

Présentation de la Table ronde nationale sur le tourisme et les voyages au  
Comité permanent des finances de la Chambre des communes

Consultations pré-budgétaires 2011

Le 9 août 2011



## Sommaire exécutif

La Table ronde nationale sur le tourisme et les voyages (TRNTV) réunit diverses associations des industries du tourisme et des voyages au Canada et ailleurs en Amérique du Nord.

Le secteur touristique injecte quelque 74 milliards \$ à l'économie canadienne et génère 617 300 emplois pour les Canadiens. En 2010, le tourisme a contribué la somme de 29,5 milliards \$ au PIB du pays, tout en permettant au gouvernement de générer 9,4 milliards \$ en impôts et autres taxes. Ce secteur d'activité, qui a connu un taux de croissance de 6,5 % au cours de la dernière année, joue un rôle important dans la reprise économique au Canada.

## Recommandations

### 1. Financement de la Commission canadienne du tourisme

La TRNTV recommande au gouvernement de revoir le modèle de financement de la Commission canadienne du tourisme, l'objectif étant de lui assurer une base à la fois stable et concurrentielle pour promouvoir le Canada sur les marchés internationaux. Le fait de mettre en place des avenues d'investissement dans une série de projets spéciaux développés de façon stratégique se traduit pour le gouvernement canadien par autant d'opportunités de générer des revenus additionnels provenant du tourisme, revenus qui stimuleront l'économie du pays et généreront des emplois pour les Canadiens.

### 2. Structure de coûts dans le secteur de l'aviation

La TRNTV recommande au gouvernement fédéral de procéder à un examen exhaustif de la structure de coûts dans le secteur de l'aviation au Canada, dans une perspective de mettre en place un cadre fiscal et réglementaire permettant à nos secteurs du tourisme et des voyages d'être concurrentiels avec le reste du globe.

### 3. Soutien financier accordé aux festivals et événements

La TRNTV recommande au gouvernement fédéral de rétablir ses investissements consacrés aux opportunités de développement économique que représentent pour le Canada nos principaux festivals et événements, et ce, en mettant sur pied un programme de financement permanent administré par Industrie Canada.

## Notre profil

La Table ronde nationale sur le tourisme et les voyages (TRNTV) réunit diverses associations des industries du tourisme et des voyages au Canada et ailleurs en Amérique du Nord.

Le tourisme et les voyages comptant parmi les secteurs économiques et stratégiques les plus importants au Canada, la TRNTV s'est donnée pour mission de promouvoir la mise en place de politiques publiques novatrices, permettant d'accroître la compétitivité des industries canadiennes du tourisme et des voyages sur l'échiquier mondial, et contribuant ainsi au positionnement du pays en tant que joueur d'importance dans le marché mondial de ces industries.

La vision de la TRNTV est que, d'ici 2020, le Canada sera de nouveau parvenu à se classer parmi les dix principales destinations mondiales, tel que déterminé en fonction des arrivées internationales.

## Impact économique du tourisme

Le secteur touristique injecte quelque 74 milliards \$ à l'économie canadienne et génère 617 300 emplois pour les Canadiens. En 2010, le tourisme a contribué la somme de 29,5 milliards \$ au PIB du pays, tout en permettant au gouvernement de générer 9,4 milliards \$ en impôts et autres taxes. Ce secteur d'activité, qui a connu un taux de croissance de 6,5 % au cours de la dernière année, joue un rôle important dans la reprise économique au Canada.

Le tourisme international constitue l'une des industries qui connaissent la croissance la plus significative de par le monde. En tant que secteur d'activité qui s'inscrit dans la catégorie du commerce mondial, le tourisme international génère

actuellement plus de 1 trillion \$ US annuellement en revenus d'exportation, se classant au 4e rang derrière les industries pétrolières, chimiques et automobiles.

La croissance à long terme et le degré de compétitivité de l'industrie touristique canadienne sont principalement attribuables au nombre de visiteurs internationaux. En 2010, quelque 15,9 millions de ces visiteurs ont généré au Canada 14,8 milliards \$ en termes de revenus d'exportation. Ce nombre se traduit par une hausse de 5,2 % par rapport aux données de 2009, et reflète une croissance observée dans tous les principaux marchés outremer à l'exception du Mexique. Une baisse du nombre de visiteurs en provenance de ce pays a en effet été constatée, phénomène attribuable aux restrictions imposées en 2009 en ce qui a trait à l'émission de visas.

## Priorités du secteur touristique en prévision du budget 2012

### 1. Financement de la Commission canadienne du tourisme

La Commission canadienne du tourisme (CCT) a pour rôle la promotion du Canada à l'échelle du globe. L'organisme cherche à se tailler une part d'un marché touristique international qui atteint quotidiennement 3 milliards \$.

Le financement principal de la CCT a connu une baisse annuelle quasi systématique au cours de la dernière décennie. Les sommes qui lui sont octroyées se situent actuellement à 72 millions \$ pour l'année 2011-2012, soit 27 % de moins que le niveau qu'elles atteignaient en 2001. À titre de comparaison, le nouvel organisme de promotion mis sur pied aux États-Unis bénéficiera d'un budget évalué à 200 millions \$. Plusieurs autres pays consacrent des sommes importantes aux organismes nationaux de promotion touristique. Résultat : le Canada se classe désormais en 20e place au classement mondial en ce qui a trait au financement des organismes nationaux de promotion touristique.

Opérant dans un marché mondial des plus concurrentiels, le Canada ne peut espérer atteindre ses objectifs en ne se fiant qu'à ses sources de financement actuelles et ses attraits naturels. Des efforts de promotion visant à accroître notre compétitivité mondiale et solidifier la marque canadienne en tant que destination à privilégier sont requis, si l'on tient à maximiser les retombées économiques potentielles du tourisme international.

### Recommandation

La TRNTV recommande au gouvernement de revoir le modèle de financement de la Commission canadienne du tourisme, l'objectif étant de lui assurer une base à la fois stable et compétitive pour promouvoir le Canada sur les marchés internationaux. Les projets spéciaux suivants, développés de façon stratégique, se traduisent pour le gouvernement canadien par autant d'opportunités de générer des revenus additionnels provenant du tourisme, revenus qui stimuleront l'économie du pays et généreront des emplois pour les Canadiens.

Opportunité	Description	Investissement recommandé
Le statut du Canada en tant que destination approuvée par la Chine	Investissement afin d'accroître les efforts promotionnels s'adressant directement au consommateur, dans la foulée de l'entente visant le statut de destination approuvée (SDA) du Canada conclue avec la Chine en 2010.	5 millions \$
Réinstaurer la publicité s'adressant directement au consommateur au Japon	Investissement visant à permettre à la CCT de réintégrer le marché japonais, en misant sur les avenues promotionnelles s'adressant directement au consommateur, chose qui fut abolie suite à l'examen stratégique.	2 millions \$
Initiatives promotionnelles à l'échelle du globe	Conjuguer les ressources et créer un partenariat avec un chef de file mondial en matière de promotion, afin d'accroître la notoriété du Canada en tant que destination touristique à privilégier.	6 millions \$
Marchés européens de second rang	Miser sur le nouveau modèle d'affaires simplifié de la CCT afin de pénétrer les marchés européens de second rang.	5 millions \$
Programmes promotionnels visant à favoriser le transport aérien vers le Grand Nord canadien	Soutenir les programmes visant à générer une demande pour le tourisme dans les territoires du Nord canadien.	2 millions \$
<b>TOTAL :</b>		<b>20 millions \$</b>

## **2. Structure de coûts dans le secteur de l'aviation**

Selon un récent sondage sur les intentions de voyage des Canadiens, 21 % des voyageurs d'agrément canadiens se sont rendus aux États-Unis par transport terrestre l'an dernier, afin de pouvoir bénéficier de billets d'avion plus abordables aux fins de voyages à même ce pays ou ailleurs dans le monde. Une telle "fuite" se traduit par des millions de voyageurs Canadiens ayant calculé qu'il leur revenait plus cher de se procurer un billet d'avion au Canada, que de se rendre en auto aux États-Unis et effectuer leur départ à partir d'aéroports à Buffalo, Détroit, Plattsburgh ou encore Bellingham.

Cette tendance s'explique par un cumul de taxes et autres frais imposés au secteur aérien. Un tel fardeau en vient à nuire à notre compétitivité, en haussant le prix des billets d'avion pour les vols à même le Canada comme ceux à destination du pays. Les loyers des aéroports, le droit pour la sécurité des passagers du transport aérien (DSPTA), les frais d'améliorations aéroportuaires, les droits de navigation versés à NAV CANADA, les versements aux municipalités ainsi que les taxes sur le carburant sont tous comptabilisés dans le coût final du billet. Ces sommes destinées au financement des infrastructures, autant que les politiques de l'utilisateur-payeur imposées par le gouvernement canadien, viennent ajouter quelque 160 \$ au coût d'un voyage outremer à destination du Canada, comparativement aux États-Unis où le secteur de l'aviation évolue dans un cadre qui lui est davantage favorable. La structure de coûts du secteur canadien de l'aviation se classe 125e en termes de compétitivité internationale, selon le Forum économique mondial.

Le Canada constitue une destination pour les vols en provenance de l'étranger. Il s'avère donc vital, pour attirer les visiteurs, que le prix de nos billets d'avion soit concurrentiel. Le coût d'un vol à destination du Canada doit se comparer ou être inférieur à celui d'autres destinations qui nous font concurrence. Si des millions de Canadiens préfèrent consacrer temps et efforts pour traverser la frontière canado-américaine en voiture afin de prendre l'avion aux États-Unis, les visiteurs potentiels ailleurs dans le monde préféreront quant à eux carrément éviter le Canada.

### **Recommandation**

La TRNTV recommande au gouvernement fédéral de procéder à un examen exhaustif de la structure de coûts dans le secteur de l'aviation au Canada, dans une perspective de mettre en place un cadre fiscal et réglementaire permettant à nos secteurs du tourisme et des voyages d'être concurrentiels avec le reste du globe.

## **3. Soutien financier accordé aux festivals et événements**

Les événements et festivals internationaux d'envergure constituent des moteurs économiques considérables, offrant aux voyageurs une programmation à la fois sophistiquée et attrayante. Des investissements dans ces événements génèrent des retombées positives pour d'autres secteurs tels le transport, l'hébergement, le tourisme réceptif et l'industrie touristique dans son ensemble.

Derrière la scène, les sites et la programmation se trouvent de véritables centres d'innovation, de créativité et d'affaires qui viennent enrichir la qualité de vie dans diverses communautés dynamiques où l'on aime vivre, travailler et s'amuser.

Une étude récente commandée par la *Canadian Festivals Coalition* révélait que les 15 plus importants festivals et événements canadiens attiraient annuellement quelque 12 600 000 visiteurs, en plus de contribuer la somme de 650 millions \$ au PIB de leur économie locale et de générer l'équivalent de 15 600 emplois annuels à temps plein d'un bout à l'autre du pays.

Les principaux festivals et événements canadiens comptent parmi les meilleurs au monde, et l'avantage concurrentiel du pays ne peut qu'être renforcé en établissant davantage de partenariats stratégiques avec le gouvernement.

### **Recommandation**

La TRNTV recommande au gouvernement fédéral de rétablir ses investissements consacrés aux opportunités de développement économique que représentent pour le Canada nos principaux festivals et événements, et ce, en mettant sur pied un programme de financement permanent administré par Industrie Canada. En tant que projet pilote, le Programme des manifestations touristiques de renom (PMTR) s'est avéré une occasion pour les administrateurs de festivals et événements, autant que pour les fonctionnaires du gouvernement, de mieux comprendre la culture corporative en place d'un côté comme de l'autre, et aussi d'établir des bases solides sur lesquelles s'appuieront les réussites futures.

Nous sommes d'avis que la mise sur pied d'un nouveau programme, où le gouvernement verserait une subvention égale aux sommes provenant de sources privées, viendrait catalyser la croissance de notre secteur d'activité, tout en générant des retombées positives pour les Canadiens. Le programme de financement idéal :

- Consacrerait annuellement la somme de 30 millions \$ aux principaux festivals et événements, montant qui serait réparti en fonction de critères économiques basés sur le mérite, et non de quotas et limites sur une base régionale.
- Allouerait annuellement la somme de 20 millions \$ aux festivals et événements régionaux émergents, montant qui serait réparti en fonction de critères économiques basés sur le mérite, et non de critères de nature régionale.
- Ferait équipe avec l'industrie afin de parfaire les processus d'application, de qualification et de versement en fonction du succès obtenu, des défis découlant du PMTR et des réalités opérationnelles propres à notre secteur d'activité.
- Tiendrait compte du financement de projets sur plusieurs années, afin de maximiser les occasions de développer de nouveaux produits et de générer un rendement de l'investissement.

Le PMTR s'est soldé par un immense succès. Les échéanciers furent établis dans la perspective d'accorder rapidement des fonds de stimulation alors que nous devons composer avec une inquiétante incertitude économique. Nous croyons que la mise sur pied d'un nouveau programme qui tiendra compte des cycles d'affaires et du processus décisionnel propres à notre secteur d'activité saura générer des résultats encore plus concluants.

Sincèrement,



David Goldstein  
Président-directeur-général  
Association de l'industrie touristique du Canada



Daniel-Robert Gooch  
Président  
Conseil des aéroports du Canada



Cyriel Kronenburg  
Directeur adjoint, frais aéroportuaires  
L'association international du transport aérien



George Petsikas  
Président  
Conseil national des lignes aériennes du Canada



Tony Pollard  
Président  
Association des hôtels du Canada