



la Chambre de commerce
du Montréal métropolitain

Stratégie fédérale pour la croissance du tourisme : des gestes nécessaires pour faire du Canada une destination de premier choix

.....

Mémoire présenté à l'honorable Randy Boissonnault, ministre du Tourisme et ministre associé des
Finances du Canada

1^{er} août 2022

Table des matières

Préambule.....	1
Contexte	1
Introduction.....	1
1. Établir un environnement d'affaires favorable à la relance du tourisme.....	2
2. Améliorer l'attractivité du Canada comme destination de calibre mondial	5
3. Développer les actifs stratégiques du Grand Montréal	6
4. Renforcer l'image de marque et la réputation du Canada.....	8
5. Soutenir le développement d'une stratégie nationale en faveur des centres- villes et métropoles canadiennes.....	10
Conclusion	11
Synthèse des recommandations	12

Préambule

Forte d'un réseau de 8 000 membres, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain (ci-après « la Chambre ») agit sur trois fronts : elle porte la voix du milieu des affaires de la métropole, offre des services spécialisés aux entreprises et à leurs employés et mène des initiatives d'impact pour renforcer l'environnement d'affaires. Depuis 200 ans, elle intervient dans des dossiers déterminants pour la prospérité des entreprises et de la métropole. Avec l'appui de ses experts Acclr, la Chambre vise à accélérer la création et la croissance d'entreprises de toutes tailles, ici et à l'international.

Contexte

En mai dernier, le ministre du Tourisme et ministre associé des Finances du Canada, l'honorable Randy Boissonnault, prenait la parole pour la première fois devant le milieu des affaires montréalais, lors d'une tribune à la Chambre. Le ministre a alors annoncé le lancement d'une consultation publique en vue d'élaborer la nouvelle stratégie fédérale pour la croissance du tourisme. Il a précisé que la nouvelle stratégie se concentrera sur la pénurie et l'instabilité de la main-d'œuvre, l'attraction d'investissements, le développement de destinations, ainsi que sur la croissance économique à long terme.

Depuis le début de la pandémie de COVID-19, la vitalité du secteur touristique est au cœur des préoccupations de la Chambre. À l'automne 2020, la Chambre a élaboré un plan d'action pour la relance du secteur, dans le cadre du mouvement *Relançons MTL*, en collaboration avec Tourisme Montréal et plusieurs partenaires de l'industrie. Ce plan d'action a permis à la Chambre d'identifier les enjeux et défis importants du secteur, ainsi que de proposer des solutions pour assurer la relance de secteur, toujours touché par la crise.

La Chambre a également appuyé les initiatives du gouvernement fédéral visant à soutenir le secteur touristique, notamment par le biais de mesures atténuant les conséquences de la crise sanitaire. Des mesures d'urgence telles que la création d'un Fonds d'aide au tourisme ou encore le Programme de crédit pour les secteurs très touchés ont permis à plusieurs entreprises de traverser cette période marquée par la chute importante de clients. Par ailleurs, les programmes permanents, dont l'Initiative d'appui aux grands festivals et événements (IAGFE), ont été bien reçus par l'industrie.

En plus des mesures d'aide ponctuelles et des programmes permanents, la Chambre salue la volonté du gouvernement fédéral de se doter d'une stratégie pour la croissance du secteur touristique. Elle est heureuse de participer à cette consultation, qui se déroule à un moment charnière pour l'industrie.

Introduction

En tant que porte d'entrée de la majorité des touristes étrangers visitant le Québec et l'est du Canada, le Grand Montréal est un pôle stratégique du secteur touristique au pays. En 2019, avant la crise et la fermeture des frontières, la métropole était la première destination touristique du Québec.

L'industrie touristique montréalaise a marqué la dernière décennie par une croissance soutenue et forte : en 2019, Tourisme Montréal dressait un bilan record, alors que plus de 11 millions de touristes avaient choisi notre métropole comme destination et généré des retombées économiques de près de 5 milliards de dollars.

Ce secteur représente ainsi une valeur ajoutée de 3,6 milliards de dollars et près de 60 000 emplois dans le Grand Montréal. Il compte plusieurs actifs stratégiques dans la métropole, dont l'aéroport Montréal-Trudeau qui dessert plus de 150 destinations internationales, un parc hôtelier de plus de 20 000 chambres de toutes catégories, le Palais des congrès et ses espaces pour recevoir des événements d'affaires, en plus d'attraits uniques, dont son offre gastronomique sans égal. Il bénéficie par ailleurs d'une réputation enviable de destination d'agrément et d'affaires.

La pandémie, les mesures sanitaires et la fermeture des frontières ont pratiquement suspendu les activités de l'industrie touristique sur tous les continents. À l'été 2020, l'aéroport Montréal-Trudeau enregistrait une baisse de 98 % du trafic passager comparativement à 2019, alors que les taux d'occupation des hôtels se situaient à 14 %, par rapport à 85 % en 2019. Les conséquences de la pandémie ont été immédiates et profondes : une baisse de 95 % des dépenses touristiques entre 2019 et 2020, et un centre-ville qui a perdu plus de 92 % de sa fréquentation. L'industrie touristique montréalaise se caractérise par sa résilience, mais elle n'est pas immunisée aux conséquences irréversibles d'une crise imprévisible et aux risques de déstructuration de son offre. De nombreux attraits, tels que des hôtels emblématiques, des restaurants ou des musées ont dû fermer leurs portes de manière temporaire, voire permanente dans certains cas.

Un secteur résilient

Faisant preuve d'une grande résilience, l'industrie touristique a pu reprendre un certain souffle au courant de l'année 2021. Par exemple, le taux d'occupation des hôtels de la métropole a augmenté à 38,5 % lors de la saison estivale¹, mais le niveau était encore bien en deçà des niveaux pré-pandémiques.

Avec l'évolution positive de la situation sanitaire, la reprise s'accélère. De fait, Tourisme Montréal prévoit une augmentation rapide du nombre de touristes au cours de l'été 2022 à Montréal, alors que l'industrie prévoit un taux d'occupation de 66 % au troisième trimestre de 2022². Cependant, le retour à l'achalandage pré-pandémique n'est prévu que pour 2024. Le tourisme d'affaires, quant à lui, devrait retrouver son niveau pré-pandémique en 2025.

Le moment est propice pour tenir une réflexion approfondie qui permettra de relancer le secteur de manière pérenne et selon des principes adaptés à la réalité post-pandémique. La Chambre présente dans ce mémoire des conditions gagnantes à l'attention du gouvernement fédéral, afin de stimuler la croissance du tourisme dans le Grand Montréal et au Canada.

1. Établir un environnement d'affaires favorable à la relance du tourisme

Afin de permettre le développement du secteur touristique à moyen et à long terme, il est nécessaire de répondre en priorité aux enjeux immédiats auxquels fait face le secteur, soit la prévisibilité, l'environnement d'affaires et la main-d'œuvre. De fait, la reprise durable et le développement du tourisme doivent reposer sur des assises solides et une prévisibilité accrue.

Soutenir l'industrie touristique jusqu'au retour des activités pré-pandémiques

Alors que la situation sanitaire a permis la réouverture des frontières et la levée de plusieurs mesures sanitaires concernant le secteur du tourisme, l'Organisation mondiale de la Santé ainsi que l'Agence de la santé publique du Canada ont souligné la possibilité que de nouvelles vagues et variants de COVID-19 continuent d'émerger au cours des prochaines années.

¹ Tourisme Montréal, Bilan touristique de l'été 2021 à Montréal, [En ligne], <https://dam.mtl.org/m/31797c6e4db067a/original/Bilan-touristique-de-l-ete-2021-a-Montreal.pdf>

² HRIMag et Association Hôtelière du Grand Montréal, L'AHGM donne ses prévisions touristiques, 15 juillet 2022, [En ligne], <https://www.hrimag.com/L-AHGM-donne-ses-previsions-touristiques>

Les entreprises et organisations touristiques se sont adaptées dans des temps record au regard des mesures sanitaires et directives de santé publique. L'incertitude et l'absence de clients ont fait pression sur les liquidités de plusieurs entreprises, certaines ont fermé leurs portes. En parallèle, plusieurs travailleurs ont quitté le secteur pour des emplois dans des industries connexes. Cette situation a des effets sur la disponibilité des travailleurs. Elle pourrait mener à des pertes d'expertise à court terme, ainsi qu'à une réduction de la quantité et de la qualité de l'offre touristique à plus long terme.

Nous invitons le gouvernement du Canada à offrir au secteur du tourisme une plus grande prévisibilité, pour assurer la continuité de ses activités. Près de trois ans après le début de la crise sanitaire, les autorités se doivent d'être exemplaires au niveau de la planification et de la communication avec les parties prenantes de l'écosystème touristique. La concertation et la collaboration entre le gouvernement fédéral, la santé publique et les gouvernements des provinces sont essentielles.

Les deux dernières années ont démontré la grande sensibilité du secteur du tourisme face aux restrictions sanitaires, ici et ailleurs. En ce sens, les mesures d'aide mises en œuvre par les différents ordres de gouvernement se sont avérées critiques pour la survie des entreprises du secteur. Bien que la situation sanitaire se soit améliorée au cours des derniers mois, celle-ci pourrait toujours se dégrader. En ce sens, le gouvernement fédéral doit faire preuve d'une grande réactivité en matière de soutien au secteur touristique, et présenter des indicateurs qui pourraient justifier de nouvelles restrictions aux activités, afin d'assurer une certaine prévisibilité dans l'environnement d'affaires malgré le contexte d'incertitude.

Recommandation n° 1 : Assurer une plus grande prévisibilité dans l'environnement d'affaires et tenir compte du rôle clé du secteur du tourisme en matière de développement économique, culturel et social, et ce, pour toute décision d'imposition de restriction aux activités, ainsi que pour la mise en place de mesures d'aide ciblées.

Soutenir la croissance du tourisme en apportant des solutions à la pénurie de main-d'œuvre

L'enjeu de pénurie de main-d'œuvre touche un ensemble de secteurs et le nombre de postes vacants atteint des niveaux alarmants au Québec. Au premier trimestre de 2022, la métropole comptait plus de 70 000 postes vacants³, alors qu'à l'échelle du Québec, ce chiffre s'établissait à près de 225 000⁴. Après la Colombie-Britannique, le Québec est la province ayant le plus haut taux de postes vacants⁵.

La rareté de main-d'œuvre touche l'industrie touristique de plein fouet, et ce, dans ses cinq sous-secteurs, soit l'hébergement, la restauration, le transport de personnes, les services de voyages et les loisirs et divertissements. Au printemps 2022, on comptait 40 000 postes à combler pour l'industrie touristique québécoise⁶.

Force est de constater que la relance de l'industrie touristique est freinée par la pénurie de main-d'œuvre. Le manque d'employés affecte l'intégralité de la trajectoire touristique et des services offerts aux visiteurs, de l'arrivée à l'aéroport jusqu'à l'offre d'hébergement et d'activités. En effet, un récent sondage de l'Association des hôtels du Grand Montréal auprès de ses membres a révélé que 30 % des chambres avaient été retirées de l'offre des établissements, faute de personnel⁷.

³ Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, Le marché du travail – Données sur la région de Montréal, juin 2022, [En ligne], https://www.mtess.gouv.qc.ca/grands-dossiers/action_maindoeuvre/marche/montreal.asp

⁴ La Presse, Les postes vacants atteignent un sommet, 21 juin 2022, [En ligne], <https://www.lapresse.ca/affaires/economie/2022-06-21/emploi/les-postes-vacants-atteignent-un-sommet.php>

⁵ Statistique Canada, Tableau 14-10-0325-01 Postes vacants, employés salariés, taux de postes vacants et moyenne du salaire offert selon les provinces et territoires, données trimestrielles non désaisonnalisées, [En ligne], <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=1410032501>

⁶ Diane Tremblay, *Le Journal de Québec*, « 40 000 postes à combler en tourisme au Québec », 29 mars 2022, [En ligne], <https://www.journaldequebec.com/2022/03/28/hotellerie-attirer-la-releve-apres-deux-annees-difficiles-1>

⁷ Jean-Benoît Nadeau, *Le Devoir*, « Comment lutter contre la pénurie de main-d'œuvre en hôtellerie? » 19 février 2022 [En ligne], <https://www.ledevoir.com/economie/675483/hotellerie-comment-lutter-contre-la-penurie-de-main-d-oeuvre>

Or le secteur est stratégique pour notre économie; 2,1 millions des emplois au Canada sont issus des industries dépendantes du tourisme⁸. Face à ces enjeux de taille et au rôle important du tourisme dans l'économie du pays, la Chambre invite le gouvernement fédéral à reconnaître l'industrie touristique comme un secteur prioritaire en matière de main-d'œuvre.

De plus, il s'agit de l'un des secteurs où on observe l'une des mains-d'œuvre les plus diversifiées au pays. En effet, les entreprises touristiques pourvoient des emplois pour les jeunes et les étudiants, pour des travailleurs avec des niveaux de qualification variés, ainsi que pour des travailleurs saisonniers ou expérimentés. Le secteur emploie davantage de femmes, d'Autochtones, de nouveaux arrivants et de personnes âgées que la plupart des autres secteurs d'activité⁹. Les enjeux de main-d'œuvre étant en partie causés par des tendances structurelles – notamment démographiques –, la stratégie développée par le gouvernement devra les prendre en compte et celui-ci devra proposer des pistes de solutions qui pourront avoir des effets aussi rapidement que possible. À titre d'exemple, le secteur du tourisme pourrait bénéficier de soutien afin d'accélérer l'intégration de solutions numériques et technologiques, ou encore de campagnes de promotion auprès de bassins d'employés potentiels. Il faut également soutenir la valorisation du secteur auprès de la relève, vu les effets que la pandémie a eu sur l'image de l'industrie.

Améliorer les processus d'immigration

La Chambre invite le gouvernement du Canada à améliorer les processus d'immigration, en collaboration avec le gouvernement du Québec, pour apporter des solutions rapides aux enjeux de main-d'œuvre dans l'industrie. À cet effet, les récents ajustements au Programme des travailleurs étrangers temporaires (PTET), incluant la hausse de 10 % à 30 % du seuil permis de travailleurs issus du PTET pour les entreprises en hébergement et restauration, sont un pas dans la bonne direction.

Néanmoins, les délais d'attente pour la délivrance de permis, notamment pour les travailleurs étrangers temporaires, ont augmenté lors de la pandémie. Le nombre de demandes d'immigration en attente ne cesse d'augmenter, et ce, toutes catégories confondues. Effectivement, l'arriéré de travail représentait 2,4 millions de demandes en juin 2022¹⁰, alors que le délai pour l'obtention d'un permis de travail temporaire s'établit à 145 jours, soit près de 5 mois¹¹. En 2020, le délai pour le renouvellement d'un permis de travail temporaire s'établissait à 104 jours¹². Ces délais retardent l'arrivée de la main-d'œuvre sur le marché du travail et par conséquent, la croissance des entreprises.

La Chambre demande donc au gouvernement du Canada d'évaluer les demandes des acteurs de l'écosystème touristique, notamment celle de suspendre temporairement l'exigence d'obtenir l'étude d'impact sur le marché du travail (EIMT) pour le secteur. Les processus administratifs menant à la délivrance des permis de travail doivent être améliorés considérablement dans l'objectif de résoudre de manière pérenne les enjeux structurels liés aux délais du traitement des dossiers. Pour ce faire, la collaboration

⁸ Destination Canada, « Fiche de renseignements sur l'industrie touristique canadienne en 2020 » [En ligne], https://www.destinationcanada.com/sites/default/files/archive/1410-Fiche%20de%20renseignements%20sur%20l%27industrie%20touristique%20en%202020/Destination%20Canada%20Tourism%20Fact%20Sheet%202020_FR.pdf

⁹ Association de l'industrie touristique du Canada, « L'importance des emplois en tourisme – Portrait de l'économie du tourisme », 2016, [En ligne], https://tiac-aitc.ca/Library/Travel_Economy_Series_JOBS_-_TIAC_Travel_Economy_Series_FR.pdf

¹⁰ Toronto Star, « Canada's COVID-spurred immigration backlog is hurting its economic growth, survey suggests », 24 juin 2022, 2018, [En ligne], <https://www.thestar.com/news/canada/2022/06/24/canadas-covid-spurred-immigration-backlog-is-hurting-its-economic-growth-survey-suggests.html>

¹¹ Jean-Nicolas Patoine, Le Soleil, « Jean-Boulet implore Ottawa d'accélérer l'étude des demandes de permis des travailleurs », 14 juin 2022, [En ligne], <https://www.lesoleil.com/2022/06/14/jean-boulet-implore-ottawa-daccelerer-letude-des-demandes-de-permis-de-travailleurs-a08632e46aae09ba19c8d162c912d8a2>

¹² Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada, « COW - Travailleurs étrangers temporaires : Permis, traitement et facilitation » - 10 juin 2021, [En ligne], <https://www.canada.ca/fr/immigration-refugies-citoyennete/organisation/transparence/comites/cow-10-jun-2021/travailleurs-etrangers-temporaires-permis-traitement-facilitation.html>

entre les paliers de gouvernement fédéral et provincial doit être optimale face aux besoins urgents des entreprises touristiques.

Recommandation n° 2 : Développer une stratégie ciblée pour soutenir l'industrie touristique face aux enjeux de pénurie de main-d'œuvre, en misant notamment sur l'attraction des talents et en accélérant le traitement des demandes pour les travailleurs issus de l'immigration.

2. Améliorer l'attractivité du Canada comme destination de calibre mondial

L'expérience touristique débute dès l'arrivée aux frontières. Les employés et entités sous la responsabilité du gouvernement fédéral, à travers les douanes, sont le premier point de contact avec les touristes qui choisissent le Canada comme destination. Il est donc important que leur arrivée au pays soit des plus efficace, rapide et agréable afin d'amorcer du bon pied la trajectoire touristique.

Optimiser les processus aux points d'entrée

Le gouvernement fédéral joue un rôle essentiel dans la garantie de la sécurité et le respect de processus douaniers exemplaires à l'arrivée à nos frontières, notamment dans les aéroports. Toutefois, certains enjeux liés à la rareté de main-d'œuvre et de ressources financières causent des délais et imposent des limites à la qualité des services rendus. Le milieu des affaires demande au gouvernement du Canada de réviser l'efficacité des processus sous la responsabilité du gouvernement fédéral et de ses agences afin de garantir une trajectoire touristique efficace, notamment en comparaison avec d'autres destinations. La concurrence mondiale est vive pour l'attraction de touristes; à cet effet, les processus aux points d'entrée au Canada doivent être optimaux, et les autorités responsables doivent disposer de ressources nécessaires pour garantir des normes de services exemplaires, avec des indicateurs de performance et une imputabilité claire.

Depuis la reprise des voyages à l'international, les aéroports sont confrontés à une congestion encore plus grande aux différentes étapes. Les causes de ces délais sont multiples : le manque de personnel, l'utilisation de l'application ArriveCan, ou encore les mesures de contrôle liées à la pandémie. À cet égard, l'industrie du voyage devrait être assujettie aux mêmes mesures sanitaires que les autres industries. L'annonce récente de la réintroduction du dépistage aléatoire à l'arrivée pour les voyageurs pleinement vaccinés risque de contribuer à rendre la trajectoire touristique plus complexe. De plus, le manque de personnel ralentit les points de fouille au départ des voyageurs. Il est donc critique d'optimiser les processus aux frontières, tout en veillant à ce que la sécurité soit garantie. Le déploiement de technologies pouvant améliorer la capacité et la fluidité du parcours passager dans les aéroports pourrait contribuer à améliorer la situation.

Recommandation n° 3 : Revoir les exigences relatives aux processus de départ et d'arrivée dans les aéroports canadiens en concertation avec les parties prenantes, incluant l'Agence des services frontaliers du Canada, afin de réduire les délais et simplifier les formalités.

Augmenter la connectivité aérienne du Canada

Le développement et la présence d'aéroports ayant un statut de plaque tournante sont depuis longtemps considérés comme des éléments favorisant l'essor économique d'une région et d'une ville. L'importante proportion de passagers en transit dans ce type d'aéroports favorise la création de lignes aériennes directes qui, à leur tour, facilitent les voyages d'affaires et d'agrément. Le développement de nouvelles liaisons aériennes dans les principaux aéroports canadiens doit être une priorité de la future stratégie fédérale en matière de tourisme.

À cet effet, la Chambre invite le gouvernement du Canada à soutenir l'augmentation des liaisons aériennes internationales à l'Aéroport Montréal-Trudeau pour l'ensemble des transporteurs aériens avec un accent particulier sur les transporteurs d'ici afin de favoriser les retombées économiques locales. Le développement de liaisons directes pourrait améliorer la connectivité et consolider le statut de plaque tournante, notamment vers l'Europe et des marchés stratégiques en Asie. À titre d'exemple, la liaison aérienne directe entre Montréal et Tokyo, inaugurée en 2018, permet aux entreprises de part et d'autre de développer des liens d'affaires plus forts. Avant la pandémie, l'Aéroport Montréal-Trudeau comptait près de 95 liaisons aériennes directes vers des destinations internationales – il sera important de retrouver et même de dépasser ce niveau afin de poursuivre sur la trajectoire de croissance prépandémique.

Recommandation n°4 : Augmenter la connectivité internationale du Grand Montréal à travers un soutien accru au développement de liaisons aériennes directes.

3. Développer les actifs stratégiques du Grand Montréal

Toute stratégie de développement du secteur touristique doit reposer sur des actifs touristiques modernes et adaptés aux besoins des visiteurs, et ce, à travers le pays. En ce sens, les actifs stratégiques du Grand Montréal jouent un rôle de premier plan dans l'attraction de touristes d'agrément et d'affaires, générant des retombées économiques importantes pour l'ensemble de l'écosystème touristique. La Chambre demande donc au gouvernement fédéral de soutenir les actifs mentionnés ici-bas, notamment en collaboration avec les autorités provinciales et municipales.

Contribuer au financement de l'agrandissement du Palais des congrès de Montréal

Le Palais des congrès, avec près d'un million de congressistes en 2019, demeure une destination de choix pour le tourisme d'affaires. Depuis plusieurs années, Montréal se classe au premier rang des villes d'Amérique du Nord pour l'accueil d'événements internationaux. Au Canada, Montréal domine en accueillant 42 % des événements internationaux ayant lieu dans les trois plus grandes villes (Toronto, Montréal, Vancouver). Ces résultats confirment le pouvoir d'attraction de Montréal sur la scène internationale.

Les retombées des événements du Palais des congrès sont multiples. Les répercussions économiques générées par l'ensemble des événements sont évaluées à 216 millions de dollars pour l'année 2019-2020. Au-delà de la création de cette valeur ajoutée, le Palais des congrès soutient des milliers d'emplois au Québec et dans le Grand Montréal, et ce sont tous les secteurs de l'économie qui en bénéficient, en plus des entreprises vivant du tourisme d'affaires. Pensons notamment aux retombées positives de ces événements sur la vitalité du centre-ville de Montréal.

Le Palais des congrès génère également des retombées commerciales et des occasions de développement d'affaires et de maillage pour des secteurs névralgiques de l'économie tels que les sciences de la vie, l'aérospatiale, les technologies propres, l'intelligence artificielle et bien d'autres. L'expertise du Canada rayonne à travers les événements du Palais des congrès de Montréal et permet à la destination d'affaires de se distinguer par la qualité de ses services, son offre technologique et ses initiatives de développement durable, pour ne nommer que certains éléments distinctifs.

Cependant, la croissance d'accueil d'activités de congrès et d'exposition est limitée en raison de la superficie disponible au Palais des congrès. La position de Montréal comme ville hôte des plus grands congrès se voit donc menacée par le manque d'espace. Par ailleurs, d'autres villes canadiennes telles que Calgary ont investi dans l'agrandissement des infrastructures. L'agrandissement du BMO Convention and Trade Centre à Calgary a par ailleurs bénéficié d'un financement allant jusqu'à 166,6 millions de dollars de la part du gouvernement fédéral.

L'agrandissement du Palais des congrès requiert un financement multipartite. La Ville de Montréal soutient fermement ce projet d'agrandissement. Quant au gouvernement provincial, il finance une étude de faisabilité dans le cadre du Programme québécois des infrastructures 2021-2031. La Chambre interpelle le gouvernement fédéral afin qu'il contribue au financement nécessaire à l'agrandissement du Palais.

Recommandation n°5 : Renforcer le positionnement du Canada en matière d'accueil de congrès internationaux en confirmant rapidement un financement dédié à l'agrandissement du Palais des congrès de Montréal.

Soutenir les activités portuaires de Montréal

Après deux saisons consécutives annulées en raison de la crise de la COVID-19, les croisières ont fait leur grand retour ce printemps au Port de Montréal : 46 escales sont prévues au calendrier de 2022. Dépendamment du taux d'occupation des navires, ces escales amèneront entre 40 000 à 50 000 passagers à Montréal.

Montréal étant située soit au début ou à la fin des trajets de croisières, nombreux sont les touristes qui profitent des attraits touristiques, de la restauration et de l'hébergement dans le cadre de leur voyage en bateau. Rappelons qu'en 2019, les activités de croisières avaient généré près de 30 millions de dollars de retombées économiques pour la Ville de Montréal.

Qui plus est, le Québec, avec sa vision maritime Avantage Saint-Laurent, est la seule province canadienne à posséder une stratégie maritime. Le gouvernement fédéral possède lui aussi une vision maritime avec la Stratégie de l'économie bleue du Canada. Afin de renforcer le développement de l'industrie des croisières, qui est hautement rentable et de plus en plus intermodale, le gouvernement fédéral doit tenir compte de la stratégie québécoise dans le cadre de l'octroi du soutien, notamment en ce qui touche au développement de terminaux pour les croisières.

Recommandation n°6 : Assurer une meilleure connexion entre les stratégies maritimes et soutenir le développement de l'industrie des croisières et des activités touristiques au Port de Montréal.

Revitaliser le Vieux-Port de Montréal

Une très grande partie de l'achalandage touristique de Montréal se concentre dans la zone du centre-ville et du quartier historique du Vieux-Port. Joyau du patrimoine montréalais, le Vieux-Port est le premier attrait touristique à Montréal en termes d'achalandage et constitue une plaque tournante de la culture, du divertissement et de la science.

En août 2021, la Société immobilière du Canada a annoncé la mise en œuvre de la phase initiale du Plan Directeur du Vieux-Port de Montréal avec un investissement de 50 millions de dollars. La phase initiale des travaux d'amélioration devrait débuter au cours de la deuxième moitié de 2022.

Ces travaux d'amélioration et de revitalisation du Vieux-Port reposent sur plusieurs objectifs clés, notamment investir dans des espaces verts et publics, améliorer l'accessibilité et la sécurité, favoriser une meilleure intégration entre le Vieux-Port et le Vieux-Montréal, confirmer les usages à long terme des quais de l'Horloge, King-Edward et Jacques-Cartier et offrir un stimulant économique important à Montréal¹³.

¹³ Tourisme Express, « La Société immobilière du Canada investit 50 millions de dollars pour revitaliser le Vieux-Port de Montréal », 16 août 2021, [En ligne], <https://tourismexpress.com/nouvelles/la-societe-immobiliere-du-canada-investit-50-millions-de-dollars-pour-revitaliser-le-vieux-port-de-montreal>

La Chambre salue cet investissement qui permettra de revitaliser les aménagements et infrastructures du Vieux-Port afin de répondre aux besoins des visiteurs et des Montréalais. Nous estimons que cet investissement contribuera à stimuler l'attractivité et la croissance de la métropole québécoise tout en solidifiant la place du Vieux-Port en tant que premier choix pour les visiteurs québécois, canadiens et internationaux.

Recommandation n° 7 : Soutenir les efforts de revitalisation du Vieux-Port en tant qu'actif stratégique situé au cœur de la métropole.

4. Renforcer l'image de marque et la réputation du Canada

Accroître la promotion du Canada à l'international

Au cours des dernières années avant la pandémie, le Canada a connu une hausse remarquable des arrivées internationales et des dépenses touristiques¹⁴. Bien que le tourisme soit en plein essor dans le monde entier, cette hausse peut aussi être expliquée par les efforts de l'industrie touristique à faire du Canada une destination reconnue internationalement.

Cependant, la capacité touristique du Canada est loin d'être utilisée à son plein potentiel. D'après les données du Conseil mondial du voyage et du tourisme, l'industrie touristique canadienne a connu une croissance inférieure à celle du niveau mondial pour la période de 2015 à 2018¹⁵. Il est à noter qu'au Canada, la part du tourisme en fonction du PIB est beaucoup plus faible comparativement aux États-Unis, à l'Australie, au Royaume-Uni ou à la France.

D'après Destination Canada, le gouvernement fédéral dépense moins en marketing par touriste étranger que des pays comparables. Selon un échantillon de 20 pays comparables, ceux-ci ont dépensé en moyenne 7,40 \$ US en marketing par touriste étranger. Certains pays dépensent encore davantage, à l'instar de l'Australie (11,40 \$ US), de l'Irlande (12,30 \$ US) et de la Nouvelle-Zélande (22,30 \$ US). En contrepartie, le Canada dépense 5,70 \$ US en marketing par touriste étranger, soit 20 % de moins que la moyenne de l'échantillon¹⁶.

Le Canada dispose d'un potentiel touristique important : nous devons l'exploiter pleinement. À cet égard, il est nécessaire d'attribuer les moyens financiers nécessaires afin d'en faire la promotion à travers les marchés prioritaires à l'étranger. Si les acteurs de l'écosystème sont très actifs et créatifs en la matière, l'État lui-même doit aussi contribuer à sa propre promotion, et Destination Canada est un véhicule tout désigné pour cela.

Recommandation n° 8 : Augmenter le financement octroyé à Destination Canada pour la promotion du Canada à l'étranger.

Miser sur les éléments distinctifs du Canada

Au-delà des moyens qui sont accordés à la promotion du pays, la question des messages qui sont véhiculés est également importante. Le Canada est reconnu internationalement pour être l'un des pays les plus paisibles dans un monde où le niveau de sécurité tend à s'effriter. Effectivement, le Canada figure au sixième rang de l'Indice de paix mondiale (IPM) 2018 produit par l'Institut pour l'économie et la paix¹⁷. Avec

¹⁴ Destination Canada, « Exploiter le potentiel de l'économie touristique canadienne », 2018, [En ligne], https://www.destinationcanada.com/sites/default/files/archive/804-Exploiter%20le%20potentiel%20de%20l%27economie%20touristique%20canadienne/Exploiter%20le%20potentiel%20de%20l%27economie%20touristique%20canadienne_WEB.pdf

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Global Peace Index 2018, *Institute for Economics and Peace*, octobre 2018, [En ligne], <https://www.economicsandpeace.org/wp-content/uploads/2020/08/Global-Peace-Index-2018-2-1.pdf>

l'abordabilité, la sécurité est un critère qui se trouve en haut de liste des priorités des voyageurs, et qui gagnerait à être mise davantage de l'avant dans la promotion du Canada.

Outre son aspect sécuritaire, le Canada est reconnu pour son offre culturelle et ses grands événements. Partout au Canada, la danse, le sport, la musique, la gastronomie, l'humour et bien d'autres sont célébrés. D'ailleurs, les événements ayant lieu dans le Grand Montréal contribuent grandement à cette offre. Selon une étude de 2016, un touriste sur quatre vient à Montréal pour un événement culturel¹⁸.

Reconnus à l'échelle mondiale, certains événements dont le Festival international de Jazz, Grand Prix du Canada, Juste pour rire ou encore Osheaga participent au rayonnement et à l'attractivité du Grand Montréal et du Canada. La prochaine stratégie doit donc impérativement miser sur la promotion de ses événements majeurs en tant qu'attraits touristiques distinctifs. D'ailleurs, la récente annonce d'un financement de 30 millions de dollars de la part de Développement économique Canada pour les régions du Québec en soutien à 14 événements et festivals à travers le Québec¹⁹, dont plusieurs dans la métropole, est un exemple de mesure structurante pour l'écosystème touristique.

Le tourisme favorise la promotion et la vitalité de la culture canadienne et de ses établissements culturels, tels que les salles de concert, les théâtres, les musées, etc. Les établissements de culture permettent l'expression même de celle-ci : sans établissements adéquats, la croissance de la culture est freinée. Le gouvernement fédéral a ainsi un rôle à jouer pour soutenir l'offre culturelle, en collaboration avec les autres paliers gouvernementaux. À titre d'exemple, le Théâtre du Nouveau Monde (TNM) déploie un projet d'agrandissement majeur qui nécessite un financement conséquent. La Chambre considère que ce projet d'expansion vient solidifier une force novatrice de l'économie créative de Montréal et que par son ancrage au cœur du Quartier des spectacles, il participera activement à la relance du tourisme à Montréal.

En déployant ce genre d'investissements dédiés à la revitalisation des établissements culturels, le gouvernement fédéral peut contribuer au renforcement de l'offre touristique et à l'attractivité de la métropole d'un point de vue culturel.

Dans bien des pays, le tourisme de table attire un grand nombre de visiteurs. Environ 80 % des voyageurs internationaux choisissent leurs destinations en fonction de la gastronomie²⁰. Cependant, seulement 20 % des visiteurs internationaux viennent au Canada pour la gastronomie. Le Canada regorge néanmoins de plaisirs de table locaux qui méritent d'être découverts, par exemple à Montréal, où nombre de restaurants figurent sur des palmarès des meilleures tables. Il y a donc un réel manque à gagner en termes de promotion à l'étranger de la gastronomie canadienne. Les efforts et les initiatives des provinces, tels que les circuits gastronomiques ou les routes des vins pour valoriser la cuisine d'ici, doivent être encouragés et promus par des organisations comme Destination Canada.

Au Québec, près de 35 chefs restaurateurs se sont réunis afin de fonder la Table Ronde, un collectif qui a pour objectif de favoriser l'essor du secteur de la gastronomie. En parallèle, Tourisme Montréal et la Ville de Montréal ont créé l'Office montréalais de la gastronomie. La promotion des producteurs et des produits locaux contribue non seulement à l'attraction de touristes étrangers au Canada, mais aussi à la vitalité économique. La prochaine stratégie fédérale en matière de tourisme devrait attribuer une place importante à la promotion de la gastronomie dans le Grand Montréal et au Québec.

Recommandation n°9 : Renforcer l'image de marque du pays en misant sur les éléments distinctifs à travers les campagnes de Destination Canada.

¹⁸ Radio-Canada, « Un touriste sur quatre vient à Montréal pour la culture », 26 avril 2016, [En ligne], <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/778157/culture-tourisme-montreal-etude>

¹⁹ Développement économique Canada pour les régions du Québec, Le gouvernement du Canada investit plus de 30 M\$ pour assurer la relance de festivals et d'événements culturels au Québec, 14 juillet 2022, [En ligne], <https://www.canada.ca/fr/developpement-economique-regions-quebec/nouvelles/2022/07/le-gouvernement-du-canada-investit-plus-de-30m-pour-assurer-la-relance-de-festivals-et-devenements-culturels-au-quebec.html>

²⁰ Destination Canada, « Exploiter le potentiel de l'économie touristique canadienne », 2018, [En ligne], https://www.destinationcanada.com/sites/default/files/archive/804-Exploiter%20le%20potentiel%20de%20l%27economie%20touristique%20canadienne/Exploiter%20le%20potentiel%20de%20l%27economie%20touristique%20canadienne_WEB.pdf

Assurer le développement et la promotion du tourisme durable

La crise sanitaire a modifié notre perception l'égard de plusieurs facettes du quotidien, à l'instar de notre rapport à l'espace, au temps, au travail et à notre empreinte écologique. D'après un récent rapport du Conseil mondial du tourisme et du voyage, 58 % des consommateurs se soucient davantage de l'environnement maintenant qu'avant la pandémie²¹.

Face à la crise écologique et aux changements comportementaux, tous les secteurs de l'économie sont appelés à se transformer; le secteur du tourisme n'y échappe pas. Les individus sont de plus en plus conscients des répercussions écologiques du tourisme et cherchent à voyager de manière plus écoresponsable.

Le tourisme durable devient donc une solution prometteuse pour une relance responsable du secteur et pour la promotion du tourisme canadien à l'étranger. Alors que l'industrie touristique est en mutation, le Canada doit saisir cette occasion afin de se positionner comme leader du tourisme durable et écoresponsable.

De plus en plus d'initiatives en ce sens émergent et ont le potentiel de contribuer au rayonnement du Canada à l'étranger. Par exemple, Tourisme Montréal a lancé sa stratégie Destination harmonieuse afin d'encourager d'ici 2030 le développement de la métropole québécoise comme destination touristique exemplaire ayant un impact positif sur l'environnement et la communauté locale. Un outil de compensation carbone est notamment codéveloppé avec Aéroports de Montréal et Carbone Boréal dans le cadre de cette stratégie. Cet outil permettra de calculer les émissions liées aux divers transports, mais également aux visites des attraits touristiques, des séjours dans les hôtels et des repas aux restaurants.

Le gouvernement du Canada se doit de valoriser les initiatives en faveur du tourisme durable et d'y investir afin de stimuler la demande et de diversifier son offre touristique.

Recommandation n° 10 : Soutenir la création et la promotion de l'offre en matière de tourisme durable, afin de permettre au Canada de se démarquer à l'international par ses innovations et son approche verte.

5. Soutenir le développement d'une stratégie nationale en faveur des centres-villes et métropoles canadiennes

La crise liée à la COVID-19 a affecté l'ensemble des villes canadiennes, mais la situation des centres-villes canadiens a été particulièrement difficile. Les mesures sanitaires impliquant l'absence physique des travailleurs, des fonctionnaires, des étudiants et des touristes et l'émergence de nouvelles habitudes de travail et de consommation²² ont causé une chute significative de l'achalandage pour les commerçants.

Les centres-villes canadiens sont des zones économiques hautement stratégiques et contribuent fortement au tourisme canadien. En 2018, les métropoles du Canada représentaient plus de 60 % du PIB national et plus de 82 % de la population²³. De plus, il s'agit souvent de quartiers au cœur de la trajectoire touristique des visiteurs. La majorité des touristes au Canada visitent seulement trois provinces, soit l'Ontario, la Colombie-Britannique et le Québec et leurs grands centres urbains. Plus précisément, 74 % des visiteurs se rendent dans les trois plus grandes villes de ces provinces, c'est-à-dire Montréal, Toronto et Vancouver.

²¹ Caroline Asselin, *Touriscope*, « Pandémie et tourisme durable : pourquoi et comment faire évoluer votre organisation en 5 étapes », 15 octobre 2020, [En ligne], <https://www.touriscope.ca/articles/pandemie-et-tourisme-durable-pourquoi-et-comment-faire-evoluer-votre-organisation-en-5-etapes>

²² Chambre de commerce du Montréal métropolitain, « Étude Relancer le centre-ville de Montréal dans un environnement en profonde mutation – Stratégies pour tirer profit des nouveaux modes d'organisation du travail et de consommation du centre-ville », février 2022, [En ligne], <https://www.ccomm.ca/fr/publications/strategies-pour-tirer-profit-des-nouveaux-modes-d-organisation-du-travail-et-de-consommation-du-centre-ville/>

²³ OCDE, « Regions and Cities at a Glance 2018 – CANADA », 5 mars 2019, [En ligne], <https://www.oecd.org/cfe/CANADA-Regions-and-Cities-2018.pdf>

Malgré la relance économique bien entamée, ces zones urbaines demeurent confrontées aux changements comportementaux occasionnés par la pandémie de COVID-19.

Face à cette problématique commune, la Chambre estime qu'il est nécessaire de se doter d'une stratégie de soutien aux centres-villes des métropoles canadiennes visant à prévenir leur dévitalisation.

Recommandation n° 11 : Se doter d'une stratégie de relance et de transition des centres-villes de nos métropoles en bonifiant le soutien aux grandes villes dans les champs de compétences du gouvernement fédéral.

Conclusion

Le tourisme est une activité au cœur de notre économie, ainsi que du développement urbain et du développement culturel et d'affaires de la métropole. Par ses impacts structurants, le tourisme contribue indiscutablement à la compétitivité et à l'attractivité de Montréal. Il participe au positionnement de la métropole et du Québec sur la scène internationale et contribue au rayonnement de sa culture, de son histoire et de ses valeurs.

Pour sa nouvelle stratégie relative à la croissance du tourisme, la Chambre invite le gouvernement fédéral à faire preuve d'ambition et d'innovation, tout en reconnaissant les actifs stratégiques que le Grand Montréal possède et qui demandent un soutien continu. À terme, on espère parvenir à consolider la position de la métropole en tant que première destination touristique de la province et de première place d'accueil de congrès internationaux en Amérique du Nord.

Synthèse des recommandations

Recommandation n° 1 : Assurer une plus grande prévisibilité dans l'environnement d'affaires et tenir compte du rôle clé du secteur du tourisme en matière de développement économique, culturel et social, ce pour toutes décisions d'imposition de restriction aux activités, ainsi que pour la mise en place de mesures d'aide ciblées.

Recommandation n° 2 : Développer une stratégie ciblée pour soutenir l'industrie touristique face aux enjeux de pénurie de main-d'œuvre, en misant notamment sur l'attraction des talents et en accélérant le traitement des demandes pour les travailleurs issus de l'immigration.

Recommandation n° 3 : Revoir les exigences relatives aux processus de départ et d'arrivée dans les aéroports canadiens en concertation avec les parties prenantes, incluant l'Agence des services frontaliers du Canada, afin de réduire les délais et simplifier les formalités.

Recommandation n° 4 : Augmenter la connectivité internationale du Grand Montréal à travers un soutien accru au développement de liaisons aériennes directes.

Recommandation n° 5 : Renforcer le positionnement du Canada en matière d'accueil de congrès internationaux en confirmant rapidement un financement dédié à l'agrandissement du Palais des congrès de Montréal.

Recommandation n° 6 : Assurer une meilleure connexion entre les stratégies maritimes et soutenir le développement de l'industrie des croisières et des activités touristiques au Port de Montréal.

Recommandation n° 7 : Soutenir les efforts de revitalisation du Vieux-Port en tant qu'actif stratégique situé au cœur de la métropole.

Recommandation n° 8 : Augmenter le financement octroyé à Destination Canada pour la promotion du Canada à l'étranger.

Recommandation n° 9 : Renforcer l'image de marque du pays en misant sur les éléments distinctifs à travers les campagnes de Destination Canada.

Recommandation n° 10 : Soutenir la création et la promotion de l'offre en matière de tourisme durable, afin de permettre au Canada de se démarquer à l'international par ses innovations et son approche verte

Recommandation n° 11 : Se doter d'une stratégie de relance et de transition des centres-villes de nos métropoles en bonifiant le soutien aux grandes villes dans les champs de compétences du gouvernement fédéral.