

Une généreuse nature



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme Numéro 16 : Août 2003

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 juillet 2003.

L'industrie redécouvre le marché intérieur

Sommaire

- Presque deux ans après les attentats terroristes du 11 septembre 2001, l'industrie du tourisme se demande toujours si les conditions reviendront jamais à la normale et si les habitudes de voyage traditionnelles se rétabliront. Entre-temps, les fournisseurs prudents consacrent une plus grande part de leur énergie à leurs processus internes et à la solidité de leur entreprise de sorte à contenir les coûts en attendant la reprise de la demande.
- Tandis que les transporteurs aériens à bas prix tels que Southwest et WestJet continuent de prendre de l'expansion, les grands transporteurs réguliers continuent d'appliquer des mesures de restriction. Ainsi, alors que les transporteurs à bas prix bonifient les services offerts en vol, de nombreux grands transporteurs réduisent leurs services gratuits. Par conséquent, de plus en plus de passagers se posent des questions sur la valeur reçue en contrepartie des tarifs plus élevés. Malheureusement, dans bien des cas, les tarifs plus élevés sont nécessaires en raison de frais d'exploitation non compétitifs.
- Heureusement, le succès d'une entreprise ne dépend pas toujours du fait d'offrir le prix le plus bas. Le succès repose toujours sur le rapport qualité-prix.

Nouvelles tendances et questions d'actualité - Tirer le meilleur parti possible du marché intérieur

- Le marché intérieur continue d'être la plus grande source de clientèle de l'industrie canadienne du tourisme, ce qui devient encore plus évident dans le contexte actuel. Les voyageurs continuant de s'inquiéter des événements mondiaux et de leur portefeuille, les bonnes affaires de dernière minute pour les destinations proches de chez soi sont ce qui stimule les voyages cet été. De fait, partout au monde, de plus en plus de voyageurs suivent les mêmes tendances et hésitent à s'aventurer à l'étranger. Depuis des années, les détaillants et les forfaitistes consacrent graduellement plus d'attention à la commercialisation de produits touristiques canadiens; les promotions de cet été traduisent toutefois un effort plus intense que jamais.

À lire

Sommaire	1
Vue d'ensemble	4
Nouvelles tendances et questions d'actualité	4
Consommateurs	6
Fournisseurs de voyages	7
Situation internationale	11
Aperçu économique	16
Possibilités	17
Résumé	18



L'industrie redécouvre le marché intérieur

- Divers offices du tourisme ont également redoublé d'efforts en vue de stimuler les voyages intérieurs cet été. Parmi de nombreux exemples, la Commission canadienne du tourisme (CCT) a lancé la campagne « Cet été, je passe mes vacances ici, au Canada » où une série d'annonces à la télévision et dans les médias imprimés encouragent les Canadiens à explorer leur pays. Miser sur le marché intérieur est important pour connaître une saison touristique réussie cet été au Canada, et en choisissant les moyens les plus judicieux pour le faire, l'industrie du tourisme s'assurera une croissance plus permanente dans ce secteur.

Vue d'ensemble du marché des consommateurs (voyageurs)

- Comme les inquiétudes envers l'économie affaiblie persistent, la santé financière des entreprises demeure un facteur de premier plan pour déterminer à quel moment les dépenses consacrées aux voyages d'affaires augmenteront. Selon un sondage réalisé récemment par la National Business Travel Association aux États-Unis, 74 p. 100 des gestionnaires des voyages au sein des entreprises estiment que la santé financière est essentielle à la reprise des voyages d'affaires. Heureusement, selon la plus récente enquête sur la confiance des entreprises réalisée par le Conference Board Inc. des États-Unis, les grands dirigeants d'entreprises américains sont maintenant plus optimistes quant à la conjoncture économique et aux bénéfices des entreprises. Cependant, le contraire semble se produire au Canada. L'indice de confiance des entreprises du Conference Board du Canada a perdu 20 points au second trimestre de 2003 - la plus forte diminution depuis les attentats terroristes de septembre 2001.
- Les intentions de voyage des Canadiens cet été continuent de paraître prometteuses, selon la plus récente enquête sur les intentions de voyage réalisée par le Conference Board du Canada. Sur 2 000 Canadiens interviewés en juin, 62 p. 100 indiquaient qu'ils prendraient assurément ou probablement des vacances d'été entre juin et septembre. Parmi les répondants prévoyant voyager cet été, 77 p. 100 ont l'intention de choisir une destination canadienne, tandis que 11 p. 100 prévoient prendre leurs vacances aux États-Unis. L'appréciation du dollar canadien (par rapport au dollar américain) entraîne un certain déplacement des intentions de voyage vers le sud de la frontière, mais il semble que ce soit la plupart du temps aux dépens d'autres destinations internationales. Malheureusement, les intentions de voyage des Américains semblent s'affaiblir malgré les perspectives économiques plus prometteuses. Selon l'enquête sur la confiance des consommateurs du Conference Board Inc. des États-Unis, les intentions de voyage des Américains ont diminué à 41,2 p. 100 en juin, 3,3 points de moins qu'en juin 2002.

Vue d'ensemble de la situation des fournisseurs de voyages

- Bien que les inquiétudes découlant du SRAS et de la guerre en Iraq s'atténuent et que le trafic passagers ait continué à remonter en juin, les tarifs réduits proposés par les transporteurs à bas prix continuent de nuire au rétablissement financier de l'industrie américaine du transport aérien.
- Selon le système du Plan de règlement bancaire (BSP) de l'IATA, le prix moyen des vols intérieurs a diminué de 13 p. 100 en juin par rapport à un an plus tôt. Il indique en outre que le prix moyen des vols internationaux vers les destinations tant aux États-Unis qu'ailleurs a diminué de 10 p. 100. L'Air Transport Association (ATA) signale qu'aux États-Unis, le tarif moyen des vols intérieurs a diminué de 1,6 p. 100 en juin par rapport à l'an dernier.
- Selon un récent rapport de KPMG, la baisse des dépenses touristiques à Toronto s'est élevée à 260,6 millions de dollars entre le 2 mars et le 21 juin de cette année, soit 31,8 p. 100 par rapport à la même période en 2002. Le secteur qui a essuyé la plus forte perte est celui de l'hébergement, où les dépenses ont chuté de 98 millions de dollars par rapport à 2002. KPMG signale de plus que les réservations pour les mois habituellement orientés vers les voyages d'agrément paraissent encore faibles.
- Les revenus des hôtels américains ont augmenté au cours de la dernière semaine de juin, terminant le deuxième trimestre de 2003 sur une note positive. Marriott International Inc. a rapporté au deuxième trimestre des bénéfices de 126 millions \$US (177 millions \$CA). La chaîne a indiqué qu'en améliorant la productivité et en appliquant un plan d'action précis pour chaque hôtel, elle a réussi à protéger sa rentabilité malgré la faible demande mondiale d'hébergement.

Aperçu économique

- Selon les prévisions, l'économie canadienne traversera une période difficile au cours des mois d'été. La croissance économique réelle diminuerait considérablement, à moins de 1 p. 100 (annualisé) en moyenne aux deux trimestres du milieu de l'année. Heureusement, la relance de la croissance américaine et l'adoption de nouvelles politiques monétaires visant à stimuler l'économie devraient permettre au Canada de sortir de l'ornière d'ici le dernier trimestre de l'année et de connaître une croissance convenable en 2004. La nervosité qui a assailli l'économie américaine depuis le 11 septembre 2001 n'a pas été atténuée par la guerre en Iraq et la spéculation qui l'avait précédée. Bien que le succès remporté en Iraq ait immédiatement rehaussé la confiance, l'économie a tardé à réagir. Il semble toutefois que la reprise tant attendue soit en train de se préparer.
- Malheureusement, on prévoit une faible croissance économique en Europe cette année, et à peine une légère augmentation l'an prochain. En revanche, le pire pourrait être passé pour l'économie allemande. Les nombreuses pertes d'emplois des deux dernières années facilitent la tâche du gouvernement pour ce qui est de réformer le marché du travail et de réduire les impôts. Les réformes ont permis de réduire le chômage en avril et mai. Au Royaume-Uni, l'économie connaît des résultats relativement moins favorables qu'au cours des dernières années et dans l'ensemble, la confiance des consommateurs continue de régresser.
- La propagation rapide du SRAS en Asie a lourdement taxé les perspectives de croissance de la région pour 2003. Heureusement, l'impact du SRAS s'est surtout fait sentir au second trimestre de cette année et l'activité économique devrait reprendre au deuxième semestre de 2003, suivant la reprise de la demande américaine pour les exportations électroniques de cette région. Il faut espérer que la conjoncture économique s'améliorera bientôt au Japon. Selon une récente enquête d'AC Nielsen (en juin), les Japonais continuent de consacrer des dépenses à des éléments non essentiels tels que voitures, biens immobiliers, actions boursières et appareils électriques dispendieux.

Possibilités

- L'indice de confiance des voyageurs de la Travel Industry Association of America (TIA) indiquait récemment que la confiance à l'égard de la sécurité des voyages a atteint un niveau record. C'est là une bonne nouvelle pour l'industrie du transport aérien, qui a énormément souffert depuis les attentats terroristes du 11 septembre 2001. La TIA a signalé qu'au second trimestre, l'indice de la sécurité des voyages s'élevait à 128,3, en hausse de 28 p. 100 par rapport au quatrième trimestre de 2001, lorsque la TIA a commencé à le mesurer. La plus récente enquête sur les intentions de voyage menée par le Conference Board du Canada a également révélé que les Canadiens se sentent plus à l'aise de prendre l'avion. En particulier, l'enquête indique que 21 p. 100 des Canadiens prévoient voyager par avion à l'occasion de leurs vacances d'hiver au pays cette année, contre seulement 10 p. 100 l'an dernier.
- Une nouvelle étude réalisée par la TIA et le Smithsonian Magazine démontre que les voyageurs américains s'intéressent davantage aux activités liées à la culture, aux arts, à l'histoire et au patrimoine. Les résultats, figurant dans l'édition 2003 de la publication de la TIA Historic/Cultural Traveller, indiquent que 81 p. 100 des adultes américains qui ont voyagé l'an dernier (c'est-à-dire 118 millions de personnes) avaient prévu des activités historiques ou culturelles dans leurs vacances, une hausse de 13 p. 100 par rapport à 1996. Ces voyageurs dépensent également davantage pour des voyages axés sur l'histoire ou la culture que pour des vacances ordinaires aux États-Unis (623 \$US par rapport à 457 \$US, sans compter les frais de transport).

Vue d'ensemble

À l'approche du deuxième anniversaire des attentats terroristes du 11 septembre 2001, l'industrie du tourisme se demande encore si les conditions reviendront jamais à la normale et si les habitudes de voyage traditionnelles se rétabliront. Entre-temps, les fournisseurs prudents consacrent une plus grande part de leur énergie à leurs processus internes et à la solidité de leur entreprise en attendant la reprise de la demande à l'échelle internationale.

Tandis que les transporteurs aériens à bas prix tels que Southwest et WestJet continuent de prendre de l'expansion, les grands transporteurs réguliers continuent d'appliquer des mesures de restriction - cherchant désespérément à établir un modèle d'entreprise efficace en procédant de façon aléatoire plutôt qu'en suivant une démarche graduelle. Et alors que les transporteurs à bas prix bonifient les services offerts en vol, de nombreux grands transporteurs réduisent leurs services gratuits. Par conséquent, de plus en plus de passagers se posent des questions sur la valeur reçue en contrepartie des tarifs plus élevés. Malheureusement, dans bien des cas, les tarifs plus élevés sont nécessaires en raison de frais d'exploitation non compétitifs.

Il reste que le succès d'un modèle d'entreprise ne dépend pas toujours du fait d'offrir le prix le plus bas. Par exemple, Southwest Airlines offre moins de services et un prix considérablement inférieur, mais Midwest propose davantage de services à environ le même prix que les transporteurs réguliers. Les deux modèles peuvent être considérés comme des succès, même si Midwest dépense en moyenne 10 \$ par passager pour les repas, contre 0,20 \$ chez Southwest. Ainsi, le prix le plus bas ne signifie pas nécessairement que le client fait la meilleure affaire.

La lenteur de la reprise sur le marché international du voyage éprouvera sans doute de nouveau l'efficacité opérationnelle des fournisseurs touristiques canadiens cet été. Les exploitants ont certes intérêt à continuer de raffiner leurs stratégies internes, mais adopter des mesures innovatrices tirant parti du marché intérieur tout proche pourrait aussi leur être profitable. En plus de combler le vide cet été, ils s'assureront ainsi des sources de clientèle à plus long terme.

Nouvelles tendances et questions d'actualité

Tirer le meilleur parti possible du marché intérieur

Le marché intérieur continue d'être la plus grande source de clientèle de l'industrie canadienne du tourisme, ce qui devient encore plus évident dans le contexte actuel. Les voyageurs continuant de s'inquiéter des événements mondiaux et de leur portefeuille, les bonnes affaires de dernière minute pour les destinations proches de chez soi sont ce qui stimule les voyages cet été. De fait, partout au monde, de plus en plus de voyageurs suivent les mêmes tendances et hésitent à s'aventurer à l'étranger. Miser sur le marché intérieur est vraisemblablement le seul moyen de connaître une saison touristique réussie cet été au Canada; l'industrie du tourisme a certainement tout à gagner de découvrir la meilleure façon d'exploiter ce marché et ainsi d'assurer une croissance plus permanente dans ce secteur.

Les intentions de voyage à l'été demeurent à un excellent niveau

En juin, l'enquête sur les intentions de voyage du Conference Board a permis de constater que le nombre de Canadiens susceptibles de prendre cet été des vacances à au moins 80 km de leur domicile demeurerait à 62,4 p. 100, le même niveau qu'en mars 2003. Cependant, l'enquête de juin indique que davantage de voyageurs choisiraient des destinations de vacances au Canada ou aux États-Unis que ce n'était le cas dans l'enquête de mars (hausse de 1,4 et 0,8 points respectivement).

Intentions de vacances à l'été (mai à septembre) - (pourcentage)

	2003 (enquête de juin 2003)	2003 (enquête de mars 2003)	2002 (enquête de mars 2002)
Vacances prévues	62,4	62,4	61,2
Canada	48,1	46,7	43,7
États-Unis	7,2	6,4	8,6
Autre destination internationale	6,2	8,1	7,4
NSP / Pas de réponse	0,9	1,2	1,5

Source : le Conference Board du Canada

Dans la foulée de la guerre en Iraq et de la dévastatrice propagation du SRAS, il est encourageant de constater que les intentions de voyage à l'été se maintiennent. En revanche, il n'est guère surprenant que les intentions de voyage vers des destinations internationales aient diminué en faveur de destinations canadiennes et américaines. Les préoccupations économiques croissantes convainquent certains voyageurs de demeurer près de chez eux, tandis qu'un taux de change plus favorable par rapport au dollar américain en incite certainement d'autres à voyager au sud de la frontière.

Vendre le Canada - Ce qui est efficace et ce qui ne l'est pas

La solidité apparente des intentions de voyage présente à l'industrie du tourisme une excellente occasion de déterminer quels arguments de vente sont efficaces ou non pour convaincre les Canadiens de voyager dans leur propre pays cet été. Depuis des années, les détaillants et les forfaitistes consacrent graduellement plus d'attention à la commercialisation de produits touristiques canadiens; les promotions de cet été traduisent toutefois un effort plus intense que jamais. Par exemple, Conquest Vacations fait équipe avec Brewster, Ultimate Golf Vacations, White Point Vacations et Atlantic Gray Line pour offrir des forfaits d'été sur le thème « découvrez le Canada ». Un autre voyageur, Horizon Holidays, offre aux agents de voyages une forte commission à la vente de ses forfaits axés sur la découverte du patrimoine maritime, visant des destinations touristiques dans toute la région atlantique.

Divers offices du tourisme ont également redoublé d'efforts en vue de stimuler les voyages intérieurs cet été. La Commission canadienne du tourisme (CCT) a lancé la campagne « Cet été, je passe mes vacances ici, au Canada » où une série d'annonces à la télévision et dans les médias imprimés encouragent les Canadiens à explorer leur pays. Tourisme Île-du-Prince-Édouard a récemment lancé sa promotion « Venez nous voir à l'Île » pour stimuler les voyages dans la province; elle incite les résidents à communiquer par téléphone ou par courriel avec des parents et amis d'autres régions du Canada pour les inviter. La promotion, qui vise les voyageurs se décidant à la dernière minute, offre tant aux résidents qu'aux visiteurs la possibilité de remporter des prix chaque fois qu'une réponse est suscitée.

Compte tenu du nombre croissant de forfaits et d'initiatives de marketing visant le marché intérieur et de la tendance au choix de destinations canadiennes, il semblerait que pour l'industrie du tourisme, le moment est bien choisi pour déterminer quelles approches sont efficaces pour tirer parti du marché intérieur. Quels sont les caractéristiques ou produits particuliers du tourisme au Canada qui ont le plus fort potentiel en vue de développer le marché intérieur? Quels sont les clés du succès pour commercialiser les voyages intérieurs à l'avenir? En se concentrant sur l'occasion qui se présente, l'industrie canadienne du tourisme peut cerner les éléments aptes à séduire son important marché canadien, aujourd'hui et dans l'avenir.

Vue d'ensemble du marché des consommateurs - Canada et États-Unis

Voyageurs d'affaires

Comme les inquiétudes envers l'économie affaiblie persistent, la santé financière des entreprises demeure un facteur de premier plan pour déterminer à quel moment les dépenses consacrées aux voyages d'affaires augmenteront. Selon un sondage réalisé récemment par la National Business Travel Association aux États-Unis, 74 p. 100 des gestionnaires des voyages au sein des entreprises estiment que la santé financière est essentielle à la reprise des voyages d'affaires. Environ 58 p. 100 ont fait état d'une diminution des dépenses de voyage cet année par rapport à 2002. En revanche, 40 p. 100 des répondants prévoyaient utiliser davantage de chambres d'hôtel en 2003 qu'en 2002, tandis que 30 p. 100 indiquaient qu'ils en réserveraient à peu près autant.

Par ailleurs, les répondants ont signalé que leurs entreprises avaient adopté des politiques plus restrictives envers les voyages, en vue de réduire les dépenses. Environ 44 p. 100 des entreprises exigent que leurs cadres supérieurs voyagent en classe touriste, 73 p. 100 utilisent des transporteurs aériens à bas prix et 78 p. 100 choisissent des hôtels de milieu de gamme plutôt que des établissements de luxe.

Cependant, selon la plus récente enquête sur la confiance des entreprises réalisée par le Conference Board Inc. des États-Unis, les grands dirigeants d'entreprises américains sont maintenant plus optimistes quant à la conjoncture économique et aux bénéfices des entreprises. L'indice de confiance des entreprises du Conference Board est passé de 53 au premier trimestre de 2003 à 60 au deuxième (un indice supérieur à 50 indique un sentiment plus positif que négatif). L'évaluation que font les répondants de la conjoncture actuelle s'est également améliorée considérablement depuis le premier trimestre, augmentant de 15 points à 55. L'indice des répondants prévoyant de meilleures perspectives pour le prochain semestre est passé à 66 au lieu de 60.

Tandis que l'optimisme continue d'augmenter en ce qui concerne l'économie américaine, le contraire se produit au Canada. Au second trimestre de 2003, l'indice de confiance des entreprises du Conference Board du Canada a chuté au plus bas niveau depuis le troisième trimestre de 2001; il a perdu 20 points - la plus forte diminution depuis les attentats terroristes de septembre 2001. Il semble que le pessimisme envers les perspectives économiques du Canada ait augmenté, le nombre de cadres supérieurs prévoyant une détérioration de l'économie ayant grimpé à 35 p. 100, 9,4 points de pourcentage de plus qu'au trimestre précédent.

Voyageurs d'agrément

Les intentions de voyage au pays cet été continuent de paraître prometteuses, selon la plus récente enquête sur les intentions de voyage réalisée par le Conference Board du Canada. Sur 2 000 Canadiens interviewés en juin, 62 p. 100 indiquaient qu'ils prendraient assurément ou probablement des vacances d'été entre le 18 juin et le 30 septembre 2003, en comparaison des 58 p. 100 de l'enquête précédente, en mai. Parmi les répondants prévoyant voyager cet été, 77 p. 100 avaient l'intention de choisir une destination canadienne, tandis que 11 p. 100 prévoyaient prendre leurs vacances aux États-Unis. L'appréciation du dollar canadien (par rapport au dollar américain) entraîne un certain déplacement des intentions de voyage vers le sud de la frontière, mais il semble que ce soit la plupart du temps aux dépens d'autres destinations internationales. Les deux principales raisons de ne pas voyager cet été sont les coûts des voyages (dans 41 % des cas) et les préoccupations envers l'économie et le marché du travail (38 %).

Parmi les voyageurs demeurant au Canada, 79 p. 100 ont l'intention de voyager en auto, et 10 p. 100, par avion. La majorité de ces voyageurs (54 %) signalent que le taux de change n'a eu aucun effet sur leur décision de demeurer au Canada. Il reste que 22 p. 100 ont indiqué que le taux de change avait influencé, dans certains cas considérablement, leur décision. Parmi les voyageurs prévoyant prendre des vacances aux États-Unis, 23 p. 100 ont signalé que leur décision avait été influencée par le taux de change favorable, contre 27 p. 100 soutenant que le taux de change n'avait joué aucun rôle.

La tendance en faveur des vacances au pays était évidente au Stampede de Calgary cette année : on n'y a constaté qu'une réduction minime dans l'assistance, par rapport à l'an dernier. La manifestation qui dure 10 jours, au début de juillet, a attiré 1 159 495 spectateurs, contre 1 164 933 l'an dernier. Tourism Calgary estime que le nombre de visiteurs internationaux au Stampede a diminué de 5 à 8 p. 100 par rapport à l'an dernier, mais ce recul a été plus que compensé par les visiteurs canadiens.

Bien que les perspectives économiques s'améliorent aux États-Unis, les intentions de voyage des Américains semblent s'affaiblir - surtout à l'égard des destinations étrangères. Selon l'enquête sur la confiance des consommateurs du Conference Board Inc. des États-Unis, les intentions de voyage ont diminué depuis octobre 2002, lorsque 47,3 p. 100 des répondants avaient indiqué qu'ils prendraient des vacances dans les six prochains mois. En juin 2003, seulement 41,2 p. 100 avaient l'intention de voyager. Les résultats de l'enquête de juin 2003 indiquent également que 35,8 p. 100 des répondants ont l'intention de voyager aux États-Unis et seulement 7,2 p. 100, à l'étranger.

Vue d'ensemble de la situation des fournisseurs de voyages - Canada et États-Unis

Transporteurs aériens - Canada

En juin, Air Canada a enregistré 3,28 milliards de passagers-milles payants (PMP), 17,5 p. 100 de moins qu'en juin 2002. En même temps, sa capacité a diminué de 17,3 p. 100, à 4,28 milliards de sièges-milles offerts, de sorte que son coefficient de remplissage a diminué à 76,7 p. 100, 0,2 point de moins qu'au même mois l'an dernier. Le trafic était le plus en baisse sur les routes du Pacifique : la diminution y atteignait 66,7 p. 100 en juin par rapport à l'an dernier. Par contre, à la mi-juillet, Air Canada a annoncé qu'elle rétablirait en juillet et août les vols sur plusieurs liaisons asiatiques, en réponse à la reprise de la demande.

Quant à Jazz, la filiale régionale d'Air Canada, elle a connu une augmentation de 3,5 p. 100 de ses PMP en juin par rapport à l'an dernier, alors que sa capacité a diminué de 9,1 p. 100. Par conséquent, le coefficient de remplissage a augmenté de 7,8 points, à 64,5 p. 100.

À la fin juin, Air Canada avait conclu l'accord qu'elle recherchait avec l'Association des pilotes d'Air Canada. C'était la dernière négociation collective que le transporteur devait boucler pour réaliser son but d'une réduction permanente des coûts de 1,1 milliard de dollars. Les concessions ratifiées par les syndicats comprennent une réduction de salaire de 15 p. 100 pour les pilotes et 317 mises à pied.

Au début de juillet, le transporteur a annoncé un projet d'accord avec GE Capital Aviation Services (GECAS) en vue de la restructuration du financement d'environ 1,8 milliard de dollars assuré par GECAS. Ce montant comprend un prêt garanti de 575 millions de dollars pour le financement de la dette, devant être avancé à Air Canada lorsque l'entreprise émergera du régime de protection contre la faillite. GECAS a également convenu de fournir 1,285 milliard de dollars pour financer jusqu'à 43 avions régionaux. Air Canada a par la suite annoncé qu'elle recherchait 700 millions de dollars de plus en nouveaux investissements en actions. Ce capital, combiné au financement de GECAS, permettrait au transporteur aérien de quitter plus tard cette année le régime de protection contre la faillite.

Entre-temps, WestJet a signalé que ses PMP ont augmenté à 402,1 millions en juin, 35,2 p. 100 de plus qu'en juin 2002. Pour l'année jusqu'à présent (janvier à juin), les PMP ont augmenté de 44 p. 100 par rapport au premier semestre de 2002. Les sièges-milles offerts ont augmenté à 562,6 millions en juin, 43,6 p. 100 de plus qu'en juin 2002. Le coefficient de remplissage de juin était de 71,5 p. 100, 4,4 p. 100 de moins qu'en juin 2002. Pour l'année jusqu'à présent, le coefficient de remplissage ressort à 67,2 p. 100, 4,4 p. 100 de moins que pour la même période en 2002.

En juin, Jetsgo signalait un coefficient de remplissage de 67 p. 100, contre 76,3 p. 100 en mai. Le transporteur à bas prix, qui a maintenant un an, a enregistré 100,9 millions de PMP en juin, par rapport à 97,6 millions en mai. Il disposait de 150,6 millions de sièges-milles.

Transports Canada a annoncé qu'il reporterait au moins 10 p. 100 des loyers des aéroports pendant deux ans, pour offrir à l'industrie du transport aérien une aide à court terme face à ses difficultés. Il se pourrait que des reports plus importants soient accordés, à la lumière de la réduction du nombre de passagers aux divers aéroports entre avril 2002 et avril 2003. Les aéroports rembourseraient l'argent sur 10 ans, sans intérêt. Transports Canada a indiqué qu'il s'attend à ce que les aéroports fassent profiter aussi bien les transporteurs que les passagers de ces économies en vue de favoriser la santé globale du secteur du transport aérien. On prévoit que le plus grand aéroport du Canada, l'aéroport Pearson de Toronto, est celui qui économisera le plus grâce aux reports des loyers, soit 49,3 millions de dollars. Vancouver économisera environ 15,3 millions de dollars; Calgary, environ 5 millions de dollars; Ottawa, environ 2,3 millions de dollars; et Montréal, environ 2,2 millions de dollars.

Transporteurs aériens - États-Unis

Bien que les inquiétudes découlant du SRAS et de la guerre en Iraq s'atténuent et que le trafic passagers ait continué à remonter en juin, les tarifs réduits proposés par les transporteurs à bas prix continuent de nuire au rétablissement financier de l'industrie américaine du transport aérien. En raison des fortes réductions de capacité, de nombreux transporteurs ont rapporté des améliorations considérables du coefficient de remplissage en juin. Toutefois, seuls les transporteurs à bas prix enregistrent une augmentation du trafic passagers.

Selon l'Air Transport Association (ATA), les PMP ont diminué de 3,6 p. 100 en juin, par rapport à juin de l'an dernier. Le trafic était presque identique sur les routes intérieures (0,8 %), tandis que les routes du Pacifique ont encaissé une chute de 26,6 p. 100 par rapport à juin 2002. Seules les routes de l'Amérique latine ont enregistré une hausse : 8,3 p. 100 par rapport à l'an dernier.

Sur les six premiers mois de l'année, les six plus grands transporteurs américains ont vu leur trafic intérieur diminuer de 3,2 p. 100 par rapport au premier semestre de l'an dernier. En revanche, les six premiers transporteurs à bas prix ont connu une augmentation de 17 p. 100 du trafic sur la même période. Les transporteurs à bas prix représentent maintenant quelque 26 p. 100 du marché intérieur, contre 23 p. 100 en 2002.

Sabre Airline Solutions a récemment dévoilé un rapport indiquant que la diminution du rendement des passagers - le montant payé par mille voyage - constitue les deux tiers de la chute des recettes des transporteurs aériens depuis deux ans. C'est là deux fois l'impact de la diminution du trafic passagers, qui explique environ le tiers de la diminution des recettes. Selon Sabre, le principal facteur est la diminution moyenne de 11 p. 100 des tarifs de dernière minute, qui assurent traditionnellement une forte proportion des revenus des transporteurs aériens. En mai 2001, les tarifs de dernière minute étaient en moyenne de 778 \$US (1 094 \$CA) pour un aller simple; ils ressortent maintenant en moyenne à 695 \$US (997 \$CA).

Pendant ce temps, la société mère de United Airlines, UAL Corporation, a déposé à la fin juin son rapport d'exploitation mensuel de mai faisant état d'un bénéfice net de 64 millions \$US (90 millions \$CA). C'est le premier état financier bénéficiaire de l'entreprise depuis qu'elle s'est inscrite au régime du chapitre 11 de protection contre la faillite. L'entreprise a attribué l'amélioration de ses revenus en partie à des réductions de capacité et à la mise en œuvre de ses nouvelles conventions collectives qui réduisent considérablement les frais de main-d'œuvre. United Airlines a également confirmé son projet de lancer une nouvelle filiale à bas prix - dont le nom provisoire est Starfish - qui utilisera 40 avions de sa flotte actuelle de 500 appareils. United a affirmé que la nouvelle filiale ciblera des marchés clés du segment des voyages d'agrément dans son réseau de routes.

Les quatre premiers transporteurs américains ont présenté leurs résultats d'exploitation du deuxième trimestre, lesquels ont été considérablement rehaussés par des programmes d'aide gouvernementale associée aux coûts de la sécurité consécutifs au 11 septembre 2001. Continental, Delta et Northwest ont déclaré un bénéfice net, mais sans éléments ponctuels tels que l'aide gouvernementale, les trois transporteurs auraient essuyé des pertes de 421 millions \$US (592 millions \$CA). Les dirigeants invoquent les coûts de carburant majorés ainsi que l'impact du SRAS et de la guerre en Iraq comme facteurs ayant miné les résultats financiers du deuxième trimestre. Ils ont également prévenu que des pertes supplémentaires étaient à prévoir en raison de la faiblesse persistante des revenus passagers et du prix des billets découlant de la concurrence des transporteurs à bas prix.

Southwest a également affiché un bénéfice au second trimestre. Ses résultats ont largement profité d'une importante subvention mais même sans cette aide, en éliminant les éléments extraordinaires de cette année et de l'an dernier, le bénéfice net de Southwest aurait été supérieur de 23 p. 100 à celui du deuxième trimestre de l'an dernier. Le transporteur à bas prix a annoncé qu'il devancerait les projets d'agrandissement de sa flotte initialement prévus pour 2005.

*L'industrie redécouvre le marché intérieur***Tableau 1. Revenu net**

Transporteur aérien	Revenu net (Perte nette) T2 2003 (en \$US)	Revenu net (Perte nette) T2 2002 (en \$US)
American Airlines	-75 millions	-495 millions
Continental Airlines	+79 millions	-139 millions
Delta Air Lines	+184 millions	-186 millions
Northwest Airlines	+227 millions	-93 millions
Southwest Airlines	+246 millions	+102,3 millions

Midwest Express Holdings, la société mère de Midwest Airlines, a écarté le risque de faillite à la mi-juillet lorsque ses trois syndicats ont ratifié des accords permettant de réduire les frais de main-d'œuvre et d'améliorer la productivité. Midwest a négocié les nouvelles conventions collectives et renégocié les accords de financement de ses avions en vue de restructurer ses finances et d'économiser 70 millions \$US (98 millions \$CA). Le succès de ces démarches a permis à l'entreprise de progresser dans ses efforts en vue de s'assurer du nouveau financement.

Continental Airlines a annoncé récemment qu'elle retarderait la livraison de 36 nouveaux avions en raison de la faiblesse persistante de l'industrie du transport aérien. Les appareils devaient initialement être livrés en 2005, 2006 et 2007; ils le seront maintenant à partir de 2008 au plus tôt. La flotte du transporteur a diminué de 377 appareils en juin 2001 à 358 en juin 2003. Continental affirme que sa flotte devrait encore diminuer au cours des deux prochaines années, pour arriver à 348 appareils en juin 2005.

Tableau 2. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs aériens

Transporteur aérien	PMP, juin 2003 par rapport à juin 2002	Capacité, juin 2003 par rapport à juin 2002
American Airlines	-3,2 %	-7,7 %
ATA Airlines	+22,4 %	+23,3 %
Continental Airlines	-1,5 %	-4,3 %
Delta Air Lines	-5,3 %	-9,1 %
JetBlue Airways	+62,7 %	+60,4 %
Northwest Airlines	-10,2 %	-10,5 %
Southwest Airlines	+5,2 %	+3,7 %
United Airlines	-9,8 %	-14,2 %
US Airways	-5,8 %	-7,3 %

L'aéroport international de Los Angeles a récemment dévoilé un plan de 11 ans pour la modernisation de ses installations vieillissantes, au coût de 9 milliards \$US (12,36 milliards \$CA). La proposition comprend l'amélioration des dispositifs de sécurité de l'aéroport et l'augmentation de sa capacité annuelle, du niveau actuel de 56 millions de passagers à 78 millions. La proposition a été soumise pour approbation au conseil municipal de Los Angeles.

Selon le National Transportation Safety Board (NTSB), 2002 était la première année depuis 20 ans sans accident mortel chez les transporteurs aériens. Bien qu'il y ait eu 34 accidents parmi les transporteurs commerciaux l'an dernier, la plupart étaient considérés comme mineurs et aucun n'a entraîné de perte de vie parmi les passagers ou les membres d'équipage. Le NTSB a jugé que la tendance à la réduction du nombre d'accidents au cours des quelques dernières années est attribuable en partie aux progrès de la technologie au service de la sécurité des appareils et à des simulateurs de vol plus réalistes pour la formation.

En juillet, Hitwise a dévoilé la liste des 10 sites Web américains du secteur des voyages et des transports enregistrant le plus fort trafic d'internautes pour la semaine du 5 juillet 2003. Dans l'ordre, les trois premiers étaient ceux de Southwest Airlines, Delta Airlines et American Airlines.

Hôtels - Canada

Selon un récent rapport de KPMG, la baisse des dépenses touristiques à Toronto s'est élevée à 260,6 millions de dollars entre le 2 mars et le 21 juin de cette année, soit 31,8 p. 100 par rapport à la même période en 2002. Le secteur qui a essuyé la plus forte perte est celui de l'hébergement, où les dépenses ont chuté de 98 millions de dollars par rapport à 2002. KPMG signale de plus que les réservations pour les mois habituellement orientés vers les voyages d'agrément paraissent également faibles.

Pannell Kerr Forster Consulting Inc. (PKF) a rapporté que le tarif quotidien moyen des chambres dans les hôtels canadiens a diminué à 110,72 \$ en mai, 3,3 p. 100 de moins que l'an dernier. La plus forte diminution a été constatée en Ontario : 8,8 p. 100. Durant la même période, le taux d'occupation national a diminué de 10,2 points à 57,4 p. 100, tandis que le revenu par chambre disponible a diminué de 13,1 p. 100 à 63,57 \$.

Du côté positif, AFM Hospitality Corporation a annoncé que sa division canadienne avait reçu 31 nouvelles demandes de franchise au premier semestre de cette année, soit 55 p. 100 de plus que pour la même période l'an dernier. Les marques de l'entreprise comprennent Howard Johnson, Knights Inn et Villager Lodge.

Hôtels - États-Unis

Les revenus des hôtels américains ont augmenté au cours de la dernière semaine de juin, terminant le deuxième trimestre de 2003 sur une note positive. Selon Smith Travel Research, le revenu par chambre disponible a augmenté de 3,4 p. 100 la semaine se terminant le 28 juin en comparaison de la même semaine un an plus tôt. Pendant la même période, le taux d'occupation a augmenté de 2,6 p. 100 et le tarif quotidien moyen a augmenté de 0,7 p. 100, à 82,29 \$US.

Marriott International Inc. a rapporté au deuxième trimestre des bénéfices de 126 millions \$US (177 millions \$CA), essentiellement le même montant qu'au second trimestre de 2002. La chaîne a indiqué qu'en améliorant la productivité et en appliquant un plan d'action précis pour chaque hôtel, elle a réussi à protéger sa rentabilité malgré la faible demande mondiale d'hébergement.

Lodging Econometrics (LE), qui fait autorité aux États-Unis en ce qui concerne l'aspect immobilier de l'hôtellerie, a indiqué que la faiblesse de l'économie et le ralentissement prolongé de la demande des entreprises avaient entraîné une diminution du nombre de constructions d'hôtels au second trimestre de 2003 : le nombre de projets en cours était en baisse de 5,2 p. 100 par rapport au premier trimestre de 2003. C'est là un creux cyclique record, 53 p. 100 sous le sommet record enregistré au troisième trimestre de 1998. LE affirme que de nombreux promoteurs hésitent à poursuivre les projets en cours ou à en annoncer de nouveaux avant qu'un rétablissement de l'industrie de l'hébergement se confirme.

Agents de voyages

Le système du Plan de règlement bancaire (BSP) de l'Association du transport aérien international (IATA) - qui observe les ventes de billets d'avion par les agences de voyages canadiennes - rapporte que pour les Canadiens, le prix moyen des vols intérieurs a diminué de 13 p. 100 en juin par rapport à un an plus tôt. Il indique en outre que le prix moyen des vols internationaux vers les destinations tant aux États-Unis qu'ailleurs a diminué de 10 p. 100.

Aux États-Unis, l'Airline Reporting Corporation (ARC) rapporte que les ventes des agences de voyages étaient inférieures de 2 p. 100 en juin par rapport à juin 2002. L'Air Transport Association (ATA) signale que le tarif moyen des vols intérieurs (aux États-Unis) a diminué de 1,6 p. 100 en juin par rapport à l'an dernier.

Selon la plus récente édition du AAA Travel Barometer, le total des réservations de voyages de juin était 3 p. 100 plus élevé qu'en juin 2002. Il indique en outre que les forfaits étaient en hausse de 14 p. 100 par rapport à l'an dernier, mais que les réservations d'hôtel demeuraient en baisse de 6 p. 100.

Vue d'ensemble de la situation internationale - Outre-mer

Royaume-Uni et Irlande

Au début de juillet, British Airways (BA) a annoncé que son trafic se rétablissait graduellement des creux enregistrés plus tôt cette année, bien que ce soit surtout dû à une augmentation du trafic en classe économique. Le transporteur a connu en juin une augmentation de 7,3 p. 100 du nombre de passagers voyageant à prix réduit, tandis que le nombre de passagers voyageant aux tarifs supérieurs a diminué de 2,5 p. 100 par rapport à l'an dernier. Au second trimestre se terminant en juin, BA a enregistré une diminution de 12 p. 100 du trafic aux tarifs supérieurs alors que le trafic aux tarifs économiques augmentait de 4,9 p. 100 par rapport au même trimestre de l'an dernier. Dans l'ensemble, le trafic passagers de BA a augmenté de 5,8 p. 100 en juin par rapport à juin 2002 et sa capacité a augmenté de 3,1 p. 100, de sorte que son coefficient de remplissage a augmenté de 2 points à 76,8 p. 100. Le transporteur indique qu'il continue de connaître de faibles rendements en raison des pressions exercées par les transporteurs à bas prix.

Bien que le nombre de passagers d'EasyJet ait continué d'augmenter, le transporteur à bas prix a affiché une perte nette pour le premier semestre de 2003, principalement en raison de sa pratique consistant à réduire considérablement les tarifs pour remplir ses sièges. EasyJet a essuyé une perte nette de 48,1 millions de livres (76,7 millions \$CA); pourtant, comme le transporteur l'a souligné, les mois de l'été sont traditionnellement sa plus forte période de revenus.

Dans l'ensemble, le nombre de passagers utilisant les sept aéroports de la British Airport Authority (BAA) a augmenté de 2,9 p. 100 en juin par rapport à l'année dernière. C'était là une bonne nouvelle pour l'industrie britannique du transport aérien. Le nombre de passagers sur les vols intérieurs a augmenté de 8,4 p. 100 et le trafic sur les vols réguliers reliant l'Europe a augmenté de 10,1 p. 100; en revanche, le trafic nord-américain a diminué de 1,6 p. 100 par rapport à la même période de l'an dernier.

Tableau 3. Variation du nombre de passagers

Transporteur aérien	Juin 2003 par rapport à juin 2002
British Airways	+5,8 %
EasyJet	+82,7 %
Ryanair	+47 %

Alors que de nombreux transporteurs aériens réduisent la capacité en classe supérieure, le transporteur britannique Virgin Airlines a dévoilé en juillet des plans selon lesquels il investira 50 millions de livres (112,5 millions \$CA) dans des places de première classe à la fine pointe du progrès, en vue d'attirer davantage de voyageurs d'affaires. Les améliorations seront terminées en 2004 et comprendront notamment le plus long siège-couchette à plat au monde chez les transporteurs aériens. Le transporteur a également affirmé qu'il appliquerait à son service de première classe des tarifs de classe affaires, en vue de livrer une concurrence vigoureuse aux services de classe supérieure de British Airways.

Selon un récent sondage de Carlson Wagonlit Travel, le coût direct des voyages est plus important que jamais pour les entreprises britanniques. Parmi les répondants au sondage, 100 p. 100 ont indiqué que le coût direct des voyages leur importe plus qu'il y a deux ans; 85 p. 100 ont exprimé une opposition à l'utilisation des services de première classe pendant un voyage d'affaires. Cependant, lorsqu'on leur a demandé si les transporteurs à bas prix représentaient toujours une meilleure affaire que les tarifs d'entreprise négociés avec les transporteurs traditionnels, 95 p. 100 ont répondu que ce n'était pas le cas; 80 p. 100 ont convenu que les méthodes « dynamiques » d'établissement des prix employées par les transporteurs conventionnels les rendaient aussi concurrentiels que les transporteurs à bas prix.

Quant au marché des voyages d'agrément du Royaume-Uni, il continue de sembler vigoureux cet été; la grande majorité des voyageurs entendent prendre leurs vacances en Grande-Bretagne. Lors d'un récent sondage réalisé par VisitBritain, 23 p. 100 des répondants indiquaient avoir l'intention de prendre des vacances dans les deux prochaines semaines, et 70 p. 100 d'entre eux entendaient le faire en Angleterre; seulement 22 p. 100 de ceux qui allaient faire un voyage dans les deux prochaines semaines prévoyaient se rendre outre-mer.

*L'industrie redécouvre le marché intérieur***France**

Air France a déclaré que l'amélioration des réservations enregistrées en mai avait entraîné un net redressement des activités dans tous ses réseaux en juin, le trafic passagers revenant essentiellement aux niveaux de l'an dernier. En même temps, la capacité a augmenté de 0,8 p. 100, mais le coefficient de remplissage a diminué de 0,7 point, à 77 p. 100. En juin, les mouvements de grève des contrôleurs aériens ont produit un impact négatif d'environ 1 point sur le trafic du mois.

Pour la première fois depuis mars, le réseau long-courrier à l'exception de l'Asie a affiché des résultats positifs en juin, le trafic et la capacité augmentant tous deux de 5,3 p. 100. Cependant, le trafic sur les liaisons asiatiques demeurait en baisse considérable (23,2 % par rapport à juin 2002), même s'il s'est quelque peu rétabli par rapport à mai (lorsqu'il accusait un recul de 36,7 p. 100). Les liaisons nord-américaines ont quant à elles vu une augmentation de 1,5 p. 100 du trafic et de 1,1 p. 100 de la capacité. Le coefficient de remplissage d'Air France a ainsi augmenté à 88,4 p. 100, 0,3 point de plus qu'en juin 2002.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché français, les perspectives sont généralement plus favorables puisque la crainte du SRAS s'atténue, mais les ventes de voyages organisés vers des destinations étrangères demeurent très faibles. De fait, les agents de voyages français font état d'une diminution des ventes de 9 p. 100 depuis le début de l'année.

Allemagne

Lufthansa a annoncé qu'elle a augmenté sa capacité à la fin juin, « pour réagir rapidement aux nouvelles possibilités qui se présentent sur le marché », soutenant que la pire crise de l'industrie du transport aérien avait passé le creux de la vague. Dans l'ensemble, la capacité était en retrait de 3,1 p. 100 en juin par rapport à l'an passé, et le trafic passagers était en baisse de 3,7 p. 100. Pour les six premiers mois se terminant le 30 juin, le transporteur a enregistré des milles-passagers en hausse de 1,2 p. 100 par rapport à l'an dernier et sa capacité était en hausse de 3,8 p. 100; son coefficient de remplissage était de 71,9 p. 100, 1,9 point de moins qu'à la même période l'an dernier.

L'aéroport de Munich, le deuxième plus achalandé en Allemagne après Francfort, a lancé les activités de son aérogare 2 le 29 juin. Le nouvel aérogare double la capacité de l'aéroport, à 50 millions de passagers par année. Il a été construit au coût de 1,5 milliard d'euros (2,39 millions \$CA), dans le cadre d'une coentreprise entre Lufthansa et l'aéroport de Munich - le premier partenariat de ce genre en Europe. Lufthansa considère que le nouvel aérogare est essentiel à l'essor continu de Munich en tant que plaque tournante majeure de son réseau international, soutenant que la nouvelle installation est maintenant l'aérogare le plus moderne et le plus pratique d'Europe.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché allemand, les réservations de forfaits sont à la hausse, surtout vers les destinations nord-américaines, la couverture médiatique négative concernant le SRAS continuant de diminuer. Les forfaitistes sont plus optimistes quant aux réservations pour le second semestre de l'année et prévoient que les résultats de fin d'année seront équivalents à ceux de l'an dernier.

La CCT a mené au début de juin une enquête de l'impact sur le tourisme selon laquelle le SRAS continuait de poser un problème dans le marché allemand des voyages, même si selon le sentiment général, la propagation a été maîtrisée et le problème disparaîtra éventuellement. Les voyageurs ne prévoyaient pas d'obstacle à long terme aux voyages au Canada et, par conséquent, indiquaient que le tort causé par la couverture médiatique négative du SRAS ne devrait pas être permanent.

Parmi les voyageurs allemands ayant l'intention de faire un voyage d'agrément long-courrier au cours des six prochains mois, 5 p. 100 ont mentionné le Canada comme destination préférée, ce qui classe le Canada en 8^e place derrière l'Europe (33 %), les États-Unis (19 %), l'Asie (15 %), les îles tropicales (8 %) et l'Australie-Nouvelle-Zélande (6 %). Quant à savoir si l'éclosion du SRAS modifierait la probabilité qu'ils voyagent au Canada, les deux tiers des voyageurs d'agrément long-courriers ont répondu qu'elle n'aurait probablement ou assurément pas d'effet sur leur décision.

Italie

Au début de juillet, Alitalia a annoncé des plans visant la réduction des coûts de main-d'œuvre de 15 millions d'euros (24 millions \$CA), grâce à des mesures d'amélioration de la productivité plutôt qu'à la réduction des équipages de bord comme initialement annoncé.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché italien, les associations de défense des consommateurs indiquent qu'un nombre record d'Italiens entendent demeurer chez eux cet été, en raison de l'augmentation du coût de la vie. La crainte du SRAS semble s'atténuer et la confiance des consommateurs à l'égard des voyages long-courriers est à la hausse. Le rapport indique que les réservations à destination des États-Unis sont en augmentation, stimulées par la dépréciation du dollar américain.

Pays-Bas

KLM Royal Dutch Airlines a indiqué avoir enregistré 4,54 milliards de passagers-kilomètres payants (PKP) en juin, 9 p. 100 de moins qu'à la même période l'an dernier. La capacité globale du transporteur a diminué de 9 p. 100 sur la même période. Le trafic sur les liaisons du Pacifique était en baisse de 28 p. 100 en raison du SRAS.

KLM a également annoncé qu'elle envisageait d'éliminer 1 500 emplois en plus des 3 000 déjà annoncés. Les effectifs du transporteur seraient donc réduits de 4 500 personnes, ou 13 p. 100. KLM cherche à réduire ses dépenses de 650 millions d'euros (1,03 milliard \$CA) par année.

Le bureau de la CCT aux Pays-Bas rapporte que les réservations pour l'automne à destination du Canada sont en hausse d'environ 13 p. 100 au second trimestre de 2003 par rapport à l'an dernier. Les forfaits individuels se vendent mieux que les forfaits de groupe, et les deux destinations les plus prisées sont la Colombie-Britannique et l'Alberta.

Japon

Les transporteurs aériens japonais ont indiqué qu'à la mi-juillet, par suite des répercussions du SRAS, les réservations de vols internationaux pour la haute saison estivale - entre le 18 juillet et le 17 août - étaient en baisse de 20 p. 100 par rapport à un an plus tôt. Les transporteurs comptaient des réservations pour 684 000 passagers, un tiers de moins qu'en 2001.

Selon une récente enquête de JTB Corp., la première agence de voyages du pays, le nombre de Japonais prévoyant voyager outre-mer cet été a chuté de 24,7 p. 100 par rapport à l'année passée. C'est la plus forte diminution depuis que l'agence a commencé à faire son enquête en 1969. Par contre, on prévoit que le nombre total de Japonais qui voyageront cet été augmentera de 0,3 p. 100, le nombre de voyageurs demeurant au Japon étant en hausse de 1,1 p. 100.

L'administration du nouvel aéroport international de Tokyo a récemment annoncé que selon ses prévisions, le nombre de voyageurs utilisant l'aéroport cet été diminuera de 20 p. 100 en comparaison de l'été dernier. L'administration estime que 2,87 millions de passagers utiliseront l'aéroport entre le 18 juillet et le 31 août, environ 690 000 de moins qu'à la même période en 2002.

La Diète japonaise a récemment adopté des mesures législatives privatisant le nouvel aéroport de Tokyo en le confiant à une société d'État qui passera au secteur privé en 2007. Le projet de loi change le nom de l'installation, qui s'appellera désormais aéroport international Narita. Les conditions prévues par le projet de loi sur la privatisation permettent à l'exploitant de l'aéroport de diversifier ses activités et d'exploiter des installations commerciales, y compris des hôtels.

Le bureau de la CCT au Japon a indiqué que pendant la propagation du SRAS, les voyages à l'étranger au départ du Japon ont diminué de près de 50 p. 100. Les agents ont toutefois enregistré une légère augmentation des réservations vers des destinations considérées être à l'abri du SRAS. Même si le Canada a été touché par l'éclosion du SRAS, ils s'attendaient à ce que les touristes japonais recommencent à visiter le Canada une fois qu'ils jugeront que le problème est éradiqué.

L'industrie redécouvre le marché intérieur

Il reste que selon une étude de l'impact sur le tourisme effectuée par la CCT au début de juin, le SRAS semblait constituer pour un grand nombre de voyageurs japonais un facteur de dissuasion à long terme quant aux voyages au Canada. Parmi les Japonais interviewés, un sur deux (48 %) considérait qu'il était probable ou très probable que l'épisode du SRAS conditionne à l'avenir la probabilité qu'ils se rendent au Canada. Il semblait également y avoir une perception généralisée que le SRAS n'était pas entièrement maîtrisé, seul le quart des voyageurs japonais étant quelque peu ou fortement d'accord que le Canada avait réussi à maîtriser la maladie.

Selon le rapport de juin de la Commission australienne du tourisme sur le marché japonais, le SRAS continue de nuire à l'ensemble du marché des voyages outre-mer, de nombreux consommateurs japonais craignant de pénétrer dans les aéroports et à plus forte raison de s'embarquer dans des avions internationaux - même de pays non touchés par le SRAS. Par contre, la couverture médiatique du SRAS était en baisse et le début d'un rétablissement durable du marché était évident. Les réservations se faisaient aussi peu qu'une semaine à l'avance. Par conséquent, il était difficile d'établir des prévisions des réservations. Selon l'organisation nationale du tourisme du Japon, le nombre de Japonais voyageant outre-mer a diminué à 720 000 en avril, 42 p. 100 de moins qu'en avril 2002.

Corée

Korean Airlines a indiqué que les activités de son réseau étaient revenues à la normale depuis que le SRAS a été maîtrisé. Par conséquent, le transporteur rapporte qu'il a constaté une reprise de son trafic sur toutes les routes sauf en Chine. De fait, en juin, le trafic attribuable aux voyages d'affaires et d'agrément accusait seulement une baisse de 0,9 p. 100 par rapport à juin 2002, bien que la capacité ait été réduite de 10 p. 100. Le transporteur affirme également qu'il n'a pas dû effectuer de mises à pied durant l'éclosion du SRAS et que toutes les livraisons de nouveaux avions s'effectuaient comme prévu.

Entre-temps, le bureau de la CCT en Corée indiquait que les visites de Coréens au Canada avaient diminué de 5,6 p. 100 pour les quatre premiers mois de cette année par rapport à la même période un an plus tôt. La diminution était imputable au SRAS, le nombre de voyageurs ayant chuté de 28,6 p. 100 au seul mois d'avril. Heureusement, les réservations de forfaits étaient en net redressement au début de juin, stimulées par les forfaits de groupe moins chers proposés par les forfaitistes et les transporteurs aériens en vue d'accélérer la reprise de l'industrie du tourisme.

Pourtant, selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché coréen, les voyages au départ de la Corée ont chuté de 34,4 p. 100 en mai par rapport à 2002.

Hong Kong

Signe d'un rebondissement à la suite des effets du SRAS, Cathay Pacific Airways indiquait que son trafic a augmenté de 88,4 p. 100 en juin par rapport à mai. Cependant, les PKP demeuraient 44,5 p. 100 sous le niveau de juin 2002 alors que la capacité était réduite de 38,7 p. 100. Le transporteur a annoncé qu'il raccourcirait la durée des congés sans solde de son personnel, de quatre semaines à trois, pour se préparer à soutenir la reprise de l'industrie touristique de Hong Kong.

L'administration aéroportuaire de Hong Kong a fait état de bénéfices nets records de 502 millions de dollars de Hong Kong (90,5 millions \$CA) pour les 12 mois se terminant le 31 mars 2003. C'est la troisième année consécutive que l'aéroport Chek Lap Kok affiche des bénéfices, malgré les difficultés croissantes de l'industrie mondiale du transport aérien. L'aéroport a également annoncé qu'à la troisième semaine de juillet, le trafic passagers quotidien s'était élevé à 80 p. 100 des niveaux d'avant le SRAS, signe que le rétablissement se poursuivait à un rythme encourageant.

Le bureau de la CCT à Hong Kong a indiqué que depuis le retrait en mai de l'avis déconseillant les voyages à Hong Kong, la communauté a réagi en lançant de nombreuses campagnes de publicité et de marketing visant à revitaliser l'industrie du tourisme. La campagne « We Love Hong Kong » s'est attachée à améliorer le tourisme local ainsi que les voyages à l'étranger; des organisations de tous les secteurs du tourisme y ont participé. Air Canada figurait parmi eux, offrant 500 billets à Vancouver et Toronto pour 570 \$CA et 755 \$CA respectivement.

L'industrie redécouvre le marché intérieur

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché de Hong Kong, les voyages à l'étranger au départ de Hong Kong ont continué de diminuer en mai pour toutes les régions, ressortant à 23,8 p. 100 sous le niveau de l'an dernier. Les voyages aux États-Unis ont chuté de 52,1 p. 100; en Europe et au Moyen-Orient, de 34,6 p. 100; et au Japon ou en Corée du Sud, de 37,1 p. 100.

La Commission australienne du tourisme a également indiqué que l'impact direct du SRAS sur l'industrie du tourisme de Hong Kong est estimé à 1,8 milliard de dollars canadiens et aurait directement causé la perte de 27 340 emplois. Dans le trimestre d'avril à juin cette année, le taux de chômage global à Hong Kong a atteint un niveau record de 8,6 p. 100, 300 000 personnes se retrouvant sans travail.

Taïwan

EVA Airways a dévoilé son service classe affaires « Premium Laurel » comportant des places plus spacieuses, des systèmes audio et vidéo de pointe et des sièges améliorés. Le transporteur a affirmé que le nouveau service était le fruit de deux ans de planification, y compris des études sur les préférences des passagers et une évaluation complète des nouvelles technologies. EVA lancera ce service sur différentes routes internationales en juillet et août.

Depuis que l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) a retiré Taïwan de sa liste des régions touchées par le SRAS (c'est le dernier pays qui en a été retiré), le gouvernement taïwanais a assoupli les restrictions qu'il imposait à ses frontières fin avril. La délivrance de visas d'entrée et l'octroi de privilèges sans exigence de visa ont repris normalement pour les visiteurs venant du Canada, de Hong Kong et de Chine; la quarantaine de 10 jours exigée de ceux arrivant à Taïwan en provenance de ces pays a été éliminée. Cependant, les voyageurs arrivant à Taïwan demeurent tenus de remplir des formulaires sur leur état de santé et de le déclarer s'ils font de la température.

Le bureau de la CCT à Taïwan a indiqué que les transporteurs aériens et les agences de voyages proposent de nombreuses aubaines, que ce soit pour les billets ou pour les forfaits, pour tenter de stimuler immédiatement les voyages à l'étranger et au pays. Par exemple, EVA Airways a lancé une vigoureuse campagne de publicité visant les voyages d'été en famille vers des destinations court-courriers et long-courriers y compris le Canada; on prévoyait que China Airlines emboîterait le pas.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché taïwanais, le nombre total de voyages à l'étranger a chuté de 82,5 p. 100 en mai par rapport à la même période l'an dernier. Pour les cinq premiers mois de 2003, les voyages à l'étranger ont diminué de 35,8 p. 100. Cependant, la confiance des consommateurs a commencé à augmenter timidement au début de juin, grâce aux promotions lancées dans les secteurs du commerce au détail et des voyages. Les bas prix semblent être le motivateur clé dans cette période post-SRAS. Les réservations pour juillet étaient en augmentation, les agents de voyages estimant que l'ensemble du marché des voyages d'agrément à l'étranger s'améliorerait en juillet jusqu'à revenir à 60 p. 100 des niveaux de réservations de 2002.

Australie

En juillet, Qantas a signalé que son trafic international était en augmentation, bien que le transporteur n'était pas encore prêt à augmenter sa capacité. Celle-ci demeure en baisse de 20 p. 100 sur son réseau international, par suite de l'éclosion du SRAS.

Entre-temps, Virgin Blue Airlines a reçu de l'Australian International Air Services Commission (AIASC) l'autorisation de lancer ses services internationaux en octobre cette année. Bien que les routes demeurent limitées à la Nouvelle-Zélande, aux îles Fidji et à Vanuatu, l'AIASC a affirmé que les nouvelles liaisons de Virgin signalaient le début d'une nouvelle ère pour l'aviation australienne. Après l'effondrement d'Ansett International en septembre 2001, le seul transporteur australien international était Qantas Airways. Virgin a pris 28 p. 100 du marché australien intérieur, en hausse des 18 p. 100 qu'il détenait il y a un an.

Malheureusement, l'aéroport de Sydney a récemment annoncé un plan de réduction de 40 p. 100 de ses effectifs - soit 160 emplois - au cours des 12 prochains mois. L'aéroport a affirmé que des tâches ne relevant pas de ses activités essentielles, par exemple dans les secteurs de l'entretien, de l'éclairage des pistes et de la manutention des bagages, seraient confiées à des sous-traitants. À la suite de cette annonce, l'aéroport a déclaré pour son exercice se terminant le 30 juin 2003 des bénéfices record de 376,3 millions de dollars australiens, 19 p. 100 de mieux que l'année précédente. L'aéroport a pourtant indiqué que ses bénéfices avaient été touchés par une diminution de 2,1 p. 100 du nombre de passagers internationaux.

L'industrie redécouvre le marché intérieur

Le bureau de la CCT en Australie a indiqué que le marché immobilier de l'Australie continue à connaître un essor, ce qui encourage de nombreux Australiens à dépenser leur argent dans ce domaine plutôt que de voyager. Malgré tout, selon une enquête récemment réalisée par Roy Morgan, 60 p. 100 des Australiens ont l'intention de prendre des vacances soit au pays ou outre-mer au cours des 12 prochains mois. Ni le SRAS ni la guerre en Iraq ne semblent conditionner les projets de la grande majorité des voyageurs (84 %); la plupart d'entre eux ont maintenu leurs projets en dépit des événements mondiaux, modifiant leurs destinations plutôt que d'annuler leurs voyages.

Nouvelle-Zélande

Le président d'Air New Zealand (ANZ) John Palmer a récemment indiqué que son entreprise deviendra un transporteur strictement intérieur si les instances antitrust de Nouvelle-Zélande et d'Australie n'approuvent pas sa fusion proposée avec Qantas Airways. Selon M. Palmer, les activités intérieures d'ANZ reposent sur des bases solides, mais ce n'est pas le cas de ses activités internationales alors que celles-ci représentent les trois quarts de son chiffre d'affaires et de son actif. M. Palmer a de plus affirmé qu'ANZ doit trouver des façons d'élargir la portée de ses activités internationales, ce qui à son avis dépend du partenariat avec Qantas. Qantas tente d'acquérir un intérêt de 22,5 p. 100 dans ANZ.

Par ailleurs, Tourism New Zealand a récemment signalé que selon les prévisions, les voyages internationaux à destination et au départ de la Nouvelle-Zélande augmenteront à mesure que l'industrie du transport aérien continue de se rétablir après le SRAS. L'augmentation du cours du dollar néo-zélandais devrait améliorer les résultats du marché des voyages à l'étranger, lequel constitue environ 45 p. 100 du trafic aérien international du pays. Les marchés de l'Amérique du Nord ainsi que du Royaume-Uni et de l'Europe devraient le plus profiter du taux de change plus favorable.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché néo-zélandais, le marché des voyages à l'étranger y demeure vigoureux. En mai, les départs outre-mer étaient seulement 0,7 p. 100 sous le niveau de l'an dernier. Les départs vers l'Amérique du Nord et l'Europe étaient en hausse de 9 p. 100, tandis que les destinations asiatiques accusaient un recul de 49 p. 100.

Aperçu économique

Amérique du Nord

Selon les prévisions, l'économie canadienne traversera une période difficile au cours des mois d'été. La croissance économique réelle diminuerait considérablement, à moins de 1 p. 100 (annualisé) en moyenne aux deux trimestres du milieu de l'année. De plus, le dollar canadien a augmenté de 14 p. 100 par rapport à son homologue américain au premier semestre de l'année. Heureusement, la relance de la croissance américaine et l'adoption de nouvelles politiques monétaires visant à stimuler l'économie permettront au Canada de sortir de l'ornière d'ici le dernier trimestre de l'année et de connaître une croissance convenable en 2004. Après avoir augmenté de 3,3 p. 100 en 2002, le PIB n'a progressé que de 1,9 p. 100 cette année; on prévoit une croissance de 3,2 p. 100 en 2004.

La nervosité qui a assailli l'économie américaine depuis le 11 septembre 2001 n'a pas été atténuée par la guerre en Iraq et la spéculation qui l'avait précédée. Bien que le succès remporté en Iraq ait immédiatement rehaussé la confiance, l'économie a tardé à réagir. Il semble toutefois que la reprise tant attendue soit en train de se préparer. Entre-temps, la consommation pourrait être soutenue par la plus récente vague de refinancement de prêts hypothécaires - qui sera probablement la dernière pour un bon moment. Il est prévu que l'économie américaine continuera de se renforcer au cours de la prochaine année et affichera une croissance réelle du PIB de 3,8 p. 100 en 2004.

*L'industrie redécouvre le marché intérieur***Europe**

Une faible croissance économique est prévue en Europe : guère plus de 1 p. 100 cette année et 2 p. 100 l'an prochain. En revanche, le pire pourrait être passé pour l'économie allemande. Les nombreuses pertes d'emplois des deux dernières années facilitent la tâche du gouvernement pour ce qui est de réformer le marché du travail et de réduire les impôts. Les réformes ont permis de réduire le chômage en avril et mai. De plus, en juin, l'indice du sentiment économique de la Commission européenne (CE) a augmenté de 0,4 points en Allemagne; c'était le gain le plus important en Europe. Les plus récentes données de la CE indiquent qu'en France, la confiance des consommateurs semble avoir à tout le moins arrêté de décliner. L'économie du Royaume-Uni connaît des résultats relativement moins favorables qu'au cours des dernières années. Dans l'ensemble, la confiance des consommateurs britanniques continue de régresser. Selon l'enquête sur l'opinion des consommateurs réalisée en juin par la CE, ceux-ci deviennent moins confiants à l'égard des achats importants au cours des 12 prochains mois.

Asie-Pacifique

La propagation rapide du SRAS en Asie a lourdement taxé les perspectives de croissance de la région pour 2003. Jusqu'à présent, le SRAS a été le plus virulent en Chine, à Hong Kong et à Singapour. La croissance réelle du PIB à Singapour, par exemple, a diminué de 3,8 à 2,1 p. 100. Heureusement, l'impact du SRAS s'est surtout fait sentir au second trimestre de cette année et l'activité économique devrait reprendre au deuxième semestre de 2003, suivant la reprise de la demande américaine pour les exportations électroniques de cette région. Dans l'ensemble, la croissance réelle du PIB de la région devrait atteindre 2,3 p. 100 cette année et 2,5 p. 100 en 2004. Il faut espérer que la conjoncture économique s'améliorera bientôt au Japon. Selon une récente enquête d'AC Nielsen (en juin), les Japonais continuent de consacrer des dépenses à des éléments non essentiels tels que voitures, biens immobiliers, actions boursières et appareils électriques relativement dispendieux.

Possibilités

L'indice de confiance des voyageurs de la Travel Industry Association of America (TIA) indiquait récemment que la confiance à l'égard de la sécurité des voyages a atteint un niveau record. C'est là une bonne nouvelle pour l'industrie du transport aérien, qui a énormément souffert depuis les attentats terroristes du 11 septembre 2001. La TIA a signalé qu'au second trimestre, l'indice de la sécurité des voyages s'élevait à 128,3, en hausse de 28 p. 100 par rapport au quatrième trimestre de 2001, lorsque la TIA a commencé à le mesurer. La plus récente enquête sur les intentions de voyage menée par le Conference Board du Canada a également révélé que les Canadiens se sentent plus à l'aise de prendre l'avion. En particulier, l'enquête indique que 21 p. 100 des Canadiens prévoient voyager par avion à l'occasion de leurs vacances d'hiver au pays cette année, contre seulement 10 p. 100 l'an dernier.

Une nouvelle étude réalisée par la TIA et le Smithsonian Magazine démontre que les voyageurs américains s'intéressent davantage aux activités liées à la culture, aux arts, à l'histoire et au patrimoine. Les résultats, figurant dans l'édition 2003 de la publication de la TIA *Historic/Cultural Traveller*, indiquent que 81 p. 100 des adultes américains qui ont voyagé l'an dernier (c'est-à-dire 118 millions de personnes) avaient prévu des activités historiques ou culturelles dans leurs vacances, une hausse de 13 p. 100 par rapport à 1996. Ces voyageurs dépensent également davantage pour des voyages axés sur l'histoire ou la culture que pour des vacances ordinaires aux États-Unis (623 \$US par rapport à 457 \$US, sans compter les frais de transport).

Résumé

Presque deux ans après les attentats terroristes du 11 septembre 2001, l'industrie du tourisme se demande toujours si les conditions reviendront jamais à la normale et si les habitudes de voyage traditionnelles se rétabliront. Des transporteurs aériens à bas prix comme Southwest et WestJet continuent de prendre de l'essor tandis que les grands transporteurs réguliers adoptent des mesures de restriction. Et tandis que les transporteurs à bas prix bonifient les services offerts en vol, plusieurs grands transporteurs réduisent leurs services gratuits. Il n'est dès lors guère surprenant que la démarcation entre transporteurs sans superflu et transporteurs traditionnels soit devenue floue aux yeux de nombreux voyageurs, qui se demandent si la valeur reçue chez les grands transporteurs vaut le tarif payé. Malheureusement, les tarifs supérieurs sont nécessaires pour soutenir la structure de coûts non compétitive de nombreux grands transporteurs.

Heureusement, le fait d'offrir les prix les plus bas n'est pas la seule façon d'assurer le succès d'une entreprise. Dans plusieurs cas, le prix le plus bas ne signifie pas nécessairement que le client fait la meilleure affaire. Cependant, les clients doivent comprendre clairement où les diverses entreprises se positionnent parmi la concurrence et, ce qui est tout aussi important, ils doivent apprécier la valeur des services offerts.

La lenteur de la reprise sur le marché international des voyages éprouvera sans doute de nouveau cet été l'efficacité opérationnelle des fournisseurs touristiques canadiens. Les exploitants auraient intérêt à continuer de raffiner leurs stratégies internes, mais adopter des mesures innovatrices tirant parti du marché intérieur tout proche pourrait aussi leur être profitable. En plus de combler le vide cet été, ils s'assureront ainsi des sources de clientèle à plus long terme.

L'industrie redécouvre le marché intérieur

**Pour de plus amples renseignements sur la recherche, veuillez consulter www.canadatourisme.com
Si vous souhaitez obtenir des exemplaires supplémentaires, veuillez envoyer un courriel au
Centre de distribution de la CCT à : distribution@ctc-cct.ca, en indiquant le numéro de référence #C50289F.**