



FÉDÉRAL POUR LE TOURISME PLAN D'ACTION

L'industrie canadienne du tourisme et des voyages demeure un fiable et puissant moteur de croissance économique et créateur d'emplois. Toutefois, le secteur n'a toujours pas atteint son plein potentiel. Au moment où d'autres secteurs d'activité au pays subissent les contrecoups de la hausse des cours mondiaux des matières premières, le tourisme est solidement positionné pour connaître une croissance immédiate et pour générer les revenus requis afin de maintenir une bonne qualité de vie au Canada.

Au cours des cinq dernières années, plusieurs juridictions canadiennes ont mis en œuvre diverses initiatives telles que la Stratégie fédérale de tourisme, dans le but de mieux saisir la nature de l'industrie touristique et des voyages. Or, nous réclamons la mise sur pied d'un Accord national sur le tourisme afin d'aligner les priorités nationales, celles-ci s'inspirant des meilleures pratiques mises en place par l'industrie partout au pays. L'objectif visé : engendrer une hausse des visites et des dépenses internationales au Canada.

PROCHAINES ÉTAPES >> Une prise en charge de la part du gouvernement fédéral est requise afin d'assurer la mise sur pied d'un Accord national sur le tourisme. Pour ce faire, il importerait d'abord de réorienter la Stratégie fédérale de tourisme, actuellement axée sur les politiques et autres obstacles de nature réglementaire, pour plutôt miser sur l'élaboration d'un plan d'action visant à stimuler la croissance économique. Un tel plan favoriserait les investissements et des réformes aux politiques actuellement en vigueur, afin d'éliminer les barrières qui empêchent le Canada de se tailler une place parmi les principales destinations privilégiées par les voyageurs internationaux.

POURQUOI UN ACCORD S'AVÈRE-T-IL ESSENTIEL MAINTENANT?

- Facteur de croissance économique et de diversification favorisant un solide rendement du capital investi, et ce, dès le premier exercice financier;
- Conditions optimales pour stimuler la croissance dans les principaux marchés d'origine; consacrer une part des budgets marketing locaux aux initiatives de promotion internationale.





MARKETING

DÉFIS

Le budget du Canada destiné à la promotion du tourisme dans les marchés internationaux demeure insuffisant pour permettre au pays d'obtenir sa juste part du marché mondial. Ainsi, tant des compressions budgétaires successives que des taux de change défavorables sont venus considérablement amoindrir la capacité pour le Canada de générer une demande du côté des principaux marchés de par le monde.

RECOMMANDATIONS

- Hausser le budget de promotion accordé à Destination Canada à 150 millions \$, en plus de :
 - Favoriser un plus grand nombre de partenariats entre l'industrie et Destination Canada; et
 - Accroître et prolonger le financement accordé à l'initiative Accueillir l'Amérique aux fins de promotion du tourisme de loisirs.



ACCÈS

CHALLENGES

TRANSPORT AÉRIEN >> Le Canada est le seul pays au monde où l'on impose aux voyageurs la totalité des coûts liés à la sécurité et à l'exploitation du transport aérien. Résultat : le prix du billet d'avion s'en trouve gonflé de quelque 40 %. Ainsi, même si le pays peut se targuer de posséder les meilleures infrastructures aéroportuaires au monde, le fardeau des taxes, frais et prélèvements vient décourager les voyages par avion à destination du Canada et à même le pays.

VISAS >> Malgré certains progrès accomplis, il demeure difficile d'obtenir un visa de voyage canadien, particulièrement du côté des principaux marchés en croissance tels que la Chine, le Brésil, l'Inde et le Mexique.

RECOMMANDATIONS

- Réduire les taxes, frais et prélèvements imposés au transport aérien à destination du Canada et à même le pays;
- Favoriser les projets d'infrastructures intermodales.
- Éliminer les exigences pour l'obtention d'un visa imposées au Mexique et au Brésil;
- Simplifier le processus de traitement de la documentation de voyage;
- Repousser la mise en application du programme d'autorisation de voyage électronique (AVE) au mois de septembre 2016 afin d'assurer son efficacité et sa promotion;
- Exploiter l'autorisation de voyage électronique de façon à éliminer les restrictions imposées aux voyageurs à faible risque en provenance des principaux marchés d'origine;
- Accroître le nombre de centres de réception des demandes de visa dans les principaux marchés, afin de répondre à une demande croissante et de faciliter la cueillette de données biométriques d'ici 2018.



PRODUIT

CHALLENGES

MAIN-D'ŒUVRE >> La pénurie actuelle de main-d'œuvre, particulièrement dans l'ouest du pays, oblige de nombreuses entreprises touristiques, notamment les hôtels, restaurants et attractions, à réduire leurs heures d'ouverture et leurs services :

- Le Programme des travailleurs étrangers temporaires a été modifié de façon significative, et ce, sans préavis ni mesures de transition permettant aux employeurs canadiens de conserver le même nombre d'employés et d'offrir les mêmes services;
- D'ici 2030, on prévoit que la pénurie de main-d'œuvre se traduira par quelque 31,4 milliards \$ en revenus potentiels perdus pour l'industrie.

PRODUCTS >> Le Canada peut parvenir à mettre davantage en valeur ses attraits culturels et à devenir davantage concurrentiel en tant que destination touristique sur l'échiquier mondial, en misant sur des investissements concertés dans le développement de produits qui nous permettront de nous différencier de nos concurrents. Les produits touristiques canadiens doivent bénéficier d'un appui financier.

RECOMMANDATIONS

- À long terme : élaborer des solutions à la pénurie de main-d'œuvre (réforme de l'immigration, mobilité de la main-d'œuvre, formation, etc.);
- À court terme : mettre en place des solutions à court terme afin de limiter les impacts négatifs des modifications apportées au Programme des travailleurs étrangers temporaires, dont un volet axé sur les travailleurs étrangers saisonniers semblable à celui observé dans le secteur de l'agriculture.
- Inclure dans les divers programmes de développement économique et d'infrastructures régionales diverses initiatives liées au secteur touristique, telles que les événements sportifs et culturels et les expériences autochtones et culinaires;
- Mettre en place des politiques favorables et un appui financier pour les expériences touristiques culturelles telles que les festivals, événements et initiatives liées aux peuples autochtones permettant de mettre en valeur le talent canadien auprès des auditoires internationaux;
- Travailler de concert avec l'industrie afin d'encourager les pratiques durables dans toutes les sphères de l'industrie canadienne du tourisme et des voyages.

