

 Ontario



**Les Américains et la planification de voyages  
et  
les raisons des réservations de dernière minute**

**Ministère du Tourisme et des Loisirs  
Direction du tourisme  
Juin 2005**

## Introduction

Ce rapport est tiré de la banque de données liée à l'étude Projets de voyage que le Ministère du Tourisme et des Loisirs mène depuis presque déjà deux ans. Cette étude est basée plus particulièrement sur un sondage lié à la planification de voyages, dont les questions ont été posées durant la période de préparation aux vacances de février 2005.

Un total de 3 816 Américains ont été interrogés dans le cadre de cette étude. De ce nombre, 2 875 (75 %) sont définis comme étant des «voyageurs» s'ils ont effectué un voyage de plus de 24 heures au cours des deux dernières années ou s'ils songent à le faire dans les 12 prochains mois.

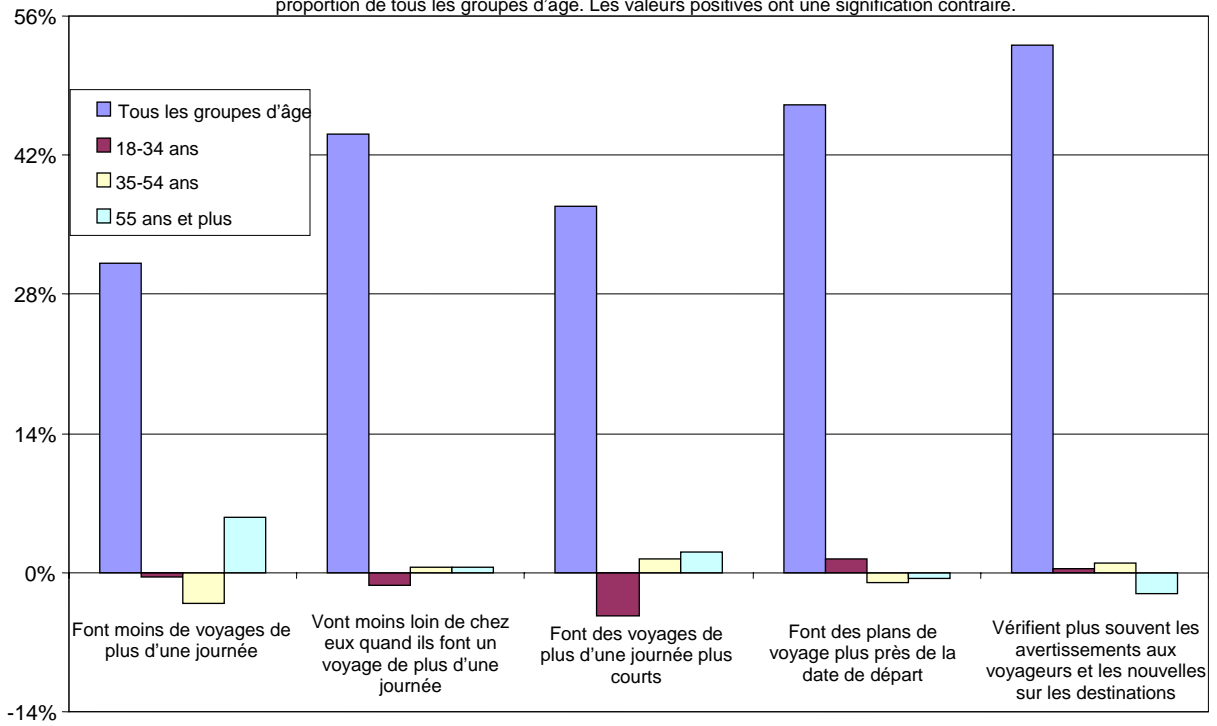
Bien que cette étude porte sur les «voyageurs américains», elle cible seulement les États américains ci-dessous :

- État de New-York
- Pennsylvanie
- Ohio
- Indiana
- Michigan
- Illinois
- Wisconsin
- Minnesota
- Massachusetts
- Washington, (District fédéral de Columbia) et Maryland

**En quoi, le cas échéant, vos tendances touristiques ont-elles changé au cours des deux dernières années ?**

**Voyageurs américains**

Note : dans le graphique, les barres bleues représentent la proportion de voyageurs américains qui ont déclaré avoir fait l'activité décrite dans le graphique. Les autres barres représentent la différence entre la barre bleue et la proportion correspondante de voyageurs américains d'un groupe d'âge donné. Une valeur négative signifie que la proportion de personnes dans ce groupe d'âge est inférieure à la proportion de tous les groupes d'âge. Les valeurs positives ont une signification contraire.

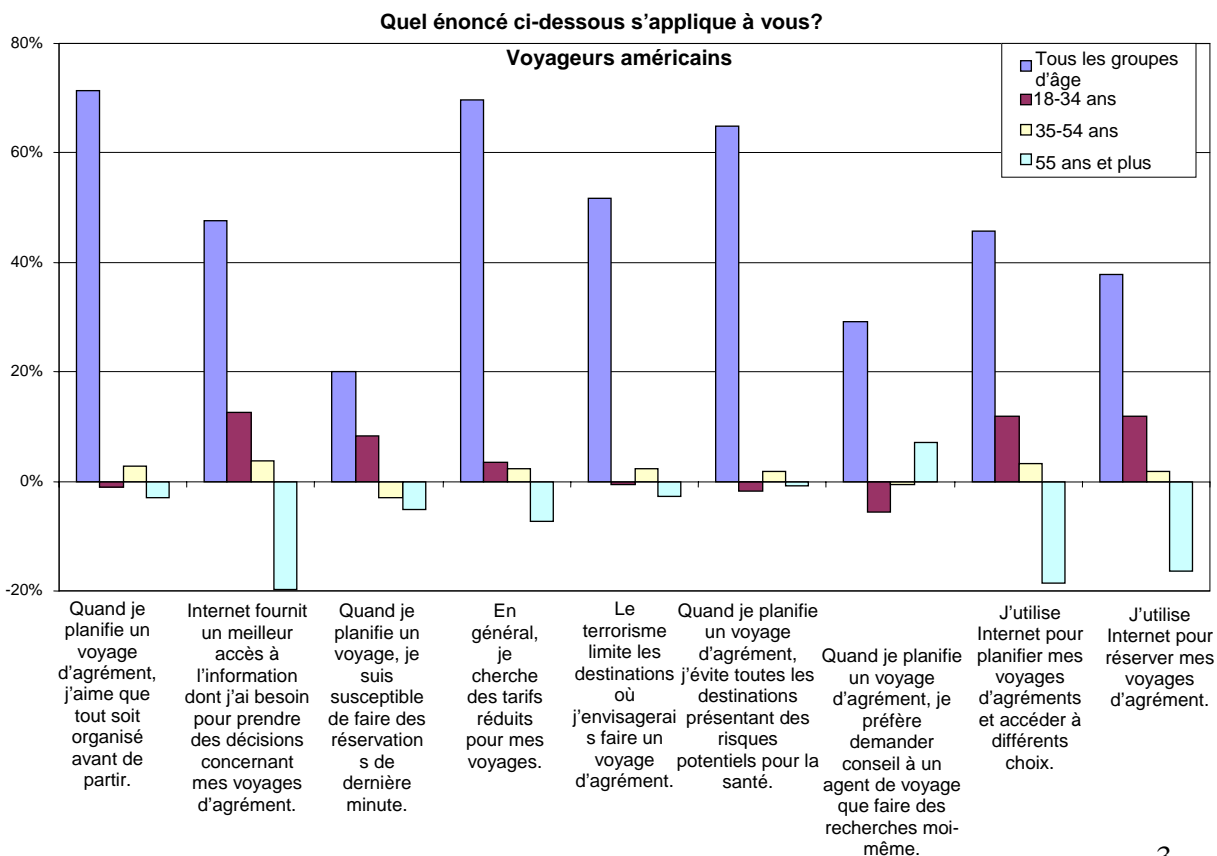


❖ **L'étude tend à démontrer que les voyageurs américains sont plus prudents qu'il y a deux ans :**

- ✚ 31 % des voyageurs interrogés ne voyagent plus autant qu'avant pour au-delà de 24 heures
- ✚ 44 % des voyageurs interrogés voyagent plus près de la maison que par le passé
- ✚ 37 % des voyageurs interrogés effectuent des voyages de plus courte durée que par le passé
- ✚ 47 % des voyageurs interrogés planifient leurs voyages davantage à la dernière minute qu'ils ne le faisaient auparavant
- ✚ 53 % des voyageurs interrogés recueillent plus de renseignements et s'enquière davantage de l'actualité du pays de leur destination qu'auparavant

❖ **...Mais il existe de menues variantes de conduite dépendamment de l'âge du voyageur :**

- ✚ Comparativement aux deux autres groupes d'âge cités ci-dessous, un plus grand nombre de voyageurs américains de 55 ans et plus ont réduit la fréquence de leurs voyages.
- ✚ Comparativement aux deux autres groupes d'âge, une plus faible proportion de jeunes Américains (18 à 34 ans) voyagent sur une plus courte période de temps.
- ✚ Comparativement aux deux autres groupes d'âge, une plus forte proportion de jeunes voyageurs planifient leurs voyages plus près de la date de départ.



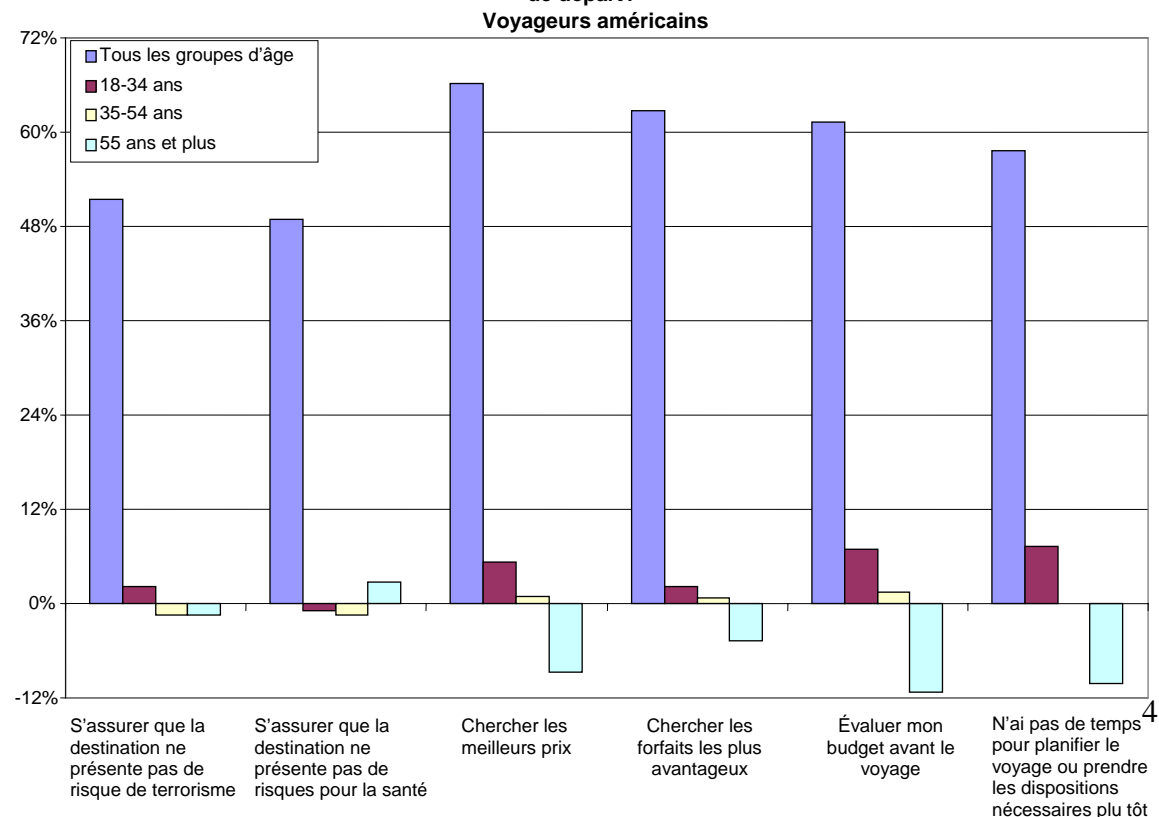
❖ **Parmi les voyageurs américains :**

- ✚ 74 % des voyageurs interrogés préfèrent avoir effectué tous les préparatifs de voyage avant le jour du départ.
- ✚ 67 % des voyageurs interrogés estiment que l'Internet leur fournit des renseignements plus pertinents sur les voyages que les autres sources d'information.
- ✚ 64 % des voyageurs interrogés utilisent l'Internet pour effectuer la planification de leurs voyages d'agrément.
- ✚ 54 % des voyageurs interrogés effectuent des réservations sur Internet pour leurs voyages d'agrément.
- ✚ 25 % des voyageurs interrogés effectueront probablement leurs réservations de voyage à la dernière minute.
- ✚ 22 % des voyageurs interrogés préfèrent solliciter l'aide d'un agent de voyage plutôt que d'effectuer eux-mêmes les recherches.
- ✚ 77 % des voyageurs interrogés recherchent des voyages à rabais.
- ✚ 54 % des voyageurs interrogés prétendent être limités dans leur choix de destination de voyage en raison de la menace terroriste.
- ✚ 66 % des voyageurs interrogés évitent les destinations à risque pour la santé, lors de la planification de leurs voyages.

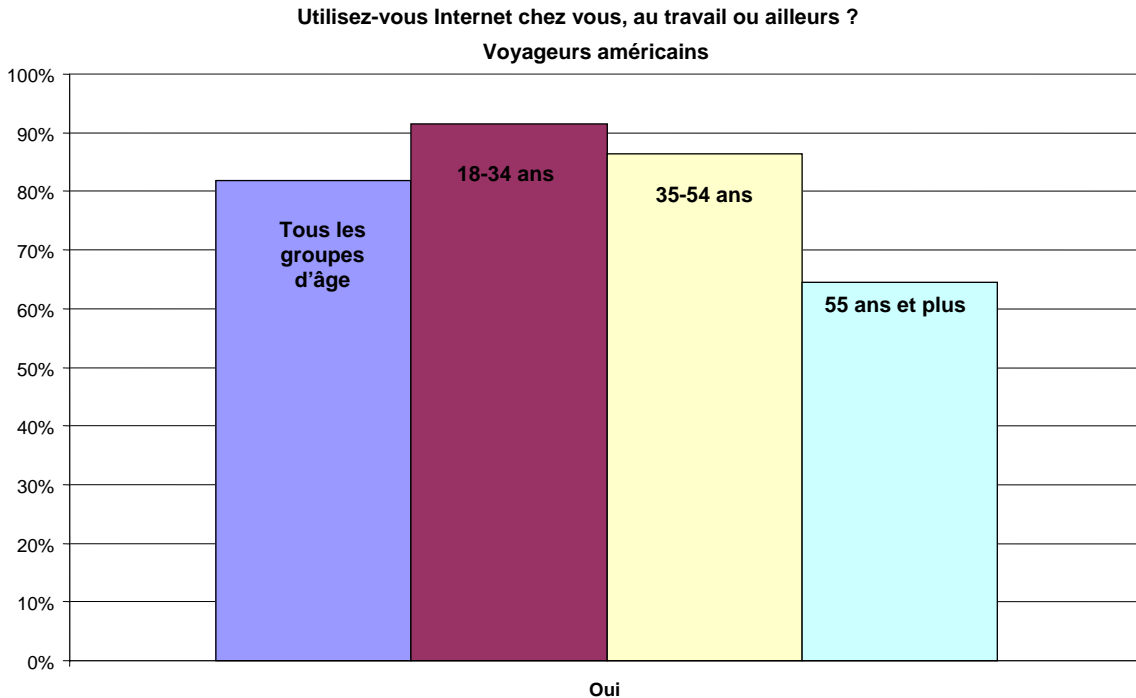
❖ **Cette fois, l'âge des voyageurs est important :**

- ✚ Il existe de considérables variantes entre les jeunes voyageurs américains et ceux plus âgés en ce qui a trait à l'accès à l'Internet ou son utilisation.
- ✚ Comparativement aux deux autres groupes d'âge, les jeunes voyageurs américains sont plus susceptibles d'effectuer des réservations de dernière minute.

Parmi les motifs ci-dessous, lequel pourrait vous faire effectuer des projets de voyage plus proche de votre date de départ?



- ❖ **Dans l'ensemble, 66 % des voyageurs américains préfèrent effectuer des réservations de dernière minute ou ont changé leurs habitudes au cours des deux dernières années et prennent désormais des dispositions de voyage plus près de la date de départ.**
  
- ❖ **En voici les raisons :**
  - ✚ Crainte d'une attaque terroriste : 51 % des voyageurs interrogés veulent s'assurer que la destination choisie est sécuritaire
  - ✚ Crainte des maladies : 49 % des voyageurs interrogés veulent s'assurer que la destination choisie ne pose pas de risque à leur santé.
  - ✚ En attente de rabais : 66 % des voyageurs interrogés souhaitent profiter de rabais de dernière minute
  - ✚ En attente de forfaits avantageux : 63 % des voyageurs interrogés recherchent le forfait de voyage le plus avantageux possible
  - ✚ Moyens financiers : 61 % des voyageurs interrogés tentent de bien gérer leur budget de voyage afin de s'assurer qu'ils peuvent se l'offrir.
  - ✚ Manque de temps pour planifier : 58 % des voyageurs interrogés affirment n'avoir carrément pas le temps de planifier un voyage.
  
- ❖ **En résumé, l'Internet et le monde peu sûr dans lequel nous vivons, en fait de santé, sont les principales causes des réservations de dernière minute.**
  - ✚ Puisque les moyens financiers et le manque de temps dû aux obligations professionnelles ou personnelles se sont toujours avérés un problème pour les voyageurs, l'augmentation des réservations de dernière minute ne peut donc pas être imputable à ces causes.
  - ✚ Le terrorisme est un phénomène social ayant surgi au début des années 1970, mais qui était surtout limité à l'Europe et au Moyen-Orient. Cependant, depuis les événements du 11 septembre 2001, le spectre du terrorisme fait désormais partie du quotidien des Américains. De plus, le syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) a conscientisé les Nord-américains aux dangers des infections de masse transmises lors de voyages.
  - ✚ Même si l'Internet comme tel n'est pas l'unique motif pour toutes ces réservations de dernière minute, il permet aux agents économiques de réagir aux états du marché existants ou anticipés plus rapidement qu'avant. En effet, il est désormais plus facile pour les fournisseurs d'afficher des rabais ou des forfaits de dernière minute sur Internet lorsque l'offre excède la demande. De plus, grâce à Internet, les consommateurs peuvent aisément consulter ces annonces. Puisque les consommateurs constatent que leurs attentes liées aux prix de dernière minute sont généralement comblées, ils patientent jusqu'à la chute des prix avant d'acheter et les fournisseurs réagissent à cette baisse de la demande en réduisant leurs prix. C'est ainsi que sont offerts, les voyages à rabais. Seulement lorsque les attentes des consommateurs ne sont pas comblées, ces derniers revoient-ils leur méthode de planification de voyages.



❖ **Quel est le degré d'impact de l'Internet sur les voyageurs américains?**

- ✚ 82 % des voyageurs interrogés utilisent l'Internet à la maison ou au travail (par opposition à 75 % de la population adulte aux États-Unis).
- ✚ Tel qu'escompté, cette proportion est supérieure chez les jeunes voyageurs américains (92 %) et inférieure chez les voyageurs américains plus âgés (65 %).

❖ **Que cherchent les voyageurs américains lorsqu'ils naviguent sur Internet?**

- ✚ L'utilisation de l'Internet la plus commune est la recherche de destinations de voyage (80 %), suivie des recherches liées à d'autres aspects du voyage (73 %) et, enfin, l'achat de produits et services non liés au voyage (69 %).
- ✚ L'achat de produits et services non liés au voyage est plus répandu que l'achat d'un seul produit touristique ou de tous les produits regroupés (63 % des gens interrogés ont payé leur transport, leur gîte ou tout autre élément du voyage.) D'un autre côté, l'achat de produits touristiques sur Internet est pratiquement aussi vaste que l'achat des autres produits et services regroupés.
- ✚ À l'exception de « recevoir des renseignements liés au voyage tel un bulletin publicitaire », les voyageurs américains les plus âgés affichent un taux plus bas d'utilisation des éléments mentionnés ci-dessus que les deux autres groupes de voyageurs.

**Le cas échéant, laquelle des choses ci-dessous avez-vous faite sur Internet au cours des 12 derniers mois?  
Voyageurs américains qui utilisent Internet**

