

L'Indicateur Plus est disponible sur le site Internet de Tourisme Montréal : www.tourisme-montreal.org/stats

À surveiller ce mois-ci :

- Hausse du taux d'occupation.....p.1
- Plus d'Américains voyageront pour le congé du Memorial Day.....p.3
- Les avantages du blogue pour l'industrie du tourisme.....p.5

Moins de travailleurs québécois renoncent à leurs vacances

Un sondage de Ipsos-Reid, réalisé auprès de 2 200 Canadiens, révèle que les travailleurs québécois s'estiment comme étant les moins touchés par la privation de vacances. En effet, en date actuelle, ce sont 15% des travailleurs québécois qui renoncent à leurs vacances, contre 30% à même date en 2003.

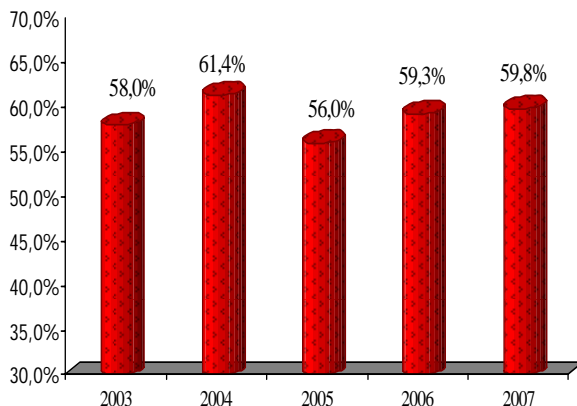
Parmi les raisons évoquées par les travailleurs pour justifier leur renoncement aux vacances, mentionnons les suivantes :

- Les vacances constituent une source de stress (25%);
- Les travailleurs se sentent coupables de s'absenter du travail (18%);
- L'employeur dissuade le travailleur de prendre des vacances (18%);
- Les travailleurs privilégient leurs finances en choisissant d'échanger leurs vacances contre de l'argent (15%);
- Le travail est trop prenant (13%).

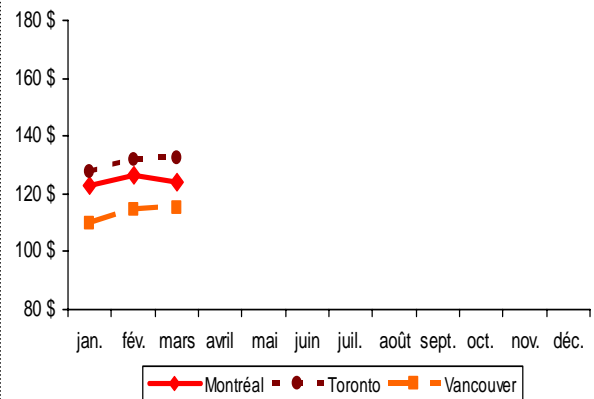
Le même sondage révèle que les jeunes adultes âgés entre 18 et 34 ans constituent le groupe le plus susceptible de renoncer à ses vacances. En effet, selon le sondage d'Ipsos-Reid, 36% de ce groupe renonce à ses vacances. Ce chiffre élevé s'explique par le fait que, comparativement aux travailleurs plus âgés, les jeunes adultes ont plus tendance à échanger des jours de vacances contre de l'argent (16%).

Source: « Au Québec, de moins en moins de vacances perdues ». *Métro*, carrières et formation, 17 mai 2007, p.21.

Taux d'occupation mars



Prix moyen d'une chambre d'hôtel région métro, année 2007



Source: Pannell Kerr Forster, *Trends in the Canadian Hotel Industry*

L'Indicateur Plus est produit par Tourisme Montréal, 1555, rue Peel, bureau 600, Montréal, H3A 3L8. Téléphone (514) 844-5400 télécopieur (514) 844-5757 Réalisé par Marie-Thérèse Guérin et Marlène Hasbani

La production de l'Indicateur Plus est réalisée grâce à une contribution financière du Gouvernement du Canada par l'entremise de Développement économique Canada.



Développement économique Canada

Canada Economic Development

L'hôtellerie à Montréal

TAUX D'OCCUPATION / OCCUPANCY RATES Région métropolitaine / Metropolitan Area						CHAMBRES OCCUPÉES OCCUPIED ROOMS		CHAMBRES DISPONIBLES AVAILABLE ROOMS	
MOIS	2004 %	2005 %	2006 %	2007 %	07/06 pts de %	2007	07 / 06 %	2007	07 / 06 %
Janvier	47,4	44,2	45,3	44,9	-0,4	234 381	4,0	521 637	4,9
Février	52,7	55,2	55,4	57,8	2,4	267 931	7,6	463 708	3,2
Mars	61,4	56,0	59,3	59,8	0,5	306 978	4,1	513 391	3,2
Avril	61,4	67,0	63,5						
Mai	74,9	67,0	80,4						
Juin	76,4	77,6	80,5						
Juillet	79,7	81,4	76,2						
Août	83,7	81,2	80,3						
Septembre	79,9	82,8	81,5						
Octobre	74,3	77,6	72,9						
Novembre	61,9	66,4	66,0						
Décembre	46,3	51,1	49,5						
Année à date	53,8	51,7	53,3	54,2	0,9	807 304	5,0	1 490 490	3,2
ANNÉE	66,7	67,3	67,7						

Source: AHGM

L'hôtellerie dans le Vieux-Montréal

TAUX D'OCCUPATION / OCCUPANCY RATES Région métropolitaine / Metropolitan Area						CHAMBRES OCCUPÉES OCCUPIED ROOMS		CHAMBRES DISPONIBLES AVAILABLE ROOMS	
MOIS	2004 %	2005 %	2006 %	2007 %	07/06 pts de %	2007	07 / 06 %	2007	07 / 06 %
Janvier	36,1	38,6	38,9	42,2	3,3	9 676	9,3	22 940	0,8
Février	41,7	54,5	50,6	55,7	5,1	12 188	17,1	21 884	6,5
Mars	55,9	52,1	54,0	57,8	3,8	14 176	13,9	24 527	6,3
Avril	55,6	67,0	62,5						
Mai	68,4	70,7	81,8						
Juin	74,2	73,0	76,6						
Juillet	79,5	80,7	80,8						
Août	79,7	80,2	83,7						
Septembre	76,4	83,4	82,9						
Octobre	69,7	77,8	71,0						
Novembre	59,8	68,3	68,4						
Décembre	49,2	60,4	55,9						
Année à date	44,6	48,0	47,8	52,0	4,2	36 040	13,7	69 351	4,5
ANNÉE	62,4	68,0	67,3						

Source: Ces résultats proviennent de certains membres du Regroupement des hôteliers du Vieux-Montréal.

Plus d'Américains voyageront pour le congé du Memorial Day

Selon un sondage réalisé par l'agence de voyage AAA, il semblerait que malgré les prix records de l'essence qui ont dépassé les 3\$ US* le gallon, plus d'Américains voyageront en voiture au cours de la longue fin de semaine du Memorial Day de cette année (du 26 au 28 mai 2007), comparativement à celle de l'année dernière. En effet, AAA prévoit que 38,3 millions d'Américains voyageront 50 miles (80 Km) ou plus, soit une augmentation de 1,7% par rapport à l'année dernière. De ces derniers, ce sont près de 32,1 millions de voyageurs, soit 84% de l'ensemble, qui prendront la voiture. Du côté des déplacements aériens, AAA prévoit que le nombre de voyageurs américains augmentera de 1% pour atteindre 4,4 millions de voyageurs. La balance des voyageurs se rendra à destination par autobus ou par train. Les estimations de AAA se basent sur les résultats d'un sondage national réalisé auprès de 2 000 adultes.

Selon la vice-présidente de la section voyage de chez AAA, madame Sandra Hughes, le prix élevé de l'essence, ainsi que l'augmentation des coûts liés aux vacances ne décourageront pas les Américains de prendre des vacances et de planifier des escapades. Selon elle, les familles voyageront moins longtemps, parcourront de moins grandes distances, et économiseront de l'argent en résidant dans des hôtels moins dispendieux et en mangeant dans des restaurants moins chers, mais ne se priveront pas voyages

Certains experts croient que le prix que doit atteindre le gallon avant d'affecter négativement la demande du consommateur est de 3,50\$. D'autres croient que le prix crucial serait plutôt de 4,00\$ le gallon.

En somme, il semble que la tolérance des voyageurs américains face à la hausse du prix de l'essence soit assez élevée, et que, pris seul, ce facteur ne réussisse pas à décourager les Américains de voyager.

*Selon AAA et le *Oil Price Information Service*, en date du mercredi 16 mai 2007, le prix moyen au détail de l'essence sans plomb au niveau national était de 3,10\$ US le gallon.

Source: « Memorial Day travel predicted to rise », CNN.com, Travel, 17 mai 2007 (www.cnn.com/)

Congrès à hôtels multiples et/ou de 1200 délégués et plus City-wide conventions and/or 1,200 delegates and more

	2005		2006		2007	
	# congrès	# délégués	# congrès	# délégués	# congrès	# délégués
Janvier	--	--	1	2 500	--	--
Février	2	15 800	1	14 000	1	6 000
Mars	2	5 000	--	--	2	5 000
Avril	5	19 500	3	7 200		
Mai	2	3 550	6	14 000		
Juin	3	5 200	3	5 200		
Juillet	1	3 000	1	1 800		
Août	2	24 500	3	27 300		
Septembre	3	18 500	6	10 200		
Octobre	2	6 000	2	3 500		
Novembre	3	10 500	3	9 600		
Décembre	1	10 000	--	--		
Année à date	26	121 550	29	95 300	3	11 000
ANNÉE	26	121 550	29	95 300		

Mouvements d'aéronefs par secteur Montréal-Trudeau
Aircraft movements per sectors at Montréal-Trudeau

	Domestique		Transfrontalier		International		Total ADM	
	2007	07/06 %	2007	07/05 %	2007	07/06 %	2007	07/06 %
Janvier	9 662	10,7	5 998	5,7	2 036	13,6	17 696	9,3
Février	9 188	10,4	5 493	1,9	1 894	16,8	16 575	8,1
Mars	10 143	1,9	6 172	-0,5	2 102	17,6	18 417	2,6
Avril								
Mai								
Juin								
Juillet								
Août								
Septembre								
Octobre								
Novembre								
Décembre								
Année	28 993	7,4	17 663	2,3	6 032	16,0	52 688	6,5

Source: Aéroports de Montréal

Provenance des passagers embarqués/débarqués à Montréal-Trudeau
Origin of passengers boarded / deplanded at Montréal-Trudeau

	Domestique		Transfrontalier		International		Total ADM	
	2007	07/06 %	2007	07/06 %	2007	07/06 %	2007	07/06 %
Janvier	362 971	8,8	268 761	8,8	363 818	12,9	995 550	10,2
Février	363 811	8,0	242 582	2,2	324 595	9,7	930 988	7,0
Mars	404 562	7,4	294 836	2,5	381 186	14,6	1 080 584	8,4
Avril								
Mai								
Juin								
Juillet								
Août								
Septembre								
Octobre								
Novembre								
Décembre								
Année	1 131 344	8,0	806 179	4,4	1 069 599	12,5	3 007 122	8,5

Actes de renseignement dans les kiosques d'accueil
Inquiries at information booths

	Infotouriste		Vieux-Montréal		Total	
	2007	07/06 %	2007	07/06 %	2007	07/06 %
Janvier	3 472	-10,6	606	9,2	4 078	-8,1
Février	3 925	-9,2	711	4,1	4 636	-7,4
Mars	5 092	-15,1	876	-11,9	5 968	-14,6
Avril						
Mai						
Juin						
Juillet						
Août						
Septembre						
Octobre						
Novembre						
Décembre						
Année à date	12 489	-12,1	2 193	-1,7	14 682	-10,7

Les avantages du blogue pour l'industrie du tourisme

Parce qu'ils sont interactifs et qu'ils permettent aux lecteurs d'écrire leurs réactions et commentaires, les blogues offrent à leurs auteurs et lecteurs une solide plateforme d'interaction permettant de développer une compréhension mutuelle. En d'autres mots, s'il sont employés efficacement, les blogues offrent le pouvoir aux compagnies de lire dans l'esprit de leurs clients (ou employés), et de comprendre ce que ces derniers pensent de leurs produits/services. Il en résulte donc une meilleure compréhension des besoins des clients. L'information recueillie sur les blogues peut donc être employée par les compagnies pour créer une offre taillée à la mesure des besoins de ces mêmes clients. Les blogues offrent également la possibilité aux compagnies d'instaurer leur crédibilité, et d'établir un lien de confiance avec leurs clients.

Les blogues et l'industrie de l'hébergement

La technologie des blogues peut être utilisée par l'industrie de l'hébergement à titre d'outil marketing. En effet, les hôtels et les chaînes peuvent l'employer pour communiquer avec leurs clients, et développer une compréhension de leurs besoins. L'une des meilleures façons d'employer le blogue pour les hôtels consisterait à se concentrer sur l'information concernant la destination, et plus spécifiquement, sur le secteur où se situe l'hôtel. En effet, il faut garder en tête qu'un nombre significatif de personnes séjournent dans des hôtels à cause des événements locaux, attractions et choses à faire une fois sur place. Dans ce contexte, il devient pertinent de fournir aux bloggeurs de l'information sur la destination.

Quelques trucs pour réussir son blogue consacré à son hôtel :

- Parler de la destination plutôt que de l'hôtel – les attractions locales, les restaurants, l'information pertinente, etc.
- Consacrer du temps à la gestion de son blogue – Contrairement aux sites Internet, les blogues demandent un certain engagement en terme de temps. Il est important de les modérer sur une base hebdomadaire. Il faut socialiser avec les bloggeurs qui parlent de la destination et de la zone dans laquelle se situe l'hôtel.
- Convertir les lecteurs en utilisateurs – On peut offrir aux lecteurs des coupons rabais pour les attractions locales, de l'information sur des aubaines, et autres, afin de les attirer à l'hôtel.
- Offrir des vidéos et podcasts de la destination via le blogue.
- Sous la catégorie « Dîner » du blogue, on peut ajouter un affichage (post) concernant le restaurant de l'hôtel, et adjoindre une touche personnelle en offrant une bonne recette du chef de l'hôtel.

Source: Tiré et traduit de: Aggarwal, Benu. « Blogging For Lodging | Are You Blogging Yet? ». *Smith Travel Research (STR)*, 21 mai 2007. (<http://www.smithtravelresearch.com>). Pour plus de détails, voir l'article en ligne.

**Nombre de voyages d'une nuit ou plus des touristes internationaux
au Canada par le Québec**

**Number of trips of international tourists entered in Canada via Québec one or
more night trip**

	États-Unis		Outre-Mer		Total	
	2007	07 / 06 %	2007	07 / 06 %	2007	07 / 06 %
Janvier	84 323	-5,6	35 276	4,8	119 599	-2,7
Février	104 462	-8,3	43 709	5,3	148 171	-4,7
Mars	99 011	-14,5	42 770	18,8	141 781	-6,6
Avril						
Mai						
Juin						
Juillet						
Août						
Septembre						
Octobre						
Novembre						
Décembre						
Année	287 796	-9,8	121 757	9,5	409 553	-4,8

Source: Statistique Canada, Voyages internationaux, cat #66-001-PIF

Nombre de voyages des résidents de pays autres que les États-Unis au Canada
Number of trips by residents of countries other than United States to Canada

	Mars		CUMULATIF	
	2007	07 / 06 %	2007	07 / 06 %
Royaume-Uni	55 760	12,1	143 105	8,8
Japon	25 335	-8,9	58 479	-12,5
France	18 497	11,5	60 888	7,5
Mexique	16 380	52,7	37 497	33,3
Allemagne	14 482	9,4	38 835	8,6
Australie	8 877	6,2	31 730	7,9
Chine continentale	7 520	4,0	22 925	13,3
Hong Kong	6 072	8,3	19 147	4,1
Suisse	4 400	13,8	11 692	7,8
Brésil	3 989	-5,0	12 065	-6,5
Italie	3 850	9,7	10 998	14,8
Belgique	2 385	-10,7	6 048	-6,9
Autres pays	89 503	9,5	231 970	6,1
Total	257 050	9,2	685 379	6,2

Fréquentation des attraits touristiques Attendance at tourist attraction

	Mars 2007	Var.07/06 %	Année à date 2007	Var. 07/06 %
Casino de Montréal	530 514	3,5	1 529 245	5,4
Centre Bell	256 903	5,8	729 373	21,7
<i>Visites commentées</i>	1 620	-24,8	4 241	1,4
<i>Événements spéciaux</i>	127 645	75,9	278 345	19,7
<i>Hockey</i>	127 638	-25,0	446 733	22,4
Jardin botanique et Insectarium	78 287	2,8	106 806	2,5
Musée des beaux-arts	64 765	1,2	111 883	-25,3
Biodôme de Montréal	62 998	-5,5	136 968	-6,0
Musée d'art contemporain	22 457	-14,7	43 373	-23,5
Musée Pointe-à-Callière	19 417	14,2	45 393	10,3
Basilique Notre-Dame (visites guidées)	18 062	-8,6	43 970	0,0
Atrium Le 1000 de La Gauchetière	15 274	-7,1	54 947	-3,1
Planétarium de Montréal ¹	14 418	39,1	28 560	2,3
Musée Marguerite Bourgeoys/Chapelle Notre-Dame-de-Bon-Secours	11 403	12,2	11 403	12,2
Parc Olympique	9 577	-27,4	16 581	-13,4
<i>Visites guidées du Stade</i>	850	-14,5	1 566	2,8
<i>Observatoire de la Tour</i>	8 727	-28,4	15 015	-14,8
Cosmodôme & Camp Spatial	8 067	-2,1	15 516	0,7
Centre canadien d'architecture	7 283	4,8	13 253	-15,7
<i>Visite du musée</i>	6 648	1,6	12 541	-17,9
<i>Visites du jardin</i>	635	56,4	712	57,9
Musée McCord d'histoire canadienne	7 241	15,6	16 758	0,7
Centre d'histoire de Montréal ¹	5 299	89,6	8 915	19,4
Biosphère ²	5 252	43,6	8 211	-28,4
Musée du Château Ramezay	3 029	71,89	6 056	9,0
Musée Stewart au Fort de l'Île Ste-Hélène	2 965	31,3	13 062	26,7
Maison Saint-Gabriel	1 235	39,5	2 416	-2,7
Les Quais du Vieux-Port de Montréal	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>
<i>Centre des Sciences de Montréal</i>	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>
TOTAL	1 144 446	3,3	2 942 689	5,5

- 1- Hausse expliquée par le déplacement de la Nuit Blanche au début mars cette année.
2- Hausse expliquée par des activités spéciales lors de la relâche scolaire.

NOTE

En ne retenant que les attraits dont les données sont comparables entre 2006 et 2007, on observe une hausse de 3,2% de la fréquentation des attraits en mars 2007.