

## La capacité de mettre en place des frais de marketing de destinations

Si vous voyagez à l'extérieur du Nouveau-Brunswick au niveau national ou international, vous devrez probablement payer des frais de marketing de destinations dans la plupart des villes où vous séjournerez en Amérique du Nord. Ce frais est un moyen par lequel les villes peuvent réinvestir dans les attractions touristiques, ce qui leur permet de générer plus de revenus pour les entreprises locales.

### Les enjeux

**Aujourd'hui, nos cités n'ont pas le droit d'imposer des frais de marketing de destinations obligatoire** – elles sont donc désavantagées par rapport à d'autres villes qui imposent des taxes sur l'hébergement lorsqu'elles cherchent à promouvoir les cités en tant que destinations de choix dans un marché touristique très concurrentiel.

### Pourquoi c'est important

- La création des frais de marketing de destinations obligatoires pour suppléer aux activités de marketing touristique, sans compromettre le bon fonctionnement des organismes de marketing des destinations existantes, offrira de nouvelles possibilités de promotion pour les grands centres urbains et l'ensemble de la Province.
- Dans la ville de Moncton, par exemple, le gouvernement provincial récolte plus de 8,85 millions de dollars sur la portion des recettes fiscales provinciales de la TVH imposée aux séjours à l'hôtel dans la région.
- Lorsque la loi habilitante sera promulguée, les fonds seront utilisés uniquement pour le marketing touristique régional, l'attraction d'événements et les programmes et projets appuyant l'industrie touristique.
- Les municipalités et les administrations régionales seront plus efficaces dans le marketing de leur région si des frais de marketing de destinations sont imposés.
- Du point de vue du développement économique, les villes réussiront beaucoup mieux à attirer de nouveaux événements (et des recettes fiscales) dans la région si elles peuvent bénéficier des frais de marketing de destinations. Cela profitera directement à la province

du Nouveau-Brunswick.

### Le progrès

La plupart des provinces du Canada ont mis en place un type des frais de marketing de destinations prévue par la loi à l'échelle provinciale et municipale. Ces taxes varient généralement de 2 % à 6 % et plus.

Les initiatives touristiques financées par la Province, comme présentées dans l'élaboration de la stratégie de croissance du tourisme, demeurent essentielles pour toutes les régions. Nous sommes heureux que la Province du Nouveau-Brunswick investisse davantage dans les initiatives touristiques provinciales, ce qui demeure primordial pour notre succès économique. Toutefois, l'Association des cités du Nouveau-Brunswick espère que notre gouvernement actuel choisira de permettre une législation habilitante permettant la collection des frais de marketing de destinations. Cela permettra aux collectivités de gérer la taxe dans les limites de leur compétence.

### Les prochaines étapes

Les huit cités recommandent que la Province supprime les obstacles qui empêchent les villes d'imposer des frais de marketing de destinations obligatoires. Cela représenterait un autre exemple de notre capacité de générer des revenus nécessaires sans obliger nos citoyens à payer plus. Cette taxe serait payée par les visiteurs et serait utilisée pour continuer à développer les possibilités touristiques dans nos cités.

- **Le gouvernement provincial du Nouveau-Brunswick doit adopter une loi habilitante pour donner aux municipalités la souplesse nécessaire en vue de mettre en œuvre des frais obligatoires de marketing de destinations dans leur territoire si elles le jugent opportun.**

**Fond de promotion marketing – des nouvelles possibilités de promotion pour les grands centres urbains ainsi que pour l'ensemble de la province**