



Bulletin de renseignements touristiques de la CCT Numéro 1 : octobre 2001

Le Bulletin de renseignements touristiques mensuel représente une des nombreuses initiatives de la Commission canadienne du tourisme (CCT) pour informer l'industrie touristique canadienne sur la situation actuelle du tourisme après les attaques terroristes du 11 septembre. Ce premier numéro porte sur la situation en Amérique du Nord, et les prochains numéros incluront une perspective mondiale globale.

Les craintes des voyageurs sont toujours présentes

Sommaire exécutif

Les sondages récents commandés par la CCT indiquent que la peur de voyager représente actuellement un facteur de dissuasion plus important que les répercussions économiques des événements du 11 septembre.

Réaction du consommateur (voyageur)

- Les mesures récentes prises par le gouvernement et les lignes aériennes pour accroître la sécurité n'ont pas réussi à convaincre de nombreux voyageurs. Ce qui perturbe davantage, c'est le fait que la plupart des voyageurs pour affaires ont déclaré que malgré l'importante augmentation des mesures de sécurité, ils ont quand même l'intention de voyager moins qu'avant le 11 septembre (National Business Roundtable).
- Environ 35 % des entreprises américaines ont modifié leurs politiques concernant les voyages depuis le 11 septembre. 52 % de ces entreprises ont limité les voyages aériens aux voyages essentiels seulement, alors que 42 % ont augmenté le niveau d'autorisation pour voyager. Un pourcentage élevé d'entreprises demandent activement à leurs employés d'emprunter d'autres moyens de communication pour remplacer leurs déplacements - principalement par la conférence vidéo (American Express).
- Des 16 % de voyageurs américains qui ont annulé ou reporté leurs voyages suite aux événements du 11 septembre, 88 % d'entre eux avaient pour destination les États-Unis, 7 % allaient au Canada et 28 %, dans un pays extérieur à l'Amérique du Nord. Quant aux 14 % de voyageurs canadiens qui ont annulé ou reporté leurs voyages en raison des attentats aux États-Unis, près de 50 % devaient voyager vers des destinations américaines et 23 %, vers d'autres destinations internationales. (Ipsos-Reid)
- Un autre sondage récent sur les intentions de voyager indique que 13,4 % des Canadiens qui prévoyaient voyager cet hiver (de novembre 2001 à avril 2002) ont décidé de ne pas voyager en raison des attentats aux États-Unis. Heureusement, on prévoit que seulement 4,7 % des voyages intérieurs pour la saison hiver seront

Dans ce numéro

Sommaire exécutif	1
Aperçu	3
Confiance des consommateurs	4
Réaction des consommateurs (voyageurs)	4
Réaction des voyagistes	5
Répercussions économiques	7
Réaction des gouvernements	8
Possibilités	9
Sommaire	10



Les craintes des voyageurs sont toujours présentes

compromis comparativement à 21,1 % des voyages aux États-Unis et 20,8 % des autres voyages internationaux (Institut canadien de recherche sur le tourisme).

Réaction des voyageurs

- Au Canada, le transport aérien a souffert durablement des conséquences immédiates du 11 septembre. Selon Transports Canada, la circulation transfrontière a été la plus touchée - chutant de 41 % en septembre par rapport à l'année précédente. Au cours des deux premières semaines d'octobre, elle est demeurée à 30 % sous le niveau de la même période l'an dernier. Les voyages intérieurs ont diminué de 17 % en septembre et demeurent encore à 17 % sous le niveau d'octobre l'an dernier. La circulation internationale s'est empirée en octobre, chutant de 15 % sous le niveau de la même période l'an dernier. On prévoit que pour les lignes aériennes, la récupération sera lente en raison de la crainte persistante de voyager et de la lenteur de la reprise des affaires et de la confiance des consommateurs.
- Les principaux marchés urbains du Canada signalent plus de 500 000 annulations de chambres d'hôtel en septembre et 266 000 de plus en octobre. De ces annulations, la plupart (54 %) sont attribuées aux visiteurs américains, 25 % à des voyageurs d'outre mer et 21 % au marché intérieur. Niagara Falls constate le plus grand nombre d'annulations, suivie de Toronto, Montréal et Vancouver. (Pannell Kerr Forester)
- Des prévisions récentes indiquent que les restaurants et bars canadiens devraient se préparer à la pire année depuis dix ans. On prévoit que les recettes seront presque nulles l'an prochain (0,3 % de croissance), en baisse par rapport à une projection de croissance de 3,8 %. Les établissements qui comptent sur les voyageurs d'agrément ou d'affaires ressentent déjà le ralentissement. Les établissements de haute cuisine seront les premiers à ressentir le contrecoup car les gens passent à des restaurants plus ordinaires, mais même le secteur de l'alimentation minute en ressentira finalement l'impact (Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires).
- On estime que jusqu'à 6 000 des 30 000 travailleurs d'agences de voyages au Canada pourraient perdre leur emploi d'ici la fin de cette année. Les voyageurs ont perdu entre 40 à 60 % de leurs affaires en septembre. Bien que la situation se soit améliorée en octobre, le volume est encore en baisse de 20 à 40 %. On prévoit que les voyageurs et les forfaitistes ne pourront pas compter sur l'industrie touristique intérieure pour remplacer les commissions qu'ils perdront à cause de la diminution des voyages d'hiver à l'étranger (Association canadienne des agents de voyages).

Répercussions économiques (de la tragédie du 11 septembre 2001)

- Les sondages nationaux auprès des consommateurs menés au Canada et aux États-Unis après les attentats indiquent que la confiance des consommateurs s'écroule, ce qui n'étonne pas. Les réactions après le 11 septembre reflètent non seulement l'impact des attaques mais aussi une économie qui se détériore.
- Selon Kip Beckman du Conference Board du Canada, une fois que les Américains se remettront du choc initial des attaques terroristes, il est possible que la confiance revienne rapidement dans les mois à venir. Il est également important de se rappeler que le taux d'intérêt préférentiel est à son niveau le plus bas depuis le début des années 1960 et que le gouvernement fédéral américain dépensera des millions de dollars pour les efforts de reconstruction. Toutefois, pour que ce résultat se concrétise, il faut éviter deux choses: d'autres attaques terroristes et une longue guerre terrestre non concluante.
- Les répercussions économiques des événements du 11 septembre 2001 ont été rapides. Bien que la réaction du marché boursier ait été prévue, la portée des mises à pied qui ont suivi dans l'industrie, particulièrement dans le secteur du transport aérien, ne l'était pas. L'ampleur marquée des mises à pied et les réductions de la capacité aérienne annoncées représentent maintenant une contrainte très tangible de l'industrie à moyen terme.
- À la lumière des attentats, les perspectives économiques américaines et canadiennes sont allées de mal en pis. Bien que le glissement économique immédiat suite au 11 septembre se soit maintenant stabilisé, les mises à pied massives, l'augmentation du chômage et le déclin de la confiance des consommateurs ont contribué à la perspective économique peu reluisante pour 2002.
- Sauf l'imprévu des attaques terroristes et d'une guerre terrestre à long terme, on prévoit qu'à mesure que l'élan économique reprendra à la fin de 2002, la croissance économique dépassera 4 % au Canada et aux États-Unis en 2003. Toutefois, si les

Les craintes des voyageurs sont toujours présentes

États-Unis sont engagés dans une guerre terrestre prolongée dont le résultat est incertain, l'économie mondiale suivra probablement les États-Unis dans la récession.

Réaction des gouvernements

- Au début d'octobre, le gouvernement fédéral canadien a annoncé une aide financière de 160 millions de dollars à l'industrie des lignes aériennes comme compensation pour la fermeture temporaire de l'espace aérien après les attaques. La majeure partie de l'aide - environ 100 millions de dollars - est allée à Air Canada, la plus importante ligne aérienne du pays.
- Ottawa a annoncé récemment une garantie de prêt pouvant aller jusqu'à 75 millions de dollars pour Canada 3000. Il a ajouté qu'il peut offrir des garanties de prêts à Air Canada, Air Transat, SkyService et Westjet. Une législation récente a également été introduite pour élever de 15 % la limite de la participation individuelle à Air Canada afin d'obtenir plus d'investissement étranger.
- La Commission canadienne du tourisme a demandé récemment des fonds supplémentaires pour les campagnes de marketing à court terme axées sur le marché intérieur et le marché routier près de la frontière et elle a obtenu 15 millions de dollars pour entreprendre ces campagnes alors que 5 millions de dollars de fonds réorientés de la CCT s'ajouteront. Les États-Unis ont également lancé une nouvelle campagne de 10 millions de dollars visant à stimuler les Américains à voyager davantage dans leur pays, et un nouveau projet de loi a été présenté au Congrès pour offrir des incitations financières aux voyages en Amérique du Nord.

Possibilités

- Un mois après les attentats du 11 septembre, moins de voyageurs d'agrément demeurent inquiets à l'idée de voyager immédiatement après les attaques. Bien qu'on puisse s'attendre à de tels résultats, le sondage indique que les offres promotionnelles peuvent bien réussir à attirer les voyageurs méfiants. On a signalé que 52 % des voyageurs d'agrément méfiants pourraient être influencés par les promotions des lignes aériennes, alors que 44 % indiquent que les promotions des hôtels et des centres de villégiature pourraient ramener leur décision de voyager. Dans une moindre mesure, on a aussi constaté que les incitations exercent un impact sur le changement de la probabilité de modifier les plans des voyages d'affaires (Yesawitch, Pepperdine & Brown)
- Les dernières intentions de voyager indiquent que 7,5 % des Canadiens qui planifient encore de voyager cet hiver ont changé leur destination de celle qu'ils envisageaient à cause des attaques terroristes du 11 septembre. En conséquence, les voyages prévus pour l'étranger transformés en voyages intérieurs aideront à compenser l'impact des Canadiens qui décideront de ne pas voyager du tout cet hiver par crainte (ICRT).

Aperçu

Au cours des premiers jours qui ont suivi les attentats du 11 septembre 2001, nous sommes demeurés confiants que l'industrie touristique canadienne pourrait récupérer rapidement. Malgré certains aspects semblables à la situation de la guerre du Golfe en 1991, il y avait selon nous certaines différences importantes. On nous rappelait constamment que cette fois, notre économie était en bien meilleure santé et qu'une croissance forte s'annoncerait - croissance légèrement retardée maintenant. Les sondages récents menés par la CCT et l'ICRT indiquent que la peur de voyager représente actuellement un facteur de dissuasion plus important à court terme que les répercussions économiques ou l'offre réduite de l'industrie provoquées par les événements du 11 septembre. La mauvaise nouvelle, c'est qu'une reprise rapide - tant de l'économie que de l'industrie touristique du Canada - semble peu probable.

Les répercussions économiques après les événements du 11 septembre 2001 se sont vite fait sentir. Les marchés boursiers ont particularisé les offres touristiques en imposant d'énormes dévaluations des marchés. Compte tenu de l'état de nervosité des secteurs commerciaux, on s'attendait à une réaction exagérée du marché. Toutefois, la portée des mises à pied qui a suivi dans l'industrie, particulièrement dans le secteur aérien suite aux attaques terroristes, a été étonnante. L'ampleur marquée des mises à pied et les réductions de la capacité des lignes aériennes annoncées représentent maintenant une contrainte très tangible pour la croissance de l'industrie à moyen terme.

Les craintes des voyageurs sont toujours présentes

Bien que l'industrie touristique du Canada puisse ne pas avoir à attendre quatre ou cinq ans pour récupérer - comme elle l'a fait en 1991, certes dans des circonstances différentes - la probabilité d'une reprise rapide semble maintenant s'éloigner. Les risques de perte associés à la situation de l'intervention militaire mondiale sont imminents.

Confiance des consommateurs

Les sondages nationaux auprès des consommateurs menés après les attaques indiquent que la confiance des consommateurs s'est écroulée, ce qui n'étonne pas. L'indice de confiance des consommateurs américains du Conference Board a perdu près de 17 points en septembre et la marge est semblable pour le sondage sur la confiance des consommateurs canadiens du Conference Board du Canada. Les réactions après le 11 septembre ont reflété non seulement l'impact des attaques mais aussi une économie qui se détériore. La confiance était déjà ébranlée en août et la diminution en septembre représente de mauvaises nouvelles pour toute l'économie nationale. À mesure que les mises à pied augmentent dans les industries touchées directement par les attaques, les dépenses pour les produits et services diminueront sans doute dans tout le pays. En conséquence, la répercussion s'étendra éventuellement sur toutes les couches de la société nord-américaine - même des secteurs qui ont très peu d'exposition directe aux attaques terroristes, par exemple l'économie rurale.

Selon Kip Beckman, du Conference Board du Canada, le nombre élevé de décès causés par les attaques et le niveau de destruction sans précédent conduiront à une plus longue période de redressement qu'on le prévoyait. Une fois que les Américains se remettront du choc initial des attaques terroristes, il est possible que la confiance revienne rapidement dans les mois à venir. Il est également important de se rappeler que le taux d'intérêt préférentiel est à son niveau le plus bas depuis le début des années 1960 et que le gouvernement fédéral américain dépensera des millions de dollars pour les efforts de reconstruction. Toutefois, pour que ce résultat se concrétise, il faut éviter deux choses: d'autres attaques terroristes et une longue guerre terrestre non concluante.

Réaction des consommateurs (voyageurs)

Un sondage Ipsos-Reid d'octobre, commandé par la CCT, a permis de constater que des 14 % de voyageurs canadiens qui ont annulé ou reporté un voyage à cause des événements du 11 septembre, presque 50 % devaient se rendre aux États-Unis alors que 23 % avaient réservé pour une destination au Canada. Les autres voyages annulés étaient pour d'autres destinations internationales.

Le dernier sondage sur les intentions de voyager, mené par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme (ICRT) un mois après les attaques, soutient les conclusions du sondage Ipsos-Reid en indiquant que 13,4 % des Canadiens qui prévoyaient de voyager cet hiver (de novembre 2001 à avril 2002) ont décidé de ne pas voyager à cause des événements terroristes aux États-Unis. Heureusement, les conclusions de ce sondage indiquent que seulement 4,7 % des voyages d'hiver intérieurs sont menacés d'être annulés suite aux événements du 11 septembre, ce qui contraste avec les conclusions du sondage selon lesquelles 21,1 % des voyages aux États-Unis et 20,8 % des autres voyages internationaux sont à risque au cours de la période de novembre 2001 à avril 2002.

Le sondage sur les intentions de voyager de l'ICRT indique également que 7,5 % des Canadiens qui prévoyaient de voyager cet hiver - et qui, en fait, prévoient toujours de voyager même en considérant les événements du 11 septembre - ont changé leur destination de celle qu'ils envisageaient. Si le Canada est la destination pour une bonne partie de ces voyages modifiés, l'équilibre entre moins de voyageurs canadiens au pays en raison de la peur peut très bien être compensé par d'autres Canadiens choisissant maintenant de voyager au pays à cause de la sécurité perçue comparativement à d'autres destinations internationales.

Dans le sondage Ipsos-Reid auprès des voyageurs américains, des 16 % de voyageurs qui ont annulé ou reporté leur voyage à cause du 11 septembre, 88 % avaient réservé pour des destinations américaines, 7 % pour des destinations canadiennes et 28 % devaient voyager hors de l'Amérique du Nord.

Un sondage mené début d'octobre par la National Business Roundtable auprès de 400 voyageurs pour affaires et 400 voyageurs d'agrément aux États-Unis a permis de constater que les mesures récentes prises par le gouvernement et les lignes aériennes pour accroître la sécurité n'ont pas réussi à convaincre de nombreux voyageurs. 37 % des voyageurs indiquent que la sécurité aérienne est la même ou est moindre comparativement au 11 septembre. Ce qui perturbe davantage, c'est le fait que 64 % des voyageurs pour affaires ont déclaré que malgré l'augmentation importante des mesures de sécurité, ils ont quand même l'intention de voyager moins qu'avant

Les craintes des voyageurs sont toujours présentes

le 11 septembre. Une raison pourrait être que malgré l'attention accrue portée à la sécurité, 79 % pensent encore qu'une autre attaque terroriste est « probable ».

Un sondage d'American Express mené auprès de plus de 100 entreprises clientes au début d'octobre indique que bien que la plupart (65 %) des entreprises n'aient pas suspendu ou limité les voyages d'affaires, 35 % l'ont fait. Parmi les entreprises qui ont apporté des changements à leurs politiques concernant les voyages, 52 % ont limité les voyages aériens aux voyages essentiels seulement, et 42 % de ces entreprises ont augmenté le niveau d'autorisation pour voyager. Élément intéressant, 39 p. 100 des entreprises demandent activement à leurs employés d'emprunter d'autres moyens de communication pour remplacer les déplacements - principalement par une utilisation accrue de la vidéoconférence.

Un rapport spécial produit par DRI-WEFA au début d'octobre concernant le tourisme mondial indique que les dépenses de voyage aux États-Unis seront en baisse de 10,5 % cette année comparativement à 2000. Les dépenses de voyage intérieures seront en hausse de 9,6 % par rapport à l'an dernier alors que les dépenses pour les voyages internationaux seront en baisse de 15 % selon les prévisions. Les dépenses de voyage étaient déjà réduites en septembre - en fait, les voyages d'Europe aux États-Unis étaient en baisse de 9,2 % pour la première moitié de l'année - et l'analyse de DRI-WEFA augmente l'effet que les événements du 11 septembre ont sur la perspective mondiale pour le tourisme, particulièrement aux États-Unis.

La perspective présentée par DRI-WEFA indique en outre que les dépenses de voyage totales aux États-Unis seront encore inférieures aux recettes obtenues en 2000. Bien qu'une reprise soit attendue vers la fin de 2002 dans l'industrie touristique et qu'elle aidera à compenser les pertes de 2001 et celles du début de 2002, le rapport indique qu'une croissance réelle n'est prévue que pour 2003. L'analyse affirme que les voyages d'affaires, en excluant les congrès et les conférences, seront le secteur le plus durement frappé au cours des 12 prochains mois à mesure que la culture d'entreprise adopte une mentalité consistant à « ne voyager que si c'est essentiel ».

Réaction des voyageurs

Lignes aériennes

Le système de l'aviation civile du continent, qui a été fermé pendant la semaine des attaques, ne tente qu'à présent de se rétablir. Les lignes aériennes traversent une période difficile puisque les voyageurs annulent leurs réservations et que les assureurs augmentent les primes. Des dizaines de milliers de pertes d'emploi ont été annoncées par les grandes lignes aériennes, car elles réduisent considérablement le nombre de vols. Au milieu d'octobre, plusieurs lignes aériennes exploitaient la plupart de leurs liaisons et la capacité s'améliorait. Toutefois, la situation est loin de la normale. Les lignes aériennes perdent encore beaucoup d'argent et elles continuent d'opérer selon des horaires réduits.

Au Canada, le trafic des voyageurs a été frappé particulièrement durement. Selon Transports Canada, la circulation transfrontière a été la plus touchée - chutant de 41 % en septembre par rapport à l'année précédente. Au cours des deux premières semaines d'octobre, elle est demeurée à 30 % sous le niveau de la même période l'an dernier. Les voyages intérieurs ont diminué de 17 % en septembre et demeurent encore à 17 % sous le niveau d'octobre l'an dernier. La circulation internationale s'est empirée en octobre, chutant de 15 % sous le niveau de la même période l'an dernier.

La Federal Aviation Administration (FAA) indique que le trafic des voyageurs des États-Unis, qui a diminué de plus de la moitié la semaine des attentats, demeure encore à 30 à 40 % sous les niveaux de l'an dernier. Le mouvement des transporteurs aériens a également diminué de 10 à 20 % au moment où les lignes aériennes ajustent leurs horaires et leurs avions pour répondre à la demande. On prévoit que la récupération des lignes aériennes sera lente à cause des craintes persistantes et d'une lente reprise de la confiance des entreprises et des consommateurs.

Canada 3000 a réduit ses vols de 20 à 30 % et a approché d'autres lignes aériennes car elle se retire de trois marchés : Los Angeles, New York et Edmonton. Air Canada a réduit ses vols aux États-Unis de 20 %. Les vols directs reliant les centres technologiques d'Ottawa et de Boston ont été réduits de 49 par semaine à deux par jour.

Plusieurs lignes aériennes qui réduisent les prix réussissent mieux que les grands transporteurs, qui comptent sur les voyages d'affaires offrant une plus grande marge. Les entreprises qui essaient de réduire les coûts ont adopté des transporteurs moins coûteux pour les voyages d'affaires. Les attaques terroristes ont eu peu d'impact sur le rendement des vols de WestJet Airlines, ce transporteur signalant

Les craintes des voyageurs sont toujours présentes

des recettes accrues en septembre. Son facteur de charge n'a été qu'en légère baisse par rapport à l'an dernier (73 % par rapport à 76,2 % l'an dernier).

Avec la diminution du nombre de voyageurs, les lignes aériennes baissent les prix radicalement. Plusieurs de ces aubaines s'appliquent même pendant les périodes de pointe de Noël et du Nouvel An. Air Canada semble se trouver dans une guerre des prix avec elle-même en lançant Tango, une ligne aérienne offrant un service à bord minimal, et en annonçant sa vente de sièges à la fin d'octobre.

Autres fournisseurs de services de transport

Immédiatement après le 11 septembre, il y a eu une nette augmentation du nombre de personnes voyageant par train. VIA Rail a annoncé 40 % de plus de passagers dans le Canada central et 70 % de plus dans le Canada atlantique. Cette augmentation s'est poursuivie en octobre sur les lignes Montréal-Ottawa-Toronto de VIA avec une augmentation de 10 % par rapport à l'an dernier, attribuable en partie aux délais dans les aéroports. Mais dans l'est du Canada, le volume est maintenant en baisse de 25 à 30 % par rapport à l'an dernier. Les faibles volumes des trains Montréal-Québec sont attribuables à la réduction du trafic d'outre mer venant voir le feuillage automnal. Dans l'ouest du Canada, les chiffres sont à peu près les mêmes que l'an dernier, la perte de passagers en classe économique étant compensée par une augmentation des passagers en première classe et en wagon-lit. Le corridor Toronto-London-Windsor indique une diminution de 10 % par rapport à l'an dernier, attribuable à la diminution de la circulation transfrontière et au ralentissement dans le secteur de l'automobile.

Aux États-Unis, une entreprise de services de véhicules avec chauffeur a lancé un programme de liaison inter-villes pour les voyageurs d'affaires frustrés par les trains encombrés et les retards aux aéroports. Carey International a mis au point un programme faisant concurrence au service aérien et au service ferroviaire pour les clients devant se rendre d'une ville à une autre.

Hôtels

Les attentats ont engendré de l'incertitude dans l'industrie hôtelière car les hôtels luttent pour remplir leurs chambres vides. Selon un sondage mené par Pannell Kerr Forster (PKF) en octobre, commandé par la CCT, en association avec l'Ontario Tourism Marketing Partnerships, les principaux marchés urbains du Canada signalent plus de 500 000 annulations de chambres d'hôtel en septembre et 260 000 de plus en octobre. De ces annulations, la plupart (54 %) sont attribuées aux visiteurs américains, 25 % à des voyageurs d'outre mer et 21 % au marché intérieur. Niagara Falls signale le plus grand nombre d'annulations pour la période de deux mois avec près de 145 000 réservations de chambres annulées, la plupart venant de voyageurs américains. Le centre-ville de Toronto signalait 60 500 annulations en septembre et 44 000 autres en octobre. Les centres-villes de Montréal et de Vancouver signalaient plus de 86 000 annulations pour les deux mois.

Le sondage de PKF révèle que 29 % des annulations dans les principaux marchés canadiens provenaient de voyages organisés et 22 % de vacanciers indépendants. Les activités entourant les congrès et les réunions représentaient 22 % des annulations alors que 24 % provenaient du monde des affaires. Les gouvernements et les autres secteurs représentaient les 3 % qui restent.

À la suite du 11 septembre, la perspective d'avenir des congrès s'est empirée. Le Palais des congrès de Toronto, le plus grand du Canada, s'attend à ce que ses recettes chutent de 15 % par rapport aux prévisions faites auparavant. Deux importants congrès et deux événements moins élaborés ont été annulés à la suite des attaques. Tourisme Montréal a annoncé que les activités de congrès avaient diminué de 20 % en septembre et qu'on s'attendait aux mêmes résultats en octobre. Septembre et octobre sont considérés comme la pleine saison des congrès dans plusieurs centres canadiens.

Selon Smith Travel Research, la relance de l'usage de chambres d'hôtel aux États-Unis s'est arrêtée complètement dans les deux semaines qui ont suivi le 11 septembre. À la mi-octobre, l'usage d'hôtels américains atteignait 63 %, soit 12,4 % de moins qu'il y a un an. Bien que l'usage ait été légèrement moindre la semaine précédente, à 61,5 %, cela ne représentait que 10,7 % de moins que l'année précédente. Les hôtels de luxe qui desservent les gens d'affaires ont enregistré les plus grandes chutes. Les hôtels des plus grands centres ont eu des résultats bien pires que ceux des plus petites villes parce que leurs clients arrivent en majorité par avion.

Fairmont Hotels & Resorts Inc. a déclaré que ses bénéfices du troisième trimestre avaient baissé de presque 30 % et qu'elle s'attendait à ce que ceux du quatrième trimestre soient de 80 % moins élevés que l'an dernier. Avant le 11 septembre, le PDG William Fatt disait que les hôtels fonctionnaient à un niveau 2 % moindre qu'en 2000. Après le 11 septembre, le rendement a chuté d'environ 45 %. Les activités ont repris depuis, mais elles sont encore de 15 à 20 % moindre qu'avant l'attaque.

Les craintes des voyageurs sont toujours présentes

Marriott International a déclaré que ses recettes avaient chuté de 40 % au cours de trois dernières semaines de septembre et de 25 % au cours de la première semaine d'octobre par rapport à l'an dernier. Marriott International a annulé des projets de construction de nouveaux hôtels et d'autres chaînes d'hôtels ont rapidement emboîté le pas. Hilton a déclaré que 90 % des annulations étaient des réservations faites pour septembre et octobre dont environ 40 % ont été renouvelées pour des dates ultérieures. Les hôtels plus économiques, tels que Days Inn et Motel 6, ont enregistré une baisse de 10 % des recettes de location de chambres.

Pendant ce temps, les cadres des hôtels évaluaient les effets à moyen terme de la crise sur les négociations des taux de 2002. Ou les hôtels subiront moins de pression pour offrir des taux préférentiels en 2002 (s'il n'y a pas de relance de la demande en voyages par rapport au niveau actuel et si le volume des engagements pour 2001 n'est pas atteint) ou les taux seront réduits dans le but de remplir les chambres les nuits où elles sont vides.

Restaurants

Selon l'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires (ACRSA), les restaurants et les bars du Canada devraient se préparer à la pire année de la décennie puisque les consommateurs réduisent leurs dépenses discrétionnaires. Les plus récentes prévisions de l'ACRSA prévoient que les recettes de 40 milliards de dollars du secteur de l'alimentation resteront plus ou moins stables (0,3 % de croissance) au cours de la prochaine année, en baisse de 3,8 % sur les prévisions antérieures. On prévoit que les ventes cette année diminueront à seulement 1,7 % au cours du troisième trimestre et chuteront de 0,7 % dans le quatrième trimestre par rapport à l'année précédente. L'ACRSA déclare que des entreprises qui comptent sur les vacanciers et les voyages d'affaires enregistrent déjà un ralentissement. Les entreprises de haute cuisine subiront l'impact les premiers puisque les gens se tournent vers des restaurants plus simples. Toutefois, le secteur de la restauration rapide ressentira l'impact aussi en fin de compte. Selon Statistiques Canada, le tourisme représente environ 18 % du total des recettes des restaurants et des hôtels.

À New York, le secteur de l'hôtellerie a été dévasté et un grand nombre de serveurs de restaurants sont au chômage. Il s'ensuit que le bureau des congrès et des touristes a annoncé la semaine promotionnelle « I Love NY Restaurant Week » à la mi-octobre. Cette campagne a depuis été prolongée jusqu'à la fin du mois. Cette promotion a produit une hausse de 46 % des utilisateurs et un saut de 39 % du total des ventes dans plus de 150 restaurants participants.

Voyagistes

Jusqu'à 6 000 des 30 000 agents de voyages canadiens pourraient perdre leur emploi d'ici la fin de l'année selon l'Association canadienne des agents de voyages (ACAV). Les agents de voyages ont perdu de 40 à 60 % de leur chiffre d'affaires en septembre. Bien que la situation se soit améliorée en octobre, le volume se trouve toujours entre 20 à 40 % à la baisse. On estime que les agents de voyages et les forfaitistes ne pourront compter sur l'industrie nationale du tourisme pour remplacer les commissions qu'ils perdront à cause du déclin des voyages en hiver. Ils sont aussi particulièrement vulnérables à l'intensification des conflits internationaux.

Travelocity, une agence en direct, a annoncé que les ventes de billets représentent actuellement 80-90 % du niveau précédant le 11 septembre. Ces niveaux se trouvent toujours sous celui auquel on devrait s'attendre en octobre - en général leur saison de ventes de voyages la plus active de l'année.

Répercussions économiques

Le secteur des voyages et de l'hôtellerie à la fois aux États-Unis et au Canada a subi un dur coup après les attaques. Leur effet d'entraînement produira un impact sur bien d'autres secteurs de l'économie nord-américaine avant qu'une relance s'établisse.

Les prévisions économiques aux États-Unis sont passées de mal en pire. Alors que le glissement économique qui a eu lieu immédiatement après le 11 septembre s'est stabilisé, la croissance économique réelle pour 2002 a été réduite de 2,7 % à 1,4 %. Des mises à pied massives, une augmentation du chômage et la baisse de la confiance du consommateur ont contribué à assombrir la perspective économique de 2002.

Sauf en cas d'autres attaques terroristes et d'une guerre prolongée, il faut s'attendre à ce que la politique monétaire et fiscale des États-Unis soit suffisante pour appuyer la relance économique. En fait, à mesure que l'élan prendra son essor en 2002, on peut s'attendre à ce

Les craintes des voyageurs sont toujours présentes

que la croissance économique atteigne 4,2 % en 2003 - en prenant pour acquis que la confiance des consommateurs sera complètement rétablie. Toutefois, si les États-Unis se retrouvent dans une guerre au sol prolongée dont l'issue est incertaine, on s'attend à ce que la confiance du monde des affaires et des consommateurs continue de chuter au cours de 2002 et que l'économie mondiale emboîtera probablement le pas de la récession américaine.

Au Canada, l'impact économique des attaques terroristes a été semblable à celui des États-Unis. Les pertes d'emplois, la baisse de confiance des consommateurs et des incertitudes politiques et économiques additionnelles auront un impact négatif sur les dépenses de consommation et finalement sur le rendement de l'économie canadienne. Heureusement, on s'attend à ce que ces répercussions à court terme soient en grande partie maîtrisées et que l'économie canadienne ne glissera pas vers une récession en bonne et due forme en 2002. Bien que nos prévisions de croissance économique au Canada aient chuté de 1,5 % à 1,2 % pour l'année à venir, nous prévoyons que l'économie reprendra son élan à la fin de 2002, menant à une forte croissance de 4,3 % en 2003.

Réaction des gouvernements

Le tourisme dans certaines parties du Canada a chuté de 50 % à la suite du 11 septembre, forçant les gouvernements à trouver en toute hâte des façons d'aider l'industrie qui a injecté plus de 54 milliards de dollars dans l'économie l'an dernier.

Gouvernement fédéral canadien

L'importance de l'industrie du transport aérien pour la vitalité de l'économie d'un pays est évidente. Même avant les attaques, l'aviation commerciale prévoyait des grandes pertes. Toutefois, après les attaques, il était inévitable que les gouvernements soient appelés à fournir de l'assistance aux lignes aériennes. Le coût des assurances était monté en flèche, forçant plusieurs gouvernements à se porter garants des risques encourus par les transporteurs.

Au début d'octobre, le gouvernement fédéral canadien a annoncé un programme d'aide de 160 millions de dollars pour l'ensemble de l'industrie du transport aérien pour compenser la fermeture temporaire de l'espace aérien à la suite des attaques. La plus grande partie de cette aide, soit environ 100 millions de dollars, a été versée à Air Canada, la plus importante ligne aérienne au pays.

Ottawa a également annoncé, à la fin octobre, une garantie de prêt de 75 millions de dollars à Canada 3000, craignant qu'elle ne fasse faillite sans cette aide. Au moment de l'annonce de cette entente, le ministre des Transports a déclaré que les réservations de vols pour la période de Noël et au-delà étaient assez élevées pour que l'année prochaine soit rentable. Canada 3000 est le seul service d'avions à réaction national desservant plusieurs villes et régions du Canada et le seul transporteur important à faire directement concurrence à Air Canada à l'aéroport Pearson de Toronto et celui de Dorval à Montréal.

Ottawa a également dit qu'il fournirait peut-être des garanties de prêts à Air Canada, Air Transat, Skyservice et Westjet. Le gouvernement a aussi déposé une législation qui éliminerait le plafond de 15 % qui s'applique aux particuliers détenteurs d'actions d'Air Canada pour permettre plus d'investissements étrangers.

Gouvernement américain

En réponse à un lobby intensif, le gouvernement américain s'est servi de pouvoirs d'urgence pour fournir cinq milliards de dollars comptant aux lignes aériennes pour couvrir les pertes immédiates qu'elles ont essuyées quand les vols ont été interrompus. Il a également promis dix milliards de dollars de plus en garanties d'emprunts aux lignes aériennes. Certaines entreprises de location d'automobiles demandent maintenant d'avoir aussi des garanties d'emprunts.

Une nouvelle campagne de dix millions de dollars a été lancée récemment pour inciter plus d'Américains à voyager à l'intérieur de leur pays. La campagne « Travel America Now » a été déposée sous forme de législation par deux sénateurs. Un projet de loi au Congrès réclame une augmentation des prêts aux petites entreprises, un crédit d'impôt de 500 \$ pour un voyage en Amérique du Nord et le rétablissement temporaire de la déduction complète des frais de représentation d'affaires.

Les craintes des voyageurs sont toujours présentes

Commission canadienne du tourisme

Étant donné la réticence des consommateurs et du monde des affaires à voyager à l'étranger où sur des grandes distances, les gouvernements sont convaincus qu'il faut maintenir et stimuler le voyage à l'intérieur du pays avec des ressources de marketing. Les voyageurs à l'intérieur du pays représentent 70 % des recettes du secteur touristique.

On estime que les gens qui voyagent en automobile sur de courtes distances à partir des États-Unis pourraient être persuadés de chercher refuge dans un environnement sûr non loin de leur résidence. Il s'ensuit que la Commission canadienne du tourisme a demandé et reçu un versement de 15 millions de dollars, faisant partie de 20 millions de dollars alloués à une campagne de mise en marché à court terme centrée sur les marchés d'automobilistes qui voyagent à l'intérieur du pays et près des frontières. Cinq millions de dollars du montant total sont des fonds qui ont été réorientés par la CCT.

Gouvernements provinciaux canadiens

Une des régions les plus durement touchée est l'Ontario où les régions frontalières de New York et du Michigan enregistrent d'importantes pertes à court terme. Le gouvernement de l'Ontario a investi 3,6 millions de dollars dans une campagne pour promouvoir l'Ontario auprès des Canadiens et pour convaincre les Américains qu'il n'y a aucun danger de visiter la province. David Christopherson, un député néo-démocrate, a prié le gouvernement de combiner la campagne publicitaire avec l'annulation pendant trois mois de la taxe de vente provinciale de 8 % sur les repas afin d'encourager les gens d'aller au restaurant.

Québec a dépensé 320 000 \$ pour une campagne à la radio et dans les journaux ayant comme but d'inciter les Québécois à rester au Québec. Les mots clés en anglais seront « Quebec in autumn, it's just perfect » (Québec en automne, c'est tout simplement parfait).

Bien que les campagnes provinciales s'orientent de plus en plus vers la vente du Canada aux Canadiens, cette incitation ne représentera peut-être pas une alternative aussi rentable aux voyageurs, agents de voyages et lignes aériennes. Le 30 octobre, Randy Williams, le président de l'ACRSA, a demandé à Ottawa de mettre sur pied un fond de compensation de 20 millions de dollars pour les agences de voyages à cause des pertes de recettes subies depuis le 11 septembre. M. Williams a demandé à Ottawa de créer ce fond pour que des agences puissent soumettre individuellement des requêtes de compensation basées sur leur volume d'activités au cours de la même semaine l'année dernière.

Gouvernements municipaux canadiens et bureaux de visiteurs et des congrès

Tourisme Ontario augmente ses dépenses jusqu'à 2,0 millions de dollars par rapport à 1,6 million de dollars l'an dernier afin de promouvoir son programme annuel Mix 'N' Match Getaway. Vingt-deux hôtels participants offrent des taux spéciaux, qui incluent le petit-déjeuner, jusqu'en mars 2002.

Tourisme Vancouver, qui s'attend à perdre entre 200 et 300 millions de dollars en recettes au cours du dernier trimestre de cette année, a lancé un projet pilote pour l'automne qui est centré davantage sur les « divertissements de la saison des pluies » tels que le magasinage, les bons repas, les sports, etc., au lieu de mettre l'accent comme d'habitude sur la « saison des divertissements ».

Possibilités

Selon la recherche d'Ipsos-Reid, il existe une importante proportion (71 %) de Canadiens qui voyageront probablement à l'intérieur du pays au cours des six prochains mois. La recherche suggère que cela représente plus de 50 millions de voyageurs à l'intérieur du Canada, bien qu'une grande partie de ceux qui ont été interrogés n'ont toujours pas décidé fermement s'ils allaient voyager. Les résultats du sondage auprès des voyageurs américains révèlent que 27 % ont l'intention, ou plus ou moins l'intention, de songer à visiter le Canada au cours des six prochains mois. Les plus grandes possibilités de visites au Canada reposent sur la région du nord-est des États-Unis et les raisons de ces visites seraient essentiellement pour le loisir. La recherche suggère que, en se basant sur les niveaux de voyageurs en partance des États-Unis pour l'étranger en 2000, cela pourrait signifier qu'éventuellement 13,6 millions d'Américains visiteront le Canada.

Les craintes des voyageurs sont toujours présentes

Selon la National Business Roundtable (NBR), un pourcentage important (76 %) de voyageurs d'affaires et de loisir étaient d'avis que l'industrie du tourisme avait réagi en faisant des efforts « au-delà des attentes » pour tenter de rétablir la confiance des voyageurs. Bien que le succès de ces efforts ait été limité par les craintes de voyageurs, la situation aurait pu être pire si l'industrie n'avait pas été proactive.

Un sondage effectué par Travelocity auprès de 2 000 membres de Travelocity.com au début d'octobre révèle que les plans de voyages pour l'Action de grâce américaine sont encore solides avec un pourcentage plus élevé de voyageurs voulant se déplacer par avion cette année que l'an dernier. En fait, parmi ceux qui ont décidé de voyager, presque 44 % ont déjà conclu leurs arrangements de voyage - un chiffre plus élevé que l'an dernier. Les clients familiarisés avec le Web (comme les membres de Travelocity.com) pourraient représenter un segment du tourisme qui risque de se rétablir plus vite dans cette période d'incertitude.

Un sondage national effectué un mois après les attaques terroristes du 11 septembre par Yesawich, Pepperdine & Brown, auprès de 800 voyageurs adultes révèle qu'il y a moins de vacanciers inquiets de voyager qu'au moment d'un sondage effectué le 13 septembre. Bien qu'on ait pu s'attendre à ces résultats jusqu'à un certain point, le sondage a révélé que les offres promotionnelles réussissent assez bien à attirer les voyageurs craintifs. Il a dévoilé qu'on pouvait influencer 52 % des voyageurs craintifs au moyen des promotions de lignes aériennes, alors que 44 % ont déclaré que les promotions d'hôtels et de centres de villégiature pourraient rétablir leur volonté de voyager. On a trouvé qu'à un niveau moindre, ces incitatifs pouvaient transformer les possibilités de changements de plans de voyages d'affaires.

Il est évident que l'entrepreneur en tourisme devra peser les avantages des réductions de prix par rapport aux coûts. Pour plusieurs d'entre eux, l'ampleur des réductions nécessaires pour attirer la clientèle internationale dans le court terme n'est peut-être pas avisée. Toutefois, pour les entrepreneurs qui se fient sur les voyages à l'intérieur du pays ou sur le marché américain des automobilistes en voyage, la réduction de prix pourrait s'avérer un succès, spécialement s'il est possible d'augmenter cette part du marché.

Sommaire

Alors que l'industrie du tourisme au Canada n'aura pas besoin d'attendre quatre à cinq ans pour se rétablir - comme ce fut le cas en 1991 - la possibilité d'une relance rapide semble maintenant moins probable. Les voyages à l'intérieur du pays et en provenance des états frontaliers semblent offrir le plus d'espoir à court terme à l'industrie canadienne du tourisme. Même si les fournisseurs de voyages ressentiront sans doute l'impact économique de la diminution des visiteurs internationaux, ils obtiendront un allègement en ciblant davantage les voyageurs à l'intérieur du pays et ceux des états américains voisins.

Malheureusement, notre perspective à court terme pour les voyages d'affaires demeure pessimiste vue les contraintes dues à la capacité des lignes aériennes, les augmentations éventuelles de tarifs et un plus grand accent porté sur les voyages d'affaires essentiels. Le bon côté des choses est que la confiance du monde des affaires et du consommateur pourrait ressurgir avec une économie plus forte et une résolution rapide de la guerre contre le terrorisme. Toutefois, jusqu'à ce moment-là, l'impact que les attaques terroristes du 11 septembre et la guerre contre le terrorisme aura sur le moral des voyageurs demeure incertain.