

## From the Desk of the President

January 2012

Dear Valued Member/ Cher membre,  
Last year was a good one. Let's ramp it up! / L'année dernière a été bonne.

The Hotel Association of Canada's primary role is to serve as an advocate for the interests of hotels and tourism in Canada. In this regard we have a strong government relations strategy designed to bring a focus on those issues that affect us all.

On March 26, 2011 when the federal election was called the HAC asked all members to reach out to their candidates for support of the travel and tourism industry. Following the election hoteliers had 163 meetings with MPs and Ministers.

***Congratulations, our message has been well received.***

In July 2011, the Government of Canada announced a new ten year multiple entry visa for international travelers wishing to visit Canada. This initiative improves the visa process for both visitors and the government.

In August 2011, Prime Minister Harper announced a new and expanded Open Skies Agreement with Brazil. Brazil is currently the 7th largest global economy and will soon to be the 5th. The Prime Minister also announced the expanded use of VISA application centers in Brasilia, Sao Paulo and Rio de Janeiro. Later in August the Government of Canada announced border clearance services for a second Amtrak train service between Seattle and Vancouver. On October 5, 2011, the Hotel Association of Canada welcomed and applauded the announcement of the Federal Tourism Strategy by Minister of State for Small Business and Tourism Maxime Bernier. We commended the Government on their initiatives including:

- holding all government departments accountable including Industry Canada;
- a Government Report Card on a yearly basis;
- four established priority areas of awareness of Canada;
- access to Canada;
- product development and availability of labour;
- and a confirmed national tourism budget target of \$100 billion by 2015.

But let me remind you that the Federal Tourism Strategy is not a solution but an approach. It is a roadmap; a roadmap that is guiding the HAC's government relations agenda.

On October 18, I was invited to appear before the House of Commons Standing Committee on Finance as an expert witness regarding the 2012 Federal Budget. At this meeting I underscored two themes, the need to bring more people to Canada and the need to ensure we have sufficient people working in our hotels once these visitors arrive.

At the hearing I stated that while the global tourism pie is getting bigger, Canada's share is shrinking. According to the FutureBrand Index, the Canada Brand is #1; however we are 15th in foreign arrivals. What does this mean? Strong brand interest is not converting into arrivals. In



2000, Canada was the 7th most popular destination in the world with a travel deficit of just over \$1 billion. However, between 2002 and 2009, almost all other countries posted international tourist arrival gains except Canada. Restoring Canada back in the top 10 in foreign arrivals would bring 5.7 million more visitors, \$5.2 billion in revenue, 46,900 more jobs and would generate \$1.5 billion in new taxes. Canada must again be ranked among the top 10 destinations in the world.

According to the HAC Canadian Travel Intentions Survey last year, 21% of Canadian leisure travelers drove to the United States to use less expensive plane tickets purchased for travels within the U.S. or internationally. This "leakage" amounts to millions of Canadian travelers who found the price of Canadian plane tickets more expensive than the total cost of driving to the U.S. and flying from airports like Buffalo, Detroit, Plattsburgh, Bellingham, Bangor, Seattle, Syracuse or Grand Forks.

This trend is the result of a mounting burden of taxes and fees imposed on the aviation sector that discourages competition and drives up the price of air tickets both to and within Canada. Airport ground rents, the Air Travelers Security Charge, airport improvement fees, NAV CAN charges, payments to municipalities and aviation fuel taxes have taken us down to 125th in the world for the competitiveness of our aviation cost structure, based on World Economic Forum rankings.

Canada is a "fly-to" destination and price competitiveness is vital to attracting visitors. The cost of flying to Canada must be comparable to, or less than, other competing destinations. If millions of Canadians are willing to endure the time and trouble of crossing to the United States to fly; potential visitors from overseas will avoid Canada altogether.

The travel and tourism sector needs a fair tax and regulatory regime that allows it to compete on a level playing field with the rest of the world. The HAC recommends that the federal government undertake a comprehensive review of the aviation cost structure in Canada. This was our message to Ottawa when I was invited to be a speaker at Aviation Day on October 25.

Canada requires an effective Visa system to facilitate key emerging markets including Brazil, Russia, India, China and Mexico. It will also assist with the availability of people to work in the lodging industry under the federal Temporary Foreign Workers Program. The HAC recommends the adoption of the Australian model of securing Visas electronically.

The Canadian Tourism Commission (CTC) is responsible for marketing Canada internationally. They compete for an international tourism market worth \$3 billion a day, globally. Core funding for the CTC has dropped year over year for most of the last decade and now rests at \$72 million for 2011/12. This is 27 per cent less than they received in 2001 or 40 per cent in real dollars. By comparison, the United States' new marketing organization will operate with an estimated budget of \$200 million. Many other countries are also making large investments in their national tourism marketing organizations, leaving Canada 20th in the world for national tourism organization funding. Now is the time for the federal government to step up and provide the Canadian Tourism Commission with long term sustained financing.

The year 2011 was coming to a close when Prime Minister Harper and President Obama announced the Action Plan on Perimeter Security and Economic Competitiveness. This action plan provides new and tangible initiatives to provide greater alignment and cooperation on border and customs procedures. NEXUS has been expanded and full pre-clearance of passenger rail and cruise ship travelers in Vancouver is in place. The five year Border Infrastructure Investment Plan is rolled out which expands both physical and technological infrastructure to facilitate border crossings for travelers.

The Hotel Association of Canada considers 2011 to be a year of success; and one to grow on. The HAC's efforts on your behalf to ensure that your business can grow and prosper continue unabated.

---

Le rôle principal de l'association des hôtels du Canada est de servir en tant que défenseur les intérêts de l'hôtellerie et du tourisme au Canada. À cet égard, nous avons une stratégie de relations gouvernementales forte conçue pour apporter un accent sur les questions qui nous touchent tous.

Le 26 mars 2011, quand l'élection fédérale a été déclenchée l'AHC a demandé à tous les membres d'atteindre leurs candidats pour le soutien de l'industrie du voyage et du tourisme. Suite à l'élection les hôteliers ont eu 163 réunions avec des députés et ministres.

***Félicitations, notre message a été bien reçu.***

En juillet 2011, le gouvernement du Canada a annoncé un nouveau visa à entrées multiples de dix ans pour les voyageurs internationaux souhaitant visiter le Canada. Cette initiative améliore le processus de visa pour les visiteurs et le gouvernement.

En août 2011, le Premier ministre Harper a annoncé un accord nouveau et amélioré Ciel ouvert avec le Brésil. Le Brésil est actuellement la 7<sup>ème</sup> plus grande économie mondiale et sera bientôt la 5<sup>ème</sup>. Le Premier ministre a également annoncé l'utilisation accrue des centres de demande de visa à Brasilia, Sao Paulo et Rio de Janeiro. Plus tard, en août, le gouvernement du Canada a annoncé des services de dédouanement pour un deuxième service de train Amtrak entre Seattle et Vancouver.

Le 5 octobre 2011, l'association des hôtels du Canada a accueilli et applaudi l'annonce de la stratégie fédérale en matière de tourisme par le ministre d'État à la Petite Entreprise et au Tourisme, Maxime Bernier. Nous avons félicité le gouvernement sur leurs initiatives, notamment:

- la tenue de tous les ministères responsables, y compris Industrie Canada;
- un rapport du gouvernement sur une base annuelle ;
- quatre domaines prioritaires établis sur la notoriété du Canada;
- l'accès au Canada;
- développement de produits et la disponibilité de main-d'œuvre ;
- et un objectif confirmé du budget national du tourisme de \$100 milliards en 2015.

Mais laissez-moi vous rappeler que la stratégie touristique fédérale n'est pas une solution, mais une démarche. Il s'agit d'une carte routière; une carte routière qui guide l'agenda des relations gouvernementales de l'AHC.

Le 18 octobre, j'ai été invité à comparaître devant le Comité permanent des finances de la Chambre des communes en tant que témoin expert au sujet du budget fédéral 2012. Lors de cette réunion j'ai souligné deux thèmes, la nécessité d'amener plus de gens au Canada et à la nécessité d'assurer que nous avons suffisamment de personnes qui travaillent dans nos hôtels une fois que ces visiteurs arrivent.

À l'audition, j'ai déclaré que tandis que le tourisme mondial devient plus grand, la part du Canada est en diminution. Selon l'Indice de FutureBrand, la marque Canada est #1 ; mais nous sommes

15èmes dans les arrivées étrangères. Qu'est-ce que cela signifie? L'intérêt de marque forte ne convertit pas en arrivées. En 2000, le Canada était la 7ème destination la plus populaire dans le monde avec un déficit de voyage d'un peu plus de \$1 milliard. Cependant, entre 2002 et 2009, presque tous autres pays ont affiché des gains d'arrivées de touristes internationaux, sauf le Canada. La restauration du Canada dans le top 10 dans le nombre d'arrivées étrangères apporterait plus de 5,7 millions de visiteurs, \$5,2 milliards en recettes, 46,900 emplois et générerait plus de \$1,5 milliards en nouvelles taxes. Le Canada doit de nouveau être classé parmi les 10 premières destinations dans le monde.

Selon l'enquête des intentions de voyage canadien de l'AHC l'an dernier, 21% des voyageurs de loisirs canadiens a conduit aux États-Unis pour utiliser les billets d'avion moins chers achetés pour des voyages à l'intérieur des États-Unis ou internationalement. Cette «fuite» s'élève à des millions de voyageurs canadiens qui ont trouvé le prix des billets d'avion canadien plus cher que tout le coût total de la conduite aux États-Unis et le vol en provenance des aéroports comme Buffalo, Détroit, Plattsburgh, Bellingham, Bangor, Seattle, Syracuse ou à Grand Forks.

Cette tendance est le résultat d'un fardeau croissant des taxes et redevances imposées sur le secteur de l'aviation qui décourage la concurrence et fait grimper le prix des billets d'avion à destination et à l'intérieur du Canada. Les rentes foncières aéroportuaires, la charge de sécurité des passagers du transport aérien, les frais d'améliorations aéroportuaires, les frais NAV CAN, les paiements aux municipalités et les taxes sur le carburant d'aviation nous ont menés jusqu'au 125ème dans le monde pour la compétitivité de notre structure de coûts d'aviation, basé sur le classement du Forum économique mondial.

Le Canada est un «fly-to» destination et la compétitivité des prix est essentielle pour attirer des visiteurs. Le coût des vols à destination du Canada doit être comparable à, ou inférieur à d'autres destinations concurrentes. Si des millions de Canadiens sont prêts à endurer le temps et l'ennui du croisement aux États-Unis pour voler; les visiteurs potentiels à l'étranger éviteront le Canada totalement.

Le secteur du voyage et du tourisme a besoin d'une fiscalité équitable et un régime réglementaire qui lui permet de concurrencer sur un pied d'égalité avec le reste du monde. L'AHC recommande que le gouvernement fédéral entreprenne un examen complet de la structure des coûts de l'aviation au Canada. C'était notre message à Ottawa lorsque j'ai été invité à être orateur lors de la journée de l'aviation le 25 octobre.

Le Canada a besoin d'un système de visas efficace pour faciliter les principaux marchés émergents dont le Brésil, la Russie, l'Inde, la Chine et le Mexique. Il aidera également à la disponibilité des gens pour travailler dans l'industrie de l'hébergement dans le programme fédéral de travailleurs étrangers temporaires. L'AHC recommande l'adoption du modèle australien de la sécurisation des visas par voie électronique.

La Commission canadienne du tourisme (CCT) est responsable de la commercialisation internationale du Canada. Ils sont en concurrence pour un marché international du tourisme en valeur de \$3 milliards par jour, au niveau mondial. Le financement de base de la CCT a chuté d'année en année pour la plupart de la dernière décennie et se repose maintenant à \$72 millions pour 2011/12. C'est 27 pour cent moins que ce qu'ils ont reçu en 2001 ou 40 pour cent en dollars réels. Par comparaison, une nouvelle organisation de marketing aux États-Unis fonctionnera avec un budget estimé à \$200 millions. Beaucoup d'autres pays font également des investissements importants dans leurs organisations nationales de marketing du tourisme, laissant le Canada 20ème dans le monde pour le financement de l'organisation nationale du tourisme. Il est maintenant temps pour le gouvernement fédéral à accélérer et à fournir à la Commission canadienne du tourisme le financement soutenu à long terme.

L'année 2011 touchait à sa fin lorsque le Premier ministre Harper et le Président Obama ont annoncé le Plan d'action sur la sécurité du périmètre et la compétitivité économique. Ce Plan d'action offre des initiatives nouvelles et tangibles pour fournir un meilleur alignement et la coopération sur la frontière et les procédures douanières. NEXUS a été élargi et le plein prédédouanement des passagers ferroviaires et les voyageurs de bateau de croisière à Vancouver est en place. Le plan d'investissement dans l'infrastructure frontalière de cinq ans est déployé qui augmente l'infrastructure physique et technologique afin de faciliter les passages frontaliers pour les voyageurs.

L'association des hôtels du Canada estime que 2011 sera une année de succès. Les efforts de l'AHC en votre nom afin d'assurer que vos affaires peuvent croître et prospérer poursuivent sans relâche.

On behalf of all of us at the HAC, I thank you for your support which is directly linked to our success. I wish you a healthy and prosperous new year.

Au nom de nous tous à l'AHC, je vous remercie de votre appui qui est directement lié à notre succès. Je vous souhaite santé et prospérité en cette nouvelle année.

Sincerely/Sincèrement,



Anthony P. Pollard  
President, HAC/Président, AHC  
[pollard@hotelassociation.ca](mailto:pollard@hotelassociation.ca)