



Offre



Compétences



Sentiment



Stratégie

Exposé · Février 2021

# Pénurie de main-d'œuvre

Et ce qu'il faut pour relancer la main-d'œuvre dans le secteur du tourisme au Canada

Tourism HR  
Canada



RH Tourisme  
Canada



MANDAT

# Bâtir un marché du travail résilient, concurrentiel et inclusif

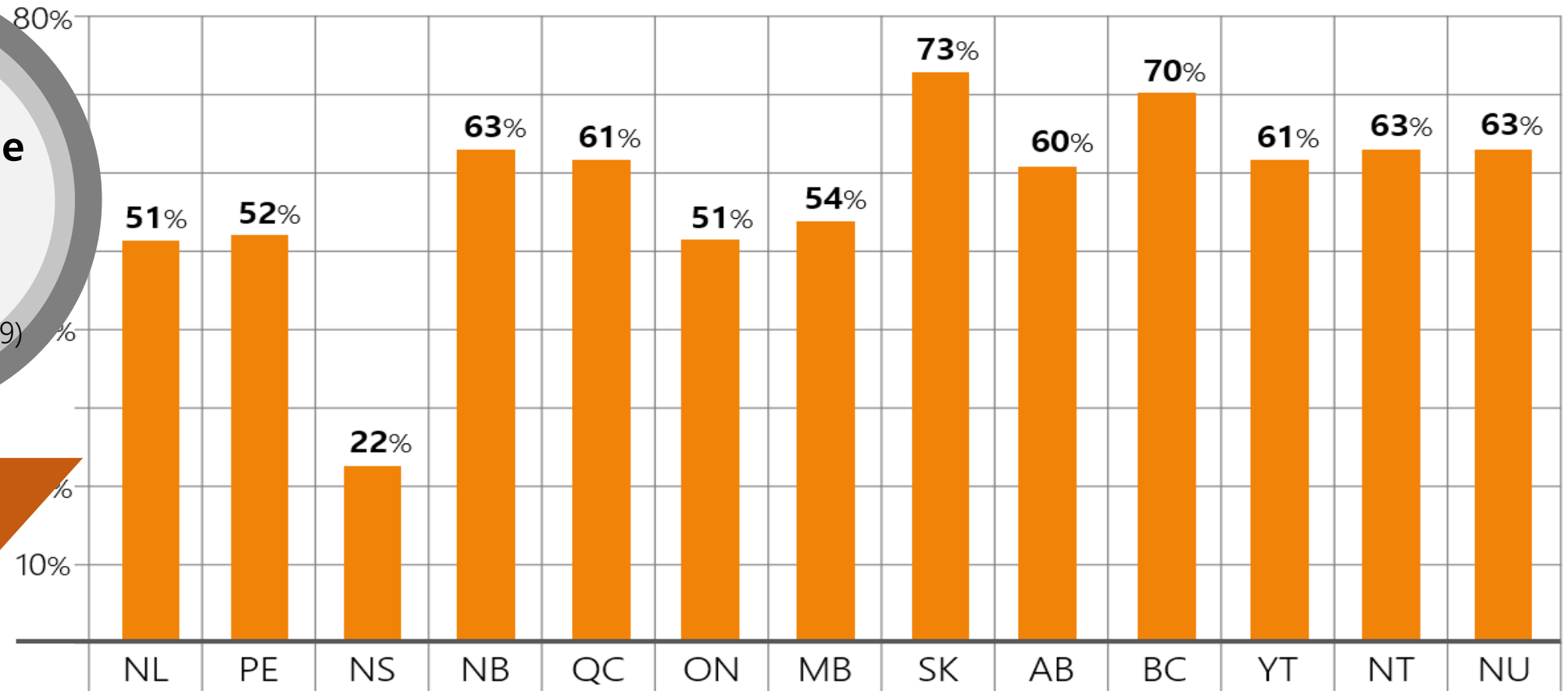
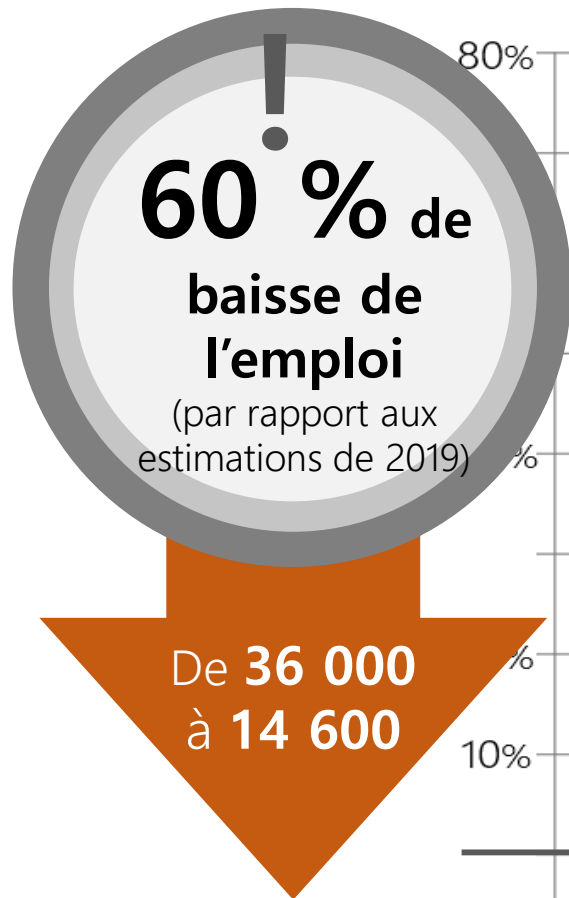


## UNE MAIN-D'ŒUVRE EN DIFFICULTÉ

La COVID-19 a provoqué des perturbations importantes sur le marché du travail du tourisme... beaucoup plus importantes que dans l'ensemble de l'économie  
(avec une relance plus lente et un impact disproportionné sur les jeunes et les populations minoritaires)

# Un impact alarmant sur la main-d'œuvre autochtone

## RÉPARTITION RÉGIONALE DES PERTES D'EMPLOI EN 2020



# 2020 – UNE ANNÉE DE circonstances désastreuses

En dix semaines, soit à la mi-avril, le tourisme  
**avait perdu 881 700 travailleurs.**

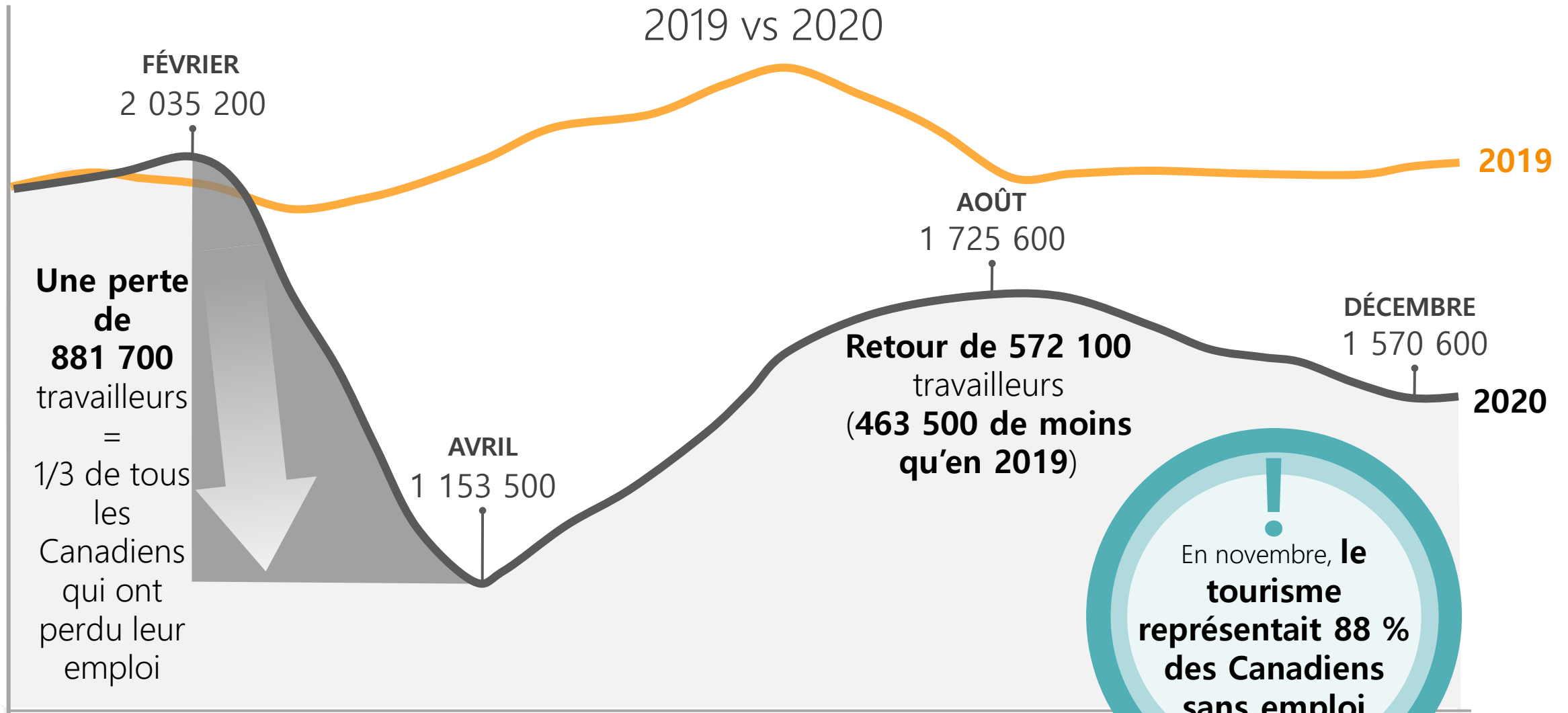


**Une pénurie  
sans précédent**  
touchant tous les  
secteurs du  
tourisme dans  
toutes les régions

À la fin de l'année,  
**le nombre d'emplois dans le tourisme**  
**avait chuté de** 2 035 200  
à **1 570 600**, soit une perte de 22 %.

# Emploi total dans le tourisme

## 2019 vs 2020

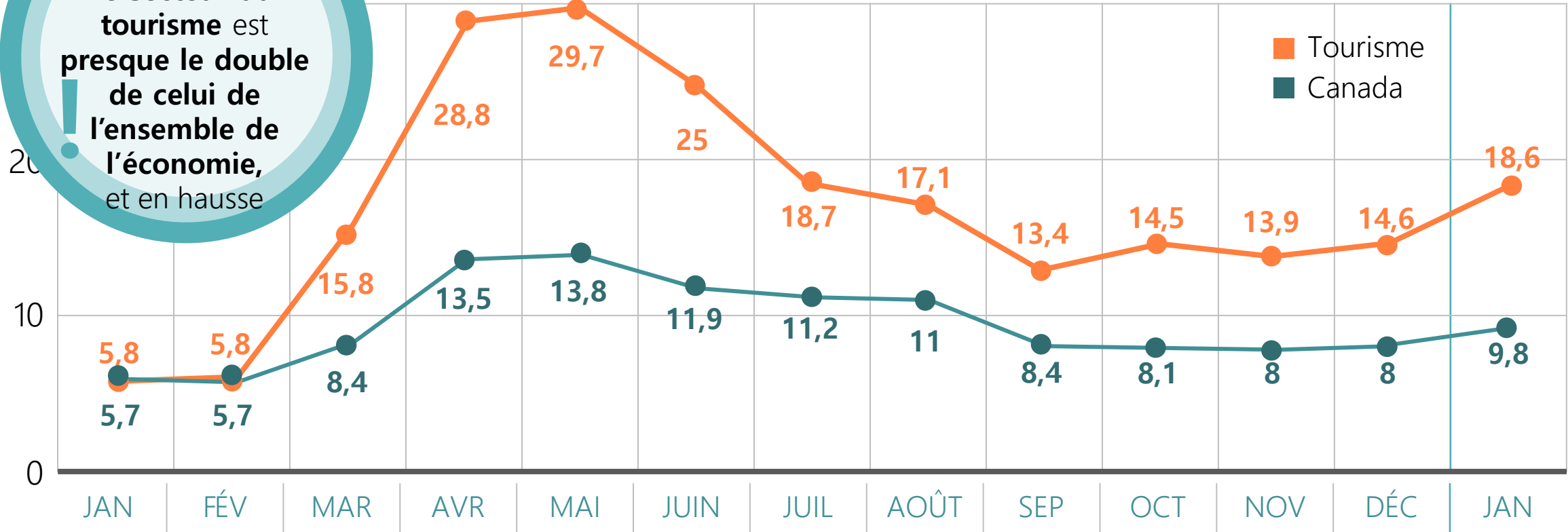


# Taux de chômage mensuel

## 2020-2021

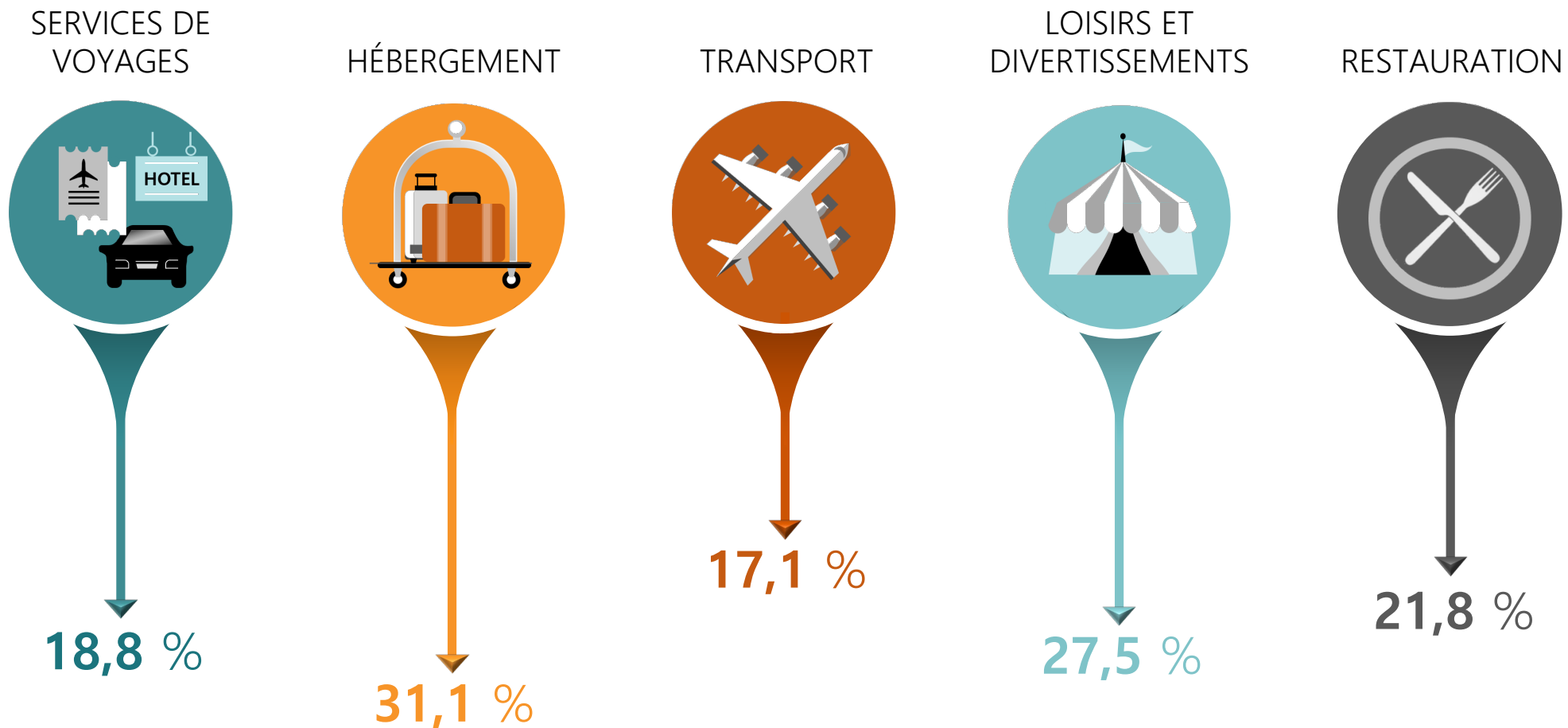
(Non corrigé pour les variations saisonnières)

En moyenne, le taux de **chômage** dans le secteur du **tourisme** est presque le double de celui de l'ensemble de l'économie, et en hausse



# Diminution totale de l'emploi

## Depuis février 2020\*



Tourism **HR**  
Canada



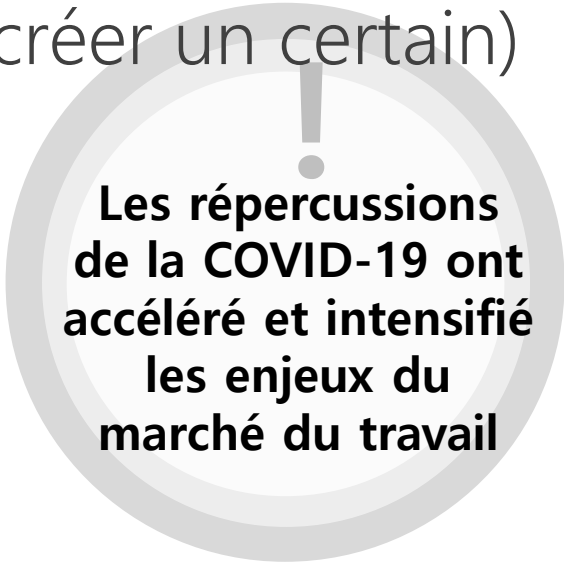
**RH** Tourisme  
Canada

\* En date de décembre 2020



## LE TEMPS FILE

Il y a beaucoup de choses que nous ne savons pas  
sur les futures exigences professionnelles  
(mais ce que nous savons devrait nous inquiéter et créer un certain  
sentiment d'urgence à agir)



**Les répercussions  
de la COVID-19 ont  
accélééré et intensifié  
les enjeux du  
marché du travail**

## ILS NE REVIENDRONT PAS

De nombreux travailleurs ne reprendront pas leur emploi une fois qu'il aura été rétabli, ce qui entraînera certaines des plus grandes pénuries de main-d'œuvre jamais observées et freinera la relance.

(La COVID a accentué et accéléré les problèmes systémiques et les obstacles à l'emploi dans ce secteur.)

# Pourquoi ils ne reviennent pas



Précarité d'emploi



Obstacles à la mobilité



Groupe à risque élevé



Habite avec une personne à risque



Doit prendre soin de sa famille



Santé mentale, difficultés d'adaptation



Diminution du bassin de travailleurs, d'étudiants



Préoccupations liées à sa sécurité



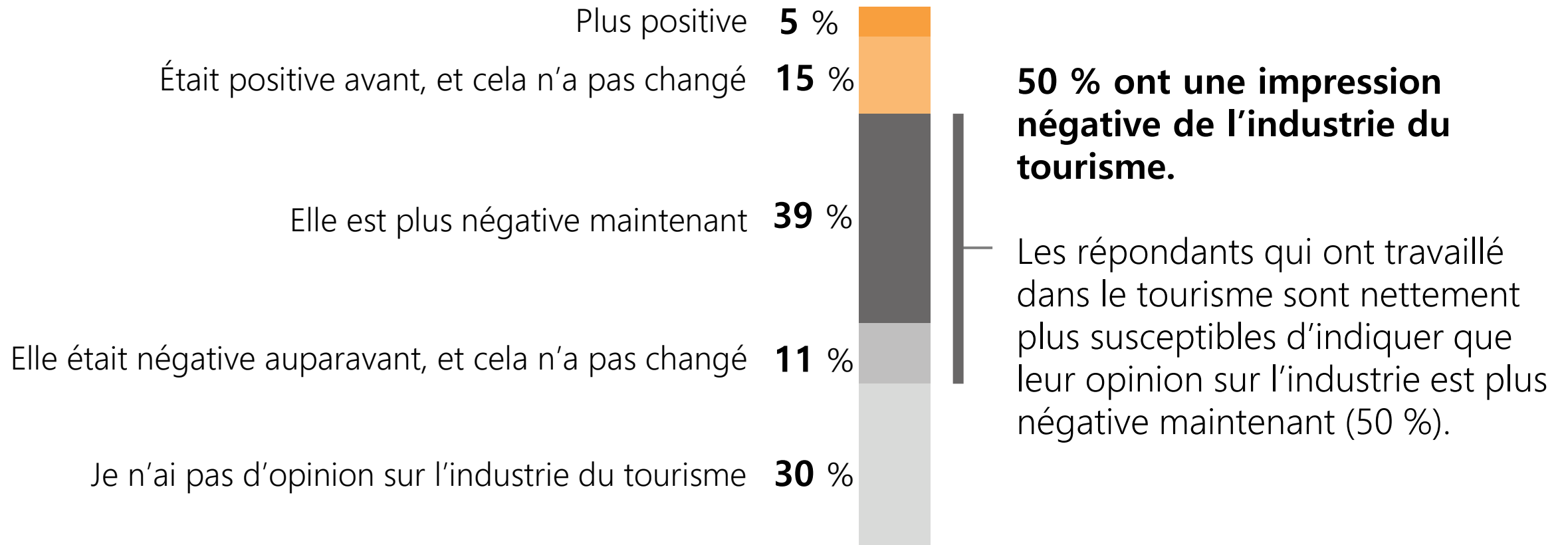
Problème de transport



Concurrence d'autres secteurs

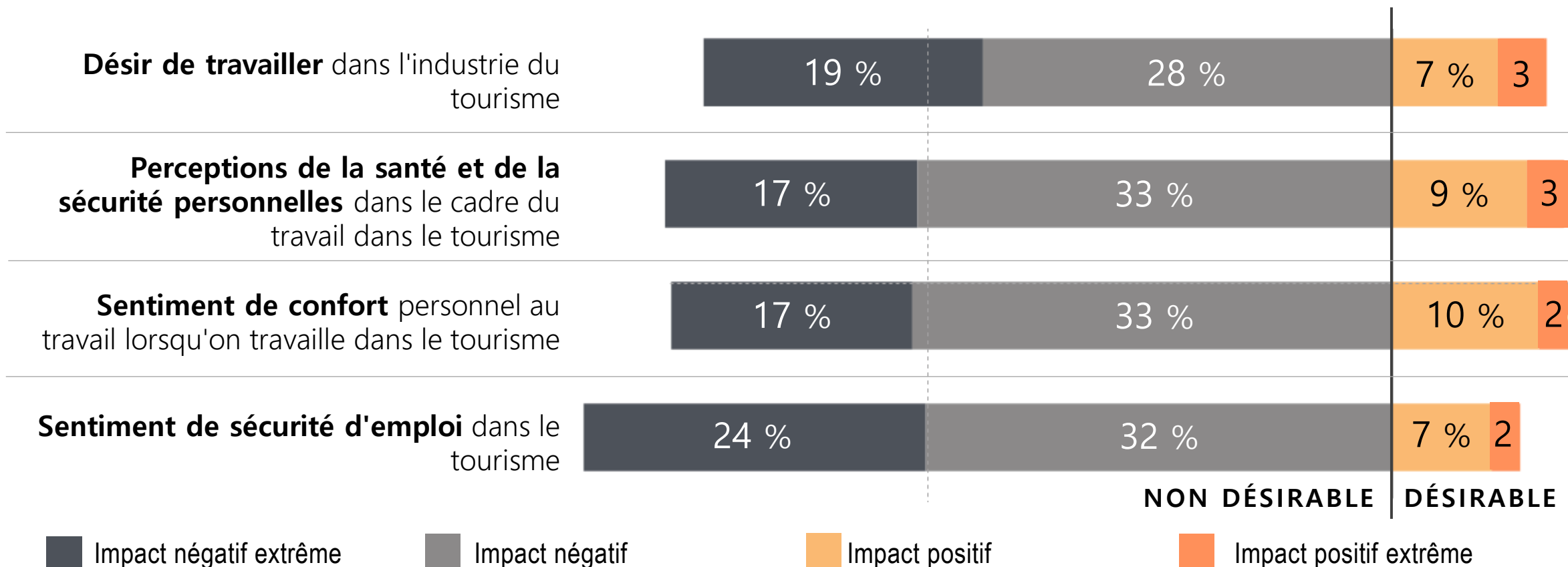
# Impression du tourisme comme lieu de travail

*À l'heure actuelle, comment votre impression du tourisme comme lieu de travail a-t-elle changé par rapport à ce qu'elle était avant la pandémie de la COVID-19?*

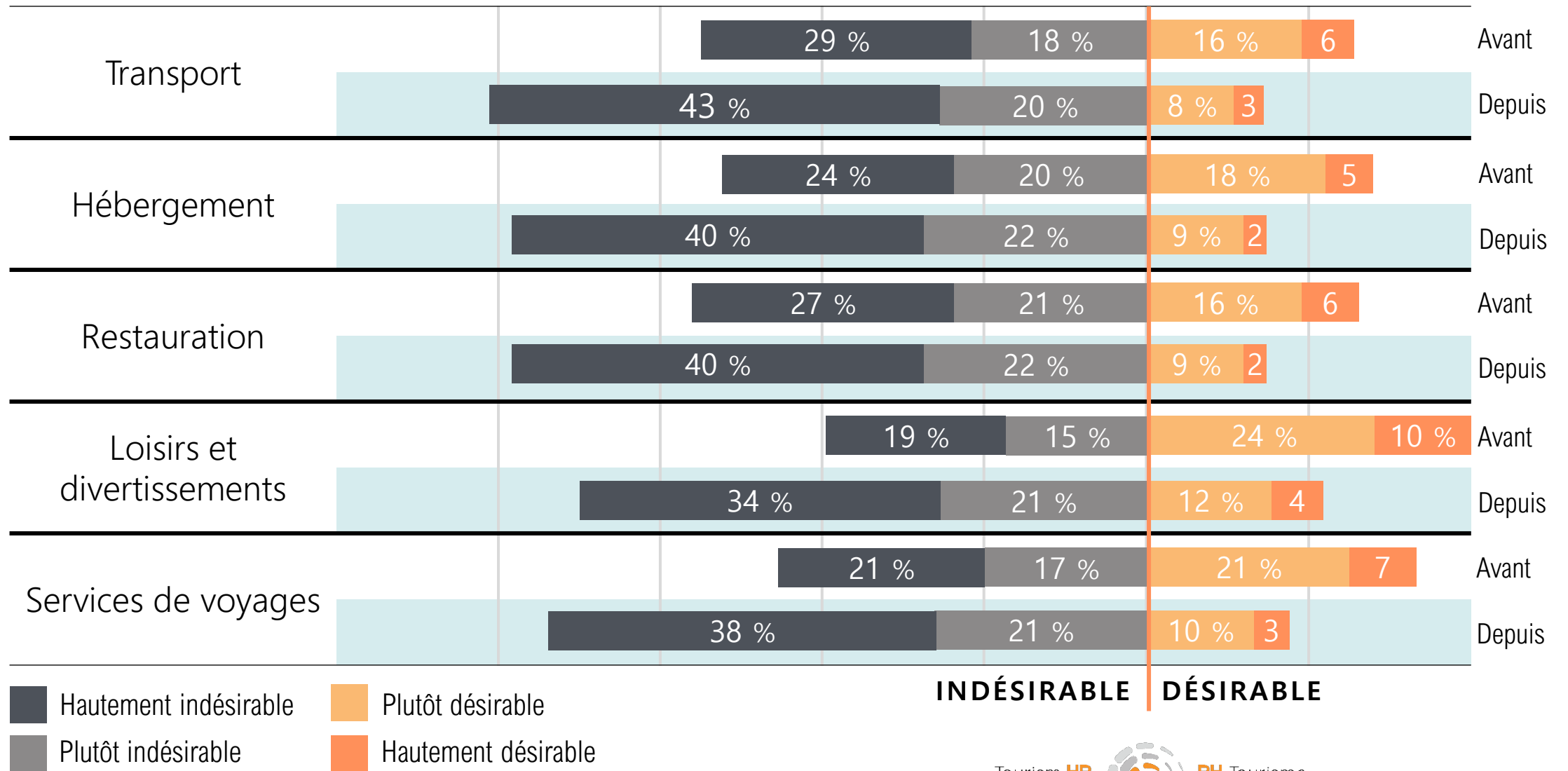


# Impact de la COVID-19 sur le travail dans le tourisme

Dans quelle mesure la COVID-19 a-t-elle eu un impact sur chacun des points suivants :



# Désirabilité des carrières dans le tourisme



RELANCER LA MAIN-D'ŒUVRE DU TOURISME

# Stratégies prioritaires

pour relancer la main-d'œuvre du tourisme au Canada



Offre



Compétence



Sentiment



Stratégie

Tourism **HR**  
Canada



**RH** Tourisme  
Canada

## Stratégies prioritaires

Il est essentiel de donner la priorité  
au redéploiement et au réemploi  
pour relancer l'économie du  
tourisme

(aussi lié à l'inclusion sociale et à la stabilité politique)



Offre



# Stratégies prioritaires

Des politiques et des programmes qui sauront faire la différence



Offre

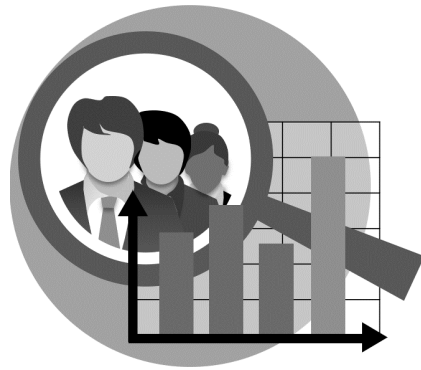
1. Renforcer les stratégies de rétention des travailleurs
2. Mettre en œuvre un programme de rappel des travailleurs
3. Mettre en œuvre un modèle de subvention salariale pour les travailleurs saisonniers
4. Mettre en œuvre un programme de parcours d'immigration dédié au tourisme
5. Donner la priorité au secteur du tourisme pour l'utilisation du programme de placement des étudiants
6. Offrir des incitatifs pour encourager la mobilité des apprenants et des travailleurs

## PRÉOCCUPATION POUR LES TRAVAILLEURS VULNÉRABLES

Les implications économiques et sociales d'une relance inégale et lente auront un impact disproportionné sur le tourisme  
(avec un sous-emploi plus persistant des travailleurs vulnérables)

1

## Renforcer les stratégies de rétention des travailleurs



Offre

**Quelques  
détails**



**Prolonger le programme de prestation canadienne d'urgence jusqu'à la fin de 2021**, et potentiellement pendant plusieurs mois en 2022, une fois que le secteur pourra compter sur les arrivées internationales et que la menace d'insolvabilité pour de nombreuses petites et moyennes entreprises sera réduite.

**Aider les entreprises à adopter de nouvelles pratiques en matière d'emploi et de RH** en proposant des séances d'information et d'éducation virtuelles, ainsi que des outils pour les aider à résoudre les problèmes de dotation, notamment des moyens de recalibrer la structure du personnel, l'élaboration de plans pour aider les employés à réintégrer le marché du travail ou à trouver un nouvel emploi, et des pratiques exemplaires pour aider les employés à gérer des situations difficiles, p. ex. pour faire face aux besoins en matière de santé mentale.

De nouveaux revenus de chômage et des programmes de soutien à la transition des travailleurs sont essentiels à la relance de la main-d'œuvre dans le secteur du tourisme.

Des investissements soutenus dans le capital humain sont nécessaires... des investissements qui s'étendent sur toute la durée de la pandémie et sur les mois qui suivent. Les gouvernements et les entreprises ont un rôle à jouer.

2

## Mettre en œuvre un programme de rappel des travailleurs

Une action urgente est nécessaire pour garder les travailleurs fidèles à leur emploi. La priorité doit être donnée à un déploiement rapide et à l'amélioration des compétences des travailleurs congédiés. Cela est particulièrement vrai pour les populations vulnérables, car cela permettra d'améliorer des liens durables avec le marché du travail et de pourvoir des milliers d'emplois dans le secteur du tourisme.



Offre

## Quelques détails



### Explorer un modèle de redéploiement (rappel au travail) des travailleurs congédiés, par exemple :

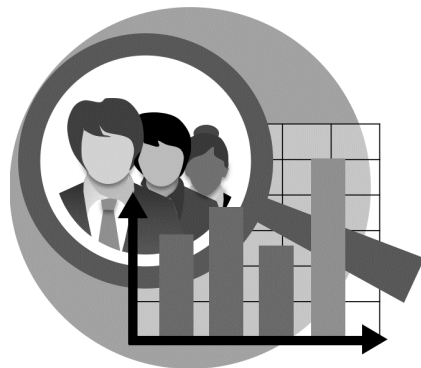
- Permettre aux travailleurs de conserver leurs prestations d'assurance-emploi et de bénéficier d'une incitation au retour au travail payée par l'employeur (p. ex., égale à 10 % du salaire).
- Lier l'admissibilité des travailleurs et des employeurs à la formation, en particulier pour aider à la relance des entreprises et des communautés (p. ex., le développement de produits, le développement de marchés).
- Veiller à ce que l'apprentissage débouche sur une reconnaissance professionnelle afin de permettre aux travailleurs d'avoir plus de possibilités d'emploi.

3

### Mettre en œuvre un modèle de subvention salariale pour les travailleurs saisonniers

De nombreux événements annuels, concerts, salons, foires, expositions et autres expériences touristiques saisonnières ne sont pas admissibles aux prestations d'aide existantes, alors qu'ils sont essentiels à la revitalisation du secteur.

- **Introduire un nouveau programme de subvention salariale destiné aux exploitants saisonniers qui dépendent de travailleurs occasionnels ou temporaires pour de courtes périodes.**



Offre

**Quelques  
détails**



Le tourisme continuera à dépendre fortement de l'immigration pour pourvoir les emplois : les conditions sur le marché du travail se sont accélérées et intensifiées, où la demande de travailleurs de tous les niveaux de qualification dépasse largement l'offre.

La capacité du secteur à se relever exige un engagement en faveur du plein emploi. Des politiques et des programmes sont nécessaires pour permettre à l'industrie de se remettre de pertes importantes et d'une image ternie.

4

Mettre en œuvre un programme de parcours d'immigration dédié au tourisme

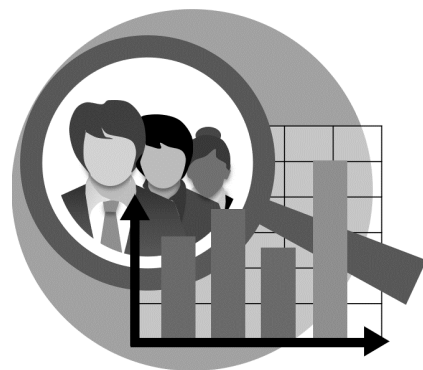
### **Mettre en œuvre un programme de parcours d'immigration dédié au tourisme**

RH Tourisme Canada a soumis une proposition à Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada afin de prolonger et d'étendre l'initiative Destination Emploi, qui vise à mettre en relation les nouveaux arrivants au Canada avec les emplois dans le secteur du tourisme.

Si la proposition est acceptée, ce projet permettra au secteur de renforcer un modèle d'immigration qui continuera à fournir des emplois significatifs et durables.

**Ajuster les politiques d'immigration** pour aider le secteur à faire face aux pénuries de main-d'œuvre, par exemple :

- Augmenter les quotas d'immigration de travailleurs proportionnellement à la demande d'emploi dans le secteur, c.-à-d. en fonction des emplois.
- Adapter la politique pour les permis de travail fermés. La plupart des ressortissants étrangers admis au titre des niveaux de compétences C et D de la CNP pour des emplois dans le secteur sont limités à un seul employeur pour un travail à temps plein, toute l'année. Permettre à ces travailleurs de travailler pour plus d'un employeur serait avantageux pour le travailleur et permettrait aux employeurs du tourisme saisonnier d'avoir accès à la main-d'œuvre.
- Permettre aux établissements professionnels privés qui figurent sur la liste des établissements d'enseignement désignés par le gouvernement du Canada de rédiger des lettres de fin d'études afin de permettre aux diplômés de ces programmes de demander le droit de travailler au Canada.



Offre

**Quelques  
détails**



## 5 Donner la priorité au secteur du tourisme pour l'utilisation du programme de placement des étudiants



Offre

### Quelques détails



Le tourisme a misé sur les jeunes pour occuper de nombreux emplois saisonniers. Contrairement à d'autres années, l'offre de diplômés de l'enseignement supérieur ou universitaire sera nettement inférieure et la concurrence pour leurs talents nettement supérieure.

RH Tourisme Canada a soumis une proposition à Emploi et Développement social Canada pour un programme de placement d'étudiants. Le projet est nommé : *Propel: Launching Future Careers in the Visitor Economy*.

Le projet vise à : [1] créer des possibilités de travail, [2] encourager les partenariats entre les entreprises et l'enseignement, [3] mener des recherches comparatives sur les programmes et les besoins existants, et [4] explorer l'utilisation du programme pour la création de nouvelles entreprises.

S'il est accepté, le projet commencera à temps pour pourvoir les postes pendant la saison estivale.

## 6 Offrir des incitatifs pour encourager la mobilité des apprenants et des travailleurs



Offre

### Quelques détails



La vaste portée et l'ampleur de la main-d'œuvre du tourisme contribuent à plusieurs défis associés au marché du travail. L'un des plus importants : les travailleurs au chômage dans les régions en déclin ou celles qui sont plus lentes à se relever seront loin des marchés où des emplois seront disponibles.

Cela renvoie au paradoxe classique : « il y a des gens en manque d'emploi et pourtant, il y a aussi des emplois en manque de gens » (c.-à-d. des postes vacants qui sont difficiles à pourvoir). Ce schéma inégal persistera pendant des années, jusqu'à ce que l'économie globale s'améliore.

Explorer un modèle pour aider les chercheurs d'emploi et les étudiants à se relocaliser dans des régions où leurs compétences sont recherchées.

- Envisager des aides qui couvrent les coûts de relocalisation.
- Inclure des aides au développement des infrastructures, comme le logement et les transports.

Le redéploiement et le réemploi des travailleurs nécessitent une approche (systémique) plus réactive et plus souple, rendue encore plus indispensable par l'aspect saisonnier de l'emploi dans le secteur.



## Stratégies prioritaires

Formation, réorientation,  
perfectionnement...

D'une façon ou d'une autre, de nouvelles  
compétences sont nécessaires pour assurer  
la pérennité du secteur du tourisme  
(c.-à-d. pour qu'il soit concurrentiel à l'échelle mondiale, résilient)



Compétences

## Stratégies prioritaires

Des politiques et des programmes qui sauront faire une différence



### Compétences

1. Étendre la formation en ligne gratuite, en mettant l'accent sur les outils destinés aux propriétaires/exploitants d'entreprises pour répondre aux besoins de transformation des entreprises.
2. Mettre davantage l'accent sur le nouveau moteur de gestion de la main-d'œuvre et sur l'urgence de sa mise en œuvre.
3. Mettre en œuvre des financements et des programmes pour soutenir la transition des compétences et des emplois pour les groupes de travailleurs sous-représentés, tels que les jeunes autochtones et les nouveaux Canadiens.



1

**Étendre la formation en ligne** gratuite, en mettant l'accent sur les outils destinés aux propriétaires/exploitants d'entreprises pour répondre aux besoins de transformation des entreprises

Continuer à financer le développement de produits de formation additionnels et de la plateforme technologique pour offrir gratuitement les programmes aux travailleurs et aux employeurs du secteur du tourisme.

- S'appuyer sur les investissements déjà réalisés par le gouvernement du Canada dans les programmes Emerit, la nouvelle collection Prêt pour le marché, la Trousse d'outils de relance des activités touristiques et la Collection Entrepreneurs avertis, tous basés sur une consultation approfondie du marché

Les avantages économiques, sociaux et politiques ne sont possibles que si le talent adéquat est disponible. De nombreux travailleurs et chercheurs d'emploi auront besoin de *nouvelles* compétences pour répondre à la demande.

Il ne s'agit pas de vouloir ou de devoir être réembauché; les lieux de travail ont été réoutillés ou transformés d'une façon ou d'une autre, et avec cela, vient un besoin de nouvelles compétences et d'adaptation aux différents contextes de travail et de travailleurs. Certains travailleurs reviendront, mais la plupart seront confrontés à de nombreuses années de défis. La formation aux compétences est un accélérateur pour aider les gens à s'adapter à ces défis.



Compétences

Quelques  
détails



2

## Mettre davantage l'accent sur le nouveau moteur de gestion de la main-d'œuvre et sur l'urgence de sa mise en œuvre

Emploi et Développement social Canada (EDSC) a financé RH Tourisme Canada pour son cadre de compétences futures, un modèle complet et dynamique visant à informer les besoins permanents en matière de main-d'œuvre, au service des chercheurs d'emploi, des employeurs, des décideurs politiques, des éducateurs, des praticiens du développement de carrière, et plus encore. La première phase de ce projet se termine en mars 2021.

RH Tourisme Canada se prépare à soumettre une proposition à EDSC pour la prochaine phase de cet important travail (le « moteur de gestion de la main-d'œuvre »). Cette proposition est axée sur la mise en œuvre du modèle à un moment critique, où les questions de main-d'œuvre sont particulièrement instables. Si la proposition est acceptée, le modèle commencera à servir l'industrie à la fin de 2021.

L'accent en matière de perfectionnement et de réorientation doit être mis sur les compétences transférables et sur les compétences très recherchées, en particulier celles dont le secteur a besoin pour se relever. En donnant aux travailleurs les moyens d'assumer différents rôles, les entreprises en tireront des avantages économiques et seront plus résilientes.

Un bon exemple est l'accélération de la demande de compétences numériques, les entreprises augmentant leurs investissements dans l'automatisation tout en améliorant leurs liens avec les consommateurs et en apprenant à gérer différemment leur main-d'œuvre.



Compétences

Quelques  
détails



3

## Mettre en œuvre des financements et des programmes pour soutenir la transition des compétences et des emplois pour les groupes de travailleurs sous-représentés, tels que les jeunes autochtones et les nouveaux Canadiens



### Compétences

### Quelques détails



RH Tourisme Canada recherchera des possibilités de financement et de partenariat pour renforcer le programme Emplois clés en main, l'un des programmes de transition les plus réussis du Canada, qui a aidé des milliers de personnes à s'établir solidement dans la population active.

Le tourisme offre de grandes possibilités pour les « premiers emplois » et pour ceux qui intègrent la population active canadienne. Avant la pandémie, le secteur employait 560 000 jeunes, 470 000 nouveaux immigrants et des milliers d'autres personnes qui ont acquis des « compétences pour la vie » et l'expérience professionnelle canadienne nécessaire.

Le secteur du tourisme au Canada est très diversifié. Par rapport à l'économie globale, le tourisme emploie une proportion plus élevée de groupes sous-représentés dans des emplois stables et de longue durée. Néanmoins, il est nécessaire d'accroître l'hétérogénéité, en mettant particulièrement l'accent sur les peuples autochtones et les immigrants.

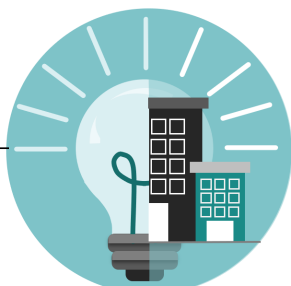
## UNE RÉPONSE RAPIDE D'APPRENTISSAGE JUSTE À TEMPS

L'industrie du tourisme comptera largement sur l'apprentissage virtuel accessible qui permet aux chercheurs d'emploi et aux travailleurs d'obtenir des micro-certificats et des produits d'apprentissage sur mesure (c.-à-d. un apprentissage juste à temps, rentable et répondant aux demandes du marché et des employeurs)

# Relancer la main-d'œuvre du tourisme

## Nouveau tourisme = Nouvelles **compétences**

UN EXEMPLE :  
expériences virtuelles et  
de réalité virtuelle telles  
que conférences, visites



INNOVATION  
COMMERCIALE



NOUVELLES  
TECHNOLOGIES ET  
ADOPTION NUMÉRIQUE



GESTION  
FINANCIÈRE



ENGAGEMENT  
COMMUNAUTAIRE

UN EXEMPLE :  
Plans d'action  
communautaires  
pour le marché du  
travail

UN EXEMPLE :  
Gestion des risques  
pour surmonter les  
perturbations futures,  
telles que les impacts  
liés au climat



RÉSILIENCE DES  
ENTREPRISES



GESTION DU  
CAPITAL HUMAIN



PRATIQUES  
ENVIRONNEMENTALES/  
DURABLES



COMPÉTENCE  
SOCIALE/  
CULTURELLE

Ce ne sont que  
quelques exemples  
qui illustrent **une  
complexité  
accrue et l'accent  
sur la résilience,  
la sécurité et la  
santé**



## DES COMPÉTENCES POUR REBÂTIR LA CAPACITÉ

Et ce n'est pas seulement une question de nouvelles compétences requises; l'attrition des compétences et la demande de croissance des produits signifient aussi que la formation en compétences « traditionnelles » augmente également

(en particulier pour les expériences de tourisme rural, les loisirs et aventures de plein air et le tourisme autochtone)

**Les expériences  
touristiques  
autochtones  
correspondent  
parfaitement aux  
besoins des  
consommateurs  
découlant de la COVID-  
19**

Tourism **HR**  
Canada



**RH** Tourisme  
Canada



## Stratégies prioritaires



Sentiment

L'information en temps réel sur le marché du travail et la capacité de résumer, d'analyser et d'orienter les décisions politiques sont primordiales à ce stade

(les tendances passées ne sont pas un bon indicateur des besoins futurs)

## Stratégies prioritaires

Des politiques et des programmes qui sauront faire une différence



Sentiment

1. Donner la priorité à la recherche continue en matière d'IMT pour le secteur du tourisme
2. Mettre en place un programme d'accréditation approuvé par le gouvernement et le secteur pour promouvoir la nouvelle « norme de garantie de sûreté, de sécurité et de service » du Canada afin d'améliorer l'avantage concurrentiel du Canada et de rétablir la confiance des consommateurs
3. Lancer une campagne de promotion de l'emploi, en s'appuyant sur le modèle *Explorez le tourisme*.

1

## Donner la priorité à la recherche continue en matière d'IMT pour le secteur du tourisme

Depuis 1994, RH Tourisme Canada est responsable de l'un des systèmes fondamentaux de prévision du marché du travail au Canada. Financée par Emploi et Développement social Canada (EDSC), cette recherche fournit les renseignements les plus fiables, les plus complets et les plus opportuns sur le marché du travail. Cette recherche a été largement utilisée par les gouvernements, les associations, les universitaires et les entreprises, avec une demande accrue pour de nouvelles recherches régionales/locales et thématiques, notamment en raison de l'impact de la COVID-19.

RH Tourisme Canada se prépare à soumettre une nouvelle proposition à EDSC afin d'obtenir un soutien continu pour maintenir ce système fondamental essentiel du marché du travail. Si le tourisme est considéré comme une priorité de financement et si la proposition est acceptée, RH Tourisme Canada espère que les travaux reprendront d'ici juillet 2021 avec un minimum de perturbation de la recherche longitudinale.

Historiquement, les « projections de compétences » ou « prévisions d'emploi » étaient basées sur des données de tendances recueillies par diverses sources, telles que Statistique Canada et par des enquêtes mensuelles. La COVID-19 a perturbé la confiance accordée à ces données. Par exemple, les données de 2019 ne constituent plus un bon point de référence pour aller de l'avant, et celles de 2020 sont anormales par rapport à toute tendance passée. Il est plus important que jamais de disposer de nouvelles informations et de mettre l'accent sur des données fiables et à jour.



Sentiment

Quelques  
détails



2

## Mettre en place un programme d'accréditation approuvé par le gouvernement et le secteur pour promouvoir la nouvelle « norme de garantie de sûreté, de sécurité et de service » du Canada afin d'améliorer l'avantage concurrentiel du Canada et de rétablir la confiance des consommateurs

Les programmes d'accréditation ont de nombreux objectifs, mais le principal est de renforcer la confiance des consommateurs. Le système d'accréditation est basé sur des normes de pratique convenues et régies par un consortium travaillant au nom de l'industrie. Le programme fournit des conseils et un soutien pour aider les entreprises à respecter et à maintenir les normes, et il évolue au fur et à mesure que les conditions du marché changent.

Le tourisme s'appuiera sur une accréditation reconnue pour l'ensemble du secteur du tourisme, une accréditation facile à comprendre pour le consommateur et qui favorise les pratiques qui permettront au Canada d'acquérir un avantage concurrentiel.



Sentiment

Quelques  
détails



Essayer de déterminer ce qui pourrait revenir à la « normale » est étroitement lié au sentiment et aux comportements des consommateurs, ainsi qu'à l'évolution des attitudes et des priorités en matière de mode de vie. Les marchés des touristes/consommateurs ont beaucoup changé, tout comme les chercheurs d'emploi et les travailleurs ont également changé.

L'opinion publique / sociale est très importante. Les impressions à l'égard du secteur ont pris un grand coup, que ce soit du point de vue de la communauté, des consommateurs ou des travailleurs, avec certaines des plus basses évaluations que nous ayons jamais suivies.

Le sentiment est basé à la fois sur les perceptions et les réalités. Deux domaines devraient être particulièrement préoccupants :

1

2

L'opinion selon laquelle le secteur doit améliorer les conditions de travail

en offrant une plus grande flexibilité, des salaires plus élevés et des investissements soutenus dans le développement professionnel.

Le sentiment public croissant à l'égard des nouveaux immigrants et des travailleurs étrangers temporaires.

Les opinions sont très diversifiées, allant des préoccupations concernant les emplois enlevés aux Canadiens à celles concernant le fait que ces populations vulnérables ne sont pas bien traitées par les employeurs.

3

## Lancer une campagne de promotion de l'emploi, en s'appuyant sur le modèle *Explorez le tourisme*



Sentiment

Quelques  
détails



En 2014, RH Tourisme Canada a lancé un outil en ligne complet pour attirer et retenir les touristes, appelé *Explorez le tourisme*. Au cours de la dernière décennie, le travail et les lieux de travail ont subi des changements massifs, peut-être plus que jamais en raison de la pandémie. Il est temps de revoir la plateforme « Explorez le tourisme » et de redoubler d'efforts pour attirer et retenir les travailleurs.

RH Tourisme Canada espère identifier des sources de financement qui serviront à réorganiser le programme et à introduire de nouveaux outils liés aux compétences et aux emplois les plus demandés. *Explorez le tourisme* s'adresse aux étudiants, aux chercheurs d'emploi, aux employeurs et aux éducateurs. Cet outil a été essentiel pour aider les jeunes à planifier leurs études et leur carrière et pour aider les nouveaux Canadiens à s'intégrer plus rapidement au marché du travail.

D'autres stratégies devraient accompagner ces efforts. Le tourisme est une destination pour l'emploi (et pas seulement pour les touristes). Les efforts déployés par Destination Canada et les organisations régionales de marketing de destinations pourraient contribuer à mettre en valeur l'expérience touristique en dressant le profil des travailleurs du secteur dans le cadre de leurs campagnes de marketing. Les vignettes vidéo ont été particulièrement efficaces pour transmettre des messages sur l'hospitalité typiquement canadienne et renforcer les messages aux chercheurs d'emploi sur la valeur du travail dans le secteur.

## Stratégies prioritaires



### Stratégie

La future main-d'œuvre du tourisme  
repose sur des modèles  
communautaires

(cela va au-delà des entreprises et doit faire appel à une collaboration entre les employeurs, les gouvernements, les travailleurs, les prestataires de services éducatifs et divers services de soutien)

# L'engagement communautaire est synonyme de planification du marché du travail





# Stratégies prioritaires

Des politiques et des programmes qui sauront faire une différence



Stratégie

1. Élaborer une stratégie pancanadienne en matière de main-d'œuvre dans le secteur du tourisme en renforçant la coordination et en développant des produits pour améliorer la cohérence
2. Créer un *Groupe de travail national de relance de la main-d'œuvre*

1

## 1. **Élaborer une stratégie pancanadienne en matière de main-d'œuvre dans le secteur du tourisme** en renforçant la coordination et en développant des produits pour améliorer la cohérence



### Stratégie

### Quelques détails



Nous devons adopter une vision à la fois à court et à long terme pour mettre en œuvre des initiatives pluriannuelles fondées sur de bonnes politiques et un engagement politique. La stratégie doit être menée par un organe directeur approprié qui rend compte à tous les intervenants (p. ex., les entreprises, les syndicats, les gouvernements).

De nombreux pays appliquent une stratégie globale en matière de main-d'œuvre touristique qui complémente leurs efforts de marketing touristique. Après tout, le tourisme, c'est avant tout des expériences authentiques, sur mesure, convaincantes et de qualité, proposées par des professionnels qualifiés. Autrement dit, ce qui compte, ce sont les gens!

La stratégie doit se concentrer sur les questions de main-d'œuvre liées aux compétences, à l'offre et à la mobilité; autant de questions qui transcendent les frontières et qui ont un impact sur la capacité de l'industrie à prospérer.

Des ressources sont nécessaires pour élaborer une stratégie globale qui coïncide avec les efforts de relance du tourisme, avec la capacité de s'ajuster et de s'adapter à l'évolution des circonstances. Une approche pancanadienne garantirait la cohérence et réduirait les risques de chevauchement ou de conflit entre les efforts.

## 2 Créer un Groupe de travail national de relance de la main-d'œuvre



Stratégie

**Quelques  
détails**

Un groupe national de reconstitution de la main-d'œuvre, ou une coalition d'intervenants, permettrait de renforcer, et éventuellement d'accélérer, les efforts visant à relever les défis de la reconstitution de la main-d'œuvre après la pandémie.

Le groupe d'experts pourrait servir de groupe de référence clé pour les gouvernements et d'autres groupes. Il pourrait être chargé de fournir des conseils et des idées sur des questions complexes liées à la main-d'œuvre, en envisageant les répercussions sociales, économiques et politiques.



RELANCER LA MAIN-D'ŒUVRE DU TOURISME

# Stratégies prioritaires : résumé



OFFRE

1

1 Renforcer les stratégies de rétention des travailleurs

2 Mettre en œuvre un programme de rappel des travailleurs

3 Mettre en œuvre un modèle de subvention salariale pour les travailleurs saisonniers

4 Mettre en œuvre un programme de parcours d'immigration dédié au tourisme

5 Donner la priorité au secteur du tourisme pour l'utilisation du programme de placement des étudiants

6 Offrir des incitatifs pour encourager la mobilité des apprenants et des travailleurs

STATUT

Pour discussion

Pour discussion

Pour discussion

Pour discussion




Proposition soumise :  
EDSC

Pour discussion

*Suite*



## Stratégies prioritaires : résumé (suite)

		STATUT
 <p><b>COMPÉTENCES</b></p>	<p><b>2</b> 1 Étendre la formation en ligne, gratuitement</p>	En recherche de financement
	<p>2 Mettre davantage l'accent sur le nouveau moteur de gestion de la main-d'œuvre</p>	Proposition en attente : EDSC
	<p>3 programmes pour soutenir la transition des compétences et des emplois pour les populations cibles</p>	En recherche de financement
 <p><b>SENTIMENT</b></p>	<p><b>3</b> 1 Donner la priorité à la recherche continue en matière d'IMT pour le secteur du tourisme</p>	Proposition en attente : EDSC
	<p>2 Mettre en place un programme d'accréditation pour une « norme de de pratique garantie »</p>	Proposition rejetée : CCF; en recherche de financement
	<p>3 Lancer une campagne de promotion de l'emploi, en s'appuyant sur le modèle Explorez le tourisme</p>	En recherche de financement
 <p><b>STRATÉGIE</b></p>	<p><b>4</b> 1 Élaborer une stratégie pancanadienne en matière de main-d'œuvre</p>	En recherche de financement
	<p>2 Créer un Groupe de travail national de relance de la main-d'œuvre</p>	En recherche de financement

## L'IMPACT ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET POLITIQUE DE LA POPULATION ACTIVE

Une grave pénurie de main-d'œuvre qualifiée freine la croissance et la relance et contribue à l'augmentation des coûts d'exploitation et à la réduction des bénéfices. Sans travailleurs, les entreprises renoncent à des investissements, perdent leur capacité à être concurrentiels, épuisent leur personnel et, en fin de compte, provoquent la colère et le rejet des clients. (Ce n'est pas l'image que nous voulons pour le tourisme canadien)

# Merci

## CONSEIL D'ADMINISTRATION DE RH TOURISME CANADA



**Jim  
Bence**

HSK



**Beth  
Potter**

AITC



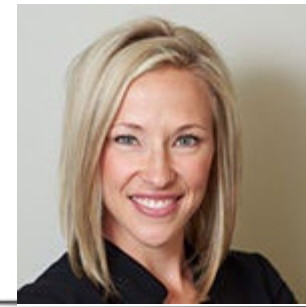
**Tracey  
Kalimeris**

ACCOR



**Keith  
Henry**

ATAC



**Susie  
Grynol**

AHC



**Juanita  
Ford**

HNL



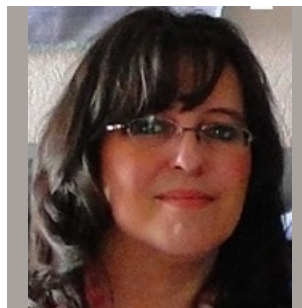
**Shannon  
Fontaine**

MTEC



**Darlene  
Grant Fiander**

TIANS



**Darlene  
Doerksen**

YTEC



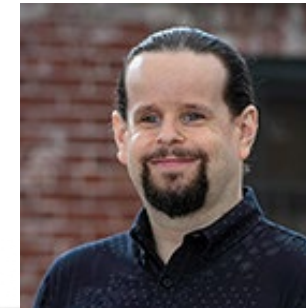
**Krista  
Bax**

go2HR



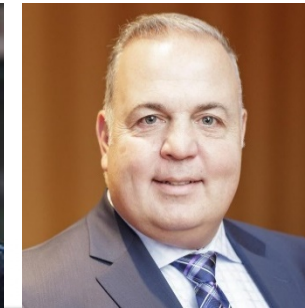
**Frédéric  
Dimanche**

TRSHTM, RYERSON



**Joe  
Baker**

OTEC



**Vince  
Accardi**

AITC



**Philip  
Mondor**

RH Tourisme  
Canada



RH Tourisme Canada est un organisme pancanadien dont le mandat est de bâtir une main-d'œuvre touristique de calibre mondial. RH Tourisme Canada facilite, coordonne et appuie les activités de développement des ressources humaines qui soutiennent une industrie concurrentielle et durable à l'échelle mondiale et favorisent le développement d'une main-d'œuvre dynamique et résiliente.

RH Tourisme Canada est votre source pour les enjeux et les solutions actuelles en matière de ressources humaines. Son équipe travaille avec l'industrie pour attirer, former et retenir des professionnels du tourisme de valeur en leur donnant les outils et les ressources dont ils ont besoin pour réussir dans leur carrière et leurs projets d'entreprise.

RH Tourisme Canada  
4-71, rue Bank · Ottawa (Ontario) K1P 5N2  
[TourismHR.ca](http://TourismHR.ca)  
[Info@TourismHR.ca](mailto:Info@TourismHR.ca)

