

Une généreuse nature



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme Numéro 26 : Janvier 2005

Le Bulletin de renseignements sur le tourisme continue d'observer l'industrie touristique dans le monde entier. Le présent numéro traite des renseignements recueillis en novembre et décembre 2004 ainsi qu'au début de janvier 2005.

Des signes de plus en plus évidents de relance

Sommaire

- L'industrie canadienne du tourisme a réalisé de solides progrès en 2004 et, en général, la relance semble être fermement ancrée. Cependant, le tsunami qui a récemment dévasté la région de l'océan Indien a rappelé la vulnérabilité de l'industrie mondiale du tourisme. Le tourisme sera sans doute le plus touché dans les régions du sud et du sud-est de l'Asie. Les premières analyses économiques permettent de croire que l'incidence mondiale du désastre ne sera pas extrêmement grande, mais cette conclusion occulte l'énormité de la tragédie humaine causée par le tsunami.
- Il y a un an, après avoir connu ses propres difficultés en 2003, l'industrie canadienne du tourisme considérait 2004 avec un optimisme prudent. Heureusement, l'effort collectif consacré au rétablissement de la confiance après l'épidémie du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) a semblé porter fruit, les arrivées en provenance de la plupart des marchés outre-mer du Canada surpassant les attentes en 2004. Malgré l'appréciation rapide du dollar canadien qui a incité davantage de Canadiens à voyager à l'étranger, l'industrie canadienne des voyages intérieurs a réussi à se défendre. Malheureusement, la reprise des voyages en provenance des États-Unis n'a pas été aussi forte que le prévoyaient de nombreuses entreprises.
- La vitesse relative de la reprise des arrivées internationales indique qu'une grande partie de la demande refoulée de voyages à destination du Canada s'est peut-être déjà matérialisée. Néanmoins, pour 2005, l'industrie semble beaucoup plus optimiste qu'elle ne l'a été depuis longtemps. La tendance haussière de la demande et des recettes devrait continuer de prendre de l'élan au cours de l'année même s'il faudra peut-être un peu plus de temps pour que la rentabilité se rétablisse.

Nouvelles tendances et questions d'actualité - Le marché des voyages en ligne actuel n'est que la pointe de l'iceberg

- Les réservations de voyages en ligne continuent d'augmenter constamment et présentent à l'industrie un énorme potentiel de revenus inexploité. Alors que l'augmentation du recours à Internet pour les recherches liées aux vacances semble avoir quelque peu plafonné, le nombre de voyageurs disposés à réserver en ligne des éléments de leurs voyages continue de progresser.
- JupiterResearch a récemment prédit qu'aux États-Unis, les achats de voyages en ligne atteindront 54 milliards de dollars américains en 2004, soit 23 % du marché. D'ici 2009, ce segment de marché devrait grimper à 91 milliards de dollars américains et un tiers du marché total.

À lire

Sommaire	1
Vue d'ensemble	4
Nouvelles tendances et questions d'actualité	4
Consommateurs	6
Fournisseurs de voyages	8
Situation internationale	13
Aperçu économique	18
Possibilités	19
Résumé	20



Des signes de plus en plus évidents de relance

- Alors que l'environnement des voyages en ligne demeure intensément concurrentiel, les fournisseurs touristiques deviennent de plus en plus avisés en matière de distribution en ligne. Certains ont négocié des conditions beaucoup plus équitables dans leurs partenariats avec des agences de voyages en ligne et d'autres ont adopté une politique radicale, insistant que toutes les réservations en ligne soient faites directement dans leurs propres sites Web. De toute évidence, les entreprises doivent déterminer quelles stratégies leur conviennent le mieux en la matière.

Vue d'ensemble du marché des consommateurs (voyageurs)

- Pour 2005, les perspectives à l'égard des voyages d'agrément demeurent positives, les Canadiens étant toujours optimistes face à l'économie et à l'emploi. Les intentions de voyage semblent être d'un bon niveau pour cet été, selon la plus récente édition de l'enquête du Conference Board du Canada sur les intentions de voyage. Les intentions de voyages tant intérieurs qu'internationaux sont à un niveau comparable à celui de l'an dernier, mais il ne faudrait pas s'étonner que le dollar canadien plus vigoureux (par rapport au dollar américain) incite davantage de Canadiens à envisager un voyage au sud de la frontière.
- Aux États-Unis, les voyageurs d'agrément restent également enthousiastes. À la faveur des perspectives économiques favorables et de la plus grande sécurité des voyages, l'American Automobile Association (AAA) prévoyait que les vacances de Noël atteindraient des niveaux records. Le nombre de voyages d'agrément semblait devoir continuer d'augmenter tout au long de l'hiver, selon les plus récentes prévisions saisonnières de la Travel Industry Association of America (TIA). De fait, la TIA signale qu'il a augmenté constamment depuis quatre ans, étant maintenant 11 % plus élevé qu'en 2000. La TIA prévoit aussi que les voyages d'agrément aux États-Unis augmenteront de 2,9 % en 2004 et encore de 2 % en 2005.
- Entre-temps, le contexte nord-américain des voyages d'affaires a été très encourageant ces six derniers mois et pourrait retrouver les niveaux d'avant les attentats terroristes du 11 septembre 2001, selon Carlson Wagonlit Travel. D'après l'enquête Business Travel Barometer de l'agence, 34 % des voyageurs d'affaires canadiens et américains interviewés prévoient faire davantage de voyages d'affaires en 2005. En outre, plus de 60 % des gestionnaires de voyages prévoient que les dépenses de voyage de leurs entreprises augmenteront cette année.

Vue d'ensemble de la situation des fournisseurs de voyages

- Juste avant Noël, l'administration aéroportuaire du Grand Toronto a indiqué que le trafic passagers à l'aéroport Pearson, la plus grande plaque tournante du Canada, augmenterait fortement pendant la période des vacances de Noël. Malheureusement, le 23 décembre, une tempête hivernale a sévi dans le sud de l'Ontario et retardé des centaines de vols internationaux et intérieurs au plus fort de la période des voyages.
- Au sud de la frontière, l'industrie américaine des transports aériens semble connaître autant de difficultés financières que l'an dernier, sans que l'on voie le bout du tunnel. Parmi les grands transporteurs américains, United, US Airways et ATA Airlines demeurent sous le régime de protection contre les créanciers du Chapitre 11 alors que d'autres font tout pour éviter le même sort en réduisant leurs frais d'exploitation et en rehaussant leur efficacité interne. Tous les grands transporteurs intensifient leurs efforts en vue de réduire leurs frais de main-d'œuvre, ce qui entraîne des conflits de travail et mine le moral de leur personnel et, par conséquent, la satisfaction des clients. Le seul aspect positif dans cette conjoncture en détérioration est l'augmentation des voyages outre-mer, qui fait grimper le trafic sur les lucratives liaisons internationales.
- L'industrie hôtelière canadienne semble plus optimiste qu'elle ne l'a été depuis longtemps. À l'automne 2004, elle a enregistré des gains supplémentaires dans l'occupation, les tarifs quotidiens et les recettes, surtout par suite d'une augmentation des voyages d'affaires. De nombreuses entreprises d'hébergement connaissent un rétablissement après les fortes pertes encourues en 2003, malgré une reprise plus faible que prévu sur le marché américain. La rentabilité de l'industrie, qui était anémique en 2003, s'est sensiblement renforcée en 2004 et paraît devoir progresser encore plus nettement cette année.

*Des signes de plus en plus évidents de relance***Aperçu économique**

- Selon les prévisions, la croissance de l'économie nord-américaine baissera à 3,4 % en 2005; le Canada, les États-Unis et le Mexique connaîtront tous une croissance légèrement moindre. Au Canada comme aux États-Unis, une hausse des taux d'intérêt contribuera à la modération de la croissance; le Mexique souffrira d'un ralentissement des exportations consécutif à la croissance moindre de l'important marché américain. Au Canada, la forte augmentation du huard combinée à la hausse des prix de l'énergie a déjà contribué à un ralentissement de la croissance économique à la fin de 2004. La vigueur persistante du dollar canadien continuera sans doute de participer à l'atténuation de la croissance économique en 2005. Heureusement, l'inflation devrait demeurer faible, ce qui permettra à la Banque du Canada de reporter toute augmentation sensible des taux d'intérêt jusqu'au deuxième semestre de 2005. Les consommateurs canadiens devraient en profiter. De fait, grâce à une solide croissance de l'emploi et des salaires ainsi qu'au faible coût du financement, les dépenses de consommation devraient stabiliser l'économie en 2005.
- La vigueur soutenue de l'euro par rapport au dollar américain est la principale raison invoquée pour expliquer la croissance économique réduite en Europe cette année. Même les exportations de producteurs à coûts réduits, comme la Pologne, souffrent en raison des taux de change - surtout face à la rude concurrence de la Chine, dont le yuan demeure lié au dollar. Comme de plus un ralentissement de la demande mondiale est prévu, la croissance des exportations européennes devrait baisser considérablement. Par conséquent, les exportateurs européens chercheront à réduire les coûts pour demeurer compétitifs. Il devrait en résulter une croissance moindre des salaires et une augmentation des mises à pied, ce qui réduira les dépenses des ménages.
- Le ralentissement de l'économie mondiale signifie aussi que les économies exportatrices de la région Asie-Pacifique connaîtront une croissance réduite cette année. En particulier, le consensus le plus récent voulait que l'économie de la région augmente de 3 % en 2005, beaucoup moins que les 5 % de 2004. L'impact du tsunami du 26 décembre ajoutera un élément d'incertitude à ces estimations, bien qu'il semble maintenant que son effet sur la croissance économique globale de la région sera minime.

Possibilités

- Les voyageurs britanniques sont de plus en plus aventureux au moment de choisir leurs vacances, selon un nouveau sondage du Daily Telegraph Adventure Travel & Sports Show. Les activités de tourisme d'aventure comme la plongée et la randonnée de haute montagne gagnent de la faveur, tandis que l'intérêt pour les vacances à la plage s'atténue. Le facteur décisif dans le choix d'une destination de vacances d'aventure est la volonté d'essayer quelque chose de nouveau; certains recherchent une façon d'échapper à l'ennui de la routine quotidienne ou à un emploi stressant.
- D'après la Chambre de commerce gaie et lesbienne du Canada, les récents jugements de la Cour suprême en faveur des mariages gais ont fait apparaître le Canada comme une destination accueillante pour les gais. La Chambre estime que cette nouvelle image pourrait entraîner une augmentation de 1 milliard de dollars des recettes touristiques uniquement à Vancouver, Toronto et Montréal au cours des trois prochaines années. Elle ajoute que les touristes gais ne voyagent pas uniquement pour trouver un endroit où se marier, mais sont aussi intéressés aux divertissements, aux sports, aux loisirs, aux aventures nordiques et aux manifestations sur le thème de la fierté gaie. La Chambre entend coopérer avec les gouvernements et les entreprises pour promouvoir le Canada en tant que destination pro-gais.

Vue d'ensemble

L'industrie canadienne du tourisme a réalisé de solides progrès en 2004 et, en général, la relance semble être fermement ancrée. Cependant, le tsunami consécutif à un tremblement de terre qui a récemment dévasté la région de l'océan Indien a rappelé la vulnérabilité de l'industrie mondiale du tourisme. Le tourisme sera sans doute le plus touché dans les régions du sud et du sud-est de l'Asie. Les premières analyses économiques permettent de croire que l'incidence mondiale du désastre ne sera pas extrêmement grande, mais cette conclusion occulte l'énormité de la tragédie humaine causée par le tsunami.

Au-delà de l'extraordinaire effort humanitaire, la tragédie révèle à quel point l'industrie mondiale du tourisme a retenu, à la suite de tragédies antérieures, l'opportunité de travailler ensemble face à l'adversité. Il y a un an, après avoir connu ses propres difficultés en 2003, l'industrie canadienne du tourisme considérait 2004 avec un optimisme prudent. Heureusement, l'effort collectif consacré au rétablissement de la confiance après l'épidémie du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) a semblé porter fruit, les arrivées en provenance de la plupart des marchés outre-mer du Canada surpassant les attentes en 2004. Malgré l'appréciation rapide du dollar canadien qui a incité davantage de Canadiens à voyager à l'étranger, l'industrie canadienne des voyages intérieurs a réussi à se défendre. Cependant, du point de vue de l'industrie, la reprise des voyages en provenance des États-Unis n'a pas été aussi forte que prévu.

La faiblesse de la reprise sur le marché américain des voyages est imputable en partie à l'élection de 2004, à la dépréciation du dollar américain, aux prix élevés de l'essence qui ont nui aux voyages en auto au Canada et à la concrétisation de la demande refoulée des voyageurs américains en matière de voyages outre-mer, laquelle s'était accumulée pendant les trois années précédentes.

L'industrie canadienne du tourisme a pourtant profité en 2004 de la demande refoulée de voyages au Canada. Cependant, cette demande s'est en grande partie épuisée, de sorte que l'industrie devra maintenant se reporter sur les facteurs traditionnels, y compris économiques, pour 2005. Le marketing demeure important parmi ces facteurs, bien que les moyens de communiquer efficacement des messages deviennent moins traditionnels. L'augmentation des achats de voyages par Internet et la satisfaction croissante des consommateurs à cet égard indiquent qu'il s'agit là d'une tendance dont il faut tenir compte.

Nouvelles tendances et questions d'actualité

Le marché des voyages en ligne actuel n'est que la pointe de l'iceberg

Même si les médias ont récemment indiqué que le marché des voyages en ligne commence à se refroidir, les réservations de voyages en ligne continuent d'augmenter constamment, surtout au Canada. À mesure que le marché progresse, les consommateurs deviennent des internautes de plus en plus raffinés et se sentent bien plus à l'aise d'acheter des produits de voyages en ligne. Les réservations de voyages par Internet ont connu une croissance fulgurante depuis quelques années, mais il y a des signes clairs que le marché des voyages en ligne d'aujourd'hui n'est encore que la pointe de l'iceberg.

Une récente édition de l'enquête du Conference Board du Canada sur les intentions de voyage a démontré que 40 % des Canadiens prévoient prendre des vacances d'hiver cette année, et 63 % des vacanciers affirment qu'ils obtiendront en ligne l'information voulue pour leurs voyages d'hiver. C'est une hausse par rapport aux 36 % et 62 % de septembre 2003. La croissance de l'utilisation d'Internet aux fins de recherches pour les vacances semble avoir quelque peu plafonné, mais le nombre de voyageurs disposés à réserver en ligne des éléments de leurs voyages continue de progresser.

De fait, il semble y avoir en la matière un important potentiel inexploité dans le marché canadien. Selon Statistique Canada, l'augmentation globale de l'utilisation d'Internet plafonne bel et bien, n'ayant augmenté que de 5 % de 2002 à 2003. Cependant, les transactions de commerce électronique ont bondi de 20 % durant la même période, entraînant une poussée de 25 % dans les dépenses en ligne; les ventes en ligne ont ainsi dépassé les 3 milliards de dollars. Statistique Canada estime que 7,9 millions de ménages canadiens - c'est-à-dire 65 % de tous les ménages - ont utilisé Internet régulièrement l'an dernier, mais que seulement 26 % ont acheté des biens ou des services en ligne, ce qui laisse énormément de possibilités d'expansion du cybercommerce au Canada.

Des signes de plus en plus évidents de relance

L'accès à haute vitesse à Internet - qui pour la plupart des consommateurs est un élément nécessaire aux achats en ligne - continue aussi de se répandre rapidement. En 2003, les connexions à haute vitesse représentaient presque deux tiers (65 %) des connexions Internet au Canada, contre 56 % un an plus tôt et 35 % en 2002. Cette évolution a indiscutablement aidé à stimuler la forte progression des achats en ligne : Statistique Canada estime que la plus grande partie (72 %) des transactions de cybercommerce de l'an dernier ont été bouclées par l'entremise d'un accès à haute vitesse.

Les produits touristiques dominent le palmarès des dépenses en ligne aux États-Unis

Fait intéressant, les réservations de voyages ne sont que le deuxième type d'achats en ligne le plus en vogue en Canada, derrière les publications (livres, magazines et journaux). Aux États-Unis, de loin le plus grand marché de cybercommerce au monde, les voyages occupent la première place. Selon comScore Networks, une entreprise de recherche sur les marchés en ligne, les voyages représentent maintenant presque la moitié de toutes les dépenses en ligne aux États-Unis, contre environ un tiers en 2001.

De fait, d'après la Travel Industry Association of America (TIA), 56 % des adultes américains - 120 millions d'Américains - utilisent Internet, et la grande majorité d'entre eux (83 %) sont des voyageurs. Alors qu'aux États-Unis, la hausse de l'utilisation d'Internet pour faire des recherches en vue de voyages a plafonné il y a deux ans, la croissance des réservations en ligne demeure constante. En 2004, 31 % des voyageurs américains indiquent avoir réservé leurs voyages en ligne, contre 29 % en 2003 et 27 % en 2002.

Par ailleurs, l'adoption de l'accès Internet à haute vitesse continue de monter en flèche aux États-Unis, selon Nielsen//NetRatings. En juillet 2004, 51 % des connexions Internet y étaient à haute vitesse (ou à large bande), par rapport aux 38 % de juillet 2003. Entre le quatrième trimestre de 2003 et le troisième trimestre de 2004, l'accès à large bande aux États-Unis a augmenté d'un mirobolant 2 millions d'abonnements par trimestre. En 2005, cette progression devrait se poursuivre à un rythme semblable, soit en moyenne de 1,75 million d'abonnements par trimestre.

Toutes ces statistiques reviennent à un fait important pour les fournisseurs touristiques canadiens : le marché des voyages en ligne continue de grandir, offrant un énorme potentiel de revenus qu'il reste à exploiter. En fait, il y a d'abondantes indications que la croissance des achats de voyages en ligne sera importante pendant des années. JupiterResearch a récemment prédit qu'en 2004, les achats de voyages en ligne s'élèveront aux États-Unis à 54 milliards de dollars américains, contre 46 milliards en 2003, et représenteront 23 % du marché américain. D'ici 2009, ce segment de marché devrait grimper à 91 milliards de dollars américains et un tiers du marché total.

La devise des consommateurs : « Mieux vaut magasiner »

Depuis quelques années, il est ressorti clairement que les consommateurs achetant des voyages en ligne sont surtout motivés par le prix et sont moins loyaux que jamais aux marques. Alors qu'ils préfèrent faire le tour du marché pour s'assurer de trouver la meilleure affaire possible, nombreux sont ceux qui peuvent être séduits par des garanties du meilleur prix. En moyenne, les voyageurs feront des recherches sur deux ou trois sites Web pour trouver la meilleure offre, selon le Consumer Survey Report de JupiterResearch. Cependant, si le prix du site d'un fournisseur est égal à celui du site d'un tiers, le consommateur est plus susceptible de faire sa réservation dans le site du fournisseur. Le rapport signale aussi que les consommateurs américains ne sont pas aussi réceptifs aux produits de voyage forfaitisés (forfaits dynamiques) parce qu'ils croient pouvoir obtenir une meilleure affaire en achetant les composantes séparément.

Selon la plus récente édition du National Travel Monitor de Yesawich, Pepperdine, Brown & Russell, les consommateurs recherchent surtout trois choses précises dans un site Web consacré aux voyages : la possibilité de trouver les tarifs les plus bas; un délai de grâce permettant l'annulation sans pénalité; et l'affichage simultané des tarifs et conditions de fournisseurs concurrents. Les sites Web devraient aussi communiquer clairement aux consommateurs leurs mesures de sécurité Internet, car la protection de l'information sur les cartes de crédit est de loin la première préoccupation des consommateurs face aux achats de voyages en ligne.

Des signes de plus en plus évidents de relance

Alors que l'environnement des voyages en ligne demeure intensément concurrentiel, les fournisseurs touristiques deviennent de plus en plus avisés en matière de distribution en ligne. Certains ont négocié des conditions beaucoup plus équitables dans leurs partenariats avec des agences de voyages en ligne et d'autres ont adopté une politique radicale, insistant que toutes les réservations en ligne soient faites directement dans leurs propres sites Web. De toute évidence, les entreprises doivent déterminer quelles stratégies leur conviennent le mieux en la matière. Cependant, les entreprises qui connaîtront le succès seront certainement celles qui reconnaissent le potentiel de croissance de ce marché et qui conçoivent leurs sites Web de façon à combler les besoins du nombre sans cesse croissant de voyageurs qui font leurs réservations sur le Web.

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

Voyageurs d'affaires

Le contexte nord-américain des voyages d'affaires a été très encourageant ces six derniers mois et pourrait retrouver les niveaux d'avant les attentats terroristes du 11 septembre 2001, selon Carlson Wagonlit Travel. D'après l'enquête Business Travel Barometer de l'agence, 34 % des voyageurs d'affaires canadiens et américains interviewés prévoient faire davantage de voyages d'affaires en 2005. En outre, plus de 60 % des gestionnaires de voyages prévoient que les dépenses de voyage de leurs entreprises augmenteront cette année.

Une tendance haussière se manifeste aussi dans les dépenses que consacrent les entreprises aux événements spéciaux, selon un sondage réalisé par le magazine Special Events. Parmi les responsables d'entreprises interviewés, 38 % affirment que leur budget événements spéciaux a augmenté en 2004 et 33 %, qu'il est demeuré au même niveau qu'en 2003; seulement 19 % ont fait état d'une diminution. Pour l'avenir, 37 % des répondants prévoient que leur budget 2005 augmentera et 43 %, qu'il demeurera au même niveau. La plupart des répondants (68 %) croient que leur organisation organisera le même nombre d'événements en 2005 et 28 % prévoient que le nombre augmentera.

Un optimisme semblable se retrouve parmi les membres de la Trade Show Exhibitors Association (TSEA), selon un récent article du magazine Corporate Meetings & Incentives. Dans l'enquête Exhibit Management Survey menée auprès des membres de la TSEA, 35 % des répondants croient que l'assistance aux événements a retrouvé les niveaux de 2000 tandis que 23 % prévoient que le rétablissement se fera d'ici juin 2005. Seulement 5 % des répondants pensent que l'industrie ne retrouvera pas les niveaux de 2000; 29 % affirment ne pas savoir. Par ailleurs, 81 % des répondants ont confiance que le rendement de leur investissement dans les salons commerciaux a augmenté en 2004 par rapport à l'année précédente.

Un récent sondage auprès des planificateurs de réunions américains indique qu'une majorité d'entre eux croient que le nombre de réunions s'est stabilisé et sont de plus en plus convaincus que les délais de réservation et les budgets augmenteront. Dans le rapport Trends in the Hotel Industry de PKF Consulting, environ trois quarts des planificateurs interviewés affirment que leur budget 2004 a soit augmenté (38 %) ou est demeuré inchangé (45,4 %) par rapport à 2003. En 2005, 45,4 % des répondants prévoient que leurs budgets augmenteront encore et 48,4 %, qu'ils demeureront au même niveau. Le sondage révèle aussi que les délais de réservation continuent de s'allonger, atteignant 23,4 mois en 2004 contre 21,6 mois en 2003.

Les voyages d'affaires aux États-Unis devraient connaître une augmentation de 4 % sur l'ensemble de 2004, ce qui sera la première augmentation depuis 2000, selon les plus récentes prévisions annuelles de la TIA. En 2005, une croissance supplémentaire de 3,6 % est prévue. La TIA a affirmé que le renforcement de l'économie américaine et l'assouplissement des restrictions imposées par les entreprises aux voyages sont les deux principaux stimulants de la croissance dans les voyages d'affaires.

Selon les plus récentes prévisions saisonnières de la TIA, le nombre de voyages d'affaires devrait augmenter de 3 % cet hiver (décembre 2004 à février 2005). Alors que les voyages d'affaires maintiennent leur tendance à la hausse depuis leurs niveaux déprimés de 2001 et 2002, le nombre absolu de voyages d'affaires aux États-Unis devrait demeurer cet hiver environ 20 % plus faible qu'à la même période en 2000.

Des signes de plus en plus évidents de relance

La TIA a aussi indiqué que la National Federation of Independent Business a récemment vu son indice de confiance des petites entreprises (Small Business Optimism Index) atteindre son plus haut niveau depuis 1983. Lors du sondage de novembre, cet indice a progressé de presque 4 points à 107,7, principalement grâce à des ventes plus vigoureuses et aux attentes quant à une relance de la croissance économique.

Entre-temps, une récente étude sur les habitudes d'achat en ligne de voyageurs d'affaires révèle une préférence pour l'expérience en ligne offerte par les sites Web des fournisseurs - malgré des visites plus fréquentes auprès d'agences de voyages en ligne. Selon une enquête de Keynote Systems, davantage de voyageurs d'affaires (40 %) voulant faire des réservations en ligne commencent par consulter une agence en ligne précise (Expedia arrivant en tête), bien qu'ils soient nombreux à faire ensuite leurs réservations sur les sites Web des transporteurs aériens, des hôtels ou des entreprises de location d'autos. Ils sont 20 % à débiter leurs recherches dans un site de fournisseur et 20 % aussi, dans des sites de recherche. D'après Keynote, les voyageurs d'affaires sont plus satisfaits des sites des fournisseurs parce qu'ils offrent davantage de services et d'options.

Un autre sondage récent indique qu'une majorité des voyageurs d'affaires américains réservent leurs voyages en ligne mais ont toujours besoin des services d'agents de voyages en chair et en os pour les aider à gérer leurs réservations. Selon une enquête réalisée pour Travelport Corporate Solutions, 52 % des voyageurs d'affaires américains interviewés réservent maintenant leurs voyages d'affaires en ligne, quoique moins d'un tiers d'entre eux (29 %) modifient leurs réservations en ligne. Les répondants préfèrent parler à un agent de voyages pour des activités telles que la confirmation de leurs réservations en ligne, la mise à jour de leurs itinéraires (surtout lorsqu'ils sont en route) et le traitement de certaines exigences auxquelles les systèmes de réservation en ligne ne peuvent répondre.

Voyageurs d'agrément

Les consommateurs canadiens sont demeurés optimistes à l'approche de la saison de voyages d'hiver, selon l'indice de confiance des consommateurs de décembre 2004 du Conference Board du Canada. Les Canadiens croient que les perspectives de la croissance économique et de l'emploi demeureront positives au cours des six prochains mois, bien qu'une augmentation des taux d'intérêt a convaincu davantage de Canadiens qu'il est temps maintenant de faire des achats importants. Cependant, vu la stagnation de la croissance économique en octobre et novembre 2004, les augmentations des taux d'intérêt attendront vraisemblablement quelques mois.

Entre-temps, selon un sondage réalisé avant Noël par Expedia.ca / Ipsos-Reid, 70 % des Canadiens prévoyaient faire un voyage pendant la saison des Fêtes, contre 54 % un an plus tôt. Parmi ceux prévoyant un voyage, 38 % avaient l'intention de demeurer au Canada; 20 %, de se rendre aux États-Unis; et les autres 42 %, d'aller dans d'autres pays. Les résultats du sondage indiquent aussi que l'appréciation du dollar canadien a incité presque la moitié des répondants (46 %) à faire un voyage à l'étranger, soit à Noël ou au courant de 2005.

Le nombre de Canadiens se rendant dans des centres de ski continue de monter, selon le Conseil canadien du ski. L'hiver 2003-2004, les centres de ski canadiens ont enregistré un nombre record de visites, soit 19,5 millions, malgré une diminution du nombre de visiteurs étrangers, y compris américains. La Colombie-Britannique a connu la plus forte augmentation, progressant de 10,3 % par rapport à la saison précédente; en Alberta, l'augmentation était de 3 %; et dans le Canada atlantique, de 8,6 % grâce entre autres à un nouveau centre de ski en Nouvelle-Écosse. Les centres de ski du Canada central ont connu une diminution du nombre de visites, en partie à cause de conditions d'enneigement guère idéales. Dans l'ensemble, la tendance annuelle est à la hausse depuis 1996.

En ce qui concerne l'été 2005, les perspectives des voyages au Canada semblent très stables, selon l'édition de décembre 2004 de l'enquête sur les intentions de voyage de l'Institut canadien de recherche sur le tourisme. Au total, 69 % des Canadiens interviewés ont indiqué prévoir un voyage d'été cette année. C'est un peu moins qu'en décembre 2003 (73 %), mais les résultats de l'an dernier bénéficiaient de la demande refoulée de voyages à la suite de l'épidémie de SRAS. Les intentions de voyage au pays semblent être environ au même niveau que l'an dernier : 66 % de ceux qui prévoient un voyage d'été affirment qu'ils choisiront une destination canadienne. Les projets de voyages aux États-Unis sont légèrement en hausse par rapport en 2003 (16 % contre 14 %); les projets de voyages vers d'autres destinations internationales demeurent environ au même niveau (17 %).

Des signes de plus en plus évidents de relance

Aux États-Unis, les voyageurs d'agrément restent également enthousiastes. L'American Automobile Association (AAA) prévoyait qu'un nombre record d'Américains feraient un voyage (de 50 milles ou plus) pendant la période de vacances entre Noël et le Nouvel An. À la faveur des perspectives économiques favorables et de la plus grande sécurité des voyages, le nombre total de voyages augmenterait de 3 % par rapport à la même période en 2003. L'AAA prévoyait que comme Noël et le Jour de l'An tombaient tous deux en fin de semaine, davantage d'Américains feraient des escapades de fin de semaine. Les voyages en auto devaient augmenter de 2,9 % par rapport à l'année précédente; les voyages en avion, de 3,5 %; et les voyages par d'autres moyens de transport (p. ex., train, autobus), de 5 %.

Les voyageurs américains préoyaient par ailleurs dépenser davantage pour les voyages de la période des Fêtes, selon un récent sondage du Maritz Research Hospitality Group. Cette enquête indique que pendant cette période, les voyageurs dépenseraient 25 % de plus en 2004 qu'ils ne l'avaient fait en 2003. Maritz attribue cette augmentation à une progression de 10 % dans les voyages en avion par rapport à son enquête de l'année précédente, ainsi qu'à une prolongation des séjours en hôtel (à des tarifs plus élevés) et aux sorties dans les restaurants. Selon Maritz, les voyageurs avaient cette année davantage d'argent à leur disposition pour Noël que l'année précédente.

Le nombre de voyages aux États-Unis devrait continuer d'augmenter tout au long de l'hiver, d'après les plus récentes prévisions saisonnières de la TIA. Au total, les voyages d'agrément augmenteraient de 2,5 % entre décembre 2004 et février 2005. La TIA signale que le nombre de voyages d'agrément a augmenté constamment depuis quatre ans et est maintenant 11 % plus élevé qu'en 2000. Des perspectives économiques positives favoriseront la confiance des consommateurs américains, garantissant selon la TIA que les voyages demeurent en bonne place sur la liste d'activités à faire des Américains. La TIA prévoit aussi que les voyages d'agrément aux États-Unis augmenteront de 2,9 % en 2004 et encore de 2 % en 2005.

Les Américains sont en train de donner libre cours à leur demande refoulée de voyages outre-mer, d'après un récent article de CNN.com. La Commission européenne de tourisme estime que le nombre de visites des Américains en Europe a augmenté de 20 % en 2004 par rapport à 2003, atteignant presque le niveau record de 2000. Par ailleurs, les Américains voyagent vers des destinations européennes plus exotiques et démontrent un plus grand intérêt envers l'histoire et la culture du continent.

L'article mentionne aussi que les Américains semblent plus intéressés à des activités relevant de l'aventure douce pendant leurs vacances, comme des excursions familiales de descente en eau vive. Des dirigeants d'AAA Travel et du magazine Outside signalent que ces voyageurs recherchent des activités plus stimulantes et intéressantes le jour, mais tiennent à retrouver un hébergement confortable le soir.

Les plus récentes statistiques de Nielsen//NetRatings indiquent que 68 millions d'Américains (46 % de tous les internautes américains) ont visité des sites consacrés aux voyages en novembre 2004 - 13 % de plus qu'au même mois en 2003. MapQuest était le site le plus visité, ayant été consulté par environ 31 millions d'internautes, suivi d'Expedia (14 millions), de Travelocity (11 millions), d'Orbitz (presque 11 millions) et Southwest Airlines (7 millions).

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

Transporteurs aériens - Canada

Juste avant Noël, l'Administration aéroportuaire du Grand Toronto (AAGT) a indiqué que le trafic passagers à l'aéroport Pearson, la plus grande plaque tournante du Canada, augmenterait fortement pendant la période des vacances de Noël. Malheureusement, le 23 décembre, une tempête hivernale a sévi dans le sud de l'Ontario et retardé des centaines de vols internationaux et intérieurs au plus fort de la période des voyages. Si Air Canada a enregistré un grand nombre d'annulations et de délais touchant des liaisons partout au pays, c'est surtout Jetsgo qui a souffert de la tempête. Le transporteur à bas prix a dû annuler plus de 30 vols la veille de Noël, ce qui a touché environ 3 000 passagers.

Des signes de plus en plus évidents de relance

En décembre 2004, les passagers-milles payants (PMP) d'Air Canada ont augmenté de 1 % par rapport à un an plus tôt. Le trafic passagers est demeuré pratiquement au niveau de 2003 (hausse de 0,4 %) sur les routes intérieures, tandis qu'il a augmenté de 5,1 % sur les routes de l'Atlantique. En revanche, il a baissé de 8,2 % sur les routes transfrontalières vers les États-Unis et de 3,1 % sur les liaisons internationales du Pacifique. Le transporteur a baissé sa capacité de 3,3 %, ce qui lui a permis d'enregistrer son neuvième mois consécutif de coefficients de remplissage records d'une année à l'autre (en hausse de 3,2 points de pourcentage, à 75,2 %).

Air Canada a directement profité du resserrement des règles en matière de visas et de sécurité imposé par le gouvernement américain, selon un récent article du Financial Times. Le transporteur a indiqué qu'un nombre record de voyageurs d'outre-mer en route vers l'Amérique du Sud choisissent de transiter par Toronto, Vancouver et Montréal plutôt que par des villes américaines, afin d'éviter les complications associées à la sécurité aux États-Unis. Cette tendance a aidé à tripler le trafic passagers du transporteur vers l'Amérique du Sud en 2004 par rapport à un an plus tôt. L'augmentation du nombre de voyages entre le Japon et le Brésil explique en grande partie cette progression.

Les résultats de WestJet se sont rétablis en décembre après avoir souffert un dur coup le mois précédent lorsque des problèmes informatiques ont entraîné une chute des réservations en ligne. À contre-courant de la tendance de l'industrie à la réduction (ou l'élimination) des commissions aux agents de voyages, WestJet les a plutôt augmentées en novembre, de 5 % à 9 %, pour les réservations faites par l'entremise du Système mondial de distribution (SMD). Le transporteur a aussi harmonisé son propre système de réservations, de sorte que les agents gagnent maintenant aussi une commission de 9 % sur les réservations faites dans son site Web.

Tableau 1. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs aériens - décembre 2004

Transporteur aérien	PMP (millions) décembre 2004	PMP 2004 - 2003	Capacité 2004 - 2003
Air Canada - exploitation principale (y compris Jetz)	3 1639	+1,0 %	-3,3 %
Air Canada Régional (Jazz)	137	+6,2 %	+4,9 %
WestJet	641	+34,5 %	+32,4 %

L'AAGT a publié en décembre 2004 son tarif 2005 prévoyant une augmentation de 17 % par rapport à 2004 des droits d'atterrissage à la principale plaque tournante canadienne des transports aériens. L'augmentation a été sévèrement critiquée par l'industrie des transports aériens compte tenu de ses difficultés financières récentes, mais l'AAGT a insisté qu'elle doit récupérer certains des coûts de sa nouvelle aérogare. Selon l'Association du transport aérien du Canada, Pearson est maintenant le cinquième aéroport le plus dispendieux au monde pour ce qui est des droits imposés aux transporteurs aériens.

Pour aggraver le problème, Canadian Travel Press rapporte que le gouvernement fédéral a augmenté de 6,5 % le 1er janvier 2005 les loyers aux aéroports canadiens lui appartenant. Depuis le 11 septembre 2001, les loyers aux aéroports ont augmenté de 25 %.

La plus récente étude sur l'indice mondial de satisfaction envers les aéroports, réalisée par J.D. Power and Associates, a classé l'aéroport international de Calgary en première place à égalité avec celui de San Antonio en tant que meilleur petit aéroport au monde. Le sondage mesure la satisfaction générale des passagers à l'égard des aéroports du monde entier. Selon les résultats, Calgary est au sommet de sa catégorie (aéroports desservant moins de 10 millions de passagers par année). Son aéroport a reçu des louanges pour les installations et les commerces de détail de ses aérogares ainsi que pour son utilisation judicieuse de l'espace. Vancouver et Toronto figurent dans la catégorie intermédiaire (aéroports desservant entre 10 et 30 millions de passagers par année) et se sont classés respectivement au-dessus et en dessous de la moyenne.

*Des signes de plus en plus évidents de relance***Transporteurs aériens - États-Unis**

En abordant 2005, il semble que l'industrie américaine des transports aériens connaît autant de difficultés financières qu'un an plus tôt, sans que l'on voie le bout du tunnel. Parmi les grands transporteurs américains, United, US Airways et ATA Airlines demeurent sous le régime de protection contre les créanciers du Chapitre 11 alors que d'autres font tout pour éviter le même sort en réduisant leurs frais d'exploitation et en rehaussant leur efficacité interne. Tous les grands transporteurs intensifient leurs efforts en vue de réduire leurs frais de main-d'œuvre, ce qui entraîne des conflits de travail et mine le moral de leur personnel et, par conséquent, la satisfaction des clients. Le seul aspect positif dans cette conjoncture en détérioration est l'augmentation des voyages outre-mer, qui fait grimper le trafic sur les lucratives liaisons internationales.

En décembre 2004, presque tous les transporteurs ont fait état d'augmentations du trafic passagers par rapport à décembre 2003. Cependant, les tarifs éternellement bas ont empêché plusieurs d'entre eux de profiter de la demande en hausse pendant la période des Fêtes. Par surcroît, des tempêtes hivernales ont touché les États du Midwest la fin de semaine de Noël (la même perturbation que dans le sud de l'Ontario), entraînant des retards ou des annulations de centaines de vols. En outre, des pénuries de personnel inattendues ont encore perturbé davantage les opérations de US Airways et une panne informatique a contraint Comair (filiale régionale de Delta) à suspendre ses activités le jour de Noël, laissant des milliers de passagers en plan. Le département des Transports des États-Unis a ouvert une enquête sur les deux transporteurs, pour déterminer si la réglementation sur la protection des consommateurs avait été enfreinte durant ce fiasco.

En janvier 2005, Delta Airlines a adopté un nouveau tarif intérieur appelé SimpliFares. Le transporteur a ainsi réduit ses prix - dans certains cas de 50 %, simplifié son système tarifaire et éliminé certaines des conditions rattachées aux billets. Les changements, qui profiteront surtout à ses clients voyageurs d'affaires, font que sa structure de prix ressemble davantage à celle d'un transporteur à bas prix. Les prix réduits vont faire monter d'un cran la concurrence sur le marché américain puisque les autres transporteurs devront à leur tour baisser leurs prix sur les routes où ils sont en concurrence.

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

Transporteur aérien	PMP, décembre 2004 - décembre 2003	Capacité, décembre 2004 - décembre 2003
Alaska Airlines	+8,6 %	+4,2 %
American Airlines	+6,1 %	+4,9 %
America West Airlines	+8,3 %	+7,3 %
AirTran Airways	+27,9 %	+28,2 %
ATA Airlines	-11,0 %	-12,4 %
Continental Airlines	+7,8 %	+7,5 %
Delta Air Lines	+5,4 %	+6,2 %
JetBlue Airways	+34,1 %	+34,4 %
Northwest Airlines	+7,7 %	+7,6 %
Southwest Airlines	+10,3 %	+12,2 %
United Airlines	+2,3 %	+3,2 %
US Airways	-2,8 %	+0,2 %

En novembre 2004, la situation financière de Delta s'est nettement améliorée lorsque le syndicat de ses pilotes a enfin signé une nouvelle entente salariale comprenant une réduction de 32,5 % en échange d'options d'achat d'actions. Les réductions de salaire permettront au transporteur d'économiser 1 milliard de dollars en frais d'exploitation. Delta prévoit toujours éliminer 6 900 emplois - 10 % de son effectif - au cours des 18 prochains mois.

Des signes de plus en plus évidents de relance

Pour US Airways, les perspectives demeurent sombres. Le transporteur a conclu avec le syndicat de ses agents de bord un accord qui lui permettra de réduire ses frais de main-d'œuvre de 94 millions de dollars américains, mais ce progrès a été éclipsé par le cauchemar auquel il a été confronté la fin de semaine de Noël. Le mauvais temps et l'absentéisme inhabituellement élevé parmi ses agents de bord et ses bagagistes l'ont contraint à annuler presque 500 vols et causé un énorme retard touchant 10 000 bagages. Le transporteur a demandé à ses employés de se porter volontaires la fin de semaine du Nouvel An pour aider à régler le problème des bagages et accueillir les passagers de sorte que le surcroît de trafic attendu puisse être géré plus efficacement.

United Airlines a prévenu qu'il était passé dangereusement près de la liquidation en raison de coûts de main-d'œuvre qui demeurent obstinément élevés. Le transporteur a affirmé qu'il devait encore réduire ces coûts de 725 millions de dollars américains, au-delà des économies de 2,6 milliards déjà réalisées depuis qu'il est passé sous le régime de protection contre les créanciers.

Pour tenter de stimuler la confiance des consommateurs envers les voyages en avion, le gouvernement américain a prorogé une loi protégeant les passagers en cas de faillite d'un transporteur. Cette loi prévoit que les transporteurs exploitant la même route qu'un transporteur en faillite doivent honorer les billets du transporteur failli, en imposant un prix maximum de 25 \$US par trajet. Cette loi devait expirer en novembre 2004, mais un projet de loi adopté par le Congrès en prolonge l'application d'un an.

L'aéroport O'Hare de Chicago demeure le plus achalandé au monde pour ce qui est du nombre de vols, selon le U.S. Bureau of Transportation Statistics. Il a desservi 992 471 vols en 2004, 6,6 % de plus qu'en 2003, mais il s'est mal classé au chapitre des arrivées et départs à l'heure. L'aéroport Hartsfield-Jackson d'Atlanta est le deuxième aéroport le plus achalandé et l'aéroport Dallas-Fort Worth est le troisième.

Hôtels - Canada

En ce début de nouvelle année, l'industrie hôtelière canadienne semble plus optimiste qu'elle ne l'a été depuis longtemps. À l'automne 2004, elle a enregistré des gains supplémentaires dans l'occupation, les tarifs quotidiens et les recettes, surtout par suite d'une augmentation des voyages d'affaires. De nombreuses entreprises d'hébergement connaissent un rétablissement après les fortes pertes encourues en 2003, malgré une reprise plus faible que prévu sur le marché américain. La rentabilité de l'industrie, qui était anémique en 2003, s'est considérablement renforcée en 2004 et paraît se destiner à un rétablissement cette année.

Le revenu par chambre disponible (RCD) a dans l'ensemble augmenté de 4,5 % en octobre 2004 par rapport au même mois de 2003, selon le plus récent National Market Report de PKF Consulting. Des gains ont été constatés dans la plupart des régions du Canada, notamment en Alberta (hausse de 10 %). À l'échelle nationale, les taux d'occupation ont progressé de 1,3 point de pourcentage à 65,1 %; les taux quotidiens moyens ont augmenté de 2,5 % à 114,37 \$.

PKF a effectué auprès des grandes entreprises hôtelières canadiennes un sondage qui a révélé un optimisme croissant quant aux perspectives de l'industrie canadienne de l'hébergement. Une majorité des répondants (60 %) croient que le RCD augmentera de 2 % à 5 % en 2005, tandis que 30 % estiment que l'augmentation dépassera 5 %. La plupart des répondants prévoient que leur rentabilité progressera de plus de 5 % en 2005 et presque tous (90 %) affirment planifier l'acquisition de nouvelles propriétés cette année.

Un récent sondage de l'Association des hôtels du Grand Toronto (GTHA) a révélé que les hôtels de Toronto et ses environs se sont maintenant rétablis après avoir sérieusement souffert de l'épidémie de SRAS en 2003. Les membres de l'association font état de taux d'occupation supérieurs à ceux de 2001. Les répondants ont indiqué que le taux d'occupation pour la période de janvier à septembre 2004 était de 70,71 %, contre 60,33 % en 2003 et 69,27 % en 2001. La GTHA note également que l'emploi dans les hôtels de la région semble être revenu à son niveau normal.

*Des signes de plus en plus évidents de relance***Hôtels - États-Unis**

La reprise actuelle dans l'industrie américaine de l'hébergement n'a montré aucun signe de faiblesse pendant les derniers mois de 2004 : les recettes, les tarifs et les taux d'occupation ont tous continué d'augmenter. La dépréciation du dollar américain et la demande refoulée de voyages aux États-Unis aident à attirer davantage de visiteurs d'outre-mer, tandis que la demande intérieure de la part des voyageurs d'affaires continue de se renforcer. Ces deux tendances rehaussent la rentabilité de l'industrie. Les analystes prévoient que la tendance haussière de la demande et des recettes se poursuivra en 2005, peut-être jusqu'à des niveaux qui ne s'étaient plus vus depuis la fin des années 1990. Il faudra toutefois un peu plus longtemps pour que la rentabilité se rétablisse.

Les niveaux nationaux moyens du RCD ont augmenté de 7,1 % en novembre 2004 par rapport à l'année précédente, atteignant 47,90 \$US, d'après les plus récentes données de Smith Travel Research (STR). Le taux d'occupation a augmenté en moyenne de 1,6 point de pourcentage à 56,3 %, et les tarifs quotidiens moyens, de 4,2 %, à 85,00 \$US.

PKF Hospitality Research et Torto Wheaton Research prévoient que dans les 50 plus grands marchés hôteliers des États-Unis, les prix des chambres augmenteront de 3,7 % sur l'ensemble de 2004 et encore de 4,7 % en 2005. Dans leur récent rapport Winter 2005 Hotel Outlook, ils indiquent qu'une demande plus vigoureuse et de plus saines pratiques concernant les prix en ligne aident les hôtels à réaliser de solides gains dans les tarifs quotidiens. La ville de New York devrait connaître les plus fortes augmentations de tarif - soit 9,3 % en 2004 et non moins de 13,7 % en 2005 - grâce à l'envol des taux d'occupation. Le rapport signale aussi qu'entre 2000 et 2003, le prix des chambres avait baissé de 6,4 % dans ces marchés, ce qui avait contribué à une baisse de 36 % des bénéfices.

Fitch Ratings, une entreprise mondiale d'évaluation du crédit, a également présenté des perspectives optimistes. Elle affirme que la reprise des voyages d'affaires qui est apparue en 2004 continuera de faire monter l'occupation et les tarifs quotidiens moyens, ce qui assurera un redressement inexorable des bénéfices des hôtels pendant quelques années. En 2005 et 2006, la croissance de la demande devrait continuer d'excéder celle de l'offre, prolongeant le déséquilibre offre-demande qui permettra aux prix de continuer d'augmenter. Fitch signale en outre que l'augmentation des visites internationales aux États-Unis, favorisée par des taux de change plus favorables (en raison du dollar américain plus faible), jouera aussi un rôle dans le redressement financier de l'industrie américaine de l'hébergement.

Hilton Hotels Corp. a récemment indiqué qu'en octobre 2004, pour la première fois, le total mensuel de réservations enregistrées sur son propre site Web a surpassé celui de son centre d'appels. Bien que les réservations sur Internet ne représentent que 13 % des réservations de Hilton, les transactions en ligne de ce mois ont augmenté de 30 % par rapport au même mois de 2003. Pendant ce temps, les transactions bouclées par l'entremise de sites Web de tiers, comme Expedia, ont baissé de 3 % et ne représentaient que 2,5 % de ses réservations.

Agents de voyages

Les tarifs des vols intérieurs au Canada ont progressé en novembre 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. Le prix moyen d'un billet d'avion intérieur a augmenté de 5 % par rapport à novembre 2003. Le prix des billets entre le Canada et les États-Unis a par contre baissé de 12 % sur la même période, et celui des billets vers d'autres destinations internationales (autres qu'aux États-Unis) a baissé de 8 %.

Selon l'Air Transport Association, le rendement des passagers (prix payé par mille de vol) sur les vols intérieurs aux États-Unis a baissé de 5,6 % en novembre 2004 par rapport à un an plus tôt. En revanche, les tarifs des routes de l'Atlantique et de l'Amérique latine sont demeurés comparables à l'année précédente, et ceux des routes du Pacifique ont augmenté de 5,9 %.

American Express signale que le tarif moyen payé par ses clients voyageurs d'affaires au troisième trimestre de 2004 a baissé aux plus bas niveaux enregistrés en cinq ans d'observation. Le prix moyen d'un aller simple était de 217 \$US, 11 % de moins qu'un an plus tôt et 16 % de moins qu'en 2001. American Express a par la suite annoncé son intention d'éliminer 2 000 emplois dans le cadre d'une restructuration qui touchera surtout ses activités dans le secteur des voyages d'affaires.

Des signes de plus en plus évidents de relance

De nombreux membres de l'industrie américaine des voyages signalent que leurs activités se sont rétablies aux niveaux d'avant le 11 septembre 2001, selon l'enquête annuelle Travel Business Status Survey de la TIA. Plus de deux tiers des répondants ont affirmé que les voyages d'affaires soit étaient revenus à la normale (38 %), soit dépassaient la normale (31 %) par rapport la situation précédant les attentats terroristes du 11 septembre. La plupart des répondants (78 %) ont indiqué une augmentation du nombre de visiteurs ou de clients en 2004 par rapport à l'année précédente, et ils sont encore plus nombreux (82 %) à prévoir des augmentations supplémentaires en 2005. Les trois principales tendances de 2004, selon les répondants, sont les demandes d'information en ligne (citée par 82 % des répondants), les réservations en ligne (67 %) et les réservations faites dans les deux semaines précédant le voyage (63 %).

Les professionnels du voyage interviewés pour l'enquête Travel Experts Survey réalisée par MLT Vacations ont abondé dans le même sens. Ils ont indiqué « un intérêt nettement renouvelé envers les voyages » pour 2005, citant les lieux de villégiature « tout compris » et les voyages en famille comme les deux types de vacances les plus demandés. Le sondage a aussi révélé que les billets d'entrée le plus souvent ajoutés aux forfaits de vacances étaient ceux de parcs thématiques et d'excursions axées sur l'aventure et sur l'histoire, dans cet ordre.

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 3,2 % en décembre 2004 par rapport à un an plus tôt. Le trafic en première classe et en classe affaires s'est bien redressé, progressant de 6,8 % contre 2,7 % dans les classes économiques. Dans le même mois toutefois, BA indique que le volume sur les routes vers les Amériques a baissé de 1,7 % par rapport à un an plus tôt. Le transporteur l'explique par le nombre inhabituellement élevé de passagers l'année précédente, lorsque des soldes de sièges avaient été offerts. Une dépêche de Reuters a indiqué que le nombre de passagers s'est constamment amélioré depuis la baisse de l'an dernier, bien que la concurrence des transporteurs à bas prix (sur les routes court-courriers) et des transporteurs américains (sur les routes long-courriers) fait que les tarifs demeurent faibles.

Dans l'ensemble, au Royaume-Uni, le nombre de vols a augmenté de 4,9 % et atteint un niveau record en 2004, selon National Air Traffic Services (NATS). Les vols transatlantiques ont augmenté de 7,4 % et les vols intérieurs, de 4,4 %. Pour les autres destinations, les arrivées et les départs ont augmenté de 7,5 %. NATS a affirmé que l'essor des transporteurs à bas prix a aidé à stimuler les voyages court-courriers, tandis que la récente reprise des voyages outre-mer a favorisé la croissance sur les routes transatlantiques.

Tableau 3. Variation du nombre de passagers transportés

Transporteur	Déc. 2004 - déc. 2003
British Airways	+1,8 %
EasyJet	+28 %
Ryanair	+9 %

L'agence de voyages britannique First Choice a affiché un bénéfice avant impôt de 98,3 millions de livres sterling (222,2 millions \$CAN) pour son exercice annuel se terminant le 31 octobre 2004. Bien que les revenus de sa principale division vacances - qui comprend les activités au Royaume-Uni dans les secteurs du détail, des transports aériens et des services de voyageur - aient baissé de 1 % par rapport à l'année précédente, son bénéfice d'exploitation a augmenté de 5,9 %. Le volume des ventes de vacances au détail a augmenté de 5 % et les prix au détail, en moyenne de 4 %. Les marges bénéficiaires de ses activités de voyageur ont progressé à 4,1 % contre 3,8 % l'année précédente.

Des signes de plus en plus évidents de relance

En novembre 2004, les voyagistes britanniques spécialistes du ski ont dû baisser les prix des vacances de ski en Europe et en Amérique du Nord en raison de ventes moins vigoureuses que prévu, d'après TravelMole.com. Les voyagistes s'attendaient à une demande supérieure après la solide saison hivernale de l'année précédente, et avaient donc ajouté de la capacité sur le marché. Ils espéraient que les réservations pour le Canada et les États-Unis augmenteraient vu le taux de change favorable. Le voyagiste Canadian Affair a affirmé qu'il prévoyait pour cette raison une augmentation de 36 % des réservations pour le Canada en 2005.

Par ailleurs, dans un sondage réalisé auprès d'agents de voyages britanniques par Amadeus, 76 % des répondants disaient qu'ils convaincraient leurs clients d'acheter auprès de fournisseurs choisis. Ils détourneraient ainsi les clients des fournisseurs qui ont réduit les commissions, qui imposent des frais ou qui ont une politique de ventes directes. Une proportion encore plus grande (81 %) croit que la plupart des fournisseurs sous-estiment l'influence des agents de voyages dans les décisions d'achat des clients.

Les réservations de voyages en ligne continuent de progresser sur le marché britannique du tourisme, bien que les clients continuent de faire davantage confiance aux agents qu'à Internet, selon les statistiques publiées par l'Association of British Travel Agents (ABTA). En 2004, 19 % des voyageurs d'agrément britanniques interviewés faisaient leurs réservations de voyages en ligne, six fois plus qu'en 2000. Le prix est de loin la première raison pour laquelle davantage de voyageurs se tournent vers Internet, bien que 75 % des voyageurs affirment utiliser les agents comme source d'information sur les voyages. Seulement 57 % de tous les répondants ont cherché de l'information en ligne, mais presque trois quarts des voyageurs disposant d'un accès à haute vitesse (71 %) étaient portés à visiter les sites touristiques pour obtenir de l'information. Fait intéressant, l'ABTA note que la proportion de voyageurs d'agrément indiquant que les conseils de leurs agents sont plus dignes de foi que dans le passé a augmenté de 50 % depuis 2002.

Pour la première fois, le département du Commerce des États-Unis a lancé une campagne de promotion du tourisme aux États-Unis. Il entend ainsi profiter du taux de change favorable et « aider à dissiper les perceptions négatives du pays ». La campagne de 6 millions de dollars américains invite les Britanniques à explorer les villes américaines figurant dans les films populaires, utilisant le slogan « vous avez vu les films, maintenant visitez le plateau ».

France

Air France-KLM (le nouveau transporteur issu de la fusion d'Air France et KLM Royal Dutch Airlines), a enregistré des bénéfices supérieurs aux prévisions pour son deuxième trimestre terminé le 30 septembre 2004. Ces résultats sont attribués à une vive relance constatée après les effets des grèves, de l'épidémie de SRAS et de la guerre en Iraq. Les bénéfices nets du trimestre s'élevaient à 201 millions d'euros (318,7 millions \$CAN), en hausse par rapport aux 143 millions d'euros (226,7 millions \$CAN) du même trimestre un an plus tôt. Le trafic passagers a augmenté de 7,8 %. Le transporteur a signalé que la fusion des deux transporteurs avait stimulé les revenus totaux beaucoup plus rapidement que prévu, malgré les prix élevés du carburant.

Le trafic passagers global d'Air France-KLM (en vertu des passagers-kilomètres payants) a progressé de 6,9 % en décembre 2004 par rapport au même mois en 2003. La capacité a de son côté augmenté de 5,6 %, ce qui a donné une hausse de 1 point de pourcentage du coefficient de remplissage, à 77,7 %. Dans l'ensemble, le nombre de passagers a augmenté de 4 % par rapport à l'année précédente. Le transporteur a aussi annoncé que pour mieux livrer concurrence aux transporteurs à bas prix, il réduirait les prix des billets pour les vols entre la principale plaque tournante de KLM, Amsterdam, et toutes ses 66 destinations européennes.

D'après la plus récente édition du European Travel Monitor, les voyageurs français sont les plus portés à réserver des forfaits de vacances en ligne, en comparaison des deux autres grands marchés européens en ligne, le Royaume-Uni et l'Allemagne. La France constitue globalement 11 % du marché en ligne européen; elle est devancée par le Royaume-Uni (36 %) et l'Allemagne (22 %). Selon les derniers chiffres de Nielsen//NetRatings, l'utilisation d'Internet en France a grimpé de 9,56 % entre août et novembre 2004 - soit la deuxième plus forte augmentation au monde (derrière l'Espagne) pendant ces trois mois. En novembre, le nombre d'internautes français s'élevait à 15,6 millions.

Dans son plus récent rapport sur le marché français, Tourism Australia signale que les réservations anticipées pour les voyages intérieurs en France, et en particulier pour les centres de ski, étaient plus faibles que prévu pour l'hiver.

Allemagne

Le groupe Lufthansa, société mère de Lufthansa German Airlines, a affiché un bénéfice net de 125 millions d'euros (198,2 millions \$CAN) pour son troisième trimestre terminé le 30 septembre 2004, au lieu d'une perte nette de 17 millions d'euros (27 millions \$CAN) un an plus tôt. Le chiffre d'affaires du troisième trimestre était en hausse de 5 % grâce au retour de la demande de voyages en avion et au supplément carburant sur les billets. Cependant, l'entreprise a indiqué que le milieu des voyages demeure vivement compétitif. Pour l'avenir, elle prévoit atténuer les augmentations de capacité planifiées et continuer de réduire ses frais d'exploitation.

Grâce à la remontée persistante de la demande sur ses routes de l'Asie-Pacifique, le trafic passagers de Lufthansa a augmenté de 8,5 % en décembre 2004 par rapport au même mois en 2003. Il a par ailleurs augmenté de 3,2 % sur ses routes vers les Amériques. Sur l'ensemble de 2004, le trafic passagers total a atteint un niveau record, 14,7 % supérieur à celui de l'année précédente. Le transporteur signale que toutes les régions ont vu des augmentations supérieures à 10 % en 2004.

Le deuxième plus grand transporteur aérien d'Allemagne, Air Berlin, a fait état d'une hausse de 19 % de son chiffre d'affaires en 2004 grâce à une augmentation de 20 % du nombre de passagers. Selon Reuters, il s'est concentré davantage sur les passagers n'achetant que le billet d'avion, et moins sur la vente de forfaits de vacances, de façon à profiter de la demande croissante de voyages à bas prix.

Le ministère allemand des Transports a annoncé d'importantes réductions des frais de contrôle de la circulation aérienne à partir du 1er janvier 2005. Les droits de décollage et d'atterrissage aux aéroports allemands ont chuté de 28,3 % et les droits de survol, de 20 %. Les droits acquittés par les transporteurs pour les services de contrôle de la circulation aérienne avaient augmenté après le 11 septembre 2001, alors que la demande de voyages en avion avait baissé et que les droits étaient perçus sur un plus petit nombre de vols. Cependant, la reprise qui a suivi a permis au gouvernement allemand de réduire les droits, permettant à l'industrie des transports aériens d'économiser quelque 75 millions d'euros (119 millions \$CAN) par année.

L'aéroport de Francfort a desservi son 50 millionième passager de 2004 le 21 décembre; c'était la première fois qu'il dépassait les 50 millions de passagers en un an. Fraport, la société d'exploitation de l'aéroport, a rappelé qu'elle avait atteint les 40 millions de passagers en 1997; elle prévoit arriver à 60 millions d'ici 2010.

L'industrie allemande du tourisme à l'étranger a connu un net redressement en 2004, d'après le rapport sur les voyageurs allemands publié par le magazine spécialisé FVW. Dans l'ensemble, le marché a progressé de 4,4 % à 14,6 milliards d'euros (23,1 milliards \$CAN), grâce à une augmentation de 6 % du nombre de voyageurs se rendant à l'étranger. Les revenus associés aux forfaits de vacances ont remonté, gagnant 4,5 % en 2004 après avoir baissé de 6,1 % en 2003. Les voyages long-courriers ont augmenté de 7,4 % par suite du taux de change favorable et de l'atténuation des effets du SRAS et de la guerre en Iraq. Le segment des croisières a connu la plus forte croissance, ses revenus augmentant de 15,2 %.

FVW a aussi signalé que l'ensemble du marché allemand des voyages d'agrément s'est franchement rétabli en 2004, les ventes des voyageurs étant 6 % supérieures à celles de l'année précédente, d'après DRV (l'association nationale de l'industrie des voyages). Les réservations de dernière minute ont fortement baissé en raison des escomptes pour réservations précoces. Le prix moyen d'un forfait de vacances a baissé de 7 euros, à 545 euros (864 \$CAN). DRV signale que les revenus n'ont pas encore retrouvé le niveau de référence de 2000, mais les tendances baissières des deux dernières années semblent avoir été inversées. Le tout justifie des perspectives résolument optimistes en 2005.

Japon

Les deux principaux transporteurs aériens du Japon, Japan Airlines (JAL) et All Nippon Airways (ANA), ont affiché de solides bénéfices pour le premier semestre terminé le 30 septembre 2004. JAL a fait état de bénéfices nets de 82,9 milliards de yen (970 millions \$CAN), par rapport à une perte nette de 57,6 milliards de yen (674 millions \$CAN) à la même période un an plus tôt. Le bénéfice net d'ANA s'élevait à 29,8 milliards de yen (349 millions \$CAN), en hausse par rapport aux 20,6 milliards de yen (241 millions \$CAN) d'un an plus tôt.

Des signes de plus en plus évidents de relance

Les deux transporteurs ont attribué l'augmentation des bénéfices au rétablissement du trafic passagers sur les routes internationales par rapport à un an plus tôt lorsque la demande avait été minée par l'épidémie de SRAS. D'une année à l'autre, le nombre de passagers internationaux de JAL a bondi de 46 % et celui d'ANA, de 36,6 %. Pour compenser les coûts croissants en carburant, tous deux ont imposé en janvier 2005 des suppléments carburant pouvant atteindre 2 500 yen (29,27 \$CAN) sur les billets internationaux.

JAL a fait état d'une augmentation de 2,3 % par rapport à un an plus tôt du nombre de passagers sur ses routes internationales entre le 25 décembre 2004 et le 6 janvier 2005, arrivant au total à 286 168 passagers. Sur la même période, il y a eu 1,6 million de passagers intérieurs, en baisse de 1,1 %. Les données préliminaires du gouvernement japonais indiquent que les Japonais ont fait 16 831 000 voyages à l'étranger en 2004, 26,6 % de plus qu'en 2003.

La reprise de la demande de voyages en avion a amélioré les résultats des principaux aéroports internationaux du Japon. L'aéroport international Narita de Tokyo a annoncé avoir atteint en décembre un niveau record de 30 millions de voyageurs. À Osaka, l'aéroport international Kansai a affiché un bénéfice net pour son premier semestre terminé le 30 septembre 2004. C'était la première fois qu'il enregistrait des bénéfices nets depuis son inauguration il y a 10 ans. Kansai prévoit utiliser les fonds supplémentaires pour construire une nouvelle piste qui sera opérationnelle d'ici 2007.

L'Association des agents de voyages du Japon a lancé une campagne pour augmenter graduellement les voyages à l'étranger des Japonais d'année en année, visant à dépasser 20 millions de voyages d'ici 2007, selon le plus récent rapport de Tourism Australia sur le marché japonais. L'association a fixé des objectifs de 16,5 millions en 2004, 17,35 millions en 2005 et 18,5 millions en 2006. Une concentration excessive de la demande de voyages internationaux à Tokyo, Osaka et Nagoya a créé un engorgement nuisant à l'augmentation des voyages à partir de ces marchés. Par conséquent, l'association tente d'encourager davantage de voyageurs à partir de plus petits centres locaux.

Selon le rapport Japan Travel Demand: Trends and Insights publié en 2004 par la TIA, la visite d'attractions et de paysages naturels est l'activité préférée des Japonais faisant des voyages d'agrément à l'étranger. Plus de deux tiers des visiteurs japonais aux États-Unis interviewés par le département du Commerce en 2003 l'ont donnée comme premier choix, tandis que le magasinage passait au deuxième rang (cité par 61 % des répondants). La visite de sites historiques ou culturels et les découvertes gastronomiques étaient les troisième et quatrième activités les plus recherchées (citées respectivement par 50 % et 49 % des répondants).

Les inquiétudes face au terrorisme international ont incité le gouvernement japonais à adopter un plan antiterrorisme semblable aux mesures de sécurité adoptées aux États-Unis. Le nouveau plan comprend l'examen préalable des listes de passagers, l'affectation d'agents de sécurité à bord des avions et la prise des empreintes digitales de visiteurs étrangers.

Corée

Korean Air a déclaré que ses bénéfices nets ont baissé de 62 %, à 85,4 milliards de won (99 millions \$CAN) à son troisième trimestre terminé le 30 septembre 2004. Le transporteur avait affiché un bénéfice net de 227 milliards de won (263 millions \$CAN) au même trimestre l'an dernier. Il attribue sa baisse de rentabilité à la montée en flèche des coûts en carburant et à un affaiblissement de la demande intérieure : ses coûts en carburant ont augmenté de 56 % et les revenus assurés par les voyageurs intérieurs ont diminué de 11,4 %. Ce dernier facteur est en partie dû à la concurrence d'un nouveau service de train à grande vitesse. Cependant, les revenus des services internationaux ont augmenté de 22,4 % par rapport à un an plus tôt, principalement en raison d'augmentations du trafic vers les destinations long-courriers comme les États-Unis et l'Europe.

Les voyages à l'étranger à partir de Corée ont continué d'augmenter rapidement, selon les plus récentes données de l'Organisation nationale du tourisme de Corée. Par rapport à l'année passée, ils ont progressé de 16,8 % en octobre et de 16,5 % en novembre. Jusqu'à la fin novembre, le total de l'année en cours était 25,2 % supérieur à celui de la même période en 2003, dépassant les 7 millions de voyages.

Des signes de plus en plus évidents de relance

Selon un récent article de Korea Trade & Investment, la faveur dont jouissent les produits et services liés au bien-être s'est décuplée en raison de l'augmentation du revenu disponible des Coréens. Presque toutes les industries du pays ont par conséquent adopté une nouvelle orientation sur le style de vie. Malgré la confiance vacillante des consommateurs et les forts taux de chômage, le marché du bien-être poursuit son essor. L'industrie coréenne des voyages suit résolument le mouvement, créant des forfaits de vacances centrés sur la relaxation et les traitements de luxe ainsi que la gastronomie. Certains voyagistes et agences de voyages de Corée s'adressent expressément aux voyageurs en quête de bien-être, adoptant des noms d'entreprise tels que « lune de miel du bien-être » ou « centre de bien-être ».

Chine

China Eastern Airlines a rapporté une augmentation de 31 % de son bénéfice net, à 299,33 millions de yuans (43,4 millions \$CAN), pour son troisième trimestre terminé le 30 septembre 2004. Le transporteur a signalé que l'augmentation de son trafic passagers avait pu compenser la hausse des coûts en carburant. En novembre, son trafic passagers a progressé de 9,5 % par rapport au même mois un an plus tôt.

China Southern Airlines, le plus grand transporteur du pays, a affiché un bénéfice net de 208,1 millions de yuans (30,2 millions \$CAN) pour son troisième trimestre terminé le 30 septembre 2004. C'est là une chute de 45,5 % par rapport au même trimestre en 2003, attribuable d'après le transporteur à l'incidence des coûts élevés en carburant. Cependant, pour l'ensemble des trois premiers trimestres de 2004, le bénéfice net s'élève à 541,2 millions de yuans (78,5 millions \$CAN) - un revirement spectaculaire par rapport à la perte de 782,9 millions de yuans (113,6 millions \$CAN) enregistrée pour les trois premiers trimestres de 2003 lorsque le transporteur avait particulièrement souffert de l'épidémie de SRAS.

China Southern Airlines a aussi indiqué que son trafic passagers devrait s'élever à 40 millions en 2004, fixant ainsi un nouveau record pour l'entreprise. Le transporteur a augmenté ses services internationaux et accru sa part du marché intérieur à presque 40 % l'an dernier après avoir absorbé Xinjiang Airlines et China Northern Airlines. La nouvelle plaque tournante de l'aéroport international Baiyun à Guangzhou a aussi permis au transporteur de rehausser l'efficacité de ses services aériens tant intérieurs qu'internationaux.

L'Association du transport aérien international (IATA) prévoit que le marché chinois sera un des principaux moteurs de la croissance dans le trafic passagers international au cours des cinq prochaines années, avec le marché indien. Selon les prévisions annuelles de l'IATA, le trafic aérien mondial augmentera en moyenne de 6 % par année d'ici 2008, stimulé par une croissance de 8,3 % dans la région Asie-Pacifique. En novembre, le gouvernement chinois a annoncé qu'il libéraliserait encore davantage son marché de l'aviation de façon à permettre une augmentation de l'investissement privé et étranger. La Chine veut accélérer la réforme de son industrie de l'aviation pour pouvoir répondre à l'essor de la demande dans son marché des transports aériens.

Le marché chinois des voyages en ligne continue de connaître une croissance fulgurante, d'après de récentes informations d'eyefortravel.com. China Southern Airlines affirme que ses ventes de billets électroniques étaient en voie d'atteindre les 3 milliards de yuans (435 millions \$CAN) d'ici la fin de 2004 et que ses comptoirs d'enregistrement électronique à l'aéroport connaissent un grand succès. Le transporteur a aussi lancé un système de réservations d'hôtel en ligne comme complément à ses services de billets d'avion électroniques. D'autre part, Ctrip.com, une agence de voyages en ligne qui propose des réservations d'avion et d'hôtel, a annoncé des revenus en hausse de 64 % à son troisième trimestre par rapport à un an plus tôt, ce qui a augmenté son bénéfice d'exploitation de 53 %. Le site Web indique aussi qu'à la fin du trimestre, sa clientèle dépassait les 950 000 personnes.

La Banque populaire de Chine a annoncé qu'à partir du 1er janvier 2005, le montant maximum que les voyageurs sont autorisés à sortir du pays ou à ramener au pays augmenterait à 20 000 yuans (2 900 \$CAN). Le maximum précédent de 6 000 yuans (870 \$CAN) était en place depuis 1993, mais la demande de limites plus élevées avait augmenté en même temps que les voyages à l'étranger.

Australie

Qantas Airways, le transporteur national d'Australie, prévoit consacrer 18 milliards de dollars australiens (16,6 milliards \$CAN) à la modernisation de sa flotte vieillissante. Le transporteur entend remplacer ses avions actuels par des appareils à grande portée qui apporteront des gains en efficacité et amélioreront son aptitude à faire concurrence sur les routes internationales. La filiale à bas prix de Qantas, Jetstar, a récemment annoncé son intention de doter ses appareils de nouvel équipement de divertissement en vol et de commencer à servir des repas chauds, pour faire concurrence aux services en vol offerts par son rival Virgin Blue. La concurrence sur le marché intérieur demeure très intense : le prix d'un aller simple intérieur avec Jetstar a baissé jusqu'à 19 \$A (17,49 \$CAN).

Les voyages à l'étranger à partir de l'Australie continuent de connaître une solide croissance, selon le Bureau australien de la statistique. On a effectué en octobre 2004 26 % de voyages à l'étranger de plus qu'en octobre 2003. Les voyages d'agrément à l'étranger ont bondi de 44 % et les départs en voyages d'affaires, de 8 % par rapport à l'année précédente. Selon Tourism Australia, l'appréciation du dollar australien est un grand incitatif à l'augmentation des voyages à l'étranger.

De fait, selon les plus récentes prévisions de Tourism Australia, l'augmentation des voyages à l'étranger fera en sorte que les voyages intérieurs demeureront relativement stables jusqu'en 2013. Il y aurait eu 4,3 millions de départs à l'étranger en 2004, 26 % de plus qu'en 2003. Sur les 10 prochaines années, la croissance annuelle devrait être de 4 %, pour arriver à 6,1 millions de départs d'ici 2013. Les voyages intérieurs devraient en revanche augmenter de seulement 1,3 % en 2004, puis en moyenne de 1 % par année jusqu'en 2013.

En toute logique, les agents de voyages australiens paraissent très optimistes envers 2004, selon le magazine Travel Week. Tout indique que l'industrie des voyages s'est rétablie à la suite des effets de l'épidémie de SRAS. Cependant, de nouvelles politiques au sujet des commissions des transporteurs aériens pourraient représenter une difficulté pour les agents de voyages et les consommateurs, maintenant que les agents doivent commencer à imposer des frais pour leurs services.

Aperçu économique

Amérique du Nord

La croissance de l'économie nord-américaine est en voie de baisser à 3,4 % en 2005; le Canada, les États-Unis et le Mexique connaîtront tous trois une croissance légèrement réduite. Au Canada et aux États-Unis, les taux d'intérêt en hausse contribueront à atténuer la croissance. Au Mexique, l'économie souffrira d'une accalmie des exportations due à la décélération de la croissance dans l'important marché américain.

La forte appréciation du huard combinée aux prix élevés de l'énergie a déjà contribué à un ralentissement de la croissance économique au Canada à la fin 2004. En outre, la vigueur soutenue du dollar qui est prévue a entraîné une révision nettement à la baisse des perspectives de l'économie canadienne pour cette année. En plus d'inciter à puiser dans les inventaires, la forte valeur de la monnaie devrait limiter la croissance à 2,5 % en 2005. Heureusement, l'inflation devrait demeurer faible, ce qui permettra à la Banque du Canada de reporter toute augmentation sensible des taux d'intérêt jusqu'au deuxième semestre de 2005. Les consommateurs canadiens devraient en profiter. De fait, les dépenses de consommation devraient stabiliser l'économie en 2005. La croissance de l'emploi ainsi qu'une confiance inébranlable des consommateurs, une croissance respectable des salaires et un faible coût du financement devraient faire en sorte que les consommateurs continuent de dépenser allègrement.

Entre-temps, l'économie américaine devrait encore progresser de 3,5 % en 2005 après avoir réalisé un gain estimé de 4,4 % en 2004. La solide croissance s'appuie sur une augmentation constante des dépenses d'investissement et une forte croissance des exportations. En outre, le marché du travail des États-Unis devrait demeurer solide. L'économie américaine a créé 157 000 emplois en décembre et cette tendance devrait demeurer vigoureuse cette année. Selon les prévisions, le taux de chômage baissera à 5,3 % en 2005.

Des signes de plus en plus évidents de relance

Au Mexique, les perspectives à l'égard de la croissance économique demeurent relativement optimistes pour 2005. Le secteur manufacturier américain reste bien placé et devrait stimuler la croissance dans le secteur mexicain des biens manufacturés. Pour tenter de conserver un avantage concurrentiel par rapport à la Chine, le Mexique commence à viser des marchés d'exportation autres que les États-Unis avec des produits à plus grande valeur ajoutée. L'augmentation de l'emploi devrait commencer à alimenter la croissance des revenus et mener à une augmentation des dépenses des ménages. Par conséquent, la consommation privée devrait progresser de presque 4 % en 2005.

Europe

En Europe, la croissance économique a été évaluée à 2,2 % l'an dernier et, selon les prévisions, elle sera un peu plus faible en 2005. La raison principale de la faible croissance est la vigueur persistante de l'euro par rapport au dollar américain. Même les exportations de producteurs à coûts réduits, comme la Pologne, souffrent en raison des taux de change - surtout face à la rude concurrence de la Chine, dont le yuan demeure lié au dollar.

D'ailleurs, vu l'important déficit des paiements courants aux États-Unis, la vigueur de l'euro par rapport au dollar devrait se maintenir en 2005 et au-delà. Comme de plus un ralentissement de la demande mondiale est prévu, la croissance des exportations européennes devrait nettement baisser. Par conséquent, les exportateurs européens chercheront à réduire les coûts pour demeurer compétitifs. Il devrait en résulter une croissance moindre des salaires et une augmentation des mises à pied, ce qui réduira les dépenses des ménages.

Asie-Pacifique

Le ralentissement de l'économie mondiale signifie aussi que les économies exportatrices de la région Asie-Pacifique connaîtront une croissance réduite cette année. Le PIB réel de la région augmentera selon les prévisions d'environ 3 % en 2005 au lieu des 5 % estimés en 2004. L'impact du tsunami du 26 décembre ajoutera un élément d'incertitude à ces estimations, bien qu'il semble maintenant que son effet sur la croissance économique globale de la région sera minime.

En raison du ralentissement de la croissance économique aux États-Unis cette année, il faut prévoir que la croissance des exportations de la région souffrira malgré la forte demande d'importations de la part de la Chine. De plus, la faiblesse des économies intérieures de certains acteurs importants de la région, comme le Japon et la Corée du Sud, minera la croissance économique en 2005. On estime que presque 15 % des détenteurs de cartes de crédit coréens sont en retard dans leurs versements, ce qui laisse entrevoir la possibilité de faillites en grands nombres. Au Japon par ailleurs, la demande intérieure diminue peut-être encore plus vite que prévu. La consommation des ménages a baissé de 1,2 % en octobre, ce qui pourrait annoncer une faible croissance de la consommation privée en 2005.

Possibilités

Les voyageurs britanniques sont de plus en plus aventureux au moment de choisir leurs vacances, selon un nouveau sondage du Daily Telegraph Adventure Travel & Sports Show. Les activités de tourisme d'aventure comme la plongée et la randonnée de haute montagne gagnent de la faveur, tandis que l'intérêt pour les vacances à la plage s'atténue. Le facteur décisif dans le choix d'une destination de vacances d'aventure est la volonté d'essayer quelque chose de nouveau - citée par 32 % des Britanniques interviewés; 27 % des répondants recherchent davantage une façon d'échapper à l'ennui de la routine quotidienne; et 16 % veulent oublier un emploi stressant. Le Daily Telegraph note que l'intérêt croissant pour les voyages d'aventure se traduit par l'apparition d'une nouvelle génération de voyageurs d'agrément « qui cherchent à donner une valeur ajoutée à leurs voyages, que ce soit au plan de la culture, des sports ou de l'aventure ».

Des signes de plus en plus évidents de relance

Un récent sondage de Harris Interactive Travel Research indique que si le prix est le principal motivateur des décisions d'achat de voyages, environ un tiers des voyageurs d'agrément se rendant aux États-Unis ne savent pas quel canal de distribution offre les meilleures affaires. Parmi les répondants, 37 % croient que c'est les agences de voyages en ligne, et 15 %, les sites Web des fournisseurs. Cependant, les répondants ont été les plus nombreux à affirmer ne pas savoir où obtenir les meilleurs prix (38 %) ou les meilleures affaires (36 %). Harris signale que les fournisseurs de voyages capables de démontrer un de ces avantages ou les deux ont une excellente possibilité d'augmenter leur chiffre d'affaires.

D'après la Chambre de commerce gaie et lesbienne du Canada, les récents jugements de la Cour suprême permettant les mariages homosexuels ont fait apparaître le Canada comme une destination accueillante pour les gais. La Chambre estime que cette nouvelle image pourrait entraîner une augmentation de 1 milliard de dollars des recettes touristiques uniquement à Vancouver, Toronto et Montréal au cours des trois prochaines années. Elle ajoute que les touristes gais ne voyagent pas uniquement pour trouver un endroit où se marier, mais sont aussi intéressés aux divertissements, aux sports, aux loisirs, aux aventures nordiques et aux diverses manifestations qui se tiennent au Canada sur le thème de la fierté gaie. La Chambre entend coopérer avec les gouvernements et les entreprises pour promouvoir le Canada en tant que destination pro-gais.

Résumé

En comparaison des quelques dernières années, 2004 a apporté à l'industrie canadienne du tourisme des conditions beaucoup plus stables lui permettant de renforcer ses assises. Dans la plupart des segments, ces conditions ont aidé à engendrer une importante relance de la demande. Si les résultats quelconques du marché américain ont été décevants, la montée des visiteurs d'outre-mer a donné à l'industrie un stimulant dont elle avait bien besoin. En outre, les voyages d'affaires, qui avaient énormément souffert depuis trois ans, semblent avoir inversé leur tendance à la baisse et sont même un important moteur pour la relance de l'industrie de l'hébergement, au Canada comme aux États-Unis.

La vitesse relative de la reprise des arrivées internationales indique qu'une grande partie de la demande refoulée de voyages à destination du Canada s'est peut-être déjà matérialisée. Néanmoins, pour 2005, l'industrie semble beaucoup plus optimiste qu'elle ne l'a été depuis longtemps. La tendance haussière de la demande et des recettes devrait continuer de prendre de l'élan au cours de l'année même s'il faudra peut-être un peu plus de temps pour que la rentabilité se rétablisse.

**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 #C50475F.**