

COVID et son impact sur l'industrie touristique des provinces atlantiques

Si vous faites visiter le Canada Atlantique, ce qui suit est une traduction d'un article paru dans un quotidien publié à Halifax. Édition et traduction par Luc de Bellefeuille le 17 mars 2021.

COMMENT NOUS AVONS TRAVAILLÉ : Après une année de mesures désespérées pour survivre au COVID-19, le secteur touristique du Canada atlantique est toujours confronté à l'incertitude

Andrew Robinson

Publié : 10 mars 2021 à 9 h 10, *The Chronicle Herald*, Halifax.



Il y aura moins d'encombrement par rapport aux années précédentes lorsque les voyageurs en bateau commenceront leur saison plus tard cette année. —O'BRIEN'S WHALE AND BIRD TOURS FACEBOOK PHOTO—.

Note de l'éditeur : il y a un an, nos univers ont changé. Les premiers cas de COVID-19 ont frappé le Canada atlantique et les gouvernements de l'Île-du-Prince-Édouard, de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve ont fermé des entreprises et mis en place des mesures de sécurité pour assurer la sécurité des personnes, ce qui a eu un effet d'entraînement sur nos moyens de subsistance et notre économie. Cette semaine, nous reviendrons sur la façon dont nous avons vécu, aimé, travaillé, joué et changé au cours de l'année écoulée, et quelles leçons nous avons apprises au fur et à mesure que nous avançons.

Un dollar.

C'est le revenu qu'a réalisé Atlantic Tours & Travel de Richard Arnold en 2020 pour chaque centaine qu'il a fait l'année précédente.

« Je ne sais pas pourquoi je ris, » dit-il peu de temps après avoir partagé cette information.
« Mais quand vous mettez les choses dans cette perspective, c'est incroyable. »

En février dernier, il est rentré de vacances, juste avant que la pandémie de COVID-19 ne prenne de l'ampleur.

La saison touristique a commencé tard et les visiteurs qui réservaient habituellement ses visites ne pouvaient pas venir en raison des restrictions de voyage.

« Notre marché amène le monde à voir les quatre provinces de l'Atlantique - amenant le reste du Canada ici, de l'Amérique, d'outre-mer et même des endroits comme l'Australie et la Nouvelle-Zélande », a expliqué Arnold, qui travaille pour l'entreprise depuis 34 de ses 53 années en affaires et en est devenu le propriétaire il y a 12 ans.

"Ce sont nos clients réguliers qui viennent ici chaque année."

Arnold n'était pas seul. Les opérateurs touristiques ont dû réduire leurs attentes et améliorer leur jeu. En raison de l'incertitude quant au déploiement des vaccins et aux restrictions de voyage en cours, ils devront faire de même en 2021.

Nouvelles idées, nouveaux partenariats



Joe O'Brien est l'un des propriétaires de O'Brien's Whale and Bird Tours à Bay Bulls, Terre-Neuve.

Les entreprises familiales de Joe O'Brien et de Mike Gatherall se font concurrence depuis des décennies à Bay Bulls, une communauté de la côte sud de Terre-Neuve qui se trouve à une courte distance en voiture de St. John's. O'Brien's Whale and Bird Tours et Gatherall's Puffin and Whale Watch s'adressent principalement aux touristes visitant Terre-Neuve-et-Labrador d'ailleurs.

La nouvelle normalité du Canada atlantique : une année de COVID-19

Lorsque ces touristes hors de l'île ne sont pas arrivés l'été dernier, les concurrents se sont mis ensemble, en utilisant un bateau fourni par O'Brien et en alternant les équipages chaque

semaine. Cela a réduit les dépenses et offert quelques heures de travail aux employés pour les rendre admissibles à l'assurance-emploi pendant la basse saison.

O'Brien appelle cela une victoire pure.

« Nous nous sommes tous inquiétés au début », a-t-il déclaré. « Je n'avais pas envie de céder mon bateau d'un million de dollars à un autre opérateur de la même baie. Si vous m'aviez dit il y a 35 ans que je donnerais à mon concurrent un atout durement combattu pour diriger l'entreprise et nous en serions les cohortes, je dirais : « Cela ne pourrait jamais arriver. » Mais ça a vraiment, vraiment très bien fonctionné. »

Gatherall et O'Brien pensent que c'est une leçon qu'ils devront appliquer à nouveau en 2021.

« Malheureusement, il y a eu un certain nombre de fermetures et d'entreprises qui ont déjà cessé leurs activités », a déclaré Gatherall.

Gatherall estime que les revenus en 2020 étaient inférieurs jusqu'à environ 11 % de ce que son entreprise réalise au cours d'une année typique, tout cela provenant des séjours et des touristes de la bulle atlantique.

"Ce n'est certainement pas suffisant pour gérer une telle entreprise", a déclaré Gatherall.

Mêmes défis

Gatherall a déjà un certain nombre de trajets réservés par des voyageurs, y compris certains basés à l'extérieur de Terre-Neuve-et-Labrador, mais « être inscrite au livre et être déposée à la banque sont deux choses différentes ».

De son côté, l'entreprise d'Arnold a bel et bien un historique avec les Canadiens de l'Atlantique grâce à des forfaits de voyage pour des destinations internationales. Mais amener ces clients à envisager une tournée dans la région atlantique même a été un défi.

« Les gens d'ici ne se tournent pas vraiment vers des entreprises comme la nôtre pour leur offrir des vacances locales », a-t-il déclaré.



Atlantic Tours and Travel, basé à Dartmouth, a vu son chiffre d'affaires annuel pour 2020 chuter à environ 1 % de ce qu'il serait généralement au cours d'une année moyenne.

Des entreprises comme Atlantic Tours & Travel enregistrent généralement les réservations de leurs clients durant la période d'octobre à avril. Cela ne s'est pas produit.

« En réalité, présentement 2021 a pratiquement disparu », a déclaré Arnold. « Je suppose que c'est un rêve que nous verrons peut-être un peu commerce possible à l'automne, mais encore une fois, nous ne gardons pas beaucoup d'espoir pour cela, simplement parce que nous avons raté notre saison de réservation. »

Planifier 2021



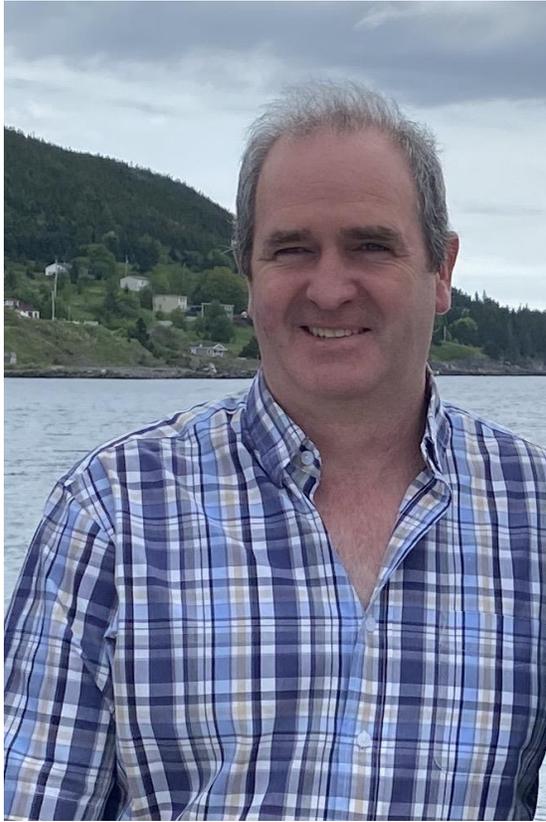
Richard Arnold est président et propriétaire d'Atlantic Tours and Travel.

Arnold considère qu'il est irréaliste d'essayer de faire des affaires avec des voyageurs en Ontario ou au Québec s'ils doivent être mis en quarantaine pendant deux semaines à leur arrivée au Canada atlantique, et il croit qu'il est peu probable que les touristes internationaux arrivent au Canada cette année. Dans cet esprit, l'objectif d'Arnold pour 2021 sera de trouver un marché local prêt à faire du tourisme avec un voyageur.

« L'an dernier, ce 1 % des revenus que nous avons reçus provenait de la réalisation de quelques excursions d'une journée dans la région », a-t-il dit, soulignant qu'une escapade de trois nuits au Cap-Breton l'automne dernier s'est plutôt bien passée.

Atlantic Tours & Travel annonce également des voyages de plusieurs jours à Terre-Neuve et au Nouveau-Brunswick cet été - des forfaits qui dépendent du retour de la bulle atlantique. Le voyage à Terre-Neuve a été commercialisé auprès de clients plus âgés des Maritimes. Cependant, la présence de la dangereuse variante B117 du COVID-19 dans la province a rendu cette vente plus difficile, selon Arnold.

Attendre et voir



Mike Gatherall de Gatherall's Puffin and Whale Watch à Bay Bulls.

Gatherall dit que les vaccinations sont la clé.

« Le retard dans le déploiement des vaccins a été très préoccupant », a-t-il déclaré.

L'automne dernier, le gouvernement fédéral a prolongé la subvention salariale d'urgence du Canada jusqu'en juin 2021. Arnold a déclaré que les entreprises comme la sienne avaient besoin d'un soutien accru si elles espèrent être là pour servir les clients l'an prochain.

« Les clients qui arrivaient en 2020, nous les avons déplacés vers 2021, et maintenant nous tentons de les déplacer vers 2022 », a-t-il déclaré.

Selon Arnold, il existe de nombreux guides touristiques, restaurants, hôtels et entreprises touristiques dans toute la région qui ont besoin de voyageurs pour survivre à la pandémie.

« Lorsque l'industrie s'ouvre, nous avons besoin qu'ils soient tous là. Nous avons besoin de produits et services à assembler. Nous prévoyons d'être ici, mais nous avons besoin que le reste de l'industrie soit également ici ».