

# Une généreuse nature



## CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme Numéro 25 : Novembre 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 septembre et octobre 2004.*

### ***La relance est-elle bien ancrée?***

#### Sommaire

- De façon générale, la reprise de la demande touristique a continué de progresser jusqu'à la fin de l'été et le début de l'automne. Pour de nombreuses entreprises touristiques toutefois, les bénéfices n'ont pas suivi la tendance, parce que les prix demeurent faibles. En outre, à la fin de l'été, une diminution des voyages d'une nuit ou plus des Américains au Canada a quelque peu coupé l'élan de la relance. La flambée des prix du pétrole mine aussi cette relance, non seulement en faisant grimper les coûts des voyages, mais aussi en limitant les dépenses discrétionnaires des voyageurs potentiels.
- Malgré ces problèmes, il reste de nombreuses raisons de croire qu'une reprise s'est enracinée. La plus récente enquête sur les intentions de voyage réalisée par le Conference Board du Canada confirme que les projets de vacances d'hiver des Canadiens demeurent à un excellent niveau, tant pour les destinations intérieures que pour les destinations ensoleillées à l'étranger. D'ailleurs, la confiance et les perspectives économiques des consommateurs canadiens demeurent solides. Avec l'amélioration de la stabilité géopolitique mondiale, un nombre croissant de voyageurs semblent impatients de retourner vers les destinations étrangères.
- L'industrie des voyages peut se réjouir du renforcement de la demande, mais la plupart des fournisseurs touristiques canadiens estiment qu'une augmentation supplémentaire des recettes est nécessaire pour assurer des conditions économiques saines. Comme les prix demeurent extrêmement concurrentiels, la croissance de la demande devra être suffisamment marquée et suffisamment durable pour ranimer l'industrie.

#### **Nouvelles tendances et questions d'actualité - La demande est revenue, mais à quand les profits?**

- Selon les prévisions, l'augmentation de la demande de voyages se poursuivra, mais à un rythme insuffisant en soi pour garantir que l'industrie bénéficie d'une conjoncture financière confortable. En fait, comme les tarifs aériens continuent de baisser et que les tarifs des chambres d'hôtel commencent à peine à remonter, l'augmentation du coût des voyages devrait en général demeurer nettement inférieure à l'inflation. Le Conference Board du Canada prévoit que dans l'ensemble, les dépenses touristiques devraient remonter au Canada d'un modeste 5,5 % cette année. En 2005 et 2006, elles devraient encore progresser de 5 % et 4,9 % respectivement - des taux conservateurs compte tenu de la croissance requise pour que l'industrie retrouve la rentabilité.
- Dans le nouvel environnement des voyages, la présence de modèles d'entreprises périmés et de voyageurs sensibles aux prix fait que la transition est difficile pour de nombreux fournisseurs de voyages. Grâce à un contexte externe plus favorable et une conjoncture économique foncièrement plus vigoureuse, nous pouvons espérer que l'industrie du tourisme récupérera éventuellement une grande partie du terrain perdu depuis quelques années. Entre-temps, les perspectives en matière de rentabilité à court terme demeureront sans doute mitigées.

#### 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                            | 16 |
| Possibilités                                 | 18 |
| Résumé                                       | 18 |



*La relance est-elle bien ancrée?***Vue d'ensemble du marché des consommateurs (voyageurs)**

- Les intentions des Canadiens en matière de voyages d'agrément demeurent aussi favorables qu'elles le semblaient plus tôt cet été. L'enquête du Conference Board du Canada sur les intentions de voyage en hiver révèle que 20,2 % des Canadiens entendraient prendre des vacances d'hiver au pays cette année - soit autant que dans le sondage de juin 2004 et un peu plus qu'il y a un an. Dans l'ensemble, les intentions de voyage semblent avoir augmenté radicalement par rapport à l'an dernier, 48,6 % des répondants mentionnant des projets de vacances cet hiver, contre 39 % il y a un an. Évidemment, le sondage de l'an dernier avait été influencé par les répercussions du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) sur la confiance des voyageurs canadiens.
- La situation globale des voyages d'agrément à partir des États-Unis semble aussi s'améliorer. Selon les prévisions de la Travel Industry Association of America (TIA) pour l'automne 2004 (septembre à novembre), le nombre total de voyages d'agrément des Américains augmenterait de 2,6 % par rapport à la même période de 2003, en raison de la demande refoulée et d'une vaste offre de voyages à bon prix. Cette augmentation de la demande était confirmée dans l'indice de confiance des voyageurs de la TIA pour le troisième trimestre, en hausse de 1,6 point de pourcentage par rapport au trimestre précédent, à 99,0. Selon les régions, la plus forte augmentation de l'indice a été enregistrée dans le Nord-Est (hausse de 9 %) - ce qui est encourageant pour les entreprises canadiennes voulant attirer des voyageurs transfrontaliers de cette région.
- Une reprise semble aussi se poursuivre dans les voyages d'affaires, mais l'augmentation des dépenses devrait demeurer mitigée même en 2005 car les entreprises continuent d'appliquer des politiques de réduction des frais de voyages. En particulier, les entreprises exigent encore des justifications pour les voyages et les remplacent de plus en plus par des téléconférences ou des conférences sur le Web. De plus, de nombreuses entreprises sont réticentes à délier les cordons de leur bourse à cause de préoccupations persistantes envers le sort de l'économie américaine.

**Vue d'ensemble de la situation des fournisseurs de voyages**

- Le 30 septembre 2004, Air Canada a réussi à quitter le régime de protection de la Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies, mais le succès de son plan de restructuration reste à vérifier : d'après une récente dépêche de Reuters, les coûts unitaires d'Air Canada sont toujours de 13,1 cents par siège-mille offert, contre 7 cents pour WestJet. Par ailleurs, les prix pétroliers records menacent sa rentabilité. Il reste que selon des états financiers préliminaires, le transporteur a réalisé un bénéfice d'exploitation de 235 millions de dollars au troisième trimestre de 2004.
- Aux États-Unis, les conditions d'exploitation de l'industrie des transports aériens continuent de se détériorer malgré la saine croissance du nombre de passagers. Les pressions de la concurrence continuent de grimper et ont maintenant contraint deux grands transporteurs supplémentaires - US Airways et ATA Airlines - à demander la protection contre les créanciers. D'autres pourraient suivre, dont Delta. Tous les grands transporteurs aériens poursuivent leurs efforts de réduction des coûts, mais l'escalade des prix pétroliers continue d'éclipser tous leurs progrès.
- Le secteur hôtelier du Canada a connu une solide augmentation tant des taux d'occupation que des tarifs au début de la saison estivale, mais la croissance a semblé s'essouffler en août. Une des grandes raisons en est la faiblesse des visites d'une nuit ou plus en provenance des États-Unis durant ce mois, surtout dans le marché des voyages par la route. Alors que le groupe Fairmont a enregistré une forte hausse des bénéfices au troisième trimestre de 2004, il a signalé avoir souffert du niveau - inférieur aux prévisions - des voyages au Canada en provenance des États-Unis.

**Aperçu économique**

- La croissance de l'économie nord-américaine devrait s'améliorer sensiblement par rapport aux résultats quelconques de l'an dernier. Selon le bulletin Consensus Forecasts, le PIB réel devrait augmenter de 4,3 % en 2004. La croissance diminuerait toutefois à 3,5 % en 2005, le Canada, les États-Unis et le Mexique affichant tous trois un fléchissement. Une des causes en serait les mesures correctives prévues à court terme par les banques centrales.
- En Europe, l'activité économique s'est résolument accélérée par rapport à l'an dernier. De récents sondages prévoient une croissance de 2,3 % en 2004 et en 2005. En revanche, la zone euro continue de souffrir d'une faible croissance de l'emploi et d'un fort taux de chômage. De fait, le chômage devrait rester en moyenne de 9 % en 2004 et diminuer légèrement à 8,8 % en 2005. Au Royaume-Uni, la croissance du PIB réel devrait atteindre 3,3 % cette année, mais seulement 2,6 % en 2005. Les taux d'intérêt plus élevés entraîneront une moindre croissance de la demande des consommateurs.

*La relance est-elle bien ancrée?*

- Stimulée par l'essor de l'économie chinoise et la solide croissance de l'économie japonaise, le PIB réel de la région Asie-Pacifique devrait progresser de 5,2 % cette année. La forte augmentation des exportations est le principal facteur des bonnes perspectives économiques, la plupart des pays de la région comptant largement sur le secteur international pour assurer leur prospérité. Le Japon en est un bon exemple, l'augmentation des exportations ayant aidé à redresser l'économie après des années de stagnation. Pour 2005 toutefois, les perspectives sont plus modestes. Le PIB de la région Asie-Pacifique devrait augmenter de moins de 4 %, la demande américaine plus faible et les prix élevés de l'énergie minant la production.

**Possibilités**

- La grande majorité des cadres de marketing estiment que parmi toutes les initiatives de marketing, les événements spéciaux assurent le meilleur rendement de l'investissement, d'après un récent sondage mondial réalisé par Meeting Professionals International. Deux tiers des répondants ont exprimé cette opinion, contre 19 % accordant la faveur au marketing direct et 14 %, aux initiatives de promotion des ventes. Le principal type d'événement de marketing cité était le salon commercial, choisi par un tiers des répondants, suivi des conférences (24 %) et des séminaires (20 %).
- Alors que le marché en ligne des voyages continue de progresser au Canada, il importe d'être attentif aux Canadiens plus âgés (55 ans et plus), d'après un récent sondage d'Ipsos-Reid. Sa publication Canadian Interactive Reid Report révèle que ce groupe d'âge correspond maintenant au segment qui connaît la plus forte croissance et qui est le plus à l'aise parmi les Canadiens en ligne. Dans ce groupe d'âge, 60 % des Canadiens ont maintenant accès à Internet, contre 48 % un an plus tôt, et deux tiers d'entre eux ont un accès à haute vitesse. Les Canadiens plus âgés accusent encore un retard pour ce qui est d'acheter des produits en ligne, mais leur utilisation d'Internet a fortement augmenté, atteignant 9,6 heures par semaine au lieu de 6,8 heures un an plus tôt.
- Un récent sondage révèle que les amateurs de voyages en autocaravane forment un autre groupe de voyageurs qui pourrait s'avérer lucratif. D'après l'enquête commandée par la Recreational Vehicle Industry Association et réalisée par l'université du Michigan, ces voyageurs et autres campeurs auraient dépensé 3,8 milliards de dollars américains dans des collectivités de toutes les régions des États-Unis entre mai et août 2004. Selon l'université, chaque groupe aurait dépensé en moyenne au moins 65 \$US par jour dans la collectivité où il séjournait, sans compter les frais de location des emplacements de camping. Aux États-Unis, il y a un nombre record de 7,2 millions d'autocaravanes et 30 millions d'amateurs d'autocaravanes (y compris ceux qui en louent). Le nombre de ménages possédant une autocaravane devrait augmenter de 15 % entre 2001 et 2010.

**Vue d'ensemble**

De façon générale, la reprise de la demande touristique a continué de progresser jusqu'à la fin de l'été et le début de l'automne. Pour de nombreuses entreprises touristiques toutefois, les bénéfices n'ont pas suivi la tendance, parce que les prix demeurent faibles. En outre, à la fin de l'été, une diminution des voyages d'une nuit ou plus des Américains au Canada a quelque peu coupé l'élan de la relance.

L'incertitude croissante face à l'élection américaine, combinée à un marché du travail américain plus faible que prévu et à l'appréciation du dollar canadien, semble miner les voyages des Américains au Canada dans une mesure inattendue. De plus, la flambée des prix du pétrole influe non seulement sur le coût relatif des voyages, mais aussi sur les dépenses discrétionnaires des voyageurs potentiels.

Hormis les problèmes nuisant à la reprise des voyages aux États-Unis cette année, il reste de nombreuses raisons de croire qu'une reprise s'enracine véritablement. La plus récente enquête sur les intentions de voyage réalisée par le Conference Board du Canada confirme que les projets de vacances d'hiver des Canadiens demeurent à un excellent niveau, tant pour les destinations intérieures que pour les destinations ensoleillées à l'étranger. D'ailleurs, la confiance et les perspectives économiques des consommateurs canadiens demeurent solides. Avec l'amélioration de la stabilité géopolitique mondiale, un nombre croissant de voyageurs semblent impatients de retourner vers les destinations étrangères.

*La relance est-elle bien ancrée?*

Il reste que malgré les tendances globalement positives, la plupart des fournisseurs touristiques canadiens estiment qu'une augmentation supplémentaire des recettes est nécessaire pour assurer des conditions économiques favorables. Comme les prix demeurent extrêmement concurrentiels, une croissance encore plus forte de la demande s'impose pour améliorer de façon notable la rentabilité des fournisseurs touristiques.

## Nouvelles tendances et questions d'actualité

### **La demande touristique revient - Mais à quand la rentabilité?**

Si la réduction des prix peut aider à stimuler la demande, ceux qui sont actuellement pratiqués dans de nombreux segments de l'industrie touristique sont si bas que même les fournisseurs à coûts réduits peinent à réaliser des bénéfices. La plupart des entreprises touristiques ont besoin de voir les prix ou la demande augmenter sensiblement pour assainir leur situation financière. La vigueur de la reprise actuelle du tourisme devra perdurer à un niveau suffisant pour qu'elle aide à ranimer l'industrie.

À quel point la reprise touristique actuelle est-elle vigoureuse? Selon PKF Consulting, le taux d'occupation des hôtels canadiens était de 62,6 % de janvier à août 2004, 3,3 points de plus qu'en 2003. La demande de chambres a surtout augmenté en Ontario, mais diverses régions du pays semblent bénéficier d'une reprise de la demande de nuitées.

Les plus récentes données de Statistique Canada sur les voyages internationaux s'inscrivent dans le même sens. Les visites au Canada depuis l'étranger ont augmenté pendant cinq mois consécutifs avant de diminuer quelque peu en août, au niveau de l'année passée. Pour la période de janvier à août, les voyages d'une nuit ou plus à destination du Canada ont augmenté de 8,6 % par rapport à la même période en 2003.

Cependant, selon le président de l'Association des hôtels du Canada Tony Pollard, l'industrie hôtelière canadienne ne retrouvera pas avant encore quelques années les chiffres d'affaires réalisés en 2000. À la conférence annuelle de l'Association canadienne des chargés de voyages, M. Pollard a souligné la nouvelle difficulté confrontant le secteur : une croissance accrue de l'offre. « Actuellement, a-t-il dit, il y a des problèmes de capacité. Les nouveaux produits réduisent les taux d'occupation des hôtels existants, et il y a probablement de nombreux établissements qui essaient de vendre de l'occupation en réduisant les taux. »

M. Pollard s'attend à ce que les tarifs quotidiens reviennent assez rapidement aux niveaux de 2002, mais que l'indicateur clé du revenu par chambre disponible (RCD) continuera d'être inférieur. De fait, en valeur absolue, M. Pollard prévoit que le RCD ne reviendra pas au niveau de 2000 avant 2008.

### **L'impératif de l'efficacité**

Les données récentes de l'Enquête sur la population active de Statistique Canada confirment que la quête d'efficacité dans le secteur de l'hébergement et de la restauration a entraîné la perte de 17 000 emplois en août et de 29 000 (2,8 %) depuis le début de l'année.

Un autre secteur de l'industrie des voyages qui est extrêmement sensible à l'impératif de l'efficacité est celui des transporteurs aériens. Malgré une réduction de 11 % des coûts unitaires et une augmentation de 15 % des revenus passagers, Air Canada a encore essuyé une perte nette de 510 millions de dollars au deuxième trimestre terminé le 30 juin 2004. La plus grande partie de ce déficit a été attribué aux frais de restructuration, mais le fait de demeurer déficitaire malgré une augmentation sensible des revenus illustre à quel point la concurrence est devenue exacerbée dans l'industrie des transports aériens. Même le champion canadien des transports aériens à bas prix, WestJet, a fait état de bénéfices net réduits pour son deuxième trimestre terminé le 30 juin 2004, par rapport à l'an dernier. Pourtant, il a enregistré une augmentation de 24,5 % de la demande des passagers.

Alors que l'industrie des transports aériens se réjouit de la solide reprise de la demande des passagers, de nouvelles diminutions des tarifs intérieurs et transfrontaliers moyens et le niveau record des prix pétroliers ont nui à sa rentabilité.

## La croissance se poursuivra, mais à un rythme plus modéré

Selon les prévisions, l'augmentation de la demande de voyages intérieurs et internationaux se poursuivra, mais à un rythme insuffisant en soi pour garantir que l'industrie bénéficie d'une conjoncture financière confortable. En fait, comme les tarifs aériens continuent de baisser et que les tarifs des chambres d'hôtel commencent à peine à remonter, l'augmentation du coût des voyages devrait dans l'ensemble demeurer nettement inférieure à l'inflation.

Selon les prévisions du Conference Board du Canada à l'égard des voyages intérieurs, les dépenses devraient remonter d'un modeste 5,5 % cette année. En 2005 et 2006, elles devraient encore progresser de 5 % et 4,9 % respectivement - des taux modestes compte tenu de la croissance requise pour que l'ensemble de l'industrie retrouve la rentabilité.

## Il faudra du temps pour retrouver la rentabilité globale

Aujourd'hui, il peut être illusoire d'espérer une croissance durable dans quelque secteur de l'économie que ce soit. Dans le nouvel environnement des voyages, des modèles d'entreprises périmés et des voyageurs sensibles aux prix font que la transition est difficile pour de nombreux fournisseurs. Grâce à un contexte externe plus favorable et une conjoncture économique foncièrement plus vigoureuse, nous pouvons espérer que l'industrie du tourisme récupérera éventuellement une grande partie du terrain perdu depuis quelques années.

Il reste qu'il faudra du temps pour que le secteur dans son ensemble soit rentable. Une précédente édition de la publication *Industrial Outlook* (hiver 2003) du Conference Board du Canada indiquait que l'ensemble de l'industrie des voyages ne rétablirait pas sa rentabilité avant 2005. Une nouvelle version d'*Industrial Outlook* n'a pas encore été publiée pour le secteur du tourisme, mais il semble que ses perspectives de rentabilité demeureront modestes à court terme.

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

### Voyageurs d'affaires

Une reprise semble bien se poursuivre dans les voyages d'affaires, mais même jusqu'en 2005, la croissance des dépenses devrait demeurer modeste puisque les entreprises continuent d'adhérer à des politiques de réduction des frais de voyages. Les entreprises continuent d'exiger des justifications pour les voyages et les remplacent de plus en plus par des téléconférences ou des conférences sur le Web. De plus, de nombreuses entreprises sont réticentes à délier les cordons de leur bourse à cause de préoccupations persistantes envers le sort de l'économie américaine.

Selon un récent sondage de BTI Canada, le volume de voyages d'affaires augmente au Canada, tandis que le coût des voyages d'affaires en avion continue de baisser. Dans son étude comparative semestrielle, BTI révèle que le nombre de billets d'avion émis aux clients commerciaux de BTI a augmenté de 13 % au second semestre de 2003. En même temps, le pris moyen du billet d'avion intérieur a baissé de 26 \$ et celui du billet transfrontalier, de 48 \$. En revanche, les tarifs hôteliers ont augmenté de 2,25 % au Canada pendant la même période.

L'étude a également constaté que depuis le second semestre de 2003, le nombre de billets que les clients de BTI ont achetés par l'entremise de canaux de distribution non traditionnels (p. ex., les sites Web des transporteurs aériens) a augmenté de 13 % et représente maintenant plus de 40 % de tous les billets vendus aux entreprises. Les billets papier réservés par l'entremise du Système mondial de distribution (SMD) traditionnel ont baissé de 2,5 % et ne représentent plus que 8 % du total des billets réservés; la majorité des billets (52 %) sont maintenant des billets électroniques réservés par le truchement du SMD.

*La relance est-elle bien ancrée?*

Aux États-Unis, selon les prévisions de la Travel Industry Association of America (TIA), le nombre de voyages d'affaires devrait augmenter de 3,4 % cet automne (septembre à novembre 2004) par rapport à la même période en 2003. Ce niveau demeurera en deçà de celui de l'automne 2002 (environ 3,3 % plus bas), mais la TIA estime que le marché américain des voyages d'affaires est fermement engagé sur la voie de la reprise.

Un récent sondage publié par Smith Barney confirme que les voyages d'affaires connaissent une relance aux États-Unis - même si la grande majorité des gestionnaires utilisent davantage les transporteurs à bas prix pour réduire les frais. Parmi les gestionnaires de voyages d'entreprises interviewés, 67,8 % prévoyaient qu'en 2005, leurs dépenses de voyages dépasseraient celles de 2004 en moyenne de 5 %; tous les répondants considéraient que les perspectives en la matière soit s'amélioreraient (59,4 %), soit demeuraient stables (40,6 %). La plupart des répondants (80 %) ont déclaré utiliser davantage les transporteurs à bas prix, contre 62 % le trimestre précédent. En outre, 54,3 % des répondants ont indiqué que leur entreprise utilisait davantage des outils de téléconférences et de conférences sur le Web comme substituts aux voyages d'affaires.

Un récent sondage de la Business Travel Coalition (BTC) confirme que la réduction des coûts des voyages est devenue une préoccupation permanente pour les entreprises. Parmi les gestionnaires des voyages interviewés aux États-Unis, 94 % conviennent que la sensibilité aux coûts est un aspect permanent des voyages d'affaires; davantage d'entreprises utilisent des transporteurs à bas prix, des billets d'avion non remboursables (et non modifiables) et des substituts aux voyages. La BTC a affirmé que les résultats de ses sondages ne signifient pas que le nombre réduit de voyages sera permanent, mais plutôt que les changements récents dans les politiques des entreprises visant à minimiser les coûts qui y sont associés demeureront vraisemblablement en place pour l'avenir prévisible.

### Voyageurs d'agrément

Au Canada, les intentions de voyage d'agrément intérieurs demeurent aussi vigoureuses que plus tôt cet été, selon la plus récente enquête du Conference Board du Canada sur les intentions de voyage d'hiver. Parmi les Canadiens interviewés en août 2004, 20,2 % prévoient prendre des vacances d'hiver au pays cette année, soit autant que dans le sondage de juin 2004 et plus que les 19,4 % du sondage de septembre 2003. Dans l'ensemble, les intentions de voyage semblent avoir augmenté considérablement par rapport à l'an dernier, 48,6 % des répondants affirmant prévoir des vacances cet hiver. Évidemment, le sondage de l'an dernier était influencé par les répercussions du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) sur la confiance des voyageurs canadiens.

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

|                                                   | Août 2004 | Septembre 2003 | Septembre 2002 |
|---------------------------------------------------|-----------|----------------|----------------|
| Projets de vacances d'hiver (toutes destinations) | 48,6      | 39,0           | 42,3           |
| Canada                                            | 20,2      | 19,4           | 19,6           |
| États-Unis                                        | 10,4      | 8,2            | 9,0            |
| Autres destinations internationales               | 16,7      | 10,7           | 13,0           |
| Ne sait pas/refuse de répondre                    | 1,3       | 0,7            | 0,7            |

Source : Le Conference Board du Canada.

Dans l'ensemble, les intentions de voyage d'agrément semblent aussi s'améliorer aux États-Unis. Le 30 août 2004, l'American Automobile Association (AAA) a publié des prévisions selon lesquelles un nombre record d'Américains voyageraient (à 50 milles ou plus) au cours de la fin de semaine de la fête du Travail. Le nombre total de voyages prévus était supérieur de 2,2 % à celui de 2003 pour le même congé, fixant un nouveau record. Selon les prévisions, le nombre de voyages en avion augmenterait de 4,0 % par rapport à l'an dernier, tandis que les Américains seraient 2,0 % plus nombreux à voyager par la route. Les autres moyens de transport (train, autobus, etc.) demeureraient au niveau de l'an dernier. L'AAA attribue les augmentations à une amélioration de la confiance des consommateurs, la chute des tarifs aériens et l'atténuation des inquiétudes quant à la sécurité des voyages.

*La relance est-elle bien ancrée?*

Cependant, la situation n'est pas la même dans toutes les régions des États-Unis : dans la région des Grands Lacs, le nombre de voyages prévu est légèrement inférieur (0,4 %) à celui de 2003. C'est la seule région où une diminution est prévue, ce que l'AAA explique par un temps plus doux. Malheureusement, cette légère diminution peut avoir nui au nombre de voyages transfrontaliers durant une importante période de vacances.

Les prévisions de la TIA laissent aussi entrevoir une solide saison de voyages à l'automne (septembre à novembre) aux États-Unis. Globalement, le nombre de voyages d'agrément devrait augmenter de 2,6 % par rapport à la même période de 2003, en raison de la demande refoulée des consommateurs ainsi que de la vaste gamme de bonnes affaires proposées aux voyageurs.

Cette augmentation de la demande était confirmée dans l'indice de confiance des voyageurs de la TIA pour le troisième trimestre, en hausse de 1,6 point de pourcentage par rapport au trimestre précédent, à 99,0. Les plus fortes augmentations ont été constatées dans les indices de l'aptitude à voyager en fonction des finances personnelles et dans l'intérêt général envers les voyages d'agrément. Selon les régions, la plus forte augmentation de l'indice a été enregistrée dans le Nord-Est (hausse de 9 %) - ce qui est encourageant pour les entreprises canadiennes voulant attirer des voyageurs transfrontaliers de cette région.

La TIA a également signalé qu'au troisième trimestre, son indice de sécurité des voyages, qui mesure les perceptions des consommateurs envers la sécurité des voyages, a augmenté de 2,4 % par rapport au deuxième trimestre. L'indice général a atteint 122,6 par rapport au niveau de référence du quatrième trimestre de 2001, immédiatement après les attentats du 11 septembre.

De fait, malgré les craintes croissantes d'attentats terroristes d'Al-Qaïda, la demande américaine de voyages internationaux est en hausse selon un sondage annuel de 1st Air. Dans ce sondage, 64 % des voyageurs américains interviewés ont affirmé faire davantage de voyages d'affaires outre-mer qu'il y a un an, et 60 %, davantage de voyages d'agrément outre-mer. Cependant, la menace d'attentats d'Al-Qaïda a incité 39 % des répondants à modifier ou annuler des projets de voyage, au lieu de 31 % l'an dernier. En toute logique, la plupart des répondants (85,2 %) ont affirmé qu'ils feraient plus souvent des voyages en avion à l'étranger si les tarifs étaient réduits de 20 à 30 %. Presque la moitié des répondants ont déclaré trouver les tarifs aériens plus chers qu'un an plus tôt.

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

### **Transporteurs aériens - Canada**

Le 30 septembre 2004, Air Canada a réussi à quitter le régime de protection de la Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies. Peu avant, le transporteur, qui est maintenant exploité par la société mère ACE Aviation Holdings, Inc., a révélé des détails de son nouveau plan d'entreprise. Parmi les nouvelles stratégies figurent le développement des routes internationales, surtout vers l'Amérique latine et l'Asie, et l'utilisation de réactés plus petits et plus efficaces sur ses routes intérieures et transfrontalières (américaines) en même temps qu'une augmentation de la fréquence des vols pour préserver sa part de ces marchés. Le transporteur entend également améliorer son service dans les plus petits marchés régionaux intérieurs.

Cependant, le succès de son plan de restructuration reste à vérifier : d'après une récente dépêche de Reuters, les coûts unitaires d'Air Canada sont toujours de 13,1 cents par siège-mille offert, contre 7 cents pour WestJet. Par ailleurs, les prix pétroliers records menacent sa rentabilité. Une dépêche de la Presse Canadienne avançait que si les prix du pétrole demeuraient près de 50 \$US le baril, les coûts en carburant du transporteur augmenteraient de 336 millions de dollars canadiens. Or, la forte concurrence dans l'industrie canadienne des transports aériens fait qu'Air Canada aurait de la difficulté à compenser cette augmentation par des tarifs aériens plus élevés. Ce qui paraît positif pour le moment est que selon les états financiers consolidés non vérifiés d'ACE Aviation Holdings, Inc., le transporteur aurait réalisé un bénéfice d'exploitation de 235 millions de dollars au troisième trimestre de 2004.

*La relance est-elle bien ancrée?*

En septembre 2004, le total des passagers-milles payants (PMP) d'Air Canada a augmenté de 9,5 % par rapport au même mois en 2003. Le trafic passagers intérieur est demeuré pratiquement au niveau de septembre 2003 (hausse de 0,5 %), tandis qu'il a poursuivi son essor sur les routes internationales du Pacifique, y augmentant de 73,8 %. Il a aussi augmenté de 3,7 % sur les routes transfrontalières vers les États-Unis, mais diminué de 3,7 % sur les routes de l'Atlantique. Le transporteur a continué de surveiller étroitement sa capacité, qui n'a progressé que de 1,5 % par rapport à l'année passée. Il a ainsi enregistré un sixième mois consécutif de records dans les coefficients de remplissage comparés d'une année à l'autre (en hausse de 5,8 points de pourcentage, à 79,2 %). Le transporteur a indiqué que ses bons résultats intérieurs ont bénéficié de « la vigueur du trafic partout au Canada en provenance des services internationaux, en particulier du Japon ».

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

| Transporteur aérien                       | PMP (millions)<br>septembre 2004 | PMP<br>2004 - 2003 | Capacité<br>2004 - 2003 |
|-------------------------------------------|----------------------------------|--------------------|-------------------------|
| Air Canada (y compris Tango, Zip et Jetz) | 3 689                            | +9,5 %             | +1,5 %                  |
| Air Canada Régional (Jazz)                | 137                              | +7,9 %             | -10,8 %                 |
| WestJet                                   | 558,6                            | +32,0 %            | +26,4 %                 |
| Jetso                                     | 178,3                            | +50,9 %            | +43,4 %                 |

Transat A.T. Inc. a pour sa part déclaré un bénéfice net de 12,8 millions de dollars pour son troisième trimestre terminé le 31 juillet 2004, au lieu d'une perte nette de 10,1 millions de dollars au même trimestre de 2003. L'entreprise a affirmé que ses volumes passagers étaient revenus aux niveaux d'avant le SRAS; les réservations canadiennes ont augmenté de 22 % par rapport au trimestre correspondant de 2003, quoique les prix n'aient pas récupéré aussi rapidement. Elle signale que les réservations pour le quatrième trimestre semblaient positives, devançant déjà de 13 % les chiffres de la même période l'an dernier. Cependant, la situation devrait demeurer difficile en ce qui concerne les prix; les délais de réservation demeurent courts : de une à six semaines avant le départ.

### Transporteurs aériens - États-Unis

Malgré la saine augmentation du trafic passagers, les conditions d'exploitation de l'industrie américaine des transports aériens continuent de se détériorer. Les pressions de la concurrence augmentent encore et ont maintenant contraint deux grands transporteurs de plus - US Airways et ATA Airlines - à demander la protection contre les créanciers. D'autres transporteurs, dont Delta, pourraient bientôt connaître un sort semblable. Tous les grands transporteurs s'efforcent de réduire encore leurs coûts, mais l'envolée des prix pétroliers continue d'éclipser leurs progrès. Un certain nombre de transporteurs ont imposé une modeste augmentation de tarif (de 5 à 10 \$US) pour compenser l'augmentation des coûts en carburant, mais l'intense concurrence intérieure signifie que ces augmentations ne dureront pas.

Selon l'Air Transport Association, aux États-Unis, le trafic passagers total a augmenté de 9,5 % en septembre : 9,0 % dans le cas du trafic intérieur et 10,8 % dans le cas du trafic international. La capacité internationale a progressé de 8,0 % et la capacité intérieure, d'un beaucoup plus modeste 2,9 %. Un certain nombre de grands transporteurs ont de fait réduit leur capacité intérieure et davantage concentré leur attention sur les services internationaux afin de mieux tirer parti de ces routes plus lucratives.

Les résultats du troisième trimestre ont été plus faibles que prévu, pour une période qui est habituellement la plus forte de l'industrie des transports aériens. Malheureusement, la plupart des grands transporteurs ont été incapables de se ménager des réserves financières suffisantes pour traverser les mois d'automne, qui sont plus calmes. L'intense concurrence intérieure et l'escalade des prix pétroliers sont les principaux coupables; Delta et American Airlines ont évoqué la brutale saison des ouragans comme facteur nuisible supplémentaire. Les transporteurs Southwest et Alaska ont réussi à augmenter leurs bénéfices nets, mais tous deux disposent de solides programmes de couverture des risques à l'égard des coûts du carburant qui leur permettent de maintenir leurs coûts sensiblement sous ceux du marché actuel.

*La relance est-elle bien ancrée?*

Les coûts du carburant ont complètement annulé les progrès financiers des récents efforts de réduction des coûts - grâce auxquels, hormis les frais de carburant, les coûts unitaires des grands transporteurs sont à leur plus bas niveau depuis sept ans, selon un récent rapport de J.P. Morgan Securities. Ce rapport avance que si les prix pétroliers du troisième trimestre de 2004 avaient été les mêmes qu'au troisième trimestre de 2003, l'ensemble de l'industrie aurait pu connaître des bénéfices d'environ 200 millions de dollars au lieu des lourdes pertes enregistrées.

**Tableau 3. Revenu net - T3 2004**

| Transporteur aérien        | Revenu net<br>T3 2004 (en \$US) | Revenu net<br>T3 2003 (en \$US) |
|----------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Alaska Air Group           | +79,2 millions \$               | +40,7 millions \$               |
| AMR Corporation (American) | -214 millions \$                | +1 millions \$                  |
| Continental Airlines       | -16 millions \$                 | +133 millions \$                |
| Delta Air Lines            | -646 millions \$                | +164 millions \$                |
| Northwest Airlines         | -46 millions \$                 | +42 millions \$                 |
| Southwest Airlines         | +119 millions \$                | +106 millions \$                |

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

| Transporteur aérien   | PMP,<br>septembre 2004 - septembre 2003 | Capacité,<br>septembre 2004 - septembre 2003 |
|-----------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------|
| Alaska Airlines       | +14,9 %                                 | +6,7 %                                       |
| American Airlines     | +9,4 %                                  | -0,5 %                                       |
| America West Airlines | +13,5 %                                 | +7,8 %                                       |
| AirTran Airways       | +4,5 %                                  | +10,7 %                                      |
| ATA Airlines          | +4,0 %                                  | -8,5 %                                       |
| Continental Airlines  | +11,0 %                                 | +6,8 %                                       |
| Delta Air Lines       | +8,6 %                                  | +4,6 %                                       |
| JetBlue Airways       | +25,0 %                                 | +30,9 %                                      |
| Northwest Airlines    | +3,4 %                                  | +1,1 %                                       |
| Southwest Airlines    | +10,5 %                                 | +5,7 %                                       |
| United Airlines       | +11,1 %                                 | +7,3 %                                       |
| US Airways            | +6,7 %                                  | +0,7 %                                       |

US Airways a été placé sous le régime de la protection contre les créanciers pour la deuxième fois en deux ans, et de nombreux observateurs prévoient que cette fois, le transporteur ne pourra pas éviter la liquidation. Celui-ci a affirmé que son problème principal est la chute de ses revenus passagers, qui sont 200 millions de dollars américains inférieurs aux prévisions. Il prépare une vaste réorganisation de ses vols, augmentant sensiblement ses services dans l'Est des États-Unis et vers les destinations internationales et sa capacité globale de 7 %. Il a également appliqué une réduction de salaire de 18 % pour ses pilotes et de 21 % pour ses autres employés. Enfin, il affirme avoir l'intention de modifier son modèle d'entreprise de façon à combiner les meilleures pratiques des transporteurs traditionnels et des transporteurs à bas prix.

United Airlines, qui poursuit ses activités sous la protection contre les créanciers, a opté pour une démarche différente : il a annoncé son intention de réduire sensiblement sa capacité intérieure tout en augmentant ses services internationaux. D'ici mars 2005, le transporteur retranchera 12 % de sa capacité intérieure et ajoutera 14 % à sa capacité internationale; sa capacité totale diminuera. Selon ce plan, le service international de United représentera 40 % de sa capacité totale (au lieu de 36 % en septembre 2004) et 50 % de ses principales sources de revenus. D'après Travel Weekly, Delta, Continental et American Airlines ont tous évolué dans le même sens depuis un an, augmentant leur capacité internationale respectivement de 14, 15 et 9 %.

*La relance est-elle bien ancrée?*

Delta Airlines a publié des détails d'un vaste « plan de transformation » en vue d'éliminer 5 milliards de dollars américains de ses coûts annuels d'ici 2006; il s'agit d'un dernier effort pour éviter d'avoir à demander la protection contre les créanciers. Le transporteur prévoit licencier 6 000 à 7 000 employés et renoncer à sa plaque tournante de Dallas-Fort Worth pour réaffecter des appareils à d'autres routes. Delta a déclaré être en bonne voie de réaliser la moitié des économies voulues d'ici la fin de 2004, mais a prévenu que s'il ne parvenait pas à redresser à court terme une situation financière qui se détériore rapidement, il devrait poursuivre sa restructuration avec le concours des tribunaux. J.P. Morgan Securities a par la suite publié un rapport estimant à 70 % la probabilité que Delta soit contraint à recourir à la protection contre les créanciers malgré ses efforts de réduction des coûts.

Northwest Airlines a tenté de réduire ses coûts de distribution en appliquant des frais de 5 \$US aux billets achetés par l'entremise de son centre d'appel et de 10 \$US aux billets achetés à ses billetteries aux aéroports. Le transporteur a expliqué que cette décision visait à aligner ses coûts de distribution sur ceux des transporteurs à bas prix et qu'elle économiserait ainsi 70 millions de dollars américains par année. American, United et Continental Airlines ont par la suite emboîté le pas.

### Hôtels - Canada

Le début de la saison estivale des voyages a laissé entrevoir une forte augmentation des taux d'occupation et des revenus du secteur hôtelier canadien, mais la croissance a semblé s'essouffler en août. Une des principales raisons en est la faiblesse des visites en provenance des États-Unis pendant ce mois, surtout du marché des voyageurs arrivant par la route. Malgré tout, une augmentation globale de la demande a permis de continuer à augmenter graduellement les tarifs quotidiens et d'assurer une certaine progression des revenus.

En août, les revenus par chambre disponible (RCD) ont globalement atteint 93,33 \$, 6,2 % de plus qu'en août 2003, selon le plus récent National Market Report de PKF Consulting. Conformément aux tendances récentes, la plupart des gains étaient concentrés en Ontario et au Québec, et surtout dans le Sud de l'Ontario, à Toronto et à Montréal. À l'échelle nationale, les taux d'occupation ont augmenté de 1,3 point de pourcentage à 73,7 % et le tarif quotidien moyen, de 4,4 % à 126,71 \$.

PKF a récemment publié les points saillants de son Trends in the Hotel Industry Annual Operations Report, selon lequel l'industrie canadienne de l'hébergement a encaissé en 2003 une chute de 22 % de sa rentabilité par rapport à l'année précédente. En 2002, les bénéfices de l'industrie étaient 1 % supérieurs à ceux de 2001. Heureusement, PKF prévoit que la rentabilité remontera de 24 % en 2004 et ainsi effacera en grande partie (mais pas en totalité) le recul de 2003. La tendance haussière devrait se poursuivre à moyen et long terme, une croissance supplémentaire de 6,5 % des bénéfices étant prévue en 2005, ainsi que des améliorations additionnelles en 2006 et au-delà.

Les tarifs d'entreprise des hôtels canadiens devraient augmenter de 3 % l'an prochain, d'après la plus récente édition du rapport American Express Global Business Travel Forecast. Ces prévisions laissent entrevoir une reprise persistante des voyages d'affaires. American Express précise qu'elles s'appliquent aux chambres d'hôtel dans les gammes de prix moyennes et supérieures.

### Hôtels - États-Unis

Malgré un ralentissement de la croissance en août, la demande a continué de se renforcer au troisième trimestre dans les segments des voyageurs d'agrément et de la clientèle d'affaires occasionnelle, ce qui a augmenté les bénéfices de l'industrie hôtelière américaine. En fait, les augmentations des revenus sont attribuables davantage aux tarifs majorés des chambres qu'à la croissance de la demande, ce qui a nettement amélioré le taux de rentabilité. Marriott International, la plus grande entreprise hôtelière aux États-Unis, a signalé que pendant cette période, l'augmentation de ses tarifs de chambres a surpassé celle des taux d'occupation pour la première fois depuis le début de 2001. L'augmentation de la demande et des marges bénéficiaires devrait demeurer forte pour le reste de l'année.

Le RCD moyen national a augmenté à 57,96 \$US au premier trimestre de 2004, 6,4 % de plus que l'année précédente, selon Smith Travel Research (STR). Les taux d'occupation ont progressé de 2,6 % à 67,1 %, et les tarifs quotidiens moyens des chambres, de 3,6 % à 86,32 \$US. STR qualifie le trimestre de vigoureux, surtout en septembre, lorsque le taux d'occupation a augmenté de 7,1 % et favorisé une augmentation de 11,1 % du RCD. STR signale que les chiffres d'octobre semblent être très positifs également. Si les tendances actuelles se poursuivent, l'industrie américaine pourrait réaliser une importante augmentation du RCD (plus de 6 %) sur l'ensemble de 2004.

*La relance est-elle bien ancrée?*

Les rapports financiers préliminaires du troisième trimestre sont très positifs, les trois plus grandes chaînes hôtelières américaines (Marriott, Starwood et Hilton) réalisant dans cette période de fortes augmentations des bénéfices nets par rapport à la même période de l'année précédente. Toutes trois font état d'une demande en hausse dans tous les marchés, et surtout dans le lucratif segment des voyageurs d'affaires, ainsi que d'une montée persistante des tarifs des chambres - Starwood ayant augmenté ses tarifs en moyenne de 8,5 % dans ses hôtels nord-américains. Toutes trois sont également très optimistes quant aux perspectives du quatrième trimestre, s'attendant à ce que les tendances actuelles se poursuivent pendant les derniers mois de l'année.

**Tableau 5. Revenus par chambre disponible (RCD) et revenu net des hôtels**

| Société                     | Revenu par chambre disponible (RCD), T3 2004 - T3 2003 | Revenu net T3 2004 (en \$US) | Revenu net T3 2003 (en \$US) |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Hilton Hotels Corp.         | +7,3 %                                                 | +61 millions \$              | +34 millions \$              |
| Host Marriott               | +7,9 %                                                 | -47 millions \$              | -88 millions \$              |
| Marriott International Inc. | +8,3 % (Amérique du Nord)                              | +133 millions \$             | +92 millions \$              |
| Starwood Hotels & Resorts   | +12,1 % (Amérique du Nord)                             | +107 millions \$             | +48 millions \$              |

Une progression des voyages d'affaires et de la demande d'hébergement à tarif supérieur a incité PricewaterhouseCoopers (PWC) à réviser à la hausse ses prévisions pour 2004. L'entreprise entrevoit maintenant une croissance de 6,3 % du RCD national cette année par rapport à 2003. Ce serait la plus forte augmentation annuelle du RCD depuis 20 ans. La révision tient aussi compte d'une inflation plus forte et de mesures plus efficaces de contrôle des prix de la part des entreprises hôtelières. PWC prévoit également une augmentation de 3,7 % des tarifs quotidiens en 2004, ce qui explique 60 % des gains prévus du RCD.

Les perspectives améliorées de l'industrie hôtelière américaine ont suscité un nouveau cycle de construction d'hôtels, selon l'entreprise Lodging Econometrics. Plus de 280 nouveaux projets (surtout dans la gamme des prix moyens) ont été annoncés au deuxième trimestre de 2004; c'est la plus forte augmentation du nombre de chambres depuis plus de deux ans. Cependant, ces projets ne changeront rien à l'offre d'ici au moins 2006. Entre-temps, Lodging Econometrics prévoit que l'offre augmentera d'un modeste 1,2 % en 2004 et 1,3 % en 2005. Les hôtels existants pourront ainsi profiter de la solide augmentation de la demande prévue au cours des deux prochaines années.

### Agents de voyages

Les tarifs aériens moyens ont baissé dans tous les segments en septembre 2004, selon les données du 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. Par rapport à septembre 2003, le prix moyen du billet a chuté de 8 % pour les vols intérieurs, de 12 % pour les vols entre le Canada et les États-Unis, et de 5 % pour les vols vers les destinations internationales autres qu'aux États-Unis.

Les ventes totales de billets d'avion par les agences de voyages américaines ont baissé de 2 % en septembre 2004 par rapport à septembre 2003, selon l'Airlines Reporting Corporation (ARC). Le tarif moyen des billets vendus a baissé de 4 % - soit 10 % pour les vols intérieurs et 7 % pour les vols internationaux. L'ARC signale également que les billets internationaux représentaient 41,5 % des ventes en septembre 2004, au lieu de 37 % un an plus tôt. L'émission électronique de billets a atteint 87 % de tous les billets vendus, contre 83,7 % un an plus tôt.

Les agents de voyages prévoient que les réservations augmenteront cet automne, d'après le rapport Late Summer/Fall Travel Trends Survey publié en septembre par Carlson Wagonlit Travel (CWT). Parmi les 313 agents de voyages associés de CWT interviewés, 72 % affirmaient que leurs réservations surpassaient celles de l'an dernier et 20 %, qu'elles étaient à peu près au même niveau; seulement 8 % déclaraient que les réservations étaient moins nombreuses. Questionnés sur l'explication de l'augmentation, 45 % des répondants ont évoqué la demande refoulée, tandis que 31 % ont insisté que leurs clients n'avaient jamais cessé de voyager. La confiance renouvelée envers l'économie a été mentionnée par 25 % des répondants.

*La relance est-elle bien ancrée?*

En 2005, la demande plus forte des voyageurs d'affaires devrait faire monter les tarifs aériens et hôteliers en Amérique du Nord, selon la plus récente édition de American Express Global Business Travel Forecast. Les tarifs aériens internationaux (classe affaires) devraient progresser de 2 à 5 % tant au Canada qu'aux États-Unis. Cependant, une intense concurrence limitera sans doute l'augmentation des tarifs intérieurs : elle devrait être de 1 à 3 % pour les billets en classe économique aux États-Unis, alors que le prix des billets en classe économique au Canada demeurerait stable ou baisserait (jusqu'à 2 %). Les tarifs hôteliers devraient augmenter d'une marge qui pourrait atteindre 3 %. Selon les prévisions, les tarifs de location d'autos augmenteront aussi (jusqu'à 2 %), bien que la progression sera limitée par la concurrence en ligne.

L'AAA signale que les prix de l'essence aux États-Unis ont atteint une moyenne nationale de 1,97 \$US le litre le 12 octobre 2004. C'est là 0,13 \$US de plus qu'un mois plus tôt, et beaucoup plus qu'un an plus tôt (1,56 \$US). Le même jour, le prix du brut a dépassé 54 \$US le baril.

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

### Royaume-Uni et Irlande

British Airways (BA) a vu ses passagers-kilomètres payants (PKP) totaux augmenter de 3,6 % en septembre, bien que le trafic en première classe et en classe affaires ait baissé de 0,2 % par rapport à un an plus tôt. L'augmentation globale est attribuable à une progression de 4,2 % en classe économique, un segment beaucoup moins lucratif pour le transporteur. Les routes des Amériques ont enregistré une augmentation modeste du trafic passagers : 1,6 % par rapport au même mois de 2003.

Le transporteur a limité au minimum ses augmentations de capacité en septembre, s'en tenant à 0,6 %. Il prévoit du reste réduire cet hiver ses vols de 2 % sur les routes à forte fréquence, y compris celles de New York et Los Angeles, « de façon à protéger le rendement opérationnel ». La décision semble être une mesure proactive devant ménager une marge de manœuvre en vue de renforcer ses effectifs et ses ressources techniques. En août, BA a dû annuler plus de 80 vols en raison de problèmes techniques et de pénuries de personnel. Ayant réduit son effectif de 13 000 personnes depuis trois ans, le transporteur a avoué qu'il doit embaucher davantage de personnel dans certains secteurs.

BA a également indiqué que les conditions du marché demeurent les mêmes, le trafic des classes supérieures sur les vols long-courriers se rétablissant plus rapidement que celui sur les vols court-courriers. Le trafic de la classe économique demeure très sensible au prix en raison de l'intense concurrence des transporteurs à bas prix. En outre, la flambée des prix pétroliers a incité le transporteur à augmenter son supplément carburant pour aider à compenser ses coûts supplémentaires en la matière. Le transporteur prévoit que les prix plus élevés du pétrole augmenteront ses coûts en carburant de 225 millions de livres sterling (506,5 millions \$CAN) pendant cet exercice.

La British Airport Authority (BAA), qui gère les aéroports internationaux du Royaume-Uni, a indiqué qu'en septembre 2004, le trafic passagers à ses sept aéroports a augmenté de 5,4 %, à 13,1 millions. Le trafic associé aux vols des routes d'Amérique du Nord a augmenté de 7,9 % malgré les ouragans dans les Caraïbes et l'Est des États-Unis.

**Tableau 6. Variation du nombre de passagers transportés**

| Transporteur    | Septembre 2004 - septembre 2003 |
|-----------------|---------------------------------|
| British Airways | +1,3 %                          |
| EasyJet         | +25 %                           |
| Ryanair         | +17 %                           |

*La relance est-elle bien ancrée?*

Selon le service Travel Mole, les agents de voyages et voyagistes britanniques indiquent que la demande a augmenté tout au long de l'été; la saison s'est ainsi terminée sur un courant porteur. Bien que le contexte concurrentiel puisse être décrit comme étant difficile, marqué par d'abondantes réductions de prix et une capacité excédentaire, la saison s'est néanmoins terminée vigoureusement; les réservations de septembre et d'octobre étaient en hausse. Cependant, les nouvelles tendances observées ont incité le voyagiste TUI UK à reconsidérer son modèle d'entreprise et à réduire son effectif de 8 %. L'entreprise prévoit d'augmenter son offre au moyen d'options souples quant aux vols et aux hôtels, en se limitant aux billets d'avion à bas prix, et en proposant des forfaits dynamiques. Un porte-parole de l'entreprise a affirmé que celle-ci doit tenir compte du fait que les gens font leurs réservations sur Internet ou font des voyages indépendants, c'est-à-dire que le marché des forfaits de vacances vit une transformation.

De fait, selon un sondage de Mintel, les réservations de voyages par Internet ont surpassé celles faites par l'entremise d'agents de voyages au Royaume-Uni. Parmi les répondants au sondage, 33 % avaient réservé des voyages par Internet au cours des 12 mois précédents, tandis que 32 % l'avaient fait par l'entremise d'un agent de voyages. D'autres s'étaient adressés directement à un voyagiste ou recouru à d'autres moyens. Mintel attribue l'augmentation des réservations en ligne à la faveur dont jouissent les transporteurs aériens à bas prix.

Par ailleurs, un sondage du Jamaica Tourist Board a confirmé que l'option des vacances indépendantes, par opposition aux forfaits, est en hausse au Royaume-Uni. Parmi les voyageurs long-courriers interviewés en septembre 2004, 41 % avaient réservé l'avion et l'hébergement séparément, au lieu de 38 % lors du sondage de mars 2004. À l'inverse, ceux qui préfèrent des vacances tout compris ont baissé pendant la même période à 56 % au lieu de 60 %. Selon les résultats, les Londoniens sont les plus grands amateurs des vacances indépendantes; 64 % d'entre eux préfèrent cette option.

En ce qui concerne l'avenir, l'agence de voyages britannique indépendante Travel Counsellors a annoncé que le prix moyen de ses réservations avait augmenté de 58 % pour les voyages de Noël par rapport à la même période de l'an dernier. Le prix moyen d'un voyage de deux semaines dans la deuxième moitié de décembre 2004 a bondi à 3 251 livres sterling (7 318 \$CAN), par rapport à 2 057 livres sterling (4 630 \$CAN) un an plus tôt. Cependant, le nombre de réservations de vacances de Noël accuse un retard de 2 % par rapport à l'an dernier au même moment. L'agence attribue l'augmentation du prix moyen à une transition vers les destinations long-courriers. Elle croit aussi que la demande en hausse permet aux transporteurs aériens, aux voyagistes et aux autres fournisseurs d'augmenter leurs tarifs. Pour l'année jusqu'à présent (janvier à octobre 2004), les prix moyens des réservations ont augmenté de 11 % à 1 324 livres sterling (2 980 \$CAN) par rapport à la même période en 2003.

Les voyages d'affaires augmentent constamment au Royaume-Uni, suivant la tendance haussière entamée au début de 2004, selon les résultats du plus récent Quarterly Transaction Survey de la Guild of Business Travel Agents (GBTA). Cette enquête indique que les transactions ont dans l'ensemble augmenté de 10 % au deuxième trimestre de 2004 par rapport à celui de 2003. Les transactions visant les billets d'avion étaient en hausse de 13 % et les transactions visant des éléments connexes comme les services de passeports, de visas et d'assurances-voyages ont augmenté de 35 %. Les réservations d'hôtel étaient au même niveau que l'an dernier, mais la GBTA signale que les factures d'hôtel sont souvent réglées directement par le client et peuvent ne pas toujours figurer parmi les transactions des agences de voyages.

## France

Air France-KLM (le nouveau transporteur issu de la fusion d'Air France et de KLM Royal Dutch Airlines), a indiqué que son trafic passagers total a augmenté de 6,9 % en septembre par rapport au même mois de 2003. La capacité a progressé de 4,9 %, de sorte que le coefficient de remplissage s'est amélioré de 1,5 point, à 79,5 %. Le transporteur signale une forte demande sur ses routes transatlantiques (hausse de 7,5 %), surtout sur son réseau nord-américain. En octobre, il a augmenté de 11 euros (17,20 \$CAN) le supplément carburant sur tous ses vols long-courriers, pour compenser la flambée des prix pétroliers; il a toutefois indiqué qu'il éliminerait l'augmentation dès que le prix du baril baisserait sous les 40 \$ pour 30 jours consécutifs.

Pour l'avenir, le transporteur prévoit bonifier son horaire de vols de 3 % pour l'hiver, mais surtout sur les routes asiatiques. Il a aussi annoncé pour sa classe Espace Affaires de nouvelles réductions de prix variant entre 10 et 35 % sur de nombreuses routes moyen-courriers et long-courriers.

*La relance est-elle bien ancrée?*

Thomas Cook, une des plus grandes agences de voyages d'Europe, réduit de 10 % l'effectif de sa division française en raison de pertes financières cette année. L'entreprise a affirmé qu'une planification erronée de la capacité nécessaire dans les hôtels et sur les vols avaient entraîné des difficultés financières imprévues.

La Commission australienne du tourisme a récemment publié un rapport sur le marché français des voyages d'affaires, selon lequel les décideurs au sein des entreprises françaises recherchent la qualité ou le luxe ainsi que les expériences mémorables lorsqu'ils planifient des programmes de voyages de motivation. Le rapport précise aussi qu'ils sont intéressés aux options relevant de l'aventure douce pourvu que les participants puissent ensuite retrouver un hébergement luxueux, et que le temps ensoleillé est une condition essentielle.

## Allemagne

Lufthansa German Airlines a indiqué que son trafic passagers avait augmenté de 14,1 % en septembre par rapport au même mois de 2003, à la faveur d'une demande vigoureuse sur les routes des Amériques et d'Asie-Pacifique. Le même mois, la capacité a augmenté de 13,8 %, de sorte que le coefficient de remplissage a progressé de 0,3 point de pourcentage, à 77,6 %. Le 15 octobre 2004, le transporteur a augmenté son supplément carburant à 17 euros sur ses vols long-courriers et à 7 euros sur ses vols court-courriers et moyen-courriers, pour compenser l'escalade des coûts en carburant.

L'exploitant d'aéroports allemand Fraport a rapporté qu'en septembre 2004, l'achalandage passagers à l'aéroport de Francfort a augmenté à 4,8 millions, 3,1 % de plus que l'année précédente. L'aéroport a enregistré le meilleur troisième trimestre de son histoire cette année pour ce qui est du trafic passagers, du tonnage de fret aérien et des décollages et atterrissages d'avions. Fraport a attribué la forte augmentation du nombre de passagers à la tendance haussière de la demande de voyages d'affaires et d'agrément dans le secteur intercontinental.

Le marché allemand des vacances a connu un net redressement cette année, d'après les commentaires exprimés par l'industrie à la récente conférence allemande du tourisme FVW Kongress Zukunft, organisée par le magazine touristique FVW. Thomas Cook a fait état d'une augmentation de 4 % de sa clientèle cette année et de 7 % de ses ventes hivernales. Le voyageur Rewe a indiqué que son chiffre d'affaires progresserait de 3 à 4 % cette année, et de bien davantage en ce qui concerne ses ventes de « vacances modulaires ». Il signale aussi que la capacité des vols a été maintenue à un niveau réduit cet été, de sorte qu'il a fallu moins de réductions de prix.

FVW a aussi indiqué que les ventes totales des agences de voyages ont augmenté de 11,4 % sur les neuf premiers mois de 2004 par rapport à la même période de 2003, selon un récent sondage TATS auprès de 2 050 agences de voyages allemandes. Les ventes touristiques ont augmenté de 8,2 % et celles des transporteurs aériens, de 15,2 %. À la fin d'octobre, l'ensemble des réservations, y compris pour les vacances d'hiver, étaient en avance de 7,6 % sur les chiffres de l'an dernier.

L'industrie allemande du voyage tente d'inverser la tendance aux réservations de dernière minute en offrant des incitatifs aux réservations précoces, selon le rapport du troisième trimestre rédigé par le bureau de la CCT en Allemagne. De plus en plus, les forfaits de dernière minute sont plus dispendieux que ceux réservés à l'avance, surtout pour le prochain hiver. Le rapport signale aussi que les États-Unis sont en voie de devenir une destination de ski plus recherchée que le Canada en raison de forfaits moins coûteux.

## Japon

Les deux principaux transporteurs aériens du Japon, Japan Airlines (JAL) et All Nippon Airways (ANA), ont accusé des pertes dépassant les 5 milliards de yen (57 millions \$CAN) par suite des annulations de vols du fait que le Japon a connu une saison des typhons particulièrement éprouvante cette année. Huit typhons ont frappé le pays entre la mi-juin et la fin septembre, contraignant chacun des transporteurs à annuler environ 1 500 vols aux dépens de centaines de milliers de passagers.

La demande refoulée de voyages à l'étranger est très forte cette année parmi les Japonais, selon les représentants de la Las Vegas Convention and Visitors Authority (LVCVA) au Japon, cités dans un article du Las Vegas Review-Journal. La LVCVA estime qu'après avoir évité de voyager en 2003, les Japonais recommencent à faire des voyages à l'étranger « parce qu'ils sont lassés de rester chez eux ». La TIA a récemment prévu que les voyages des Japonais aux États-Unis augmenteront de 7,2 % en 2004 par rapport à 2003, à la faveur d'une amélioration de l'économie, d'une confiance renouvelée des consommateurs et d'un taux de change favorable.

*La relance est-elle bien ancrée?*

La confiance des consommateurs japonais a atteint un niveau record en septembre, d'après le sondage trimestriel de la Banque du Japon. L'indice de septembre était 4,5 points plus élevé que le précédent, en juin; c'était le quatrième trimestre consécutif en hausse. L'indice évaluant la confiance envers les 12 prochains mois est celui qui a augmenté le plus, tandis que la confiance envers les conditions actuelles n'a que peu progressé.

Les délais des réservations pour les voyages outre-mer deviennent plus courts, les voyageurs japonais faisant leurs réservations beaucoup plus près de leur date de départ, selon le plus récent rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché japonais. Dans les derniers mois de 2004, les voyages indépendants et les forfaits individuels devraient augmenter constamment alors que les voyages en groupe accuseraient un certain retard.

Un rapport de la Commission australienne du tourisme sur le marché japonais des voyages d'affaires indique que les voyages de motivation sont à la hausse dans les entreprises japonaises, en raison de l'accent placé sur le rendement individuel. En planifiant les voyages de motivation, les décideurs des entreprises japonaises ont tendance à rechercher des destinations accessibles (en termes d'horaires des vols, de visas, etc.), répondant à des normes de luxe moyen ou supérieur, disposant d'installations de bonne qualité et où l'on peut trouver des aliments familiers (c. à d. japonais).

## Corée

Le marché coréen des voyages à l'étranger continue de progresser constamment, d'après les plus récentes statistiques de l'Organisation nationale du tourisme de Corée. Par rapport à l'an dernier, les départs à l'étranger ont augmenté de 17,3 % en août et de 15,4 % en septembre. Ces augmentations suivent la croissance réalisée aux mêmes mois l'an dernier (2,5 % et 12,2 % en août et septembre 2003).

La CCT a indiqué dans son plus récent rapport trimestriel sur le marché coréen que le Canada se classait septième parmi les destinations outre-mer prisées par les Coréens, selon un sondage de Korea Travel News. Le Japon se classait premier, avec 29 % du vote, suivi de la Chine et des Maldives. Le Canada a été cité comme destination outre-mer préférée par 4,2 % des répondants.

Le rapport de la CCT signalait également que l'obtention d'un visa américain devient de plus en plus difficile pour les Coréens, en raison d'un nouveau système Internet. Cette difficulté dissuade les Coréens de choisir des destinations américaines. De janvier à août, les visites des Coréens aux États-Unis ont diminué de 16,4 %.

## Chine

China Eastern Airlines indique que son trafic passagers a augmenté de 20 % en septembre par rapport au même mois en 2003. China Southern Airlines a pour sa part fait état d'une augmentation de 9,6 % de son trafic passagers en septembre, le trafic international bondissant de 37,4 % par rapport à un an plus tôt. L'industrie chinoise des transports aériens a vu la demande remonter vivement depuis la chute survenue lors de l'épidémie de SRAS en 2003, mais les prix pétroliers records minent les perspectives de rentabilité de l'industrie. Les transporteurs chinois ont été moins vulnérables à la hausse des prix pétroliers parce qu'en Chine, les marchés contrôlés par l'État maintiennent des prix inférieurs à ceux du marché international. Cependant, les fortes augmentations récentes commencent maintenant à se répercuter dans les coûts en carburant des transporteurs chinois.

L'industrie chinoise des transports aériens aura prochainement son premier transporteur privé, Okay Airways, selon BBC News. Le nouveau transporteur, connu également sous le nom d'Aokai, lancera des services intérieurs de vols nolisés et de fret aérien d'ici la fin de cette année, au moyen d'une flotte de Boeing 747. BBC News a également rapporté que deux autres transporteurs, United Eagle Airlines et Air Spring, ont également demandé des licences en réponse à l'essor de la demande de voyages aériens en Chine.

China Southern Airlines a fait un grand pas de plus sur le marché international en signant un accord l'associant à l'alliance de transporteurs aériens SkyTeam - sous réserve de répondre aux exigences de SkyTeam en matière de normes de qualité. Ce sera la première fois qu'une entité chinoise fait partie d'une alliance mondiale de transporteurs aériens, ce qui renforcera l'intégration du pays au réseau aérien mondial et ouvrira la voie à une nouvelle augmentation du trafic de passagers internationaux. Une fois que le transporteur aura rejoint l'alliance, le nouvel aéroport international Baiyun deviendra la première plaque tournante de SkyTeam en Chine.

*La relance est-elle bien ancrée?*

La classe moyenne qui vient d'accéder à une certaine aisance représente maintenant presque 10 % de la population chinoise, soit quelque 100 millions de personnes, d'après une récente série d'articles du *Toronto Star*. Ce segment de la population chinoise découvre la richesse et crée une flambée des dépenses consacrées aux voyages d'agrément. La classe moyenne montante contribue également à l'essor des voyages outre-mer, dont on prévoit qu'il y en aura 32 millions cette année.

Le *Toronto Star* cite un enseignant en tourisme de l'université Fudang de Shanghai selon lequel le voyage fait partie de la culture chinoise traditionnelle. Les touristes chinois privilégient les horaires chargés, voyant beaucoup de pays dans leurs excursions pour s'assurer d'en obtenir un maximum pour leur argent. Du reste, les voyages en Amérique du Nord sont extrêmement désirables pour de nombreux voyageurs chinois. Selon l'enseignant cité, une fois que le Canada et les États-Unis auront reçu le statut de destination approuvée pour les groupes de touristes, les voyages en Amérique du Nord deviendront pour eux une priorité.

## Australie

Qantas Airways, le transporteur national d'Australie, a augmenté son supplément carburant à 29 \$A (26 \$CAN) sur les vols internationaux et à 12 \$A (10 \$CAN) sur les vols intérieurs. Bien que le transporteur ait un solide programme de couverture des risques à l'égard des coûts du carburant, il est néanmoins confronté à des coûts supplémentaires de carburant approchant les 200 millions de dollars australiens (182 millions \$CAN) pour l'exercice en cours, au cours actuel du pétrole.

Air Canada a annoncé projeter de lancer le 16 décembre 2004 le premier vol sans escale entre l'Australie et le Canada. Il reliera Sydney et Vancouver, permettant aux Australiens d'éviter les États-Unis et donc les inconvénients associés au contrôle douanier et aux visas de transit imposés par les États-Unis. Le nouveau service augmentera de 33 % la capacité entre l'Australie et le Canada.

Les voyages des Australiens à l'étranger ont continué d'augmenter à un rythme vigoureux, selon le Bureau australien de la statistique. En août 2004, le nombre total de voyages à l'étranger était 18 % supérieur à celui d'août 2003; pendant cette période, les voyages d'agrément à l'étranger ont progressé de 31 % et les voyages d'affaires, de 7 %.

Un certain nombre de voyagistes australiens ont fait état d'une forte demande à l'égard des forfaits au Canada, selon le plus récent rapport trimestriel du bureau de la CCT en Australie. Trafalgar Tours a publié ses brochures sur le Canada et sur les États-Unis un mois plus tôt que prévu en raison de « l'énorme demande ». En septembre, les ventes de forfaits au Canada étaient trois fois plus importantes qu'au même moment l'an dernier. Contiki a remanié sa brochure 2005 États-Unis-Canada, ajoutant deux nouveaux circuits canadiens; le voyageur prévoit doubler ses ventes par rapport à l'année passée. Les voyagistes australiens spécialistes du ski ont lancé leurs produits canadiens pour cet hiver, et tous signalent des ventes vigoureuses.

La CCT a par ailleurs indiqué que la confiance des consommateurs australiens demeure à un niveau élevé malgré une légère diminution dans le plus récent indice Roy Morgan. Celui-ci a reculé de 1,3 point entre juillet et août, mais il reste au plus haut niveau enregistré en août depuis le début du sondage en 1986.

## Aperçu économique

### Amérique du Nord

La croissance économique nord-américaine devrait s'améliorer nettement après les résultats quelconques de l'an dernier. Selon le bulletin *Consensus Forecasts*, le PIB réel devrait augmenter de 4,3 % en 2004. La croissance diminuerait toutefois à 3,5 % en 2005, le Canada, les États-Unis et le Mexique affichant tous trois un fléchissement. Une des causes en serait les mesures correctives prises par les banques centrales et visant le court terme.

*La relance est-elle bien ancrée?*

La vigueur actuelle de l'économie, combinée à des taux d'intérêt réduits au minimum ainsi que des prix élevés pour les produits de base et pour le pétrole, a ranimé les craintes d'inflation chez les économistes. Pour tenter de parer aux pressions inflationnistes, les banques centrales des États-Unis et du Canada augmenteront probablement les taux d'intérêt dans une forte mesure au cours des deux prochaines années, ce qui brisera inévitablement un peu l'élan de l'économie.

Selon le Conference Board du Canada, l'économie canadienne progressera de 3 % en 2004 et encore de 3,2 % en 2005. Une forte demande américaine à l'endroit des importations stimulera l'économie canadienne malgré la forte valeur de son dollar cette année. Cependant, lorsque la demande américaine se calmera, la vigueur du dollar canadien par rapport au dollar américain devrait réduire la croissance des exportations. Le Conference Board du Canada ne prévoit pas que la valeur du dollar canadien baissera considérablement par rapport au dollar américain avant la fin de l'année, les deux pays se préparant à continuer d'augmenter les taux d'intérêt tout au long de 2005.

Aux États-Unis, une politique fiscale et monétaire axée sur la stimulation économique aidera à faire augmenter les dépenses de consommation réelles de 3,6 % en 2004. Comme les dépenses d'investissement augmenteront fortement aussi, le PIB réel devrait augmenter de 4,2 % cette année. Le renforcement des marchés américains de la main-d'œuvre et la progression régulière des salaires découlant de fortes augmentations de la productivité devraient assurer la croissance des revenus et faire en sorte que les consommateurs continuent de vouloir dépenser. Ainsi, sauf en cas de persistance des prix records de l'énergie, le PIB réel et les dépenses de consommation devraient augmenter de 3,2 % en 2005. Les prix du pétrole demeureront l'inconnue dans ces perspectives s'ils ne baissent pas graduellement d'ici la fin de l'année.

Les étroits liens commerciaux entre le Mexique et les États-Unis ont favorisé l'économie du Mexique en 2004. La solide expansion américaine a fait sortir le secteur manufacturier mexicain de sa léthargie et stimulé la croissance de toute l'économie. En outre, comme le secteur manufacturier n'est plus en récession et que la demande intérieure remonte, l'augmentation des revenus s'accélère et produit des gains notables dans la consommation des ménages. La consommation privée réelle devrait progresser de 4 % en 2004 et 4,1 % en 2005.

## Europe

En Europe, l'activité économique s'est résolument accélérée depuis l'an dernier. Le bulletin Consensus Forecasts situe la croissance du PIB réel à 2,3 % en 2004 et 2005. Cependant, la zone euro continue de souffrir d'une faible croissance de l'emploi et d'un fort chômage. Le taux de chômage devrait rester en moyenne de 9 % en 2004 et diminuer légèrement à 8,8 % en 2005. Face aux coûts de main-d'œuvre inférieurs dans les nouveaux États membres de l'Union européenne, les syndicats commencent à faire des concessions salariales dans les négociations avec les employeurs. À la faveur de ce phénomène et du fait que les fabricants allègent leurs structures et deviennent plus efficaces, la production et les dépenses d'immobilisation devraient augmenter, ce qui devrait faire baisser les taux de chômage.

Au Royaume-Uni, la croissance du PIB réel devrait atteindre 3,3 % cette année, mais seulement 2,6 % en 2005. Les taux d'intérêt plus élevés entraîneront une moindre croissance de la demande des consommateurs.

## Asie-Pacifique

Stimulée par l'essor de l'économie chinoise et la solide croissance de l'économie japonaise, le PIB réel de la région Asie-Pacifique devrait progresser de 5,2 % cette année. La forte augmentation des exportations est le principal facteur des bonnes perspectives économiques, la plupart des pays de la région comptant largement sur le secteur international pour assurer leur prospérité. C'est en particulier le cas du Japon, où la forte croissance des exportations a aidé à relancer l'économie après des années de stagnation.

Pour 2005 toutefois, les perspectives ne paraissent pas aussi favorables. Le PIB réel de la région Asie-Pacifique devrait augmenter de moins de 4 %, la demande américaine affaiblie et les prix élevés de l'énergie minant la production. De fait, comme la région consomme plus de deux fois autant de pétrole qu'elle n'en produit, sa croissance économique pourrait baisser de 1 % si les prix de l'énergie demeurent un an ou plus à leurs niveaux actuels. En outre, s'il faut prévoir qu'une forte inflation réduira la croissance économique en Chine, le Japon continue de redouter une déflation. Le cas échéant, les dépenses des consommateurs pourraient de nouveau s'atténuer au point de ne guère pouvoir compenser le ralentissement des exportations.

## Possibilités

La grande majorité des cadres de marketing estiment que parmi toutes les initiatives de marketing, les événements spéciaux assurent le meilleur rendement de l'investissement, d'après un récent sondage mondial réalisé par Meeting Professionals International. Deux tiers des répondants ont exprimé cette opinion, contre 19 % accordant la faveur au marketing direct et 14 %, aux initiatives de promotion des ventes. Le principal type d'événement de marketing cité était le salon commercial, choisi par un tiers des répondants, suivi des conférences (24 %) et des séminaires (20 %).

Alors que le marché en ligne des voyages continue de progresser au Canada, il importe d'être attentif aux Canadiens plus âgés (55 ans et plus), d'après un récent sondage d'Ipsos-Reid. Sa publication Canadian Interactive Reid Report révèle que ce groupe d'âge correspond maintenant au segment qui connaît la plus forte croissance et qui est le plus à l'aise parmi les Canadiens en ligne. Dans ce groupe d'âge, 60 % des Canadiens ont maintenant accès à Internet, contre 48 % un an plus tôt, et deux tiers d'entre eux ont un accès à haute vitesse. Les Canadiens plus âgés accusent encore un retard pour ce qui est d'acheter des produits en ligne, mais leur utilisation d'Internet a fortement augmenté, atteignant 9,6 heures par semaine au lieu de 6,8 heures un an plus tôt.

Un récent sondage révèle que les amateurs de voyages en autocaravane forment un autre groupe de voyageurs qui pourrait s'avérer lucratif. D'après l'enquête commandée par la Recreational Vehicle Industry Association et réalisée par l'université du Michigan, ces voyageurs et autres campeurs auraient dépensé 3,8 milliards de dollars américains dans des collectivités de toutes les régions des États-Unis entre mai et août 2004. Selon l'université, chaque groupe aurait dépensé en moyenne au moins 65 \$US par jour dans la collectivité où il séjournait, sans compter les frais de location des emplacements de camping. Aux États-Unis, il y a un nombre record de 7,2 millions d'autocaravanes et 30 millions d'amateurs d'autocaravanes (y compris ceux qui en louent). Le nombre de ménages possédant une autocaravane devrait augmenter de 15 % entre 2001 et 2010.

## Résumé

La reprise de la demande touristique continue de s'affirmer, mais la question demeure de savoir quand cette relance améliorera enfin la rentabilité de l'industrie du tourisme. Pour de nombreuses entreprises, les prix demeurent trop bas, malgré l'augmentation récente de la demande, pour rétablir les bénéfices des fournisseurs touristiques. Il semble toutefois y avoir de l'espoir. Par exemple, ACE Aviation Holding, Inc., la société mère d'Air Canada, prévoit déclarer un bénéfice d'exploitation de 235 millions de dollars pour son troisième trimestre. Pour assurer un contexte d'exploitation financièrement confortable toutefois, la vigueur de l'actuelle reprise touristique devra être suffisamment marquée et suffisamment durable pour ranimer l'industrie.

Malheureusement, il pourrait falloir du temps pour que l'industrie du tourisme obtienne une rentabilité durable. Selon l'Institut canadien de recherche sur le tourisme, les dépenses touristiques devraient continuer d'augmenter à un rythme plutôt modeste à moyen terme. En même temps, l'augmentation des prix du secteur des voyages devrait continuer à court terme d'être inférieur à l'inflation. Cependant, si la reprise actuelle dure assez longtemps, l'industrie du tourisme récupérera éventuellement une grande partie du terrain perdu depuis quelques années.

*La relance est-elle bien ancrée?*

**Pour de plus amples renseignements sur la recherche, veuillez consulter [www.canadatourisme.com](http://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](mailto:distribution@ctc-cct.ca), en indiquant le numéro de référence #C50450F.**