



TOURISM INDUSTRY
ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE
TOURISTIQUE DU CANADA

MÉMOIRE ÉCRIT POUR LA CONSULTATION
PRÉBUDGÉTAIRE EN VUE DU

BUDGET DE L'AUTOMNE 2026

Parc national de la Jacques-Cartier (Québec)

RÉDIGÉ EN COLLABORATION AVEC LES
ASSOCIATIONS TOURISTIQUES INDUSTRIELLES
PROVINCIALES ET TERRITORIALES

Tourism Industry Association
of **BC**

Tourism Industry Association
of **Alberta**

Tourism Industry Association
of the **Yukon**

Spectacular **Northwest
Territories**

Travel **Nunavut**

Hospitality
Saskatchewan

Tourism Industry Association
of **Manitoba**

Tourism Industry Association
of **Ontario**

Alliance de l'industrie
touristique du **Québec**

L'Association de l'industrie
touristique du **Nouveau-
Brunswick**

Tourism Industry Association
of **Nova Scotia**

L'Association de l'industrie
touristique de **l'Île-du-Prince-
Édouard**

Hospitality **Newfoundland and
Labrador**



TOURISM INDUSTRY
ASSOCIATION OF **CANADA**

ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE
TOURISTIQUE DU **CANADA**



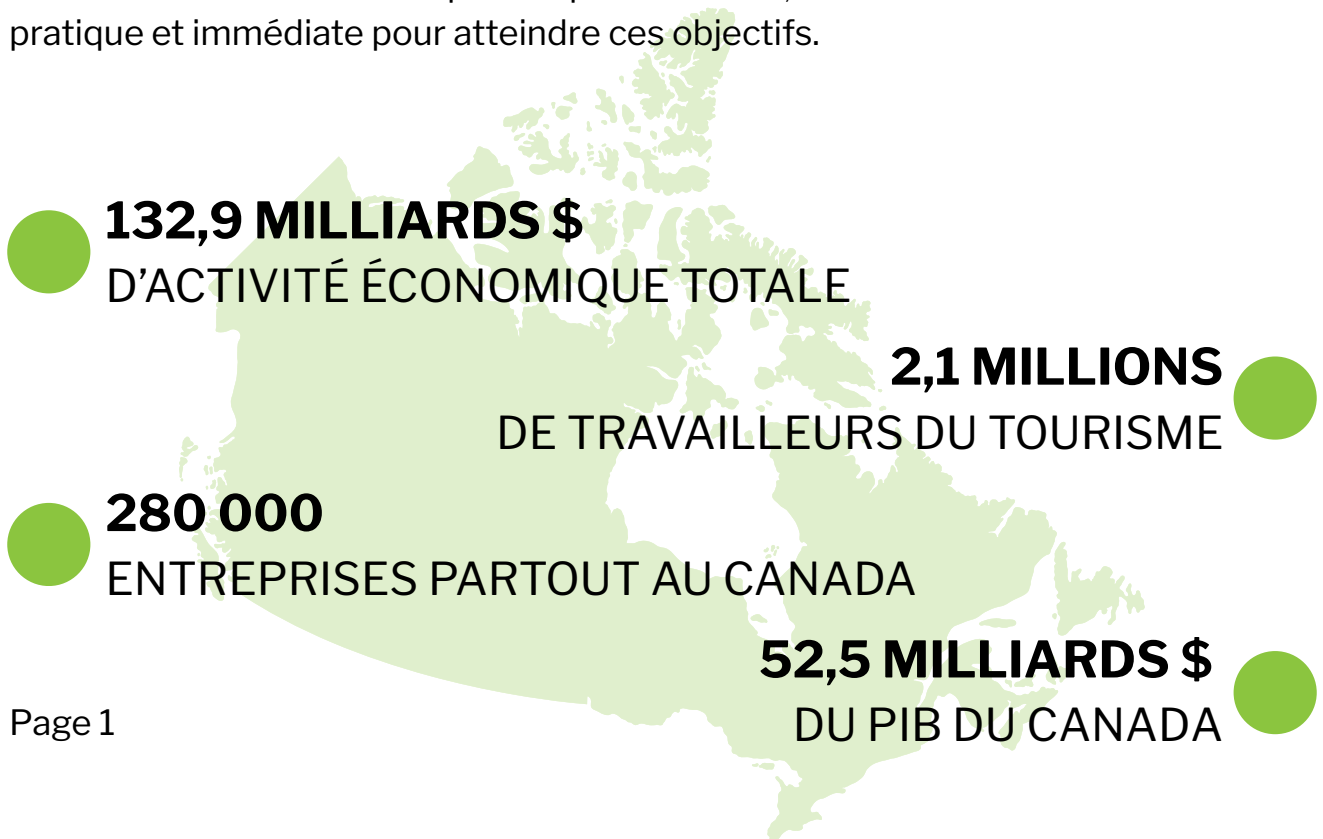
RECOMMANDATIONS

- 1 Élargir et moderniser le programme Emplois d'été Canada afin de favoriser la création d'emplois pour les jeunes tout au long de l'année et d'offrir des possibilités d'emploi plus flexibles.
- 2 Mettre en place le Programme canadien de main-d'œuvre internationale, afin de remédier aux pénuries de main-d'œuvre persistantes par le biais de deux volets d'immigration spécifiques.
- 3 Mettre en place une mesure de report de l'imposition des gains en capital pour le secteur du tourisme.
- 4 Étendre la mesure de déduction pour amortissement accéléré aux actifs du secteur du tourisme.
- 5 Renforcer la connectivité régionale en élargissant les programmes d'infrastructure de transport existants afin de soutenir les services aériens essentiels et de permettre de nouvelles liaisons.
- 6 Augmenter le crédit de base de Destination Canada de 30 millions de dollars par année afin d'étendre les activités de marketing international dans les marchés mondiaux prioritaires hors États-Unis.

LIBÉRER LE POTENTIEL TOURISTIQUE DU CANADA

Le secteur du tourisme canadien est l'un des moteurs économiques les plus puissants et les plus répandus du pays. Il **génère environ 30 % des exportations de services du Canada**,¹ produit **132,9 milliards de dollars d'activité économique**,² soutient plus de **280 000 entreprises**³ et représente **2,1 millions d'emplois**⁴ dans des collectivités de toutes les provinces et de tous les territoires. Peu de secteurs ont une présence aussi marquée dans les régions du Canada, les destinations rurales et éloignées, les petites entreprises, l'économie autochtone et culturelle, et les centres urbains.

Le tourisme est plus qu'une simple économie axée sur les visiteurs. C'est un levier pour le développement régional, les échanges culturels, la diversification commerciale et la compétitivité canadienne. Chaque visiteur international représente de nouvelles recettes d'exportation. Chaque congrès, festival, séjour à l'hôtel, visite guidée, repas au restaurant et achat de transport soutient des entreprises et des travailleurs canadiens. Alors que le Canada s'efforce d'accroître sa croissance économique, de diversifier ses échanges commerciaux, de renforcer ses communautés et de développer sa résilience dans un environnement mondial de plus en plus incertain, le tourisme offre une voie pratique et immédiate pour atteindre ces objectifs.



Pourtant, la capacité du secteur à exploiter ce potentiel est de plus en plus limitée par un accès restreint à la main-d'œuvre, au capital et au Canada lui-même. Ces contraintes ne sont pas le signe d'une faible demande pour les destinations canadiennes, loin de là. Elles témoignent plutôt du fait que des obstacles politiques et structurels limitent la capacité du secteur à se développer, à investir et à être compétitif dans un marché mondial en rapide évolution.

La Stratégie fédérale pour la croissance du tourisme 2023 fixe un objectif ambitieux de **160 milliards de dollars** de demande touristique et de **60 milliards de dollars de PIB d'ici 2030**. Le secteur touristique canadien est bien placé pour contribuer à la réalisation de ces objectifs, mais les résultats récents montrent qu'il est urgent de prendre des mesures ciblées. En 2025, la fréquentation internationale a stagné, en raison d'une **baisse de près de 5 % du nombre de visiteurs en provenance des États-Unis**.⁵ Dans l'ensemble, les dépenses touristiques ont augmenté de **2,47 %**,² ce qui représente une hausse réelle, corrigée de l'inflation, de seulement **0,37 %**. Ces tendances indiquent un écart croissant entre le potentiel du secteur et ses performances récentes.

Malgré ces défis, le secteur du tourisme canadien reste résilient et axé sur la croissance. Les commentaires des membres de l'AITC témoignent d'une forte volonté d'investir, d'étendre leurs activités et d'attirer des visiteurs du Canada et de l'étranger. Avec un environnement politique favorable, le tourisme peut générer une croissance économique plus forte, soutenir les entreprises dans toutes les régions et aider le Canada à être compétitif à l'échelle mondiale.

Les recommandations suivantes visent à débloquer les investissements, à renforcer la compétitivité et à positionner le secteur du tourisme canadien pour une croissance à long terme.



ACCÈS À LA MAIN-D'ŒUVRE

Le secteur du tourisme canadien est confronté à des pénuries de main-d'œuvre qui menacent sa capacité à répondre à la demande nationale et internationale croissante. En janvier 2026, le taux national de postes vacants était de 2,8 %, tandis que dans les industries liées au tourisme, ce taux s'élevait à 4,2 %, soulignant les pressions aiguës auxquelles le secteur est exposé.⁶ Ce déséquilibre met en évidence un défi structurel : les postes disponibles ne sont pas pourvus au rythme nécessaire pour soutenir les activités et la croissance.

Le tourisme joue un rôle clé sur le marché du travail canadien en tant que principal employeur de jeunes âgés de 15 à 24 ans, employant **23 % des jeunes actifs**, qui représentent environ **30 % de la main-d'œuvre du secteur**.⁷ Étant l'un des points d'entrée les plus accessibles vers le marché du travail canadien, le secteur offre des possibilités d'emploi flexibles qui permettent aux jeunes Canadiens d'acquérir une première expérience professionnelle tout en développant des compétences fondamentales.

Les emplois dans le tourisme apportent une valeur durable qui dépasse largement leur portée immédiate dans le secteur. Ils permettent aux jeunes d'acquérir des compétences essentielles et fondamentales, comme la communication, le travail d'équipe et la résolution de problèmes : des compétences très recherchées dans l'ensemble de l'économie. Des études montrent que 74 % des Canadiens ayant travaillé dans le tourisme déclarent avoir amélioré leurs compétences interpersonnelles et de communication grâce à leur poste, tandis que 58 % affirment avoir renforcé leurs capacités de leadership et de réflexion critique.⁷ Alors que plus de la moitié des Canadiens ont travaillé à un moment ou à un autre dans l'industrie du tourisme, le secteur sert de terrain d'entraînement qui favorise la réussite professionnelle à long terme et contribue à une main-d'œuvre plus qualifiée et plus adaptable à travers le pays.⁷



Malgré des possibilités de croissance importantes pour la participation des jeunes dans le secteur, des obstacles comme la saisonnalité, l'exigence d'un emploi à temps plein, un accès limité aux postes en dehors de la période estivale et la conception rigide des programmes empêchent les jeunes d'en tirer pleinement parti. Le chômage des jeunes reste un défi — 13,8 % à l'échelle nationale en 2025 — ce qui souligne l'importance d'offrir à tous les jeunes des possibilités d'emploi accessibles.⁴ Des programmes ciblés et modernisés sont nécessaires pour aider la prochaine génération de travailleurs à stimuler la croissance du secteur et de l'économie.

RECOMMANDATION N° 1

Élargir et moderniser le programme Emplois d'été Canada afin de soutenir l'emploi des jeunes tout au long de l'année. Cela permettrait des modalités de travail flexibles, élargirait l'éventail des postes admissibles et améliorerait l'accès pour les employeurs et les jeunes travailleurs, particulièrement dans les secteurs connaissant un roulement élevé et des pénuries de main-d'œuvre.

Cependant, il est impossible de combler ces déficits structurels de main-d'œuvre uniquement par l'offre nationale, notamment pour les emplois saisonniers, de premier échelon et en milieu rural. Face à une main-d'œuvre nationale en déclin et à la persistance de postes vacants dans l'ensemble du secteur, les employeurs de tout le pays ont besoin de moyens plus fiables et prévisibles pour accéder à la main-d'œuvre qualifiée lorsque les filières nationales ne suffisent pas.

L'immigration serait à l'origine de 100 % de la croissance de la main-d'œuvre au Canada,⁸ pourtant les voies d'accès actuelles à la main-d'œuvre étrangère sont rigides, lentes et inadaptées aux besoins actuels du marché du travail.

Une approche moderne de l'immigration, axée sur la demande, est essentielle pour aider les entreprises touristiques à remédier aux pénuries de main-d'œuvre, à prolonger leurs saisons et à atteindre les objectifs touristiques du Canada, en particulier dans les destinations rurales et éloignées. En l'absence de réformes ciblées, ces contraintes continueront de peser sur les revenus, de limiter la croissance locale et d'affaiblir la compétitivité mondiale du Canada.

Le Programme canadien de main-d'œuvre internationale propose deux volets ciblés afin de mieux adapter l'immigration aux réalités du marché du travail. Le premier permettrait aux travailleurs d'entrer au pays pour des périodes déterminées, afin d'occuper temporairement des postes saisonniers peu qualifiés avant de retourner dans leur pays d'origine à la fin de la saison. Le second vise à remédier aux pénuries chroniques, tout au long de l'année, dans les professions peu qualifiées, en créant une voie d'accès spécifique offrant un accès facilité à la résidence permanente.

RECOMMANDATION N° 2

Mettre en place le Programme canadien de main-d'œuvre internationale, afin de remédier aux pénuries de main-d'œuvre persistantes grâce à deux volets d'immigration dédiés. Ce programme permettrait aux employeurs de tous les secteurs de l'économie de combler les principales lacunes en matière d'emploi sur le marché national à des mesures prévisibles et fiables.



ACCÈS AU CAPITAL

Les investissements dans le secteur touristique canadien soutiennent directement les priorités fédérales en matière de croissance économique, de développement des infrastructures et de compétitivité mondiale. Le tourisme étant l'un des plus grands secteurs d'exportation de services du Canada, il crée des possibilités d'emploi, renforce les communautés autochtones et non autochtones, et génère une activité économique importante à travers le pays.

Pour rester compétitives, les destinations ont besoin d'investissements continus dans l'hébergement, les attractions, les transports et les infrastructures touristiques. Ces investissements contribuent à maintenir la qualité, à accroître la capacité d'accueil et à répondre aux attentes en constante évolution des visiteurs nationaux et internationaux.

Malgré cela, l'accès au capital reste un obstacle majeur. Dans un récent sondage mené auprès des membres de l'AITC, 80 % des répondants ont identifié l'accès au capital comme un frein à l'expansion, tandis que 78 % ont signalé une pression accrue sur les coûts. Ces défis sont particulièrement importants pour les petites et moyennes entreprises, qui constituent la majeure partie du secteur et sont souvent confrontées à des options de financement limitées et à des coûts d'investissement relativement plus élevés.





Malgré ces pressions, les entreprises touristiques continuent de faire preuve de résilience et d'une volonté de croissance, 38 % des membres de l'AITC envisageant de se développer au cours de l'année à venir. L'amélioration de l'accès au capital contribuerait à débloquer les investissements privés, à réduire les risques liés à l'expansion et à renforcer la compétitivité du Canada dans le secteur du tourisme.

Des mesures politiques ciblées et axées sur l'investissement peuvent améliorer la trésorerie, soutenir le réinvestissement et aider les entreprises touristiques à contribuer plus pleinement aux objectifs économiques et d'exportation du Canada.

RECOMMANDATION N°3

Mettre en place une mesure de report de l'imposition des gains en capital pour le secteur du tourisme, permettant de reporter l'impôt sur les gains en capital lorsque les produits sont réinvestis dans des actifs touristiques admissibles à forte intensité capitalistique. Cette mesure soutiendrait l'expansion des entreprises, le renouvellement des actifs et la croissance à long terme du secteur.

RECOMMANDATION N°4

Instaurer une déduction pour amortissement accéléré pour les actifs touristiques afin de permettre un amortissement plus rapide des investissements en capital. Cela améliorerait les flux de trésorerie et encouragerait le développement, la modernisation et l'expansion des infrastructures touristiques à travers le Canada.

ACCÈS AU CANADA

L'accès au Canada ne se résume pas au simple fait de franchir la frontière. Il s'agit d'aider les visiteurs internationaux et les Canadiens à se rendre efficacement à leur destination, où qu'elle soit au pays. Le renforcement de cet accès est essentiel pour libérer le potentiel économique du tourisme et soutenir les objectifs commerciaux et d'exportation du Canada.

Le tourisme devrait contribuer à hauteur d'environ 10 %, soit jusqu'à 30 milliards de dollars, à l'objectif du Canada de générer 300 milliards de dollars supplémentaires d'exportations hors États-Unis d'ici 2035.⁹ Étant l'un des principaux services exportés par le Canada, le tourisme injecte directement des dépenses internationales dans les économies locales à travers le pays. Les marchés d'outre-mer représentent une opportunité significative pour la croissance des exportations, la demande devant croître beaucoup plus rapidement que celle des États-Unis jusqu'en 2035.⁹ L'augmentation de la fréquentation en provenance de ces marchés contribuerait à diversifier la clientèle touristique du Canada à travers les régions et les saisons, tout en générant davantage de dépenses internationales.

Cependant, la connectivité aérienne régionale limitée empêche de nombreuses destinations de tirer pleinement parti de cette croissance. Dans les régions rurales et éloignées, l'offre réduite de services aériens freine le développement touristique, limite l'accès aux destinations émergentes et réduit les retombées économiques que les visiteurs peuvent apporter aux communautés locales.





Les programmes fédéraux actuels ne sont pas suffisamment axés sur la continuité et la viabilité des services aériens régionaux. Les mesures existantes se concentrent principalement sur les infrastructures, les améliorations des aéroports, le financement des corridors ou les aides temporaires, plutôt que sur le maintien des liaisons menacées ou le soutien à de nouveaux services sur les marchés mal desservis.

Tirer parti des outils fédéraux existants pour soutenir les liaisons aériennes régionales nouvelles et menacées améliorerait l'accès pour les voyageurs, renforcerait les économies locales et aiderait la croissance du tourisme à atteindre davantage de communautés à travers le Canada.

RECOMMANDATION N°5

Élargir le Fonds national des corridors commerciaux existant afin d'y inclure un volet dédié à la connectivité aérienne régionale. Cela renforcerait l'accès aérien régional en soutenant l'expansion de liaisons et les services aériens à risque dans les marchés mal desservis, aidant ainsi les communautés à maintenir une connectivité essentielle et à améliorer l'accès des visiteurs à travers le Canada.

Au-delà de l'accès physique, l'accès au Canada dépend également de la capacité du pays à attirer les visiteurs internationaux. Dans un environnement mondial hautement concurrentiel, le marketing de destination joue un rôle central pour attirer les visiteurs et transformer l'intérêt en voyages.

Destination Canada est le principal outil du gouvernement fédéral pour promouvoir le Canada à l'échelle internationale, mais son crédit parlementaire de base est resté pratiquement inchangé depuis 2017. Bien que l'on ait demandé aux ministères de trouver des économies, les investissements ciblés qui génèrent des retombées économiques rapides et mesurables devraient demeurer prioritaires. Alors que le Canada cherche à développer l'économie du tourisme, la plus grande opportunité réside dans l'attraction d'un plus grand nombre de visiteurs internationaux et l'augmentation des recettes d'exportation grâce au tourisme.

Un investissement de 30 millions de dollars par année dans les programmes de base de Destination Canada aurait un impact positif immédiat en renforçant la capacité du Canada à être concurrentiel à l'échelle mondiale, à accroître le marketing international, à soutenir le secteur du voyage et l'attraction d'événements d'affaires, et à transformer la demande mondiale croissante en nouvelles dépenses dans les collectivités partout au pays. Cet investissement appuierait directement les objectifs de diversification des exportations du gouvernement du Canada, notamment la génération de 300 milliards de dollars supplémentaires en exportations hors États-Unis au cours de la prochaine décennie. Pour saisir pleinement cette opportunité, le Canada doit s'assurer que Destination Canada dispose des capacités nécessaires pour attirer des visiteurs internationaux à forte valeur ajoutée et stimuler une croissance tirée par les exportations dans le secteur du tourisme.

RECOMMANDATION N°6

Augmenter le financement de base de Destination Canada de 30 millions de dollars par année afin d'étendre le marketing international du Canada en tant que destination et d'attirer davantage de visiteurs à forte valeur ajoutée provenant des marchés mondiaux prioritaires autres que les États-Unis. Cela stimulerait les dépenses touristiques, le chiffre d'affaires des entreprises et la croissance économique dans tout le Canada.

Références

1. Statistique Canada. Tableau 36-10-0007-01 Transactions internationales de services, par certains pays, annuel (x 1 000 000)
2. Statistique Canada. Tableau 36-10-0230-01 Demande touristique au Canada, prix constants (x 1 000 000).
3. Emerit, Rapid reSearch Tool: Business Counts for Canada's Tourism Sector, 2025
4. Emerit, Rapid reSearch Tool: Labour Force Survey Data for Canada's Tourism Sector, 2025
5. Statistique Canada. Tableau 24-10-0055-01. Visiteurs non-résidents entrant au Canada selon le pays de résidence, le mode de transport, le type d'arrivée et le type de voyageur
6. Statistique Canada. Tableau 14-10-0406-01 Postes vacants, employés salariés et taux de postes vacants selon le secteur de l'industrie, données mensuelles désaisonnalisées.
7. Recherche sur l'opinion à l'égard de l'industrie du tourisme comme lieu de travail – RH Tourisme Canada
8. Rapport annuel au Parlement sur l'immigration, 2024 - Canada.ca
9. Perspectives touristiques 2026–2035 – Consortium de données touristiques canadiennes



À propos de l'Association de l'industrie touristique du Canada

Fondée en 1930 afin d'encourager le développement du tourisme au Canada, l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) est aujourd'hui le porte-parole national du secteur touristique privé du Canada, qui génère 132,9 milliards de dollars en activité économique. Basée à Ottawa, l'AITC représente les entreprises touristiques canadiennes et fait la promotion de mesures favorables à la croissance et à la prospérité de l'industrie.

L'AITC est responsable de la représentation des intérêts du tourisme à l'échelle nationale. Son travail de défense des intérêts consiste à promouvoir et à soutenir des politiques, des programmes et des initiatives qui favorisent la croissance et le développement du secteur.

Les membres de l'AITC reflètent des partenariats entre tous les secteurs de l'industrie ainsi qu'avec les associations touristiques provinciales, territoriales et régionales, ce qui permet à l'association de répondre à l'ensemble des enjeux auxquels fait face le tourisme canadien.





TOURISM INDUSTRY
ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE
TOURISTIQUE DU CANADA



tourismcan.ca | tiac-aitc.ca

1300-180 Rue Elgin
Ottawa, ON K2P 2K6
tiac_advocacy@tiac-aitc.ca