

La Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM, en partenariat avec Tourisme Montréal, présente

Les 15 tendances en tourisme pour 2015

Montréal, le 21 janvier 2015 – La [Chaire de tourisme Transat](#) de l'[École des sciences de la gestion](#) de l'UQAM (ESG UQAM), en partenariat avec [Tourisme Montréal](#), a dévoilé les 15 grandes tendances en tourisme pour 2015 lors du tout premier [Gueuleton touristique](#) de l'année. Ces tendances ont été présentées par le professeur en gestion des organisations touristiques à l'ESG UQAM, [Paul Arseneault](#), et le vice-président, Relations publiques, accueil, recherche et développement du produit de Tourisme Montréal, [Pierre Bellerose](#).

Cette édition spéciale des Gueuletons touristiques accueillait près de 300 invités, dont plusieurs influenceurs du domaine du tourisme. Le duo d'experts formé de Paul Arseneault et Pierre Bellerose a présenté les courants qui influenceront les décisions des consommateurs et les actions des intervenants touristiques tant sur le plan local, national et international.

« Nous dressons chaque année le palmarès des tendances en tourisme afin de faire le point sur les perspectives qui se dessinent pour l'année à venir. Ce n'est pas une science exacte, mais plutôt un moment privilégié qui permet de contribuer à la réflexion des intervenants sur leurs stratégies et les changements qu'ils pourraient y apporter pour être en phase avec un monde touristique qui évolue constamment », a souligné Pierre Bellerose de Tourisme Montréal.

Voici les 15 tendances en tourisme pour 2015 :

1. L'ère de l'image de soi
 - La mise en scène de soi est plus importante que les visuels de la destination visitée.
2. La force retrouvée du marché américain
3. L'internet des objets
 - La multiplication des interfaces connectées (montre, bracelets, éclairage) génère de nouvelles façons de consommer les informations ainsi que de se mouvoir dans les destinations touristiques.
4. Le début de la fin de l'histoire
 - Le temps d'attention des jeunes consommateurs (18-20 ans) a diminué pour atteindre 8 secondes. Ceux-ci préfèrent créer leur propre contenu que d'utiliser celui des grandes marques. Ils n'ont tout simplement plus l'attention nécessaire pour écouter une histoire!
5. 2015 : l'année de saturation pour les agences de voyages en ligne
6. Du défi et de la complexité d'être restaurateur
7. Les hôtels travailleront fort pour notre confort
8. L'automne devient l'été; les changements climatiques appliqués
 - L'été se prolonge et les redoux sont fréquents en hiver; l'adaptation est nécessaire pour les attraits touristiques (ex. : modification des horaires d'ouverture), tout comme la révision de leur modèle d'affaires.
9. La gouvernance renouvelée du tourisme québécois
10. Les aéroports nous accueillent et nous facilitent la vie
 - Le développement des technologies permet de mieux servir les passagers et de rendre fluide l'expérience aéroportuaire.

11. Les organismes de gestion de la destination, agents de développement économique?
 - Les offices de tourisme sont sous pression partout dans le monde, afin de soutenir le développement économique de leur région, tout en contribuant à l'aménagement du territoire et à l'accroissement de la qualité de vie.
12. Le tourisme collaboratif, la suite
 - L'hébergement et le transport collaboratif poursuivront leur croissance malgré les enjeux de réglementation.
13. La Chine, opérateur touristique d'envergure
 - Avec l'acquisition de Club Med (entres autres), la croissance du commerce international chinois et l'apparition fulgurante d'entreprises touristiques chinoises, la Chine représentera le plus grand contingent de voyageurs d'affaires internationaux et deviendra un joueur incontournable de l'industrie touristique mondiale.
14. La convergence du commerce physique et du commerce virtuel
15. La fin du marketing de masse en tourisme
 - Les marques doivent avoir une approche de créneau, car le voyageur recherche une expérience qui correspond à ses aspirations. La proposition doit être hyperpersonnalisée et passer par tous les types de canaux correspondants.

« L'année 2015 fera place à de nouveaux moteurs du tourisme, dont l'hyperpersonnalisation, l'adaptation aux changements climatiques, le tourisme collaboratif, la fin du marketing touristique de masse tel qu'on le connaît. Des changements importants se dessinent à l'horizon et les acteurs touristiques devront s'adapter afin de saisir ces nouvelles opportunités », explique le professeur Arseneault.

Présentation PowerPoint de la conférence : disponible sur demande.



- 30 -

Sources : Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM et Tourisme Montréal

Pour des renseignements ou pour des entrevues :

Joanie Doucet
UQAM
Conseillère en relations de presse
514 987-3000, poste 6832
doucet.joanie@uqam.ca
[@JDoucet11](https://www.instagram.com/JDoucet11)

Pascale Gagnon
Tourisme Montréal
514 346-3376
gagnon.pascale@tourisme-montreal.org