

Une généreuse nature



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme Numéro 19 : Novembre 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 octobre 2003.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

Sommaire

- L'industrie nord-américaine du tourisme peut maintenant souffler un peu, la plupart des indicateurs laissant entrevoir une reprise et confirmant qu'après une période très difficile, le pire est passé. Malheureusement, à la suite d'une période prolongée de demande affaiblie, l'industrie est confrontée à une forte résistance aux augmentations de prix. En attendant que les entreprises trouvent le moyen de la surmonter, il faut prévoir que la rentabilité demeurera difficile à assurer.
- Depuis 2001 et surtout au cours de l'été dernier, de nombreux fournisseurs ont réduit les prix pour tenter de stimuler la demande. Par conséquent, ceux qui ont voyagé récemment ont profité des prix les plus bas depuis des années et, dans certains cas, les plus bas que l'on ait jamais vus. Les entreprises qui ont recouru aux prix d'aubaine doivent maintenant les ramener à des niveaux plus viables malgré la résistance des consommateurs.
- L'aptitude à augmenter les prix dans ce contexte serait sans doute rehaussée si les entreprises attachaient plus d'attention à la valeur de leur offre et la communiquaient à leurs clients. Pour les fournisseurs touristiques canadiens, il importe aujourd'hui de placer l'accent sur la valeur alors que le dollar canadien continue de s'apprécier. Ayant déjà atteint son plus haut cours en 10 ans, le dollar revigoré incitera sans doute de nombreux Canadiens à voyager à l'étranger cet hiver et en 2004.

Nouvelles tendances et questions d'actualité - Les intentions de voyage au pays demeurent vigoureuses malgré l'appréciation du dollar

- D'après la plus récente enquête sur les intentions de voyage en hiver réalisée par le Conference Board du Canada (septembre 2003), les intentions de voyage au pays de la part des Canadiens demeurent à un bon niveau pour cet hiver (novembre 2003 à avril 2004). L'an dernier, l'industrie a lutté contre une incertitude croissante à cause de la guerre en Iraq et d'un déclin de la confiance des consommateurs. Les intentions de voyage paraissaient vigoureuses en septembre 2002, mais beaucoup de ces intentions ne se sont pas matérialisées.
- Maintenant que la guerre en Iraq est terminée et que les soucis liés au SRAS s'atténuent, rien ne semble devoir altérer considérablement la confiance des consommateurs d'ici la saison hivernale. En outre, de l'avis général, la conjoncture économique semble en voie de s'améliorer. Cependant, il faut prévoir que l'appréciation à long terme du dollar canadien (par rapport au dollar américain) sera source de préoccupation pour l'industrie : elle pourrait affecter à la fois les marchés intérieurs et les marchés étrangers. Heureusement, selon la plus récente enquête sur les intentions de voyage, les intentions de voyager au pays semblent bien résister - du moins pour la saison hivernale.

À lire

Sommaire	1
Vue d'ensemble	3
Nouvelles tendances et questions d'actualité	4
Consommateurs	5
Fournisseurs de voyages	7
Situation internationale	11
Aperçu économique	17
Possibilités	18
Résumé	19



Conference Board du Canada
Pour y voir clair

COMMISSION
CANADIENNE
DU TOURISME



CANADIAN
TOURISM
COMMISSION

*L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise***Vue d'ensemble du marché des consommateurs (voyageurs)**

- Aux États-Unis, les intentions de voyage semblent également s'améliorer, selon l'indice des voyages d'agrément d'American Express. Dans les sondages les plus récents, 28 p. 100 des répondants indiquaient l'intention de prendre des vacances cet automne ou cet hiver, en hausse de 3 points par rapport à l'an dernier. La plus grande proportion des voyages (39 %) seront effectués pendant les vacances de Noël. Pour rejoindre leur destination de vacances, les voyageurs prévoient davantage prendre l'avion (55 %) que l'an dernier (44 %). Parmi les voyageurs aériens, 48 p. 100 prévoient se rendre à l'étranger dans un proche avenir (36 % en 2002).
- Un récent sondage auprès des consommateurs bien nantis réalisé par American Express et RoperASW a démontré que les Canadiens ayant un revenu élevé prennent en considération aussi bien le prix que la qualité au moment de prendre des décisions d'achat. En revanche, les Américains ayant un revenu élevé se préoccupent davantage du prix que de la qualité. On a observé que les pays où les bien nantis accordent une plus grande importance au prix qu'à la qualité ont tendance à avoir une économie bien développée où les consommateurs sont habitués à bénéficier d'un vaste choix. Pour les répondants canadiens, le troisième facteur le plus important des décisions d'achat est la réputation de la marque; les Américains s'intéressent davantage au style et au design.
- La Business Travel Coalition (BTC) laisse entendre que les réductions des dépenses en matière de voyages en avion ont passé le creux de la vague, mais doute qu'il y ait une augmentation appréciable au cours de la prochaine année. Dans les sondages récents, presque tous les répondants (93 %) croient que la réduction des voyages des entreprises depuis deux ans s'avérera permanente. La National Business Travel Association (NBTA) est plus optimiste, prévoyant une reprise des voyages d'affaires en 2004. Elle n'en indique pas moins que les entreprises continueront de chercher à réduire les coûts et à obtenir la meilleure valeur économique. Malgré les efforts consacrés à la réduction des frais, la NBTA prévoit que dans l'ensemble, les frais de voyage des entreprises augmenteront de 6 p. 100 en 2004.

Vue d'ensemble de la situation des fournisseurs de voyages

- Air Canada a déclaré que son trafic passagers était en baisse de 12,4 p. 100 en septembre par rapport à l'an dernier, bien que dans l'ensemble, la demande ait continué de s'améliorer. Le transporteur signale que les chiffres de septembre représentent la plus petite diminution de trafic depuis avril 2003, par rapport à l'année précédente. Le trafic intérieur n'était que 3,9 p. 100 sous le niveau de l'an dernier, alors que le trafic sur l'Amérique du Sud s'est amélioré de 16,4 p. 100 - ce que le transporteur a attribué en partie à une demande accrue pour les destinations ensoleillées ainsi qu'à l'amélioration de la conjoncture économique en Amérique du Sud.
- Chez les transporteurs aériens des États-Unis, le trafic passagers n'a guère progressé en septembre par rapport à l'année passée, au moment de la transition de la période estivale axée sur les voyages d'agrément à la saison automnale des voyages d'affaires. Malgré tout, plusieurs grands transporteurs aériens ont réussi à réaliser des bénéfices d'exploitation au troisième trimestre de 2003, grâce à un sain trafic passagers, à des réductions de capacité et à l'accélération des initiatives de réduction des coûts.
- Pannell Kerr Forster Consulting Inc. (PKF) rapporte que selon les résultats d'août, la demande hôtelière semble se rétablir. Le taux d'occupation national demeure 5,7 p. 100 sous le niveau de l'an dernier et le revenu par chambre disponible (RCD), 11,5 p. 100 en retrait. Aux États-Unis, la demande a continué d'augmenter en août, le taux national d'occupation progressant de 1,8 p. 100 par rapport à l'an dernier. Le RCD a quant à lui augmenté de 1,9 p. 100. Selon les données préliminaires du troisième trimestre, jusqu'à la fin septembre, le taux d'occupation durant l'importante saison estivale a augmenté de 2 p. 100 par rapport à la même période de l'an dernier et le RCD, de 2,3 p. 100.

Aperçu économique

- Selon les prévisions, une solide reprise économique aux États-Unis engendrera dans l'ensemble de l'économie nord-américaine une croissance de 3,7 p. 100 en 2004. En 2003, on prévoit qu'elle aura progressé de 2,3 p. 100. Cependant, au deuxième semestre de 2003, l'économie américaine devrait connaître sa croissance la plus forte depuis la fin des années 1990. La reprise de l'économie américaine à la fin de cette année et en 2004 est attribuable à la vigueur des dépenses de consommation, à un redressement appréciable des investissements et à une solide croissance des exportations réelles. En ce qui concerne le Canada, l'accélération de l'économie devrait être moins marquée que celle des États-Unis. Ces facteurs devraient commencer à exercer une pression baissière sur le cours du dollar canadien par rapport au dollar américain, au début de l'an prochain.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

- La croissance économique en Europe et dans ses grandes économies - Allemagne, France et Italie - devrait continuer à être mitigée cette année. L'appréciation de l'euro participera à limiter sa progression. Heureusement, une reprise économique semble être en voie de se matérialiser en Europe. L'espoir d'un redressement de la zone euro s'est renforcé récemment lorsque l'indice allemand Ifo précurseur du climat des affaires a augmenté plus que prévu en octobre. De plus, la Banque centrale européenne a déclaré que la croissance devrait retrouver l'an prochain son taux de 2,0 à 2,5 p. 100. Au Royaume-Uni, la croissance économique devrait être stimulée par une augmentation des exportations qui entraînera une croissance de la production industrielle.
- Dans l'ensemble, l'Asie semble avoir récupéré rapidement à la suite de la crise du SRAS qui menaçait de paralyser l'activité économique il y a à peine quelques mois. La croissance économique atteindra probablement 3 p. 100 cette année, avec un taux analogue prévu en 2004. La Chine demeure l'économie progressant le plus rapidement dans la région, surtout en raison de la croissance rapide des exportations. Malheureusement, le Japon continuera de limiter la croissance de la région, bien qu'un redressement possible de l'activité économique semble s'y dessiner. En particulier, les exportations se sont récemment révélées très solides, en partie grâce à l'intervention de la banque centrale pour ralentir l'appréciation du yen.

Possibilités

- Comme un nouveau casino de 1 milliard de dollars doit ouvrir à Niagara Falls l'an prochain, il est encourageant d'apprendre que plus du quart des Américains de 21 ans ou plus (51,2 millions de personnes) ont joué à un casino en 2002, d'après une nouvelle étude réalisée par Harrah's Entertainment, Inc. L'étude précise que le plus grand groupe de joueurs se situe dans le groupe d'âge des 51 à 65 ans (30 %) et que le revenu du ménage dépasse les 95 000 \$ par année pour 34 p. 100 des joueurs. Le joueur moyen a fait 5,8 visites à un casino l'an dernier et il était plus susceptible qu'un non-joueur d'avoir pris des vacances d'au moins une semaine au cours de la dernière année (63 % pour les joueurs contre 47 % pour les non-joueurs).
- Bien qu'une grande attention ait récemment été portée à la croissance rapide des réservations d'hôtel par Internet, une étude récente observe que le Système mondial de distribution (SMD) demeure la première source de réservations électroniques pour l'industrie de l'hébergement. Selon des études menées par NFO Plog, le SMD et les médias associés au SMD représenteront un montant estimé de 11,5 milliards de dollars américains en revenus pour les hôtels en 2003, par rapport aux 7,5 milliards de dollars américains de la part de consommateurs faisant directement des réservations en ligne par Internet. De fait, 90 p. 100 des agents de voyages affirment qu'ils utilisent le SMD et les interfaces SMD autant ou plus qu'ils ne le faisaient il y a deux ans.

Vue d'ensemble

L'industrie nord-américaine du tourisme peut maintenant souffler un peu, la plupart des indicateurs laissant entrevoir une reprise et confirmant qu'après une période très difficile, le pire est passé. Malheureusement, à la suite d'une période prolongée de demande affaiblie, l'industrie est confrontée à une forte résistance aux augmentations de prix. En attendant que les entreprises trouvent le moyen de la surmonter, il faut prévoir que la rentabilité demeurera difficile à assurer.

Depuis 2001 et surtout au cours de l'été dernier, de nombreux fournisseurs ont réduit les prix pour tenter de stimuler la demande. Par conséquent, ceux qui ont voyagé récemment ont profité des prix les plus bas depuis des années et, dans certains cas, les plus bas que l'on ait jamais vus. Les entreprises qui ont recouru aux prix d'aubaine doivent maintenant les ramener à des niveaux plus viables malgré la résistance des consommateurs. Les stratégies les plus efficaces pour différencier une entreprise de ses concurrents à bas prix sont celles qui appuient et communiquent un message axé sur la valeur.

Les hôtels de Hong Kong donnent un exemple de ce genre de stratégie. Ils ont résisté à la tentation de réduire les prix malgré des taux d'occupation inférieurs à 10 p. 100 au plus fort de la crise du SRAS. De fait, de nombreuses entreprises de la région signalent que même si c'était la pire crise de son histoire, elles n'ont jamais remis en cause la valeur offerte à leurs clients. Maintenant que la demande revient - et bien plus rapidement que prévu - ces hôtels jouissent de taux d'occupation s'approchant de la normale sans avoir à ramener leurs tarifs à leur niveau d'avant le SRAS.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

Pour les fournisseurs touristiques canadiens, il importe aujourd'hui de placer l'accent sur la valeur alors que le dollar canadien continue de s'apprécier. Ayant déjà atteint son plus haut cours en 10 ans, le dollar revigoré incitera sans doute de nombreux Canadiens à voyager à l'étranger cet hiver et en 2004. Pour les fournisseurs canadiens, la valeur de l'offre qu'ils présentent sera un facteur crucial face à cette tendance.

Nouvelles tendances et questions d'actualité

Les intentions de voyage au pays demeurent vigoureuses malgré l'appréciation du dollar

D'après la plus récente enquête sur les intentions de voyage en hiver réalisée par le Conference Board du Canada (septembre 2003), les intentions de voyage au pays de la part des Canadiens demeurent à un bon niveau pour cet hiver (novembre à avril). C'est là une bonne nouvelle pour l'industrie, qui en est venue à compter de plus en plus sur le marché intérieur à cause de la diminution constante des marchés internationaux. Cependant, l'appréciation rapide du dollar canadien (par rapport au dollar américain) suscite une certaine inquiétude, non seulement pour le marché touristique intérieur, mais aussi pour ce qui est des voyageurs venant de l'étranger. De fait, depuis cette enquête, le cours du dollar a continué d'augmenter et la confiance des consommateurs, de s'améliorer. Il faut prévoir que ces facteurs stimuleront encore les voyages des Canadiens à l'étranger pendant l'hiver.

Résultats de l'enquête sur les intentions de voyage en hiver

Selon la plus récente enquête sur les intentions de voyage du Conference Board du Canada, 39,0 p. 100 des Canadiens seraient susceptibles ou très susceptibles de prendre des vacances d'hiver cette année. C'est légèrement moins qu'en 2002.

Tableau 1. Intentions de vacances d'hiver (novembre à avril) (%)

	2003	2002
Intention de prendre des vacances	39,0	42,3
Canada	19,4	19,6
États-Unis	8,2	9,0
Autres destinations étrangères	10,7	13,0
Ne sait pas / Refuse de répondre	0,7	0,7

Source : Le Conference Board du Canada.

La légère diminution des intentions ne signifie pas nécessairement qu'il se fera moins de voyages cet hiver. Elle souligne simplement la tendance généralisée qui voit les consommateurs adopter une attitude plus attentiste envers la planification des voyages et les réservations. Alors que les voyageurs planifiaient auparavant leurs vacances trois mois à l'avance, ils font maintenant leurs réservations beaucoup plus près du moment où ils entendent voyager (même à moins d'un mois). L'enquête sur les intentions de voyage confirme que les réservations d'hiver devraient se faire surtout en novembre et décembre - très près des dates des voyages.

De plus, sauf événements géopolitiques extraordinaires cet automne ou cet hiver, nous prévoyons qu'une plus grande proportion des personnes ayant l'intention de voyager le feront effectivement. L'an dernier, l'industrie a lutté contre une incertitude croissante à cause de la guerre en Iraq et d'un déclin de la confiance des consommateurs. Les intentions de voyage paraissaient vigoureuses en septembre 2002, mais beaucoup de ces intentions ne se sont pas matérialisées. Maintenant que la guerre en Iraq est terminée et que les soucis liés au SRAS s'atténuent, rien ne semble devoir altérer considérablement la confiance des consommateurs d'ici la saison hivernale. En outre, de l'avis général, la conjoncture économique semble en voie de s'améliorer.

*L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise***Les intentions de voyage profitent d'une augmentation de la confiance des consommateurs**

L'enquête sur les intentions de voyage du Conference Board du Canada est un excellent baromètre des intentions des Canadiens de voyager. Par contre, si les conditions économiques (ou autres) changent, ces projets peuvent ne pas se matérialiser. L'an dernier, la confiance des consommateurs telle que mesurée par le Conference Board du Canada a diminué considérablement dans la période précédant les voyages d'hiver. À la même période cette année, la confiance des consommateurs est à la hausse. Si davantage de Canadiens risquent d'être attirés par les États-Unis en raison d'un dollar plus fort, nous ne prévoyons pas que cela dissuade les nombreux projets de voyages au pays - du moins pendant l'hiver.

Heureusement pour l'industrie canadienne du tourisme, le Conference Board du Canada croit que le dollar canadien a atteint sa valeur maximum. L'an prochain, les États-Unis bénéficieront d'une plus forte croissance économique, d'une augmentation plus rapide des taux d'intérêt et d'une croissance accrue de l'investissement étranger direct. En supposant que les prix des produits de base auront déjà cessé d'augmenter, ces facteurs font que le dollar canadien ne devrait plus s'apprécier considérablement. Si de nombreux fournisseurs touristiques canadiens espèrent profiter de la tendance haussière de la demande cet hiver, de nombreux autres espèrent que le pronostic du Conference Board du Canada quant au taux de change s'avère exact à temps pour tirer parti du tourisme réceptif à l'été 2004.

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

La National Business Travel Association (NBTA) a publié ses prévisions pour 2004 à l'égard des voyages d'affaires, selon lesquelles les dépenses globales en voyages d'affaires augmenteront de 6 p. 100 en 2004. Les tarifs d'affaires des transporteurs aériens devraient augmenter de 5 p. 100; les tarifs d'hôtel, de 3 p. 100; et les tarifs d'entreprises pour la location d'autos, de 2 p. 100. La NBTA prévoit un redressement des voyages d'affaires en 2004; elle indique toutefois que les entreprises continueront de chercher à réduire les coûts et à obtenir la meilleure valeur économique.

La Business Travel Coalition (BTC) laisse entendre que les réductions des dépenses en matière de voyages en avion ont passé le creux de la vague, mais doute qu'il y ait une augmentation appréciable au cours de la prochaine année. Selon les résultats de sondages, les entreprises auront dépensé en moyenne 7 p. 100 de moins pour les voyages en avion en 2003 qu'en 2002, ou 20 p. 100 de moins qu'en 2000. Parmi les entreprises nord-américaines consultées, 76 p. 100 ont augmenté leur recours aux transporteurs à bas prix cette année par rapport à l'an passé et 65 p. 100 prévoient l'augmenter encore en 2004. Presque tous les répondants (93 %) croient que la réduction des voyages des entreprises depuis deux ans s'avérera permanente.

Une prudence semblable est évidente dans les résultats d'un sondage réalisé par l'Association of Corporate Travel Executives, GetThere et BusinessWeek Research Services. Seulement un tiers (35 %) des cadres supérieurs et des cadres financiers interviewés prévoient augmenter leurs dépenses en voyages d'affaires en 2004 et 57 p. 100 s'emploieront à réduire leurs frais de voyages au minimum. Presque tous les répondants (95 %) ont dit estimer que les dépenses de voyages ont un grand impact sur leur rentabilité. Parmi les entreprises sondées, 39 p. 100 ont mis en œuvre un système en ligne pour la planification et la gestion de leurs voyages d'affaires, et 79 p. 100 d'entre elles ont ainsi réalisé des économies.

Selon un sondage mené par Travelport et Harris Interactive, les voyageurs d'affaires estiment que les prix compétitifs constituent l'aspect le plus important d'un service d'entreprise de gestion des voyages; la facilité d'utilisation et le soutien aux clients arrivent respectivement aux deuxième et troisième places. Le sondage, inscrit sous le thème " What Business Travellers Want " (Ce que veulent les voyageurs d'affaires), demandait aussi aux voyageurs d'affaires de choisir les trois éléments les plus importants des voyages d'affaires. Au sommet de la liste apparaissent un hôtel à proximité du lieu de leur réunion, un service fiable de téléphone sans fil et une valise dotée de roues. Les éléments les moins souvent cités étaient les sièges en classe affaires, l'hébergement cinq étoiles et le service de courriel en vol.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

Un récent sondage de Travelocity et Synovate Market Research indique que la distinction entre voyageurs d'affaires et voyageurs d'agrément devient de moins en moins évidente en raison de l'importance croissante du prix et de la valeur dans les décisions touchant les voyages d'affaires. Par exemple, parmi les voyageurs d'affaires interviewés, le prix était le premier facteur pris en compte dans l'achat des billets d'avion (cité par 25 % des répondants) et 85 p. 100 des répondants choisissaient la classe économique. Seulement 9,7 p. 100 des répondants ont indiqué qu'ils volent en classe affaires et 4,5 p. 100, en première classe. Environ la moitié des répondants affirmaient effectuer des recherches en ligne avant de faire les réservations pour leurs voyages d'affaires.

Voyageurs d'agrément

Selon l'enquête de septembre 2003 sur les intentions de voyage réalisée par le Conference Board du Canada, les intentions de voyage au pays pour la saison hivernale semblent être très vigoureuses - en raison d'une conjoncture économique qui s'améliore, d'une hausse de la confiance des consommateurs et de l'absence de l'incertitude engendrée l'an dernier par l'imminence de la guerre en Iraq. Cependant, les résultats du sondage confirment la tendance généralisée des consommateurs à adopter une attitude plus attentiste envers la planification des voyages et la prise de réservations. Par ailleurs, à la lumière des données historiques, il faut prévoir que la forte appréciation du dollar incitera certainement de nombreux Canadiens à voyager vers les destinations tropicales internationales cet hiver.

Les intentions de voyage semblent également s'améliorer aux États-Unis, selon l'indice des voyages d'agrément d'American Express. Dans les sondages les plus récents, 28 p. 100 des répondants indiquaient l'intention de prendre des vacances cet automne ou cet hiver, en hausse de 3 points par rapport à l'an dernier. La plus grande proportion des voyages (39 %) seront effectués pendant les vacances de Noël. Pour rejoindre leur destination de vacances, les voyageurs prévoient davantage prendre l'avion (55 %) que l'an dernier (44 %). Parmi les voyageurs aériens, 48 p. 100 prévoient se rendre à l'étranger dans un proche avenir (36 % en 2002).

La majorité des voyageurs américains (63 %) indiquent que leur destination de vacances idéale est " un endroit où l'on peut relaxer et se défouler "; 56 p. 100 apprécient " un endroit où l'on peut passer du temps de qualité avec sa famille ". Indépendamment du niveau de revenu, 78 p. 100 des voyageurs décrivent leur style de voyage comme étant " soucieux de la valeur, recherchant une bonne qualité dans les limites d'un budget ". En 2004, les répondants prévoient dépenser en moyenne 2 962 \$US en vacances, en hausse par rapport aux 2 163 \$US de 2003; la proportion d'entre eux qui prévoient dépenser plus de 5 000 \$US a augmenté de 6 p. 100 à 11 p. 100.

Selon des données de recherche produites par Yesawich, Pepperdine, Brown & Russell (YBP&R), le nombre de vacances où des familles voyagent ensemble est en augmentation au point de constituer une nouvelle tendance surnommée " togetherness ". Selon un récent sondage, presque 80 p. 100 des voyageurs d'agrément actifs ont pris au moins une fois des vacances avec la famille élargie, avec d'autres familles ou avec des amis au cours des cinq dernières années. Plus de deux tiers des répondants (69 %) ont cité le fait de passer du temps avec la famille comme un aspect très ou extrêmement important des vacances, contre 57 p. 100 en 2000. YBP&R affirme que cette tendance traduit sans doute " l'importance croissante de la famille dans notre culture d'après le 11 septembre ".

Un récent sondage auprès des consommateurs bien nantis réalisé par American Express et RoperASW a démontré que les Canadiens ayant un revenu élevé prennent en considération aussi bien le prix que la qualité au moment de prendre des décisions d'achat. En revanche, les Américains ayant un revenu élevé se préoccupent davantage du prix que de la qualité. RoperASW, une entreprise d'études de marché, a observé que les pays où les bien nantis accordent une plus grande importance au prix qu'à la qualité ont tendance à avoir une économie bien développée où les consommateurs sont habitués à bénéficier d'un vaste choix. Pour les répondants canadiens, le troisième facteur le plus important des décisions d'achat est la réputation de la marque; les Américains s'intéressent davantage au style et au design.

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

Transporteurs aériens - Canada

Air Canada a déclaré que son trafic passagers était en baisse de 12,4 p. 100 en septembre par rapport à l'an dernier, bien que dans l'ensemble, la demande ait continué de s'améliorer. Le transporteur signale que les chiffres de septembre représentent la plus petite diminution de trafic depuis avril 2003, par rapport à l'année précédente. Le trafic intérieur n'était que 3,9 p. 100 sous le niveau de l'an dernier; les routes de l'Atlantique ont vu une augmentation de 0,1 p. 100; le trafic sur l'Amérique du Sud s'est amélioré de 16,4 p. 100 - ce que le transporteur a attribué à une demande accrue pour les destinations ensoleillées dans les voyages d'agrément ainsi qu'à l'amélioration de la conjoncture économique en Amérique du Sud. Par contre, le trafic passagers était 25 p. 100 sous le niveau de l'an dernier, sur les routes américaines et encore de 43 p. 100 sur les routes du Pacifique.

À la fin septembre, Air Canada a profité d'une prolongation jusqu'au 20 décembre 2003 du délai que lui a accordé la Cour supérieure de l'Ontario. Cette prolongation permettra au transporteur de parachever la restructuration prévue en vertu de la Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies. Il s'agit notamment de poursuivre la renégociation de contrats de location d'avions et autres contrats d'exploitation, de mettre en place des moyens supplémentaires de financement par actions et de trouver une solution pour le déficit de son fonds de pension.

Air Canada a également annoncé qu'il a réduit de façon permanente ses tarifs en classe affaires dans une proportion pouvant atteindre 50 p. 100, pour les billets achetés sur son site Web. Le prix moyen d'un billet pour un voyage intérieur long-courrier en classe affaires sera maintenant de 979 \$, sans restrictions. Le transporteur signale que dans l'ensemble, plus de 50 p. 100 de ses réservations pour les vols intérieurs se font maintenant en ligne, dont la moitié sur son propre site Web.

Tableau 2. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs aériens - Septembre 2003

Transporteur aérien	PMP (millions), septembre 2003	PMP 2003 - 2002	Capacité 2003 - 2002
Air Canada (y compris Tango, Zip et Jetz)	3 368	-12,4 %	-11,1 %
Air Canada Régional (Jazz)	127	-0,8 %	+2,7 %
WestJet	423	+33,8 %	+45,4 %
Jetsgo	118	+344 %	+358 %

WestJet a annoncé un bénéfice net de 32,3 millions de dollars pour le troisième trimestre se terminant le 30 septembre 2003; c'était le 27^e trimestre rentable consécutif et les bénéfices étaient 39,8 p. 100 plus élevés qu'au même trimestre en 2002. Par rapport à l'an dernier, le chiffre d'affaires de cette période a augmenté de 25,1 p. 100, à 253,9 millions de dollars. La marge brute était en baisse de 9,8 p. 100, ce qui a toutefois été plus que compensé par la diminution de 15,9 p. 100 des coûts par siège-mille disponible. WestJet a également rapporté que ses ventes sur Internet ont continué d'augmenter en moyenne de 1 p. 100 par mois; elles représentent maintenant 69 p. 100 de toutes ses réservations.

Transporteurs aériens - États-Unis

Aux États-Unis, le trafic passagers n'a guère progressé en septembre par rapport aux années précédentes, alors que les transporteurs aériens amorçaient la transition de la période estivale axée sur les voyages d'agrément à la saison automnale des voyages d'affaires. L'Air Transport Association (ATA) a rapporté qu'au total, les passagers-milles payants étaient légèrement plus élevés (0,3 %) que l'an dernier. Le trafic intérieur a augmenté de 1,9 p. 100 tandis que les routes internationales ont enregistré une diminution de 7,7 p. 100.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

L'ATA a également signalé que la capacité totale était en baisse de 4,6 p. 100, de sorte que le coefficient de remplissage moyen a augmenté de 3,4 points par rapport à septembre 2002, à 69,9 p. 100. Une augmentation de ce coefficient est généralement considérée comme un signe positif pour l'industrie des transports aériens, mais il faut noter qu'avec les pressions persistantes s'exerçant sur les tarifs aériens, les transporteurs doivent obtenir des coefficients beaucoup plus élevés pour réaliser un bénéfice.

Un sain trafic passagers à l'été, des réductions de capacité et l'accumulation de réductions des coûts ont permis à plusieurs grands transporteurs de réaliser des bénéfices nets au troisième trimestre de 2003. Ils y sont parvenus malgré la panne de courant en août et les ouragans de septembre. AMR Corporation (la société mère d'American Airlines) a connu le plus grand revirement d'une année à l'autre, affichant un bénéfice net de 1 million de dollars américains en comparaison d'une perte nette de 924 millions de dollars américains au même trimestre en 2002. Le transporteur a attribué une bonne part de l'amélioration à de rigoureuses réductions des coûts et à ses efforts de restructuration.

Delta est demeurée déficitaire, avec une perte de 164 millions de dollars américains. Elle l'explique par son inaptitude à s'assurer une structure de coûts compétitive en raison de ses frais de main-d'œuvre - notant qu'en ce qui concerne les pilotes, ses coûts sont 80 p. 100 plus élevés que ceux d'American Airlines. Presque tous les transporteurs affirment qu'ils continueront de faire diligence pour contrôler leurs coûts d'exploitation à la lumière du contexte actuel des revenus.

Tableau 3. Revenu net

Transporteur aérien	Revenu net(Perte nette) T3 2003 (en \$US)	Revenu net(Perte nette) T3 2002 (en \$US)
Alaska Airlines	+40,7 millions	+12,5 millions
AMR Corporation	+1 million	-924 millions
America West Airlines	+32,9 millions	-49,6 millions
AirTran Holdings	+19,6 millions	+1,2 millions
Continental Airlines	+133 millions	-37 millions
Delta Air Lines	-164 millions	-326 millions
JetBlue Airways	+29 millions	+12,2 millions
Northwest Airlines	+42 millions	-46 millions
Southwest Airlines	+106 millions	+75 millions
US Airways	-90 millions	-335 millions

Tableau 4. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs

Transporteur aérien	PMP, septembre 2003 - septembre 2002	Capacité, septembre 2003 - septembre 2002
Alaska Airlines	+9,3 %	+7,9 %
American Airlines	-1,7 %	-5,9 %
America West Airlines	+5,7 %	-1,8 %
AirTran Airways	+37,6 %	+26 %
Continental Airlines	+2,1 %	-4,0 %
Delta Air Lines	-2,6 %	-3,1 %
JetBlue Airways	+66,9 %	+57,7 %
Northwest Airlines	-2,9 %	-6,2 %
Southwest Airlines	+10,6 %	+3,8 %
United Airlines	-4,1 %	-11,0 %
US Airways	-1,7 %	-11,2 %

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

Business Travel News (BTN) rapporte que les tarifs des voyages d'affaires continuent de diminuer. Selon les analystes de l'industrie aérienne de la Deutsche Bank et de Harrel Associates, les tarifs moyens des voyages d'affaires aux États-Unis étaient en baisse de 5 p. 100 par rapport à la même semaine un an plus tôt. Il s'agit d'un taux de diminution semblable à ce qui a été observé pendant de nombreuses semaines consécutives. BTN ne prévoit pas une augmentation avant 2004.

D'après un rapport publié récemment par J.P. Morgan, les prix pratiqués par les transporteurs à bas prix et le fait qu'ils ajoutent des routes nuisent considérablement au rétablissement des tarifs pour les voyages d'affaires. Le rapport affirme que les transporteurs à bas prix limitent actuellement la capacité des grands transporteurs de contrôler les prix sur plus de 600 routes intérieures - où l'aller simple sans réservation préalable est plafonné à 299 \$US. Le rapport prévoit que les transporteurs à bas prix représenteront 40 p. 100 du trafic aérien intérieur d'ici 2006.

Un nouveau transporteur à bas prix, dénommé provisoirement " Project Roam ", sera lancé en juin 2004 à Pittsburgh. L'entreprise débutera avec une flotte de huit avions et 500 employés, mais compte offrir d'ici cinq ans 120 départs quotidiens vers 39 destinations avec un effectif de 2 100 employés. Les avions comporteront des sièges affaires et des sièges économie; les services en vol comprendront des centres de divertissement personnels semblables à ceux des avions de JetBlue.

Hôtels - Canada

Selon une étude longitudinale que poursuit KPMG, les recettes touristiques ont accusé des pertes supérieures à 1 milliard de dollars entre le 2 mars et le 11 octobre de cette année dans les six villes canadiennes observées pendant cette période (Toronto, Montréal, Niagara Falls, Ottawa, Calgary et Vancouver - qui représentent 35 % du marché canadien de l'hébergement). Toronto a perdu 513,2 millions de dollars durant la période, un recul de 27,8 p. 100 par rapport à 2002. KPMG constate que les dépenses touristiques ont connu une amélioration appréciable depuis deux mois, mais que les hôtels continuent de subir une pression les contraignant de maintenir les tarifs des chambres à un niveau bas.

Pannell Kerr Forster Consulting Inc. (PKF) rapporte que le tarif quotidien moyen des chambres d'hôtel au Canada a diminué à 121,26 \$ en août, 4,6 p. 100 de moins qu'en août 2002. Le taux d'occupation national a diminué de 5,7 points de pourcentage, à 72,3 p. 100. La demande a semblé se rétablir au cours de l'été, mais le revenu par chambre disponible (RCD) demeurait 11,5 p. 100 sous le niveau d'août 2002.

Les Hôtels Fairmont ont fait état d'un bénéfice net de 11,6 millions de dollars américains pour le trimestre se terminant le 30 septembre 2003. Au même trimestre l'an dernier, il était de 39,0 millions de dollars américains. La chaîne d'hôtels de luxe attribue la baisse de ses bénéfices aux répercussions persistantes du SRAS ainsi qu'à une nette diminution des voyageurs internationaux. Cependant, les prévisions de Fairmont sont optimistes : l'entreprise a diffusé un communiqué signalant qu'elle prévoit un redressement l'an prochain, surtout pour les voyages collectifs.

Tableau 5. Revenus par chambre disponible (RCD) et revenu net des hôtels, 3e trimestre 2003

Société	Revenu par chambre disponible (RCD), T3 2003 - T3 2002	Revenu net(Perte nette) T3 2003	Revenu net(Perte nette) T3 2002
Hôtels Fairmont	+2,9 %	11,6 millions \$US (15,3 millions \$CAN)	39,0 millions \$US (51,4 millions \$CAN)
Legacy Hotels REIT	-15,1 %	17,5 millions \$	37,5 millions \$

*L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise***Hôtels - États-Unis**

Selon les plus récentes données de Smith Travel Research (STR), la demande hôtelière a continué à augmenter en août aux États-Unis. Le taux national d'occupation a augmenté de 1,8 p. 100 par rapport à l'an dernier, à 67,9 p. 100. Le RCD a quant à lui augmenté de 1,9 p. 100. Par contre, le tarif moyen des chambres est demeuré stagnant. Les résultats préliminaires du troisième trimestre se terminant à la fin septembre révèlent que le RCD a augmenté de 2,3 p. 100 durant l'importante saison estivale tandis que le taux d'occupation augmentait de 2 p. 100 par rapport à la même période un an plus tôt. Les données préliminaires d'octobre indiquent que ces statistiques diminueront durant un mois qui est de toute façon le plus calme. STR demeure toutefois optimiste que la croissance générale se poursuivra jusqu'à la fin de 2003 et en 2004. PricewaterhouseCoopers a récemment prédit que la demande d'hébergement générale augmentera de 4 p. 100 en 2004, faisant augmenter le RCD de 4,9 p. 100 par rapport à 2003.

Plusieurs chaînes hôtelières ont fait état de bénéfices au troisième trimestre se terminant le 30 septembre 2003, dont Choice, Hilton et Marriott International. Comme prévu les pressions exercées sur les tarifs des chambres ont fait en sorte que les revenus étaient inférieurs à ceux du même trimestre en 2002, mais une solide saison estivale a produit des taux d'occupation légèrement plus élevés. Les perspectives sont en général positives pour le quatrième trimestre, bien que la demande de voyages collectifs et de voyages d'affaires demeure faible. Il semble toutefois que les voyages d'affaires connaissent un redressement graduel, en même temps que l'économie se renforce. La plupart des entreprises hôtelières et des analystes de l'industrie s'accordent à dire que l'industrie hôtelière américaine semble avoir passé un cap.

Tableau 6. Revenu par chambre disponible (RCD) et revenu net des hôtels

Société	Revenu par chambre disponible (RCD), T3 2003 - T3 2002	Revenu net(Perte nette) T3 2003 (en \$US)	Revenu net(Perte nette) T3 2002 (en \$US)
Choice Hotels	+0,8 %	+24,3 millions	+21,9 millions
Hilton Hotels Corp.	-1,9 %	+34 millions	+48 millions
Host Marriott	-2,5 %	-88 millions	-38 millions
Marriott International	0 %	+92 millions	+109 millions

PKF a publié récemment son édition mi 2003 de Trends in the Hotel Industry (Tendances dans l'industrie hôtelière), révélant qu'aux États-Unis, les revenus des hôtels ont régressé de 3,7 p. 100 au premier semestre de 2003 par rapport à la même période l'an dernier. Heureusement, les entreprises hôtelières avaient réduit leurs coûts en moyenne de 5,9 p. 100 en 2001 et 2,1 p. 100 en 2002. Il restait toutefois peu de mesures d'économie possibles en 2003, de sorte que les coûts d'exploitation de l'hôtel moyen ont augmenté de 1 p. 100 au premier semestre de l'année. PKF prévoit qu'en raison de la faible augmentation prévue du tarif quotidien moyen des chambres, les revenus pour l'ensemble de 2003 seront en baisse pour une troisième année consécutive.

Le groupe InterContinental Hotels a annoncé récemment qu'il prévoit doubler le rayonnement de sa marque de luxe aux États-Unis et au Canada au cours des dix prochaines années. Il cherchera à augmenter sa présence par le truchement de contrats de gestion ou de repositionnement de la marque avec des hôtels établis. Il recourra également à des contrats de franchise plutôt que de construire de nouveaux hôtels lui appartenant. L'entreprise affirme que la demande à l'égard de marques hôtelières de luxe est demeurée constante et devrait se renforcer en même temps que l'économie, surtout dans les villes plaques tournantes et les lieux de villégiature, comme Los Angeles et Orlando.

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 8 p. 100 en septembre par rapport à un an plus tôt. Il indique en outre que le prix moyen des vols vers les États-Unis a diminué de 4 p. 100, et celui des vols vers des destinations internationales autres que les États-Unis, de 3 p. 100.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

Aux États-Unis, l'Air Transport Association (ATA) rapporte que le prix moyen des vols intérieurs a augmenté en septembre pour un troisième mois consécutif, de 1,5 p. 100 par rapport à l'an dernier. Cependant, les tarifs internationaux ont diminué. Le prix moyen aux États-Unis des vols sur les routes de l'Atlantique, du Pacifique et de l'Amérique du Sud a diminué respectivement de 0,4 p. 100, 2,1 p. 100 et 3,2 p. 100.

L'Airline Reporting Corporation (ARC) rapporte que les ventes des agences de voyages ont augmenté de 1 p. 100 en septembre par rapport au même mois de l'an dernier. Cependant, les ventes cumulatives de l'année demeurent 6 p. 100 en retrait de ce qu'elles étaient au même moment l'an dernier.

Selon le National Travel Barometer de l'American Automobile Association (AAA), les réservations touristiques étaient au total en hausse de 1 p. 100 en septembre par rapport au même mois en 2002. Dans l'ensemble, les statistiques ont bénéficié de l'excellent niveau des réservations de croisières et excursions pour l'hiver, en progrès respectivement de 10 p. 100 et 9 p. 100. Cependant, les réservations d'hôtel étaient en baisse de 3 p. 100 par rapport à septembre 2002.

L'administration du port de Vancouver a annoncé que le secteur des croisières entre Vancouver et l'Alaska a connu pour la saison 2003 sa première diminution en 21 ans. Le nombre de passagers en partance de Vancouver a diminué de 15 p. 100 et le nombre total de départs, de 10 p. 100. Le port signale que le marché des croisières en Alaska continue de progresser, mais que la part de marché de Vancouver, jadis dominante, a connu une érosion due en partie aux événements mondiaux et au progrès de la part de marché de Seattle.

Selon le nouveau sondage mené par SITA et le magazine Airline Business sur les tendances en matière de technologie de l'information chez les transporteurs aériens, 16 p. 100 des billets d'avion sont maintenant vendus en ligne à l'échelle mondiale, contre 10 p. 100 en 2002 et 6 p. 100 en 2001. La proportion s'établit à 39,7 p. 100 en Amérique du Nord et 14 p. 100 en Europe. Les ventes directes par l'entremise des sites Web des transporteurs aériens ont doublé au cours de la dernière année, à 10 p. 100 de tous les billets vendus, ce qui représente un chiffre d'affaires estimé de 50 milliards de dollars américains.

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

Royaume-Uni et Irlande

British Airways (BA) rapporte une augmentation de 1,7 p. 100 de ses passagers-kilomètres payants (PKP) en septembre par rapport à l'an dernier. Ils ont progressé de 2,1 p. 100 pour les sièges en classe économique, mais régressé de 0,5 p. 100 pour le trafic des classes supérieures. La capacité globale était en hausse de 3,7 p. 100, de sorte que le coefficient de remplissage a diminué à 75,7 p. 100, 1,4 point de moins qu'en septembre 2002. BA indique dans un communiqué de presse que les volumes enregistrés dans les classes supérieures semblent se stabiliser mais demeurent sous les niveaux vus antérieurement.

BA a confirmé avoir fermé ses cabines de première classe sur six de ses routes long-courriers - dont Heathrow-Montréal - en raison d'une demande insuffisante dans le marché des classes supérieures. Le transporteur a décrit l'avenir de son service première classe comme étant incertain, bien qu'il demeure rentable sur environ 15 de ses routes. Le transporteur a par ailleurs bouclé ses trois derniers vols de Concorde le 24 octobre, mettant à la retraite son luxueux avion de ligne supersonique en raison de la chute du nombre de passagers. BA signale que les voyages en classe économie demeurent sa priorité compte tenu des pressions persistantes sur les tarifs aériens.

À la mi-octobre, BA a annoncé avoir acheté quatre créneaux transatlantiques supplémentaires à l'aéroport Heathrow. Le transporteur entend augmenter encore ses services à Heathrow tout en réduisant sa présence à l'aéroport Gatwick. Les créneaux ont été rachetés de United Airlines; BA détient maintenant 41 p. 100 de tous les créneaux à Heathrow.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

La British Airport Authority (BAA), qui gère les aéroports internationaux du Royaume-Uni, rapporte que le trafic passagers à ses sept aéroports a augmenté à 12,5 millions en septembre, 2,6 p. 100 de plus que l'an dernier. Le trafic long-courrier a augmenté de 1,5 p. 100 même si les routes de l'Atlantique Nord ont connu une diminution de 1,1 p. 100. Le service régulier sur l'Europe s'est avéré le marché le plus vigoureux, le trafic augmentant de 7,6 p. 100 par rapport à l'an dernier.

Tableau 7. Variation du nombre de passagers transportés

Transporteur	Sept. 2003 - sept. 2002
British Airways	-1,9 %
EasyJet	+18,6 %
Ryanair	+49,0 %

BTI UK, une société de gestion des voyages d'affaires, a récemment révélé qu'au sein de sa propre clientèle, le nombre de voyages d'affaires s'améliorait même si les entreprises s'attachent de plus en plus à réduire les coûts. Jusqu'à 90 p. 100 des clients de BTI prévoient le recours aux transporteurs à bas prix dans leurs politiques, tandis que 79 p. 100 affirment encourager leurs employés à réserver leurs vols à la dernière minute pour obtenir le meilleur tarif possible. BTI signale également que depuis 2001, les clients ont réduit les dépenses en voyages d'affaires en moyenne de 25 p. 100, grâce à la fois à la recherche de meilleurs tarifs, à la réduction du nombre de voyages et au déclasserment.

Selon un récent sondage d'American Express auprès des voyageurs d'affaires internationaux, seulement 27 p. 100 des voyageurs d'affaires britanniques prévoient faire davantage de voyages au cours de la prochaine année. Un tiers des répondants ont indiqué qu'ils recourraient davantage aux transporteurs à bas prix pour les voyages d'affaires. Près de la moitié des répondants affirment utiliser les outils de réservation en ligne au moins à l'occasion.

L'entreprise de voyages d'agrément First Choice a rapporté dans un récent bulletin que sa saison estivale 2003 était une des meilleures qu'elle ait connues, avec 5 p. 100 de réservations en plus que l'été dernier, et que les réservations pour ses forfaits de vacances d'hiver étaient également prometteuses. First Choice indique que les réservations continuent à se faire tardivement, estimant que cette tendance deviendra une caractéristique permanente de l'industrie du voyage.

Le marché hôtelier du Royaume-Uni semble enfin en voie de se rétablir, selon les données préliminaires publiées par PKF. Les taux d'occupation ont augmenté de 2,4 p. 100 en septembre pour l'ensemble du Royaume-Uni et de 3,6 p. 100 à Londres. Selon PKF, ces résultats témoignent d'une lente reprise et augurent bien pour l'avenir.

Un récent sondage d'Active Hotels démontre qu'au Royaume-Uni, le nombre de personnes utilisant Internet pour réserver des chambres d'hôtel a bondi de 80 p. 100 entre septembre 2002 et septembre 2003. L'augmentation est surtout marquée dans les régions à l'extérieur des principales villes, où les réservations en ligne ont doublé.

France

Dans un accord historique conclu à la mi-octobre, Air France et KLM Royal Dutch Airlines ont officialisé leur fusionnement et créé le plus grand transporteur aérien d'Europe. Les deux entités ont demandé l'approbation des autorités réglementaires en Europe et aux États-Unis en vue de concrétiser leur projet en avril 2004. Air France acquerra alors KLM et créera une société de portefeuille sous laquelle les deux transporteurs continueront d'exploiter leur marque actuelle. Alitalia a été envisagé comme troisième partie au fusionnement, mais Air France et KLM l'ont exclu tant que le transporteur aérien appartenant à l'État italien ne sera pas privatisé et ne réalisera pas des progrès dans sa restructuration financière.

Selon l'Official Airline Guide (OAG), le nouveau transporteur sera le plus grand en Europe, avec 25 p. 100 de vols réguliers de plus que son plus proche rival, Lufthansa. Si Alitalia se joint à la nouvelle entité, elle sera deux fois plus grande que Lufthansa. Un porte-parole de l'OAG a soutenu que le fusionnement pourrait ouvrir la voie à une plus grande consolidation dans l'industrie européenne des transports aériens. Des regroupements de consommateurs se sont inquiétés du fusionnement, craignant que la réduction de la concurrence se traduise par une diminution de la pression sur les prix, surtout sur les routes long-courriers.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

En septembre, le trafic passagers d'Air France a augmenté de 6,6 p. 100 par rapport à l'an dernier. Comme la capacité a augmenté de 10,1 p. 100, le coefficient de remplissage a diminué de 2,5 points, à 75,1 p. 100. Le transporteur a indiqué que l'augmentation du trafic résultait principalement des répercussions d'une grève des pilotes en septembre 2002. Comme d'autres grands transporteurs aériens l'ont déjà fait, Air France a dévoilé ses services remaniés de première classe et de classe affaires destinés à récupérer certains de ses clients les plus lucratifs. Parmi les nouveaux avantages offerts, les sièges disposent d'un espace accru de 50 p. 100 en première classe et de 27 p. 100 en classe affaires.

D'après un récent sondage d'American Express auprès des voyageurs d'affaires de huit pays, les Français sont les plus avides de réserver leurs voyages d'affaires en ligne. Plus de 90 p. 100 des répondants français indiquent qu'ils apprécient la facilité des réservations en ligne, tandis que 43 p. 100 apprécient les tarifs plus avantageux qu'ils trouvent en ligne.

Allemagne

Lufthansa German Airlines indique que son trafic passagers a augmenté de 0,1 p. 100 en septembre par rapport à l'an dernier, tandis que sa capacité a augmenté de 1,8 p. 100. Son coefficient de remplissage a donc diminué de 1,2 points, à 77 p. 100. Le transporteur affirme que la faiblesse de l'économie mondiale a continué de nuire à ses résultats, en même temps que les répercussions persistantes du SRAS et de la guerre en Iraq. Néanmoins, le trafic passagers pour l'année jusqu'au 30 septembre 2003 a progressé de 1,4 p. 100 par rapport à l'an dernier.

Lufthansa espère par ailleurs stimuler son marché dans la classe affaires long-courrier. Suivant l'exemple d'autres grands transporteurs, Lufthansa a récemment dépensé environ 300 millions d'euros (460,6 millions \$CAN) pour améliorer les cabines de classe affaires dans sa flotte d'avions long-courriers. On y trouve désormais des sièges-couchettes qui peuvent être mis à plat et de nouveaux appareils de divertissement. À la mi-octobre, Lufthansa a annoncé qu'il prévoit réduire ses coûts de 1,2 milliard d'euros (1,8 milliard \$CAN) au cours des deux prochaines années, pour augmenter la rentabilité et protéger l'emploi. Pour justifier ces mesures d'austérité, le transporteur a invoqué des rendements décroissants, une diminution du nombre de voyageurs d'affaires payant les tarifs élevés et une concurrence accrue de la part des transporteurs à bas prix. Les détails des mesures n'ont pas encore été annoncés.

Thomas Cook AG a récemment signalé une chute de 11,6 p. 100 de ses ventes pour le troisième trimestre, à la période se terminant le 31 juillet 2003 - par suite des répercussions de la guerre en Iraq et de l'épidémie de SRAS sur l'entreprise allemande de voyages. Les prix des réservations ont en moyenne baissé de 5,4 p. 100 mais malgré les rabais accordés, les consommateurs ne sont guère motivés à acheter des vacances. Cependant, l'entreprise a indiqué que les réservations pour l'hiver paraissaient considérablement meilleures : les données actuelles sont en avance de 5,4 p. 100 sur l'an dernier. Malgré cette amélioration, l'entreprise prévoit réduire la capacité sur le marché allemand des voyages d'agrément en avion et augmenter les réductions de prix offertes pour les réservations précoces afin de réduire le nombre d'offres de dernière minute, moins rentables.

Le bureau de la Commission canadienne du tourisme (CCT) en Allemagne signale une hausse des réservations au Canada pour l'hiver, surtout pour ce qui est des voyages individuels (plutôt que les voyages collectifs). Les voyagistes sont généralement d'accord pour affirmer que dans l'ensemble, les réservations se rétabliront au second semestre de l'année, puis assureront en 2004 un retour à une croissance " modérée " dans l'industrie allemande du tourisme.

Italie

Malgré les démarches du premier ministre italien Silvio Berlusconi, Alitalia n'a pas été invité à rejoindre le récent fusionnement historique entre Air France et KLM. Les transporteurs français et néerlandais ont indiqué qu'Alitalia, qui appartient au gouvernement italien, devrait être privatisé et subir une profonde restructuration financière avant de pouvoir participer à un accord trilatéral avec eux.

Alitalia a récemment annoncé l'élaboration d'un plan triennal de réduction des coûts, mais n'en a pas encore dévoilé les détails. Dans l'immédiat, le transporteur suit l'exemple de British Airways et plusieurs autres grands transporteurs en réduisant à 1 p. 100 sa commission de base aux agences de voyages, à partir du 1er janvier 2004.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

Selon un récent sondage réalisé à l'échelle mondiale par American Express et RoperASW auprès de 11 000 consommateurs aux revenus élevés, les Italiens ont tendance à attacher plus d'importance au prix qu'à la qualité en faisant des décisions d'achat. Parmi les répondants italiens, le prix s'est classé comme premier facteur, suivi de la qualité puis des caractéristiques du produit; le service à la clientèle et les recommandations personnelles figuraient beaucoup plus loin sur la liste.

Le bureau de la CCT en Italie rapporte que le tourisme à l'étranger a régressé de 1 p. 100 cet été, avec des diminutions plus marquées des voyages au Canada, aux États-Unis et en Asie. Les données de juillet et août sur les voyages à l'étranger étaient plus positives, mais ne compenseront pas le recul constaté avant juillet. Avec les températures les plus élevées en 200 ans, la plupart des vacanciers italiens ont été attirés par les plages (70 %) ou les montagnes (17 %). Dans l'ensemble, les voyages vers les destinations intérieures ont augmenté de 25 p. 100 cet été.

Pays-Bas

KLM Royal Dutch Airlines fait état d'un bénéfice net de 89 millions d'euros (136,7 millions \$CAN) pour son deuxième trimestre se terminant le 30 septembre 2003. Bien que ce soit une augmentation de 4,7 p. 100 par rapport à l'année dernière, l'amélioration découle surtout d'éléments non liés à l'exploitation, y compris la vente de sa participation dans un transporteur nolisé. Les recettes passagers ont diminué de 11 p. 100 durant la période, par suite d'une diminution de 3 p. 100 du trafic passagers et de 8 p. 100 des rendements (y compris les effets des taux de change). Selon le transporteur, ses résultats du deuxième trimestre confirment la nécessité d'adopter des mesures structurelles de réduction des coûts et le fait que les perspectives de l'industrie demeurent " fragiles ".

Le trafic passagers de KLM a diminué de 4 p. 100 en septembre, par rapport à septembre 2002. La capacité était inférieure de 3 p. 100, de sorte que le coefficient de remplissage a diminué de 1 point, à 83,1 p. 100. Le transporteur signale que le trafic sur ses routes d'Asie-Pacifique s'est presque entièrement rétabli, le trafic et la capacité n'étant que 1 p. 100 sous les niveaux d'il y a un an et le coefficient de remplissage, essentiellement au même niveau.

Malheureusement, le trafic sur les routes de l'Atlantique Nord demeure considérablement inférieur à l'an dernier, accusant une baisse de 10 p. 100 par rapport à septembre 2002, surtout vers les destinations canadiennes. La capacité a été réduite de 12 p. 100 sur ces routes, le coefficient de remplissage augmentant ainsi de 3,3 points, à 89,6 p. 100.

Japon

Les deux plus grands transporteurs aériens du Japon, Japan Air Systems et All Nippon Airways (ANA), recevront en tout 85 milliards de yen (1 milliard \$CAN) en prêts du gouvernement japonais pour aider à combler les pertes de revenus découlant de la guerre en Iraq et de l'épidémie de SRAS. En contrepartie, la Banque de développement du Japon - qui appartient au gouvernement - a insisté pour que les transporteurs appliquent des mesures de réduction des coûts afin d'aider à atténuer les pertes. Les deux transporteurs avaient déjà reçu 239 milliards de yen (2,9 milliards \$CAN) en prêts gouvernementaux pour aider à assurer leur rétablissement financier après les répercussions des attentats terroristes du 11 septembre 2001.

L'ANA a par la suite annoncé son intention de réduire de 5 p. 100 les salaires de ses employés d'ici le printemps prochain. C'est la première fois que des réductions des salaires de base sont appliquées dans l'industrie japonaise des transports aériens. Les coûts annuels en main-d'œuvre d'ANA s'élèvent à environ 180 milliards de yen (2,2 milliards \$CAN); la réduction de 5 p. 100 produira donc des économies d'environ 9 milliards de yen (109 millions \$CAN).

Le gouvernement japonais a récemment demandé aux États-Unis d'exempter les citoyens japonais des nouvelles règles sur les passeports que le gouvernement américain veut mettre en œuvre en octobre 2004. Selon les nouvelles dispositions, les voyageurs de tout pays admissible au programme de dispense de visa, dont le Japon, devront produire un passeport lisible à la machine pour obtenir l'accès aux États-Unis sans visa. De plus, les passeports délivrés après octobre 2004 devront contenir des données biométriques d'identification (p. ex., information numérisée sur les traits du visage ou les empreintes digitales du détenteur) pour être acceptés sans visa.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

Le gouvernement japonais estime que sur les 5 millions de visiteurs qui arrivent aux États-Unis chaque année, environ 200 000 n'ont pas actuellement un passeport lisible à la machine. En outre, le ministère des Affaires étrangères ne sera pas en mesure de délivrer des passeports dotés d'identificateurs biométriques avant la fin 2005. Compte tenu des difficultés actuelles, au plan de la sécurité, de l'obtention d'un visa américain, les nouvelles règles sur les passeports pourraient considérablement influencer sur les visites des Japonais aux États-Unis.

ANA participera à l'essai d'un nouveau système d'enregistrement électronique des passagers à l'aéroport Narita de Tokyo; le dispositif recourt à une technologie de pointe en matière de reconnaissance des visages. Selon le ministère japonais des Terres, des Infrastructures et des Transports, l'expérience sera un premier pas sur la voie d'un concept d'aéroport " électronique " pour améliorer la sécurité des passagers et leur faciliter la vie. Grâce aux données biométriques, les passagers participants verront leur identité automatiquement confirmée par un appareil de contrôle de l'accès à l'aire des départs et lors de l'embarquement. L'expérience se déroulera de décembre 2003 à mars 2004.

Le bureau de la CCT au Japon rapporte que le marché japonais des voyages à l'étranger demeure calme par suite de préoccupations persistantes au sujet du SRAS; il est toutefois prévu qu'il commence à se redresser en octobre ou novembre. Les réservations de voyages pour admirer les coloris automnaux au Canada étaient d'un bon niveau; Air Canada a signalé que ses vols de septembre et octobre de Tokyo et Osaka à destination du Canada étaient presque complets.

Corée

L'Organisation nationale du tourisme de Corée (KNTTO) signale que les départs du pays ont augmenté de 12,3 p. 100 en septembre, par rapport à l'an dernier. Ils avaient déjà augmenté de 14,1 p. 100 de septembre 2001 à septembre 2002. Pourtant, les données cumulatives de l'année jusqu'en septembre indiquent que les départs sont en baisse de 3,7 p. 100 par rapport à la même période de l'an dernier - en raison de la forte diminution enregistrée durant l'épidémie de SRAS. KNTTO signale également que 12 615 Coréens ont visité le Canada en septembre, 6,1 p. 100 de plus qu'en septembre 2002.

Le Korean Herald rapporte que selon les données publiées par le Bureau national de la statistique de Corée, le redressement prévu de l'économie du pays a été retardé par la faiblesse persistante des dépenses de consommation et des investissements. Le ministère des Finances et la Banque de Corée insistent que la croissance économique coréenne atteindra 3 p. 100 cette année, mais la plupart des groupes de réflexion privés ont réduit leurs prévisions.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché, certains tarifs de vols en partance de Corée avaient diminué de 35 p. 100 en septembre alors que les transporteurs tentaient de stimuler les voyages durant une période qui est traditionnellement lente.

Hong Kong

Cathay Pacific Airways signale que son trafic passagers a poursuivi son redressement graduel en septembre, la diminution n'étant plus que de 3,2 p. 100 par rapport aux données de l'an dernier. La capacité était en baisse de 4,3 p. 100, de sorte que le coefficient de remplissage a augmenté de 4,4 points, à 78,6 p. 100. Le transporteur note qu'à la fin septembre, il avait réussi à rétablir le service aux niveaux normaux mais qu'il demeure confronté à une vive concurrence sur les prix, ce qui limite ses revenus passagers.

Dragonair indique que ses données passagers de septembre étaient en légère hausse (0,7 %) par rapport au même mois de l'an dernier. Le transporteur affirme qu'il jouit dans le marché des voyages d'affaires d'une saine demande qui devrait se maintenir.

Selon le rapport de la Commission australienne du tourisme publié en septembre sur le marché de Hong Kong, les départs à l'étranger demeuraient en baisse en septembre sauf à destination du Japon, mais l'écart s'était amenuisé. Le nombre de passagers était 7,3 p. 100 sous le niveau de l'an dernier pour les destinations américaines et 1 p. 100 pour les destinations européennes. La Commission indique également que la diminution des transactions des agents de voyages n'était plus que de 6 p. 100 en septembre par rapport à l'année précédente - une amélioration appréciable puisqu'au cours des derniers mois, la diminution des transactions était supérieure à 20 p. 100.

*L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise***Taïwan**

EVA Air a annoncé son intention d'augmenter sur certaines routes les fréquences des vols durant la saison hivernale, en raison d'une augmentation de la demande. Le transporteur augmentera ainsi le service sur plusieurs liaisons internationales dont celles du Royaume-Uni, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande.

La Fondation pour le développement de l'aviation chinoise, qui détient 71 p. 100 de China Airlines Ltd. (le plus grand transporteur aérien de Taïwan) a annoncé son intention de revendre une part de 36 p. 100 d'ici la fin de l'année et ainsi de renoncer au contrôle du transporteur. La valeur de cette participation a été évaluée à environ 444 millions de dollars américains. Les analystes de l'industrie ont imputé à la structure du capital social peu commode la difficulté de réformer le transporteur ou d'améliorer sa gestion.

Le bureau de la CCT à Taïwan rapporte que dans l'ensemble, les voyages à l'étranger à partir du pays ont chuté de 35 p. 100 entre janvier et juillet 2003. Le trafic passagers à destination des États-Unis a diminué de 17,5 p. 100, vers l'Europe, de 26,3 p. 100 et vers l'Asie, de 37,9 p. 100. Heureusement, les voyages à l'étranger ont connu une remontée appréciable en juillet et août, les consommateurs réagissant bien aux nombreuses réductions de prix des voyages. La reprise devrait se poursuivre durant la saison automnale.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché de Taïwan, le nombre total de voyages à l'étranger était en hausse de 1 p. 100 en août par rapport à août 2002. L'Australie, le Canada et l'Europe étaient les trois premières destinations long-courriers en ce qui concerne le volume.

Australie

Qantas Airways a annoncé son intention de lancer un transporteur intérieur à bas prix en mai 2004, en réaction à la concurrence croissante que livre le transporteur à bas prix Virgin Blue. Qantas a affirmé que son nouveau transporteur serait une entité distincte dotée de sa propre marque, suivant le modèle de son transporteur international à bas prix Australian Airlines. Virgin Blue a acquis quelque 30 p. 100 du marché intérieur en Australie depuis son lancement il y a trois ans.

Un récent sondage d'envergure mondiale réalisé par American Express et RoperASW auprès de consommateurs bien nantis a démontré que les Australiens bien nantis considèrent le prix comme le facteur le plus important dans leurs décisions d'achat. Comme dans le cas des répondants des États-Unis, de Hong Kong et du Royaume-Uni, le deuxième facteur le plus important pour les Australiens est la qualité, suivi du style et du design.

La Coupe mondiale de rugby a débuté à Sydney à la mi-octobre. Les organisateurs prévoyaient y attirer 40 000 visiteurs internationaux. Cependant, le nombre de touristes se rendant en Australie semble être inférieur aux prévisions. Les organisateurs attribuent cet écart au fait que l'épidémie de SRAS et la guerre en Iraq sont survenues au moment où de nombreux touristes prenaient leurs décisions.

Nouvelle-Zélande

Les derniers espoirs de concrétisation du fusionnement entre Air New Zealand (ANZ) et Qantas Airways se sont évanouis à la mi-octobre lorsque la Commission néo-zélandaise du commerce y a opposé son veto, jugeant que les avantages économiques ne compenseraient pas le coût d'une concurrence réduite. La Commission a soutenu que le fusionnement entraînerait une augmentation de jusqu'à 19 p. 100 des tarifs aériens ainsi qu'une réduction des services qui nuirait aux voyages outre-mer à partir de la Nouvelle-Zélande. Bien que les deux transporteurs aient indiqué leur intention d'en appeler de la décision, il semble y avoir peu d'espoir que celle-ci soit modifiée.

Entre-temps, ANZ a indiqué que pour le trimestre se terminant le 30 septembre 2003, son trafic passagers s'était amélioré par rapport à l'an dernier. Les passagers-kilomètres payants (PKP) ont augmenté de 2 p. 100 et la capacité, de 4,5 p. 100 par rapport à la même période l'an dernier. Cependant, les rendements étaient en baisse de 35,7 p. 100, surtout à cause des taux de change du dollar américain et du yen.

L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise

ANZ a annoncé un nouveau train de mesures de réduction des coûts s'étendant sur quatre ans et visant à économiser 245 millions de dollars néo-zélandais (196,3 millions \$CAN) par année d'ici 2007. Le programme comprend une réduction de 15 p. 100 des effectifs, surtout par attrition. Le transporteur étatisé est toujours en train de récupérer les énormes pertes financières subies il y a deux ans après l'effondrement de sa filiale australienne Ansett.

Le Bureau de la statistique de la Nouvelle-Zélande indique que le total des voyages à l'étranger a augmenté de 10 p. 100 en septembre par rapport à l'an dernier, ce qui constitue une augmentation record des départs de la part de Néo-Zélandais. En ont profité l'Australie, les îles Fidji, l'Inde et les États-Unis. Pour l'année se terminant le 30 septembre 2003, les départs étaient en hausse de 4 p. 100 par rapport à l'année précédente.

Le bureau de la CCT en Nouvelle-Zélande rapporte que les voyageurs du pays connaissent des ventes à destination du Canada qualifiées de bonnes à excellentes pour les voyages automnaux, et des ventes excellentes pour la saison hivernale. Le renforcement du dollar néo-zélandais favorise cette tendance, ainsi que la perception du Canada comme une destination sûre.

Selon la Commission australienne du tourisme, le ministère néo-zélandais du Tourisme a rapporté que l'industrie du tourisme du pays a connu un essor sans précédent au cours des dernières années. Les dépenses touristiques sont en hausse, de sorte que le tourisme est le deuxième plus grand secteur en matière de recettes à l'exportation. En 2002, les arrivées de visiteurs ont augmenté de 7 p. 100 et les dépenses, de 17,3 p. 100 par rapport à l'année précédente. Depuis 1997, les dépenses moyennes des visiteurs ont augmenté de 95 p. 100.

Aperçu économique

Amérique du Nord

Selon les prévisions, une solide reprise économique aux États-Unis engendrera dans l'ensemble de l'économie nord-américaine une croissance de 3,7 p. 100 en 2004. En 2003, on prévoit qu'elle aura progressé de 2,3 p. 100. En fait, au deuxième semestre de 2003, l'économie américaine devrait connaître sa croissance la plus forte depuis la fin des années 1990. Pour 2004, on lui prévoit une saine progression de 3,8 p. 100. Les perspectives optimistes pour l'économie américaine sont attribuables à la vigueur des dépenses de consommation, à un redressement appréciable des investissements et à une solide croissance des exportations réelles. À plus long terme, le nombre de familles américaines gagnant au moins 100 000 \$ par année devrait augmenter de 15 millions aujourd'hui à 20 millions d'ici la fin de la décennie, selon un récent rapport du Conference Board Inc. De plus, avec 78 millions d'enfants du baby-boom qui sont dans leurs meilleures années au chapitre des revenus, un marché plus vaste de consommateurs matures et bien nantis apparaît. En ce qui concerne le Canada, l'accélération de l'économie devrait être moins marquée que celle des États-Unis. Ces facteurs devraient commencer à exercer une pression baissière sur le cours du dollar canadien par rapport au dollar américain, au début de l'an prochain.

Europe

La croissance économique en Europe et dans ses grandes économies - Allemagne, France et Italie - devrait continuer à être mitigée cette année. L'appréciation de l'euro n'est qu'un des facteurs taxant la croissance. L'euro, qui valait moins de 0,90 \$US en 2001, est maintenant à 1,15 \$US. En 2004, il ne devrait pas s'apprécier aussi rapidement par rapport au dollar américain. Heureusement, une reprise économique semble être en voie de se matérialiser en Europe. Selon le Financial Times (FT), le redressement de la zone euro s'est renforcé récemment lorsque l'important indice allemand Ifo précurseur du climat des affaires a augmenté plus que prévu, à 94,2 en octobre contre 92 en septembre. C'était la sixième augmentation successive de l'indice, qui est maintenant à son plus haut niveau depuis février 2001. Hans Werner Sinn, président de l'Ifo, a déclaré que l'amélioration de l'indice s'inscrivait dans le même sens que les récentes prévisions conjointes des six principaux instituts allemands de recherche économique, selon lesquelles un redressement modeste débutera au quatrième trimestre. De plus, le FT rapporte que le président de la Banque centrale européenne M. Duisenberg a déclaré être optimiste quant à la croissance dans la zone euro; il a affirmé qu'elle pourrait retrouver l'an prochain son taux de 2,0 à 2,5 p. 100. L'économie du Royaume-Uni devrait aussi se redresser, progressant de 2,6 p. 100 en 2004. La croissance sera stimulée par une augmentation des exportations qui entraînera une croissance de la production industrielle.

*L'accent sur la valeur est essentiel à la reprise***Asie-Pacifique**

Cette région très peuplée du monde semble avoir récupéré rapidement à la suite de la crise du SRAS qui menaçait de paralyser l'activité économique il y a à peine quelques mois. La croissance économique atteindra probablement 3 p. 100 cette année, avec un taux analogue prévu en 2004. La Chine demeure l'économie progressant le plus rapidement dans la région, surtout en raison de la croissance rapide des exportations, un facteur que certains pays perçoivent comme un sérieux risque. Cependant, la demande intérieure augmente également en Chine, de sorte que ce pays est actuellement le plus grand importateur de biens de Taïwan et de Corée. Le Japon continuera de limiter la croissance globale de la région, bien qu'un redressement possible de l'activité économique semble s'y dessiner. Les exportations se sont récemment révélées très solides, en partie grâce à l'intervention de la banque centrale pour ralentir l'appréciation du yen. De plus, les marchés du travail ont connu une amélioration et le revenu réel disponible a augmenté, ce qui a aidé à stimuler la consommation des ménages.

Possibilités

Comme un nouveau casino de 1 milliard de dollars doit ouvrir à Niagara Falls l'an prochain, il est encourageant d'apprendre que plus du quart des Américains de 21 ans ou plus (51,2 millions de personnes) ont joué à un casino en 2002, d'après une nouvelle étude réalisée par Harrah's Entertainment, Inc. L'étude précise que le plus grand groupe de joueurs se situe dans le groupe d'âge des 51 à 65 ans (30 %) et que le revenu du ménage dépasse les 95 000 \$ par année pour 34 p. 100 des joueurs. Le joueur moyen a fait 5,8 visites à un casino l'an dernier et il était plus susceptible qu'un non-joueur d'avoir pris des vacances d'au moins une semaine au cours de la dernière année (63 % pour les joueurs contre 47 % pour les non-joueurs).

Bien qu'une grande attention ait récemment été portée à la croissance rapide des réservations d'hôtel par Internet, une étude récente observe que le Système mondial de distribution (SMD) demeure la première source de réservations électroniques pour l'industrie de l'hébergement. Selon des recherches menées par NFO Plog, le SMD et les médias associés au SMD représenteront un montant estimé de 11,5 milliards de dollars américains en revenus pour les hôtels en 2003, par rapport aux 7,5 milliards de dollars américains de la part de consommateurs faisant directement des réservations en ligne par Internet. De fait, 90 p. 100 des agents de voyages affirment qu'ils utilisent le SMD et les interfaces SMD autant ou plus qu'ils ne le faisaient il y a deux ans.

Il semble qu'un nombre croissant d'Américains se préoccupent de tourisme durable et sont prêts à payer davantage pour des vacances qui préservent l'environnement naturel. La TIA a récemment publié un rapport, *Geotourism: The New Trend in Travel* (Géotourisme : la nouvelle tendance en matière de voyages), selon lequel environ 75 p. 100 des voyageurs américains attachent une grande importance à ce que leurs visites n'endommagent pas l'environnement. Les appelant " géotouristes ", la TIA estime que 58,5 millions de ces Américains (environ un tiers de tous les voyageurs américains) accepteraient de payer davantage pour recourir à une entreprise de voyages qui s'efforce de protéger et préserver l'environnement; la majorité (61 %) payeraient 5 à 10 p. 100 de plus.

Résumé

Selon plusieurs indicateurs du rendement de l'industrie du tourisme, un redressement est en cours. De plus, de récents sondages sur les intentions de voyage des deux côtés de la frontière indiquent un fort niveau d'intentions de voyage pour la saison hivernale. Cependant, l'appréciation rapide du dollar canadien (par rapport au dollar américain) est source de préoccupation pour de nombreux fournisseurs touristiques canadiens - non seulement à l'égard du marché touristique intérieur, mais aussi en ce qui concerne le tourisme récepteur. Heureusement, selon la dernière enquête sur les intentions de voyage en hiver menée par le Conference Board du Canada (septembre 2003), les intentions de voyage au pays demeureront vigoureuses malgré l'appréciation du dollar canadien. De fait, comme l'industrie était l'an dernier aux prises avec une incertitude croissante due à la guerre en Iraq ainsi qu'une diminution de la confiance des consommateurs, le pronostic pourrait s'avérer encore plus positif.

Pourtant, si la demande touristique s'améliore, l'industrie continue à être confrontée de la part des voyageurs à une vive résistance aux augmentations de prix. Les voyageurs continuent de s'attendre à bénéficier des prix les plus bas que l'industrie du voyage ait vus depuis des années, voire de tous les temps. Les entreprises doivent maintenant trouver le moyen d'augmenter ces prix écrasés à un niveau plus viable, malgré cette résistance. Il semble que les stratégies qui différencient le plus efficacement une entreprise de ses concurrents à bas prix sont celles qui appuient et communiquent un message axé sur la valeur.

**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 #C50339F**