



Association québécoise
de l'industrie touristique

Québec, le jeudi 4 août 2011

L'Honorable James H. Flaherty
Ministre des Finances du Canada

Objet : **Consultations pré-budgétaires fédérales**

Mémoire de l'Association québécoise de l'industrie touristique (AQIT)

Créé en 2001, l'Association québécoise de l'industrie touristique (AQIT) rassemble et concerta les entreprises et les organismes touristiques. Elle a pour mission de promouvoir et défendre leurs intérêts pour favoriser le développement économique de l'industrie touristique au Québec.

L'AQIT est reconnu par les gouvernements, les partenaires socioéconomiques et le grand public comme le principal porte-parole touristique en matière d'affaires économiques et publiques au Québec.

Pour le budget fédéral 2012, trois priorités pour stimuler la compétitivité de la destination touristique canadienne sur les marchés extérieurs ont été identifiées par l'industrie :

- 1. Financement de la Commission canadienne du tourisme*
- 2. Structure des coûts d'aviation*
- 3. Soutien pour la programmation des festivals et événements*

Impact économique du tourisme

Au Québec en 2010, l'industrie touristique québécoise générait 10,9 G\$ de recettes touristiques et se classait au 5^e rang des secteurs d'exportation. Les 30 000 entreprises touristiques québécoises créent 400 000 emplois directs et indirects.

L'AQIT est aussi membre du regroupement des provinces et territoires de l'Association de l'industrie touristique du Canada. Au pays, notre industrie est un secteur économique de 74 G\$ de recettes et supporte 617 300 emplois directs. En 2010, à lui seul notre secteur générait 9,4 G\$ de revenus fiscaux et parafiscaux au gouvernement fédéral.

À l'échelle nationale, le tourisme est une industrie en forte croissance. Le tourisme international génère actuellement plus de 1 billion \$US en revenus d'exportation, ce qui le situe au 4^e rang mondial.

Les visiteurs internationaux stimulent la croissance à long terme et la compétitivité de l'industrie touristique canadienne. En effet, en 2010, on répertoriait 15,9 M de visiteurs



internationaux qui ont généré à eux seuls 14,8 G \$ de revenus d'exportation pour le Canada. Ceci représente une augmentation de 5.2 % par rapport à l'année 2009 et reflète la vitalité de la croissance des marchés étrangers sauf le Mexique, en raison des restrictions de visa imposées en 2009.

Priorités de l'industrie touristique pour le Budget 2012

1. Financement de la Commission canadienne du tourisme

La Commission canadienne du tourisme (CCT) est responsable de la promotion du Canada à l'échelle internationale. Elle se dispute la faveur du marché international du tourisme d'une valeur de 3 milliards de dollars par jour.

Au cours de la dernière décennie, le financement de base de la CCT a diminué au fil des ans pour se situer à 72 millions de dollars en 2011/12. Ceci représente une baisse de 27 % du niveau de financement de 2001. En comparaison, la nouvelle organisation de commercialisation des États-Unis fonctionne avec un budget estimé à 200 millions de dollars. Beaucoup d'autres pays investissent davantage dans leurs organisations de promotion du tourisme national, laissant le Canada au 20^e rang mondial pour le financement d'un bureau national du tourisme.

Dans le contexte de ce marché très compétitif, le Canada ne peut pas s'attendre à connaître beaucoup de succès en s'appuyant uniquement sur ses richesses naturelles et ses attractions culturelles. La mise en marché concurrentielle et la valorisation de la destination sont essentielles au potentiel économique du tourisme international.

Recommandations

L'AQIT rejoint les positions de la *Table Nationale Voyage et Tourisme (NRTT)* et recommande que le gouvernement fédéral réévalue le modèle de financement pour la Commission canadienne du tourisme (CCT) en ayant pour objectif de fournir une base stable et concurrentielle pour mettre en valeur de manière efficace le Canada à l'échelle internationale.

L'AQIT recommande que le gouvernement du Canada soutienne un ou plusieurs projets stratégiques particuliers et prioritaires pour la Commission canadienne du tourisme.

Opportunité	Description	Investissement recommandé (\$)
Statut de destination approuvée pour la Chine	Investissement pour améliorer la mise en marché « directement au consommateur » à la lumière de l'accord sur le statut de destination approuvée du Canada en Chine de 2010.	5 millions



Retour à la « promotion directe » au consommateur au Japon	Investissement permettant à la CCT de réintroduire le marché japonais, profitant d'un canal « directement au consommateur ».	2 millions
Initiative de promotion internationale	Miser sur des partenariats avec une plateforme globale pour promouvoir le Canada comme destination touristique.	6 millions
Marchés européens de second rang	Miser sur le nouveau modèle de gestion de la CCT pour percer les marchés européens de second rang.	5 millions
Programmes promotionnels pour soutenir le transport aérien vers le Nord canadien	Soutenir les programmes de demande touristique pour les territoires du Nord canadien.	2 millions
TOTAL :		20 millions

2. Structure de coûts d'aviation

Selon une récente enquête canadienne sur les intentions de voyage, en 2010, 21 % des voyageurs récréatifs canadiens se sont rendus aux États-Unis en voiture afin de profiter de prix avantageux sur les billets d'avion pour les déplacements aux États-Unis ou à l'étranger. Cette « fuite » indique que des millions de voyageurs canadiens réalisent que le prix d'un billet d'avion au Canada est plus dispendieux que le coût de se déplacer aux États-Unis en voiture et de partir des aéroports américains comme Buffalo, Détroit, Plattsburgh ou Bellingham.

Cette tendance est le résultat d'une accumulation de taxes et de frais imposés sur le secteur de l'aviation qui découragent la concurrence et qui gonflent le prix du billet d'avion tant au Canada que vers l'étranger. Les rentes foncières des aéroports, les frais de sûreté de l'aviation, les frais d'améliorations aéroportuaires, les redevances de NAV CAN, les paiements aux municipalités et les taxes sur le carburant d'aviation sont tous des frais qui s'ajoutent au prix final d'un billet d'avion.

Le financement des infrastructures et les politiques de paiement par l'utilisateur du gouvernement du Canada ajoutent plus de 160 \$ au coût d'un voyage à l'étranger en comparaison avec les États-Unis, où le secteur de l'aviation fonctionne dans un contexte beaucoup plus solidaire. En comparaison avec le reste de la planète, la compétitivité de notre structure de coûts d'aviation arrive au 125^e rang selon le Forum économique mondial.

Le Canada est une destination où l'on accède principalement par avion, ainsi la compétitivité de nos prix est essentielle afin d'attirer des visiteurs. Le coût d'un vol vers le Canada doit être comparable, ou inférieur, à celui des destinations concurrentes. Si des millions de Canadiens sont prêts à perdre du temps et subir les inconvénients d'aller aux États-Unis pour



prendre un vol, imaginez maintenant les voyageurs potentiels en provenance de l'étranger, ils éviteront complètement le Canada.

Recommandation

L'AQIT recommande que le gouvernement fédéral entreprenne un examen exhaustif de la structure de coûts d'aviation canadienne dans le but de concevoir un régime réglementaire et tarifaire équitable qui permettrait au secteur du voyage et du tourisme d'être concurrentiel sur les marchés mondiaux.

3. Soutien pour la programmation des festivals et événements

En élaborant une programmation incontournable et sophistiquée pour les voyageurs avertis, les grands festivals et événements internationaux sont d'importants catalyseurs économiques dans une nouvelle réalité économique. Les investissements dans ce secteur créent des retombées économiques importantes sur l'ensemble des secteurs dont notamment l'hébergement, le transport, l'accueil, les services.

Une récente étude commandée par la Coalition canadienne des festivals estime que 15 des plus grands festivals et événements au Canada attirent 12 600 000 participants annuellement, contribuant à hauteur de 650 millions de dollars au PIB et favorisant la création de 15 600 emplois en année complète à travers le pays.

Les grands festivals et événements au Canada sont parmi les meilleurs au monde et l'avantage concurrentiel du Canada peut être renforcé grâce à l'amélioration des partenariats stratégiques avec le gouvernement.

Recommandation

L'AQIT recommande la création d'un programme de financement permanent pour les festivals et événements majeurs, géré par Industrie Canada. Le Programme des manifestations touristiques de renom (PMTR) en tant que projet pilote, a donné l'occasion aux gestionnaires de festivals et d'événements ainsi qu'aux fonctionnaires de mieux comprendre leurs cultures organisationnelles respectives et de développer des critères de performance économique. .

Un nouveau programme permettant de combiner les fonds fédéraux avec les ressources du secteur privé aura un effet catalyseur sur la croissance de ce secteur, en plus de générer un rendement économique important pour l'ensemble des Canadiens.

Le programme de financement souhaité comporterait les caractéristiques suivantes :

- Investissement de 30 millions de dollars annuellement au sein des grands festivals et événements internationaux au Canada, une somme distribuée en



fonction de critères économiques fondés sur le mérite et sans tenir compte des quotas et des limites des régions;

- Attribution de 20 millions de dollars annuellement aux festivals et événements émergents en fonction de critères économiques fondés sur le mérite et assujettis aux quotas et limites des régions;
- Collaboration avec le secteur, pour perfectionner les pratiques d'application, d'admissibilité et de versement en fonction des succès et des défis issus du PMTR, en plus d'être représentatif des réalités organisationnelles du secteur;
- Financement de projets pluriannuels afin de maximiser les possibilités de développement de produits et les retours sur les investissements.

Le PMTR a obtenu un succès retentissant. Il a été développé dans une période d'incertitude économique et se devait d'être distribué rapidement afin de stimuler adéquatement. Nous croyons qu'un nouveau programme adapté au modèle d'affaires du secteur des festivals et événements permettra d'engendrer des résultats supérieurs.

Le scénario idéal de mise en œuvre serait le suivant :

- Faire l'annonce d'un programme dans le budget de 2011-2012 ;
- Mettre en place un processus de demande à compter de septembre 2012 avec une date limite de soumission en novembre 2012;
- Procéder à l'annonce des bénéficiaires en janvier 2013 avec le versement des fonds au 1^{er} avril 2013.

Ce calendrier donnera la possibilité aux candidats de mieux planifier les événements de la façon la plus créative et de développer des partenariats durables de manière à accroître la fréquentation de notre destination et les recettes touristiques.

“Adéquatement stimulée, l'industrie touristique peut générer encore plus de retombées économiques et de richesse au Canada, en plus de contribuer à la qualité de vie des citoyens.”

Le Président,

Alain April
Directeur général
Château Bonne Entente et Georgesville

cc. L'Honorable Maxime Bernier
Ministre d'État à la Petite Entreprise et au Tourisme