

MÉMOIRE

présenté à la
Commission permanente sur le développement économique et urbain et l'habitation

dans le cadre de la Consultation publique sur les moyens pour favoriser
l'accroissement des vols directs internationaux, une façon de contribuer à l'essor
économique de Montréal

TOURISME
Montréal

Montréal, le 20 octobre 2014



TABLE DES MATIÈRES

1. Présentation de Tourisme Montréal	1
2. Intérêt de Tourisme Montréal envers la consultation publique	3
3. Les principaux enjeux selon Tourisme Montréal	4
3.1. Quelques constats généraux	4
3.2. Vols intra-Québec et vers le reste du Canada	6
3.3. Diminuer les prix à partir du nord-est des États-UNIs et augmenter le nombre de destinations	9
3.4. Consolider l'Europe et l'Afrique française du Nord	11
3.5. Développer un vol vers la Chine à court terme	15
3.6. Développer l'Amérique latine à court terme	17
4. Les recommandations de Tourisme Montréal	19
4.1. Mise en place d'un comité de travail ponctuel au niveau québécois	19
4.2. Contribution des parties prenantes au développement économique de la ville	19
4.3. Soutien financier	20
5. Conclusion	21
6. Annexe I : Destinations desservies à partir de Montréal	23
7. Annexe II : Données portant sur l'Europe et l'Afrique française du Nord	27
8. Annexe III : Immigration dans les villes canadiennes	29



1. PRÉSENTATION DE TOURISME MONTRÉAL

Tourisme Montréal est un organisme privé à but non lucratif créé en 1919 et incorporé en 1924. Il regroupe plus de 750 membres et partenaires de l'industrie touristique montréalaise, qui partagent son objectif visant à promouvoir Montréal comme destination touristique auprès des clientèles extérieures.

Bien qu'il reçoive des appuis financiers des trois paliers gouvernementaux, Tourisme Montréal demeure une entreprise privée relevant d'un conseil d'administration. Ses membres et partenaires de l'industrie contribuent également à son financement par le biais de cotisations et de frais de participation à ses campagnes publicitaires et promotionnelles à l'étranger. La taxe spécifique sur l'hébergement constitue sa source de financement la plus importante.

Tourisme Montréal consacre environ 70 % de son budget total à des actions de commercialisation, de promotion et de publicité auprès de ses marchés primaires et secondaires.

MISSION DE TOURISME MONTRÉAL

Assumer le leadership de l'effort concerté de promotion et d'accueil pour le positionnement de la destination Montréal auprès des marchés de voyages d'affaires et d'agrément.

Créer des occasions d'affaires pour ses membres et partenaires, et des retombées économiques pour la région.

Orienter le développement du produit touristique montréalais sur la base de l'évolution constante des marchés.

PROMOTION

Assumant pleinement son rôle de leader, Tourisme Montréal assure la concertation de ses membres et partenaires, en proposant et en réalisant des activités de démarchage ainsi que de promotion au Canada comme aux États-Unis, entre autres, afin d'attirer à Montréal des congrès, des réunions et des conférences, et de convaincre les voyageurs d'agrément de séjourner dans notre ville.

ACCUEIL

Tourisme Montréal doit offrir un accueil de qualité à l'ensemble des visiteurs de la destination. Cette responsabilité implique l'application des politiques provinciales en la matière, la sensibilisation et la concertation du milieu touristique sur l'importance de la qualité de l'accueil, et l'encadrement des initiatives pour développer les services appropriés sur le territoire montréalais. Ce dernier point nécessite, entre autres, la production de documentation touristique et la mise en place de bureaux d'accueil touristique. Tourisme Montréal offre également un support logistique hors pair aux organisateurs de congrès et de voyages d'affaires ainsi qu'aux journalistes de la presse étrangère spécialisée.

DÉVELOPPEMENT DE PRODUIT

Les stratégies de développement de Tourisme Montréal visent avant tout l'accroissement de la force d'attraction de Montréal en toutes saisons, pour affirmer et renforcer son caractère distinctif. L'intervention de Tourisme Montréal en matière de développement touristique vise deux grands objectifs :

- Orienter le développement touristique au sein de la trame urbaine et susciter de nouveaux investissements dans des secteurs qui en ont besoin;
- Assurer une action cohérente des différents intervenants actifs en matière de développement afin que le tourisme soit intégré à la réflexion d'ensemble.



2. INTÉRÊT DE TOURISME MONTRÉAL ENVERS LA CONSULTATION PUBLIQUE

Une part de la mission de Tourisme Montréal consiste à « Orienter le développement du produit touristique montréalais sur la base de l'évolution constante des marchés ». La Ville de Montréal représente une part importante du territoire d'intervention de Tourisme Montréal qui dépasse toutefois la ville et s'étend à l'ensemble du territoire de l'agglomération de Montréal.

Les destinations desservies, la fréquence de la desserte et les prix sont trois éléments qui interpellent particulièrement Tourisme Montréal puisqu'ils ont un impact direct sur l'intérêt des touristes à visiter une ville.

À cet effet, notons que, selon le sondage à l'année de Tourisme Montréal en 2013, 35 % des touristes d'agrément et 34 % des touristes d'affaires qui ont séjourné pour deux nuitées ou plus dans la métropole et ont utilisé l'avion pour se rendre à Montréal.¹

¹ Ipsos (pour le compte de Tourisme Montréal) (2013) *Sondage annuel sur l'expérience des touristes en voyage d'agrément et/ou d'affaires à Montréal*, 162 pages.



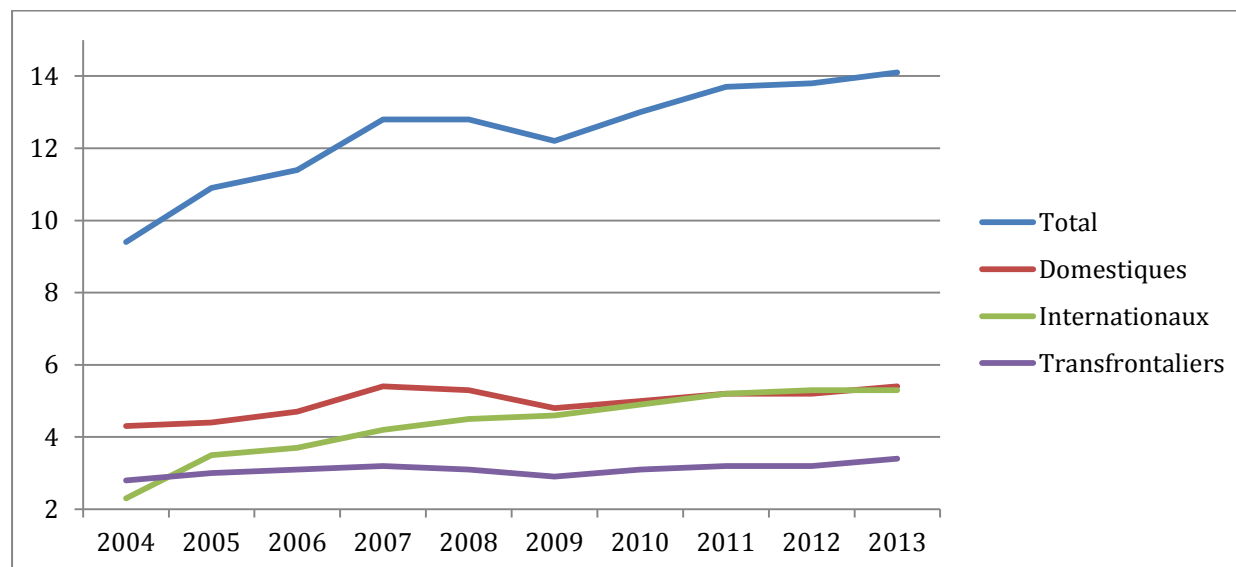
3. LES PRINCIPAUX ENJEUX SELON TOURISME MONTRÉAL

3.1. QUELQUES CONSTATS GÉNÉRAUX

> Croissance importante du volume de passagers à Montréal

Le nombre total de passagers à Montréal-Trudeau a crû de façon importante au cours des dix dernières années, particulièrement au niveau des passagers internationaux. En effet, ce nombre est passé de 9,4 millions de passagers en 2004 à plus de 14 millions en 2013. Ceci représente une hausse annuelle moyenne de 4,6 %, plus que la croissance du PIB du Québec. Le segment des passagers internationaux a connu un taux de croissance annuel moyen de 9,8 % sur la même période.

Graphique 1 : Nombre de passagers à Montréal-Trudeau (en millions de passagers) de 2004 à 2013



Source : Aéroports de Montréal.

> Investissements majeurs passés et à venir à l'aéroport

Au cours des dernières années, Aéroports de Montréal a investi afin d'améliorer ses services. En 2000, Aéroports de Montréal a entrepris un vaste programme d'agrandissement comprenant, entre autres, une nouvelle jetée transfrontalière, une nouvelle jetée internationale ainsi qu'un nouveau complexe des arrivées internationales composé d'un hall des douanes canadiennes et d'une salle de récupération des bagages. Un nouveau hall des départs vers les États-Unis ainsi qu'un hôtel s'ajoutent à ce programme d'envergure d'une valeur de 1,5 G\$ complété en 2009. D'autres projets sont maintenant en cours. En 2013 seulement, les travaux ont porté principalement sur l'agrandissement du tablier ouest et de la jetée internationale, sur le réaménagement du hall des départs domestiques et internationaux, y compris l'unification des points de fouille domestiques et internationaux, ainsi que sur l'aménagement ou le réaménagement d'aires commerciales à l'intérieur de l'aérogare. Un prolongement de la jetée internationale est actuellement en cours. L'ouverture de la nouvelle section de la jetée internationale est prévue pour septembre 2016.

> Développement d'une plaque tournante vers l'Europe à Montréal

La desserte aérienne de Montréal s'est d'ailleurs considérablement enrichie au cours des dix dernières années. Le nombre de destinations directes internationales disponibles à partir de Montréal est passé de 30 à 75. Parmi ces ajouts, on compte plusieurs destinations européennes. À l'été 2014, Montréal se positionnait d'ailleurs au 4^e rang de tous les aéroports d'Amérique du Nord pour le nombre de destinations desservies par vol direct sur l'Europe, devançant même des plaques tournantes majeures comme Chicago et Atlanta. Montréal-Trudeau est résolument une plaque tournante dynamique entre l'Amérique et l'Europe, et plus particulièrement l'Europe francophone, avec un trafic de correspondance en croissance continue. La liaison Montréal-Paris est la route internationale la mieux desservie au départ du Canada, avec jusqu'à sept vols quotidiens vers Charles De Gaulle ou Orly.

> Des congrès qui ne choisissent pas Montréal

De 2004 à 2014, 133 congrès ont été « perdus », c'est-à-dire qu'ils n'ont pas été confirmés en raison des coûts trop élevés ou de l'accessibilité difficile. Il faut noter que certains des congrès perdus l'ont été en raison de tarifs trop élevés à destination. Néanmoins, on note au moins 13 congrès sur cette période qui n'ont pas confirmé Montréal spécifiquement en raison de tarifs aériens trop élevés vers Montréal. Ces congrès se déroulaient de 2007 à 2020 et étaient estimés à 42 000 nuitées.

De plus, on constate que quatre congrès n'ont pas choisi Montréal parce que la métropole était considérée difficile d'accès pour les clientèles asiatiques ou d'Amérique latine ou parce que Toronto était la plaque tournante canadienne. Ces congrès qui se déroulaient de 2004 à 2013 représentaient 5 500 nuitées.

Ces données présentent l'impact que peuvent avoir les tarifs aériens élevés ou l'absence de vols directs sur le marché du tourisme d'affaires. Il est certain que ces éléments auront également un impact sur les voyages organisés d'agrément et sur les clientèles individuelles qui ne voyagent pas dans un groupe.

> Une faible concurrence

Lorsqu'on observe les données d'Aéroports de Montréal sur les destinations desservies, on constate que la concurrence entre les transporteurs est intéressante pour les destinations soleil, mais l'est peu pour les autres destinations internationales. En effet, à l'exception de Paris, c'est seulement que pour des

destinations d'Amérique centrale ou des Caraïbes qu'on retrouve trois transporteurs différents ou plus pour une même destination.

Du côté américain, seules les destinations de Fort Lauderdale et Orlando en Floride et de Chicago et New York comptent plus de trois transporteurs pour une même destination. À ces destinations s'ajoutent Miami, Washington et Las Vegas qui ne sont desservies que par deux transporteurs. L'ensemble des autres destinations nord-américaines sont donc desservies par un seul transporteur ce qui limite grandement la concurrence.

Rappelons également que plusieurs transporteurs à bas prix (« low cost ») opèrent des vols à partir d'aéroports situés aux États-Unis à proximité de la frontière avec le Canada. L'intérêt d'avoir un low-cost américain à Montréal serait donc majeur.

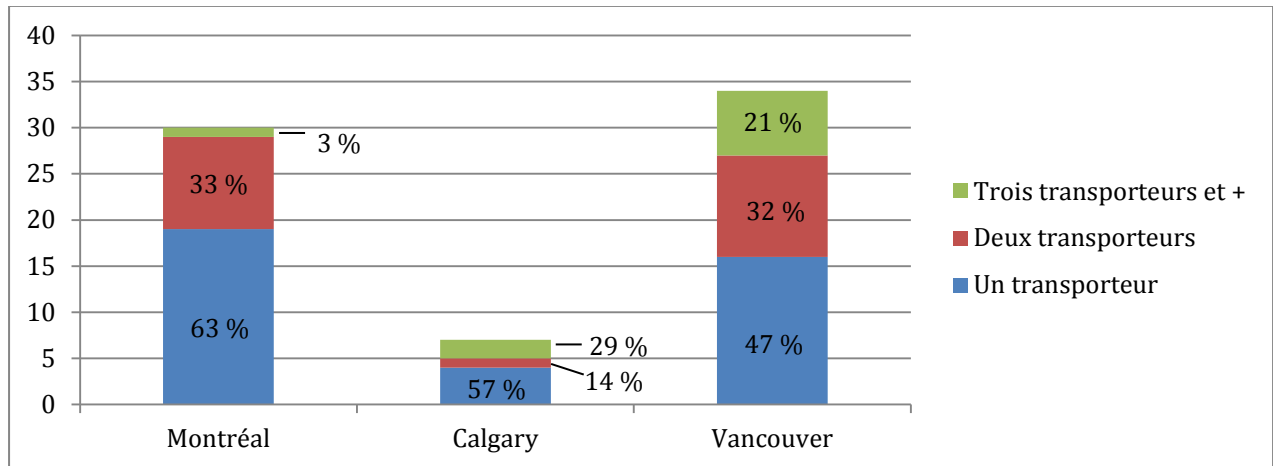
Du côté canadien, le constat est encore plus difficile : seul l'aéroport de Sept-Îles est desservi par trois transporteurs à partir de Montréal. Quelques destinations sont desservies par Air Canada et un autre transporteur local, alors que les grandes villes canadiennes sont desservies par Air Canada et WestJet ou Porter Airlines.

3.2. VOLS INTRA-QUÉBEC ET VERS LE RESTE DU CANADA

Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 identifie Montréal comme étant la porte d'entrée du Québec. Toutefois, pour bien agir à titre de porte d'entrée, Montréal doit être en mesure de rediriger les visiteurs étrangers efficacement vers les diverses régions du Québec. Comme les distances qui nous séparent sont grandes dans notre province, il est important d'avoir des liens fréquents et à faibles prix. Nous constatons dans la section qui suit que la compétition n'est pas assez grande pour pouvoir inciter les déplacements des touristes québécois dans leur province, mais également pour permettre les déplacements faciles et peu coûteux pour les touristes d'outre-mer qui nous visitent.

Les données présentées à la section précédente nous indiquent que le nombre de transporteurs qui desservent le marché de l'intra-Québec est limité. Lorsqu'on compare Montréal aux grandes villes de l'Ouest canadien, soit Calgary et Vancouver, on constate que la desserte intra-province est de loin meilleure, proportionnellement aux destinations desservies, en Colombie-Britannique et en Alberta. Ainsi, au Graphique 2, on voit que la compétition est beaucoup moins grande proportionnellement lorsqu'on la compare aux provinces de l'Alberta et de la Colombie-Britannique.

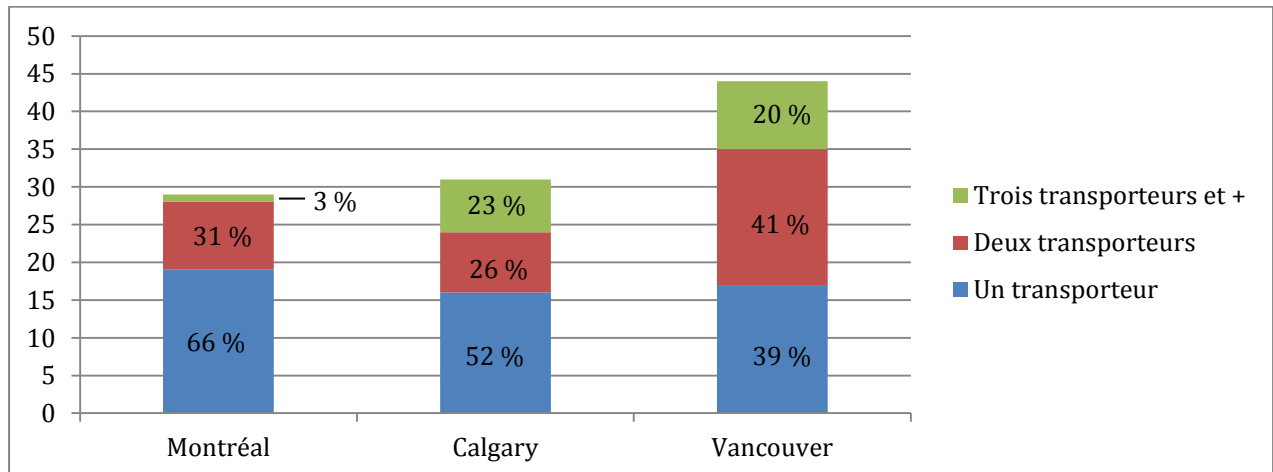
Graphique 2 : Nombre de destinations desservies dans la province d'origine selon le nombre de transporteurs à partir de certaines villes canadiennes en 2014



Source : Aéroports de Montréal, Vancouver Airport Authority, Aéroport international de Calgary

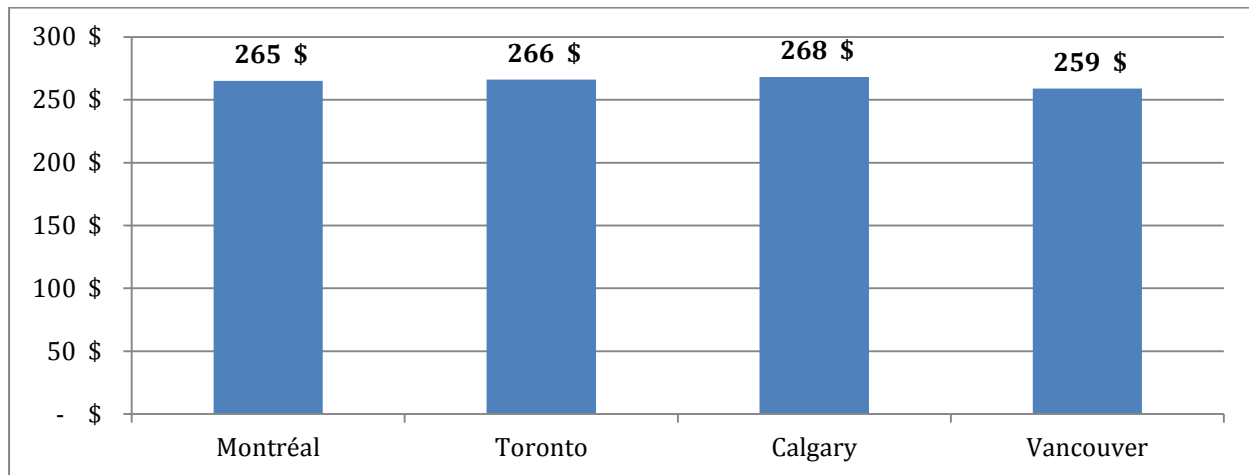
Bien sûr, le nombre de destinations albertaines est limité, mais on observe au Graphique 3 que le constat est le même pour l'ensemble des destinations canadiennes. Montréal fait piètre figure avec toujours la même seule destination (Sept-Îles) qui est desservie par trois transporteurs. De ce côté, Calgary et Vancouver offrent un milieu beaucoup plus concurrentiel, alors qu'ils comptent respectivement neuf et sept destinations canadiennes desservies par trois transporteurs ou plus. Néanmoins, les prix moyens vers les grandes villes canadiennes à partir du Canada sont relativement similaires et Montréal se positionne assez bien à ce niveau.

Graphique 3 : Nombre de destinations desservies au Canada selon le nombre de transporteurs à partir de certaines villes canadiennes en 2014



Source : Aéroports de Montréal, Vancouver Airport Authority, Aéroport international de Calgary

Graphique 4 : Prix moyen à l'aller vers certaines villes canadiennes à partir du Canada en août 2014



Source : Aéroports de Montréal.

Vancouver tire son épingle du jeu par un grand nombre de transporteurs locaux. Quant à elle, Calgary réussit à offrir un milieu compétitif par la présence de WestJet Encore, service qui sera présenté à la prochaine section.

> WestJet Encore

Le service de WestJet Encore, mis en opération en juin 2013 dans l'Ouest canadien, permet d'offrir un transport aérien abordable à plus de gens dans plus de communautés. Les appareils sont plus compacts et offrent moins d'espace pour les bagages. La stratégie d'Encore est de viser des marchés d'au moins 100 000 personnes et d'attirer la moitié vers le réseau international de WestJet, qui opère des appareils plus gros. Le président a rapporté que le trafic de passagers dans des endroits comme Nanaimo et Terrace, en Colombie-Britannique, a augmenté de 30 à 50 % depuis qu'Encore est entré en service, avec une réduction des coûts de 30 à 40 %. À Fort St. John, dans la même province, le trafic a quadruplé depuis l'arrivée d'Encore, alors que les coûts ont baissé de 60 à 80 %.²

En décembre 2013, WestJet annonçait son intention d'élargir l'offre de son nouveau transporteur à faible coût dans l'Est canadien et de développer des vols vers l'Europe à partir des provinces de l'Atlantique.³ En juin 2014, de nouveaux services avec ont été ajoutés au départ de Toronto.

Selon l'analyste Robert Kokonis, l'impact d'Encore sur les prix sera de plus en plus grand à mesure qu'il bonifiera son offre. Cette expansion de WestJet risque de mettre de la pression sur les autres transporteurs aériens du pays, Air Canada et sa filiale Jazz en tête. Le président d'Air Canada, Calin

² Marowits, Ross (2014) « Encore met de la pression sur le marché aérien canadien », *La Presse*, 5 octobre 2014, en ligne : <http://affaires.lapresse.ca/economie/transports/201410/05/01-4806481-encore-met-de-la-pression-sur-le-marche-aerien-canadien.php>.

³ Deveau, Scott (2013) « CEO Gregg Saretsky talks about tensions in WestJetter land », *Financial Post*, 14 décembre 2013, en ligne : <http://business.financialpost.com/2013/12/14/ceo-gregg-saretsky-talks-about-tensions-in-westjetter-land/>.

Rovinescu, a récemment affirmé que l'impact d'Encore serait minime, mais que les réseaux régionaux doivent être plus concurrentiels en baissant leurs coûts.⁴

Une nouvelle route Montréal – Toronto est prévue pour le 1^{er} novembre 2014 et la route Toronto - Québec s'ajouterait en mars 2015. Saguenay⁵ et Sherbrooke⁶ sont parmi les autres destinations québécoises considérées actuellement.

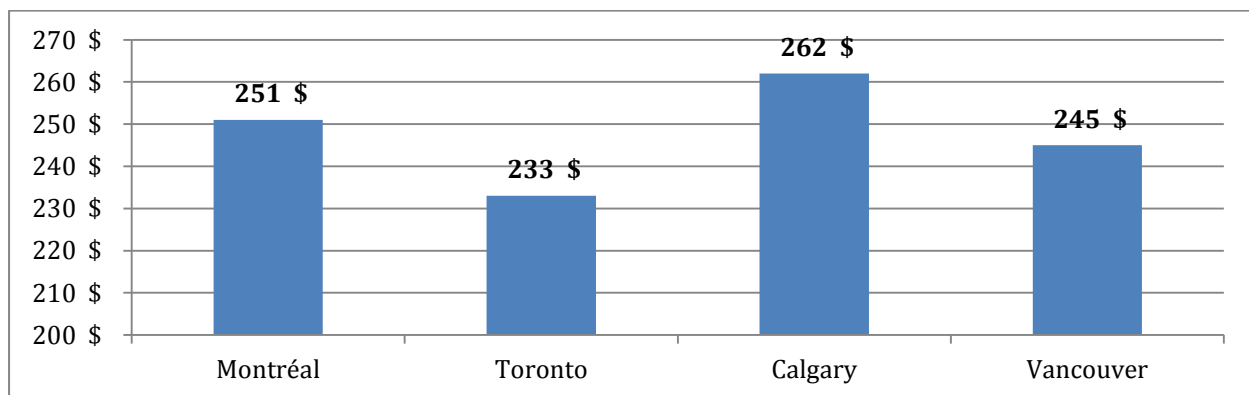
La croissance de ce transporteur au Québec permettra de diminuer les prix dans la province et favorisera les déplacements des Québécois et des touristes dans nos frontières.

3.3. DIMINUER LES PRIX À PARTIR DU NORD-EST DES ÉTATS-UNIS ET AUGMENTER LE NOMBRE DE DESTINATIONS

> Les prix

Comme on peut le constater au Graphique 5, les prix moyens vers Montréal à partir des États-Unis sont très élevés comparativement aux autres villes canadiennes. Ceci explique les congrès perdus au profit de villes qui avaient une meilleure desserte aérienne et des prix plus compétitifs. Bien qu'aucune donnée ne soit disponible à ce sujet, nous pouvons imaginer que les prix ont également été dissuasifs pour des clientèles de touristes d'agrément ou de touristes d'affaires qui voyagent de façon indépendante. Nous pouvons tout de même noter que, en 2013, seuls 20 % des touristes d'affaires américains qui ont visité Montréal pour un séjour de deux nuitées ou plus considéraient le rapport qualité-prix comme une force de la ville. À l'opposé, 25 % des touristes d'affaires américains considéraient le rapport qualité-prix comme une faiblesse de Montréal.⁷

Graphique 5 : Prix moyen à l'aller vers certaines villes canadiennes à partir des États-Unis en août 2014



Source : Aéroports de Montréal.

⁴ Marowits, Ross (2014) « Encore met de la pression sur le marché aérien canadien », *La Presse*, 5 octobre 2014, en ligne : <http://affaires.lapresse.ca/economie/transports/201410/05/01-4806481-encore-met-de-la-pression-sur-le-marche-aerien-canadien.php>.

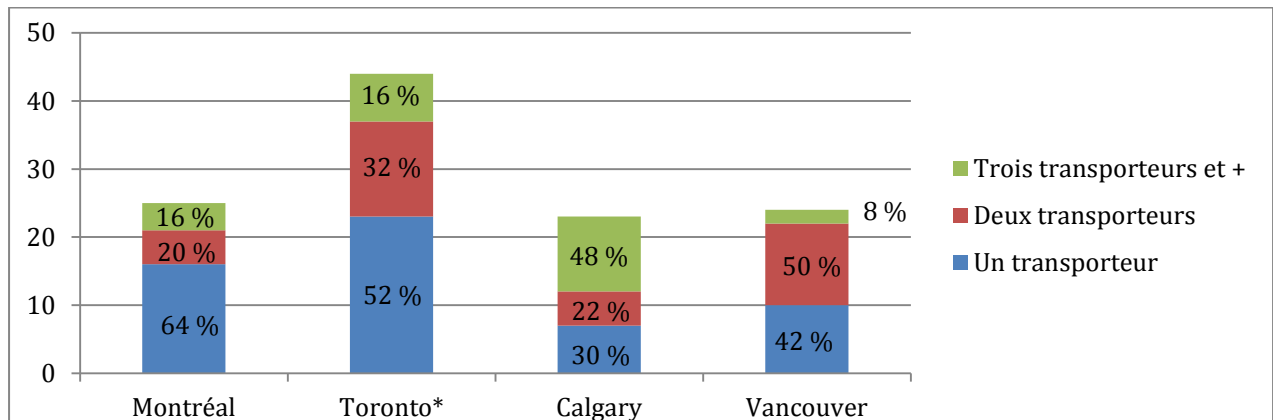
⁵ Jang, Brent (2012) « WestJet sets sights on Air Canada's title », *The Globe and Mail*, 1er janvier 2012, en ligne : <http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/westjet-sets-sights-on-air-canadas-title/article1358801/>.

⁶ Bombardier, David (2012) « WestJet s'intéresse à l'Aéroport de Sherbrooke », *La Tribune*, 4 juillet 2012, en ligne : <http://www.lapresse.ca/la-tribune/sherbrooke/201207/04/01-4540739-westjet-sinteresse-a-laeroport-de-sherbrooke.php>.

⁷ Ipsos (pour le compte de Tourisme Montréal) (2013) *Sondage annuel sur l'expérience des touristes en voyage d'agrément et/ou d'affaires à Montréal*, 162 pages.

Dans le cas des voyages vers les États-Unis, la faible concurrence peut également être pointée du doigt. En effet, comme on le voit au Graphique 6, peu de destinations aux États-Unis sont desservies par plusieurs transporteurs à partir de Montréal. La forte présence de WestJet sur le marché de Calgary et Vancouver favorise la diminution des prix. La position de plaque tournante de Toronto est également un élément à prendre en compte.

Graphique 6 : Nombre de destinations desservies aux États-Unis selon le nombre de transporteurs à partir de certaines villes canadiennes en 2014

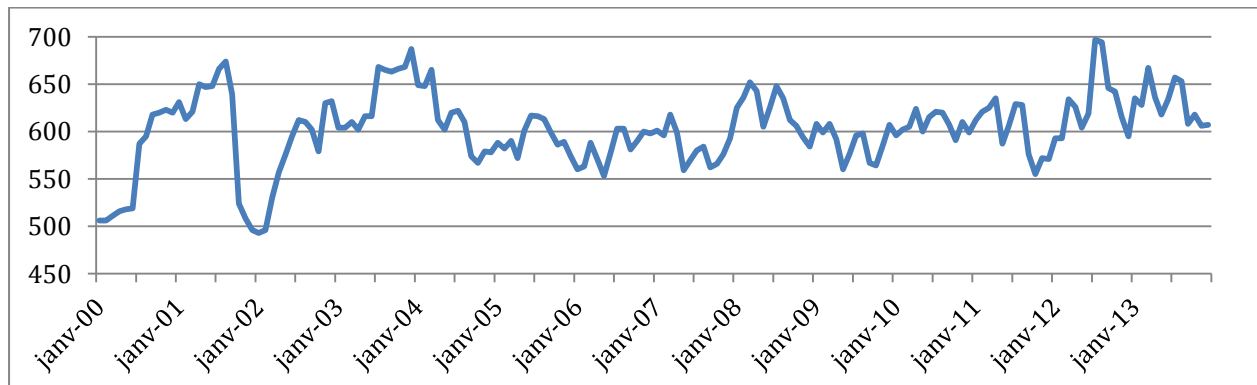


Source : Aéroports de Montréal, Vancouver Airport Authority, Aéroport international de Calgary

> Les destinations desservies

Le Graphique 6 nous indique également que le nombre de destinations desservies par Montréal pourrait être amélioré. En effet, Montréal compte 25 destinations desservies aux États-Unis contre 44 pour Toronto. Entre 2004 et 2014, on constate une diminution du nombre de destinations desservies à partir de Montréal. Ce nombre passe en effet de 28 à 25. On constate également au Graphique 7 que le nombre de vols par semaine a peu évolué au cours des quatorze dernières années. Il sera donc important d'améliorer la desserte de Montréal à partir des États-Unis en augmentant le nombre de destinations desservies par un vol direct et la fréquence de ces vols.

Graphique 7 : Évolution du nombre de vols par semaine en moyenne à Montréal pour chaque mois de 2000 à 2013



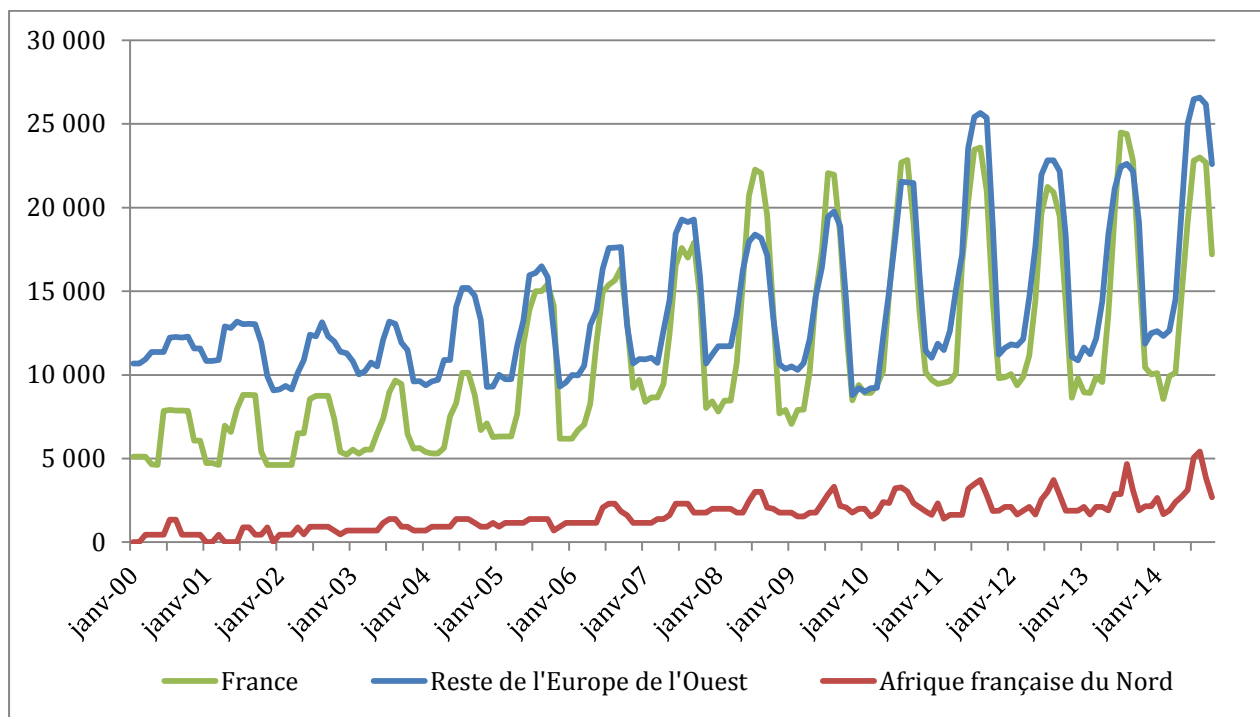
Source : Aéroports de Montréal.

3.4. CONSOLIDER L'EUROPE ET L'AFRIQUE FRANÇAISE DU NORD

Contrairement aux constats précédents, Montréal fait bonne figure lorsqu'on observe la desserte aérienne vers l'Europe et l'Afrique française du Nord (Algérie, Tunisie, Maroc). En effet, les prix et la fréquence des vols sont intéressants vers ces destinations. Montréal est d'ailleurs la métropole bénéficiant de la plus grande capacité de transport aérien (nombre de sièges) vers la France au Canada, soit 73 % de la capacité totale du pays.

Au Graphique 8, on voit bien que Montréal a amélioré sa desserte de la France et de l'Afrique française du Nord au cours des quinze dernières années. La desserte du reste de l'Europe de l'Ouest s'est également améliorée en période estivale. Tourisme Montréal souhaite que Montréal consolide cette position et devienne la principale plaque tournante en Amérique du Nord pour l'Europe.

Graphique 8 : Évolution du nombre de sièges vers l'Europe et l'Afrique française du Nord à partir de Montréal de 2000 à 2014



Source : Aéroports de Montréal.

Notons d'ailleurs que de nouvelles destinations dans ces régions sont desservies depuis les dix dernières années. Les autres destinations d'Europe de l'Ouest et d'Afrique française du Nord desservies directement à partir de Montréal sont présentées en annexe I. La couverture est donc importante et permet de rejoindre un grand nombre de touristes potentiels. De plus, comme on le voit au Graphique 9, c'est vers Montréal que sont offerts les prix les plus faibles au Canada à partir de l'Europe.

Figure 1 : Nouvelles destinations desservies en Europe et en Afrique française du Nord à partir de Montréal depuis 2005

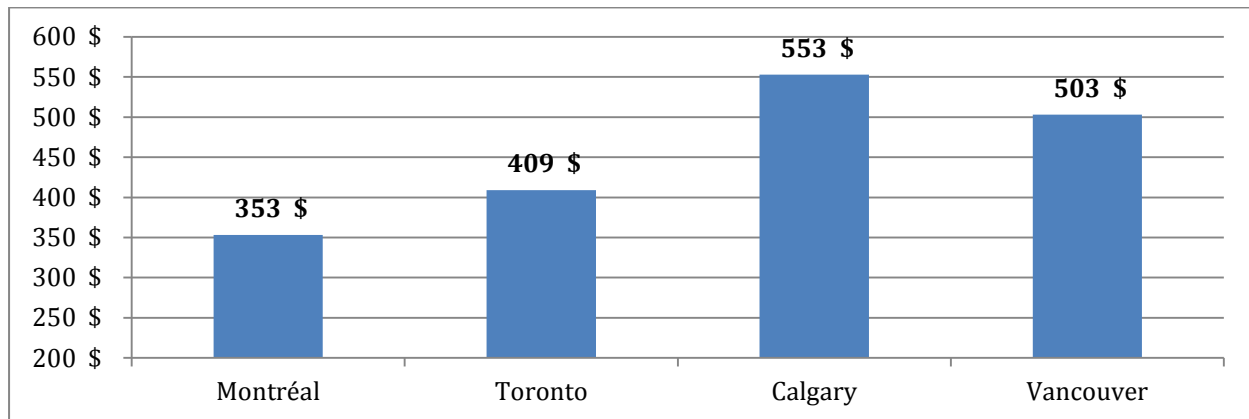
2005	2006	2007	2008	2009	2011	2014	2015
<ul style="list-style-type: none"> • Bruxelles • Rome* • Lisbonne* • Toulouse* 	<ul style="list-style-type: none"> • Madrid* 	<ul style="list-style-type: none"> • Alger • Barcelone 	<ul style="list-style-type: none"> • Dublin* • Basel* 	<ul style="list-style-type: none"> • Genève • Venise* 	<ul style="list-style-type: none"> • Istanbul** 	<ul style="list-style-type: none"> • Tunis • Istanbul** 	<ul style="list-style-type: none"> • Budapest*

Source : Aéroports de Montréal.

* Destinations desservies principalement de façon saisonnière (été)

** En 2011, la destination n'était desservie que de façon saisonnière (été). À compter de 2014, elle est desservie régulièrement à l'année. La Turquie est à cheval sur deux continents (l'Europe et l'Asie), mais, sur plusieurs dimensions, elle est considérée européenne.

Graphique 9 : Prix moyen vers certaines villes canadiennes à partir de l'Europe en août 2014

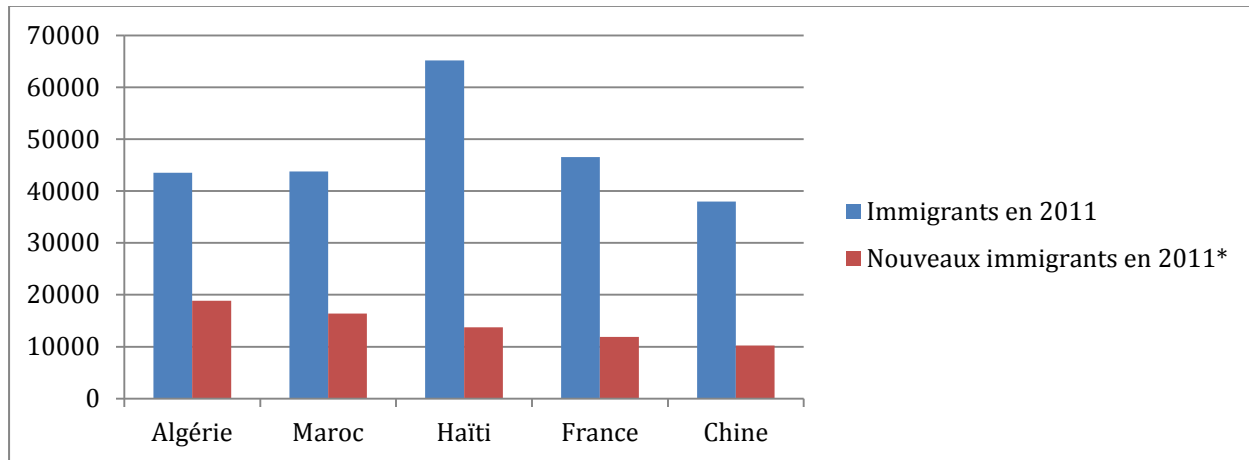


Source : Aéroports de Montréal.

> Les visites de parents et amis

Le graphique ci-dessous nous permet de constater que les immigrants récents à Montréal proviennent principalement des pays de l'Afrique française du Nord et de la France, mais également d'Haïti et de la Chine. D'un point de vue touristique, ces marchés sont donc intéressants afin de faire croître les visites de parents et amis.

Graphique 10 : Nombre d'immigrants et de nouveaux immigrants à Montréal en 2011 pour les cinq pays d'origine comptant le plus de nouveaux immigrants dans la métropole



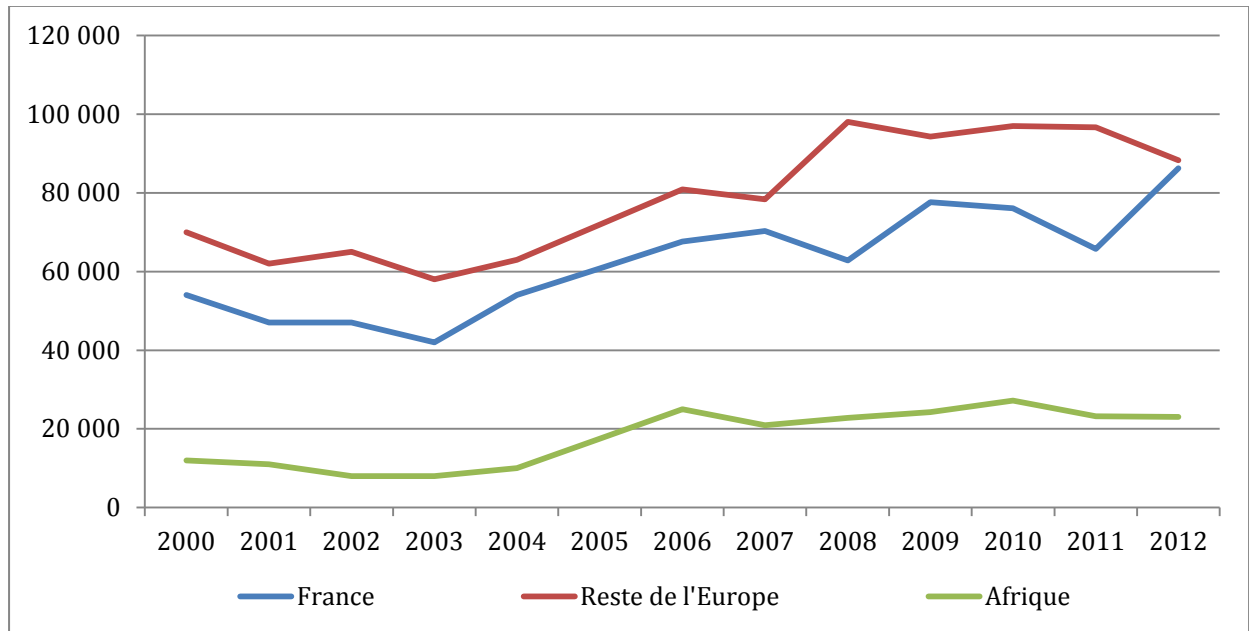
* Les nouveaux immigrants sont des personnes qui ont immigré au Canada entre le 1er janvier 2006 et le 10 mai 2011.
 Source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages de 2011.⁸

On constate au Graphique 11 que le nombre de touristes européens et africains qui visitent des parents et amis à Montréal depuis 2000 est en croissance. Le nombre de touristes africains en visite de parents et amis à Montréal a presque doublé en douze ans, alors que du côté des touristes français et des autres touristes européens, l'augmentation était respectivement de 60 % et 26 % en 2012 par rapport à 2000. Tel qu'indiqué dans l'étude de Tourisme Montréal sur le marché français⁹, la durée du programme vacances-travail pour les Français passera de 12 à 24 mois en 2015. On estime donc que la croissance des visites de parents et amis de la part de ce marché se poursuivra au cours des prochaines années.

⁸ Statistique Canada. 2013. Montréal, RMR, Québec (Code 462) (tableau). Profil de l'enquête nationale auprès des ménages (ENM), Enquête nationale auprès des ménages de 2011, produit n° 99-004-XWF au catalogue de Statistique Canada. Ottawa. Diffusé le 11 septembre 2013. <http://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/dp-pd/prof/index.cfm?Lang=F> (site consulté le 1er octobre 2014).

⁹ Tourisme Montréal (2014) *Le marché touristique de la France à Montréal*, en ligne : <http://www.octgm.com/toolkit/fr/statistiques/france-2014-09-30-fr.pdf>.

Graphique 11 : Touristes européens et africains à Montréal dont le but du voyage était de visiter des parents et amis de 2000 à 2012



* Les données de 2005 ne sont pas disponibles. Le graphique présente une moyenne des années 2004 et 2006.

Source : Cities 2000 à 2012.

> Le marché français

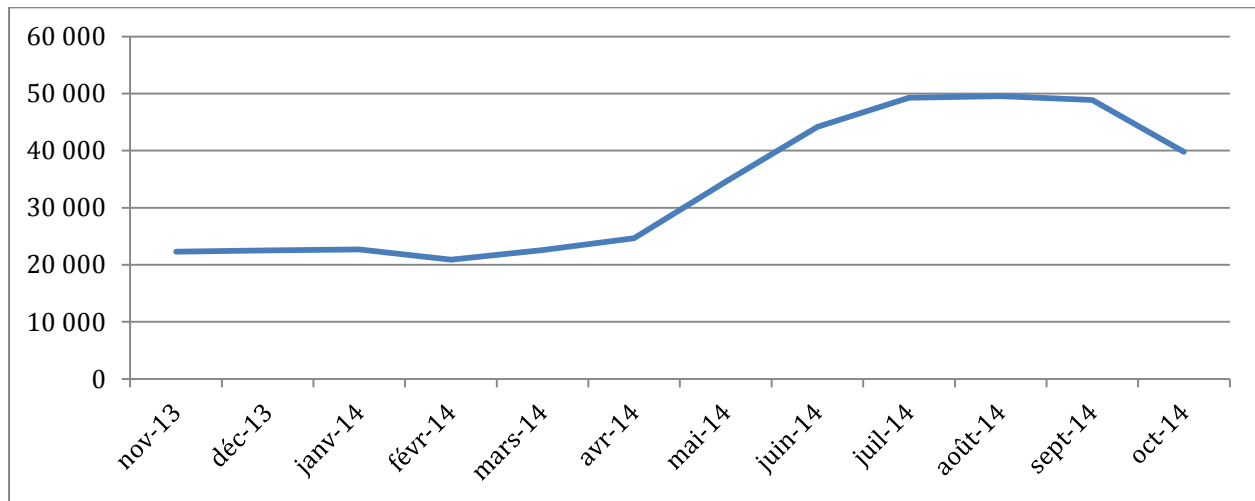
Le marché français est le premier marché d'outre-mer à Montréal. En 2012, il représentait 29 % des touristes d'outre-mer (hors Canada et États-Unis).¹⁰ Le Conference Board du Canada prévoyait en septembre dernier une croissance de 17 % entre 2013 et 2017 pour le marché de la France. Il faut tout de même s'inquiéter du fait que la capacité de transport aérien à partir de la France vers les Émirats arabes unis est en croissance. En effet, ceci permet un lien facile pour les touristes français vers l'Asie et l'Australie, ce qui viendra concurrencer Montréal. Le maintien de prix compétitifs et la desserte du pays sont donc importants pour le futur.

> La saisonnalité

Lorsqu'on observe le nombre de sièges disponibles par mois à partir de l'Europe, on constate que la saisonnalité est très forte. Ainsi, la capacité est intéressante pour les mois de juin à octobre, mais est très faible pour les mois de novembre à avril. Tourisme Montréal considère qu'il est primordial de diminuer cette saisonnalité en augmentant le nombre de sièges disponibles en hiver.

¹⁰ Cities 2012.

Graphique 12 : Nombre de sièges vers Montréal à partir de l'Europe, par mois, en 2013



Source : Aéroports de Montréal.

3.5. DÉVELOPPER UN VOL VERS LA CHINE À COURT TERME

Les trois autres grandes villes canadiennes proposent des vols vers l'Asie. Ainsi, Toronto propose de nombreuses destinations au Pakistan et en Chine, alors que Vancouver offre de nombreuses destinations en Chine.

Tableau 1 : Destinations asiatiques desservies par les grandes villes canadiennes en 2014

Toronto	Calgary	Vancouver
<ul style="list-style-type: none"> • Pékin, Chine • Shanghai, Chine • Delhi, Inde • Hong Kong, Hong Kong • Islamabad, Pakistan • Karachi, Pakistan • Lahore, Pakistan • Manille, Philippines • Seoul, Corée du Sud • Taipei, Taiwan • Tokyo, Japon 	<ul style="list-style-type: none"> • Tokyo, Japon 	<ul style="list-style-type: none"> • Pékin, Chine • Chengdu, Chine • Guangzhou, Chine • Shanghai, Chine • Shenyang, Chine • Hong Kong, Hong Kong • Manille, Philippines • Séoul, Corée du Sud • Taipei, Taiwan • Tokyo, Japon

Source : Aéroports de Montréal, Vancouver Airport Authority, Aéroport international de Calgary et Greater Toronto Airports Authority.

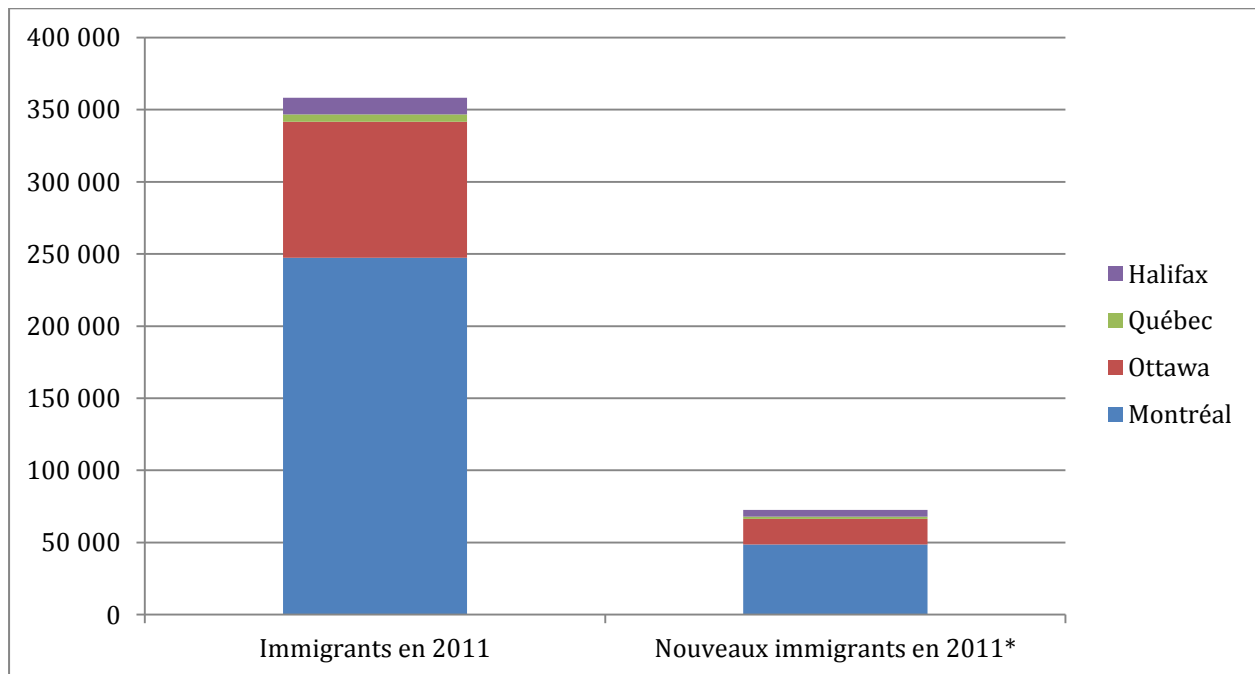
> Beaucoup de nouveaux immigrants à Montréal et dans les grandes villes à proximité

Comme on le voit au Graphique 10 de la section précédente, la Chine est le cinquième pays d'origine des nouveaux immigrants arrivés à Montréal entre 2006 et 2011. Toutefois, parmi les cinq premiers pays d'origine, seule la Chine n'a pas de vol direct à partir de Montréal. Cette absence de vol représente une faiblesse pour la ville qui peut ainsi moins se démarquer à plusieurs niveaux : marché touristique des

parents et amis, accueil d'étudiants étrangers et bien sûr accueil de touristes d'agrément et d'affaires asiatiques. Montréal a d'ailleurs perdu quelques congrès au profit d'autres grandes villes canadiennes en raison de l'accessibilité limitée à partir des marchés asiatiques.

Le nombre de personnes pour lesquels un vol vers la Chine à partir de Montréal aurait un intérêt ne se limite pas aux immigrants chinois habitant Montréal, mais comprend également l'ensemble des immigrants asiatiques de Montréal. Les immigrants asiatiques résidant dans les villes à proximité de Montréal qui n'ont pas de vol vers l'Asie pourront également y être intéressés. Le Graphique 13 présente ces données pour certaines villes canadiennes.

Graphique 13 : Nombre d'immigrants et d'immigrants récents en provenance d'Asie dans certaines villes canadiennes à proximité de Montréal



* Les nouveaux immigrants sont des personnes qui ont immigré au Canada entre le 1er janvier 2006 et le 10 mai 2011.
 Source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages de 2011.¹¹

Il est également intéressant de noter qu'au trimestre d'automne 2012, 9,0 % des étudiants internationaux à Montréal étaient chinois. La majorité d'entre eux étudiaient à l'Université McGill (37 %) ou à l'Université Concordia (47 %).¹²

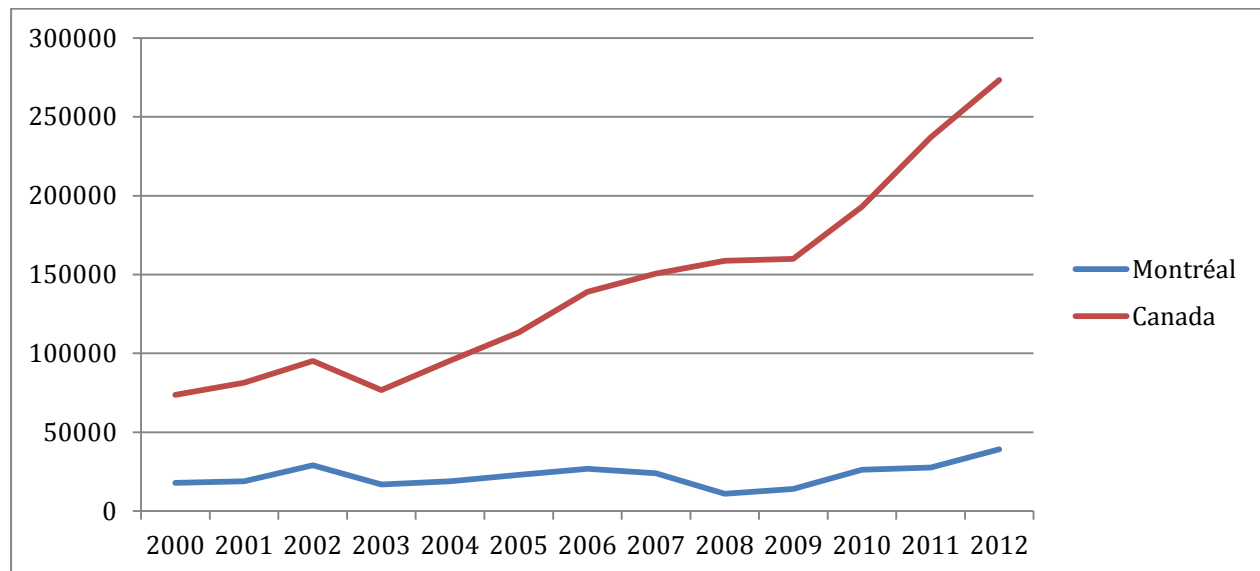
¹¹ Statistique Canada. 2013. Montréal, RMR, Québec (Code 462) (tableau). Profil de l'enquête nationale auprès des ménages (ENM), Enquête nationale auprès des ménages de 2011, produit n° 99-004-XWF au catalogue de Statistique Canada. Ottawa. Diffusé le 11 septembre 2013. <http://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/dp-pd/prof/index.cfm?Lang=F> (site consulté le 1er octobre 2014).

¹² Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie, Direction des Politiques en enseignement supérieur (2013) *Étudiantes et étudiants étrangers inscrits dans le réseau universitaire québécois au trimestre d'automne 2012P selon le pays de citoyenneté et l'établissement universitaire*, 22 mai 2013.

> Une demande intéressante

Dans son étude de la qualité de la desserte aérienne de Montréal, Aéroports de Montréal indique que, en Asie, seule Pékin possède la demande minimale requise afin de mettre en place une liaison directe à partir de Montréal. Nous constatons également une croissance du marché touristique de la Chine au Canada et à Montréal. Les données qui suivent au Graphique 14 présentent cette croissance. La croissance au Canada a été beaucoup plus forte qu'à Montréal. Tel qu'indiqué dans l'étude de Tourisme Montréal sur le marché français¹³, on prévoit tout de même que le nombre de touristes chinois à Montréal augmentera de 150 % entre 2012 et 2017.

Graphique 14 : Nombre de touristes chinois au Canada et à Montréal de 2000 à 2012



* Les données de 2005 ne sont pas disponibles. Le graphique présente une moyenne des années 2004 et 2006.

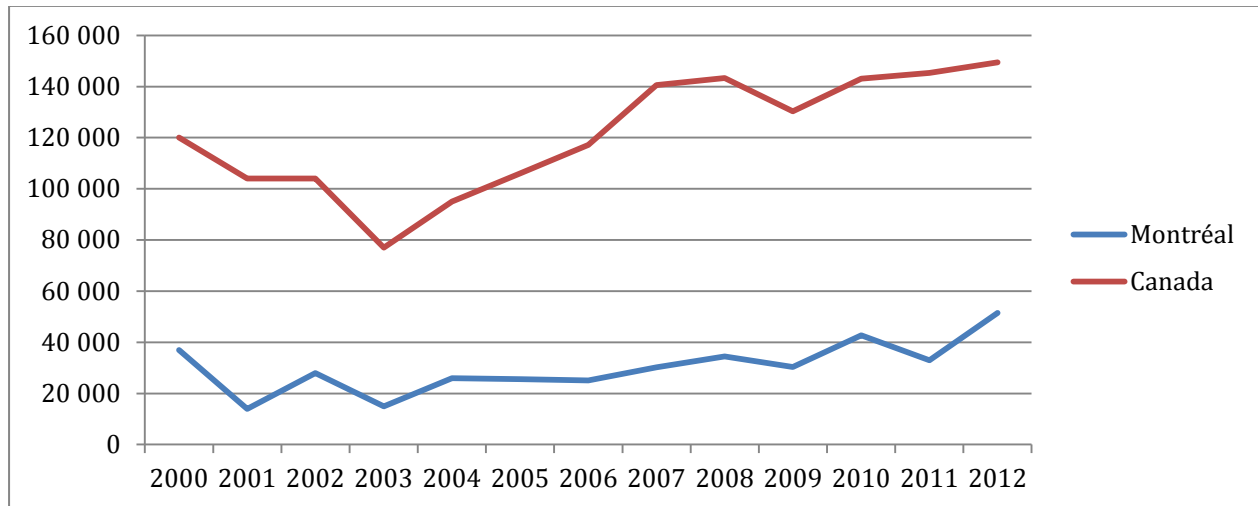
Source : Citities 2000 à 2012.

3.6. DÉVELOPPER L'AMÉRIQUE LATINE À COURT TERME

En 2012, le nombre de touristes à Montréal en provenance de l'Amérique du Sud représentait 6 % de l'ensemble des touristes internationaux (hors Canada et États-Unis). On remarque d'ailleurs au Graphique 15 que le nombre de touristes en provenance d'Amérique centrale et du Sud est en croissance depuis quinze ans. La croissance à Montréal pour cette période est de 39 %, alors qu'elle est de 25 % pour le Canada.

¹³ Tourisme Montréal (2014) *Le marché touristique de la Chine continentale : 3^e édition*, en ligne : <http://www.octgm.com/toolkit/fr/statistiques/marche-chine-2014-fr.pdf>.

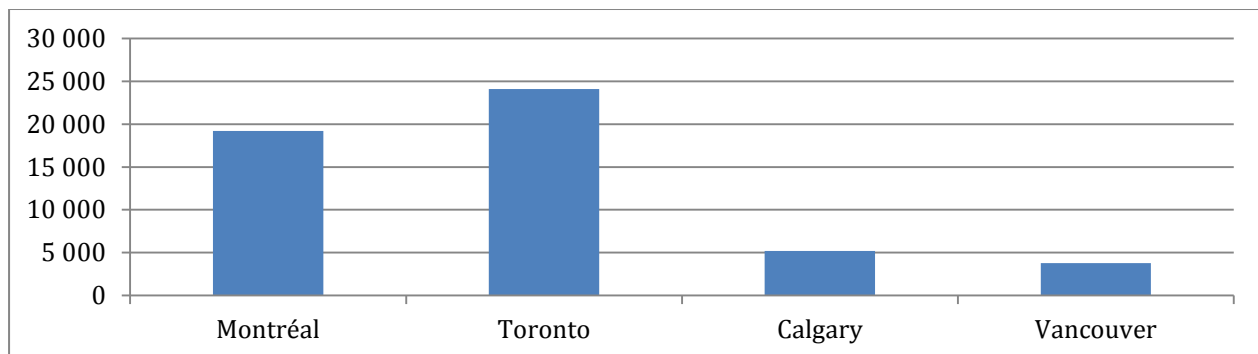
Graphique 15 : Nombre de touristes en provenance d'Amérique centrale et du Sud au Canada et à Montréal de 2000 à 2012



* Les données de 2005 ne sont pas disponibles. Le graphique présente une moyenne des années 2004 et 2006.
Source : Cités 2000 à 2012.

On constate d'ailleurs que Montréal compte un nombre important d'immigrants récents en provenance de l'Amérique centrale ou du Sud.

Graphique 16 : Nombre d'immigrants récents en provenance de l'Amérique centrale et du Sud dans certaines villes canadiennes en 2011



* Les nouveaux immigrants sont des personnes qui ont immigré au Canada entre le 1er janvier 2006 et le 10 mai 2011.
Source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages de 2011.¹⁴

De nouveaux appareils, tels que le Dreamliner, seront déployés au cours des prochaines années. Ces appareils permettent d'abaisser le niveau d'achalandage minimal nécessaire pour certaines destinations. Ainsi, à moyen terme, certaines liaisons aériennes additionnelles à partir de Montréal, comme Lima, pourraient devenir viables. Il faut néanmoins commencer les efforts sur ces marchés dès aujourd'hui afin de mettre en place une liaison vers cette région à moyen terme.

¹⁴ Statistique Canada. 2013. Montréal, RMR, Québec (Code 462) (tableau). Profil de l'enquête nationale auprès des ménages (ENM), Enquête nationale auprès des ménages de 2011, produit n° 99-004-XWF au catalogue de Statistique Canada. Ottawa. Diffusé le 11 septembre 2013. <http://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/dp-pd/prof/index.cfm?Lang=F> (site consulté le 1er octobre 2014).



4. LES RECOMMANDATIONS DE TOURISME MONTRÉAL

4.1. MISE EN PLACE D'UN COMITÉ DE TRAVAIL PONCTUEL AU NIVEAU QUÉBÉCOIS

Tourisme Montréal considère que pour répondre aux enjeux identifiés, il est nécessaire de mettre en place un comité de travail québécois. Ce comité de travail pourra également se pencher sur les différents éléments discutés dans le mémoire qui précède :

- Discerner les actions à prendre afin d'améliorer la concurrence des vols intraprovinciaux;
- Favoriser un meilleur équilibre des prix entre Montréal et Toronto sur le nord-est des États-Unis;
- Poursuivre l'expansion sur les marchés européens et étirer la trame commerciale sur le nord de l'Afrique et l'Europe afin de diversifier l'offre aérienne;
- Diminuer la saisonnalité des vols sur l'Europe;
- Continuer les efforts de rapprochement avec les marchés francophones;
- Développer de nouvelles liaisons aériennes vers les pays émergents, incluant les pays asiatiques, l'Amérique du Sud et le Moyen-Orient.

Différents objectifs sont visés par ces actions :

- Inciter les Québécois à visiter davantage leur province et les touristes à visiter l'ensemble du Québec;
- Accroissement du nombre de touristes en provenance du nord-est des États-Unis en attirant un transporteur à bas prix (« low cost »);
- Devenir la principale plaque tournante incontestée en Amérique du Nord pour l'Europe;
- Mise en place d'une liaison directe vers la Chine à partir de Montréal à court terme;
- Mise en place d'une liaison directe vers l'Amérique du Sud à partir de Montréal à court terme et accentuer les efforts sur le marché asiatiques.

4.2. CONTRIBUTION DES PARTIES PRENANTES AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE LA VILLE

Bien que ce soit déjà le cas, Tourisme Montréal croit qu'il est nécessaire que les diverses instances montréalaises participent à l'effort et soutiennent les initiatives visant à développer économiquement la

métropole. Cet essor favorisera un accroissement des échanges et augmentera la demande pour le transport aérien.

Plusieurs autres actions peuvent être entreprises par la communauté d'affaires qui permettront de contribuer au développement économique de la ville :

- Se rapprocher des principales lignes aériennes canadiennes et d'Air France;
- Effectuer des représentations sur l'échiquier des pays émergents (Asie, Amérique du Sud et Moyen-Orient);
- Informer les entreprises de la nécessité d'épauler le développement économique des liaisons pendant les deux premières années d'une nouvelle liaison.

4.3. SOUTIEN FINANCIER

Il est essentiel que les différentes organisations, gouvernementales et du milieu des affaires, comprennent le rôle majeur que joue l'aéroport de Montréal. La communauté doit participer de façon active et financière à son développement qui contribue à tous.

Une nouvelle liaison nécessite souvent un soutien financier de démarrage. Nous recommandons donc que, dans le cadre de la mise en opération d'un nouveau lien direct, un apport financier au démarrage en contrat-échange et en contribution financière soit proposé par les différents joueurs des milieux d'affaires de Montréal pour certaines cibles stratégiques. Une enveloppe budgétaire précise basée sur les marchés les plus porteurs devra être préétablie à l'aide d'une grille de marché. La Ville de Montréal, la Communauté métropolitaine de Montréal (CMM), la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et le gouvernement du Québec devront également prévoir des enveloppes budgétaires pour soutenir ces développements. Tourisme Montréal ferait aussi sa part, en offrant, par exemple, son support financier afin de faire des efforts marketing sur les nouveaux marchés qui seront développés, et ce sur une période de trois ans.



5. CONCLUSION

Tourisme Montréal se réjouit de l'opportunité d'entamer la discussion sur l'accroissement nécessaire des vols directs internationaux. Néanmoins, nous croyons que la discussion ne devrait pas seulement porter sur les vols internationaux, mais également sur les enjeux entourant les vols domestiques, et plus particulièrement les vols à l'intérieur du Québec.

> Intra-Québec

Ainsi, nous constatons que les prix pour les vols intraprovinciaux au Québec sont très élevés comparativement aux mêmes vols à partir des autres grandes villes canadiennes. La faible concurrence a probablement un impact sur ces tarifs. Cette faible compétitivité diminue les déplacements des Québécois à l'intérieur de la province, mais également les déplacements des touristes étrangers qui se retrouvent limités à certaines régions où les déplacements sont plus faciles. En tant que porte d'entrée du Québec, Montréal devrait être en mesure d'offrir des tarifs aériens intéressants vers les régions plus éloignées, dont l'accessibilité en transport routier est limitée.

> Amérique du Nord

Dans les raisons évoquées pour ne pas choisir Montréal comme destination de congrès, certains organisateurs évoquent les coûts de transport aérien élevés et l'inaccessibilité de la ville à partir de certaines régions, comme l'Asie. Une diminution des prix, principalement à partir des États-Unis, est nécessaire. Comme une grande partie du marché de Tourisme Montréal se situe dans le nord-est des États-Unis, nous croyons qu'il est nécessaire de commencer par cette région. Rappelons également que plusieurs transporteurs à bas prix (« low cost ») opèrent des vols à partir d'aéroports situés aux États-Unis à proximité de la frontière avec le Canada. L'intérêt d'avoir un low-cost américain à Montréal serait donc immense.

> Europe et Afrique française du Nord

La desserte et la fréquence des vols à partir de l'Europe et de l'Afrique française du Nord vers Montréal sont très bonnes comparativement aux autres villes canadiennes. Ce n'est pas étonnant avec la

proportion de nouveaux immigrants provenant de ces régions et résidant à Montréal. Tourisme Montréal croit qu'il est nécessaire de consolider notre forte position sur ces marchés et de poursuivre la croissance. Montréal serait en mesure de se positionner comme la principale plaque tournante de l'Amérique du Nord pour l'Europe.

> Asie

La Chine est un des pays qui comptent le plus de nouveaux immigrants à Montréal. Le nombre de touristes en provenance de ce pays est également en croissance depuis les quinze dernières années. Toutefois, aucun vol n'est offert vers cette destination. Dans son étude récente sur la qualité de la desserte aérienne à Montréal, Aéroports de Montréal indique que la demande est acceptable pour qu'un vol vers Pékin soit mis en place. Les efforts afin de développer cette liaison à court terme doivent donc être maintenus. Depuis les deux dernières années, plusieurs destinations canadiennes et américaines ont développé de nouvelles liaisons vers l'Asie et l'Amérique du Sud. Toutes ces liaisons sont des succès. Nous croyons que le potentiel serait aussi porteur pour Montréal.

> Amérique du Sud

Finalement, selon Aéroports de Montréal et SECOR, l'arrivée de nouveaux modèles d'avion rendront acceptable la demande de certaines villes internationales pour mettre en place de nouvelles liaisons aériennes. Ainsi, il sera nécessaire à court terme de faire les efforts nécessaires afin de développer une connexion en Amérique du Sud.

Tel qu'indiqué en introduction, en 2013, 25 % des touristes d'affaires américains considéraient le rapport qualité-prix comme une faiblesse de Montréal.¹⁵ Il est donc important de remédier rapidement à cette problématique afin d'améliorer l'image de notre ville et d'assurer une croissance des revenus engendrés par l'industrie touristique.

Dans le cadre d'une nouvelle liaison directe, on suggère qu'un apport financier en contrat-échange et en contribution financière soit proposé par les différents joueurs des milieux d'affaires de Montréal. Tourisme Montréal peut offrir son support afin de faire des efforts marketing sur le nouveau marché qui sera développé.

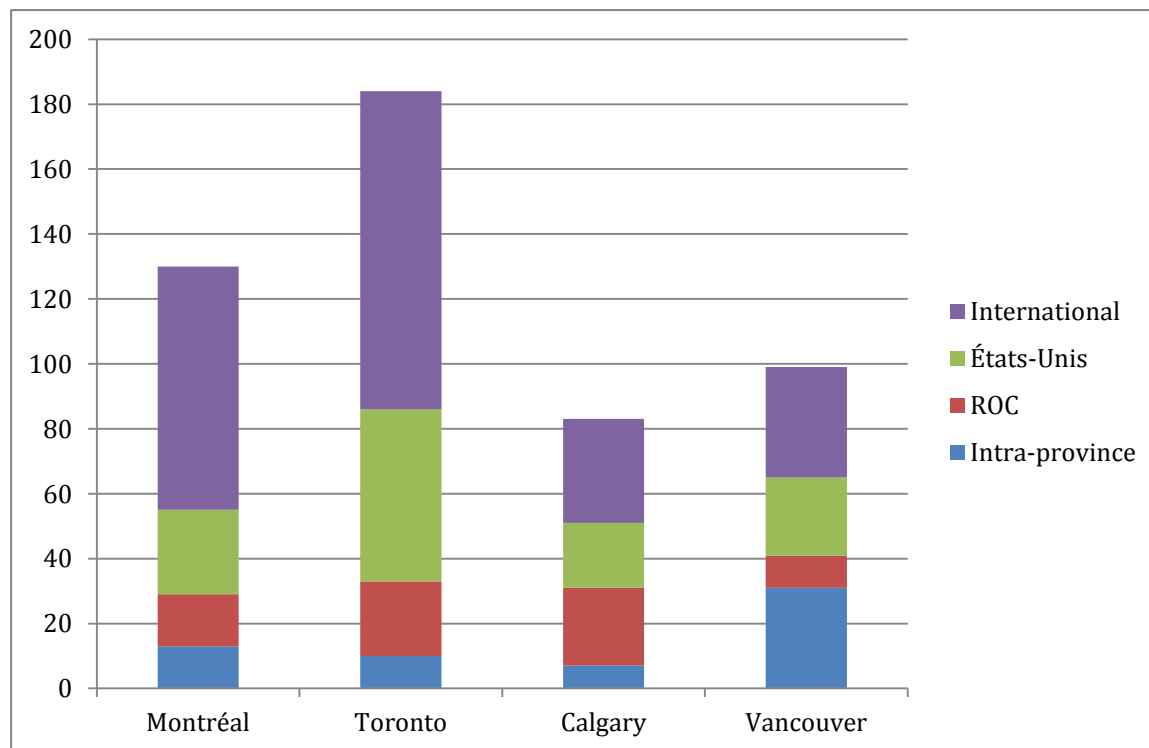
Nous devons agir maintenant.

¹⁵ Ipsos (pour le compte de Tourisme Montréal) (2013) *Sondage annuel sur l'expérience des touristes en voyage d'agrément et/ou d'affaires à Montréal*, 162 pages.



6. ANNEXE I : DESTINATIONS DESSERVIES À PARTIR DE MONTRÉAL

Graphique 17 : Nombre de destinations desservies par marché pour certaines villes canadiennes en 2014



Source : Aéroports de Montréal, Vancouver Airport Authority, Aéroport international de Calgary et Greater Toronto Airports Authority.

Tableau 2 : Destinations desservies directement à partir de Montréal selon le nombre de transporteurs de mars à octobre 2014

Nombre de transporteurs	Intra-Québec	Reste du Canada	États-Unis	Destinations soleil	Autres
1	<ul style="list-style-type: none"> • Bagotville • Baie Comeau • Chibougamau • Iles de la Madeleine • Kuujuaq • Kuujuarapik • La Grande • Mont-Joli • Mont-Tremblant 	<ul style="list-style-type: none"> • Bathurst, NB • Charlottetown, IPE • Edmonton, AB • Fredericton, NB • London, ON • Moncton, NB • Ottawa, ON • Regina, SK • Saint-John, NB • St.John's, TN 	<ul style="list-style-type: none"> • Atlanta, GA • Boston, MA • Charlotte, NC • Dallas / Ft. Worth, TX • Denver, CO • Detroit, MI • Fort Myers, FL • Hartford, CT • Houston, TX • Los Angeles, CA • Minneapolis/ St-Paul, MN • Philadelphie, PA • San Francisco, CA • Tampa, FL • Washington (Dulles), DC • West Palm Beach, FL 	<ul style="list-style-type: none"> • Aruba, Aruba • Freeport, Bahamas • Nassau, Bahamas • San Salvador, Bahamas • Bridgetown, Barbade • Cienfuegos, Cuba • La Havane, Cuba • Manzanillo, Cuba • La Ceiba, Honduras • Fort-de-France, Martinique • Cozumel, Mexique • Huatulco, Mexique • Los Cabos, Mexique • Manzanillo, Mexique • Mexico, Mexique • Managua, Nicaragua • La Romana, République dominicaine 	<ul style="list-style-type: none"> • Alger, Algérie • Munich, Allemagne • Londres (Gatwick), Angleterre • Madrid, Espagne • Malaga, Espagne • Bordeaux, France • Lyon, France • Marseille, France • Nantes, France • Paris (Orly), France • Toulouse, France • Dublin, Irlande • Venise, Italie • Amman, Jordanie • Casablanca, Maroc • Amsterdam, Pays-Bas • Lisbonne, Portugal • Ponta Delgada, Portugal • Porto, Portugal • Doha, Qatar • Prague, République tchèque • St-Pierre, St-Pierre-et-Miquelon • Bâle-Mulhouse, Suisse • Genève, Suisse • Zurich, Suisse • Tunis, Tunisie

Nombre de transporteurs	Intra-Québec	Reste du Canada	États-Unis	Destinations soleil	Autres
2	<ul style="list-style-type: none"> • Québec • Rouyn-Noranda • Val-d'Or 	<ul style="list-style-type: none"> • Calgary, AB • Halifax, NE • Toronto Island, ON • Toronto, ON • Vancouver, BC • Wabush, NL • Winnipeg, MB 	<ul style="list-style-type: none"> • Las Vegas, NV • Miami, FL • New York (JFK), NY • New York (Newark), NY • Washington (Reagan), DC 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartagena, Colombie • San Andres, Colombie • Liberia, Costa Rica • San Jose, Costa Rica • Santiago, Cuba • Pointe-à-Pitre, Guadeloupe • Port-au-Prince, Haïti • Roatan, Honduras • Cancun, Mexique • San Salvador, Salvador • Providenciales, Turks & Caïcos • Porlamar, Venezuela 	<ul style="list-style-type: none"> • Francfort, Allemagne • Londres (Heathrow), Angleterre • Bruxelles, Belgique • Barcelone, Espagne • Nice, France • Athènes, Grèce • Rome, Italie • Istanbul, Turquie
3	<ul style="list-style-type: none"> • Sept-Îles 		<ul style="list-style-type: none"> • Chicago, IL • New York (LGA), NY 	<ul style="list-style-type: none"> • Antigua, Antigua-et-Barbuda • St-Marteen, Antilles néerlandaises • Saint-Lucie, Caraïbes • Ixtapa/Zihuatanejo, Mexique • Samana, République dominicaine 	<ul style="list-style-type: none"> • Paris (Charles-de-Gaulle), France
4			<ul style="list-style-type: none"> • Orlando (INT), FL 	<ul style="list-style-type: none"> • Camaguay, Cuba • Cayo Largo del Sur, Cuba • Panama City, Panama • Puerto Plata, République dominicaine 	
5			<ul style="list-style-type: none"> • Fort Lauderdale, FL 	<ul style="list-style-type: none"> • Cayo coco, Cuba • Holguin, Cuba • Santa Clara, Cuba 	

Nombre de transporteurs	Intra-Québec	Reste du Canada	États-Unis	Destinations soleil	Autres
5 (suite)				<ul style="list-style-type: none"> • Montego Bay, Jamaïque • Puerto Vallarta, Mexique • Punta Cana, République dominicaine 	
6				<ul style="list-style-type: none"> • Varadero, Cuba 	

Source : Aéroports de Montréal.



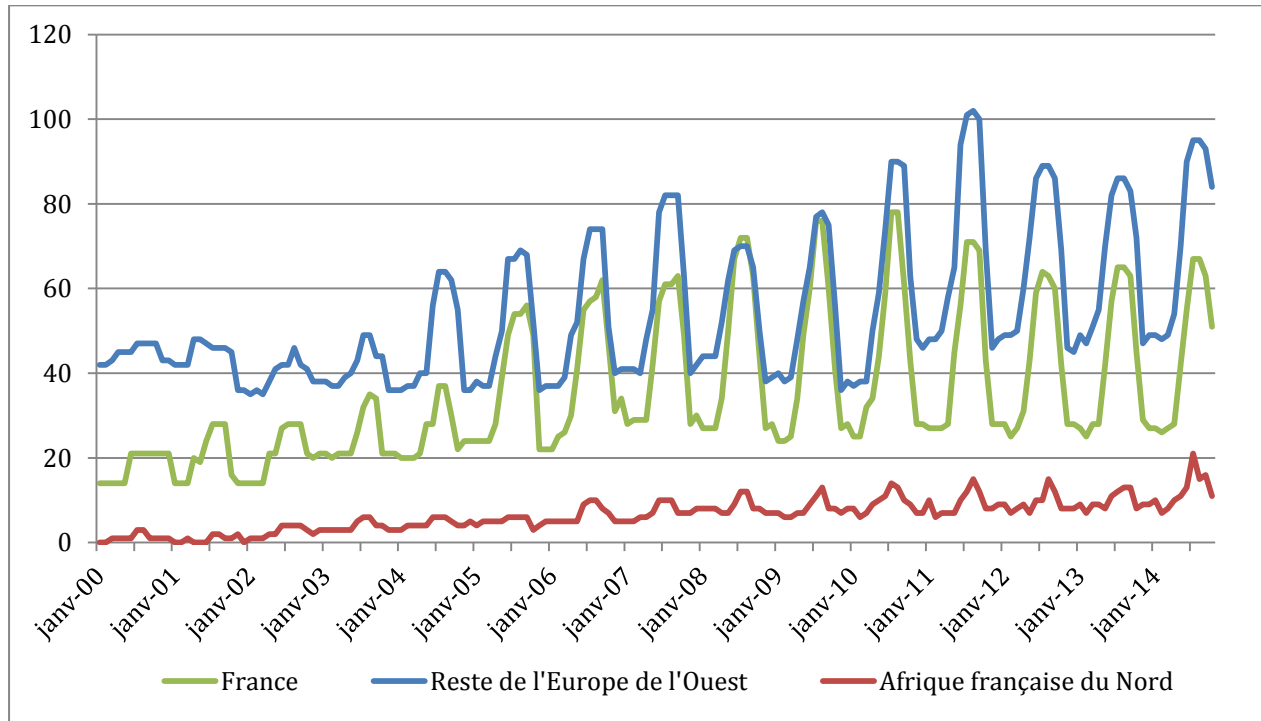
7. ANNEXE II : DONNÉES PORTANT SUR L'EUROPE ET L'AFRIQUE FRANÇAISE DU NORD

Tableau 3 : Destinations desservies à partir de Montréal vers l'Europe de l'Ouest et l'Afrique française du Nord

Europe de l'Ouest		Afrique française du Nord
<p>Allemagne</p> <ul style="list-style-type: none"> - Francfort - Munich <p>Belgique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bruxelles <p>Espagne</p> <ul style="list-style-type: none"> - Madrid* - Barcelone* - Malaga <p>France</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bordeaux* - Lyon* - Marseille* - Nantes* - Nice* - Paris (Charles-de-Gaulle) - Paris (Orly)* - Toulouse* <p>Grèce</p> <ul style="list-style-type: none"> - Athènes* 	<p>Irlande</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dublin* <p>Italie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rome* - Venise* <p>Pays-Bas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amsterdam <p>Portugal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lisbonne* - Ponta Delgada* - Porto* <p>Suisse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bâle/Mulhouse* - Genève - Zurich <p>Royaume-Uni</p> <ul style="list-style-type: none"> - Londres (Gatwick)* - Londres (Heathrow) 	<p>Maroc</p> <ul style="list-style-type: none"> - Casablanca <p>Algérie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alger <p>Tunisie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tunis

Source : Aéroports de Montréal

Graphique 18 : Évolution du nombre de vols vers l'Europe et l'Afrique française du Nord à partir de Montréal



Source : Aéroports de Montréal.



8. ANNEXE III : IMMIGRATION DANS LES VILLES CANADIENNES

Tableau 4 : Principaux pays d'origine des immigrants récents dans les grandes villes canadiennes (plus de 5 000 immigrants)

Montréal	Toronto	Calgary	Vancouver
1. Algérie	1. Inde	1. Philippines	1. Chine
2. Maroc	2. Chine	2. Inde	2. Philippines
3. Haïti	3. Philippines	3. Chine	3. Inde
4. France	4. Pakistan		4. Corée du Sud
5. Chine	5. Sri Lanka		5. Iran
6. Mexique	6. Iran		6. Taiwan
7. Philippines	7. États-Unis		7. États-Unis
8. Colombie	8. Bangladesh		
9. Liban	9. Jamaïque		
	10. Iraq		
	11. Corée du Sud		
	12. Russie		
	13. Nigéria		
	14. Colombie		
	15. Guyana		
	16. Royaume-Uni		

Source : Statistique Canada.