

Une généreuse nature



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme Numéro 10, novembre 2002

Le Bulletin de renseignements sur le tourisme continue d'observer l'industrie touristique dans le monde entier. Le présent numéro traite des renseignements recueillis en septembre et en octobre 2002.

Le tourisme progresse malgré des disparités

Sommaire

- L'industrie canadienne du tourisme continue de se diriger vers une stabilité financière. Au cours du troisième trimestre de 2002, Air Canada et les transporteurs à faibles coûts canadiens ont une fois de plus enregistré des bénéfices. Les taux d'occupation des hôtels canadiens en septembre ont été meilleurs que l'an dernier, ce qui n'est pas surprenant. En fait, les taux d'occupation des hôtels au mois d'août ont rattrapé les taux enregistrés avant le 11 septembre 2001. Même si ces résultats positifs semblent indiquer que le secteur du tourisme au Canada continue à progresser, il n'en demeure pas moins que des disparités persistent.
- Ces disparités ne sont pas de bon augure pour l'industrie parce qu'elles font en sorte que la reprise n'est pas aussi forte qu'elle pourrait l'être. Qu'il s'agisse de la dissimilitude entre la reprise économique du Canada et celle des États-Unis, de la différence entre la confiance des voyageurs d'affaires et celle des voyageurs d'agrément, de l'écart entre le prix des billets remboursables et celui des billets non remboursables, le mot "disparité" semble représenter un défi sous-jacent au sein de l'industrie du tourisme.

Nouvelles tendances et questions d'actualité - La consolidation dans l'industrie du transport aérien

- Pendant que l'industrie du tourisme s'achemine vers la reprise, des mutations profondes touchent les transporteurs aériens, particulièrement aux États-Unis. À l'heure actuelle, il semble que le modèle d'exploitation le plus intéressant, pour les compagnies aériennes, comprend des voyages à prix modique sous une forme ou une autre. Handicapés par leur taille et leur manque de souplesse, beaucoup de grands transporteurs aériens envisagent la consolidation pour éviter la faillite. Ce bouleversement de l'industrie pourrait bien se solder par la réduction du nombre de transporteurs aériens, mais il pourrait également contribuer à recentrer l'industrie et lui permettre d'offrir une plus vaste gamme d'options, chose que les voyageurs souhaitent depuis des années.
- Pour l'heure, il semble que les avantages de la consolidation l'emportent sur les coûts éventuels. La consolidation peut déboucher sur la multiplication des options offertes aux voyageurs parce que les avantages de cette restructuration se répercutent sur le transport aérien international, au fur et à mesure que les compagnies régionales s'unissent aux transporteurs internationaux. Après la consolidation, les villes de moyenne et de petite taille pourraient sans doute obtenir un plus grand nombre de liaisons avec des villes étrangères, alors que ces liaisons seraient exposées à des niveaux de concurrence encore plus élevés.

À lire

Sommaire	1
Vue d'ensemble	3
Nouvelles tendances et questions d'actualité	4
Réaction du consommateur	5
Réaction des fournisseurs de voyages	7
Réaction à l'étranger	11
Retombées économiques	16
Possibilités	17
Résumé	18



- Pendant que l'industrie penche de plus en plus vers la consolidation, qui sortira indemne de la mêlée? On s'entend généralement pour dire que les transporteurs à faibles coûts joueront un rôle plus important, ce qui, encore une fois, multipliera les choix offerts aux voyageurs. Au cours des deux dernières années, la rentabilité des transporteurs à faibles coûts a été supérieure à celle des grands transporteurs aériens. En fait, les transporteurs à faibles coûts s'en sont bien tirés malgré des conditions économiques difficiles.

Réactions du consommateur (voyageur)

- À l'heure actuelle, les voyageurs d'affaires se soucient avant tout de l'écart qui existe entre le prix des billets remboursables et celui des billets non remboursables. En fait, au Canada et aux États-Unis, les grands transporteurs aériens sont même allés jusqu'à imposer des restrictions à la réutilisation des billets non remboursables. Selon une enquête effectuée auprès des gestionnaires de voyages d'affaires par la maison Runzheimer, après l'entrée en vigueur des restrictions sur la réutilisation des billets non remboursables, 36 p. 100 des répondants ont indiqué qu'ils avaient l'intention de modifier leurs politiques en matière de voyages pour refléter l'utilisation des billets non remboursables. En tout, 23 p. 100 des répondants ont signalé qu'ils voyageront moins souvent à cause des restrictions.
- L'Association américaine de l'industrie des voyages (Travel Industry Association of America, ou TIA) signale que les dépenses consacrées aux voyages effectués au pays et à l'étranger continuent à stagner aux États-Unis et qu'elles ne devraient pas rejoindre les niveaux de l'an 2000 avant 2004. Malgré tout, au cours du premier semestre de 2002, le nombre de voyages d'agrément effectués par des Américains était en hausse de 2 p. 100, comparativement à la même période, un an plus tôt. Fait intéressant, les voyages effectués dans la région immédiate ou à proximité du domicile ont progressé de 8 p. 100 durant cette même période. Cependant, la TIA nous prévient que toute reprise pourrait avorter si de nouvelles tensions politiques, y compris l'éclatement d'une guerre, se manifestent.

Réactions des fournisseurs de voyages

- Le principal transporteur aérien (Air Canada) et les transporteurs à faibles coûts du Canada ont enregistré des bénéfices au troisième trimestre de cette année. Aux États-Unis, les résultats du troisième trimestre ont encore été décevants pour les grands transporteurs. Après avoir subi de lourdes pertes, beaucoup d'entre eux négocient avec leurs syndicats pour réduire leurs frais de main-d'œuvre. Certains font des compressions ou ferment des installations pour réduire encore davantage leurs dépenses. D'autres mesures consistent à mettre des avions hors service, à retarder la livraison d'avions neufs et à ouvrir des centres d'appels à l'étranger.
- L'industrie canadienne de l'hôtellerie semble également avoir repris pied. Selon la maison Pannell Kerr Forster Consulting Inc., les taux nationaux d'occupation des hôtels et le revenu par chambre disponible (RCD) ont tous les deux rattrapé, au mois d'août, et ce pour la première fois, les taux enregistrés avant le 11 septembre 2001. Entre-temps, aux États-Unis, les taux nationaux d'occupation des hôtels et le RCD ont toujours mauvaise mine-surtout dans les hôtels aéroportuaires. Pendant que les hôtels continuent à négocier avec les compagnies pour établir les tarifs de 2003, il est impossible de prédire exactement quand l'industrie pourrait se redresser, ce qui avantage les acheteurs.
- Heureusement, un optimisme prudent revient peu à peu chez les agents de voyage américains-du moins selon le plus récent indice de confiance des agents de voyages préparé aux États-Unis par le Travel Weekly. Lorsqu'on leur demande de prédire, à intervalles réguliers, quelles sont les perspectives de l'industrie des voyages pour les 12 prochains mois, les agents répondent qu'ils ne s'attendent pas à grand chose à court terme, mais qu'ils prévoient un redressement d'ici six à douze mois. Cet optimisme s'appuie sur la conviction que les voyages d'agrément et surtout les croisières et les forfaits intérieurs continueront à bien se vendre.

Retombées économiques

- Au Canada et aux États-Unis, le paysage économique est scindé en deux. Les entreprises font toujours preuve de retenue, tandis que les consommateurs en général n'ont pas perdu confiance. Jadis exubérantes, les entreprises ont été ébranlées par la chute des marchés boursiers. L'investissement des entreprises a été en baisse, voire nul, au cours des 18 derniers mois, au Canada comme aux États-Unis, et cette situation ne changera pas de sitôt. L'incertitude entourant la possibilité imminente d'une guerre avec l'Irak retarde également tout redressement significatif des dépenses d'investissement. Heureusement, la confiance des consommateurs est toujours au rendez-vous. Grâce à des taux d'intérêts et de chômage qui ont rarement été aussi faibles, les ventes de maisons et de véhicules légers atteignent des niveaux record en Amérique du Nord.
- La faiblesse générale des données économiques de l'été et du début de l'automne a confirmé que la reprise économique, en Euroland, s'est enlisée. Le redressement de l'euro et la détérioration des perspectives mondiales ont nui aux ventes à l'exportation, tandis que la demande intérieure a ralenti sous l'effet de la mollesse des dépenses de consommation, par suite du déclin de la richesse financière.

- En Asie, la Corée du Sud, la Chine et Taïwan se trouveront en tête de liste, au chapitre de la croissance de la production totale. Au Japon, une lueur d'espoir pointe à l'horizon. Il semble en effet que le gouvernement entend faire quelque chose pour redresser le système financier, qui se détériore depuis maintenant dix ans. Pour commencer, la Banque du Japon annoncera qu'elle achètera des actions directement auprès des banques japonaises en difficulté.

Possibilités

- Dans la plus récente enquête que l'Institut canadien de recherche sur le tourisme a menée sur les intentions de voyager pendant l'hiver 2002, on constate avec étonnement que 74 p. 100 des voyageurs potentiels vont probablement ou très probablement effectuer quand même leur voyage d'hiver si la guerre éclate en Irak. Mais l'enquête précise aussi que 26 p. 100 des répondants renonceront probablement à leur voyage. L'an dernier, après le 11 septembre, les craintes relatives à la sécurité ont eu un impact plus grand sur les voyages effectués à l'étranger que sur les voyages effectués au pays. En fait, un grand nombre de Canadiens qui avaient l'intention de voyager à l'étranger ont modifié leurs plans et se sont rabattus sur des destinations canadiennes parce qu'ils s'inquiétaient de leur sécurité. À court terme, les fournisseurs pourraient décider qu'il est plus prudent, pour minimiser les risques, de miser, encore une fois, sur le marché intérieur des voyages, même si les tensions politiques s'accroissent.
- L'Association japonaise des agents de voyages a dévoilé les résultats d'une étude comparative préparée à l'intention des fournisseurs qui s'intéressent, à moyen terme, au marché des citoyens japonais d'âge mûr. Cette enquête sur les voyages effectués par la " prochaine génération " d'ainés, a permis d'étudier les caractéristiques auxquelles les voyageurs japonais de 50 à 59 ans attachent de l'importance. Selon l'enquête, cette catégorie de citoyens voyagera plus souvent et deviendra une clientèle plus importante pour les agents de voyage. Dans l'ensemble, ces voyageurs entendent dépenser beaucoup d'argent pour s'offrir des circuits thématiques, mais ils économiseront pour les voyages ordinaires. En outre, les aînés de la prochaine génération ont l'intention de voyager avec leur conjoint et choisiront fort probablement le Canada ou l'Océanie s'ils souhaitent vivre une expérience d'écotourisme.
- Les voyages d'agrément sont sur le point de reprendre le flambeau du secteur du tourisme. Des travaux de recherche effectués par l'Association américaine de l'industrie des voyages révèlent que les Américains souhaitent renouer avec la famille, le patrimoine ou la nature. Le temps dont disposent les Américains pour voyager devrait augmenter, car, pour la première fois depuis que Harris a commencé à poser la question, il y a près de 30 ans, le nombre d'heures de travail a diminué considérablement. En fait, les Américains ont passé bon nombre de ces heures de loisirs supplémentaires au Canada. Même si la crainte de voyager s'est accentuée après le 11 septembre, les voyages de plus de 24 heures effectués par des Américains ont continué à augmenter. Si les tensions politiques s'intensifient encore davantage à l'avenir, le nombre d'arrivées de voyageurs en provenance des États-Unis pourrait augmenter de nouveau, car les Américains perçoivent le Canada comme un pays sûr.

Vue d'ensemble

L'industrie canadienne du tourisme continue de se diriger vers une stabilité financière. Au cours du troisième trimestre de 2002, Air Canada et les transporteurs à faibles coûts canadiens ont une fois de plus enregistré des bénéfices. L'industrie canadienne de l'hôtellerie a également obtenu des résultats financiers positifs. Les taux d'occupation des hôtels canadiens en septembre ont été meilleurs que l'an dernier, ce qui n'est pas surprenant. Même s'il est difficile de faire des comparaisons en raison des répercussions des attentats terroristes de l'an dernier, les chiffres pour le mois d'août indiquent que l'industrie a rattrapé les taux enregistrés avant le 11 septembre 2001.

Alors que la reprise de l'industrie canadienne du tourisme continue de dépasser celle des États-Unis, le poids de certaines disparités risque d'avoir des conséquences néfastes. Qu'il s'agisse de l'écart entre le prix des billets remboursables et celui des billets non remboursables, de la différence entre la confiance des voyageurs d'affaires et celle des voyageurs d'agrément ou de la dissimilitude entre la reprise économique du Canada et celle des États-Unis, le mot « disparité » semble représenter un défi sous-jacent pour la reprise de l'industrie du tourisme. Ces disparités ne sont pas de bon augure pour l'industrie parce qu'elles font en sorte que la reprise n'est pas aussi forte qu'elle pourrait l'être. Selon les récentes données de Statistique Canada et du Conference Board of Canada, tant le niveau de croissance économique que la confiance des consommateurs au Canada s'amenuisent – ce qui laisse supposer que le Canada suit la tendance qui existe déjà aux États-Unis. Même si les données les plus récentes concernant l'industrie canadienne du tourisme indiquent des progrès continus, les écarts persistants au sein de l'industrie sont inquiétants.

En fait, récemment, les six grandes compagnies aériennes des États-Unis ont imposé encore d'autres restrictions sur les billets non remboursables, faisant en sorte d'accroître encore plus l'écart entre le prix des billets non remboursables et celui des billets remboursables. Avec ce changement, les transporteurs aériens espèrent que les voyageurs d'affaires réintégreront la classe affaires pour profiter de la souplesse des billets remboursables sans restrictions. Toutefois, selon une enquête effectuée par la maison Runzheimer, un grand nombre de compagnies vont continuer à chercher des solutions aux voyages traditionnels en classe affaires. Cela signifie que les transporteurs aériens, en particulier les grands transporteurs des États-Unis, vont devoir prendre en considération d'autres options si elles veulent atteindre une stabilité financière.

La création de partenariats et d'alliances dans le but de profiter d'économies d'échelle peut faire partie des solutions qui permettront de colmater ces écarts. Les alliances permettent aux fournisseurs d'élargir leur réseau sans courir de risques inutiles. Cela serait préférable car, à l'heure actuelle, un grand nombre de fournisseurs de produits touristiques ne peuvent se permettre de prendre trop de risques.

Nouvelles tendances et questions d'actualité – La consolidation de l'industrie du transport aérien

Pendant que l'industrie du tourisme s'achemine vers la reprise, des mutations profondes touchent les transporteurs aériens, particulièrement aux États-Unis. Depuis le début de l'année, les transporteurs à faibles coûts ont pénétré le marché de façon surprenante. Dans l'environnement actuel, il semble que le modèle d'exploitation le plus intéressant, pour les compagnies aériennes, comprend des voyages à prix modique adaptés d'une façon ou d'une autre. Handicapés par leur taille et leur manque de souplesse, beaucoup de grands transporteurs aériens envisagent la consolidation pour survivre. Ce bouleversement de l'industrie pourrait bien se solder par la réduction du nombre de transporteurs aériens, mais il pourrait également contribuer à recentrer l'industrie et lui permettre d'offrir une gamme d'options plus vaste, chose que les voyageurs souhaitent depuis des années.

Tout bien considéré, l'industrie canadienne du transport aérien se redresse bien, surtout si on la compare à sa cousine américaine. Les résultats d'exploitation positifs enregistrés pour le trimestre, non seulement par les transporteurs à rabais du Canada (WestJet et Jetsgo), mais aussi par Air Canada, laissent supposer que les transporteurs canadiens ont activement mis en œuvre et à l'épreuve des méthodes qui leur permettent d'améliorer leur situation financière. En fait, il semble que la réussite de Tango, le transporteur à rabais qu'exploite Air Canada, a beaucoup contribué à faire d'Air Canada le seul grand transporteur international nord-américain à enregistrer un bénéfice net aux deuxième et troisième trimestres.

Les rumeurs veulent que certains des principaux transporteurs aériens des États-Unis se regroupent. La consolidation pourrait avoir lieu par le truchement de fusions ou par la faillite pure et simple d'au moins un des grands transporteurs aériens. Pour l'heure, il semble que les avantages de la consolidation l'emportent sur les coûts éventuels. Au cours des trois prochaines années, il est possible que les transporteurs à rabais parviennent presque à doubler leur part de marché.

La consolidation de l'industrie a ses défenseurs et ses détracteurs. Ces derniers tiennent pour acquis qu'elle limitera la concurrence et que la collusion qui en résultera réduira la qualité des services et fera grimper les prix. En revanche, la santé de l'industrie du transport est si mauvaise que certains initiés pensent que la consolidation serait la meilleure façon de renverser la vapeur.

Clyde Prestowitz, président de l'Institut de stratégie économique (Economic Strategy Institute, ou ESI) a résumé mieux que tout autre les arguments en faveur de la consolidation : « Étant donné la dynamique particulière des réseaux de transporteurs aériens, cette hypothèse (celle d'un accroissement des coûts) semble non seulement fautive, mais exactement contraire à ce qui se passera sans aucun doute » [Notre traduction]. La consolidation peut faire augmenter le nombre d'options offertes aux voyageurs, car les avantages des regroupements se répercuteront sur le transport aérien international au fur et à mesure que les transporteurs régionaux se raccorderont aux transporteurs internationaux. Après la consolidation, les villes de moyenne et de petite taille pourraient obtenir un plus grand nombre de liaisons avec des villes étrangères, tandis que ces liaisons seraient exposées à des niveaux de concurrence encore plus élevés. L'accès aux vols internationaux permettra à ces collectivités de profiter, sur le plan économique, de la mondialisation du commerce et des marchés.

Pendant que l'industrie penche de plus en plus vers la consolidation, qui sortira indemne de la mêlée? On s'entend généralement pour dire que les transporteurs à faibles coûts joueront un plus grand rôle, ce qui, encore une fois, multipliera les choix offerts aux voyageurs. Au cours des deux dernières années, la rentabilité des transporteurs à faibles coûts a été supérieure à celle des grandes compagnies aériennes. En fait, ils se sont bien tirés d'affaires en dépit d'une conjoncture économique difficile.

En octobre dernier, la Coalition pour les voyages d'affaires (Business Travel Coalition ou BTC) a publié son rapport sur les perspectives de l'industrie américaine du transport aérien en 2004. Après avoir consulté des spécialistes de l'industrie et analysé des statistiques pertinentes, elle a mis au point trois scénarios. Le premier présuppose que la situation économique sera favorable et que les pouvoirs publics soutiendront l'industrie. Le deuxième tient pour acquis que la reprise économique sera modérée et que l'industrie changera lentement, en raison du recours à la protection de la loi sur les faillites. Le troisième scénario—qui semble être le plus plausible—part du principe qu'une ou deux des grandes compagnies aériennes feront faillite. Ces échecs forceront le reste du réseau à se restructurer sans ménagement. Les coûts et la productivité seraient ramenés à des niveaux que l'on observe présentement chez les transporteurs aériens à faibles coûts. De nouveaux transporteurs aériens plus petits, plus efficaces, plus compétitifs, mais fonctionnant comme de grands réseaux verraient le jour. Les transporteurs à rabais pourraient sans doute finir par accaparer 30 p. 100 du marché.

Les initiés s'entendent pour dire que l'industrie des voyages par avion se rétablira éventuellement, mais pas avant d'avoir subi d'autres remaniements et restructurations. À court et à moyen terme, les perspectives, dans le domaine des voyages par avion, donnent toujours à penser que les grandes compagnies concentreront leurs efforts à l'interne pour parvenir à la stabilité, pendant que la popularité des services à rabais augmente. Nos pronostics, pour l'industrie canadienne du transport aérien, comprennent toujours d'autres remaniements de la part des principaux participants ainsi que l'arrivée possible de nouveaux venus, mais nous pensons que ces changements seront moins perturbateurs que ceux que connaîtra sans doute bientôt l'industrie américaine du transport aérien. Bien que l'heure des changements approche, les partisans d'un accès élargi au transport aérien devront une fois de plus se mesurer aux défis posés par l'exiguïté du marché canadien et par l'immensité de notre territoire.

L'industrie semble néanmoins sur le point de subir des transformations qui lui permettront d'offrir aux voyageurs un plus vaste éventail d'options, grâce à des regroupements et à l'émergence de transporteurs à rabais. Pour que l'industrie du tourisme puisse continuer à se développer à l'avenir, il faudra que les turbulences causées par ces transformations finissent par se résorber, pour laisser derrière elles une industrie en meilleure santé financière.

Réactions du consommateur - Canada et États-Unis

Voyageurs d'affaires

À l'heure actuelle, les voyageurs d'affaires se préoccupent surtout de l'écart entre les tarifs remboursables et non remboursables. Comme l'a signalé la maison Runzheimer, dans son Travel Management Report, les voyageurs d'affaires ont dû composer avec une économie en perte de vitesse, la réduction des commissions versées aux agences, les événements du 11 septembre 2001, les réductions de capacité, la faillite de certains transporteurs aériens, les commissions réduites à zéro, les compressions imposées aux budgets de déplacement et le coût élevé des voyages par avion. Avec la mise en œuvre de restrictions sur les billets non remboursables, tout sentiment de sympathie que les voyageurs d'affaires pouvaient encore éprouver à l'égard des grands transporteurs commence à s'effriter. Beaucoup pensent que si les restrictions permettent aux transporteurs aériens de doper immédiatement leurs résultats comptables, elles n'ont, en bout de ligne, aucun effet sur la raison principale pour laquelle la majeure partie des voyageurs d'affaires évitent toujours de prendre l'avion, à savoir l'écart important qui existe entre les tarifs remboursables et non remboursables.

Au Canada et aux États-Unis, les grands transporteurs aériens ont imposé des restrictions à la réutilisation des billets non remboursables. Ainsi, les voyageurs ne peuvent plus appliquer la valeur d'un billet inutilisé à l'achat d'un autre billet pour lequel le départ a lieu dans l'année suivant la date initiale d'émission. Ils perdront donc la valeur totale du billet s'ils omettent d'entrer en contact avec le transporteur avant la date prévue du voyage et de payer des frais de modification.

D'après un sondage effectué par Runzheimer auprès de gestionnaires de voyages d'affaires, après la mise en œuvre des restrictions sur les tarifs non remboursables, 36 p. 100 des répondants ont signalé qu'ils avaient l'intention de modifier leurs politiques sur les déplacements en 2002 ou en 2003 afin de tenir compte de l'utilisation de billets non remboursables. En tout, 23 p. 100 des répondants ont indiqué qu'ils réduiraient le nombre de voyages par suite des restrictions. Un pourcentage écrasant (93 %) de répondants pensent qu'en imposant ces nouvelles restrictions, les compagnies aériennes tentent de forcer les voyageurs d'affaires à acheter des billets remboursables.

Fait digne de mention, la majorité des gestionnaires de voyages d'affaires (55 %) pensent que les tarifs annoncés sur le Web nuisent à leurs politiques de voyages d'affaires, selon un sondage de la Northstar Media Research. Plus du tiers (37 %) des répondants craignent que l'utilisation, par les employés, des tarifs annoncés sur le Web mettront en péril les ententes qu'ils ont conclues avec les compagnies aériennes. Parmi les mesures que les entreprises prennent pour réduire au minimum l'utilisation des tarifs du Web, les plus répandues (41 %) consistent à rappeler aux voyageurs la marche à suivre pour faire leurs réservations et à décourager les réservations externes.

Les gestionnaires de voyages d'affaires remarquent également que les délais de préparation des réunions d'affaires rétrécissent. Selon une enquête de Meetings Today, 25 p. 100 des répondants ont dit que les petites réunions d'affaires de leur entreprise se préparaient, en moyenne, moins d'un mois d'avance, ce qui représente une nette augmentation par rapport au taux de 14 p. 100 enregistré au printemps de cette année pour la même question. Environ 67 p. 100 des répondants ont indiqué que les délais moyens de préparation de leurs petites réunions étaient de 90 jours ou moins, ce qui correspond à la définition classique d'une réunion organisée à court terme.

L'Association de l'industrie américaine du voyage (Travel Industry Association of America, ou TIA) a signalé que le volume de voyages d'affaires a diminué ces derniers mois. Le nombre de voyages d'affaires a chuté de près de 9 p. 100 pour les six premiers mois de cette année, comparativement à la même période l'an dernier.

En septembre, Accenture a annoncé que plus du tiers (35 %) des répondants d'un sondage de voyageurs d'affaires ont signalé qu'ils avaient l'intention de se déplacer plus souvent pour affaires, entre maintenant et la fin du premier trimestre de 2003, qu'ils ne l'avaient fait durant les six derniers mois. L'enquête a aussi révélé que 13 p. 100 des répondants avaient utilisé plus souvent les transporteurs à rabais au cours des six derniers mois, tandis que 17 p. 100 ont indiqué qu'ils allaient recourir plus souvent à ces transporteurs au cours des six prochains mois. Il est prévu que plus de la moitié des répondants (57 %) choisiront de séjourner surtout dans des hôtels de milieu de gamme, tandis que 16 p. 100 seulement ont l'intention de loger dans des chaînes d'hôtels de luxe.

Heureusement, les perspectives, au chapitre des voyages d'affaires internationaux, s'annoncent également plus prometteuses. Selon un sondage effectué par American Express, 35 p. 100 des voyageurs d'affaires internationaux ont l'intention de voyager plus souvent à l'étranger cette année, tandis que la majorité (56 %) prévoit voyager autant à l'étranger qu'ils le font présentement. Parmi les répondants de 14 pays, le sondage a révélé que les Canadiens et les Américains sont les plus nombreux, toutes proportions gardées, à se sentir en sécurité quand ils voyagent en avion (97 p. 100 éprouvaient un quelconque sentiment de sécurité). Les Asiatiques et les Australiens se sentaient le moins en sécurité (79 %).

Comme on pouvait s'y attendre, les substituts du voyage demeurent populaires. En septembre, la maison Wainhouse Research a annoncé les résultats d'un sondage effectué auprès des voyageurs d'affaires, dans lequel plus de 70 p. 100 des répondants ont déclaré qu'ils s'intéressaient toujours aux substituts du voyage. Comparativement à la période antérieure au 11 septembre, 62 p. 100 des répondants ont indiqué qu'ils avaient augmenté leur utilisation de la conférence par Internet, 25 p. 100 ont déclaré avoir utilisé davantage la vidéoconférence et 12 p. 100 ont dit qu'ils avaient augmenté l'utilisation de la téléconférence.

Runzheimer a dévoilé les résultats de son indice des prix des voyages d'affaires effectués aux États-Unis. Au troisième trimestre de 2002, le prix des voyages a augmenté de 7,5 p. 100 par rapport au troisième trimestre de 2001. Comparativement au deuxième trimestre de 2002, les prix de la location de voitures, des repas et de l'hébergement ont tous augmenté considérablement, tandis que les tarifs aériens ont baissé. Entre-temps, American Express a signalé, dans son Business Travel Monitor, que durant le deuxième trimestre de 2002, l'écart entre les tarifs restrictifs et non restrictifs s'est élargi au fur et à mesure que les tarifs réduits les plus faibles continuaient à baisser, alors que les tarifs affaires demeuraient stables.

Voyageurs d'agrément

La reprise des voyages d'agrément se poursuit, mais les Nord-Américains changent leurs habitudes de voyages. Au cours de la dernière année, les voyages en automobile et en véhicule récréatif ont augmenté en nombre. Les voyageurs ont aussi tendance à ne pas trop s'éloigner de leur lieu de résidence. Présentement, les voyages d'agrément ont surtout pour objet de renouer avec la famille, le patrimoine ou la nature.

L'Association de l'industrie américaine du voyage (TIA) a dévoilé ses prévisions touristiques en octobre. Après avoir chuté de près de 6 p. 100 l'an dernier, les dépenses de voyage effectuées au pays et à l'étranger sont toujours anémiques et ne devraient pas revenir aux niveaux de l'an 2000 avant 2004. La TIA fait également une mise en garde : toute reprise pourrait avorter par suite de nouvelles tensions politiques, y compris la guerre. Pour le premier semestre de 2002, les voyages d'agrément effectués par des Américains étaient en hausse de 2 p. 100 par rapport à la même période, un an auparavant. Le nombre de voyages effectués en région avoisinante ou à proximité du domicile a progressé de 8 p. 100 durant cette même période.

On signale aussi d'autres gagnants sur le marché américain des voyages d'agrément : il s'agit des croisières en bateau (en hausse de près de 4 p. 100 durant la première moitié de 2002) et de la location de véhicules récréatifs. Au cours du dernier trimestre de 2001, la location de véhicules récréatifs a grimpé en flèche (30 %) par rapport à l'année précédente et n'a pas quitté ce niveau depuis le début de cette année.

Une étude réalisée par D.K. Shifflet and Associates révèle que les vérifications de sécurité, les fouilles à l'improviste, les frais supplémentaires qui s'ajoutent aux billets d'avion et autres inconvénients, font fuir les passagers du transport par avion, surtout pour les voyages de courte durée. Le nombre de personnes qui utilisent le transport aérien commercial pour franchir des distances de 200 à 400 milles a chuté de 22 p. 100 dans l'année qui a suivi les attentats du 11 septembre. Parallèlement, l'Association américaine des automobilistes (AAA) a révélé que le nombre de trousse TripTiks qu'elle a préparées a augmenté de près de 25 p. 100 au cours des six premiers mois de l'année, par rapport à la même période un an plus tôt. Les trousse TripTiks servent surtout aux voyages en automobile.

Réactions des fournisseurs de voyages - Canada et États-Unis

Compagnies aériennes canadiennes

Le principal transporteur aérien, Air Canada, de même que les transporteurs à faibles coûts du Canada ont tous enregistré des bénéfices au troisième trimestre. En fait, Air Canada a affiché, au troisième trimestre, un bénéfice de 125 millions de dollars, ce qui représente une amélioration de 1,03 milliard de dollars par rapport à la même période, un an plus tôt. Les comparaisons annuelles sont altérées par les répercussions néfastes des événements du 11 septembre 2001. Air Canada a néanmoins attribué son rendement positif à la gestion rigoureuse de sa capacité et au contrôle des coûts, jumelés à une stratégie de segmentation du marché. Le mois de septembre a été particulièrement rentable pour Air Canada, dont le volume de passagers-milles payants a augmenté de 19 p. 100 et dont la capacité a progressé de 10,3 p. 100, par rapport à la même période il y a un an.

En outre, Air Canada a lancé Zip, une nouvelle filiale à marge réduite. Zip entame ses opérations avec six avions et offrira des vols sur Vancouver, Edmonton, Calgary et Winnipeg. Éventuellement, elle prévoit étendre son territoire à l'ensemble du Canada. D'après Zip, sa mission consiste à réduire les coûts d'Air Canada sur ces itinéraires.

Entre-temps, WestJet a affiché un bénéfice de 23,1 millions de dollars pour le troisième trimestre de 2002, ce qui représente une augmentation de 77,3 p. 100 par rapport à la même période il y a un an. WestJet a attribué ces résultats impressionnants à la fois aux vols de plus longue durée qu'elle effectue maintenant et à son arrivée sur le marché de Toronto. Pour septembre, WestJet a déclaré que son volume de passagers-milles payants avait augmenté de 67 p. 100 par rapport à ce qu'il était il y a un an.

Transat A.T. Inc. a annoncé que ses revenus nets, pour le troisième trimestre qui a pris fin le 31 juillet 2001, ont atteint 6,3 millions de dollars, comparativement à 5,9 millions un an auparavant. Transat A.T. a déclaré que le volume de ses ventes est resté plus faible que prévu, mais a fait remarquer que le marché s'améliore.

Le tourisme progresse malgré des disparités

Selon le National Post, WestJet prend de l'expansion au rythme de 50 p. 100 par année et pourrait, en 2008, posséder jusqu'à 94 avions. À compter de janvier, la compagnie a l'intention d'accroître le nombre de vols sans escale qu'elle effectue pour un certain nombre de liaisons.

Jetsgo a annoncé deux nouveautés en octobre. L'entreprise a l'intention de doubler sa flotte en la portant à six appareils et de commencer à offrir ses premiers itinéraires transfrontaliers. Elle a également commencé à vendre deux places pour le prix d'une pour la période des fêtes de Noël – un événement sans précédent. Jetsgo précise que son coefficient de remplissage a atteint 62 p. 100 pour septembre. Il est impossible d'établir des comparaisons avec l'an dernier, car l'entrée en opération de Jetsgo est toute récente.

Conquest Vacations a annoncé en octobre qu'elle doublera au bas mot sa flotte d'avions, en partenariat avec Skyservice, l'entreprise à qui appartiennent les appareils. Conquest continuera à offrir à l'année longue un service quotidien vers plusieurs grandes villes canadiennes, tout en augmentant le nombre des envolées qu'elle offre vers les États-Unis et vers d'autres destinations soleil durant l'hiver.

Compagnies aériennes américaines

Les résultats du troisième trimestre ont encore été décevants pour les principaux transporteurs aériens des États-Unis. Pour certains, comme Northwest, les résultats comprennent une subvention après impôts qui leur a été octroyée par le gouvernement fédéral en vertu de la loi sur la stabilisation des compagnies aériennes. Dans l'ensemble, la faiblesse des résultats a été attribuée à des baisses dans le domaine des voyages d'affaires, à la hausse des frais de sécurité, des taxes et des assurances. America West a été la seule compagnie aérienne de premier plan à enregistrer une amélioration par rapport à l'an dernier. Elle y est parvenue en baissant et en simplifiant ses tarifs, en réduisant les périodes d'attente et en fauchant ses coûts.

Tableau 1. Revenus et pertes/bénéfices nets des compagnies aériennes

Compagnie aérienne	Revenus, T3 2002 par rapport à 2001 (variation en %)	Perte/bénéfice net T3 2002 (en \$US)	Perte/bénéfice net T3 2001 (en \$US)
Southwest Airlines	+ 4,2 %	+ 75 millions	+ 151 millions
Alaska Airlines	+ 5,5 %	+ 11 millions	+ 25 millions
AirTran Airways	+ 21,6 %	+ 1 million	- 11 millions
Midwest Express Airlines	- 4,8 %	- 9 millions	- 3 millions
America West Airlines	+ 6,0 %	- 31 millions	- 43 millions
Continental Airlines	- 3,0 %	- 37 millions	+ 3 millions
Northwest Airlines	- 1,2 %	- 46 millions	+ 19 millions
American Trans Air	- 1,3 %	- 61 millions	+ 0,001 million
Delta Air Lines	+ 0,6 %	- 326 millions	- 259 millions
American Airlines	- 7,0 %	- 924 millions	- 414 millions

Northwest a annoncé en octobre qu'elle fermerait des installations et déplacerait des emplois afin de réduire ses coûts. De son côté, American Airlines immobilisera temporairement 42 de ses appareils à compter du début de l'année prochaine. Pour sa part, la United Airlines a fait savoir qu'elle avait conclu avec quatre de ses cinq syndicats une entente qui lui permettra de réduire ses frais de main-d'œuvre sur une période de cinq ans. Elle mettra aussi à pied 1 250 employés. Delta a indiqué qu'elle mettra à pied 12 p. 100 de ses effectifs d'ici avril 2003, ce qui représente jusqu'à 8 000 emplois, y compris 1 500 agents de bord. Delta a aussi annoncé qu'elle entend économiser des millions de dollars par année en devenant la première compagnie aérienne des États-Unis à ouvrir un centre d'appel en Inde.

La United Airlines a fait, en octobre, une mise en garde selon laquelle un recours à la protection de la loi sur les faillites ne peut être exclu. Cependant, sa priorité absolue consiste toujours à mettre en œuvre un plan de restructuration hors tribunal de la faillite, en amorçant des pourparlers avec ses prêteurs, ses fournisseurs et autres partenaires. Entre-temps, la US Airways, présentement sous la protection de la loi sur les faillites, a annoncé en octobre qu'elle supprimera d'autres emplois en novembre, au fur et à mesure où elle réduira ses horaires de vols de 13 p. 100.

L'Association du transport aérien (Air Transport Association, ou ATA) a fait savoir que l'ensemble du trafic aérien a augmenté, en septembre, du moins par rapport à septembre 2001. Le volume de passagers-milles payants (PMP) a progressé de 26,7 p. 100. Cependant, par rapport à septembre 2000, période de comparaison sans doute plus appropriée, étant donné l'interruption totale du système en 2001, le volume de PMP a diminué de 12,8 p. 100. Les services de transport aérien n'ont toujours pas rattrapé les niveaux observés avant septembre 2001.

D'après l'ATA, les tarifs aériens moyens, en territoire américain, ont augmenté de 0,5 p. 100 en septembre, comparativement au même mois de l'année précédente, mais ils étaient toujours inférieurs de 17,8 p. 100 par rapport à septembre 2000. En outre, les tarifs moyens des vols internationaux étaient en hausse de 4,2 p. 100 par rapport à septembre 2001.

Pour contrôler leurs coûts, les grands transporteurs aériens apportent de petits ajustements à leurs politiques touchant les restrictions d'utilisation des billets. En octobre, la US Airways a laissé savoir que les clients qui achètent des billets non remboursables pourront prendre d'autres vols en utilisant de nouveaux coupons d'attente. Les nouveaux coupons coûteront 100 dollars américains (157 dollars canadiens) et seront utilisables pour un aller simple à la date de voyage qui avait été prévue à l'origine. Il s'agit de la troisième modification que US Airways apporte en six semaines à sa politique de mise en attente. La plupart des autres grands transporteurs américains continueront jusqu'au 1er janvier 2003 à permettre gratuitement aux détenteurs de billets non remboursables de se mettre en attente le jour même de leur départ. Après cette date, ces compagnies commenceront, elles aussi, à exiger 100 dollars américains (157 dollars canadiens) pour ce service.

Il est à souhaiter que l'accroissement des partenariats et des alliances entre grandes compagnies aériennes permettront de réduire encore les coûts. En octobre, United Airlines et US Airways ont annoncé qu'elles entameraient l'utilisation en commun de billets électroniques, qui permet aux passagers d'utiliser un seul billet électronique pour un itinéraire où les deux transporteurs entrent en jeu. United a déjà mis en place l'échange de billets électroniques intercompagnies avec Air Canada, American, Continental, Delta et Northwest Airlines. De leur côté, Delta, Continental et Northwest ont indiqué leur intention de former une alliance qui, à défaut d'une fusion, permettra par exemple de vendre des places sur les appareils des autres et aux passagers d'accumuler des milles de grands voyageurs avec l'une ou l'autre des compagnies; ces mesures ont pour objet de diversifier l'offre d'itinéraires sans investir d'importantes sommes supplémentaires.

La Business Travel Coalition a dévoilé des scénarios décrivant l'évolution possible de l'industrie américaine des transporteurs aériens d'ici décembre 2004. Le scénario le plus vraisemblable prévoit qu'un ou deux des principaux transporteurs feront faillite, que la reprise sera modérée non seulement dans l'économie en général, mais aussi dans le domaine des voyages d'affaires et que les coûts et la productivité des transporteurs aériens subiront des changements structurels.

Hôtels - Canada

L'industrie canadienne de l'hôtellerie se porte bien. En août, la croissance du revenu par chambre disponible (RCD), au Canada atlantique, était supérieure à celle de toutes les autres régions du Canada. Les établissements de luxe commencent aussi à reprendre du poil de la bête après avoir tiré de l'arrière par rapport aux autres catégories d'établissements. Le taux d'occupation, dans les établissements hôteliers du pays, s'est fixé à 70,6 p. 100 en septembre, ce qui représente une hausse de 6,1 p. 100 par rapport à l'an dernier.

Selon la maison Pannell Kerr Forster Consulting Inc. (PKF), le prix moyen d'une nuit dans un hôtel canadien a augmenté de 3,9 p. 100 en septembre, pour atteindre 121,92 dollars, comparativement à l'an dernier. Par contre, le RCD a augmenté de 10,2 p. 100, soit à 78,26 dollars. Sur le plan régional, le centre de villégiature de Whistler de même que l'Île-du-Prince-Édouard ont enregistré en septembre les gains les plus importants au chapitre du RCD.

À ce jour, trois grandes chaînes d'hôtels du Canada ont fait connaître leurs résultats pour le troisième trimestre. L'une d'entre elles, la chaîne Fairmont Hotels and Resorts, a indiqué qu'ordinairement, c'est au troisième trimestre que ses résultats sont les meilleurs. Durant cette période, son RCD a augmenté de 2,9 p. 100 par rapport à l'an dernier. La Legacy Hotels Real Estate Investment Trust a attribué ses résultats positifs à l'amélioration généralisée de son portefeuille, ainsi qu'à l'acquisition des Sheraton Suites Calgary Eau Claire. La chaîne d'hôtel Four Seasons a indiqué que ses résultats décevants étaient attribuables aux frais reliés à la baisse de valeur des actifs.

Tableau 2. Bénéfices

Compagnie	2001 (T 3)	2002 (T 3)
Fairmont Hotels and Resorts	54,4 millions \$US	74,2 millions \$US
Legacy Hotels REIT	31,0 millions \$CAN	37,5 millions \$CAN
Fours Seasons Hotel Inc.	12,3 millions \$ CAN	+ 32 millions \$ CAN

Hôtels - États-Unis

Malheureusement, l'industrie hôtelière est toujours dans un état lamentable, aux États-Unis. Le revenu par chambre disponible (RCD) est toujours pitoyable-surtout dans les hôtels aéroportuaires, qui subissent les contrecoups de la décroissance des compagnies aériennes. Pendant que les hôtels continuent à négocier avec les entreprises pour l'établissement des tarifs de 2003, il demeure impossible de prédire à quel moment l'industrie pourrait se rétablir, ce qui avantage les acheteurs. Pour leur part, les hôtels cherchent toujours à courtiser les groupes et à accentuer une tendance inhabituelle en vertu de laquelle les prix des chambres offertes aux groupes de gens d'affaires sont parfois parmi les plus élevés qu'exigent les établissements. Par contre, les voyageurs d'agrément ou les clients individuels se font souvent offrir des rabais avant même de l'avoir demandé.

Le Business Travel News a signalé que, cet automne, les acheteurs corporatifs demandent beaucoup plus souvent, dans leurs négociations avec les hôtels, d'obtenir des services supplémentaires, comparativement aux années précédentes. Derrière ce changement de priorité, ont remarqué le fait que les prix négociés pour 2003 devraient demeurer inchangés par rapport à 2002. Parmi les extras demandés figurent le service de navette gratuit, les appels locaux gratuits et le petit-déjeuner continental.

Le RCD a continué à baisser durant le troisième trimestre de 2002, par rapport à l'année précédente. Dans l'ensemble, les hôtels ont attribué ce résultat à la faiblesse de la demande d'hébergement, surtout dans le secteur des voyages d'affaires. Pour de nombreuses chaînes d'hôtels, cependant, les bénéfices nets étaient positifs, surtout en raison des réductions de coûts.

Tableau 3. Revenu par chambre disponible (RCD) et bénéfices nets

Chaîne d'hôtels	RCD, T3 2002 par rapport au T3 2001(en \$US)	Bénéfices nets, T3 2001(en \$US)	Bénéfices nets, T3 2002 (en \$US)
Marriott International, Inc.	- 6,8 %	101 millions	103 millions
Starwood Hotels and Resorts	- 2,7 % (Amérique du Nord)- 2,4 % (monde entier)	30 millions	52 millions
Hilton Hotels Corporation	+ 1,2 %	21 millions	48 millions
Prime Hospitality	- 7,1 %	5 millions	2,2 millions
Host Marriott Corporation (REIT)	- 9 %	- 7 millions	- 38 millions

Les activités de marketing des chaînes d'hôtels ont été étudiées par le Centre de recherche sur l'hospitalité de l'Université Cornell afin de déterminer les effets de la diminution ou de l'augmentation des budgets de marketing en période de crise. D'après cette étude, 70 p. 100 de tous les gestionnaires d'hôtels qui ont été interrogés avaient, dans une certaine mesure, réorienté leurs activités de vente et de marketing en réponse aux événements du 11 septembre 2001. En moyenne, les budgets de vente et de marketing ont été amputés de 8,6 p. 100 en 2001 par rapport à l'an 2000. Pendant cette période, les bénéfices totaux de ces établissements ont chuté de 19,7 p. 100. Or, dans les établissements qui avaient enrichi leurs budgets (de 4,3 p. 100 en moyenne), les bénéfices ont reculé de 11,9 p. 100.

Agents de voyages

Les agents de voyages font preuve d'un optimisme prudent-du moins selon l'indice de confiance des agents de voyages que le Travel Weekly a calculé aux États-Unis. Lorsqu'on leur a demandé de prédire l'évolution de l'industrie des voyages à intervalles réguliers au cours des 12 prochains mois, les agents ont déclaré qu'ils ne s'attendaient pas à grand chose à court terme, mais que la reprise devrait se manifester dans six à douze mois. Cet optimisme s'appuie sur la conviction que les voyages d'agrément, surtout les croisières et les forfaits intérieurs, se vendent bien.

En outre, les agents pensent que les réservations de chambres d'hôtel devraient connaître une recrudescence dans trois à six mois. Ils ont prédit que le nombre de voyages d'affaires ne commencera même pas à approcher les niveaux antérieurs au 11 septembre 2001 avant 12 mois ou plus (79 %). Le tiers des répondants croit que les réservations à bord d'avions commerciaux ne remonteront jamais aux niveaux enregistrés avant le 11 septembre.

Les responsables du Plan de règlement bancaire (BSP) de l'Association du transport aérien international (IATA), un système qui permet de faire le suivi des billets d'avion vendus par les agences de voyages canadiennes, ont indiqué que par rapport à l'an dernier, les prix des voyages en avion au Canada ou à l'étranger ont encore augmenté pour les Canadiens en septembre. Au cours du mois, le prix moyen des billets d'avion pour des destinations intérieures a augmenté de 13 p. 100 pour les voyageurs d'agrément et de 11 p. 100 pour les voyageurs d'affaires, par rapport à la même période il y a un an. Le prix des billets à destination des États-Unis a augmenté de façon moins prononcée (4 %), tandis que le prix des billets d'avion pour les voyages effectués outre-mer a baissé de 2 p. 100.

Aux États-Unis, la Airlines Reporting Corporation (ARC) a indiqué qu'en septembre, les ventes hebdomadaires moyennes par agence de voyages se sont améliorées de 50 p. 100 par rapport au même mois de l'an dernier, pour totaliser 39 567 dollars américains (62 038 dollars canadiens). Cependant, il convient de noter qu'en raison des répercussions du 11 septembre, les comparaisons annuelles sont difficiles à établir. En fait, les recettes totales qu'a relevées ARC pour les voyages effectués en septembre vers des destinations intérieures et étrangères ont augmenté respectivement de 46 p. 100 et de 16 p. 100 par rapport à septembre 2001.

D'après l'enquête menée en 2002 par le Travel Weekly auprès de l'industrie américaine du voyage, les agents de voyages réservent 90 p. 100 de toutes les croisières et 87 p. 100 des forfaits vacances, ce qui fait d'eux des intermédiaires indispensables et influents entre voyageurs et fournisseurs.

Réactions à l'étranger - Outre-mer

Royaume-Uni et Irlande

En septembre, les transporteurs à rabais ont facilement déclassé British Airways sur le plan des augmentations de coefficient de remplissage.

Tableau 4. Évolution du nombre de passagers (en pourcentage)

Transporteur	Entre sept. 2002 et sept. 2001
easyJet	+ 134 % (comprend l'acquisition de Go)
Ryanair	+ 33 %
bmi	+ 18 %
British Airways	+ 2,2 %

Chez British Airways, le trafic en classes supérieures s'est particulièrement bien comporté en septembre, affichant une augmentation de 18,1 p. 100 par rapport à septembre 2001. Toutefois, ce résultat est inférieur de 21 p. 100 à celui de septembre 2000, tandis que le nombre de passagers continue à baisser sur les parcours américains. Bmi a attribué sa forte croissance de septembre à l'abandon de sa structure de prix traditionnelle au profit d'une autre qui ressemble de plus près à celle de ses concurrents à bas prix.

Aer Lingus se met également à imiter les transporteurs à rabais. La compagnie a annoncé, pour sa classe affaires, des diminutions de prix pouvant atteindre jusqu'à 50 p. 100. En classe économique, elle a également adopté des réductions de prix pouvant aller jusqu'à 60 p. 100 et aboli les restrictions d'utilisation des billets.

L'exploitant d'aéroports britanniques BAA a signalé que le trafic aérien dans les aéroports du Royaume-Uni a rattrapé les niveaux observés en l'an 2000. En septembre, BAA a traité 8,1 p. 100 de passagers de plus qu'en septembre 2001 et s'est maintenu aux niveaux de septembre 2000. BAA impute cette augmentation à la concurrence féroce que se livrent transporteurs à rabais et transporteurs réguliers et qui a fait baisser le prix des billets et augmenter le nombre de voyages par avion. De tous les aéroports du Royaume-Uni, c'est celui de Stansted qui a enregistré la plus forte croissance au chapitre du trafic aérien.

Travelmole avait d'autres bonnes nouvelles à annoncer à l'industrie du transport aérien en indiquant que les compagnies aériennes ont très peu élargé leurs horaires transatlantiques de cet hiver, signe que l'industrie s'améliore. Les aéroports régionaux du Royaume-Uni subiront la majeure partie des quelques réductions qui ont été faites.

Selon l'Association de l'industrie américaine du voyage (TIA) et les voyageurs britanniques, la popularité du tourisme d'aventure est en plein essor chez les citoyens du Royaume-Uni. Par conséquent, l'expansion du marché du tourisme d'aventure s'est poursuivie au rythme de 10 à 15 p. 100 par année au cours des cinq dernières années. Par contre, la popularité des vacances classiques du genre soleil-mer-plage a progressé de 4 à 5 p. 100 seulement au cours de la même période.

D'après la TIA, la durée moyenne des voyages effectués à l'étranger par des Britanniques est de huit nuitées. De plus, les voyageurs sont satisfaits de la valeur des forfaits prépayés et 33 p. 100 d'entre eux les utilisent. Par ailleurs, un sondage sur les vacances effectué en 2002 par MORI pour le compte de l'Association des agents de voyages britanniques révèle que 6 p. 100 des consommateurs du Royaume-Uni qui ont réservé un forfait vacances au cours des 12 derniers mois ont effectué la transaction en ligne; il s'agit d'une augmentation par rapport au maigre pourcentage de 1 p. 100 observé il y a deux ans. La raison principale invoquée par ceux qui n'ont pas réservé en ligne était qu'ils avaient trouvé mieux ailleurs (19 %).

En Angleterre, l'industrie du tourisme s'interroge surtout sur les répercussions qu'aurait sur le secteur des vacances en famille le projet de modification du calendrier scolaire anglais. À l'heure actuelle, le gouvernement propose de diviser l'année en six tranches, avec congés de deux semaines en octobre et avril, et raccourcissement des vacances d'été. First Choice, un des principaux voyageurs du pays, pense que ce changement modifierait les dates, les destinations et la nature des réservations effectuées par les familles pour les vacances.

Une étude réalisée par American Express a révélé que si 9 p. 100 seulement des voyageurs d'affaires de plusieurs pays ont l'intention de voyager moins souvent en 2003, les répondants du Royaume-Uni se sont révélés légèrement moins confiants, car 15 p. 100 d'entre eux s'attendent à réduire leurs voyages d'affaires en 2003, par rapport à 2002. La BTA a annoncé que le Royaume-Uni est en tête de l'Europe au chapitre des réunions d'associations internationales, dépassant la France mais tirant toujours de l'arrière par rapport aux États-Unis.

France

Après avoir annoncé la privatisation d'Air France, le gouvernement français a déclaré en octobre qu'il retarderait la vente pour une période maximale d'un an. Les ministre des Finances, Francis Mer, a attribué ce report à la faiblesse des marchés boursiers, qui ferait baisser le prix de vente à un niveau très inférieur à la valeur réelle du transporteur aérien.

Air France a estimé qu'une grève de quatre jours déclenchée par les pilotes en septembre lui a fait perdre des revenus de 80 millions d'euros (123 millions de dollars canadiens). Cela n'a pas empêché Air France d'accroître son revenu par voyageur-kilomètre (RVK) de 4,8 p. 100 en septembre, par rapport à septembre 2001 et d'augmenter son trafic de 4,1 p. 100. Si cette grève n'avait pas eu lieu, Air France estime que son trafic aurait augmenté de 13,3 p. 100.

Pour l'hiver 2002-2003, la société Air France a annoncé qu'elle projetait de hausser sa capacité de 7,5 p. 100, ramenant le nombre de places au niveau qui avait été prévu à l'origine pour l'hiver dernier. Ces augmentations devraient se répercuter favorablement sur la capacité des vols vers le Canada et les États-Unis.

Air France a déclaré qu'elle suivait l'exemple d'autres grands transporteurs et qu'elle ne verserait plus de commissions de base pour les billets émis au Canada. Le transporteur a également ajouté de nouveaux tarifs hors pointe en classe affaires. Un rabais de 15 p. 100 sera offert aux voyageurs d'affaires qui voyageront entre 9 h et 16 h sur le réseau intérieur.

Allemagne

La Lufthansa a rapporté des bénéfices nets de 344 millions d'euros (545 millions de dollars canadiens) pour les neuf premiers mois de 2002, une hausse de 65 millions d'euros par rapport à la même période l'an dernier. Elle attribue ces résultats positifs à la réduction des coûts.

En septembre, le trafic passagers sur les vols de Lufthansa a progressé de 7,5 p. 100 par rapport à septembre 2001. Fraport AG, qui exploite l'aéroport de Francfort, a annoncé que le nombre de passagers était revenu aux niveaux de septembre 2000.

La Lufthansa a annoncé qu'elle prévoit augmenter ses activités hivernales de 13 p. 100, rétablissant ainsi la majeure partie des services qui avaient été retranchés l'hiver dernier. Le total sera légèrement inférieur au nombre de vols qui avaient été effectués en l'an 2000. La société s'attend aussi à créer plus de 3 000 emplois l'année prochaine.

La chasse aux passagers s'est intensifiée depuis qu'Air Berlin a annoncé, en septembre, le lancement d'un service de navette interurbain. Avec le lancement de ce nouveau service, sept compagnies aériennes se font maintenant concurrence dans le secteur des vols à rabais. Et en plus, la première compagnie ferroviaire du pays a annoncé des baisses de prix, dans l'espoir de faire revenir sur ses rails les passagers des transports aériens.

Eurowings, le transporteur à rabais de la société Lufthansa, a indiqué qu'elle avait vendu 50 000 billets pour ses deux premières semaines d'exploitation. Les dirigeants d'Eurowings s'attendent à ce que la compagnie atteigne le seuil de rentabilité vers la fin de 2003 ou au début de 2004.

Selon la revue allemande FVW, spécialiste des voyages et du tourisme, les réservations de forfaits trouvent facilement preneurs, pour la saison hivernale qui s'amorce. On dit que les régions de ski d'Europe de l'Est connaissent les plus grands succès de vente car elles sont relativement peu dispendieuses comparativement à d'autres régions convoitées comme l'Autriche. Les voyageurs signalent qu'il y a croissance dans le domaine des forfaits de ski assortis d'activités diverses comme les fêtes en soirée, l'alpinisme et la randonnée pédestre.

Italie

La société Alitalia a annoncé qu'elle avait subi une perte nette de 49 millions d'euros (75 millions de dollars canadiens) au cours des six premiers mois de 2002. Au cours de la même période, l'année précédente, elle avait accusé une perte de 260 millions d'euros (398 millions de dollars canadiens). Les porte-parole d'Alitalia ont déclaré que cette amélioration générale était imputable à l'efficacité du « Plan biennal » que la société a lancé pour 2002-2003, après les événements du 11 septembre, l'an dernier. Sur ses parcours intérieurs, Alitalia a réduit ses prix de 30 p. 100 en moyenne—mais seulement du 15 septembre au 15 décembre de cette année.

Air One a signalé que pour les neuf premiers mois de 2002, elle avait augmenté son trafic de 80,4 p. 100, par rapport à la même période il y a un an. La société Air One s'attend à dépasser la cible de 3,5 millions de passagers qu'elle s'était fixée pour l'année.

Pays-Bas

La société KLM a enregistré un bénéfice net de 87 millions d'euros (133 millions de dollars canadiens) pour le trimestre échu le 30 septembre, ce qui représente une hausse de 70 p. 100 par rapport à il y a un an. Ce résultat positif a été attribué aux réductions de coûts et de capacité. Pour le mois de septembre, KLM a indiqué que le nombre total de passagers a augmenté de 7 p. 100 par rapport à la même période, l'an dernier. Ses parcours les moins rentables sont ceux du centre et du sud de l'Atlantique.

KLM se prépare à regrouper ses transporteurs régionaux du Royaume-Uni et des Pays-Bas. Cette mesure pourrait réduire d'environ 20 p. 100 les frais généraux de la compagnie. Les deux entreprises régionales se regrouperont pour devenir un service d'apport pour leur société mère d'Amsterdam.

La société Buzz, le transporteur à rabais de KLM, a lancé une campagne publicitaire qui se poursuivra jusqu'en novembre. On y offre des places de stationnement gratuites situées plus près de l'aéroport de Stansted et l'accès au système Fast Track de l'aéroport. C'est la première fois que BAA, l'important exploitant d'aéroports du Royaume-Uni, collabore avec un transporteur à rabais. KLM a aussi annoncé qu'à compter du 1er novembre, Buzz allait devenir une entreprise indépendante au sein du groupe KLM.

Japon

Le phénomène des consolidations a atteint le Japon. La société Japan Airlines System Corp., un nouveau groupe composé de Japan Airlines et de Japan Air System, s'est inscrite officiellement à la Bourse de Tokyo et l'intégration des opérations a commencé. En intégrant ses opérations, la nouvelle entreprise espère accroître ses bénéfices et rivaliser avec la société All Nippon Airways (ANA) sur le marché intérieur. ANA n'en reste pas là, non plus. Elle a annoncé qu'elle avait signé une alliance avec le transporteur à rabais du Japon, Air Do.

La TIA (Association de l'industrie américaine du voyage) a signalé que les principaux grossistes japonais avaient fait état d'une augmentation de la demande de réservations, pour septembre et octobre. La hausse des réservations a été imputée en partie aux voyages qui avaient été remis à plus tard en raison des finales de la Coupe de monde.

La TIA a aussi indiqué qu'en 2001, les marchés éloignés ont souffert davantage que les marchés rapprochés, par rapport à l'année précédente. Durant cette période, le nombre d'arrivées japonaises aux États-Unis a fondu de 19 p. 100 tandis que le Canada a connu une baisse de 3 p. 100. Pour les voyages d'agrément effectués outre-mer, la TIA a indiqué que la visite d'attractions naturelles et de lieux panoramiques est l'activité que les Japonais préfèrent avant tout, suivie de près par le magasinage.

D'après un sondage réalisé par l'Office de tourisme du Japon (JTB Corp.), les touristes âgés aiment beaucoup se renseigner sur l'histoire, la nature et la culture de pays étrangers. En fait, pour plaire à ce marché de plus en plus important (le Japon compte un nombre record de personnes qui ont atteint l'âge de 100 ans et plus), la société JTB a annoncé qu'elle ouvrirait un point de vente au détail qui s'adresse exclusivement aux voyageurs d'âge moyen et avancé.

Corée

La Korean Airlines (KAL) a indiqué que le trafic a fortement repris en août, après le ralentissement de l'après-Coupe du monde, en juin, et qu'en fait, il a augmenté de 0,5 p. 100 par rapport au même mois, un an plus tôt. La croissance du trafic devait se maintenir pendant le mois de septembre. Pour le mois d'août, KAL a enregistré un bénéfice net de 48,6 milliards de won coréens (62 millions de dollars canadiens), en hausse par rapport au chiffre de 2,6 milliards de won (3,3 millions de dollars canadiens) enregistré un an auparavant. Compte tenu de son rendement élevé, de mois en mois et d'année en année, KAL prévoit atteindre un bénéfice d'exploitation de 310 milliards de won (395 milliards de dollars canadiens), cible qu'elle s'était fixée pour l'ensemble de l'année.

Cependant, la croissance n'aura pas lieu sur les parcours intérieurs, car Korean Airlines et son principal concurrent, Asiana Airlines, sont en train d'y réduire leurs activités, en raison des pertes de plus en plus lourdes occasionnées par les bas tarifs et la concurrence de plus en plus vive des nouvelles autoroutes. La Corée du Sud a effectivement mis de nouvelles autoroutes en service dans le but de décongestionner la circulation routière, surtout en zones côtières. Cependant, environ 70 p. 100 des revenus annuels des deux transporteurs aériens proviennent de leurs activités internationales.

D'après la TIA (Association de l'industrie américaine du voyage), les voyageurs asiatiques, y compris les Coréens du Sud, aiment encore les voyages à forfait. La TIA a aussi laissé savoir que les cartes de crédit ne sont pas aussi répandues chez les voyageurs asiatiques qu'elles le sont chez les Nord-Américains. Les défis que le Canada et les États-Unis doivent relever sur ce marché sont la sécurité, la morosité économique et le mûrissement du marché (qui se traduit par la popularité croissante de la diversification des destinations).

Hong Kong

La compagnie Cathay Pacific a dévoilé ses chiffres pour son trafic passagers du mois d'août, lequel a progressé de 10,9 p. 100 par rapport au mois d'août de l'an 2001. Les coefficients de remplissage sont également demeurés élevés. Cathay Pacific a attribué ces résultats à la forte demande dans le domaine des voyages d'agrément.

Chez Dragonair, le nombre de passagers s'est accru de 19 p. 100 en août, par rapport à la même période, un an plus tôt. La hausse de capacité et le premier mois complet d'exploitation de son itinéraire Hong Kong-Taïpei ont contribué à cette croissance.

La Commission australienne du tourisme (CAT) a rendu public une analyse du marché de Hong Kong. Les auteurs de ce document font remarquer que Hong Kong est un marché extrêmement compétitif pour les agents de voyages. En outre, les compagnies aériennes exercent une énorme influence non seulement sur les stratégies de prix des agences de voyages, mais aussi sur leurs activités de préparation d'itinéraires. La CAT prévoit également que les voyages de courte distance et à destination unique prendront le pas, à l'avenir, sur les voyages effectués à l'étranger vers des destinations éloignées. Les destinations se font surtout concurrence sur le plan des prix, les produits et les forfaits étant à peu près tous semblables.

Taiwan

En octobre, China Airlines a haussé de 56 p. 100 son objectif de profits avant impôts, qui devraient donc atteindre 2,2 milliards de dollars taiwanais (99 millions de dollars canadiens) en 2002. Cette modification a été faite parce que le transport de marchandises s'est révélé plus rentable que prévu. EVA Airways a aussi majoré de 37 p. 100 ses prévisions de profits avant impôts pour 2002, lesquelles passent ainsi à 1,41 milliard de dollars taiwanais (63,6 millions de dollars canadiens).

Pour le mois d'août, China Airlines a fait état d'un repli de 1,5 p. 100 de ses revenus d'exploitation. Par contre, EVA Airways a annoncé que ses revenus ont grimpé de 30 p. 100 par rapport au mois d'août 2001 parce que le transport de passagers et de marchandises s'améliore sur la liaison Taipei-Hong Kong.

China Airlines a annoncé que le gouvernement lui avait donné l'autorisation d'acheter 25 p. 100 de la société China Cargo, de Shanghai. C'est la première fois que les autorités taiwanaises permettent à l'une de leurs compagnies aériennes d'investir dans l'industrie de l'aéronautique de la République populaire de Chine. China Airlines a aussi annoncé en octobre qu'elle avait été réadmise au sein de l'Association du transport aérien

international (IATA), après une absence de 28 ans. China Airlines pense que l'adhésion à l'IATA facilitera l'apurement des comptes et l'attribution de créneaux entre China Airlines et d'autres compagnies aériennes qui sont membres de l'IATA. China Airlines est présentement le seul membre taiwanais de cette association.

Airwise News a annoncé qu'Air Canada a suspendu son service entre Taipei et Vancouver à compter du 27 octobre. Air Canada a déclaré que l'interruption de service prendra fin en mars mais que d'autres réductions pourraient avoir lieu à une date ultérieure.

La Commission australienne du tourisme (CAT) a rendu public une analyse du marché de Hong Kong dans laquelle elle précise que les voyages effectués sur de courtes distances, en Asie, devraient augmenter en popularité tant que la situation économique et politique demeure difficile à Taiwan. La CAT a constaté que la concurrence est féroce entre les destinations long-courriers, et que les promotions axées sur les prix dominent le marché.

Australie

En octobre, Qantas a annoncé qu'elle s'attend à garder le cap sur la rentabilité pour une autre année, les rendements et les coefficients de remplissage demeurant très favorables. Le PDG de la société, Geoff Dixon, a dit que les opérations internationales, intérieures et régionales de l'entreprise ont toutes bien performé durant le trimestre qui a pris fin le 30 septembre. Qantas continuera également à développer son transporteur à rabais, la Australian Airlines, dont le lancement a eu lieu en octobre.

La Commission australienne du tourisme a annoncé une nouvelle initiative, intitulée Vision One Million, qui a pour but de stimuler le tourisme en provenance du Japon. Cette initiative comprend la création d'un partenariat à long terme entre les chefs des plus importantes compagnies touristiques du Japon et l'industrie australienne du tourisme. Selon la CAT, c'est la première fois que d'importantes entreprises touristiques du Japon s'engagent à long terme pour promouvoir une seule destination.

Nouvelle-Zélande

La société Air New Zealand (ANZ) a annoncé que sa plus récente année financière (terminée le 30 juin) s'est mieux déroulée que prévu. L'ensemble des revenus pour l'exercice 2001-2002 a chuté de 9,5 p. 100, par rapport à l'année précédente, essentiellement à cause du repli de la demande touristique étrangère. La perte nette d'ANZ, déduction faite des éléments exceptionnels et des impôts, a atteint 319 millions de dollars néo-zélandais (244 millions de dollars canadiens). Pour l'exercice financier en cours, ANZ s'attend à réaliser des gains avant impôts de 200 millions de dollars néo-zélandais (152 millions de dollars canadiens).

ANZ lancera, en novembre de cette année, son transporteur intérieur à rabais, qu'elle a nommé Air New Zealand Express. ANZ pense qu'en utilisant Air New Zealand Express, sa clientèle d'affaires économisera en moyenne 18 p. 100 sur les voyages effectués en territoire néo-zélandais.

Retombées économiques

Amérique du Nord

En Amérique du Nord, le paysage économique est scindé en deux. Les entreprises demeurent prudentes, tandis que les consommateurs demeurent confiants. La glissade des marchés boursiers a découragé des entreprises qui avaient autrefois le vent dans les voiles. L'investissement des entreprises a ralenti, ou s'est carrément arrêté, au cours des 18 derniers mois, au Canada comme aux États-Unis, et la situation ne se rétablira pas de sitôt. L'incertitude au sujet de la guerre qui pourrait éclater d'un jour à l'autre en Iraq retarde toute reprise significative des dépenses d'investissement.

Toutefois, la confiance des consommateurs se maintient. Les taux d'intérêt et de chômage, qui atteignent des creux historiques, poussent les ventes de véhicules légers et de logements à des niveaux record, en Amérique du Nord. La croissance de l'emploi, au Canada, est aussi forte qu'elle l'était il y a neuf ans. En 2002, l'économie canadienne devrait se tenir en tête de l'Amérique du Nord, sa croissance atteignant 3,6 p. 100, comparativement à 2,5 p. 100 aux États-Unis et à 1,6 p. 100 au Mexique. En 2003, le Mexique prendra la relève, à la tête de ses partenaires de l'ALENA, grâce à une croissance de 4,2 p. 100, comparativement à des gains non négligeables de 3,7 p. 100 aux États-Unis et de 3,9 p. 100 au Canada.

Europe

La faiblesse généralisée des statistiques économiques diffusées pour l'été et le début de l'automne a confirmé que la reprise économique s'est enlisée en Euroland. La confiance des entreprises s'étirole dans la plupart des pays européens et les indicateurs avancés de l'OCDE, dans la zone euro, sont tous à la baisse. L'appréciation de la valeur de l'euro et la détérioration des perspectives mondiales ont nui aux ventes à l'exportation tandis que la demande intérieure a été touchée par la faiblesse des dépenses de consommation, qui, elles, ont été affectées par l'effritement de la richesse financière.

De son côté, l'économie du Royaume-Uni est saine, grâce aux solides gains enregistrés sur le plan des salaires réels. En 2003, la croissance réelle du PIB se rétablira, dans la foulée de la reprise aux États-Unis, le plus important partenaire commercial du Royaume-Uni. Dans ce pays, la politique monétaire demeurera conciliante et ce facteur devrait favoriser les dépenses de consommation en 2003.

Cette année, l'économie française a été affligée par les mêmes maux qui ont tourmenté presque tous les pays d'Europe, à savoir la faiblesse de la confiance des consommateurs et des entreprises, ainsi que le déclin des dépenses d'investissement. Les récents replis de la valeur de l'euro et de la confiance des entreprises laissent présager que les entreprises n'accéléreront vraisemblablement pas de sitôt leurs dépenses ou leurs activités de recrutement.

L'économie allemande a été frappée par une baisse de confiance chez les entreprises, par la mauvaise tenue du marché du travail et par la faiblesse de la reprise mondiale. Les inondations survenues au mois d'août n'ont pas aidé les choses, non plus. Cette année, l'Allemagne pourra se compter chanceuse si la croissance de son PIB réel parvient à atteindre 0,5 p. 100.

Asie-Pacifique

La Corée du Sud, la Chine et Taïwan seront les champions de la croissance de la production en Asie. Après une accalmie en 2001, l'économie de Hong Kong s'anime de nouveau et devrait se rétablir complètement en 2003. L'incertitude politique pèsera lourd sur les économies déjà chancelantes des Philippines et de l'Indonésie.

Une lueur d'espoir pointe à l'horizon, au Japon. Il semble que le gouvernement entend faire quelque chose pour redresser le système financier de ce pays, qui se détériore depuis maintenant dix ans. La Banque du Japon a récemment annoncé qu'elle achètera des actions directement auprès des banques japonaises en difficulté. En l'absence d'une forte reprise de l'activité économique mondiale, l'économie chancelante du Japon et la force de sa devise laissent entrevoir une recrudescence des pressions déflationnistes, non seulement pour le reste de cette année, mais aussi pour 2003.

Possibilités

Dans la plus récente enquête que l'Institut canadien de recherche sur le tourisme a menée sur les intentions de voyager pendant l'hiver 2002, on constate avec étonnement que 74 p. 100 des voyageurs potentiels vont probablement ou très probablement effectuer quand même leur voyage d'hiver si la guerre éclate en Iraq. Mais l'enquête précise aussi que 26 p. 100 des répondants renonceront probablement à leur voyage. L'an dernier, après le 11 septembre, les craintes relatives à la sécurité ont eu un impact plus grand sur les voyages effectués à l'étranger que sur les voyages effectués au pays. En fait, un grand nombre de Canadiens qui avaient l'intention de voyager à l'étranger ont modifié leurs plans et se sont rabattus sur des destinations canadiennes parce qu'ils s'inquiétaient de leur sécurité. À court terme, les fournisseurs pourraient décider qu'il est plus prudent, pour réduire les risques, de miser, encore une fois, sur le marché intérieur des voyages, même si les tensions politiques s'accroissent.

L'Association japonaise des agents de voyages a dévoilé les résultats d'une étude comparative préparée à l'intention des fournisseurs qui s'intéressent, à moyen terme, au marché des citoyens japonais d'âge mûr. Cette enquête sur les voyages effectués par la « prochaine génération » d'aînés (*Travel by Next-Generation Senior Citizens*), a permis d'étudier les caractéristiques auxquelles les voyageurs japonais de 50 à 59 ans attachent de l'importance. Selon l'enquête, cette catégorie de citoyens voyagera plus souvent et deviendra une clientèle plus importante pour les agents de voyage. Dans l'ensemble, ces voyageurs entendent dépenser beaucoup d'argent pour s'offrir des circuits thématiques, tout en économisant pour les voyages ordinaires. En outre, la plupart des aînés de la prochaine génération ont l'intention de voyager avec leur conjoint. Ils choisiront fort probablement le Canada ou l'Océanie s'ils souhaitent vivre une expérience d'écotourisme ou axée sur la nature.

Les recherches effectuées par l'Association de l'industrie américaine du voyage (TIA) donnent à penser que les Japonais ont un faible pour les forfaits et que les femmes et les voyageurs plus âgés seront les plus disposés à choisir un voyage à forfait. Pour tous les voyageurs, les facteurs déterminants qui les amèneront à choisir une destination plutôt qu'une autre sont le rapport qualité-prix, les paysages exceptionnels, le plaisir, le divertissement, le magasinage, la découverte d'endroits jamais visités et la possibilité d'enrichir leurs connaissances. Les fournisseurs qui prépareront leurs forfaits et orienteront leurs activités en fonction de ces facteurs s'assureront que leurs produits sont compétitifs.

Aux États-Unis, les voyages d'agrément sont sur le point de tenir une fois de plus le flambeau de la reprise du secteur du tourisme. Les travaux de recherche effectués par la TIA révèlent que les Américains souhaitent renouer avec la famille, leur patrimoine ou la nature. Le temps dont disposent les Américains pour voyager devrait augmenter, car, pour la première fois depuis que la maison de sondages Harris a commencé à poser la question, il y a près de 30 ans, le nombre d'heures de travail a diminué considérablement. De 1973 à 1980, le nombre d'heures de travail est passé de 41 à 47 par semaine. En 1994, le nombre d'heures de travail a grimpé à 51, avant de reculer à 50 en 1998. Ce nombre est demeuré inchangé jusqu'à cet année, quand il est retombé à 47.

Résumé

Pendant que l'industrie du tourisme s'achemine vers la reprise, des mutations profondes touchent les transporteurs aériens, particulièrement aux États-Unis. À l'heure actuelle, il semble que le modèle d'exploitation le plus intéressant, pour les compagnies aériennes, comprend des voyages à prix modique sous une forme ou une autre. Handicapés par leur taille et leur manque de souplesse, beaucoup de grands transporteurs aériens envisagent la consolidation pour éviter la faillite. Pour nombre d'entre eux, il semble que les avantages de la consolidation l'emportent sur les coûts éventuels. Pendant que l'industrie penche de plus en plus vers la consolidation, on s'entend généralement pour dire que les transporteurs à faibles coûts joueront un rôle plus important.

Alors que la reprise de l'industrie canadienne du tourisme continue de dépasser celle des États-Unis, certaines disparités au sein de l'industrie demeurent inquiétantes. Ces disparités ne sont pas de bon augure pour l'industrie parce qu'elles font en sorte que la reprise n'est pas aussi forte qu'elle pourrait l'être. Les incertitudes sur le plan politique n'aident pas non plus. Selon l'enquête de l'Institut canadien de recherche sur le tourisme sur les intentions de voyager pendant l'hiver 2002, 26 p. 100 des voyageurs potentiels ont indiqué qu'ils renonceraient probablement à leur voyage si la guerre éclate en Iraq.

L'an dernier, après le 11 septembre, les craintes relatives à la sécurité ont eu un impact plus grand sur les voyages effectués à l'étranger que sur les voyages effectués au pays. Même si les tensions politiques s'accroissent, les fournisseurs pourraient décider qu'il est plus prudent, pour réduire les risques, de miser, encore une fois, sur le marché intérieur des voyages. Par ailleurs, étant donné que les Américains considèrent le Canada comme une destination sûre, les pronostics concernant les voyages en provenance des États-Unis devraient être assez bonnes.

Pour de plus amples renseignements sur la recherche, veuillez
consulter www.canadatourisme.com