

Recommandations 2022

Pour une relance soutenue de l'industrie visant
un tourisme durable et prospère

Édition février 2022



Crédits: Lafond, Dominique

Table des matières

Table des matières 2

Présentation 3

Vitalité économique et sociale des régions du Québec 4

État de situation depuis 2020 4

Sur la route de la relance 6

Proposition de 10 recommandations clés 8

Synthèse des 10 recommandations clés 10



Crédits: Lafond, Dominique

Présentation

L'Alliance de l'industrie touristique du Québec (Alliance) est une organisation privée sans but lucratif qui fédère plus de **10 000 entreprises** réunies au sein de **45 partenaires associatifs** régionaux, sectoriels et affiliés. Depuis 2016, elle est le **porte-voix de l'ensemble de l'industrie touristique québécoise**.

Notre mission

L'Alliance rassemble, concerte et représente les entreprises et les associations du secteur touristique pour propulser la performance de l'industrie tout en soutenant et en participant au développement de l'offre et à la mise en marché touristique du Québec.

Notre vision

Unie au sein d'une organisation collaborative et innovante, l'équipe formée des associations touristiques, des entreprises actives et des équipiers de l'Alliance, s'engage à **faire du Québec une destination touristique prospère, durable et responsable de calibre mondial**.

Nos valeurs

Passion, collaboration, courage, créativité, performance.

Nos objectifs soutiennent notre approche

1. **Rassembler, concerner et représenter les membres** et leur offrir des services ;
2. **Valoriser le tourisme au Québec** en vue d'accroître les retombées économiques pour les diverses régions ;
3. **Émettre des avis et des recommandations** afin de s'assurer que l'élaboration des politiques et des programmes publics s'appuie d'une part, sur l'évolution de l'industrie et des marchés et, d'autre part, sur les réalités vécues par les entreprises touristiques ;
4. **Participer activement à :**
 - a. **l'amélioration de l'expérience de la clientèle** touristique, de développement de produits touristiques, de signalisation, d'accueil, de renseignements et de réservations touristiques ;
 - b. **la planification et à la réalisation des activités de mise en marché touristique** dans le cadre d'une approche cohérente de tous les intervenants concernés en collaborant avec le ministère du Tourisme (MTO) dans l'élaboration des stratégies gouvernementales. C'est à ce titre que l'Alliance est mandataire de la promotion du Québec sur les marchés québécois, canadiens et internationaux.

Les recommandations et avis constructifs que l'Alliance formule visent à contribuer à l'essor du tourisme à l'échelle québécoise et canadienne dans un esprit de collaboration avec les autorités publiques.

Consultation des parties prenantes

Pour formuler les recommandations qu'elle porte au nom de l'industrie touristique, l'Alliance a consulté de manière structurée et proactive, en décembre 2021 et janvier 2022, des parties prenantes privées et associatives qui composent ce secteur économique :

- **Conférence des directeurs.trices génér.aux.ales** des 45 associations touristiques régionales, sectorielles, locales et affiliées.
- **Conférence économique de l'industrie touristique du Québec**, un comité-conseil de l'Alliance composé de propriétaires et de dirigeant.e.s d'entreprises québécoises ayant une fine compréhension des enjeux régionaux et de tous les secteurs en tourisme. Ensemble, ils cumulent une expérience majeure des opérations dans l'industrie touristique québécoise et bénéficient de la complémentarité de leurs expertises.
- **Conseil d'administration de l'Alliance** qui est formé de 17 membres, dont 12 entrepreneur.e.s élu.e.s démocratiquement par les parties prenantes de l'industrie privée et associative.

L'Alliance a également pu s'entretenir avec des représentant.e.s du ministère du Tourisme (MTO) sur les priorités et actions potentielles que les organisations partagent afin d'assurer la relance du secteur économique. Ces échanges s'inscrivent dans la longue tradition de collaboration entre le MTO et l'Alliance (et les organisations qui l'avaient précédé avant sa création en 2016).

L'Alliance tient à remercier tous les intervenant.e.s qui ont contribué à ce document.



Le tourisme contribue significativement à la vitalité économique et sociale des régions du Québec

Les activités et attraits touristiques contribuent significativement à la qualité de vie des citoyen.ne.s en leur permettant de profiter de milieux de vie s'appuyant notamment sur les parcs, les festivals, les musées, les restaurateurs et producteurs locaux, les spas et de nombreux attraits qui contribuent à forger la personnalité des communautés et régions du Québec.

Par **l'effet multiplicateur** de ses activités essentielles – héberger, divertir et nourrir – les 25 000 entreprises de ce secteur contribuent à la vigueur de l'économie de proximité et à la création de 402 000 emplois directs et indirects.

Présent aux quatre coins du Québec, le tourisme contribue donc significativement à la **vitalité économique et sociale des régions** alors qu'il permettait de générer 16 milliards de dollars en recettes dans l'économie avant la pandémie.

Enfin, et il faut en être conscient, le tourisme a fait du bien dans la vie des gens au cours de cette pandémie.



Crédits: Ouellet, Raphael



Recommandations 2022

Pour une relance soutenue de l'industrie
visant un tourisme durable et prospère

État de situation depuis 2020

Avant de formuler des recommandations, il y a lieu de brosser le tableau pragmatique de l'état de situation dans la perspective des entreprises et des voyageurs.

La pandémie affecte le tourisme, les entreprises et la main-d'œuvre plus que les autres secteurs

Il est maintenant reconnu que le tourisme est le secteur économique le plus durement touché par la pandémie mondiale et plusieurs expert.e.s s'attendent à ce que les résultats de 2019 ne soient pas de retour avant 2025, voire 2026.

Cette crise a bousculé les repères en présentant son lot de défis et aussi de périodes d'incertitude. Elle a également créé de nouvelles opportunités, accéléré certains changements et, surtout, **démontré une capacité importante des entreprises touristiques à s'adapter notamment aux mesures sanitaires**. Rappelons que la pandémie a affecté leur capacité d'accueil, réduit les périodes d'exploitation et limité l'accès aux marchés plus que d'autres secteurs économiques, qui ont eu à s'adapter également.

Les confinements successifs et les règles requises à la gestion de la santé des populations a généré, malgré certaines embellies estivales, une **baisse importante de leurs revenus annuels pour deux années consécutives**. En 2021, sur la route de la relance, plusieurs régions touristiques ont connu des résultats appréciables soutenus par une demande « captive » issue du marché domestique. Les portes d'entrée de Montréal, Québec et Gatineau, normalement fréquentées par un apport important de touristes hors Québec et de touristes d'affaires, se relèvent plus difficilement comparativement aux autres régions.

La richesse humaine est au cœur de l'expérience touristique du Québec qui bénéficie d'une réputation de destination accueillante, un avantage distinctif sur la concurrence. **La pénurie de main-d'œuvre** est exacerbée par la pandémie. Elle frappe les entreprises du tourisme en les obligeant à réduire leurs périodes d'ouverture (heures et jours), leur capacité d'accueil et d'hébergement. Elle exerce également une pression importante sur les équipes ainsi que sur les gestionnaires. Selon une étude de la Chaire de tourisme Transat, « 75 % des touristes ayant vécu des irritants en lien avec la pénurie de main-d'œuvre jugent que le manque de personnel a affecté leur expérience touristique¹ ». Cette situation a le potentiel de freiner la relance, réduire la capacité des entreprises à se développer, d'affecter la qualité de l'expérience des voyageurs et ultimement de freiner la génération de revenus si importants dans le contexte.

Malgré le soutien des gouvernements, les entreprises se sont endettées pour survivre

Pour traverser cette tempête sans précédent, il faut souligner positivement les **efforts importants des gouvernements pour sauvegarder ce secteur économique** alors que les entreprises du Québec ont bénéficié de mesures de soutien financier diverses et les plus complètes au Canada.

Devant assumer des frais fixes importants avec des revenus en baisse, plusieurs entreprises présentent une situation financière plus fragile qu'avant la pandémie. En effet, les PME ont accumulé une dette moyenne de près de 170 000 \$ en raison de la COVID-19. Par ailleurs, dans le secteur de l'hébergement et de la restauration, l'un des plus touchés par les restrictions, la dette moyenne s'élève à 333 174 \$.²

Avec la cinquième vague, un constat s'impose, les entreprises et les employé.e.s qui œuvrent dans le monde du tourisme et du voyage subissent à répétition les contrecoups de la pandémie. L'Alliance l'avait déjà affirmé en 2020, les entreprises qu'elles représentent ne souhaitent pas vivre au crochet de l'État. Toutefois, les gouvernements doivent poursuivre leur soutien pour les entreprises les plus affectées par des motifs hors de leur contrôle jusqu'au moment où il sera possible de générer des revenus suffisants permettant d'assumer leurs frais d'exploitation et rembourser la dette accumulée.



Crédits: Turgeon, Linda

État de situation depuis 2020

Optimiser la demande est prioritaire pour les entreprises

Nos consultations auprès des entreprises indiquent donc qu’au-delà de l’enjeu de la main-d’œuvre qu’elles rencontrent, leur priorité est de pouvoir générer des revenus avec l’attente que les actions stratégiques déployées par la destination permettent d’optimiser la demande des divers marchés.

Rappelons que le Québec enregistrait un déficit de sa balance touristique de 4 G\$ avant la pandémie avec un apport des touristes internationaux de 4 G\$ et des dépenses des Québécois.es à l’étranger de 8 G\$³. Les restrictions sur les déplacements et les conditions particulières de voyages ont créé un marché captif de touristes issus du marché domestique et ils ont été la bouée de sauvetage des entreprises du Québec, particulièrement en région.

La 5^e vague et les restrictions sanitaires requises pour y faire face a freiné l’élan perceptible de relance de 2021. Il a été compris que le Québec devait appliquer des mesures sanitaires plus strictes pour protéger son système de santé alors que notre voisin américain envoie des images d’une liberté quotidienne plus souple et que les destinations européennes, qui ont toujours un à deux mois d’avance au niveau du déconfinement, font de même. Conséquemment, les destinations concurrentes dégagent une attractivité ponctuelle que le Québec aura à combattre pour maintenir le choix des Québécois.es d’acheter local pour leurs vacances possiblement pour les années 2022 et 2023.

Inversement, l’approche sanitaire prudente du Canada vient instaurer une perception d’accès complexe à notre destination de la part des clientèles étrangères qui pourraient ne pas être de retour au même rythme que le départ des Québécois.es vers d’autres destinations. Rappelons qu’avant la pandémie, 24 % du volume des touristes provenait des marchés hors Québec et permettait d’enregistrer 53 % des dépenses touristiques totales du Québec ce qui génère de l’argent neuf dans l’économie à l’instar des exportations. Ils contribuent notamment significativement à la santé économique des entreprises situées au sein des portes d’entrée de Montréal, de Québec et de Gatineau.

Dans le cas du tourisme d’affaires, il faut constater qu’il n’a pas encore fait l’objet d’une véritable relance. Les possibilités d’offres de congrès, d’événements et de réunions ont été significativement affectées par les mesures sanitaires applicables à ce secteur. D’ailleurs, les clients en tourisme d’affaires planifient leurs événements très souvent à l’avance et dans le cas des grands congrès plusieurs mois et années à l’avance. Rappelons que ce secteur est très lucratif avec 1,8 G\$ de retombées au Québec et il contribue fortement à la vitalité des villes et des régions notamment en période moins achalandée par le touriste d’agrément.

Cette situation fera en sorte que la saison estivale 2022 sera à nouveau placée en mode relance. La performance de nombreuses entreprises sera encore affectée, notamment les entreprises majeures dont le chiffre d’affaires est plus fortement lié aux visiteurs hors Québec. Il sera essentiel de poser les gestes stratégiques visant à retenir les Québécois.es au Québec pour les deux prochaines années.



Crédits: Castonguay, Viateur

¹ Chaire de tourisme janvier 2022

² Fédération canadienne de l’entreprise indépendante (FCEI) – communiqué de presse 31 août 2021

³ MTO-2019



Sur la route de la relance

L'environnement d'affaires est évolutif pour les voyageurs et complexe pour les entreprises

Le monde du tourisme et du voyage est et sera désormais différent. L'environnement d'affaires des entreprises est plus complexe que jamais et cette situation perdurera sur plusieurs années. Il sera caractérisé notamment par :

- **Une vive concurrence** entre les destinations afin de reprendre les parts de marchés perdues et stimuler ce secteur économique phare pour plusieurs pays, provinces et localités.
- **Une évolution dans les habitudes des voyageurs** où le sentiment de sécurité primera et les liens de confiance seront à entretenir en continu. Déjà, les voyageurs se préparent plus en amont de leur séjour et il est possible d'anticiper qu'ils voyageront moins souvent, mais plus longtemps pour favoriser les rencontres authentiques avec les populations locales et amortir l'effet des contraintes dorénavant imposées dans les déplacements. Ainsi, ils accorderont une attention plus grande aux destinations qui adhèrent et se développent de façon durable.
- **Un tourisme local** a permis de faire découvrir (et redécouvrir!) le Québec aux Québécois.es pendant la pandémie et de stimuler le tourisme domestique. Pour plusieurs, la tentation sera forte de repartir vers d'autres destinations au-delà des frontières québécoises.
- Un **monde numérique** prendra encore plus de place tant pour inspirer les choix d'une destination, pour réserver et proposer des circuits qui s'adaptent aux besoins des consommateurs. Les destinations et les entreprises doivent simplifier la vie des voyageurs pour tirer leur épingle du jeu.

S'inscrire dès maintenant dans la nouvelle réalité du tourisme

Les partenaires de l'industrie du tourisme sont conscients et solidaires de l'importance de protéger en priorité la santé des populations. D'ailleurs, l'industrie du tourisme n'a pas été un vecteur de contamination, grâce au travail qui a été réalisé par les entreprises dans le respect des plans sanitaires approuvés par la santé publique.

Pour entreprendre une relance durable de ce secteur économique, il devient impératif de le sortir de ce cercle vicieux qui amène à refermer le tourisme à répétition. En ce sens, les partenaires partagent largement le fait qu'il faudra dans le futur **« apprendre à vivre avec le virus et ses variants »**, et que cela constituera la nouvelle réalité du tourisme pour quelques années potentiellement.

Une fois que la situation à l'égard de la santé publique sera stabilisée au Québec, il importera de planifier et de mettre en œuvre les **conditions gagnantes qui permettront de maintenir en opération la chaîne de production touristique**. Pour y parvenir, il serait déterminant, tant pour les entreprises touristiques que pour les voyageurs, de bénéficier de conditions de voyages et de consommation plus stables sur le moyen et long terme qui tient en compte cette nouvelle réalité. Si le Canada et le Québec souhaitent maintenir leur position concurrentielle versus d'autres destinations, il faudrait viser à leur simplifier la vie dans le contexte en s'appuyant sur l'expérience acquise depuis 2020.

Il importe maintenant de proposer les adaptations à une nouvelle réalité du voyage sur le moyen et long terme notamment pour les motifs suivants:

- La perception que la **destination est sécuritaire et accueillante** en tout temps influence le choix du voyage.
- **La fluidité et la capacité de se déplacer entre les destinations** constituent des facteurs de différenciation, du moins à court terme, et un élément de choix pour les voyageurs.
- Une **certaine garantie** que le voyage planifié pourra se réaliser dans des **conditions sécuritaires, connues à l'avance et stables**, représenteront des facteurs clés de succès de la reconquête des marchés hors Québec.
- Les **tests requis** augmentent significativement le coût des voyages internationaux et présenteront des barrières à l'entrée selon la complexité de l'approche adoptée par chaque destination.
- Si c'est une mesure clé de gestion pandémique, la **preuve de vaccination** sera potentiellement étendue permettant d'assurer le maintien des opérations. Toutefois, il faut demeurer conscient qu'elle rend plus complexe l'accès aux commerces pour un touriste, et augmente la charge de gestion pour une entreprise.

Sur la route de la relance

Consolider la position concurrentielle du Québec

Alors que la concurrence entre les destinations s’intensifie, il est nécessaire plus que jamais de continuer à développer et à renouveler les expériences touristiques de calibre mondial en phase avec une approche durable qui consolidera la position concurrentielle du Québec, tant sur le plan international qu’au plan domestique.

Pour y parvenir, la propulsion d’une culture d’innovation, tant dans la transformation des entreprises que dans l’élaboration de nouvelles expériences, placera les entreprises touristiques dans une position favorable pour saisir les opportunités. La relance de l’industrie en phase avec ce qui soutenait déjà son développement durable permettra également de **mettre au cœur des décisions et des actions la relation humaine essentielle entre des voyageurs, des entreprises et des communautés** pour continuer de faire rayonner la contribution que ce secteur économique génère pour toutes les régions.

Adhésion à la vision et au cadre d’intervention québécois

À diverses occasions, le premier ministre du Québec a fait part publiquement de certaines de ses orientations pour le tourisme domestique et de l’importance pour le Québec d’accueillir des touristes internationaux. Cette affirmation qu’il a d’ailleurs prononcée en décembre 2021⁴ est certainement la plus inspirante pour tous les membres de l’industrie :

« Un Québec qui investit en tourisme est un Québec qui gagne »

Pour relancer le tourisme, la ministre du Tourisme du Québec a proposé une vision fondée sur le tourisme durable et responsable et a élaboré une feuille de route précise avec le cadre d’intervention. Soulignons que le MTO a répondu aux recommandations formulées par l’industrie en 2021 et que la mise en œuvre du cadre d’intervention se réalise dans la perspective d’une collaboration gouvernement-industrie qui doit être soulignée positivement, car c’est un facteur de succès incontournable pour un tourisme durable et prospère. L’Alliance et les divers partenaires de l’industrie qu’elle représente adhèrent à cette feuille de route.

Efforts concertés provincial-fédéral

Aussi, dans le cadre de la réunion du Conseil canadien des ministres du Tourisme (CCMT)⁵, coprésidé par le ministre du Tourisme du Canada et la ministre du Tourisme du Québec pour l’occasion, ils se sont engagés à poursuivre des objectifs communs et de planifier ensemble la relance du secteur touristique. Pour y parvenir, ils ont identifié trois éléments clés où ils entendent collaborer :

- collaborer pour relever les défis liés à la rareté de la main-d’œuvre ;
- discuter de l’accès aux destinations ;
- favoriser la croissance économique pour l’ensemble du secteur du tourisme, notamment grâce au tourisme durable, aux événements et aux expériences autochtones.

L’Alliance réitère sa position à l’effet que les efforts des deux paliers de gouvernement doivent être coordonnés de sorte à assurer un environnement d’affaires propices et simplifiées pour les entreprises. En ce sens, les politiques et les programmes publics doivent permettre le plus possible de faciliter la vie des entrepreneurs déjà aux prises avec de multiples défis. Plusieurs programmes y sont d’ailleurs parvenus depuis le début de la pandémie alors que ce n’est pas le cas pour d’autres.

Quant aux programmes de soutien à l’investissements du gouvernement du Canada, qui viennent également encourager les entreprises à investir dans le développement de leurs produits et de leurs expériences, nous rappelons qu’ils doivent impérativement tenir compte des orientations que se donnent le Québec dans le cadre de son plan de développement et de relance. Ce dernier s’appuie déjà sur l’expertise du MTO et sur une collaboration étroite avec le réseau associatif québécois qui est composé d’acteurs de proximité des localités et des entreprises.

Les recommandations formulées dans le présent document s’inscrivent dans ces priorités qui ont également été identifiées par les membres privés et associatifs de l’industrie. Les leviers financiers complémentaires qui seront proposés pour appuyer la mise en œuvre des programmes publics sont fondamentaux alors que la reprise s’amorce et que planent encore des défis quant à la gestion de la pandémie.

⁴ Allocution prononcée lors de l’inauguration du Club Med de Charlevoix, décembre 2021

⁵ Communiqué de presse – 20 janvier 2022

Crédits: Mercier, Charles



Proposition de 10 recommandations clés

Dans un contexte de vive concurrence, et devant les tendances d’avenir du tourisme, la position concurrentielle du Québec doit être forte. Pour y contribuer, l’Alliance a identifié **5 axes d’intervention** et formuler 10 recommandations clés :

- 1. Soutenir les entreprises touristiques et préparer l’avenir
- 2. Faire face à la réalité de la main-d’œuvre
- 3. Optimiser la reprise de la demande pour favoriser la génération de revenus
- 4. Soutenir l’investissement privé pour développer le produit touristique
- 5. Accompagner la mise en oeuvre du cadre d’intervention touristique

1. Soutenir les entreprises touristiques et préparer l’avenir

Enjeu 1

Tant et aussi longtemps qu’ils seront soumis à des restrictions hors de leur contrôle, il importera de continuer à soutenir les entreprises affectées par l’entremise des programmes qui ont démontré leur effet jusqu’au moment où elles pourront générer les revenus requis afin de ne plus recourir à l’aide de l’État, ce qui inclut les entreprises saisonnières.

Objectifs	Recommandations	Qui
Assurer la survie des entreprises et maintenir les liens d’emplois	1. Programme fédéral de relance du tourisme et de l’accueil : maintenir le taux de soutien de la subvention salariale et de la subvention d’aide au loyer jusqu’à 75 % jusqu’au mois de septembre 2022 et en donner l’accès aux entreprises saisonnières.	Fédéral
	Programmes provinciaux : envisager augmenter le taux du pardon des prêts contractés.	Québec

Enjeu 2

Pour assurer la relance durable du tourisme, et maintenir la confiance en la capacité de ce secteur économique, il devient nécessaire de sortir les entreprises touristiques du cercle des contrecoups répétitifs de la gestion pandémique.

Objectifs	Recommandations	Qui
Simplifier la vie des voyageurs pleinement vaccinés et des entreprises en s’adaptant à la nouvelle réalité.	2. Encadrer la détection de la COVID et de ses variants en proposant des mesures de contrôle claires, uniformisées et stables entre les provinces et idéalement au sein des pays du G20, à savoir : • Viser l’uniformisation du passeport vaccinal au sein des provinces et des pays du G20 s’il doit être maintenu dans les outils de gestion pandémique. • Développer les capacités de détection virales rapides, efficaces et abordables simplifiant les arrivées au Canada. • Limiter les tests PCR et la quarantaine à l’arrivée tout en prévoyant un plan d’élimination des mesures par étape basé sur la science.	Fédéral Québec

⁶ Les estimations financières ont été réalisées à partir de l’expertise de plusieurs intervenants en fonction de paramètres connus et de comparables.

2. Faire face à la réalité de la main-d'œuvre

Enjeu 3

La pandémie a eu des effets importants sur la disponibilité de la main-d'œuvre, ce qui freine les efforts de développement, la capacité d'accueil et les retombées économiques pour le Québec. Cette situation aura une incidence sur la réputation d'accueil du Québec.

Objectifs	Recommandations	Qui
Accroître à court terme l'accès aux bassins de main-d'œuvre disponible	3. Mettre en place et soutenir les mesures qui maximisent l'accès aux bassins de main-d'œuvre à court terme : • Poursuivre la réalisation du plan de valorisation des emplois en tourisme fédérant tous les secteurs. • Favoriser l'aide au recrutement de travailleurs étrangers temporaires et faciliter le déplacement et l'établissement de ceux-ci dans les régions du Québec. • Soutenir les initiatives de mise en place de jumelage saisonnier des entreprises et des employé.e.s. • Soutenir les programmes qui facilitent le déplacement des travailleurs en tourisme dans les régions du Québec (aide au déménagement et au logement).	Québec Fédéral

3. Optimiser la reprise de la demande pour favoriser la génération de revenus

Enjeu 4

Alors que les conditions de voyages s'assoupliront progressivement, en phase avec la reprise progressive du tourisme hors Québec, la destination aura un défi important de retenir les touristes du marché domestique qui ont soutenu les revenus des entreprises en 2020 et 2021.

Objectifs	Recommandations	Qui
Retenir et encourager la population du Québec à voyager au Québec	4. Investir dans une mesure de rétention des Québécois.es qui s'inspire de la mesure Passeport Attraités, Explore Québec ou d'un crédit «vacances au Québec» pour s'assurer que les dépenses touristiques/vacances soient injectées prioritairement dans les entreprises d'ici et l'économie des régions. Il est proposé de moduler la mesure pour tenir compte de la haute saison et prolonger la fréquentation touristique.	Québec

Enjeu 5

Le tourisme d'affaires est un secteur significativement touché par les restrictions imposées par la gestion de la pandémie. Sa relance s'échelonnera sur plus d'une année et doit bénéficier de mesures de stimulation.

Objectifs	Recommandations	Qui
Relancer le tourisme d'affaires	5. Bonifier le Fonds de développement en tourisme d'affaires (FDTA) et réduire le montant de l'événement admissible à 25 k\$ pour la première année.	Québec



3. Optimiser la reprise de la demande pour favoriser la génération de revenus

Enjeu 6

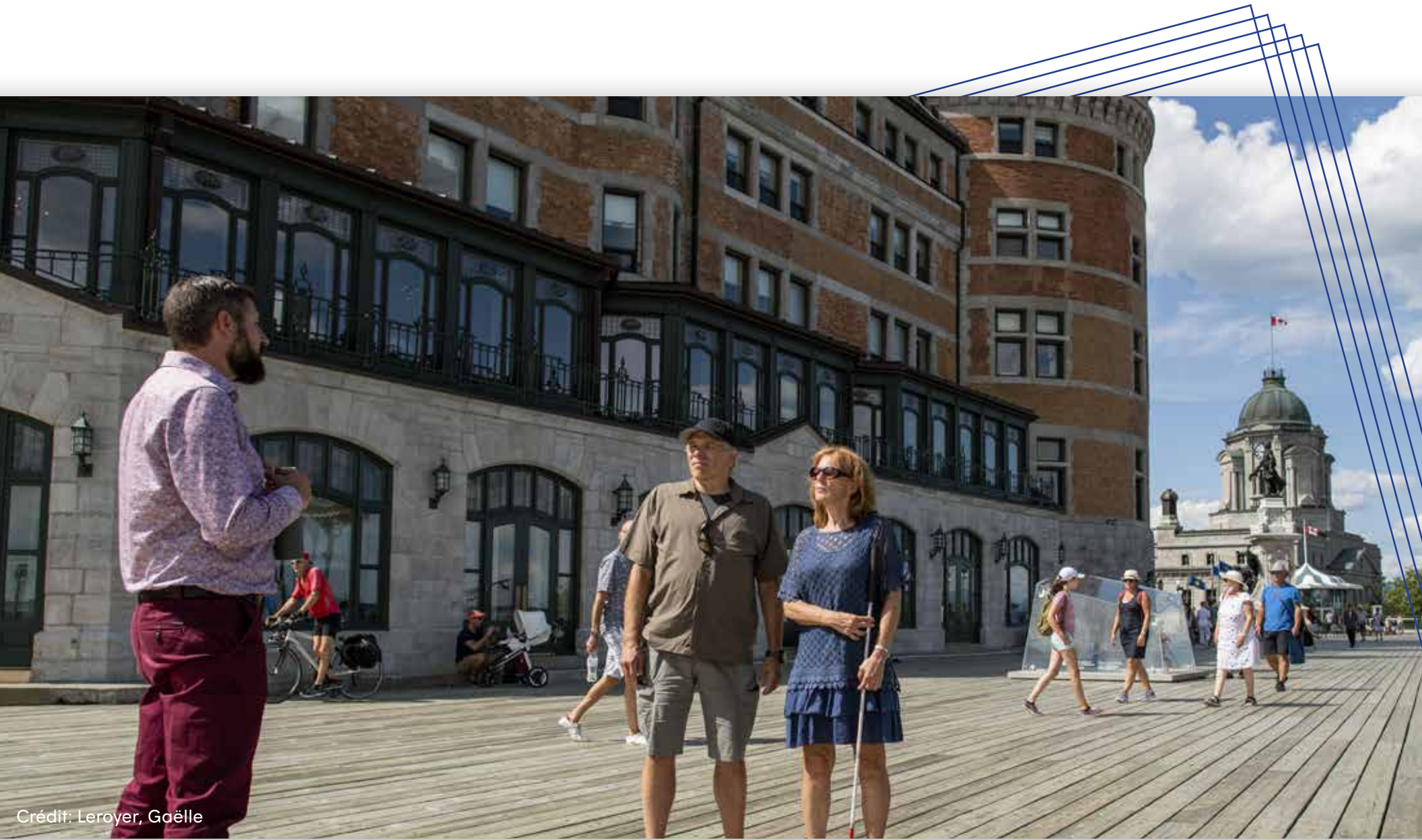
Confronté à un environnement concurrentiel intense, le Québec doit assurer la reconquête progressive des marchés cibles internationaux en bénéficiant des ressources, de l’agilité et de la stabilité requise au-delà du 31 mars 2023 pour assurer une promotion performante de la destination.

Objectifs	Recommandations	Qui
Assurer la stabilité de la reconquête des marchés internationaux	6. Doter financièrement la contribution du gouvernement du Québec dans le partenariat promotionnel MTO-Alliance-milieu touristique (TSH) pour les années 2023-2026 afin d’assurer la continuité des actions entreprises qui vient à échéance au 31 mars 2023.	Québec

Enjeu 7

À l’instar des destinations performantes, le Québec doit bénéficier d’une desserte aérienne directe sur les marchés internationaux cibles. Ces liaisons sont à rebâtir pour assurer la reconquête des marchés.

Objectifs	Recommandations	Qui
Reconnecter le Québec aux marchés cibles internationaux	7. Soutenir financièrement le développement de la connectivité aérienne sur les marchés internationaux cibles avec les aéroports de Montréal et de Québec.	Québec Destination Canada



Crédit: Leroyer, Gaëlle

4. Soutenir l’investissement privé pour développer le produit touristique

Enjeu 8

Les sommes disponibles dans les programmes provinciaux de soutien à l’investissement des entreprises ont été épuisées en grande partie ou les programmes sont arrivés à terme dans le cas du soutien aux événements et festivals. Il y a lieu de soutenir la transition des entreprises en matière de développement durable, de transformation numérique et d’innovation sans multiplier les programmes pour leur simplifier la vie.

Objectifs	Recommandations	Qui
Reconduire les programmes stimulants l’investissement privé qui sont adaptés à la situation actuelle des entreprises et qui permettent la transition vers le développement durable	8. Reconduire les programmes de soutien à l’investissement qui ont fait leurs preuves et qui facilitent la réalisation de projets innovants - Programme d’aide à la relance de l’industrie touristique (PARIT) est le plus adapté à la situation de la relance en termes de soutien (projet de 500 k \$ et plus 50 % taux subvention bonification 10 % développement durable inclure la CMM). - Programme d’appui au développement des attraits touristiques (PADAT– volet 2) spécifiquement pour soutenir l’investissement en hôtellerie. - Programme d’accessibilité des établissements touristiques (PAET) qui s’inscrit dans le développement durable - Ententes de partenariat régional en tourisme (EPRT) qui sont adaptées à l’investissement de proximité dans les régions en incluant la transformation numérique (* ajuster le ratio ATR-MTO le temps que le niveau de TSH se rétablisse) Il est recommandé, pour simplifier les programmes et initiatives que le soutien à l’implantation des principes clés de développement durable et à la transformation numérique soit offert à même les programmes cités.	Québec
Soutenir la relance des festivals et événements touristiques	9. Rehausser et confirmer un programme de soutien aux festivals et événements du Québec (maintenir les règles de cumul d’aide allégées qui ont été consenties pendant la crise) pour une période minimale de 4 ans.	Québec

5. Accompagner la mise en oeuvre du cadre d’intervention touristique

Enjeu 9

Le gouvernement du Québec bénéficie d’une force d’intervention pour déployer le cadre d’intervention avec le réseau des 21 associations touristiques régionales (ATR) et des 12 associations sectorielles (ATS) qui contribue à l’accompagnement des entreprises en première ligne tout en favorisant le déploiement régional et local dans le cadre de la stratégie globale. Les ententes étant échues pour le réseau des ATR, il importe de confirmer leur leadership régional, de bonifier leur enveloppe qui est la même depuis 2010 et de renouveler leur entente à long terme.

Objectifs	Recommandations	Qui
Renouveler les ententes avec les ATR	10. Renouveler et bonifier les ententes pour 5 ans pour soutenir les associations touristiques régionales et leur permettre, en synergie avec le réseau des ATS, de bien accompagner le MTO et l’industrie dans la réalisation du cadre d’intervention.	Québec

Synthèse des 10 recommandations clés

Objectifs	Recommandations	Qui
Assurer la survie des entreprises et maintenir les liens d'emplois	1. Programme fédéral de relance du tourisme et de l'accueil : maintenir le taux de soutien de la subvention salariale et de la subvention d'aide au loyer jusqu'à 75% jusqu'au mois de septembre 2022 et en donner l'accès aux entreprises saisonnières.	Fédéral
	Programmes provinciaux : envisager augmenter le taux du pardon des prêts contractés.	Québec
Simplifier la vie des voyageurs pleinement vaccinés et des entreprises en s'adaptant à la nouvelle réalité.	2. Encadrer la détection de la COVID et de ses variants en proposant des mesures de contrôle claires, uniformisées et stables entre les provinces et idéalement au sein des pays du G20.	Fédéral Québec
Accroître à court terme l'accès aux bassins de main-d'œuvre disponible	3. Mettre en place et soutenir les mesures qui maximisent l'accès aux bassins de main-d'œuvre à court terme et bonifier l'enveloppe dédiée au tourisme.	Québec Fédéral
Retenir et encourager la population québécoise à voyager au Québec	4. Investir dans une mesure de rétention des Québécois.es qui s'inspire de la mesure Passeport Attraités, Explore Québec ou d'un crédit «vacances au Québec» pour s'assurer que leurs dépenses touristiques/vacances soient injectées prioritairement dans les entreprises d'ici et l'économie des régions.	Québec
Relancer le tourisme d'affaires	5. Bonifier le Fonds de développement en tourisme d'affaires (FDTA) et réduire le montant de l'événement admissible à 25 k\$ pour la première année.	Québec
Assurer la stabilité de la reconquête des marchés internationaux	6. Doter financièrement la contribution du gouvernement du Québec dans le partenariat promotionnel MTO-Alliance-milieu touristique (TSH) pour les années 2023-2026 afin d'assurer la continuité des actions entreprises qui vient à échéance au 31 mars 2023.	Québec
Reconnecter le Québec aux marchés cibles internationaux	7. Soutenir financièrement le développement de la connectivité aérienne sur les marchés internationaux cibles avec les aéroports de Montréal et de Québec.	Québec Destination Canada
Reconduire les programmes stimulants l'investissement privé qui sont adaptés à la situation actuelle des entreprises et qui permettent la transition vers le développement durable	8. Reconduire les programmes de soutien à l'investissement qui ont fait leurs preuves et qui facilitent la réalisation de projets innovants. Il est recommandé, pour simplifier les programmes et initiatives que le soutien à l'implantation des principes clés de développement durable et à la transformation numérique soit offert à même les programmes cités.	Québec
Soutenir la relance des festivals et événements touristiques	9. Rehausser et confirmer un programme de soutien aux festivals et événements du Québec	Québec
Renouveler les ententes avec les ATR	10. Renouveler et bonifier les ententes pour 5 ans pour soutenir les associations touristiques régionales et leur permettre, en synergie avec le réseau des ATS, de bien accompagner le MTO et l'industrie dans la réalisation du cadre d'intervention	Québec





Crédit: Leroyer, Gaëlle



RECOMMANDATIONS 2022

Pour une relance soutenue de l'industrie visant un tourisme durable et prospère



LAVAL

1575, boulevard de l'Avenir, bureau 330
Laval (Québec) H7S 2N5
(450) 686-8358



QUÉBEC

871, Grande-Allée Ouest, RC-20
Québec (Québec) G1S 1C1
(418) 682-3787

[ALLIANCETOURISTIQUE.COM](https://allianceturistique.com)

