

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

À surveiller ce mois-ci :

- Baisse du taux d'occupation.....p.1
- Plus de voyages d'agrément pour les Américains cet été!.....p.3
- Les courts séjours en milieu urbain ont la cote auprès des touristes européens!.....p.5

Les voyageurs ont peur des minibars

Le prix, plutôt que la sélection d'articles qu'il contient serait le facteur le plus important lorsque vient le temps d'utiliser le minibar d'un hôtel. C'est ce que révèle l'enquête sur les minibars/mini frigidaires d'hôtels, réalisée par *TripAdvisor* auprès de plus de 1 600 voyageurs de partout dans le monde. En effet, 94% des voyageurs interrogés disent qu'ils se serviraient plus souvent des minibars si le prix de leur contenu était plus raisonnable. Trente-trois pourcent des répondants disent même préférer s'abstenir d'utiliser le minibar.

L'enquête révèle que le quart des répondants se sont déjà disputés avec un hôtel concernant une charge de minibar. À cet effet, 34% des voyageurs ont l'impression de s'être déjà fait injustement facturer un article de minibar/mini frigidaire.

Selon Michele Perry, directeur des communications pour *TripAdvisor*, les voyageurs ont peur des minibars d'hôtels et ce, à cause des prix démesurés associés à leur contenu. Il croit qu'en baissant les prix et en faisant une double vérification des charges portées à la facture, les hôtels pourraient être en mesure de fournir un service de minibar que les voyageurs adopteraient.

Le contenu du minibar

Malgré la diversification du contenu des minibars, ce sont les items classiques qui semblent être les plus populaires. En effet, plus de la moitié des voyageurs sont susceptibles de consommer de l'eau embouteillée provenant du minibar de l'hôtel, alors que seulement 2% sont susceptibles d'acheter des boissons énergisantes. Les noix représentent la collation la plus populaire, avec 17% des voyageurs susceptibles de les acheter. Les fruits, les collations santé et les sandwiches sont des articles que les voyageurs aimeraient voir davantage dans le minibar de leur chambre.

Source: « Travelers Steer Clear of Hotel Mini-Bar », *Travel Industry Wire*, Mai.

Les articles préférés

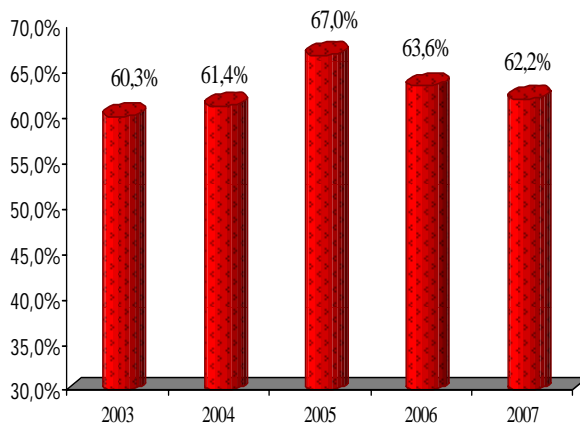
Le top 5 des collations

- 1 Noix
- 2 Barre de chocolat
- 3 Arachides *M&M's*
- 4 Croustilles *Pringles*
- 5 Chocolat *Toblerone*

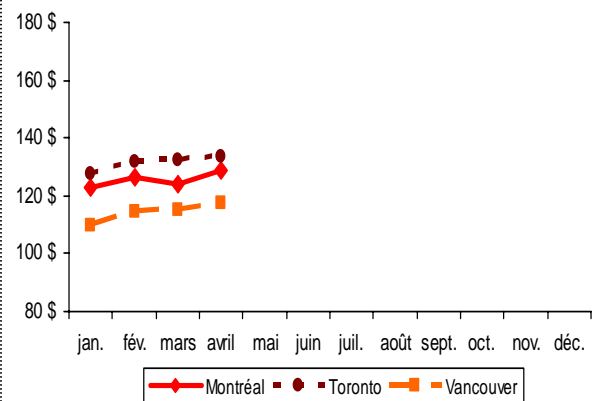
Le top 5 des breuvages

- 1 Eau embouteillée
- 2 Soda/boisson gazeuse
- 3 Bière
- 4 Vin
- 5 Liqueur

Taux d'occupation avril



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

MOIS	TAUX D'OCCUPATION / OCCUPANCY RATES Région métropolitaine / Metropolitan Area					CHAMBRES OCCUPÉES OCCUPIED ROOMS		CHAMBRES DISPONIBLES AVAILABLE ROOMS	
	2004 %	2005 %	2006 %	2007 %	07/06 pts de %	2007	07 / 06 %	2007	07 / 06 %
Janvier	47,4	44,2	45,3	45,3	0,0	232 395	3,1	513 391	3,2
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	63,6	62,2		309 000	1,0	496 830	3,2
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	55,7	55,5	55,9	56,2	0,3	1 116 304	3,8	1 987 320	3,2
ANNÉE	66,7	67,3	67,7						

Source: AHGM

L'hôtellerie dans le Vieux-Montréal

MOIS	TAUX D'OCCUPATION / OCCUPANCY RATES Région métropolitaine / Metropolitan Area					CHAMBRES OCCUPÉES OCCUPIED ROOMS		CHAMBRES DISPONIBLES AVAILABLE ROOMS	
	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	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
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 de voyages d'agrément pour les Américains cet été!

Selon les plus récentes prévisions de la Travel Industry Association (TIA), l'enthousiasme renouvelé des consommateurs pour les voyages d'agrément, jumelé au fait qu'il n'y a actuellement aucun obstacle majeur à l'horizon, fera en sorte que les voyages d'agrément des Américains augmenteront de 1,4% comparativement à l'été dernier. En effet, il est à prévoir que les Américains feront près de 330 millions de voyages* entre les mois de juin à août 2007, soit un nombre record. (Voir graphique)

Plusieurs études nous montrent que même si la majorité des consommateurs américains s'attend à continuer de voir des prix élevés pour l'essence au cours de l'été, cela ne l'empêchera pas pour autant de voyager. Pour s'adapter à cette réalité économique, certains consommateurs choisiront plutôt de modifier leurs habitudes de voyages.

À cet effet, 11% des Américains disent qu'ils effectueraient de modestes changements à leurs habitudes de voyage d'été si le prix du gallon d'essence grimpeait aux alentours de 3 \$US. Si le gallon atteignait les 3,50 \$US, soit le prix qu'il doit atteindre avant de réellement affecter négativement la demande du consommateur, près du tiers de ces voyageurs Américains disent qu'ils annuleraient leurs vacances.

Points saillants, été 2007

⇒ Il est à prévoir que pour la période juin-août 2007, la croissance associée aux voyages aériens (3%) soit plus forte que celle associée aux voyages en voiture. Toutefois, les voyages en voiture continueront de représenter près de 80% de l'ensemble des voyages d'agrément d'été.

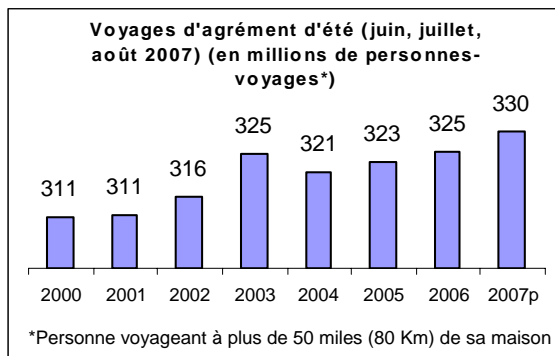
⇒ 80% de ceux qui planifient un voyage d'agrément visiteront de la famille et des amis. Presque autant prévoient faire de la visite de sites. Les autres activités les plus populaires incluent : aller à la plage, visiter un parc national, visiter une région montagneuse, visiter un parc d'État, visiter une ville, aller dans un « resort » tout inclus, faire une croisière, visiter un parc thématique.

⇒ Près de 40% expriment de l'intérêt pour des activités orientées sur l'histoire et l'héritage ou bien pour des activités orientées sur la fine cuisine et le vin.

⇒ Presque autant voulaient faire un voyage orienté sur des activités liées à l'art et la culture, les spas, ou le jeu (jeux d'argent).

⇒ 14% planifient faire un voyage de golf.

Source: « USA Summer 2007 Leisure Travel Volume Expected To Increase 1,4% In June, July And August ». *Smith Travel Research (STR)*, 28 mai 2007. (<http://www.smithtravelresearch.com>). Pour plus de détails, voir l'article en ligne.



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	3	5 400
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	6	16 400
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	10 092	6,0	5 982	1,4	1 784	7,3	17 858	4,5
Mai								
Juin								
Juillet								
Août								
Septembre								
Octobre								
Novembre								
Décembre								
Année	39 085	7,0	23 645	2,1	7 816	13,9	70 546	6,0

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	363 957	8,1	242 582	2,2	324 595	9,7	931 134	7,0
Mars	404 748	7,5	294 836	2,5	385 806	16,0	1 085 390	8,9
Avril	403 225	12,1	262 896	1,8	331 829	11,0	997 950	8,8
Mai								
Juin								
Juillet								
Août								
Septembre								
Octobre								
Novembre								
Décembre								
Année	1 534 901	9,1	1 069 075	3,8	1 406 048	12,5	4 010 024	8,7

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

	Infoturiste		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	6 406	-14,8	1 525	-9,4	7 931	-13,8
Mai						
Juin						
Juillet						
Août						
Septembre						
Octobre						
Novembre						
Décembre						
Année à date	18 895	-13,0	3 718	-5,0	22 613	-11,8

Les courts séjours en milieu urbain ont la cote auprès des touristes européens!

Selon une étude du cabinet IPK international effectuée sur le marché du tourisme, les courts séjours (une à trois nuits) dans les grandes villes européennes auraient connu une importante croissance de 10% en 2006 alors que de leur côté, les longs séjours (quatre nuits et plus) connaissent une stagnation.

Cette tendance actuelle pour les courts séjours urbains découlerait directement de l'émergence des compagnies aériennes à bas coûts, et du développement du réseau des trains à grande vitesse, rendant ainsi les villes plus accessibles. La popularité des courts séjours est également aidée par la tendance au fractionnement des vacances, notamment auprès du marché de la France.

Globalement, le marché des courts séjours dans les villes européennes est évalué à 220 milliards d'euros par an.

Le tourisme en milieu urbain gagne en popularité

Entre 2000 et 2005, les nuitées associées au tourisme urbain, en Europe, ont connu une importante croissance de 16,5%. En comparaison, l'ensemble des zones touristiques (bord de mer, montagne, etc.) n'a connu qu'une croissance globale de 1,4%, confirmant ainsi l'intérêt grandissant pour le tourisme urbain.

Montréal et les touristes européens

Cette tendance actuelle pour les courts séjours en milieu urbain laisse supposer que Montréal pourrait également tirer son épingle du jeu. En effet, Montréal a l'avantage d'être grandement accessible par voie des airs auprès de ses marchés clés européens. À titre d'exemple, uniquement entre les villes de Paris et Montréal, on compte 52 vols directs hebdomadaires (en comptant les vols des compagnies aériennes régulières et les vols des compagnies aériennes à tarif réduit). Pour Londres, on en compte 25.

En terme de volume, Montréal recevait, en 2004, quelque 496 000 touristes européens, soit une augmentation de 28,5% par rapport à 2003. Les dépenses par personne, par séjour, s'élevaient à 645,10\$. Pour ce qui est de la durée moyenne de séjour à Montréal, celle-ci était de 6,48 jours en 2004.

Sources : -Aéroports de Montréal, *Destinations desservies - Horaire : Été 2007 (avril à octobre)*.
www.admtl.com/passager/services_aeriens/destinationsDesserviesInternational.aspx.

Consulté en juin 2007.

-Hagemann, Brigitte. « Les touristes européens friands d'escapades urbaines ». Cyberpresse, section voyages, 14 juin 2007. (www.cyberpresse.ca)

-Statistique Canada, *Tourism in Canadian Cities – A Statistical Outlook 2003, vol. III – The Overseas Market*, décembre 2004.

-Statistique Canada, *Tourism in Canadian Cities – A Statistical Outlook 2004, vol. III – The Overseas Market*, décembre 2005.

**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	112 760	-14,2	48 143	4,7	160 903	-9,3
Mai						
Juin						
Juillet						
Août						
Septembre						
Octobre						
Novembre						
Décembre						
Année	400 556	-11,1	169 900	8,1	570 456	-6,1

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

	Avril		CUMULATIF	
	2007	07 / 06 %	2007	07 / 06 %
Royaume-Uni	51 279	-6,8	194 384	4,2
Japon	23 038	-8,8	81 517	-11,5
France	21 084	3,7	81 972	6,5
Mexique	18 439	-4,2	55 936	18,1
Allemagne	15 615	-3,9	54 450	4,7
Australie	12 326	15,9	44 056	10,0
Chine continentale	9 352	4,5	32 277	10,6
Hong Kong	6 329	-17,8	25 476	-2,3
Suisse	4 922	-5,3	16 614	3,6
Brésil	4 491	10,6	16 556	-2,4
Italie	5 829	24,6	16 827	18,0
Belgique	2 714	1,9	8 762	-4,3
Autres pays	100 000	2,8	331 970	4,8
Total	275 418	-1,0	960 797	4,0

Fréquentation des attraits touristiques
Attendance at tourist attraction

	Avril 2007	Var.07/06 %	Année à date 2007	Var. 07/06 %
Casino de Montréal	538 705	9,1	2 067 950	6,4
Les Quais du Vieux-Port de Montréal	292 343	26,3	1 050 994	24,8
Centre des Sciences de Montréal	45 583	2,2	171 291	10,1
Centre Bell	84 870	-56,0	814 243	2,7
<i>Visites commentées</i>	948	-52,6	5 189	-16,1
<i>Événements spéciaux</i>	62 559	200,6	340 904	34,5
<i>Hockey</i>	21 273	-87,5	468 006	-12,5
Jardin botanique et Insectarium	75 406	-14,8	182 212	-5,5
Biodôme de Montréal	65 556	5,9	202 524	-2,5
Musée des beaux-arts	61 552	-15,6	173 435	-22,2
Basilique Notre-Dame (visites guidées)	25 233	-9,8	69 203	-3,8
Parc Olympique	15 235	39,7	31 816	5,9
<i>Visites guidées du Stade</i>	1 629	-9,7	3 195	-4,0
<i>Observatoire de la Tour</i>	13 606	49,5	28 621	7,1
Musée Pointe-à-Callière	13 707	-4,3	59 100	6,5
Musée d'art contemporain ¹	13 045	-49,7	56 418	-31,8
Cosmodôme & Camp Spatial	9 061	19,6	24 577	6,9
Planétarium de Montréal ²	8 697	-31,6	37 257	-8,4
Musée Marguerite Bourgeoys/Chapelle Notre-Dame-de-Bon-Secours	8 413	-22,1	19 816	-5,5
Atrium Le 1000 de La Gauchetière	6 566	6,9	61 513	-2,1
Musée McCord d'histoire canadienne	6 270	-7,5	23 028	-1,6
Biosphère ³	5 422	75,2	13 633	-6,3
Centre canadien d'architecture	3 850	-16,1	17 103	-15,8
<i>Visite du musée</i>	3 443	-4,9	15 984	-15,4
<i>Visites du jardin</i>	407	-58,0	1 119	-21,1
Musée Stewart au Fort de l'Île Ste-Hélène ⁴	3 169	44,6	16 231	29,8
Centre d'histoire de Montréal	2 984	-0,3	11 899	13,8
Maison Saint-Gabriel	1 574	-18,1	3 990	-9,4
Musée du Château Ramezay	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
TOTAL	1 241 658	-3,2	4 936 942	5,4

- 1- Baisse expliquée par le succès de l'exposition: Anslém Kiefer l'année dernière.
 2- Baisse expliquée par un événement spécial de 2 jours pour le 40e anniversaire l'année dernière.
 3- Hausse expliquée par des activités spéciales pour les journées de la terre.
 4- Hausse expliquée par l'augmentation des groupes scolaires.

NOTE

En ne retenant que les attraits dont les données sont comparables entre 2006 et 2007, on observe une baisse de 1,9% de la fréquentation des attraits en avril 2007.