

# État de l'industrie

Octobre 2020



# Sommaire des conclusions

- Selon les prévisions de juillet de Destination Canada, si les frontières demeurent fermées jusqu'à la fin de 2020, on peut s'attendre à une perte de recettes touristiques de 61 % pour 2020 et à un retour aux niveaux de 2019 au plus tôt en 2024. Si ce devait être le cas, notre économie devra essuyer une perte catastrophique.
- Selon les données sur l'emploi de juin 2020, le Canada a déjà perdu 47 % des emplois liés à l'économie du tourisme, ce qui représente une perte de 354 000 emplois à l'échelle du pays. D'autres emplois disparaîtront si rien n'est fait pour remédier à la situation.
- Les recettes touristiques sont particulièrement touchées par la pandémie de COVID-19. La saison estivale (de juillet à septembre), normalement la période la plus rentable de l'année, a été catastrophique pour l'industrie en raison des restrictions liées aux voyages, des mesures de quarantaine et des consignes de distanciation physique.
- La plupart des Canadiens se sentent à l'aise de voyager dans leur province, mais seuls les Albertains se sentent en majorité à l'aise de voyager ailleurs au pays. Les restrictions au pays liées aux déplacements influent fort probablement sur les perceptions concernant la sécurité des voyages.

# Nos prévisions de juillet annoncent une perte de recettes catastrophique de 61 % en 2020\* et un retour aux niveaux de 2019 au plus tôt en 2024\*

	Recettes projetées pour 2020 (G\$)	% de variation par rapport à 2019
Voyages à l'étranger	1,6	
Voyages à l'intérieur de la province	16,3	-51 %
Voyages entre provinces	3,8	-70 %
Autre	16,1	-57 %
Exportations du tourisme international	3,3	-85 %
<b>Total</b>	<b>41,3</b>	<b>-61 %</b>

\* Advenant une fermeture des frontières jusqu'à la fin de 2020.

Sources : Destination Canada, estimations mensuelles fondées sur les données de Statistique Canada (Enquête sur les voyages des visiteurs, Enquête nationale sur les voyages, Indicateurs nationaux du tourisme) et les données de STR sur les recettes d'hébergement.

# L'économie du tourisme est celle qui enregistre le plus de fermetures d'entreprises

Les deux secteurs commerciaux les plus touchés font partie de l'économie du tourisme. À noter que les données sont désaisonnalisées et tiennent compte des fermetures normales et saisonnières.

## Services d'hébergement et de restauration

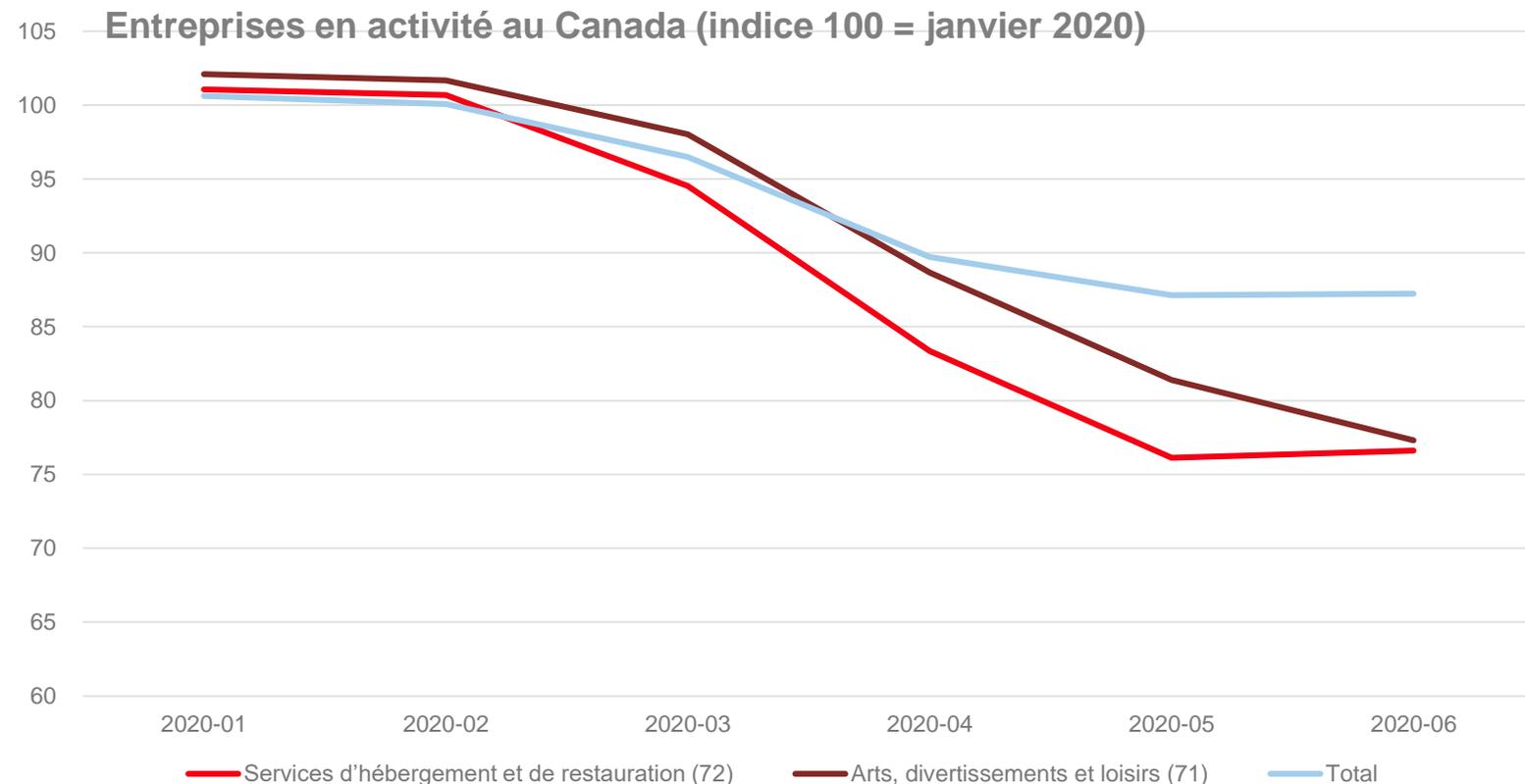
**Baisse de 24,3 %**

Variation du nombre d'entreprises en activité de janvier à juin 2020

## Arts, divertissements et loisirs

**Baisse de 24,2 %**

Variation du nombre d'entreprises en activité de janvier à juin 2020

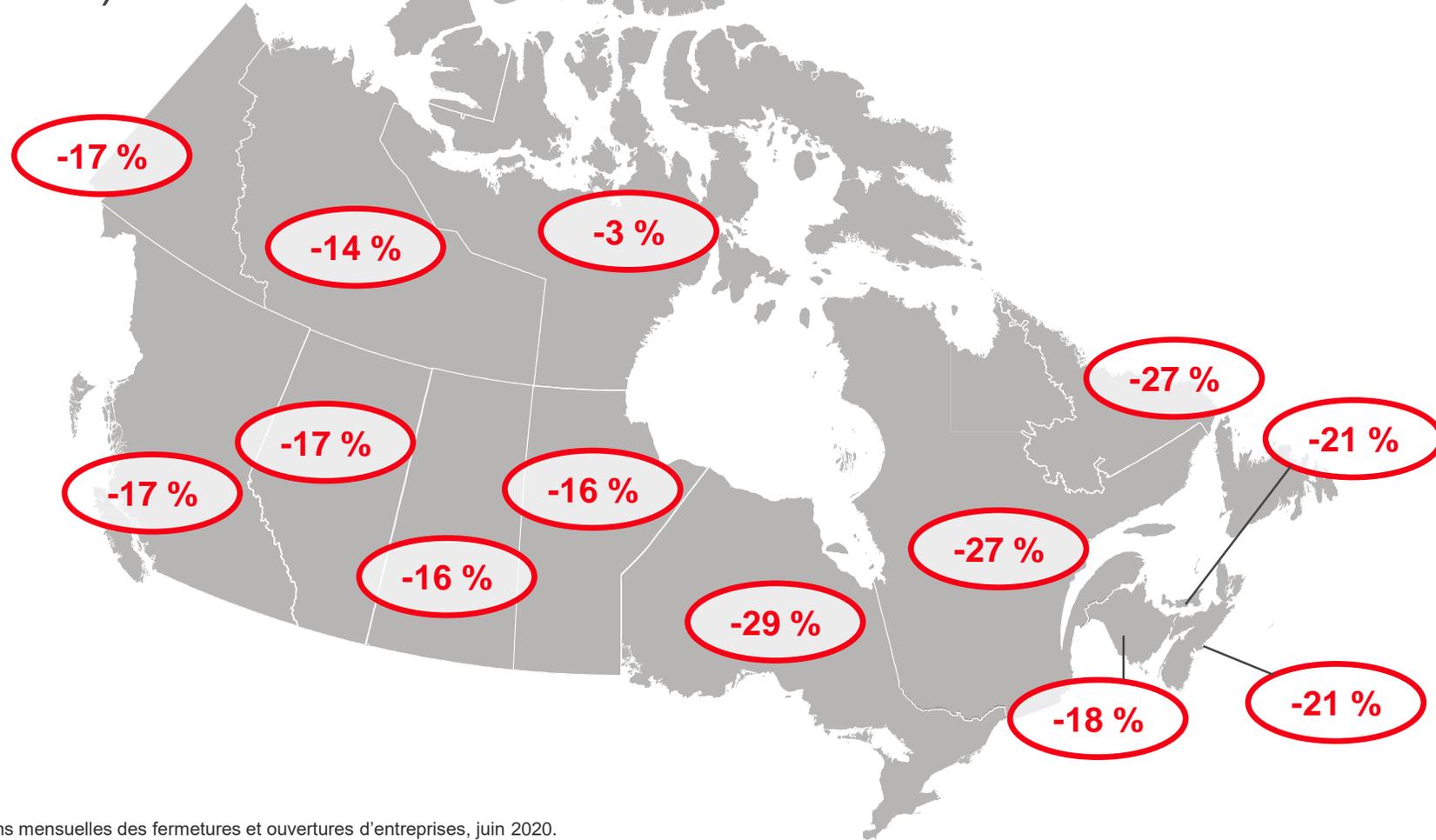


# Pertes pour l'industrie touristique

- Les transporteurs aériens canadiens ont enregistré des **pertes de revenus de 95 %** au T2 de 2020.
- Le secteur de l'hébergement a enregistré des **pertes de revenus de 74,4 %** au T2 de 2020.
- Les festivals et les événements **ne peuvent exister** sans les recettes touristiques.

# Aucune région du Canada n'est à l'abri

Variation en pourcentage du nombre d'entreprises en activité dans le secteur des services d'hébergement et de restauration et le secteur des arts, des divertissements et des loisirs. (de janvier à juin 2020)

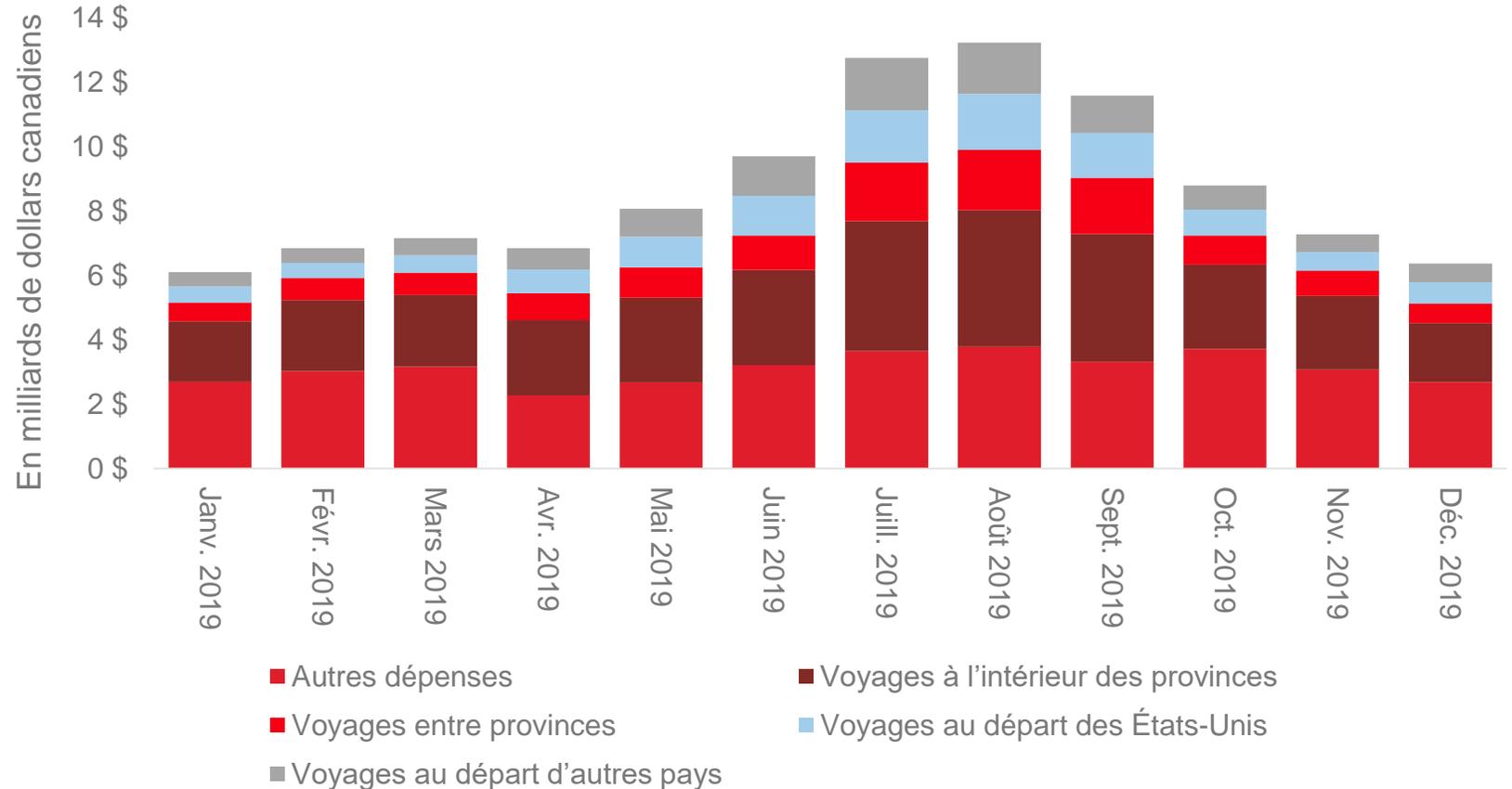


# Le pire est à venir

En matière de dépenses touristiques, la période creuse s'étend normalement de novembre à mars.

On peut s'attendre à une baisse encore plus marquée cette année, puisque les dépenses effectuées par des Canadiens auprès d'entreprises locales (p. ex. transporteurs aériens, voyagistes, etc.) pour des voyages dans des destinations soleil comptent pour environ 43 % des dépenses touristiques effectuées durant cette période.

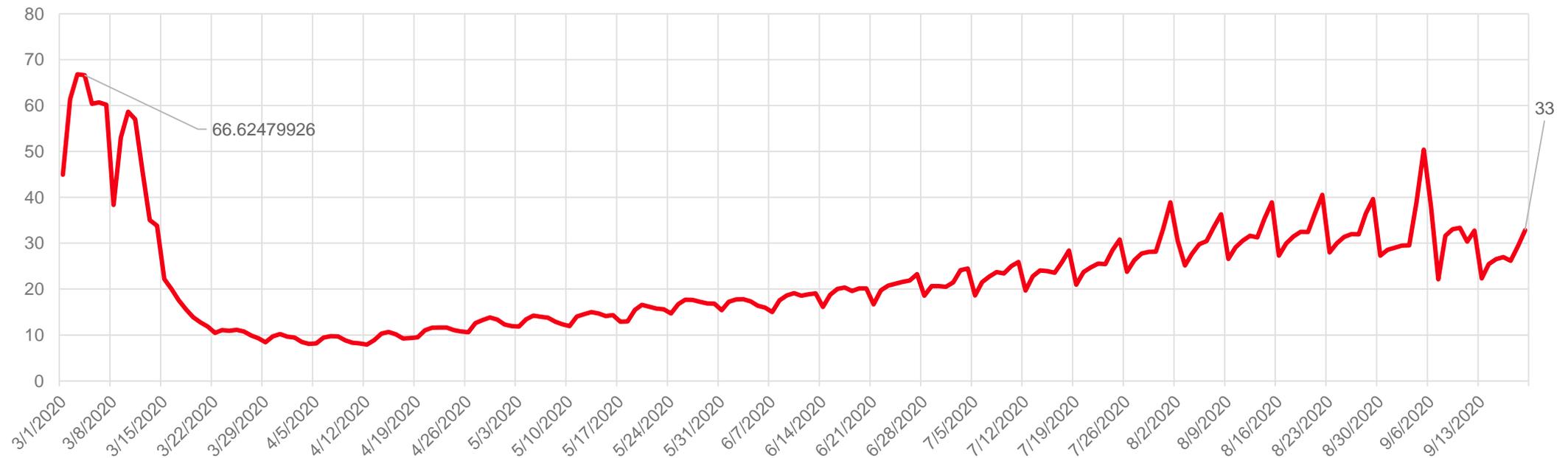
## Demande touristique au Canada en 2019



# Les villes, moteur économique du Canada, sont particulièrement touchées

Même au milieu de l'été, en pleine haute saison, les hôtels dans nos centres urbains ont enregistré des taux d'occupation bien en dessous de la moyenne.

Taux d'occupation dans les villes



# Événements d'affaires : pertes en dépenses directes de 87 % en 2020

**1,5 million**  
de délégués ne  
visitent plus nos villes

**3 668**  
événements  
annulés

**1,3 G\$**  
en dépenses directes  
perdus

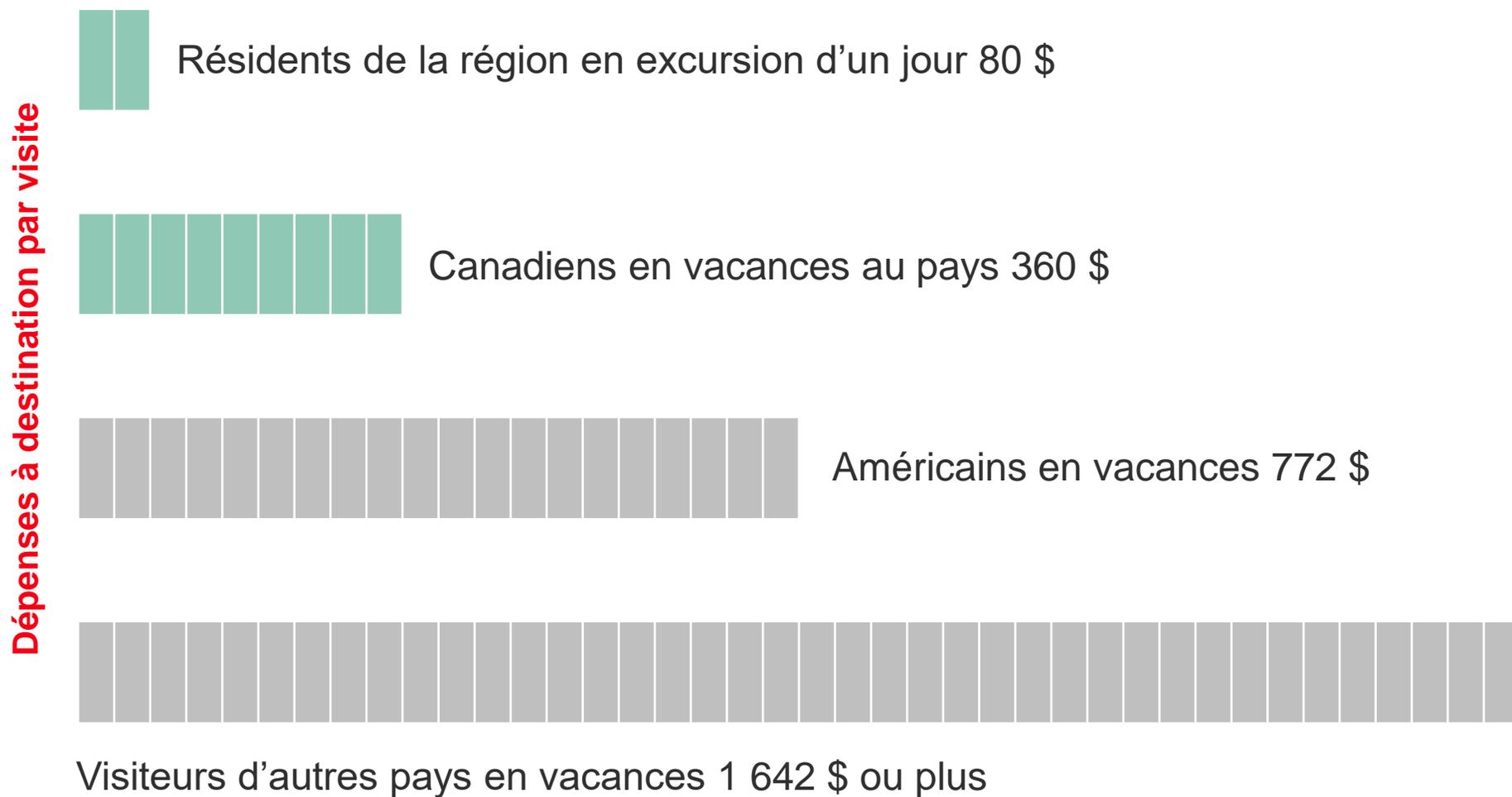
Perspectives pessimistes en ce qui concerne la reprise des réunions et des événements d'affaires en 2021.

# Les centres de villégiature sont aussi durement touchés : hausse des voyages d'un jour et capacité réduite pour les séjours d'une nuit ou plus

À titre d'exemple, deux des grandes régions touristiques du Canada ont enregistré des pertes importantes en août :

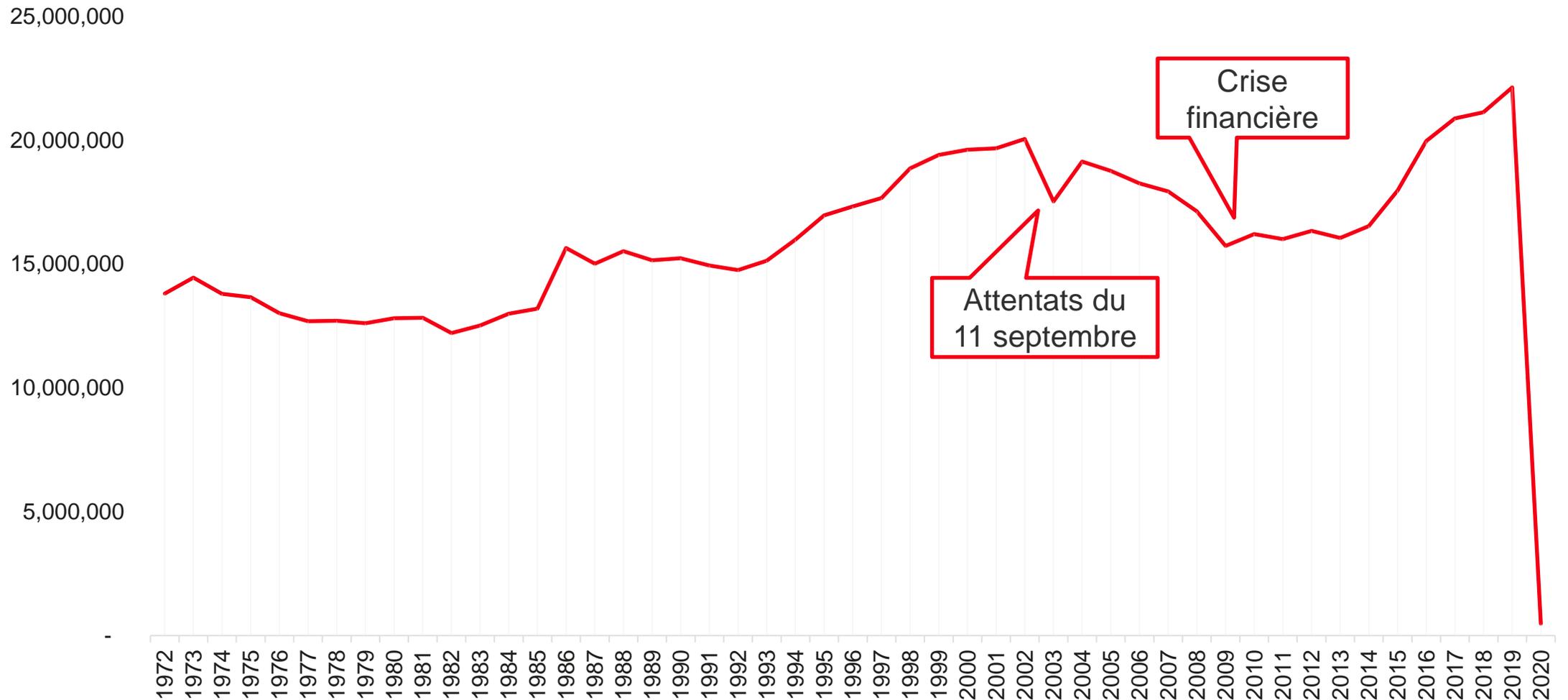
- Région de Banff et Lake Louise
  - Voyages d'une nuit ou plus en baisse d'environ 35 %.
  - Tarif quotidien moyen de 269 \$ (auparavant d'environ 667 \$).
  - Revenus en baisse d'environ 70 % (selon les estimations de Banff & Lake Louise Tourism).
- Région de Niagara Falls
  - Voyages d'une nuit ou plus en baisse d'environ 45 %.
  - Tarif quotidien moyen de 106 \$ (auparavant de 206 \$).
  - Revenus en baisse d'environ 70 % (selon les estimations de Destination Canada).

# Les visiteurs des parcs et des attractions du Canada dépensent généralement moins que les autres segments de visiteurs



# L'économie du tourisme connaît un effondrement sans précédent

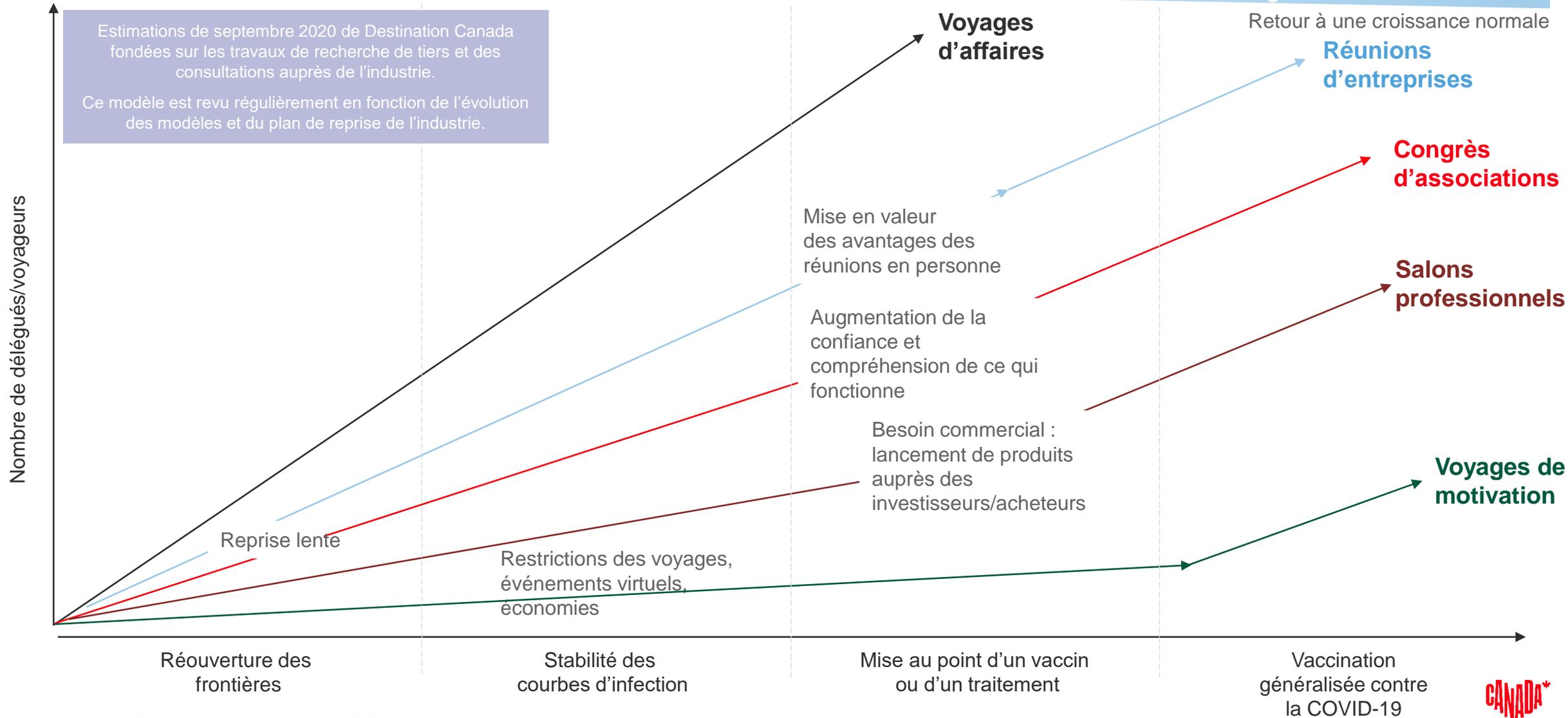
Arrivées de visiteurs étrangers pour des séjours d'une nuit ou plus de 1972 à 2020 (estimations)



# L'évolution des événements et des voyages d'affaires dépendra de la mise au point d'un vaccin ou d'un traitement

Faible niveau de confiance à l'égard des événements

Rétablissement de la confiance à l'égard des événements



# Destination Canada a établi un cadre de reprise pour les voyages d'agrément



**Confinement total**

Assouplissement des mesures restrictives de santé publique

Levée de toutes les restrictions

<b>Marché principal</b>	Aucun voyage	Voyages très locaux	Voyages à l'intérieur de la province	Voyages entre provinces	Marché américain en voiture	Marchés de Destination Canada
<b>Moyens de transport</b>	Aucun voyage	1 à 2 heures de route	1 à 5 heures de route	5 à 10 heures de route 1 à 4 heures de vol	5 à 20 heures de route	1 à 6 heures de vol (É.-U.) Plus de 5 heures de vol (autres pays)
<b>Durée des séjours</b>	Aucun voyage	Voyages d'un jour	Voyages d'un jour Voyages comptant une nuit	Voyages comptant une nuit Voyages de plusieurs jours	Voyages de plusieurs jours ou de plusieurs semaines	Voyages de plusieurs jours ou de plusieurs semaines
<b>Destinations</b>	Aucun voyage	Au sein de sa région	À une demi-journée de route ou dans sa région	À l'intérieur du Canada	Au Canada – entrée par la frontière terrestre avec les États-Unis	Au Canada – entrée par les aéroports internationaux
<b>Taille des groupes</b>	Aucun voyage	Famille proche (1 à 5 personnes)	Famille proche (1 à 5 personnes) Amis proches (1 à 5 personnes)	Famille élargie (5 à 10 personnes) Amis (5 à 10 personnes) Petits groupes de collègues (5 à 10 personnes)	Famille élargie (10 à 50 personnes) Amis (10 à 50 personnes) Grands groupes de collègues (10 à 50 personnes)	Famille élargie (10 à 50 personnes) Amis (10 à 50 personnes) Grands groupes de collègues (10 à 50 personnes)
<b>Sous-secteurs en activité à la phase en cours (non exhaustif)</b>	Aucun voyage	Activités extérieures (p. ex. parcs, ceinture de verdure, parcours de golf)	<i>Phase précédente, plus :</i> Petites attractions de loisir Petits restaurants Agences de location de voitures Petites boutiques	<i>Phase précédente, plus :</i> Grands restaurants Attractions de taille moyenne (p. ex. zoos) Grands détaillants Hébergement Voyages en avion et en train	<i>Phase précédente, plus :</i> Bars et clubs Attractions phares Événements d'affaires	<i>Phase précédente, plus :</i> Festivals et événements (p. ex. matchs sportifs)

# Reprise du tourisme intérieur

La reprise est beaucoup plus lente que prévu; certaines provinces et certains territoires ne sont toujours pas à la phase des voyages entre provinces.

Province	2 juin	9 juin	16 juin	23 juin	30 juin	7 juillet	14 juillet	21 juillet	28 juillet	4 août	11 août	18 août	1 <sup>er</sup> septembre	...29 septembre
<b>Colombie-Britannique</b>	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	III Voyages à l'intérieur de la province	IV Voyages entre provinces										
<b>Alberta</b>	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	III Voyages à l'intérieur de la province	IV Voyages entre provinces										
<b>Saskatchewan</b>	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux
<b>Manitoba</b>	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	III Voyages à l'intérieur de la province							
<b>Ontario</b>	I Lutte contre la COVID-19	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	III Voyages à l'intérieur de la province	IV Voyages entre provinces	IV Voyages entre provinces	IV Voyages entre provinces	IV Voyages entre provinces
<b>Québec</b>	I Lutte contre la COVID-19	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	III Voyages à l'intérieur de la province	IV Voyages entre provinces	III Voyages à l'intérieur de la province							
<b>Nouveau-Brunswick</b>	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	III Voyages à l'intérieur de la province	IV Voyages entre provinces										
<b>Nouvelle-Écosse</b>	I Lutte contre la COVID-19	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	III Voyages à l'intérieur de la province	IV Voyages entre provinces	IV Voyages entre provinces				
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	III Voyages à l'intérieur de la province					
<b>Terre-Neuve-et-Labrador</b>	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	III Voyages à l'intérieur de la province	IV Voyages entre provinces	III Voyages à l'intérieur de la province							
<b>Yukon</b>	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	II Voyages très locaux	III Voyages à l'intérieur du territoire				
<b>Territoires du Nord-Ouest</b>	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire
<b> Nunavut</b>	I Lutte contre la COVID-19	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	III Voyages à l'intérieur du territoire	IV Voyages entre provinces	IV Voyages entre provinces

Source : Destination Canada. Rapports sur les conséquences de la COVID-19 et la reprise des marchés.



# Reprise du tourisme international

Les données sur les réservations pour l'ensemble des marchés indiquent que les consommateurs n'ont pas recommencé à voyager à l'étranger. On observe un recul dans certains pays (États-Unis, Australie).

Pays	5 mai	12 mai	19 mai	26 mai	2 juin	9 juin	16 juin	23 juin	30 juin	7 juillet	14 juillet	21 juillet	28 juillet	4 août	11 août	18 août	1er sept.	...22 sept.	
<b>États-Unis</b>	I	I	II	I	I	I	I	I	I	I	II	II							
	Lutte contre la COVID-19	Lutte contre la COVID-19	Voyages au pays	Lutte contre la COVID-19	Voyages au pays	Voyages au pays													
<b>Mexique</b>	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	
	Lutte contre la COVID-19																		
<b>Royaume-Uni</b>	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	II	II	II	II	II	II	
	Lutte contre la COVID-19	Voyages au pays																	
<b>Allemagne</b>	I	I	I	I	II														
	Lutte contre la COVID-19	Voyages au pays																	
<b>France</b>	I	I	I	I	I	I	II												
	Lutte contre la COVID-19	Voyages au pays																	
<b>Australie</b>	I	I	I	I	I	II	I	I	I	I	I	I							
	Lutte contre la COVID-19	Voyages au pays	Lutte contre la COVID-19																
<b>Chine</b>	I	II																	
	Lutte contre la COVID-19	Voyages au pays																	
<b>Corée du Sud</b>	II																		
	Voyages au pays																		
<b>Inde</b>	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	
	Lutte contre la COVID-19																		
<b>Japon</b>	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	
	Lutte contre la COVID-19																		

# Nous n'arrivons pas à avancer au-delà de la phase des voyages au pays/entre provinces

Obstacles inattendus :

1. Fermeture des frontières à l'intérieur des pays (notamment entre les provinces canadiennes).
2. Fermeture des frontières entre les pays.
3. Diversité des mesures adoptées par chaque territoire pour lutter contre la COVID-19.
4. Opinion des résidents quant à l'accueil de visiteurs et volonté de soutenir les efforts de promotion de leur destination.
5. Sentiment d'incertitude des voyageurs – flou entourant les restrictions de voyage et les réservations.
6. Sentiment d'incertitude des entreprises – confusion entourant les protocoles à appliquer et les directives sur les dates et les heures d'ouverture.

# Priorités

**Voyages en avion :** Une hausse des voyages en avion permettra d'atteindre deux objectifs : 1) l'augmentation des recettes des transporteurs aériens; 2) la diffusion, par le bouche-à-oreille, de vraies expériences de passagers.

**Séjours à l'hôtel :** L'augmentation des séjours d'une nuit ou plus dans un établissement d'hébergement payant entraînera une hausse générale des recettes touristiques et des voyages de plus d'un jour.

**Attirer des visiteurs dans les villes :** Le manque de visiteurs dans les villes est une préoccupation urgente.

**Augmenter les recettes par voyage :** Il faut faire connaître les expériences au grand potentiel de recettes auprès des voyageurs au Canada et stimuler la demande pour ces expériences.

**Séjours en semaine :** Les centres de villégiature ont des taux d'occupation élevés les vendredis et samedis, mais ils ont besoin de plus de visiteurs en semaine.

**Soutenir les sites emblématiques :** Nos sites emblématiques et attractions phares ont besoin d'aide pour rester à flot.

**Voyages en automne et en hiver :** Il faut montrer la lumière au bout du tunnel, car le taux de visites est particulièrement bas de novembre à mars. De nombreuses entreprises ont une décision difficile à prendre : fermer ou rester ouvertes au cours des prochains mois.

**Stimuler la demande pour le printemps et l'été :** Il faut commencer à stimuler la demande pour la haute saison touristique de 2021 dès que les consommateurs seront prêts à planifier des voyages, afin de permettre à l'industrie de se préparer.

# Le Canada profite du tourisme sur divers plans

## Le tourisme est un secteur névralgique car...



... il représente une part importante de l'économie et il a le potentiel de devenir l'un des plus importants secteurs économiques du pays.



... il peut stabiliser l'économie, étant propulsé par d'autres économies nationales que la nôtre.



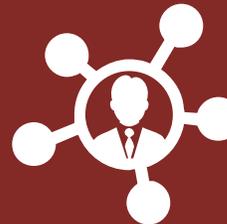
... il a des retombées sur les collectivités de l'ensemble du pays.



... il favorise la préservation culturelle (p. ex. le patrimoine et les communautés autochtones).



... il s'agit d'une exportation importante et de la première exportation de services.



... il est diversifié et inclusif<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> C'est un secteur diversifié sur le plan géographique (centres urbains et régions, provinces et territoires) et il a des retombées sur un grand nombre de secteurs, comme l'hébergement, le voyage, la restauration, etc. Le tourisme peut aussi favoriser la création d'une société inclusive, grâce à l'offre de produits et d'expériences touristiques relatifs aux communautés autochtones, à la communauté LGBTQ, au patrimoine culturel, etc.

# Les Canadiens se sentent à l'aise de voyager dans leur province ou leur région

*I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager*

% Somewhat / Strongly Agree % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord	BC/C.-B. (n=200)	AB/Alb. (n=201)	SK/MB Sask./Man. (n=201)	ON/Ont. (n=611)	QC/Qc (n=402)	ATL (n=200)
	Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	78 %	86 %	59 %	66 %	58 %
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	62 %	79 %	59 %	53 %	50 %	87 %
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces du Canada	37 %	59 %	26 %	35 %	37 %	19 %
The United States / ... aux États-Unis	8 %	19%	6 %	9 %	10 %	5 %
Internationally / ... à l'étranger	6 %	24 %	6 %	7 %	13 %	4 %

*Green text* indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence  
*Red text* indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence  
 To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?  
 « Je me sens à l'aise de voyager... »

*Le vert* indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)  
 Le *rouge* indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)  
 Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?  
 « Je me sens à l'aise de voyager... »

# Notre gestion de la pandémie de COVID-19 pourrait s'avérer un grand avantage concurrentiel sur la scène internationale



Les cinq pays que les voyageurs se sentent le plus à l'aise de visiter dans les cinq prochaines années sont aussi les cinq pays qui ont obtenu les meilleurs taux d'approbation pour leur gestion de la crise sanitaire.



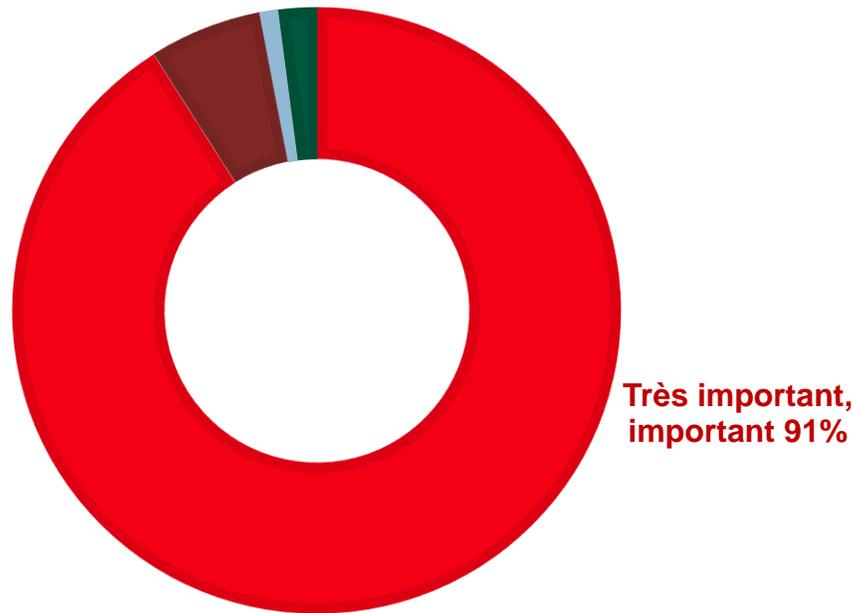
Dans le cadre d'un sondage mené dans 20 pays, les répondants de neuf pays (indiqués à gauche) ont classé le Canada parmi les trois destinations étrangères qu'ils seraient le plus à l'aise de visiter dans les cinq prochaines années.

De 27 à 48 % des répondants de ces neuf pays se sentiraient à l'aise de voyager à l'étranger dans les cinq prochaines années.

# Malgré les conséquences dévastatrices sur l'économie du tourisme, les Canadiens croient toujours que le tourisme est vital

Selon vous, quel rôle joue l'industrie du tourisme dans l'économie du Canada?

JUILLET 2019



AOÛT 2020

