

Objet : Présentation au Comité permanent des finances de la Chambre des communes dans le cadre des consultations prébudgétaires 2014

Sommaire

L'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) est heureuse de participer aux consultations nationales prébudgétaires 2014. Le plan 5 % de l'AITC vise à améliorer la compétitivité du Canada à l'échelle mondiale, à attirer les investissements et à accroître les exportations tout en contribuant au développement économique et à la création d'emplois, en particulier auprès des jeunes.

Le processus prébudgétaire se veut une excellente occasion de regarder au-delà du caractère immédiat de la crise et de se pencher sur les opportunités en matière de politiques, de règlements et d'investissements qui permettront à toutes les régions du Canada de tirer profit de véritables avantages économiques.

Le succès du Canada se mesure en fonction de sa capacité à demeurer compétitif au sein des principales destinations auprès des visiteurs internationaux. Ce secteur contribue à l'essor économique en stimulant la rentabilité et en attirant les investissements.

En 2000, le Canada a accueilli près de 20 millions de visiteurs internationaux, soit près de 40 % de la demande touristique totale. En 2013, le nombre de visiteurs étrangers au Canada a chuté à moins de 17 millions, ce qui représentait moins de 20 % de la demande touristique totale. L'AITC a élaboré le plan 5 % dans le but d'accroître la compétitivité du Canada en tant que destination internationale en vue de 2017, pour le 150^e anniversaire du pays. Le plan présente une opportunité d'investissement à saisir de même qu'une série d'initiatives politiques prioritaires pouvant être mises en oeuvre à peu ou pas de frais, dans le cadre de la Stratégie fédérale en matière de tourisme, afin de réduire les obstacles au succès.

La stratégie s'articule autour de notre souhait de redevenir la destination prisée par les Américains que l'on a déjà été. *Accueillir l'Amérique* est une proposition de co-investissement (un dollar pour un dollar) entre le gouvernement fédéral et l'industrie touristique dans le cadre d'une initiative de marketing sans précédent, menée par la Commission canadienne du tourisme et orientée en fonction des priorités de l'industrie, afin de stimuler à nouveau l'intérêt des consommateurs américains. S'il est pleinement financé, cet investissement générera quelque 1,4 milliard \$ de revenus touristiques supplémentaires,

Résumé des recommandations

- Co-investir dans *Accueillir l'Amérique*, un partenariat en marketing sans précédent visant à stimuler la demande américaine pour les vacances canadiennes.
- Assurer que les nouvelles règles en matière d'AEV constituent une aide, et non une entrave, à la facilitation des voyageurs.
- Entamer un projet pilote afin d'accélérer les visites en provenance des marchés clés pour les Jeux panaméricains de 2015.
- Poursuivre les transferts sans visa afin de positionner le Canada en tant que plaque tournante du transport aérien.

attirera 2,6 millions de visiteurs américains additionnels et contribuera à créer ou maintenir plus de 5 000 emplois au Canada.

L'industrie touristique du Canada

L'AITC est le seul organisme national représentant l'ensemble de l'industrie canadienne du tourisme, incluant les secteurs des transports, de l'hébergement, des attraits touristiques et des destinations.

Le tourisme et les voyages constituent une industrie dynamique, avec des activités dans toutes les circonscriptions au Canada. En tant que plus important secteur pour les exportations de services du Canada, le tourisme a généré des recettes annuelles de l'ordre de 84,3 milliards \$ en 2013, incluant 18 milliards \$ de recettes d'exportation. Le tourisme est également le plus important employeur auprès des jeunes Canadiens de moins de 25 ans; 157 000 entreprises procurent de l'emploi à plus de 618 000 Canadiens, et près de la moitié de la main-d'œuvre est âgée de moins de 35 ans.

Le plan 5%

L'industrie du tourisme et des voyages constitue l'un des secteurs les plus performants de l'économie mondiale. En 2013, ce secteur a connu une croissance moyenne de 5 % et produit des recettes annuelles excédant le milliard de dollars avec plus d'un milliard de voyageurs. Les visiteurs internationaux séjournent plus longtemps et dépensent davantage. En moyenne, les visiteurs en provenance de nos dix principaux marchés internationaux dépensent 1 547 \$ par voyage ici, comparativement aux 260 \$ consacrés par les voyageurs domestiques.

Le Canada accuse un retard avec un taux de croissance de 1,5 %, soit moins du 1/3 de la moyenne internationale. Si le pays parvenait simplement à atteindre ce taux annuel moyen de 5 %, cela ajouterait 600 millions \$ dans l'économie canadienne, 80 millions \$ en recettes additionnelles provenant des impôts fédéraux, tout en créant 4 500 emplois de plus dont 2 200 auprès des jeunes.

L'objectif d'un taux de croissance annuel de 5 % au Canada requiert l'intervention d'une agence de promotion nationale pourvue de ressources concurrentielles, en mesure à la fois de cibler des marchés clés (dont celui des États-Unis), de réduire le coût du transport aérien à destination du Canada et à même le pays, et de mettre en place un processus simplifié et modernisé pour le traitement de la documentation exigée auprès des voyageurs.

L'accroissement du nombre de voyages au Canada ne passe pas uniquement par les compagnies aériennes, les hôtels, les restaurants, les commerces et les attractions. Le tourisme et les voyages agissent comme des portes ouvrant sur une croissance toujours plus grande et contribuant à la croissance économique des autres secteurs d'exportation. De façon intuitive, les gens ont tendance à faire affaires avec les personnes qu'ils connaissent et apprécient. Et ce qui importe peut-être davantage, tel que démontré par une étude économétrique récemment menée par Deloitte, les pays qui affichent les plus hauts taux de réciprocité dans les voyages contribuent au renforcement des échanges et des investissements. Deloitte soutient que chaque augmentation de 1 % des arrivées canadiennes entraînerait une augmentation de plus de 800 millions \$ des exportations canadiennes avec nos partenaires commerciaux. Si le Canada affichait l'augmentation

moyenne mondiale de 5 % des visites, cela se traduirait par des échanges commerciaux additionnels de près de 4 milliards \$.

Le taux de chômage chez les jeunes s'élève à 14 % à l'échelle canadienne et représente un enjeu important à travers le pays. L'industrie du tourisme et des voyages constitue le plus important employeur auprès des jeunes Canadiens de 15 à 24 ans, elle qui emploie plus de 300 000 Canadiens de moins de 35 ans. Dans le cadre du plan 5 %, chaque augmentation de 1 % des arrivées canadiennes créera quelque 2 500 emplois auprès des jeunes Canadiens.

Co-investissement Accueillir l'Amérique

Thèmes des consultations : *Équilibrer le budget fédéral pour assurer la viabilité financière et la croissance économique * Assurer la sécurité et la prospérité des collectivités, notamment en soutenant les infrastructures * Accroître la compétitivité des entreprises canadiennes par la recherche, le développement, l'innovation et la commercialisation * Optimiser le nombre et le type d'emplois pour les Canadiens.*

Depuis 2001, le nombre de visites internationales au Canada a chuté de près de 3,5 millions de voyages annuellement, les voyageurs en provenance des États-Unis constituant la grande majorité de cette diminution. Cette réduction est attribuable à différents facteurs, entre autres les politiques nationales et internationales en matière de sécurité, le ralentissement de l'activité économique, les questions monétaires et les exigences quant aux documents de voyages.

Les conditions s'améliorent aux États-Unis : 120 millions d'Américains détiennent désormais un passeport, l'économie du pays prend du mieux et la valeur de la devise américaine est supérieure à celle du dollar canadien. Le moment est donc opportun pour solliciter à nouveau les voyageurs américains, et le programme **Accueillir l'Amérique** de l'AITC constitue un moyen de créer des bénéfices économiques considérables pour les Canadiens à court terme.

L'AITC recommande que le gouvernement appuie la proposition **Accueillir l'Amérique**, un investissement stratégique conjoint, public-privé, pour une campagne de marketing nationale destinée aux touristes d'agrément en provenance des États-Unis. Cette campagne promotionnelle touristique coordonnée, ciblée et concertée, échelonnée sur une période de trois ans, rejoindra des consommateurs américains jamais ciblés par le Canada auparavant et les invitera à profiter d'une panoplie d'expériences à la fois exotiques et captivantes, à seulement quelques heures de vol ou de route de leur foyer.

Le programme d'une durée de 3 ans nécessitera un investissement fédéral de 35 millions \$ annuellement, jumelé à une somme équivalente provenant de l'industrie touristique pour un total de 70 millions \$ annuellement, et rapportera plus de 200 millions \$ en recettes provenant des impôts fédéraux sur une période de 3 ans. Cette campagne utilisera les liaisons et le potentiel existants dans les transports pour accroître le nombre de visiteurs en provenance des régions clés des États-Unis dans pratiquement tous les principaux aéroports canadiens internationaux.

Le tourisme est un secteur économique fort important dans toutes les régions du Canada. **Accueillir l'Amérique** permettra de cibler et d'attirer chez nous des voyageurs à haut rendement provenant de régions clés aux États-Unis situées à quatre heures de route ou moins d'un poste frontalier, ou près d'un aéroport offrant des vols directs dans

pratiquement chacune des provinces canadiennes. Des études récentes démontrent que des initiatives promotionnelles ciblant les régions comptant six aéroports majeurs aux États-Unis bénéficieront à 17 grands aéroports canadiens dans presque chaque province canadienne, les Territoires et Terre-Neuve exigeant quant à eux une escale.

Accueillir l'Amérique générera quelque 1,4 milliard \$ en recettes touristiques supplémentaires et 2,6 millions de visiteurs de plus, et créera 5 000 emplois sur une période de trois ans. Une telle demande additionnelle viendra stimuler les investissements dans la construction d'hôtels, l'innovation au niveau des produits touristiques, la modernisation des infrastructures et l'ajout de vols supplémentaires et de compagnies aériennes au Canada, en plus de rendre le pays beaucoup plus compétitif. Tous ces facteurs contribuent au développement économique durable du pays, en plus de créer de l'emploi et d'assurer la prospérité des Canadiens.

En 2015, le gouvernement lancera le programme d'autorisation électronique de voyage. Les citoyens de pays autres que les États-Unis qui n'ont pas besoin de visa pour entrer au Canada devront obtenir une autorisation en ligne et déboursier des frais de 7 \$ avant de prendre l'avion à destination du Canada. Seuls les citoyens américains seront exemptés de cette obligation, ce qui confère une importance accrue aux demandes de la part de ce très important marché.

Recommandation 1

Que le gouvernement fédéral soit un partenaire de l'industrie touristique dans *Accueillir l'Amérique*, une initiative de marketing stratégique ciblée, sans précédent, visant à stimuler la demande américaine pour des produits de loisirs et de vacances à travers le Canada

Modernisation des documents de voyage

Thèmes des consultations : *Accroître la compétitivité des entreprises canadiennes par la recherche, le développement, l'innovation et la commercialisation * Assurer la sécurité et la prospérité des collectivités, notamment en soutenant les infrastructures * Optimiser le nombre et le type d'emplois pour les Canadiens.*

L'AITC continue de travailler avec CIC sur un processus de traitement modernisé des documents des voyageurs et souhaite assurer une mise en oeuvre rapide d'un mécanisme adéquat d'autorisation électronique de voyage qui nous aidera à mettre fin à l'obligation de détenir un visa pour nos marchés clés, particulièrement nos principaux partenaires commerciaux dans les Amériques. Il est important de mentionner que les États-Unis viennent tout juste de lever les obligations de visa avec le Chili. Nous encourageons le Canada à adopter des mesures similaires avec le Chili et à redoubler d'efforts pour accélérer le traitement des demandes de visa, incluant un projet pilote pour les ressortissants colombiens et brésiliens avant la tenue des Jeux panaméricains de 2015 à Toronto.

L'AITC souhaite reconnaître le progrès réalisé par le gouvernement dans la mise en oeuvre des programmes de traitement des demandes de visa CAN + pour le Mexique et l'Inde. Nous encourageons le ministre Alexander à étendre cet excellent programme aux principaux marchés sources du Canada à travers le monde.

En 2015, le gouvernement lancera le programme d'autorisation électronique de voyage (AEV). L'AITC continue de s'engager dans le but de maximiser l'efficacité du programme AEV tout en facilitant le processus pour les voyageurs, et pour minimiser le fardeau lié à la conformité. Nous sommes d'avis que l'AEV, de concert avec une technologie améliorée et une efficacité accrue, peut remplacer les exigences d'obtention d'un visa pour les voyageurs légitimes en provenance des principaux marchés sources.

Recommandation 2

- i) Assurer que les nouvelles règles en matière d'AEV constituent une aide, et non une entrave, à la facilitation des voyageurs.**
- ii) Entamer un projet pilote visant à accélérer le traitement des demandes de visa pour les voyageurs légitimes en provenance des marchés clés des Amériques afin de favoriser la participation aux Jeux panaméricains de 2015 à Toronto.**
- iii) Poursuivre les efforts de modernisation du système de visa canadien, incluant l'utilisation de transferts sans visa aux principaux aéroports pivots afin de permettre au Canada de devenir une plaque tournante à l'échelle internationale.**

Réduction des taxes et redevances sur le transport aérien à destination ou à l'intérieur du Canada

Les visiteurs au Canada s'y rendent de plus en plus par avion, toutefois nous perdons des parts de marchés en raison de la possibilité grandissante de s'envoler à des prix abordables vers de nouvelles destinations exotiques. La lutte est encore plus féroce pour s'approprier une juste part du marché mondial lorsque la qualité des expériences, la facilité d'accès, les prix et les normes en matière de service déterminent la valeur des produits touristiques.

Bien que les expériences touristiques offertes au Canada soient d'une grande qualité et que les prix soient compétitifs, les coûts du transport aérien à destination ou à l'intérieur du Canada sont prohibitifs. Un rapport du World Economic Forum sur la compétitivité dans l'industrie du tourisme et des voyages révèle que les lacunes du Canada en matière de compétitivité reposent sur son classement au 124^e rang sur un total de 140 pour la compétitivité des prix et au 136^e rang, toujours sur un total de 140, au chapitre des taxes et frais d'aéroport.

Les coûts élevés du transport aérien à destination et à l'intérieur du Canada freinent la croissance. L'AITC plaide depuis longtemps pour que le gouvernement procède à une révision de la structure des coûts dans le secteur du transport aérien au Canada afin de remplacer la pratique actuelle qui consiste à refiler l'ensemble des coûts d'opération et de sécurité aux clients des compagnies aériennes. Les recommandations de l'AITC ont été reprises dans de récents rapports émis par ce comité permanent et par le Comité sénatorial permanent des transports et des communications.

L'AITC applaudit l'annonce récente de la ministre des Transports à l'effet que la compétitivité des coûts du transport aérien serait incluse dans l'examen de la Loi sur les

transports au Canada dirigé par l'honorable David Emerson. L'industrie touristique présentera ses préoccupations sur le sujet dans le cadre de l'examen de la Loi sur les transports et de la Stratégie nationale en matière de tourisme. Nous apprécions le support continu du comité permanent dans ce dossier.