



Forum sur le marché du travail





Répercussions économiques

Augmenter la contribution du secteur du tourisme au produit intérieur brut (PIB) du Canada par 40 % d'ici 2030 pour atteindre 61 G\$.



Population active

L'augmentation de la contribution du secteur du tourisme au PIB du Canada signifie une augmentation d'environ 85 000 emplois.



Compétitivité sur la scène mondiale

Rétablir le classement du Canada de l'indice mondial de développement des voyages et du tourisme du Fonds pour l'environnement mondial de 13 en 2021 à 7 en 2030.

Forum sur le marché du travail

Thèmes stratégiques

- nécessité d'investir dans les atouts touristiques et de les moderniser;
- attirer et soutenir plus d'événements internationaux comme des salons professionnels, des conventions et des conférences;
- croissance de l'industrie du tourisme autochtone au moyen de partenariats des acteurs de l'industrie;
- tirer davantage profit de nos attractions géographiques naturelles et du tourisme de plein air.

Forum sur le marché du travail

Priorités actuelles du gouvernement

- Hébergement
- Coût de la vie
- Cadre financier – c'est une catastrophe!
- Enjeux géopolitiques
- Rester loin des situations difficiles
- Comment gagner la prochaine élection

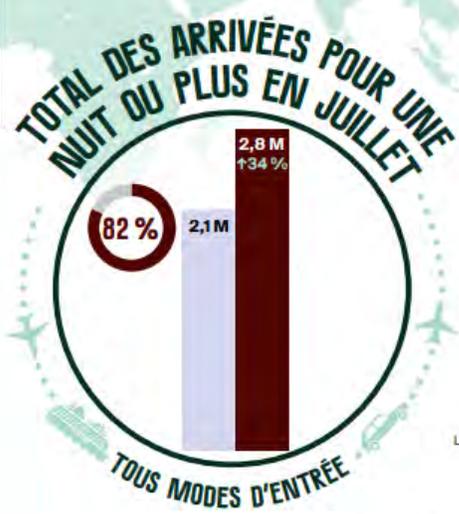
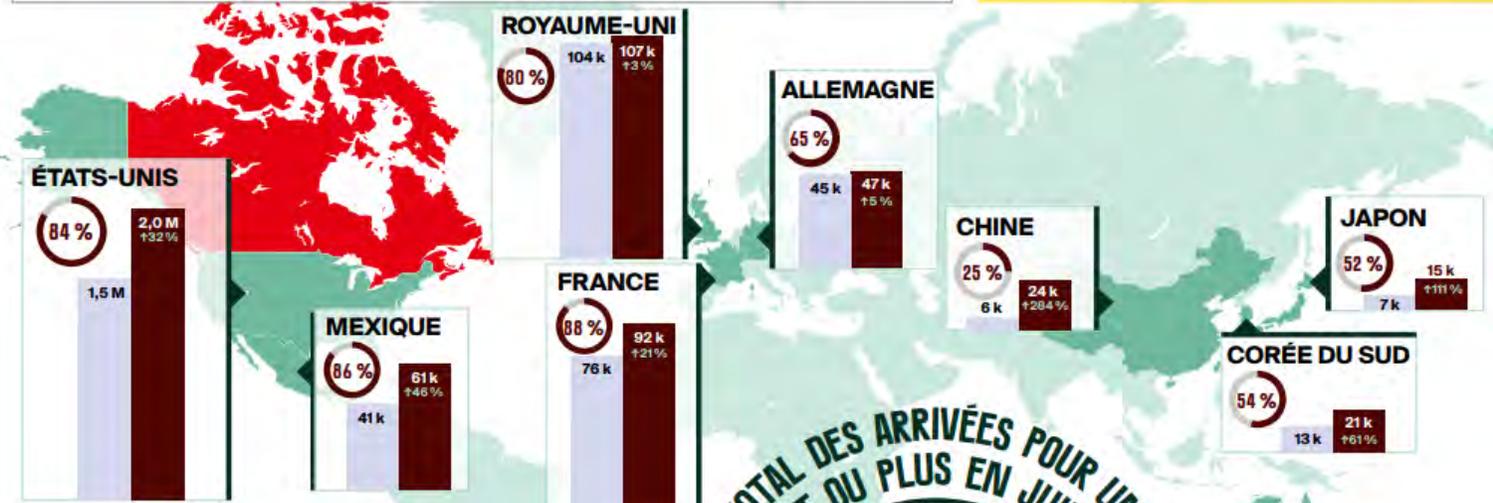
LÉGENDE

% proportion actuelle des valeurs de 2019

Arrivées pour une nuit ou plus
2022 2023

↑↓% = variation (pourcentage) par rapport à la même période en 2022

Après avoir rouvert ses frontières aux voyageurs étrangers à la fin de l'été 2021, le Canada a levé toutes ses mesures frontalières relatives à la COVID-19 le 1^{er} octobre 2022.



Les données sur les arrivées pour une nuit ou plus sont des estimations provisoires et peuvent changer.
 Infographie conçue par @DestinationCAF
 Pour de plus amples renseignements, consultez le www.destinationcanada.com/fr
 Sources : Statistique Canada, tableaux 24-10-0055-01 et 24-10-0053-01.

Forum sur le marché du travail

Recommandation n° 2 : Créer un volet dédié au secteur touristique comportant une voie pour les résidents permanents dans le cadre du Programme des travailleurs étrangers temporaires

Recommandation n° 3 : Étendre le Projet pilote sur la voie d'accès à la mobilité économique et maintenir son accent sur les catégories 4 et 5 de Formation, étude, expérience et responsabilités d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC)

Recommandation n° 4 : Financer la mise au point d'une stratégie relative à la main-d'œuvre dédiée à l'industrie du tourisme autochtone du Canada.

Recommandation n° 5 : Fournir un financement de base à RH Tourisme Canada pour stimuler les initiatives stratégiques à l'appui de la croissance de la main-d'œuvre du tourisme

Forum sur le marché du travail

Recommandation n° 9 : Augmenter la capacité d'IRCC d'aider à accélérer les procédures et les demandes de résidence temporaire pour les touristes internationaux, dédier du financement supplémentaire pour soutenir le programme d'événements spéciaux afin de garantir que les voyageurs internationaux qui assistent à des événements d'affaires ne subissent pas de retards de traitement inutiles.

Recommandation n° 13 : Financer un groupe de travail intersectoriel pour évaluer les cibles d'habitation et les fonds optimaux requis dans les centres touristiques et les communautés rurales du Canada pour soutenir l'attraction de talents et les efforts de conservation de l'effectif du secteur.

Recommandation n° 13 : Financer un groupe de travail intersectoriel pour évaluer les cibles d'habitation et les fonds optimaux requis dans les centres touristiques et les communautés rurales du Canada pour soutenir l'attraction de talents et les efforts de conservation de l'effectif du secteur.

- Politique du travail
- Allégement de la dette
- Logements abordables
- Financement stable pour l'industrie – agences de développement régional, évaluations des visiteurs



Susie Grynol

PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE

STRATÉGIE DE CROISSANCE DU TOURISME

- ✓ Investissement record de **158 M\$**
- ✓ **NOUVEAU** Conseil ministériel du tourisme
- ✓ La main-d'oeuvre est un **thème central**



« Nous avons entendu que nous devons agir maintenant... pour reconstruire la main-d'œuvre touristique »





RÔLE DE L'INDUSTRIE
par rapport au gouvernement

Recherche sur l'industrie hôtelière

EXAMEN DE LA MAIN-D'ŒUVRE 360

ANALYSE COMPARATIVE

- ✓ Conséquences économiques
- ✓ Pratiques exemplaires internationales
- ✓ Positionnement mondial



CONSTATATIONS PRÉLIMINAIRES

- ✓ Mis à l'essai **dans cinq groupes de discussion régionaux** partout au pays

TRAVAIL SUR LE TERRAIN

- ✓ **1 200** répondants à l'enquête
- ✓ **50** entrevues et groupes de discussion en ligne avec des leaders de l'industrie

Financé par :

Canada



Deloitte.

Examen de la main-d'œuvre
SOMMET DE L'EMPLOI DANS L' HÔTELLERIE



Examen de la main-d'œuvre

PLAN D'ACTION DE L'INDUSTRIE HÔTELIÈRE



Vue d'ensemble de la pénurie de main-d'œuvre du secteur.



Solutions pour TOUS les types d'organisation

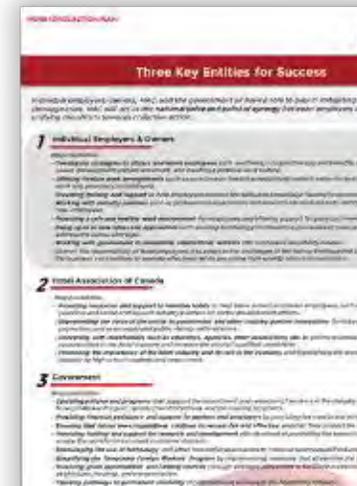
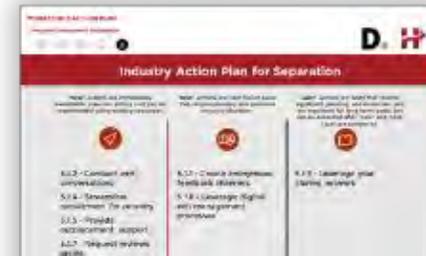
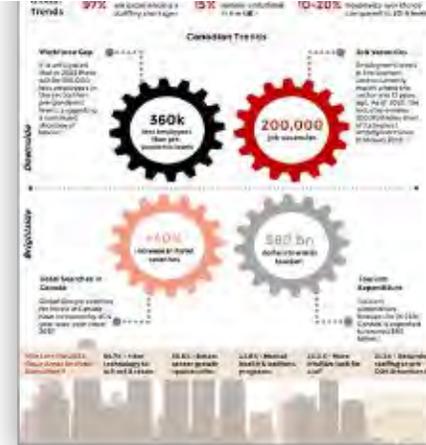


Possibilité d'intervention collective

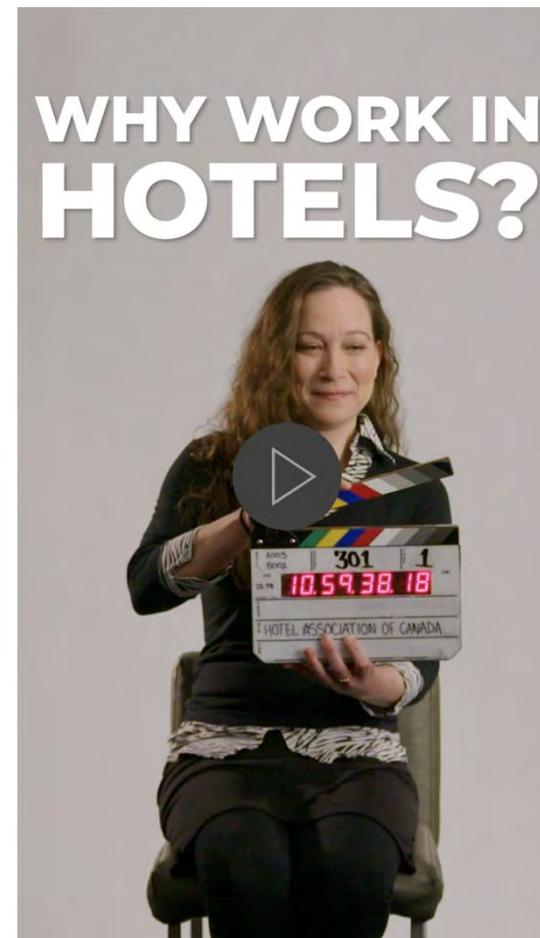
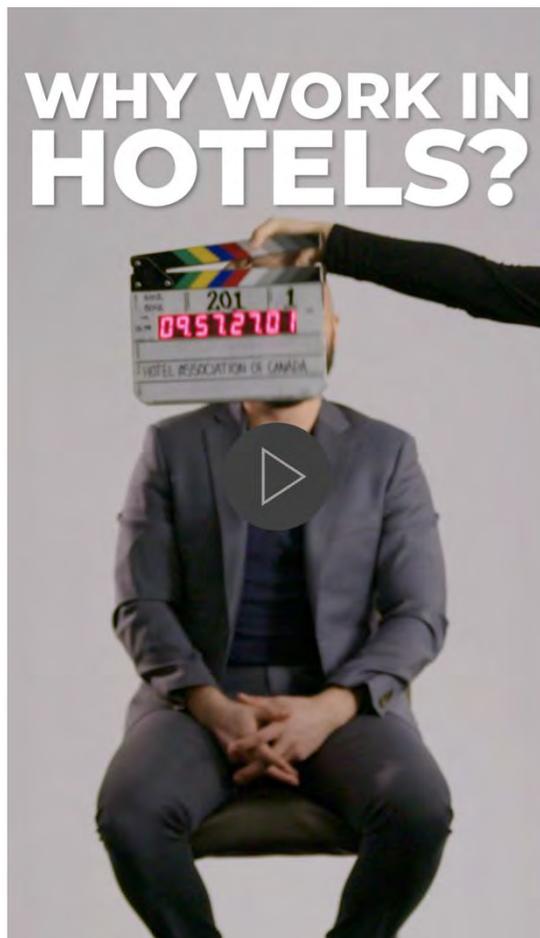


Télécharger le rapport (en anglais)

Financé par :

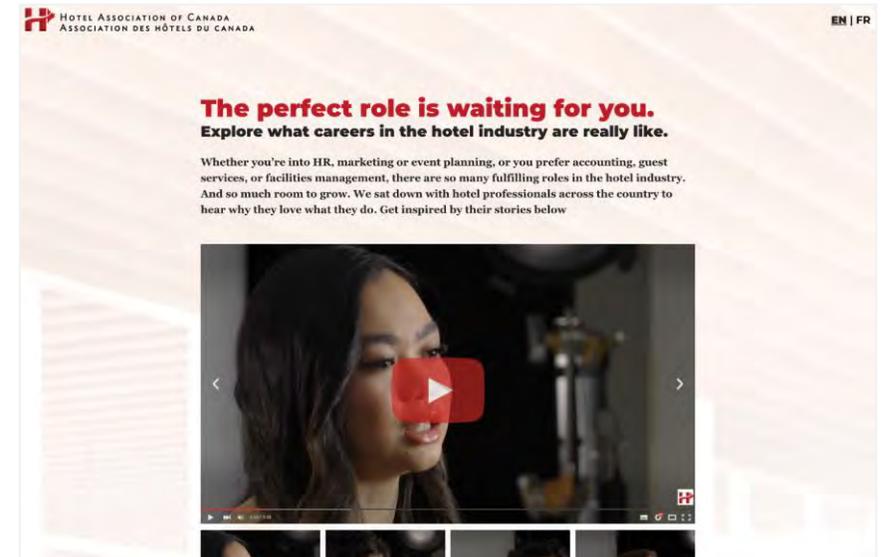
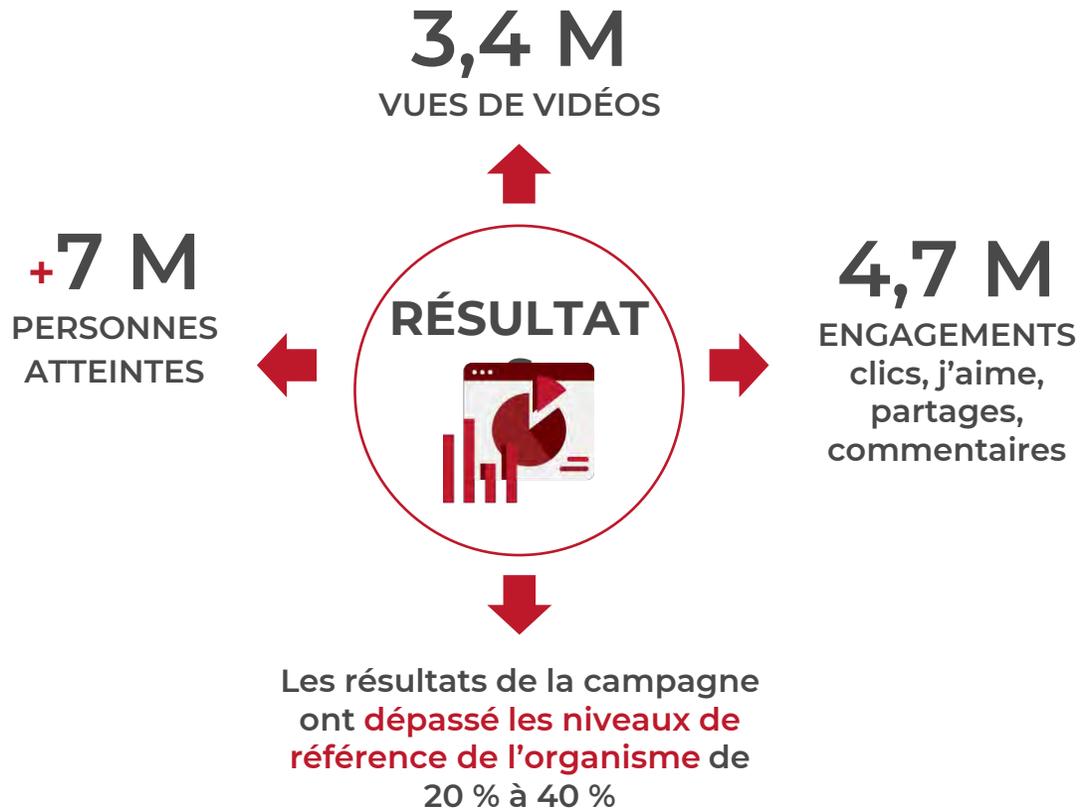


Industrie hôtelière
**CAMPAGNE DE SENSIBILISATION AUX
CARRIÈRES**



Industrie hôtelière

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION AUX CARRIÈRES



Financé par :

Canada

Industrie hôtelière

PRINCIPALES CONSTATATION DE DELOITTE

1

Nouveau potentiel de la main-d'œuvre

- ✓ **L'intérêt envers les carrières hôtelières** correspond à l'intérêt pour les domaines des finances, des banques et des médias sociaux.
- ✓ Des employés du commerce de détail souhaiteraient **changer en faveur de l'hôtellerie** (35 % au-dessus de la moyenne).
- ✓ **Potentiel émergent** avec les nouveaux Canadiens de moins de 34 ans.

2

Les hôtels ont un avantage compétitif

- ✓ Culture du lieu de travail et **diversité**
- ✓ **Croissance** professionnelle
- ✓ **Avantages** de l'emploi

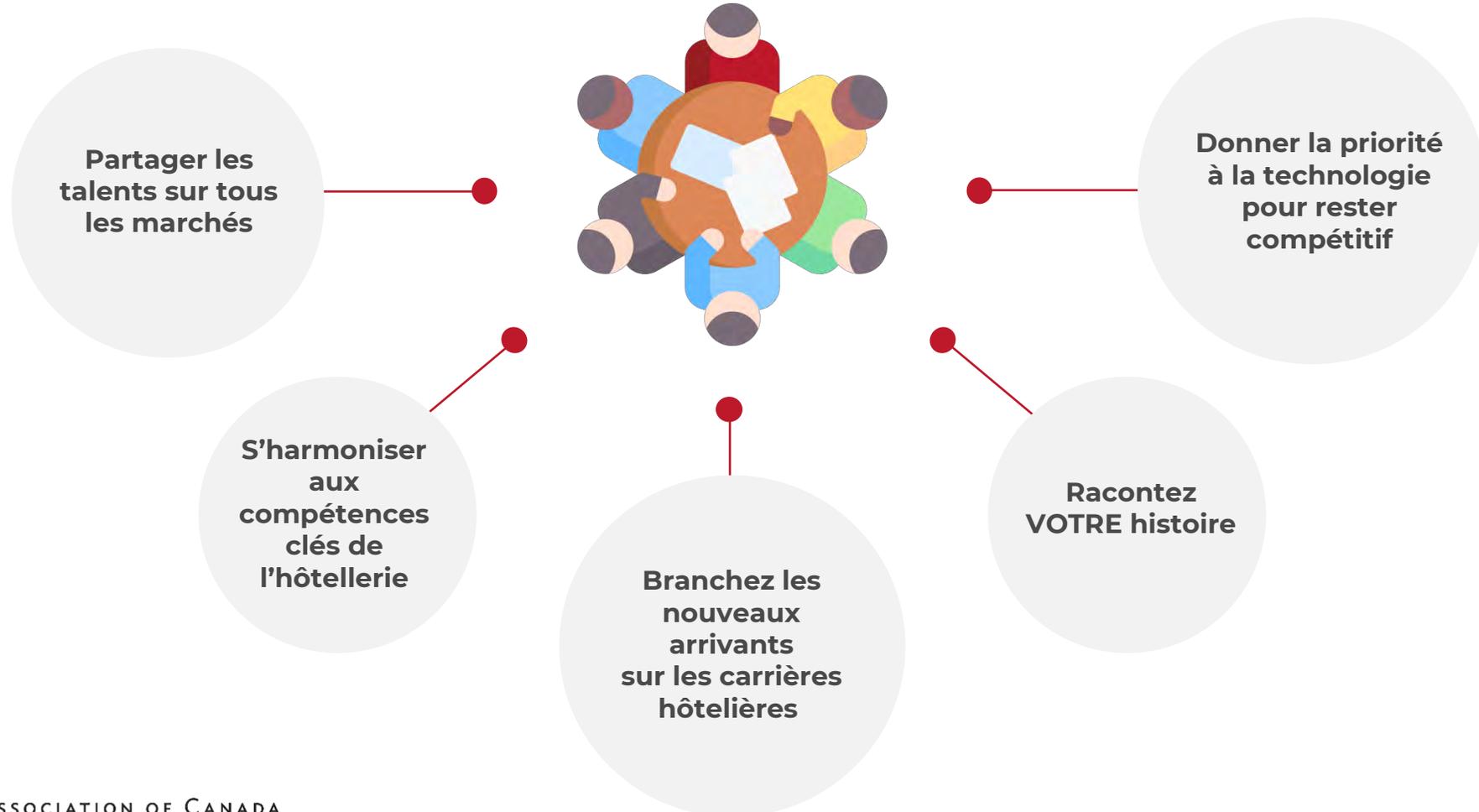
3

Les hôtels mettent en œuvre le changement

- ✓ Salaires plus élevés
- ✓ Heures **flexibles**
- ✓ Autres formes de soutiens
- ✓ **Formation**

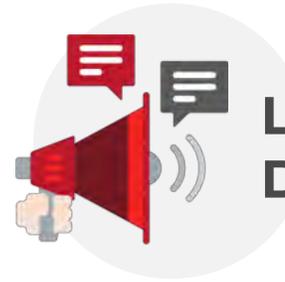
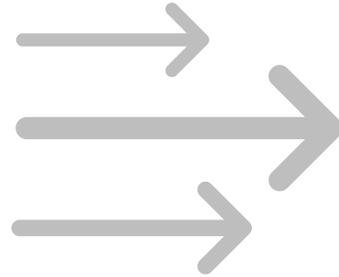
Stratégies relatives à la main-d'œuvre du secteur du tourisme de l'AHC

POSSIBILITÉS D'INTERVENTIONS COLLECTIVES





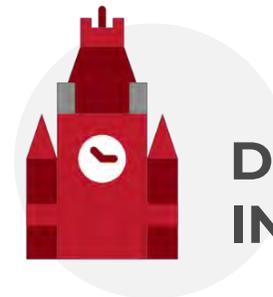
**HAC WORKFORCE
GROWTH STRATEGY**



**LEADERSHIP
D'OPINION**



**INTERVENTION
DE L'INDUSTRIE**



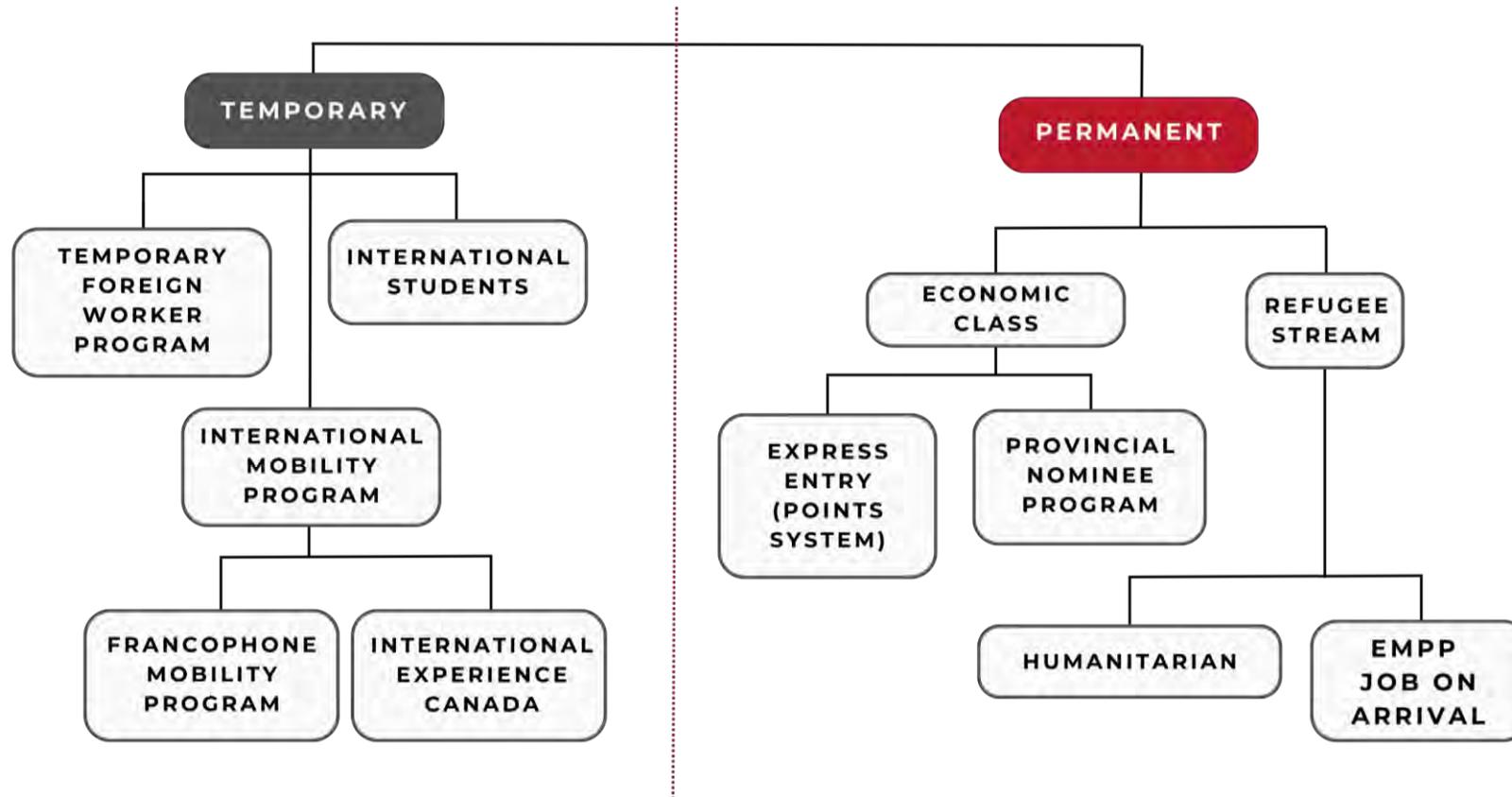
**DÉFENSE DES
INTÉRÊTS**

The image shows the interior of the Canadian House of Commons, a grand hall with a high, vaulted ceiling and stone walls. The room is filled with rows of wooden desks and green upholstered chairs, arranged in a semi-circle facing a central aisle. At the front of the room, there is a long wooden table, a green upholstered chair, and a Canadian flag. The walls are made of light-colored stone and feature several arched windows, some with decorative tracery. The overall atmosphere is formal and historic.

Responsabilité
FÉDÉRALE

Défense de l'immigration

LE SYSTÈME COMPLEXE DE L'IMMIGRATION AU CANADA



Permanent et temporaire

PRINCIPAUX GAINS DE MAIN-D'ŒUVRE INTERNATIONALE



Travailleurs étrangers temporaires et réfugiés

- ✓ Augmentation des plafonds de travailleurs étrangers temporaires pour les hôtels
- ✓ Prolongation des permis de travail pour les **familles**
- ✓ Extension du **Projet pilote sur la voie d'accès à la mobilité économique** pour inclure les travailleurs peu qualifiés du sous-secteur de l'accueil
- ✓ Programme **Employeur reconnu**

Étudiants étrangers et jeunes

- ✓ Amélioration du programme **Expérience internationale Canada**
- ✓ Augmentation du **plafond pour les permis de travail des étudiants étrangers**
- ✓ Prolongation des **permis de travail** pour les étudiants étrangers diplômés



**= 110 000 et plus
pour le tourisme et
l'accueil**

RECOMMANDATION n° 1

Croissance de l'effectif NATIONAL du secteur

Soutenir les efforts du secteur du tourisme pour augmenter la main-d'œuvre nationale

1. Investir dans le nouveau recrutement national et les nouvelles campagnes de sensibilisation de carrière
2. Investir dans le perfectionnement des compétences et la mobilisation des travailleurs au moyen d'un financement récurrent à RH Tourisme Canada

De 15 M\$
à 20 M\$

3,5 M\$
par
année

RECOMMANDATION n° 2

Croissance de l'effectif INTERNATIONAL du secteur

SOUTIEN À LA PÉRIODE DE POINTE saisonnière

Nouveau programme de travailleurs étrangers temporaires saisonniers pour le tourisme :

- Exempté de l'étude d'impact sur le marché du travail (EIMT)
- Multiples visas d'entrée et permis de travail (3 ans)
- Permettre les promotions pour les travailleurs étrangers temporaires
- Programme d'employeur de confiance qui reflète le gel de l'embauche dans le secteur touristique pendant la COVID
- Permis de travail transitoires pour les travailleurs étrangers temporaires dans le cadre de demandes de résidence permanente

Ajustements pour étendre le programme des travailleurs étrangers temporaires

- Durée de l'EIMT (de 9 à 18 mois)
- Plafond de 30 % pour les hôtels

← EXPIRE LE 30 OCTOBRE

Étendre les occasions d'emploi pour les étudiants étrangers :

- Permis de travail pour les étudiants en langues (30 k)
- Plafonds permanents de 40 h par semaine

← EXPIRE LE 31 DÉCEMBRE

RÉFUGIÉS prêts à l'emploi

Volet du Projet pilote sur la voie d'accès à la mobilité économique pour les travailleurs peu qualifiés :

- Rendre permanent le projet-pilote

Programme de placement pour l'établissement :

- Relancer le programme Destination Emploi pour brancher les réfugiés sur les carrières du secteur de l'hôtellerie et de l'accueil

Main-d'œuvre PERMANENTE

Adapter le système d'immigration du Canada pour accorder la priorité aux professions populaires dans le secteur du tourisme :

1. en accordant la **priorité** aux candidats de la catégorie de l'**Entrée express** — selon une annonce récente, cette catégorie comprend les professions des catégories 4 et 5 de Formation, étude, expérience et responsabilités (FEER);
2. en **augmentant** les niveaux d'immigration du **Programme des candidats des provinces** pour les provinces ayant un volet de compétences en demande qui comprennent le tourisme et l'accueil.





MERCI

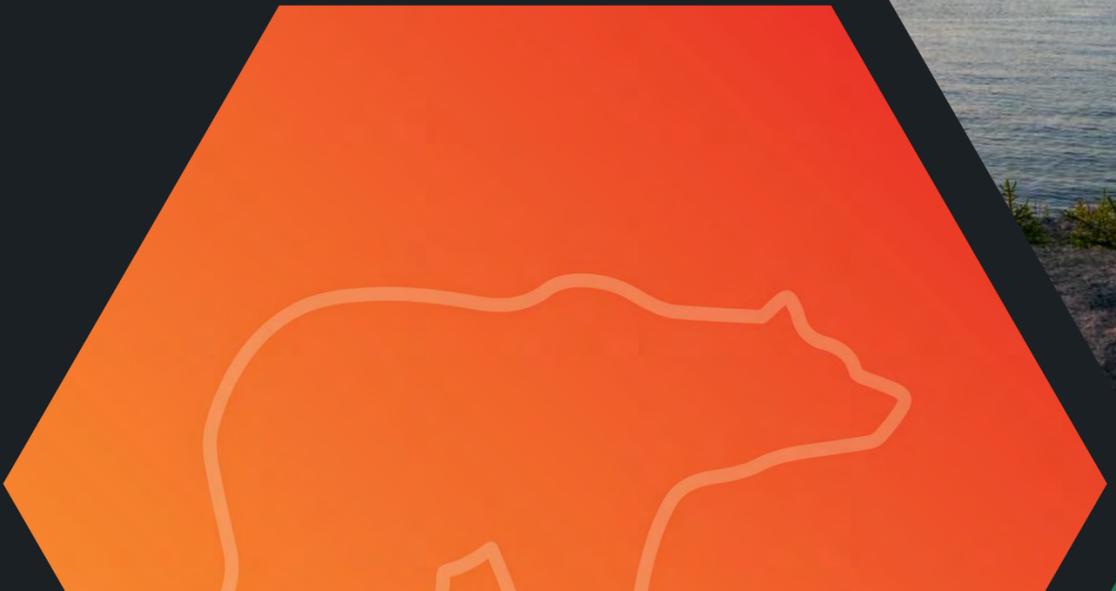


Bâtir une main-d'œuvre autochtone robuste

DESTINATION
INDIGENOUS



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



Présenté par



KEITH HENRY

Président-directeur général

Association touristique autochtone du Canada

 *Keith Henry*

 *@KeithHenryMetis*

INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

**Axé sur l'industrie, dirigé par
l'industrie**

**Organisme national sans but
lucratif**

**Groupe de membres formé
d'entreprises de propriété et de
contrôle autochtones**

**13 membres du Conseil élus
représentant l'industrie partout au pays**

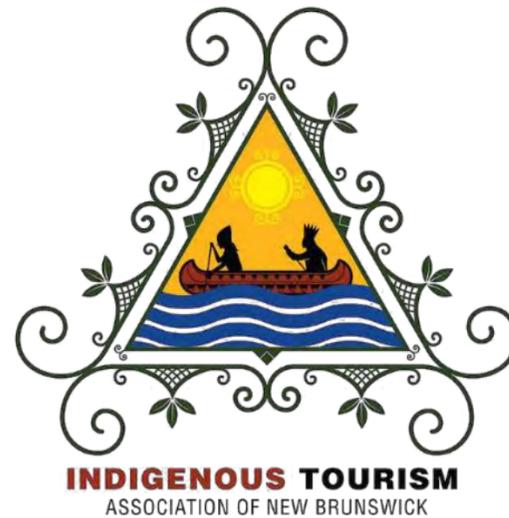


Soutient la croissance du tourisme autochtone au Canada et répond à la demande d'expériences autochtones authentiques au moyen d'initiatives de développement et de marketing.

Centré sur la **création de partenariats entre les associations, les organisations, les ministères du gouvernement et les leaders de l'industrie** de partout au Canada.

Représente plus de 1 100 entreprises touristiques parmi 1 900 qui sont possédées et contrôlées par des Autochtones – de toutes les provinces et de tous les territoires du pays.

Partenaires touristiques autochtones des provinces et des territoires



**INDIGENOUS
TOURISM BC**



**Adventure to
Understanding**
Indigenous Tourism Manitoba



**INDIGENOUS
TOURISM**
QUEBEC



NEWFOUNDLAND & LABRADOR
INDIGENOUS TOURISM
ASSOCIATION



NOVA SCOTIA INDIGENOUS
TOURISM ENTERPRISE NETWORK

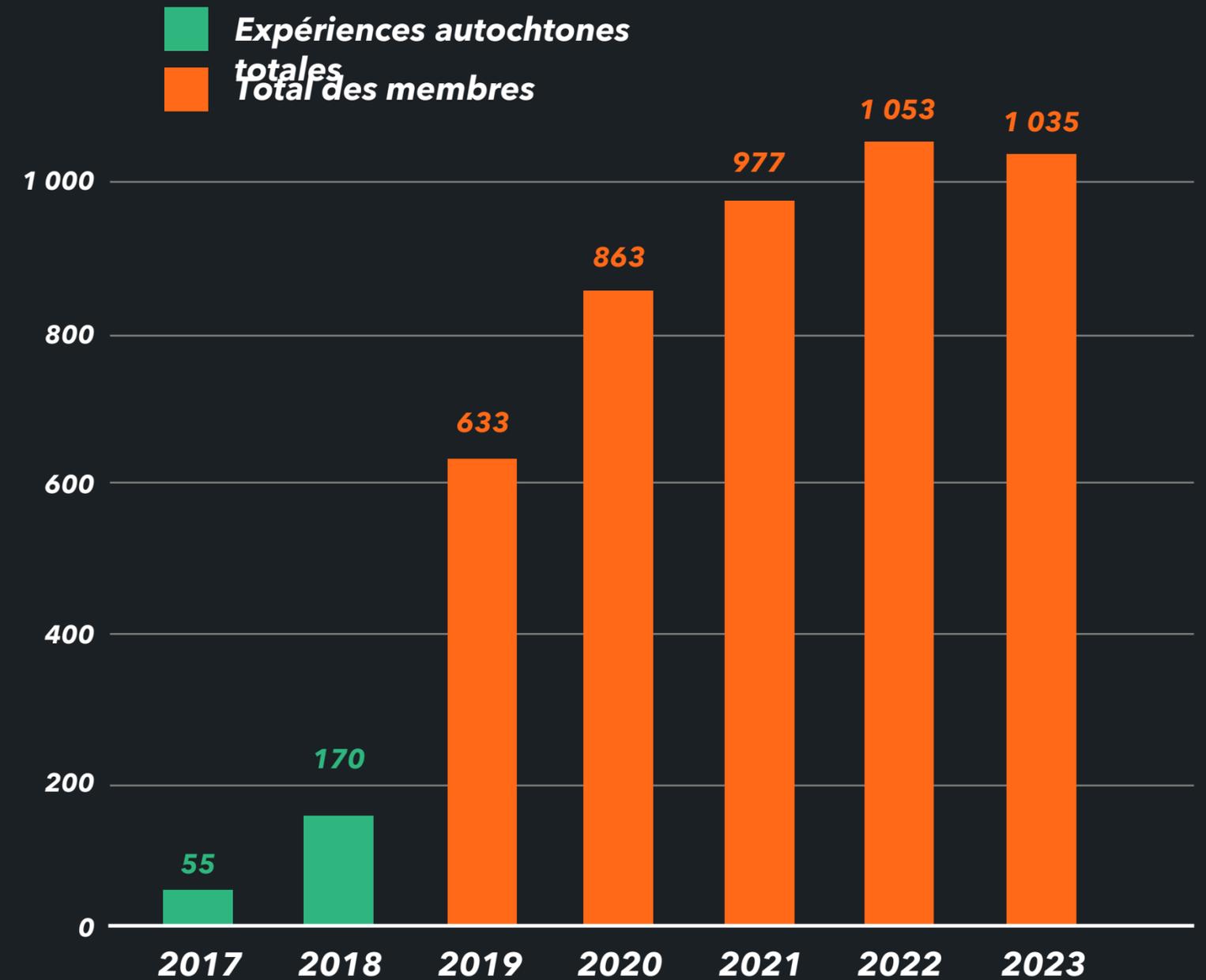
Destinations autochtones
Saskatchewan



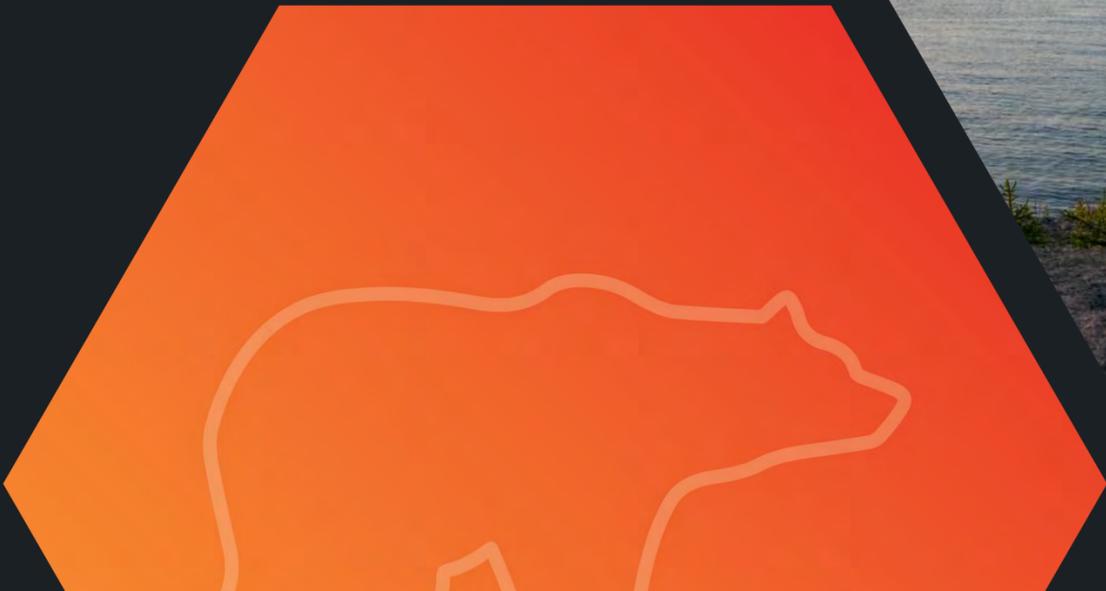
Yukon First Nations
**CULTURE &
TOURISM**
Association

Portrait des membres

- *Augmentation de plus de 1 880 % du nombre total de membres de 2019 à 2023*
- *Pour 2017-2018, seules les expériences autochtones ont été prises en compte dans les totaux.*



Vision 2023





Vision 2030 de l'ATAC

Faire du Canada le leader mondial du tourisme d'ici 2030

- *Contributions annuelles au produit intérieur brut (PIB) de 6 milliards de dollars*
- *2 700 entreprises touristiques autochtones*
- *60 000 emplois dans l'industrie touristique autochtone*
- *12 milliards de dollars en revenus*





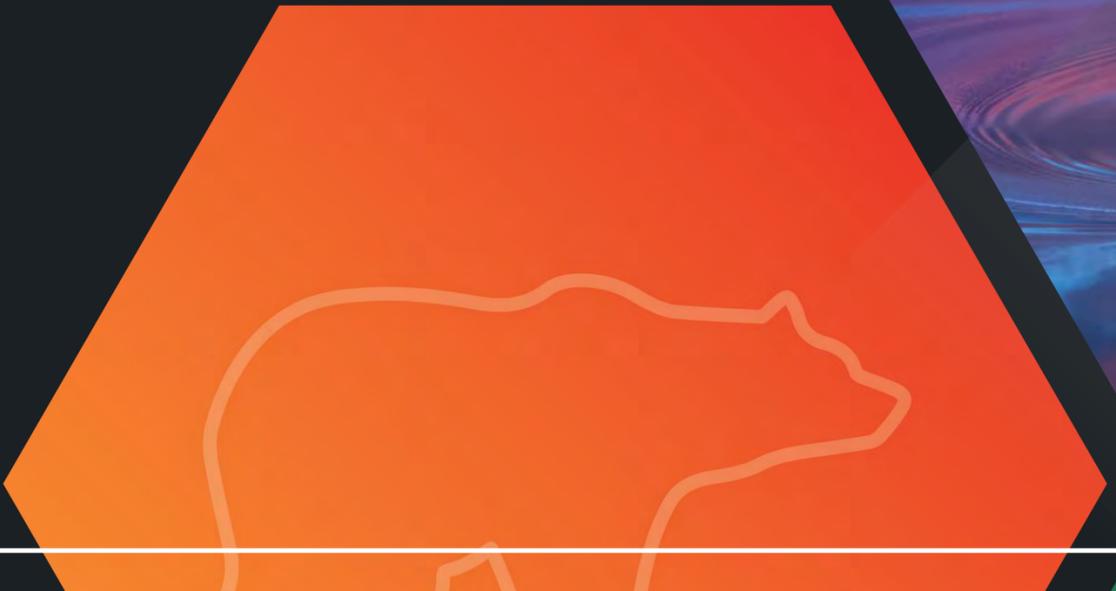
En tout, **33 %** des propriétaires d'entreprises touristiques autochtones sont des *femmes entrepreneures* - soit *plus du double* du pourcentage d'entreprises touristiques non autochtones.

Un investissement dans le secteur du tourisme autochtone fournira un emploi à ***davantage de travailleurs autochtones qu'un investissement dans n'importe quel autre secteur.***

D'après une recherche effectuée par l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC), 57 % des travailleurs de l'industrie touristique autochtone sont des Autochtones; cette proportion est ***quatre fois plus élevée*** que dans tout autre secteur.



Le tourisme autochtone, c'est la réconciliation en action





Le tourisme autochtone, c'est la réconciliation en action



Vivre l'expérience directe du tourisme autochtone est un important moyen, pour les Canadiens non autochtones, de ***voir les choses autrement***.

Cela les aide à ***se connecter aux terres, aux traditions et à la manière de vivre des peuples autochtones*** et à mieux comprendre l'histoire du Canada, et ce, tout en ayant une incidence positive sur la croissance économique autochtone.



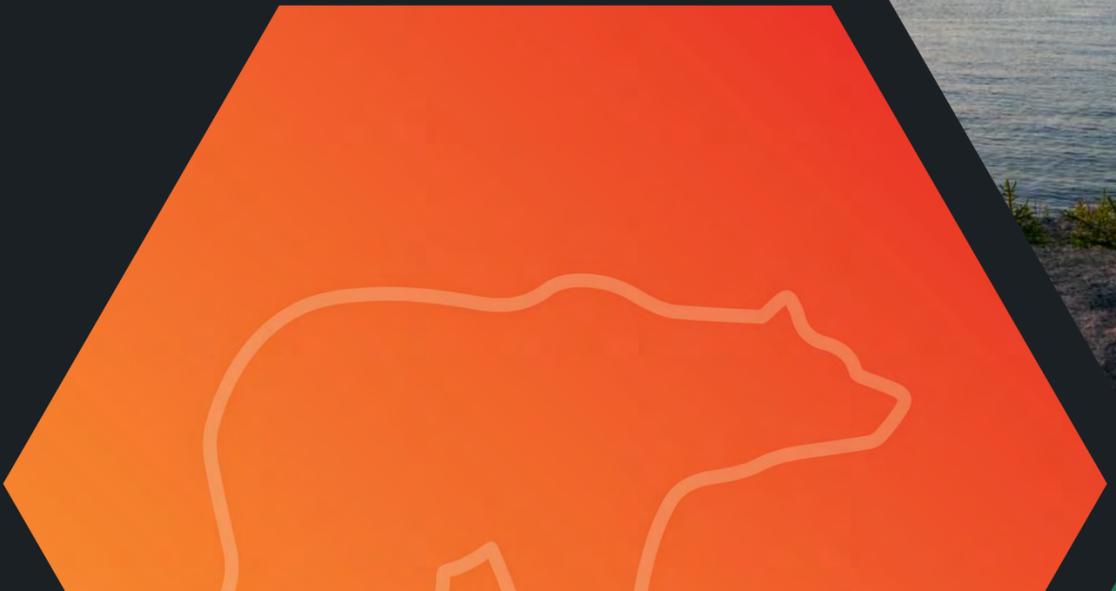
Le tourisme autochtone, c'est la réconciliation en action



Investir dans le tourisme autochtone **permet de créer et d'élargir** des projets de développement économique touristiques avec les nations autochtones, et donc de **soutenir l'autodétermination** pour les entreprises autochtones et leurs employés.



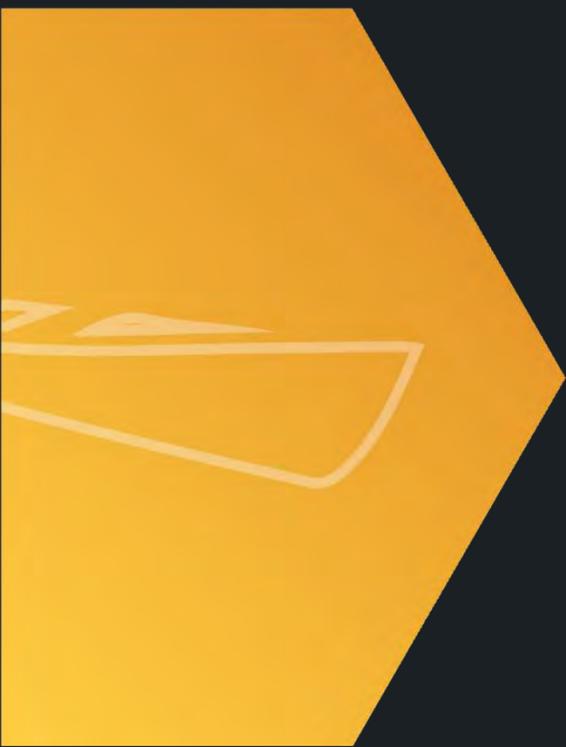
La demande dépasse la
capacité





La demande dépasse la capacité

- Avant la COVID, le tourisme autochtone était le **secteur du tourisme ayant la plus rapide croissance au Canada** – dépassant le reste de l'industrie avec une **croissance de 23,5 %** comparativement à 14,5 %.
- La **demande d'expériences liée au tourisme autochtone n'a jamais été aussi élevée.**



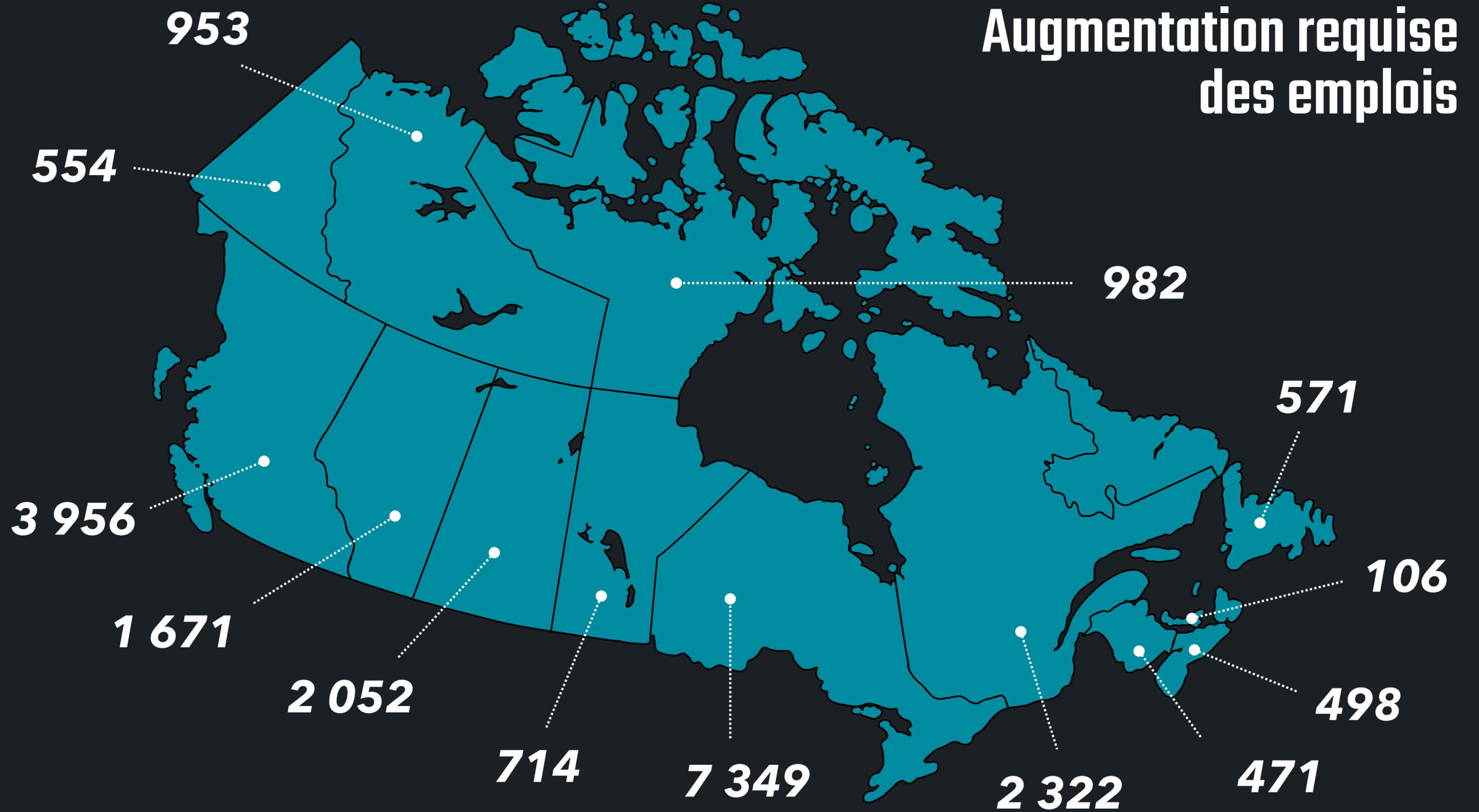


La demande dépasse la capacité

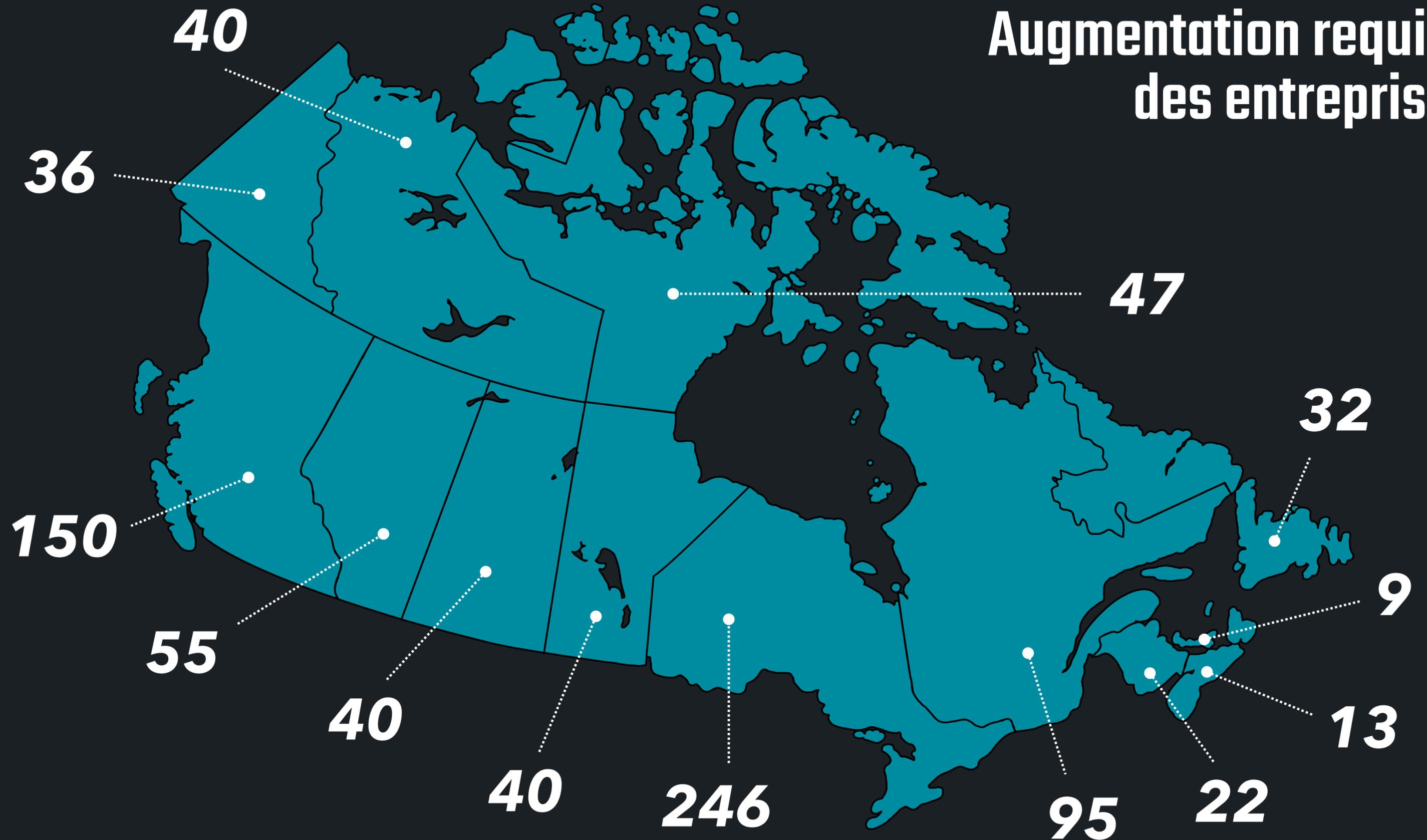
- *Un visiteur international sur trois qui vient au Canada est intéressé par les expériences liées au tourisme autochtone (**37 %**).*
- *Les visiteurs de France (**63 %**) et d'Allemagne (**47 %**) sont les plus susceptibles d'être intéressés par les expériences de tourisme autochtone.*
- *Les États-Unis (**33 %**) et la Chine (**35 %**) offrent les plus grandes possibilités du marché en ce qui concerne le potentiel de visites.*



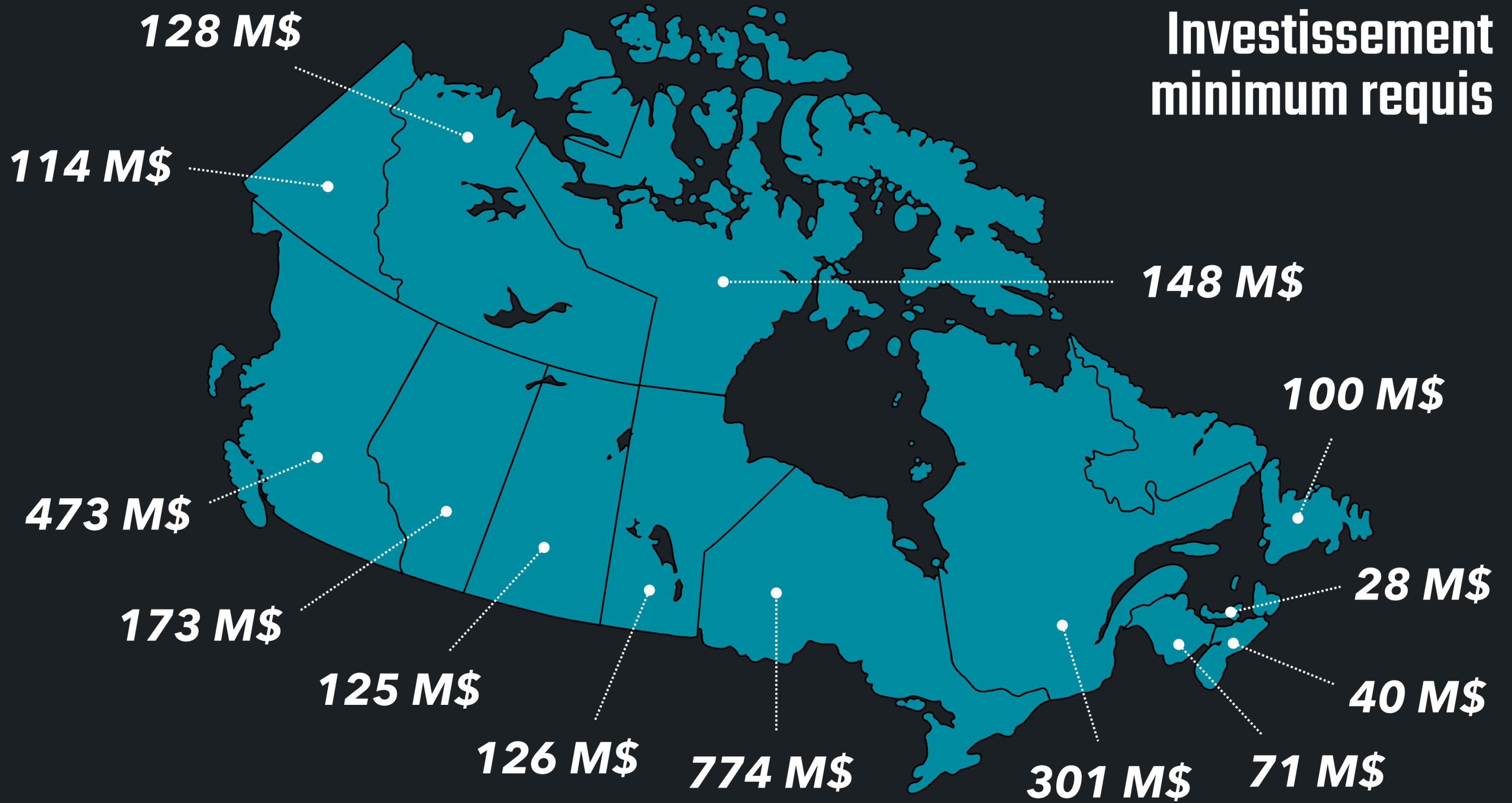
Augmentation requise des emplois

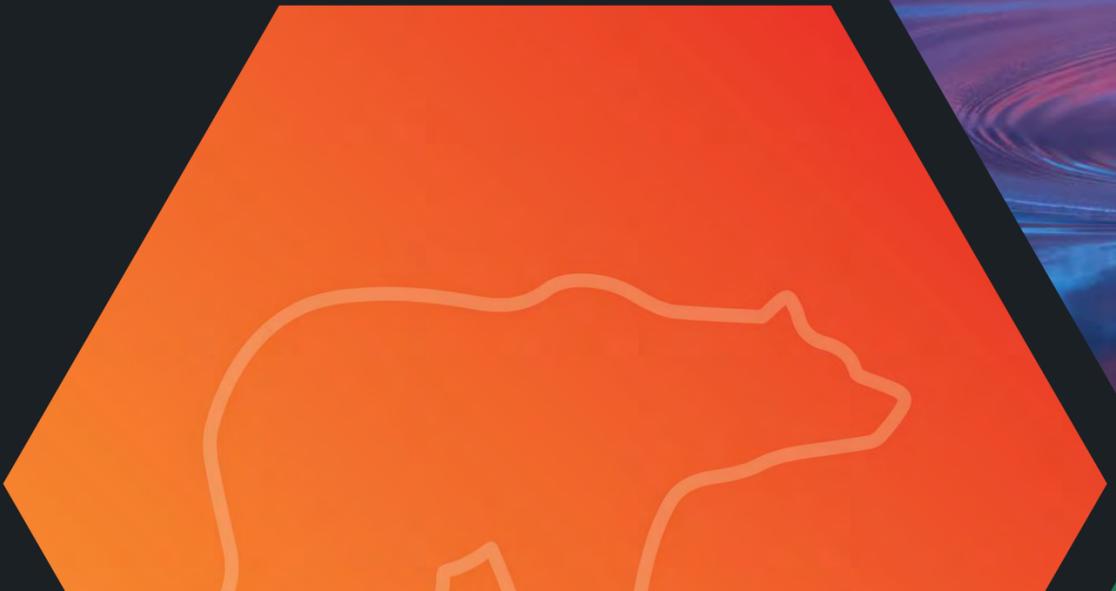


Augmentation requise des entreprises



Investissement minimum requis





L'ORIGINAL
ORIGINAL



Une marque d'excellence

Le programme d'accréditation de l'ATAC a un ensemble de **normes nationales** pour le tourisme autochtone qui permet aux entreprises d'évaluer leur état de préparation au marché et de demander l'accréditation.

Le programme d'accréditation a été élaboré en partenariat avec RH Tourisme Canada et reflète les normes ISO.



**Le programme d'accréditation
l'Original Original**



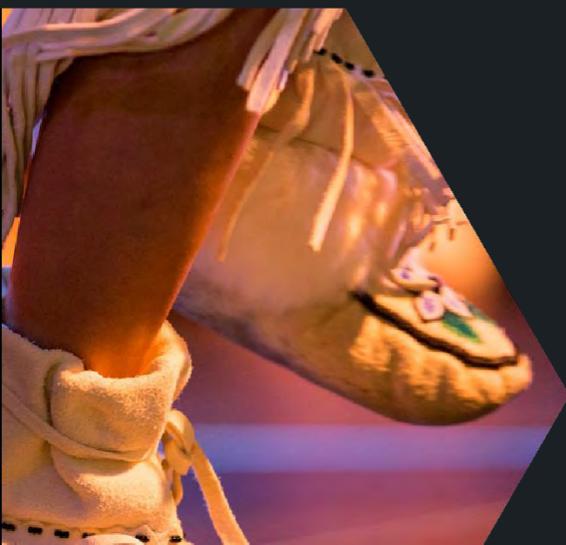
**L'ORIGINAL
ORIGINAL**



Ce que la marque représente

Le programme d'accréditation évalue les entreprises pour garantir qu'elles ont les bonnes normes en place pour donner aux visiteurs une expérience de qualité.

La marque d'excellence l'Original Original assure aux visiteurs une expérience réellement authentique, de grande qualité et sécuritaire. Elle est la première de ce genre et donne aux consommateurs la paix d'esprit qu'ils soutiennent directement les gens autochtones.



**Le programme d'accréditation
l'Original Original**





Activation marketing

Activations hors médias

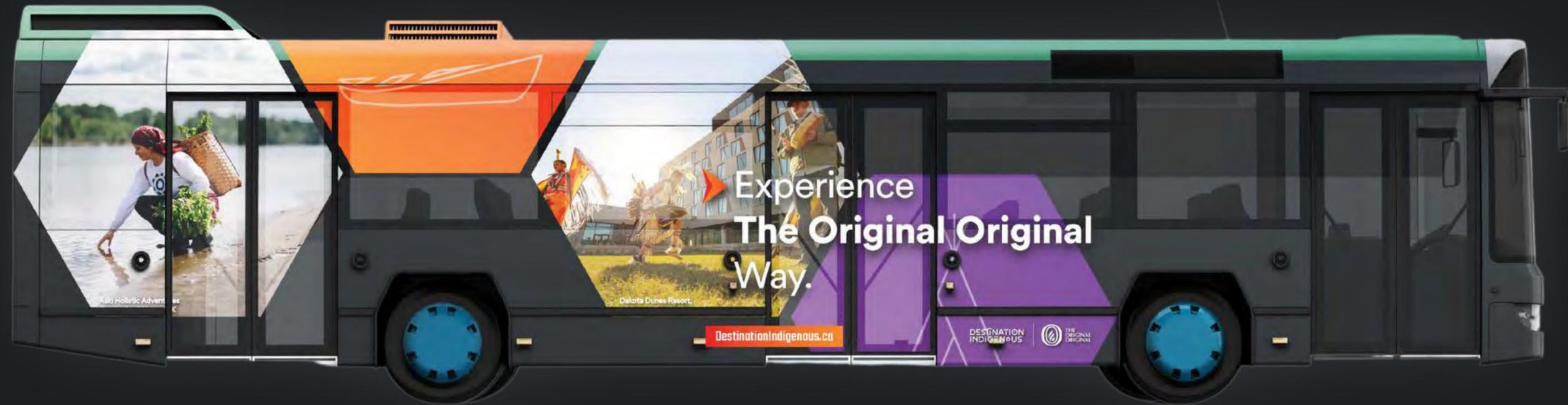
Cette année, des grandes villes du pays recevront nos installations créatives hors médias. Elles figureront dans les aéroports et sur des pellicules publicitaires des autobus.

Les publicités ont été placées stratégiquement pour des situations où des événements majeurs se produisent dans la ville (p. ex., le Congrès international sur le tourisme autochtone, les Junos, Rendez-vous Canada, les Jeux autochtones de l'Amérique du Nord, etc.).

Les destinations suivantes seront incluses : Vancouver, Edmonton, Calgary, Regina, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montréal, la ville de Québec et Halifax.

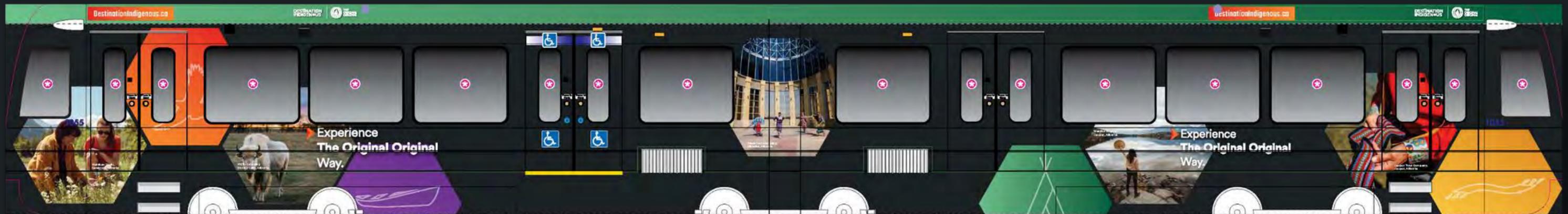


Pellicules publicitaires sur les autobus



Pellicules publicitaires sur les autobus

➤ **CALGARY ET EDMONTON (extérieur)**



Pellicules publicitaires sur les vitres d'aéroport

► VILLE DE QUÉBEC



► Commencez votre voyage culturel à 15 minutes d'ici.

Start your cultural journey 15 minutes from here. ◀

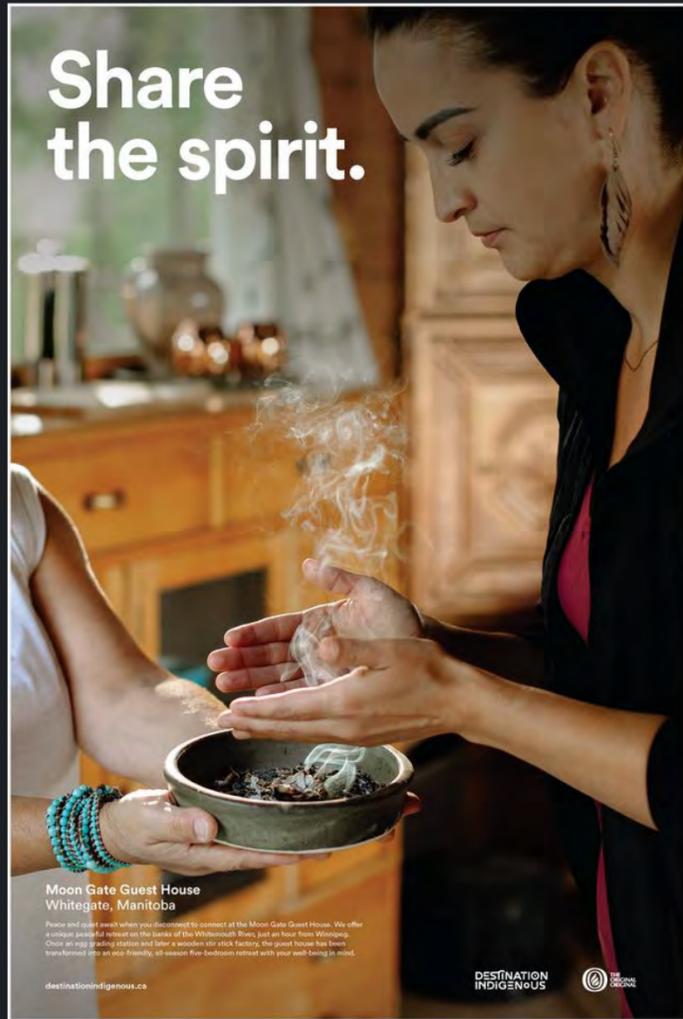
En Savoir Plus
Learn More



DESTINATION
AUTOCHTONE

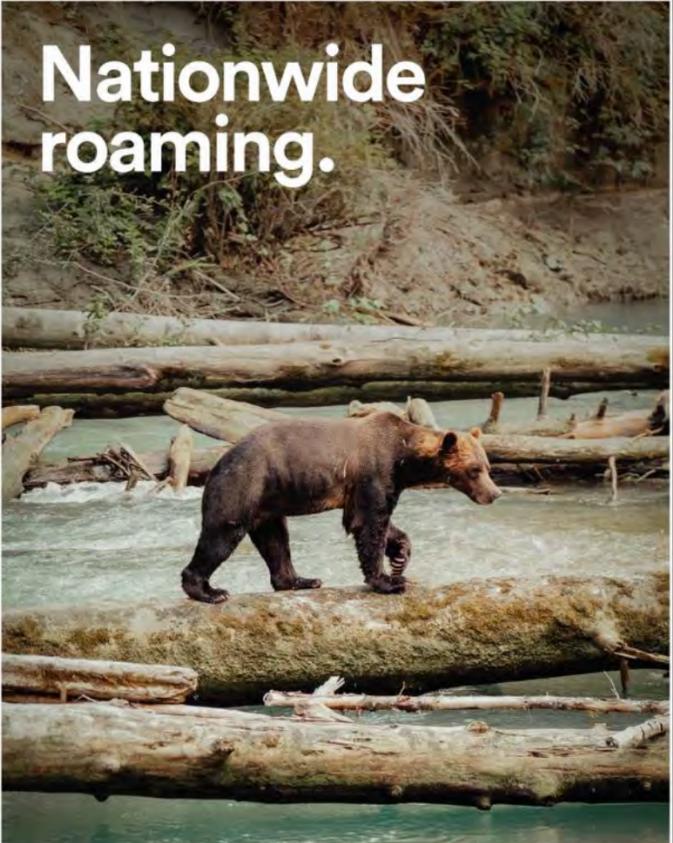


Nouvelles affiches



Nouvelles affiches

Nationwide roaming.



Klahoose Wilderness Resort
Desolation Sound, British Columbia

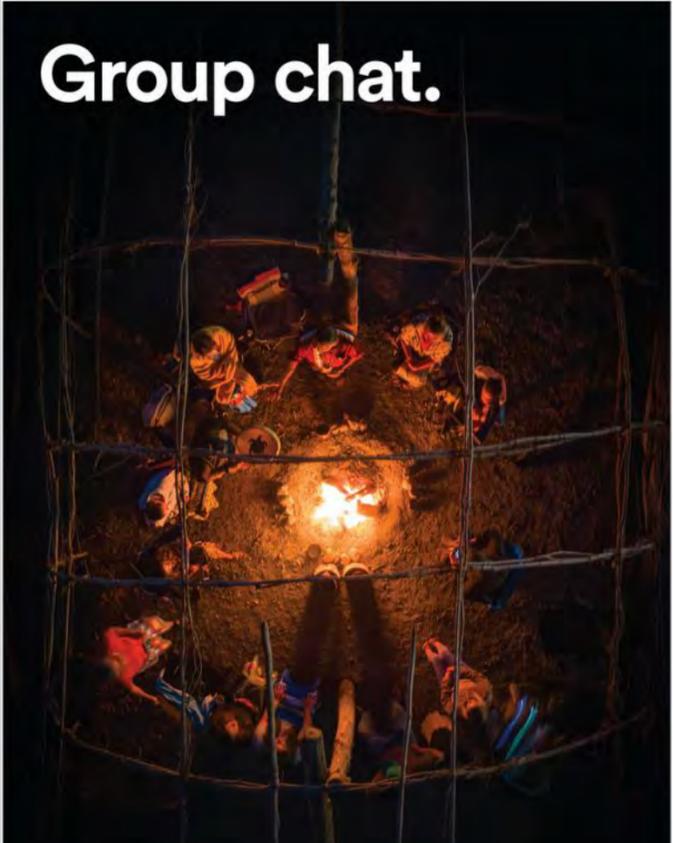
Klahoose Wilderness Resort is owned and operated by the Klahoose First Nation on their traditional territory within the heart of British Columbia's most pristine coast-to-coast wilderness. The resort is set on the western edge of the coast of the Strait of Juan de Fuca, between the Coast of Mountains park and the Klahoose First Nation. It offers a variety of activities, including hiking, fishing, canoeing, kayaking, and more. The resort is a great place to enjoy the outdoors and experience the beauty of the Pacific Northwest. The resort is a great place to enjoy the outdoors and experience the beauty of the Pacific Northwest. The resort is a great place to enjoy the outdoors and experience the beauty of the Pacific Northwest.

destinationindigenous.ca

DESTINATION INDIGENOUS



Group chat.



Thrive Tours
Sault Ste. Marie, Ontario

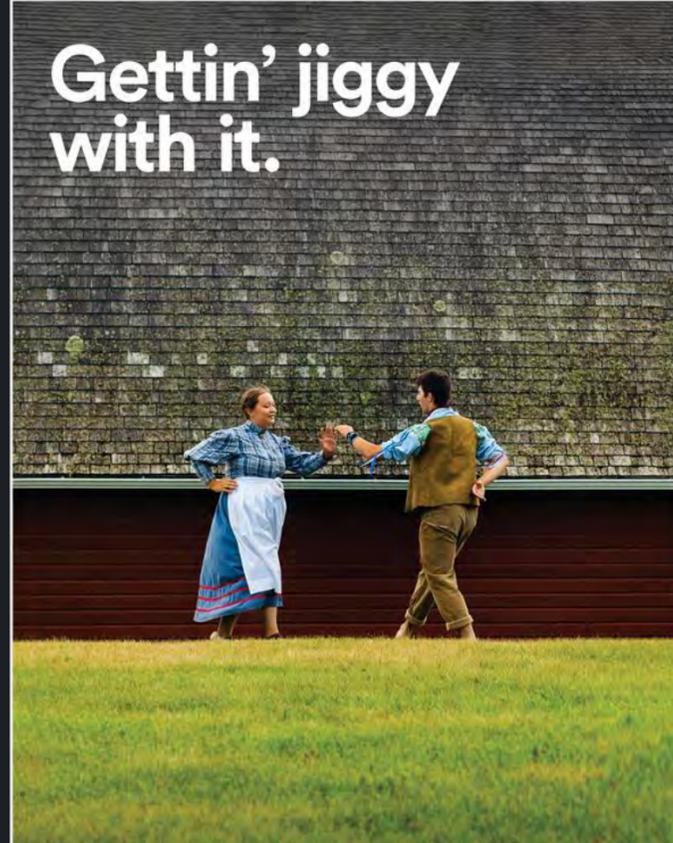
Reconnect with nature with an Indigenous guided eco-tour or educational experience. Enjoy every type of adventure while learning about Indigenous traditions and culture. Thrive Tours has all of your year-round adventure needs and needs! Thrive Tours has also achieved a zero-waste objective so that the environment will be clean and sustainable for many generations to come!

destinationindigenous.ca

DESTINATION INDIGENOUS



Gettin' jiggy with it.



Métis Crossing
Smoky Lake, Alberta

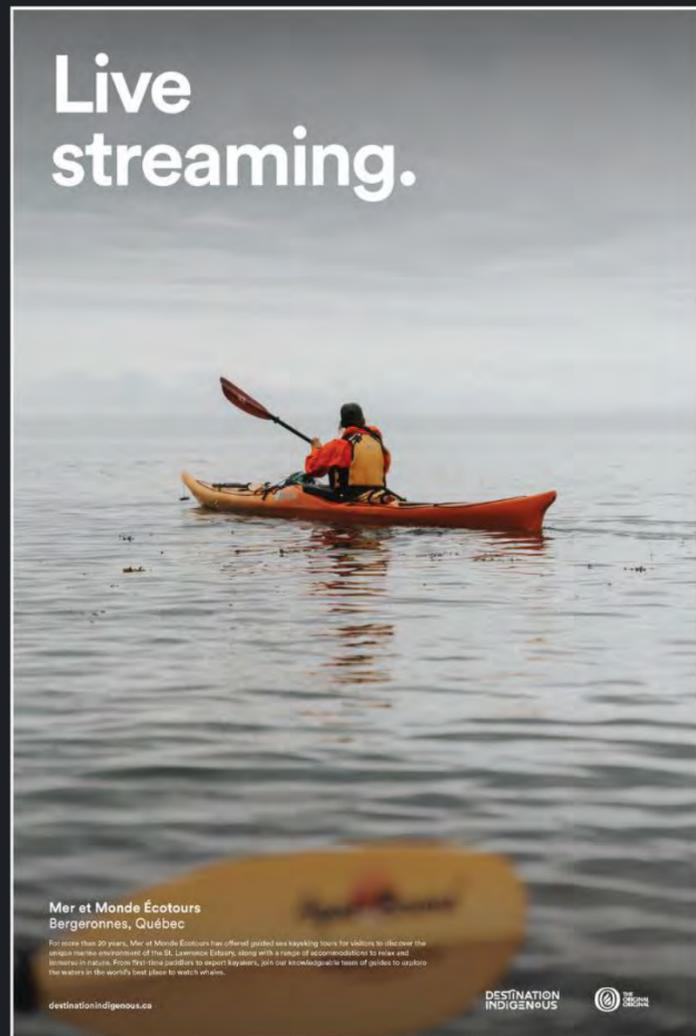
Immerse yourself in the heritage and distinct Indigenous stories of the families who formed a Métis community along the historic Victoria Trail. Discover a Métis community that is what they grew, trapped, hunted or traded with the history Fort Victoria. Although work was challenging there was plenty to celebrate through music, art, and community gatherings.

destinationindigenous.ca

DESTINATION INDIGENOUS



Nouvelles affiches



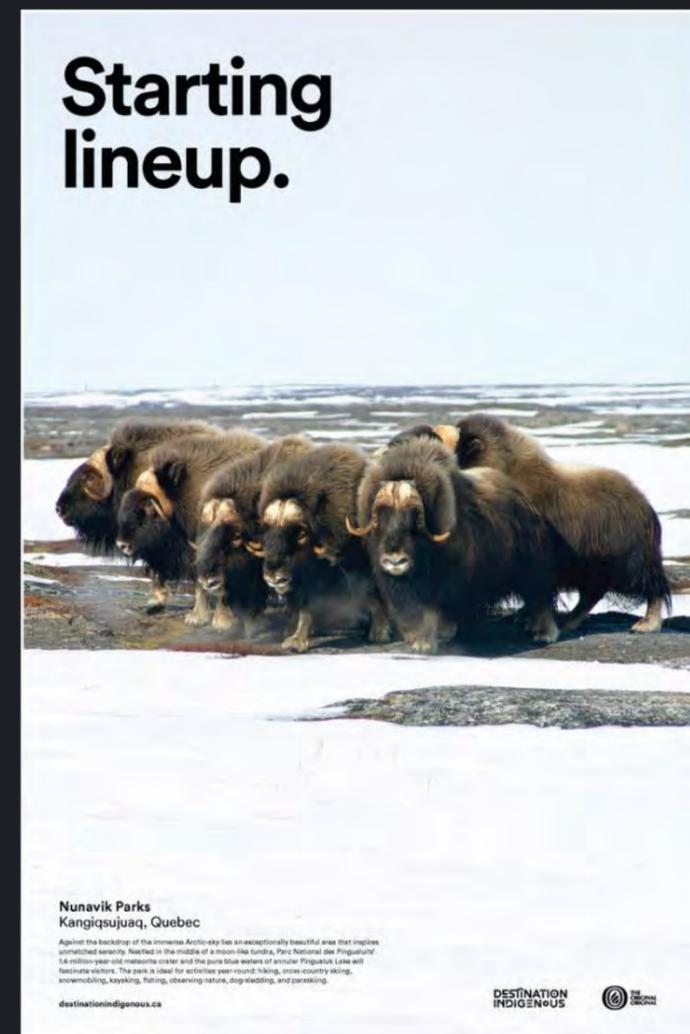
Live streaming.

Mer et Monde Écotours
Bergeronnes, Québec

For over 20 years, Mer et Monde Écotours has offered guided sea kayaking tours for visitors to discover the unique marine environment of the St. Lawrence Estuary, along with a range of accommodations to relax and immerse in nature. From first-class yachts to expert kayakers, join our knowledgeable team of guides to explore the waters in the world's best place to watch whales.

destinationindigenous.ca

DESTINATION INDIGENOUS



Starting lineup.

Nunavik Parks
Kangiqsujuaq, Quebec

Against the backdrop of the immense Arctic sky lies an exceptionally beautiful area that inspires unmatched serenity. Nestled in the middle of a moon-like tundra, Parc National des Pingualuit's 1.6-million-year-old meteorite crater and the pure blue waters of annular Pingualuk Lake will fascinate visitors. The park is ideal for activities year-round hiking, cross-country skiing, snowmobiling, kayaking, fishing, observing nature, dog-sledding, and parkering.

destinationindigenous.ca

DESTINATION INDIGENOUS





S'associer pour la croissance

Fonds pour les destinations touristiques autochtones

- *Programme volontaire dans le cadre duquel les partenaires de l'industrie facturent un droit de 0,25 \$ par client.*
- *L'argent recueilli est mis en commun pour soutenir le travail de l'ATAC vers la Vision 2030.*
- *La source de revenus s'ajoute au financement du gouvernement.*



Certificat en réconciliation pour l'industrie du tourisme

- *Nouveau programme de formation pour les partenaires de l'industrie du tourisme qui ne sont pas autochtones*
- *Fournit de l'éducation de sensibilisation culturelle pour promouvoir la réconciliation et les partenariats positifs*
- *Source de revenus pour l'ATAC*

