

## **HAUSSE DU NOMBRE DE PASSAGERS SUR LES VOLS DE TORONTO**

À la mi-saison d'été, soit au 31 juillet, le nombre de passagers accueillis sur les vols de Toronto a augmenté de 10 % par rapport à l'an dernier. Les vols ont débuté une semaine plus tôt que l'an dernier, soit le 20 juin, ce qui ajoutait deux vols de plus en juin à l'horaire estival.

Les vols Toronto – Mont-Tremblant se poursuivent jusqu'au 8 septembre. L'horaire est disponible sur <http://www.tourismeerienlaurentides.ca/site/fr/horaires> avec un hyperlien vers le site de Porter où l'on peut effectuer les réservations.

## **PORTER AIRLINES : MEILLEURE SOCIÉTÉ AÉRIENNE RÉGIONALE EN AMÉRIQUE DU NORD**

Porter Airlines a reçu le prix Skytrax World Arline Awards 2014 de la meilleure société aérienne régionale en Amérique du Nord. C'est la première fois que Skytrax décerne un prix dans la catégorie des sociétés aériennes régionales.

Chaque année, des voyageurs de plus de 160 pays participent au plus grand sondage au monde sur la satisfaction des passagers des sociétés aériennes au terme duquel les gagnants sont choisis. Cette année, la cérémonie de remise des prix a eu lieu au salon international de l'aéronautique de Farnborough (Royaume-Uni).

« Cette marque de reconnaissance distingue Porter sur la scène internationale, a déclaré Robert Deluce, président et chef de la direction de Porter Airlines. Elle démontre que les passagers aiment notre approche du service et apprécient la commodité d'un aéroport situé au centre-ville comme l'aéroport Billy Bishop de Toronto. »

Porter se démarque de ses concurrents en mettant l'accent sur le service et en offrant gratuitement certains avantages comme l'accès aux salons, de la bière, du vin et de la nourriture à tous les passagers. « Nous espérons élargir nos horizons et exploiter des liaisons à la grandeur de l'Amérique du Nord, a ajouté M. Deluce. Avec de nouvelles destinations telles que Miami, Los Angeles, San Francisco et Vancouver, encore plus de voyageurs profiteront de l'expérience Porter. »

Porter a l'intention de relier son réseau actuel, en passant par son aéroport d'attache pratique au centre-ville de Toronto, à des destinations à la grandeur de l'Amérique du Nord à compter de 2016. Les approbations officielles n'ont pas encore été octroyées.

Source : Porter Airlines, in TourismExpress, 16 juillet 2014

## **LA POUSSÉE DES TRANSPORTEURS À BAS COÛTS**

Il y a une quinzaine d'années, la naissance des transporteurs à bas coûts a chamboulé tout le secteur aérien, et leur succès continue de grandir. Selon Euromonitor, ces compagnies voient leur part de marché et leur popularité s'accroître chaque année, exacerbant la rivalité avec les transporteurs réguliers. En novembre 2013, elles proposaient 20% de l'ensemble des vols et 25% des sièges hebdomadaires à l'échelle mondiale.

Elles opèrent de nombreux changements dans leurs stratégies de développement et de prix. Tandis que le modèle *ultra low cost*, popularisé par Spirit Airlines et Allegiant Air, continue son avancée aux États-Unis, les transporteurs européens à bas coûts se rapprochent davantage de celui du *middle cost* à l'instar de EasyJet.

Le premier modèle d'affaires consiste à vendre des billets à très bas prix et à ajouter de nombreux services payants (bagages, nourriture, impression des billets). Ces suppléments représentent en moyenne 40% du prix total d'un voyage avec Spirit Airlines. Le second modèle, lancé par EasyJet, est à présent adopté par Air Berlin, Vueling et plus récemment Ryanair. Ces compagnies aériennes baissent les coûts de certains services (frais de bagages, réimpression de carte d'embarquement) et bonifient leur offre en ajoutant des services payants, comme la réservation de siège et le passage rapide à l'aéroport.

Ce modèle vise aussi la clientèle d'affaires. Des sections comportant des sièges plus larges et confortables lui sont maintenant réservées. Par exemple, JetBlue, depuis juin, propose des tarifs comprenant des cocktails, un repas amélioré et un accès Wi-Fi. Vueling lançait en 2012 la classe «Excellence» avec pour objectif de compter 50% de voyageurs d'affaires dans sa clientèle avant la fin de 2013. En France, une nouvelle compagnie low-cost vient de voir le jour, *La Compagnie*, et se positionne entièrement sur le segment affaires pour des vols entre Paris et New-York.

Par ces transformations, le modèle d'affaires des compagnies aériennes *middle cost* se rapproche de celui des transporteurs réguliers, alors que ces derniers, face à cette rude concurrence, tentent de se faire une place dans le créneau *low cost*. Air Canada rouge, Air France avec ses filiales Transavia et Hop! ainsi que Lufthansa et sa nouvelle marque WINGS en sont des exemples.

Source : Réseau de veille en tourisme, 21 juillet 2014 (extraits)

## **AÉROPORTS DE MONTRÉAL : HAUSSE DE 5,3 %**

Aéroports de Montréal a annoncé ses résultats d'exploitation consolidés pour les périodes de trois mois et de six mois terminées le 30 juin 2014. Par rapport aux périodes correspondantes l'an dernier, le trafic passager a augmenté de 5,3 % au deuxième trimestre et de 3,0 % pour le semestre terminé le 30 juin 2014.

Source : Aéroports de Montréal, in TourismExpress, 6 août 2014

## VEILLE TOURISTIQUE (avec la collaboration du Réseau de veille en tourisme)

### TENDANCES DES MARCHÉS ET DES CLIENTÈLES

#### Les habitudes d'achat des voyageurs américains

- ✓ Les sites Web des compagnies aériennes sont le principal moyen utilisé pour l'achat d'un billet d'avion; seulement 10 % des voyageurs réservent par téléphone.
- ✓ Plus du tiers des touristes américains achètent majoritairement leur billet de deux à trois mois à l'avance (37 % pour des séjours d'une semaine et 34 % pour des longues fins de semaine).
- ✓ Près d'un quart (21 %) achètent leur semaine de vacances de 3 à 6 mois à l'avance.
- ✓ Les voyageurs qui réservent un *week-end* sont plus susceptibles d'acheter leurs billets moins d'une semaine à un mois avant le départ (23 %) que ceux qui réservent une semaine complète de vacances (15 %).

Source : skift.com, juillet 2014

#### Portrait de la demande touristique internationale

- ✓ La demande touristique internationale est restée forte au cours des quatre premiers mois de 2014, si l'on en croit le dernier *Baromètre OMT du tourisme mondial*.
- ✓ Le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde a progressé de 5 %, soit autant que durant toute l'année 2013.
- ✓ Presque toutes les sous-régions affichent une progression du nombre d'arrivées de touristes internationaux égale ou supérieure à 4 %.
- ✓ Par région, la hausse la plus marquée a été enregistrée en Asie-Pacifique et aux Amériques (+6 %), suivies de près par l'Europe et l'Afrique (+5 % toutes les deux).
- ✓ Par sous-région, l'Europe du Nord, l'Europe du Sud et l'Europe méditerranéenne, l'Afrique du Nord et l'Asie du Sud (+8 % partout) sortent du lot.
- ✓ Les perspectives pour la haute saison touristique en cours demeurent excellentes, puisque l'on prévoit que plus de 460 millions de personnes voyageront à l'étranger entre mai et août 2014, ce qui représente en moyenne 41 % des arrivées de touristes internationaux pendant l'année.
- ✓ Les données sur les réservations de vols internationaux prévoient des réservations en hausse de 8 % par rapport à la même période un an plus tôt.
- ✓ La hausse la plus forte concerne les réservations de vols internationaux au départ des marchés asiatiques, devant les Amériques.
- ✓ Sur l'ensemble de l'année 2014, le nombre d'arrivées de touristes internationaux devrait croître de 4,0 ou 4,5 %, une hausse légèrement supérieure à la prévision de long terme de l'OMT pour la période 2010-2020 (3,8 %).

Source : Organisation mondiale du tourisme

#### Le tourisme international au Québec

- ✓ Pour la période de janvier à mai 2014, le Québec enregistre une légère baisse de 0,2 % de ses entrées de touristes internationaux par rapport à la même période en 2013. Une hausse est toutefois observée à cet égard en Ontario (0,2 %), en Colombie-Britannique (6,9 %) ainsi que pour l'ensemble du Canada (1,8 %).

Source : Tourisme Québec, 25 juillet 2014

Nouvelles routes pour WestJet

- ✓ WestJet ajoutera deux nouvelles destinations et augmentera la fréquence de ses vols sur 19 routes existantes pour la saison d'hiver-printemps 2014-2015 :
  - service sans escale deux fois par jour entre Toronto et Fredericton, débutant le 15 avril 2015;
  - service hebdomadaire sans escale entre Calgary et Loreto, au Mexique, qui sera lancé le 14 février 2015.

Source : West-Jet2-fr.mediaroom.com, 21 juillet 2014

L'aéroport d'Halifax offre l'enregistrement entièrement en libre-service

- ✓ L'aéroport international Stanfield de Halifax est devenu le premier aéroport en Amérique du Nord à offrir un système complet d'enregistrement en libre-service pour tous les voyageurs aériens.
- ✓ Tous les passagers peuvent dorénavant sélectionner leur propre siège et étiqueter leurs bagages, quelle que soit la compagnie aérienne avec laquelle ils voyagent.
- ✓ Il s'agit d'un projet de 45 millions de dollars qui a pris 18 mois à concrétiser.
- ✓ L'aéroport de Calgary envisage d'offrir un service similaire à son nouveau terminal qui ouvrira en 2015.

Source : travelmode.com, 24 juillet 2014

Tendances technologiques dans les aéroports américains

- ✓ 95 % des aéroports investissent dans le développement d'applications mobiles.
- ✓ 80 % d'entre eux offrent des kiosques d'enregistrement en libre-service et la presque totalité (98 %) compte en proposer d'ici 2016.
- ✓ Plus de 80 % des aéroports envisagent d'offrir l'étiquetage et le dépôt de bagages en libre-service d'ici 2016.

Source : skift.com, juillet 2014

Des vols vers l'Asie au départ de l'aéroport international de Montréal?

- ✓ Pourquoi ne pas attirer les compagnies asiatiques à s'imposer dans le marché montréalais?
- ✓ En choisissant d'atterrir trois fois par semaine à l'aéroport de Montréal depuis juin 2011, Qatar Airways s'impose au Québec comme un choix avantageux en proposant des liaisons à une seule correspondance vers plusieurs destinations au Moyen-Orient et en Asie centrale, notamment. Seulement cinq mois après l'établissement de la nouvelle ligne Montréal-Doha, Qatar Airways en augmentait la capacité de près de 30 %, en troquant les appareils utilisés pour des plus grands.
- ✓ À l'instar de Qatar Airways, des compagnies aériennes comme Japan Airlines ou China Eastern auraient tout à gagner à atterrir ici :
  - l'établissement d'une liaison supplémentaire avec leur plaque tournante, augmentant ainsi l'achalandage sur l'ensemble de leurs vols;
  - l'entrée sur le marché montréalais du vol direct vers l'Asie, pour le moment exempt de toute concurrence.

Source : lapresse.ca, 14 juillet 2014