

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

## À surveiller ce mois-ci :

- Hausse du taux d'occupation.....p.1
- Déclin de la satisfaction face aux sites Web indépendants.....p.3
- Les voyageurs de luxe se préoccupent peu du changement climatique.....p.5

## Les grandes tendances de voyage de l'année 2008

Selon le rapport de Deloitte sur les tendances 2008 de l'industrie du voyage, et réalisé en octobre 2007, 5 tendances clés\* auront un impact significatif sur l'industrie du voyage en 2008 :

**1-Le client change:** Les traditionnelles longues vacances de deux semaines perdent en popularité, au profit de courts séjours d'une semaine ou moins. En effet, selon l'enquête de *Deloitte*, 47% des répondants effectuent plus de courts séjours et moins de longues vacances comparativement à ce qu'ils avaient l'habitude de faire.

**2-Globalisation :** L'introduction de casinos « resorts » de style Las Vegas est susceptible de continuer à faire augmenter, de façon significative, le revenu en Asie Pacifique où on projette que l'industrie du jeu (casinos et autres jeux réglementés) passera d'une valeur de 14,6 milliards de dollars en 2006 à 30,3 milliards de dollars en 2011.

**3-Mesures de sécurité :** Selon un sondage de *Synovate*, 17% des voyageurs se déplaçant par voie des airs ont dit que les nouvelles mesures de sécurité les décourageraient de prendre l'avion par agrément contre 10% par affaires.

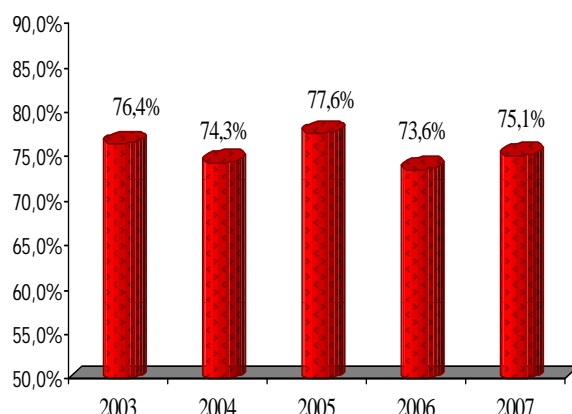
**4-Technologie :** L'enquête de *Deloitte* a révélé qu'au cours des douze derniers mois, 83% des répondants ont employé l'Internet pour faire des recherches et/ou effectuer des réservations de voyages. Les principales raisons citées justifiant ce choix d'outil sont : la facilité et la commodité ou encore l'impression d'obtenir de meilleurs prix.

**5-Responsabilités sociale et environnementale:** L'intensification de l'attention media et l'accès instantané à l'information conscientisent les consommateurs face aux conséquences potentielles des changements climatiques, ainsi que les autres sujets d'ordre social. Selon le Natural Marketing Institute, 17% des répondants se considèrent comme des « acheteurs verts », Un autre 21% dit se concentrer sur les produits de type naturel/organique.

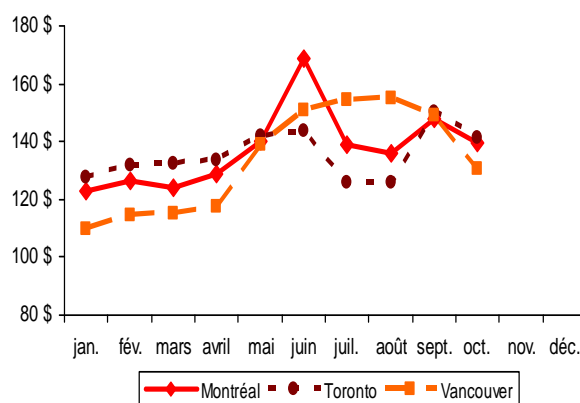
\*Pour plus de détails sur ces 5 tendances, veuillez vous référer au rapport complet de *Deloitte* s'intitulant « **Industry Trends 2008** »

Source: « Trends in Travel for 2008 ». *Travel Industry Wire*. 4 décembre 2007.

Taux d'occupation octobre



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	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	-1,4	309 000	1,0	496 830	3,2
Mai	74,9	67,0	80,4	75,5	-4,9	387 662	-3,1	513 391	3,2
Juin	76,4	77,6	80,5	77,8	-2,7	387 650	0,0	498 270	3,5
Juillet	79,7	81,4	76,2	76,7	0,5	395 010	4,3	514 972	3,6
Août	83,7	81,2	80,3	81,1	0,8	417 397	4,4	514 972	3,6
Septembre	79,9	82,8	81,5	81,6	0,1	411 830	2,2	504 660	2,1
Octobre	74,3	77,6	72,9	75,1	2,2	391 865	4,2	521 482	2,1
Novembre	61,9	66,4	66,0						
Décembre	46,3	51,1	49,5						
Année à date	69,3	69,1	69,7	69,4	-0,3	3 506 976	2,6	5 055 067	3,1
<b>ANNÉE</b>	<b>66,7</b>	<b>67,3</b>	<b>67,7</b>						

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	68,9	6,4	16 707	8,0	24 240	19,2
Mai	68,4	70,7	81,8	80,0	-1,8	20 048	6,1	25 051	8,5
Juin	74,2	73,0	76,6	81,1	4,5	20 187	23,8	24 880	16,9
Juillet	79,5	80,7	80,8	81,8	1,0	21 050	13,3	25 749	11,7
Août	79,7	80,2	83,7	85,6	1,9	22 066	14,4	25 792	11,9
Septembre	76,4	83,4	82,9	86,5	3,6	21 615	17,3	24 990	12,4
Octobre	69,7	77,8	71,0	75,7	4,7	19 487	18,7	25 730	11,3
Novembre	59,8	68,3	68,4						
Décembre	49,2	60,4	55,9						
Année à date	64,0	68,8	68,4	72,1	3,7	177 200	15,3	245 783	9,4
<b>ANNÉE</b>	<b>62,4</b>	<b>68,0</b>	<b>67,3</b>						

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

### Déclin de la satisfaction face aux sites Web indépendants

Entre l'augmentation des coûts et la diminution du niveau de satisfaction des clients reliées aux différents aspects de l'industrie du voyage, la satisfaction des clients faisant affaires avec des sites Web indépendants de voyage se retrouve elle aussi à la baisse. C'est ce que révèle l'édition 2007 de l'étude de *J.D. Power and Associates* sur la satisfaction face aux sites web indépendants de voyage\* (*Independent Travel Web Site Satisfaction – ITWS*). En effet, selon l'étude, la satisfaction globale des clients faisant affaires avec des sites Web indépendants de voyage aurait diminué de 8 points, passant de 810 à 802 sur une échelle de 1000 points, entre les années 2006 et 2007

Selon Sam Thanawalla, directeur de la section voyage et agrément de chez *J.D. Power and Associates*, en plus d'avoir souffert de l'augmentation du coût de l'essence et des billets d'avion, et la multiplication des délais associés à l'avion et autres, les sites Web indépendants de voyage ont également fait face aux défis reliés à l'augmentation de la compétition chez les compagnies aériennes et chez les sites Web d'hôtels, ainsi qu'aux changements dans les attentes des consommateurs qui se font de plus en plus exigeants en termes de prix sur l'Internet. L'ensemble de tous ces facteurs aurait donc contribué à la baisse du niveau de satisfaction des clients.

Pour une 2<sup>e</sup> année consécutive, Hotwire.com se classe au 1<sup>er</sup> rang des sites Web indépendants de voyage en termes de satisfaction des clients. Ce site Web performe particulièrement bien en termes de compétitivité des prix et de facilité de navigation. Travelocity.com and Expedia.com se classent respectivement aux 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> rangs.

Travelocity.com performe particulièrement bien dans 4 des 6 facteurs pris en compte dans le sondage, soit : la facilité de réservation, l'utilité de l'information disponible sur le site Web, la possibilité de réserver différents types de voyages (tout inclus ou avec options) ainsi que l'esthétisme et le design du site Web.

\*Cette étude qui en est à sa 3<sup>e</sup> année mesure la satisfaction des voyageurs qui effectuent des réservations de billets d'avion, d'hôtel et de voiture à travers l'un des huit sites Web majeurs indépendants. Six facteurs sont pris en compte dans la mesure de la satisfaction du consommateur, soit, par ordre d'importance: la compétitivité de prix, la facilité de réservation, l'utilité de l'information disponible sur le site Web, la possibilité de réserver différents types de voyages (tout inclus/options), l'esthétisme et le design du site Web, et la facilité de navigation. L'étude 2007 se base sur les réponses de 5 414 consommateurs ayant effectué leur réservation de voyage à travers un site Web indépendant. Les consommateurs ont été sondés entre octobre 2006 et septembre 2007.

Source: « *J.D. Power and Associates Reports: Declining Customer Satisfaction Throughout the Travel Industry Extends to Independent Travel Web Sites* ». *Smith Travel Research (STR)*, 27 novembre 2007 (<http://www.smithtravelresearch.com>). Pour plus de détails, voir l'article en ligne.

#### Index de satisfaction (basé sur une échelle de 1000 points)

Hotwire.com	815
Travelocity.com	808
Expedia.com	802
Moyenne de l'industrie	802
Hotels.com	796
Priceline.com	793
Cheaptickets.com	792
Orbitz.com	788

### 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	4	12 900
Juin	3	5 200	3	5 200	2	4 900
Juillet	1	3 000	1	1 800	4	12 100
Août	2	24 500	3	27 300	3	6000
Septembre	3	18 500	6	10 200	1	1 500
Octobre	2	6 000	2	3 500	2	3 800
Novembre	3	10 500	3	9 600		
Décembre	1	10 000	--	--		
Année à date	22	101 050	26	85 700	22	57 600
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	11 199	9,5	6 073	1,9	1 707	11,1	18 979	7,1
Juin	11 504	5,2	6 119	-0,9	2 165	15,3	19 788	4,2
Juillet	11 360	9,3	5 915	-3,1	2 448	8,5	19 723	5,2
Août	11 847	5,6	6 306	-2,3	2 406	15,2	20 559	4,1
Septembre	11 573	6,7	5 955	-0,9	2 183	15,3	19 711	5,2
Octobre	11 440	6,2	6 210	-0,4	1 751	11,3	19 401	4,4
Novembre								
Décembre								
Année	108 008	7,0	60 223	0,2	20 476	13,2	188 707	5,4

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	325 045	9,8	931 584	7,1
Mars	404 748	7,5	294 836	2,5	385 806	16,0	1 085 390	8,9
Avril	403 513	12,1	262 896	1,8	331 478	10,8	997 887	8,8
Mai	445 911	9,0	255 682	-0,5	296 278	8,7	997 871	6,3
Juin	466 298	9,4	246 338	-1,3	373 676	15,4	1 086 312	8,7
Juillet	468 761	14,4	263 639	-2,5	437 758	17,0	1 170 158	11,0
Août	501 074	14,7	281 911	0,2	423 907	13,6	1 206 892	10,6
Septembre	458 039	12,3	239 588	-1,8	367 291	13,0	1 064 918	9,0
Octobre	464 633	11,1	252 722	-1,5	302 220	13,8	1 019 575	8,4
Novembre								
Décembre								
Année	4 339 905	10,9	2 608 955	0,8	3 607 277	13,3	10 556 137	9,0

**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	6 406	-14,8	1 525	-9,4	7 931	-13,8
Mai	10 878	-1,9	3 629	15,5	14 507	1,9
Juin	12 718	-8,5	5 664	7,7	18 382	-4,0
Juillet	17 334	-17,1	8 625	-3,6	25 959	-13,0
Août	16 701	-10,9	9 430	3,4	26 131	-6,2
Septembre	12 291	-12,7	5 728	7,6	18 019	-6,7
Octobre	9 209	-7,1	3 695	27,2	12 904	0,7
Novembre						
Décembre						
Année à date	98 026	-11,1	40 489	4,8	138 515	-7,0

**Les voyageurs de luxe se préoccupent peu du changement climatique**

Les voyageurs sac à dos s'inquièteraient davantage de l'impact de leurs voyages sur l'environnement que les voyageurs de luxe. C'est ce que révèle le rapport\* du *International Luxury Travel Market* (ILTM), un marché professionnel consacré à l'industrie du tourisme de luxe, et qui a eu lieu à Cannes au début du mois de décembre. En effet, le rapport qui a été dévoilé pour l'occasion révèle que les voyageurs haut de gamme sont conscients du changement climatique, mais s'en préoccupent peu.

La conférence qui s'intitulait « Climate Change and the Impact on the Luxury Travel Market » (Le changement climatique et son impact sur le marché des voyages de luxe) avait pour objectif de conscientiser les fournisseurs de services touristiques de luxe face aux différentes problématiques vertes. Toutefois, selon Nancy Cockerell, auteure du rapport et directrice de la recherche chez *The Travel Business Partnership*, ce message qui devrait être véhiculé aux clients par l'intermédiaire des fournisseurs de services ne semble pas être assimilé par les clients.

Toujours selon l'auteure, peu de clients haut de gamme se portent volontaires pour réduire leurs émissions de carbone. Ces derniers se montrent même sceptiques face aux programmes de réduction de carbone. L'auteure affirme d'ailleurs que les efforts en ce sens proviennent presque exclusivement de la part des fournisseurs de services.

Dans un autre ordre d'idées, le rapport révèle que le Royaume-Uni et les États-Unis perdent des voyageurs de luxe étant donné les problèmes et délais causés par le passage aux douanes et à l'immigration.

**Définition du marché des voyages de luxe:**

Le marché des voyages de luxe qui se définit par une réservation d'une valeur variant entre 5 000 (10 315 \$ Can) et 10 000 Livres Sterling (20 630 \$ Can) croît d'environ 10 à 20% par année. Les plus grands bénéficiaires de cette croissance sont : la Méditerranée, le Moyen Orient et l'Extrême-Orient.

Les voyageurs de luxe comptent pour seulement 3% de l'ensemble des arrivées touristiques, mais représentent 25% des dépenses.

\*Ce rapport est le résultat de recherches intensives incluant le sondage de 1 200 acheteurs.

Source: Skidmore, Jeremy. « Luxury travellers shun climate change ». *TravelMole*, 4 décembre 2007.

**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	147 106	-3,6	61 893	3,4	208 999	-1,6
Juin	190 810	-1,9	90 287	9,8	281 097	1,6
Juillet	221 779	-7,2	119 772	1,9	341 551	-4,2
Août	238 366	0,2	112 572	9,8	350 938	3,1
Septembre	145 143	-11,1	98 106	4,9	243 249	-5,3
Octobre	134 961	0,7	67 253	-0,9	202 214	0,2
Novembre						
Décembre						
Année	1 478 326	-5,9	719 783	5,7	2 198 109	-2,4

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**

	Octobre		CUMULATIF	
	2007	07 / 06 %	2007	07 / 06 %
Royaume-Uni	69 991	11,9	828 104	5,0
France	29 703	-6,6	338 715	1,1
Allemagne	20 672	-4,5	293 203	2,0
Japon	39 316	-16,5	309 461	-14,8
Australie	12 585	12,6	197 505	9,4
Mexique	14 282	12,7	218 346	16,6
Chine continentale	13 656	-1,0	134 881	5,7
Suisse	6 669	4,6	86 193	1,5
Hong Kong	6 961	-3,8	101 334	3,0
Italie	6 813	12,2	91 183	9,8
Brésil	5 415	-1,4	57 420	2,1
Belgique	3 419	3,6	40 939	-0,9
Autres pays	115 493	-0,6	1 454 949	-17,5
<b>Total</b>	<b>344 975</b>	<b>1,7</b>	<b>4 152 233</b>	<b>3,3</b>

**Fréquentation des attraits touristiques  
Attendance at tourist attraction**

	Octobre 2007	Var.07/06 %	Année à date 2007	Var. 07/06 %
Casino de Montréal	525 161	-4,9	5 455 752	0,8
Les Quais du Vieux-Port de Montréal	308 520	2,5	5 921 312	25,4
Centre des Sciences de Montréal	24 416	-39,8	852 379	44,1
Centre Bell	194 780	-12,3	1 414 170	-7,9
<i>Visites commentées</i>	947	14,9	12 355	5,9
<i>Événements spéciaux</i>	87 468	-6,6	720 935	-1,9
<i>Hockey</i>	106 365	-16,7	680 736	-13,9
Jardin botanique et Insectarium	152 622	11,0	823 388	2,9
Musée des beaux-arts <sup>1</sup>	62 948	120,8	481 150	24,2
Basilique Notre-Dame (visites guidées)	53 910	-7,7	424 033	-5,3
Biodôme de Montréal	47 392	-4,4	715 075	-4,4
Musée Marguerite Bourgeoys/Chapelle Notre-Dame-de-Bon-Secours	19 970	16,2	184 153	1,3
Musée d'art contemporain	19 517	31,9	151 143	-16,7
Musée Pointe-à-Callière	17 782	-0,6	321 029	5,8
Parc Olympique	13 610	-20,6	226 188	5,8
<i>Visites guidées du Stade</i>	2 221	22,5	28 335	13,0
<i>Observatoire de la Tour</i>	11 389	-25,7	197 853	4,8
Musée McCord d'histoire canadienne	7 138	4,2	60 995	-9,4
Planétarium de Montréal	6 728	25,3	94 505	-7,7
Atrium Le 1000 de La Gauchetière	6 371	-10,4	88 551	-3,2
Maison Saint-Gabriel <sup>2</sup>	4 897	180,0	55 541	-3,8
Centre d'histoire de Montréal	4 654	22,5	40 267	-0,2
Centre canadien d'architecture	4 100	-13,4	51 811	-6,8
<i>Visite du musée</i>	3 254	-25,3	40 117	-12,0
<i>Visites du jardin</i>	846	126,2	11 694	16,6
Musée du Château Ramezay	3 701	1,9	42 713	1,3
Biosphère	3 343	64,0	90 478	78,0
Cosmodôme & Camp Spatial	3 123	-15,3	69 492	-3,7
Musée Stewart au Fort de l'Île Ste-Hélène	2 348	-9,9	56 700	0,7
<b>TOTAL</b>	<b>1 462 615</b>	<b>0,3</b>	<b>16 768 446</b>	<b>7,7</b>

1- Hausse expliquée par l'accès gratuit au musée.

2- Hausse expliquée par le succès de la semaine de quêteux.

**NOTE**

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