

# 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  
Deuxième trimestre de 2007 / Résumé

Préparé pour :  
Commission canadienne du tourisme (CCT)

par :

Le Conference Board du Canada  
Pour y voir clair



Février 2007





## Contexte

L'Analyse des perspectives du marché à court terme présente des scénarios de rendement pour les principaux marchés sources de voyages au Canada. Les perspectives du trimestre en matière de réservations anticipées 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.

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

## Faits saillants

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

**Perspectives à court terme pour les principaux marchés du Canada au 2<sup>e</sup> trimestre de 2007  
(variation en pourcentage par rapport au 2<sup>e</sup> trimestre de 2006)**

Pays	Segment de marché				
	Agrément – voyages de groupe	Agrément – voyages individuels	Agrément – total	Voyages d'affaires	Total général
Canada	5,3 %	2,1 %	2,6 %	3,0 %	2,7 %
États-Unis	-2,0	0 %	-0,5 %	1,6 %	-0,2 %
Mexique	3,5 %	3,6 %	3,6 %	*	3,8 %
Royaume-Uni	2,6 %	2,2 %	2,3 %	3,0 %	2,7 %
France	1,1 %	1,5 %	1,3 %	*	1,4 %
Allemagne	2,4 %	3,5 %	3,1 %	*	3,0 %
Japon	-2,0 %	0,3 %	-1,4 %	0 %	-1,1 %
Corée du Sud	*	*	*	*	4,7 %
Chine	6,7 %	8,3 %	7,2 %	*	7,2 %
Australie	1,5 %	2,4 %	2,1 %	*	2,1 %

\* Nombre de réponses insuffisant pour assurer la confidentialité

## Marchés nord-américains

### Canada

Malgré une légère tendance à la baisse observée au début de l'hiver, les perspectives à court terme du marché des voyages intérieurs se sont améliorées, l'avenir économique du Canada étant plus reluisant. Le revenu personnel disponible devrait connaître une forte croissance une fois de plus cette année. En outre, les consommateurs reprennent graduellement confiance dans les perspectives d'emploi et la situation financière de leur ménage. Des recherches récentes révèlent que les voyageurs montrent déjà de l'enthousiasme pour des projets de vacances au printemps et à l'été, en particulier à des destinations intérieures. Par contre, ils sont moins intéressés à voyager aux États-Unis, vraisemblablement à cause de la nouvelle règle imposée par l'Initiative relative aux voyages dans l'hémisphère occidental (IVHO), qui exige la détention d'un passeport par les passagers aériens entrant ou revenant aux États-Unis. L'été est une période où les familles voyagent généralement avec leurs enfants, et on estime que les trois quarts des enfants canadiens n'ont pas de passeport valide.

Les participants à l'APM prévoient que les voyages internes augmenteront dans l'ensemble de 2,7 % au cours du deuxième trimestre 2007 par rapport au deuxième trimestre 2006. Les voyages de groupe devraient continuer de croître de façon plus marquée (5,3 %) que les autres segments alors que les voyages individuels devraient augmenter de 2,1 %. On s'attend donc à une croissance de 2,6 % de l'ensemble des voyages d'agrément. Les répondants prévoient que les voyages d'affaires intérieurs connaîtront un taux de croissance similaire (3 %).

### États-Unis

La tendance à la baisse des voyages au Canada en provenance des États-Unis devrait se poursuivre à court terme. Le ralentissement de l'économie américaine provoque de l'incertitude chez les consommateurs et peut affaiblir le potentiel de croissance des voyages en provenance des É.-U. cette année. De plus, la confusion entourant l'IVHO et l'élimination proposée du programme de remboursement de la TPS aux visiteurs ne font qu'exacerber les difficultés auxquelles fait déjà face le marché américain des voyages au Canada. Cependant, l'amélioration de la compétitivité du Canada sur le plan des prix pour les voyageurs américains constitue un facteur important contribuant à améliorer la situation. Cette amélioration est en grande partie attribuable à la réduction anticipée des tarifs moyens des vols à destination du Canada au cours du deuxième trimestre ainsi qu'à la hausse attendue des tarifs aériens intérieurs aux États-Unis.

Les participants à l'APM prévoient que le nombre de voyages des Américains au Canada durant le deuxième trimestre de 2007 restera à peu près le même que l'année précédente. Les voyages d'agrément de groupe devraient diminuer de 2 % de plus, alors que le nombre de voyages individuels devrait rester le même que l'année précédente, d'où la diminution de 0,5 % des voyages d'agrément totaux qui est prévue pendant cette période. Les voyages d'affaires aux Canada en provenance des États-Unis représentent le seul segment où une croissance est prévue au cours du deuxième trimestre, les répondants anticipant un gain de 1,6 % par rapport au deuxième trimestre de 2006.

## Mexique

Le Mexique demeure l'un des marchés touristiques canadiens à forte croissance les plus constants. Pour le deuxième trimestre de 2007, les participants à l'APM prévoient que les visites au Canada en provenance du Mexique augmenteront de 3,8 % par rapport au deuxième trimestre de 2006. Les voyages de groupe sont censés augmenter de 3,5 % et les voyages individuels, de 3,6 %. Un léger affaiblissement de la compétitivité du Canada sur le plan des prix pour les voyageurs mexicains est escompté pour le deuxième trimestre, mais il ne devrait pas avoir d'incidence visible sur les arrivées des Mexicains pendant cette période. De fait, les voyageurs mexicains sont emballés par le rendement de leurs produits de voyage canadiens et s'attendent à ce que la tendance positive se poursuive cette année.

## Marchés européens

### Royaume-Uni

Les perspectives offertes par les voyages au Canada en provenance du Royaume-Uni sont encourageantes, en partie à cause du taux de change plus favorable. Les voyageurs du R.-U. ont fait savoir que les réservations pour des destinations canadiennes vont bon train pour le deuxième trimestre, surtout depuis que le taux de change plus favorable permet à certains voyageurs de refiler les épargnes à leurs clients en offrant une petite réduction du prix inscrit dans les brochures. De plus, la compétitivité du Canada sur le plan des prix pour les touristes britanniques s'est renforcée quelque peu et l'on s'attend à ce que les coûts totaux des voyages à destination du Canada soient moindres qu'au deuxième trimestre de 2006. La capacité aérienne en vols directs du R.-U. au Canada devrait augmenter de plus de 12 % pendant le deuxième trimestre, renforçant ainsi le potentiel de croissance des visites en provenance du R.-U. pendant la période.

Les participants à l'APM anticipent une augmentation de 2,7 % des voyages du R.-U. au Canada durant le deuxième trimestre de 2007 par rapport au deuxième trimestre de 2006. Les voyages d'agrément de groupe sont censés croître de 2,6 % et les voyages

individuels, de 2,2 %, ce qui fera augmenter de 2,3 % l'ensemble des voyages d'agrément au Canada pendant cette période. Pour ce qui est des voyages d'affaires en provenance du R.-U., les perspectives sont légèrement plus optimistes pour le deuxième trimestre étant donné qu'on s'attend à une croissance de 3 % pour ce segment.

## France

Bien que la tendance des voyages d'agrément en provenance de la France s'améliore dans l'ensemble, les perspectives pour ce qui est des voyages des Français au Canada ne sont pas aussi optimistes pour le deuxième trimestre de 2007. Les voyageurs français ont rapporté une lente progression des ventes des voyages au Canada ce printemps. La principale raison invoquée pour expliquer cette lenteur est la forte croissance des réservations directes par Internet, qui gruge la part de marché des forfaits de voyage traditionnels et suscite une demande d'expériences de voyage novatrices et plus exotiques. Heureusement, la compétitivité des destinations canadiennes sur le plan des prix pour les voyageurs français s'est améliorée, en partie à cause du taux de change plus favorable. La revalorisation de l'euro a contribué à la diminution du coût des voyages vers d'autres destinations touristiques concurrentes, mais les coûts des voyages au Canada ont diminué encore plus. En outre, la capacité en vols directs entre la France et le Canada est censée augmenter considérablement au printemps.

Les participants à l'APM prévoient une croissance modérée des voyages des Français au Canada au cours du deuxième trimestre de 2007. Pendant cette période, les visites totales devraient augmenter de 1,4 % par rapport au deuxième trimestre de 2006. Les voyages d'agrément de groupe devraient augmenter de 1,1 % et les voyages individuels, de 1,5 %, par rapport au deuxième trimestre de 2006.

## Allemagne

Les perspectives des voyages au Canada en provenance de l'Allemagne pendant le deuxième trimestre de 2007 sont contrastées : d'une part, certains indiquent que la demande de voyages court-courriers est en hausse et que l'augmentation récente de la taxe sur la valeur ajoutée en Allemagne nuira à la demande à courte échéance. La croissance des forfaits de vacances traditionnels est à l'état stagnant alors que la demande de voyages auto-organisés et réservés sur Internet est en hausse. De plus, la compétitivité du Canada sur le plan des prix s'est affaiblie pour les voyageurs allemands, ce qui affecte les réservations de voyages au Canada selon certains voyageurs. D'autre part, pour ce qui est de la demande de voyages par les Allemands, les perspectives générales sont optimistes et l'on s'attend cette année à une forte croissance des réservations chez les fournisseurs allemands de produits touristiques.

Les participants à l'APM prévoient que les voyages totaux des Allemands au Canada augmenteront de 3 % durant le deuxième trimestre de 2007 par rapport au deuxième trimestre de 2006. Les répondants prévoient que les voyages d'agrément de groupe augmentent de 2,4 % et les voyages individuels, de 3,5 % pendant la même période. Par conséquent, les voyages d'agrément devraient augmenter de 3,1 % dans l'ensemble par rapport au deuxième trimestre de 2006.

## Marchés d'Asie-Pacifique

### Japon

Les perspectives du marché des voyages au Canada en provenance du Japon indiquent une légère baisse des arrivées des Japonais à court terme. Les répondants de l'APM prévoient une baisse de 1,1 % des visites des Japonais par rapport au deuxième trimestre de 2006. Les voyages individuels sont censés augmenter légèrement (0,3 %) et les voyages d'agrément de groupe devraient diminuer de 2 %, engendrant ainsi une baisse de 1,4 % de l'ensemble des voyages d'agrément. Pour ce qui est des voyages d'affaires en provenance du Japon, les perspectives ne sont pas meilleures, car le nombre de voyages devrait rester stagnant durant le deuxième trimestre de 2007.

La compétitivité des prix des voyages à destination du Canada continue de s'affaiblir dans le marché japonais et constitue une difficulté importante pour les voyagistes vendant des voyages à forfait au Canada. L'accès aérien est également un problème persistant à cause de la capacité insuffisante en sièges et du coût élevé des tarifs aériens entre les deux pays. De plus, comme les perspectives économiques sont incertaines, il est peu vraisemblable que l'économie japonaise contribuera à donner un coup de fouet à la croissance modérée anticipée des voyages à l'étranger. Tout compte fait, ces facteurs indiquent qu'il y a peu de possibilités de croissance des visites des Japonais au Canada au printemps.

### Corée du Sud

Les participants à l'APM prévoient une forte augmentation (4,7 %) du nombre total de voyages en provenance de la Corée du Sud au deuxième trimestre de 2007 par rapport au deuxième trimestre de 2006. Plus optimistes encore, les voyagistes coréens s'attendent à une croissance vigoureuse de leurs ventes de voyages à forfait au Canada pendant le deuxième trimestre, surtout de leurs ventes aux voyageurs individuels. Le printemps est une période de prédilection pour les voyages au Canada parce que le temps est chaud et que les tarifs aériens sont des tarifs de saison intermédiaire. De plus, la forte tendance à la hausse des voyages à l'étranger en provenance de la Corée du Sud devrait se maintenir dans un avenir assez rapproché.

Malgré la légère diminution prévue de la capacité en vols directs à destination du Canada durant le deuxième trimestre, l'industrie coréenne des voyages considère que ce n'est pas un problème important pour les réservations de voyages au Canada pendant cette période. La compétitivité du Canada sur le plan des prix pour les voyageurs coréens a augmenté considérablement ces derniers temps, ce qui a aidé à aiguïser l'intérêt des Coréens pour les destinations canadiennes au printemps.

## Chine

Mis à part la question de l'obtention du statut de destination approuvée auprès du gouvernement chinois, il y a très peu d'obstacles, à court terme, à la croissance potentielle des voyages au Canada en provenance de la Chine. Bien que le Canada ne soit pas autorisé à faire la promotion de ses produits de voyage d'agrément sur le marché chinois, les visites continuent leur forte ascension dans tous les segments. Selon les participants à l'APM, les visites au Canada en provenance de la Chine devraient augmenter de 7,2 % pendant le deuxième trimestre de 2007 par rapport au deuxième trimestre de 2006. Les voyages d'agrément individuels devraient connaître un gain de 8,3 % au cours de cette période et les voyages d'agrément de groupe, un gain de 6,7 %. Une forte augmentation de la capacité en vols directs à destination du Canada alliée à une amélioration considérable de la compétitivité du Canada sur le plan des prix pour le marché chinois aidera à assurer que les visites des Chinois enregistreront les gains prévus ce printemps.

## Australie

Selon les participants à l'APM, les visites des Australiens au Canada devraient enregistrer une croissance modérée à court terme. Pendant le deuxième trimestre de 2007, les visites dans leur ensemble devraient croître de 2,1 % par rapport au deuxième trimestre de 2006. Les voyages d'agrément de groupe devraient augmenter de 1,5 % et les voyages individuels, de 2,4 %. Selon les rapports de l'industrie australienne du tourisme, les perspectives sont contrastées pour ce qui est des réservations au Canada pendant le deuxième trimestre de 2007. De plus, certains voyageurs continuent de faire remarquer que la capacité aérienne insuffisante et le taux de change moins favorable ont une incidence négative sur les réservations canadiennes. Cependant, le prix moyen des voyages à destination du Canada a chuté considérablement depuis l'an dernier, renforçant ainsi sérieusement la compétitivité du Canada sur le plan des prix pour les voyageurs australiens parcourant de longues distances.

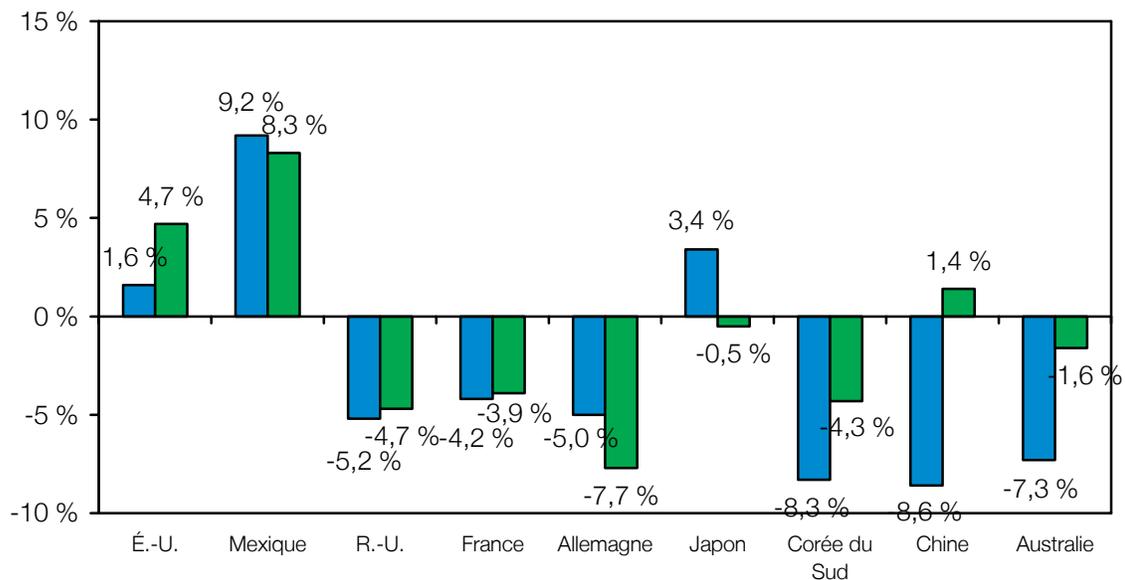
## Indice des prix concurrentiels — Résumé

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 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 sur les marchés clés et de surveiller la compétitivité relative des prix des produits du Canada.

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 deuxième trimestre de 2007. Ce tableau illustre la différence, sur douze mois, des coûts moyens des voyages au Canada depuis chaque marché d'origine (première barre) et des coûts moyens des voyages vers les marchés concurrentiels clés (deuxième barre).

**Changements dans les coûts des voyages au Canada par rapport aux marchés concurrentiels  
(2<sup>e</sup> trimestre de 2007 par rapport au 2<sup>e</sup> trimestre de 2006)**



- Changement dans le coût des voyages au Canada (en devise locale de chaque marché)
- Changement dans le coût des voyages vers d'autres destinations (en devise locale de chaque marché)

Sources : Le Conference Board du Canada; U.S. General Services Administration; Banque mondiale; Expedia; SideStep; FareCompare.

Du point de vue des voyageurs potentiels des principaux marchés internationaux, la compétitivité du Canada sur le plan des prix par rapport à celle d'un grand nombre de destinations concurrentes devrait s'améliorer durant le deuxième trimestre de 2007. Contrairement à la tendance négative dont on a fait état l'an dernier, les premiers signes du renforcement de la compétitivité du Canada sur le plan des prix devraient réjouir l'industrie canadienne du tourisme. De fait, l'analyse des prix concurrentiels la plus récente révèle que les coûts totaux des voyages au Canada diminueront pour de nombreux marchés sur une période de douze mois. 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*.