

Gueuletons
Touristiques

Tendances touristiques 2022

Clientèle | Organisations | Destinations

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQAM

RÉSEAU
VEILLE
TOURISME

15 février 2022

Merci à la généreuse contribution de
Canada

À propos de la Chaire de tourisme Transat



- Veille dédiée/ciblée;
- Étalonnage;
- Enquêtes quantitatives;
- Entrevues, groupes de discussion et communautés en ligne;
- Collecte et analyse de données secondaires;
- Approche méthodologique sur mesure;
- Diagnostics et recommandations;
- Animation et conférences.

Plan de présentation

1

Quelques phénomènes de 2022

2

Tendance #1: La transformation organisationnelle

3

Tendance #2: La communauté au centre de l'attractivité touristique

4

Tendance #3: La responsabilisation collective

5

Conclusion

Un état d'esprit éclaté

- **300 000 000 000 \$**

Épargne excédentaire accumulée par les Canadiens depuis le début de la pandémie.

Banque de développement du Canada

- **100,7**

Indice de confiance des consommateurs le plus bas depuis les 8 derniers mois.

Conference Board du Canada, janvier 2022

- **68 %**

Proportion de Québécois à l'aise de voyager au pays, hors de leur province.

Destination Canada, février 2022

- **36 %**

Proportion de Québécois qui pensent reprendre leurs activités (voyager, grands rassemblements) comme avant la pandémie, en juin 2022.

Institut national de santé publique du Québec, février 2022

- **81,5 %**

Proportion d'Américains qui ont planifié des déplacements pour 2022.

Destination Analysts du 26 au 28 janvier 2022

Dépenser davantage pour faire un voyage extraordinaire



- Hausse de la demande des voyageurs bien nantis pour des voyages d'agrément.
 - Destination Canada
- « Les voyageurs veulent que leurs prochaines vacances soient extraordinaires; ils sont en quête d'expériences enrichissantes et significatives. »
 - Expédia

Redéfinir le tourisme de luxe



Cabine Moliving. Crédit : David Mitchell

- En 2021, mot-clé « hôtel de luxe » jamais autant recherché depuis 2006.
- De janvier à novembre 2021, les dépenses des Américains à revenu élevé n'ont cessé d'augmenter [(0,5 % à 28,2 % par rapport au niveau prépandémie) + un taux d'épargne de 10 % à 20 % plus élevé.]
 - Economic Tracker, Opportunity Insights, 2021
- La clientèle de luxe **rajeunit** ; hausse de l'offre d'hébergement de luxe durable.
 - Ex. Moliving

Réserver à plusieurs endroits au cas où les mesures sanitaires changeraient



- *Trip stacking*: multiplier les réservations pour une même période et annuler l'option rejetée au dernier moment.
- Recherche d'options offrant une politique d'annulation est mentionnée par 63% des voyageurs québécois*.
 - Sondage de la Chaire

*Source: Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1206 voyageurs québécois.

Voyager localement



- Parmi les impacts de la COVID-19 sur les façons de voyager : **voyager localement** est mentionné par 50 % des voyageurs québécois*.
- Les voyageurs québécois étaient **plus nombreux** à visiter la province en 2021 (86 %) qu'en 2020 (64 %)*.
- Intentions 2022 des voyageurs québécois : 79 % prévoient faire un voyage d'agrément d'au moins une nuitée au Québec*.

*Source:

Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1206 voyageurs québécois.

Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 18 au 24 novembre 2020 auprès de 1172 voyageurs québécois.

S'attarder aux mesures sanitaires mises en place



- Parmi les impacts de la COVID-19 sur les façons de voyager : accorder plus d'importance aux mesures sanitaires est mentionné par 55 % des voyageurs québécois*.
- Depuis la pandémie, la Slovénie propose de plus hauts standards de santé et d'hygiène à ses visiteurs et les intègre au marketing de la destination et dans ses stratégies de relance.
 - Perception de facilité de voyager au Canada?
 - De 21 % à 57 % - crise derrière nous (Léger)

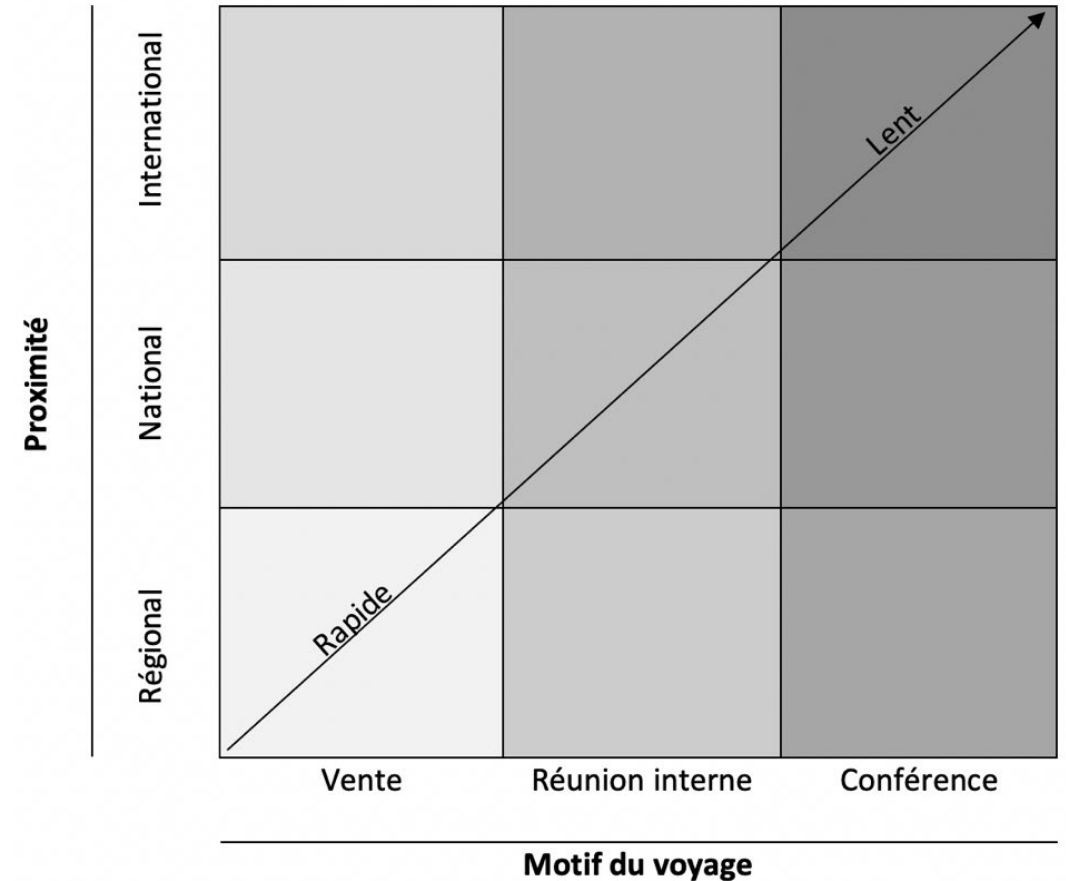
*Source: Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1206 voyageurs québécois.

Des voyageurs d'affaires reprennent la route

Facteurs qui impactent la reprise du tourisme d'affaires:

1. le motif du voyage
2. la proximité du lieu (et restrictions en place)
3. les coûts (financiers et environnementaux) associés aux déplacements

Les destinations qui misent sur cette clientèle s'adaptent et se renouvellent pour demeurer attractives (bons exemples à lire!).



Source : McKinsey & Company, 2021

Capsule de Geneviève Roy

PDG de Tourisme Laval

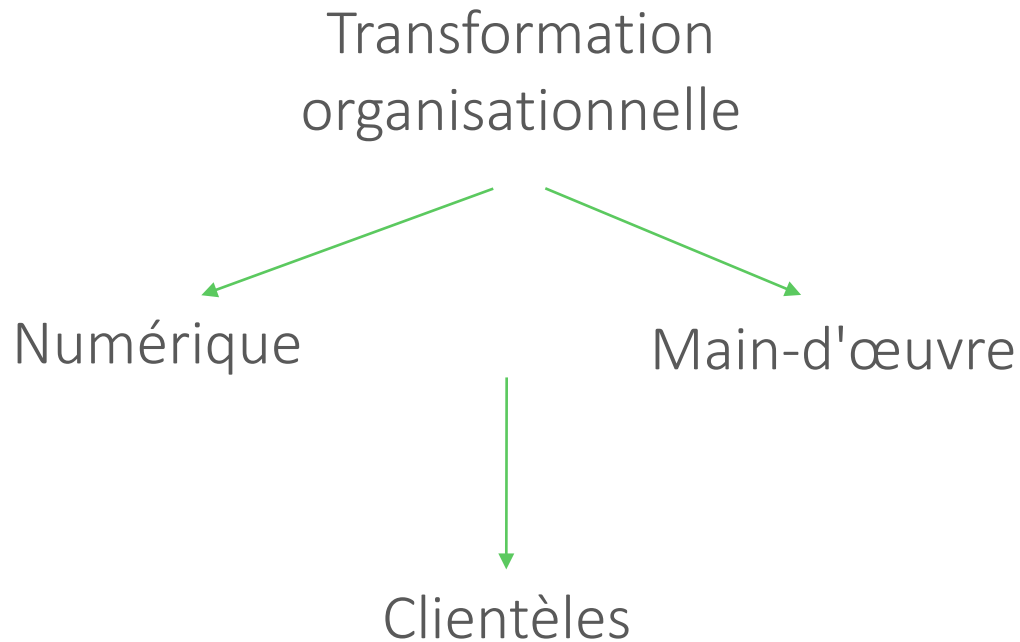
Tendance 1

La transformation organisationnelle : le numérique au service des relations humaines



La transformation organisationnelle

Le numérique au service des relations humaines



Les milieux de vie professionnels connaissent une évolution spectaculaire :

- Certains sont plus performants
- Meilleure qualité de vie des effectifs
- Nouveau segment de clientèle

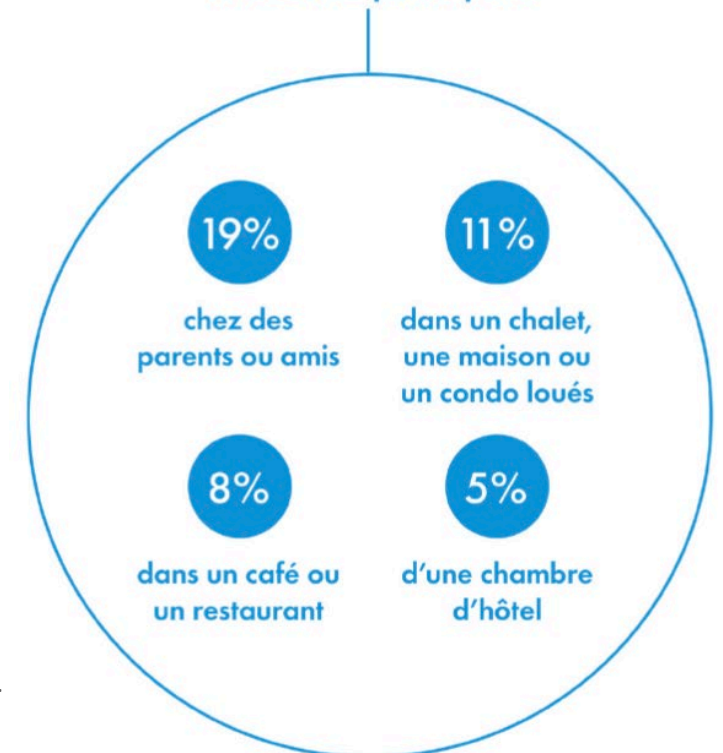
Joindre le travail à l'agrément ou l'inverse?

Clientèle: les télétravailleurs

- La ligne qui sépare travail et vie personnelle s'estompe.
 - Réorganisation du temps libre
- La liberté des télétravailleurs engendre de nouveaux comportements.

Parmi les voyageurs québécois,
42% se trouvaient en situation
de télétravail en 2021
(19% en totalité et 23% en partie) 

38% 
en ont fait hors de leur
résidence principale

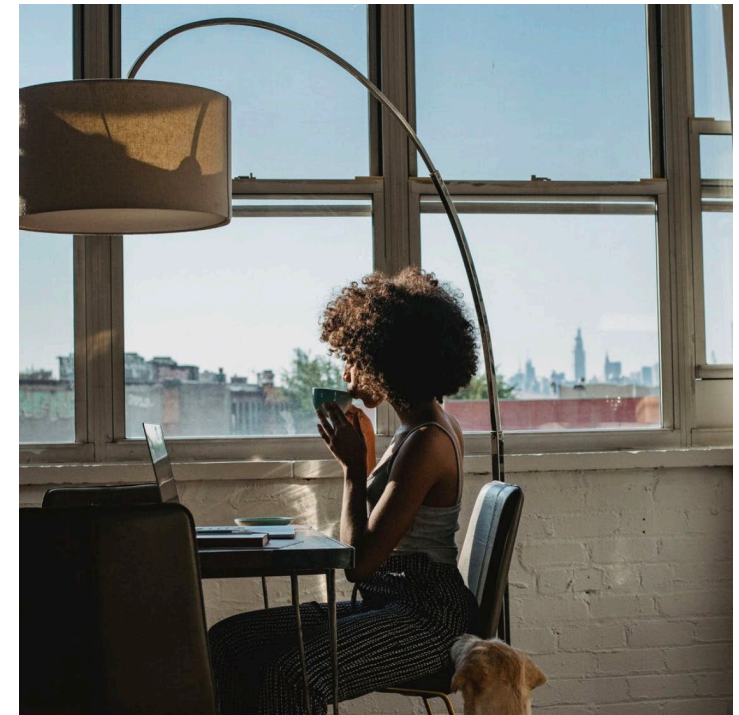


*Source: Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1206 voyageurs québécois.

Une augmentation du *workation* et du *bleisure* est attendue

Deux angles pour comprendre le phénomène

1. Séjour d'agrément prolongé par du travail à distance (13 % des télétravailleurs)*.
2. Séjour de télétravail (16 % des télétravailleurs)*.
 - En 2021: moyenne de 4,9 séjours, pour 12 nuitées attribuables au *workation* dans l'année (85 % au Québec).



*Source: Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1206 voyageurs québécois.

La pénurie de main-d'œuvre impacte l'expérience client

- **Travailleurs** : à la recherche de meilleures conditions de travail et de salaire.
 - Ex. La Grande démission
 - Royaume-Uni, France, Italie, Portugal et Espagne

Situations ayant le plus affecté la qualité des expériences touristiques à l'été 2021

- 40% des répondants ont été affectés par la diminution du service offert
- 40% ralentissement du service offert
- 39% réduction des heures d'ouverture d'un établissement
- 34% diminution de la qualité du service offert
- 31% fermeture d'un établissement (finale)
- 27% stress chez les employés
- 18% ambiance de travail tendue entre employés



Avez-vous vécu des situations qui ont affecté la qualité de vos expériences touristiques et que vous associez à la pénurie de main-d'œuvre?

*Source: Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1206 voyageurs québécois.

L'intégration de solutions technologiques

- **Employeurs** : devancer les difficultés de recrutement et de rétention en apportant un soutien technologique aux travailleurs.
- **Travailleurs** : apprendre à apprivoiser de nouveaux outils en appui à leurs fonctions
- Expérience employé = expérience client



*Source: Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1206 voyageurs québécois.

Les bénéfices l'emportent

Niveau d'irritation envers des solutions visant à pallier le manque de main-d'œuvre

79% des répondants seraient dérangés par une qualité du service moins élevée qu'à l'habitude

70% heures d'ouverture réduites

59% diminution de fréquence de nettoyage d'hébergement

55% service ponctué de tâches automatisées ou robotisées

41% points de contact offerts en ligne seulement

38% obligation de réserver l'ensemble d'un séjour en ligne seulement

*Source: Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1206 voyageurs québécois.

Capsule de Jean-Cédric Callies

Directeur des ventes et du marketing de l'hôtel Monville

Tendances 2

La communauté au centre de l'attractivité touristique



Développer la ville pour le bien-être de la communauté, d'abord!

- Appropriation par les citoyens: ville 15 minutes
- Aménager la ville avec la participation des citoyens pour des lieux en santé et vibrants
 - *Street Moves* en Suède : "la ville 1 minute"
- Valoriser les lieux par des commerces identitaires
 - 1000 Cafés (France)



Citoyens heureux, ville heureuse

Cette réflexion favorise le développement de propositions qui **reflètent l'essence de la communauté.**

- Valeurs de la communauté: avantage concurrentiel (Destination International)

Les milieux urbains mènent le bal dans cette reconfiguration.



Capsule d'Olivier Legault

Directeur Services-Conseils, Rues Principales

Une soif de nature qui se poursuivra

- Ramener la nature en ville
 - Microforêt au Quartier des spectacles à Montréal
- Concevoir des parcs d'envergure
 - Little Island (à l'intérieur du Hudson River Park de New York) inauguré en mai 2021.
- Miser sur la mobilité douce pour les résidents, mais aussi pour les visiteurs
 - Vélos électriques en forte hausse

HUDSON RIVER PK



Little Island

Viser le tourisme régénératif : extension du durable

- Un tourisme qui laisse une empreinte **positive** sur la communauté et l'environnement
 - Nouvelle-Zélande (vision sur 20 à 30 ans)
 - Membre d'un groupe mondial francophone sur le Tourisme positif (Université Paris Nanterre)
- Mesurer la performance des destinations de manière inclusive
 - Îles Féroé : Perception positive du tourisme par les résidents comme l'un des 3 marqueurs de succès
- Les résidents auront davantage leur mot à dire sur la façon d'accueillir les visiteurs (sain et vibrant: attractivité)

Tendances 3

La responsabilisation collective



La responsabilisation collective



La lutte aux changements climatiques atteint un autre niveau: neutralité carbone d'ici 2050

- L'industrie touristique fait partie des 2/3 des secteurs économiques mondiaux engagés.

Peu de destinations comptabilisent les GES de leurs activités ou de leurs marchés mais le mouvement est enclenché

- France, Valence, Norvège

Les voyageurs québécois (en particulier!) ont besoin d'être guidés dans leurs choix : l'industrie y joue un rôle critique!

Les principaux freins à voyager de façon durable et responsable

Des coûts plus élevés

66 %

Un manque de connaissance de ces principes

41 %

Un manque d'offre

41 %

Ça semble trop compliqué

25 %

Un manque d'intérêt général

22 %

Peu ou pas assez d'agences qui proposent ce type de voyage

20 %

Les bottines suivent-elles les babines?

- 60 % déclarent qu'ils souhaitent voyager de façon plus responsable

MAIS

- Seulement 25 % des sondés semblent avoir modifié leur comportement (liste de 5 comportements):
 - **Vérifie** parfois, souvent ou en tout temps si les prestataires de services touristiques affichent une **certification environnementale**;
 - A déjà choisi un hébergement ou un attrait en raison de son orientation durable ou responsable;
 - A déjà limité ses déplacements touristiques pour des raisons environnementales.

Source: Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1 206 voyageurs québécois.

La sensibilisation influence les actions

À l'aise d'expliquer la signification des termes suivants à quelqu'un de son entourage

Tourisme responsable	53 %
Empreinte carbone	47 %
Écotourisme	46 %
Tourisme durable	40 %
Compensation carbone	34 %

Source: Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1206 voyageurs québécois.

- Les voyageurs se disant informés sont plus enclins à payer des frais additionnels pour compenser les émissions liées à leur voyage (40 % c. 17 %).
- Ils sont aussi plus nombreux à avoir déjà compensé leurs émissions (17 % c. 7 %).

L'industrie mène le bal

Les petites et grandes organisations s'engagent vers une **transition durable** des activités

- Syndrome Möbius 467 et effort-client
 - Gestion des déchets et des approvisionnements
- Booking et Bidroom (icônes)
- De bons exemples pour éviter le *greenhushing* (on fait déjà plein de choses!)
 - Faciliter l'adoption des comportements positifs
 - Options durables et responsables



Meilleurs vols aller ⓘ
Les prix comprennent les taxes et frais obligatoires pour 1 adulte. Des frais facultatifs et des [frais de bagages](#) peuvent s'appliquer. Trier par : ⚡

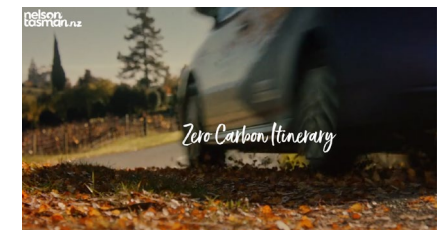
10:20 – 13:40 Flair Airlines	3 h 20 min YUL-FLL	Sans escale	213 kg CO ₂ -33 % d'émissi... ⓘ	196 \$CA aller-retour
07:00 – 10:35 Air Transat	3 h 35 min YUL-FLL	Sans escale	224 kg CO ₂ -30 % d'émissi... ⓘ	225 \$CA aller-retour
14:00 – 17:46 Air Canada	3 h 46 min YUL-FLL	Sans escale	303 kg CO ₂ Émissions hab. ⓘ	225 \$CA aller-retour

Sources : Booking.com et Google Flights



10 ways to act sustainably

VisitCopenhagen



Région de Nelson,
Nouvelle-Zélande



Abonnez-vous à notre bulletin
[S'inscrire ici](#)



Écrivez-nous

chaire.tourisme@uqam.ca | veilletourisme.ca

Marc-Antoine Vachon, *PhD*

Titulaire de la Chaire de tourisme Transat

Professeur titulaire au département de marketing

ESG UQAM

Merci !