

Destination Canada : se diriger vers la nouvelle normalité

RÉSUMÉ DU PLAN RELATIF À LA COVID-19 : RÉPONSE, REPRISE ET RÉSILIENCE

Nous sommes en territoire inconnu alors que nous faisons face à la première pandémie mondiale à se produire à l'ère des téléphones intelligents et de la connectivité élargie. En tant que principal organisme de recherche et de marketing de destination du Canada, il est de notre responsabilité d'atténuer les répercussions de la crise actuelle sur notre économie du tourisme au moyen d'une intervention efficace et d'un plan de reprise proactif des activités. Pour ce faire, nous adoptons une approche en plusieurs phases : **réponse**, **reprise** et **résilience**.

Réponse (en cours) : La phase de réponse est axée sur le renforcement stratégique des ressources, les communications avec les membres de l'industrie afin de comprendre les défis les plus importants qu'ils doivent relever ainsi que la collecte et la diffusion de données et d'analyses pouvant orienter nos partenaires dans leur prise de décisions. Cette phase comprend également la préparation du terrain pour la reprise des activités qui viendra tout ou tard.

Objectifs :

- a) *Organiser les ressources de Destination Canada de manière à ce qu'elles soient utilisées dans le processus de reprise, et transmettre le plan à l'équipe.*
- b) *Produire des communications claires et utiles à l'intention des membres de l'industrie.*
- c) *Harmoniser les efforts déployés par le gouvernement et l'industrie.*
- d) *Produire en temps opportun des communications pour l'actionnaire.*
- e) *Collecter et diffuser des données intégrées afin d'orienter la prise de décisions au sein de l'industrie.*

Reprise : Durant la phase de reprise, nous planifierons et préparerons avec soin la reprise de l'économie du tourisme en veillant à sa résilience, notamment en repensant la manière dont Destination Canada répond aux besoins d'un monde en constante évolution.

Objectifs :

- a) *Veiller à ce que les plans de vente et de marketing reflètent les changements touchant l'industrie et les partenaires.*
- b) *Prévoir une mise en œuvre et une expansion rapides : les programmes doivent tenir compte des échéanciers accélérés et des restrictions par rapport à la mise en œuvre traditionnelle.*
- c) *Inciter les Canadiens à voyager au Canada une fois qu'il sera sécuritaire de le faire.*
- d) *Faire en sorte que notre image de marque (Canada. Le cœur grand ouvert.) informe le monde entier que nous avons traversé la crise.*

Résilience : Investir dans le tourisme communautaire enrichira ce que nous avons à offrir en tant que pays tout en permettant à un plus grand nombre de Canadiens de bénéficier des avantages de l'économie du tourisme. Ces avantages ne sont pas qu'économiques. Un tourisme communautaire réfléchi et nuancé contribue à une élévation de la culture et des arts ainsi qu'à un accroissement de la fierté de la communauté et de la confiance qu'elle a en elle-même, ce qui, en fin de compte, favorise l'innovation. C'est ce type de résilience qui permettra au Canada de se démarquer dans le marché mondial du tourisme.

Objectifs :

- a) *Remplacer la demande perdue de la période précédente en mettant l'accent sur les publics nationaux et les autres marchés selon ce qu'indiquent les données.*
- b) *Compenser le refoulement de la demande au moyen d'activités permettant de réduire la pression.*

- c) *Favoriser le commerce international.*
- d) *Renforcer la capacité de l'industrie à composer avec les crises futures.*
- e) *Expliquer aux intervenants les nouveaux éléments définissant la normalité, y compris une analyse de rentabilisation à long terme pour assurer la durabilité.*

Nous ne savons pas comment la crise de la COVID-19 évoluera. Nous ne savons pas combien de temps elle durera ni quelle sera l'étendue de ses conséquences. Mais nous savons que nous vivons dans un pays magnifique, animé par des cultures que nous chérissons et des collectivités que nous devons protéger. Nous disposons d'une marque exceptionnelle et d'une industrie résiliente, capable de surmonter toutes les difficultés grâce à nos efforts communs. Nous devons rester positifs et pragmatiques, et faire preuve d'empathie à l'égard des épreuves réelles et humaines que certaines personnes doivent actuellement traverser. Nous y arriverons. Cette crise nous rendra plus courageux, plus avisés et plus forts. Montrons au monde ce que signifie le slogan **Canada. Le cœur grand ouvert.**