

---

# Voyages intérieurs et voyages en provenance des États Unis et d'outre mer à destination du Canada

---

Analyse des perspectives du marché à court terme  
Premier trimestre 2007

Préparé pour :  
Commission canadienne du tourisme (CCT)

par :

Le Conference Board du Canada  
Pour y voir clair



Novembre 2006

---

APERÇU

---

La présente étude a pour but de cerner les perspectives à court terme en matière de voyages intérieurs et de voyages en provenance de l'étranger à destination du Canada au premier trimestre de 2007 (janvier à mars).

COMMISSION  
CANADIENNE  
DU TOURISME



CANADIAN  
TOURISM  
COMMISSION



# Table des matières

---

Contexte .....	1
Introduction .....	9
Perspectives quant aux voyages intérieurs au Canada, T1 2007 .....	13
Perspectives quant aux voyages en provenance des États-Unis, T1 2007 .....	17
Perspectives quant aux voyages en provenance du Mexique, T1 2007 .....	23
Perspectives quant aux voyages en provenance du Royaume-Uni, T1 2007 .....	29
Perspectives quant aux voyages en provenance de France, T1 2007 .....	35
Perspectives quant aux voyages en provenance d'Allemagne, T1 2007 .....	41
Perspectives quant aux voyages en provenance du Japon, T1 2007 .....	47
Perspectives quant aux voyages en provenance de Corée du Sud, T1 2007 .....	53
Perspectives quant aux voyages en provenance de Chine, T1 2007.....	59
Perspectives quant aux voyages en provenance d'Australie, T1 2007...	65
Annexe 1 : Construction de l'indice de compétitivité des prix .....	71



## Contexte

L'Analyse des perspectives du marché à court terme présente des scénarios dans les principaux marchés sources de voyages au Canada. Les perspectives du trimestre en matière de réservations et les renseignements sur les marchés proviennent de l'Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs, Analyse des perspectives du marché (APM). Cette enquête a été réalisée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme (ICRT), division du Conference Board du Canada, pour le compte de la Commission canadienne du tourisme (CCT). Pour rehausser la qualité du présent rapport, des comptes rendus trimestriels internes et des sondages auprès d'importants voyageurs effectués par les bureaux de la CCT à l'étranger sont intégrés à l'analyse.

Étant donné que les perspectives analysées ne concernent que le premier trimestre 2007, toutes les comparaisons de croissance d'une année à l'autre sont établies par rapport au premier trimestre 2006.

## Faits saillants

Le tableau suivant résume les perspectives des principaux marchés du Canada au premier trimestre 2007 (comparativement au premier trimestre 2006), selon les résultats de l'Analyse des perspectives du marché.

Perspectives à court terme pour les principaux marchés du Canada au 1 <sup>er</sup> trim. 2007 (variation en pourcentage par rapport au 1 <sup>er</sup> trim. 2006)					
Pays	Segment de marché				
	Agrément – voyages de groupe	Agrément – voyages individuels	Agrément – total	Voyages d'affaires	Total général
Canada	4,2 %	2,8 %	3,0 %	2,7 %	2,9 %
États-Unis	-1,2 %	-2,2 %	-2,0 %	1,1 %	-1,5 %
Mexique	5,2 %	3,1 %	4,0 %	*	4,1 %
Royaume-Uni	2,1 %	2,8 %	2,6 %	3,0 %	2,7 %
France	1,1 %	0,7 %	0,9 %	*	0,9 %
Allemagne	2,4 %	1,8 %	2,0 %	*	2,0 %
Japon	0 %	1,0 %	0,3 %	1,1 %	0,4 %
Corée du Sud	*	*	*	*	2,6 %
Chine	7,0 %	9,0 %	7,5 %	*	7,5 %
Australie	2,0 %	3,9 %	3,1 %	*	3,1 %

\* Nombre de réponses insuffisant pour pouvoir tirer des conclusions.

## **Marchés nord-américains**

### **Canada**

Les perspectives indiquant une croissance économique modérée au Canada, les voyages intérieurs devraient augmenter modestement cet hiver et s'appuyer sur les hausses atteintes l'an dernier. En raison de la forte baisse de la croissance économique américaine, les consommateurs canadiens ont montré une certaine prudence quant à leurs propres perspectives financières. Cette situation a poussé plusieurs voyageurs canadiens à adopter une attitude d'attente au début de l'automne, mais la confiance des voyageurs s'est renforcée depuis lors, encouragée par la chute récente du prix de l'essence et par l'amélioration du revenu des ménages. La hausse de la valeur du dollar canadien continue à stimuler fortement les voyages des Canadiens à l'étranger, cependant, le marché intérieur est celui qui devrait bénéficier le plus de ce renforcement de la confiance des voyageurs.

Les spécialistes qui ont participé à l'élaboration de l'*Analyse des perspectives du marché* (APM) prévoient une augmentation de l'ensemble des voyages intérieurs de 2,9 % durant le premier trimestre 2007 par rapport au premier trimestre 2006. Les voyages de groupe devraient largement passer en tête des autres segments avec une augmentation grim pant à 4,2%, tandis que les voyages individuels devraient augmenter de 2,8 %. En conséquence, l'ensemble des voyages d'agrément devrait augmenter de 3 % pendant ce même trimestre. Les voyages d'affaires intérieurs devraient augmenter de 2,7 % chaque année, pendant cette même période.

### **États-Unis**

Les perspectives concernant les voyages effectués par les Américains au Canada continuent d'être modestes et ne devraient pas s'améliorer au prochain trimestre. La détérioration des conditions du marché immobilier aux États-Unis a entraîné l'économie américaine dans une phase descendante, exacerbant la tendance à la baisse de la demande de voyages. Les participants à l'APM prévoient une baisse de 1,5 % de l'ensemble des voyages effectués par les Américains au Canada durant le premier trimestre de 2007. Les voyages d'agrément de groupe devraient légèrement baisser de 1,2 % tandis que les voyages individuels devraient accuser un recul de 2,2 % par rapport au premier trimestre 2006. En conséquence, l'ensemble des voyages d'agrément devrait baisser de 2 % pour cette même période. Le seul segment qui devrait faire l'objet d'une augmentation au premier trimestre 2007 est celui des voyages d'affaires, avec une augmentation de 1,1 % par rapport au premier trimestre 2006.

La compétitivité des prix au Canada pour les voyageurs américains devrait rester relativement stable durant le premier trimestre 2007, ce qui est une bonne nouvelle, surtout si l'on considère la hausse de 4,3 % de la valeur du dollar canadien au cours de l'année passée. Si le coût des voyages à destination du Canada a considérablement augmenté pour les voyageurs américains depuis l'an dernier, le coût des voyages intérieurs aux États-Unis a augmenté pratiquement dans la même proportion. Néanmoins, la force relative du dollar

canadien met à rude épreuve certains voyageurs, comme les automobilistes des états américains frontaliers, particulièrement sensibles aux prix.

## **Mexique**

Les voyages effectués par les Mexicains au Canada devraient continuer à augmenter à un rythme modéré durant le premier trimestre 2007. L'ensemble des voyages à destination du Canada devrait s'accroître de 4,1 % durant cette période par rapport au premier trimestre 2006. Les voyages de groupe devraient augmenter de 5,2 %, et les voyages individuels, de 3,1 %. Selon une étude menée auprès des voyagistes mexicains, les ventes de forfaits de vacances au Canada s'intensifient malgré l'effet d'un taux de change moins favorable sur les prix forfaitaires. Cependant, de plus en plus de voyageurs mexicains s'occupent eux-mêmes de préparer leurs voyages, une tendance qui semble s'accroître en même temps que l'expansion rapide du marché aérien mexicain. La compétitivité des prix au Canada, en tant que destination touristique, devrait rester relativement stable durant le premier trimestre 2007 par rapport au premier trimestre 2006 et ne devrait pas décourager les visiteurs potentiels en provenance du Mexique durant l'hiver.

## **Marchés européens**

### **Royaume-Uni**

Bien que les conditions du marché du voyage au R.-U. restent dans l'ensemble difficiles, les voyages à destination du Canada devraient augmenter à un rythme modéré durant le trimestre d'hiver. Selon les prévisions des participants à l'APM, les voyages effectués par les Britanniques au Canada devraient augmenter de 2,7 % durant le premier trimestre 2007 par rapport au premier trimestre 2006. La demande globale en voyages d'agrément devrait faire l'objet d'une hausse de 2,6 %, amplifiée par une hausse de 2,8 % des voyages individuels, tandis que les voyages d'agrément de groupe devraient à peine augmenter de 2,1 %. Les perspectives concernant les voyages d'affaires effectués par les Britanniques au Canada restent un peu plus optimistes, avec une augmentation de 3 % prévue pour ce segment durant la saison d'hiver.

Des récentes études révèlent que la demande, par les Britanniques, de destinations de ski au Canada est en augmentation à cause de l'accessibilité des stations de ski et du taux de change favorable. Le fait que les vacances de Pâques de 2007 tombent tard en saison devrait sans doute décaler une partie des réservations de ski sur le deuxième trimestre, mais, dans l'ensemble, le Canada s'attend à une croissance favorable des voyages effectués par les Britanniques vers les destinations de ski cet hiver. Pour faire face à la croissance prévue du nombre de visiteurs britanniques durant cette période, des liaisons aériennes directes supplémentaires vont être établies entre le R.-U. et le Canada. En outre, la compétitivité relative des prix au Canada s'est améliorée pour les voyageurs britanniques face à deux concurrents touristiques clés, ce qui devrait encore augmenter l'attrait du Canada comme destination de vacances pendant la saison hivernale.

## **France**

Après une saison estivale calme, la demande globale des voyageurs français, renforcée par une perspective légèrement plus optimiste pour l'économie française, est en augmentation. En outre, la compétitivité des prix au Canada pour les amateurs français de destinations lointaines a légèrement gagné du terrain grâce à plusieurs facteurs, tels que la compétitivité accrue des tarifs aériens entre la France et le Canada, une légère revalorisation de l'euro et le coût plus élevé d'autres destinations touristiques concurrentes. Par ailleurs, la capacité aérienne directe entre la France et le Canada doit faire l'objet d'une augmentation importante au cours du trimestre d'hiver par rapport à l'hiver précédent.

Cependant, les participants à l'APM demeurent prudents quant aux perspectives de voyages effectués par les Français au Canada durant le premier trimestre 2007. Dans l'ensemble, les voyages à destination du Canada devraient augmenter de moins de 1 % durant cette période par rapport au premier trimestre 2006. Les voyages d'agrément de groupe devraient augmenter de 1,1 % et les voyages individuels devraient être équivalents à ceux du premier trimestre 2006.

## **Allemagne**

Les perspectives pour ce qui est de la demande de voyages en provenance d'Allemagne laissent supposer que les voyages des Allemands à l'étranger seront en augmentation durant l'hiver. Les ventes de vacances pour l'hiver ont déjà bien commencé, mais cette impulsion pourrait être due en bonne partie à l'augmentation imminente de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) en Allemagne. De nombreux voyageurs s'efforcent d'acheter leur voyage avant le 1<sup>er</sup> janvier 2007, date à laquelle l'augmentation de 3 % sera mise en place. Cette hausse devrait freiner les dépenses de voyage dans de nombreux segments du marché allemand l'année prochaine.

Selon les prévisions des participants à l'APM, les voyages effectués par les Allemands devraient dans l'ensemble augmenter de 2 % au premier trimestre 2007 par rapport au premier trimestre 2006. L'augmentation des voyages d'agrément de groupe (2,4 %) devrait continuer d'être supérieure à l'augmentation des voyages individuels (1,8 %) pour cette même période. Selon un sondage de la CCT auprès de voyagistes allemands, les ventes de voyages à destination du Canada devraient augmenter tout au long du premier trimestre 2007, bien que les prévisions annoncent une baisse de la capacité aérienne directe entre l'Allemagne et le Canada, ce qui pourrait poser un problème. En outre, la compétitivité des prix au Canada pour les amateurs allemands de destinations lointaines devrait perdre du terrain cet hiver, ce qui introduit un nouveau risque pour l'analyse de perspectives concernant le marché allemand.



## **Marchés Asie–Pacifique**

### **Japon**

Les perspectives pour ce qui est du marché japonais donnent à penser que la croissance des voyages effectués par les Japonais à destination du Canada sera faible, voire nulle durant le trimestre d'hiver. Selon les prévisions des participants à l'APM, les voyages effectués par les Japonais devraient être équivalents à ceux du premier trimestre 2006, avec une augmentation de seulement 0,4 %. Les voyages individuels devraient augmenter de 1 % pour cette même période, tandis que les voyages d'agrément de groupe devraient rester comparables à ceux de l'année précédente. En conséquence, l'ensemble des voyages d'agrément devrait augmenter de 0,3 % cet hiver. Les perspectives pour les voyages d'affaires depuis le Japon sont légèrement meilleures et laissent prévoir une augmentation de 1,1 % pour le premier trimestre 2007.

Malheureusement, la compétitivité des prix au Canada pour les amateurs japonais de destinations lointaines devrait encore perdre du terrain durant le trimestre d'hiver, principalement à cause de l'importante revalorisation du dollar canadien face au yen. En outre, la capacité aérienne directe entre le Japon et le Canada est à peine suffisante et maintient une forte pression sur les coûts des billets d'avion entre les deux pays. Cependant, de récents sondages portent à croire que les voyageurs japonais sont devenus moins sensibles aux prix et qu'un changement de motivation pourrait atténuer les effets négatifs du désavantage du Canada à l'égard des coûts par rapport aux autres destinations touristiques lointaines.

### **Corée du Sud**

Selon les prévisions des participants à l'APM, les voyages effectués par les Sud-Coréens dans l'ensemble devraient afficher une légère hausse de 2,6 % durant le premier trimestre 2007 par rapport au premier trimestre 2006. Les voyageurs sud-coréens connaîtraient une forte demande en ce qui concerne les voyages à destination du Canada au premier trimestre 2007, en particulier pour le segment des voyages individuels. L'hiver est également la saison la plus populaire pour les vacances familiales, et la période des vacances du Nouvel An, au début janvier, devrait être très achalandée. Malheureusement, la capacité aérienne directe demeure problématique pour les demandes en période de pointe et cette situation pourrait bien étouffer le potentiel de croissance additionnelle du nombre de voyages depuis la Corée du Sud vers le Canada. L'analyse des perspectives montre également le risque d'un déclin progressif de la compétitivité des prix au Canada pour le marché de la Corée du Sud, malgré la revalorisation du won sud-coréen.

## **Chine**

Les fortes tendances de l'économie et du marché des voyages laissent entrevoir que le rythme soutenu de la croissance des voyages effectués par les Chinois à destination du Canada va se maintenir au trimestre prochain. Selon les prévisions des participants à l'APM, les voyages des Chinois devraient augmenter de 7,5 % durant le premier trimestre 2007 par rapport au premier trimestre 2006. Les voyages individuels devraient augmenter de 9 % pour cette même période, tandis que les voyages d'agrément de groupe devraient augmenter de 7 %. En outre, la compétitivité des prix au Canada pour les touristes chinois devrait s'améliorer au trimestre prochain par rapport à la plupart des autres destinations touristiques concurrentielles. La seule préoccupation concernant ce marché reste la faible amélioration de la fréquence des liaisons aériennes entre les deux pays pour le prochain trimestre, ce qui pourrait freiner le potentiel de croissance du nombre de voyages effectués par les Chinois cet hiver.

## **Australie**

Les perspectives pour ce qui est du marché australien pour cet hiver restent dans l'ensemble mitigées. D'une part, la demande de destinations étrangères semble se maintenir, et selon les sondages réalisés auprès des voyagistes australiens, la demande de voyages à destination du Canada est forte dans certains segments. Le coût des voyages entre l'Australie et le Canada a par ailleurs baissé depuis l'hiver dernier, ce qui donne un avantage à la compétitivité des prix au Canada pour les voyageurs australiens. Toutefois d'autre part, la confiance du consommateur australien a été ébranlée cette année par la hausse des taux d'intérêt, et une réduction des liaisons aériennes à destination du Canada durant le premier trimestre 2007 pourrait freiner le potentiel de croissance de ce marché. Cependant, selon les prévisions des participants à l'APM, les voyages des Australiens devraient afficher une légère augmentation, soit 3,1 %, durant le premier trimestre 2007. Les voyages d'agrément de groupe devraient augmenter de 2 % et les voyages individuels, de 3,9 %.

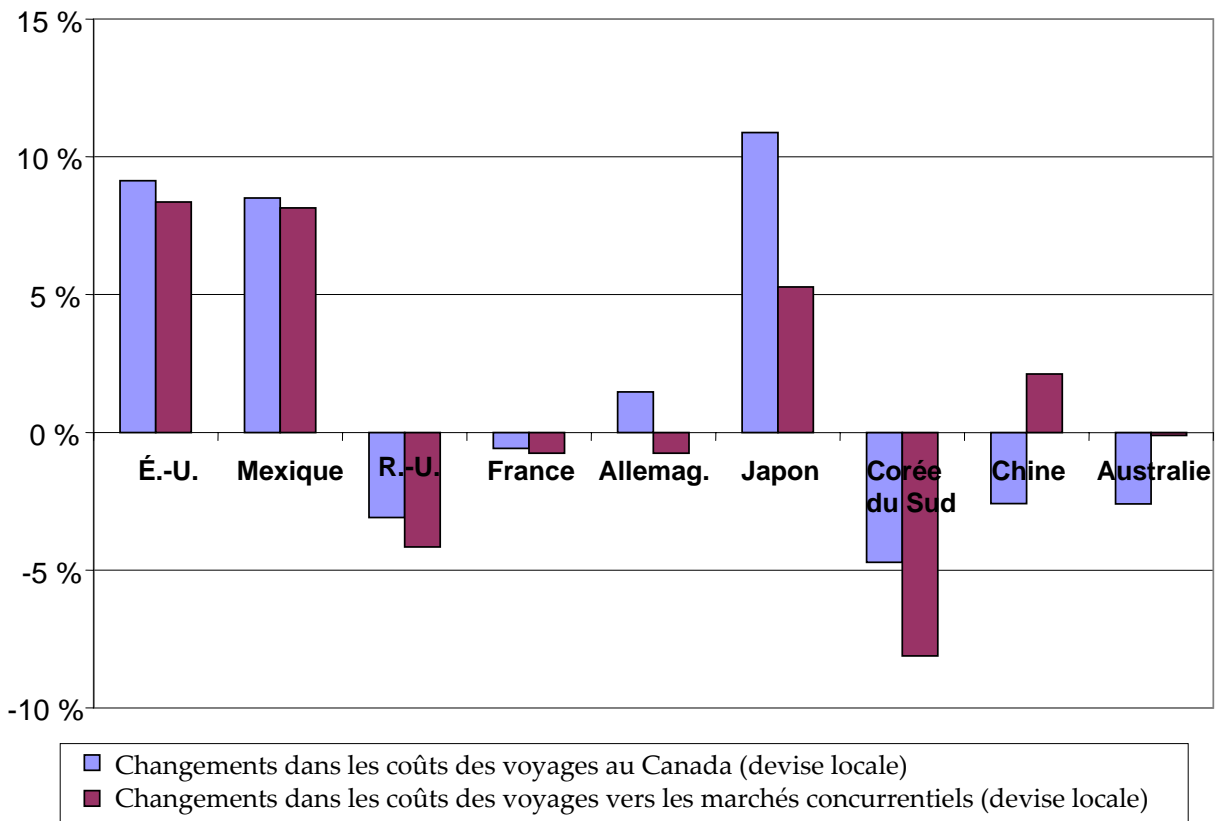
## **Indice des prix concurrentiels—Résumé**

Le prix des produits offerts par les voyagistes canadiens comparativement au prix des produits offerts par leurs concurrents internationaux clés constitue l'un des aspects les plus importants de la compétitivité globale du Canada en tant que destination touristique. L'objectif de l'Indice des prix concurrentiels est de repérer les tendances tarifaires sur les marchés clés et de surveiller la compétitivité relative du Canada sur une base permanente.

L'Indice des prix concurrentiels est calculé sur la base du potentiel de dépenses du voyageur en billets d'avion, hôtels, repas et autres coûts de séjour au Canada, comparativement aux coûts engagés dans le cas de destinations concurrentes.

Le tableau ci-dessous est un résumé des résultats de l'Indice des prix concurrentiels pour le premier trimestre 2007. Ce tableau sélectif illustre l'augmentation, sur douze mois, des coûts de voyage au Canada depuis chaque marché d'origine, comparativement à l'augmentation des coûts de voyage vers les marchés concurrentiels clés.

**Changements dans les coûts des voyages au Canada par rapport aux marchés concurrentiels  
(1<sup>er</sup> trimestre 2007 par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2006)**



Sources: Le Conference Board du Canada; U.S. General Services Administration; Banque mondiale; Association du transport aérien international (IATA); American Express Business Travel Monitor; Expedia; SideStep.

Du point de vue du potentiel de voyageurs des marchés internationaux clés, le glissement de la compétitivité des prix au Canada par rapport à celle d'un grand nombre de concurrents devrait continuer durant le premier trimestre 2007. Cependant, selon notre dernière analyse, l'augmentation des coûts de voyage au Canada durant le premier trimestre 2007 devrait être inférieure à celle du premier trimestre 2006, et, pour certains marchés, les coûts totaux des voyages au Canada devraient baisser durant le premier trimestre 2007 par rapport au premier trimestre 2006. Pour plus de détails, voir l'Indice des prix concurrentiels de chaque section par pays dans *l'Analyse des perspectives du marché à court terme*.



## **Introduction**

L'*Analyse des perspectives du marché à court terme* présente un aperçu des perspectives à l'égard de l'économie et du marché des voyages des principaux marchés sources (intérieur et étrangers) du Canada pour la prochaine saison de voyages. Ce rapport vise surtout à aider la Commission canadienne du tourisme (CCT) et ses nombreux partenaires de l'industrie du tourisme à mieux planifier le court terme.

La première source d'information sur les réservations anticipées et de renseignements sur les marchés est l'*Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs, Analyse des perspectives du marché*. Cette enquête est mise au point et administrée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme, une division du Conference Board du Canada. Les répondants, qui représentent une vaste gamme de fournisseurs de destinations et d'agents de voyages récepteurs du Canada et des États-Unis, sont interrogés au sujet de l'état général de leurs réservations anticipées à court terme. Le sondage cherche aussi à obtenir des répondants des perspectives supplémentaires sur les facteurs sous-jacents des tendances à court terme des réservations pour leurs entreprises touristiques.

Toutes les données recueillies pour l'*Analyse des perspectives du marché* sont confidentielles et ne sont pas intégrées au rapport lorsque des réponses individuelles peuvent être reconnues. La communication des réponses au sondage se fait toujours sur la base d'un consensus. Aucune réponse d'un participant individuel n'est mentionnée.

Dans le présent numéro de l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*, les résultats de l'enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages sont complétés par les activités de cueillette de renseignements des bureaux de la CCT à l'étranger. Ces renseignements sur les marchés viennent des rapports trimestriels sur la situation de marchés touristiques clés ainsi que d'aperçus des marchés fournis par d'importants voyagistes étrangers. D'autres renseignements pertinents sur les marchés proviennent de recherches effectuées par le Conference Board du Canada et d'une variété de sources d'actualités.

### **Nouveauté – l'indice de compétitivité des prix**

L'indice de compétitivité des prix touristiques est un ajout récent à l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*, qui vient compléter l'aperçu général que ce rapport a toujours donné de l'économie et du marché du tourisme. Un des aspects importants de la compétitivité du Canada comme destination touristique est le prix des produits touristiques canadiens en comparaison des prix de ses principaux concurrents internationaux. L'indice de compétitivité des prix touristiques est calculé en tenant compte du prix des billets d'avion, de l'hébergement, des repas et des autres dépenses des visiteurs au Canada, par rapport aux prix correspondants des destinations concurrentes.

En tant qu'élément permanent de l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*, l'indice de compétitivité des prix est un point de référence qui permet de surveiller de façon continue l'évolution des prix dans les principaux marchés ainsi que la compétitivité relative du Canada. Le premier calcul de l'indice a établi des données de référence; depuis lors, l'indice souligne les changements survenant dans la compétitivité des prix au Canada.

En plus de servir à déterminer l'indice de compétitivité des prix à l'échelle nationale, l'analyse des données a été approfondie afin de calculer un indice distinct pour chacune des quatre régions du Canada évoquées dans le reste du rapport : Canada atlantique; Ontario et Québec; Manitoba et Saskatchewan; Alberta et Colombie-Britannique.

L'annexe 1, « Construction de l'indice de compétitivité des prix », précise la méthode et les sources d'information utilisées pour élaborer l'indice. Comme il s'agit encore d'une relative nouveauté, l'indice et sa présentation pourront encore être perfectionnés au fil des numéros de l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*.

## **Données statistiques sur le tourisme international, Statistique Canada**

<b>Voyages internationaux au Canada, janvier à août 2006</b>		
<b>Pays</b>	<b>Voyages-personnes depuis le début de l'année</b>	<b>Variation par rapport à 2005 (%)</b>
États-Unis	9 918 072	-5,6
Mexique	153 050	10,1
Europe	1 592 678	-1,6
Royaume-Uni	599 281	-5,1
France	248 942	3,0
Allemagne	211 358	-7,2
Pays-Bas	87 407	0,6
Italie	34 645	17,4
Asie	884 301	3,1
Japon	254 804	-4,7
Corée du Sud	135 280	4,2
Chine (continentale)	92 454	24,4
Hong Kong	80 029	-2,0
Taiwan	65 877	-0,9
Océanie	167 652	-1,9
Australie	138 727	-1,8

Source : Enquête sur les voyages internationaux, Statistique Canada.

## Taux de change

### Comparaison des taux de change d'octobre 2005 à octobre 2006 Variation en pourcentage des taux de change de certains pays

	Dollar canadien	Dollar américain	Livre sterling	Euro	Yen japonais	Won coréen	Peso mexicain	Dollar australien
Dollar canadien	-	4,3 %	-1,9 %	-0,6 %	7,7 %	-5,0 %	4,8 %	4,2 %
Dollar américain	-4,2 %	-	-5,9 %	-4,7 %	3,3 %	-9,0 %	0,5 %	-0,1 %
Livre sterling	1,9 %	6,3 %	-	1,3 %	9,8 %	-3,2 %	6,8 %	6,2 %
Euro	0,6 %	5,0 %	-1,3 %	-	8,4 %	-4,5 %	5,4 %	4,8 %
Yen japonais	-7,2 %	-3,1 %	-8,9 %	-7,7 %	-	-11,8 %	-2,7 %	-3,3 %
Won coréen	5,3 %	9,9 %	3,3 %	4,7 %	13,4 %	-	10,4 %	9,7 %
Peso mexicain	-4,6 %	-0,4 %	-6,4 %	-5,1 %	2,8 %	-9,4 %	-	-0,6 %
Dollar australien	-4,1 %	0,1 %	-5,8 %	-4,6 %	3,4 %	-8,9 %	0,6 %	-

Source : The Pacific Exchange Rate Service.



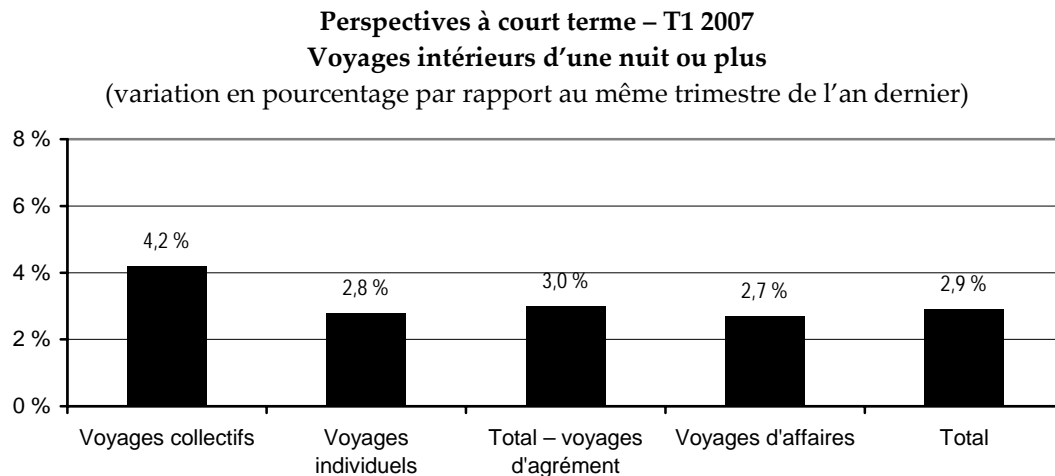


# Perspectives quant aux voyages intérieurs au Canada, T1 2007

## Aperçu économique

L'économie du Canada subira les répercussions d'une baisse de la construction domiciliaire et des dépenses des consommateurs aux États-Unis. Au plan intérieur toutefois, l'économie canadienne a suffisamment d'élan pour résister à la pause marquée par la croissance américaine. Les ménages canadiens profitent des effets combinés d'une hausse exceptionnelle du revenu après impôts et de la forte augmentation du pouvoir d'achat résultant de la vigueur du dollar canadien. En outre, si les prix des maisons connaissent un fléchissement aux États-Unis, ils continuent de grimper et de bonifier l'effet de richesse au Canada. Les bénéfices des entreprises ont aussi continué d'augmenter, ce qui a entraîné une croissance ininterrompue de leurs dépenses d'investissement alors que les gouvernements fédéral et provinciaux continueront vraisemblablement de soutenir la croissance des dépenses. Ainsi, bien que les perspectives de l'économie canadienne soient devenues quelque peu moins prometteuses, on n'en prévoit pas moins une croissance de 2,9 % en 2007 – soit un peu mieux que les 2,7 % prévus en 2006.

## Analyse des perspectives du marché



Source : *Analyse des perspectives du marché – T1 2007*, Institut canadien de recherche sur le tourisme.

Selon les réponses données dans l'enquête par les fournisseurs et les agents de voyages récepteurs canadiens, les réservations de voyages intérieurs augmenteront dans l'ensemble de 2,9 % au premier trimestre de 2007 par rapport au même trimestre de 2006.

D'après les répondants, les voyages collectifs connaîtront la plus forte croissance au premier trimestre, progressant de 4,2 % par rapport à un an plus tôt contre 2,8 % dans le cas des

voyages individuels. En conséquence, les voyages d'agrément augmenteraient globalement de 3 % par rapport au même trimestre de 2006. Le segment des voyages d'affaires augmenterait pendant ce temps de 2,7 %.

En ce qui concerne la répartition des voyages intérieurs par région, les répondants prévoient une augmentation de 3,5 % des visites en Alberta-Colombie-Britannique au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. Les visites augmenteraient de 2,3 % dans la région Manitoba-Saskatchewan, de 2,6 % en Ontario-Québec et de 2 % au Canada atlantique.

## **Confiance des consommateurs et intentions de voyage selon le Conference Board du Canada**

Après une période de légère baisse au cours de l'été, l'indice de confiance des consommateurs du Conference Board est remonté à 121,0 en octobre 2006, soit légèrement mieux que la moyenne des deux dernières années. En Ontario, la confiance des consommateurs a grimpé de 4,3 points après avoir baissé de 3,5 points le mois précédent. Globalement, les Canadiens sont plus optimistes au sujet de leur situation financière actuelle – ce qui n'est pas surprenant vu la récente baisse des prix de l'essence et l'amélioration du revenu des ménages. La disposition des consommateurs envers les grands achats tels qu'auto ou maison est aussi demeurée stable. Cependant, les répondants étaient un peu plus circonspects en ce qui concerne leurs perspectives financières futures, peut-être par suite d'inquiétudes face aux effets d'un ralentissement de l'économie américaine.

<b>Indice de confiance du consommateur (1991=100)</b>				
	<b>2006-07</b>	<b>2006-08</b>	<b>2006-09</b>	<b>2006-10</b>
Indice de confiance du consommateur	120,0	119,3	119,8	121,0

*Source : le Conference Board du Canada.*

Après avoir affiché une attitude attentiste au début de l'automne, les Canadiens paraissent maintenant beaucoup plus décidés à prendre des vacances à l'hiver, selon la plus récente enquête sur les intentions de voyage de l'Institut canadien de recherche sur le tourisme. Les résultats indiquent que les projets de vacances d'hiver au pays semblent particulièrement vigoureux. Sur les quelque 2 000 Canadiens interrogés en octobre 2006, presque 47 % ont affirmé prévoir prendre des vacances d'hiver entre novembre 2006 et avril 2007, soit nettement plus que lors de l'enquête d'octobre 2005. Le pourcentage de répondants qui prévoient demeurer au Canada pour leur voyage le plus long a augmenté à 20 %, contre 12,4 % en 2005. Les projets de voyages aux États-Unis et vers d'autres destinations étrangères ont aussi remonté.

Les résultats de l'enquête révèlent une nette amélioration des intentions de voyage par rapport à un an plus tôt. L'automne dernier, la confiance des consommateurs canadiens a souffert en raison de la hausse des prix pétroliers et des taux d'intérêt. La confiance des consommateurs est sensiblement plus stable cette année, ce qui favorise de solides perspectives pour les intentions de voyage d'hiver au Canada. Le rétablissement le plus important semble concerner les projets de voyages intérieurs, mais les résultats de l'enquête indiquent que la demande de voyages à l'étranger continue aussi de progresser.

<b>Projets de vacances d'hiver (novembre 2006 à avril 2007) (Pourcentage des Canadiens interrogés)</b>			
	<b>Octobre 2004</b>	<b>Octobre 2005</b>	<b>Octobre 2006</b>
Projets de vacances d'hiver (toutes destinations)	41,9	32,7	46,7
Canada	18,0	12,4	20,0
États-Unis	10,4	8,3	12,2
Autres destinations internationales	12,4	10,4	14,0
Ne sait pas / refuse de répondre	1,1	1,6	0,5

Source : le Conference Board du Canada.

## **Synthèse des perspectives concernant le premier trimestre de 2007**

Même si les perspectives de l'économie canadienne ont faibli, on prévoit que les voyages intérieurs augmenteront légèrement cet hiver après avoir déjà atteint des niveaux élevés l'an dernier. En conséquence du fléchissement marqué de la croissance économique aux États-Unis, les consommateurs canadiens sont devenus un peu plus prudents quant à leurs propres perspectives financières. Cette tendance a amené de nombreux Canadiens à adopter une attitude attentiste au début de l'automne, mais les consommateurs retrouvent maintenant une partie de leur confiance à cause de la récente baisse des prix de l'essence et de l'augmentation du revenu des ménages.

Les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* prévoient que les voyages intérieurs augmenteront dans l'ensemble de 2,9 % au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. La croissance des voyages collectifs devrait surpasser celle des autres segments, atteignant 4,2 % contre 2,8 % pour les voyages individuels. Dans l'ensemble, les voyages d'agrément devraient progresser de 3 %. Les répondants prévoient que les voyages d'affaires intérieurs augmenteront de 2,7 % au premier trimestre de 2007.

La plus récente enquête du Conference Board du Canada sur les intentions de voyage des Canadiens indique que la demande de voyages tant intérieurs qu'à l'étranger s'est renforcée tout au long de l'automne. Les prix élevés de l'essence ont limité la demande de voyages à l'été, mais leur baisse devrait maintenant procurer au marché des voyages en auto une solide stimulation pour l'hiver. La vigueur relative du dollar canadien continue d'apporter une forte incitation aux voyages à l'étranger, mais les résultats du sondage indiquent que le marché intérieur profitera le plus de la hausse des voyages des Canadiens prévue cet hiver.

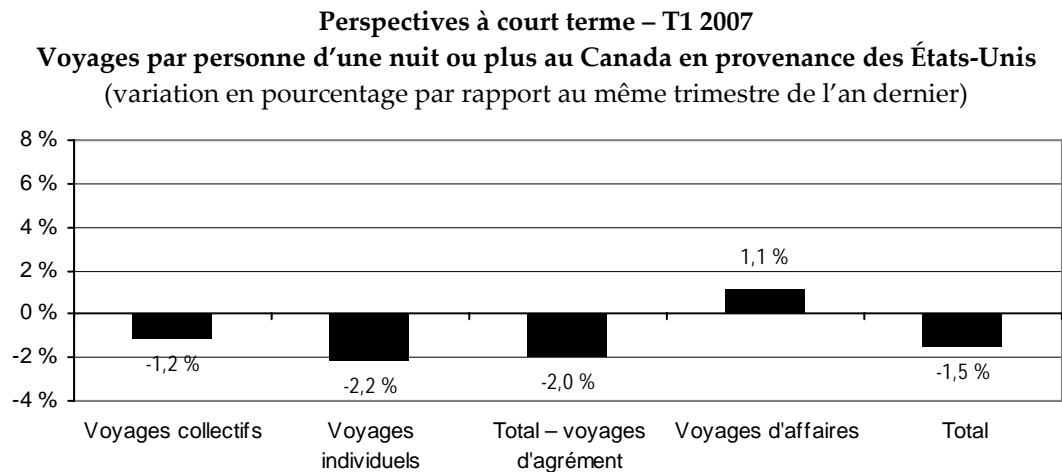


# Perspectives quant aux voyages en provenance des États-Unis, T1 2007

## Aperçu économique

En raison de la correction survenue sur le marché immobilier, l'économie américaine connaîtra une croissance économique nettement réduite pour le reste de 2006 et en 2007. On prévoit que la baisse de 18 % prévue dans les mises en chantier sur le marché domiciliaire nuira au secteur de la construction et fera baisser la confiance des consommateurs et des entreprises. De fait, les ménages américains – subissant déjà la pression des prix pétroliers élevés, des hauts taux d'intérêt et d'une croissance réduite de l'emploi – limiteront leurs dépenses à court terme face à l'évaporation de l'effet de richesse qu'avait produit l'augmentation des prix des logements. Malgré tout, la saine conjoncture financière du secteur des entreprises, la forte réduction du déficit fiscal américain et une baisse des taux d'intérêt aideront l'économie à éviter un « atterrissage brutal ». En 2007, on prévoit que la croissance de l'économie américaine baissera à 2,2 %.

## Analyse des perspectives du marché



Source : *Analyse des perspectives du marché – T1 2007, Institut canadien de recherche sur le tourisme.*

Les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* prévoient que la tendance baissière des voyages au Canada en provenance des États-Unis se poursuivra au premier trimestre de 2007. Le nombre total de visites diminuerait de 1,5 % par rapport à un an plus tôt. Selon les résultats, les voyages d'agrément collectifs baisseraient de 1,2 % pendant cette période, les voyages individuels, de 2,2 %, et l'ensemble des voyages d'agrément, de 2 %. Seules demeurent positives les perspectives des voyages d'affaires : ce segment des voyages au Canada en provenance des États-Unis devrait progresser de 1,1 % au premier trimestre par rapport à un an plus tôt.

En ce qui concerne les visites des Américains dans les différentes régions du Canada au premier trimestre de 2007, les répondants au sondage prévoient que le Canada atlantique subira la plus forte diminution sur douze mois : -2,5 %, contre -2 % en Alberta-Colombie-Britannique, -1 % en Ontario-Québec et -1,5 % dans la région Manitoba-Saskatchewan.

De nombreux répondants signalent aussi que les changements imminents dans les règles des passeports produisent déjà un effet négatif sur les réservations des Américains au Canada. La forte valeur du dollar canadien reste aussi une difficulté puisque les produits touristiques canadiens continuent d'être plus coûteux en raison du taux de change moins favorable pour les Américains.

Pour l'avenir, de nombreux répondants ont indiqué que, si l'élimination proposée du programme de remboursement de TPS/TVH se fait l'an prochain comme prévu, elle produira un effet important sur leurs marchés américains et outre-mer.

## **Confiance des consommateurs américains et intentions de voyage selon le Conference Board, Inc.**

Après avoir remonté en septembre, la confiance des consommateurs américains a baissé légèrement en octobre 2006 selon l'indice de confiance du consommateur du Conference Board, Inc. L'indice général a bondi de 5,7 points en septembre, puis a reculé de 0,5 point en octobre, pour s'établir à 105,4. Selon le Conference Board, l'indice d'octobre a baissé légèrement parce que les consommateurs étaient moins optimistes quant à la conjoncture économique et au marché de l'emploi à ce moment. Cependant, l'optimisme envers les perspectives à court terme s'est un peu amélioré par rapport au mois précédent.

<b>Indice de confiance du consommateur (1985=100)</b>				
	2006-07	2006-08	2006-09	2006-10 (p)*
Indice de confiance du consommateur	107,0	100,2	105,9	105,4
Situation actuelle	134,2	123,9	128,3	124,7
Attentes (dans les six mois)	88,9	84,4	91,0	92,6

Source : *The Consumer Research Center, The Conference Board, Inc., États-Unis*

\* données préliminaires

Lors de l'enquête d'octobre 2006 sur les intentions de voyage réalisée par le Conference Board, Inc., 46,3 % des Américains interrogés affirmaient prévoir des vacances au cours des six prochains mois. Dans l'ensemble, les projets de vacances étaient pratiquement au même niveau qu'un an plus tôt, bien qu'ils étaient un peu plus élevés pour les voyages à l'étranger et un peu plus faibles pour les voyages intérieurs.

### Projets de vacances dans les six prochains mois (Pourcentage, désaisonnalisé)

	Avril 2006	Juin 2006	Août 2006	Octobre 2006 (p)*
Projets de vacances (toutes destinations)	41,9	40,1	43,3	46,3
États-Unis	35,2	34,4	35,5	37,7
À l'étranger	8,4	8,2	9,5	9,7

Source : The Consumer Research Center, The Conference Board, Inc., États-Unis

\* données préliminaires

### Capacité aérienne entre les États-Unis et le Canada

La capacité de se rendre à une destination étant un facteur essentiel à la planification et à la concrétisation d'un voyage, la capacité aérienne entre les États-Unis et le Canada a été examinée. Les données utilisées proviennent d'OAG Max, un produit d'OAG Worldwide, qui fournit de l'information sur la capacité aérienne dans le monde entier. L'accès aérien revêt une grande importance parce que la croissance de certains segments touristiques précis est liée à l'amélioration de cet accès.

### Sièges disponibles sur les vols en partance des États-Unis à destination du Canada (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
À destination du Canada (total)	3 907 330	4 179 434	7,0 %
Alberta-Colombie-Britannique	1 235 368	1 414 783	14,5 %
Manitoba-Saskatchewan	112 120	115 540	3,1 %
Ontario-Québec	2 494 608	2 589 360	3,8 %
Canada atlantique	63 674	58 231	-8,5 %

Source : OAG Worldwide.

En octobre 2006, on prévoyait que le nombre de sièges disponibles sur les vols directs entre les États-Unis et le Canada au premier trimestre de 2007 augmenterait de 7 % par rapport au même trimestre de 2006. En conséquence, l'accès aérien ne devrait pas entraver l'augmentation des voyages en avion au Canada en provenance des États-Unis durant cette période.

## Capacité aérienne entre les États-Unis et les destinations concurrentes

La comparaison des services aériens vers des destinations américaines qui font concurrence au Canada sur le marché américain des voyages constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique. Le tableau ci-dessous illustre le niveau et l'évolution du service aérien direct vers les destinations intérieures aux États-Unis, principales concurrentes face aux Américains faisant des voyages court-courriers et moyen-courriers. Selon les plus récentes données d'OAG, la capacité aérienne sur les vols intérieurs sans escale aux États-Unis augmentera de 4,1 % au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt.

Sièges disponibles pour les voyages intérieurs aux États-Unis (T1 – janvier à mars)			
Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Destinations américaines intérieures	214 561 760	223 431 488	4,1 %

Source : OAG Worldwide.

## Indice de compétitivité des prix

Dans l'optique des voyageurs américains se rendant au Canada, les destinations de voyage qui sont les plus comparables au Canada sont celles qui se trouvent aux États-Unis. Le marché intérieur américain est le principal concurrent du Canada pour les escapades de fin de semaine et autres voyages courts. Dans ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de quatre nuitées, en dollars américains.

Dans l'ensemble, il faut prévoir que l'indice de compétitivité des prix du Canada baissera de 0,5 point au premier trimestre de 2007 par rapport au même trimestre un an plus tôt. On peut considérer que ce changement est très modeste vu l'augmentation de 4,3 % du cours du dollar canadien par rapport au dollar américain au cours de la dernière année (d'octobre 2005 à octobre 2006). Selon notre analyse de la compétitivité des prix, un séjour de quatre nuitées au Canada, y compris billets d'avion, hôtel, repas et autres frais, augmentera de 9 % pour les voyageurs américains par rapport à l'année dernière. En même temps, un voyage comparable à l'intérieur des États-Unis coûterait presque 8 % de plus que l'année dernière. Parmi les destinations canadiennes, l'indice révèle que la région Alberta-Colombie-Britannique demeure la mieux placée quant à la compétitivité des prix pour les voyageurs américains.



**Indice de compétitivité des prix – voyageurs américains se rendant au Canada  
(Séjour de quatre nuitées, en dollars américains)**

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres frais	Total	Indice (Canada=100)	Indice du T1 2006
Canada	1 052 \$	610 \$	327 \$	305 \$	2 294 \$	100,0	100
Atlantique	1 109 \$	535 \$	303 \$	305 \$	2 252 \$	98,1	97,7
Ontario-Québec	1 003 \$	668 \$	326 \$	305 \$	2 302 \$	100,3	100,8
Manitoba-Saskatchewan	1 181 \$	506 \$	294 \$	305 \$	2 287 \$	99,7	99,3
Alberta-Colombie-Britannique	945 \$	573 \$	351 \$	302 \$	2 171 \$	94,6	94,1
États-Unis (intérieur)	575 \$	581 \$	202 \$	404 \$	1 762 \$	76,8	77,3

*Sources : le Conference Board du Canada, U.S. General Services Administration, Banque mondiale, Association du transport aérien international (IATA), American Express Business Travel Monitor.*

## **Synthèse des perspectives concernant le premier trimestre de 2007**

Les perspectives quant aux voyages des Américains au Canada restent mitigées, et on ne prévoit pas d'amélioration à court terme. La dégradation de la conjoncture sur le marché américain de l'immobilier a nui considérablement aux perspectives de l'économie américaine, accentuant les tendances à la baisse de la demande de voyages des Américains. Malgré les effets positifs du recul des prix de l'essence, on prévoit que les dépenses des ménages américains continueront de baisser par suite de l'évaporation de l'effet de richesse qu'avait produit l'augmentation des prix des logements. La hausse des taux d'intérêt et la faiblesse du marché de l'emploi nuisent aussi à la demande des consommateurs. Tous ces facteurs devraient participer à la baisse des voyages au Canada en provenance des États-Unis au cours de l'hiver.

Dans l'ensemble, les participants à l'Analyse des perspectives du marché prévoient une baisse de 1,5 % des voyages au Canada en provenance des États-Unis au premier trimestre de 2007 par rapport à l'année précédente. Les voyages d'agrément collectifs baisseraient de 1,2 %, et les voyages indépendants, de 2,2 %. En conséquence, les voyages d'agrément devraient baisser au total de 2 % durant cette période. Seules les perspectives des voyages d'affaires demeurent positives : les répondants s'attendent à une croissance de 1,1 % dans ce segment au premier trimestre.

La compétitivité des prix du Canada pour les voyageurs américains devrait demeurer relativement stable au premier trimestre de 2007 par rapport au même trimestre de 2006. C'est là une bonne nouvelle vu l'augmentation de 4,3 % du cours du dollar canadien par rapport au dollar américain pendant la même période. Pour les voyageurs américains, le coût des voyages au Canada a augmenté considérablement depuis l'an dernier, mais le coût des voyages intérieurs aux États-Unis a augmenté presque autant. Néanmoins, la vigueur relative du dollar canadien reste un problème, surtout pour les Américains des États frontaliers qui voyagent en auto et qui sont sensibles aux prix.



# **Perspectives quant aux voyages en provenance du Mexique, T1 2007**

## **Aperçu économique**

On prévoit que la croissance économique du Mexique baissera à 3,4 % en 2007 après avoir atteint selon les estimations 4,1 % en 2006. La baisse de régime découle principalement d'exportations moindres vers l'économie américaine affaiblie. De fait, on prévoit que la croissance des exportations mexicaines passera de presque 14 % en 2006 à 6 % en 2007. En outre, la réalisation de projets parrainés par le gouvernement pourrait être retardée au premier semestre de l'an prochain en raison de la formation d'un nouveau gouvernement. Des délais dans l'adoption du budget gouvernemental et une incertitude entourant les politiques économiques pourraient encore assombrir les perspectives économiques générales en 2007.

## **Attentes quant au marché**

**Le Canada sera positionné comme destination pour des vacances de golf :** Le plus récent rapport trimestriel sur le marché provenant du bureau de la CCT au Mexique indique qu'une nouvelle initiative lancée au Mexique positionne le Canada comme destination de vacances de golf. Des membres de prestigieux clubs de golf de Mexico City seront invités à des centres de golf de l'Alberta, de la Colombie-Britannique, de l'Ontario et du Québec de sorte qu'ils puissent faire part de leur expérience à leurs collègues en retournant au Mexique. La campagne comprend aussi un nouveau site Web et des articles dans des magazines de golf mexicains.

**La concurrence s'active pour attirer les voyageurs mexicains :** Le rapport de la CCT affirme aussi que les États-Unis accentuent leurs efforts pour faire augmenter le nombre de visiteurs mexicains. En 2005, 12,6 millions de Mexicains se sont rendus aux États-Unis; les Américains espèrent augmenter ce nombre de 24 %, pour le porter à 14 millions d'ici 2008.

Cependant, la concurrence s'active aussi au plan intérieur. Un nouveau rapport du ministère national de l'Aviation civile du Mexique révèle que la concurrence a fait baisser les tarifs aériens sur les principales liaisons intérieures du pays de 55 à 65 % au cours de la dernière année, selon *Aviation Daily*. Depuis décembre 2005, Interjet, Click, Avolar, Volaris et ALMA ont tous lancé des services concurrents sur les routes les plus rentables au Mexique, élargissant sensiblement le marché des vols intérieurs au Mexique. Avolar a du reste annoncé récemment son intention d'investir 700 millions de dollars américains en vue d'augmenter sa flotte pour pouvoir lancer des vols vers les États-Unis et le Canada en 2008.

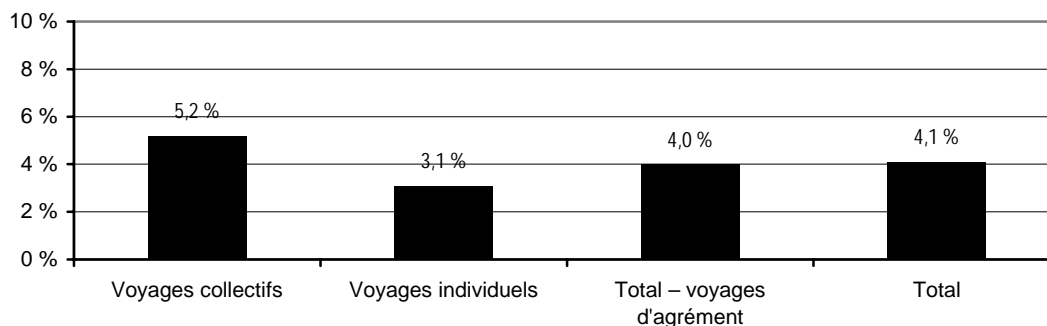
**Les voyageurs prévoient que les ventes de voyages au Canada augmenteront :** La majorité des voyageurs mexicains interrogés par le bureau de la CCT au Mexique prévoient que leurs ventes de produits canadiens augmenteront, d'autant que 10 %, au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. Cependant, presque tous les grands voyageurs interrogés s'attendent à une augmentation d'environ 25 %. Pour la plupart des répondants, la capacité aérienne ne semble pas poser d'obstacle important bien que certains aient cité le taux de change moins favorable comme étant un problème.

En particulier, les répondants continuent de connaître de solides ventes de forfaits de vacances pour couples et pour groupes, bien que les voyages indépendants soient à la hausse et représentent maintenant environ 30 % des réservations. Les répondants ont aussi indiqué que, pour le premier trimestre de 2007, le Québec est la destination la plus demandée par les Mexicains, devançant de peu l'Ontario et la Colombie-Britannique.

Parmi les produits faisant l'objet d'une promotion sur le marché mexicain des voyages d'agrément figurent les forfaits de golf en Colombie-Britannique, en Alberta, en Ontario et au Québec, les voyages d'observation des aurores boréales au Yukon et en Alberta, ainsi que les forfaits de voyage de noces.

## Analyse des perspectives du marché

Perspectives à court terme – T1 2007  
**Voyages par personne d'une nuit ou plus au Canada en provenance du Mexique**  
 (variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : *Analyse des perspectives du marché – T1 2007*, Institut canadien de recherche sur le tourisme.  
 Les voyages d'affaires ont été omis afin de préserver la confidentialité des réponses.

Selon les participants à l'*Analyse des perspectives du marché*, les voyages en provenance du Mexique augmenteraient de 4,1 % au premier trimestre de 2007 par rapport à l'année précédente. La progression atteindrait 5,2 % pour les voyages collectifs, 3,1 % pour les voyages individuels et 4 % au total pour les voyages d'agrément, par rapport au même trimestre de 2006.

## Capacité aérienne entre le Mexique et le Canada

On prévoit que la capacité des vols directs entre le Mexique et le Canada augmentera de 15,5 % au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. Cette forte augmentation devrait faciliter l'essor des visites en provenance du Mexique durant cette période.

### Sièges disponibles sur les vols en partance du Mexique à destination du Canada (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Canada (total)	126 128	145 697	15,5 %
Alberta-Colombie-Britannique	32 956	38 757	17,6 %
Manitoba-Saskatchewan	1 680	1 820	0,0 %
Ontario-Québec	88 612	102 360	15,5 %
Canada atlantique	0	2 760	s.o.

Source : OAG Worldwide.

## Capacité aérienne entre le Mexique et les destinations concurrentes

La comparaison des services aériens entre le Mexique et les destinations qui sont en concurrence avec le Canada sur le marché mexicain constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous illustre le niveau et l'évolution du service aérien direct vers des destinations long-courriers concurrentes pour la prochaine saison touristique.

### Sièges disponibles sur les vols en partance du Mexique à destination d'autres destinations internationales (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Vers les États-Unis	3 637 424	3 795 150	4,3 %
Vers l'Espagne	90 215	100 106	11,0 %

Source : OAG Worldwide.

Au premier trimestre de 2007, on prévoit que la capacité aérienne vers les États-Unis augmentera de 4,3 % par rapport au même trimestre de 2006. Les sièges disponibles sur les vols directs entre le Mexique et l'Espagne devraient progresser encore davantage : de 11 %.

## Indice de compétitivité des prix

Dans l'optique des voyageurs mexicains se rendant au Canada, les principales destinations touristiques concurrentes sont les États-Unis et l'Espagne. Pour le marché mexicain, l'analyse de la compétitivité des prix repose sur le coût d'un séjour type de sept nuitées, en pesos mexicains.

Au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt, on prévoit que l'indice de compétitivité des prix du Canada baissera de 0,3 point par rapport à celui des États-Unis. Il baissera dans la même mesure par rapport à l'indice de l'Espagne, bien que le Canada demeurera une destination beaucoup plus abordable pour les voyageurs mexicains.

Notre analyse de la compétitivité des prix indique que le coût d'un séjour de sept nuitées au Canada, y compris billets d'avion, hôtel, repas et autres frais, augmentera de presque 9 % pour les voyageurs mexicains au premier trimestre, par rapport à un an plus tôt. Le coût d'un voyage semblable dans les destinations concurrentes (dans ce cas, les États-Unis ou l'Espagne) devrait augmenter en moyenne de 8 %.

Parmi les différentes destinations canadiennes, l'indice désigne la région Alberta-Colombie-Britannique comme étant la mieux placée quant à la compétitivité des prix pour les voyageurs mexicains.

**Indice de compétitivité des prix – voyageurs mexicains se rendant au Canada  
(séjour de sept nuitées, en pesos mexicains)**

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres frais	Total	Indice (Canada=100)	Indice du T1 2006
Canada	7 514 \$	11 544 \$	6 182 \$	5 772 \$	31 012 \$	100,0	100,0
Atlantique	8 733 \$	10 121 \$	5 725 \$	5 772 \$	30 350 \$	97,9	99,8
Ontario-Québec	7 256 \$	12 635 \$	6 161 \$	5 772 \$	31 825 \$	102,6	104,1
Manitoba-Saskatchewan	9 522 \$	9 578 \$	5 568 \$	5 772 \$	30 441 \$	98,2	94,6
Alberta-Colombie-Britannique	6 867 \$	10 836 \$	6 638 \$	5 712 \$	30 053 \$	96,9	95,1
États-Unis	4 617 \$	10 987 \$	3 818 \$	7 646 \$	27 068 \$	87,3	87,6
Espagne	9 349 \$	14 483 \$	7 326 \$	4 731 \$	35 889 \$	115,7	116,0

Sources : le Conference Board du Canada, U.S. General Services Administration, Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat), Expedia, SideStep.

## **Synthèse des perspectives concernant le premier trimestre de 2007**

Les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* prévoient une modeste augmentation des visites en provenance du Mexique au premier trimestre de 2007. Le nombre total de voyages au Canada devrait progresser de 4,1 % durant la période par rapport au même trimestre de 2006. Les voyages collectifs augmenteraient de 5,2 %, et les voyages individuels, de 3,1 %. Selon un sondage auprès des voyagistes mexicains, les ventes de forfaits de vacances au Canada continuent d'être vigoureuses malgré l'effet d'un taux de change moins favorable sur les prix des forfaits. Cependant, un nombre croissant de voyageurs mexicains prennent leurs propres dispositions – une tendance qui continuera probablement de se répandre en même temps que le marché mexicain des transports aériens poursuit son essor. La compétitivité des prix du Canada comme destination touristique devrait demeurer relativement stable au premier trimestre par rapport à l'année précédente; les prix ne devraient pas dissuader les Mexicains envisageant de faire une visite durant cette période.





# **Perspectives quant aux voyages en provenance du Royaume-Uni, T1 2007**

## **Aperçu économique**

La hausse de l'inflation au cours de l'été a incité la Banque d'Angleterre à hausser les taux d'intérêt. Les autorités monétaires pourraient encore les augmenter pour tenter de maintenir l'inflation près de l'objectif de 2 %. En conséquence, on prévoit que le produit intérieur brut (PIB) réel augmentera de 2,4 % en 2007, un peu moins que les 2,5 % attendus en 2006. Parmi les facteurs favorables à la croissance, les dépenses des consommateurs et les dépenses d'investissement des entreprises connaissent de solides gains; en revanche, la croissance affaiblie de l'économie américaine nuira aux exportations du Royaume-Uni. Presque 15 % des exportations britanniques sont destinées aux États-Unis.

## **Attentes quant au marché**

**Les conditions du marché britannique des voyages demeurent difficiles :** Selon les plus récentes indications données par les grands voyagistes britanniques, les conditions du marché des voyages demeurent difficiles au Royaume-Uni. Les résultats de septembre du TravelTrack d'AC Nielsen révèlent que, dans l'ensemble, les réservations anticipées pour l'hiver sont en baisse de 13 % par rapport à un an plus tôt sur le marché britannique; les ventes accusent un retard de 10 %.

En novembre, MyTravel signalait que ses réservations de vacances d'hiver utilisant des vols nolisés étaient en baisse de 9,5 % par rapport à l'an dernier; l'entreprise a réduit sa capacité de 10 % pour l'hiver. Par contre, ses prix ont augmenté d'environ 3 % par rapport à l'année précédente. First Choice rapportait des conditions semblables dans son plus récent rapport sur ses activités, affirmant avoir réduit de 10 % sa capacité pour les voyages court-courriers et moyen-courriers pour l'hiver 2006-2007. En octobre, ses réservations étaient au total en baisse de 3 % par rapport à l'an dernier, malgré une progression de 25 % dans les réservations long-courriers.

**Les agences traditionnelles activent la concurrence en ligne :** Le plus récent rapport trimestriel du bureau de la CCT au Royaume-Uni confirme que la conjoncture du marché a été très difficile pendant l'été. Le temps chaud et la tenue de la Coupe du monde y ont contribué, mais les causes principales sont la capacité excédentaire sur le marché et la demande fléchissante de forfaits de vacances traditionnels. En conséquence, les grands voyagistes continuent de délaisser les forfaits traditionnels, surtout pour les destinations court-courriers. Au lieu de cela, ils concentrent leurs efforts sur la vente de forfaits dynamiques (composés d'éléments individuellement choisis par les clients) par le biais de leurs sites Web, et ce, pour les destinations long-courriers autant que court-courriers.

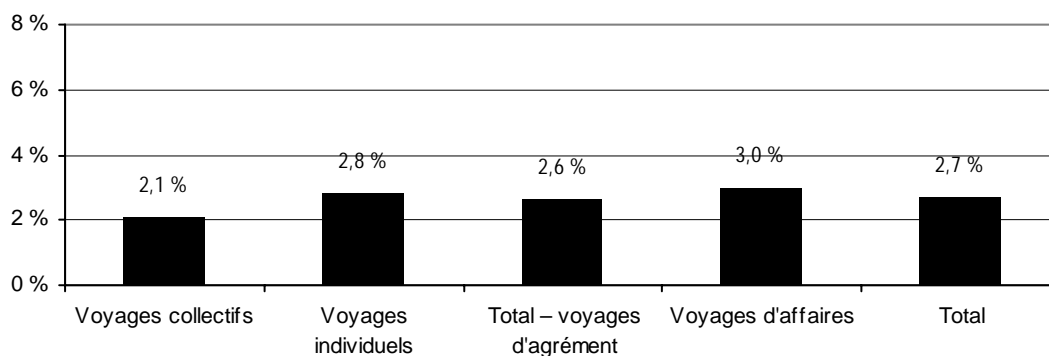
Le rapport trimestriel indique aussi que les tendances des réservations connaissent un changement radical, les voyageurs britanniques attendant de plus en plus la dernière minute pour réserver leurs vacances. La faiblesse de la saison estivale, qui a incité les voyagistes à offrir de fortes réductions de prix pour les achats tardifs, n'a fait qu'accroître la tendance.

**Les vacances de ski au Canada devraient encore progresser cet hiver :** Un accès plus facile et plus abordable aux destinations canadiennes et américaines de ski, combiné à la vigueur de la livre sterling, aide à stimuler l'augmentation des voyages de ski en Amérique du Nord à partir du Royaume-Uni, d'après le *Ski Industry Report 2006* de Crystal Ski. Le rapport affirme que ces facteurs ont entraîné une augmentation de 30 % des voyages de ski en Amérique du Nord l'hiver dernier. Pour l'hiver 2006-2007, il prévoit une croissance supplémentaire pour les vacances de ski au Canada et aux États-Unis, même si le fait que le congé de Pâques soit tardif en 2007 nuira aux statistiques du premier trimestre.

**Les voyagistes prévoient vendre davantage de produits canadiens :** La plupart des voyagistes britanniques interrogés par la CCT prévoient une solide augmentation de leurs ventes de produits canadiens au premier trimestre de 2007. Aucun des répondants ne s'inquiétait de la capacité aérienne directe entre le Royaume-Uni et le Canada, ni de l'effet du taux de change sur leurs réservations. Les résultats du sondage indiquent que, dans tous les segments, les forfaits de vacances au Canada se vendent bien. Les destinations provinciales privilégiées au cours du trimestre hivernal sont l'Alberta et le Yukon, devant la Colombie-Britannique et l'Ontario.

## Analyse des perspectives du marché

Perspectives à court terme – T1 2007  
Voyages par personne d'une nuit ou plus au Canada en provenance du Royaume-Uni  
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : *Analyse des perspectives du marché – T1 2007*, Institut canadien de recherche sur le tourisme.

Les perspectives quant à l'ensemble des voyages en provenance du Royaume-Uni – selon les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* – sont positives pour le premier trimestre de 2007 : on prévoit une croissance de 2,7 % par rapport à l'année précédente. Les voyages d'agrément augmenteraient de 2,6 %, soit 2,1 % pour les voyages d'agrément collectifs et 2,8 % pour les voyages d'agrément individuels. Entre-temps, les voyages d'affaires au Canada en provenance du Royaume-Uni continueraient d'augmenter plus vite que les voyages d'agrément, avec une hausse de 3 % au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt.

Quant aux estimations de la croissance au premier trimestre de 2007 ventilées par régions du Canada, les répondants prévoient que les voyages des Britanniques augmenteront de 3,4 % en Alberta-Colombie-Britannique et de 2,3 % en Ontario-Québec.

## Capacité aérienne entre le Royaume-Uni et le Canada

En octobre 2006, on prévoyait que le nombre de sièges disponibles sur les vols directs entre le Royaume-Uni et le Canada au premier trimestre de 2007 augmenterait de 9,2 % par rapport au même trimestre de 2006. En conséquence, la capacité des vols directs ne devrait pas limiter l'augmentation prévue des visites des Britanniques au Canada durant cette période.

### Sièges disponibles sur les vols directs en partance du Royaume-Uni à destination du Canada (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Canada (total)	365 681	399 234	9,2 %
Alberta-Colombie-Britannique	100 732	123 729	22,8 %
Manitoba-Saskatchewan	0	0	s.o.
Ontario-Québec	242 385	256 425	5,8 %
Canada atlantique	22 564	19 080	-15,4 %

Source : OAG Worldwide.

## Capacité aérienne entre le Royaume-Uni et les destinations concurrentes

La comparaison des services aériens entre le Royaume-Uni et les destinations qui sont en concurrence avec le Canada sur le marché britannique constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique la croissance ou le déclin du service aérien vers des destinations long-courriers concurrentes en vue de la prochaine saison de voyages.

### Sièges disponibles sur les vols en partance du Royaume-Uni vers d'autres destinations internationales (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Vers les États-Unis	2 701 908	2 614 991	-3,2 %
Vers la Chine	94 425	103 801	9,9 %
Vers l'Afrique du Sud	307 934	270 658	-12,1 %
Vers le Kenya / le Nigéria / le Ghana	247 546	199 731	-19,3 %
Vers le Brésil	63 620	56 625	-11,0 %
Vers le Mexique	23 580	11 640	-50,6 %

Source : OAG Worldwide.

On prévoit qu'au premier trimestre de 2007, la capacité aérienne directe à partir du Royaume-Uni baissera pour la plupart des destinations touristiques en concurrence pour attirer les voyageurs britanniques long-courriers. Elle devrait baisser légèrement dans le cas des États-Unis (-3,2 %), mais de plus de 10 % pour d'autres destinations. La Chine est la seule destination concurrente où l'on prévoit une augmentation de la capacité aérienne directe durant la période (9,9 %).

### Indice de compétitivité des prix

Les principaux concurrents du Canada face aux voyageurs britanniques sont les États-Unis, la Chine, l'Afrique du Sud, l'Afrique subsaharienne (surtout le Kenya, le Nigéria et le Ghana) et l'Amérique latine (notamment le Brésil et le Mexique). Pour le marché britannique, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de sept nuitées, en livres sterling.

On prévoit qu'au premier trimestre de 2007, l'indice de la compétitivité des prix du Canada baissera par rapport au même trimestre de 2006, relativement à ceux d'Afrique du Sud, de Chine et d'Amérique latine. Cependant, il augmenterait relativement à ceux des États-Unis et de l'Afrique subsaharienne.

Dans l'ensemble, notre analyse de la compétitivité des prix indique que le coût d'un séjour de sept nuitées au Canada, y compris billets d'avion, hôtel, repas et autres frais, baissera de 3 % pour les voyageurs britanniques au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. Le coût d'un voyage semblable dans les destinations concurrentes (États-Unis, Chine, Afrique du Sud, Afrique subsaharienne, Brésil et Mexique) baissera probablement en moyenne de 4 % pendant la même période.

Parmi les destinations canadiennes, l'indice désigne le Canada atlantique comme étant la région la mieux placée quant à la compétitivité des prix pour les voyageurs britanniques.

**Indice de compétitivité des prix – voyageurs britanniques se rendant au Canada  
(séjour de sept nuitées, en livres sterling)**

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres frais	Total	Indice (Canada=100)	Indice du T1 2006
Canada	333 £	561 £	300 £	280 £	1 474 £	100,0	100,0
Atlantique	301 £	492 £	278 £	280 £	1 351 £	91,7	89,8
Ontario-Québec	302 £	614 £	299 £	280 £	1 495 £	101,4	99,1
Manitoba-Saskatchewan	439 £	465 £	270 £	280 £	1 455 £	98,7	101,5
Alberta-Colombie-Britannique	360 £	526 £	322 £	277 £	1 487 £	100,8	104,4
États-Unis	313 £	534 £	185 £	371 £	1 403 £	95,2	92,2
Chine	335 £	593 £	352 £	76 £	1 357 £	92,1	96,4
Afrique du Sud	491 £	472 £	208 £	61 £	1 232 £	83,5	88,9
Afrique subsaharienne (Kenya, Nigéria, Ghana)	424 £	632 £	297 £	136 £	1 490 £	101,0	98,3
Amérique latine (Brésil, Mexique)	491 £	535 £	237 £	167 £	1 430 £	97,0	98,0

Sources : le Conference Board du Canada, U.S. General Services Administration, Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat), Expedia, SideStep.

## **Synthèse des perspectives concernant le premier trimestre de 2007**

Même si les rapports sur le marché britannique indiquent que la conjoncture générale est difficile, on entrevoit une modeste augmentation des visites au Canada cet hiver. Les répondants à l'*Analyse des perspectives du marché* prévoient une hausse de 2,7 % des voyages au Canada en provenance du Royaume-Uni au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. Les voyages d'agrément augmenteraient de 2,6 % au total par suite d'une progression de 2,8 % des voyages individuels et de 2,1 % des voyages collectifs. Les perspectives quant aux voyages d'affaires restent légèrement plus prometteuses puisqu'on prévoit une croissance de 3 % dans ce segment au premier trimestre.

Un rapport récent sur le marché britannique des voyages de ski indique que le Canada devient une destination de plus en plus prisée, en partie grâce à l'accès plus facile aux centres de ski canadiens et au taux de change favorable. Le fait que le congé de Pâques en 2007 tombe plus tard que d'habitude pourrait faire passer certains voyages de ski dans le deuxième trimestre, mais le Canada devrait encore progresser sur le marché britannique des voyages de ski cet hiver. En outre, la compétitivité des prix du Canada pour les voyageurs britanniques devrait s'améliorer au premier trimestre par rapport à certaines des principales destinations concurrentes, dont les États-Unis. L'accès aérien direct entre le Royaume-Uni et le Canada bénéficiera pendant ce trimestre d'une augmentation qui était bien nécessaire, ce qui aidera à faire face à l'augmentation prévue du nombre de visiteurs britanniques.



# **Perspectives quant aux voyages en provenance de France, T1 2007**

## **Aperçu économique**

La croissance du PIB réel français devrait atteindre 2 % cette année et encore 2 % en 2007. Elle serait encore plus forte, ne serait-ce de la réticence de nombreuses entreprises à effectuer de nouveaux investissements. Cette réticence limite l'embauche, de sorte que le taux de chômage restera probablement à 9 % ou plus au cours de 2007. Il ne fait aucun doute que les troubles politiques qu'a récemment connus la France, en même temps que des scandales politiques et la perception d'une absence de direction de la part du gouvernement, limitent les dépenses d'investissement. Le facteur qui assurera une croissance économique d'environ 2 % l'an prochain est la forte progression des exportations qui stimule la production industrielle.

## **Attentes quant au marché**

**L'augmentation des voyages est limitée par la hausse des prix :** Le plus récent rapport du bureau de la CCT en France indique que, dans ce marché, les prix pétroliers majorés ont fait grimper le coût des voyages en avion d'environ 9,5 % par rapport à l'année passée et celui des voyages d'agrément en moyenne de 4,9 %, selon l'Institut national de la consommation. Cette augmentation des prix a limité la progression des dépenses en matière de voyages, mais ne les a pas fait baisser. Il faut noter que la hausse des prix des voyages ne semble pas avoir nui à la demande de produits de voyage de luxe.

Le rapport de la CCT sur ce marché indique aussi que les voyagistes français recourent de plus en plus à Internet pour faire connaître leurs produits. La plupart des voyagistes ont déjà publié leurs brochures d'hiver sur leurs sites Web. Cependant, une récente étude de Google indique que les voyageurs français préfèrent les agences de voyages en ligne aux sites Web des fournisseurs – du moins en ce qui concerne les voyages en avion. Sur 600 internautes qui avaient acheté des vols en ligne, 39 % l'avaient fait par l'entremise d'une agence de voyages en ligne, contre 33 % qui l'avaient fait directement sur le site Web du transporteur aérien.

**TUI signale un démarrage positif des réservations anticipées pour l'hiver :** TUI, le plus grand groupe d'agences de voyages en Europe, a indiqué dans son dernier rapport trimestriel qu'en France, ses réservations anticipées pour l'hiver ont connu un très bon départ malgré la faiblesse persistante du marché en général. À la fin d'octobre, les réservations enregistrées en France étaient en hausse de 14,7 %, et les ventes, de 5,3 % par rapport au même moment l'an dernier.

Il s'agit d'un revirement après le déclin qu'avait connu TUI en France au troisième trimestre de 2006. Selon TUI, le marché français a souffert d'une faible demande à l'été en partie à

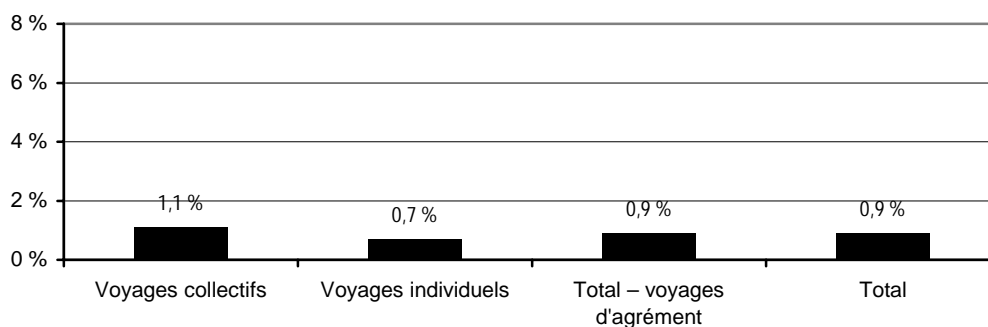
cause de la tenue de la Coupe du monde. Les réservations de TUI dans ce marché étaient en baisse de 5 % au troisième trimestre de 2006 par rapport au même trimestre de 2005.

**Les voyageurs ont des attentes variables :** Les voyageurs français interrogés par la CCT ont exprimé des attentes variables quant aux ventes de vacances au Canada au premier trimestre de 2007. Cependant, peu d'entre eux prévoyaient une baisse des ventes par rapport au même trimestre de 2006. Pour la plupart des répondants, la capacité aérienne directe ne semble pas poser de problème, mais certains ont indiqué que le taux de change nuisait aux ventes pour le premier trimestre.

Les répondants ont indiqué que les forfaits de vacances d'hiver pour voyageurs seuls et pour groupes se vendaient bien. Le Québec est de loin la destination canadienne la plus recherchée durant cette période, mais des efforts de promotion sont en cours pour les produits des régions de l'Alberta-Colombie-Britannique, de l'Ontario et du Canada atlantique.

## Analyse des perspectives du marché

**Perspectives à court terme – T1 2007**  
**Voyages par personne d'une nuit ou plus au Canada en provenance de France**  
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : *Analyse des perspectives du marché – T1 2007*, Institut canadien de recherche sur le tourisme.  
Les voyages d'affaires ont été omis afin de préserver la confidentialité des réponses.

Selon les perspectives du marché français indiquées par les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* pour le premier trimestre de 2007, les visites augmenteront légèrement (0,9 %) par rapport à l'année précédente. Les voyages d'agrément collectifs augmenteraient de 1,1 % et les voyages individuels, de 0,7 %. En conséquence, les répondants prévoient une progression inférieure à 1 % du total des voyages d'agrément en provenance de France au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt.



## Capacité aérienne entre la France et le Canada

On prévoit que la capacité des vols directs entre la France et le Canada augmentera de 13,7 % au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. Cette hausse pourrait favoriser une augmentation supplémentaire des visites des Français au Canada pendant l'hiver.

### Sièges disponibles sur les vols directs en partance de France à destination du Canada (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Canada (total)	142 653	162 227	13,7 %
Alberta-Colombie-Britannique	0	0	s.o.
Ontario-Québec	142 653	162 227	13,7 %

Source : OAG Worldwide.

## Capacité aérienne entre la France et les destinations concurrentes

La comparaison des services aériens entre la France et les destinations qui sont en concurrence avec le Canada sur le marché français constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique la croissance du service aérien vers des destinations long-courriers concurrentes en vue de la prochaine saison de voyages.

### Sièges disponibles sur les vols en partance de France vers d'autres destinations internationales (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Vers les États-Unis	885 909	920 451	3,9 %
Vers le Brésil	137 961	148 838	7,9 %
Vers la Chine	143 331	161 202	12,5 %
Vers le Nigéria/le Ghana/le Sénégal	83 432	85 920	3,0 %

Source : OAG Worldwide.

On prévoit que le nombre de sièges disponibles sur les vols directs entre la France et d'autres destinations touristiques faisant concurrence pour attirer les voyageurs long-courriers français augmentera au premier trimestre de 2007. Les plus fortes augmentations par rapport à un an plus tôt sont prévues pour les vols vers la Chine (12,5 %) et le Brésil (7,9 %). Les États-Unis et l'Afrique subsaharienne (Nigéria, Ghana et Sénégal) bénéficieraient d'une légère augmentation au cours de la période.

## Indice de compétitivité des prix

Les principaux concurrents du Canada face aux voyageurs long-courriers français sont les États-Unis, la Chine, l’Afrique subsaharienne (en particulier Nigéria, Ghana et Sénégal) et le Brésil. Pour le marché français, l’analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d’un séjour type de sept nuitées, en euros.

On prévoit qu’au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt, l’indice de compétitivité des prix du Canada s’améliorera ou demeurera stable face à tous les marchés concurrents sauf la Chine. Les augmentations les plus notables sont prévues face à l’Afrique subsaharienne et au Brésil. L’indice devrait demeurer au même niveau par rapport aux États-Unis.

Selon notre analyse de la compétitivité des prix, le coût d’un séjour de sept nuitées au Canada pour les voyageurs français, y compris billets d’avion, hôtel, repas et autres frais, diminuera de presque 1 % par rapport à un an plus tôt. Le coût d’un voyage semblable dans des destinations concurrentes (États-Unis, Chine, Afrique subsaharienne et Brésil) devrait également baisser en moyenne de presque 1 %.

Parmi les destinations canadiennes, l’indice révèle que la région Manitoba-Saskatchewan est la mieux placée quant à la compétitivité des prix pour les voyageurs français.

Indice de compétitivité des prix – voyageurs français se rendant au Canada (séjour de sept nuitées, en euros)							
Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres frais	Total	Indice (Canada=100)	Indice du T1 2006
Canada	515 €	837 €	448 €	419 €	2 220 €	100,0	100,0
Atlantique	517 €	734 €	415 €	419 €	2 086 €	93,9	99,5
Ontario-Québec	444 €	917 €	447 €	419 €	2 226 €	100,3	99,4
Manitoba-Saskatchewan	514 €	695 €	404 €	419 €	2 031 €	91,5	89,9
Alberta-Colombie- Britannique	635 €	786 €	482 €	414 €	2 317 €	104,4	104,6
États-Unis	426 €	797 €	277 €	555 €	2 055 €	92,6	92,6
Chine	519 €	886 €	526 €	114 €	2 046 €	92,2	98,0
Afrique subsaharienne (Nigéria, Ghana, Sénégal)	671 €	905 €	433 €	140 €	2 149 €	96,8	93,9
Brésil	733 €	795 €	339 €	83 €	1 951 €	87,9	86,1

Sources : le Conference Board du Canada, U.S. General Services Administration, Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d’achat), Expedia, SideStep.

## **Synthèse des perspectives concernant le premier trimestre de 2007**

Selon le milieu français de l'industrie du voyage, la conjoncture du marché français s'améliore après avoir connu une saison estivale faible. Les perspectives de l'économie française se sont améliorées, ce qui contribue vraisemblablement à un plus grand optimisme général pour le marché français des voyages au cours de l'hiver. Au premier trimestre de 2007, la compétitivité des prix du Canada pour les voyageurs français long-courriers a progressé légèrement en raison d'une combinaison de facteurs dont des tarifs aériens plus compétitifs entre la France et le Canada, une modeste appréciation de l'euro et le coût plus élevé des voyages vers des destinations touristiques concurrentes. En outre, la capacité des vols directs entre la France et le Canada devrait augmenter sensiblement à l'hiver par rapport à un an plus tôt.

Cependant, les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* demeurent prudents dans leurs attentes quant à l'augmentation des voyages au Canada en provenance de France au premier trimestre de 2007. Le nombre total de visites progresserait de moins de 1 % durant la période par rapport à un an plus tôt. Les voyages d'agrément collectifs augmenteraient de 1,1 % et les voyages individuels demeureraient presque au même niveau (0,7 %) qu'au premier trimestre de 2006.



# **Perspectives quant aux voyages en provenance d'Allemagne, T1 2007**

## **Aperçu économique**

On prévoit qu'en 2007, la croissance de l'économie allemande baissera à 1,1 % alors que les dépenses des consommateurs demeureront essentiellement au même niveau. L'Allemagne augmentera sa taxe sur la valeur ajoutée de 3 points de pourcentage en janvier, afin d'augmenter les recettes fiscales et de ramener son déficit budgétaire vers un niveau plus conforme aux lignes directrices de l'Union européenne. En conséquence, de nombreux Allemands se sont lancés dans une course aux dépenses au deuxième semestre de 2006, ce qui a fait grimper la consommation intérieure. Cette accélération des dépenses est le facteur principal de la croissance réduite de la consommation prévue en 2007. Cependant, la disparition des emplois créés par la tenue de la Coupe du monde contribuera aussi au ralentissement des dépenses des consommateurs l'an prochain. En outre, la croissance des exportations allemandes devrait faiblir en 2007 en raison du ralentissement attendu de l'économie mondiale.

## **Attentes quant au marché**

### **Les perspectives quant aux voyages d'agrément des Allemands demeurent prometteuses :**

La demande de voyages s'est rétablie en Allemagne après la Coupe du monde de juin et juillet, selon le plus récent rapport sur le marché du bureau de la CCT en Allemagne. Les perspectives quant aux voyages à l'étranger au cours de l'hiver sont dans l'ensemble prometteuses, et la liste de destinations long-courriers continue de s'allonger. Le rapport indique aussi que les voyageurs à la recherche de luxe et les voyageurs plus âgés sont deux marchés émergents pour les voyagistes allemands. Certains voyagistes ont récemment signalé une augmentation supérieure à 10 % des ventes de forfaits haut de gamme. En comparaison, les segments de milieu de gamme et de bas de gamme connaissent une progression moins rapide.

**Les réservations de TUI pour l'hiver sont supérieures à l'an dernier :** Le voyagiste TUI a récemment indiqué que ses réservations pour l'été avaient augmenté de 4,4 % même s'il a trouvé le marché allemand difficile et hautement concurrentiel pendant ce trimestre. En ce qui concerne l'hiver 2006-2007, TUI affirme qu'à la fin d'octobre par rapport au même moment un an plus tôt, ses réservations étaient en hausse de 9,2 %, et ses ventes, de 4,3 %.

**Une hausse de la taxe sur la valeur ajoutée pourrait nuire aux dépenses de voyage :** La hausse de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) prévue en Allemagne le 1<sup>er</sup> janvier 2007, de 16 % à 19 %, pourrait faire baisser les dépenses de voyage l'an prochain. C'est ce qu'indique une récente enquête réalisée par ITB Berlin et l'entreprise de recherche marketing GFK, précisant encore que les consommateurs allemands augmenteraient leurs dépenses de voyage de 5 % dans les derniers mois de 2006 afin d'acheter leurs voyages avant l'entrée en

vigueur de la taxe majorée. En conséquence, la progression des dépenses de voyage baisserait à 2 % en 2007. ITB croit que l'augmentation de la TVA réduira le budget de nombreux voyageurs, leur laissant moins d'argent à consacrer à leurs voyages.

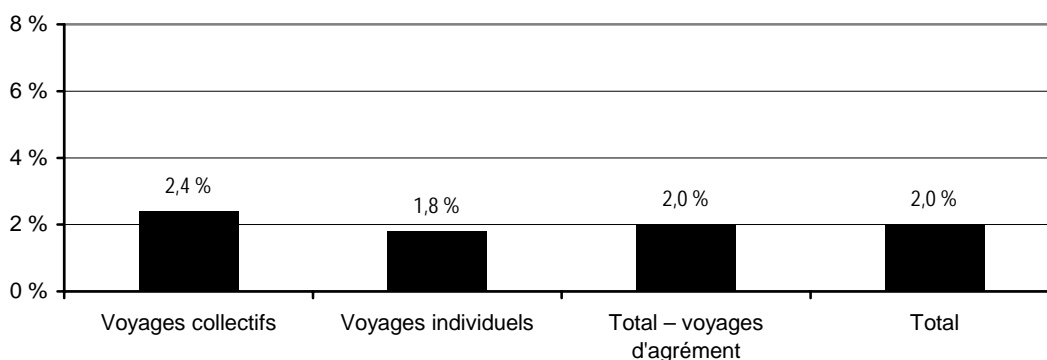
**Les voyagistes prévoient vendre davantage de voyages au Canada :** Presque tous les voyagistes allemands interrogés par la CCT prévoient une augmentation de leurs ventes de produits du Canada au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt – jusqu'à 20 % de plus dans certains cas. Heureusement, la capacité des vols directs ne semble pas poser de problème au premier trimestre selon les répondants à l'enquête. Cependant, il semble que les taux de change nuisent aux ventes de certains voyagistes.

Les répondants indiquent que les tendances des ventes évoluent vers les forfaits souples et personnalisés. Pour le Canada, les voyages indépendants pour personnes seules et pour couples sont ce qui se vend le mieux à l'hiver.

La région Alberta-Colombie-Britannique continue d'être la plus prisée, devançant l'Ontario, le Yukon, la Nouvelle-Écosse et le Québec. Des efforts de promotion sont toutefois en cours en Allemagne pour le Yukon, le Manitoba, la Saskatchewan et le Québec.

## Analyse des perspectives du marché

**Perspectives à court terme – T1 2007**  
**Voyages par personne d'une nuit ou plus au Canada en provenance d'Allemagne**  
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : *Analyse des perspectives du marché – T1 2007*, Institut canadien de recherche sur le tourisme.  
Les voyages d'affaires ont été omis afin de préserver la confidentialité des réponses.

Selon les participants à l'*Analyse des perspectives du marché*, les voyages en provenance d'Allemagne augmenteront dans l'ensemble de 2 % au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. Les répondants prévoient que les voyages d'agrément collectifs continueront de progresser plus rapidement que les voyages individuels durant la période (2,4 % contre 1,8 %). Au total, les voyages d'agrément augmenteraient de 2 %.

En ce qui concerne les différentes régions du Canada, les répondants prévoient qu'au premier trimestre de 2007 par rapport à l'année précédente, les voyages des Allemands augmenteront de 1,1 % en Ontario-Québec et de 3 % en Alberta-Colombie-Britannique.

## Capacité aérienne entre l'Allemagne et le Canada

Selon les plus récentes données d'OAG, la capacité des vols directs en partance d'Allemagne baissera légèrement (-0,5 %) au premier trimestre de 2007 par rapport à la même période de 2006. La capacité aérienne directe pourrait ainsi limiter le potentiel de croissance des visites des Allemands pendant l'hiver.

### Sièges disponibles sur les vols directs en partance d'Allemagne à destination du Canada (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Canada (total)	147 404	146 719	-0,5 %
Alberta-Colombie-Britannique	45 588	48 571	6,5 %
Ontario-Québec	101 816	98 148	-3,6 %
Canada atlantique	0	0	s.o.

Source : OAG Worldwide.

## Capacité aérienne entre l'Allemagne et les destinations concurrentes

La comparaison des services aériens entre l'Allemagne et les destinations qui sont en concurrence avec le Canada sur le marché allemand constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique la croissance ou le déclin du service aérien vers des destinations long-courriers concurrentes en vue de la prochaine saison de voyages.

### Sièges disponibles sur les vols en partance d'Allemagne vers d'autres destinations internationales (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Vers les États-Unis	1 189 854	1 264 534	6,3 %
Vers l'Afrique du Sud	128 774	131 623	2,2 %
Vers le Brésil	118 235	87 274	-26,2 %
Vers le Mexique	55 616	52 508	-5,6 %
Vers la Chine	191 427	239 177	24,9 %

Source : OAG Worldwide.

Les perspectives sont mitigées quant à la capacité aérienne directe entre l'Allemagne et d'autres destinations concurrentes au premier trimestre de 2007. On prévoit qu'elle baissera considérablement sur les routes vers le Brésil (-26,2 %), et légèrement sur les routes vers le Mexique (-5,6 %). En revanche, la Chine bénéficiera d'une hausse de 24,9 % de l'accès aérien durant le trimestre. La capacité des vols directs vers les États-Unis et l'Afrique du Sud devrait progresser légèrement durant la période.

## **Indice de compétitivité des prix**

Pour les voyageurs allemands qui pourraient se rendre au Canada, les principales destinations concurrentes sont les États-Unis, la Chine, l'Afrique du Sud et l'Amérique latine (en particulier le Brésil et le Mexique). Pour le marché allemand, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de sept nuitées, en euros.

Au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt, l'indice de compétitivité des prix du Canada devrait baisser relativement à celui de tous les marchés concurrents. Les baisses les plus importantes sont en comparaison de la Chine et de l'Afrique du Sud. Par rapport aux États-Unis, l'indice de compétitivité des prix du Canada baisserait de 2,2 points.

Selon notre analyse de la compétitivité des prix, le coût d'un séjour de sept nuitées au Canada, y compris billets d'avion, hôtel, repas et autres frais, augmentera de presque 2 % pour les voyageurs allemands au premier trimestre. Le coût d'un voyage comparable dans une destination concurrente (États-Unis, Chine, Afrique du Sud, Brésil et Mexique) au même trimestre baisserait en moyenne de presque 1 % par rapport à un an plus tôt.

Parmi les destinations canadiennes, l'indice révèle que le Canada atlantique est la région la mieux placée quant à la compétitivité des prix pour les voyageurs allemands.



**Indice de compétitivité des prix – voyageurs allemands se rendant au Canada  
(séjour de sept nuitées, en euros)**

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres frais	Total	Indice (Canada=100)	Indice du T1 2006
Canada	514 €	837 €	448 €	419 €	2 218 €	100,0	100,0
Atlantique	576 €	734 €	415 €	419 €	2 144 €	96,7	97,7
Ontario-Québec	439 €	917 €	447 €	419 €	2 221 €	100,1	99,6
Manitoba-Saskatchewan	630 €	695 €	404 €	419 €	2 148 €	96,8	95,9
Alberta-Colombie-Britannique	578 €	786 €	482 €	414 €	2 260 €	101,9	102,9
États-Unis	391 €	797 €	277 €	555 €	2 019 €	91,0	93,2
Chine	514 €	886 €	526 €	114 €	2 041 €	92,0	100,5
Afrique du Sud	725 €	705 €	310 €	92 €	1 832 €	82,6	90,6
Amérique latine (Brésil et Mexique)	775 €	800 €	353 €	250 €	2 179 €	98,2	100,5

Sources : le Conference Board du Canada, U.S. General Services Administration, Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat), Expedia, SideStep.

## **Synthèse des perspectives concernant le premier trimestre de 2007**

Les perspectives quant à la demande de voyages à l'étranger semblent légèrement plus positives en Allemagne pour la saison des voyages d'hiver, après un été où la demande n'a guère progressé. Les ventes anticipées de vacances d'hiver ont progressé, mais cet élan peut être attribué, en grande partie, à l'augmentation imminente de la TVA allemande. Selon des recherches, de nombreux voyageurs s'efforcent délibérément d'acheter leurs voyages avant le 1<sup>er</sup> janvier 2007, date à laquelle l'augmentation de 3 points de pourcentage entrera en vigueur. On prévoit que la hausse de la TVA nuira aux dépenses de voyage de divers segments du marché allemand l'an prochain.

Les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* prévoient que, dans l'ensemble, les voyages en provenance d'Allemagne augmenteront de 2 % au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. L'augmentation des voyages d'agrément collectifs continuerait de surpasser celle des voyages individuels pendant cette période (2,4 % contre 1,8 %). Les voyagistes allemands interrogés par la CCT prévoient aussi une augmentation de leurs ventes de voyages au Canada au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. Cependant, la capacité des vols directs entre l'Allemagne et le Canada va diminuer, ce qui pourrait poser un problème. En outre, la compétitivité des prix du Canada pour les voyageurs long-courriers allemands devrait régresser quelque peu cet hiver, ce qui représente un autre risque pour les perspectives du marché allemand.



# **Perspectives quant aux voyages en provenance du Japon, T1 2007**

## **Aperçu économique**

On prévoit que la croissance économique ralentira quelque peu au Japon en 2007. Elle devrait toutefois encore dépasser les 2 % pour une quatrième année consécutive. On estime qu'elle a atteint 2,9 % en 2006. Une partie du ralentissement a trait à l'investissement dans le secteur exportateur japonais. Les dépenses d'investissement des entreprises ont été vigoureuses et les exportations japonaises ont bénéficié de la vente de biens d'équipement à la Chine. Les commandes d'outillage, un excellent indice des dépenses d'investissement, se sont toutefois stabilisées ces derniers mois – signe que la reprise suscitée par les investissements a probablement plafonné et que la croissance ralentira en 2007. Du reste, une croissance moindre des exportations en raison du fléchissement de l'économie mondiale ainsi que des perspectives peu reluisantes quant aux dépenses des consommateurs contribueront aussi au ralentissement général de la croissance économique en 2007.

## **Attentes quant au marché**

**Les forfaits traditionnels perdent de leur attrait :** Selon un groupe d'experts asiatiques du tourisme réunis à une récente conférence de la Pacific Asia Travel Association (PATA), les voyageurs japonais perdent leur intérêt envers les produits de voyage traditionnels. Le groupe a affirmé que les Japonais sont plus soucieux de leurs besoins individuels que des attentes sociétales. Ainsi, les consommateurs japonais recherchent des produits sur mesure offrant des expériences personnelles qui sont « originales et simples ». Les expériences relatives au patrimoine et à la culture gagnent de la faveur.

**Les motivations des voyageurs évoluent :** Une récente étude du marché japonais des voyages réalisée par la CCT et GlobeScan a révélé que la sécurité et la protection sont devenues des facteurs clés dans les décisions des Japonais quant à leurs voyages. Au Japon, la tendance aux voyages à l'étranger a faibli depuis quelques années, surtout en raison du climat géopolitique actuel.

Les voyageurs japonais s'intéressent davantage aux expériences en milieu urbain et en plein air qui comprennent beaux paysages, bonne chère, culture, amusement et divertissements. La logistique des voyages, y compris la disponibilité de vols et de forfaits tout compris, est devenue moins importante dans le choix d'une destination. Les Japonais sont moins sensibles au prix qu'il y a cinq ans, mais ils restent soucieux du rapport qualité-prix global.

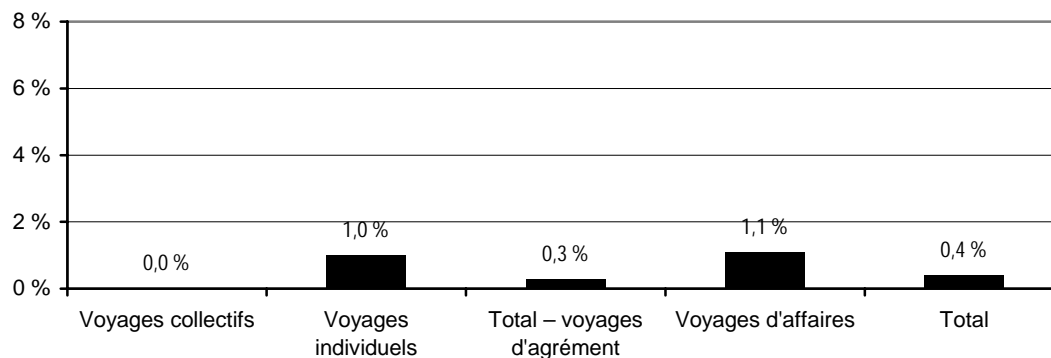
L'étude a aussi déterminé que les deux grands facteurs incitant les Japonais à se rendre au Canada sont les expériences culturelles et le plein air – les deux aspects des destinations canadiennes susceptibles d'exercer la plus grande influence sur le marché japonais des voyages long-courriers à long terme. Bien que le Canada soit déjà connu des voyageurs

japonais pour ses grands espaces, les divertissements et les possibilités de magasinage sont deux éléments supplémentaires essentiels en vue de positionner le Canada comme un tout complet pour le marché japonais des voyages long-courriers.

**Le marché des voyages en ligne se développe rapidement :** Au Japon, les agences de voyages en ligne bonifient sans cesse leur offre et les consommateurs achètent toujours plus de voyages en ligne, selon le quotidien *Yomiuri*. Bon nombre des sites Web de voyages donnent la possibilité de réserver des voyages outre-mer à des prix considérablement inférieurs à ceux proposés pour les mêmes voyages par un agent de voyages. Des possibilités de personnalisation sont souvent offertes, et de nombreux sites Web proposent des forfaits dynamiques pour les voyages outre-mer; ceux-ci deviennent de plus en plus prisés. Le journal signale aussi que les sites Web de voyages interactifs où les particuliers peuvent afficher leurs expériences de voyage acquièrent rapidement un grand auditoire.

## Analyse des perspectives du marché

Perspectives à court terme – T1 2007  
Voyages par personne d'une nuit ou plus au Canada en provenance du Japon  
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : *Analyse des perspectives du marché – T1 2007*, Institut canadien de recherche sur le tourisme.

Selon les participants à l'*Analyse des perspectives du marché*, les perspectives quant aux voyages au Canada en provenance du Japon au premier trimestre de 2007 laissent entrevoir une faible augmentation (0,4 %) par rapport au même trimestre de 2006. Le segment des voyages individuels progresserait de 1 %, tandis que les voyages collectifs demeurerait au même niveau que l'an dernier. Au total, les voyages d'agrément des Japonais augmenteraient ainsi à peine (0,3 %). Quant aux voyages d'affaires en provenance du Japon, ils progresseraient de 1,1 % pendant la période.

En ce qui concerne les différentes régions du Canada, les répondants prévoient une très faible augmentation (0,2 %) des visites des Japonais en Ontario-Québec au premier trimestre. En Alberta-Colombie-Britannique, ils prévoient une hausse de 1,4 % par rapport à l'année précédente.

## Capacité aérienne entre le Japon et le Canada

Au premier trimestre de 2007, on prévoit que la capacité aérienne directe entre le Japon et le Canada demeurera pratiquement au même niveau qu'au premier trimestre de 2006. En conséquence, le nombre de sièges disponibles continuera probablement de constituer un défi à relever pour le marché japonais des voyages durant cette période.

### Sièges disponibles sur les vols directs en partance du Japon à destination du Canada (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Canada (total)	99 614	99 900	0,3 %
Alberta-Colombie-Britannique	74 160	74 160	0,0 %
Ontario-Québec	25 454	25 740	1,1 %

Source : OAG Worldwide.

## Capacité aérienne entre le Japon et les destinations concurrentes

La comparaison des services aériens entre le Japon et les destinations qui sont en concurrence avec le Canada sur le marché japonais constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique le déclin du service aérien vers des destinations long-courriers concurrentes en vue de la prochaine saison de voyages.

### Sièges disponibles sur les vols en partance du Japon vers d'autres destinations internationales (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Vers les États-Unis	1 586 934	1 501 539	-5,4 %
Vers la France	195 248	190 745	-2,3 %
Vers l'Allemagne	174 850	159 780	-8,6 %
Vers l'Italie	81 720	81 720	0,0 %
Vers l'Australie	283 578	259 048	-8,7 %

Source : OAG Worldwide.

Pour les principales destinations touristiques faisant concurrence au Canada pour attirer les voyageurs japonais, la capacité aérienne directe à partir du Japon devrait soit demeurer stable, soit baisser au premier trimestre de 2007. Les plus grandes réductions sont prévues pour les vols vers l'Allemagne (-8,6 %), l'Australie (-8,7 %) et les États-Unis (-5,4 %).

## Indice de compétitivité des prix

Pour les voyageurs japonais qui pourraient se rendre au Canada, les principales destinations concurrentes sont les États-Unis, la France, l'Allemagne, l'Italie et l'Australie. Pour ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de 10 nuitées, en yen japonais.

Par rapport à un an plus tôt, l'indice de compétitivité des prix du Canada devrait baisser relativement à celui de tous les marchés concurrents au premier trimestre de 2007. Les plus fortes baisses sont prévues par rapport à l'Australie, la France et l'Allemagne. En comparaison des États-Unis, l'indice de compétitivité des prix du Canada reculerait de 2,7 points.

Selon notre analyse de la compétitivité des prix, le coût d'un séjour de 10 nuitées au Canada, y compris billets d'avion, hôtel, repas et autres frais, augmentera de 11 % par rapport à un an plus tôt pour les voyageurs japonais. On prévoit que le coût d'un voyage semblable dans des destinations concurrentes (États-Unis, France, Allemagne, Italie ou Australie) au cours du premier trimestre de 2007 augmentera en moyenne de 5 % par rapport à un an plus tôt.

Parmi les destinations canadiennes, la région Manitoba-Saskatchewan est la mieux placée quant à la compétitivité des prix pour les voyageurs japonais.

**Indice de compétitivité des prix – voyageurs japonais se rendant au Canada  
(séjour de 10 nuitées, en yen japonais)**

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres frais	Total	Indice (Canada=100)	Indice du T1 2006
Canada	110 596 ¥	179 490 ¥	96 114 ¥	89 745 ¥	475 944 ¥	100,0	100,0
Atlantique	134 333 ¥	157 355 ¥	89 007 ¥	89 745 ¥	470 441 ¥	98,8	101,7
Ontario-Québec	119 882 ¥	196 448 ¥	95 799 ¥	89 745 ¥	501 874 ¥	105,4	106,2
Manitoba-Saskatchewan	123 864 ¥	148 924 ¥	86 576 ¥	89 745 ¥	449 109 ¥	94,4	93,9
Alberta-Colombie-Britannique	101 322 ¥	168 473 ¥	103 214 ¥	88 809 ¥	461 819 ¥	97,0	95,9
États-Unis	95 098 ¥	170 822 ¥	59 368 ¥	118 883 ¥	444 171 ¥	93,3	96,0
France	91 869 ¥	237 451 ¥	119 658 ¥	83 673 ¥	532 651 ¥	111,9	118,8
Allemagne	91 751 ¥	246 500 ¥	126 314 ¥	77 918 ¥	542 484 ¥	114,0	120,3
Italie	89 634 ¥	293 031 ¥	134 422 ¥	80 151 ¥	597 238 ¥	125,5	128,6
Australie	108 314 ¥	165 182 ¥	104 813 ¥	71 499 ¥	449 807 ¥	94,5	103,9

Sources : le Conference Board du Canada, U.S. General Services Administration, Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat), Expedia, SideStep.

## **Synthèse des perspectives concernant le premier trimestre de 2007**

Les perspectives du Canada sur le marché japonais des voyages laissent entrevoir une croissance faible ou nulle au cours de l'hiver. Les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* prévoient que les visites des Japonais au Canada demeureront pratiquement au même niveau qu'au trimestre correspondant de l'année précédente, augmentant d'à peine 0,4 %. Les voyages individuels continueraient de progresser à un taux légèrement supérieur (1 %), tandis que les voyages collectifs resteraient au même niveau. En conséquence, les voyages d'agrément augmenteraient dans l'ensemble de 0,3 % à l'hiver. Les perspectives sont légèrement plus prometteuses pour les voyages d'affaires, une croissance de 1,1 % étant prévue au premier trimestre de 2007.

Malheureusement, on prévoit que la compétitivité des prix du Canada pour les voyageurs long-courriers japonais diminuera encore cet hiver, surtout en raison de l'importante appréciation du dollar canadien par rapport au yen. En outre, la capacité aérienne directe entre le Japon et le Canada demeure restreinte, ce qui maintient une pression haussière sur le coût des voyages en avion entre les deux pays. Cependant, de nouvelles recherches indiquent que depuis quelques années, les voyageurs japonais sont devenus moins sensibles au prix. Ils continuent toutefois de se soucier du rapport qualité-prix en choisissant une destination de vacances. Ce changement dans les facteurs de motivation pourrait aider à atténuer le désavantage du Canada par rapport à d'autres destinations touristiques long-courriers au plan des prix.





# **Perspectives quant aux voyages en provenance de Corée du Sud, T1 2007**

## **Aperçu économique**

Le ralentissement de l'activité mondiale se ressentira dans l'économie sud-coréenne fortement axée sur l'exportation, surtout vu l'appréciation du won depuis un an. On prévoit donc que la croissance du PIB réel baissera du taux estimé de 5,1 % de 2006 à 4,5 % en 2007. Même si ce taux reste sain, les perspectives suscitent des préoccupations. En particulier, les dépenses des consommateurs continueraient de languir. La confiance des consommateurs a augmenté à un niveau record au début de l'année, avant de chuter en août à son niveau le plus bas depuis 19 mois. Les prix élevés de l'énergie, la crainte de l'inflation et les taux d'intérêt plus élevés ont tous contribué à la baisse de la confiance des consommateurs. Les essais nucléaires effectués par la Corée du Nord devraient aussi miner les dépenses de consommation et les dépenses d'investissement l'an prochain.

## **Attentes quant au marché**

### **Les perspectives quant aux voyages des Sud-Coréens à l'étranger demeurent**

**prometteuses :** Le bureau de la CCT en Corée a indiqué que l'industrie coréenne des voyages reste très optimiste dans ses prévisions pour les voyages des Coréens à l'étranger au cours de l'hiver. L'optimisme se fonde surtout sur l'essor de la demande de voyages individuels et de voyages en famille, qui devrait se poursuivre pendant l'hiver sous réserve « d'éléments externes inattendus ». En Corée, l'hiver est une saison prisée pour les voyages en famille.

Un nombre croissant d'agences de voyages coréennes offrent des voyages d'agrément spécialisés dans les activités de plein air comme le golf, le trekking ou les randonnées. L'industrie coréenne des voyages augmente aussi les efforts qu'elle consacre au segment croissant des aînés, qui représente déjà plus du quart de la population coréenne.

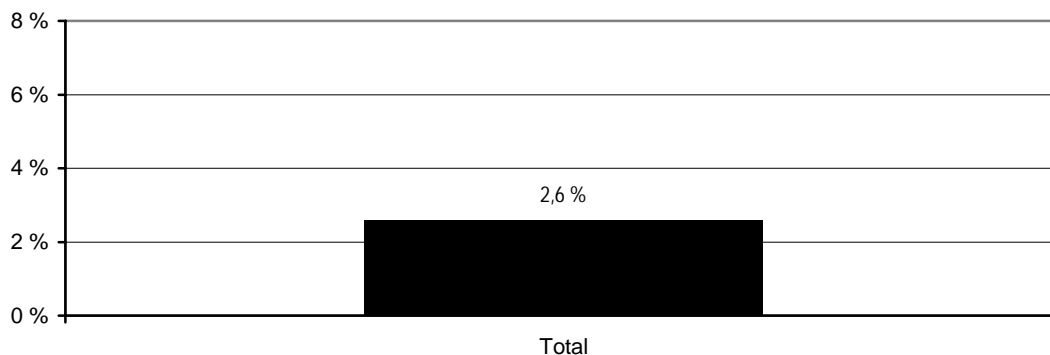
**Les dépenses outre-mer montent en flèche :** Les dépenses des Coréens outre-mer continuent de grimper, atteignant des sommets dans les secteurs des voyages d'agrément, des services médicaux et de l'éducation outre-mer. Au premier semestre de 2006, les dépenses outre-mer ont augmenté de 17,4 % par rapport à un an plus tôt, et les voyages outre-mer, de 12 %, selon la Banque de Corée. L'appréciation du won et l'adoption de la semaine de travail de cinq jours sont citées comme les deux principaux facteurs de cette croissance. La Banque de Corée prévoit que la solide croissance des dépenses outre-mer se poursuivra le reste de cette année.

**Les voyageurs s'attendent à un essor des voyages au Canada :** Les voyageurs coréens interrogés par la CCT prévoient que leurs ventes de produits canadiens augmenteront d'environ 15 % au premier trimestre de 2007 par rapport au même trimestre un an plus tôt. La capacité aérienne directe continue de poser des problèmes durant les périodes de pointe; au premier trimestre, c'est le cas lors du congé du Nouvel An au début de janvier.

Les forfaits de vacances pour groupes et pour couples se vendent bien pour l'hiver, mais les répondants au sondage ont aussi enregistré une forte croissance des produits relevant des voyages individuels. Les provinces les plus prisées dans ce trimestre sont la Colombie-Britannique, puis l'Alberta et l'Ontario. Les forfaits de golf, les circuits haut de gamme dans les Rocheuses canadiennes, les forfaits de trekking et les voyages de noces figurent parmi les produits de l'Alberta et de la Colombie-Britannique qui font l'objet d'une promotion sur le marché coréen. Des efforts sont aussi consacrés à des destinations au Yukon.

## Analyse des perspectives du marché

**Perspectives à court terme – T1 2007**  
**Voyages par personne d'une nuit ou plus au Canada en provenance de Corée du Sud**  
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : *Analyse des perspectives du marché – T1 2007, Institut canadien de recherche sur le tourisme.*  
*Les voyages collectifs, les voyages individuels, le total des voyages d'agrément et les voyages d'affaires ont été omis afin de préserver la confidentialité des réponses.*

Les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* prévoient que les visites des Sud-Coréens au Canada connaîtront une modeste croissance au premier trimestre de 2007. Par rapport à l'année précédente, elles augmenteraient de 2,6 %.

Au premier trimestre, on prévoit que les visites des Coréens augmenteront de 2,7 % en Alberta-Colombie-Britannique par rapport à l'année précédente, et de 2,5 % en Ontario-Québec.

## Capacité aérienne entre la Corée du Sud et le Canada

Selon OAG, la capacité des vols directs entre la Corée du Sud et le Canada n'augmentera que légèrement (0,9 %) au premier trimestre de 2007 par rapport à l'année précédente. Il se pourrait que ce soit insuffisant face à l'augmentation des visites des Coréens prévue durant cette période.

### Sièges disponibles sur les vols directs en partance de Corée du Sud à destination du Canada (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Canada (total)	54 831	55 317	0,9 %
Alberta-Colombie-Britannique	43 695	44 565	2,0 %
Ontario-Québec	11 136	10 752	-3,4 %

Source : OAG Worldwide.

## Capacité aérienne entre la Corée du Sud et les destinations concurrentes

La comparaison des services aériens entre la Corée du Sud et les destinations qui sont en concurrence avec le Canada sur le marché sud-coréen constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique la croissance ou le déclin du service aérien vers des destinations long-courriers concurrentes en vue de la prochaine saison de voyages.

### Sièges disponibles sur les vols en partance de Corée du Sud vers d'autres destinations internationales (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Vers les États-Unis	403 812	450 099	11,5 %
Vers l'Australie	69 692	87 736	25,9 %
Vers l'Allemagne	77 831	77 634	-0,3 %
Vers le Royaume-Uni	37 848	50 370	33,1 %
Vers la France	44 844	54 420	21,4 %

Source : OAG Worldwide.

À l'exception de l'Allemagne, la capacité aérienne directe vers toutes les principales destinations touristiques se faisant concurrence sur le marché coréen des voyages augmentera de plus de 10 % au premier trimestre de 2007 par rapport à l'année précédente. La plus forte hausse est prévue sur les routes vers le Royaume-Uni, l'Australie et la France.

## Indice de compétitivité des prix

Les principaux concurrents du Canada face aux voyageurs long-courriers coréens sont les États-Unis, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et l'Australie. Pour le marché coréen, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de 10 nuitées, en won.

Au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt, on prévoit que l'indice de compétitivité des prix du Canada baissera relativement à tous les marchés concurrents sauf l'Allemagne. Les reculs les plus importants sont prévus par rapport au Royaume-Uni et à l'Australie.

Selon notre analyse de la compétitivité des prix, le coût d'un séjour de 10 nuitées au Canada, y compris billets d'avion, hôtel, repas et autres frais, baissera de plus de 4 % pour les voyageurs sud-coréens par rapport à l'an dernier. Cependant, le coût d'un voyage semblable dans des destinations concurrentes (États-Unis, Royaume-Uni, France, Allemagne ou Australie) baissera en moyenne de 8 % sur la même période.

En ce qui concerne les différentes destinations au Canada, la région Alberta-Colombie-Britannique est la mieux placée quant à la compétitivité des prix pour les voyageurs coréens.

**Indice de compétitivité des prix – voyageurs coréens se rendant au Canada  
(séjour de 10 nuitées, en won coréens)**

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres frais	Total	Indice (Canada=100)	Indice du T1 2006
Canada	1 316 260	1 432 211	766 926	716 105	4 231 501	100,0	100,0
Atlantique	1 700 761	1 255 590	710 221	716 105	4 382 677	103,6	103,2
Ontario-Québec	1 212 818	1 567 526	764 411	716 105	4 260 861	100,7	106,0
Manitoba-Saskatchewan	1 655 708	1 188 318	690 817	716 105	4 250 948	100,5	103,6
Alberta-Colombie-Britannique	1 316 273	1 344 306	823 582	708 641	4 192 801	99,1	95,1
États-Unis	1 284 582	1 363 049	473 716	948 607	4 069 955	96,2	96,4
France	1 648 199	1 894 702	946 189	667 657	5 156 747	121,9	124,5
Allemagne	1 738 306	1 966 910	1 007 906	621 735	5 334 857	126,1	124,9
Royaume-Uni	888 864	2 333 367	1 000 869	848 313	5 071 412	119,8	136,3
Australie	1 628 113	1 318 045	836 336	570 511	4 353 005	102,9	107,6

Sources : le Conference Board du Canada, U.S. General Services Administration, Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat), Expedia, SideStep.

## **Synthèse des perspectives concernant le premier trimestre de 2007**

Les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* prévoient que, dans l'ensemble, les voyages en provenance de Corée du Sud augmenteront légèrement à l'hiver : de 2,6 % par rapport à l'année précédente. Les voyageurs coréens ont récemment indiqué prévoir une forte croissance des ventes de forfaits de voyages au Canada au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt, et ce, surtout dans le segment des voyages individuels. L'hiver est du reste une période prisée pour les vacances en famille, et on prévoit une forte activité pendant le congé du Nouvel An au début de janvier.

La capacité aérienne directe reste un problème pour les périodes de forte demande; elle pourrait donc limiter le potentiel de croissance des visites des Coréens au Canada. Le fait que la compétitivité des prix du Canada pour le marché coréen continue de régresser malgré l'appréciation du won constitue un risque de plus. Bien que le coût des voyages des Coréens au Canada au premier trimestre ait baissé depuis l'hiver dernier, le coût des voyages vers d'autres destinations touristiques a baissé encore davantage.



# **Perspectives quant aux voyages en provenance de Chine, T1 2007**

## **Aperçu économique**

Le gouvernement chinois est confronté à un dilemme en matière de politiques, alors qu'il cherche à contenir une économie qui continue de progresser de 10 % par année. L'inefficacité générale de la politique monétaire dans ce pays ainsi que le pouvoir croissant des gouvernements locaux ont fait en sorte que le gouvernement central peut difficilement maîtriser l'essor économique. En août, les craintes de surchauffe ont amené la banque centrale à augmenter de 0,5 % les réserves obligatoires des banques. Cependant, des hausses supplémentaires des taux d'intérêt pourraient s'avérer nécessaires pour ralentir la croissance économique. L'afflux de capital étranger qui en résulterait exercerait une pression haussière sur le yuan, ce qui ralentirait les exportations. La vigueur soutenue de l'économie chinoise aide l'économie mondiale à court terme, mais une croissance plus viable est souhaitable à moyen terme pour éviter les écueils sur lesquels l'économie du Japon s'est échouée au début des années 1990.

## **Attentes quant au marché**

**Les négociations sur le SDA sont au point mort :** Selon le plus récent rapport sur le marché du bureau de la CCT en Chine, les négociations avec le gouvernement chinois sur l'acquisition par le Canada du statut de destination approuvée (SDA) sont au point mort. Il n'y a plus eu de discussions entre le Canada et l'Administration nationale du tourisme de Chine (ANTC) depuis décembre 2005, de sorte que la mise en œuvre intégrale de l'accord entre le Canada et la Chine au sujet du SDA ne se produira sans doute pas cette année. L'ANTC a affirmé avoir comme priorités d'augmenter les échanges touristiques avec Taïwan et d'établir une forme d'accord sur le SDA avec les États-Unis. L'absence de SDA limite la capacité du Canada à augmenter sa percée sur le marché chinois des voyages d'agrément, mais le rapport de la CCT indique que les segments des voyages d'affaires et de motivation ainsi que celui des voyages d'études continuent de connaître une forte croissance.

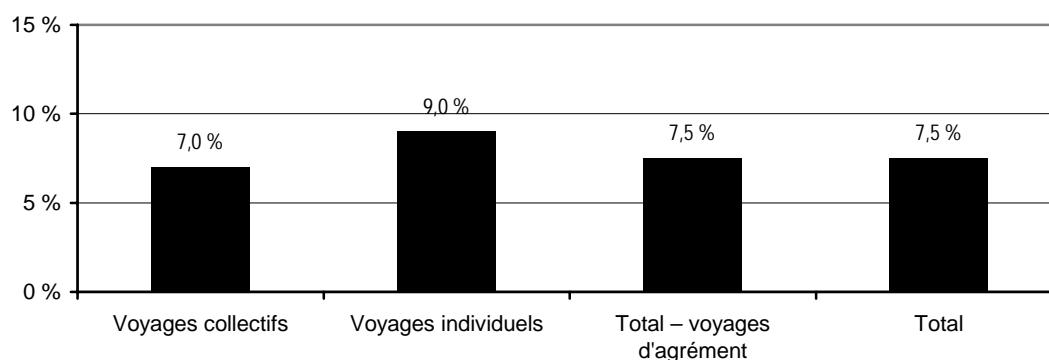
**Les voyages d'affaires sont en hausse :** Selon les résultats de l'enquête China Business Travel Survey d'American Express dévoilés récemment, la Chine est le quatrième plus grand marché de voyages d'affaires au monde, derrière les États-Unis, le Japon et l'Allemagne. En 2005, les entreprises chinoises ont dépensé 7,4 milliards de dollars américains uniquement en billets d'avion. En outre, 28 % des entreprises interrogées affirmaient que les dépenses de voyage augmenteraient en 2006; une grande part de ces dépenses (87 %) est toutefois affectée aux voyages intérieurs. En ce qui concerne la prochaine année, environ le tiers des répondants ont dit que leurs dépenses de voyage continueront d'augmenter.

**Le marché chinois des voyages en avion poursuit son essor :** L'Administration générale de l'aviation civile de Chine (CAAC) a récemment prédit que les voyages en avion augmenteraient en moyenne de 14,5 % par année en Chine entre 2006 et 2010, selon une dépêche de Xinhuanet. D'ici 2010, on estime que les transporteurs aériens chinois desserviront 270 millions de passagers par année.

La CAAC a affirmé que l'industrie chinoise des transports aériens absorbera 100 nouveaux avions par année sur les cinq prochaines années et aura besoin de 10 000 pilotes supplémentaires pour combler les besoins du marché en plein essor. En conséquence, la Chine souffre d'une grande pénurie de pilotes formés et a lancé une campagne de recrutement outre-mer.

## Analyse des perspectives du marché

**Perspectives à court terme – T1 2007**  
**Voyages par personne d'une nuit ou plus au Canada en provenance de Chine**  
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : *Analyse des perspectives du marché – T1 2007*, Institut canadien de recherche sur le tourisme.  
Les voyages d'affaires ont été omis afin de préserver la confidentialité des réponses.

Selon les participants à l'Analyse des perspectives du marché, les voyages d'agrément en provenance de Chine augmenteront dans l'ensemble de 7,5 % au premier trimestre de 2007 par rapport à l'année précédente. Les répondants prévoient que les voyages d'agrément individuels progresseront de 9 % durant cette période, et les voyages d'agrément collectifs, de 7 %.

Ils prévoient également que les visites des Chinois augmenteront de 6,5 % dans la région Ontario-Québec au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt, et de 8,1 % dans la région Alberta-Colombie-Britannique.



## Capacité aérienne entre la Chine et le Canada

Le nombre de sièges sur des vols directs entre la Chine et le Canada devrait augmenter de 1,6 % au premier trimestre de 2007 par rapport à l'année précédente. En conséquence, la capacité aérienne directe entre la Chine et le Canada pourrait limiter la croissance attendue des visites des Chinois durant cette période.

### Sièges disponibles sur les vols directs en partance de Chine à destination du Canada (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Canada (total)	83 759	85 062	1,6 %
Alberta-Colombie-Britannique	70 317	73 908	5,1 %
Ontario-Québec	13 442	11 154	-17,0 %

Source : OAG Worldwide.

## Capacité aérienne entre la Chine et les destinations concurrentes

La comparaison des services aériens entre la Chine et les destinations qui sont en concurrence avec le Canada sur le marché chinois constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique la croissance ou le déclin du service aérien vers des destinations long-courriers concurrentes en vue de la prochaine saison de voyages.

### Sièges disponibles sur les vols en partance de Chine vers d'autres destinations internationales (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Vers les États-Unis	252 140	303 854	20,5 %
Vers l'Australie	112 646	98 572	-12,5 %
Vers l'Allemagne	190 691	238 882	25,3 %
Vers la France	142 840	151 241	5,9 %
Vers le Royaume-Uni	94 425	103 801	9,9 %

Source : OAG Worldwide.

La capacité aérienne directe vers la plupart des destinations touristiques concurrentes devrait augmenter au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt. L'Australie est la seule exception; on prévoit que le nombre de sièges sur les routes vers cette destination baissera de 12,5 % par rapport à l'année précédente.

## Indice de compétitivité des prix

Les principaux concurrents du Canada face aux voyageurs long-courriers chinois sont les États-Unis, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et l'Australie. Pour le marché chinois, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de 10 nuitées, en yuans chinois.

Au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt, on prévoit que l'indice de compétitivité des prix du Canada augmentera relativement à tous les marchés concurrents sauf l'Australie. Les plus fortes augmentations sont prévues relativement au Royaume-Uni, aux États-Unis et à l'Allemagne.

Selon notre analyse de la compétitivité des prix, le coût d'un séjour de 10 nuitées au Canada, y compris billets d'avion, hôtel, repas et autres frais, baissera de 3 % pour les voyageurs chinois par rapport à l'an dernier. Sur la même période, le coût d'un voyage semblable dans des destinations concurrentes (États-Unis, Royaume-Uni, France, Allemagne ou Australie) augmentera en moyenne de 2 %.

En ce qui concerne les différentes destinations au Canada, la région Manitoba-Saskatchewan est la mieux placée quant à la compétitivité des prix pour les voyageurs chinois.

**Indice de compétitivité des prix – voyageurs chinois se rendant au Canada  
(séjour de 10 nuitées, en yuans chinois)**

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres frais	Total	Indice (Canada=100)	Indice du T1 2006
Canada	8 600	12 014	6 433	6 007	33 054	100,0	100,0
Atlantique	10 983	10 532	5 958	6 007	33 480	101,3	101,2
Ontario-Québec	9 070	13 149	6 412	6 007	34 638	104,8	104,4
Manitoba-Saskatchewan	9 495	9 968	5 795	6 007	31 265	94,6	97,3
Alberta-Colombie-Britannique	8 003	11 277	6 909	5 944	32 132	97,2	96,9
États-Unis	9 145	11 434	3 974	7 957	32 510	98,4	93,1
France	7 283	15 893	8 009	5 601	36 786	111,3	106,4
Allemagne	7 125	16 499	8 455	5 215	37 295	112,8	107,1
Royaume-Uni	7 377	19 573	8 396	7 116	42 462	128,5	112,5
Australie	9 234	11 056	7 015	4 786	32 091	97,1	102,8

Sources : le Conference Board du Canada, U.S. General Services Administration, Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat), Expedia, SideStep.

## **Synthèse des perspectives concernant le premier trimestre de 2007**

En Chine, la croissance débridée de la demande de voyages justifie l'optimisme quant aux voyages des Chinois au Canada au premier trimestre de 2007. Les participants à l'*Analyse des perspectives du marché* prévoient qu'ils augmenteront de 7,5 % par rapport au premier trimestre de 2006. Les voyages d'agrément individuels progresseraient de 9 % durant cette période, et les voyages d'agrément collectifs, de 7 %.

Le bureau de la CCT en Chine a récemment indiqué que la mise en œuvre du statut de destination approuvée du Canada reste au point mort et ne sera probablement pas menée à bien cette année. Cette situation limite la capacité du Canada d'augmenter sa percée sur le marché chinois des voyages d'agrément, mais les visites au Canada continuent d'afficher une forte croissance dans tous les segments du marché. Par ailleurs, la compétitivité des prix du Canada pour les touristes chinois devrait s'améliorer au premier trimestre relativement à la plupart des principales destinations concurrentes. En somme, les tendances vigoureuses de l'économie et des voyages permettent de croire que les voyages au Canada en provenance de Chine connaîtront une solide croissance cet hiver.



# **Perspectives quant aux voyages en provenance d'Australie, T1 2007**

## **Aperçu économique**

Les perspectives économiques de l'Australie sont de nouveau positives. Après l'accalmie et la croissance de 2,8 % en 2006, la croissance du PIB réel devrait de nouveau franchir la barre des 3 % en 2007, atteignant 3,3 %. Les exportations ne devraient pas souffrir du ralentissement de l'économie mondiale puisqu'elles concernent en grande partie des matières premières destinées à la Chine. Par ailleurs, les exportations profiteront des investissements dans l'outillage, l'équipement et l'infrastructure qui ont été effectués au cours de la dernière année. Au plan intérieur, on prévoit que les consommateurs recommenceront aussi à dépenser. Le marché immobilier reste vigoureux dans certaines régions du pays, alors qu'il s'est stabilisé dans d'autres régions et pourrait se préparer à une nouvelle vague de gains solides. Comme les prix pétroliers sont en baisse, la confiance des consommateurs pourrait se rétablir et entraîner une forte augmentation des dépenses des ménages l'an prochain.

## **Attentes quant au marché**

**La demande de voyages au Canada est forte dans certains segments :** Selon le plus récent rapport trimestriel du bureau de la CCT en Australie, les spécialistes du Canada dans l'industrie des voyages signalent une forte demande pour les voyages en petits groupes et les voyages individuels au Canada. Les délais des réservations deviennent de plus en plus courts, et les voyageurs deviennent plus soucieux du rapport qualité-prix que du prix à lui seul. Les Australiens préfèrent également réserver davantage de composantes de leur voyage avant le départ.

Le rapport de la CCT indique aussi que la confiance des consommateurs australiens est vulnérable pour le moment en raison de l'effet négatif de la hausse des taux d'intérêt sur le marché australien de l'immobilier.

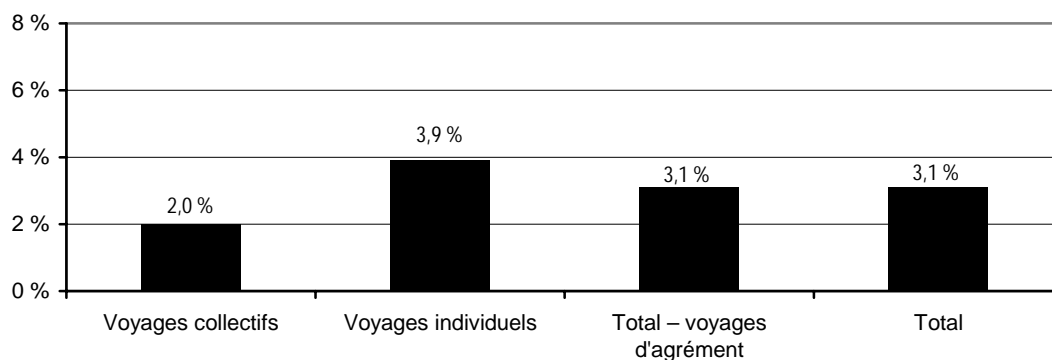
**Les voyages intérieurs sont en baisse :** Même si les voyages à l'étranger continuent de bénéficier d'une tendance haussière, la demande de voyages intérieurs en Australie faiblit, selon Tourism Australia. Le coût majoré des hypothèques accapare une plus grande proportion des finances des ménages, et les consommateurs consacrent une plus grande part de leur revenu disponible à des biens comme des chaînes audiovisuelles domestiques et à des rénovations. Le gouvernement fédéral prépare une étude de 200 000 \$A pour déterminer pourquoi les Australiens dépensent davantage pour des biens de consommation que pour des vacances au pays.

**Les voyageurs ont des attentes variables quant aux ventes de voyages au Canada :** Les voyageurs australiens interrogés par la CCT ont fait état d'attentes variables quant aux ventes de produits de voyage canadiens pour le premier trimestre de 2007. Certains prévoient une croissance de 30 à 35 % des ventes par rapport à l'année précédente et d'autres, une diminution. Plusieurs répondants ont indiqué qu'une capacité aérienne insuffisante et un taux de change moins favorable nuisent aux réservations pour l'hiver.

Les répondants signalent également que les forfaits de vacances pour personnes seules et pour couples se vendent très bien pour le premier trimestre. La région Alberta-Colombie-Britannique est la destination la plus prisée pour l'hiver, parce que les voyages de cette période sont surtout axés sur le ski. On note aussi un petit nombre de réservations pour la région Ontario-Québec et le Yukon.

## **Analyse des perspectives du marché**

**Perspectives à court terme – T1 2007**  
**Voyages par personne d'une nuit ou plus au Canada en provenance d'Australie**  
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



*Source : Analyse des perspectives du marché – T1 2007, Institut canadien de recherche sur le tourisme.  
Les voyages d'affaires ont été omis afin de préserver la confidentialité des réponses.*

Selon les résultats de l'Analyse des perspectives du marché, les voyages d'agrément en provenance d'Australie augmenteront dans l'ensemble de 3,1 % au premier trimestre par rapport au même trimestre de 2006. Les voyages d'agrément collectifs devraient progresser de 2 %, et les voyages individuels, de 3,9 %.

Certains répondants indiquent que le marché australien des voyages de ski devrait produire de très bons résultats cet hiver.

## Capacité aérienne entre l'Australie et le Canada

Selon les plus récentes données d'OAG (d'octobre 2006), la capacité des vols avec une escale entre l'Australie et le Canada baissera de 12,4 % au premier trimestre de 2007 par rapport à l'année précédente. Cette réduction de l'accès aérien pourrait limiter l'augmentation des visites des Australiens au Canada durant l'hiver.

### Sièges disponibles sur les vols en partance d'Australie à destination du Canada (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles (vols sans escale et vols avec une escale)	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Canada (total)	27 984	24 525	-12,4 %
Alberta-Colombie-Britannique	27 984	24 525	-12,4 %

Source : OAG Worldwide.

## Capacité aérienne entre l'Australie et les destinations concurrentes

La comparaison des services aériens entre l'Australie et les destinations qui sont en concurrence avec le Canada sur le marché australien constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique la croissance ou le déclin du service aérien vers des destinations long-courriers concurrentes en vue de la prochaine saison de voyages.

### Sièges disponibles sur les vols en partance d'Australie vers d'autres destinations internationales (T1 – janvier à mars)

Sièges disponibles sur les vols sans escale	2006 (direct)	2007 est. (direct)	Variation entre 2006 et 2007
Vers les États-Unis	286 390	292 538	2,1 %
Vers le Royaume-Uni (inclut les vols avec une escale)	277 650	214 200	-22,9 %
Vers la Chine	112 551	99 696	-11,4 %
Vers Hong Kong	318 305	305 783	-3,9 %
Vers le Japon	283 846	259 219	-8,7 %
Vers l'Italie	0	0	s.o.
Vers l'Inde	10 914	11 286	3,4 %

Source : OAG Worldwide.

Les perspectives sont mitigées quant à la capacité aérienne entre l'Australie et les destinations concurrentes au premier trimestre de 2007. En ce qui concerne les États-Unis et l'Inde, elle augmenterait légèrement. Dans les autres cas, elle baisserait.

## Indice de compétitivité des prix

Les principales destinations concurrentes face aux voyageurs long-courriers australiens sont les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Italie, le Japon, la Chine, Hong Kong et l'Inde. Pour le marché australien, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de 10 nuitées, en dollars australiens.

Au premier trimestre de 2007 par rapport à un an plus tôt, on prévoit que l'indice de compétitivité des prix du Canada augmentera relativement à quatre marchés concurrents : l'Inde, Hong Kong, l'Italie et le Royaume-Uni.

Selon notre analyse de la compétitivité des prix, le coût d'un séjour de 10 nuitées au Canada, y compris billets d'avion, hôtel, repas et autres frais, baissera de presque 3 % pour les voyageurs australiens par rapport à l'an dernier. Le coût d'un voyage semblable dans des destinations concurrentes restera à peu près au même niveau qu'à la même période l'an dernier.

En ce qui concerne les différentes destinations au Canada, la région Manitoba-Saskatchewan est la mieux placée quant à la compétitivité des prix pour les voyageurs australiens.

Indice de compétitivité des prix – voyageurs australiens se rendant au Canada (séjour de 10 nuitées, en dollars australiens)							
Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres frais	Total	Indice (Canada=100)	Indice du T1 2006
Canada	2 180 \$	1 975 \$	1 057 \$	987 \$	6 200 \$	100,0	100,0
Atlantique	2 276 \$	1 731 \$	979 \$	987 \$	5 974 \$	96,4	104,0
Ontario-Québec	2 240 \$	2 161 \$	1 054 \$	987 \$	6 443 \$	103,9	104,8
Manitoba-Saskatchewan	2 371 \$	1 639 \$	953 \$	987 \$	5 949 \$	96,0	99,2
Alberta-Colombie-Britannique	2 115 \$	1 854 \$	1 136 \$	977 \$	6 082 \$	98,1	96,3
États-Unis	1 779 \$	1 879 \$	653 \$	1 308 \$	5 620 \$	90,6	94,5
Royaume-Uni	1 763 \$	3 217 \$	1 380 \$	1 170 \$	7 530 \$	121,5	113,2
Japon	1 519 \$	2 051 \$	1 115 \$	1 237 \$	5 922 \$	95,5	100,3
Chine	1 363 \$	2 090 \$	1 240 \$	269 \$	4 963 \$	80,0	89,0
Hong Kong	1 145 \$	3 405 \$	1 333 \$	991 \$	6 874 \$	110,9	102,1
Italie	2 037 \$	3 224 \$	1 479 \$	882 \$	7 622 \$	122,9	113,4
Inde	1 575 \$	2 845 \$	962 \$	258 \$	5 640 \$	91,0	80,9

Sources : le Conference Board du Canada, U.S. General Services Administration, Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat), Expedia, SideStep.



## **Synthèse des perspectives concernant le premier trimestre de 2007**

Les perspectives du marché australien des voyages sont mitigées pour cet hiver. Du côté positif, la demande de voyages à l'étranger semble se maintenir et, selon les indications de l'industrie australienne des voyages, la demande de produits de voyage canadiens est forte dans certains segments. Par ailleurs, le prix des voyages au Canada à partir de l'Australie a baissé depuis l'hiver dernier, ce qui confère au Canada un avantage en termes de compétitivité des prix pour les voyageurs long-courriers australiens. Pourtant, il y a également certains risques pesant sur les perspectives des voyages du premier trimestre : la confiance des consommateurs australiens a été vulnérable face aux taux d'intérêt en hausse cette année, ce qui contribue déjà à des tendances baissières dans les voyages intérieurs. En outre, on prévoit que la capacité des vols avec une escale à destination du Canada baissera au premier trimestre, ce qui pourrait entraver le potentiel de croissance de ce marché pour l'hiver.

Malgré tout, les participants à l'Analyse des perspectives du marché prévoient une modeste augmentation des voyages en provenance d'Australie au premier trimestre de 2007 par rapport à l'année précédente. Les voyages des Australiens au Canada devraient progresser de 3,1 % dans l'ensemble, de 2 % dans le cas des voyages d'agrément collectifs et de 3,9 % dans le cas des voyages individuels. Certains répondants ont indiqué prévoir une forte augmentation des voyages de ski des Australiens au Canada cette année.



# **Annexe 1 : Construction de l'indice de compétitivité des prix**

## **Aperçu**

Le prix des produits canadiens par rapport au prix des produits des principales destinations concurrentes sur la scène internationale est un aspect important de la compétitivité mondiale du Canada en tant que destination touristique. Élément permanent de l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*, l'indice de compétitivité des prix est une référence utile pour suivre l'évolution des prix des produits dans les principaux marchés et surveiller continuellement la compétitivité relative du Canada.

Tandis que le premier numéro de l'*Analyse des perspectives du marché à court terme* comportant l'indice présentait certains points de repère en matière de prix, l'accent est mis maintenant sur l'évolution de la compétitivité des prix du Canada. L'indice de compétitivité des prix est calculé en tenant compte des dépenses prévues des voyageurs aux chapitres des billets d'avion, de l'hôtel, des repas et des autres frais pendant leur voyage au Canada, et en les comparant aux dépenses de même type pendant des voyages dans des destinations concurrentes.

Du point de vue des voyageurs éventuels des principaux marchés internationaux du Canada, l'indice de compétitivité des prix donnera une indication de l'évolution, absolue et relative, de la compétitivité des prix du Canada par rapport à ses principaux concurrents. Outre la compétitivité des prix dans l'ensemble du pays, l'indice permettra de déterminer la position relative de quatre régions distinctes au Canada : le Canada atlantique, l'Ontario-Québec, le Manitoba-Saskatchewan et l'Alberta-Colombie-Britannique.

Comme il est mentionné dans l'introduction, l'indice de compétitivité des prix et sa présentation pourront encore faire l'objet d'améliorations au fil des numéros de l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*.

## **Méthode**

Alors que la théorie sous-tendant le calcul de l'indice de compétitivité des prix est simple à première vue, le calcul réel (et l'interprétation) d'un tel indice repose sur les hypothèses et les paramètres retenus pour sa construction. Bien que les premiers classements produits en fonction de l'indice de compétitivité des prix puissent être intéressants (et probablement bien subjectifs), l'objectif ultime consiste à surveiller continuellement l'évolution du Canada du point de vue de la compétitivité des prix par rapport à diverses destinations.

Les sections qui suivent précisent certaines des principales hypothèses et des sources de données utilisées dans la construction de l'indice de compétitivité des prix.

## Durée moyenne du séjour

Les données utilisées pour déterminer la durée moyenne du séjour des voyageurs de l'étranger se rendant au Canada ont été établies en fonction de la géographie. On a supposé que les voyageurs court-courriers (en provenance des États-Unis) séjournent en moyenne quatre nuitées au Canada, que les voyageurs en provenance d'Europe et du Mexique restent sept nuitées et que les voyageurs long-courriers d'Asie-Pacifique, dix nuitées. Dans l'ensemble, la durée moyenne du séjour se rapproche de la moyenne indiquée par les plus récentes données annuelles sur les arrivées internationales, c'est-à-dire celles de l'Enquête sur les voyages internationaux 2005 de Statistique Canada. Pour déterminer le classement des destinations concurrentes, on a appliqué la même durée de séjour moyenne.

**Tableau A1 : Estimation de la durée du séjour**

Marché d'origine des touristes étrangers	Nombre moyen de nuitées au Canada (et dans les destinations concurrentes)
États-Unis	4
Mexique	7
Royaume-Uni	7
France	7
Allemagne	7
Japon	10
Corée	10
Chine	10
Australie	10

## Les destinations concurrentes du Canada

La liste des destinations concurrentes du Canada du point de vue des marchés internationaux des voyages visés par l'*Analyse des perspectives du marché à court terme* a été dressée par la CCT. Le tableau ci-dessous indique les destinations concurrentes pour chacun des marchés internationaux des voyages concernés dans l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*.

**Tableau A2 : Destinations concurrentes du Canada**

Marché touristique international	Destinations concurrentes
États-Unis	États-Unis (intérieur)
Mexique	États-Unis, Espagne
Royaume-Uni	États-Unis, Chine, Afrique du Sud, Afrique subsaharienne (Kenya, Nigéria, Ghana), Amérique latine (Brésil, Mexique)
France	États-Unis, Amérique latine (Brésil), Chine, Afrique subsaharienne (Nigéria, Ghana, Sénégal)
Allemagne	États-Unis, Afrique du Sud, Amérique latine (Brésil, Mexique), Chine
Japon	États-Unis, France, Allemagne, Italie, Australie
Corée	États-Unis, Australie, Allemagne, Royaume-Uni, France
Chine	États-Unis, Australie, Allemagne, France, Royaume-Uni
Australie	Royaume-Uni, États-Unis, Chine, Hong Kong, Japon, Italie, Inde

## Éléments de coût de l'indice de compétitivité des prix

L'indice de compétitivité des prix est fondé sur l'estimation des coûts des billets d'avion, des hôtels, des repas et des autres frais pour les touristes potentiels au Canada, en comparaison avec ces mêmes coûts dans les destinations concurrentes. Le tableau suivant renferme les données utilisées pour déterminer les divers éléments de coût.

**Tableau A3 : Éléments de coût de l'indice de compétitivité des prix –  
sources de données et valeurs substitutives**

Éléments de l'indice de compétitivité des prix	Sources de données et valeurs substitutives
Tarifs aériens à destination du Canada et d'autres destinations (à l'exclusion du tarif aérien en provenance des États-Unis à destination du Canada)	Le prix le plus bas obtenu en menant des recherches sur le Web au moyen des moteurs de recherche SideStep et Expedia. La période examinée est celle des voyages effectués entre le 13 et le 20 février 2007, le milieu de la période à l'étude. Diverses destinations précises dans chaque pays ont été examinées; les résultats ont été pondérés en fonction de la répartition estimative des voyages. Toutes les taxes et autres frais sont inclus.
Tarif aérien en provenance des États-Unis à destination du Canada	La valeur substitutive de cet élément de coût est le tarif aérien moyen des voyages transfrontaliers figurant dans le rapport mensuel de l'IATA sur les ventes de produits aériens par les agents de voyages (les tarifs aériens de janvier 2006 ont été utilisés, en appliquant une majoration selon les augmentations des tarifs survenues dans l'année depuis février 2006).
Tarif moyen intérieur aux États-Unis	Le tarif aérien moyen estimatif au T1 2007 a été établi en fonction de la croissance annuelle sur l'année indiquée par l'Association du transport aérien dans son rapport mensuel de juillet 2006 appliqué au tarif aérien moyen du T2 2006 selon l'American Express Business Travel Monitor. Comme cette donnée ne comprend pas les taxes et autres frais, le tarif estimatif a été augmenté dans une proportion de 16,1 % (moyenne de 2004 selon le Ticket Tax Project, préparé par le programme sur l'industrie mondiale du transport aérien de MIT avec la participation du Daniel Webster College).
Tarif hôtelier aux États-Unis	La plus récente allocation quotidienne publiée par le bureau des Provisions du Département d'État des États-Unis. Puisque les taxes et autres frais ne sont pas compris, l'allocation a été augmentée dans une proportion de 12,4 % (taux moyen selon l'American Hotel and Lodging Association).
Tarif hôtelier étranger (y compris le Canada)	Selon le département de la Défense des États-Unis. L'allocation quotidienne maximale aux fins de l'hébergement à l'extérieur des États-Unis est établie par le secrétaire d'État et mise à jour tous les mois. Toutes les taxes sont comprises.
Repas aux États-Unis	Allocation quotidienne publiée tous les mois par le bureau des Provisions du Département d'État des États-Unis. La somme consacrée aux frais divers n'est pas prise en considération.
Repas à l'étranger (y compris le Canada)	Selon le département de la Défense des États-Unis. L'allocation quotidienne maximale aux fins de subsistance est déterminée par le secrétaire d'État et révisée tous les mois. La somme prévue pour les frais divers n'est pas prise en considération.
Autres frais	Cette catégorie regroupe toutes les autres dépenses liées aux voyages et engagées à la destination, outre l'hébergement et les repas. En particulier, elle comprend les transports publics interurbains, les transports privés, les transports locaux, les achats dans les commerces de détail, les loisirs et le divertissement ainsi que d'autres achats. Pour le Canada, le montant correspond à 50 % des dépenses prévues pour l'hébergement au pays. Pour estimer les coûts dans les destinations concurrentes du Canada, le montant a été converti en s'appuyant sur les estimations de la parité des pouvoirs d'achat (PPP) de la destination par rapport à celle du Canada produites par la Banque mondiale (2004).

## **Construction de l'indice de compétitivité des prix**

L'indice de compétitivité des prix procure une évaluation globale du coût total des billets d'avion, de l'hôtel, des repas et des autres frais pour les visiteurs au Canada, par rapport au coût dans les destinations concurrentes. À la rubrique du tarif aérien, le coût est simplement celui d'un billet aller-retour, tandis qu'aux chapitres de l'hôtel, des repas et des autres frais, le coût est calculé en multipliant les dépenses quotidiennes par la durée estimative du séjour. Une fois obtenue la somme de tous les éléments de coût, l'indice est normalisé de sorte que le Canada (à l'échelle pancanadienne) corresponde à 100. Les chiffres représentant la compétitivité des destinations concurrentes ou des diverses régions du Canada en matière de prix sont calculés en divisant le coût estimatif total pour le touriste par le coût calculé pour le Canada (à l'échelle pancanadienne), puis en multipliant le résultat par 100.