

Une généreuse nature



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme Numéro 20 : Janvier 2004

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 novembre et décembre 2003 ainsi qu'au début de janvier 2004.

Le nouvel an ranime l'optimisme

Sommaire

- En repensant à 2003, il semble impossible d'imaginer que l'industrie du voyage aurait pu subir une pire année. Un redressement était attendu et l'on prévoyait une croissance générale moyenne de 3,0 % des recettes touristiques, à partir du niveau de 51,8 milliards de dollars. Au lieu, le Conference Board du Canada estime que le SRAS, la guerre en Iraq, la demande de protection contre les créanciers d'Air Canada, le cas de maladie de la vache folle (ESB), les feux de forêt en Colombie-Britannique, l'énorme panne de courant d'août et la volatilité des taux de change ont coûté au moins 2 milliards de dollars à l'industrie canadienne du tourisme. L'année a apporté de grandes épreuves pour la plupart des fournisseurs touristiques; comme 2001 et 2002 avaient déjà été faibles, elles ont eu un effet dévastateur.
- Heureusement, 2003 s'est terminé sur une note positive de sorte que les fournisseurs accueillent le nouvel an avec un optimisme retrouvé. La demande refoulée a permis à une grande partie de l'industrie de réaliser des résultats positifs pendant les vacances de Noël. Cependant, le rétablissement de l'industrie du tourisme demeure fragile et divers éléments nous rappellent que les choses ne sont pas encore revenues à la normale. Des cas de SRAS retiennent de nouveau l'attention des médias, et la sécurité des transports aériens risque de poser des problèmes encore plus grands en 2004.
- Quant aux voyages d'affaires, bien que les signes d'un redressement se multiplient, les répercussions du SRAS sur le marché des réunions et congrès persisteront en 2004. En outre, il faut prévoir que les contraintes budgétaires continueront de limiter la reprise. Les entreprises augmenteront considérablement leurs budgets de voyages seulement quand elles obtiendront régulièrement de meilleurs résultats d'exploitation.

Nouvelles tendances et questions d'actualité - Le combat s'active pour le contrôle du marché en ligne

- Une des conséquences persistantes de la faible demande de voyages tout au long de 2003 est que les prix sont bas; l'essor des sites Web offrant des voyages à rabais y a contribué. Des sites consacrés aux voyages tels qu'Expedia, Travelocity et Orbitz ont été très utiles pour susciter des ventes lorsque le marché était au ralenti, mais ils sont maintenant un important obstacle à surmonter pour vaincre la résistance tenace à l'augmentation des prix - surtout dans l'industrie hôtelière. Des données récentes démontrent le profond impact de ces sites de tierces parties sur la rentabilité des hôtels. Ce fait, en même temps que la remarquable croissance des réservations d'hôtel en ligne, a amené un nombre croissant d'entreprises hôtelières à chercher énergiquement à obtenir des réservations dans leurs propres sites Web.

À lire

Sommaire	1
Vue d'ensemble	3
Nouvelles tendances et questions d'actualité	4
Consommateurs	6
Fournisseurs de voyages	7
Situation internationale	12
Aperçu économique	18
Possibilités	19
Résumé	19



Conference Board du Canada
Pour y voir clair

COMMISSION
CANADIENNE
DU TOURISME



CANADIAN
TOURISM
COMMISSION

Le nouvel an ranime l'optimisme

- Depuis un an, de nombreuses chaînes d'hôtels ont lancé des campagnes garantissant les tarifs les plus bas pour rassurer les consommateurs qu'ils trouvent les meilleurs prix sur leurs propres sites. Ce faisant, les hôtels espèrent ranimer une loyauté à la marque qui est en déclin et s'assurer une plus grande part des bénéfices générés par leurs produits. Certains recourent encore à des sites Web de tierces parties dans leur stratégie de marketing, mais ont négocié des accords plus équitables. À mesure que les fournisseurs de voyages continuent de raffiner leurs stratégies de marketing sur Internet et de mieux cerner les possibilités et les désavantages du recours à des sites de tierces parties, ils retrouveront un meilleur contrôle du prix de leurs produits et récolteront davantage des fruits qu'offre le marché en ligne en pleine croissance.

Vue d'ensemble du marché des consommateurs (voyageurs)

- Les perspectives sont positives pour les voyages d'agrément en 2004 même si la tendance aux réservations tardives qui est apparue après le 11 septembre 2001 ne semble pas devoir s'atténuer. Les soucis de sécurité qui ont récemment augmenté, y compris pendant les vacances de Noël lorsque le niveau d'alerte a été rehaussé aux États-Unis, perpétueront sans doute cette attitude attentiste. Le recours croissant à Internet pour la recherche et les réservations en matière de voyages est un autre facteur contribuant à cette tendance. Dans un sondage réalisé en décembre par Ipsos-Reid, 60 % des répondants avaient utilisé Internet pour chercher de l'information pour un voyage (4 % de plus qu'en 2002) et 33 % avaient fait des réservations en ligne (7 % de plus qu'en 2002).
- Heureusement, il semble que pour les voyages d'affaires aussi, les ventes soient sur le point d'augmenter dans l'année à venir, à la faveur de prix de plus en plus compétitifs et de perspectives économiques qui s'améliorent. L'édition 2003 de l'Étude canadienne sur les voyages d'affaires d'Ipsos-Reid indique que 32 % des grands voyageurs d'affaires canadiens entendent voyager davantage au cours des 12 prochains mois et 22 %, moins. Cependant, les résultats soulignent aussi l'attention accrue portée à la réduction des coûts des entreprises depuis deux ans. En 2003, les dépenses mensuelles moyennes par carte de crédit pour les voyages d'affaires ont diminué de 13 % à 2 600 \$, par rapport à 3 100 \$ en 2001. Malheureusement, selon des données récentes, les budgets des voyages demeureront limités et les transporteurs à bas prix poursuivent leur percée dans le marché des entreprises.
- Aux États-Unis, la Travel Industry Association of America (TIA) prévoit que les Américains feront 2,3 % de voyages d'agrément de plus cet hiver (décembre à février) que l'an dernier. La TIA attribue cette augmentation à l'amélioration de l'activité économique et de la confiance des consommateurs. Le département d'État des États-Unis a signalé qu'il avait délivré un nombre record de passeports au cours de l'année se terminant le 30 septembre 2003, ce qui serait un signe de plus d'un renforcement de la demande de voyages.

Vue d'ensemble de la situation des fournisseurs de voyages

- Air Canada a indiqué qu'en décembre ses passagers-milles payants (PMP) étaient en hausse de 0,2 % par rapport à l'an dernier. C'est la première fois depuis 12 mois que son trafic passagers total augmente. Malheureusement, le trafic intérieur reste 1,3 % sous le niveau de l'an dernier et le trafic sur les routes internationales de l'Atlantique accuse un recul de 4,3 %. Cependant, les routes internationales du Pacifique sont en hausse de 16,5 % par rapport à 2002, grâce à la demande pour Delhi, Hong Kong et la Chine continentale.
- Aux États-Unis, les PMP ont progressé dans l'ensemble de 1 % en décembre 2003 par rapport à l'année précédente. C'est le quatrième mois consécutif de hausse aux États-Unis. Ces chiffres indiquent que la demande continue de se rétablir graduellement, bien que les grands transporteurs aériens perdent encore du terrain par rapport aux transporteurs à bas prix. Des projets d'augmentation de la capacité pourraient alimenter la concurrence cette année, de sorte que les prix ne sont pas susceptibles de se rétablir rapidement.
- Les plus récentes données de PKF montrent que la demande hôtelière a augmenté constamment à l'automne, ce qui a réduit les écarts négatifs par rapport au taux d'occupation et aux revenus de 2002. En novembre, le taux d'occupation national était pratiquement au même niveau que l'an dernier (0,2 %) et le revenu par chambre disponible (RCD) n'était en baisse que de 1,4 % par rapport à novembre 2002.

*Le nouvel an ranime l'optimisme***Aperçu économique**

- Selon les prévisions, la croissance économique réelle des États-Unis atteindra 4,2 % en 2004 et 3 % en 2005. La réduction des impôts fédéraux, les faibles taux d'intérêt et la reprise des dépenses d'investissement alimenteront cette croissance. Au Canada, la vigueur des dépenses des consommateurs et des investissements des entreprises devrait plus que compenser toute faiblesse dans les exportations et le secteur gouvernemental en 2004. Le Conference Board du Canada prévoit que l'économie canadienne progressera de 3 % en 2004 et de 3,6 % en 2005.
- La croissance économique devrait s'améliorer en 2004 dans l'ensemble de l'Europe et dans ses grandes économies (Allemagne, France et Italie). D'après le bulletin Consensus Forecasts, les économies d'Europe de l'Ouest devraient progresser de 2 % en 2004, soit deux fois plus rapidement que la moyenne des deux dernières années. Comme d'habitude, le Royaume-Uni, grâce à ses liens plus proches avec l'économie dynamique des États-Unis, connaîtra de meilleurs résultats que la zone euro. Sur le continent, on prévoit que les résultats de la France et de l'Allemagne seront inférieurs à la moyenne, ne progressant en moyenne que de 1,5 %. Néanmoins, après des années de croissance anémique, il y a des motifs d'optimisme alors que ces deux pays au cœur de la zone euro commencent à restructurer leur économie au moyen de réductions d'impôt et de réformes du marché du travail.
- Le SRAS a gravement touché le commerce régional en Asie-Pacifique. Heureusement, l'économie chinoise a bien résisté au premier semestre de 2003, aidée par une vague de prêts à la consommation appuyés par le gouvernement. En 2004, Hong Kong, la Corée du Sud et Taïwan devraient enregistrer leur meilleure croissance économique depuis des années. En Australie, l'économie devrait progresser de presque 4 % en 2004, soutenue par la reprise du commerce régional ainsi que par une vigoureuse demande des consommateurs, stimulée par de faibles taux d'intérêt. Après avoir progressé de 2,4 % en 2003, le Japon continuera de connaître des résultats relativement favorables en 2004, progressant encore de 1,3 %.

Possibilités

- Les voyageurs d'affaires deviennent de plus en plus désillusionnés face à l'expérience des voyages. L'ayant compris, les fournisseurs peuvent attirer le plus possible de voyageurs d'affaires, surtout lorsque la demande augmentera, en découvrant quelles commodités rehausseront leur expérience et en misant sur elles. Par exemple, une étude réalisée par l'université de New York révèle qu'une proportion croissante des voyageurs d'affaires sont des femmes - elles constituent déjà 40 % du marché. Selon l'étude, 65 % des femmes faisant des voyages d'affaires prévoient une forme de relaxation durant leurs voyages, y compris des activités de loisirs (44 %) et des jours de vacances au terme de leur programme d'affaires (21 %). Dans les chambres d'hôtel, les commodités les plus prisées par ces femmes sont le minibar (71 %), les accessoires de bain de grandes marques (56 %) et un spa (47 %).
- En ce qui concerne les voyages d'agrément, l'Evening Standard de Londres a récemment publié un article affirmant que les intérêts des voyageurs britanniques se déplacent des vacances au soleil vers les vacances d'aventure. Depuis 2001, les réservations de vacances d'aventure ont progressé de 5 % chaque année; selon les prévisions, 150 000 voyageurs britanniques prendront en 2004 de telles vacances en quête de sensations fortes. De plus, selon les organisateurs de l'Adventure Travel and Sports Show tenu chaque année au Royaume-Uni, les vacances d'aventure les plus en vogue cette année sont les voyages au Canada pour pratiquer le kayak de rivière et l'observation du grizzli.

Vue d'ensemble

En repensant à 2003, il semble impossible d'imaginer que l'industrie du voyage aurait pu subir une pire année. Un redressement était attendu et l'on prévoyait une croissance générale moyenne de 3,0 % des recettes touristiques, à partir du niveau de 51,8 milliards de dollars. Au lieu, le Conference Board du Canada estime que le SRAS, la guerre en Iraq, la demande de protection contre les créanciers d'Air Canada, le cas de maladie de la vache folle, les feux de forêt en Colombie-Britannique, l'énorme panne de courant d'août et la volatilité des taux de change ont coûté au moins 2 milliards de dollars à l'industrie canadienne du tourisme. L'année a apporté de grandes épreuves pour la plupart des fournisseurs touristiques; comme 2001 et 2002 avaient déjà été faibles, elles ont eu un effet dévastateur.

Le nouvel an ranime l'optimisme

Heureusement, 2003 s'est terminé sur une note positive de sorte que les fournisseurs accueillent le nouvel an avec un optimisme retrouvé. Dans les secteurs aérien et hôtelier, les pertes ont diminué considérablement au dernier trimestre de 2003 et la demande refoulée a permis à une grande partie de l'industrie de réaliser des résultats positifs pendant les vacances de Noël. Les perspectives économiques en hausse, la confiance croissante des consommateurs et la demande refoulée devraient stimuler les voyages d'agrément tout au long de 2004.

Quant aux voyages d'affaires, bien que les signes d'un redressement se multiplient, les répercussions du SRAS sur le marché des réunions et congrès persisteront en 2004. En outre, il faut prévoir que les contraintes budgétaires continueront de limiter la reprise. Les entreprises augmenteront considérablement leurs budgets de voyages seulement quand elles obtiendront régulièrement de meilleurs résultats d'exploitation.

Entre-temps, divers éléments nous rappellent que le rétablissement de l'industrie du tourisme demeure fragile. Des cas de SRAS retiennent de nouveau l'attention des médias, et la sécurité des transports aériens risque de poser des problèmes encore plus grands en 2004. De plus, la faveur dont jouissent les sites Web consacrés aux voyages à bas prix fait que les fournisseurs ont de la difficulté à augmenter leurs prix même si la demande augmente. Pour de nombreux fournisseurs, ce serait essentiel pour atteindre la rentabilité. Il sera intéressant de suivre l'évolution de cette " guerre du Web " au cours de cette nouvelle année.

Nouvelles tendances et questions d'actualité

Le combat s'active pour le contrôle du marché en ligne

Une des conséquences persistantes de la faible demande de voyages tout au long de 2003 est que les prix sont bas. De nombreux fournisseurs les ont réduits pour tenter de stimuler la demande pendant les périodes creuses. Maintenant que la demande rebondit, augmenter les prix est devenu un problème majeur, surtout parce que les consommateurs sont maintenant habitués à des prix cassés. Les entreprises qui ont recouru aux rabais doivent maintenant lutter pour récupérer le contrôle de leurs prix et rétablir la valeur de leurs marques. La bataille la plus féroce à ce titre semble se dérouler en ligne, résultat de la popularité croissante d'Internet et de la quête acharnée des consommateurs pour les prix les plus bas possible.

Les intermédiaires en ligne (ou sites Web de tierces parties) tels qu'Expedia, Travelocity et Orbitz, ont bien servi les transporteurs aériens, hôtels et entreprises de location d'autos lorsque le marché était lent. Ils offraient aux fournisseurs un canal pour annoncer d'importants rabais de dernière minute. Les consommateurs ont afflué à ces sites affichant clairement des prix incroyablement bas, qui facilitaient leur recherche des meilleurs tarifs.

Cependant, ces mêmes sites sont maintenant devenus un fléau pour les nombreux fournisseurs qui tentent de surmonter la résistance tenace aux augmentations de prix - surtout dans l'industrie hôtelière. Des douzaines de sites Web touristiques sont apparus depuis quelques années, desservant une vaste gamme de stratégies de rabais pratiquées - souvent sans coordination - par les hôtels. Les chaînes, les indépendants, les franchisés et les sociétés de gestion avaient chacun leur méthode de fixer les tarifs des chambres. Par conséquent, l'établissement des prix et le contrôle des inventaires étaient particulièrement difficiles.

L'industrie des transports aériens a eu beaucoup plus de facilité à contrôler les prix dans le Web, notamment parce qu'il n'y a qu'une poignée de grands transporteurs et que les commissions sont plus minces. En outre, les transporteurs aériens sont à l'avant-garde pour ce qui est de promouvoir leurs propres sites Web en vue de stimuler les achats de billets en ligne. Les consommateurs ont ainsi moins eu recours aux sites de tierces parties pour faire leurs réservations. Actuellement, environ 62 % des billets vendus en ligne aux États-Unis sont achetés directement dans les sites Web des transporteurs.

Le nouvel an ranime l'optimisme

À l'inverse, dans l'industrie hôtelière, la concurrence pour les réservations en ligne s'intensifie. Depuis 2001, selon l'entreprise de recherche sur les voyages en ligne PhoCusWright, la part de marché des réservations d'hôtel en ligne se répartit à peu près également entre les sites Web d'hôtels et ceux de tierces parties (les hôtels conservant un avantage de 4 à 8 %). Entre-temps, le marché lui-même n'a cessé de se développer. Les plus récentes données eTRAK de TravelCLICK révèlent qu'au seul troisième trimestre de 2003, le nombre de nuitées vendues en ligne a bondi de 52 % à l'échelle mondiale, par rapport au même trimestre de 2002. Les entreprises hôtelières ont par conséquent lancé des tentatives plus énergiques pour contourner les canaux des intermédiaires et augmenter le nombre de ventes conclues sur leurs propres sites Web.

Les sites Web des tierces parties s'accaparent une part croissante des bénéfices

Un autre facteur poussant les hôtels à réduire radicalement leur recours aux sites Web de tierces parties est l'énorme impact que ceux-ci produisent sur les bénéfices des hôtels. Smith Travel Research (STR) a récemment publié un rapport estimant que ces sites commerciaux prélèveront près de 1 milliard de dollars américains sur les marges bénéficiaires de l'industrie hôtelière - dont environ 75 % ira à Expedia, Travelocity et Hotels.com. Cela représente environ 6 % des 16 milliards de dollars américains de bénéfices totaux que STR prévoit pour l'industrie hôtelière américaine en 2003. Ces chiffres représentent une nette augmentation par rapport à 2002, alors que la part estimée des bénéfices hôteliers accaparée par les sites commerciaux s'élevait à 676 millions de dollars américains, soit 4,5 % de l'ensemble des bénéfices.

Depuis un an, de nombreuses chaînes hôtelières ont réagi en lançant des campagnes de marketing visant à attirer davantage d'internautes à leurs propres sites. Des déclarations garantissant les tarifs les plus bas ont proliféré, pour rassurer les internautes que les meilleurs tarifs se trouvent sur le propre site Web de l'hôtel. Les hôtels espèrent ranimer la loyauté à la marque, qui a décliné depuis quelques années, et s'assurer une plus grande part des bénéfices générés par leurs produits.

Une personne avertie en vaut deux

Heureusement pour les fournisseurs touristiques canadiens, il semble que les sites Web de tierces parties n'aient pas au Canada la même pénétration de marché qu'au sud de la frontière - du moins pas encore. Cependant, selon un sondage Ipsos-Reid de novembre, les Canadiens utilisent de plus en plus Internet pour planifier leurs voyages et faire leurs réservations : 33 % des répondants affirmaient qu'ils ont fait des réservations en ligne, contre 26 % un an plus tôt et 18 % en 2000. Environ 60 % ont affirmé qu'ils avaient utilisé Internet pour obtenir de l'information touristique ou faire des recherches sur des destinations vacances. Il sera essentiel pour les fournisseurs touristiques d'élaborer de solides stratégies de marketing sur Internet pour conserver leur part des réservations de voyages et contrôler les prix des produits.

De nombreux fournisseurs recourent encore à des sites de tierces parties dans leur stratégie de marketing, mais en négociant des ententes plus équitables. Par exemple, Hilton Hotels Corp. a conclu avec Expedia un accord donnant à Expedia un accès exclusif à l'inventaire de chambres de Hilton en contrepartie de taux de commission réduits. Hilton en profitera sans doute en 2004 puisque la société mère d'Expedia, InterActiveCorp (également propriétaire de Hotels.com) a annoncé aux investisseurs qu'elle entend presque doubler ses dépenses de marketing cette année, à 900 millions de dollars américains, pour consolider son avance dans les voyages en ligne. D'autres sites de tierces parties ont dévoilé des projets semblables, recherchant de nouveaux moyens de faire concurrence sur le marché des réservations de voyage par Internet.

Comme STR l'a déclaré dans son rapport sur les sites Web commerciaux, " les sites Web de tierces parties sont là pour rester. Aux exploitants d'hôtels de les utiliser pour former une relation mutuellement profitable. " À mesure que les fournisseurs de voyages continuent d'améliorer leurs stratégies de marketing sur Internet et de mieux comprendre les possibilités et les désavantages du recours à des sites de tierces parties, ils récolteront davantage des fruits qu'offre le marché en ligne en pleine croissance.

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

Voyageurs d'affaires

Il semble que les voyages d'affaires se soient stabilisés et se préparent à augmenter dans l'année à venir, stimulés par des prix de plus en plus compétitifs et des perspectives économiques améliorées. Cependant, si ces facteurs laissent présager une augmentation des voyages, des données récentes indiquent que les budgets des voyages demeureront serrés et que les transporteurs à bas prix augmenteront leur percée dans le marché des entreprises. Bien que la confiance des entreprises ait continué sa remontée graduelle aux derniers mois de 2003, les entreprises semblent réticentes à augmenter les dépenses de voyages jusqu'à ce que le climat économique devienne plus stable.

Ipsos-Reid a dévoilé en décembre les résultats 2003 de son Étude canadienne sur les voyages d'affaires, selon lesquels 32 % des grands voyageurs d'affaires entendent voyager davantage au cours des 12 prochains mois et 22 %, moins. C'est là une bonne nouvelle, mais les résultats montrent aussi que les voyages en avion et les séjours à l'hôtel demeurent considérablement en baisse par rapport à 2001 : les vols associés à des voyages d'affaires ont diminué de 13 % et les nuitées à l'hôtel, de 15 %.

Les résultats de l'étude illustrent aussi la plus grande attention accordée à la réduction des coûts des entreprises depuis deux ans. Les dépenses mensuelles moyennes par carte de crédit pour les voyages d'affaires ont diminué de 13 % à 2 600 \$, par rapport à 3 100 \$ en 2001. Si le plus grand groupe de répondants (41 %) a affirmé utiliser surtout des transporteurs aériens offrant des services complets, 17 % d'entre eux choisissent surtout des transporteurs à bas prix; 25 % ont affirmé utiliser les deux.

Selon une récente étude comparative réalisée par BTI Canada, une entreprise de gestion des voyages d'affaires, le coût moyen des billets d'avion achetés par ses entreprises clientes au Canada a diminué de 9,6 % depuis un an. Les tarifs hôteliers moyens étaient au même niveau que ceux de 2002, dont BTI signale qu'ils étaient déjà déprimés, et les tarifs de location d'autos ont diminué de 4 %. BTI affirme que ses clients continuent de rechercher les plus bas prix possible, souvent aux dépens du confort.

Au début de janvier, les Services conseils American Express ont publié leur rapport Tendances et prévisions pour le secteur du voyage d'affaires au Canada - 2004, prévoyant que les entreprises canadiennes dépenseront 2 % de moins cette année pour les voyages d'affaires, mais augmenteront le nombre de voyages. Les prix des vols intérieurs devraient connaître la plus grande diminution (5 à 6 %), entraînant d'importantes économies pour les budgets de voyages des entreprises. Les perspectives économiques favorables devraient stimuler la demande de voyages d'affaires.

Le plus récent sondage d'Accenture révèle que les options à bas prix demeurent également une priorité pour les voyageurs d'affaires américains : 76 % des répondants prévoient que leurs voyages augmenteront ou resteront au même niveau pendant les six prochains mois, mais que les préoccupations budgétaires sont le facteur le plus important dans la planification des voyages. Parmi les répondants, 59 % ont indiqué avoir utilisé des transporteurs à bas prix au cours des six derniers mois et 65 % entendent le faire davantage ou autant dans le proche avenir. La grande majorité des répondants prévoient loger à des hôtels de gamme moyenne (75 %) ou de chaînes économiques (13 %); seulement 4 % ont indiqué qu'ils logeront à des hôtels de luxe.

D'après les prévisions du Travelometer pour l'hiver 2003-2004 de la Travel Industry Association (TIA) des États-Unis, les Américains feront 3,7 % de voyages d'affaires de plus cet hiver (décembre à février), par rapport à l'an dernier. Les perspectives de 2004 sont encore plus favorables : le plus récent Annual Travel Forecast de la TIA prévoit que le nombre de voyages d'affaires des Américains augmentera à 122 millions, 4,2 % de plus qu'en 2003. C'est la première augmentation annuelle prévue des voyages d'affaires américains depuis 1999, après une diminution prévue de 3,7 % en 2003.

Selon Meeting Planners International et American Express, le segment des réunions demeure l'aspect positif du marché des voyages d'affaires : on prévoit que ses recettes mondiales augmenteront en moyenne de 4 % en 2004. Les deux organisations ont récemment publié FutureWatch 2004, un bilan annuel des perspectives dans l'industrie des réunions s'appuyant sur un sondage auprès des professionnels des réunions partout en Amérique du Nord et en Europe. Les répondants canadiens ont prédit une augmentation de 12 % des budgets consacrés aux réunions en 2004 et les répondants américains et européens, une augmentation de 25 %. Les planificateurs américains prévoient également que les réunions tenues à l'extérieur des États-Unis augmenteront de 11 %.

*Le nouvel an ranime l'optimisme***Voyageurs d'agrément**

Les perspectives sont positives pour les voyages d'agrément en 2004 même si la tendance aux réservations tardives qui est apparue après le 11 septembre 2001 ne semble pas devoir s'atténuer. Les soucis de sécurité qui ont récemment augmenté, y compris pendant les vacances de Noël lorsque le niveau d'alerte a été rehaussé aux États-Unis, perpétueront sans doute cette attitude attentiste. Le recours croissant à Internet pour la recherche et les réservations en matière de voyages est un autre facteur contribuant à cette tendance.

Un sondage réalisé en novembre par Ipsos-Reid pour Expedia.ca a révélé que 54 % des Canadiens prévoyaient voyager pendant la saison de vacances de décembre et 62 %, entre janvier et mars. Parmi ceux prévoyant un voyage en décembre, 27 % avaient choisi une destination dans une autre province, tandis que 20 % entendaient demeurer dans leur propre province. Les autres répondants avaient l'intention de prendre leurs vacances aux États-Unis (24 %) ou ailleurs au monde (29 %). Parmi ceux voyageant entre janvier et mars, 36 % entendent opter pour une destination canadienne, 28 %, pour une destination américaine et 34 %, pour une autre destination internationale.

Les résultats indiquent également que les Canadiens utilisent de plus en plus Internet pour planifier leurs voyages et faire leurs réservations. Chez les répondants, 60 % ont affirmé qu'ils ont recouru à Internet pour trouver des renseignements touristiques (4 % de plus qu'un an plus tôt), tandis que 33 % avaient fait des réservations en ligne (7 % de plus qu'un an plus tôt).

Aux États-Unis, le Travelometer pour l'hiver 2003-2004 de la TIA prévoit que les Américains feront 2,3 % de voyages d'agrément de plus cet hiver (décembre à février) que l'an dernier. La TIA attribue cette augmentation à l'amélioration de l'activité économique et de la confiance des consommateurs. Dans son Annual Travel Forecast, la TIA a indiqué attendre une augmentation de 3,2 % des voyages d'agrément intérieurs en 2004, après l'augmentation prévue de 2,8 % de 2003. À l'appui de ces prévisions, le département d'État des États-Unis a signalé qu'il avait délivré un nombre record de passeports au cours de l'année se terminant le 30 septembre 2003, ce qui serait un signe de plus d'un renforcement de la demande de voyages.

Une récente étude de Vividence Corporation et PhoCusWright Inc. indique que les consommateurs sont de plus en plus intéressés à réserver des forfaits de vacances sur Internet, mais sont frustrés par l'absence de souplesse qu'offrent actuellement les forfaits disponibles. Selon l'étude, 28 % des consommateurs observés avaient acheté des forfaits en ligne dans le passé, et 68 % étaient intéressés à le faire à l'avenir. Cependant, la plupart des consommateurs (73 %) trouvent que les forfaits actuellement offerts sont trop rigides; les principales critiques concernent l'impossibilité de choisir ses fournisseurs préférés (50 %) et de vérifier que les commodités voulues sont comprises (32 %).

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

Air Canada a rapporté une perte nette de 263 millions de dollars pour le troisième trimestre se terminant le 30 septembre 2003, contre un bénéfice net de 125 millions de dollars au même trimestre l'an dernier. Pour l'année jusqu'au 30 septembre, les pertes du transporteur atteignent presque 1,1 milliard de dollars. Les passagers-milles payants et la capacité ont tous deux diminué de 13 % au troisième trimestre, de sorte que le coefficient de remplissage est demeuré pratiquement inchangé depuis l'an dernier (en hausse de 0,1 %). Les recettes passagers ont diminué de 8 % par rapport au troisième trimestre de 2002.

Le transporteur a imputé la plus grande part de ses pertes du troisième trimestre à la forte réduction des voyages internationaux par suite de l'éclosion de SRAS. Il a toutefois reconnu devoir continuer de rechercher des gains en efficience dans l'exploitation pour réussir dans un contexte où le rendement intérieur est réduit de façon permanente. Du reste, il indique que la concurrence croissante livrée par les transporteurs à bas prix continue d'entraîner des pressions sur les tarifs aériens et les recettes, jugeant que telle est la nouvelle réalité difficile de l'industrie au Canada.

Le nouvel an ranime l'optimisme

Pour décembre, Air Canada a indiqué que ses passagers-milles payants étaient globalement en hausse de 0,2 % par rapport à l'an dernier. C'est la première fois depuis 12 mois que son trafic passagers total augmente. Malheureusement, le trafic intérieur reste 1,3 % sous le niveau de l'an dernier et le trafic sur les routes internationales de l'Atlantique accuse un recul de 4,3 %. Cependant, les routes internationales du Pacifique sont en hausse de 16,5 % par rapport à 2002, grâce à la demande pour Delhi, Hong Kong et la Chine continentale. Le transporteur signale que la demande pour les Caraïbes, le Mexique et l'Amérique du Sud a aussi augmenté considérablement.

Après des mois d'incertitude et de procédures judiciaires qui ont retardé la restructuration du transporteur, le conseil d'administration d'Air Canada a approuvé le choix de Trinity Time Investments comme partenaire dans son plan de relance. D'après l'accord conclu, Trinity achètera pour 650 millions de dollars un intérêt de 31 % dans Air Canada, une fois que le transporteur aura quitté le régime de protection contre les créanciers. Trinity sera ainsi le premier actionnaire. Air Canada doit encore obtenir l'aval des tribunaux, mais Ernst & Young, le syndic de faillite, a déjà recommandé l'approbation de façon à ce qu'Air Canada puisse mener à bien sa restructuration avant l'expiration de l'accord avec Trinity le 30 avril 2004.

Tableau 1. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs aériens - Décembre 2003

Transporteur aérien	PMP (millions), décembre 2003	PMP 2003 - 2002	Capacité 2003 - 2002
Air Canada (y compris Tango, Zip et Jetz)	3 132	+0,2 %	-2,6 %
Air Canada Régional (Jazz)	129	+2,4 %	-4,0 %
WestJet	476	+40,6 %	+37,9 %
Jetsetgo	174	+231 %	+234 %

Selon le plus récent rapport trimestriel de l'OAG, le segment des transporteurs à bas prix poursuit son essor au Canada. La semaine du 8 décembre 2003, la fréquence et le nombre de sièges offerts par les transporteurs à bas prix au Canada étaient 37 % au-dessus du niveau de l'an dernier. Cette tendance continuera sans doute en 2004, les deux plus grands transporteurs à bas prix du Canada, WestJet et Jetsetgo, ayant récemment annoncé d'ambitieux projets d'expansion pour la prochaine année.

Un article du Globe and Mail illustre récemment l'évolution radicale des parts du marché intérieur survenue au cours de la dernière année entre les liaisons desservies par les trois plus grands transporteurs canadiens (Air Canada, WestJet et Jetsetgo). Il indiquait que WestJet a porté sa part du marché intérieur à 25 % au troisième trimestre de 2003, contre 18 % en 2002. Jetsetgo, qui a un an, détient maintenant 8 % du marché. Sur la même période, la part d'Air Canada a chuté de 82 % à 67 %.

Pour tenter de simplifier la structure des tarifs aériens, Air Canada a récemment annoncé qu'il incorporerait le supplément carburant à ses tarifs intérieurs de base. Ainsi, les prix annoncés s'approchent davantage du prix réellement payé par le consommateur (les tarifs internationaux intègrent déjà le supplément carburant). Selon la distance parcourue, les suppléments carburant varient habituellement de 10 \$ à 20 \$ par trajet pour les vols intérieurs. WestJet et Jetsetgo ont annoncé qu'ils emboîteraient le pas.

Transporteurs aériens - États-Unis

L'Air Transport Association (ATA) signale que les passagers-milles payants ont augmenté de 1 % en décembre 2003 par rapport à l'année précédente. C'est le quatrième mois consécutif de hausse aux États-Unis. Si l'augmentation a été modeste sur les vols intérieurs (0,2 %), le trafic international a progressé de 2,9 % grâce à de solides augmentations sur les routes de l'Atlantique et d'Amérique latine (3,6 % et 7,9 % respectivement).

Ces chiffres indiquent que la demande continue de se rétablir graduellement, bien que les grands transporteurs aériens perdent encore du terrain par rapport aux transporteurs à bas prix. Plusieurs grands transporteurs ont annoncé des projets d'augmentation de la capacité pour répondre à la demande croissante et faire concurrence au segment du bas prix qui prend de l'ampleur. Par exemple, American Airlines a déclaré avoir l'intention d'augmenter sa capacité de 7 % en 2004. Cependant, cela pourrait alimenter la concurrence au sein de l'industrie et augmenter la pression à la baisse des tarifs aériens, de sorte que les prix ne sont pas susceptibles de se rétablir rapidement.

Le nouvel an ranime l'optimisme

D'après le président-directeur général de l'ATA, James May, le trafic passagers n'a pas connu de problèmes pendant la période de pointe des vacances en décembre, malgré le niveau rehaussé d'alerte au terrorisme et la vague d'annulations de vols pour des motifs liés à la sécurité. Il a noté que le niveau rehaussé d'alerte au terrorisme n'a pas eu de répercussions importantes sur les réservations pendant la période des fêtes et que les voyageurs semblent s'habituer aux nouvelles règles et formalités de sécurité.

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

Transporteur aérien	PMP, décembre 2003 -décembre 2002	Capacité, décembre 2003 -décembre 2002
Alaska Airlines	+8,0 %	+8,5 %
American Airlines	-0,1 %	-0,8 %
America West Airlines	+5,3 %	+4,8 %
Continental Airlines	+7,6 %	+3,3 %
Delta Air Lines	-0,5 %	-0,3 %
JetBlue Airways	+43,6 %	+48,2 %
Northwest Airlines	-4,8 %	-6,3 %
Southwest Airlines	+1,1 %	+4,3 %
United Airlines	-2,8 %	-5,9 %
US Airways	+4,1 %	+3,4 %

UAL Corp, la société mère de United Airlines, a déclaré une perte nette de 367 millions de dollars américains au troisième trimestre se terminant le 30 septembre 2003, même si elle avait enregistré ses premiers bénéfices d'exploitation trimestriels (19 millions \$US) depuis plus de trois ans. Le transporteur a affirmé que sa restructuration se poursuit comme prévu et qu'il réalise de grands progrès dans la réduction de ses coûts. En décembre 2003, UAL a annoncé qu'elle avait obtenu 2 milliards de dollars américains de financement, un grand pas en vue de s'affranchir du régime de faillite. Cependant, le financement est conditionnel à l'approbation par l'Air Transportation Stabilization Board et le tribunal américain des faillites.

United Airlines a également confirmé qu'il lancerait sa nouvelle filiale à bas prix en février 2004, sous le nom de Ted (les trois dernières lettres de " United "). Elle fera concurrence dans le segment des transporteurs à bas prix sur de nombreuses routes de United. On estime qu'environ 70 % du réseau de United est exposé à la concurrence à bas prix, plus que pour tout autre grand transporteur américain. Ted débutera avec quatre avions, mais United espère le doter de 40 appareils d'ici la fin de 2004.

D'après Travel Weekly, le département des Transports des États-Unis a publié un rapport indiquant qu'en décembre 2003, les transporteurs à bas prix avaient porté leur part du marché intérieur à 22 % des sièges offerts. C'est là 2 points de pourcentage de plus qu'en 2002 et 6 points de plus qu'en 2000. Le rapport indique également que les grands transporteurs détiennent 54 % du marché intérieur, le solde de 24 % étant aux mains des autres transporteurs (p. ex., régionaux).

Le 5 janvier, le gouvernement américain a lancé le programme de surveillance " U.S. VISIT " (Visitor and Immigrant Status Indicator Technology), prévoyant la prise des empreintes digitales et d'une photo des visiteurs étrangers aux États-Unis. Les citoyens des 27 pays admissibles au programme de dispense de visa seront exemptés du nouveau programme, mais celui-ci touchera néanmoins quelque 24 millions de visiteurs par année. Certains membres de l'industrie du voyage se soucient de ce que cette nouvelle politique pourrait nuire aux visites touristiques en projetant une image négative auprès des voyageurs internationaux.

Hôtels - Canada

D'après une étude de KPMG, les dépenses touristiques ont reculé de 1,03 milliard de dollars entre le 2 mars et le 25 octobre 2003 dans les six villes canadiennes observées (Toronto, Montréal, Niagara Falls, Ottawa, Calgary et Vancouver - qui représentent 35 % du marché de l'hébergement au Canada). KPMG indique que les dépenses touristiques semblaient sur le point de rebondir à l'automne même si divers facteurs qui avaient nui au tourisme au printemps et à l'été demeuraient présents à l'automne. En particulier, l'économie américaine est plus faible que prévu et le cours du dollar canadien est en hausse. Pannel Kerr Forster Consulting Inc. (PKF) a prédit que les revenus de l'industrie hôtelière canadienne reculeraient en tout de 470 millions de dollars en 2003.

Le nouvel an ranime l'optimisme

Les plus récentes données de PKF montrent que la demande hôtelière a augmenté constamment à l'automne, ce qui a réduit les écarts négatifs par rapport au taux d'occupation et aux revenus de 2002. PKF signale que le tarif quotidien moyen des chambres dans les hôtels canadiens a diminué à 104,55 \$ en novembre, 1,1 % de moins que l'année précédente. Quant au taux d'occupation national, 56,3 %, il était à peine 0,2 point de pourcentage sous celui de l'an dernier. Par conséquent, le revenu par chambre disponible (RCD) a diminué de 1,4 % par rapport à novembre 2002.

En janvier, plus de 100 hôtels de la région de Toronto ont convenu d'appliquer des frais de marketing de destination, qui ajouteront un supplément de 3 % aux notes de tous les clients. Les fonds seront recueillis par l'Association des hôtels du grand Toronto et ils serviront à des activités de ventes et de marketing visant à promouvoir Toronto comme destination touristique.

Four Seasons Hotels Inc. a affiché un bénéfice net de 4,7 millions de dollars pour son troisième trimestre terminé le 30 septembre 2003. L'entreprise d'hébergement avait encaissé une perte nette de 12,3 millions de dollars au même trimestre en 2002. Le groupe a affirmé dans un communiqué de presse que les réservations avaient continué d'augmenter tout au long du troisième trimestre, stimulées par une demande croissante dans le marché des voyages d'affaires ainsi qu'une solide demande dans le marché des voyages d'agrément. L'entreprise a également signalé que l'amélioration de la demande s'est poursuivie au quatrième trimestre, mais que les réservations continueraient d'être faites beaucoup plus tardivement que dans le passé. Four Seasons prévoit que la reprise économique devrait entraîner une amélioration soutenue de la demande de voyages, surtout au chapitre des voyages d'affaires.

En novembre 2003, les Hôtels Fairmont ont déclaré aux investisseurs qu'il y avait des signes positifs quant à la croissance de l'industrie hôtelière en 2004, compte tenu de la constante amélioration de l'économie américaine et du rétablissement à la suite de l'éclosion de SRAS. Fairmont affirme que les voyageurs internationaux semblent être de plus en plus optimistes quant aux réservations, dont le volume global devrait augmenter. Cependant, il est prévu que les tarifs des chambres demeureront constants.

Hôtels - États-Unis

D'après les données préliminaires de Smith Travel Research (STR), le revenu par chambre disponible (RCD) des hôtels américains a augmenté de 3 à 5 % en décembre 2003. Comme il avait déjà augmenté de 2,9 % en octobre et 3,6 % en novembre, il semble que la reprise se sera poursuivie jusqu'à la fin de 2003. Selon PKF Consulting, divers facteurs ont stimulé la demande hôtelière en décembre, dont l'augmentation de l'optimisme chez les consommateurs et le fait que Noël tombait un jeudi, ce qui a permis à un plus grand nombre de prendre une fin de semaine prolongée. En outre, la saison des fêtes de l'année précédente avait souffert d'une chute de la demande due à la perspective d'une guerre en Iraq.

Cependant, PricewaterhouseCoopers (PWC) estime que la décision du gouvernement américain d'élever le niveau d'alerte au terrorisme entre le 21 et le 27 décembre peut avoir réduit le taux d'occupation des hôtels de 1,5 %. PWC affirme que les annulations ou retards de nombreux vols ainsi que les mesures de sécurité rehaussées ont entraîné une augmentation de l'inquiétude chez les voyageurs, ce qui a nui aux voyages pendant cette période. L'entreprise note que six des 11 alertes au terrorisme émises par les autorités fédérales depuis le 11 septembre 2001 ont correspondu à une diminution statistiquement significative du taux d'occupation des hôtels.

Starwood Hotels and Resorts a affiché un bénéfice net de 48 millions de dollars américains pour son troisième trimestre terminé le 30 septembre 2003. Le RCD de l'entreprise a augmenté tout au long de l'été, progressant en moyenne de 4,4 % par rapport à l'année précédente. Starwood indique que les réservations de voyages collectifs étaient très faibles durant cette période, mais que les réservations spontanées, en hausse de 8 % en Amérique du Nord, avaient heureusement plus que compensé. L'entreprise a également connu des augmentations modestes mais inégales des tarifs en septembre.

Le nouvel an ranime l'optimisme

Tableau 3. Revenu par chambre disponible (RCD) et revenu net des hôtels

Société	RCD T3 2003 - T3 2002	Revenu net (Perte nette) T3 2003 (\$US)	Revenu net (Perte nette) T3 2002 (\$US)
FelCor Lodging Trust	-2,4 %	-\$133 millions	-\$14 millions
InterstateHotels & Resorts	-1,4 %	-\$0,4 million	-19,4 millions
Prime Hospitality	+0,3 %	+\$2 millions	+\$2,8 millions
Starwood Hotels & Resorts	+4,4 %	+\$48 millions	+\$52 millions
WestCoast Hospitality	+0,2 %	+\$2,6 millions	+\$3,9 millions
Wyndham International	+1,8 %	-\$89,1 millions	-\$78,2 millions

D'après un sondage réalisé récemment par le Hospitality Research Group (HRG) de Pannel Kerr Forster Consulting (PKF), les hôtels offrant une gamme complète de services ont connu une plus grande volatilité que les hôtels à service réduit à la suite des récents ralentissements économiques. Cependant, le HRG prévoit que les hôtels à gamme complète récupéreront plus rapidement et que les hôtels à service réduit prendront du retard. Le HRG estime que les taux d'occupation augmenteront considérablement en 2004, tandis que l'augmentation des tarifs des chambres sera modeste au moins jusqu'en 2005. Le groupe croit du reste que le rétablissement de l'industrie hôtelière sera stimulé par une reprise des voyages d'affaires et des voyages collectifs.

PricewaterhouseCoopers a prévu dans la huitième édition annuelle de son Hospitality & Leisure Industry Briefing qu'après trois ans de stagnation, le RCD de l'industrie hôtelière américaine augmentera de 5,2 % en 2004 et encore de 3,9 % en 2005.

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 le prix moyen des vols intérieurs au Canada a diminué de 19 % en décembre par rapport à un an plus tôt. Il indique en outre que le prix moyen des vols vers les États-Unis a diminué de 7 %, et celui des vols vers des destinations internationales autres que les États-Unis, de 2 %.

Pour l'année complète, IATA indique que le prix moyen des billets pour les vols intérieurs au Canada a diminué de 10 % par rapport à 2002. Le tarif moyen du Canada aux États-Unis a diminué de 5 % et les tarifs pour les destinations internationales autres que les États-Unis étaient 4 % sous le niveau de l'année précédente.

Aux États-Unis, l'Air Transport Association (ATA) signale que le tarif intérieur moyen a augmenté en novembre pour un quatrième mois consécutif, progressant de 2,5 % par rapport à l'année précédente. Le tarif américain moyen a aussi augmenté sur les routes de l'Atlantique, du Pacifique et de l'Amérique du Sud, respectivement de 3,5 %, 4,8 % et 2,9 %.

L'Airline Reporting Corporation (ARC) rapporte que les ventes des agences de voyages américaines ont augmenté de 3 % en décembre par rapport au même mois de l'an dernier. Cependant, les ventes cumulatives de l'année demeurent 4 % en retrait par rapport à 2002.

Selon le National Travel Barometer de l'American Automobile Association (AAA), les réservations touristiques aux États-Unis étaient au total en hausse de 13 % en décembre 2003 par rapport au même mois en 2002. Dans l'ensemble, les statistiques ont bénéficié de l'excellente évolution des réservations de croisières, en progrès de 31 %. Les circuits touristiques étaient en hausse de 12 %, les réservations d'hôtel, de 8 % et les réservations de voitures, de 4 % par rapport à décembre 2002. L'AAA attribue l'amélioration aux froids de l'hiver et à la vigueur du marché boursier.

L'American Society of Travel Agents a dévoilé les résultats de son sondage Travel Agency Profile révélant que la proportion d'agences déclarant des ventes supérieures à 5 millions de dollars américains avait augmenté à 15,1 % en 2003 contre 12,5 % en 2002. En outre, il en ressort que les agents vendent moins de voyages en avion et davantage de croisières et de circuits touristiques. Les ventes de billets d'avion représentaient 32 % du chiffre d'affaires d'une agence moyenne en 2003, en baisse par rapport aux 34 % de 2002 et aux 54 % de 2001. Les ventes de produits d'agrément représentent maintenant 74 % de son chiffre d'affaires, au lieu de 64,5 % l'an dernier.

Le nouvel an ranime l'optimisme

Dans le sondage 2004 Travel Trends Survey de Carlson Wagonlit Travel, 45 % des agents de voyages interviewés ont indiqué que les réservations pour 2004 étaient en hausse par rapport à l'année précédente, tandis que 38 % les situaient à peu près au même niveau. Seulement 17 % ont affirmé qu'elles étaient en baisse. Quant à leurs prévisions personnelles pour 2004, 85 % des répondants se sont dits relativement ou très optimistes.

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

Royaume-Uni et Irlande

British Airways (BA) affiche un bénéfice net de 98 millions de livres (227,7 millions \$CAN) pour son second trimestre se terminant le 30 septembre 2003 - une diminution de 35 % par rapport à la même période en 2002. Pour le premier semestre de son exercice (avril à septembre), les bénéfices nets sont en baisse de 82 % par rapport à l'année précédente, à 35 millions de livres (81,3 millions \$CAN). Le transporteur attribue le recul en grande partie à la faiblesse persistante de l'économie, alors que la concurrence sur les prix fait en sorte que les tarifs aériens demeurent bas. BA a indiqué que son programme de réduction des coûts a aidé à compenser en partie le recul dans le chiffre d'affaires, mais a prévenu que des mesures supplémentaires devraient être mises en œuvre en 2004 pour améliorer la rentabilité. Parmi ces mesures pourraient figurer des réductions supplémentaires des effectifs.

En décembre 2003, les passagers-kilomètres payants (PKP) de BA ont augmenté de 4,8 % par rapport à 2002 - aussi bien en ce qui concerne les sièges en classe économique que les sièges dans les classes supérieures. Globalement, la capacité était en hausse de 2,3 %, le coefficient de remplissage progressant ainsi à 73,3 %, 1,7 point de plus qu'en décembre 2002. BA a signalé dans un communiqué de presse que son trafic long-courrier dans les classes supérieures continuait à augmenter, ce qui renforce les perspectives du transporteur en matière de recettes. Par contre, le trafic court-courrier dans les classes supérieures demeure faible et le trafic en classe économique demeure très sensible au prix.

Les deux principaux transporteurs à bas prix du Royaume-Uni ont continué de démontrer leur résistance pendant une des périodes les plus difficiles pour l'industrie des transports aériens. Ryanair a affiché un bénéfice net de 168,9 millions d'euros (272,3 millions \$CAN) pour son premier semestre se terminant le 30 septembre 2003 - 11,9 % de plus qu'à la même période en 2002. Easyjet a déclaré une diminution de 33,9 % de ses bénéfices pour son exercice annuel se terminant le 30 septembre 2003, à 32,4 millions de livres (75,3 millions \$CAN), mais en attribuant une grande partie de ce recul à des activités de développement. Les deux transporteurs à bas prix ont annoncé des projets de développement supplémentaire en 2004 et se disent " prudemment optimistes " pour l'année à venir. Cependant, la concurrence sur les prix devrait continuer d'exercer une pression à la baisse des tarifs aériens.

D'après le plus récent rapport trimestriel de l'OAG, les transporteurs à bas prix ont continué de dominer la croissance dans les voyages en avion aussi bien à destination qu'en partance du Royaume-Uni. La semaine du 8 décembre, les vols à bas prix arrivant ou quittant le Royaume-Uni étaient en hausse de 23 % par rapport à la même semaine en 2002. Les vols intérieurs à bas prix ont quant à eux augmenté de 13 %. Dans l'ensemble, les vols à destination et en partance du Royaume-Uni ont augmenté de 3 % et les vols intérieurs ont diminué de 5 %. Les données de l'OAG démontrent également que les vols à destination et en partance de la région États-Unis-Canada étaient en baisse de 1 % par rapport à un an plus tôt.

La British Airport Authority (BAA), qui gère les aéroports internationaux du Royaume-Uni, rapporte que le trafic passagers a augmenté de 2,8 % dans son second trimestre se terminant le 30 septembre 2003, par rapport à l'année précédente. Pour son premier semestre (avril à septembre 2003), le nombre de passagers a augmenté de 2,5 %. Les aéroports de la BAA ont accueilli un nombre record de passagers à l'été 2003, août étant le deuxième mois le plus achalandé qu'ils aient jamais connu. Ces résultats ont aidé à atténuer les effets de la guerre en Iraq et de l'écllosion de SRAS. Un nouveau livre blanc du ministère des Transports du Royaume-Uni prévoit que le nombre de passagers empruntant les aéroports du pays continuera d'augmenter, jusqu'à tripler d'ici 30 ans.

Le nouvel an ranime l'optimisme

En décembre 2003, la BAA a connu une période de Noël record, le trafic ayant augmenté de 6,2 % par rapport à l'année précédente. Le groupe affirme que la plupart des grands marchés ont augmenté leur trafic. De fait, les routes de l'Atlantique nord étaient en hausse de 2,1 %, les autres routes long-courriers, de 8,7 %, et les destinations européennes, de 9,9 %.

Tableau 4. Variation du nombre de passagers transportés

Transporteur	Décembre 2003 - décembre 2002
British Airways	+1 %
EasyJet	+16 %
Ryanair	+53 %

L'entreprise spécialiste des voyages d'agrément First Choice a rapporté un bénéfice net de 32,2 millions de livres (74,8 millions \$CAN) pour son exercice annuel terminé le 31 octobre 2003, soit 19 % de plus que l'année précédente. Elle a fait état d'un revirement dans plusieurs de ses activités internationales, y compris au Canada, grâce à l'accent qu'elle a mis sur les produits à plus forte marge bénéficiaire. Elle a également signalé qu'en décembre 2003, les réservations pour l'été 2004 accusaient un recul de 20 % par rapport à leur niveau au même moment un an plus tôt. Cependant, elle ne s'en inquiète pas puisque l'industrie évolue vers des réservations plus tardives.

D'après l'entreprise de recherche en marketing AC Nielsen, les agents de voyages britanniques signalent que les réservations pour l'hiver sont dans l'ensemble supérieures à celles de l'année précédente, bien que la situation géopolitique actuelle continue de conditionner la demande de voyages. Par rapport à 2002, les réservations pour l'hiver étaient en hausse de 4 % en septembre et de 7 % en octobre; en particulier, le marché du ski et le marché long-courrier connaissent de bons résultats.

Les réservations pour l'été 2004 sont toutefois en baisse d'environ 30 % en raison des habitudes à réserver plus tardivement et de l'absence d'offres à prix réduits. AC Nielsen estime que les prix des produits de l'été prochain pourraient éventuellement augmenter si les voyageurs gardent leur sang-froid et résistent à la tentation de stimuler la demande en réduisant les prix trop tôt.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché du Royaume-Uni, l'Association of British Travel Agents (ABTA) a indiqué que le nombre d'annulations de voyages à destination des États-Unis par suite du niveau rehaussé d'alerte au terrorisme était " négligeable ". L'ABTA a affirmé que " les Britanniques sont habitués depuis longtemps à de hauts niveaux de sensibilisation à la sécurité et que de toute évidence, ce n'est pas ce qui les empêcherait de voyager ".

France

Air France a affiché un bénéfice net de 48 millions d'euros (77,4 millions \$CAN) pour son second trimestre se terminant le 30 septembre 2003, 14,3 % de moins qu'à la même période en 2002. Le transporteur a gagné 52 millions d'euros (83,8 millions \$CAN) pour le premier semestre de son exercice 2003-2004, soit une chute de 74 % par rapport à la même période en 2002. Il attribue ce recul aux effets de la guerre en Iraq et de l'éclosion de SRAS ainsi qu'à la conjoncture économique défavorable en France et dans le reste de l'Europe. Le transporteur prévoit appliquer un programme triennal de réduction des coûts à la fin de l'exercice actuel, malgré des signes d'un rétablissement " aussi bien dans la demande de la part des voyageurs d'affaires que dans la qualité des revenus ".

Entre-temps, Air France a rapporté " de bons résultats " pour décembre, le trafic passagers ayant augmenté de 5,4 % par rapport à l'année précédente. La capacité a augmenté de 2,5 %, de sorte que le coefficient de remplissage a progressé de 2,1 points à 76,2 %. Les routes long-courriers ont connu une croissance de 4,8 % pour ce qui est du trafic passagers, avec une augmentation de 1,1 % de la capacité. Le trafic sur les routes nord-américaines a bondi de 10,5 %, avec une capacité en hausse de 3,3 %.

Cependant, le transporteur a dû annuler six vols Paris-Los Angeles les 24 et 25 décembre à la demande du premier ministre Jean-Pierre Raffarin, après que les services de renseignement américains ont découvert sur les listes de passagers le nom d'au moins une personne soupçonnée d'avoir des liens avec des groupes terroristes. Il s'est par la suite avéré qu'il s'agissait d'une erreur sur la personne. D'après Travel Weekly, les vols annulés ont coûté environ 1,24 million de dollars américains à Air France. Le transporteur a indiqué ne pas avoir souffert de diminution des réservations par suite de ces annulations, bien qu'il puisse être trop tôt pour qu'il constate un tel effet.

Le nouvel an ranime l'optimisme

Selon le plus récent rapport trimestriel de l'OAG, la fréquence des vols de Paris vers les États-Unis et le Canada a diminué de 2 % la semaine du 8 décembre 2003 par rapport à la même semaine en 2002. La capacité a toutefois augmenté de 1 %.

Accor a signalé que ses revenus hôteliers globaux pour le troisième trimestre de 2003 (terminé le 30 septembre 2003) ont diminué de 0,7 % et ses revenus cumulatifs pour l'année, de 1,4 %, par rapport aux mêmes périodes en 2002. Le revenu par chambre disponible (RCD) a diminué de 0,7 % dans les segments haut de gamme et milieu de gamme, bien que les établissements américains affichaient une augmentation de 4,3 %. Les établissements économiques à l'extérieur des États-Unis étaient en baisse de 0,4 % et ceux aux États-Unis, de 1 %.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché français, dans un sondage mené par BVA en novembre, 51 % des répondants avaient l'intention de faire un voyage d'une nuit ou plus entre décembre 2003 et avril 2004. C'est là une nette augmentation par rapport aux 47 % de l'année précédente.

Allemagne

Lufthansa German Airlines a affiché une perte nette de 17 millions d'euros (27,4 millions \$CAN) pour son troisième trimestre terminé le 30 septembre 2003, par rapport au bénéfice de 371 millions d'euros (598,1 millions \$CAN) enregistré au même trimestre en 2002. Les plus récentes pertes font que le déficit cumulé du transporteur pour l'année s'élève à 409 millions d'euros (659,4 millions \$CAN). Le transporteur a affirmé qu'il " s'adapte à une situation où les rendements seront réduits de façon permanente " et qu'il visera à réduire encore ses coûts de 1,2 milliard d'euros (2 milliards \$CAN) au cours des deux prochaines années. Une mesure radicale d'économie qui a été annoncée récemment est l'élimination des commissions aux agents de voyages à partir du 1er septembre 2004.

En décembre 2003, le trafic passagers de Lufthansa a augmenté de 3,6 % par rapport à un an plus tôt. Ce résultat a été obtenu avec une capacité augmentée de 1,6 %, de sorte que le coefficient de remplissage moyen a progressé de 1,4 point, à 69,8 %. Le transporteur a indiqué que cette progression traduisait une " reprise du marché " et représentait un bon point de départ pour 2004.

L'exploitant d'aéroports allemand Fraport a rapporté une affluence record de passagers à l'aéroport de Francfort en décembre 2003, en progression de 2,8 % par rapport à l'année précédente. L'entreprise a signalé que le trafic passagers a continué de grimper aux trois derniers mois de 2003; elle prévoit qu'il augmentera de 4 à 5 % en 2004.

À la mi-décembre 2003, le groupe allemand TUI (la plus grande entreprise de voyages d'Europe) a indiqué que ses réservations pour l'hiver étaient en hausse partout en Europe, se situant 6,7 % en avance des chiffres de l'année précédente. Les ventes en Allemagne étaient en hausse de 4,2 %, stimulées par un afflux de réservations tardives. TUI note que ce marché a été un des plus lents à se rétablir après la chute des voyages précipitée par la guerre en Iraq, le SRAS et l'économie affaiblie.

Selon un récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché allemand, de grands voyagistes allemands ont réduit leurs prix pour les produits de l'été 2004 en moyenne de 10 %, pour combattre la tendance aux réservations de dernière minute. Les prix des destinations aux États-Unis et dans les Caraïbes pourraient chuter de 40 % en raison de l'affaiblissement du dollar américain; il faut prévoir que les économies réalisées grâce au cours favorable de l'euro seront refilées aux consommateurs.

Italie

Alitalia a affiché des pertes de 47 millions d'euros (75,8 millions \$CAN) au troisième trimestre terminé le 30 septembre (avant impôts et éléments extraordinaires), par rapport aux bénéfices de 26 millions d'euros (42 millions \$CAN) au même trimestre en 2002. Pourtant, son trafic passagers a augmenté de 8,7 % pendant la période, par rapport à l'année précédente.

En même temps, la capacité a augmenté de 4,6 %, de sorte que le coefficient de remplissage a progressé de 2,9 points, à 78,2 %. Malheureusement, la concurrence croissante sur les prix a contribué à une chute de 13,4 % des rendements par rapport à l'année précédente. Alitalia attribue cette évolution à une capacité excessive dans le marché et à une concurrence de plus en plus vive de la part des transporteurs à bas prix.

Le nouvel an ranime l'optimisme

Alitalia signale que le trafic sur les routes nord-américaines (États-Unis et Canada) a augmenté considérablement au troisième trimestre, progressant de 19,9 %, contre 19,1 % pour la capacité. Sur ces routes, le coefficient de remplissage a atteint un niveau record de 86,8 %. Alitalia a par ailleurs annoncé son intention d'augmenter la capacité sur ses routes long-courriers de 33 % pour l'été 2004, surtout sur ses vols à destination du Canada et des États-Unis.

Alitalia a récemment dévoilé un plan de restructuration prévoyant le licenciement de 2 700 employés. Cette nouvelle a entraîné une série de grèves de la part de son personnel. Le nouveau plan de sauvetage vise à garantir que le transporteur puisse atteindre le seuil de rentabilité d'ici 2005, pour qu'Air France et KLM permettent à Alitalia de se joindre à leur fusion. Cependant, le transporteur fait face à une vive opposition de la part des syndicats. Deux grèves en novembre et décembre ont causé l'annulation de centaines de vols. Une troisième grève prévue le 19 janvier a obligé Alitalia à annuler 364 vols ce jour-là et à en modifier 64 autres, ce qui a touché plus de 18 000 passagers. En outre, le secteur des transports italien, y compris les contrôleurs aériens, a fait la grève au début de janvier 2004, et Alitalia a encore dû annuler 334 vols de plus.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché italien, le secteur touristique continue de s'améliorer, surtout en ce qui concerne les réservations en ligne. TTG Italia affirme que 20 000 à 30 000 billets d'Alitalia sont maintenant vendus sur Internet chaque mois.

Pays-Bas

KLM Royal Dutch Airlines a rapporté que son trafic passagers a diminué de 7 % en décembre 2003 par rapport à l'année précédente. Cependant, la capacité était en baisse de 11 %, de sorte que le coefficient de remplissage moyen a augmenté de 3 points, à 77,6 %. En novembre 2003, le trafic passagers était au même niveau qu'en 2002, tandis que la capacité était inférieure de 5 %.

Après avoir fortement réduit sa capacité en 2003, le transporteur a annoncé en décembre 2003 qu'il prévoyait l'augmenter considérablement à l'été 2004 pour la ramener au niveau de 2001. Une partie de l'augmentation concernera les routes vers les États-Unis et vers Toronto. Cependant, le transporteur a prévenu que sa rentabilité demeure exposée à la pression d'une concurrence croissante de la part des transporteurs européens à bas prix, de sorte que ses tarifs demeurent bas.

L'aéroport Schiphol d'Amsterdam a rapporté qu'en octobre et novembre, son trafic passagers a augmenté de 1,2 % et 3 % respectivement grâce à la reprise qui se poursuit dans la demande de voyages en avion. L'aéroport note que le trafic vers toutes les régions géographiques est en hausse sauf en ce qui concerne l'Amérique du Nord. En novembre, les routes long-courriers ont augmenté de 5 % et les routes européennes, de 2 %.

Japon

Japan Air Systems (JAS) a affiché une perte nette de 57,6 milliards de yen (69,9 millions \$CAN) pour son premier semestre terminé le 30 septembre 2003, par suite de l'éclosion de SRAS et de la guerre en Iraq. Le transporteur a déclaré que la reprise de la demande de voyages avait été plus lente que prévu, surtout dans le marché des voyages d'agrément. Pendant ce temps, son rival All Nippon Airways (ANA) a affiché pour son premier semestre couvrant la même période un bénéfice net de 20,6 milliards de yen (249,8 millions \$CAN). ANA affirme que ses efforts de restructuration et de réduction des coûts ont compensé en grande partie l'impact du SRAS sur sa rentabilité.

Les données de 15 transporteurs aériens japonais dont JAS et ANA révèlent que les réservations pour des vols quittant le Japon pendant le congé du nouvel an (26 décembre au 7 janvier) avaient augmenté de 8,8 % par rapport à l'année précédente. Pour la même période, les vols intérieurs étaient en baisse de 4,3 %.

En décembre 2003, en vue de la période de pointe de fin d'année, le ministère de la Santé, du Travail et du Bien-être a présenté une nouvelle trousse médicale pour le diagnostic rapide du SRAS, pour être prêt à toute réapparition du SRAS cet hiver. La trousse a été distribuée aux principaux aéroports et ports japonais à la fin de décembre. Un récent sondage effectué par l'agence de voyages JTB Corp. a révélé que la précédente éclosion de SRAS continuait de produire un effet sur les réservations. D'après le sondage, les réservations pour la Chine, Hong Kong et Taïwan étaient en baisse de 20 % pour la période des fêtes, par rapport à l'année précédente.

Le nouvel an ranime l'optimisme

JTB Corp. a également prévu que les voyages des Japonais à l'étranger, qui avaient chuté en 2003 en raison du SRAS, devraient retrouver cette année les niveaux de 2002. JTB estime que 16,5 millions de Japonais voyageront outre-mer cette année, 23,6 % de plus que l'an dernier. L'agence indique que des manifestations telles que les Olympiques d'été à Athènes aideront à stimuler les voyages.

Corée

Korean Air Lines (KAL) a affiché un bénéfice net de 227 milliards de won (249,5 millions \$CAN) pour son troisième trimestre terminé le 30 septembre 2003. C'est là plus de quatre fois ses bénéfices nets du même trimestre en 2002 (55,4 milliards de won). Le transporteur a indiqué que son trafic passagers s'était rétabli des effets du SRAS durant cette période, tandis que l'appréciation de la monnaie coréenne avait aidé à bonifier ses résultats financiers.

KAL a également annoncé son projet d'augmenter sa capacité internationale de 13 % en 2004, sur la foi de perspectives d'affaires " très positives " pour l'année. Le transporteur a prédit que son trafic passagers international augmentera de 16 % cette année, ce qui augmentera de 8 % ses revenus pour l'ensemble de l'année. Pour le trafic intérieur en revanche, il prévoit une baisse de 5 % en raison d'un nouveau service de train à grande vitesse.

L'organisme national de tourisme coréen a rapporté que les départs de Corée avaient augmenté de 10,3 % en décembre par rapport à un an plus tôt. Ils avaient déjà augmenté de 7 % en décembre 2002 par rapport à l'année précédente.

Selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché coréen, les dépenses consacrées aux voyages outre-mer ont atteint 3,04 milliards de dollars américains au troisième trimestre de 2003 - franchissant pour la première fois la barre des 3 milliards de dollars américains. Au même trimestre de 2002, elles étaient de 2,47 milliards de dollars américains. Cette année, l'économie coréenne devrait progresser de 5,2 % et ses revenus par habitant, de 9 %. Ces facteurs, combinés à des niveaux de confiance des consommateurs qui ne cessent d'augmenter, devraient aider à soutenir la croissance des dépenses de voyages outre-mer.

Hong Kong

Cathay Pacific Airways a rapporté qu'en décembre 2003, son trafic passagers a connu une poussée due au relâchement de la demande refoulée de voyages d'agrément pendant les congés de Noël et du nouvel an. Les passagers-kilomètres payants (PKP) ont augmenté de 2,7 % et le nombre de passagers, de 0,6 %. Pendant ce temps, la capacité progressait de 2,8 %, de sorte que le coefficient de remplissage moyen est ressorti à 77,5 %, niveau équivalent à celui de décembre 2002. Le transporteur a signalé que ses chiffres cumulatifs de 2003 révèlent que ses activités passagers récupèrent rapidement, rattrapant une bonne partie du terrain perdu en raison du SRAS. Il a également décrit la demande tant dans le secteur des voyages d'affaires que dans celui des voyages d'agrément comme étant saine, et assortie de tendances encourageantes quant au rendement.

L'industrie du tourisme de Hong Kong s'est bien rétablie depuis le coup terrible encaissé durant l'éclosion de SRAS. En décembre 2003, les visites touristiques ont atteint un record mensuel de 1,79 million de visiteurs, 7,4 % de plus que l'année précédente. La commission de tourisme de Hong Kong a affirmé que son industrie du tourisme avait connu une reprise constante depuis qu'elle avait lancé en juin sa campagne mondiale de relance du tourisme : dès août, elle réalisait des augmentations par rapport à l'année passée et en octobre et décembre, le nombre de visiteurs a atteint des niveaux records.

Le gouvernement de Hong Kong rapporte que le taux de chômage a continué de chuter dans les derniers mois de 2003, revenant même en novembre à des niveaux d'avant le SRAS. Les dépenses de consommation s'améliorent également, augmentant au troisième trimestre de 2003 pour la première fois depuis deux ans.

*Le nouvel an ranime l'optimisme***Taïwan**

Le plus grand transporteur aérien de Taïwan, China Airlines, a affiché un bénéfice net de 1,3 milliard de dollars taïwanais (50,3 millions \$CAN) à son troisième trimestre terminé le 30 septembre 2003. Il a affirmé avoir réussi à minimiser les effets de l'éclosion de SRAS grâce à un contrôle efficace des coûts et à de bons résultats dans le transport de marchandises. À la fin de cette période, les rendements étaient revenus aux niveaux de 2002 et les revenus d'exploitation étaient 5,2 % supérieurs à ceux de l'année précédente. Le transporteur a également indiqué que la demande de voyages s'était nettement améliorée depuis que l'épidémie de SRAS s'était atténuée.

En décembre 2003, EVA Air a déclaré aux investisseurs que son rétablissement d'après le SRAS était beaucoup plus vigoureux qu'il ne l'avait prévu, ce qui l'a convaincu de réviser à la hausse ses prévisions financières pour 2004. Le transporteur a précisé que le trafic passagers a augmenté " rapidement et vigoureusement après le SRAS ".

Le Taiwan Journal publié par le gouvernement rapporte que les perspectives économiques du pays pour 2004 sont positives. Il prévoit que la Banque centrale de Chine veillera à ce que le taux de change et les taux d'intérêt demeurent bas pour soutenir la reprise et compenser l'instabilité des marchés financiers qui pourrait découler de la prochaine élection présidentielle. Cette politique devrait aider à stimuler la confiance des consommateurs.

Selon le rapport de décembre 2003 de la Commission australienne du tourisme sur le marché taïwanais, la demande de voyages pour la période du nouvel an chinois en janvier devrait être inférieure à l'année passée. Elle sera conditionnée par les effets persistants du SRAS et l'incertitude politique entourant l'élection présidentielle de mars 2004. Les destinations court-courriers et moyen-courriers devraient connaître de meilleurs résultats que les destinations long-courriers.

Australie

Qantas Airways a annoncé en novembre 2003 que ses résultats financiers étaient conformes à ses prévisions pour l'exercice en cours (qui a débuté en juillet 2003) et que ses objectifs de réduction des coûts devraient être surpassés, principalement grâce à la diminution de ses coûts de main-d'œuvre. Le transporteur a noté que ses marchés internationaux continuaient de se rétablir, tandis que la demande intérieure demeure solide. Qantas lancera son nouveau transporteur à bas prix Jetstar en mai 2004, pour faire concurrence au transporteur à bas prix Virgin Blue sur le marché des voyages d'agrément au pays.

Les plus récentes statistiques sur les voyages montrent que dans l'ensemble, les voyages à l'étranger au départ d'Australie ont augmenté de 4 % en octobre par rapport à l'année précédente. Les départs en vacances étaient essentiellement au même niveau qu'en 2002 (en hausse de 0,4 %), tandis que les voyages d'affaires ont augmenté de 11 %. Cependant, l'augmentation concerne surtout les destinations asiatiques. Les voyages vers le Royaume-Uni et les États-Unis étaient en baisse respectivement de 3 % et 5 %.

Le gouvernement australien a annoncé qu'il augmenterait de 120,6 millions de dollars australiens (121,3 millions \$CAN) sur quatre ans le financement qu'il consacre au marketing touristique international. Un montant de 12 millions de dollars australiens sera utilisé immédiatement pour relancer ses programmes de marketing outre-mer; le solde sera consacré à l'élaboration d'un nouveau positionnement en vue d'initiatives de marketing qui seront lancées l'an prochain.

Nouvelle-Zélande

Air New Zealand (ANZ) a indiqué que son trafic passagers a diminué de 4,9 % en novembre 2003 par rapport à l'année précédente. La capacité a par contre augmenté de 0,2 %, de sorte que le coefficient de remplissage a reculé de 3,7 points, à 71,4 %. La diminution est attribuée aux effets persistants du SRAS sur la demande de voyages en Asie, surtout en ce qui concerne le marché international japonais, qui a décliné de 6,6 %.

Après avoir examiné ses coûts de distribution, ANZ a annoncé qu'il réduirait ses commissions aux agences au Canada et aux États-Unis. Le 5 janvier 2004, les commissions seront réduites à 3 % au lieu de 5 %, ce que le transporteur estime être conforme aux tendances de l'industrie.

Le nouvel an ranime l'optimisme

D'après les statistiques officielles de la Nouvelle-Zélande, les voyages outre-mer des Néo-Zélandais ont augmenté de 18 % en novembre 2003 par rapport à l'année précédente, bien que l'Australie et la Chine en soient les principaux bénéficiaires (en hausse respectivement de 21 % et 49 %). Les voyages d'agrément en Amérique du Nord ont augmenté de 3 %.

La Commission australienne du tourisme signale que l'aéroport international d'Auckland a reçu un nombre record de passagers la dernière semaine de novembre 2003, même si son mois le plus achalandé est habituellement janvier. La commission a également fait état d'une demande plus précoce que d'habitude pour les destinations canadiennes en vue de l'été 2004.

Aperçu économique

Amérique du Nord

Selon les prévisions, la croissance économique réelle des États-Unis atteindra 4,2 % en 2004 et 3 % en 2005. La réduction des impôts fédéraux, les faibles taux d'intérêt et la reprise des dépenses d'investissement alimenteront cette croissance. Au Canada, la vigueur des dépenses des consommateurs et des investissements des entreprises devrait plus que compenser toute faiblesse dans les exportations et le secteur gouvernemental en 2004. Le Conference Board du Canada prévoit que l'économie canadienne progressera de 3 % en 2004 et de 3,6 % en 2005. Les perspectives de l'économie mexicaine sont également très prometteuses. D'après JP Morgan, la faiblesse du peso, la capacité excessive et l'essor de l'économie américaine se combineront pour produire au Mexique une croissance au rythme de 4 % par année au premier semestre de 2004. Il y a un grand optimisme pour la nouvelle année, le marché boursier mexicain ayant déjà atteint un niveau record au début de 2004.

Europe

La croissance économique devrait s'améliorer en 2004 dans l'ensemble de l'Europe et dans ses grandes économies (Allemagne, France et Italie). D'après le bulletin Consensus Forecasts, les économies d'Europe de l'Ouest devraient progresser de 2 % en 2004, soit deux fois plus rapidement que la moyenne des deux dernières années. Comme d'habitude, le Royaume-Uni, grâce à ses liens plus proches avec l'économie dynamique des États-Unis, connaîtra de meilleurs résultats que la zone euro. Sur le continent, on prévoit que les résultats de la France et de l'Allemagne seront inférieurs à la moyenne, ne progressant en moyenne que de 1,5 %. Néanmoins, après des années de croissance anémique, il y a des motifs d'optimisme alors que ces deux pays au cœur de la zone euro commencent à restructurer leur économie au moyen de réductions d'impôt et de réformes du marché du travail. Cet optimisme se manifeste déjà dans les sondages auprès des consommateurs et des entreprises.

Asie-Pacifique

Le SRAS a gravement touché le commerce régional en Asie-Pacifique. Heureusement, l'économie chinoise a bien résisté au premier semestre de 2003, aidée par une vague de prêts à la consommation appuyés par le gouvernement. En 2004, Hong Kong, la Corée du Sud et Taïwan devraient enregistrer leur meilleure croissance économique depuis des années. En Australie, l'économie devrait progresser de presque 4 % en 2004, soutenue par la reprise du commerce régional ainsi que par une vigoureuse demande des consommateurs, stimulée par de faibles taux d'intérêt. Après avoir progressé de 2,4 % en 2003 - sa plus forte croissance depuis des années -, le Japon continuera de connaître des résultats relativement favorables en 2004, progressant encore de 1,3 %. Après une récession qui a duré presque 10 ans, les réformes économiques semblent finalement opérer au Japon.

Possibilités

La reprise laborieuse des voyages d'affaires a frustré de nombreux fournisseurs qui se sentent impuissants face aux facteurs incontrôlables qui continuent de nuire à ce secteur. Parmi ces facteurs figurent une économie qui demeure faible et des préoccupations croissantes pour la sécurité. Par surcroît, les voyageurs d'affaires deviennent de plus en plus désillusionnés face à l'expérience des voyages. L'ayant compris, les fournisseurs peuvent attirer le plus possible de voyageurs d'affaires, surtout lorsque la demande augmentera, en découvrant quelles commodités rehausseront leur expérience et en misant sur elles.

Par exemple, Lieberman Research Worldwide a effectué pour le compte des hôtels Westin un sondage selon lequel 90 % des voyageurs d'affaires considèrent l'exercice comme une façon de parer au stress des voyages et 69 % estiment que des installations de conditionnement physique de pointe influent sur leur choix d'hôtels. Pourtant, 61 % des répondants ont vu des hôtels dépourvus d'installations de conditionnement physique et 53 %, des hôtels dont les installations n'étaient pas à la hauteur.

Un autre sondage, réalisé par l'université de New York, révèle qu'une proportion croissante des voyageurs d'affaires sont des femmes - elles constituent déjà 40 % du marché. Selon l'étude, 65 % des femmes faisant des voyages d'affaires prévoient une forme de relaxation durant leurs voyages, y compris des activités de loisirs (44 %) et des jours de vacances au terme de leur programme d'affaires (21 %). Dans les chambres d'hôtel, les commodités les plus prisées par ces femmes sont le minibar (71 %), les accessoires de bain de grandes marques (56 %) et un spa (47 %).

En ce qui concerne les voyages d'agrément, l'Evening Standard de Londres a récemment publié un article affirmant que les intérêts des voyageurs britanniques se déplacent des vacances au soleil vers les vacances d'aventure. Depuis 2001, les réservations de vacances d'aventure ont progressé de 5 % chaque année; selon les prévisions, 150 000 voyageurs britanniques prendront en 2004 de telles vacances en quête de sensations fortes. De plus, selon les organisateurs de l'Adventure Travel and Sports Show (salon du tourisme et des sports d'aventure) tenu chaque année au Royaume-Uni, les vacances d'aventure les plus en vogue cette année sont les voyages au Canada pour pratiquer le kayak de rivière et l'observation du grizzli.

Résumé

Après les événements dévastateurs de 2003, l'élan dont jouit l'industrie des voyages en abordant la nouvelle année suscite un nouvel optimisme. La demande refoulée a aidé une grande partie de l'industrie à enregistrer des résultats positifs pendant les vacances de Noël malgré les problèmes qui continuent de nous rappeler que tout n'est pas encore revenu à la normale. Heureusement, les soucis croissants pour la sécurité et l'attention que les médias ont sporadiquement accordée au SRAS ne semblent avoir eu que peu d'effet sur les voyages d'agrément, ce qui démontre de nouveau la ténacité croissante des voyageurs. Les perspectives économiques plus favorables, l'augmentation de la confiance des consommateurs et la demande refoulée devraient s'unir pour aider à stimuler les voyages d'agrément tout au long de 2004.

Cependant, une des conséquences persistantes des piètres résultats de l'industrie en 2003 est le faible niveau des prix - entretenu en partie par l'essor des sites Web consacrés aux voyages à bas prix. Dans le contexte d'une demande de voyages en hausse, il serait prudent que les fournisseurs réexaminent leurs stratégies de marketing par Internet à la lumière d'une meilleure compréhension des possibilités et des désavantages associés au recours à des sites de tierces parties. Cette compréhension aidera grandement les fournisseurs à retrouver un meilleur contrôle des prix des produits et à récolter les fruits qu'offre le marché en ligne en pleine croissance.

**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 #C50362F**