



# Bulletin de veille Tourisme d'affaires

Mars 2023



# Rappel des thématiques

- 1 Tendances, enjeux et perspectives globales du secteur affaires
- 2 Produit
- 3 Clientèle
- 4 Destination

1

# Tendances, enjeux et perspectives globales du secteur affaires

# L'économie : une préoccupation majeure aux conséquences variables

D'après une enquête menée par la Global Business Travel Association ([GBTA](#)) et Spotnana, auprès de 151 acheteurs de voyages d'affaires américains, les entreprises réagissent différemment au contexte économique actuel. Malgré les inquiétudes, la majorité n'a pas l'intention de restreindre les voyages d'affaires ou ne considère pas sérieusement le faire (64 %). Cependant, un cinquième (19 %) a mis en place des plans pour limiter les déplacements professionnels.

La plupart des gestionnaires de voyage s'attendent à rejoindre les niveaux pré-pandémiques d'ici la fin 2023, et ce pour plusieurs types déplacements :

- Voyage d'affaires domestique : 74 %
- Réunion externe : 77 %
- Conférence et voyage de groupe : 76 %
- Réunion interne et retraite : 69 %
- Voyage d'affaires international : 63 %

Enfin, un gestionnaire sur dix déclare ne pas s'attendre à retrouver les volumes de 2019 avant 2025. Le rapport peut être téléchargé [ici](#).



Source: [GBTA et Spotnana](#)

# L'évolution des milieux de travail induit des changements dans le secteur affaires

Un groupe de dirigeants américains du secteur de l'hôtellerie s'est réunis lors d'une [table ronde](#) portant sur l'état de l'industrie. Ils ont discuté, entre autres, de l'évolution des milieux de travail et de ses répercussions sur le tourisme d'affaires.

Selon Jerry Cataldo, président et CEO de Hostmark Hospitality Group, les employés de bureau se trouvent généralement en situation de télétravail le lundi et le vendredi. Depuis avril 2022, il constate que les journées les plus en demande auprès du marché affaires sont les mardis et mercredis. Et il n'est pas le seul, de nombreux hôteliers notent une augmentation de fréquentation en [milieu](#) de semaine par des clientèles en déplacement d'affaires et aussi par des employés qui habitent désormais loin de leur lieu de travail.

Pour certaines compagnies, dont les employés travaillent de façon [permanente](#) à l'extérieur du bureau, les voyages d'affaires consistent à ramener les troupes sous un même lieu. Il peut s'agir d'effectuer une réunion stratégique qui nécessite d'être sur place, d'organiser des activités de renforcement d'équipe ou encore de participer à un événement jugé essentiel.



Source: [pexels.com](https://www.pexels.com)

## *Informer pour mieux recruter de nouveaux talents*

La Business Travel Association (BTA) du Royaume-Uni souhaite encourager les personnes à la recherche d'un emploi à considérer débiter (ou reprendre) une carrière dans l'industrie du [voyage d'affaires](#). Le 21 mars dernier, l'association a lancé une [brochure](#) visant à renseigner les futurs candidats à propos du secteur d'activité (par exemple, qui sont les voyageurs d'affaires, les types d'emploi, etc.), à dissiper les mythes qui véhiculent de fausses perceptions et à offrir une multitude de ressources pour faciliter la transition vers un emploi en tourisme d'affaires.

La brochure «Your Career Can Travel» et été divulguée lors de la conférence annuelle de la BTA et de la semaine nationale de l'emploi au Royaume-Uni.



Source : [Business Travel Association](#)

2

# Produit

# Les retraites d'équipe et l'engouement pour l'offre en plein air

L'intérêt des organisations pour les retraites d'équipe se poursuit. Ces moments hors du bureau répondent au besoin de bien-être des employés et représentent une occasion de créer ou resserrer les liens entre collègues. De plus, les retraites contribuent positivement au moral des effectifs et sont perçues comme un acte de reconnaissance envers les salariés.

L'attrait pour des retraites en [plein air](#) a connu une montée en popularité au cours de la pandémie et se poursuit depuis. Plusieurs [agences](#) structurent des [offres](#) de retraite personnalisée et clé en main pour répondre à cette demande. Les effets de la nature sur la santé physique et mentale sont bien [documentés](#) et pour plusieurs entreprises à la recherche de lieux de retraite, les propositions en plein air cadrent avec leur désir de prendre [soin](#) de leurs employés, stimuler leur créativité et leur faire vivre des expériences mémorables.



Source : [Getaway](#)



3

# Clientèle

# Les voyageurs d'affaires québécois

Davantage d'hommes (63 %) se sont déplacés pour des motifs professionnels sur les routes du Québec au cours des deux dernières années. Leur ménage dispose d'un revenu plus élevé que la moyenne (20 % gagnent un revenu brut de plus de 150000 \$, contre 12 % de tous les voyageurs sondés). Enfin, une forte proportion se trouvait en situation de télétravail (63 % contre 41 %). Voilà quelques grands constats qui ressortent de la plus récente enquête effectuée par la [Chaire de Tourisme Transat](#) auprès de 1007 voyageurs québécois, du 21 au 25 novembre 2022.

À quoi s'attendre pour 2023? Près d'un voyageur d'affaires québécois sur deux projette de réaliser un déplacement professionnel d'au moins une nuitée au Québec.

## VOYAGEURS QUÉBÉCOIS QUI ENVISAGENT UN DÉPLACEMENT PROFESSIONNEL D'AU MOINS UNE NUITÉE EN 2023



Ensemble des voyageurs sondés

18%

Voyageurs ayant fait un déplacement professionnel au Québec

59%

### DESTINATIONS PRÉVUES

Le Québec

13%

49%

Ontario ou Nouveau-Brunswick

4%

12%

Ailleurs au Canada

3%

9%

Hors Canada

3%

11%

Base 1 : base totale (n= 1007)

Base 2 : a fait un déplacement professionnel d'au moins une nuit au Québec entre novembre 2020 et novembre 2022 (n= 186)

Note : les points rouges et verts soulignent les différences significatives observées entre ce sous-groupe et le reste de l'échantillon.  
Source : Chaire de tourisme Transat. Enquête portant sur le comportement des voyageurs québécois, décembre 2022.

Source: [Chaire de tourisme Transat](#)

# Quoi faire pour mousser les inscriptions hâtives des participants ?

Depuis la pandémie de COVID-19, les organisateurs de salons et de foires constatent que les participants s'inscrivent plus tardivement à leur événement. C'est du moins ce que rapportent 98 %\* des répondants qui ont pris part au [sondage](#) effectué par Trade Show News Network (TSNN) en février dernier. Les responsables de l'enquête ont également demandé aux dirigeants des agences de marketing de se prononcer à propos des tactiques promotionnelles les plus porteuses. Voici les résultats :

1. Effectuer du marketing par courriel (68 %)
2. Demander aux conférenciers, exposants, commanditaires et participants d'informer leurs réseaux de leur présence à l'événement (59 %)
3. Faire de la promotion conjointe avec les associations, exposants et commanditaires qui participent aussi à l'événement (53 %)
4. Intégrer davantage d'appels à l'action sur son site Web, par exemple une bannière sur la page d'accueil, des publicités contextuelles ou encore un compte à rebours avant la fin d'un rabais (49 %)
5. Collaborer avec des influenceurs et offrir un tarif spécial aux personnes qui suivent leurs réseaux (44 %)
6. Faire de la publicité sur Google et différents sites Web (44 %)
7. Effectuer une campagne de télémarketing (42 %)

\*Cette donnée est à prendre avec précautions, étant donné qu'il provient d'un échantillon de 60 répondants.

4

# Destination

# Se rapprocher des communautés de startups

Le Melbourne Convention and Exhibition Centre (MCEC) a conclu un [partenariat](#) avec [Startup Victoria](#) afin d'établir des liens entre le secteur des événements d'affaires et celui de l'innovation. Cette entente sera l'occasion d'effectuer des partages d'expériences et d'expertises ainsi que de créer de nouveaux produits et services.

D'après Natalie O'Brien, PDG de MCEC, ce partenariat aidera l'établissement à explorer de nouvelles idées et à intégrer l'état d'esprit créatif et innovant des *startups* au sein de son établissement.

En septembre 2023, le MCEC accueillera pour la première fois le [Global Entrepreneurship Congress](#) qui réunira plus de 2500 délégués en provenance de près de 170 pays dans le but de partager des bonnes pratiques et d'établir des collaborations dans le milieu entrepreneurial.



Source : [pexels.com](https://www.pexels.com)



Abonnez-vous à notre bulletin

[S'inscrire ici](#)



Écrivez-nous

[chaire.tourisme@uqam.ca](mailto:chaire.tourisme@uqam.ca) | [veilletourisme.ca](http://veilletourisme.ca)



**Merci !**