

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
- Les voyageurs gais moins influencés par le ralentissement économique.....p.3
- Le tourisme religieux gagne en importance.....p.5

Les voyageurs aériens frustrés!

La grande frustration qui règne auprès des voyageurs aériens aurait poussé ces derniers à éviter quelque 41 millions de voyages en avion au cours des 12 derniers mois, ce qui équivaut à une perte de plus de 26 milliards de dollars pour l'économie américaine. C'est ce que révèle une récente étude* réalisée par la Travel Industry Association (TIA). L'étude démontre également que les voyageurs aériens se font très peu optimistes quant à l'avenir, près de la moitié étant convaincue que le voyage aérien ne connaîtra pas d'améliorations dans un futur proche. À cet effet, le sondage révèle que plus de 60% des répondants trouvent que toute la procédure entourant le voyage aérien est en détérioration, et que le tiers des voyageurs aériens s'en dit insatisfait. De ce tiers d'insatisfaits, 48% sont des voyageurs fréquents (5 voyages et plus par année).

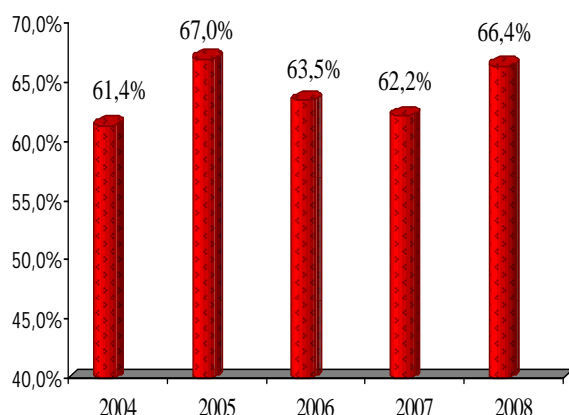
Toujours selon l'étude, il semblerait que la principale source d'irritation des voyageurs ne soit pas les compagnies aériennes, mais bien la procédure du voyage en avion elle-même. Les frustrations les plus souvent rencontrés lors cette procédure sont les suivantes : les retards, les annulations et le manque d'efficacité entourant la sécurité. Les voyageurs ont donc l'impression de perdre beaucoup de temps, ce qui les amène à éviter l'avion.

Selon Roger Dow, président et directeur général de TIA, la crise du transport aérien a atteint un sommet, avec plus de 100 000 voyageurs décidant, à chaque jour d'éviter de prendre l'avion. Il souligne également que cette perte de voyages affecte l'industrie du voyage dans sa globalité. En effet, les voyages aériens perdus ont coûté l'équivalent de 9 milliards de dollars aux compagnies aériennes, 6 milliards de dollars aux hôtels et plus de 3 milliards de dollars aux restaurants. En outre, les trois paliers de gouvernement ont perdu l'équivalent de plus de 4 milliards de dollars en revenu de taxes, du à la réduction des dépenses des voyageurs.

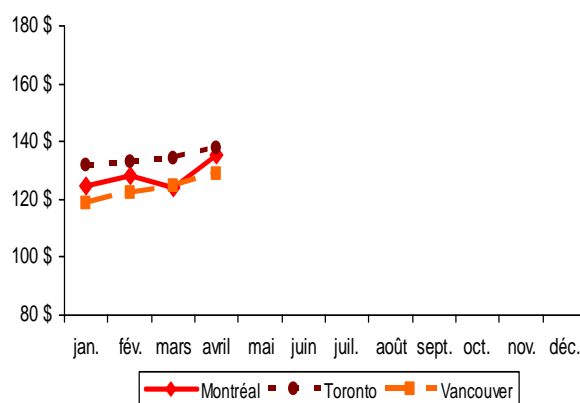
Le sondage mené auprès de 1 003 voyageurs aériens (adultes qui ont fait au moins un voyage aller-retour au cours des 12 derniers mois) a été réalisé entre le 6 et le 13 mai 2008. La marge d'erreur est de +/- 3,2 points de pourcentage.

Source: « Air Travelers Avoided 41 Million Trips in Past Year - U.S. Economy Takes \$26.5 Billion Hit ». *Travel Industry Wire*. 29 mai 2008.

Taux d'occupation avril



Prix moyen d'une chambre d'hôtel
région métro, année 2008



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	2005 %	2006 %	2007 %	2008 %	08/07 pts de %	2008	08/07 %	2008	08/07 %
Janvier	44,2	45,3	45,3	46,0	0,7	239 624	3,1	521 389	1,6
Février	55,2	55,4	57,8	57,8	0,0	283 953	6,0	491 550	6,0
Mars	56,0	59,3	59,8	54,3	-4,5	285 296	-7,1	525 388	2,3
Avril	67,0	63,6	62,2	66,4	4,2	337 714	9,3	508 440	2,3
Mai	67,0	80,4	75,5						
Juin	77,6	80,5	77,7						
Juillet	81,4	76,2	76,7						
Août	81,2	80,3	81,1						
Septembre	82,8	81,5	81,6						
Octobre	77,6	72,9	75,1						
Novembre	66,4	66,0	64,1						
Décembre	51,1	49,5	48,4						
Année à date	55,5	55,8	56,2	56,0	-0,2	1 146 587	2,7	2 046 767	3,0
ANNÉE	67,3	67,7	67,1						

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	2005 %	2006 %	2007 %	2008 %	08/07 pts de %	2008	08/07 %	2008	08/07 %
Janvier	38,6	38,9	42,2	43,5	1,3	10 972	13,4	25 243	10,0
Février	54,5	50,6	55,7	53,0	-2,7	12 620	3,5	23 809	8,8
Mars	52,1	54,0	57,8	47,1	-10,7	11 966	-15,6	25 409	3,6
Avril	67,0	62,5	68,9	66,2	-2,7	16 302	-2,4	24 630	1,6
Mai	70,7	81,8	80,0						
Juin	73,0	76,6	81,1						
Juillet	80,7	80,8	81,8						
Août	80,2	83,7	85,6						
Septembre	83,4	82,9	86,5						
Octobre	77,8	71,0	75,7						
Novembre	68,3	68,4	63,5						
Décembre	60,4	55,9	52,8						
Année à date	52,9	51,5	56,4	52,3	-4,1	51 860	-1,7	99 091	5,9
ANNÉE	68,0	67,3							

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

Les voyageurs gais moins influencés par le ralentissement économique

Une récente étude* de *Harris Interactive* @ portant sur les dépenses de voyage, révèle que les consommateurs gais et non gais sont influencés différemment par la situation économique actuelle. En effet, selon l'étude, 38% des adultes gais disent être absolument certains ou très certains de prendre leurs vacances telles que planifié au cours de cette année, comparativement à seulement 34% chez les hétérosexuels. Il est toutefois à noter que lorsqu'on leur demande s'ils comptent réduire la durée de leurs vacances, 18% des voyageurs gais disent être absolument certains ou très certains de le faire, contre seulement 15% chez les voyageurs hétérosexuels.

Ajoutons que le quart (25%) des gais interrogés ont dit être absolument certains ou très certains de prendre des vacances en utilisant la voie des airs, contre seulement 19% chez les hétérosexuels. Un scénario semblable se produit lorsqu'il est questions de voyager par voiture. En effet, malgré la hausse record du prix de l'essence de l'été, près du tiers (32%) des répondants gais se sont dits absolument certains ou très certains de prendre des vacances en voiture, contre 28% chez les répondants hétérosexuels.

Selon Bob Witeck, directeur général chez *Witeck-Combs Communications*, le désir de voyager chez les consommateurs gais est souvent très fort. Il ajoute que même s'ils ne sont pas nécessairement plus riches que les autres, les consommateurs gais semblent consacrer, de façon consistante, une plus grande partie de leur revenu au voyage, et ce, même si l'économie se porte mal.

Selon Jim Quilty, vice-président et consultant senior de la branche de recherche en tourisme chez *Harris Interactive*, ce sondage renforce l'idée que les consommateurs gais sont résilients. En d'autres termes, ils ont tendance à bien vivre le ralentissement économique, alors que d'autres seront plutôt tentés de ralentir le rythme en réduisant, par exemple, les dépenses de voyage.

*Ce nouveau sondage réalisé auprès de 2 772 adultes états-uniens âgés de 18 et plus, dont 275 s'identifiant comme gai (inclut un suréchantillonnage de personnes gaies, lesbiennes, bisexuelles et transgenres) a été effectué en ligne entre les 5 et 12 mai 2008.

Source: « As Economy Lags, More Lesbians and Gays Plan Travel, Cut Back Spending Less Than Heterosexual Travelers ». *Travel Industry Wire*, 3 juin 2008.

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

	2006		2007		2008	
	# congrès	# délégués	# congrès	# délégués	# congrès	# délégués
Janvier	1	2 500	--	--	--	--
Février	1	14 000	1	6 000	1	2 000
Mars	--	--	2	5 000	--	--
Avril	3	7 200	3	5 400	1	5 000
Mai	6	14 000	4	12 900		
Juin	3	5 200	2	4 900		
Juillet	1	1 800	4	12 100		
Août	3	27 300	3	6000		
Septembre	6	10 200	1	1 500		
Octobre	2	3 500	2	3 800		
Novembre	3	9 600	3	8 500		
Décembre	--	--	--	--		
Année à date	5	23 700	6	16 400	2	7 000
ANNÉE	29	95 300	25	66 100		

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

	Domestique		Transfrontalier		International		Total ADM	
	2008	08/07 %	2008	08/07 %	2008	08/07 %	2008	08/07 %
Janvier	9 579	-0,9	6 158	2,7	2 242	10,1	17 979	1,6
Février	9 409	2,4%	5 807	5,7	2 158	13,9	17 374	4,8
Mars	10 049	-0,9	6 347	2,8	2 342	11,4	18 738	1,7
Avril	10 747	6,5	6 550	9,5	1 944	9,0	19 241	7,7
Mai								
Juin								
Juillet								
Août								
Septembre								
Octobre								
Novembre								
Décembre								
Année	39 784	1,8	24 862	5,1	8 686	11,1	73 332	3,9

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	
	2008	08/07 %	2008	08/07 %	2008	08/07 %	2008	08/07 %
Janvier	375 868	3,5	261 252	-1,8	398 342	9,6	1 035 462	4,3
Février	382 942	5,2	264 208	8,8	377 653	16,1	1 024 803	9,9
Mars	399 124	-1,5	297 340	0,8	414 731	7,5	1 111 195	2,3
Avril	420 248	4,0	267 428	1,5	347 454	4,2	1 035 130	3,4
Mai								
Juin								
Juillet								
Août								
Septembre								
Octobre								
Novembre								
Décembre								
Année	1 156 173	2,1	822 898	2,4	1 190 704	10,8	3 169 775	5,3

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

	Infotouriste		Vieux-Montréal		Total	
	2008	08/07 %	2008	08/07 %	2008	08/07 %
Janvier	3 535	1,8	478	-21,1	4 013	-1,6
Février	3 821	-2,6	640	-10,0	4 461	-3,8
Mars	4 815	-5,4	802	-8,4	5 617	-5,9
Avril	6 243	-2,5	1 582	3,7	7 825	-1,3
Mai						
Juin						
Juillet						
Août						
Septembre						
Octobre						
Novembre						
Décembre						
Année à date	18 414	-2,5	3 502	-5,8	21 916	-3,1

Le tourisme religieux gagne en importance

Le tourisme religieux connaîtra une croissance de 50% d'ici 2010 en ce qui concerne les religions chrétiennes et islamiques. C'est du moins ce que croit l'agence de voyages Globus qui a fait le lancement, en 2007, d'une division voyages religieux afin de développer et opérer ce marché.

Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le nombre d'arrivées touristiques au Moyen-Orient et dans la région de l'Asie du Pacifique a augmenté de façon beaucoup plus rapide que dans le reste du monde au cours de la dernière décennie; soit 13% annuellement pour l'Asie du Pacifique, et 10% pour le Moyen-Orient. Le tourisme religieux ne serait pas étranger à cette importante hausse, ce qui est tout à fait compréhensible lorsque l'on prend en compte le fait que les Bouddhistes et les Hindous considèrent l'Inde comme étant le pays le plus spirituel sur terre, que l'Arabie Saoudite est la maison des deux sites les plus saints de l'Islam, et qu'Israël et la Palestine abritent la Terre sainte, soit une importante destination de pèlerinage pour les Chrétiens, les Juifs et les Musulmans du monde entier.

Près de 75% de la population de la planète appartient à l'une des 5 grandes religions : le Christianisme (2,1 milliards de personnes), l'Islam (1,3 milliard de personnes), l'Hindouisme (900 millions de personnes), le Bouddhisme (370 millions de personnes) et le Judaïsme (18 millions de personnes). À eux deux, le Christianisme et l'Islam regroupent plus de la moitié de la population du monde; et lorsqu'on y ajoute l'hindouisme, les deux tiers de la planète sont englobés, ce qui confirme la portée de la religion, et donc l'importance que celle-ci joue dans l'industrie du tourisme.

Mis à part la religion, la demande des consommateurs pour une expérience plus authentique, spirituelle et culturelle a pour conséquence de multiplier les itinéraires incluant des sites religieux et de culte. Ceux-ci deviennent donc des endroits d'évasion, de relaxation, de méditation et de bien-être; le pèlerinage ne représentant qu'un aspect du tourisme religieux.

Le Moyen-Orient, grand bénéficiaire du tourisme religieux

Selon l'OMT, le Moyen-Orient, en 2005, a compté sur quelque 39,1 millions d'arrivées touristiques internationales, et il est à prévoir que ce chiffre grimpe jusqu'à 158,9 millions d'ici 2030. Le tourisme international, dans cette région du monde, a rapporté plus de 26 milliards de dollars US, l'Égypte étant le plus grand bénéficiaire (6,9 milliards de \$ US), suivi du Liban et de l'Arabie Saoudite. Encore une fois, la religion n'est pas étrangère à ces résultats. En effet, même si le loisir et l'agrément apparaissent comme étant le premier but de voyage, la visite de parents et amis, la religion, la santé et autres décrochent le second rang et représentaient, en 2005, 34% de l'ensemble des arrivées. Autre fait intéressant, en 2004, 43% de l'ensemble des arrivées internationales en Arabie Saoudite avaient pour principale motivation le pèlerinage, faisant de la religion le motif de visite numéro un.

Source: Yeoman, Ian. « The Religious or Not So Religious Tourist in 2030 ». *Smith Travel Research*, 22 mai 2008.

**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	
	2008	08 / 07 %	2008	08 / 07 %	2008	08 / 07 %
Janvier	73 963	-12,4	35 665	1,1	109 628	-8,4
Février	100 767	-3,6	46 050	5,4	146 817	-1,0
Mars	96 762	-2,4	42 748	-0,1	139 510	-1,7
Avril	106 221	-5,7	47 662	-1,0	153 883	-4,3
Mai						
Juin						
Juillet						
Août						
Septembre						
Octobre						
Novembre						
Décembre						
Année	377 476	-5,8	172 129	1,3	549 605	-3,7

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	
	2008	08 / 07 %	2008	08 / 07 %
Royaume-Uni	50 737	-1,1	195 122	0,4
France	23 175	9,9	84 985	3,7
Japon	16 704	-27,5	63 934	-21,6
Allemagne	15 704	0,6	53 394	-1,9
Mexique	16 588	-10,0	64 579	15,5
Australie	12 955	5,1	48 616	10,4
Hong Kong	5 948	-6,0	28 891	13,4
Chine continentale	10 181	8,9	36 749	13,9
Suisse	5 420	10,1	18 414	10,8
Brésil	4 819	7,3	17 494	5,7
Italie	6 197	6,3	16 945	0,7
Belgique	2 438	-10,2	9 587	9,4
Autres pays	106 865	6,9	344 479	3,8
Total	277 731	0,8	983 189	2,3

Fréquentation des attraits touristiques
Attendance at tourist attraction

	Avril 2008	Var.08/07 %	Année à date 2008	Var. 08/07 %
Casino de Montréal	475 070	-11,8	1 973 837	-4,6
Les Quais du Vieux-Port de Montréal	302 299	3,4	1 029 982	-2,0
Centre des Sciences de Montréal	49 419	20,7	177 166	1,6
Centre Bell ¹	228 366	169,1	965 940	18,6
<i>Visites commentées</i>	1 211	27,7	5 189	17,8
<i>Événements spéciaux</i>	78 244	25,1	340 904	0,6
<i>Hockey</i>	148 911	600,0	468 006	31,8
Jardin botanique et Insectarium	72 874	-3,4	178 120	-2,2
Biodôme de Montréal	53 876	-18,1	200 869	-2,0
Musée des beaux-arts ²	33 830	-45,0	203 072	17,1
Basilique Notre-Dame (visites guidées)	20 507	-18,7	59 940	-13,4
Musée Pointe-à-Callière	16 174	18,0	57 013	-3,5
Parc Olympique	13 229	-13,2	34 131	7,3
<i>Visites guidées du Stade</i>	1 562	-4,1	3 190	-0,2
<i>Observatoire de la Tour</i>	1 667	-14,3	30 941	8,1
Musée d'art contemporain	11 370	-12,8	64 170	13,7
Musée Marguerite Bourgeoys/Chapelle Notre-Dame-de-Bon-Secours	10 263	22,0	20 700	4,5
Cosmodôme & Camp Spatial	8 665	-4,4	24 916	1,4
Musée McCord d'histoire canadienne	8 050	28,4	21 356	-7,3
Planétarium de Montréal	7 695	-11,5	31 438	-15,6
Atrium Le 1000 de La Gauchetière	6 533	-0,5	64 626	5,1
Biosphère	4 297	-20,7	10 346	-24,1
Musée du Château Ramezay ³	3 686	40,5	11 200	29,0
Maison Saint-Gabriel	3 455	119,5	6 244	56,5
Centre d'histoire de Montréal	2 997	0,4	9 743	-18,1
Musée Stewart au Fort de l'Île Ste-Hélène	2 958	-6,7	9 157	-43,6
Centre canadien d'architecture	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<i>Visite du musée</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<i>Visites du jardin</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
TOTAL	1 286 194	3,3	4 976 800	0,6

1- Hausse expliquée par les séries éliminatoires 2008.

2- Baisse expliquée par le succès de l'exposition *Il était une fois Walt Disney*, l'année dernière.

3- Hausse expliquée par le succès de l'exposition: «*Rocket*» Richard - *Une légende, un héritage*.

NOTE

En ne retenant que les attraits dont les données sont comparables entre 2007 et 2008, on observe une baisse de 6,4% de la fréquentation des attraits en avril 2008.