

Pour contribuer à la prospérité,
l'industrie touristique doit se brancher
(dans tous les sens du terme...)

René Vézina
Juin 2016



Aujourd'hui, tout passe par la connectivité



Et par l'innovation !

(Se démarquer pour ne pas se faire débarquer !)



Pour le tourisme, rien n'est acquis



L'ère du client roi

How was
your visit?

Ces phénomènes qui brassent les habitudes

E-TOURISME



les affaires

Pendant ce temps, ici, de grands enjeux !



les affaires

Table d'hôte du jour

- L'économie d'ailleurs et celle du Québec
- Pourquoi le tourisme
- L'impact des nouvelles technologies et l'adaptation
- Pour la suite du monde

Notre économie, entre inquiétudes et espoirs

- Des ralentissements imprévus
- Quand la Chine commande 70 % de la demande de fer...
- Et la référendum à venir au Royaume-Uni
- Bien des points d'interrogation
- Même des faiblesses aux États-Unis, 38 000 emplois en mai
- Par contre, enfin un rebond au Québec, plus 21 600, TP
- Le huard faible finit par se faire sentir
- Plein de touristes américains à la F1
- Mais une semaine dans l'année ?

Mauvaise stratégie que celle d'une devise faible

- Afflux de touristes quand bon pouvoir d'achat
- Mais ils reculent si l'équation change
- La même question pour les clubs professionnels
- Et pour l'exportation, notre bouée de sauvetage
- L'enjeu ? Durer.
- Avec une offre qui ne dépend pas des taux de change
- Pour les touristes, les courtiser partout sur la planète
- Les convaincre, surtout qu'ils n'ont jamais été si nombreux
- En faisant valoir les avantages tangibles et intangibles

En constante augmentation (MTQ, données 02/16)

- Toujours des nuitées de plus pour le Québec
- Alors qu'en baisse dans le ROC
- Hausse marquée des Américains (11,2 %)
- Intéressant : régions moins habituelles, Sud, Ouest, SO,
- Et de la Chine ! Hausse de 110 % de 2013 à 2014
- Dépenses d'agrément même avant les congrès
- Des dépenses internationales en hausse, 1,43 G \$ contre 1,25
- Mais il faut des produits d'appel été comme hiver
- Des locomotives, puis des wagons

Rappel des avantages certains du tourisme

- Une des industries les plus décentralisées au Québec
- Qui ne peut pas être délocalisée
- Avec renouvellement constant de l'offre
- Dans des créneaux en développement
- Exemple du tourisme agroalimentaire, des croisières, etc.
- Et tourisme de gastronomie...
- Et l'attrait de nos grandes villes sécuritaires
- Mais ne rien prendre pour acquis, toujours forte concurrence
- Pour les nouveaux touristes, de pays et de générations

Convaincre les anciens et les nouveaux



L'industrie touristique en hausse constante

- Hausse de plus de 4,4 % en 2015 (*rf Baromètre OMT, 06-05-16*)
- Pour le tourisme international
- En 2015 : 1,18 G d'arrivées aux quatre coins du globe
- En ordre: États-Unis, Chine, France, Espagne
- Hausse de 4,3 % en Amérique du Nord, sous la moyenne
- Parce que d'autres destinations se révèlent
- « Ces dernières années, le tourisme s'est avéré être une activité économique étonnamment forte et résiliente et un secteur apportant une contribution essentielle à la reprise économique, générant des milliards de dollars de recettes d'exportation et créant des millions d'emplois » (Taleb Rifai)
- Mais attention au mirage des retombées !

Retombées ? Quelles retombées ?



Du moins vrai et du vrai

- Pas d'hier qu'on s'interroge sur les chiffres
- La claque : étude sur retombées réelles Grand Prix F1
- Valeur ajoutée pour le Québec : 42,4 M \$ (on clamait 88 M)
- Retombées fiscales 8,1 M \$ (versus 18 M)
- Oui, vitrine internationale exceptionnelle
- Mais s'en tenir à l'impact direct pour un portrait plus conforme
- Le risque de l'enflure des chiffres et du crémage excessif
- Si ça s'applique au Grand Prix, ça doit s'appliquer ailleurs ?
- Désormais, scepticisme

Mais aussi, du vrai, même plus

- Comment calculer les intangibles ? Comme :
- La rencontre des cultures
- Le nouvel esprit entrepreneurial
- L'inspiration pour les jeunes
- L'appui aux fournisseurs locaux
- L'émulation entre les régions
- L'émergence de nouveaux produits (ex. gastronomie locale)
- De nouvelles fiertés lorsque reconnaissances
- Sans compter l'ouverture aux autres

Mais de nouvelles réalités qui brisent la routine

- Airbnb, une de plus importantes chaînes hôtelières au monde
- Origine du nom
- Dit payer ses taxes, mais les impôts ?
- Un des fondateurs à C2 Mtl, 40 % des gens ne voyageraient pas
- Cherchent meilleurs prix, plus de contacts
- Dit qu'Airbnb descend des hôtels boutique
- Dans la ligné de l'économie de partage, mettons
- Résistances, comme Über, mais la pâte dentifrice est sortie
- Vous faites quoi ?

Alors qu'hospitalité et bons prix



Pas le choix d'aller par en avant

- Combien se sont fait dire « J'ai vu sur Internet »...
- Toujours des sites, pas toujours des suivis
- Sauf quand commentaire meurtrier sur médias sociaux
- Et même, les grandes entreprises se plantent (Lassonde)
- Miser sur la satisfaction des clients
- Et raconter son histoire
- Il faut y mettre du temps, mais des résultats au tournant
- Toujours vigilance
- Autrement, dictature des Trip Advisor

Le tourisme en temps réel

- Va aller en s'accélération
- Plus moyen de se cacher
- Pire, souvent des rumeurs non fondées et des vengeances
- Mais obligation d'être aux aguets
- Et encore une fois, ne rien prendre pour acquis
- Mieux, convertir un problème en opportunité
- Mettre les gens de votre côté
- Parce que Vox populi, Vox Dei

Le bruit court, il paraît que...



L'histoire du Curé d'Ars (Jean-Marie Vianney)



Bienvenue à l'ère du Tourisme 2.0 !



Rappel des grands indicateurs

- Taux d'intérêt toujours faible, crédit abordable
- Consommateurs vigilants (ici, endettement 165 % revenu)
- Concurrence féroce pour les transports, tarifs sous pression
- Prix de l'énergie en lente remontée, pas de hausses brutales
- Plus de retraités que de nouveaux travailleurs
- De nouveaux clients à gagner, personnes toujours actives
- Dollar canadien encore fiable mais reprend de la vigueur
- L'hôtellerie et la restauration sous pression (Airbnb, etc.)
- L'imagination et l'excellence au travail

Quand même, 2.0 ou non, des vacances !



Conclusion, en souvenir de mon regretté collègue Jean Lapierre

« Je reviens à mon exemple de la reine du carnaval : ce n'est pas nécessairement la plus belle qui gagne, c'est celle qui a vendu le plus de chandelles ! »
(et c'est pareil pour ceux qui travaillent davantage pour réussir...)



Merci

René Vézina
Chroniqueur, *Les Affaires*
Juin 2016

