

Tourisme urbain durable

Présentation de la Chaire de tourisme Transat dans le cadre de la tournée du 40^e anniversaire de Tourisme Outaouais

Par Claudine Barry

Professionnelle de recherche et analyste en veille stratégique

barry.claudine@uqam.ca

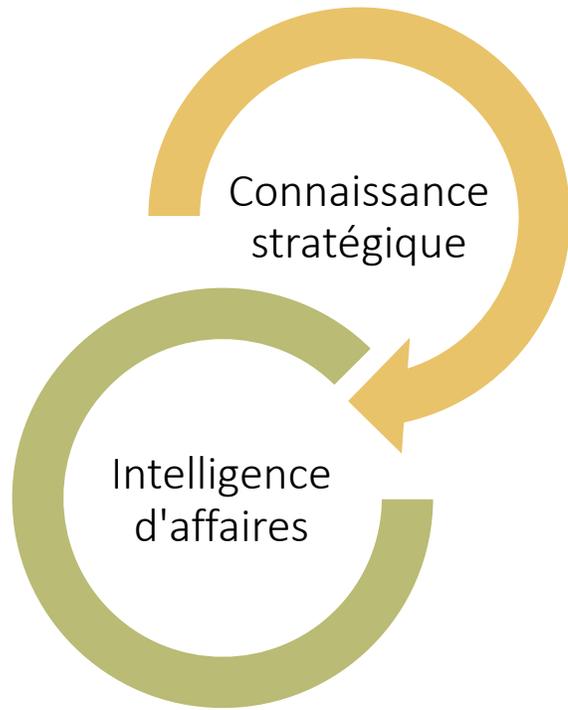


CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQAM

RÉSEAU
**VEILLE
TOURISME**

OUTAOUAIS
tourismeoutaouais.com

À propos de la Chaire de tourisme Transat



Plan de présentation

1. Enjeux des centres-villes
2. Tourisme urbain durable
3. Comportement des voyageurs – legs de la pandémie
4. Intentions de voyage
5. Conclusion

1



Enjeux des centres-villes



Dévitualisation des centres-villes

- Prolifération des magasins à grande surface en périphérie
- Transition vers le commerce en ligne
- Coût élevé des loyers et des taxes pour les locaux centraux
 - Grandes chaînes plutôt que commerces indépendants identitaires
- Désintérêt des résidents pour leur centre-ville
- Départ des commerçants faute d'achalandage
- Les locaux vacants réduisent le pouvoir d'attraction: effet domino
- Les bâtiments patrimoniaux sont négligés, voire abandonnés

Une pause révélatrice

- Arrêt forcé: une accalmie quasi inespérée pour certaines grandes villes (Amsterdam, Venise, Barcelone)
- Réappropriation de la ville par ses résidents
 - Apprécie la tranquillité, la propreté, la rencontre de compatriotes.
- Mise en lumière de plusieurs enjeux ayant provoqué l'abandon des quartiers centraux
 - Mobilité - effets de l'apaisement de la circulation
 - Remise en question de la gestion des flux
 - Services pour les résidents
 - Prix des loyers/Airbnb
 - Etc.





Les effets de la pandémie

- Au Canada, les secteurs les plus touchés par la crise forment souvent le cœur du centre-ville/rue principale : hébergement, restauration, arts/spectacles/loisirs.
- L'obligation de télétravail des employés de bureau affecte l'occupation des bâtiments des cœurs de collectivités et des artères commerciales

Restauration - baisse des ventes:

- Avril-mai-juin 2020: - 70 % dans les restaurants en dehors de Montréal (- 80 %)
- Juillet-août-sept 2020: - 22 % dans les restaurants en dehors de Montréal (-44 %)

Le centre-ville :
un lieu
important!

LE CENTRE-VILLE
UN LIEU IMPORTANT POUR
DES GENS **65%**

72%
DES GENS FRÉQUENTENT
MOINS LEUR CENTRE-VILLE
DEPUIS LE DÉBUT DE LA CRISE

83%
CROIENT QUE LA CRISE AURA UN IMPACT
NÉGATIF SUR LA VITALITÉ DE LEUR
CENTRE-VILLE

67%
DES GENS SE DISENT
FAVORABLES À UN SOUTIEN DE L'ÉTAT
POUR RELANCER LES CENTRES-VILLES



SITUATION DES CENTRES-VILLES AU QUÉBEC

 **RUES
PRINCIPALES**

SONDAGE WEB LÉGER réalisé du 30 au 31 mai 2020 auprès de 1006 Québécois de 18 ans ou +

identité + proximité + prospérité

À nous la rue

Une nouvelle conception de la ville qui n'est plus dominée par la circulation automobile

- Air moins pollué
- Piétonnisation
- Création de voies cyclables
- Ouverture des espaces publics pour les restaurants et les cafés
- Favoriser la fréquentation des commerces locaux

On profite de l'occasion pour mieux planifier l'avenir

- Développement durable en matière de planification urbaine mais aussi de gestion touristique



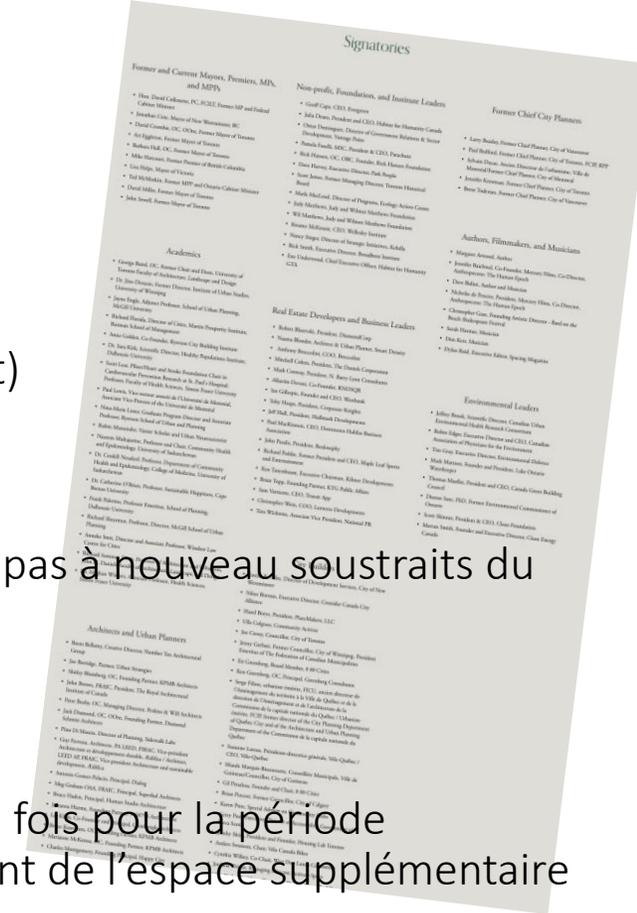
Vision

Déclaration 2020 pour la résilience des villes canadiennes

50 experts, sous l'impulsion de l'ex-urbaniste en chef de la Ville de Toronto (Jennifer Keesmaat) formulent 20 mesures sous 3 grands thèmes

- Assurer une occupation responsable du territoire
 - Restreindre la location à court terme de logements pour assurer que ceux-ci ne soient pas à nouveau soustraits du marché locatif de l'après-COVID-19.
- Accélérer la « décarbonisation » de nos systèmes de transport
 - Prioriser la transformation des rues et des routes existantes pour le transport actif, à la fois pour la période immédiate de reprise post-pandémie et comme mesures permanentes, tout en ajoutant de l'espace supplémentaire pour répondre aux besoins des personnes à pied, celles à mobilité réduite ou à vélo.
- Adhérer au développement durable dans nos environnements naturels et bâtis
 - Adopter un plan détaillé et financé visant l'atteinte d'un couvert forestier urbain de 40 %.

Réallocation des ressources plutôt que des investissements supplémentaires





Sauver le centre-ville

Pistes de solutions partagées par des experts :

- Convertir certains locaux commerciaux laissés vacants en leur donnant d'autres fonctions, résidentielles ou institutionnelles.
 - Pourquoi ne pas modifier le zonage d'un commerce vacant et y installer une bibliothèque municipale décentralisée ou encore des logements?
- Resserrer et densifier pour un plus grand dynamisme.
 - Les autorités municipales devront faire preuve de flexibilité et revoir leurs systèmes de taxation pour encourager ces transformations.

Sauver le centre-ville

Quelques pistes de solutions

Imposer une taxe à ceux qui conservent des loyers vacants

- Cette taxe pourrait être jumelée à une réglementation obligeant les propriétaires à entretenir les locaux et leur devanture, à conserver un éclairage en soirée et à maintenir les espaces propres et prêts à recevoir des occupants rapidement.

Encourager les commerces d'expérience

- Les détaillants en ligne offrent des produits à bon prix. Les boutiques ayant pignon sur rue doivent offrir une expérience, un contact personnalisé, des produits de qualité, une ambiance conviviale et qui met en confiance. Ce type de commerce a plus de chance de se tailler une place favorable et de stimuler l'achalandage de la rue.



2



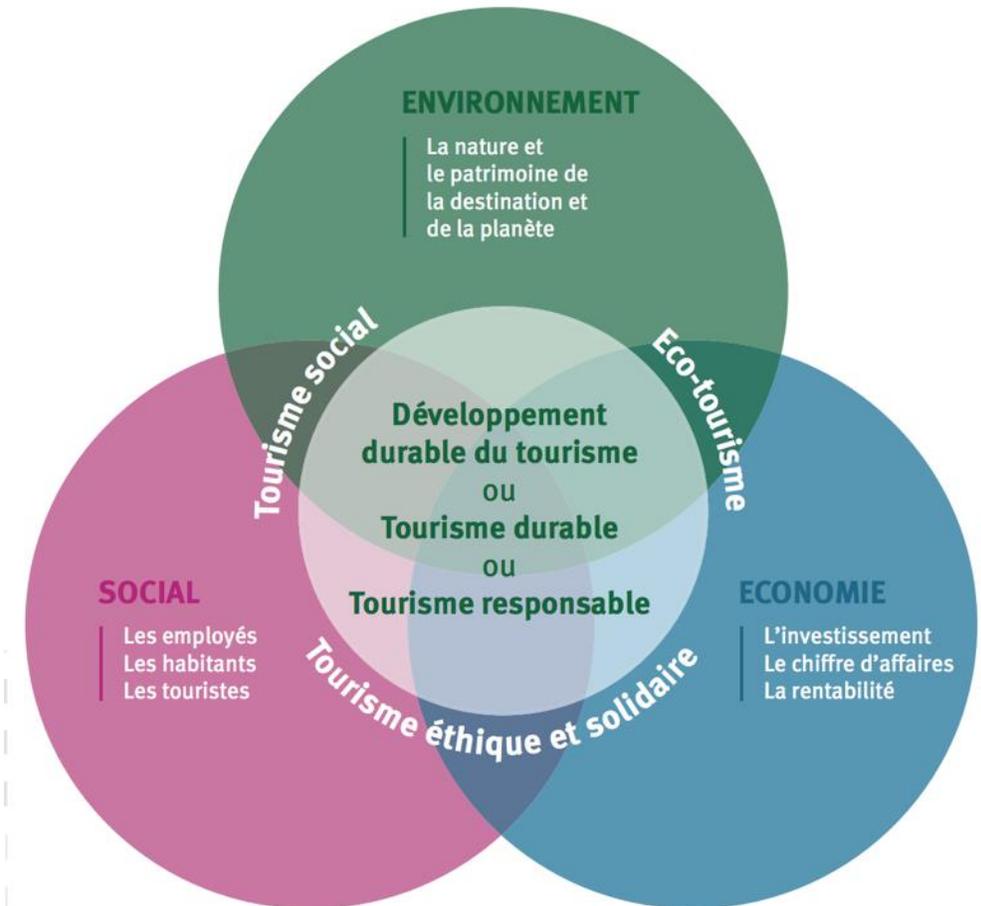
Le tourisme urbain durable

Définition du tourisme durable

Définition du tourisme durable

« Un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil. »

Source : Organisation mondiale du tourisme



Source : Atout France

Tourisme urbain durable

Une stratégie de tourisme urbain durable doit répondre, entre autres, aux exigences suivantes

Minimiser l'empreinte écologique des activités touristiques et promouvoir des modes de consommation durables.

Créer une infrastructure touristique viable.

Concilier les intérêts des habitants et ceux des visiteurs.

Préserver le patrimoine culturel, architectural et social dans un contexte de villes en constantes mutations.

Gérer la surcharge des lieux touristiques.

Encourager un développement économique viable à long terme et offrant de bonnes possibilités d'emploi.

Éviter l'apparition de phénomènes de ghettoïsation et d'espaces exclusivement touristiques qui créent une discontinuité de la vie urbaine locale.

Avoir une politique de transport «verte» et viable pour contrer les effets négatifs des déplacements (pollution, bruit, encombrement des routes, problèmes de stationnement, etc.).

Trouver le moyen de mobiliser les intervenants de l'industrie touristique autour d'un même objectif, bien que la nature de cette dernière soit très fragmentée.

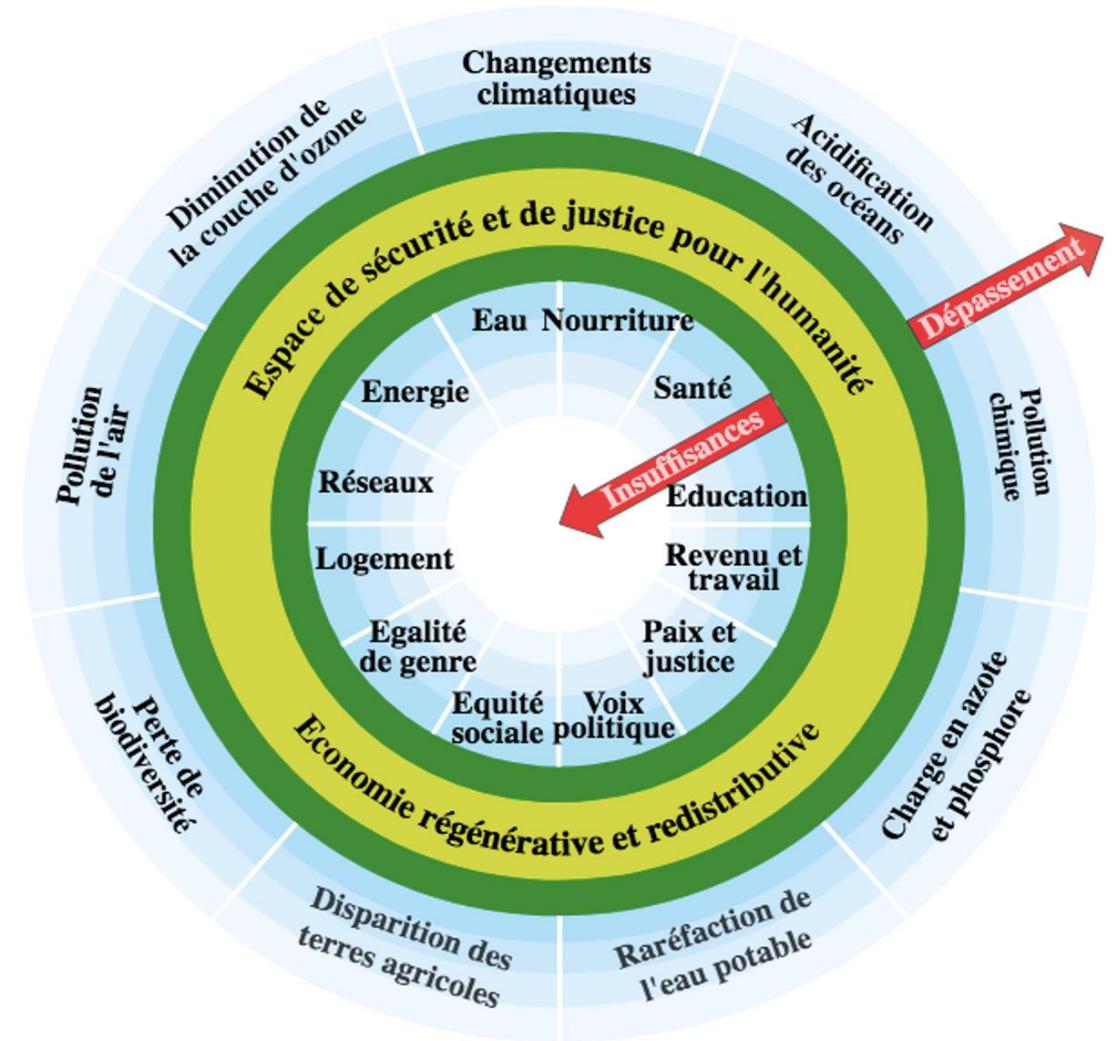


Donut economy

Le développement durable en milieu urbain :

Une nouvelle façon d'envisager l'économie de la ville

- Modèle développé par l'économiste britannique Kate Raworth
- Voir la croissance économique de façon à ce qu'elle réponde aux besoins de la société tout en s'assurant de respecter les limites écologiques (versus la croissance comme étant un but en soi)
- Le «sweet spot» : l'anneau où devrait se situer tous les humains.



Plusieurs villes adoptent l'approche de l'économie du beigne

- Amsterdam, Sydney, Melbourne, Copenhague, Bruxelles.
- Portland (Oregon), Philadelphie (Penn), et Austin (Texas), entre autres, sont aussi sur le point d'embrasser cette approche de développement économique.
- Des villes de plus petite taille ont aussi emboité le pas: Nanaimo en Colombie-Britannique ou encore Dunedin en Nouvelle-Zélande.
- Effet d'entraînement



8 ways to turn the City Portrait into Transformative Action

- Mirror** Reflect on the current state of the city through the portrait's holistic perspective
- Mission** Create a compelling vision of what it means to become a thriving city
- Mobilize** Bring together the city changemakers and stakeholders to bring about change
- Map** Identify existing initiatives, policies and strategies that are already taking the city in this direction
- Mindset** Embrace the values, ways of working, and new narratives that underpin the deeper shifts required
- Momentum** Create an iterative process that drives cycles of transformative policy and action
- Monitor** Assess progress against leading indicators that enrich the city portrait
- Mmm!** Make it irresistible: be creative, have fun, share learning and stories of success – and celebrate!

La qualité de vie, d'abord et avant tout

La ville «15 minutes»

Des avancées pendant la pandémie : pousser le concept de la ville du ¼ d'heure

Mixité des vocations dans les quartiers pour que chaque résident puisse combler tous ses besoins dans un rayon de 15 minutes à pied ou à vélo

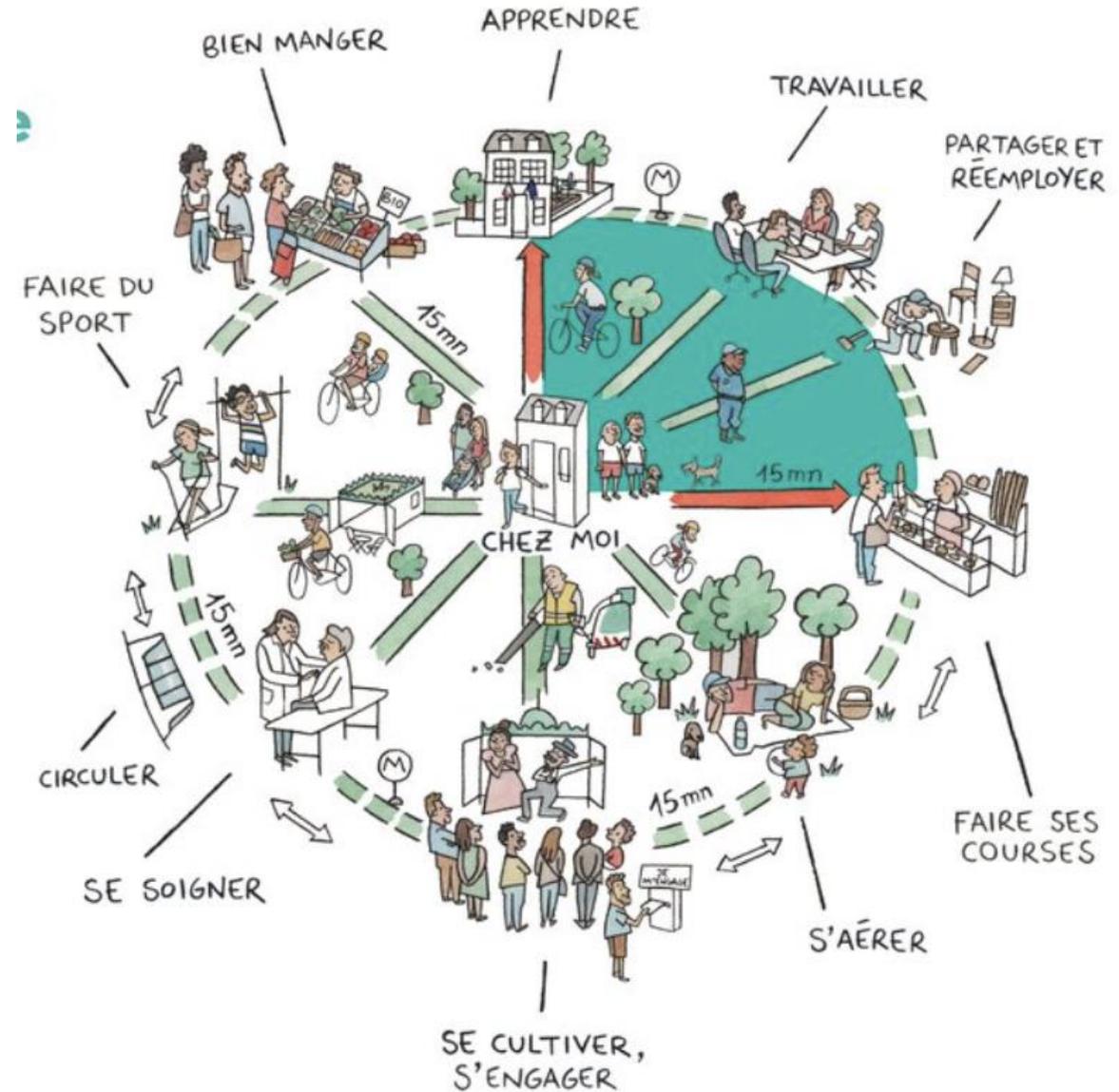
Stimule l'économie locale

Réduit le recours à l'automobile

Suscite l'esprit de communauté

Milieux de vie dynamiques et attractifs à échelle humaine

Le regroupement des C40 (maires de 40 grandes villes) recommande ce modèle pour des villes plus résilientes à l'avenir.



Consulter le résident

La ville 1 minute

- [Street Moves](#): projet-pilote à Stockholm
- Les résidents décident de l'utilisation de leur rue.
 - Quantité d'espace dédiée au stationnement?
 - Quelle place pour la circulation automobile?
- Prioriser la mobilité douce et créer des lieux de rencontre
- But: repenser toutes les rues de la Suède pour en faire des lieux en santé d'ici 2030.



Amsterdam, Venise : faire des choix

- Demarketing – cesser de promouvoir les lieux surfréquentés
- Prioriser les résidents : *We live here*
- Amsterdam: Projet d'achat des commerces touristiques pour encourager les commerces de proximité et le retour des résidents dans le centre-ville
- Venise: Interdiction de nouveaux commerces qui vendent des produits de «basse qualité» s'adressant aux touristes dans les quartiers qui enregistrent un grand trafic de piétons et avec des édifices protégés.



Paul's Family
Oudezijds Achterburgwal



Jan Piet van Rossum (28)
Oudezijds Voorburgwal

Préserver les commerces identitaires

Valoriser les lieux par des commerces identitaires

- Lojas Com Historia (Commerces avec Histoire) – Portugal
 - Protéger des entreprises qui contribuent à l'ADN du lieu
 - Bénéficient d'un fonds
 - Visibilité sur une plateforme Web
- 1000 Cafés – France
 - Redynamiser des villages de moins de 3500 âmes
 - Créer des lieux multiservices pour favoriser les liens sociaux
 - Aujourd'hui: 100 cafés. Objectif: 1000 cafés



Faire fleurir la nature en ville

- La majorité des canadiens ont passé plus de temps dans les parcs urbains qu'avant la pandémie; 82 % souhaitent maintenir ce rythme ou même l'accentuer.
- Biophilie – besoin fondamental qu'ont les humains en regard du contact avec la nature
- C40's Urban Nature Declaration (juillet 2021): investir massivement dans des projets de verdissement
- Ramener la nature en ville : *rewilding*
 - Microforêt au Quartier des spectacles à Montréal
 - Protège les milieux urbains des changements climatiques – inondations, îlots de chaleur, etc.
- Concevoir des parcs d'envergure
 - Champs Élysées - Jardin extraordinaire
 - New York: première plage sur le fleuve Hudson
 - Little Island – parc sur pilotis



Miser sur la mobilité douce

- Miser sur la mobilité douce pour les résidents, mais aussi pour les visiteurs
- Multiplication des pistes cyclables durant la pandémie
- Engouement décuplé pour le vélo (pénurie)
- Vélos à assistance électrique
 - En 2020: 44 % des systèmes en vélo-partage en Amérique du Nord ont des vélos électriques (c. à 28 % en 2019)
 - Entre 2019 et 2020: De 7 à 10 millions de déplacements alors que les autres modes de transport actifs en libre-service et les transports collectifs ont enregistré des baisses durant cette période.
 - Des villes changent leur flotte pour n'offrir que des vélos à assistance électrique
 - Charlotte (Caroline du Nord)
 - Madison (Wisconsin)



Promouvoir la ville différemment

Guider les visiteurs vers des choix durables

Pour inciter les voyageurs à adopter des comportements qui permettront de réduire les émissions de GES du secteur touristique, l'industrie doit faire des propositions attractives

- Copenhague (Danemark) : Sustainability Guide
 - Se déplacer à vélo dans la ville, comme les résidents
 - Choisir des restaurants qui collaborent avec des producteurs locaux
 - Dormir dans des établissements d'hébergement certifiés écoresponsables
 - Utiliser les fontaines d'eau publiques plutôt que des bouteilles à usage unique, etc.



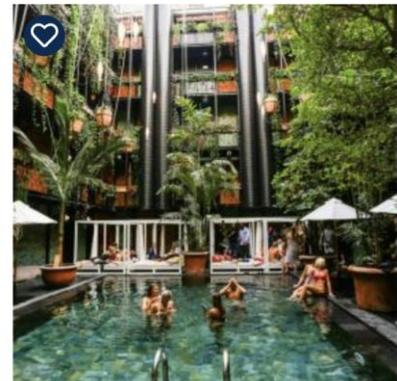
10 ways to act sustainably



Sustainable shopping in Copenhagen



What to see and do on your bike trip in Copenhagen



Eco certified hotels in Copenhagen

Penser la ville différemment

Améliorer sa performance tout en réduisant les émissions de GES

- Ljubljana (Slovénie) :
 - La destination s'est dotée de nombreux indicateurs pour suivre et améliorer sa performance (répartition de sa clientèle sur l'année, le nombre de stations de vélos-partages, la proportion des zones naturelles protégées, etc.)
 - Un centre-ville piétonnier depuis 2007 – avec navette touristique électrique
 - En 10 ans: les émissions de GES ont chuté de 70 % et les niveaux de bruits ont baissé de 6 décibels.
 - Plus fréquenté qu'avant: hausse du chiffre d'affaires des entreprises
 - Nombreuses distinctions, image progressiste : destination verte, ville de l'avenir



3



Comportement des voyageurs : des legs de la pandémie

Quelques legs de la pandémie

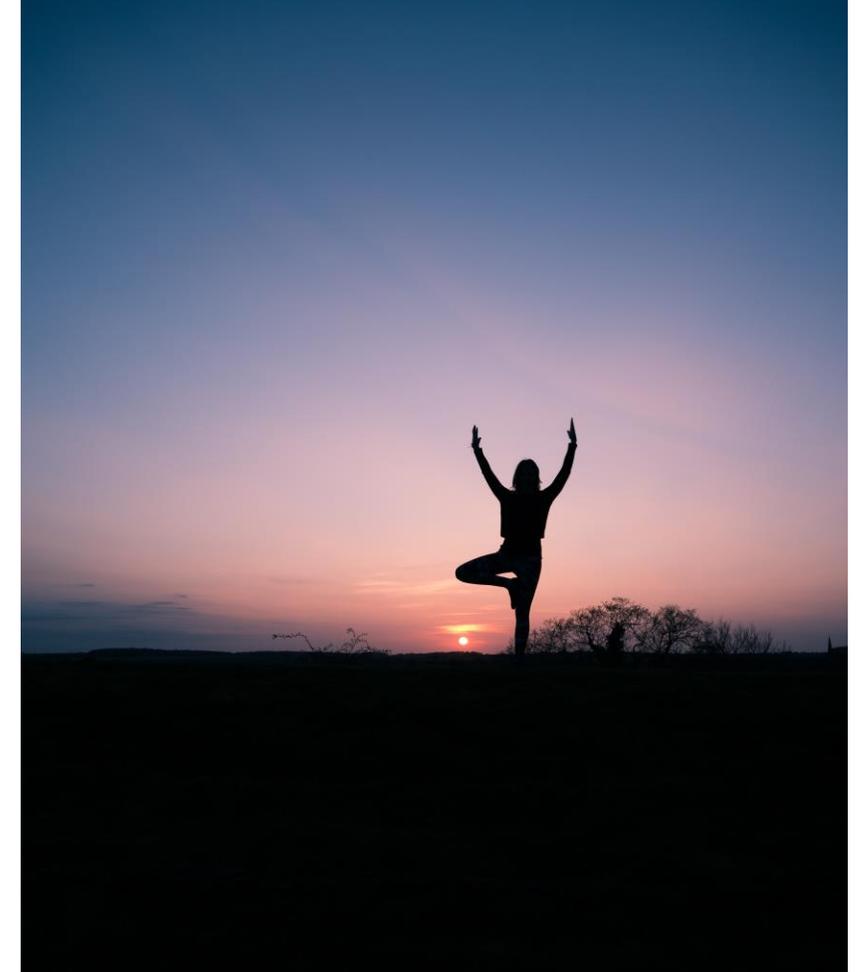
La quête du bien-être

- Les Québécois souhaitent se rapprocher de la nature pour son effet thérapeutique.
- Ils consacrent plus de temps et d'argent pour prendre soin de leur santé physique et mentale.

À retenir



Mettre en valeur les atouts de la nature et les grands espaces comme promesse de bien-être aux visiteurs.



Source de l'image : [Unsplash](#)

Quelques legs de la pandémie

Le tourisme de proximité

- Les résidents sont des consommateurs de l'offre touristique locale (surtout depuis les 2 dernières années) ; prise de conscience de l'intérêt touristique du Québec.
- Les coûts associés aux voyages et la sensibilité aux enjeux climatiques pourraient inciter certains à voyager plus localement à l'avenir.

À retenir



Considérer les résidents comme une clientèle dans les communications.

Proportion des voyageurs québécois ayant effectué un séjour au Québec à l'été 2021 par rapport à 2020



	Été 2021 (n = 1 206)	Été 2020 (n = 1 172)
A fait au moins un séjour d'une nuit	86%	64%
A fait un court séjour (1 à 3 nuits)	68%	53%
A fait un moyen séjour (4 à 13 nuits)	35%	24%
A fait un long séjour (+ de 13 nuits)	7%	6%

Base : variable. Ensemble des répondants de chaque étude.

Source : Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 4 décembre 2021 auprès de 1 206 voyageurs québécois âgés de 18 à 74 ans.
Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 18 au 24 novembre 2020 auprès de 1 172 voyageurs québécois âgés de 18 à 74 ans.

Quelques legs de la pandémie

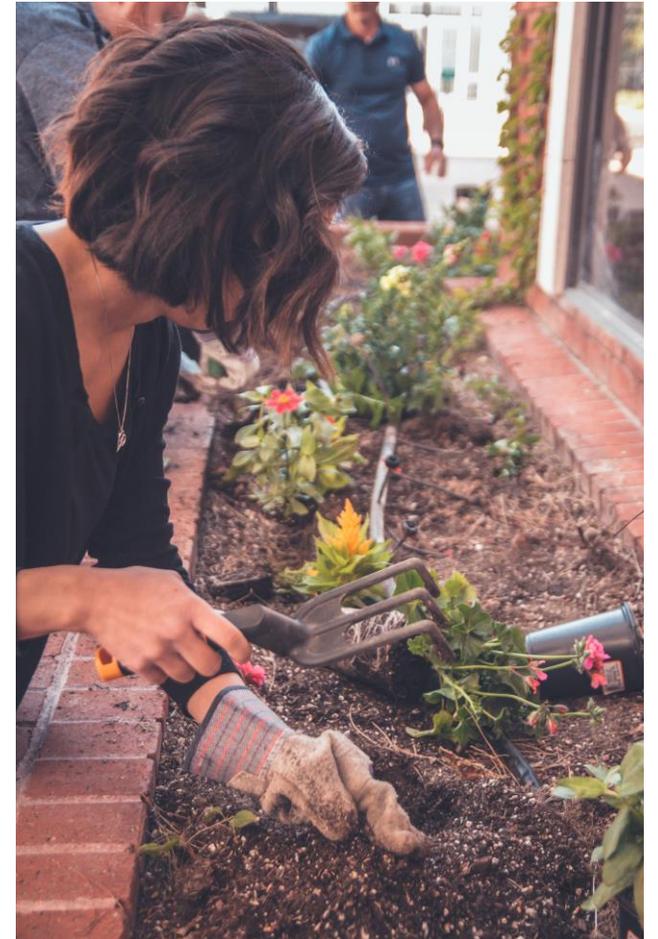
La recherche d'expériences qui reflètent l'essence de la communauté

- Les Québécois recherchent des expériences ancrées dans le territoire. Ils veulent découvrir les spécialités du coin, la communauté locale, leurs coups de cœur et leurs lieux de prédilection.
 - Exemple de la collaboration entre les Cantons-de-l'Est et l'organisation Rues Principales pour le programme Cœurs villageois.
- Phénomène du tourisme lent ; voyager lentement permet de mieux comprendre les modes de vie de la destination visitée, en rencontrant les locaux et en développant une connexion plus profonde avec eux.

À retenir



Faciliter une cohabitation harmonieuse entre les résidents et les visiteurs contribue à l'attractivité de la destination.



Source de l'image : [Unsplash](#)

Quelques legs de la pandémie

Le télétravail

- Le télétravail engendre une réorganisation du travail qui permet plus de flexibilité aux travailleurs.
- Phénomène de *workation*.
 - « Contraction des mots anglais *work* (travail) et *vacation* (vacances) et se caractérise par des séjours en télétravail durant lesquels des périodes libres ou des journées de congé sont consacrées aux vacances ». *

Prolongation du séjour ? Profiter des périodes moins achalandées ?

À retenir

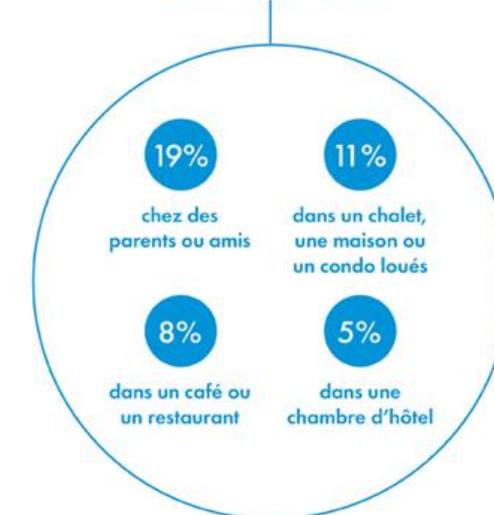


Développer des offres qui correspondent aux besoins des télétravailleurs.

Explorer de nouveaux lieux pour télétravailler

Parmi les voyageurs québécois, **42%** se trouvaient en situation de télétravail en 2021 (19% en totalité et 23% en partie)

38% en ont fait hors de leur résidence principale



Base 1: totale (n = 1 206)

Base 2: ensemble des répondants ayant fait du télétravail en 2021 (n = 569)

Base 3: ensemble des répondants ayant fait du télétravail en 2021 qui possèdent une résidence secondaire (n = 106)

Source: Chaire de tourisme Transat. Enquête en ligne menée du 1er au 6 décembre 2021 auprès de 1 206 voyageurs québécois âgés de 18 à 74 ans.

Quelques legs de la pandémie

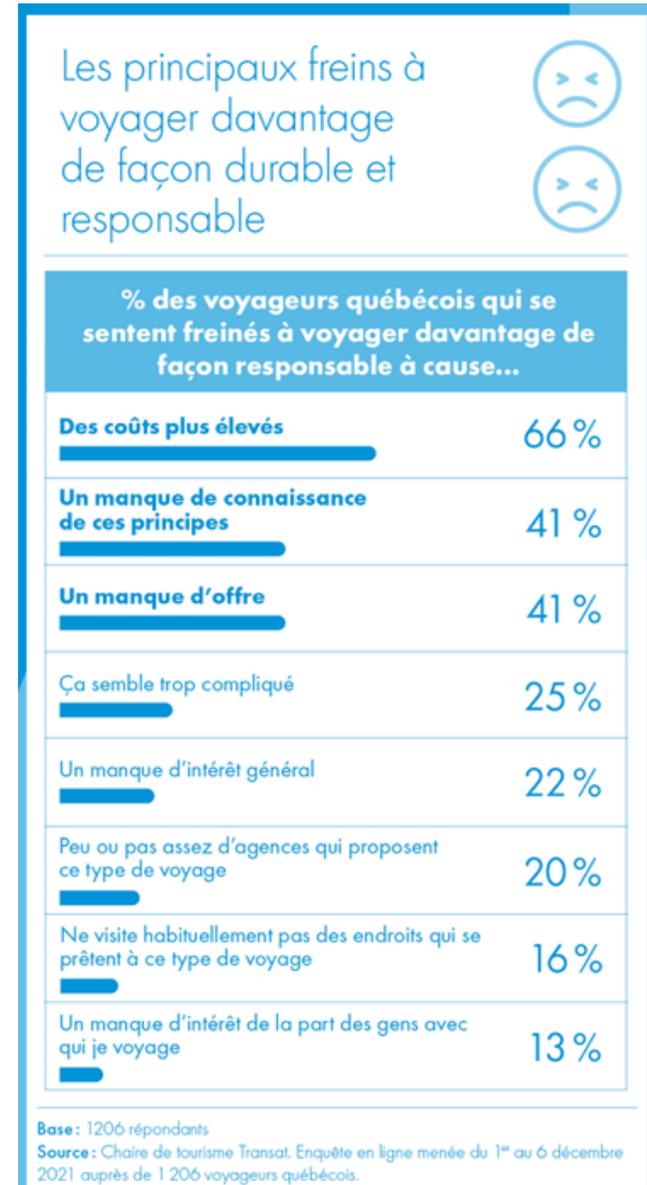
Une conscientisation face aux changements climatiques

- La pandémie a favorisé une prise de conscience pour des voyages plus responsables.
 - Deux voyageurs québécois sur trois souhaitent voyager de façon plus responsable ; *
 - Un répondant sur deux affirme être prêt à modifier ses habitudes de voyage, si cela peut aider à réduire son empreinte carbone. *

À retenir



Poursuivre la transition écologique en misant sur la connaissance, la créativité, les partenariats, les investissements et surtout sur une démarche collective et concertée.



Quelques legs de la pandémie

L'omniprésence numérique

- La technologie est utilisée partout ; pour communiquer, travailler, se divertir, relaxer, planifier des voyages...
- Le développement des technologies pendant la pandémie a aidé au respect des mesures sanitaires (distanciation et sans-contact).
- Ce sont des habitudes qui vont perdurer.

À retenir



Investir pour assurer
une forte présence sur le Web et
pour offrir une
plateforme de réservation performante.



Source de l'image : [Unsplash](#)

4



Intentions de voyage

L'engouement pour le voyage est fort

La privation de vacances en 2021 et les intentions des voyageurs québécois en 2022

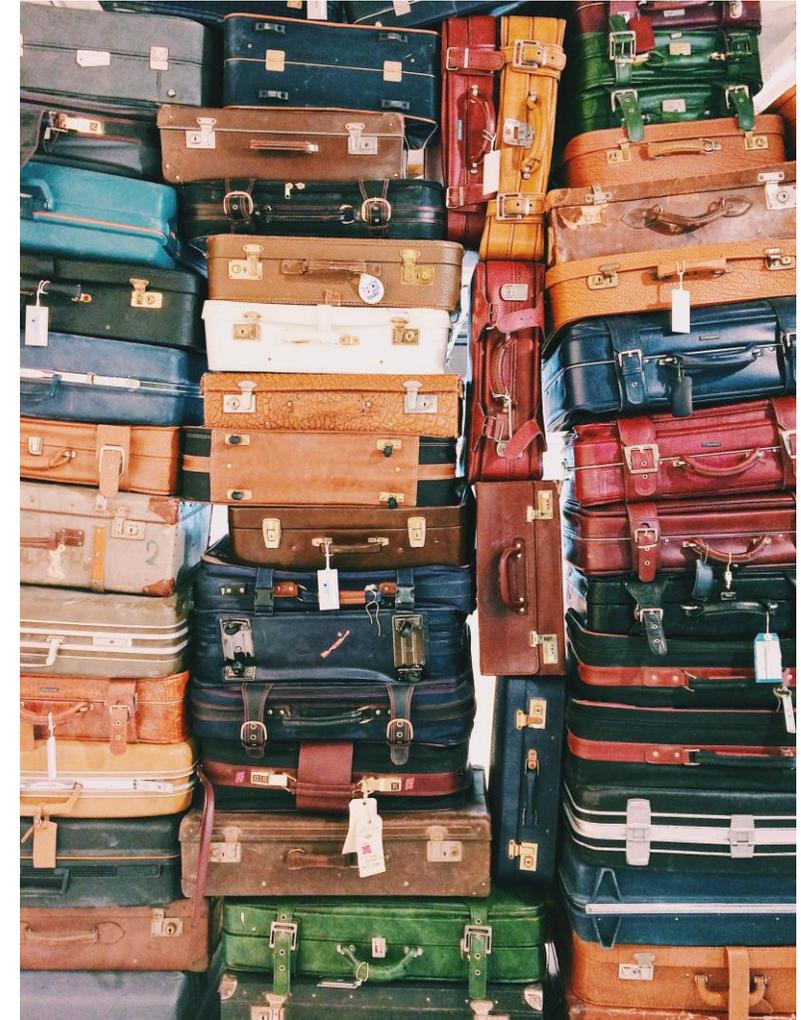
- Une majorité de Québécois ont l'impression de s'être privés de vacances en 2021 (53 %) ;
- Les travailleurs adultes du Québec prévoient prendre en moyenne 21 jours de vacances cette année (2022), et la grande majorité d'entre eux (95 %) admettent l'importance de prendre des vacances périodiques pour leur santé et bien-être.

– *Expedia 2022*

Les prévisions de voyages

- 81 % des répondants prévoient prendre au moins une fois des vacances avec leur famille et leurs amis au cours des six prochains mois.

– *Expedia en collaboration avec Wakefield Research novembre 2021*



Source de l'image : [Unsplash](#)

L'engouement pour le voyage est fort

L'intérêt envers les voyages

- Des milliers de personnes interrogées ont déclaré qu'elles seraient prêtes à renoncer aux concerts (71 %), à l'achat de nouveaux vêtements (64 %) ou aux soupers aux restaurants (36 %) pendant six mois ou plus afin de voyager.
– *Toluna Research 2022*

Les tendances mondiales en matière de voyages

- 86 % des personnes interrogées prévoient dépenser autant ou plus en voyages en 2022 par rapport à une année pré-pandémique typique ;
- 62 % des personnes interrogées prévoient faire 2 à 4 voyages en 2022 et 76 % prévoient voyager davantage en famille en 2022 qu'en 2021.
– *American Express Travel 2022*



Source de l'image : [Unsplash](#)

Un optimisme bien présent

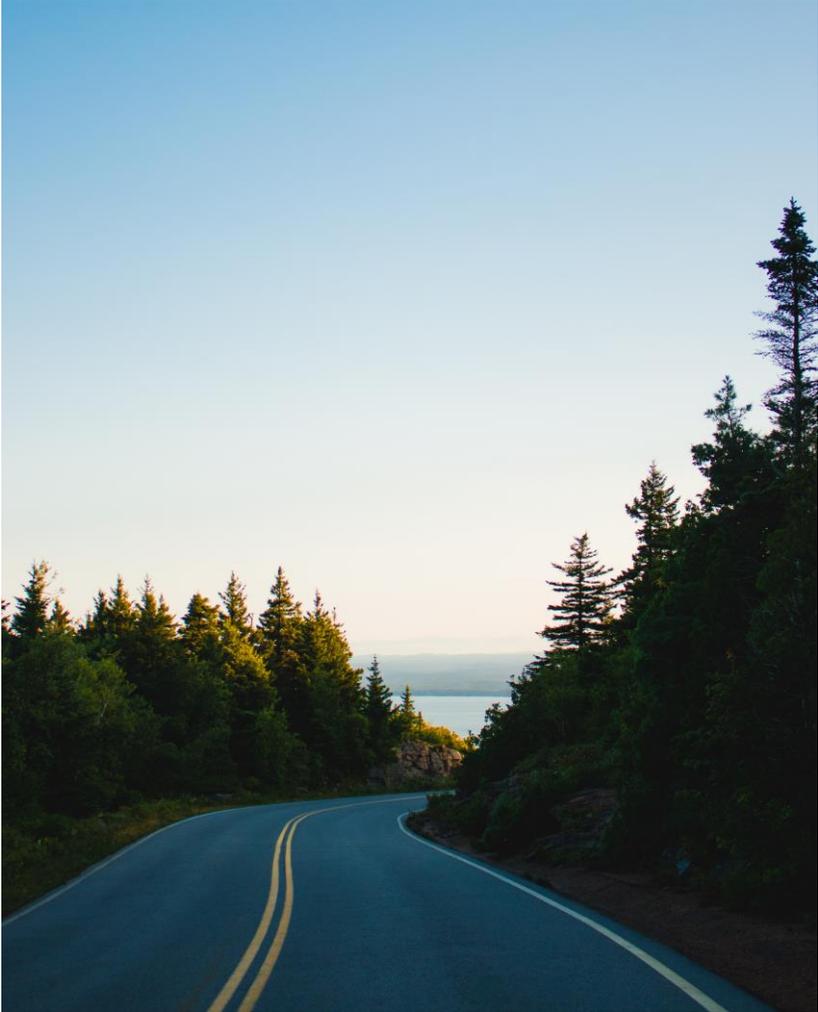
Selon un sondage effectué par Destination Canada auprès de 1 800 répondants canadiens :

Réponses à l'affirmation : *Je me sens à l'aise de voyager...*

- Dans des communautés voisines à la mienne (85 %)
- Dans des communautés de ma province (86 %)
- Dans d'autres provinces ou territoires du Canada (76 %)
- Aux États-Unis (51 %)
- Dans d'autres pays (46 %)

Je me sens à l'aise de voyager... Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=76)*	Urban/Urbain (n=326)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	81%	85%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	93%	84%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	76%	75%
The United States / ... aux États-Unis	49%	50%
Internationally / ... dans d'autres pays	39%	47%



Source de l'image : [Unsplash](https://unsplash.com)

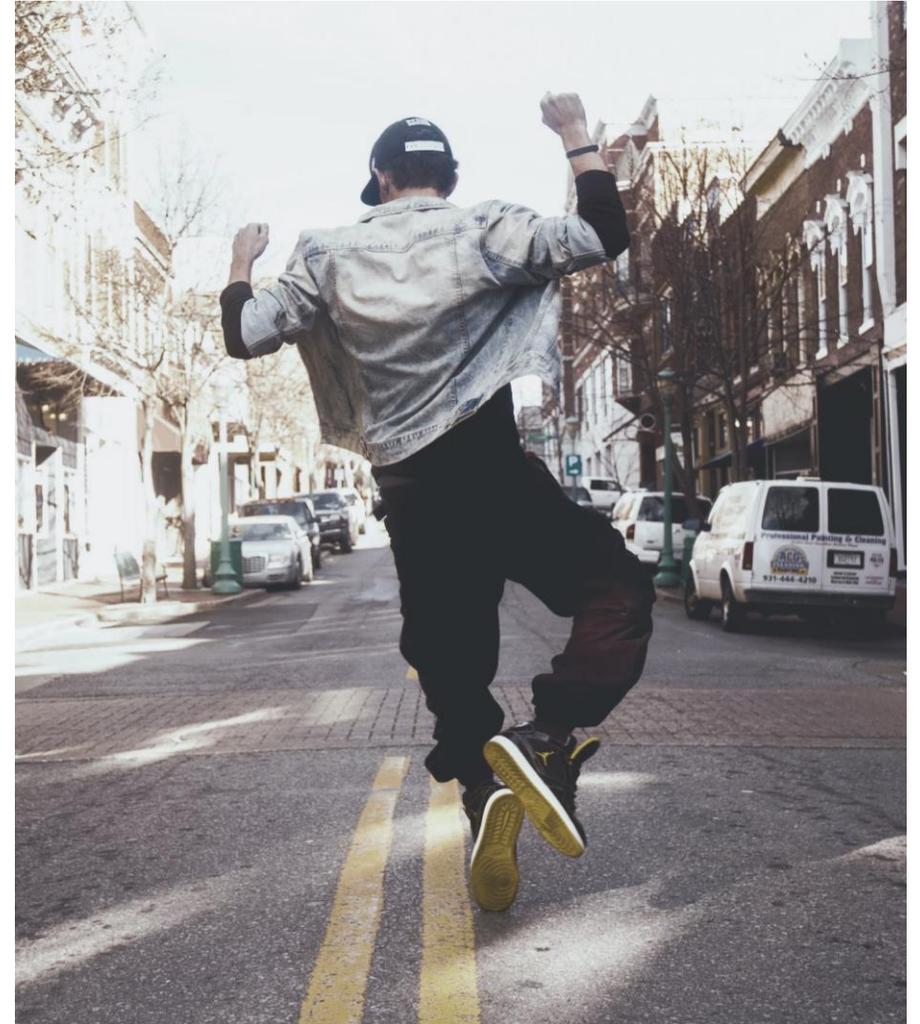
5



Conclusion

La ville au cœur des solutions pour un avenir durable

- Villes du Québec : moteurs de l'économie touristique
- Développement durable et responsable: d'abord l'appropriation par les résidents
- Une ville où il fait bon vivre: + de résidents, + d'entreprises, + de voyageurs, + de congrès
- Gérer cet équilibre : essentiel à la création de milieux résilients
- Se servir de la crise pour assurer ce virage essentiel pour l'avenir des villes:
 - Créer des offres qui s'adressent aux résidents (hôtels, attraits touristiques, services de guide, etc.) pour réduire la dépendance aux clientèles internationales
 - Intégrer les transports actifs dans l'offre
 - Donner une plus grande visibilité aux commerces indépendants identitaires
 - Tabler sur la fierté des résidents



*« Une ressource au service des décideurs de
l'industrie touristique »*

veilletourisme.ca



Écrivez-nous

chaire.tourisme@uqam.ca



Merci !