

# MESSAGES PRINCIPAUX ET ARGUMENTS PROBANTS

Mis à jour le 6 avril 2021

*Les divers exemples et données ci-dessous constituent des arguments probants soutenant chaque message principal. Nous vous invitons à utiliser ceux qui concordent avec vos besoins et vos messages.*

## 1. Le tourisme est le secteur économique le plus durement touché.<sup>1</sup>

### Arguments probants :

- La situation dans le secteur du tourisme est la pire jamais constatée, plus désastreuse que les conséquences combinées du 11 septembre, du SRAS et de la crise économique de 2008.<sup>2</sup>
- Un emploi sur 10 au Canada est lié au tourisme (9,8 %), et les PME comptent pour 99 % des entreprises du secteur, d'où la grande incidence du tourisme sur le gagne-pain des Canadiens.<sup>3</sup>
- La demande touristique totale au Canada est passée de 105 milliards de dollars en 2019 à 53,4 milliards de dollars en 2020, ce qui représente une baisse de 49,2 % en variation annuelle. Alors que la demande touristique intérieure a baissé de 39,7 % en 2020, les recettes d'exportation du tourisme provenant des touristes étrangers se sont effondrées de 82,9 % pour passer de 23,1 milliards de dollars en 2019 à 3,95 milliards de dollars en 2020.<sup>4</sup>
- Malgré des signes initiaux de reprise, les entreprises touristiques ont continué de subir un important stress financier, qui s'est traduit par des fermetures d'entreprises, parfois permanentes, tout au long de l'année. Par conséquent, de janvier à décembre 2020, le nombre d'entreprises actives a diminué de 9 %, soit la plus forte baisse de tous les secteurs commerciaux.<sup>5</sup>
- Le taux de chômage dans le secteur du tourisme est demeuré le plus élevé de tous les secteurs et surpassait de 6,6 % le taux national à la fin de 2020.<sup>6</sup> La perte du personnel de base nuira à la capacité des entreprises de se développer efficacement, ce qui entravera encore davantage la reprise.
- D'avril à novembre 2020, les recettes du transport aérien de passagers se sont effondrées, chutant de 91 %. Les recettes du secteur de l'hébergement ont quant à elles diminué de 71 %.<sup>7</sup>
- Selon les prévisions actuelles pour 2021, le tourisme et la hausse de l'emploi connexe au Canada seront de 30 % inférieurs aux niveaux de 2019, malgré la croissance prévue.<sup>8</sup>
- Les femmes, les jeunes, les immigrés et les travailleurs autochtones, qui constituent le moteur de l'économie touristique, ont été les plus touchés par les répercussions de la COVID-19 en raison de la réduction des activités, des fermetures d'entreprises et des pertes d'emplois.<sup>9</sup>

1 Source : Statistique Canada, Estimations mensuelles des ouvertures et des fermetures d'entreprises, octobre 2020 (33-10-0270-01)

2 Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, troisième trimestre de 2020

3 Source : Statistique Canada, tableau 36-10-0638-01 Part de l'emploi et des revenus d'emploi du secteur du tourisme

4 Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, quatrième trimestre de 2020

5 Source : Statistique Canada, tableau 33-10-0270-01 Estimations expérimentales pour les entreprises nouvellement ouvertes et les entreprises nouvellement fermées pour le Canada, les provinces et territoires, et les régions métropolitaines de recensement, données désaisonnalisées

6 Source : RH Tourisme Canada

7 Source : IATA, Market IS (données extraites le 25 janvier 2021)

8 Source : Prévisions de Destination Canada pour 2021

9 Source : RH Tourisme Canada (Statistique Canada, Recensement)

- La pandémie de COVID-19 a eu d'énormes répercussions sur les événements d'affaires : 3 495 événements planifiés ont été annulés. Cela représente 1,39 million de délégués qui ne sont pas venus au Canada et une perte de recettes de 1,18 milliard de dollars en 2020.<sup>10</sup>
- Des pertes de cette ampleur et l'incertitude qui plane constamment auront des répercussions à long terme sur les événements d'affaires et les autres secteurs qui en dépendent, particulièrement dans les grands centres urbains du Canada. Cette incertitude créée par la pandémie de COVID-19 entraîne d'ores et déjà des annulations d'événements d'affaires prévus au Canada entre 2021 et 2026, comme de grands congrès internationaux importants sur le plan économique.<sup>11</sup>

## 2. Les Canadiens ont un rôle crucial à jouer pour favoriser la reprise du secteur touristique.

### Arguments probants :

- Les Canadiens veulent voyager : 80 % d'entre eux prévoient voyager quand les restrictions seront assouplies.<sup>12</sup>
- La santé et le bien-être sont des facteurs clés dans la planification des voyages, mais les données montrent que plus les Canadiens font des recherches pour des voyages à une date éloignée, plus ils envisagent des voyages à l'étranger.<sup>13</sup>
- Les Canadiens peuvent jouer un rôle crucial dans la reprise de l'économie du tourisme, la création d'emplois et le soutien des entreprises locales en faisant leurs dépenses touristiques au Canada.
- Si les Canadiens redirigeaient vers le tourisme intérieur deux tiers des dépenses qu'ils prévoient faire pour des voyages d'agrément à l'étranger, ceci compenserait le manque à gagner estimé de 19 milliards de dollars de notre économie du tourisme, en plus de contribuer au maintien de 150 000 emplois et d'accélérer la reprise.<sup>14</sup>
- La reprise devrait prendre des années, mais une augmentation marquée des voyages intérieurs accélérera considérablement celle-ci, d'un an au bas mot.<sup>15</sup>

## 3. Les Canadiens ne doivent pas craindre de planifier des voyages, car les entreprises touristiques de tout le pays ont massivement investi dans de nouveaux protocoles d'hygiène. Ces entreprises ont fait de la santé et du bien-être de leur personnel et de leur clientèle une priorité absolue.

### Arguments probants :

- La majorité des 232 000 entreprises touristiques au Canada sont des PME indépendantes. Dans certains cas, leur personnel est constitué des membres d'une même famille. Ces entreprises ont à cœur la santé et le bien-être de tous.<sup>16</sup>
- Notre guide, [\*Rétablir la confiance des voyageurs : L'importance de prioriser la sécurité et de la rendre bien visible\*](#), propose quatre thèmes simples qui se sont révélés être les plus importants pour aider les petites entreprises à rétablir et à maintenir la confiance des voyageurs canadiens. Il contient également des exemples de réussite de membres de l'industrie du tourisme partout au pays.
  - Autres exemples de l'industrie :

10 Source : Destination Canada, *Rapport sur les conséquences de la COVID-19 et la reprise du secteur des événements d'affaires : Résumé de 2020*

11 Source : Destination Canada, *Rapport sur les conséquences de la COVID-19 et la reprise du secteur des événements d'affaires : Résumé de 2020*

12 Source : Veille touristique mondiale de Destination Canada de 2020, novembre 2020

13 Source : Données de première main d'Expedia Group sur les recherches, période du 1er janvier au 20 février 2021

14 Sources : Statistique Canada, Enquête nationale sur les voyages de 2019 (données provisoires), et estimations du Service de recherche de Destination Canada

15 Source : Service de recherche de Destination Canada

16 Source : Destination Canada, à partir du Registre des entreprises (2019) et du Compte satellite du tourisme du Canada de Statistique Canada

- Pour réduire la propagation de la COVID-19 dans les secteurs du transport aérien, routier, ferroviaire et marin, et donc protéger les Canadiens, **Transports Canada** a mis en place un ensemble multidimensionnel de mesures. Son [site Web](#) fournit des mises à jour régulières sur les mesures obligatoires et les lignes directrices.
- L'**Association des hôtels du Canada** a établi de stricts [protocoles de santé et de sécurité](#) pour toute l'industrie afin de rassurer les clients quant à la propreté des hôtels au pays et d'aider les établissements à recommencer à accueillir des clients.
- **Restaurants Canada** a publié une [série de ressources](#), dont un [guide de relance rapide face à la COVID-19](#). Mis à jour régulièrement, ce guide porte sur la salubrité alimentaire, le nettoyage et l'assainissement, la santé et l'hygiène personnelle, la distanciation physique, le marketing et la planification financière.
- **RH Tourisme** a lancé la [boîte à outils de la COVID-19 pour la relance de la main-d'œuvre touristique](#). Ce programme Web gratuit fournit aux exploitants d'entreprise touristique des lignes directrices, des listes de contrôle et des outils qui les aideront à planifier la reprise de leurs activités. Ces outils sont notamment axés sur la sécurité au travail, les mesures d'hygiène accrues et d'autres protocoles et pratiques exemplaires de réouverture.
- La **Table ronde canadienne du voyage et du tourisme** : Pour la reprise des voyages au Canada, les fournisseurs de services de voyage ont mis en place des mesures faisant une priorité de la santé du public. Découvrez comment ils garantissent une [expérience de voyage saine et sécuritaire, du début à la fin](#).
- Le **groupe de travail Travel and Meetings Standards** a publié ses recommandations de [normes de sécurité pour les voyages d'affaires](#) (en anglais) afin d'éclairer le secteur international des voyages et réunions d'affaires en période de pandémie. **Événements d'affaires Destination Canada** a également publié une [carte interactive](#) qui affiche les restrictions actuellement en vigueur dans les provinces et territoires du pays en matière de congrès et de grands rassemblements qui se tiennent au pays.
- Il est important que quiconque envisage de voyager au Canada prenne connaissance des restrictions et des directives locales. Les ressources suivantes sont mises à la disposition des Canadiens :
  - Différentes ressources sont à votre disposition sur le site Web de Destination Canada, [CanadaGenial.ca](#), dont une carte interactive facile d'utilisation qui indique les restrictions et les exigences en matière de déplacement en vigueur dans chaque province et territoire.
  - Ressources pour les voyageurs d'agrément et les planificateurs d'événements :
    - Destination Canada a [regroupé des liens](#) vers des ressources offertes par le gouvernement et les autorités de santé pour aider les voyageurs à prendre des décisions en connaissance de cause.
    - Événements d'affaires Destination Canada propose des [ressources de planification](#) pour les planificateurs d'événements.
  - [Appli Alerte COVID](#) : Il s'agit de l'application gratuite de notification d'exposition conçue par le gouvernement du Canada. Elle aide à briser le cycle d'infection en avisant les gens en cas d'exposition potentielle avant même que des symptômes apparaissent.

#### 4. Le tourisme améliore la qualité de vie de tous les Canadiens.

##### Arguments probants :

- L'Organisation mondiale de la Santé propose une définition simple : « La santé est un état de bien-être physique, mental et social complet et ne consiste pas seulement en une absence de maladie ou

d'infirmité ». Le « bien-être social » est un aspect important de cette définition, qui peut quelquefois nous échapper lorsque nous pensons à notre santé.<sup>17</sup>

- Un emploi sur 10 au Canada est lié au tourisme (9,8 %), soit plus de 1,9 million d'emplois. On trouve des emplois touristiques dans toutes les régions du Canada. Le tourisme est le seul secteur qui emploie des Canadiens dans chaque province, territoire et circonscription.<sup>18</sup>
- En 2019, le tourisme générait plus d'emplois directs (748 000) à l'échelle du Canada que l'agriculture, l'exploitation forestière, l'industrie de la pêche, l'exploitation minière, l'exploitation en carrière et l'industrie pétrolière et gazière mises ensemble (620 140 emplois directs).<sup>19</sup>
- Le tourisme a aussi ajouté 43,7 milliards de dollars au PIB du Canada en 2019, une contribution équivalente au total combiné de l'agriculture, de l'exploitation forestière et de l'industrie de la chasse et de la pêche.<sup>20</sup>
- **Exemples de l'industrie :**
  - **Le tourisme compte pour la majorité des recettes du transport aérien et ferroviaire de passagers.** Sans visiteurs pour soutenir notre infrastructure de transport, il sera prohibitif de rendre les transports disponibles aux Canadiens pour leurs propres activités, comme les vacances et la visite d'amis et de membres de la famille.
  - **De nombreuses salles de divertissement et de loisirs ne pourront rester ouvertes sans les recettes provenant du tourisme.** Parmi celles-ci, on compte entre autres les théâtres, les musées et galeries d'art, les parcs, les zoos, les jardins botaniques, les parcs d'attractions, les casinos, autant d'endroits dont profitent les Canadiens et leurs communautés.
  - **La diversité du secteur de la restauration au Canada profite à l'ensemble des Canadiens.** Les services de restauration sont la plus grande source d'emplois en tourisme. Sans les clients provenant du tourisme, de nombreux restaurants subiront des pertes intenable, ce qui aura des répercussions sur les petites entreprises et l'emploi partout au Canada.
  - **Le tourisme soutient les événements et les festivals nationaux et internationaux.** Ces événements produisent quantité de bénéfices économiques, socioculturels et environnementaux qui enrichissent tant les expériences des visiteurs que les communautés dans lesquelles ils se tiennent.
  - **Les événements d'affaires sont des catalyseurs économiques pour la vitalité d'un grand nombre de villes et de centres de villégiature dans l'ensemble du Canada.** Ils attirent des gens du monde entier ainsi que leurs idées et leur expertise. Ils vont y vivre des expériences de motivation inoubliables propres au pays et profiter du capital intellectuel canadien lors d'événements d'affaires qui stimulent l'innovation, entraînent des investissements dans des secteurs clés partout au Canada et, au bout du compte, font augmenter la croissance économique.

---

17 Source : Gouvernement du Canada, <https://www.canada.ca/fr/sante-publique/services/promotion-sante/sante-population/approche-axee-sur-la-sante-de-population/la-sante.html>

18 Sources : Statistique Canada, tableau 36-10-0634-01 Emplois, heures travaillées et revenus d'emploi dans les industries du tourisme, selon la catégorie de travailleur et le travail; Statistique Canada et tableau 36-10-0638-01 Part de l'emploi et des revenus d'emploi du secteur du tourisme; ATIC, *L'importance des emplois en tourisme*; Gouvernement du Canada (mars 2015), *Profil des PME : les industries touristiques au Canada*

19 Source : Statistique Canada, tableaux 14-10-0054-01 et 36-0232-01

20 Source : Statistique Canada, tableaux 36-10-0449-01 et 36-10-0234-01