

L'évolution du tourisme d'affaires à l'échelle mondiale

Portrait de quelques pays

Jean Stafford, Charles-Étienne Bélanger and Brigitte Maheu

Volume 15, Number 3, Fall 1996

Le tourisme d'affaires

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1075059ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1075059ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Stafford, J., Bélanger, C.-É. & Maheu, B. (1996). L'évolution du tourisme d'affaires à l'échelle mondiale : portrait de quelques pays. *Téoros*, 15(3), 8-12.
<https://doi.org/10.7202/1075059ar>

L'ÉVOLUTION DU TOURISME D'AFFAIRES À L'ÉCHELLE MONDIALE

PORTRAIT DE QUELQUES PAYS

Jean Stafford, professeur,
Département d'études urbaines et touristiques - UQAM

Charles-Étienne Bélanger, directeur,
Secrétariat pour les Amériques - Bureau international du tourisme social
en collaboration avec

Brigitte Maheu, étudiante en gestion du tourisme et de l'hôtellerie - UQAM

C'est en consultant les données portant sur le segment des touristes d'affaires (dans les annuaires de Tourisme Québec, Statistiques Canada, l'OMT ou l'OCDE) que l'on se rend compte que ce phénomène est peu et mal connu. Il est pratiquement impossible d'avoir une image chronologique claire de l'évolution de ce type de touriste au cours des vingt dernières années.

Dans le beau monde du tourisme, il y a un signifiant lourd (les chiffres, les «faits») et des signifiés légers (les énoncés messianiques, les interprétations de ces informations): le gouffre entre les deux est bien la démonstration du caractère infantile des connaissances touristiques!

Le paradigme nominaliste est partout dominant; ce paradigme administratif se veut réaliste : «... la position réaliste postule qu'il y a des choses objectives, indépendantes des observateurs et dépassant les contingences singulières»⁽¹⁾. Ce paradigme oublie souvent que politique et statistique font souvent bon ménage. Par exemple: comment expliquer que les touristes d'affaires canadiens, qui séjournent aux États-Unis, ne sont pas comptabilisés ? La réponse est que, implicitement, les touristes d'affaires canadiens font partie intrinsèque de l'univers économique américain et n'ont pas besoin d'être distingués.

Il semble curieux que les gens d'affaires, ces titans des temps modernes, soient si peu connus, si peu étudiés. Le paradoxe est amusant. Peut-être que le tourisme d'affaires entre dans les «domaines

floous» ou bien n'intéresse-t-il que médiocrement le système politico-organisationnel ? L'importance accordée aux gens d'affaires (en voyage) ne semble pas avoir de résonance à d'autres niveaux. Malgré tout, pour le segment des touristes d'affaires, certaines données existent (aussi parcellaires et inexactes soient-elles) mais il faut garder à l'esprit que «La connaissance statistique est au monde social ce que l'astrologie newtonienne est à l'univers : une représentation simplifiée, faussée mais opératoire dans les limites (assez larges) de l'action quotidienne»⁽²⁾.

MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE

Dans cet article, notre objectif est de connaître, un tant soit peu, l'évolution du tourisme d'affaires au plan international.

Nous utilisons, pour ce faire, les données de l'Organisation mondiale du tourisme⁽³⁾; elles concernent les «arrivées internationales de touristes».

Malheureusement très peu de pays disposent (via l'OMT) de données comparables sur une période assez longue de façon à dégager les tendances et comprendre la performance de chacun d'eux.

Nous n'avons pu retenir que onze pays pour faire partie de notre analyse. Ces pays ne peuvent être représentatifs du tourisme d'affaires au plan international. Ils reflètent une pâle image du segment des touristes d'affaires voyageant sur la planète, que ce soit dans des pays développés ou en développement. Ces pays sont, par ordre alphabétique: le Brésil, le Canada, les États-Unis, l'Inde, l'Irlande, le Japon, le Maroc, le Mexique, la Papouasie, les Philippines et le Portugal. Pour chacun de ces pays, nous allons étudier l'évolution du segment des touristes d'affaires, les taux de croissance et faire des prévisions d'ici l'an 2000. La période étudiée va de 1982 à 1994.

L'ÉVOLUTION DU TOURISME D'AFFAIRES DANS CERTAINS PAYS

Le tableau 1 présente l'évolution moyenne du tourisme d'affaires pour les pays étudiés. Il faut tenir compte ici de la moyenne mais aussi des valeurs minimale et maximale.

Nous remarquons, par exemple, que le Brésil est le pays qui connaît les plus fortes fluctuations (9000 touristes en 1985 et 413 000 en 1987). Le Canada

TABLEAU 1

La moyenne, l'écart-type, la valeur minimale et la valeur maximale des touristes d'affaires, pour certains pays* et pour la période 1982 à 1994, en milliers

Pays	Moyennes	Écarts-types	Minimum	Maximum
Brésil	258	143	9	413
Canada	2210	270	1769	2675
États-Unis	2365	788	1226	3603
Inde	224	32	153	275
Irlande	478	185	270	782
Japon	667	240	260	992
Maroc	220	84	128	351
Mexique	392	129	288	678
Papouasie	15	3	12	20
Philippines	145	46	89	223
Portugal	372	217	114	782

* Statistiques calculées à partir des données de l'Organisation mondiale du tourisme.

reçoit (son plus bas niveau) 1 769 000 touristes d'affaires en 1984 et (son plus haut niveau) 2 675 000 en 1989. Les pays dont la valeur maximale des entrées des touristes d'affaires internationaux correspond à la dernière année étudiée (1994) sont l'Irlande, le Japon, le Mexique, les Philippines, le Portugal et les États-Unis (donc, six pays sur onze).

Le tableau 2 montre, en pourcentage, les touristes d'affaires par rapport à l'ensemble des visiteurs pour les pays étudiés. La moyenne des moyennes (pour les onze pays) est de 16,3 %; les pays qui ont une moyenne supérieure à cette moyenne globale sont le Brésil, le Japon et la Papouasie.

Pour le Brésil, les écarts (valeurs minimale et maximale) sont tellement importants que cette moyenne ne veut plus rien dire. Pour le Canada, la moyenne annuelle (de 1982 à 1994) oscille entre 13,5 % et 17,7 % de l'ensemble des visiteurs. Cinq pays sont très près de la moyenne (Brésil, Canada, Inde, Irlande et les Philippines). Le Maroc, le Mexique, le Portugal et les États-Unis ont des pourcentages assez faibles de touristes d'affaires (c'est assez difficile à expliquer pour les États-Unis).

Dans le tableau 3, nous avons les coefficients de variation pour l'ensemble des touristes et pour le segment des touristes d'affaires. Le coefficient de variation⁽⁴⁾ est une mesure indirecte des fluctuations. Le Canada est le pays qui a les variations les plus faibles (9 % et 12 %). Pour l'ensemble des visiteurs, le Maroc est le pays qui connaît les plus fortes variations (33 %), suivi de près par le Portugal (32 %).

TABLEAU 2

La moyenne, l'écart-type, la valeur minimale et la valeur maximale du pourcentage des touristes d'affaires par rapport à l'ensemble des touristes pour certains pays* et pour la période 1982-1994, en pourcentage

Pays	Moyennes	Écarts-types	Minimum	Maximum
Brésil	16,5	8,2	0,5	24,3
Canada	15,3	1,2	13,5	17,7
États-Unis	6,9	0,6	5,9	7,9
Inde	14,8	3,4	8,1	19,6
Irlande	15,7	2,4	12,0	18,8
Japon	34,2	11,4	18,8	51,8
Maroc	7,3	0,5	6,8	8,0
Mexique	6,4	0,9	5,2	7,6
Papouasie	41,9	3,2	37,5	48,7
Philippines	15,0	2,6	11,8	20,2
Portugal	5,4	1,9	2,1	8,6

* Statistiques calculées à partir des données de l'Organisation mondiale du tourisme.

Pour les touristes d'affaires, c'est le Portugal qui a le plus fort coefficient de variation (58 %); arrive en deuxième place le Brésil (56 %) et en troisième place le Maroc (38 %). Dans neuf pays (sur onze), le coefficient du tourisme d'affaires est plus élevé que celui de l'ensemble des touristes (est-ce le résultat des soubresauts de l'économie ?).

LA PERFORMANCE DU TOURISME

Le taux d'accroissement annuel moyen est une bonne façon pour mesurer la performance des pays pour la période considérée. Dans le tableau 4, nous avons les taux d'accroissement annuels moyens (moyenne géométrique) pour l'ensemble des touristes et pour le segment des touristes d'affaires. Le taux moyen est autour de 4 % de croissance annuelle pour l'ensemble des touristes. Les taux annuels se baladent entre 1,4 % (la Papouasie) et 9,2 % (le Portugal). Nous remarquons que le Canada a une performance assez faible (2,3 %).

Le tourisme d'affaires a une croissance annuelle plus élevée (autour de 7 %). L'Inde a une croissance négative à ce titre et le Canada la croissance la plus faible (2,4 %) parmi ceux qui ont une croissance positive. Pour tous les pays (sauf l'Inde), la croissance annuelle moyenne des touristes d'affaires est plus élevée que la croissance de l'ensemble des touristes. Notons la forte progression du Portugal, du Japon et du Brésil.

LES PRÉVISIONS : DE 1995 À L'AN 2000

Le tableau 5 présente les prévisions⁽⁵⁾ des taux d'accroissement annuels moyens

pour l'ensemble des touristes et pour le segment des touristes d'affaires de 1995 à l'an 2000. Pour l'ensemble des pays étudiés, la croissance moyenne annuelle sera d'environ 2,8 %.

Pour l'ensemble des touristes, la croissance annuelle la plus faible se fera sentir au Japon et en Papouasie. La croissance la plus forte devrait se faire au Maroc (7,4 %) et en Irlande (6,3 %). La croissance annuelle pour le Canada sera peu élevée avec un taux d'accroissement de 1,5 %.

Pour les touristes d'affaires, le Maroc est le pays qui a le taux de croissance le plus élevé avec 7,9 % suivi du Portugal avec 5,8 %. Certains pays auront une croissance annuelle négative: -3 % pour le Brésil, -1,4 % pour l'Inde et -1 % pour le Mexique. Le Canada devrait avoir un taux d'accroissement annuel moyen de 1,7 %. Pour les autres pays étudiés, le taux de croissance tournera autour de 4 %-5 % annuellement.

L'INFLUENCE DES CYCLES

Dans le tableau 6, nous avons certaines données sur les coefficients cycliques. Les cycles sont des oscillations autour de la tendance; ils représentent des périodes plus ou moins longues de prospérité ou de récession. L'observation des cycles permet d'accroître la qualité des prévisions.

Nous remarquons ici que le Brésil, le Portugal, le Mexique et les Philippines ont des écarts-types assez élevés; les écarts les plus faibles sont aux États-Unis (5,2 %), en Irlande (7,4 %), au Japon (8,7 %) et au Canada (9,2 %). En fait, plus l'écart-type est faible plus la prévision correspondra à la tendance déjà des-

sinée au tableau 5; un écart-type élevé, au contraire, entraînera des obstacles importants (des fluctuations) qui nuiront à la réalisation des données prévisionnelles.

L'amplitude des cycles (leur profondeur) est une autre façon de les analyser; l'écart entre la valeur minimale et la valeur maximale du cycle permet d'apprécier celui-ci: cet écart devrait être le plus petit possible. Les pays dont l'amplitude est la plus élevée sont le Brésil, le Portugal et l'Inde, les Philippines, le Mexique et le Maroc.

Les pays dont l'amplitude cyclique est la plus faible sont les États-Unis, l'Irlande, le Canada, le Japon et la Papouasie.

EN GUISE DE CONCLUSION

Malgré l'affairisme débridé qui marque notre époque, la place du tourisme d'affaires reste relativement modeste (à l'exception du Japon, bien sûr!). C'est du moins ce que ce petit cocktail de pays semble indiquer. Dans les dix prochaines années, la proportion du tourisme d'affaires, dans l'ensemble des visiteurs, demeurera autour de 15 %-20 %. Une progression plus forte indiquerait la fin du tourisme comme nous l'avons connu jusqu'à maintenant et la mise au rancart de certaines valeurs propres au tourisme comme activité ludique.

Le peu de valeur des statistiques du tourisme ne nous permettent pas d'aller plus loin. Les données du tourisme sont, la plupart du temps, des images fugitives, des visions parcellaires, qui semblent aussi intangibles que les produits touristiques eux-mêmes.

NOTES

- (1) DESROSIERS, Alain (1993), *La politique des grands nombres : histoire de la raison statistique*, Éditions La Découverte, Paris, p. 411.
- (2) BRESSON, Jean-Louis (1992), *Les statistiques: vraies ou fausses ?*, dans *La Cité des chiffres*, revue Autrement, no 5, Paris, p. 61.
- (3) Organisation mondiale du tourisme (OMT), *Compendium de statistiques du tourisme* (plusieurs éditions), Madrid.
- (4) Le calcul du coefficient de variation est : (l'écart-type/moyenne) x 100.
- (5) Les tendances prévisionnelles sont formulées à l'aide du logiciel SPSS. Tous les modèles utilisés (pour chacun des pays et des segments) respectent les normes usuelles : pour le test de Fisher : 0,01 ou moins; le R² : 0,75 ou plus; le test «t» de Student : 0,05 ou moins; le test de Durbin-Watson pour l'analyse des résidus (entre 1,5 et 2,5). Dans certains modèles, un cycle a été intégré pour tenir compte des fluctuations annuelles.

TABLEAU 3

Les coefficients de variation* pour l'ensemble des touristes et pour le segment des touristes d'affaires pour certains pays et pour la période 1982-1994, en pourcentage

Pays	Ensemble des touristes	Touristes d'affaires
Brésil	18	58
Canada	9	12
États-Unis	29	33
Inde	15	14
Irlande	24	24
Japon	14	35
Maroc	33	38
Mexique	15	33
Papouasie	15	18
Philippines	21	32
Portugal	32	58

* Statistiques calculées à partir des données de l'Organisation mondiale du tourisme.

TABLEAU 4

Les taux d'accroissement annuels moyens* pour l'ensemble des touristes** et pour le segment des touristes d'affaires pour certains pays et pour la période 1982-1994, en pourcentage

Pays	Ensemble des touristes	Touristes d'affaires
Brésil	3,3	11
Canada	2,3	2,4
États-Unis	6,3	8,8
Inde	3,2	-2,6
Irlande	5,6	9,3
Japon	2,7	11,8
Maroc	5,5	6,6
Mexique	---	6,8
Papouasie	1,4	3,2
Philippines	3,9	5,3
Portugal	9,2	17,4

* Il s'agit de la moyenne géométrique.

** Statistiques calculées à partir des données de l'Organisation mondiale du tourisme.

TABLEAU 5

Les prévisions des taux d'accroissement annuels moyens* pour l'ensemble des touristes et pour le segment des touristes d'affaires pour certains pays** et pour la période 1995-2000, en pourcentage

Pays	Ensemble des touristes	Touristes d'affaires
Brésil	-5,4	-3,0
Canada	1,5	1,7
États-Unis	4,4	4,8
Inde	2,9	-1,4
Irlande	6,3	4,9
Japon	1,3	4,9
Maroc	7,4	7,9
Mexique	---	-1,0
Papouasie	1,3	1,0
Philippines	2,5	5,8
Portugal	4,5	5,8

* Il s'agit de la moyenne géométrique.

** Statistiques calculées à partir des données de l'Organisation mondiale du tourisme.

TABLEAU 6

La moyenne, l'écart-type, la valeur minimale et la valeur maximale des coefficients cycliques* de certains pays** pour la période 1982 à 1994

Pays	Moyennes	Écarts-types	Minimum	Maximum
Brésil	264	537,9	53,4	392,2
Canada	101	9,2	84,2	115,1
États-Unis	100	5,2	80,3	111,1
Inde	102	15,9	78,9	139,5
Irlande	100	7,4	85,2	110,9
Japon	101	8,7	90,9	124,3
Maroc	102	15,4	78,2	127,4
Mexique	103	20,2	77,7	127,8
Papouasie	101	10,3	80,5	115,6
Philippines	103	19,7	72,2	103,3
Portugal	109	62,5	62,5	283,1

* Les coefficients cycliques correspondent aux valeurs observées/valeurs théoriques x 100; les valeurs théoriques sont obtenues par des analyses de régression ou des moyennes mobiles simples ou multiples.

** Statistiques calculées à partir des données de l'Organisation mondiale du tourisme.

LE TOURISME D'AFFAIRES AU CANADA

La situation du tourisme d'affaires au Canada peut d'abord être analysée sous l'angle des dépenses effectuées par les entreprises canadiennes dans ce domaine (que ce soit au pays ou à l'étranger). À cet égard, la dernière enquête d'American Express sur le sujet* nous révèle qu'en 1994, les compagnies canadiennes ont dépensé pour 11,6 milliards de dollars en voyages d'affaires et divertissements (Business Travel and Entertainment), ce qui représenterait, en moyenne, 8,6 % des dépenses totales d'affaires d'une compagnie.

La dépense moyenne par employé pour les voyages d'affaires, évaluée à 4300 \$ en 1993, varie beaucoup d'un secteur d'activités à l'autre, passant de 2500 \$ dans le cas des employés oeuvrant dans les services à la clientèle à 13 700 \$ pour ceux du secteur manufacturier.

Les principales composantes des dépenses de voyages d'affaires sont le transport

aérien (37 %), l'hébergement (21 %), les repas (20 %), les divertissements (11 %) et la location de voiture (5 %), le reste des dépenses (6 %) allant à divers autres postes tels que le téléphone, les taxis, etc.

Enfin, il est intéressant de savoir que 28 % des employés du secteur privé font au moins un voyage d'affaires impliquant une nuitée à l'étranger par année et que la moitié de ces derniers (14 %) réalisent plus de neuf voyages par année impliquant des nuitées à l'étranger.

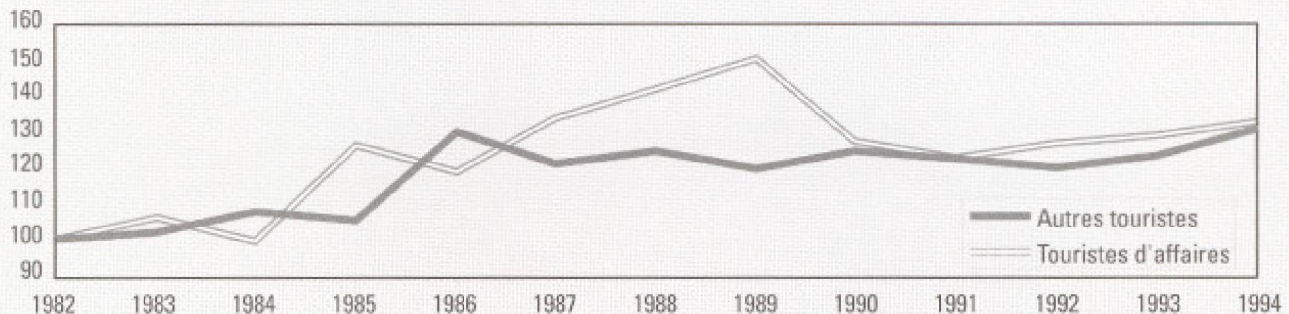
La situation du tourisme d'affaires au Canada peut également être analysée en comparant la part des touristes d'affaires aux touristes d'agrément (loisirs et visites de parents et amis). Le graphique 1 qui présente l'évolution indicielle de ces deux segments entre 1982 et 1994 nous permet de constater une croissance légèrement supérieure du segment affaires (le taux d'accroissement annuel moyen

(TAAM) est de 2,4 %) par rapport au segment agrément (le TAAM est de 2,3 %). De façon générale, nous pouvons toutefois affirmer que les deux types de segments réagissent sensiblement de la même façon à l'évolution de la conjoncture économique.

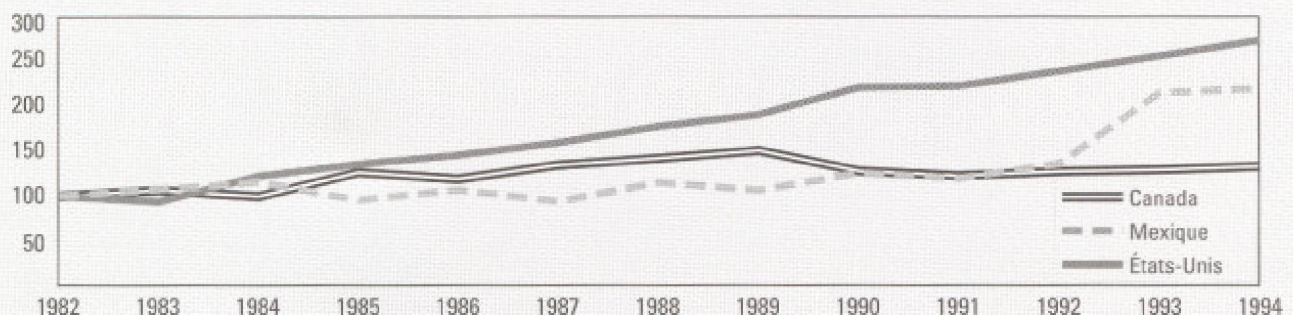
La comparaison du Canada avec ses deux partenaires de l'ALÉNA, le Mexique et les États-Unis nous permet enfin de voir, comme l'indique le graphique 2, l'évolution des arrivées des touristes d'affaires dans une perspective nord-américaine. Les données nous montrent un TAAM beaucoup plus élevé pour les États-Unis (8,8 %) que pour le Canada (2,4 %) et le Mexique (6,8 %). Il est intéressant de souligner la forte croissance des touristes d'affaires au Mexique, entre 1992 et 1994, juste avant l'entrée en vigueur de l'ALÉNA. Le Canada, on est à même de le constater, a connu une relative stagnation depuis les années 1980.

* American Express Travel Management Services, *The American Express Survey of Canadian Business Travel, 1994-1995 Edition, 1996.*

GRAPHIQUE 1: L'évolution indicielle des touristes d'affaires et des autres touristes au Canada • De 1982 à 1994 (base 100 - 1982)



GRAPHIQUE 2: L'évolution indicielle des touristes d'affaires au Canada, aux États-Unis et au Mexique • De 1982 à 1994 (base 100 - 1982)



LE TOURISME D'AFFAIRES AU QUÉBEC

Le tourisme d'affaires au Québec représente une part non négligeable de l'activité touristique, surtout au chapitre des dépenses. En effet, en 1994, les dépenses des touristes ayant voyagé au Québec par affaires, représentaient plus du quart des dépenses totales des touristes, soit 26,4 %. Par contre, comme l'indique les tableaux 1, 2 et 3, on observe depuis 1991, une diminution presque constante de la part du tourisme d'affaires

dans l'activité générale du tourisme, que ce soit en termes de voyages-personnes des touristes, des nuitées ou des dépenses.

Si l'on regarde la situation d'un peu plus près en fonction des marchés, on s'aperçoit qu'entre 1991 et 1994 la part des voyages-personnes du segment des touristes d'affaires en provenance des États-Unis et des autres pays a augmenté, alors

qu'elle a diminué pour les touristes d'affaires du Québec et du reste du Canada, même si ces marchés demeurent les plus importants, comme l'indique le tableau 4.

L'analyse de la situation des voyages-personnes du segment des touristes d'affaires au Québec, en fonction des marchés, demeure la même pour ce qui est de l'évolution du nombre de nuitées. Toutefois, comme on peut l'observer au tableau 5, la part des nuitées des touristes d'affaires en provenance des autres pays que les États-Unis représente le double (16,2 %) de la part des voyages-personnes des touristes d'affaires en provenance de ces pays (7,8 %). La croissance de ce marché demeure donc capitale pour la vitalité du tourisme d'affaires et du tourisme en général au Québec.

TABEAU 1
Les voyages-personne des touristes ayant voyagé au Québec selon le but du voyage de 1991 à 1994, en pourcentage

Années	Loisirs	Affaires	Parents/amis	Autres	Total
1991	41,5	14,6	38,7	5,2	100
1992	38,5	14,1	41,6	5,8	100
1993	39,1	13,6	41,8	5,5	100
1994	43,1	11,3	39,5	6,1	100

Source: Ministère du Tourisme du Québec, *Le tourisme au Québec*, les éditions de 1991-1992-1993 et 1994.

TABEAU 2
Les nuitées des touristes ayant voyagé au Québec selon le but du voyage de 1991 à 1994, en pourcentage

Années	Loisirs	Affaires	Parents/amis	Autres	Total
1991	44,6	12,8	36,9	5,7	100
1992	41,4	12,8	38,8	7,5	100
1993	42,7	11,4	39,1	6,8	100
1994	45,6	9,4	38,5	6,5	100

Source: Ministère du Tourisme du Québec, *Le tourisme au Québec*, les éditions de 1991-1992-1993 et 1994.

TABEAU 3
Les dépenses des touristes ayant voyagé au Québec selon le but du voyage de 1991 à 1994, en pourcentage

Années	Loisirs	Affaires	Parents/amis	Autres	Total
1991	43,1	32,0	20,2	4,7	100
1992	42,2	29,7	21,7	6,4	100
1993	44,4	27,7	21,9	6,0	100
1994	47,4	26,4	19,7	6,4	100

Source: Ministère du Tourisme du Québec, *Le tourisme au Québec*, les éditions de 1991-1992-1993 et 1994.

TABEAU 4
Les voyages-personne du segment des touristes d'affaires au Québec selon les marchés (en milliers et en pourcentage)

Années	États-Unis	Autres	Québec	Canada	Total
1991	12,5 % (322)	6,5 % (167)	57,2 % (1474)	23,8 % (613)	100 % (2576)
1992	11,8 % (337)	5,8 % (167)	62,7 % (1790)	19,7 % (569)	100 % (2583)
1993	11,2 % (313)	4,5 % (125)	64,2 % (1798)	20,1 % (562)	100 % (2799)
1994	13,9 % (306)	7,8 % (170)	60,2 % (1318)	18,1 % (395)	100 % (2188)

Source: Ministère du Tourisme du Québec, *Le tourisme au Québec*, les éditions de 1991-1992-1993 et 1994.

TABEAU 5
Les nuitées du segment des touristes d'affaires au Québec selon les marchés (en milliers et en pourcentage)

Années	États-Unis	Autres	Québec	Canada	Total
1991	13,5 % (929)	13,8 % (949)	48,4 % (3329)	24,3 % (1673)	100 % (6880)
1992	12,4 % (929)	13,9 % (1039)	55,3 % (4147)	18,4 % (1381)	100 % (7496)
1993	11,8 % (831)	9,2 % (645)	59,3 % (4168)	19,7 % (1388)	100 % (7032)
1994	15,3 % (902)	16,2 % (958)	53,9 % (3180)	14,6 % (862)	100 % (5901)

Source: Ministère du Tourisme du Québec, *Le tourisme au Québec*, les éditions de 1991-1992-1993 et 1994.