



Priorités de l'industrie touristique 2018-2019

Proposition prébudgétaire

Août 2017

La contribution du tourisme à l'économie

L'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) est la seule association nationale représentant l'ensemble du secteur touristique canadien. Nos membres oeuvrent au sein d'entreprises issues des domaines du transport, de l'hébergement, des destinations et des attraits touristiques, et ce, d'un océan à l'autre. La mission de l'AITC est de favoriser le dynamisme et la santé de l'industrie touristique canadienne, en stimulant la hausse du nombre de visites internationales au pays.

L'industrie touristique, qui compte plus de 200 000 entreprises employant quelque 1,7 million de Canadiens, est un important moteur économique dont les retombées atteignent 91,6 milliards \$. Il s'agit aussi du plus important secteur canadien d'exportation de services, générant des revenus annuels estimés à 20 milliards \$. Le tourisme constitue la plus importante source d'emplois pour les jeunes canadiens. En effet, plus de la moitié de la main-d'œuvre est âgée de moins de 35 ans.

Au niveau mondial, le tourisme se classe au deuxième rang des secteurs d'activité connaissant la plus forte croissance. D'ailleurs, l'Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies (OMT) établit à environ 1,2 milliard le nombre de personnes ayant voyagé de par le monde en 2016. Cette même année, le Canada accueillait près de 20 millions de visiteurs internationaux, et la tendance vers la croissance se maintient pour 2017. Or, malgré un tel constat, le pays se classe toujours au 18^e rang mondial des destinations touristiques, se faisant notamment damer le pion par des marchés émergents tels que l'Arabie Saoudite. Le marché touristique étant en plein essor à l'échelle du globe, le Canada se doit de chercher à améliorer sa compétitivité sur l'échiquier mondial. Afin que le gouvernement puisse être en mesure d'atteindre ses objectifs de croissance tels qu'établis dans sa nouvelle vision du tourisme récemment dévoilée, et que le Canada puisse atteindre son plein potentiel au moment où la croissance se constate partout sur la planète, il importe d'apporter des modifications aux politiques actuellement en vigueur qui viennent nuire à la compétitivité du pays. Autrement, nous risquons de chuter encore davantage dans le classement mondial.

La compétitivité du Canada menacée

Le Canada est un pays caractérisé par ses vastes paysages naturels d'une grande beauté, sa belle diversité et ses infrastructures de qualité, tous des éléments qui contribuent à en faire une marque reconnue et appréciée. Au cours de la dernière année, nombre de publications ont chanté les louanges du pays, notamment les prestigieux Lonely Planet, New York Times, National Geographic et Condé Nast, qui ont tous vanté le Canada comme étant une destination incontournable. Si les célébrations du cent cinquantième du pays sont certes considérées comme un facteur clé de l'attrait du pays auprès des visiteurs en 2017, notre ouverture et ce mélange unique de milieux urbains et ruraux qui nous caractérisent sont aussi fréquemment cités comme étant des raisons de visiter le pays. Aussi, Destination Canada (DC) a joué un rôle important dans le développement et la promotion de la marque Canada auprès des visiteurs internationaux. Les investissements effectués en commun par les intervenants de l'industrie touristique dans diverses campagnes promotionnelles constituent un autre signe manifeste d'une collaboration proactive visant à générer une hausse des arrivées internationales.

L'AITC et les diverses parties prenantes de l'industrie ont certes accueilli favorablement les engagements du gouvernement envers le secteur touristique lors du dépôt du budget 2017. Entre autres, l'annonce à l'effet que Destination Canada se verrait octroyer un financement continu de 95,5 millions \$ permet d'assurer une certaine stabilité à la stratégie promotionnelle du pays. Cela permet également de maintenir en place les efforts concertés et la mise en commun des initiatives de l'industrie, et de conserver notre part de marché actuelle. D'autres mesures, incluant une amélioration du processus de collecte de données sur le tourisme par l'entremise de Statistiques Canada, des investissements dans Parcs Canada ainsi que l'octroi de fonds destinés au tourisme autochtone, auront certes un impact positif sur le secteur touristique au cours des prochaines années. Or, si de tels engagements sont à l'appui d'une croissance continue, d'autres initiatives s'avèrent nécessaires afin d'assurer tant à l'industrie qu'au gouvernement l'atteinte des objectifs établis dans la nouvelle vision du tourisme.

La nouvelle vision du tourisme du Canada : agir pour atteindre les objectifs

L'AITC a accueilli favorablement le dévoilement en mai 2017, par l'honorable Bardish Chagger, de la nouvelle vision du tourisme (NVT) du gouvernement du Canada. Cette vision comporte une série d'objectifs axés sur une croissance du secteur touristique d'ici 2021, l'emphase étant placée sur le marketing, l'accès et les produits (ou MAP), trois axes reflétant les priorités établies depuis longtemps par l'AITC. Les initiatives énumérées dans la NVT en ce qui a trait au MAP visent l'atteinte des trois principaux objectifs suivants :

1. Le retour du Canada parmi les dix principaux pays selon le classement de l'OMT d'ici 2025

2. Une hausse de 31 % du nombre de visiteurs internationaux d'ici 2021 (soit environ 6,2 millions de visiteurs additionnels)
3. Doubler le nombre de touristes chinois d'ici 2021 (objectif de 1,25 million)

L'industrie touristique accueille certes avec enthousiasme de tels objectifs et souhaite ardemment leur atteinte. **Toutefois, les mesures contenues dans la NVT ne suffiront pas.** Selon les conditions actuelles, afin de pouvoir renouer avec le top 10 de l'OMT, l'on doit plutôt viser une hausse d'environ 16 millions de visiteurs internationaux. Aussi, s'il demeure envisageable d'accroître le nombre de visiteurs internationaux et chinois, plusieurs obstacles rendent difficile l'atteinte des objectifs dans les délais prescrits. Dans un tel contexte, l'AITC réitère l'importance pour le Canada d'éliminer les freins à la compétitivité de l'industrie touristique canadienne, afin de favoriser l'atteinte des objectifs établis dans la nouvelle vision du tourisme.

Recommandation 1 : afin d'assurer que les objectifs de la NVT soient atteints, l'AITC recommande au gouvernement de privilégier une approche pangouvernementale en matière de politiques sur le tourisme, et de consulter l'industrie lors de toute modification aux politiques en vigueur pouvant avoir un impact sur les objectifs de la NVT.

Recommandation 2 : afin de tirer profit du vent favorable qui souffle actuellement sur l'industrie et d'atteindre l'objectif de la NVT de réintégrer le top 10 du classement de l'OMT d'ici 2025, le Canada doit pouvoir compter sur des investissements supplémentaires en promotion touristique. Ainsi, l'AITC recommande la mise en place d'un modèle de financement fondé sur le rendement afin de mieux répondre aux besoins de l'industrie.

L'accès au Canada : éliminer les barrières à l'entrée

Dans un marché touristique mondial féroce concurrentiel, les voyageurs évaluent plusieurs critères dans leur choix d'une destination en particulier. Or, si le Canada fait certes partie des alternatives potentielles envisagées par plusieurs voyageurs, divers facteurs liés à l'accès au pays peuvent refroidir leur enthousiasme. L'un de ces facteurs parmi les plus significatifs est lié au processus de traitement des demandes de visa.

L'AITC est entièrement en accord avec le fait que le maintien de frontières sûres doit demeurer une priorité pour la sécurité du Canada. Toutefois, il est possible d'assurer une telle sécurité sans devoir imposer aux visiteurs un processus d'obtention d'un visa inutilement complexe. Lors de la mission commerciale de l'AITC en Chine en 2016, ce processus particulièrement lourd fut cité comme étant un obstacle à la promotion du Canada en tant que destination touristique.

Les résultats ont démontré que l'élimination de barrières à l'entrée au Canada a un impact concret et immédiat sur le nombre de voyages internationaux. Un excellent exemple est la récente abolition de l'obligation de visa imposée aux voyageurs mexicains, et le déplacement de

ces derniers vers le programme d'autorisation de voyage électronique (AVE). Depuis le début de l'année, le Canada a accueilli quelque **128 000 visiteurs mexicains – soit une hausse de 58,9 % par rapport à 2016**. On prévoit qu'une telle augmentation se traduira par **467 millions \$ en dépenses touristiques en 2017**. L'industrie est d'avis que la mise en place du programme d'AVE permettra d'éliminer encore plus de barrières à l'entrée et à attirer davantage de voyageurs au Canada, et ce, de façon à la fois simple, sécuritaire et rentable.

Recommandation 3 : afin d'atteindre l'objectif d'accroître de 31 % le nombre de visiteurs internationaux d'ici 2021 tel qu'établi par la NVT, l'AITC recommande de rediriger vers le programme d'AVE les voyageurs à faible risque dans tous les marchés ciblés par DC, à qui l'on impose actuellement un visa d'entrée et qui voyagent à des fins d'agrément ou d'affaires.

Recommandation 4 : afin d'atteindre l'objectif d'accroître le nombre de visites internationales et de visiteurs en provenance de la Chine tel qu'établi par la NVT, l'AITC recommande de simplifier le processus de traitement des demandes de visa, et de produire des formulaires de demande en chinois et autres langues maternelles. De plus, l'AITC recommande que le gouvernement accélère le processus d'ajout de centres de réception des demandes de visa en Chine, afin de réduire la durée du processus de traitement desdites demandes et de tirer profit de l'année du tourisme Canada-Chine prévue pour 2018.

Recommandation 5 : compte tenu de la tendance vers la collecte obligatoire de données biométriques lors du traitement d'une demande de visa, l'AITC recommande au gouvernement d'investir dans de nouvelles technologies novatrices permettant d'accélérer l'arrivée sur le marché d'un tel processus.

Explorer le Canada : lutter à armes égales en matière de coûts

Si le Canada est certes une destination de plus en plus populaire, les coûts pour voyager à destination du pays, ou d'un endroit à l'autre à même celui-ci, demeurent très élevés. Or, la nature actuelle du marché touristique mondial exige justement d'être plus concurrentiel que jamais au niveau des coûts. Les taxes, prélèvements et autres frais imposés aux produits touristiques viennent en gonfler le prix auprès des voyageurs internationaux. La facture finale, lorsque comparée à d'autres destinations envisagées, risque alors de décourager ces voyageurs de visiter le Canada.

Selon le rapport sur la compétitivité des voyages et du tourisme du Forum économique mondial, le Canada se classe au 97^e rang sur 141 pays en termes de compétitivité des coûts. Ce même rapport révèle aussi que le pays conserve la première place en ce qui a trait aux infrastructures aéroportuaires. En contrepartie, nous occupons la 77^e place sur 80 pays en termes du coût d'un vol long-courrier à destination du pays, ce coût étant établi à 35,93 \$USD par 100 km en 2017. Si le Canada s'avère le pays le mieux équipé au monde pour accueillir les visiteurs par voie aérienne, il demeure incapable d'atteindre son plein potentiel. La raison

principale : les voyageurs se voient obligés de payer une variété de taxes, prélèvements et frais imposés par le gouvernement.

Le Canada est l'un des seuls pays au monde qui impose une taxe aux visiteurs étrangers qui se procurent ici des produits touristiques. Résultat : le tourisme est le seul secteur d'exportations au pays qui ne soit pas exonéré de taxes. Un tel fardeau a été considérablement alourdi lors du dépôt du budget 2017, alors qu'une mesure est venue éliminer le remboursement de taxes pour l'hébergement inclus dans un voyage organisé. L'impact s'est avéré négatif sur les ventes internationales pour des entreprises de toute taille. Or, malgré les appels de l'industrie afin d'amener le gouvernement à réexaminer une telle mesure, on n'observe aucune initiative visant à rendre les produits touristiques canadiens davantage concurrentiels sur le marché mondial.

Recommandation 6 : l'AITC recommande au gouvernement de prendre des mesures immédiates et concrètes afin de traiter des enjeux relatifs à la compétitivité des coûts, entre autres via l'examen de la Loi sur les transports au Canada actuellement en cours, afin de réduire les taxes, prélèvements et autres frais qui nuisent à la compétitivité du pays dans le marché mondial.

Recommandation 7 : l'AITC recommande de faire du tourisme un secteur d'exportations exonéré de taxes, afin de réduire les coûts imposés aux voyageurs étrangers et d'accroître le nombre d'arrivées internationales au Canada.

Offrir aux visiteurs une expérience positive : éliminer les barrières à la capacité et la croissance

Dans l'optique où nous cherchons à atteindre nos objectifs en termes de hausse du nombre de visiteurs internationaux, nous devons également chercher à répondre aux attentes de ces derniers. Or, l'industrie touristique doit composer avec une pénurie de main-d'œuvre qui laisse constater un nombre inquiétant de postes vacants. Dans son rapport intitulé *L'offre et la demande de main-d'œuvre en tourisme*, RH Tourisme Canada prévoit que quelque 240 000 postes dans ce secteur d'activité seront vacants d'ici 2035. L'impact économique se traduira alors par un manque à gagner de 31,4 milliards \$ en termes de revenus, et un autre 4 milliards \$ sur le plan fiscal. Une pénurie de main-d'œuvre nuit à la croissance des entreprises et à leur pleine exploitation. Divers facteurs rendent une telle situation encore plus difficile, notamment : un manque de compétences; une mauvaise opinion du public en ce qui a trait aux emplois de services; le fait que le gouvernement qualifie la plupart des emplois en tourisme comme étant « peu qualifiés »; et le fait qu'il est difficile pour les régions éloignées d'attirer des travailleurs étrangers.

Le tourisme est un important employeur où les salaires reflètent ceux des autres secteurs de service. L'industrie emploie davantage de jeunes, d'autochtones et de groupes de travail sous-représentés que la plupart des autres secteurs d'activité au pays, en plus de permettre à la main-d'œuvre d'aujourd'hui d'acquérir des compétences essentielles et transférables. Les employeurs

en tourisme ont pour priorité d'embaucher d'abord des Canadiens. Toutefois, l'accès à des travailleurs qualifiés s'avère crucial pour les entreprises touristiques, afin de répondre aux besoins et attentes des visiteurs canadiens et internationaux. À l'heure actuelle, les programmes Catégorie de l'expérience canadienne et Travailleurs qualifiés (fédéral) ne sont pas ouverts aux demandeurs peu qualifiés. De ce fait, même s'ils ont accès à un emploi permanent et que leur dossier est sans tache, les travailleurs étrangers ne sont pas admissibles aux volets d'immigration économique au Canada. L'AITC est d'avis que si les employeurs sont en mesure de démontrer des besoins suffisants en matière de main-d'œuvre, et ce, sans égard au niveau de qualification, ces derniers doivent pouvoir recruter des travailleurs par l'entremise des volets d'immigration temporaires ou permanents.

À la question de pénurie de main-d'œuvre s'ajoute pour l'industrie la nécessité d'adopter des pratiques d'affaires leur permettant d'accueillir davantage de visiteurs internationaux. Ainsi, il importe de prioriser la formation et l'acquisition de compétences spécifiques au secteur touristique, incluant la préparation à la commercialisation et le renforcement des capacités, afin de permettre aux entreprises de répondre à une clientèle internationale élargie. Or, nombre de programmes de développement de la main-d'œuvre mis en place par le gouvernement sont axés sur des compétences qui ne s'appliquent pas au secteur touristique.

Recommandation 8 : l'AITC recommande au gouvernement d'identifier des solutions permanentes à la pénurie de main-d'œuvre dans les régions où le tourisme est particulièrement important et où le taux de chômage est plutôt faible, et de cesser d'utiliser des régions économiques à la fois étendues et mal définies aux fins de l'évaluation de l'impact sur le marché du travail.

Recommandation 9 : l'AITC recommande au gouvernement de régler la problématique du déficit de compétences en accordant aux étudiants internationaux ayant poursuivi leurs études au Canada dans des domaines afférents au tourisme un accès à des opportunités d'immigration permanente.

Recommandation 10 : l'AITC recommande au gouvernement d'aider les entreprises à combler leurs besoins en main-d'œuvre en soutenant la réalisation d'études opportunes sur le marché du travail, l'état de préparation à l'exportation de l'industrie et le développement de la main-d'œuvre.

Conclusion

La croissance soutenue que connaît actuellement le secteur touristique à l'échelle du globe se traduit par une compétitivité accrue entre les diverses destinations et, de ce fait, la nécessité de se différencier. Alors que les divers pays du monde se font concurrence afin d'attirer la prochaine génération de voyageurs internationaux – qui dépenseront davantage, mais qui seront aussi plus exigeants –, il importe pour nous d'évaluer les façons d'améliorer notre

accessibilité et notre compétitivité tout en répondant aux attentes des visiteurs. Malgré de récentes politiques plus favorables, une hausse du nombre de visiteurs et une excellente couverture médiatique, le Canada demeure sur une pente descendante au niveau mondial en termes de compétitivité des coûts. La capacité pour les entreprises d'opérer à pleine capacité, le coût élevé du transport aérien et la difficulté d'inciter davantage de Canadiens à travailler dans le secteur touristique sont autant de facteurs qui affectent l'industrie.

Or, la période de croissance que nous connaissons actuellement devrait s'avérer une occasion idéale pour l'industrie et le gouvernement de faire équipe afin de revoir les politiques actuelles, dans le but de favoriser une plus grande compétitivité du Canada et de générer de nouvelles opportunités dans ce qui se veut actuellement le secteur d'activité connaissant la plus forte croissance au monde.