Assemblée locale sur le tourisme virtuelle

Nunavut | 14 mai 2021

CANADA LE CŒUR GRAND OUVERT

Canada

DESTINATION CANADA

À propos de Destination Canada

Nos objectifs :

- Veiller à la prospérité de l’industrie canadienne du tourisme;
- Faire la promotion du Canada comme destination touristique;
- Soutenir la coopération entre le secteur privé et tous les ordres de gouvernement au Canada;
- Fournir des données pertinentes sur le plan commercial au secteur privé et au gouvernement.

Nous ne sommes pas un organisme de financement.

DESTINATION CANADA

TIAC AITC

TRAVEL NUNAVUT
ᐊᐅᓚᓐᓇᐅᑦ ᓄᓇᕗᑦ

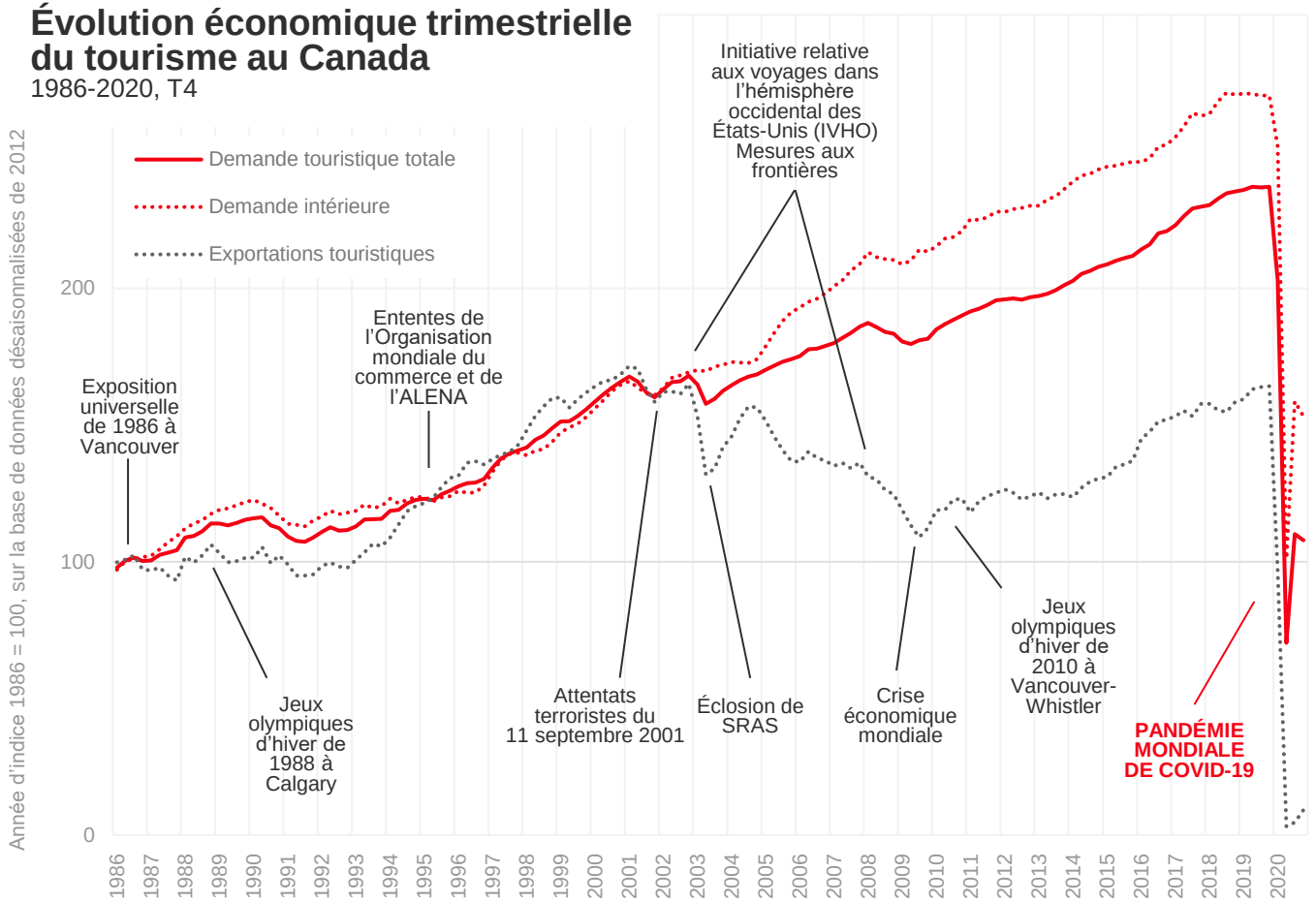
Travel Nunavut Industry Association
Association de l'industrie du voyage du Nunavut
Aulaqniq Nunavut Nanminiqaqtunut Katimayiingit
ᐊᐅᓚᖅᓂᖅᓂᓐᓂᒃ ᓄᓇᕗᒻᒥ ᑲᑎᕐᕕᖏᓐᓂᒃ

Iqaluit, Nunavut

Les pertes en 2020 dans le secteur du tourisme du Canada sont les pires jamais enregistrées

Évolution économique trimestrielle du tourisme au Canada

1986-2020, T4



Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, T4 de 2020

Survivre
Rétablir
Prospérer
Cochon Dingue, Québec, Québec

60 M$ pour soutenir les villes et les régions

30 M$
Investissement de 30 M$ par DC

+

30 M$
Investissement d'une somme équivalente par les provinces et les territoires

DESTINATION CANADA

NUNAVUT

Yukon
LARGER THAN LIFE

SPECTACULAR NORTHWEST TERRITORIES

Prince Edward Island
CANADA

DESTINATION BRITISH COLUMBIA

Travel Alberta
Canada

TOURISM Saskatchewan
CANADA

Manitoba
CANADA'S HEART BEATS

ONTARIO
CANADA

bonjour québec

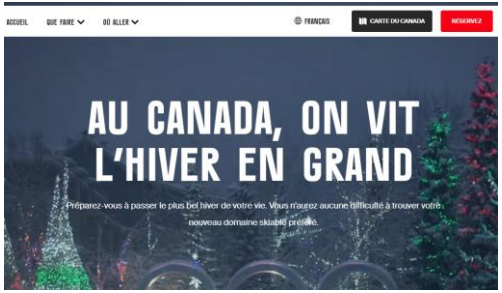
New Brunswick / Nouveau Brunswick
CANADA

TOURISM NOVA SCOTIA

Newfoundland Labrador

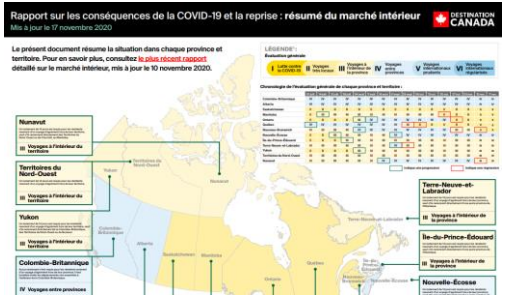
CANADA

Plus de 18 M$ investis dans d’autres initiatives nationales



Grands partenariats médiatiques

Partenariat avec l’Association touristique autochtone du Canada



Recherche sur l’industrie (plus de 200 rapports jusqu’à maintenant)

Relations avec les médias

Stratégie pour les événements d’affaires

RVC+ 2021

Soutien financier pour Rendez-vous Canada+

Le soutien du gouvernement au tourisme est de grande portée

- Un milliard de dollars en soutien propre au tourisme dans le budget fédéral 2021
- Programme de crédit pour les secteurs très touchés (PCSTT)
- Subvention salariale d’urgence du Canada (SSUC)
- Fonds d’aide et de relance régionale (25 % affecté au tourisme : 500 M$)
- Compte d’urgence pour les entreprises canadiennes (CUEC)
- Subvention d’urgence du Canada pour le loyer (SUCL)
- Programme de crédit aux entreprises (PCE)
- Ministère du Patrimoine canadien et Conseil des arts du Canada (185 M$)
- Crédit d’urgence pour les grands employeurs (CUGE)
- Prolongation du programme de Travail partagé

De l’espoir et des inquiétudes

- Les Canadiens font des recherches sur les voyages
- La vaccination a commencé
- Le secteur mondial des événements d’affaires voit une hausse de l’activité et de la confiance

- La confiance dans les voyages demeure faible

Les recettes du secteur du tourisme proviendront d'abord du marché canadien

En dépensant leur budget de tourisme au Canada, les Canadiens peuvent jouer un rôle crucial dans :

- le renforcement des entreprises
- la création d'emplois
- le soutien des communautés

L’évolution des messages à mesure que les restrictions s’assouplissent

2021 **2022**

PHASE 1 — Influencer

Le tourisme contribue à la qualité de vie des Canadiens. On demande aux Canadiens de voyager au Canada une fois les restrictions assouplies.

PHASE 2 — Inspirer et renforcer la confiance

Où irez-vous en premier? Tout est prêt! (investissements de l’industrie dans de nouveaux protocoles d’hygiène).

PHASE 3 — Conversion – Voyageurs hâtifs

Réservez maintenant.

- Restrictions sévères sur les voyages
- Assouplissement des restrictions pour les voyages intraprovinciaux
- Assouplissement des restrictions pour les voyages interprovinciaux
- Assouplissement des restrictions pour les voyages à destination et en provenance du Canada

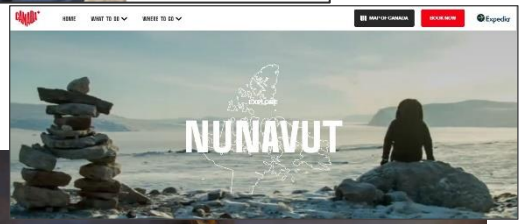
PHASE 4 — Conversion et recommandation relative au CVA

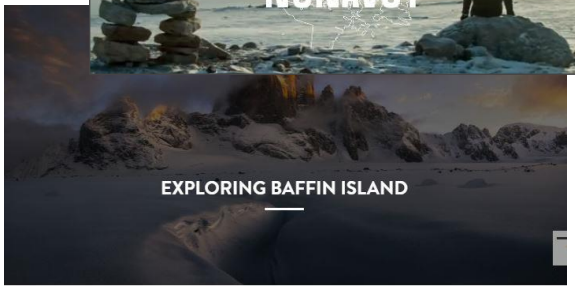
Explorez maintenant. Faites circuler vos expériences de voyage.

PHASE 5 — Conversion – Voyageurs tardifs

C’est le meilleur moment pour visiter le Canada.

Marché intérieur : présenter la valeur du tourisme et inspirer de futurs voyages





Faites la connaissance de Bernice et Justin

Bernice et Justin Clarke son propriétaires de Uasau Soap, à Iqaluit, au Nunavut.

« Le Nunavut, ce sera toujours chez moi. Le tatouage que je porte sur mon menton reflète qui je suis et témoigne de mon amour et de ma fierté pour la culture inuite.

Mon entreprise de fabrication de savon, Uasau, me permet de me rapprocher de gens qui sont très loin et de partager mon amour pour Nuna (terme inuit qui désigne les terres inuites authentiques) avec eux, soit la terre, la mer, le ciel et les souvenirs que je garde. Il y a 100 ans, la baleine boréale est disparue de nos eaux. Aujourd'hui, l'huile de baleine boréale que nous utilisons dans nos savons, c'est comme de l'or liquide. Elle a des propriétés de guérison.

Il y a des gens de partout sur la planète qui en apprennent davantage sur le Grand Nord et qui veulent faire partie des beaux changements auxquels nous assistons ici. Ils veulent écouter notre histoire, qui est plus vieille que celle du Canada. Quand les visiteurs reviendront, je leur montrerai les environs, je partagerai ma culture et ils comprendront à quel point elle est puissante. C'est le temps qu'on prenne notre place. »

explorezsansfin • Abonné(e)
Nunavut

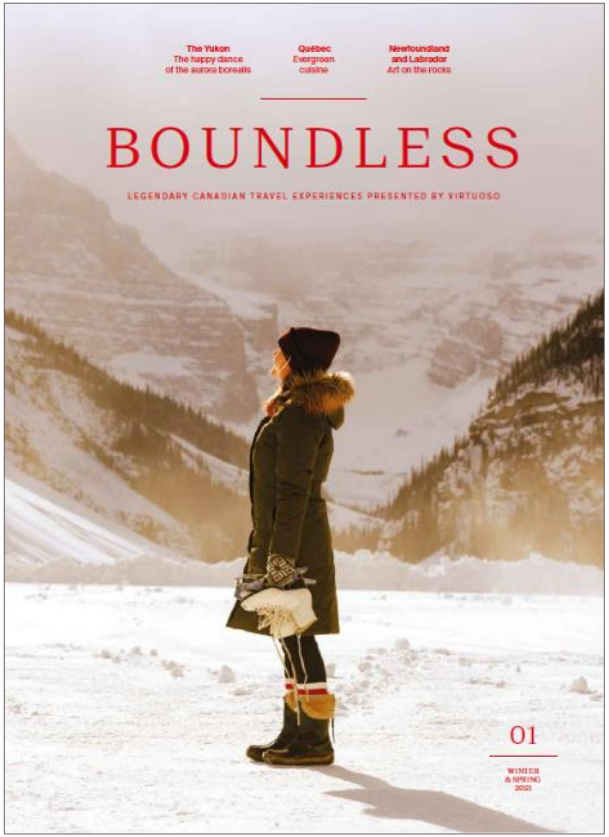
explorezsansfin
Découvrez les gens qui font battre le cœur de notre pays.

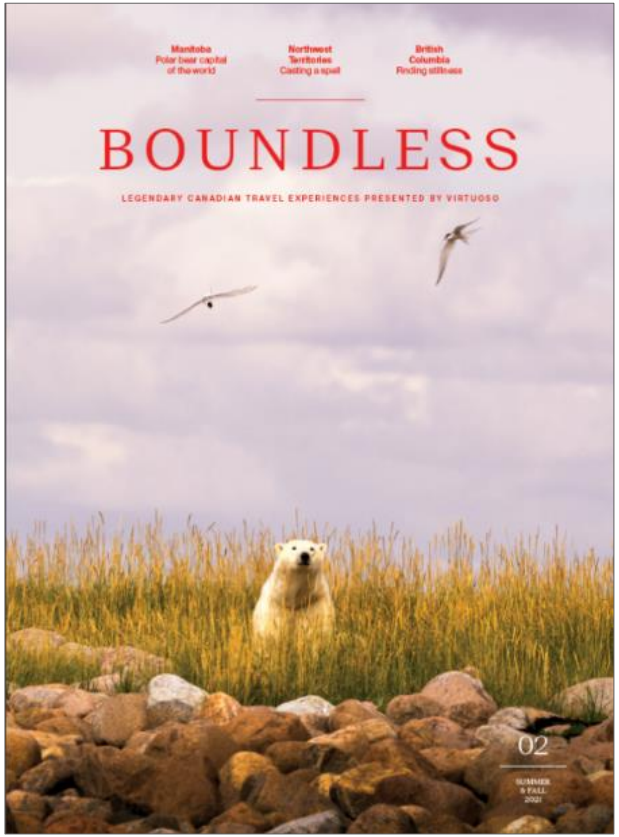
Faites la connaissance de Bernice et Justin Clarke de @uasau_soap au Nunavut. C'est l'un des nombreux visages des communautés qui nous font vibrer et font battre le cœur du pays.

Le Nunavut, ce sera toujours chez moi. Le tatouage que je porte sur mon menton reflète qui je suis et témoigne de mon amour et de ma fierté pour la culture inuite.

Mon entreprise de fabrication de savon, Uasau, me permet de me

Marché international : garder le Canada à l'avant-plan





Une nouvelle étoile du Nord

- Aspirer à améliorer la qualité de vie des **Canadiens** et à enrichir la vie des **visiteurs.**

- Ensemble, nous faisons **rayonner la culture canadienne** et **construisons des économies régénératrices** locales.

Territoires du Nord-Ouest

© Angela Gzowski

Restez informés

DestinationCanada.com

www.destinationcanada.com/abonnement

@DestinationCAFR (compte institutionnel)

@Explorezsansfin (pour les consommateurs)

@Canadameetings (événements d’affaires)

CANADA

LE CŒUR
GRAND
OUVERT

DESTINATION
CANADA