

Tourism Jasper

Réponses

1. Reprise économique et croissance

Compte tenu du climat d'austérité budgétaire actuel au sein du gouvernement fédéral et dans le monde, quelles mesures fédérales particulières estimez-vous nécessaires pour assurer la reprise économique et une plus forte croissance économique au Canada?

Tourisme Jasper appuie la stratégie du gouvernement visant la diversification de l'économie canadienne grâce à l'augmentation du commerce extérieur. L'industrie canadienne du tourisme constitue un élément important de cette stratégie et, si elle est soutenue efficacement, peut continuer de contribuer au maintien du recouvrement et à l'amélioration de la croissance de l'économie du Canada. En 2011, l'industrie canadienne du tourisme représentait 78,8 milliards de dollars et regroupait en grande partie de petites et de moyennes entreprises. Des entrepreneurs de toutes les régions aident l'industrie du tourisme à diversifier l'économie et à créer des emplois partout au pays. L'industrie génère 15 milliards de dollars en exportations chaque année et contribue de façon accrue à la renommée du Canada comme intervenant d'importance en matière de commerce international. Dans le discours du budget de 2012, le gouvernement a annoncé qu'il diversifierait les marchés d'exportation du Canada. Le tourisme est particulièrement bien placé dans le cadre de cette stratégie car le nombre de visiteurs du Brésil, de la Chine et de l'Inde – des marchés commerciaux prioritaires recensés par le gouvernement – ne cesse d'augmenter chaque année. Le climat actuel de restrictions financières fait en sorte que les gouvernements doivent procéder à des investissements judicieux. En dépit du ralentissement économique à l'échelle internationale, le marché du tourisme est en pleine expansion et devrait atteindre une valeur de 1 trillion de dollars en 2012. La croissance de ce marché a engendré d'énormes possibilités économiques. Malheureusement, alors que d'autres pays investissent énormément dans la commercialisation touristique, le financement de base de l'organisation nationale de commercialisation, la Commission canadienne du tourisme (CCT) ne cesse de diminuer chaque année. Une organisation nationale de commercialisation bien financée est essentielle car les recherches ont démontré que les voyageurs choisissent le Canada d'abord, puis décident de la province, de la région ou de la destination précise. Avec son financement actuel en matière de commercialisation de 72 millions de dollars (qui doit être réduit à 58 millions de dollars), le Canada ne sera pas en mesure de saisir les possibilités économiques à l'échelle internationale, alors que les États-Unis, le Mexique, l'Afrique du Sud, la Nouvelle-Zélande, la Suisse et l'Australie investiront davantage que le Canada cette année. Une recommandation pour le budget : Revoir le modèle de financement de la Commission canadienne du tourisme afin d'offrir un financement de base stable et concurrentiel pour commercialiser efficacement le Canada à l'échelle internationale. Tourisme Jasper se fera un plaisir de discuter de cette question et de répondre à toutes les questions devant le Comité des finances, cet automne.

2. Création d'emplois

Les entreprises canadiennes étant aux prises avec les pressions qu'exercent sur elles des facteurs comme l'incertitude relative à la reprise économique aux États-Unis, à la crise de la dette souveraine en Europe et à la concurrence livrée par un certain nombre de pays développés et en développement, quelles mesures particulières devraient, selon vous, être prises pour promouvoir la création d'emplois au Canada, notamment celle qui est attribuable à l'accroissement du commerce intérieur et international?

L'industrie du tourisme emploie plus de 600 000 Canadiens des quatre coins du pays – plus que tous les emplois créés par l'industrie du gaz et du pétrole. Ce moteur économique du secteur privé est présent dans toutes les régions, en toutes saisons et emploie des entrepreneurs, des experts en finance et en commercialisation, de jeunes Canadiens qui occupent des emplois à temps partiel et des travailleurs semi-retraités. Alors que d'autres secteurs de l'économie mondiale sont en difficulté, le marché mondial du tourisme explose. En 2011, 940 millions de personnes ont voyagé à l'étranger et ont dépensé 1 trillion de dollars – une augmentation de 3,9 % par rapport à l'année précédente, qui ne semble pas prêt de s'arrêter. Le tourisme est particulièrement bien placé pour profiter de périodes de boom économique dans les pays émergents, la croissance la plus importante des voyageurs étrangers se retrouvant en Chine, au Brésil et en Inde. La part du Canada de ce secteur d'exportation lucratif, cependant, continue de s'éroder. Les dépenses internationales au Canada se chiffraient à 15 milliards de dollars en 2011, à peine 1 % de plus que l'année précédente. La part à la baisse du Canada au chapitre du marché du tourisme international signifie que des emplois au pays liés au tourisme sont en péril. Le Canada a besoin d'une organisation nationale de commercialisation financée de façon compétitive pour profiter des possibilités économiques à l'échelle internationale. D'autres pays investissent de façon dynamique dans la commercialisation du tourisme pour profiter de ces occasions commerciales. En dépit des résultats probants de ses campagnes de commercialisation, la CCT ne peut tout simplement pas influencer sur la demande et sur la sensibilisation – et donc sur les emplois et la croissance économique – avec le niveau de financement qui est proposé. Recommandation du budget : Revoir le modèle de financement de la Commission canadienne du tourisme afin d'offrir un financement de base stable et concurrentiel pour commercialiser efficacement le Canada à l'échelle internationale. Tourisme Jasper se fera un plaisir de discuter de cette question et de répondre à toutes les questions devant le Comité des finances, cet automne.

3. Changement démographique

Quelles mesures spécifiques le gouvernement fédéral devrait-il prendre, selon vous, pour aider le pays à faire face aux conséquences du vieillissement de la population canadienne et des pénuries de main-d'œuvre?

L'impact économique de grande portée du tourisme fait en sorte que ce secteur est dans une position idéale pour relever les défis du marché que représente une population vieillissante. En plus de créer des emplois à tous les niveaux et partout au pays, le tourisme attire des visiteurs étrangers qui consomment des biens et des services et qui paient des taxes sur la valeur ajoutée – sans mettre de pression sur les programmes sociaux et d'autres initiatives du gouvernement. En 2010, les visiteurs étrangers représentaient environ 120 millions de nuits-personnes au Canada. Cela équivaut à ajouter environ 325 000 « super consommateurs » supplémentaires au sein de l'économie canadienne, soit la population de Windsor, en Ontario. Essentiellement, les dépenses liées au tourisme engendrent des revenus pour le gouvernement qui permettront d'appuyer les programmes offerts à la population vieillissante du pays. Le Canada a besoin d'une organisation nationale de commercialisation bénéficiaire d'un financement compétitif pour profiter de l'augmentation des possibilités sur le marché du tourisme international. Pourtant, alors que d'autres pays investissent massivement dans la commercialisation du tourisme, le financement de base de la CCT ne cesse de diminuer chaque année. Recommandation du

budget : Revoir le modèle de financement de la Commission canadienne du tourisme afin d'offrir un financement de base stable et concurrentiel pour commercialiser efficacement le Canada à l'échelle internationale. Tourisme Jasper se fera un plaisir de discuter de cette question et de répondre à toutes les questions devant le Comité des finances, cet automne.

4. Productivité

Compte tenu des difficultés que connaît le marché de l'emploi du fait, notamment, du vieillissement de la population et des efforts toujours consacrés aux mesures visant à accroître la compétitivité du pays, quelles initiatives fédérales particulières sont-elles nécessaires pour le renforcement de la productivité au Canada?

Le secteur du tourisme canadien a une grande portée et une grande diversité au niveau économique qui lui permet de contribuer à la productivité du pays tout en relevant les défis que présente le vieillissement de la population. Non seulement l'industrie touristique est l'un des principaux moteurs de création d'emplois au Canada, mais ces emplois se retrouvent dans toutes les régions, font appel à toutes les compétences et sont présents en toutes saisons. L'industrie offre également de grandes possibilités d'améliorer la productivité car le marché mondial du tourisme est en pleine expansion et devrait atteindre une valeur de 1 trillion de dollars en 2012. Toutefois, sans soutien en matière de commercialisation, l'industrie canadienne du tourisme aura de la difficulté à demeurer compétitive. De nombreux autres pays investissent massivement dans leurs organisations nationales de commercialisation touristique et profitent des avantages liés à l'augmentation des arrivées internationales. Par exemple, la nouvelle organisation de commercialisation des États-Unis, Brand U.S.A., bénéficiera d'un budget de 200 millions de dollars dont une grande partie sera affectée au marché canadien. Non seulement les États-Unis compétitionnent pour le marché étranger des voyages ciblé par le Canada, mais en ciblant les Canadiens, ils menacent également notre marché intérieur. L'industrie du tourisme a besoin d'une solide campagne nationale de commercialisation pour être compétitive. Une organisation nationale de commercialisation bien financée est essentielle car les recherches ont démontré que les voyageurs choisissent le Canada d'abord, puis décident de la province, de la région ou de la destination précise. Les campagnes de commercialisation de la CCT ont donné des résultats probants et pour aller de l'avant, il faut donner aux responsables de la commercialisation du tourisme l'argent nécessaire pour œuvrer dans un plus grand nombre de nos marchés étrangers des voyages à destination du Canada. Recommandation du budget : Revoir le modèle de financement de la Commission canadienne du tourisme afin d'offrir un financement de base stable et concurrentiel pour commercialiser efficacement le Canada à l'échelle internationale. Tourisme Jasper se fera un plaisir de discuter de cette question et de répondre à toutes les questions devant le Comité des finances, cet automne.

5. Autres défis

On sait que des particuliers, des entreprises et des communautés éprouvent des difficultés actuellement au Canada. Quels sont, selon vous, ceux qui éprouvent le plus de difficultés, quelles sont ces difficultés et quelles mesures fédérales sont-elles nécessaires pour remédier à ces difficultés?

Les entreprises de tourisme au Canada sont ralenties par les impôts et la paperasserie, ce qui diminue leur capacité de créer des emplois et d'attirer des investissements. En plus de créer des emplois partout au pays, l'industrie touristique a généré des revenus d'exportation de 15 milliards de dollars – en plus des 64 milliards de dollars en demande intérieure. En dépit de cette contribution importante à l'économie canadienne, les dépenses touristiques sont la seule exportation au Canada qui ne soit pas « détaxée » (exemptée) au niveau de la TPS. De plus, le Canada est le seul pays du G8 qui a une taxe à valeur ajoutée nationale qui ne prévoit pas un rabais partiel ou total pour les voyageurs internationaux. Même s'il est vrai que le tourisme, comme tous les secteurs, a bénéficié de la politique du

gouvernement visant la diminution de l'impôt fédéral des sociétés, à l'encontre d'autres secteurs d'exportation, le tourisme est assujéti annuellement à trois niveaux de taxes, de droits et de prélèvements : • Prélèvements et frais modérateurs pour l'aviation – 850 millions de dollars • TPS sur ces prélèvements et ces frais modérateurs – 90 millions de dollars • TPS sur les dépenses des visiteurs – 463 millions de dollars. En tant qu'industrie d'exportation d'importance du Canada, la TPS que les touristes paient est essentiellement une taxe d'exportation et Tourisme Jasper estime que le fait de taxer notre voie vers la prospérité ne constitue pas une bonne stratégie en matière de croissance économique. Pour diminuer le fardeau de ces taxes supplémentaires et de ces droits en matière d'exportation, le gouvernement devrait réinvestir dans l'industrie et financer la CCT afin de stimuler la croissance économique. L'industrie du tourisme a besoin d'une solide campagne nationale de commercialisation pour tirer pleinement partie des énormes possibilités que recèle le marché du tourisme international. Une organisation nationale de commercialisation bien financée est essentielle car les recherches ont démontré que les voyageurs choisissent le Canada d'abord, puis décident de la province, de la région ou de la destination précise. Recommandation du budget : Revoir le modèle de financement de la Commission canadienne du tourisme afin d'offrir un financement de base stable et concurrentiel pour commercialiser efficacement le Canada à l'échelle internationale. Tourisme Jasper se fera un plaisir de discuter de cette question et de répondre à toutes les questions devant le Comité des finances, cet automne.