

TOURISME ET COVID-19

Résumé du 6 au 10 juillet 2020



À PROPOS DES AUTEURS

Ce bulletin est le fruit d'une collaboration entre le ministère du Tourisme et la Chaire de tourisme Transat.

Le ministère du Tourisme soutient le développement et la promotion du tourisme au Québec, en plus de favoriser les partenariats et la concertation des intervenants de l'industrie. Il fournit également de l'information stratégique aux acteurs publics et privés afin de les aider dans leur prise de décision.

La Chaire est une unité de recherche-action de l'ESG UQAM. Elle accompagne les entreprises touristiques québécoises par la recherche, la diffusion de l'information et le développement de la formation depuis plus de 25 ans. Elle dirige également le Réseau de veille en tourisme.

SIX THÉMATIQUES COUVERTES

Les nouvelles pertinentes hebdomadaires ont été sélectionnées et résumées par nos équipes selon six grands thèmes :

1. Image de marque et marketing post-covid des destinations
2. Tourisme urbain, aménagements de l'espace et tourisme d'affaires
3. Innovation et adaptation des produits et des services
4. Comportements et confiance des clientèles
5. Accompagnement du milieu privé/public et rôles des DMO
6. Approches de déconfinement



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Tourisme
Québec



RÉSEAU
VEILLE
TOURISME

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQAM

FAITS SAILLANTS



IMAGE DE MARQUE ET MARKETING POST- COVID DES DESTINATIONS

Pendant que le tourisme local gagne du terrain, les destinations en profitent pour repenser leurs stratégies actuelles et futures pour être en mesure de maintenir le développement économique sans dépendre des touristes internationaux.



TOURISME URBAIN, AMÉNAGEMENTS DE L'ESPACE ET TOURISME D'AFFAIRES

Les acteurs des villes du Canada lancent un cri du cœur pour un virage durable. On observe un regain d'espoir des entreprises pour les voyages d'affaires. Les centres de foires réouvrent en Chine; ceux de l'Europe font pression pour opérer d'ici septembre.



INNOVATION ET ADAPTATION DES PRODUITS ET DES SERVICES

Avec le déconfinement, les rassemblements sont plus nombreux. Plusieurs initiatives à travers le monde permettent de regrouper les gens de manière sécuritaire lors de prestations à petite ou grande échelle.



COMPORTEMENTS ET CONFIANCE DES CLIENTÈLES

Si la peur du virus est bien présente chez les Américains et les Canadiens, les Québécois demeurent plus favorables à recevoir des voyageurs. Les Chinois partent à la recherche d'aventure et de découverte.



ACCOMPAGNEMENT DU MILIEU PRIVÉ/PUBLIC ET RÔLES DES DMO

L'Occitanie en met plein la vue pour la relance touristique, Visit Britain lance *We're good to go* et l'OMT publie un comparatif des politiques touristiques par pays.



APPROCHES DE DÉCONFINEMENT

Les phases de déconfinement se poursuivent dans le monde. Des éclosions amènent des actions immédiates des autorités.



IMAGE DE MARQUE ET MARKETING POST-COVID DES DESTINATIONS



PROMOTION DU TOURISME LOCAL : AVANT ET APRÈS LA PANDÉMIE

Visit Jamaica a élaboré une campagne ayant pour but de solliciter les Jamaïcains à visiter leur pays. Cette pratique qui tente de convertir les habitants en ambassadeurs n'est pas nouvelle. « Join me in Jamaica » avait été lancée dans les dernières années et mettait en vedette Sean Paul, natif de la Jamaïque. Les résidents, la culture et le patrimoine font partie intégrante de leur offre touristique. Cette diversité visant différents persona agit à titre d'avantage compétitif.

Pendant que le tourisme local gagne du terrain, les destinations en profitent pour repenser leurs stratégies actuelles et futures dans le but d'être en mesure de maintenir le développement économique sans dépendre des touristes internationaux.



AUCKLAND : POUR UNE APPROCHE PLUS « AUTOSUFFISANTE »

La ville d'Auckland a souvent été fortement dépendante des touristes internationaux, mais cette situation est en train de se transformer. Le développement du marché intérieur par Tourism New Zealand a été vu comme une opportunité par Auckland NZ afin de miser davantage sur la croissance économique locale et durable pour le futur. D'ailleurs, le développement durable et la résilience est l'un des trois piliers de leur nouveau plan stratégique 2020-2025.



UNE PLATEFORME D'ACHAT POUR SOUTENIR LES ACTEURS TOURISTIQUES LOCAUX

Vivez l'Ontario est un nouveau site bientôt disponible en ligne qui a pour but de soutenir les acteurs touristiques locaux. Il sera possible d'y acheter des produits, d'y lire des recommandations sur les meilleures expériences à réaliser et même d'y faire des dons. Les entreprises, les entrepreneurs, les artistes et les attractions sont invités à s'y inscrire afin de bénéficier de cette vitrine. En attendant son lancement officiel, des activités par secteur y sont déjà proposées.





L'IMPORTANCE DU RÉFÉRENCIAGE GOOGLE

Le groupe Heroik a analysé les flux web entrants de plus de 80 voyageurs français afin d'évaluer leur indice de dépendance aux moteurs de recherche. Plus il est élevé, plus le site internet est dépendant aux moteurs de recherche, donc principalement à Google. De façon générale, les entreprises ayant une grande notoriété sont moins dépendantes de Google. L'indice moyen du secteur touristique est de 42,9, comparativement à 34,4 pour l'ensemble des secteurs économiques.



TOURISME URBAIN, AMÉNAGEMENTS DE L'ESPACE ET TOURISME D'AFFAIRES



UN CRI POUR LE CHANGEMENT DANS LE DÉVELOPPEMENT DES VILLES

Au cours des dernières semaines, les milieux urbains ont subi des transformations rapides au profit des piétons, des cyclistes et des petits commerçants. L'après COVID-19 constitue ainsi une occasion de réparer les erreurs du passé et de prendre un véritable virage vers des villes accessibles, équitables, durables et résilientes. Plus d'une centaine de Canadiens influents ont signé la [Déclaration 2020 pour la résilience des villes canadiennes](#) qui prône ce changement de cap par 20 propositions.

Les acteurs des villes du Canada lancent un cri du cœur pour un virage durable. On observe un regain d'espoir des entreprises pour les voyages d'affaires. Les centres de foires réouvrent en Chine; ceux de l'Europe font pression pour opérer d'ici septembre.



UN PEU D'OPTIMISME POUR LE RETOUR DES VOYAGES D'AFFAIRES

La plus récente vague de [sondage de la Global Business Travel Association \(GBTA\)](#) – réalisée du 9 au 14 juin – révèle que 49 % des entreprises prévoient reprendre les voyages intérieurs d'ici 1 à 3 mois, cette proportion s'élève à 22 % lorsqu'il est question de l'ensemble des voyages. Alors que 37 % des sociétés sondées autorisaient certains déplacements essentiels lors du sondage dévoilé le 20 mai, on en compte aujourd'hui 44 %.



REPRISE DES EXPOSITIONS COMMERCIALES

Au début de juillet, le Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center accueillait deux expositions majeures, parmi [les premiers grands rassemblements de ce genre](#) en Chine depuis des mois. Quelque 8 000 visiteurs s'y sont rendus le 1er jour. Ils ont dû réserver leur plage horaire, faire prendre leur température sur place et porter le masque. Les [centres de foires d'Europe](#) font pression pour une réouverture au plus tard le 1er septembre.



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Tourisme
Québec

RÉSEAU
VEILLE
TOURISME

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQÀM



ÉVÉNEMENTS VIRTUELS : DES PLATEFORMES POUR TOUS LES BESOINS !

La pandémie impactera l'industrie des événements et des rencontres d'affaires pendant quelques années au moins. Comme les événements virtuels demeurent une façon sécuritaire de tenir des événements, Event MB a produit un [document qui compare 94 plateformes](#) pour la tenue de tels événements. Il rend compte des résultats d'une enquête menée auprès de 1000 professionnels du domaine et présente des conseils sur la manière de choisir celle qui correspond le plus à ses besoins.



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Tourisme
Québec 

RÉSEAU
 VEILLE
TOURISME

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQÀM

INNOVATION ET ADAPTATION DES PRODUITS ET DES SERVICES



LES ALTERNATIVES AUX RASSEMBLEMENTS DE VOITURES

L'industrie du divertissement s'adapte en proposant de nombreux moyens de rassemblements qui respectent les mesures de distanciation physique. En Italie, la compagnie Bike-In encourage les déplacements écologiques en vélo vers les évènements. Chaque cycliste a un accès à une zone exclusive préalablement réservée avant le spectacle. À Newcastle, les responsables du Virgin Money Unity Arena ont installé 500 plateformes d'observation individuelles surplombant la scène extérieure pour accueillir 2500 personnes. Deux mètres séparent chacun des modules.

Avec le déconfinement, les rassemblements sont plus nombreux. Plusieurs initiatives à travers le monde permettent de regrouper les gens de manière sécuritaire lors de prestations à petite ou grande échelle.



QUAND LE THÉÂTRE ANIME LES RUES DE LA VILLE

À Paris, deux comédiens parcourent les rues de la ville avec la première pièce de théâtre distanciée extérieure : C-O-N-T-A-C-T. Seulement huit spectateurs les accompagnent à chaque représentation. Munis d'un casque d'écoute et d'une application mobile qui permet d'accéder à l'audio de l'œuvre, les participants sont plongés dans l'intrigue avec les voix des acteurs et la trame sonore. Avec cette méthode, les risques d'attroupement sont limités puisque les passants ne sont pas attirés par les sons de la pièce.



FAVORISER LA DISTANCIATION SOCIALE DANS LES PUBS

Une nouvelle application mobile, Byevid, a vu le jour en Suède pour s'assurer que la fréquentation des pubs est sécuritaire. Les utilisateurs voient la capacité des établissements en temps réel les aidant ainsi à éviter les endroits déjà trop fréquentés. Ils peuvent également réserver des places et connaître les pratiques sanitaires des lieux en plus des exigences que les responsables peuvent imposer aux clients avant de les laisser entrer.



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Tourisme
Québec

RÉSEAU
VEILLE
TOURISME

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQÀM



LE TOURISME CRÉATIF, COUTEAU SUISSE DU REDÉMARRAGE DU TOURISME?

Depuis son apparition, le tourisme créatif ne cesse de croître. Un réseau d'échange a récemment vu le jour en France. On invite les gens à partager leurs propositions pour stimuler le tourisme local à partir d'expériences vécues. Outre l'expérience en soi, c'est également la valeur ajoutée qu'elle apporte au territoire qui est importante. C'est un levier de développement territorial permettant notamment de favoriser le tourisme hors-saison, de diversifier l'offre et la demande et favoriser la cohésion sociale.



COMPORTEMENTS ET CONFIANCE DES CLIENTÈLES



AMÉRICAINS

Selon Destination Analysts, 63 % des Américains estiment que le pire de la pandémie se dessine devant eux. Cette semaine, 37 % ont déclaré qu'ils s'empêcheront de visiter les endroits qu'ils convoitent normalement. Ils se sentiraient rassurés dans un hôtel dont les employés portent des masques, où les règles sanitaires sont clairement explicitées, où la distanciation physique est encouragée et où le désinfectant est fourni.

Si la peur du virus est toujours bien présente chez les Américains et les Canadiens, les Québécois demeurent plus favorables à recevoir des voyageurs. Les Chinois partent à la recherche d'aventure et de découverte.



CANADIENS

Au cours des dernières semaines, Léger remarque que la peur de contracter le virus a augmenté chez les Canadiens. Une majorité (86 %) des Canadiens s'oppose à la réouverture des frontières canado-américaines à la fin du mois de juillet, contre 36 % des Américains. Près d'un Canadien sur deux se déclare stressé de sortir de sa demeure.



QUÉBÉCOIS

Comparativement aux autres provinces canadiennes, le Québec demeure le plus favorable à recevoir des voyageurs selon Destination Canada. Plus de 50 % se disent prêts à accueillir des visiteurs du Canada et 20 % souhaiteraient aisément la bienvenue aux touristes des États-Unis. Les Québécois sont parmi les plus enthousiastes devant la promotion de leur territoire.



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Tourisme
Québec

RÉSEAU
VEILLE
TOURISME

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQÀM



CHINOIS

Selon un récent sondage auprès de 5000 Chinois, au début du confinement, ces touristes cherchaient à relaxer, mais plus le déconfinement avance, plus ils désirent l'aventure et la découverte. Une majorité évitera toutefois les lieux achalandés. Le Canada demeure leur dixième choix de destination après les pays d'Asie et d'Europe de l'Ouest.



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Tourisme
Québec 

RÉSEAU
VEILLE
TOURISME 

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQÀM

ACCOMPAGNEMENT DU MILIEU PRIVÉ/PUBLIC ET RÔLES DES DMO



UN PLAN AMBITIEUX EN OCCITANIE

La deuxième plus grande région de France lance son nouveau plan pour soutenir le secteur touristique et faciliter les départs en vacances. Parmi les 25 mesures annoncées, on y retrouve la carte OCC'YGENE offrant à la fois des tarifs avantageux aux résidents et un porte-monnaie électronique pris en charge par la région. En partenariat avec les 180 offices de tourisme du territoire, l'Occitanie a aussi mis sur pied la plateforme temporaire Le tour d'Occitanie en 180 expériences.

L'Occitanie en met plein la vue pour la relance touristique, Visit Britain lance We're good to go et l'OMT publie un comparatif des politiques touristiques par pays.



S'UNIR POUR L'AVENIR DU TOURISME MONDIAL

Six organisations mondiales du secteur touristique se sont associées pour former la Coalition pour l'avenir du tourisme, dans le but de placer les destinations au cœur des stratégies de réouverture à l'échelle mondiale. Cette coalition propose des principes directeurs en vue de la reprise et lance un appel aux agences touristiques, aux entreprises de voyage et aux gouvernements afin qu'ils s'engagent à mettre en œuvre ces principes. L'initiative connaît un bon succès.



DES INVESTISSEMENTS PUBLICS-PRIVÉS STRATÉGIQUES DANS LE DOMAINE DES ÉVÉNEMENTS D'AFFAIRES

Tourism Australia lance un programme pour favoriser la reprise des événements d'affaires au pays. Les promoteurs intéressés pourront obtenir un financement de 10 000 \$ ou plus, mais ils devront démontrer comment ils comptent s'y prendre pour investir la somme équivalente de leur côté (contribution financière équivalente, en nature ou par le biais de revenus indirects, etc.). Comme les frontières australiennes demeurent fermées pour un certain temps, la reprise de l'industrie des événements d'affaires sera orientée vers le local.



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Tourisme
Québec

RÉSEAU
VEILLE
TOURISME

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQÀM



COMPARATIF DES MESURES ET POLITIQUES TOURISTIQUES PAR PAYS

La plupart des pays ont adopté des mesures de soutien économique et à l'emploi à grande échelle. Le secteur touristique a fait l'objet de mesures spécifiques dans les pays dans lesquels il est reconnu comme un joueur important. Le tiers (33 %) des pays européens détiennent des politiques de relance spécifiques au tourisme, comparativement à 25 % pour l'Asie-Pacifique et 14 % pour les pays de l'Amérique. L'étude publiée en juin par l'OMT détaille ces mesures et politiques.



UNE NOUVELLE MARQUE DE COMMERCE POUR INSPIRER CONFIANCE AUX VOYAGEURS

Pour appuyer la relance du tourisme extérieur, Visit Britain a lancé une marque de commerce à l'échelle du Royaume-Uni, en partenariat avec les organisations touristiques nationales des différents pays, afin de créer un cercle de confiance touristique. Le sceau « We're Good To Go », que les adhérents peuvent apposer sur leur devanture, signifie que les entreprises touristiques ont mis en place les mesures de santé publique et sont prêtes à accueillir les voyageurs étrangers en toute sécurité.



APPROCHES DE DÉCONFINEMENT



LE CORONAVIRUS COÛTERA AU MOINS 1,2 BILLION DE DOLLARS AU TOURISME MONDIAL

Selon un rapport publié par l'Organisation des Nations Unies pour le commerce et le développement, le secteur du tourisme mondial pourrait perdre au moins 1,2 billion de dollars, soit 1,5 % du produit intérieur brut (PIB) mondial, en raison de l'arrêt complet des voyages pendant près de quatre mois. On estime que pour chaque million de dollars de recettes touristiques internationales perdues, le revenu national d'un pays pourrait chuter de 3 millions de dollars. Les effets sur l'emploi pourraient être dramatiques.

Les phases de déconfinement se poursuivent dans le monde. Des éclosions amènent des actions immédiates des autorités.



ASSOUPLISSEMENTS ET REDÉMARRAGE PRUDENT DU TOURISME : L'EUROPE EN TÊTE

Les restrictions sur les voyages, mises en place en réponse à la pandémie de COVID-19, sont assouplies progressivement, de sorte que le tourisme reprend tranquillement dans un nombre croissant de destinations. D'après l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), 22 % des destinations dans le monde (48 destinations) commencent à assouplir les restrictions, et c'est l'Europe qui ouvre la voie. 65 % des destinations dans le monde (141 destinations) maintiennent néanmoins leurs frontières complètement fermées au tourisme international.



LES CANADIENS ACCUEILLIS EN EUROPE, SAUF EN ITALIE ET EN HONGRIE

Le Canada figure sur la liste des 14 pays approuvés par l'Union européenne pour les voyages de loisirs ou d'affaires, selon des consignes strictes de l'évolution de la situation sanitaire. Les Américains n'ont pas accès au territoire européen pour l'instant. Du côté du vieux continent, l'Italie et la Hongrie ont mentionné vouloir se retirer de la liste des pays en accord à recevoir des touristes non européens pour limiter la propagation de la COVID-19.



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Tourisme
Québec

RÉSEAU
VEILLE
TOURISME

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQÀM



PAS DE PAUSE ESTIVALE POUR LA PANDÉMIE

Dans la région de la Catalogne en Espagne, le port du masque est obligatoire en public depuis le 9 juillet et le territoire de Segrià a dû être fermé pour cause d'éclosion. Melbourne en Australie confine de nouveau ses résidents en réponse à la centaine de nouveaux cas détectés par jour. La Thaïlande songe à reporter la mise en place de corridors de voyages sécuritaires planifiés avec la Nouvelle-Zélande, l'Australie et Hong Kong, entre autres, à cause de la résurgence du virus.



DES SOLUTIONS DE RECHANGE À LA QUARANTAINE POUR FAVORISER LA REPRISSE DU VOYAGE

L'Association du transport aérien international (IATA) presse les gouvernements d'éviter les mesures de quarantaine lorsqu'ils rouvriront leurs économies. L'imposition de mesures de quarantaine à l'arrivée des voyageurs maintient les pays en isolement et le secteur du voyage et du tourisme en confinement. L'IATA préconise une approche à plusieurs niveaux pour réduire le risque d'importation de la COVID-19 par le transport aérien, et pour réduire les possibilités de transmission dans les cas où des voyageurs seraient infectés à leur insu.



CONTACTS

Ministère du Tourisme

veille@tourisme.gouv.qc.ca

Réseau de veille en tourisme

info@veilletourisme.ca

Les activités du Réseau de veille en tourisme sont rendues possibles grâce à l'appui financier de Développement économique Canada pour les régions du Québec.



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Tourisme
Québec 

 RÉSEAU
VEILLE
TOURISME

CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQAM