

Mémoire pour les consultations prébudgétaires en prévision du prochain budget fédéral

Par : L'Association de l'industrie touristique du Canada

Appuyé par l'ensemble des 13 associations provinciales et territoriales
de l'industrie touristique du Canada



- **Recommandation 1 :** Que le gouvernement apporte un soutien financier limité et nuancé aux entreprises touristiques et événementielles dont les pertes de revenus de septembre 2021 à mai 2022 sont supérieures à 40 %.
- **Recommandation 2 :** Offrir une mesure fiscale d'incitation aux Canadiens pour l'exercice de 2022-2023 afin qu'ils voyagent localement ou au Canada, faire des investissements pour rétablir la confiance des consommateurs.
- **Recommandation 3 :** En consultation avec RH Tourisme Canada, effectuer un examen complet de tous les programmes actuels d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) afin de cerner les possibilités et d'harmoniser les politiques qui fonctionneront pour le tourisme, et de créer un parcours d'immigration précis pour le secteur.
- **Recommandation 4 :** Élaborer une stratégie pancanadienne globale pour la main-d'œuvre du secteur touristique qui soit complémentaire aux nouveaux investissements en marketing et aux autres efforts de relance.

Lorsque la pandémie a frappé, l'industrie touristique a été la première touchée, la plus durement touchée, et elle sera la dernière à se rétablir.

Avant la crise de la COVID-19, le tourisme était l'une des industries à la croissance la plus rapide au monde. En tant que cinquième industrie en importance au Canada, le tourisme contribuait au PIB à hauteur de 105 milliards de dollars, fournissait 1 emploi canadien sur 10 et rassemblait 225 000 petites et moyennes entreprises dans tout le pays.

Les conséquences de la COVID-19 sur l'économie du tourisme ont été plus dévastatrices que celles du SRAS, de la crise économique de 2008 et du 11 septembre réunis.

Au cours de la dernière année, l'industrie a connu un déclin sans précédent :

- Chute de 85 % des voyageurs entrants
- Baisse de 95 % des recettes des compagnies aériennes
- Baisse de 95 % du trafic des transports terrestres (train et autocar)
- Baisse de 80 % des revenus du secteur de l'hébergement
- Plus de 500 000 emplois perdus dans l'industrie
- Aucun congrès, salon professionnel, réunion, festival, exposition ou événement majeur en personne n'a lieu au Canada
- Aucune croisière pendant deux ans; des conséquences dévastatrices sur la chaîne d'approvisionnement

Depuis 2020, l'industrie touristique préconise un soutien sectoriel. Dans de nombreux cas, les entreprises de l'industrie sont saisonnières, leurs revenus sont générés selon des calendriers différents, leur main-d'œuvre est saisonnière, leur ratio du service de la dette est plus élevé que celui de la plupart des autres industries et elles sont incapables de passer aux services en

ligne. En raison de ces facteurs, de nombreuses entreprises et organisations touristiques ont été laissées pour compte et n'ont pas eu accès aux programmes de soutien fédéraux.

L'une des principales leçons tirées au cours des 17 derniers mois est que les exploitants d'entreprises touristiques autochtones ont été laissés pour compte de manière disproportionnée dans le cadre des mesures d'aide gouvernementales. Pour protéger les entreprises viables de ce nouveau secteur, il est essentiel de prendre en compte la dimension autochtone dans toutes les mesures de relance. Certaines de ces entreprises sont situées dans des réserves et peuvent donc ne pas avoir de numéro de l'Agence du revenu du Canada en raison de leur statut fiscal. Par conséquent, il est très difficile pour les propriétaires d'entreprises touristiques autochtones de bénéficier des mesures de soutien gouvernementales telles que les programmes de subventions salariales et d'aide au loyer.

L'industrie touristique s'est réjouie d'avoir été mentionnée à plusieurs reprises dans le budget fédéral du printemps 2021. L'enveloppe de 1 milliard de dollars du gouvernement pour soutenir le tourisme est un pas dans la bonne direction qui reconnaît la valeur et la contribution de l'économie du tourisme et le soutien nécessaire pour que l'industrie puisse survivre jusqu'à la reprise des activités. Toutefois, à l'avenir, l'industrie a besoin d'un soutien continu, adapté et sectoriel.

Recommandation 1 : Que le gouvernement apporte un soutien financier limité et nuancé aux entreprises touristiques et événementielles dont les pertes de revenus de septembre 2021 à mai 2022 sont supérieures à 40 %.

L'industrie touristique canadienne félicite le gouvernement d'avoir agi rapidement et de façon globale en mettant en œuvre un certain nombre de programmes de soutien tout au long de cette période. Toutefois, l'industrie continue de préconiser des programmes sectoriels visant expressément les entreprises les plus durement touchées.

Avec la diminution des cas de COVID-19 et l'augmentation du taux de vaccination, les entreprises touristiques se réjouissent de la reprise des activités. Malheureusement, avec des plans de réouverture fragmentés et imprévisibles dans l'ensemble du pays, les entreprises et organisations touristiques ont besoin de soutien au-delà des prochains mois. Elles sont sans revenus depuis plus de 16 mois – pour de nombreuses entreprises estivales, cela fait plus de 20 mois. De plus, le soutien qu'elles ont reçu du gouvernement, qui a permis à beaucoup de se maintenir à flot, est fonction de la dette. L'industrie ne peut pas s'endetter davantage.

Alors que l'on a l'impression que l'ensemble de l'industrie touristique est de nouveau sur les rails, ce n'est pas le cas. Cet été ne suffira pas pour récupérer les pertes et encore moins pour survivre à l'hiver prochain.

La Subvention salariale d'urgence du Canada et la Subvention d'urgence du Canada pour le loyer constituent une bouée de sauvetage pour de nombreuses entreprises du pays, notamment celles qui sont les plus durement touchées. Bien que nous nous réjouissons de la prolongation des programmes de soutien jusqu'en octobre, les entreprises touristiques auront encore besoin de ce soutien vital à l'automne, particulièrement avec la baisse du taux de ces soutiens à partir de juillet 2021. Même avec les récentes annonces à la frontière et l'assouplissement des restrictions, nous nous préparons à avoir un été très peu fructueux.

Le nouveau programme d'embauche pour la relance économique du Canada se veut une continuité de la Subvention salariale d'urgence du Canada; toutefois, après l'analyse des données, nous avons conclu que le calendrier et les niveaux de soutien ne conviennent pas à l'industrie touristique, d'autant plus que la majorité de l'industrie ne connaîtra pas de reprise avant le printemps 2022, au plus tôt.

Les mesures de soutien et les liquidités demeurent des défis majeurs, en particulier pour les grands exploitants qui n'ont pas été en mesure d'accéder à l'aide gouvernementale. Bien que certains programmes aient aidé, il est encore nécessaire d'ajuster davantage les mesures de

soutien telles que le Programme de crédit pour les secteurs durement touchés pour donner accès à des fonds plus élevés tout en offrant de meilleures conditions pour aider des secteurs tels que les hôtels et les fournisseurs de services de transport.

Il est également nécessaire d'élaborer une stratégie pour résoudre le problème de l'assurance. L'assurance est une dépense à coût fixe qui est montée en flèche sans que les exploitants de l'industrie touristique y trouvent leur compte.

Sans des mesures de soutien adaptées, nous assisterons à une nouvelle dévastation de cette industrie de 105 milliards de dollars, de sa main-d'œuvre et des 225 000 petites et moyennes entreprises canadiennes qui la composent.

Recommandation 2 : Offrir une mesure fiscale d'incitation aux Canadiens pour l'exercice de 2022-2023 afin qu'ils voyagent localement ou au Canada.

La **confiance des consommateurs** sera un élément fondamental de la reprise. Les dirigeants fédéraux doivent tenir un discours et des messages positifs concernant les voyages et encourager la population canadienne à voyager et à dépenser au pays pour soutenir et relancer le tourisme.

Les entreprises touristiques sont prêtes à offrir des expériences et à fournir des services en respectant tous les protocoles de santé et de sécurité nécessaires. Nous devons présenter le Canada comme une destination sûre pour les voyageurs.

On prévoit que le rétablissement complet de l'industrie touristique prendra des années, mais une augmentation importante du tourisme national peut accélérer le rétablissement d'un an. Il est essentiel de maintenir le financement de Destination Canada pour que le Canada reste au premier plan. Les incitatifs fiscaux doivent demeurer en place jusqu'à ce que l'économie touristique retrouve des niveaux de rendement semblables à ceux d'avant la pandémie.

Par ailleurs, le secteur des réunions et événements d'affaires est un acteur clé de la stratégie visant à renforcer la confiance des consommateurs canadiens. Au Canada, les voyageurs d'affaires dépensent quatre fois plus que les voyageurs d'agrément. Le secteur a des retombées directes de 19,3 milliards de dollars sur le PIB et soutient 229 000 emplois directs. Les réunions, les expositions et les congrès sont planifiés – souvent des années à l'avance. Nous devons veiller à ce que le Canada soit perçu comme un choix attrayant pour les réunions, les expositions et les congrès d'affaires. Le rendement de ce secteur au cours des prochaines années dictera aussi en grande partie la reprise de nos centres urbains, à mesure que les restrictions visant les rassemblements de grands groupes s'assoupliront et que les politiques de travail à domicile changeront.

Recommandation 3 : En consultation avec RH Tourisme Canada, effectuer un examen complet de tous les programmes actuels d’Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) afin de cerner les possibilités et d’harmoniser les politiques qui fonctionneront pour le tourisme, et de créer un parcours d’immigration précis pour le secteur.

Recommandation 4 : Élaborer une stratégie pancanadienne globale pour la main-d’œuvre du secteur touristique qui soit complémentaire aux nouveaux investissements en marketing et aux autres efforts de relance.

La COVID-19 a provoqué d’importantes perturbations sur le marché de l’emploi dans l’industrie touristique, bien plus que dans l’économie en général – et a eu des conséquences disproportionnées sur les jeunes et les populations minoritaires. En moyenne, le taux de chômage dans l’industrie touristique est presque le double de celui de l’économie en général. Avant la pandémie, l’industrie touristique employait plus de 2 millions de personnes. Depuis le début de la COVID-19, elle a perdu plus d’un demi-million d’emplois.

Des recherches menées par RH Tourisme Canada montrent que de nombreux travailleurs ne prévoient pas de retourner travailler dans l’industrie touristique une fois que les activités reprendront. Cette situation entraîne l’une des plus grandes pénuries de main-d’œuvre jamais vues par l’industrie touristique du Canada et nuit à la reprise. La COVID-19 a accentué et accéléré les problèmes systémiques et les obstacles à l’emploi dans cette industrie.

Le tourisme joue un rôle clé dans le soutien aux petites entreprises et la création d’emplois. Au Canada, 1 emploi sur 10 est lié au tourisme, ce qui représente près de 2 millions d’emplois dans l’ensemble du pays. Les emplois liés au tourisme existent dans toutes les régions du Canada, et l’industrie emploie des Canadiens dans chaque province, territoire et circonscription électorale. Les collectivités et les petites entreprises comptent sur le tourisme pour créer des emplois et améliorer la qualité de vie globale des Canadiens. La reprise de l’industrie touristique est

essentielle à la reprise globale de l'économie, et elle ne sera possible qu'avec une stratégie globale de réintégration de la main-d'œuvre dans l'industrie touristique.

Les conséquences économiques et sociales d'une reprise inégale et lente auront des répercussions excessives sur le tourisme – avec un sous-emploi plus persistant chez les travailleurs vulnérables. Pendant l'hiver, seuls 5,9 % des entreprises touristiques ont pu ouvrir pleinement leurs portes sans aucune restriction de fonctionnement. La plupart des entreprises ont été visées par des restrictions plus strictes, et 62,5 % ont déclaré avoir été contraintes de licencier du personnel en raison de ces restrictions.

Plus de la moitié des entreprises touristiques se sont endettées pour survivre, et les trois quarts ont gardé le personnel de base (même si cela a entraîné des pertes financières) pour poursuivre leurs activités. Parmi les entreprises qui se sont endettées, la plupart craignent que cela n'entrave leur capacité à se remettre de la crise.

La reprise du tourisme se fera à des rythmes différents. Les industries touristiques telles que les restaurants et les installations de loisirs dont une grande partie de la clientèle est locale seront en mesure de se rétablir plus tôt que celles qui dépendent des touristes nationaux. Les entreprises qui dépendent fortement des touristes étrangers attendront plus longtemps avant que les activités ne reprennent.

Un programme visant à encourager la mobilité interprovinciale/territoriale de la main-d'œuvre dans l'industrie touristique aiderait à cerner et à éliminer les obstacles interprovinciaux/territoriaux auxquels se heurtent les Canadiens qui souhaitent vivre et travailler dans d'autres régions du pays.

De nombreuses mesures de soutien prometteuses ont été proposées dans le budget de 2021 pour contribuer aux efforts de redressement de la main-d'œuvre dans l'industrie touristique. Pour accéder à ces initiatives et les utiliser, il faudra adopter une approche ciblée et

multisectorielle pour défendre les intérêts de l'industrie et faire en sorte que les ressources appropriées soient affectées aux emplois dans l'industrie touristique. Le Programme d'embauche pour la relance économique du Canada était une initiative bien accueillie en raison de la diminution imminente du soutien offert par la Subvention salariale d'urgence du Canada et la Subvention d'urgence du Canada pour le loyer. Cependant, après une analyse approfondie, ce programme a peu de chances de fonctionner pour l'industrie touristique en raison du moment choisi et de l'ampleur inadéquate de la subvention, qui n'est tout simplement pas suffisante pour les entreprises à court d'argent. Il ne peut pas non plus être utilisé pour rappeler les travailleurs mis à pied, qui constituent la principale ressource que les entreprises espèrent retrouver lorsqu'elles intensifient leurs activités.

RH Tourisme Canada recommande que les stratégies prioritaires pour rétablir la main-d'œuvre dans l'industrie touristique canadienne appartiennent aux quatre catégories suivantes :

- **Approvisionnement** : Donner la priorité au redéploiement et au réemploi est essentiel à la reprise de l'économie touristique.
- **Compétences** : Formation, recyclage, perfectionnement – de nouvelles compétences sont nécessaires pour que l'industrie touristique soit compétitive à l'échelle mondiale et résiliente. L'industrie touristique s'appuiera fortement sur l'apprentissage en ligne accessible qui permet aux demandeurs d'emploi et aux travailleurs d'obtenir des micros-titres de compétences et des produits d'apprentissage sur mesure.
- **Perspective** : Les informations en temps réel sur le marché du travail et la capacité de les synthétiser, de les analyser et de prendre des décisions éclairées sont cruciales à cette étape.
- **Stratégie** : La main-d'œuvre dans l'industrie touristique repose sur des modèles communautaires qui doivent comporter une collaboration entre les employeurs, les gouvernements, les travailleurs, les fournisseurs de services d'éducation et divers services de soutien.

L'économie touristique est une source importante d'emplois pour les nouveaux arrivants au Canada. Par conséquent, l'AITC continue de travailler avec [RH Tourisme Canada](#) et en consultation avec l'industrie et le gouvernement pour élaborer une stratégie globale en matière d'immigration adaptée au tourisme. L'examen à venir des politiques relatives aux travailleurs étrangers temporaires ne prend pas en compte les aspects pratiques de la façon dont le programme soutient les objectifs économiques du Canada. L'examen des politiques semble se concentrer sur les abus du programme et non sur les besoins opérationnels légitimes de la majorité des employeurs qui respectent systématiquement les exigences du programme.

Nous devons privilégier une stratégie pancanadienne en matière de main-d'œuvre qui soit harmonisée avec les efforts de marketing et les autres activités de redressement afin de rétablir la réputation de l'industrie touristique en tant que choix de carrière attrayant, tout en améliorant le sentiment général de la contribution du tourisme aux collectivités de tout le pays.