

Une généreuse nature



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme Numéro 24 : Septembre 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 juillet et août 2004.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

Sommaire

- Les plus récents indicateurs relatifs aux voyages, comme le taux d'occupation des hôtels, le nombre de voyageurs aériens et les dénombrements à la frontière, laissent entrevoir les perspectives les plus positives en douze mois pour l'industrie du tourisme. Il est néanmoins trop tôt pour affirmer que la reprise de la demande est fermement enracinée.
- Si tous les principaux marchés internationaux du Canada ont enregistré une croissance au cours des six premiers mois de l'année (par rapport à la même période l'an dernier), il est peu probable que les résultats de fin d'année correspondent aux résultats de 2002, qui sont maintenant les données repères dans l'industrie touristique.
- Les reculs à deux chiffres que la plupart des marchés ont subis en 2003 ne peuvent être résorbés que par une croissance correspondante généralisée. Ce n'est qu'à partir de là que les fournisseurs touristiques seront en voie de retrouver la rentabilité.

Nouvelles tendances et questions d'actualité - Signes de reprise en Europe et en Asie, mais les États-Unis traînent de l'arrière

- Les fournisseurs touristiques ont pu se réjouir de la reprise des voyages en provenance d'Europe et d'Asie (en particulier du Japon) au premier semestre de 2004. Le retour des voyageurs japonais à rendement élevé est essentiel pour assurer l'avenir de l'industrie.
- Par contre, les voyages en provenance des États-Unis demeurent modestes dans l'Ouest canadien, au Québec et dans les provinces atlantiques. La faiblesse du nombre de voyageurs américains, plus d'un an après la guerre du golfe et l'écllosion de SRAS, est frappante et elle est préoccupante pour de nombreux fournisseurs touristiques.
- Quant aux voyages intérieurs, ils ne sont pas d'un grand secours à l'industrie pour le moment. En 2003, les Canadiens ont effectué au pays 86,3 millions de voyages d'une nuit ou plus, soit 9,4 % de moins que l'année précédente. Les voyages d'affaires ont particulièrement écopé, diminuant de 10,1 %. Si la tendance s'est renversée au premier trimestre de cette année, le nombre de voyages effectués est tout de même demeuré 5,4 % en deçà du nombre de voyages effectués à la même période en 2002.

Vue d'ensemble du marché des consommateurs (voyageurs)

- Stimulées par une conjoncture économique positive, les perspectives des voyages d'agrément ont continué de se renforcer cet été, tant au Canada qu'aux États-Unis. Plusieurs des problèmes mondiaux qui ont miné la demande touristique depuis quelques années semblent s'être nettement atténués. Grâce au recours croissant à Internet pour la planification des voyages et les réservations, les tendances révèlent une diminution supplémentaire du délai entre la planification du voyage et la date du départ.

À lire

Sommaire	1
Vue d'ensemble	3
Nouvelles tendances et questions d'actualité	4
Consommateurs	5
Fournisseurs de voyages	7
Situation internationale	12
Aperçu économique	17
Possibilités	18
Résumé	19



Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

- Après la forte diminution (12 %) des voyages d'une nuit ou plus en provenance des États-Unis l'an dernier, il est plutôt réconfortant que la faveur du Canada comme destination vacances ait remonté, d'après un récent sondage de Harris Interactive. Appelés à nommer le pays où ils aimeraient le mieux aller en vacances en faisant abstraction des coûts, les répondants américains ont classé le Canada en 7^e place alors qu'il avait glissé au 12^e rang en 2003. Compte tenu de l'attention négative que les médias avaient accordée au Canada en raison du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS), le recul de l'été dernier n'était pas surprenant.
- La demande refoulée et l'amélioration de l'économie favorisent également les perspectives pour les voyages d'affaires, et ces tendances positives devraient se poursuivre en 2005. Comme la rentabilité des entreprises semble devoir augmenter, celles-ci devraient être plus nombreuses à investir de nouveau dans les voyages d'affaires pour préserver leur avantage concurrentiel. Cependant, les voyageurs d'affaires continuent d'attacher une grande priorité à la réduction des coûts des voyages. Dans de nombreux cas, les entreprises réalisent des économies en faisant leurs réservations en ligne et en recourant davantage aux transporteurs à bas prix.

Vue d'ensemble de la situation des fournisseurs de voyages

- Malgré de nouvelles pertes, Air Canada a fait état d'une grande amélioration dans ses résultats financiers du deuxième trimestre, par rapport à l'année passée. Le transporteur l'attribue à une forte reprise de la demande de voyages aériens depuis l'épidémie de SRAS de l'an dernier et à la réduction de ses frais d'exploitation découlant de sa restructuration. Pour l'avenir, il note que les réservations d'août et de septembre semblent être d'un bon niveau, quoique les coûts en carburant demeurent préoccupants. Le transporteur devrait être prêt à quitter le régime de la protection contre les créanciers d'ici la date prévue du 30 septembre 2004.
- Au sud de la frontière, l'industrie américaine des transports aériens a aussi connu une saine remontée de la demande au cours de la saison de pointe de l'été, le trafic passagers total ayant progressé de 9,2 % en juillet 2004 par rapport à l'année passée. Pour la plupart des transporteurs américains cependant, la reprise de la demande ne se traduit pas par un rétablissement financier. Les coûts montants du carburant constituent un fardeau supplémentaire, mais la concurrence féroce au sein du marché intérieur américain demeure la plus grande difficulté des transporteurs américains.
- Si la tendance haussière de la demande de voyages d'affaires et de voyages d'agrément se maintient, elle devrait contribuer au redressement financier dans l'industrie hôtelière, tant au Canada qu'aux États-Unis. Les rapports financiers du deuxième trimestre indiquent que les réservations ont progressé au cours de la saison estivale des voyages. Les tarifs quotidiens moyens des chambres ont augmenté en même temps que la demande et l'on prévoit que les taux d'occupation continueront de s'améliorer nonobstant les tarifs plus élevés. Aux États-Unis, la croissance a été particulièrement notable dans les statistiques de mi-semaine. Cette évolution a permis à de nombreux hôtels américains de récupérer leur pouvoir en matière d'établissement des prix, surtout pour les réservations en vue de réunions et de congrès.

Aperçu économique

- Grâce à la croissance économique aux États-Unis, l'économie nord-américaine devrait progresser d'un solide 4,4 % en 2004. Ce taux de croissance, combiné à des prix pétroliers majorés, devrait contraindre les banques centrales à augmenter les taux d'intérêt en vue d'endiguer l'inflation. Malheureusement, les taux d'intérêt plus élevés atténueront l'augmentation des dépenses de consommation en 2005. Selon les plus récentes prévisions du Conference Board du Canada, le dollar canadien ne s'appréciera guère par rapport au dollar américain d'ici la fin de l'année, mais il ne s'affaiblira guère non plus l'an prochain puisque la différence entre les taux d'intérêt des deux pays devrait diminuer.
- La croissance économique mondiale continue de soutenir la reprise économique en Europe, où le taux de croissance demeure toutefois modeste. Les plus récents sondages de Consensus révèlent que le produit intérieur brut (PIB) de la zone euro devrait augmenter de 1,7 % en 2004 et de 2,0 % en 2005. Une faible inflation de base et des taux d'intérêt relativement bas contribuent à la croissance économique, mais les prix pétroliers en hausse et le fort chômage continuent d'exercer une pression baissière. Au Royaume-Uni cependant, les prévisions de croissance du PIB ont récemment été révisées à la hausse parce que le rythme de croissance enregistré au premier trimestre de 2004 était supérieur aux prévisions d'origine. En revanche, la consommation des ménages était légèrement plus faible que prévu.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

- À la faveur d'une croissance économique prévue de 8,7 % en Chine, le PIB réel de la région Asie-Pacifique devrait progresser de 5,1 % en 2004, avant que la croissance ne baisse à 3,3 % en 2005. L'expansion économique mondiale soutient la croissance dans toute la région Asie-Pacifique, puisque de nombreux pays sont fortement orientés sur l'exportation. Cependant, la demande extérieure pourrait perdre un peu de son élan lorsque la croissance économique chinoise ralentira et que les taux d'intérêt augmenteront aux États-Unis. En outre, on se préoccupe de plus en plus du risque que l'économie chinoise se dirige vers un atterrissage brutal par suite des mesures prises pour contenir la forte croissance. Entre-temps au Japon, la confiance des entreprises est à son plus haut niveau depuis 1991. Le Japon a connu une solide croissance économique, mais certains analystes estiment qu'elle pourrait déjà avoir plafonné.

Possibilités

- Un nouveau rapport de J.D. Power and Associates indique que les efforts déployés par les chaînes hôtelières pour encourager les consommateurs à faire leurs réservations dans leurs sites Web sont fructueux. L'édition 2004 du North America Hotel Guest Satisfaction Survey (enquête sur la satisfaction des clients des hôtels en Amérique du Nord) a révélé que les clients réservant leur chambre d'hôtel directement dans le site Web de l'hôtel sont beaucoup plus satisfaits de leur séjour que ceux faisant leurs réservations par l'entremise d'un site de voyages indépendant. L'enquête a aussi révélé une forte augmentation des réservations en ligne parmi les clients des hôtels : 36 % des répondants qui avaient fait des réservations d'hôtel en 2004 l'ont fait par Internet, contre 20 % dans le sondage de 2003.
- La nouvelle enquête Metropoll X de Gerard Murphy & Associates a fait ressortir les facteurs influant sur le choix d'une destination par les planificateurs de réunions. Les facteurs qui sont de loin les plus importants ont trait à la logistique des réunions, par exemple : qualité du service offert par les transporteurs aériens (pour 83 % des répondants); présence de bons hôtels aisément accessibles (79 %); coûts des repas et de l'hébergement (74 %); coûts de déplacement globaux (73 %). Fait intéressant, les facteurs davantage liés à l'expérience vécue par les participants aux réunions, comme le climat et la qualité des restaurants, ont été jugés beaucoup moins importants.

Vue d'ensemble

Après une année désastreuse en 2003, on observe certains signes encourageants laissant présager qu'une reprise de la demande se prépare. Les résultats du premier semestre de cette année indiquent une croissance des voyages en provenance d'importants marchés étrangers en Asie et en Europe. La croissance a été plus modeste en ce qui concerne les voyages en provenance des États-Unis et s'est surtout fait sentir en Ontario. Par conséquent, un optimisme prudent est de mise.

Il importe de rappeler que cette croissance est mesurée par rapport aux creux de l'an dernier. Pour y pallier, l'industrie a largement adopté l'année 2002 comme année repère afin de juger de toute reprise de la demande. Vu sous cet angle, on conserve un optimisme modéré, sous réserve des résultats du reste de l'année et de ceux de 2005.

Ainsi, en dépit des indices encourageants vus jusqu'à présent, une croissance soutenue est une condition nécessaire à la rentabilité pour la plupart des fournisseurs touristiques canadiens.

Nouvelles tendances et questions d'actualité

Le marché canadien des voyages intérieurs : Un potentiel à long terme

La volonté de convaincre davantage de Canadiens de voyager au Canada est depuis longtemps un mot d'ordre pour les responsables des destinations canadiennes. De fait, selon les statistiques, le marché des voyages intérieurs ne doit pas être négligé. L'an dernier, les Canadiens ont consacré 8,1 milliards de dollars aux voyages d'agrément d'une nuit ou plus au Canada, et en outre 4,6 milliards aux voyages pour visiter amis et parents. Durant la même période, les Canadiens ont dépensé environ 9 milliards de dollars pour des voyages d'agrément à l'étranger. Malgré l'importance de ce marché, seul un petit nombre de détaillants de voyages et de voyagistes ont dans le passé proposé un programme canadien étoffé. Heureusement, ils sont maintenant de plus en plus nombreux à vouloir tirer parti du potentiel du marché des voyages d'agrément intérieurs.

Il faut noter que les 8,1 milliards de dollars dépensés pour des voyages d'agrément intérieurs l'an dernier n'étaient pas répartis également dans le pays. En fait, sur les presque 37 millions de voyages d'agrément que les Canadiens ont faits au Canada l'année passée, moins de 6 millions (16 %) les ont amenés à l'extérieur de leur province. En outre, lorsque les Canadiens quittent leur province, c'est généralement pour aller dans une province voisine. L'an dernier, les trois premières destinations des voyages d'agrément interprovinciaux étaient le Québec (environ 23 % des voyages interprovinciaux), la Colombie-Britannique (20 %) et l'Ontario (18 %). Cependant, toutes les provinces constituent un marché potentiel pour les agents et voyagistes vendant des voyages d'agrément intérieurs. Et même si Terre-Neuve-et-Labrador n'a obtenu que 2 % des voyages d'agrément interprovinciaux l'an dernier, cela n'en représentait pas moins 128 000 voyages - soit un marché intéressant pour les agents de voyages et les voyagistes.

Les agents de voyages et les fournisseurs recherchent leur créneau

Les détaillants et les voyagistes qui se sont attaqués au marché des voyages d'agrément intérieurs recherchent encore le meilleur moyen de l'aborder. Les agents de voyages sont intervenus dans seulement 24 % des voyages d'agrément intérieurs effectués l'année passée; il est donc vital de trouver le bon créneau dans ce marché. Les programmes les plus efficaces sont ceux qui comportent des produits simples et reconnaissables que les Canadiens apprécient, comme les manifestations sportives et culturelles et les escapades de fin de semaine dans un hôtel.

Un autre élément clé consiste à prévoir un site Web conçu pour vendre le produit canadien, les Canadiens utilisant de plus en plus Internet pour faire les recherches et les réservations en vue de leurs voyages. Par exemple, l'Association canadienne des automobilistes a créé un site offrant une gamme complète de produits de voyages intérieurs dans chaque région du pays. Les escapades de fin de semaine, les festivals et des manifestations comme le Carnaval de Québec, le Stampede de Calgary et le Bal de neige d'Ottawa sont parmi les produits pour lesquels de nombreuses réservations sont enregistrées dans le site.

Conquest Vacations, un voyagiste spécialisés dans les forfaits tout compris à l'étranger, est un autre fournisseur de voyages qui s'emploie à promouvoir les produits canadiens de voyages intérieurs. Le voyagiste a adopté une démarche particulière pour développer son programme canadien en collaborant avec des voyagistes spécialistes de la portion terrestre tels que Brewster Vacations, Merit Golf Vacations et Hanover Holidays. Conquest Vacations se charge de la portion aérienne et du marketing, tandis que ses partenaires fournissent le produit terrestre. Le vice-président des ventes et du marketing de Conquest Vacations Brent Carnegie a dit au Conference Board que son programme canadien a réellement pris son envol cette année : « Notre programme de l'été 2004 a été un véritable succès pour nous, un nombre croissant d'agents comprenant toute la profondeur et la diversité du produit que nous proposons ».

Heureusement, la possibilité de vendre davantage de produits touristiques canadiens est confirmée par les récentes prévisions positives du Conference Board du Canada quant aux voyages intérieurs. Dans ses prévisions d'avril 2004, le Conference Board estime que les voyages d'agrément intérieurs augmenteront de 5,8 % en 2004 et d'encre 4 % en 2005. Il prévoit que d'ici 2006, les Canadiens feront 13 % de voyages d'agrément intérieurs de plus qu'en 2003. Ces tendances démontrent que le marché intérieur offre une importante possibilité de croissance pour l'industrie canadienne du tourisme, et ce, sans tous les risques qui ont récemment été associés aux marchés internationaux long-courriers.

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

Voyageurs d'affaires

La demande refoulée et l'amélioration de l'économie favorisent également les perspectives pour les voyages d'affaires, et ces tendances positives devraient se poursuivre en 2005. Comme la rentabilité des entreprises semble en outre devoir augmenter, celles-ci devraient être plus nombreuses à investir de nouveau dans les voyages d'affaires pour préserver leur avantage concurrentiel. Cependant, les voyageurs d'affaires continuent d'attacher une grande priorité à la réduction des coûts des voyages. Dans de nombreux cas, les entreprises réalisent des économies en faisant leurs réservations en ligne et en recourant davantage aux transporteurs à bas prix. Les tarifs aériens intérieurs extrêmement concurrentiels tant au Canada qu'aux États-Unis aident aussi largement les entreprises à contenir leurs frais de voyages.

La National Business Travel Association (NBTA) a récemment publié les résultats de son sondage de la mi-2004, lesquels confirment que les entreprises américaines consacrent davantage de dépenses aux voyages en 2004 qu'ils ne l'ont fait en 2003. Parmi les gestionnaires des voyages interrogés, 60 % ont affirmé que leurs niveaux de dépenses avaient augmenté par rapport au budget de l'an dernier, bien que la plupart de ceux dans ce cas (77 %) indiquaient que l'augmentation était inférieure à 10 %. Seuls 22 % des répondants ont indiqué que leurs dépenses avaient diminué, tandis que 18 % affirmaient que leurs dépenses de 2004 étaient à peu près au même niveau qu'en 2003. Le sondage de la NBTA a également révélé que le nombre de voyages d'affaires est en hausse cette année par rapport à 2003; plus de 70 % des gestionnaires de voyages interrogés prévoyaient que leurs entreprises réserveraient davantage de nuitées à l'hôtel en 2004 que l'an dernier.

Selon les plus récentes prévisions de Runzheimer International, les dépenses de voyages d'affaires aux États-Unis augmenteront de 10 % en 2005. Les dépenses consacrées aux voyages en avion progresseraient de 5 %, et celles consacrées à l'hébergement, de 13 %. Runzheimer signale que la demande dont bénéficient les transporteurs aériens à bas prix stimulera les volumes de voyages d'affaires, ce qui permettra aux hôtels d'augmenter progressivement leurs tarifs quotidiens.

Le plus récent Corporate Travel Benchmark Survey de GetThere, un fournisseur de technologie de réservations en ligne pour les entreprises, a révélé que ses clients continuent de recourir aux transporteurs à bas prix et réservent de plus en plus en ligne pour réduire leurs frais de voyages. D'après les résultats du sondage, 75 % des répondants croient que l'utilisation des transporteurs à bas prix les aide à réduire leurs frais de voyages. En outre, le sondage indique que 60 % des réservations de voyages d'affaires se font en ligne cette année - en hausse par rapport aux 53 % rapportés en 2003. Les répondants ont également fait état d'économies totales moyennes de 15 % réalisées en réservant en ligne, et d'économies de 50 % en ce qui concerne les honoraires des agences de voyages.

Les entreprises qui utilisent les agences de voyages en ligne pour faire leurs réservations ont tendance à être extrêmement satisfaites de leur expérience, selon un récent sondage de la Business Travel Coalition (BTC). La BTC a réalisé des entrevues auprès de 32 entreprises et universités américaines clientes des trois grandes agences de voyages en ligne desservant les entreprises (Expedia, Orbitz et les sites spécialisés de Travelocity). En moyenne, les organisations en question dépensent 6,5 millions de dollars américains par année pour les voyages en avion. Toutes ont affirmé avoir réalisé les économies qu'elles prévoyaient et qu'elles prendraient la même décision de nouveau. La BTC a prédit que le recours aux agences en ligne continuera de progresser pendant un certain nombre d'années, « jusqu'à ce qu'un équilibre concurrentiel soit atteint ».

Maintenant que l'économie se porte mieux et que leurs bénéfices sont en hausse, les entreprises commencent à ressusciter leurs programmes de voyages de motivation de luxe, selon un récent article paru dans le journal USA Today. Le groupe hôtelier Ritz-Carlton signalait que ses réservations associées aux voyages de motivation ont augmenté d'un tiers cette année par rapport à l'an dernier. En outre, la BTC indique que la plupart des entreprises qu'elle a interviewées prévoient augmenter leurs budgets de voyages de motivation en 2005. L'article notait toutefois une nette réduction du niveau de luxe dans ces voyages, la plupart des entreprises demeurant quelque peu préoccupées au sujet des coûts et des apparences de l'extravagance.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

Entre-temps, la croissance semble aussi s'accélérer dans le marché des réunions. Lors d'un récent sondage effectué auprès de planificateurs de réunions par Meeting News, le plus grand groupe de répondants (25 %) a affirmé que la participation à des réunions impératives a augmenté d'autant que 25 % pendant les six derniers mois par rapport à la même période un an plus tôt; 4 % de plus disaient que la participation avait augmenté de plus de 25 %; seulement 4 % indiquaient que la participation avait diminué. La principale raison de l'augmentation, selon les répondants, est « l'importance accrue accordée à la valeur des rencontres en personne ».

Le marché des réunions devrait encore croître en 2005, d'après un récent sondage auprès de planificateurs de réunions et autres manifestations participant à une rencontre de Hospitality Sales and Marketing Association International (HSMAI). De fait, la majorité des répondants (59 %) prévoyaient déjà organiser davantage de réunions l'an prochain.

Voyageurs d'agrément

Les perspectives pour les voyages d'agrément ont continué de s'améliorer pendant l'été, grâce à une conjoncture économique positive tant au Canada qu'aux États-Unis. Plusieurs des problèmes mondiaux qui ont miné la demande touristique depuis quelques années semblent s'être nettement atténués. Les tendances en matière de réservations révèlent une diminution supplémentaire du délai entre la planification du voyage et la date du départ. L'essor des réservations en ligne est un important facteur contribuant à ce phénomène.

L'enquête sur les intentions de voyage réalisée en juin 2004 par le Conference Board du Canada indique que les attitudes des Canadiens envers les voyages intérieurs se sont considérablement améliorées depuis l'enquête précédente, en mars. Celle-ci laissait entrevoir des résultats plus faibles que prévu pour la saison des voyages d'été. En particulier, le sondage de juin indiquait que 20,6 % des répondants prévoyaient prendre des vacances d'hiver (entre novembre 2004 et avril 2005) au pays. C'est sensiblement plus que les 16,4 % qui le prévoyaient l'an dernier et que les 18,5 % de juin 2002. Dans l'ensemble, 48 % des Canadiens interviewés avaient l'intention de faire un voyage d'hiver cette année - en hausse par rapport aux 42 % de juin 2003 et de juin 2002.

Tableau 1. Projets de vacances d'hiver (novembre à avril)
(Pourcentage des Canadiens qui ont répondu à l'enquête)

	Juin 2004	Juin 2003	Juin 2002
Intentions de voyage en hiver (toutes destinations)	48,0	42,0	42,1
Canada	20,6	16,4	18,5
États-Unis	9,6	10,1	7,6
Autres destinations internationales	16,9	14,3	13,5
Ne sait pas / refuse de répondre	0,9	1,2	2,5

Source : Le Conference Board du Canada.

Toutefois, la plus récente enquête sur les intentions de voyage a aussi permis de constater que seulement 6 % des Canadiens avaient déjà fait des réservations pour leurs vacances d'hiver au pays. La plupart des répondants (68 %) ont indiqué prévoir prendre les dispositions pour leurs voyages une à six semaines avant la date de leur départ; seuls 20 % d'entre eux avaient l'intention de faire leurs réservations sept semaines ou plus à l'avance. En même temps, un nombre croissant de Canadiens ont l'intention de réserver au moins certains éléments de leur voyage en ligne. Selon le plus récent sondage, 43 % des voyageurs canadiens entendent recourir à Internet pour réserver certains éléments de leurs voyages, sinon tous - en hausse par rapport aux 36 % de 2003 et aux 25 % de 2001.

Les intentions de voyage des Américains semblent également se renforcer, surtout en ce qui concerne les voyages à l'étranger. D'après le Consumer Confidence Survey réalisé en juin 2004 par The Conference Board Inc., 42,7 % des Américains prévoyaient prendre des vacances dans les six prochains mois. C'est presque 1 point de pourcentage de plus que lors du sondage de juin 2003. Par surcroît, le nombre d'Américains ayant l'intention de voyager à l'étranger avait augmenté à 9,3 % en juin 2004 au lieu de 7,2 % en juin 2003.

Le sondage indique également que le nombre d'Américains prévoyant prendre l'avion jusqu'à leur destination vacances a augmenté depuis l'année passée. En l'occurrence, 20,5 % des Américains ont l'intention de prendre l'avion lors d'un voyage d'agrément dans les six prochains mois, contre 16,8 % en juin 2003. Quant à ceux prévoyant voyager en auto, ils n'étaient plus que 22,4 % en juin, au lieu de 24,9 % un an plus tôt.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

Un sondage réalisé par Cambridge Credit confirme les perspectives positives en matière d'intentions de voyage. Selon les données de Cambridge Credit, 50 % des Américains avaient l'intention de prendre des vacances d'été cette année, contre 46 % en 2003. En outre, moins de répondants indiquaient qu'ils devraient emprunter pour payer leurs voyages. Par ailleurs, seulement 19 % des vacanciers entendaient payer leurs voyages avec une carte de crédit, au lieu de 23 % en 2003. D'après Cambridge Credit, les résultats du sondage démontrent que davantage d'Américains ont suffisamment confiance pour dépenser en vue de leurs vacances que l'an dernier, et ils disposent de ressources financières plus importantes pour pouvoir le faire.

La faveur du Canada comme destination vacances a fortement augmenté auprès des Américains depuis l'été dernier, selon un récent sondage de Harris Interactive qui demandait aux Américains de désigner le pays où ils préféreraient prendre des vacances en faisant abstraction des coûts. Le sondage plaçait le Canada en 7^e place, après qu'il avait chuté au 12^e rang en 2003. Il n'est guère surprenant que la cote du Canada ait baissé l'été dernier puisque le syndrome respiratoire aigu sévère a produit un énorme effet sur les voyages des Américains au Canada. Entre 1997 et 2002, le classement du Canada a varié de la 9^e place (en 2001) à la 4^e place (en 2002). L'Australie est au premier rang depuis 1997.

Entre-temps, selon le plus récent American Express Platinum Luxury Survey, les consommateurs aisés sont de plus en plus intéressés à consacrer de l'argent à des expériences enrichissantes, comme les voyages, et moins à la quête de biens de luxe et à la rivalité avec les voisins. Le sondage révèle que 59 % des consommateurs aisés (revenu du ménage supérieur à 100 000 \$US) tirent la plus grande satisfaction personnelle d'expériences telles que les repas gastronomiques, les voyages et les divertissements plutôt que l'acquisition d'articles de luxe personnels ou ménagers. Plus des deux tiers (68 %) d'entre eux ont fait en moyenne six voyages dans la dernière année, consacrant en moyenne 12 650 \$US aux voyages durant cette période. En outre, 81 % des répondants affirment prévoir dépenser autant ou davantage pour les voyages au cours des 12 prochains mois.

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

Transporteurs aériens - Canada

Air Canada a affiché à son deuxième trimestre se terminant le 30 juin 2004 une perte nette de 510 millions de dollars; cependant, elle est surtout attribuable à des frais de restructuration s'élevant à 426 millions de dollars. Ce même trimestre, le trafic passagers a augmenté de 20 % par rapport à un an plus tôt et la capacité, de 11 %. Sur l'ensemble du réseau, le coefficient de remplissage moyen a ainsi augmenté de 5,8 points de pourcentage, à 78,6 %. Par rapport à l'an dernier, le bénéfice d'exploitation s'est amélioré de 292 millions de dollars grâce à des revenus passagers en hausse de 15 % et des frais en baisse de 11 %. Le transporteur a attribué ces améliorations à l'important rétablissement de la demande de voyages en avion depuis l'épidémie de SRAS de l'an dernier ainsi qu'à la réduction des frais d'exploitation réalisée dans le cadre du processus de restructuration sous le régime de protection contre les créanciers. Pour l'avenir, le transporteur signale que les réservations d'août et de septembre semblent être d'un bon niveau, mais les coûts du carburant demeurent une grande source de préoccupation.

Air Canada a également rapporté être toujours en voie de quitter le régime de protection de la Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies d'ici la date prévue du 30 septembre 2004. À la mi-juillet, le transporteur avait obtenu la ratification de la dernière convention collective qu'il restait à conclure et à la mi-août, il avait réglé le contentieux qui subsistait avec le syndicat de ses pilotes. Le 17 août, les créanciers d'Air Canada ont approuvé son nouveau plan d'entreprise; c'était le dernier obstacle à franchir avant de demander l'autorisation des tribunaux de mettre fin au régime de la protection contre les créanciers. Le nouveau plan d'entreprise semble se concentrer sur les activités long-courriers; il prévoit une réduction de la flotte et le recours à de plus petits appareils. La Cour de l'Ontario qui supervise la restructuration a approuvé le plan du transporteur le 23 août, l'autorisant à parachever sa restructuration d'ici la fin de septembre.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

En juillet 2004, les passagers-milles payants (PMP) d'Air Canada ont dans l'ensemble augmenté de 12,8 % par rapport à juillet 2003. Le trafic passagers est demeuré aux niveaux de juillet 2003 sur les vols intérieurs, mais a progressé de 112,2 % sur les routes internationales du Pacifique. Sur les routes de l'Atlantique et les vols transfrontaliers aux États-Unis, il a augmenté respectivement de 0,2 % et 0,7 %. Le transporteur a veillé à limiter l'augmentation de la capacité, celle-ci progressant de seulement 9,5 % par rapport à juillet 2003. Il a ainsi enregistré un coefficient de remplissage mensuel record (80,4 %) pour un quatrième mois consécutif. Air Canada a souligné le fait que ses rendements passagers poursuivent leur montée entreprise après la chute de 2003.

Tableau 2. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs aériens - Juillet 2004

Transporteur aérien	PMP (millions) juillet 2004	PMP 2004 - 2003	Capacité 2004 - 2003
Air Canada (y compris Zip et Jetz)	4 259	+12,8 %	+9,5 %
Air Canada Régional (Jazz)	158	+7,5 %	+4,9 %
WestJet	637	+29,1 %	+27,6 %
Jetsetgo	268	+90,5 %	+69,7 %

WestJet a fait état de bénéfices nets de 7,5 millions de dollars pour son deuxième trimestre terminé le 30 juin 2004, soit sensiblement moins que les 14,7 millions de dollars du deuxième trimestre de 2003. Comme dans son rapport du premier trimestre, WestJet a de nouveau déclaré que ses résultats étaient décevants, invoquant comme principales raisons de la moindre rentabilité la montée des coûts du carburant et des droits d'atterrissage et d'aérogare. Même si le trafic passagers de WestJet a augmenté de 24,5 % au deuxième trimestre par rapport à l'année passée, ses coûts de carburant ont progressé de 32 %. Le transporteur signale aussi que le déplacement de sa plaque tournante de Hamilton à Toronto, en vue d'accéder aux routes à forte demande Toronto-Ottawa et Toronto-Montréal, a fait grimper ses droits d'atterrissage et d'aérogare de 200 %.

NAV Canada a récemment annoncé qu'il augmentera ses redevances de services de navigation aérienne de 7,9 % le 1er septembre 2004. L'entreprise signale que l'augmentation se situera entre 1 \$ et 2 \$ par passager de vol intérieur, selon la distance du vol. NAV Canada a indiqué que l'augmentation est nécessaire pour compenser le manque à gagner prévu au prochain exercice par suite du ralentissement subi par l'industrie des transports aériens depuis les attentats terroristes du 11 septembre 2001.

Transporteurs aériens - États-Unis

L'industrie américaine des transports aériens a connu une forte augmentation de la demande pendant la saison de pointe de l'été. Selon l'Air Transport Association (ATA), le trafic passagers a augmenté dans l'ensemble de 9,2 % en juillet 2004 par rapport à l'année précédente. Le trafic intérieur a augmenté de 6,7 % et le trafic international, de 16,1 % grâce à une demande en forte hausse (22,6 %) sur les routes de l'Asie-Pacifique.

Malheureusement, ce rétablissement de la demande ne se traduit pas pour la plupart des transporteurs américains par un rétablissement financier. L'escalade des coûts du carburant continue de perturber la situation, mais le véritable défi que doivent relever les transporteurs pour le moment est la concurrence de plus en plus vive sur le marché intérieur. Un relevé des tarifs réalisé par Harrell Associates révèle que les tarifs moyens en classe touriste étaient 30 % plus faibles la première semaine d'août 2004 qu'un an plus tôt, et les tarifs en classe affaires, 9 % plus faibles. Une multitude de tarifs promotionnels supplémentaires prévus pour la période plus calme de l'automne devrait faire encore baisser les tarifs - bien qu'ils créeront une demande additionnelle.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

Les rapports financiers du deuxième trimestre ont confirmé que les prix élevés du carburant et l'intense concurrence intérieure continuent de miner la rentabilité des grands transporteurs autant que des transporteurs à bas prix. American Airlines (AA) est le seul transporteur qui ait réussi à augmenter légèrement ses bénéfices, surtout grâce aux mesures majeures de réduction des coûts entreprises depuis deux ans. AA est maintenant confronté à la concurrence de transporteurs à bas prix sur presque 90 % de ses routes, ce qui représente une importante contrainte à l'augmentation future de ses rendements. Pour compliquer les choses, l'escalade des prix du carburant depuis un an a augmenté de 232 millions de dollars américains les frais d'exploitation du transporteur au deuxième trimestre. Ce même trimestre, les pertes d'exploitation de Delta se sont élevées à près de 2 milliards de dollars, ce qui soulève de graves interrogations sur son avenir. Delta s'efforce toujours de négocier des concessions salariales avec le syndicat de ses pilotes, pour tenter de réduire ses frais annuels de main-d'œuvre de 1 milliard de dollars de plus.

Tableau 3. Revenu net - T2 2004

Transporteur aérien	Revenu net T2 2004 (en \$US)	Revenu net T2 2003 (en \$US)
AirTran Holdings	+16,8 millions	+57,2 millions
Alaska Air Group	-1,7 million	+45,2 millions
AMR Corporation (American)	+6 millions	-75 millions
America West Airlines	+5,7 millions	+79,7 millions
Continental Airlines	-17 millions	+79 millions
Delta Air Lines	-1,960 millions	+184 millions
JetBlue Airways	+21,5 millions	+38 millions
Northwest Airlines	-182 millions	+227 millions
Southwest Airlines	+113 millions	+246 millions
UAL Corporation (United)	-247 millions	-623 millions
US Airways Group	+34 millions	+13 millions

Tableau 4. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs - juillet 2004

Transporteur aérien	PMP Juillet 2004 - juillet 2003	Capacité Juillet 2004 - juillet 2003
Alaska Airlines	+10,7 %	+5,1 %
American Airlines	+5,3 %	+5,1 %
America West Airlines	+9,0 %	+9,0 %
AirTran Airways	+13,0 %	+15,2 %
Continental Airlines	+9,4 %	+7,3 %
Delta Air Lines	+14,0 %	+12,8 %
JetBlue Airways	+30,6 %	+34,6 %
Northwest Airlines	+5,7 %	+3,0 %
Southwest Airlines	+9,4 %	+6,9 %
United Airlines	+7,9 %	+8,2 %
US Airways	+3,3 %	+2,69 %

United Airlines, qui tente toujours de se restructurer sous la protection prévue par le chapitre 11 de la loi sur les faillites, a conclu de nouveaux accords avec ses prêteurs au débiteur-exploitant. Les nouveaux prêts procureront 500 millions de dollars américains de plus au transporteur. Cependant, une récente analyse de USA Today et BACK Aviation Solutions laisse entendre que peu importe la mesure dans laquelle le transporteur parvient à réduire ses coûts pendant qu'il demeure protégé contre les créanciers, les réductions de coûts pourraient ne pas suffire. United perd des parts de marché en faveur des concurrents à bas prix dans presque tous ses principaux marchés. L'analyse indique que durant la période de quatre ans se terminant en 2003, le tarif moyen payé (en moyenne par mille) par les passagers intérieurs de United a chuté de 25 %, ce qui serait la plus forte diminution constatée parmi les grands transporteurs aériens.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

Pour combattre la concurrence intérieure croissante, Continental Airlines a annoncé qu'il garantirait le prix le plus bas pour les billets d'avion intérieurs offerts dans son site Web. Sans doute inspiré par le succès de promotions analogues dans l'industrie hôtelière, le transporteur a offert à tout client qui trouve dans un autre site Internet de voyages un billet d'avion moins cher pour un vol intérieur (pour un itinéraire identique) une réduction de 10 % sur un prochain vol. L'offre était toutefois valide uniquement jusqu'au 6 septembre 2004.

En juillet, le département des Transports des États-Unis (DOT) a conclu avec la Chine un accord sur les services aériens. Celui-ci doublera le nombre de transporteurs autorisés à voler entre les deux pays et facilitera un quintuplement des vols au cours des six prochaines années, à 249 vols par semaine. Le DOT a autorisé United Airlines et Northwest Airlines à débiter un service passagers en Chine en août 2004.

Hôtels - Canada

La solide tendance haussière de la demande de voyages d'affaires et de voyages d'agrément continue de stimuler un redressement dans l'industrie hôtelière canadienne. Les rapports financiers du deuxième trimestre indiquent que les réservations ont progressé depuis le premier trimestre de cette année et laissent augurer d'une croissance supplémentaire au cours de la saison estivale des voyages. Selon HVS International, les gestionnaires des hôtels canadiens rehaussent le tarif quotidien moyen des chambres en même temps que la demande augmente - notant qu'ils sont habituellement très habiles pour ce qui est de gérer leurs rendements. Le groupe Hôtels Quatre Saisons a confirmé cette analyse dans son plus récent rapport trimestriel, prévoyant que les taux d'occupation continueront de se redresser alors que le tarif des chambres augmente.

Dans l'ensemble, le revenu par chambre disponible (RCD) a augmenté à 84,48 \$ en juin, 12,5 % de mieux qu'au même mois de 2003, selon le plus récent National Market Report de PKF. À l'échelle nationale, les taux d'occupation ont augmenté de 5,6 points de pourcentage à 68,6 %, et le tarif quotidien, de 3,2 % à 123,10 \$. Le segment du luxe a continué de dominer le rétablissement des taux d'occupation, mais les hôtels économiques ont enregistré la plus forte augmentation moyenne de tarif (3,4 %).

Les rapports financiers du deuxième trimestre étaient en général très positifs, grâce à la poussée du RCD durant cette période. Les hôtels ont fait état d'une nette reprise de la demande de voyageurs d'affaires et de voyageurs d'agrément, et la croissance devrait demeurer soutenue pendant toute la saison des voyages d'été. Toutes les entreprises hôtelières étaient très optimistes quant à leurs perspectives pour le troisième trimestre, prévoyant que la demande continuerait de progresser même pendant qu'elles continuaient d'augmenter le tarif des chambres. Fairmont a signalé que les réservations de groupes dépassaient les attentes pour l'été, bien que le segment des voyages des Américains au Canada demeurait mou. Legacy Hotels prévoit que ses taux d'occupation et ses tarifs remonteront aux niveaux de 2002 d'ici la fin de l'année.

Tableau 5. Revenu par chambre disponible (RCD) et revenu net des hôtels, 2^e trimestre 2004

Société	Revenu par chambre disponible (RCD) T2 2004 - T2 2003	Revenu net T2 2004	Revenu net T2 2003
Hôtels Fairmont	+22,7 % et +18,0 % (hôtels appartenant à la chaîne et hôtels gérés)	+37,6 millions \$ (29,0 millions \$US)	+52,0 millions \$ (40,1 millions \$US)
Hôtels Quatre Saisons	+22,7 %	+17,3 millions \$	-1,4 millions \$
Legacy Hotels REIT	+16,3 %	+12 millions \$	+4,7 millions \$

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

L'Association des hôtels du Canada (AHC) a publié ses prévisions pour 2005, selon lesquelles le RCD des hôtels canadiens augmenterait dans l'ensemble de 3 %. L'AHC note que les perspectives économiques du Canada semblent positives pour 2005 mais que les prix pétroliers, les événements géopolitiques et l'évolution de l'économie mondiale pourraient entraver le rétablissement de l'industrie. Pour ces raisons, l'AHC estime que la remontée de l'industrie hôtelière sera lente et incertaine en 2005. PKF complète cette prévision dans son plus récent National Market Report, avançant que les taux d'occupation moyens atteindraient 61 % en 2004 (contre 59 % en 2003), puis 62 % en 2005. Les tarifs quotidiens moyens devraient augmenter de 3,6 % à 116 \$ en 2004 (contre 112 \$ en 2003), puis à 120 \$ en 2005.

Hôtels - États-Unis

Après une robuste croissance au premier semestre de cette année, l'industrie hôtelière américaine récolte maintenant les fruits financiers d'une importante remontée de la demande. De constantes augmentations des tarifs quotidiens font grimper le RCD, surtout à mi-semaine. De fait, par suite des augmentations de la demande à la mi-semaine, les hôtels commencent à récupérer leur pouvoir en matière d'établissement des prix, surtout pour les réservations en vue de réunions et congrès. Selon un récent rapport d'Ernst & Young, ces tendances positives devraient continuer de se renforcer jusqu'à la fin de l'année, bien que les taux d'occupation et les tarifs quotidiens demeurent nettement sous les sommets historiques de 2000.

Le RCD moyen a augmenté de 8,6 % aux États-Unis au deuxième trimestre de 2004 par rapport à l'année passée, selon Smith Travel Research (STR). Les taux d'occupation ont grimpé de 4,2 %, à 64,2 %, et les tarifs quotidiens moyens des chambres, de 4,3 %, à 86,17 \$US. STR qualifie les résultats de l'industrie hôtelière américaine d'encourageants, et affirme que l'élan positif devrait se poursuivre au deuxième semestre de l'année. Pour l'année complète, le RCD devrait être de 5 % supérieur à celui de 2003.

Les rapports financiers du deuxième trimestre sont en général très positifs, ce qui a incité de nombreux hôtels à augmenter leurs prévisions quant aux bénéfices du troisième trimestre. La plupart des entreprises du secteur ont fait état d'une robuste augmentation du RCD, en partie grâce à de courageuses augmentations des tarifs des chambres. Marriott International, la plus grande chaîne d'hôtels aux États-Unis, affirme que le retour des voyageurs internationaux est un autre facteur stimulant son chiffre d'affaires. Il indique qu'au deuxième trimestre, le nombre de visiteurs internationaux dans ses hôtels aux États-Unis avait augmenté de quelque 30 % par rapport à l'an dernier. Tout indique que les segments des voyageurs d'affaires et des voyageurs d'agrément ont connu de bons résultats et des tarifs en hausse. Heureusement, la demande devrait continuer de faire grimper graduellement l'occupation et les tarifs jusqu'à la fin de l'année.

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

Société	RCD T2 2004 - T2 2003	Revenu net T2 2004 (en \$US)	Revenu net T2 2003 (en \$US)
Choice Hotels	+7,0 %	+18,5 millions	+17,1 millions
FelCor Lodging	+7,3 %	-41 millions	- 27 millions
Hilton Hotels Corp.	+8,3 %	+75 millions	+54 millions
Host Marriott	+8,8 %	+17 millions	- 14 millions
Marriott International Inc.	+9,3 % (Amérique du Nord)	+160 millions	+125 millions
Prime Hospitality	-0,2 %	+3,6 millions	- 17,8 millions
Starwood Hotels & Resorts	+16,0 % (Amérique du Nord)	+154 millions	+290 millions
Westcoast Hospitality	+6,6 %	+805 000	+1,8 million

Le plus récent Lodging Executives Sentiment Index de la Travel Industry Association of America (TIA) indique que l'optimisme continue d'augmenter dans l'industrie. En juin, l'indice s'est élevé à 76,7 au lieu de 73,7 le mois précédent. En même temps, l'indice de la situation actuelle est passé à 70,0 au lieu de 60,5 le mois précédent.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

Tous les segments de l'industrie hôtelière américaine devraient progresser cette année, d'après l'édition 2004 du National Lodging Report d'Ernst & Young. Les segments du luxe, du haut de gamme et du milieu de gamme devraient connaître une augmentation relativement forte du RCD (respectivement de 6,6 %, 5,1 % et 5,5 %), tandis que les segments économique et budget progresseraient de façon plus modeste (respectivement de 3,6 % et 3,5 %).

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 qu'au Canada, les tarifs aériens ont baissé dans tous les segments en juillet 2004. Le prix moyen du billet a chuté de 8 % par rapport à un an plus tôt pour les vols intérieurs, de 13 % pour les vols entre le Canada et les États-Unis, et de 7 % pour les vols vers les destinations internationales autres qu'aux États-Unis.

Selon l'Airlines Reporting Corporation (ARC), le billet électronique a atteint un nouveau sommet, représentant 87 % de tous les billets d'avion vendus aux États-Unis en juillet 2004, contre 83 % en juillet 2003. L'ARC a également indiqué qu'en juillet 2004, les ventes totales de billets d'avion et les tarifs internationaux moyens se comparaient favorablement à ceux de juillet 2003, tandis que les tarifs intérieurs moyens avaient baissé de 5 %.

Deux des plus grands fournisseurs de produits de voyage en ligne, IAC (société mère d'Expedia) et Orbitz, ont chacun fait état d'importantes augmentations du chiffre d'affaires au deuxième trimestre de 2004 par rapport à l'année précédente. La division des voyages d'IAC a augmenté son chiffre d'affaires de 34 % à 556 millions de dollars américains pour ce trimestre, grâce notamment à une progression de 32 % de son activité de grossiste en nuitées d'hôtel à l'échelle mondiale et de la demande de forfaits de voyage de la part des consommateurs. Les revenus d'Orbitz ont augmenté de 30 % à 75,6 millions de dollars au deuxième trimestre, grâce notamment à une hausse de 21 % de ses réservations brutes qui ont dépassé 1 milliard de dollars pour cette période.

Aux États-Unis, plus du tiers de tous les voyages seront réservés en ligne d'ici 2006, suivant la tendance haussière constatée depuis deux ans (15 % en 2002 et 20 % en 2003), d'après de récentes prévisions de PhoCusWright. En 2003, les ventes de voyages en ligne (voyages d'agrément et voyages d'affaires autonomes) ont augmenté de 37 % par rapport à 2002; selon les prévisions, elles augmenteront encore de 34 % cette année.

L'American Automobile Association (AAA) signale que les prix de l'essence étaient en moyenne de 1,86 \$US le gallon aux États-Unis le 17 août 2004. C'est légèrement moins que le prix moyen enregistré un mois plus tôt (1,92 \$US), mais beaucoup plus que le prix d'un an plus tôt (1,59 \$US). Le même jour, les prix du brut atteignaient un record de presque 47 \$US le baril.

Vue d'ensemble de la situation internationale - Outre-mer**Royaume-Uni et Irlande**

British Airways (BA) a affiché un bénéfice net de 70 millions de livres sterling (163,8 millions \$CAN) pour son premier trimestre se terminant le 30 juin 2004. C'est un revirement important par rapport à la perte nette de 63 millions de livres (147,4 millions \$CAN) déclarée un an plus tôt lorsque le SRAS et la guerre en Iraq avaient miné le chiffre d'affaires du transporteur. Le trafic passagers du trimestre a augmenté de 7,9 % par rapport à un an plus tôt, mais les rendements (tarif payé en moyenne par kilomètre) ont diminué de 4,5 %. Les conditions du marché étaient apparemment inchangées, le trafic long-courrier des classes supérieures se rétablissant constamment tandis qu'il demeure faible sur les vols court-courriers. En outre, selon les prévisions, les rendements continueront de baisser jusqu'à la fin de l'année mais le nombre de passagers augmentera. BA signale que les coûts du carburant et de la main-d'œuvre continuent de poser des problèmes et a par conséquent rehaussé son supplément carburant sur tous ses vols long-courriers, de 2,50 livres à 6,00 livres (5,85 \$CAN à 14,04 \$CAN) par billet.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

En juillet, les passagers-kilomètres payants (PKP) de BA ont augmenté de 8,3 % par suite du rétablissement consécutif à la baisse des voyages en avion en 2003. Le trafic en classe supérieure a augmenté de 9,7 % par rapport à la même période un an plus tôt et le trafic dans les autres classes, de 8,1 %. L'augmentation du trafic a atteint 13,1 % sur les routes d'Asie-Pacifique, 7,1 % sur les routes d'Europe-Royaume-Uni et 5,5 % sur les routes des Amériques.

BA a évité de peu une grève prévue par ses préposés à l'enregistrement des passagers et ses bagagistes pendant la fin de semaine occupée des vacances bancaires débutant le 27 août. Heureusement, le transporteur a réussi à s'entendre avec ses syndicats sur un nouvel accord salarial visant près de 11 000 salariés. Si la grève s'était produite, on estime qu'elle aurait touché 100 000 passagers par jour pendant une des fins de semaine les plus occupées au Royaume-Uni, et coûté 10 millions de livres (23,4 millions \$CAN) par jour en revenus perdus.

Quant au transporteur à bas prix Ryanair, il a fait état d'un bénéfice après impôt de 53,1 millions d'euros (83,8 millions \$CAN) pour son premier trimestre se terminant le 30 juin 2004. C'est 21 % de plus qu'au premier trimestre de l'année précédente. Le trafic passagers du transporteur s'est accru de 28 % ce trimestre, tandis que les rendements baissaient de 6 %. Pour le reste de son présent exercice, Ryanair prévoit que son trafic passagers augmentera de 20 % et que ses rendements diminueront de 10 à 20 % face à une concurrence qui continuera de s'intensifier.

La British Airport Authority (BAA), qui gère les aéroports internationaux du Royaume-Uni, a indiqué qu'en juillet 2004, le trafic passagers à ses sept aéroports a augmenté de 8 %, à 14,2 millions. De tels volumes ne s'étaient plus vus depuis le 11 septembre 2001. Le même mois, le trafic sur les routes de l'Atlantique Nord a augmenté de 12,3 %. La BAA signale que les marchés de l'aviation profitaient du redressement général des voyages mondiaux et que la concurrence sur les prix entre les transporteurs à bas prix d'Europe faisait augmenter les voyages dans cette région.

Tableau 7. Variation du nombre de passagers transportés

Transporteur	Juillet 2004 - juillet 2003
British Airways	+8,3 %
EasyJet	+28 %
Ryanair	+22 %

L'Association of British Travel Agents (ABTA) estime qu'un nombre record de 2 millions de voyageurs d'agrément ont fait un voyage à l'étranger pendant le congé du 24 juillet - dont on prévoit qu'il sera la fin de semaine la plus achalandée de l'année pour les voyages des Britanniques. L'ABTA indique que 75 % des voyageurs britanniques privilégient des destinations européennes pour leurs vacances d'été, bien que les destinations plus lointaines connaissent aussi de bons résultats cet été. À la fin de juillet, le taux de change favorable avait aidé à faire augmenter de 16 % par rapport à l'an dernier les réservations d'été vers des destinations américaines. L'ABTA signale également que cette année a été marquée pour les agences membres par la tendance du marché aux réservations très tardives, mais que les voyages à l'étranger ont bénéficié d'une poussée en juillet à cause du mauvais temps qui a régné en Grande-Bretagne.

Les États-Unis et le Canada sont bien cotés par les Britanniques comme destinations long-courriers « de rêve », selon un récent sondage commandé par la Commission du tourisme de Jamaïque. Parmi les répondants, 17 % ont choisi comme premier choix « Australie ou Nouvelle-Zélande », contre 16 % pour le choix « États-Unis ou Canada » qui s'est classé deuxième et 10 % pour les Caraïbes, troisième choix. Le sondage a également révélé que 45 % des répondants britanniques entendaient faire un voyage à l'étranger au cours de la prochaine année.

Les vacances familiales des Britanniques, qui représentent le quart des voyages dans ce marché, engendreront cette année des dépenses de 15 millions de livres ou en moyenne 1 830 livres par voyage, selon une étude récente de Mintel. Cependant, seulement 29 % de ces voyages seront de plus de quatre nuitées. Mintel signale que les familles étaient jadis la base du marché britannique des vacances, mais qu'elles sont maintenant beaucoup moins susceptibles d'opter pour des forfaits ou de voyager à l'étranger et beaucoup plus susceptibles de faire des voyages intérieurs indépendants pour leurs vacances.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

Comme dans le marché nord-américain, les voyages d'affaires semblent remonter la pente au Royaume-Uni, mais il semble que les voyageurs continueront de rechercher les économies. Un récent sondage d'Accenture révèle que les voyageurs d'affaires britanniques utilisent davantage les hôtels économiques et les transporteurs à bas prix cette année qu'en 2003. Parmi les répondants, 5 % affirmaient loger dans des hôtels de luxe et 58 %, dans des hôtels de milieu de gamme, contre respectivement 14 % et 65 % en 2003. Cependant, la faveur des hôtels économiques a augmenté à 28 % en 2004 contre 12 % l'an dernier. En outre, l'utilisation des transporteurs à bas prix a augmenté à 15 % cette année contre 11 % en 2003; ceux qui affirment ne jamais recourir aux transporteurs à bas prix pour les voyages d'affaires ne sont plus que 28 % en 2004 au lieu de 38 % l'an dernier.

France

Air France-KLM, le nouveau transporteur issu de l'acquisition par Air France de KLM Royal Dutch Airlines, a indiqué que son chiffre d'affaires et son trafic passagers étaient en hausse à son premier trimestre se terminant le 30 juin 2004. Le chiffre d'affaires du trimestre a augmenté à 4,5 milliards d'euros (7,1 milliards \$CAN), 12,3 % de plus que les ventes combinées des deux transporteurs individuels au même trimestre en 2003; le trafic passagers a augmenté de 11,4 %. Le trafic consolidé a grimpé de 16,9 % et la capacité, de 12,9 %. Les rendements moyens ont baissé de 3,9 %, mais en partie à cause d'un effet négatif des taux de change évalué à 2 %. Le transporteur a attribué l'amélioration de ses résultats aux avantages de la fusion entre Air France et KLM ainsi qu'à l'essor de la demande des passagers sur la plupart de ses routes long-courriers. Sur les routes d'Amérique du Nord et d'Amérique du Sud du transporteur, le trafic a augmenté de 16,9 % durant le trimestre par rapport à l'année passée.

En juillet, le trafic passagers d'Air France-KLM a augmenté dans l'ensemble de 9,5 % par rapport à juillet 2003 et la capacité, de 8 %; le coefficient de chargement a ainsi progressé de 1,1 point à 82 %. Le transporteur a signalé une forte demande de voyages en avion et une évolution positive des réservations. L'unité néerlandaise du transporteur (KLM) a par conséquent augmenté le prix de ses billets de 1 à 3 % et sa capacité passagers pour l'hiver de 9 %. Le transporteur a expressément affirmé que cette augmentation des tarifs était liée à la demande croissante plutôt qu'à l'augmentation des prix du carburant. Quelques jours plus tard, Air France-KLM a annoncé un supplément carburant qui sera imposé sur toutes les routes et qui varie entre 2 et 12 euros, selon la distance du vol.

Une enquête préliminaire a conclu qu'une faiblesse du béton a causé l'effondrement d'un terminal à l'aéroport Paris-Charles-de-Gaulle en mai. Les renforts métalliques ont perforé le béton utilisé dans le plafond voûté, ce qui a entraîné la rupture et la chute du toit. En août, l'aéroport a rouvert certaines sections du terminal au public, permettant leur exploitation pour quelques vols quotidiens; cependant, l'embarquement se fait à l'extérieur, de façon à éviter le salon d'embarquement où le toit s'est effondré. Avant l'accident, le terminal recevait quelque 20 000 passagers par jour, soit environ 15 % de la capacité totale de l'aéroport.

Selon un récent rapport de la Commission australienne du tourisme (ATC), 54 % des voyageurs français prendront leurs vacances d'été en France. La durée moyenne des vacances d'été est de 16 à 17 jours, mais les plus petites escapades de moins de 7 jours ont augmenté de 28 %.

Allemagne

Lufthansa German Airlines a enregistré une perte nette de 23 millions d'euros (36,3 millions \$CAN) à son deuxième trimestre se terminant le 30 juin 2004. Après un premier trimestre beaucoup plus rentable, ces résultats ont réduit les bénéfices semestriels du transporteur à 39 millions d'euros (61,8 millions \$CAN), ce qui reste une grande amélioration par rapport à la perte nette de 392 millions d'euros (621,6 millions \$CAN) déclarée au premier semestre de 2003. Le transporteur affirme que ses activités passagers ont continué de récupérer au deuxième trimestre, les revenus ayant augmenté de 15,2 % par rapport à l'année précédente. Les rendements moyens ont diminué de 2,6 % durant le trimestre en raison de « la persistance de vives pressions du marché ».

En juillet 2004, le trafic passagers de Lufthansa a augmenté de 16,3 % par rapport à un an plus tôt, et la capacité, de 15,8 %, de sorte que le coefficient de remplissage s'est amélioré de 0,3 point à 74,6 %. Le transporteur signale que la demande des passagers a continué de se rétablir en juillet, stimulée par une forte croissance sur ses routes d'Asie-Pacifique par rapport à l'année passée. En août, Lufthansa a imposé un supplément carburant de 2 à 7 euros sur tous ses vols, pour compenser l'augmentation des coûts de carburant.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

L'exploitant d'aéroports allemand Fraport a rapporté qu'en juillet 2004, l'achalandage passagers à l'aéroport de Francfort a augmenté à 4,8 millions, 5,6 % de plus que l'année précédente. C'est là le plus grand nombre de passagers en un mois jusqu'à présent cette année. Le groupe Fraport a également indiqué que la demande de vols intercontinentaux a continué de se renforcer.

Les autorités allemandes ont approuvé le réaménagement d'un aéroport majeur à Berlin. L'aéroport Schoenefeld sera agrandi et rebaptisé Berlin-Brandebourg-International (BBI). À l'achèvement des travaux prévu en 2010, il pourra accueillir 20 millions de passagers par année, 50 % de plus que les trois aéroports actuels de Berlin combinés; il deviendra la troisième plus grande plaque tournante en Allemagne, après Francfort et Munich. La construction devrait débuter en 2006.

TUI AG a récemment déclaré que ses bénéfices du deuxième trimestre de 2004 ont presque doublé, à 100 millions d'euros (157,9 millions \$CAN), ses ventes brutes progressant de 2,1 % par rapport à la même période de 2003. Pour expliquer l'amélioration, l'entreprise a invoqué deux facteurs externes : de bons rendements; et une importante réduction des ventes de dernière minute. En août, elle a indiqué que ses ventes de réservations d'été étaient dans l'ensemble en hausse de 2,5 % par rapport à l'année passée et le nombre de clients, de 1,9 %. Les ventes en Allemagne ont surpassé celles de l'ensemble du marché, progressant de 2,5 % alors que le nombre de clients était plus haut de 2,1 %. TUI a également signalé que les niveaux des prix étaient satisfaisants, sans « de grandes réductions de dernière minute cette année ».

Les forfaits de golf tout compris sont de plus en plus prisés par les voyageurs allemands, d'après un article dans le magazine allemand des voyages FVW. En particulier, les vacances de type club sont plus recherchées, en raison de la vaste gamme d'activités offertes : spas, divertissements et bons restaurants. Cependant, au moment de choisir une destination long-courrier pour le golf, le prix joue un grand rôle. Par conséquent, les destinations qui offrent des prix bas et de bons parcours attirent davantage d'Allemands.

Japon

Japan Airlines (JAL), le plus grand transporteur du Japon, a essuyé une perte nette de 40,7 milliards de yen (484,4 millions \$CAN) pour son premier trimestre se terminant le 30 juin 2004. C'est une nette amélioration par rapport à la perte de 77,2 milliards de yen (918,8 millions \$CAN) enregistrée au même trimestre en 2003. JAL a déclaré que son trafic passagers international avait constamment remonté durant le trimestre, progressant de 76 % par rapport à la même période de 2003 lorsque la demande s'était effondrée en raison du SRAS. Les niveaux de trafic de voyageurs d'affaires sur les vols internationaux du transporteur sont également revenus à la normale. Le transporteur a signalé que l'escalade des prix pétroliers produirait un énorme effet sur ses coûts d'exploitation de l'ensemble de l'année, mais estime que l'augmentation prévue de 5 % de ses tarifs internationaux aidera à compenser les coûts du carburant.

All Nippon Airways (ANA) a fait état d'un bénéfice net de 2,43 milliards de yen (28,9 millions \$CAN) pour son premier trimestre se terminant le 30 juin 2004. Au même trimestre de 2003, ANA avait affiché une perte nette de 18,3 milliards de yen (217,8 millions \$CAN). Bien que le transporteur tire la plus grande partie de ses bénéfices de ses routes intérieures, il a attribué ses résultats financiers à l'augmentation de 67 % du trafic international enregistrée durant le trimestre, surtout sur les routes d'Europe et des États-Unis.

D'après les indications en provenance de JAL et ANA, les réservations pour la période de vacances du 16 juillet au 15 août 2004 étaient 22,7 % plus élevées que l'an dernier. JAL signale que ses vols vers l'Amérique du Nord, Hawaï et l'Océanie étaient en moyenne remplis à 90 % durant cette période. L'aéroport international Narita prévoyait accueillir 3,78 millions de passagers cet été, retrouvant ainsi ses niveaux de 2002.

Selon la plus récente enquête semiannuelle de MasterCard sur la confiance des consommateurs dans la région Asie-Pacifique, la confiance monte graduellement chez les consommateurs japonais, mais ceux-ci demeurent plutôt du côté pessimiste (indice inférieur à 50 sur une échelle de 1 à 100). Le score le plus récent du Japon a atteint un sommet de 47,6, contre 31,8 six mois plus tôt et 17,4 l'année précédente. La moyenne historique du marché japonais est 22,7. La confiance des consommateurs a enregistré le score le plus élevé à l'égard du marché boursier (68,8) et demeure du côté optimiste à l'égard de l'économie (51,6). Elle est toutefois beaucoup plus faible à l'égard de l'emploi (43,9), de la qualité de vie (34,9) et de la sécurité des revenus (38,7).

*Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme***Corée**

Korean Air (KAL) a enregistré un bénéfice net de 15,5 milliards de won (17,5 millions \$CAN) à son deuxième trimestre se terminant le 30 juin 2004. C'est 82,9 % de moins que les 90,6 milliards de won (102,4 millions \$CAN) du même trimestre en 2003. Les revenus de ses passagers internationaux ont bondi de 53,4 % durant le trimestre, mais les revenus intérieurs ont régressé de 11 %, en partie à cause du nouveau service de train à grande vitesse entre Séoul et Pusan. KAL a affirmé que les prix pétroliers minent sa rentabilité, comme c'est le cas pour tous les transporteurs aériens, mais que la reprise économique persistante de la région pourrait susciter une forte augmentation de la demande et aider le transporteur à compenser l'effet des coûts plus élevés du carburant.

Le 2 août, le syndicat des pilotes de KAL a voté en faveur d'une grève pour régler un différend salarial, bien qu'aucune date n'ait été fixée. Selon une dépêche de Reuters, la Corée du Sud est souvent aux prises avec des actions syndicales à l'été parce que c'est habituellement la période où se déroulent les négociations salariales. KAL a affirmé qu'une grève lui coûterait environ 20 milliards de won par jour en revenus perdus.

La demande de voyages à l'étranger a continué de monter en juin et juillet, selon les plus récentes statistiques de l'Organisation nationale du tourisme de Corée. Les départs des Coréens à l'étranger ont augmenté de 47,2 % en juin et de 23 % en juillet par rapport à un an plus tôt. Les voyages à l'étranger à partir de Corée s'étaient rétablis rapidement après quelques mois de volumes en baisse par suite du SRAS en 2003; en juillet l'an dernier, ils étaient déjà en croissance par rapport à l'année précédente.

Le nombre de Sud-Coréens aisés est en hausse, ce qui stimule la demande de voyages outre-mer malgré l'économie relativement morose de la Corée, d'après le Financial Times. De plus, le marché coréen des voyages a bénéficié d'une poussée cette année lorsque la semaine de travail a été réduite de 5,5 jours à 5. Les voyages de fin de semaine sont ainsi devenus plus accessibles. Hana Tour, la plus grande agence de voyages en gros du pays, a déclaré que ses bénéfices d'exploitation étaient en plein essor et que la forte croissance devrait se poursuivre toute l'année.

Selon la plus récente enquête semiannuelle de MasterCard sur la confiance des consommateurs dans la région Asie-Pacifique, la confiance a baissé depuis six mois chez les consommateurs coréens (de 43,6 à 40,7) et demeure nettement sous sa moyenne historique (55,0). La confiance envers la sécurité des revenus était à peine du côté optimiste (51,5); elle était sensiblement plus faible en ce qui concerne l'économie (39,5) et l'emploi (36,3).

Chine

Les transporteurs aériens chinois ont réalisé un bénéfice combiné de 5,2 milliards de yuans au premier semestre de 2004, selon l'Administration générale de l'aviation civile de Chine (CAAC). En comparaison, les transporteurs avaient déclaré des pertes s'élevant à 3 milliards de yuans à la même période en 2003, à cause des effets de l'épidémie de SRAS dans la région. Le nombre de passagers a augmenté de 39,3 % au premier semestre de 2004 par rapport à un an plus tôt, et devraient augmenter de 28 % à 112 millions pour l'ensemble de 2004. Cependant, la CAAC affirme que le rythme de développement de l'infrastructure chinoise de l'aviation ne peut pas suivre la demande et limite grandement la progression des voyages en avion dans le pays.

Le 5 août 2004, la Chine a ouvert le nouveau et moderne aéroport international Baiyun à Guangzhou dans la région sud du pays. Plus grand aéroport du pays, il peut recevoir 25 millions de passagers par année. Il pourrait aussi contester la position de l'aéroport international de Hong Kong comme deuxième plus grande plaque tournante en Asie. Une fois que le deuxième volet de l'aéroport sera terminé en 2010, il pourra desservir 80 millions de passagers par année.

Les pannes de courant saisonnières à Shanghai et dans d'autres régions de Chine semblent avoir un effet très positif sur le marché des voyages. D'après le China Daily, la demande de voyages des Chinois a augmenté fortement cet été lorsque des interruptions de courant ont contraint des milliers d'entreprises à interrompre leurs activités et donner une semaine de congé à leur personnel. Uniquement à Shanghai, on estime que cette pratique a touché 600 000 familles; nombreuses sont celles qui en ont profité pour partir en vacances. Les responsables chinois ont affirmé que les pointes de consommation d'électricité en été sont en grande partie attribuables à l'utilisation d'appareils ménagers de climatisation en même temps que la consommation du secteur industriel est en augmentation.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

Les Chinois partant à l'étranger sont de plus en plus intéressés à faire du magasinage de produits de luxe lorsqu'ils sont en voyage, d'après un récent article de The Economist. Ces voyageurs ont tendance à être relativement soucieux du budget en matière d'hébergement et de repas, mais se plaisent à acheter des biens dispendieux et prestigieux. L'article signale que les attitudes envers le luxe ont radicalement changé en Chine depuis quelques années.

Australie

Qantas Airways, le transporteur aérien national d'Australie, a réalisé un bénéfice net record de 648,4 millions de dollars australiens (597,6 millions \$CAN) dans son exercice annuel se terminant le 30 juin 2004. En 2003, ses bénéfices étaient d'à peine plus de la moitié : 343,5 millions de dollars australiens (316,6 millions \$CAN). Dans sa dernière année, son trafic passagers a augmenté de 5,3 % alors que les rendements diminuaient de 6,4 %. Le trafic sur ses routes internationales a progressé de 5,7 %. Le transporteur a attribué la forte amélioration des bénéfices à des sévères mesures de réduction des coûts et au rétablissement de la demande des passagers. La filiale à bas prix du transporteur, Jetstar, connaît également de bons résultats et prévoyait atteindre la rentabilité dès juillet, à peine deux mois après son lancement.

L'intense concurrence intérieure a miné la situation du transporteur à bas prix Virgin Blue, qui a signalé une diminution de 22 % de ses bénéfices depuis avril, au début de son exercice annuel en cours. Le transporteur n'a pas publié ses plus récents résultats financiers, mais explique la diminution de ses profits surtout par le lancement de son rival à bas prix Jetstar et l'augmentation des coûts en carburant. Virgin Blue a aussi indiqué être bien avancé dans la planification d'un nouveau transporteur international à bas prix qui ferait concurrence à Qantas sur des destinations long-courriers comme Los Angeles, Londres et Johannesburg.

Les voyages des Australiens à l'étranger ont poursuivi leur tendance haussière entamée après la chute de mai et juin l'an dernier, selon le Bureau australien de la statistique. En mai 2004, le nombre total de voyages à l'étranger a augmenté de 51 % par rapport à mai 2003, et le nombre de voyages d'agrément à l'étranger, de 68 %. En juin 2004, ils ont encore progressé respectivement de 44 % et 70 % par rapport à l'année dernière.

Selon la plus récente enquête semestrielle de MasterCard sur la confiance des consommateurs dans la région Asie-Pacifique, la situation s'est détériorée depuis que la confiance des consommateurs australiens avait atteint un niveau record il y a six mois. Le niveau général est de 63,4, contre 80,9 lors de l'enquête précédente. La confiance des consommateurs demeure élevée en ce qui concerne la sécurité des revenus (81,3), mais elle est plus basse à l'égard de l'économie (62,9) et de l'emploi (61,1), et elle a fortement baissé à l'égard du marché boursier (46,0). La moyenne historique de la confiance des consommateurs australiens est de 56,8.

Aperçu économique**Amérique du Nord**

Selon le bulletin Consensus Forecasts, l'économie nord-américaine devrait progresser d'un solide 4,4 % en 2002, surtout grâce à la forte croissance prévue aux États-Unis. Cependant, on prévoit que combiné aux prix pétroliers élevés, cet essor économique contraindra les banques centrales à augmenter les taux d'intérêt pour tenter d'endiguer l'inflation. Malheureusement, des taux d'intérêt élevés atténueraient l'augmentation des dépenses des consommateurs en 2005.

Le Conference Board du Canada prévoit que l'économie canadienne progressera de 3 % en 2004 et de 3,2 % en 2005. Les plus récentes perspectives du Conference Board ne prévoient pas que la valeur du dollar canadien augmente sensiblement par rapport au dollar américain d'ici la fin de l'année, mais non plus qu'il se déprécie beaucoup en 2005 puisque la différence entre les taux d'intérêt des deux pays se réduira.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

Aux États-Unis, les dépenses réelles des consommateurs semblent devoir augmenter de 3,8 % cette année et de 3,3 % l'an prochain. Les ménages américains devraient continuer de dépenser l'an prochain malgré les taux d'intérêt en hausse, parce que les salaires augmenteront par suite d'un rétablissement des marchés du travail au pays. Les prix de l'énergie sont toutefois un facteur important qui pourrait limiter les dépenses de consommation à court terme. Le Conference Board prévoit que les prix pétroliers s'atténueront plus tard cette année, mais les augmentations ont déjà influé sur les dépenses de consommation aux États-Unis. De fait, depuis le début de l'année, les dépenses de consommation consacrées aux produits et services liés à l'énergie ont bondi de 50 milliards de dollars américains, pour s'élever à 450 milliards.

Les perspectives économiques du Mexique ont été renforcées par les solides prévisions de croissance économique aux États-Unis. En outre, la consommation privée réelle devrait progresser de 4 % en 2004 et de 4,1 % en 2005.

Europe

La croissance économique mondiale continue de soutenir la relance de l'activité économique en Europe, quoique le rythme de la croissance y demeure faible. Les plus récentes enquêtes de Consensus révèlent que le produit intérieur brut (PIB) devrait augmenter dans la zone euro de 1,7 % en 2004 et de 2,0 % en 2005. Une faible inflation de base et des taux d'intérêt relativement bas favorisent la croissance économique, mais l'escalade des prix pétroliers et le fort taux de chômage continuent d'exercer une pression à la baisse. Au Royaume-Uni, les prévisions de croissance du PIB ont récemment été revues à la hausse parce que la croissance enregistrée au premier trimestre de 2004 était plus forte qu'initialement prévu. En revanche, la consommation des ménages était légèrement plus faible que prévu.

Asie-Pacifique

Grâce à la croissance économique de 8,7 % prévue en Chine, le PIB réel de la région Asie-Pacifique devrait progresser de 5,1 % en 2004 et de 3,3 % en 2005. L'expansion économique mondiale est un facteur positif soutenant la croissance dans toute la région Asie-Pacifique, où de nombreux pays sont fortement orientés sur l'exportation. Cependant, la demande extérieure pourrait perdre un peu de son élan lorsque la croissance économique chinoise ralentira et que les taux d'intérêt augmenteront aux États-Unis. En outre, on se préoccupe de plus en plus du risque que l'économie chinoise se dirige vers un atterrissage brutal par suite des mesures prises pour contenir la forte croissance. Entre-temps au Japon, selon l'enquête trimestrielle Tankan de la Banque du Japon, la confiance des entreprises est à son plus haut niveau depuis 1991. Le Japon a connu une solide croissance économique, mais certains analystes estiment qu'elle pourrait déjà avoir plafonné puisque certains indicateurs laissent entrevoir une décélération de l'activité.

Possibilités

Un nouveau rapport de J.D. Power and Associates indique que les efforts déployés par les chaînes hôtelières pour encourager les consommateurs à faire leurs réservations dans leurs sites Web sont fructueux. L'édition 2004 du North America Hotel Guest Satisfaction Survey (enquête sur la satisfaction des clients des hôtels en Amérique du Nord) a révélé que les clients réservant leur chambre d'hôtel directement dans le site Web de l'hôtel sont beaucoup plus satisfaits de leur séjour que ceux faisant leurs réservations par l'entremise d'un site de voyages indépendant. L'enquête a aussi révélé une forte augmentation des réservations en ligne parmi les clients des hôtels : 36 % des répondants qui avaient fait des réservations d'hôtel en 2004 l'ont fait par Internet, contre 20 % dans le sondage de 2003. Le rapport indique encore que les clients faisant leurs réservations d'hôtel en ligne sont plus susceptibles de le faire sur le site Web d'une chaîne hôtelière plutôt que par l'entremise d'un site de voyages tiers.

L'accès à des photos de l'hôtel et de ses chambres est un facteur clé dans le processus décisionnel relatif aux réservations d'hôtel en ligne, d'après un récent sondage de Hotels.com. Parmi les répondants, 67 % ont indiqué être plus à l'aise de réserver une chambre par Internet lorsqu'ils peuvent voir une photo de l'immeuble. Les deux principales préoccupations des consommateurs au moment de réserver une chambre d'hôtel en ligne sont l'emplacement de l'hôtel et l'exactitude de la description présentée dans le site Web.

Des signes précurseurs d'une reprise du tourisme

La nouvelle enquête Metropoll X de Gerard Murphy & Associates fait ressortir les facteurs influant sur le choix d'une destination par les planificateurs de réunions. Les facteurs qui sont de loin les plus importants ont trait à la logistique des réunions, par exemple : qualité du service offert par les transporteurs aériens (pour 83 % des répondants); présence de bons hôtels aisément accessibles (79 %); coûts des repas et de l'hébergement (74 %); coûts de déplacement globaux (73 %). Fait intéressant, les facteurs davantage liés à l'expérience vécue par les participants aux réunions, comme le climat et la qualité des restaurants, ont été jugés beaucoup moins importants (mentionnés respectivement par 37 % et 35 % des répondants).

Résumé

La solide tendance haussière de la demande de voyages constatée au cours du printemps et de l'été cette année permet de croire que l'industrie du tourisme est sur la voie d'une relance tant attendue. Malgré la montée en flèche des prix du carburant et les préoccupations persistantes au sujet des menaces terroristes, les voyageurs ont de plus en plus repris la route et la voie des airs. Heureusement, on prévoit que la reprise continuera de se renforcer jusqu'à la fin de l'année.

Bien qu'ils se réjouissent évidemment de l'augmentation de la demande, les fournisseurs touristiques canadiens conviendront qu'une croissance supplémentaire est nécessaire pour assainir la conjoncture. En plus de rechercher des façons de rehausser et stimuler la croissance sur le marché intérieur, l'industrie devra jouer un rôle plus actif (de concert avec les divers ordres de gouvernement et la Commission canadienne du tourisme) pour tirer le meilleur parti possible des investissements en marketing visant à récupérer une plus grande part des voyageurs des principaux marchés internationaux. Dans cette optique, il faudra des stratégies de croissance axées sur le long terme, au-delà de l'actuelle reprise des voyages.

**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 #C50425F.**