

RAPPORT DU CONSEIL MONDIAL DU TOURISME : IMPACT ÉCONOMIQUE DES VOYAGES ET DU TOURISME DANS LE MONDE EN 2014 ET PERSPECTIVES 2015-2025

Selon le dernier rapport du Conseil mondial du tourisme (World Travel & Tourism Council), le secteur des voyages et du tourisme devrait continuer à croître plus rapidement que l'économie globale.

L'année 2014 a de nouveau été une année de réussite pour le secteur

- La contribution directe des Voyages et du Tourisme au PIB mondial a été de 2 400 milliards de dollars en 2014, ainsi que la création de 105 millions emplois.
- En prenant en compte l'ensemble de ses impacts sur la chaîne d'approvisionnement, la contribution totale du secteur au PIB mondial a été de 7 600 milliards de dollars (9,8% du PIB) soit une augmentation de 3,6% en 2014. Une fois de plus la croissance du secteur a été plus rapide que celle de l'économie générale, et ce pour la cinquième année consécutive.
- 2,1 millions d'emplois supplémentaires ont été générés directement dans le secteur en 2014 et au total, 6,1 millions de nouveaux emplois ont été créés induits par l'activité touristique. La contribution totale des voyages et du tourisme à l'emploi a progressé de 2,3 % en 2014.
- La contribution du secteur des voyages et du tourisme à l'économie est de 9,8% et équivaut à 1 sur 11 du total des emplois dans le monde.

Perspectives pour 2015

- La contribution de 3,7% du secteur au PIB devrait croître encore plus en 2015, la croissance du secteur des voyages et du tourisme devrait de nouveau dépasser la croissance de l'économie en général en 2015 (2,9%). Le WTTC s'attend à ce que les voyages et le tourisme créeront environ 7,2 millions de nouveaux emplois au total en 2015, dont 2,1 millions créés directement dans le secteur. Cela représente des taux de croissance de 2,6 % et 2,0% respectivement. Toutes les régions devraient profiter à la fois d'une croissance forte en terme du PIB et de l'emploi liée aux voyages et tourisme en 2015.

Les perspectives 2015-2025

- Le PIB du secteur du tourisme et des voyages devra connaître une croissance moyenne annuelle de 3,8%. À long terme, la croissance devra continuer à dépasser celle de l'économie mondiale ainsi que des autres industries.
- Le secteur des voyages et du tourisme devrait permettre de créer 72,9 millions de nouveaux emplois dont 23,2 millions d'emplois directs.
- La contribution du tourisme à l'économie globale devra augmenter de 9,8% en 2014 à 10,5% en 2025 – la réussite de cette croissance repose sur la croissance de la demande provenant des marchés émergents et une croissance des dépenses touristiques.
- L'Asie du Sud est la région qui connaît la plus grande croissance à long terme (7%) l'Inde dépassera la Chine. Les principaux pays dont la croissance contribuera le plus au PIB du secteur d'ici 2025 seront l'Inde, la Chine, la Thaïlande, l'Indonésie, le Pérou et le Kenya.

Source : TourismExpress, 13 avril 2015

HAUSSE DE 6,2% DES DÉPENSES DE VOYAGES D'AFFAIRES ATTENDUE POUR 2015 AUX ÉTATS-UNIS

Une hausse de 6,2 % des dépenses de voyages d'affaires est attendue pour 2015 aux États-Unis, portant les dépenses totales à plus de 310 milliards, selon la *Global Business Travel Association*.

En 2014, les dépenses des entreprises pour les voyages d'affaires ont atteint 292.2 milliards, un record. La *Global Business Travel Association* attribue cette hausse au faible coût du pétrole et à l'augmentation générale des dépenses des consommateurs. L'association projette une hausse des voyages d'affaires de 1,8 % et une hausse des dépenses de 5,8 % pour 2016 aux États-Unis.

Source : Tourism-review, in TourismExpress, 15 avril 2015

AU CANADA L'INDUSTRIE DES VOYAGES D'AFFAIRES REPRÉSENTE PRÈS DE 23,5 MILLIARDS \$

Un nouveau rapport publié le mois dernier par la Global Business Travel Association (GBTA) Foundation dans le cadre de sa conférence 2015, qui a lieu à Toronto, démontre l'impact économique positif que les guerriers de la route ont sur l'économie du pays et explore l'effet quantitatif des voyages d'affaires sur l'économie canadienne. L'étude, parrainée par Intercontinental Hotels Group (IHG), révèle que les dépenses associées aux voyages d'affaires qui ont été faites au Canada en 2013 ont atteint 23,5 milliards \$, ce qui correspond à 1,5 pour cent du PIB canadien.

L'étude d'impact démontre aussi que les entreprises ont poussé les voyageurs à arpenter les routes du Canada à 35,8 millions de reprises. 434 000 emplois et 16,9 milliards \$ en salaires et traitements sont attribuables à l'industrie des voyages d'affaires, qui génère 8,6 milliards \$ en taxes.

En 2013, les voyageurs d'affaires au Canada ont dépensé en moyenne 656 \$ par sortie, dont 131 \$ en hébergement, 75 \$ en déplacement aérien, 12 \$ en location de voiture, 100 \$ en aliments et boissons dans les restaurants, et 8 \$ en divertissement. La majorité (80 pour cent) de ces voyages d'affaires se sont faits en voiture.

Au Canada, la contribution des voyages d'affaires au PIB du pays se chiffre à 27,2 milliards \$ - à toutes fins utiles, chaque dollar dépensé lors d'un voyage d'affaires génère environ 1,16 \$ au sein du PIB. Plus de 60 pour cent de tous les voyages d'affaires au Canada se sont faits vers l'Ontario, le Québec ou à l'intérieur de ces provinces, Toronto et Montréal étant les deux destinations commerciales les plus populaires.

Sur les 2,6 millions d'arrivées internationales au Canada, plus des trois quarts de ce groupe de voyageurs provenaient des États-Unis.

Source : J'aimonvoyage.ca, in TourismExpress, 24 avril 2015

SAISON ESTIVALE DES VOLS DE TORONTO À MONT-TREMBLANT

Rappelons que la saison estivale de vols aériens démarre le 19 juin avec deux à quatre vols par semaine, selon la période, sur Porter de l'aéroport Billy Bishop du centre-ville de Toronto. Des vols spéciaux sont également à l'horaire pour certains jours fériés ainsi que pour les compétitions Ironman Mont-Tremblant et le festival Wanderlust en août.

L'horaire des vols d'été se poursuit jusqu'au 13 septembre et est déjà en ligne sur le site de Tourisme aérien Laurentides (www.tourismeaerienlaurentides.ca) ainsi que sur les sites de Tremblant (www.tremblant.ca) et Tourisme Mont-Tremblant (www.mont-tremblant.ca).

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DES LAURENTIDES POUR L'HIVER 2014-2015

Les seules données à notre disposition pour analyser cette fréquentation sont celles des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus. Pour le moment, seul un portrait partiel peut être présenté, car il exclut les données de mars 2015. Malgré le redoux de la période des Fêtes (un moment stratégique de la fréquentation touristique) et un hiver généralement reconnu pour son froid certain, la région s'en tire bien.

En moyenne, le taux d'occupation moyen pour les mois de décembre 2014 et de janvier et février 2015 s'est situé à 45,9 % soit presque au même niveau qu'à l'hiver 2013-2014. Pour la même période, le prix moyen par unité occupée est de 173,77 \$ et le RevPAR (revenu par chambre) à 79,53 \$, ce qui constitue une croissance respectivement de 2,3 % et de 0,7 % par rapport à l'hiver 2013-2014. Les établissements de la MRC des Pays-d'en-Haut se distinguent d'ailleurs avec des gains notables du taux d'occupation, du prix moyen, et du RevPAR par rapport à l'hiver passé.

Qu'en est-il de notre performance par rapport à d'autres régions du Québec?

De décembre 2014 à février 2015, la performance des régions du Québec, en excluant Montréal et Québec, se situait à 37,8 % pour le taux d'occupation comparativement à 45,7 % pour les Laurentides. Il s'agit d'une différence majeure en faveur des Laurentides, qui est aussi observable au niveau du prix et du RevPAR. Toute une performance en fait, si l'on tient compte que les Laurentides ont le 3e parc hôtelier de la province (après Montréal et Québec).

Notre parc hôtelier (nombre d'unités d'hébergement) est aussi important que ceux réunis de Lanaudière, Mauricie et du Saguenay-Lac-Saint-Jean! Nos taux d'occupation même quand ils sont plus bas, génèrent donc plus de dépenses touristiques. Si la tendance se maintient, les Laurentides sont en route pour contribuer à l'objectif fixé par le ministère du Tourisme pour 2020, dans le Plan de Développement de l'Industrie Touristique (PDIT) en termes d'augmentation des recettes touristiques!

Source : Des nouvelles et du tourisme, Infolettre Tourisme Laurentides, 21 avril 2015

NOMBRE DE TOURISTES ETRANGERS AU CANADA EN AUGMENTATION EN JANVIER ET FEVRIER

Selon le dernier numéro de Tourisme en bref (février 2015) de la Commission canadienne du tourisme, le nombre de touristes étrangers au Canada a connu une augmentation pour les deux premiers mois de l'année.

- Le nombre total d'arrivées internationales a augmenté de 6,1 %.
- Le nombre d'arrivées totales pour une nuit ou plus en provenance des États-Unis, marché qui représente 67 % des visiteurs étrangers au Canada, a augmenté de 5,3 %.
- Le nombre de visiteur par avion des États-Unis a connu une croissance de 7,3 % pour l'ensemble du pays.
- Le programme de visa CAN+ et l'ajout d'un nouveau vol entre Rio de Janeiro et Toronto ont contribué à une augmentation de 27 % du nombre de visiteurs du Brésil et de 13,5 % du nombre de visiteurs du Mexique.
- Le nombre de visiteurs des États-Unis par avion pour le Québec a connu une croissance de 4 % versus le nombre de visiteurs des États-Unis par voiture qui a connu une baisse de 1,3 %.

Source : Tourisme en bref, CCT, février 2015

SELON L'ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU CANADA, LE DERNIER BUDGET FÉDÉRAL OUVRE LES PORTES AUX TOURISTES AMÉRICAINS

Le budget fédéral déposé le 21 avril dernier comporte des mesures importantes favorisant l'industrie canadienne du tourisme et des voyages, notamment un engagement à investir dans la proposition *Accueillir l'Amérique* élaborée par l'AITC. En vertu de cette proposition, le gouvernement fédéral investira des sommes équivalentes à celles consacrées par l'industrie afin de stimuler à nouveau l'intérêt des voyageurs américains envers le Canada en tant que destination touristique de choix, et ce, sous forme d'une campagne promotionnelle dirigée par la Commission canadienne du tourisme.

« Les États-Unis constituent le plus important marché touristique du Canada, a indiqué Charlotte Bell, présidente – directrice générale de l'Association de l'industrie touristique du Canada. Or, avec une économie américaine qui reprend du mieux, un nombre record de détenteurs d'un passeport américain et un taux de change favorable, le temps est tout à fait opportun pour lancer une campagne promotionnelle nationale visant à ramener chez nous les quelque 4 millions de visiteurs américains qui nous délaissent chaque année depuis 2001. »

Le secteur mondial des voyages est extrêmement concurrentiel, et l'avantage d'un pays par rapport à un autre se mesure par la qualité des expériences offertes, la facilité d'accès et les coûts. Or, la compétitivité du Canada en tant que destination prisée exige davantage qu'une campagne de marketing efficace. Nous ne pouvons tenir nos promesses touristiques qu'en offrant un accès à la fois facile et abordable et des expériences mémorables de calibre mondial. Par l'entremise de la *Stratégie fédérale de tourisme*, l'AITC, de concert avec plusieurs ministères et agences fédéraux, se consacre à l'amélioration de la performance de notre industrie. Le budget comporte d'autres mesures visant à faciliter les visites au pays, dont l'élargissement du programme d'Autorisation de voyage électronique afin d'éliminer les exigences en matière de visa en ce qui a trait aux importants marchés émergents que sont le Mexique et le Brésil.

Source : Association de l'industrie touristique du Canada