotion d'une marque touristique nationale. Ce financement serait administré par l'entremise de Destination Canada. Notre soumission vise aussi à ce que des changements soient apportés à d'autres politiques en vigueur afin d'accroître la compétitivité du Canada en tant que destination touristique.

Marketing

L'AITC accueille favorablement les sommes additionnelles qui ont été octroyées au fonds de promotion touristique de Destination Canada lors des budgets fédéraux de 2015 et 2016, et qui ont permis d'accroître le budget promotionnel global de 58 à 99,5 millions \$ annuellement jusqu'en 2017. Quoiqu'essentiels, ces investissements ont tout de même imposé des délais serrés à l'industrie pour investir conjointement avec Destination Canada.

L'industrie décide de ses investissements en promotion jusqu'à dix-huit mois à l'avance, et ces investissements sont établis en fonction de résultats de recherche, de consultations et d'investissements conjoints avec des partenaires locaux. De ce fait, il peut s'avérer difficile de prendre part à des initiatives de DC mis sur pied à partir de fonds du gouvernement fédéral destinés à des projets lorsque de telles initiatives exigent une décision immédiate.

Peu importe le niveau de financement, l'AITC recommande que le budget alloué à Destination Canada prenne la forme d'un engagement d'une durée de cinq ans, assurant ainsi le degré de certitude et de prévisibilité requis pour permettre à l'industrie d'optimiser sa participation dans les initiatives de DC.

Destination Canada a procédé à un examen stratégique visant à générer une valeur accrue pour le Canada sous plusieurs formes, telles que la création d'emplois, les opportunités économiques pour les entrepreneurs et les revenus fiscaux, le tout afin de financer diverses priorités du secteur public. L'initiative NorthStar 2022 a pour objectif d'amener le Canada à livrer une performance supérieure à la plupart de ses rivaux membres de l'OCDE. Ainsi, on vise un taux de croissance annuel de 5,2 %, ce qui exigerait un investissement de l'ordre de 120 à 140 millions \$ par année du gouvernement fédéral, une somme investie conjointement avec l'industrie afin d'attirer 22 millions de visiteurs internationaux et ainsi générer 22 milliards \$ en revenus d'exportations d'ici 2022.

Selon des données obtenues par Destination Canada, un montant annuel additionnel de 25 à 45 millions \$ consacré au budget promotionnel de DC permettrait d'accueillir 300 000 visiteurs de plus, qui dépenseraient chaque année quelque 400 millions \$. De tels revenus additionnels contribueraient certes aux efforts du gouvernement afin d'améliorer la qualité de vie de tous les Canadiens.

L'AITC recommande que le gouvernement du Canada annonce un engagement budgétaire de 120 à 140 millions \$ annuellement sur une période de cinq ans, ces sommes étant destinées à un fonds de promotion touristique nationale administré par Destination Canada.

La compétitivité du Canada

Si les initiatives promotionnelles jouent un rôle clé dans les efforts pour générer une demande touristique, la facilité d'accès et les coûts sont, eux, essentiels afin de convertir l'intérêt manifesté en ventes comptabilisées. **Or, le coût élevé du transport aérien à destination du Canada ou à même le pays s'avère l'un des plus importants obstacles à la compétitivité du Canada en tant que destination voyage internationale.**

Selon l'indice des coûts du transport aérien de **75** pays recensés sur le site Kiwi.com, établi en fonction du coût de déplacement par tranche de 100 km, le Canada se classait en **dernière place** du classement, devenant ainsi le pays le plus dispendieux en ce qui a trait aux vols internationaux. En tenant compte des vols domestiques, le pays se classe **70^e**, alors que nos principaux concurrents se positionnent ainsi sur le classement : États-Unis : 17^e; Allemagne : 16^e; France : 28^e; Royaume-Uni : 32^e; et Chine : 11^e.

Le Canada est l'un des seuls pays au monde à avoir recours au modèle de l'« utilisateur-payeur » afin de couvrir la totalité des coûts liés à la sécurité et à l'exploitation du transport aérien. Or, non seulement le gouvernement canadien parvient-il à récupérer la totalité de ces

coûts, mais il génère des revenus significatifs provenant des divers frais, taxes et prélèvements qui s'ajoutent aux tarifs de base imposés par les compagnies aériennes.

Le **Rapport sur la compétitivité du tourisme du Forum économique mondial** publie annuellement un classement de la compétitivité de 141 pays en fonction de diverses politiques sociales et économiques et de critères d'exploitation locale. En 2015, le Canada occupait la **10^e place** sur ce classement en termes de compétitivité globale, un résultat attribuable en grande partie à la qualité de vie que l'on retrouve au Canada en tant que pays du G-7. Or, un examen plus approfondi des diverses catégories met en relief une distinction marquée entre la performance de l'industrie et celle du gouvernement lorsqu'il est question d'accroître la compétitivité du Canada.

Ainsi, si le Canada se classe **bon premier sur 141 destinations** en termes de qualité des infrastructures aéroportuaires, l'impact cumulatif des frais, taxes et prélèvements fait chuter le pays au **130^e rang** lorsqu'il est question de prix concurrentiels. Le Canada devient ainsi hors de portée pour de nombreux visiteurs potentiels. Même si le pays se positionne plutôt bien en matière de sécurité (**21^e place**), la complexité de notre processus de traitement d'une demande pour l'obtention d'un visa nous entraîne plutôt vers le bas du classement (**118^e**). Autre constat qui vient authentifier la piètre performance du pays : le gouvernement du Canada se classe **56^e sur 141 pays** en ce qui a trait à faire de l'industrie du tourisme et des voyages une priorité.

L'AITC mise sur la nouvelle vision du tourisme du gouvernement afin de justement prioriser le secteur du tourisme et des voyages. L'initiative pangouvernementale devrait tenir compte des résultats des diverses consultations en cours, dont l'examen de la Loi sur les transports au Canada, celui du Programme des travailleurs étrangers temporaires, et les changements à la politique sur l'immigration relatifs à l'autorisation de voyage électronique (AVE) et au processus de traitement d'une demande de visa. De plus, l'initiative devrait prendre en considération les politiques fiscales qui nuisent indûment aux petits terrains de camping canadiens.

La section suivante réitère les positions et recommandations de l'AITC relatives à ces divers enjeux prioritaires. Si ces recommandations ne comportent aucune demande précise d'engagement financier, elles doivent tout de même faire partie des discussions plus globales en matière de politiques axées sur la diversification de l'économie canadienne.

Structure de coût du transport aérien

L'AITC s'est depuis longtemps prononcée en faveur d'un examen, par le gouvernement fédéral, de l'impact des frais, taxes et prélèvements imposés au secteur du transport aérien à destination du Canada et à même le pays. Les revenus générés par le gouvernement par l'entremise du modèle de l'« utilisateur-payeur » peuvent être compensés, voire surpassés en misant sur une hausse du nombre de visiteurs internationaux engendrée par une politique de prix davantage concurrentielle en ce qui a trait à l'accès au Canada de voyageurs en provenance de nos principaux marchés de par le monde.

L'AITC est d'avis que le fait de réduire le fardeau des coûts imposés au secteur du transport aérien favoriserait la compétitivité du pays, la venue de nouveaux joueurs dans le marché canadien, et le réinvestissement par les compagnies aériennes existantes de toute économie potentielle dans la formation, le renouvellement de leur flotte d'appareils et le développement de nouvelles liaisons aériennes et de nouveaux marchés pour les voyageurs.

L'AITC est membre de la Table ronde nationale sur le tourisme et les voyages (TRNTV), qui compte aussi parmi ses membres le Conseil des aéroports du Canada, l'Association des hôtels du Canada, l'International Air Transport Association (IATA) ainsi que le Conseil national des lignes aériennes du Canada. La TRNTV a déposé une soumission conjointe auprès du comité d'examen de la Loi sur les transports au Canada, dans laquelle on souligne l'importance, sur le plan économique et social, du transport aérien dans un vaste pays comme le Canada. **L'AITC demande au gouvernement du Canada de mettre en œuvre les recommandations suivantes incluses dans le rapport du comité d'examen de la Loi sur les transports au Canada :**

- **Que le gouvernement saisisse davantage le fonctionnement de l'industrie du transport aérien, et fasse en sorte que la commercialisation touristique, les règles relatives à la documentation des voyageurs et les investissements dans les produits touristiques fassent partie intégrante de l'économie des services et des échanges commerciaux du Canada au sens plus large.**
- **Que le gouvernement reconnaisse le rôle du transport aérien à l'échelle nationale en tant que moteur économique, et qu'il réévalue le rôle et les responsabilités des voyageurs, du public, du gouvernement et de l'industrie.**
 - **Revoir la structure et, de façon plus générale, l'existence même des loyers des aéroports. La TRNTV recommande que l'on procède immédiatement à une réduction progressive des loyers imposés aux aéroports sous forme d'une restructuration de la formule des loyers, dont l'élimination des revenus non liés au secteur aéronautique de l'équation, l'objectif ultime étant d'en venir à abolir complètement les loyers.**
 - **Réévaluer la valeur obtenue en échange des frais imposés aux utilisateurs. À titre d'exemple, les revenus additionnels provenant du droit pour la sécurité des passagers du transport aérien (DSPTA) ne correspondent pas aux réductions budgétaires imposées à l'ACSTA, qui ont eu pour conséquence une baisse dans la qualité des services offerts à un nombre de passagers à la hausse. Les utilisateurs devaient s'attendre à obtenir les meilleurs services pour leur argent.**
- **Que le gouvernement explore les manières dont le Canada peut davantage profiter de sa situation géographique entre l'Asie/Europe et les Amériques pour capter une plus grande part du trafic entre ces régions.**

- **Une simplification du processus d'octroi de visas et l'expansion du programme de transit sans visa sont fondamentales à une compétitivité à l'échelle internationale dans ce domaine.**

Réformes à l'immigration et au traitement des demandes de visa

Au cours des quatre dernières années, l'AITC est parvenue avec succès à assurer que l'industrie du tourisme et des voyages puisse avoir son mot à dire dans le développement d'un processus d'obtention de la documentation de voyage qui soit à la fois moderne et efficace, tout en maintenant en place les mesures de sécurité requises.

L'AITC est heureuse de constater des améliorations constantes et progressives apportées au processus de traitement des demandes d'un visa canadien. On songe plus particulièrement au programme CAN+, qui permet d'accélérer ce processus pour les voyageurs légitimes en provenance de nos principaux marchés; à l'exemption de visa accordée aux citoyens mexicains; et à l'ajout de centres de réception des demandes de visa dans d'autres villes chinoises, tous des pas dans la bonne direction.

Toutefois, le Canada accuse toujours un retard sur ses concurrents en ce qui a trait aux besoins, aux délais de traitement des demandes et aux programmes de réciprocité. Aussi, l'entrée au Canada a été rendue encore plus complexe avec la mise en place d'une autorisation de voyage électronique (AVE) imposée aux voyageurs provenant de pays exemptés de visa (à l'exception des États-Unis), des gens qui, auparavant, n'avaient besoin que d'un passeport pour entrer au pays. L'industrie du tourisme et des voyages se prépare aussi à la collecte de données biométriques obligatoire qui sera imposée à compter de 2018 à tous ceux et celles qui soumettent une demande de visa.

L'AITC est consciente que la sécurité physique demeure une priorité nationale essentielle à la souveraineté économique et humaine du Canada. Au cours de la dernière décennie, les gouvernements ont investi des milliards de dollars dans les infrastructures liées à la sécurité, à la surveillance et aux réseaux de partage de renseignements. L'AITC est toutefois d'avis que de tels investissements doivent aussi assurer que la gestion des déplacements de voyageurs légitimes qui traversent nos frontières se fasse de façon efficace. En 2018, le Canada imposera la cueillette de données biométriques à toute personne soumettant une demande de visa. Or, l'AITC entend maintenir sa pression auprès du gouvernement fédéral afin que celui-ci mette en place les politiques et règles requises en matière d'efficacité, afin de positionner le Canada en tant que chef de file mondial des visites internationales, et ce, malgré les nouvelles exigences. L'AITC a identifié diverses façons d'accélérer et de simplifier le traitement des demandes de visa :

L'AITC considère que le processus pour être accéléré et simplifié comme suit :

- **Investir dans un plus grand nombre de centres de demande de visa dans les marchés clés qui sont nécessaires pour tous les niveaux de traitement de visas, incluant les visas de travail et les visas de résident temporaire.**

- **Faire en sorte que les demandes de visa et les services d'aide soient disponibles dans plusieurs langues.**
- **S'assurer que les représentants de Service Canada soient bien informés des règles et des exigences des divers travailleurs étrangers temporaires (TET).**
- **Dans le cadre du mouvement vers la collecte obligatoire de données biométriques lors du processus de demande et d'octroi de visas, il est essentiel d'évaluer de nouvelles technologies - et d'investir dans ces technologies - pour accélérer le processus.**
- **En plus des nouvelles technologies biométriques, le gouvernement devrait tirer parti du nouveau processus d'autorisation de voyage électronique (AVE) et offrir l'AVE aux pays à faible risque plutôt que d'imposer le processus du visa afin d'éviter les problèmes de collecte de données biométriques aux candidats qui n'ont pas un accès facile aux centres de réception des demandes de visa.**

Pénurie de main-d'œuvre

L'AITC est d'avis que, dans l'élaboration de sa stratégie d'immigration, le gouvernement du Canada doit tenir compte des industries qui doivent faire face à une pénurie imminente de main-d'œuvre lorsque viendra le temps d'évaluer le nombre et la nature des nouveaux arrivants au Canada.

Un taux de natalité à la baisse et une population vieillissante ont pour conséquence que, alors que les bébés boomers prendront bientôt leur retraite et en profiteront entre autres pour voyager, de moins en moins de travailleurs seront disponibles pour répondre à leurs besoins et attentes. Le tourisme est d'ores et déjà le secteur d'activité qui compte le plus grand nombre de jeunes travailleurs au Canada; or, au moment où notre industrie devient de moins en moins saisonnière (certes un signe encourageant qu'elle est en croissance), les entreprises ne peuvent désormais plus compter uniquement sur les étudiants et les jeunes Canadiens pour répondre à leurs besoins en main-d'œuvre. Aussi, si les postes de niveau débutant demeurent difficiles à combler dans certaines régions, il en va de même pour des emplois qualifiés tels que les pilotes d'avion, les entraîneurs de ski ou les guides touristiques. Selon une enquête menée par RH Tourisme Canada, on prévoit que d'ici **2030**, la pénurie de main-d'œuvre en tourisme pourrait représenter plus de **250 000 emplois**, ce qui se traduirait par la somme de **31,4 milliards \$** en revenus potentiels perdus et plus de **4 milliards \$ en impôts non versés**.

Compte tenu d'un tel constat, l'AITC est d'avis qu'au moins **250 000** travailleurs dans des emplois peu qualifiés devraient avoir le droit d'entrer au Canada entre **2017 et 2030**. Aussi, nous croyons que l'accès à la citoyenneté par l'entremise du Programme des travailleurs étrangers temporaires (PTET) serait l'approche à privilégier pour recruter et retenir ces immigrants chez nous.

Face au manque de main-d'œuvre canadienne, nombre d'employeurs en tourisme avouent devoir se tourner vers les travailleurs étrangers temporaires. Toutefois, ces travailleurs peu

qualifiés ne sont pas admissibles aux programmes d'immigration économique canadiens –, et ce, même s'ils ont accès à un emploi permanent et que leur dossier en ce qui a trait à leurs précédents séjours au Canada est sans tache. La Catégorie de l'expérience canadienne ainsi que le Programme fédéral des travailleurs qualifiés ne sont pas ouverts aux candidats peu qualifiés.

Des modèles issus du Conference Board du Canada démontrent que le fait d'accélérer le processus permettant aux immigrants de travailler dans le secteur touristique, et d'accroître d'à peine 1 % le nombre de postes de catégorie débutant annuellement au cours des dix prochaines années, permettrait de combler jusqu'à 85 % de la pénurie de main-d'œuvre anticipée.

Autre facteur qui devrait être considéré comme une priorité : le recrutement d'immigrants disposés à s'installer dans des régions non urbaines. Nombre de destinations touristiques parmi les plus populaires au Canada se trouvent dans des régions éloignées, des zones de villégiature qui mettent en valeur la beauté naturelle du pays et nos magnifiques paysages. Or, si ces endroits démontrent en grande partie ce qu'est le Canada, ils n'amènent pas nécessairement les gens à vouloir s'y installer pour travailler – avec pour conséquence une pénurie de main-d'œuvre dans des lieux à forte densité de touristes.

L'étude de 2015 produite par l'AITC et portant sur la pénurie de main-d'œuvre dans les centres de villégiature de Banff et Lake Louise a mis en relief les besoins criants en termes de travailleurs dans cette région durant la haute saison. Les répondants interrogés ont indiqué qu'au mois de juillet, on déplore une pénurie de plus de 400 travailleurs, ce qui oblige les employeurs à devoir payer plus de 9 000 heures de travail en heures supplémentaires pour compenser le manque de main-d'œuvre. Une telle situation apporte son lot de conséquences, incluant l'épuisement des employés, un roulement du personnel et des entreprises qui ne peuvent être exploitées à leur pleine capacité. Une façon de régler une telle situation et de combler le manque à gagner en termes de main-d'œuvre serait d'éviter de saturer davantage les emplois dans les zones urbaines, et de chercher à accueillir des immigrants disposés à vivre et travailler dans des régions plus éloignées. Une façon d'y parvenir serait de faire profiter d'un processus accéléré d'obtention du statut de résident permanent (soit en moins d'un an) aux immigrants ayant travaillé dans une zone rurale.

En septembre 2016, le Comité permanent des ressources humaines, du développement des compétences, du développement social et de la condition des personnes handicapées (HUMA) de la Chambre des communes a publié un rapport suite à son examen du PTET. **L'AITC demande au gouvernement du Canada de mettre en œuvre rapidement les recommandations suivantes de HUMA, afin d'aider à soulager la sérieuse pénurie de main-d'œuvre à laquelle sont confrontés nombre d'employeurs en tourisme partout au Canada :**

- **Emploi et Développement social Canada (EDSC) devrait réexaminer l'étude d'impact sur le marché du travail en considérant les codes NOC.**

- **EDSC devrait créer un programme d'employé(e) de confiance ESDC pour les entreprises qui ont su démontrer la confiance de leurs employés dans le cadre du programme.**
- **EDSC devrait maintenir un plafond 20 % de la main-d'œuvre, tout en réexaminant ce plafond selon des considérations sectorielles et géographiques.**
- **EDSC devrait réexaminer la manière dont les données sur les marchés sont recueillies ainsi que les zones géographiques présentement utilisées.**
- **Des visas de travail à entrées multiples devraient être accordés aux travailleurs saisonniers pour qu'ils puissent quitter le Canada et y revenir.**
- **Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) devrait réexaminer les options de résidence permanente pour les travailleurs étrangers temporaires et allouer les ressources requises pour traiter rapidement les demandes de résidence permanente de travailleurs étrangers.**
- **IRCC devrait travailler avec les provinces et les territoires pour partager des renseignements relatifs au Programme des candidats des provinces (PNP).**
- **Permettre aux travailleurs embauchés selon des contrats à terme d'accumuler le même nombre de points que ceux accordés pour aux gens qui bénéficient du statut de résident en vertu de contrats permanents.**
- **Adopter un modèle proactif au lieu d'un modèle réactif (basé sur des plaintes).**
- **EDSC devrait restructurer le Programme des travailleurs étrangers temporaires en secteurs de programmes plus spécifiques.**
- **EDSC devrait investir davantage en ressources de formation dans les secteurs susceptibles d'avoir des pénuries de main-d'œuvre.**
- **Travailler avec l'industrie et les entreprises pour suivre de près les besoins actuels et futurs en main-d'œuvre.**

Équité fiscale pour les terrains de camping

Les règles établies par l'Agence du revenu du Canada (ARC) viennent injustement imposer un fardeau fiscal aux terrains de camping canadiens en les regroupant sous la même catégorie que les immeubles à appartements, les parcs de maisons mobiles et autres complexes résidentiels permanents. En vertu de la réglementation actuelle de l'ARC, les terrains de camping sont considérés en tant qu'« entreprises de placement déterminées » et, de ce fait, ne sont pas admissibles aux déductions fiscales accordées aux petites entreprises.

L'AITC partage l'opinion du Conseil canadien du camping et du VR (CCCVR) à l'effet que les terrains de camping devraient être classifiés en tant qu'entreprises actives. Il s'agit d'installations récréatives offrant aux voyageurs et vacanciers un accès à des sites de camping sur une base définie et saisonnière. Contrairement aux parcs de maisons mobiles et autres propriétés où l'on accueille des résidents permanents, les terrains de camping ne sont pas des lieux où l'on peut s'établir en permanence et y trouver des résidences principales. Aussi, ces terrains proposent une variété de services récréatifs et commerciaux essentiels à leur exploitation – services que l'on ne retrouve pas dans les complexes résidentiels.

L'AITC recommande au gouvernement fédéral de procéder à un examen de la Loi de l'impôt sur le revenu afin de modifier la classification des terrains de camping pour en faire des entreprises « actives », et ainsi refléter davantage le modèle d'affaires de ce secteur d'activité et de rendre les terrains de camping admissibles au taux d'imposition des petites entreprises.

Résumé des recommandations

Marketing

L'AITC recommande que le gouvernement fédéral annonce un engagement budgétaire, sur 5 ans, de 120 à 140 millions de dollars investis annuellement en marketing international de notre industrie du tourisme. Ces fonds et le programme marketing seraient administrés par Destination Canada.

Structure des coûts de l'aviation

L'AITC et la Table ronde nationale du voyage et du tourisme (TRVT) recommandent que le gouvernement adopte les recommandations suivantes qui sont appuyées par le Comité d'examen de la Loi sur les transports au Canada :

- **Que le gouvernement développe une meilleure compréhension du fonctionnement de l'industrie de l'aviation, de concert avec un programme marketing, des règles de documentation des voyageurs et des investissements en tourisme comme partie intégrante de l'appui accordé à l'économie canadienne basée sur les services et sur le commerce international.**
- **Que le gouvernement considère le rôle national de l'aviation comme moteur économique et qu'il réévalue les rôles et les responsabilités des voyageurs, du public, du gouvernement et de l'industrie.**
 - **Réexaminer la structure et, de manière plus générale, l'existence du loyer aéroportuaire. La TRVT recommande une réduction incrémentielle immédiate des loyers aéroportuaires par le biais d'une formule de loyer incluant l'exclusion de revenus non aéronautiques de la formule du loyer, et ceci dans le but ultime de l'élimination complète du loyer aéroportuaire.**

- Réévaluer la valeur reçue en échange de frais imposés aux utilisateurs. Par exemple, les revenus accrus recueillis par le biais du droit pour la sécurité des passagers du transport aérien (DSPTA) ne s'alignent pas avec les réductions budgétaires de l'ACSTA qui ont créé un niveau de service inférieur pour un nombre accru de passagers. Les utilisateurs méritent de recevoir une valeur pour leur argent et les services auxquels ils sont en droit de s'attendre.
- Que le gouvernement explore les manières dont le Canada peut davantage profiter de sa situation géographique entre l'Asie/Europe et les Amériques pour capter une plus grande part du trafic entre ces régions.
 - Une simplification du processus d'octroi de visas et l'expansion du programme de transit sans visa sont fondamentales à une compétitivité à l'échelle internationale dans ce domaine.

Réforme au visa d'immigration

L'AITC considère que le processus pour être accéléré et simplifié comme suit :

- Investir dans un plus grand nombre de centres de demande de visa dans les marchés clés qui sont nécessaires pour tous les niveaux de traitement de visas, incluant les visas de travail et les visas de résident temporaire.
- Faire en sorte que les demandes de visa et les services d'aide soient disponibles dans plusieurs langues.
- S'assurer que les représentants de Service Canada soient bien informés des règles et des exigences des divers travailleurs étrangers temporaires (TET).
- Dans le cadre du mouvement vers la collecte obligatoire de données biométriques lors du processus de demande et d'octroi de visas, il est essentiel d'évaluer de nouvelles technologies - et d'investir dans ces technologies - pour accélérer le processus.
- En plus des nouvelles technologies biométriques, le gouvernement devrait tirer parti du nouveau processus d'autorisation de voyage électronique (AVE) et offrir l'AVE aux pays à faible risque plutôt que d'imposer le processus du visa afin d'éviter les problèmes de collecte de données biométriques aux candidats qui n'ont pas un accès facile aux centres de réception des demandes de visa.

Pénurie de main-d'œuvre

L'AITC demande au gouvernement du Canada d'appliquer rapidement les recommandations suivantes de l'HUMA pour alléger la grave pénurie de main-d'œuvre soufferte par de nombreux employeurs de l'industrie du voyage et du tourisme partout au Canada :

- **Emploi et Développement social Canada (EDSC) devrait réexaminer l'étude d'impact sur le marché du travail en considérant les codes NOC.**
- **EDSC devrait créer un programme d'employé(e) de confiance ESDC pour les entreprises qui ont su démontrer la confiance de leurs employés dans le cadre du programme.**

- EDSC devrait maintenir un plafond 20 % de la main-d'œuvre, tout en réexaminant ce plafond selon des considérations sectorielles et géographiques.
- EDSC devrait réexaminer la manière dont les données sur les marchés sont recueillies ainsi que les zones géographiques présentement utilisées.
- Des visas de travail à entrées multiples devraient être accordés aux travailleurs saisonniers pour qu'ils puissent quitter le Canada et y revenir.
- Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) devrait réexaminer les options de résidence permanente pour les travailleurs étrangers temporaires et allouer les ressources requises pour traiter rapidement les demandes de résidence permanente de travailleurs étrangers.
- IRCC devrait travailler avec les provinces et les territoires pour partager des renseignements relatifs au Programme des candidats des provinces (PNP).
- Permettre aux travailleurs embauchés selon des contrats à terme d'accumuler le même nombre de points que ceux accordés pour aux gens qui bénéficient du statut de résident en vertu de contrats permanents.
- Adopter un modèle proactif au lieu d'un modèle réactif (basé sur des plaintes).
- EDSC devrait restructurer le Programme des travailleurs étrangers temporaires en secteurs de programmes plus spécifiques.
- EDSC devrait investir davantage en ressources de formation dans les secteurs susceptibles d'avoir des pénuries de main-d'œuvre.
- Travailler avec l'industrie et les entreprises pour suivre de près les besoins actuels et futurs en main-d'œuvre.

Imposition équitable des terrains de camping

- L'AITC recommande au gouvernement fédéral qu'il réexamine la Loi de l'impôt sur le revenu et qu'il change la classification des terrains de camping à celle d'entreprises « actives » pour mieux refléter le modèle d'affaires de l'industrie et pour permettre aux terrains de camping de bénéficier des taux d'imposition accordés aux petites entreprises.