



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme

Numéro 29 : Septembre 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 juillet et août 2005.*

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Sommaire

- Les cours du pétrole ont connu une nouvelle poussée en août, entraînant une hausse du prix de l'essence pour les Canadiens. Ensuite, alors que les consommateurs commençaient à s'adapter à des prix dépassant 1 \$ le litre, l'ouragan Katrina a ravagé la côte américaine du golfe du Mexique. Cette catastrophe naturelle - la pire de l'histoire des États-Unis - a causé d'importants dommages à l'industrie pétrolière et gazière de la région, suscitant des craintes face à l'offre qui ont fait grimper le litre d'essence à 1,30 \$ ou plus dans certaines villes canadiennes. La pression financière des prix pétroliers élevés limitera assurément les dépenses des consommateurs et la demande de voyages d'agrément et d'affaires au cours des prochains mois.
- Ce choc survient à la fin d'un été profitable où les prix des voyages ont connu une modeste progression grâce à une demande de voyages d'agrément et d'affaires qui continuait de monter graduellement. L'industrie hôtelière canadienne a encore augmenté ses recettes globales et ses tarifs quotidiens moyens à la faveur d'une hausse constante des taux d'occupation moyens. En même temps, les tarifs aériens canadiens ont continué de s'élever peu à peu, améliorant sensiblement les finances des transporteurs malgré l'escalade des coûts en carburant.
- Le plus récent rapport du Conference Board du Canada sur les perspectives de l'industrie canadienne du tourisme prévoit un raffermissement des profits d'ici la fin de cette année et l'an prochain. Alors que l'amélioration la plus notable de la rentabilité est attribuée à l'industrie canadienne des transports aériens, le secteur de l'hébergement est aussi en voie de réaliser des gains modestes. Si les prévisions se réalisent, 2005 sera l'année la plus rentable du tourisme depuis 1999.

Nouvelles tendances et questions d'actualité - L'escalade des prix de l'essence prend les consommateurs en étau

- Cependant, les perspectives de l'industrie canadienne du tourisme seront moins prometteuses si les prix de l'essence demeurent aussi élevés qu'aujourd'hui. L'augmentation des prix des voyages qui en découlera (par suite de la majoration des prix à la pompe et des suppléments carburant) pourrait être importante, mais les pressions croissantes sur les finances des ménages pourraient avoir des répercussions encore plus grandes.
- Déjà les consommateurs sont contraints de consacrer une plus forte partie des revenus du ménage au carburant de leurs véhicules. Selon de récentes estimations, les coûts en carburant (en proportion du revenu disponible des ménages) sont à leur plus haut niveau depuis 20 ans. Il est évident que cela a limité et continuera de limiter les dépenses discrétionnaires consacrées aux voyages.

À lire

Sommaire	1
Vue d'ensemble	4
Nouvelles tendances et questions d'actualité	4
Consommateurs	5
Fournisseurs de voyages	8
Indicateur précurseur	12
Situation internationale	15
Aperçu économique	24
Possibilités	25
Sommaire des Indicateurs	26



Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

- Aux États-Unis, l'effet des prix plus élevés de l'essence sur la demande de voyages est déjà évident. L'American Automobile Association (AAA) prévoyait une croissance minime (0,9 %) des voyages la fin de semaine de la fête du Travail par rapport à un an plus tôt. Ce serait la plus faible augmentation du nombre de voyages une fin de semaine de congé depuis la fin de semaine du Memorial Day en mai 2003 lorsque les voyages commençaient à peine à se rétablir après le début de la guerre en Iraq.

Vue d'ensemble du marché des consommateurs (voyageurs)

- Les perspectives des voyages au Canada demeurent stables, bien que la demande de voyages à l'étranger semble surpasser les intentions de voyage au pays, selon la plus récente enquête sur les intentions de voyage de l'Institut canadien de recherche sur le tourisme. Parmi les Canadiens interviewés en juillet, 44,7 % préoyaient prendre des vacances d'hiver entre novembre 2005 et avril 2006 - soit légèrement moins (3,3 %) qu'un an plus tôt, surtout à cause d'un recul dans les projets de voyages au pays. Alors que la valeur du dollar canadien semble s'être stabilisée par rapport au dollar américain, l'essor des voyages des Canadiens à l'étranger se poursuit, en grande partie à cause de la forte valeur relative du dollar canadien.
- Aux États-Unis, la demande de voyages intérieurs et outre-mer continue de se renforcer, bien que les visites des Américains au Canada n'aient pas suivi cette croissance. Le taux de change demeure moins favorable, ce qui s'ajoutant aux prix élevés de l'essence fait du Canada une destination moins concurrentielle au plan du prix. En outre, une confusion entourant l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation sur les passeports semble déjà limiter les voyages transfrontaliers. Malheureusement, on prévoit que ces tendances peu reluisantes se poursuivront à court terme.
- En août, le gouvernement américain a annulé la date d'entrée en vigueur du 31 décembre 2005 pour la nouvelle réglementation exigeant le passeport pour les voyages entre les États-Unis et les Caraïbes. Environ 53 % des visiteurs aux Caraïbes sont américains, et les autorités de la région ont fait valoir que le court préavis ne donnerait pas aux voyageurs américains le temps de s'adapter. Le département d'État des États-Unis a indiqué avoir toujours l'intention d'appliquer l'échéance du 31 décembre 2007 où tous les voyageurs à destination ou au départ des États-Unis devront être munis d'un passeport.

Vue d'ensemble de la situation des fournisseurs de voyages

- Air Canada a déclaré un bénéfice net de 168 millions de dollars pour son deuxième trimestre terminé le 30 juin 2005, contre une perte nette de 510 millions de dollars un an plus tôt alors qu'il était toujours sous la protection de la loi sur les faillites. Les rendements passagers (tarifs moyens) ont augmenté légèrement (3 %), ce qui a aidé le transporteur à compenser une hausse de 42 % des coûts totaux en carburant. Air Canada prévoit que ses résultats financiers demeureront vigoureux d'ici la fin de l'année grâce à un marché " plus vigoureux " au Canada.
- Cependant, le deuxième trimestre de WestJet s'est avéré moins rentable : le transporteur à bas prix a affiché un bénéfice net de 2,3 millions de dollars pour la période se terminant le 30 juin 2005, soit sensiblement moins que les 7,3 millions de dollars d'un an plus tôt. Le transporteur a expliqué la baisse par les effets persistants de la guerre des tarifs aériens du début de l'année ainsi que les coûts en carburant ayant atteint un niveau record. WestJet et Air Canada ont toutes deux augmenté les tarifs aériens en août pour compenser la hausse des coûts du carburant; c'était le deuxième rajustement en deux mois.
- Aux États-Unis, la plupart des transporteurs aériens ont réussi à appliquer de modestes augmentations de tarif - malgré une vive concurrence - pour compenser la hausse des coûts en carburant. Ces augmentations, combinées à la progression du trafic passagers et du coefficient de remplissage des avions, ont permis de modestes améliorations des revenus de l'industrie. Cependant, les coûts du carburant ont atteint de tels sommets que pour certains transporteurs, le carburant a maintenant surpassé la main-d'œuvre au titre de première dépense d'exploitation - ce qui s'est rarement vu dans l'industrie du transport aérien.
- L'industrie hôtelière canadienne continue de réaliser des gains dans les taux d'occupation et les tarifs des chambres, de sorte que les revenus continuent d'augmenter. En juin 2005 par rapport à juin 2004, selon le plus récent National Market Report de PKF, le revenu par chambre disponible (RCD) a augmenté en moyenne de 9,4 % au Canada. Les niveaux d'occupation ont grimpé de 3,6 % et les tarifs quotidiens moyens, de 3,9 %. PKF prévoit que les tarifs moyens continueront de s'améliorer toute l'année au Canada, atteignant le niveau moyen de 120 \$ pour 2005. Ce serait une augmentation de 2,5 % par rapport à 2004 et de 5 % par rapport à 2003.

Aperçu économique

- Les prix pétroliers continuent d'exercer une pression sur l'économie nord-américaine, mais celle-ci résiste bien jusqu'à présent. Le marché américain de l'habitation continue de faire mentir les prévisions d'effondrement imminent, le secteur manufacturier se redresse et les marchés du travail demeurent vigoureux. D'un autre côté, les solides résultats devraient faire en sorte que la Réserve fédérale américaine reste déterminée à augmenter les taux d'intérêt - ce qui entraînera inévitablement un ralentissement de la croissance économique globale. L'économie canadienne a été moins robuste que celle des États-Unis. Les prix élevés du pétrole continuent de dynamiser l'industrie canadienne de l'énergie, mais ils augmentent aussi les coûts des intrants dans les autres industries. Par surcroît, ils sont du moins en partie la raison de la forte valeur du dollar canadien. Les fabricants canadiens ont connu des difficultés à cause des taux de change ; s'y ajoutent des préoccupations concernant les inventaires et les commandes, de sorte qu'ils sont de plus en plus nombreux à s'inquiéter des mois à venir.
- Une croissance vigoureuse continue de tarder à se matérialiser pour l'ensemble de l'économie européenne. Bien que certains nouveaux membres de l'Union européenne affichent une croissance robuste, les grandes économies de l'Allemagne et de la France connaissent toujours des résultats décevants. En Allemagne, la croissance devrait baisser sous 1 % pour la troisième fois depuis quatre ans ; elle est ralentie par un taux de chômage élevé et une faible croissance des salaires. Même si le marché du travail est aussi rigide en France, son économie progresse légèrement mieux et peut compter sur une forte croissance de la demande intérieure. Malgré tout, sa croissance économique n'atteindrait cette année que 1,6 %.
- La Chine continue de propulser la croissance économique dans la région Asie-Pacifique. Malgré les efforts déployés à l'initiative du gouvernement pour ralentir l'économie chinoise, celle-ci devrait à nouveau connaître une croissance supérieure à 9 % en 2005. Stimulées par une croissance robuste au chapitre des dépenses d'investissement, les exportations de la Chine continuent de croître rapidement. Cependant, l'appréciation du yuan chinois atténue quelque peu les pressions concurrentielles pour les exportateurs japonais et coréens. Au Japon, une augmentation de la production industrielle découlant d'exportations en hausse stabiliserait l'économie intérieure du pays en renforçant les dépenses des consommateurs. On y prévoit ainsi une croissance économique réelle de 1,5 % au cours des deux prochaines années.

Possibilités

- Le Canada se place deuxième au monde en ce qui concerne son image de marque, tout juste derrière l'Australie ; d'après l'enquête sur l'indice des images de marque nationales d'Anholt-GMI, le pays pourrait tirer davantage profit de cette perception positive qu'ont les étrangers à l'égard des Canadiens. Le classement du Canada bénéficie de scores élevés aux plans du tourisme, de l'investissement, de l'immigration, de la population et de la gouvernance, quoique les scores pour le tourisme et le patrimoine sont nettement plus faibles (18^e rang). Le rapport de l'enquête suppose que l'attrait du Canada se fonde sur les perceptions de la pureté du pays, en ce qui concerne non seulement son environnement mais aussi ses valeurs libérales et son intégrité morale. Cependant, il laisse entendre que le Canada devrait en faire bien davantage pour faire connaître ses produits culturels.
- Par ailleurs, selon une récente étude de l'Open Doors Organization et de la Travel Industry Association of America (TIA), le marché des voyages pour les adultes handicapés continue de se développer et le ferait encore plus si davantage d'obstacles à l'accessibilité étaient éliminés. Depuis deux ans, 21 millions d'adultes américains ayant une déficience ont fait des voyages d'affaires ou d'agrément. Dans ce marché, les séjours à l'hôtel ont augmenté de 50 % bien que 60 % des clients handicapés aient signalé des difficultés telles qu'obstacles physiques (48 %), problèmes de service (45 %) ou obstacles relevant des communications (15 %). L'étude note que la plupart des sujets de plainte les plus répandus, comme les portes trop lourdes ou l'absence de connaissances parmi le personnel, pourraient être réglés facilement et à peu de frais.

Vue d'ensemble

Les cours du pétrole ont connu une nouvelle poussée en août, entraînant des hausses correspondantes du prix de l'essence pour les Canadiens. Ensuite, alors que les consommateurs commençaient à s'adapter à des prix dépassant 1 \$ le litre, l'ouragan Katrina a ravagé la côte américaine du golfe du Mexique. Cette catastrophe naturelle - la pire de l'histoire des États-Unis - a causé d'importants dommages à l'industrie pétrolière et gazière de la région, suscitant des craintes face à l'offre qui ont fait grimper le litre d'essence à 1,30 \$ ou plus dans certaines villes canadiennes. Ces événements limiteront assurément les dépenses des consommateurs et la demande de voyages d'agrément et d'affaires ces prochains mois.

Ce choc survient à la fin d'un été profitable où les prix des voyages ont connu une modeste progression grâce à une demande de voyages d'agrément et d'affaires qui continuait de monter graduellement. L'industrie hôtelière canadienne a encore augmenté ses recettes globales et ses tarifs quotidiens moyens à la faveur d'une hausse constante des taux d'occupation moyens. Les tarifs aériens canadiens ont aussi continué de s'élever peu à peu, améliorant sensiblement les finances des transporteurs aériens malgré l'escalade des coûts en carburant.

Le plus récent rapport du Conference Board du Canada sur les perspectives de l'industrie canadienne du tourisme prévoit une croissance supplémentaire des profits d'ici la fin de cette année et l'an prochain. La cause principale en est le renforcement de la rentabilité des transporteurs aériens canadiens, malgré que le secteur de l'hébergement soit aussi en voie de réaliser des gains modestes. Si les prévisions se réalisent, 2005 sera l'année la plus rentable du tourisme depuis 1999.

Évidemment, les perspectives de l'industrie canadienne du tourisme seront moins prometteuses si les prix de l'essence demeurent aussi élevés qu'ils le sont aujourd'hui. Il faudra voir, entre autres, à quel point la production pétrolière du golfe du Mexique aura été compromise et quelles en seront les répercussions pour l'ensemble du marché pétrolier - sans compter les effets à plus long terme pour l'économie mondiale.

Nouvelles tendances et questions d'actualité

Les consommateurs pris en étau par l'escalade des prix de l'essence

Les prix pétroliers en hausse présentent un nouveau défi à relever à la fois pour les voyageurs et pour les entreprises du marché des voyages - et c'est un défi dont l'industrie du tourisme aurait pu se passer alors qu'elle est en voie de se redresser. Si l'augmentation des prix des voyages (en raison des prix majorés de l'essence et des suppléments carburant) risque d'être importante vu les sommets atteints par les prix pétroliers, le facteur le plus important est la pression croissante sur les finances des ménages des voyageurs potentiels. De toute évidence, maintenant plus que jamais, les perspectives de l'industrie du tourisme sont inextricablement liées aux événements qui surviendront dans l'industrie du pétrole et du gaz au cours des prochains mois.

Même avant les ravages infligés par l'ouragan Katrina, les prix moyens à la pompe avaient augmenté d'environ 33 % depuis le début de l'année, à une moyenne de 1,04 \$ le litre la semaine se terminant le 26 août 2005. Une augmentation semblable avait déjà été constatée il y a un peu plus d'un an, en mai 2004, lorsque le prix moyen de l'essence au Canada avait pour la première fois dépassé le seuil des 0,90 \$ - ce qui avait à l'époque été considéré comme un phénomène éphémère. Pourtant, si les prix ont éventuellement baissé quelque peu les mois suivants, les consommateurs ont été contraints d'accepter la nouvelle réalité des prix du carburant plus élevés. En fait, de nombreux analystes pensent que les niveaux actuels des prix non seulement se maintiendront, mais continueront de grimper jusqu'à l'an prochain.

Les répercussions des prix majorés du carburant pour la demande de voyages au Canada

En mai 2004, le Conference Board du Canada a étudié les répercussions des prix de l'essence plus élevés sur le rendement de l'industrie canadienne du tourisme. De façon analogue à ce qui s'est vu cette année, le prix de l'essence a bondi à 0,93 \$ le litre en mai 2004, non moins d'un tiers (33 %) de plus que les 0,70 \$ généralement utilisés pour estimer les coûts moyens du carburant au début de 2004. L'étude a analysé l'incidence de cette augmentation sur la demande de voyages, uniquement en fonction de l'effet du prix sur les consommateurs.

Selon l'analyse, en tenant compte de la distance moyenne parcourue en voyage et de la consommation de carburant des véhicules, les prix plus élevés de l'essence feraient monter le coût moyen d'un voyage en auto de 4,2 % (en supposant que tous les autres coûts des voyages demeuraient constants). En prenant par ailleurs en considération la sensibilité aux prix des consommateurs voyageant en auto, une augmentation de 33 % du prix de l'essence (de 0,70 à 0,93 \$ le litre) produirait un effet modeste sur les voyages en auto au pays : elle les réduirait de 1 à 2 % par rapport aux résultats à prévoir avec le litre à 0,70 \$.

Selon les estimations, l'incidence des prix plus élevés du carburant pour les voyages intérieurs en avion serait du même ordre de grandeur (dans les 1 à 2 %). Les calculs tenaient compte du coût du carburant en proportion des coûts d'exploitation globaux d'un transporteur aérien. L'analyse supposait aussi que la totalité des coûts augmentés en carburant ne serait pas refilée aux consommateurs, en raison des moyens pris par les transporteurs pour se protéger contre les augmentations et de l'intense concurrence dans l'industrie du transport aérien au Canada.

De nouvelles analyses pourraient révéler que le nouveau seuil de 1 \$ le litre d'essence pourrait limiter les voyages des Canadiens dans une mesure semblable par rapport au prix de 0,75 \$ le litre. Cependant, une évaluation plus réaliste devrait aujourd'hui prendre en considération l'impact secondaire (et peut-être plus grand) des prix de l'essence majorés pour les finances des ménages. Les consommateurs sont contraints de consacrer une plus grande proportion des revenus du ménage à l'approvisionnement en carburant de leurs véhicules. De fait, des estimations récentes révèlent que les coûts en carburant (en pourcentage du revenu disponible des ménages) sont à leur plus haut niveau depuis 20 ans. Cette situation a assurément limité et continuera de limiter les dépenses discrétionnaires consacrées aux voyages.

Aux États-Unis, l'effet des prix plus élevés de l'essence sur la demande de voyages est déjà évident. L'American Automobile Association (AAA) prévoyait une augmentation minime (0,9 %) du nombre de voyages pour la fin de semaine de la fête du Travail par rapport au même congé de l'an dernier. Ce serait la plus faible augmentation du nombre de voyages une fin de semaine de congé depuis mai 2003 (fin de semaine du Memorial Day), lorsque les voyages commençaient à peine à se rétablir après le début de la guerre en Iraq.

Au moment des prévisions de l'AAA, les Américains voulant voyager en auto étaient confrontés à des prix moyens à la pompe de 2,61 \$US le gallon, 0,32 \$ de plus que le mois précédent et 0,73 \$ de plus qu'un an plus tôt. Le 1^{er} septembre 2005 toutefois, le prix de l'essence avait dépassé les 3 \$ le gallon et certains analystes préoyaient qu'il dépasse les 4 \$.

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

Voyageurs d'affaires

Runzheimer International a récemment publié les détails de son enquête 2005 sur les prix des voyages. Selon son rapport, si les entreprises nord-américaines prévoient dépenser davantage pour les voyages cette année qu'en 2004, les restrictions en matière de voyages n'en sont pas moins devenues plus répandues que jamais. Sur les 78 entreprises interviewées au cours de l'enquête, 43 % avaient majoré leur budget de voyages pour 2005 par rapport à l'année précédente, tandis que 49 % disaient l'avoir maintenu au même niveau ; seulement 8 % l'avaient réduit.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Runzheimer signale que 94 % des répondants ont dit avoir adopté des politiques officielles sur les voyages de leurs employés, 10 % de plus que dans le sondage de 2004. La politique la plus commune parmi les entreprises interviewées - citée par 88 % des répondants - prévoit le recours obligatoire à une agence de voyages désignée ou à un service interne de voyages. Parmi les autres politiques imposées figurent le recours à des fournisseurs désignés (63 % des répondants), l'utilisation d'une carte de paiement d'entreprise (55 %), les montants normalisés pour le remboursement des repas (46 %) et l'utilisation d'un système de réservation en ligne désigné (34 %).

Les dépenses consacrées aux grandes réunions d'entreprises (plus de 200 participants) devraient augmenter aussi cette année, selon les résultats d'un récent sondage Meetings Monitor publiés par *Business Travel News*. Environ le tiers des répondants prévoyaient que leur coût par participant aux grandes réunions augmenterait cette année par rapport à 2004, tandis que la moitié (53 %) croyaient qu'il demeurerait à peu près au même niveau. Seulement 12 % s'attendaient à voir leurs coûts diminuer. En ce qui a trait aux volumes de réunions, 27 % des répondants prévoyaient tenir un plus grand nombre de réunion en 2005 qu'en 2004, bien que 35 % s'attendaient à ce que leurs grandes réunions accueillent plus de participants. Un peu plus de la moitié des répondants (57 %) prévoyaient organiser le même nombre de grandes réunions cette année ; seulement 15 % pensaient en organiser moins.

Voyageurs d'agrément

Les perspectives des voyages au Canada demeurent stables, bien que la demande de voyages à l'étranger semble surpasser les intentions de voyage au pays, selon l'enquête de juillet 2005 sur les intentions de voyage réalisée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme. Parmi les quelque 2 000 Canadiens interviewés, 44,7 % prévoyaient prendre des vacances d'hiver entre novembre 2005 et avril 2006. C'est légèrement moins (3,3 points de pourcentage) qu'en juin 2004, surtout à cause d'un recul de 4 points de pourcentage dans les projets de voyages au pays. Les intentions de voyage des Canadiens aux États-Unis et vers d'autres destinations internationales demeurent très près des niveaux des années précédentes.

Tableau 1. Projets de vacances d'hiver (novembre 2005 à avril 2006)

	Juillet 2005	Juin 2004	Juin 2003
Projets de vacances d'hiver (toutes destinations)	44,7	48,0	42,0
Canada	16,6	20,6	16,4
États-Unis	10,2	9,6	10,1
Autres destinations internationales	16,9	16,9	14,3
Ne sait pas / refuse de répondre	1,0	0,9	1,2

Source : Le Conference Board du Canada.

Les résultats indiquent que la demande touristique demeure stable malgré une diminution des intentions de voyage au pays. Il y a un an, le tourisme canadien se rétablissait des effets consécutifs à l'apparition du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) en mai 2003. Cette reprise avait suscité une forte augmentation des intentions de voyage au pays en 2004. Dans le sondage de juin 2005, les projets de vacances d'hiver sont revenus à des niveaux plus stables. Entre-temps, la confiance des voyageurs demeure dans l'ensemble solide ; elle est soutenue par la vigueur de l'économie canadienne et la stabilité de la confiance des consommateurs.

D'après les résultats d'un sondage Harris réalisé à la mi-juillet, on prévoyait qu'environ deux tiers (66 %) des adultes américains prendraient des vacances d'été cette année. L'activité de voyage la plus prisée parmi les répondants qui faisaient un voyage d'agrément à l'été était de visiter des amis et des parents (38 %) ; venaient ensuite les vacances à la plage (21 %), la visite de lieux historiques ou touristiques (18 %), la visite de parcs d'attraction thématiques (17 %), la pratique de la randonnée pédestre ou du camping (14 %) et la visite de casinos (13 %). Les séjours dans des spas ou autres centres de villégiature (7 %) et les croisières (7 %) figuraient parmi les activités moins recherchées.

Le nombre d'Américains utilisant Internet pour acheter des voyages continue d'augmenter, selon une étude récente de la Claria Corporation et Feedback Research. L'analyse est fondée sur les statistiques de trafic Internet combinées à un sondage auprès des clients

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Internet de Claria. Parmi les répondants qui prévoyaient des vacances d'été, 61 % avaient l'intention d'acheter leurs billets d'avion en ligne, soit 11 points de pourcentage de plus que l'an dernier ; 52 % avaient l'intention d'acheter en ligne leur hébergement à l'hôtel, soit 12 points de plus qu'un an plus tôt.

Le rapport indique aussi que l'accessibilité des achats par Internet continue de favoriser la tendance aux délais de réservation plus courts. La plupart des répondants prévoyant prendre des vacances d'été (73 %) avaient réservé leur voyage à moins de trois mois de leur date de départ - en fait, les sites Web ont connu leur plus grand achalandage à la mi-juin.

Dans l'ensemble toutefois, les Américains demeurent plus à l'aise de réserver leurs voyages par le biais d'agents de voyages traditionnels. Dans une enquête réalisée par le réseau mondial de distribution Galileo International auprès de 1 000 adultes américains, 68 % des répondants ont affirmé préférer réserver leurs vacances auprès d'un agent de voyages. Les raisons principales en sont l'aptitude des agents de poser des questions pour comprendre les besoins du voyageur (cité par 53 % des répondants) et de personnaliser les itinéraires en conséquence (52 %). Presque la moitié des répondants (49 %) ont dit apprécier l'aptitude des agents de voyages à prendre les dispositions voulues pour des itinéraires complexes alors qu'il est difficile de le faire en ligne. Galileo signale que le service personnel, les connaissances, la souplesse et l'étendue des choix de vacances continuent d'assurer aux agents de voyages un avantage par rapport aux autres moyens de faire des réservations.

D'après un nouveau rapport du département du Commerce des États-Unis, un nombre record d'Américains ont voyagé à l'étranger l'an dernier. En 2004, ils ont été 61,8 millions à le faire, 10 % de plus qu'en 2003 et environ 500 000 de plus qu'en 2000 quand le record précédent avait été établi. Par ailleurs, 2004 est aussi la première année depuis 2000 où le marché des voyages à l'étranger a augmenté. Les visites des Américains outre-mer ont augmenté de 12 % à 27,4 millions (un autre record); les voyages au Mexique, de 10 % ; et les voyages au Canada, de 6 %. L'an dernier, les cinq premières destinations des voyageurs américains étaient dans l'ordre le Mexique, le Canada, le Royaume-Uni, la France et l'Italie ; quant aux dépenses, les cinq premiers pays étaient le Mexique, le Royaume-Uni, le Canada, l'Allemagne et la France. En moyenne, les voyageurs américains se rendant à l'étranger ont dépensé 1 317 \$US par voyage l'an dernier, 9 % de plus qu'en 2003.

En août, le gouvernement américain a annulé la date d'entrée en vigueur du 31 décembre 2005 pour la nouvelle réglementation exigeant le passeport pour les voyages entre les États-Unis et les Caraïbes. Environ 53 % des visiteurs aux Caraïbes sont américains, et les autorités de la région ont fait valoir que le court préavis ne donnerait pas aux voyageurs américains le temps de s'adapter. Le département d'État des États-Unis a indiqué avoir toujours l'intention d'appliquer l'échéance du 31 décembre 2007 où tous les voyageurs à destination ou au départ des États-Unis devront être munis d'un passeport.

La majorité des voyageurs canadiens et américains semblent être en faveur des passeports biométriques. Dans un récent sondage en ligne réalisé par l'entreprise de recherche TNS et le spécialiste de la protection des renseignements privés en ligne TRUSTe, les répondants ont cité les passeports comme l'application la plus opportune de la technologie biométrique, par rapport à d'autres documents d'identité tels que le permis de conduire ou la carte de sécurité sociale. Parmi les internautes interrogés, 85 % des répondants canadiens et 79 % des Américains appuyaient le recours aux dispositifs d'identification biométrique dans les passeports. Bien que 60 % de tous les répondants redoutent l'utilisation gouvernementale détournée des renseignements biométriques et le manque de fiabilité de la technologie, le principal souci (cité par 75 % des répondants) est le coût élevé d'un programme biométrique.

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

Transporteurs aériens - Canada

La circulation aérienne a été bouleversée le 2 août 2005 lorsqu'un Airbus A340 d'Air France a été incapable de s'arrêter sur la piste et a atterri en catastrophe à l'aéroport Pearson de Toronto. L'aéroport a dû fermer quatre de ses cinq pistes et les répercussions de cet incident, à la plus grande plaque tournante du trafic aérien au Canada, ont duré deux jours, entraînant des délais et des annulations de vols partout au pays. De nombreux vols internationaux à destination de Toronto ont été contraints d'atterrir à d'autres aéroports, causant des perturbations supplémentaires. La Greater Toronto Airports Authority a indiqué qu'environ 540 vols intérieurs et internationaux à destination ou au départ de Toronto ont été annulés en raison à la fois de l'accident de l'Airbus et des mauvaises conditions météorologiques régnant dans la région de Toronto plus tôt cette même journée.

Air Canada a déclaré un bénéfice net de 168 millions de dollars pour son deuxième trimestre terminé le 30 juin 2005. C'est un important revirement par rapport à la perte nette de 510 millions de dollars enregistrée au deuxième trimestre de 2004 alors que le transporteur était toujours sous la protection de la loi sur les faillites. Les recettes passagers globales de la période ont grimpé de 13,9 % par rapport à l'année précédente, ce qui a fait passer la marge d'exploitation de 22 millions de dollars à 177 millions de dollars. Le rendement passagers (tarif aérien moyen) a progressé de 3 %, ce qui a aidé le transporteur à compenser une augmentation de 42 % des coûts totaux en carburant. L'entreprise prévoit que ses résultats financiers demeureront vigoureux d'ici la fin de l'année grâce à un marché "plus sain" au Canada.

En juillet, les passagers-milles payants (PMP) d'Air Canada ont augmenté de 6,8 % par rapport à un an plus tôt. Ses lignes principales intérieures ont vu un trafic en hausse de 4,6 % tandis que celui de son transporteur régional Jazz bondissait de 54,4 %. Les PMP ont augmenté de 4,7 % sur les routes transfrontalières vers les États-Unis, de 7,9 % sur les routes de l'Atlantique et de 5,9 % sur les routes du Pacifique. Le transporteur a continué de contrôler rigoureusement la capacité de ses vols (hausse de 2,8 %), de sorte qu'il a enregistré son meilleur coefficient de remplissage de tous les temps : 83,6 %, (en hausse de 3,2 points de pourcentage). Il prévoit maintenant développer ses services intérieurs et vers les États-Unis dans les prochains mois. En juillet, Air Canada et Air Canada Jazz ont commencé à recevoir les premiers exemplaires d'une nouvelle série d'avions régionaux. D'ici l'hiver, Air Canada offrira chaque jour 1 300 vols en Amérique du Nord (vers 60 destinations au Canada et 50 aux États-Unis).

Tableau 2. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs aériens - juillet 2005

Transporteur aérien	PMP (millions) juillet 2005	PMP 2005 - 2004	Capacité 2005 - 2004
Air Canada - exploitation principale (y compris Jetz)	4 550	+ 6,8 %	+ 2,8 %
Gestion ACE Aviation Inc. - Régional (Jazz)	331	+ 54,4 %	+ 39,7 %
WestJet	763,7	+ 19,9 %	+15,9 %

La situation financière de WestJet était moins reluisante au deuxième trimestre. Le transporteur à bas prix a affiché un bénéfice net de 2,3 millions de dollars pour la période se terminant le 30 juin 2005, en forte baisse par rapport aux 7,3 millions de dollars du même trimestre un an plus tôt. Il a expliqué la baisse par les effets persistants de la guerre des tarifs aériens du début de l'année ainsi que les coûts en carburant ayant atteint un niveau record. Dans son état des résultats, il affirme avoir l'intention d'accélérer le remplacement de ses appareils plus anciens par des Boeing 737 de nouvelle génération - dont la consommation moindre aidera à combattre la montée des coûts en carburant.

WestJet et Air Canada ont du reste tous deux augmenté les tarifs aériens en août pour aider à compenser la hausse des coûts du carburant. Les transporteurs ont augmenté leurs tarifs de base pour toutes les destinations nord-américaines de 5 à 12 \$ par trajet, selon la distance. C'était le deuxième rajustement en deux mois, après une augmentation semblable en juin 2005.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

La Greater Toronto Airports Authority a récemment publié ses résultats d'exploitation pour le premier semestre de 2005. L'activité passagers de la période était en hausse de 8,3 % par rapport au premier semestre de 2004. L'administration estime que c'est là un reflet de la reprise qui se poursuit dans la demande de voyages en avion. Fait intéressant, elle indique également que la faillite de Jetsgo ne semble guère avoir influé sur l'activité à l'aéroport, quoique l'ancien transporteur à bas prix y a laissé une dette de 3,9 millions de dollars.

Transporteurs aériens - États-Unis

La demande de voyages en avion a continué de se renforcer en juillet aux États-Unis. Selon les plus récentes données de l'Air Transport Association (ATA), le trafic passagers total a augmenté de 4,8 %. Par rapport à un an plus tôt, il a progressé de 2,9 % sur les routes intérieures et de 9,7 % sur les routes internationales. Les transporteurs aériens ont continué de limiter la hausse de la capacité (à 2,9 %), affichant ainsi un coefficient de remplissage moyen de 85 %. Heureusement, les tarifs aériens américains ont continué de progresser, ce qui, combiné au renforcement du trafic et aux avions mieux remplis, a permis de modestes améliorations des revenus de l'industrie malgré la hausse vertigineuse des coûts en carburant.

La plupart des transporteurs américains ont réussi à augmenter leurs tarifs à petites doses depuis quelques mois, pour aider à compenser la montée des prix pétroliers. Les rendements intérieurs (revenus par mille-passager de vol) des huit grands transporteurs américains ont grimpé de 5 % en juillet 2005 par rapport à un an plus tôt ; c'était le troisième mois consécutif de progression après neuf mois de recul. La bonification des tarifs était même supérieure sur les routes de l'Atlantique et de l'Amérique latine (8,3 % et 6,3 % respectivement) ; elle était de 3,1 % sur les routes du Pacifique.

Transporteur aérien	PMP juillet 2005 - juillet 2004	Capacité juillet 2005 - juillet 2004
Alaska Airlines	- 2,1 %	- 5,5 %
America West Airlines	+ 2,6 %	+ 2,6 %
American Airlines	+ 8,1 %	+ 3,0 %
AirTran Airways	+ 39,4 %	+ 32,6 %
Continental Airlines	+ 7,8 %	+ 9,6 %
Delta Air Lines	+ 6,1 %	+ 5,0 %
JetBlue Airways	+ 31,6 %	+ 27,0 %
Northwest Airlines	+ 5,4 %	+ 3,4 %
Southwest Airlines	+ 14,7 %	+ 12,7 %
United Airlines	- 2,4 %	- 4,2 %
US Airways	- 1,7 %	- 0,7 %

Les rapports financiers du deuxième trimestre ont confirmé que plusieurs des grands transporteurs aériens américains connaissent une modeste amélioration de leurs résultats. American Airlines et Continental Airlines ont tous deux réalisé leur premier trimestre rentable depuis des années, grâce au renforcement de la demande des passagers et à de légères augmentations des tarifs. Cependant, les prix pétroliers inédits ont alourdi le fardeau des coûts en carburant. Pour certains transporteurs, les coûts en carburant ont même dépassé les coûts de main-d'œuvre à titre de première dépense d'exploitation dans ce trimestre, ce qui ne s'était jamais vu dans l'industrie des transports aériens.

Malheureusement, Delta et Northwest, qui n'ont pas su réduire leurs coûts autant que les autres grands transporteurs américains, ont tous deux continué de subir d'importantes pertes financières au deuxième trimestre. Après avoir publié ses résultats financiers de la période, Delta a informé ses employés, par voie de communiqué, que le plan actuel de réduction des coûts pourrait être insuffisant pour éviter d'avoir recours à la protection de la loi sur les faillites en vertu du Chapitre 11 au cours de la prochaine année. Quant à Northwest, l'entreprise n'a guère progressé dans son projet de réduire ses coûts annuels de main-d'œuvre de 1,1 milliard de dollars américains. Les

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

négociations contractuelles avec le syndicat de ses mécaniciens ont été rompues, de sorte que 4 400 mécaniciens ont déclenché la grève le 20 août 2005. Le transporteur a poursuivi ses activités malgré tout, mais la plupart des analystes croient que les revenus et les réservations anticipées du transporteur ne manqueront pas de souffrir en raison du conflit.

Tableau 4. Revenu net - T2 2005

Transporteur aérien	Revenu net T2 2005 (en \$US)	Revenu net T2 2004 (en \$US)
Alaska Airlines	+ 17,4 millions \$	- 1,7 millions \$
AMR Corporation (American)	+ 58 millions \$	+ 6 millions \$
America West Airlines	+ 13,9 millions \$	+ 10,7 millions \$
Continental Airlines	+ 100 millions \$	- 17 millions \$
Delta Air Lines	- 382 millions \$	- 1,960 millions \$
JetBlue Airways	+ 12,2 millions \$	+ 21,5 millions \$
Northwest Airlines	- 225 millions \$	- 182 millions \$
Southwest Airlines	+ 159 millions \$	+ 113 millions \$
US Airways	- 62 millions \$	+ 34 millions \$

Hôtels - Canada

Les hôteliers canadiens demeuraient relativement optimistes face à la saison des voyages estivaux, selon l'Enquête sur les perspectives du monde des affaires pour le secteur de l'hébergement des voyageurs au deuxième trimestre réalisée par Statistique Canada. Dans ce sondage terminé en juillet, 31 % des répondants prévoyaient que leurs réservations augmenteraient entre juillet et septembre 2005 par rapport à un an plus tôt, et 47 % pensaient qu'elles demeureraient environ au même niveau. Moins du quart des répondants (23 %) prévoyaient une diminution. Les répondants étaient encore plus optimistes au sujet des tarifs quotidiens moyens : 39 % s'attendaient à ce qu'ils augmentent au cours de l'été par rapport à un an plus tôt, et 44 %, à ce qu'ils demeurent stables.

Les résultats de l'enquête indiquent par ailleurs que les hôtels canadiens sont confrontés à moins de difficultés que lors du sondage précédent. Interrogés au sujet des entraves aux affaires, 19 % ont cité la conjoncture économique générale, contre 32 % trois mois plus tôt. La plus grande source de préoccupation est l'offre de chambres excessive (citée par 26 % des répondants), suivie de la pénurie de travailleurs qualifiés (23 %) et non qualifiés (21 %). Presque le tiers des répondants (32 %) ont affirmé n'être confrontés à aucune difficulté au moment de l'enquête, contre 30 % dans le sondage précédent.

En juin 2005 par rapport à juin 2004, le niveau moyen du revenu par chambre disponible (RCD) a augmenté de 9,4 % au Canada, selon le plus récent *National Market Report* de PKF. Les taux d'occupation ont grimpé de 3,6 %, à 72,1 %, et les tarifs quotidiens moyens, de 3,9 %, à 128,27 \$. PKF prévoit que les tarifs quotidiens moyens continueront de s'améliorer au Canada d'ici la fin de l'année, pour arriver à 120 \$ de moyenne sur l'ensemble de 2005. Ce serait là 2,5 % de plus qu'en 2004 et 5 % de plus qu'en 2003.

Les chaînes d'hôtels Fairmont, Quatre Saisons et Legacy ont toutes réalisé des bénéfices nets au deuxième trimestre de 2005 à la faveur de revenus qui ont continué de s'améliorer. Quatre Saisons a indiqué que le segment du luxe demeurait en tête de l'industrie en termes tant d'amélioration du taux d'occupation que d'augmentation du tarif des chambres, ce qui a aidé l'entreprise à réaliser une progression de 19 % des bénéfices nets pour le trimestre par rapport à l'année précédente. Fairmont n'est pas aussi optimiste, affirmant que la lenteur de la reprise sur le marché américain continue de nuire à ses résultats au Canada. La croissance constatée dans d'autres marchés internationaux n'a qu'en partie compensé la baisse des réservations américaines aux hôtels canadiens de Fairmont. En outre, le groupe continue de ressentir les effets de l'épidémie de SRAS de 2003 et les importantes répercussions qu'elle a produites sur les réservations anticipées pour les réunions et congrès. La chaîne Legacy, en revanche, a affirmé bénéficier d'une vigueur persistante dans le segment des voyageurs d'affaires individuels et d'une modeste amélioration dans les divers segments des voyages d'agrément.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Tableau 5. Revenus par chambre disponible (RCD) et revenu net des hôtels, T2 2005

Société	Revenu par chambre disponible (RCD), T2 2005 - T2 2004	Revenu net T2 2005	Revenu net T2 2004
Hôtels Fairmont	+ 6,9 % (au Canada)	34,1 millions \$US	29,0 millions \$US
Hôtels Quatre Saisons	+ 12,8 %	5,8 millions \$US	12,8 millions \$US
Hôtels Legacy	+ 0,4 %	4,6 millions \$CAN	7,8 millions \$CAN

Selon l'étude 2005 sur l'indice de satisfaction des clients d'hôtels en Amérique du Nord, réalisée par J.D. Power and Associates, Quatre Saisons jouit du plus haut degré de satisfaction des clients au sein du segment du luxe. Le rapport précise que la satisfaction des clients d'hôtels s'est dans l'ensemble améliorée depuis l'étude de l'an dernier, surtout parce que des bénéfices plus sains ont permis aux hôtels d'investir lourdement dans la rénovation des chambres et les confort proposés aux clients. Les commodités particulièrement appréciées des consommateurs sont le petit déjeuner gracieux et, dans la chambre, le réfrigérateur, la cafetière, les matelas à plateau-coussin et l'accès Internet haute vitesse.

Hôtels - États-Unis

Le renforcement de la demande de voyages, surtout dans le segment des voyages d'affaires, combiné à la faible croissance de l'offre, continue de favoriser l'industrie hôtelière américaine. Ces facteurs ont créé un environnement propice à une croissance constante des tarifs moyens des chambres et à l'essor des bénéfices des hôtels. Selon les plus récentes données de Smith Travel Research (STR), le taux d'occupation des hôtels américains a augmenté de 2,8 % au premier semestre de 2005 par rapport à la même période un an plus tôt, et les tarifs moyens des chambres, de 4,8 %. Le RCD a ainsi grimpé de 7,8 %. STR signale que l'augmentation de l'offre de nouvelles chambres reste à des niveaux parmi les plus faibles de l'histoire tandis que la demande connaît une solide croissance. STR prévoit que les tendances actuelles se maintiendront et que les tarifs moyens des chambres continueront de progresser au deuxième semestre de 2005 de sorte que le RCD connaîtra des gains importants d'ici la fin de l'année.

La forte augmentation des tarifs quotidiens moyens et la montée constante des taux d'occupation ont aidé l'industrie hôtelière américaine à réaliser des résultats très positifs au deuxième trimestre de 2005. Marriott International, la plus grande chaîne d'hôtels des États-Unis, a attribué ses augmentations de revenus supérieures à 10 % à la poussée de la demande de voyages aux États-Unis durant la période ; elle a souligné aussi l'accélération de la demande des entreprises. La plupart des entreprises prévoient que la vigueur de la demande continuera de favoriser leurs résultats financiers d'ici la fin de l'année.

Tableau 6. Revenus par chambre disponible (RCD) et revenu net des hôtels, T2 2005

Société	Revenu par chambre disponible (RCD), T2 2005 - T2 2004	Revenu net T2 2005 (\$US)	Revenu net T2 2004 (\$US)
Choice Hotels International	+ 5,1 %	+ 21,5 millions \$	+ 17,5 millions \$
Hilton Hotels Corp.	+ 9,4 %	+ 202 millions \$	+ 75 millions \$
Host Marriott	+ 9,8 %	+ 91 millions \$	+ 17 millions \$
Marriott International Inc.	+ 10,0 % (Amérique du Nord)	+ 138 millions \$	+ 160 millions \$
Starwood Hotels & Resorts	+ 12,7 % (Amérique du Nord)	+ 145 millions \$	+ 154 millions \$
Wyndham International	+ 7,4 %	- 78 millions \$	- 394,9 millions \$

Agents de voyages

Les tarifs des vols intérieurs au Canada ont continué de progresser, 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 8 % en juillet 2005 par rapport à un an plus tôt. Le prix des

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

billets entre le Canada et les États-Unis et d'autres destinations internationales a quant à lui continué de baisser : de 2 % et 3 % respectivement par rapport à juillet 2004.

Tralliance Corporation, l'entreprise qui administre le registre du domaine Internet “ point-travel ” (.travel), a annoncé un lancement limité du domaine le 1^{er} octobre 2005 puis le lancement intégral à la fin de l'année. La vérification préliminaire de l'appartenance véritable au secteur des voyages et du tourisme des entreprises souhaitant utiliser le suffixe “ .travel ” dans leur adresse Internet a débuté le 1^{er} juillet. L'Association des hôtels du Canada (AHC) et l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) ont été chargées de procéder à la vérification préliminaire des demandeurs canadiens, qui selon l'AHC se comptent par plusieurs centaines. Le lancement limité du 1^{er} octobre ouvrira la voie à la période de 90 jours d'essai du système qu'exige la Société pour l'attribution des noms de domaine et numéros sur Internet (ICANN), l'entité qui supervise l'ensemble du réseau Internet.

Aux États-Unis, les dépenses en ligne consacrées aux voyages se sont élevées à 5,1 milliards de dollars américains en juin 2005, 25 % de plus qu'au même mois un an plus tôt, selon un rapport mensuel de comScore Media Metrix. L'augmentation des visites de sites Web a été la plus marquée dans la sous-catégorie des hôtels et des centres de villégiature, qui a progressé de 9 % à 34,9 millions de visiteurs, suivie de la sous-catégorie des croisières, en hausse de 5 % à 10,6 millions de visites.

Par ailleurs, l'entreprise American Express Travel Related Services a affiché un bénéfice net de 808 millions de dollars américains pour son deuxième trimestre terminé le 30 juin 2005, soit 10 % de mieux que l'année précédente. Les ventes de voyages ont augmenté de 7,8 % durant la période.

Indicateur précurseur du tourisme

Contexte

Lancé dans le précédent numéro du *Bulletin de renseignements sur le tourisme*, l'indicateur précurseur du tourisme s'ajoute à l'analyse des tendances en matière de voyages qui est présentée dans ces pages. Il évalue le rendement actuel et prochain du marché intérieur et des principaux marchés internationaux du Canada.

Les entreprises, les responsables des politiques et les économistes sont nombreux à utiliser régulièrement des indicateurs précurseurs de l'économie pour les éclairer quant aux futures périodes d'activité économique, surtout lorsque l'on prévoit un changement de cap. En raison de l'évolution constante de la conjoncture des voyages, il devient de plus en plus important de pouvoir prévoir les fluctuations de la demande de voyages afin de prendre de meilleures décisions d'affaires. Il faut espérer que l'indicateur précurseur du tourisme deviendra un outil précieux pour les intervenants du tourisme en donnant de nouvelles perspectives sur le rendement à court terme de l'industrie canadienne du tourisme.

Des indicateurs précurseurs distincts ont été prévus pour le marché intérieur des voyages du Canada et pour chacun des principaux marchés internationaux du Canada : États-Unis, Royaume-Uni, France, Allemagne, Mexique, Japon, Corée du Sud, Chine et Australie.

Composantes de l'indicateur précurseur du tourisme

L'indicateur précurseur du tourisme intègre des composantes recoupant des facteurs tant économiques que non économiques.

Facteurs économiques : À des degrés variables, la conjoncture économique influe sur le processus de décision des voyageurs dans les principaux marchés du Canada. Tout en reconnaissant que de nombreux éléments économiques sont pertinents, l'analyse économétrique indique que le produit intérieur brut (PIB) réel et le revenu personnel disponible sont deux des plus importants. En outre, le choix précis d'une destination par un voyageur est souvent influencé aussi par une évaluation de la compétitivité des prix. Toutes autres choses étant égales par ailleurs, les voyageurs sont attirés par les destinations dont les prix sont plus compétitifs.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Facteurs non économiques : Depuis le 11 septembre 2001, l'influence de facteurs non économiques a grandement augmenté dans la prise de décisions. Parmi les plus importants facteurs non économiques dans les décisions en matière de voyages figurent la confiance des consommateurs, les préoccupations envers les voyages, les tendances en matière de voyages, la réglementation - par exemple sur les visas ou les passeports - et l'offre touristique (p. ex., la capacité des transports aériens).

Pour en arriver à l'indicateur précurseur du tourisme, les diverses composantes correspondant aux facteurs économiques et non économiques sont pondérées en fonction de leur importance relative dans le processus de prise de décisions en matière de voyages. Pour de plus amples renseignements sur la pondération et la méthode précises servant à produire l'indicateur précurseur du tourisme, on peut consulter la section Indicateurs précurseurs du tourisme - Tableau sommaire à la fin de ce rapport. Les cotes utilisées pour qualifier les diverses composantes de l'indicateur précurseur du tourisme sont les suivantes :

Indicateur précurseur du tourisme (et ses composantes) - Cotes utilisées

Symbole	Interprétation
+++	Amélioration importante
++	Amélioration modérée
+	Légère amélioration
0	Aucun changement (ou peu de changement)
-	Légère détérioration
--	Détérioration modérée
---	Détérioration importante

Ces cotes indiquent la mesure dans laquelle chaque composante de l'indicateur est susceptible d'influer à court terme sur les voyages en provenance du marché source en cause. La cote globale de chaque marché source indique le rendement prévu de ce marché à court terme, par rapport à la même période de l'année précédente.

L'indicateur précurseur du tourisme est présenté ici pour la deuxième fois ; son concept et sa présentation pourraient bénéficier de peaufinage supplémentaire dans les numéros à venir du *Bulletin de renseignements sur le tourisme*.

Indicateur précurseur du tourisme - Marché intérieur

Aspects économiques		Aspects non économiques		Global
Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs (marché intérieur)	Tendances fournisseurs (marché intérieur)	
+ (+)	0 (0)	+ (+)	0 (0)	+ (+)

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

Selon les données de juillet sur l'emploi, le marché canadien du travail semble perdre de l'élan pour ce qui est de la création d'emploi, par rapport aux mois précédents. En fait, l'augmentation minimale de 6 000 emplois masque de grands écarts selon les secteurs : le secteur manufacturier a perdu 26 000 emplois alors que le secteur du commerce de détail et de gros en a gagné 24 000. Dans l'ensemble, le taux de chômage a augmenté modérément, à 6,8 %, puisque l'augmentation de l'emploi n'a pas suivi la progression de la population active. Le produit intérieur brut (PIB) réel a enregistré une modeste croissance de 0,3 % en mai. La croissance plus marquée des industries productrices de biens - en premier lieu dans le domaine de l'énergie - a été tempérée par la croissance moindre de l'industrie des services. Malgré une reprise de l'activité dans la construction non résidentielle, un cinquième mois consécutif de baisse dans la construction résidentielle a étouffé la croissance globale du secteur de la construction.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Alors que la valeur du dollar semble s'être stabilisée par rapport au dollar américain, les voyages des Canadiens à l'étranger poursuivent leur essor en grande partie grâce à la valeur relativement élevée de notre monnaie. Les prix élevés de l'essence (et les suppléments carburants majorés) devraient modérer légèrement les voyages intérieurs, mais ils ne devraient pas avoir d'effet sur les voyages intérieurs au plan du coût par rapport aux destinations étrangères. Bien que certains fournisseurs prévoient augmenter leur offre de produits à l'automne pour combler les besoins des voyageurs intérieurs, la capacité aérienne intérieure au Canada devrait demeurer stable, voire baisser légèrement par rapport à l'an dernier. Dans l'ensemble, l'indicateur précurseur du tourisme à l'égard des voyages intérieurs indique que le marché global des voyages intérieurs continuera de progresser à court terme, fût-ce à un rythme très modeste.

Indicateur précurseur du tourisme - Marché des États-Unis (vers le Canada)

Aspects économiques		Aspects non économiques		Global
Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs (vers le Canada)	Tendances fournisseurs (vers le Canada)	
+ (0)	-- (-)	- (-)	+ (+)	0 (0)

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

Malgré les coûts élevés de l'énergie, l'économie américaine demeure en voie de progresser d'environ 3,5 % en 2005. Le marché du logement continue de faire mentir les prévisions d'effondrement imminent, le secteur manufacturier se redresse et les marchés du travail demeurent sains. Malheureusement, la confiance des consommateurs a baissé légèrement en juillet, à 103,2 contre 106,2 en juin. Les prix record de l'essence y ont sans doute contribué sensiblement, mais le fait que la confiance demeure à un niveau relativement élevé indique que la reprise économique reste vigoureuse et que les marchés du travail se redresseront. Le plus récent indicateur précurseur de l'économie américaine du Conference Board (juillet 2005) n'a augmenté que légèrement (0,1 %) par rapport à juin, mais il a progressé à un taux annualisé de 2,1 % au cours des six derniers mois.

Depuis le début de l'année, les voyages intérieurs et les voyages outre-mer ont affiché une solide croissance, bien que les voyages au Canada n'aient pas suivi cette croissance. En fait, pour la période de janvier à juin, les voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance des États-Unis sont restés 2,1 % en retrait des chiffres de la même période l'an dernier. Si la valeur du dollar américain semble s'être stabilisée par rapport au dollar canadien, de nombreux voyageurs américains trouvent toujours le Canada moins concurrentiel au plan des prix en raison de l'escalade des prix de l'essence (et des suppléments carburant). En outre, la confusion entourant la récente Western Hemisphere Travel Initiative (WHTI) et ses exigences en matière de passeport semble déjà limiter les voyages transfrontaliers vers le Canada. Jusqu'à présent, le seul aspect plus reluisant reste les voyages en avion d'une nuit ou plus en provenance des États-Unis. Ce segment est toujours en avance sur l'an dernier et une augmentation de 4 % de la capacité des vols directs vers le Canada est prévue pour la période d'octobre à décembre. Par contre, l'indicateur précurseur du tourisme pour les États-Unis laisse entrevoir des tendances affaiblies en matière de voyages, en partie imputables aux prix élevés de l'essence et à la confusion concernant les exigences de la WHTI quant au port du passeport, qui continueront de limiter l'augmentation des visites au Canada à court terme.

Vue d'ensemble de la situation internationale

Royaume-Uni et Irlande

Le 11 août 2005, une grève sauvage a contraint British Airways (BA) à interrompre presque toutes ses activités à l'aéroport Heathrow, qui est sa plaque tournante mondiale, pendant environ 24 heures. La grève non autorisée a été observée par 1 000 travailleurs au sol qui soutenaient le traiteur de BA, Gate Gourmet, le lendemain que celui-ci a procédé à d'importantes mises à pied. BA a annulé environ 700 vols à destination ou au départ de Heathrow, abandonnant ou retardant plus de 100 000 de ses passagers au cours des jours suivants. Selon les estimations préliminaires, la grève coûtera à BA quelque 30 millions de livres sterling (64,3 millions \$CAN), mais le chiffre pourrait doubler si la réglementation de l'Union européenne sur le dédommagement des passagers s'applique à cette situation. Un bulletin de Bloomberg signale que c'est la quatrième année où des vols de BA sont perturbés durant la période de pointe des voyages en raison d'un conflit de travail.

Malgré tout, les finances de BA demeurent très positives : le transporteur a affiché un bénéfice net de 90 millions de livres sterling (193,9 millions \$CAN) pour son premier trimestre terminé le 30 juin 2005, soit plus du double des 43 millions de livres d'un an plus tôt. Le bénéfice d'exploitation du transporteur a augmenté de 36,4 % grâce à une progression de 8,3 % des revenus globaux. Malgré une légère diminution du nombre de passagers transportés (1,2 %), les revenus passagers du trimestre ont augmenté de 4 %. Le transporteur l'attribue au fait que davantage de clients choisissent les sièges de catégorie supérieure. La vigueur du dollar américain et les suppléments carburant majorés ont amélioré les perspectives financières de BA : il prévoit maintenant que sur l'année entière, ses revenus augmenteront de 5,5 à 6,5 % par rapport à l'exercice précédent même si aucune augmentation du tarif n'est prévue.

Dans ses plus récentes statistiques de trafic, BA signale que les conditions du marché sont de fait demeurées largement inchangées. En juillet 2005, son trafic passagers total, mesuré en passagers-kilomètres payants (PKP), a augmenté de 4,2 % par rapport à un an plus tôt. La région Asie-Pacifique a continué de connaître la meilleure progression, augmentant de 18,7 % par rapport à l'année précédente contre 2 % pour les routes vers les Amériques et 2,1 % pour les routes court-courriers et moyen-courriers au Royaume-Uni et en Europe. Le transporteur estime que les attentats terroristes de juillet à Londres ne semblent pas avoir influé sur le trafic passagers de ce mois, bien qu'il soit incertain quant aux effets possibles à plus long terme.

D'après la British Airport Authority (BAA), les répercussions des attentats terroristes de Londres ont ralenti la croissance à ses trois aéroports londoniens en juillet même si les voyages en avion ont atteint ce même mois des niveaux records au Royaume-Uni. Dans l'ensemble, les sept aéroports de BAA ont accueilli 14,58 millions de passagers en juillet, 2,6 % de plus qu'au même mois en 2004. Le nombre total de passagers à Heathrow, Gatwick et Stansted a augmenté de 1,7 % bien qu'à Heathrow, le trafic ait baissé de 0,6 %. Globalement, le trafic a progressé de 1 % sur les routes de l'Atlantique Nord et de 7,5 % sur les autres routes long-courriers.

Tableau 7. Variation du nombre de passagers transportés

Transporteur	Juillet 2005 - juillet 2004
British Airways	+ 0.1 %
EasyJet	+ 18 %
Ryanair	+ 29 %

Les deux plus grands transporteurs à bas prix de la région, Ryanair et EasyJet, ont continué de voir tant leur nombre de passagers que leur chiffre d'affaires augmenter sensiblement pendant le trimestre se terminant le 30 juin 2005. Ryanair a déclaré des bénéfices nets de 64,4 millions d'euros (94,4 millions \$CAN) pour le trimestre, un record pour le transporteur. Le nombre de passagers a grimpé de 30 % pour la période par rapport à un an plus tôt, ce qui a aidé à faire monter ses revenus totaux de 35 %. Pour sa part, EasyJet a produit un rapport opérationnel trimestriel indiquant une augmentation de 19,5 % des revenus (les bénéfices trimestriels n'ont pas été dévoilés) et une augmentation de 20,6 % du nombre de passagers par rapport à l'année précédente. Les deux transporteurs ont indiqué que l'afflux de réservations a semblé ralentir les jours suivant les attentats terroristes de juillet à Londres; aucun des deux ne prévoit toutefois que les attentats n'aient des répercussions importantes sur les réservations futures.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

La semaine suivant la deuxième tentative d'attaque contre le réseau de transport londonien (le 21 juillet), TNS a réalisé un sondage pour le compte de CNN / Time pour déterminer la réaction des adultes britanniques, français et allemands face aux attentats terroristes. Un plus grand nombre de répondants britanniques et français étaient dissuadés de visiter Londres (respectivement 31 % et 32 % des répondants); un plus faible pourcentage de répondants allemands ont indiqué qu'ils préféreraient reporter les voyages à Londres (20 %).

Cependant, les statistiques préliminaires sur les voyages de juillet indiquent que l'effet des attentats sur la demande de voyages a été sensiblement inférieur à ce que les résultats du sondage ne laissent entrevoir. Selon le rapport mensuel de PKF pour juillet, l'occupation des hôtels londoniens a baissé de 4,9 points de pourcentage par rapport à un an plus tôt, à 79,4 %, alors que les tarifs moyens des chambres ont augmenté de 1,2 %. Par ailleurs, un sondage réalisé récemment par la European Tour Operators Association auprès de ses membres a révélé que la plupart des voyageurs n'avaient enregistré qu'un nombre minime d'annulations de voyages à Londres à la suite des attentats terroristes, et que la moitié des clients annulant un voyage l'ont reporté à une date ultérieure. Les clients asiatiques semblent avoir été proportionnellement les plus nombreux à annuler. La plupart des voyageurs spécialisés dans le long-courrier estiment que leurs revenus ont en conséquence baissé de 1 à 5 %. Ils sont incertains quant aux effets des attentats sur les réservations futures, mais les répondants étaient relativement optimistes que dans l'ensemble, les visites en Europe connaîtraient une forte croissance en 2005 par rapport à l'an dernier.

Le voyageur TUI a récemment fait savoir que sa filiale au Royaume-Uni avait connu une croissance stable au deuxième trimestre de 2005 (avril à juin). Les clients britanniques ont augmenté de 8,1 %, stimulant la demande de vacances long-courriers et de croisières. Les prix moyens ont augmenté durant le trimestre par rapport à un an plus tôt, et les réservations sur le Web ont augmenté davantage au Royaume-Uni que pour toutes les autres filiales européennes. Les bons résultats des réservations au Royaume-Uni pendant le trimestre sont le principal facteur de l'augmentation des ventes de 0,7 % pour la division Europe du Nord de TUI. À la fin juillet, les réservations estivales de TUI au Royaume-Uni devançaient de 22 % celles de l'année précédente au même moment.

L'édition 2005 du *Ski Industry Report* de Crystal Holidays révèle que le Canada et les États-Unis continuent tous deux d'augmenter leur part du marché britannique des voyages de ski. Pour la saison 2004-2005, les destinations canadiennes et américaines ont recueilli 6 % des voyages de ski au départ du Royaume-Uni, contre 5,8 % un an plus tôt. Globalement, le marché britannique des voyages de ski a progressé de 3,8 % en 2004-2005. Les voyages de ski individuels ont augmenté de 5,1 % et les forfaits de vacances de ski, de 4,3 %.

Indicateur précurseur du tourisme - Marché du Royaume-Uni

Aspects économiques		Aspects non économiques		Global
Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs	Tendances fournisseurs	
0 (+)	- (0)	++ (++)	++ (+)	+ (+)

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

L'indicateur précurseur général de l'économie du Conference Board pour le Royaume-Uni a baissé pour un quatrième mois consécutif en juin (0,4 %), la faiblesse des divers indicateurs précurseurs paraissant répandue. En même temps, la croissance du PIB réel a baissé au taux annuel moyen de 1,5 % au premier semestre de 2005. L'état de l'indicateur précurseur laisse entrevoir que la croissance économique demeurera lente à court terme. En outre, la détérioration supplémentaire constatée récemment dans le taux de change de la livre sterling par rapport au dollar canadien a fait en sorte que les destinations canadiennes sont devenues moins compétitives au plan du prix que de nombreuses destinations concurrentes.

Malgré la conjoncture économique affaiblie, les arrivées au Canada en provenance du Royaume-Uni au premier semestre de l'année (janvier à juin) sont 9 % supérieures à celles de la même période l'an dernier. Pour l'avenir, les voyages au Canada au départ du Royaume-Uni devraient être stimulés par l'augmentation prévue de 19 % de la capacité des vols directs entre septembre et décembre, par rapport à l'année précédente. Dans l'ensemble, la vigueur des tendances en matière de voyages (chez les voyageurs et les fournisseurs) devrait aider à soutenir l'augmentation des voyages des Britanniques au Canada à court terme.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

France

Selon le plus récent rapport opérationnel du groupe Air France-KLM, une forte augmentation du trafic passagers et des revenus lui a permis d'enregistrer une progression de 5,5 % de ses ventes à son premier trimestre terminé le 30 juin, par rapport à un an plus tôt. Ses revenus passagers ont augmenté de 6,5 % par rapport à l'année précédente, grâce à une hausse de 6,6 % du trafic passagers. Ses tarifs moyens sont demeurés stables durant le trimestre malgré un effet de change négatif.

En juillet 2005, le trafic passagers global d'Air France-KLM (en PKP) a augmenté de 9,2 % par suite d'une progression supérieure à 10 % sur ses routes vers l'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud (12,4 %) et vers l'Asie (11,6 %). Sur les routes court-courriers et moyen-courriers (y compris les routes intérieures françaises et les routes sur le reste de l'Europe), le trafic a aussi connu une forte augmentation, progressant de 8,3 % par rapport à un an plus tôt. Dans l'ensemble, le nombre de passagers transportés en juillet a augmenté de 7,1 % par rapport à l'année précédente, à 6,5 millions. Le transporteur a indiqué que la perte de l'Airbus A340-300 qui a atterri en catastrophe à l'aéroport Pearson de Toronto ne devrait pas avoir d'importantes répercussions commerciales ou financières pour le transporteur.

Le groupe d'agences de voyages TUI AG a récemment indiqué que les fortes tendances en matière de réservations estivales enregistrées par sa filiale française au premier trimestre de 2005 se sont poursuivies au deuxième trimestre. Le total des réservations a augmenté de 16,4 % d'avril à juin 2005 par rapport au deuxième trimestre de 2004. Le voyageur Nouvelles Frontières, qui s'adresse au marché sensible au prix, a continué de connaître une intense activité durant le trimestre. Au 29 juillet, les réservations enregistrées par TUI France pour l'été dépassaient de 10,4 % celles de l'an dernier au même moment, et le chiffre d'affaires était plus élevé de 10,8 %. TUI précise que le Maroc et la Tunisie étaient les deux destinations les plus recherchées cet été.

Le bureau de la Commission canadienne du tourisme (CCT) en France a aussi indiqué que les voyageurs français avaient bénéficié d'un solide volume de réservations cet été. Les États-Unis et diverses destinations d'Asie ont vu les réservations augmenter sensiblement par rapport à l'année passée. Le rapport du bureau de la CCT indique que malgré la tendance aux vacances courtes réparties sur toute l'année, les voyageurs français continuent d'attacher une priorité à leurs traditionnelles grandes vacances à l'été. Un reportage récent de CNN a attribué la tendance croissante aux courtes escapades à la semaine de travail réduite à 35 heures et à la morosité de l'économie française : les familles françaises ont davantage de temps pour voyager toute l'année, mais moins d'argent à consacrer aux voyages, ce pourquoi elles prennent davantage de courtes vacances hors saison.

Abstraction faite du coût, le Canada se classerait comme deuxième destination de vacances la plus appréciée par les Français, selon un récent sondage en ligne de Harris Interactive. Parmi 1 075 adultes français interrogés au sujet de la destination qu'ils choisiraient si le coût n'était pas un facteur, l'Australie s'est classée première, suivie dans l'ordre par le Canada, l'Italie, les États-Unis et l'Espagne. Parmi tous les répondants européens (y compris des adultes britanniques, français, italiens et allemands), le Canada est la troisième destination de vacances qui serait la plus recherchée abstraction faite du coût.

Indicateur précurseur du tourisme - Marché français

Aspects économiques		Aspects non économiques		Global
Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs	Tendances fournisseurs	
- (0)	- (-)	++ (++)	++ (+)	+ (+)

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

L'indicateur précurseur général de l'économie du Conference Board pour la France est demeuré inchangé en juin après trois mois consécutifs de recul. La faiblesse des divers indicateurs précurseurs de l'économie est du reste devenue plus répandue depuis quelques mois. Malheureusement, depuis le début de l'année, la compétitivité des prix du Canada pour les voyageurs français a continué de baisser parce que l'euro a continué de se déprécier par rapport au dollar canadien. Malgré des tarifs aériens à court terme très compétitifs proposés par Air France pour le Canada, les suppléments carburant des vols long-courriers pourraient désavantager le Canada par rapport à des destinations plus proches.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Jusqu'à la fin de juin, les arrivées des Français au Canada devançaient de plus de 12 % celles de la même période l'an dernier. Pour les prochains mois, les voyages des Français au Canada pourraient être stimulés par l'augmentation prévue de 13,8 % de la capacité des vols directs entre octobre et décembre, par rapport à l'an dernier. Malgré les difficultés économiques croissantes et les éventuelles répercussions négatives de l'incident de l'appareil d'Air France à l'aéroport Pearson de Toronto, les voyages en provenance de France demeurent en voie d'augmenter légèrement à court terme.

Allemagne

Le groupe Lufthansa, société mère de Lufthansa German Airlines, a enregistré un bénéfice net de 200 000 euros (293 000 \$CAN) pour son premier semestre terminé le 30 juin 2005, par rapport à un bénéfice net de 39 millions d'euros (57,2 millions \$CAN) à la même période en 2004. Compte tenu de la forte perte aux trois premiers mois de cette année, ces gains traduisent des résultats très positifs au second trimestre du transporteur (avril à juin 2005). Le trafic total des transporteurs du groupe, qui comprend Lufthansa et quatre autres transporteurs de moindre envergure, a augmenté de 4 %. Le nombre de passagers est toutefois demeuré au même niveau qu'au premier semestre de l'an dernier (+ 0,2 %). Le nombre de passagers sur les vols intercontinentaux a augmenté durant la période, surtout sur les routes d'Asie-Pacifique, du Moyen-Orient et d'Afrique, ce qui a aidé à faire progresser les revenus de 4 %. Lufthansa a affirmé être toujours aux prises avec l'escalade des coûts en carburant et une intense concurrence (du secteur en plein essor des transporteurs à bas prix), mais prévoit malgré tout un solide bénéfice pour l'exercice.

En juillet, le trafic passagers de Lufthansa a augmenté de 6,8 % par rapport au même mois de 2004, grâce à une forte croissance dans tout son réseau mondial. Les routes d'Amérique du Nord et d'Amérique du Sud ont vu les passagers-kilomètres payants augmenter de 7,3 % par rapport à l'année précédente, tandis que le trafic progressait de 6 % vers les destinations d'Asie-Pacifique et de 5,5 % vers les destinations moyen-courriers et court-courriers (y compris en Allemagne et dans le reste de l'Europe).

L'aéroport de Francfort a desservi 5 millions de passagers en juillet, soit 5,2 % de plus qu'au même mois en 2004 ; il s'agit d'un nouveau record mensuel. C'est le trafic sur les routes européennes qui a enregistré la plus forte augmentation pendant ce mois - en particulier l'Espagne, l'Italie, la Grèce et la Turquie.

TUI AG, le plus grand groupe d'agences de voyages en Europe, a indiqué que ses résultats financiers globaux se sont améliorés au deuxième trimestre de 2005 par rapport à la même période un an plus tôt. Les réservations de l'ensemble des filiales étaient en hausse de 8,5 % et les ventes totales, de 4,2 %. Les revenus ont augmenté de 8 % par rapport au même trimestre de 2004. Les activités de TUI en Allemagne ont enregistré une progression de 13 % dans les réservations pendant le trimestre. À la fin juillet, les réservations en provenance d'Allemagne pour la saison estivale devançaient de 17,5 % celles de l'année passée à la même époque.

Le bureau de la CCT en Allemagne rapporte que les agences de voyages allemandes ont connu une forte croissance des réservations pour l'été. Les destinations d'Amérique du Nord et des Caraïbes ont été très prisées, et les réservations pour le Canada - surtout l'Ouest canadien - devraient augmenter davantage que celles pour les États-Unis. La faveur croissante des réservations sur Internet continue de favoriser l'essor des voyages en avion à bas prix et les forfaits dynamiques.

Le plus récent sondage TATS auprès des agences de voyages allemandes a révélé que le marché allemand des vacances avait ralenti en juillet, selon un reportage paru dans le magazine *FVW*. Les ventes de forfaits de vacances ont augmenté légèrement (0,9 %), mais les revenus totaux étaient inférieurs de 0,8 % à ceux de juillet 2004. Les ventes de billets d'avion ont baissé de 4,8 % pour le mois par rapport à un an plus tôt. Cependant, en juillet, les revenus attribuables au tourisme pour la période de novembre 2004 à octobre 2005 étaient toujours supérieurs de 4,6 % à ceux de la même période un an plus tôt. *FVW* note que le sondage touche 2 150 agences de voyages allemandes et est considéré comme un indicateur fiable des tendances générales du marché.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Indicateur précurseur du tourisme - Marché allemand

Aspects économiques		Aspects non économiques		Global
Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs	Tendances fournisseurs	
0 (-)	- (-)	++ (++)	+ (+)	+ (+)

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

L'indicateur précurseur général de l'économie du Conference Board pour l'Allemagne a nettement augmenté (0,5 %) en juin après être demeuré au même niveau les trois mois précédents. En fait, le gain de juin fait en sorte que l'indicateur précurseur maintient une tendance en légère hausse, les points forts et les points faibles des divers indicateurs précurseurs devenant plus équilibrés. Malheureusement, depuis le début de l'année, la compétitivité du Canada au plan des prix pour les voyageurs allemands a continué de se détériorer en même temps que l'euro se dépréciait encore par rapport au dollar canadien. En outre, les suppléments carburant des vols long-courriers désavantageront légèrement le Canada par rapport à des destinations plus proches.

Pour l'année jusqu'à la fin de juin, les arrivées au Canada en provenance d'Allemagne étaient en hausse de 12 % par rapport aux données de la même période un an plus tôt. Pour les prochains mois, les voyages des Allemands au Canada pourraient être stimulés par l'augmentation prévue de 4 % de la capacité des vols directs entre octobre et décembre par rapport à l'année précédente. Malgré les perspectives toujours modestes de l'économie allemande, il semble que la demande de voyages au Canada continue de justifier les prévisions d'une croissance modérée à court terme.

Mexique

Le transporteur brésilien à bas prix GOL, qui a fortement développé ses routes dans toute l'Amérique du Sud depuis un an, a annoncé en juillet qu'il prévoit lancer un transporteur à bas prix au Mexique au printemps 2006. Selon *Air Transport World*, le lancement d'un autre transporteur à bas prix a été annoncé récemment par ABC Aerolineas, une nouvelle entreprise. ABC projette d'offrir des vols à bas prix au Mexique sous la marque Interjet à partir de décembre.

Les transporteurs aériens d'Amérique latine ont vu leur trafic passagers (mesuré en PKP) progresser de 11,2 % en juin 2005 par rapport au même mois de 2004, selon l'Association internationale des transporteurs aériens latino-américains (AITAL). Les plus fortes augmentations ont été enregistrées dans le segment des vols nolisés (67,3 %), tandis que les vols réguliers en Amérique latine progressaient de 25,9 %. Le trafic vers l'Amérique du Nord et l'Europe a augmenté respectivement de 9,1 % et 7,2 %.

Tableau 8. Transporteurs de l'AITAL* - Passagers-kilomètres payants (PKP) et passagers transportés - juin 2005

Destination régionale	PKP 2005 - 2004	Passagers transportés 2005 - 2004
Amérique latine (vols réguliers et nolisés)	12,7 %	14,0 %
International - Total	14,0 %	18,9 %
Amérique du Nord	9,1 %	9,3 %
Europe	7,2 %	7,9 %
Asie-Pacifique	- 0,1 %	2,8 %

Source : Latin American Airline Association (AITAL).

*L'AITAL comprend 22 transporteurs aériens desservant la région d'Amérique latine.

Selon le plus récent rapport trimestriel du bureau de la CCT au Mexique, les voyageurs mexicains ont enregistré une augmentation record de leurs ventes de produits au Canada cette année. De fait, de nombreux voyageurs affirment que le Canada était leur destination

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

de voyage “ numéro 1 ” cet été. Les perspectives générales à l'égard des voyages au départ du Mexique sont un peu plus mitigées, en raison de l'incertitude entourant l'élection présidentielle au Mexique l'an prochain. Cependant, cette incertitude ne semble pas nuire à la demande de voyages au Canada de la part des Mexicains.

La Banque du Mexique (Banxico) a indiqué que l'indice des prix à la consommation a augmenté de 0,39 % en juillet par rapport au mois précédent. Selon Banxico, les forfaits touristiques sont un des produits contribuant à l'augmentation. Par rapport à un an plus tôt, l'indice des prix à la consommation a augmenté de 4,47 %.

Indicateur précurseur du tourisme - Marché mexicain

Aspects économiques		Aspects non économiques		Global
Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs	Tendance fournisseurs	
+ (0)	+ (+)	++ (++)	++ (++)	++ (++)

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

L'indicateur précurseur général de l'économie du Conference Board pour le Mexique a augmenté sensiblement (2,6 points) en juin après avoir baissé en mai. Bien que les prix pétroliers et les inventaires sont les premiers facteurs de ce gain, la vigueur des divers indicateurs précurseurs est devenue plus répandue ces derniers mois. Par ailleurs, la compétitivité du Canada au plan des prix pour les voyageurs mexicains s'est améliorée grâce à la modeste appréciation du peso mexicain par rapport au dollar canadien depuis le début de l'année.

Vu le grand nombre de visites en juin, les arrivées au Canada en provenance du Mexique pour le premier semestre de l'année (janvier à juin) étaient supérieures de 15 % à celles de la même période l'an dernier. Les voyages à l'étranger au départ du Mexique devraient encore être stimulés à court terme par la forte augmentation de la capacité aérienne prévue. Heureusement, la capacité des vols au Canada progressera sensiblement (17,6 %) entre octobre et décembre. Dans l'ensemble, l'indicateur précurseur du tourisme indique une forte croissance des arrivées de Mexicains au Canada à court terme.

Japon

Japan Airlines (JAL) a déclaré une perte nette de 38,3 milliards de yen (414,6 millions \$CAN) pour son premier trimestre terminé le 30 juin 2005, soit légèrement mieux que la perte de 40,7 milliards de yen d'un an plus tôt. Les revenus des services internationaux ont augmenté de 6,4 % grâce aux tarifs majorés et aux suppléments carburant. Le nombre de passagers internationaux a progressé de 1,6 % par rapport au même trimestre de l'an dernier et le trafic intérieur, d'à peine 0,3 %. Le transporteur signale que le trafic passagers sur les routes long-courriers vers l'Amérique du Nord et l'Europe est stable. Une dépêche de l'agence Reuters affirme qu'une succession de problèmes de sécurité sur plusieurs vols de JAL, qui ont été amplement soulignés par les médias, ont nui à l'achalandage passagers du transporteur durant le trimestre, surtout sur les vols intérieurs.

All Nippon Airways (ANA) a affiché une perte nette de 2,16 milliards de yen (23,4 millions \$CAN) pour son premier trimestre terminé le 30 juin 2005, soit une dégradation de 10,9 % par rapport à un an plus tôt. Les revenus totaux ont augmenté de 5,1 % par rapport à l'année précédente et le nombre de passagers, de 2,6 %. Sur les routes internationales cependant, le nombre de passagers a baissé de 1 %, surtout en raison d'une baisse de la demande de voyages en Chine par suite des manifestations antijaponaises qui s'y sont déroulées. Comme JAL, ANA indique que la demande était solide pendant toute la période sur ses routes d'Amérique du Nord et d'Europe.

JAL indique que son nombre de passagers internationaux pour la période de vacances du 22 juillet au 21 août a baissé de 0,9 % par rapport à la même période un an plus tôt. La demande a été vive sur les routes transpacifiques, vers la Corée et vers l'Océanie, mais le trafic a baissé vers les destinations d'Asie, signe des effets persistants du tsunami sur la demande de voyages de la part des Japonais. La demande de voyages en Chine est aussi demeurée faible en raison des manifestations antijaponaises qui s'y sont déroulées plus tôt cette année. Sur les vols intérieurs, le nombre de passagers a augmenté de 1,4 % pendant la période par rapport à l'année passée.

L'aéroport international Narita de Tokyo a annoncé qu'il prolongera sa deuxième piste pour permettre le décollage et l'atterrissage d'un plus grand nombre de gros porteurs et ainsi augmenter la capacité de l'aéroport à l'égard des vols internationaux. Lorsque les travaux

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

seront terminés en 2010, l'aéroport pourra desservir 220 000 vols par année au lieu des 200 000 d'aujourd'hui.

Il semble que certains voyageurs japonais deviennent lassés du tourisme outre-mer conventionnel et recherchent de plus en plus des forfaits de vacances prévoyant des expériences inhabituelles, selon un article paru dans le *Nikkei Weekly*. Par exemple, JTB Corp. offre un forfait permettant aux clients de jouer au baseball avec des joueurs des ligues majeures à un camp d'entraînement en Floride. Autres forfaits prisés, Jalpak propose des cours de cuisine française (visant les Japonaises de plus de 30 ans) et Kinki Nippon Tourist, des vacances sur un ranch en Nouvelle-Zélande.

Le bureau de la CCT au Japon a récemment indiqué que la demande de voyages vers des destinations long-courriers a été forte, surtout pour les destinations européennes et canadiennes. Pour tirer parti de la demande de voyages au Canada, ANA a programmé deux vols directs à Montréal en octobre 2005 pour voir les couleurs automnales au Québec. Les forfaits de vacances ont été mis au point en partenariat avec Destination Québec et l'agence de voyages KNT, avec un appui en marketing de la CCT.

Indicateur précurseur du tourisme - Marché japonais

Aspects économiques		Aspects non économiques		Global
Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs	Tendances fournisseurs	
0 (0)	- (-)	+ (++)	+ (-)	+ (+)

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

L'indicateur précurseur général de l'économie du Conference Board pour le Japon a nettement augmenté (0,5 %) en juin après être demeuré essentiellement inchangé depuis le début de l'année. L'augmentation du nombre d'heures supplémentaires travaillées dans le secteur manufacturier a le plus contribué au gain de juin, mais les autres indicateurs sont aussi devenus plus vigoureux. Pourtant, malgré l'augmentation de juin, la progression de l'indicateur général est essentiellement nulle depuis la fin de 2004. Malheureusement, la compétitivité du Canada au plan des prix pour les voyageurs japonais a diminué depuis le début de l'année en raison de la dépréciation du yen japonais par rapport au dollar canadien.

Malgré la baisse de 4,6 % en juin, les arrivées au Canada en provenance du Japon ont augmenté de plus de 7 % pour la première moitié de l'année par rapport à 2004. Les arrivées du Japon pourraient être stimulées à court terme par l'augmentation prévue de 11,3 % de la capacité des vols directs entre octobre et décembre, par rapport à l'an dernier. Dans l'ensemble, l'indicateur précurseur du tourisme pour le Japon laisse entrevoir que le potentiel de croissance des arrivées du Japon persistera à court terme.

Corée

La Corée du Sud a connu la pire grève de l'aviation de son histoire lorsque le 17 juillet 2005, presque deux tiers des pilotes d'Asiana Airlines (le deuxième plus grand transporteur du pays) ont débrayé par suite d'un conflit au sujet des conditions de travail. La grève a duré 25 jours, contraignant Asiana à annuler plus de 2 000 vols réguliers - soit environ le tiers de ses vols réguliers. Le transporteur a tenté de protéger ses services internationaux le plus possible, même aux dépens de ses services intérieurs, mais a dû retrancher des vols vers les États-Unis et vers la Chine vu la durée de la grève. Celle-ci a pris fin lorsque le gouvernement coréen a contraint les pilotes à retourner au travail. Asiana estime que la grève lui a coûté plus de 165 milliards de won (191,7 millions \$CAN), en plus de grever l'industrie du tourisme de 400 milliards de won (464,7 millions \$CAN). On prévoyait que les services internationaux ne reviendraient pas à la normale avant la fin d'août.

Le bureau de la CCT en Corée indique que la majoration de la capacité aérienne entre la Corée et l'Amérique du Nord a créé de nouvelles possibilités d'attirer des visiteurs coréens au Canada cette année. Korean Air a lancé de nouveaux vols sur Seattle et l'Alaska cet été ; Asiana Airlines a lancé de nouveaux vols directs sur Chicago ; et Air Canada a augmenté sa capacité entre les deux pays. Le tout coïncide avec la poussée des voyages à l'étranger prévue cette année alors que la plupart des lieux de travail coréens passent à la semaine de travail de cinq jours (au lieu de six). Selon les plus récentes données d'OAG, la capacité aérienne directe entre la Corée du Sud et le Canada devrait augmenter de 4,7 % cet automne (octobre à décembre) par rapport à un an plus tôt.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

D'après le plus récent rapport sur le marché coréen de Tourism Australia, les voyages des Coréens à l'étranger ont augmenté de 18 % en mai 2005 par rapport à mai 2004. Cependant, la demande de voyages vers des destinations en Asie a continué de dominer les voyages à l'étranger (hausse de 22,8 %) tandis que les voyages aux États-Unis progressaient de 5,9 % et les voyages en Europe, de 7,9 %.

Indicateur précurseur du tourisme - Marché coréen

Aspects économiques		Aspects non économiques		Global
Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs	Tendances fournisseurs	
++ (+)	0 (+)	++ (++)	+ (0)	++ (+)

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

L'indicateur précurseur général de l'économie du Conference Board pour la Corée a augmenté légèrement en juin, après la forte progression déjà enregistrée en mai. Il a grimpé au taux annuel de 1,5 à 2,5 % ces derniers mois, et les points forts sont largement répartis parmi les divers indicateurs précurseurs. En même temps, la croissance du PIB réel a atteint le taux annualisé de 5 % au deuxième trimestre, contre 1,6 % au premier trimestre et 3,6 % en 2004. Malgré un certain recul récemment, le won sud-coréen a essentiellement maintenu sa valeur par rapport au dollar canadien depuis le début de l'année.

Jusqu'à la fin de juin, les arrivées au Canada en provenance de Corée du Sud étaient supérieures de 11 % à celles de la même période l'an dernier. Bien qu'une croissance supérieure à 10 % pourrait être minée par la relativement modeste augmentation prévue (4,7 %) de la capacité aérienne directe entre octobre et décembre, l'indicateur précurseur du tourisme laisse entrevoir que l'amélioration de la conjoncture économique et la vive demande de voyages devraient assurer une solide progression des visites des Coréens à court terme.

Chine

China Southern Airlines, le plus grand transporteur aérien de Chine selon sa flotte, a affiché une perte nette de 1,025 milliard de yuans (151,5 millions \$CAN) pour le premier semestre de 2005, au lieu du bénéfice net de 469 millions de yuans enregistré un an plus tôt. La perte était prévue, compte tenu de l'escalade des coûts en carburant du transporteur et de son acquisition de deux autres transporteurs aériens chinois, China Northern et Xinjiang. China Southern reçoit environ 80 % de ses revenus passagers de ses services intérieurs, et n'a pas ajouté de supplément carburant au prix de ses billets pour aider à compenser la flambée des coûts en carburant.

En juillet, le trafic passagers à l'aéroport international de Pékin a augmenté de 19,6 % par rapport à la même période un an plus tôt, à 3,8 millions de passagers. Le nombre de passagers a grimpé de 22,2 %, à 2,9 millions, sur les routes intérieures, et de 12,3 %, à 719 000, sur les routes internationales.

L'entreprise de Shanghai Ctrip.com International Ltd., un grand groupeur en ligne chinois, a enregistré un bénéfice net de 56,5 millions de yuans (8,4 millions \$CAN) au deuxième trimestre de 2005, 80 % de mieux que l'année précédente. Les réservations d'hôtel ont atteint 1,39 million de nuitées contre 1,05 million au même trimestre un an plus tôt, soit 34 % de mieux. Les ventes de billets d'avion ont grimpé de 178 %, ce que l'entreprise attribue à la vive demande persistante et à l'augmentation des commissions. Les revenus des forfaits ont augmenté de 167 %. Pour le troisième trimestre, Ctrip prévoit que ses revenus progresseront d'environ 40 % par rapport au même trimestre de 2004.

L'industrie chinoise du tourisme connaît une croissance exponentielle, et devrait continuer de le faire grâce au développement de l'infrastructure du pays. Selon un article paru dans eTurboNews.com, environ 80 aéroports sont en construction partout au pays, et la Chine devrait ajouter quelque 30 000 km à son réseau routier au cours des 20 prochaines années. La Pacific Asia Travel Association (PATA) estime que le volume total de voyages d'agrément en Chine dépassera 1,2 milliard de visites par année en tenant compte des voyages en provenance de l'étranger, des voyages intérieurs et des voyages à l'étranger. Un peu plus de la moitié des visites (51,9 %) sont des voyages intérieurs en milieu rural, et 37 %, des visites intérieures en milieu urbain. Les visiteurs internationaux assurent environ 8,8 % de l'activité touristique en Chine, tandis que les voyages à l'étranger représentent 2,3 % du total des voyages.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Indicateur précurseur du tourisme - Marché chinois

Aspects économiques		Aspects non économiques		Global
Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs	Tendances fournisseurs	
+++ (+++)	0 (0)	++ (+)	+++ (+++)	++ (++)

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

D'après l'entreprise Consensus Economics, les perspectives économiques de la Chine se sont sensiblement améliorées depuis le début de l'année. Son enquête la plus récente (8 août 2005) indique que selon le consensus, la croissance économique réelle sera de 9,1 % pour 2005, au lieu des 8,2 % prévus lors de l'enquête de janvier. Le changement est principalement attribuable à l'activité économique plus forte que prévu aux premier et deuxième trimestres. Malgré la récente appréciation de 2,1 % du yuan par rapport au dollar américain, la monnaie chinoise est demeurée relativement stable par rapport au dollar canadien depuis la fin de l'an dernier.

À la suite d'une poussée en juin, le nombre de visites des Chinois entre janvier et juin a augmenté de 15 % par rapport à la même période l'an dernier. La capacité aérienne directe prévue entre octobre et décembre est de 33,4 % supérieure à celle de l'année passée. Dans l'ensemble, la conjoncture économique favorable et le renforcement des tendances touristiques (chez les voyageurs et les fournisseurs) devraient entraîner une solide augmentation du nombre de visites au Canada en provenance de Chine à court terme.

Australie

Qantas Airways Ltd., la société mère du transporteur aérien national d'Australie et du transporteur à bas prix Jetstar, a affiché un bénéfice net record de 763,6 millions de dollars (687,2 millions \$CAN) pour son exercice annuel terminé le 30 juin 2005, soit 17,8 % de mieux que l'exercice précédent. Les revenus ont augmenté de 11,4 % grâce à une augmentation de 7 % du trafic passagers. Pour l'année, le nombre de passagers a augmenté de 3,2 % sur les routes internationales et de 10,9 % sur les routes intérieures.

L'entreprise a été bien protégée contre l'escalade des coûts en carburant grâce à son vaste recours aux achats à terme; elle est toutefois exposée à une forte augmentation (1,25 milliard \$A) dans l'exercice courant. En 2004-2005, le carburant représentait 19 % des frais de l'entreprise. Si les prix actuels se maintiennent, ce pourcentage passera à 30 % en 2005-2006. Peu après avoir publié ses rapports financiers, Qantas a augmenté le supplément carburant sur tous ses vols par un montant variant de 6 \$A à 15 \$A (de 5,40 \$CAN à 13,50 \$CAN) par trajet, selon la distance parcourue.

Les voyages à l'étranger au départ d'Australie poursuivent leur tendance haussière, bien qu'à un rythme qui commence à baisser, selon les plus récentes données du Bureau de la statistique d'Australie. En juin 2005, les départs à court terme des résidents étaient en hausse de 11,5 % par rapport à juin 2004.

ZUJI, filiale en Asie-Pacifique de l'agence de voyages en ligne Travelocity, a publié son deuxième rapport trimestriel en ligne sur les voyages pour la région Asie-Pacifique. Celui-ci décrit les Australiens, qui constituent le deuxième plus grand marché de l'entreprise dans la région, comme étant les consommateurs d'Asie-Pacifique les plus à l'aise d'acheter des voyages en ligne. Selon Nielsen//NetRatings, 44 % de tous les internautes au pays visitent des sites consacrés aux voyages en moyenne une fois par mois, soit pour faire des recherches ou pour acheter des voyages. Bien que ce facteur ait de façon générale contribué à la tendance aux délais de réservation plus courts, ZUJI indique que ces délais ont augmenté depuis le deuxième trimestre de 2004 : 44 % des réservations d'hôtel sont faites plus de trois semaines à l'avance, au lieu de 35 % l'an dernier.

Le rapport ZUJI note aussi une tendance en faveur des escapades plus courtes chez les voyageurs australiens : 72 % des voyages sont d'une semaine ou moins. ZUJI attribue cette tendance à la faveur croissante des voyages plus fréquents et plus spontanés, qui grimpe de concert avec la croissance des transporteurs à bas prix et la disponibilité d'offres attrayantes sur Internet. Le rapport précise encore que la vigueur du dollar australien et la stabilité générale de la région font que les Australiens sont plus enthousiastes et plus confiants envers les voyages qu'ils ne l'ont été depuis des années.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Indicateur précurseur du tourisme - Marché australien

Aspects économiques		Aspects non économiques		Global
Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs	Tendances fournisseurs	
+ (+)	0 (0)	++(++)	0 (0)	+ (+)

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

L'indicateur précurseur général de l'économie du Conference Board pour l'Australie a augmenté de 0,5 % en juin, et la vigueur continue d'être répandue parmi les divers indicateurs précurseurs. L'indicateur précurseur général a augmenté à un rythme annualisé de 0,5 à 1,5 % depuis quelques mois. En même temps, le PIB réel a progressé de 2,8 % au premier trimestre, contre 1,5 % en 2004 - ce qui reste bien inférieur à la croissance enregistrée en 2003 (4,5 %). Malgré une certaine dévaluation récente, le dollar australien s'est essentiellement maintenu par rapport au dollar canadien depuis l'an dernier.

Stimulées par une croissance remarquable en juin, les arrivées en provenance d'Australie depuis le début de l'année sont plus de 16 % supérieures à celles de la même période l'an dernier. La capacité aérienne (vols avec une escale) prévue entre octobre et décembre ne devrait pas augmenter, mais la conjoncture économique favorable et les tendances favorables aux voyages (du côté des voyageurs) permettent de croire que les voyages des Australiens continueront d'augmenter à court terme.

Aperçu économique

Amérique du Nord

Les prix pétroliers continuent d'exercer une pression sur l'économie nord-américaine, mais celle-ci résiste bien jusqu'à présent. Le marché américain de l'habitation continue de faire mentir les prévisions d'effondrement imminent, le secteur manufacturier se redresse et les marchés du travail demeurent vigoureux. Même les résultats commerciaux du pays s'améliorent. D'un autre côté, les solides résultats devraient faire en sorte que la Réserve fédérale américaine reste déterminée à augmenter les taux d'intérêt - ce qui entraînera inévitablement un ralentissement de la croissance économique générale.

L'économie canadienne a été moins robuste que celle des États-Unis. Les prix élevés du pétrole continuent de redynamiser l'industrie canadienne de l'énergie, mais ils augmentent aussi les coûts des intrants dans les autres industries. Par surcroît, ils sont du moins en partie la raison de la forte valeur du dollar canadien. Les fabricants canadiens ont connu des difficultés à cause des taux de change ; s'y ajoutent des préoccupations concernant les inventaires et les commandes, de sorte qu'ils sont de plus en plus nombreux à s'inquiéter des mois à venir.

L'économie du Mexique affiche toujours une solide croissance générale, mais elle est aussi en voie de ralentir rapidement face à des taux d'intérêts élevés et des craintes d'inflation. L'économie intérieure du pays reste le talon d'Achille de l'économie générale, en raison d'une activité manufacturière qui connaît des difficultés et d'un ralentissement des dépenses des consommateurs.

Europe

Une croissance vigoureuse continue de tarder à se matérialiser pour l'ensemble de l'économie européenne. Bien que certains nouveaux membres de l'Union européenne affichent une croissance robuste, les grandes économies de l'Allemagne et de la France qui dominent le marché européen connaissent toujours des résultats décevants. En Allemagne, la croissance devrait baisser sous 1 % pour la troisième fois depuis quatre ans. La stagnation de la consommation intérieure - conséquence d'un taux de chômage élevé et d'une faible croissance des salaires - continue de participer largement à la faiblesse des résultats économiques. Même si le marché du travail est aussi rigide en France, son économie progresse légèrement mieux et peut au moins compter sur une forte croissance de la demande intérieure. Malgré tout, sa croissance économique n'atteindrait cette année que 1,6 %.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

Les prix pétroliers élevés et les marchés du logement surchauffés dans certaines parties de l'Europe font en sorte que les craintes d'inflation demeurent vives. Ainsi, une politique monétaire plus laxiste pourrait aider à faire sortir l'économie européenne de l'ornière ; pourtant, on ne s'attend pas à ce que la Banque centrale européenne baisse les taux d'intérêt.

Asie-Pacifique

La Chine continue de propulser la croissance économique dans la région Asie-Pacifique. Malgré les efforts déployés à l'initiative du gouvernement pour ralentir l'économie chinoise, celle-ci devrait à nouveau connaître une croissance supérieure à 9 % en 2005. Alimentée par la croissance inexorable des dépenses d'investissement, les exportations chinoises continuent d'augmenter rapidement. La récente transition d'un taux de change fixe à une monnaie étroitement contrôlée ne devrait guère conditionner la croissance des exportations, qui pourraient toutefois ralentir sensiblement si la réévaluation plus importante du yuan qui est attendue se matérialisait.

L'appréciation du yuan chinois atténue quelque peu les pressions concurrentielles pour les exportateurs japonais et coréens. Au Japon, une augmentation de la production industrielle découlant d'exportations en hausse stabiliserait l'économie intérieure du pays en renforçant les dépenses des consommateurs. On y prévoit ainsi une croissance économique réelle de 1,5 % au cours des deux prochaines années.

Possibilités

Le Canada se place deuxième au monde en ce qui concerne son image de marque, tout juste derrière l'Australie ; d'après l'enquête sur l'indice des images de marque nationales d'Anholt-GMI, le pays pourrait tirer davantage profit de cette perception positive qu'ont les étrangers à l'égard des Canadiens. L'indice se fonde sur les résultats d'un sondage auprès de 10 000 personnes du monde entier au sujet de leurs perceptions à l'égard de 25 pays. Parmi les facteurs pris en compte figurent le tourisme, la population, la culture et l'investissement. Le classement du Canada bénéficie de scores élevés aux plans du tourisme, de l'investissement, de l'immigration, de la population et de la gouvernance, quoique les scores pour le tourisme et le patrimoine soient nettement plus faibles (18^e rang). Le rapport de l'enquête suppose que l'attrait du Canada se fonde sur les perceptions de la pureté du pays, en ce qui concerne non seulement son environnement mais aussi ses valeurs libérales et son intégrité morale. Cependant, il laisse entendre que le Canada devrait en faire bien davantage pour faire connaître ses produits culturels.

Par ailleurs, selon une récente étude de l'Open Doors Organization et de la Travel Industry Association of America (TIA), le marché des voyages pour les adultes handicapés continue de se développer et le ferait encore plus si davantage d'obstacles à l'accessibilité étaient éliminés. Depuis deux ans, 21 millions d'adultes américains ayant une déficience ont fait des voyages d'affaires ou d'agrément. Dans ce marché, les séjours à l'hôtel ont augmenté de 50 % bien que 60 % des clients handicapés aient signalé des difficultés telles qu'obstacles physiques (48 %), problèmes de service (45 %) ou obstacles relevant des communications (15 %). L'étude note que la plupart des sujets de plainte les plus répandus, comme les portes trop lourdes ou l'absence de connaissances parmi le personnel, pourraient être réglés aisément et à peu de frais. L'étude a aussi constaté que 20 % des adultes handicapés ont loué une voiture en voyage au cours des deux dernières années, bien que 50 % des répondants aient affirmé qu'ils seraient plus enclins à louer une voiture si on la leur livrait.

Indicateurs précurseurs du tourisme - Tableau sommaire

Marché	Aspects économiques		Aspects non économiques		Indicateur précurseur du tourisme - global
	Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs (à destination ou à l'intérieur du Canada)	Tendances fournisseurs (à destination ou à l'intérieur du Canada)	Voyages au Canada
Intérieur	+ (+)	0 (0)	+ (+)	0 (0)	+ (+)
États-Unis	+ (0)	-- (-)	- (-)	+ (+)	0 (0)
Royaume-Uni	0 (+)	- (0)	++ (++)	++ (+)	+ (+)
France	- (0)	- (-)	++ (++)	++ (+)	+ (+)
Allemagne	0 (-)	- (-)	++ (++)	+ (+)	+ (+)
Mexique	+ (0)	+ (+)	++ (++)	++ (++)	++ (++)
Japon	0 (0)	- (-)	+ (++)	+ (-)	+ (+)
Corée	++ (+)	0 (+)	++ (++)	+ (0)	++ (+)
Chine	+++ (+++)	0 (0)	++ (+)	+++ (+++)	++ (++)
Australie	+ (+)	0 (0)	++(++)	0 (0)	+ (+)

Note : Notation variant de +++ (amélioration importante) à --- (détérioration importante) ; 0 dénote l'absence de changement.

Note : Les indications entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (juillet 2005).

La cote attribuée à chaque élément de l'indicateur précurseur du tourisme indique la mesure dans laquelle il pourrait influencer sur les voyages en provenance du marché source à court terme. La cote globale de chaque indicateur précurseur du tourisme indique le rendement prévu du marché source à court terme, par rapport à la même période un an plus tôt.

Méthode utilisée pour déterminer l'indicateur précurseur du tourisme pour chaque marché source

Aspects économiques

- A) **Tendance générale de l'économie** : L'évaluation de la conjoncture économique générale propre à chaque marché source découle principalement (à 75 %) du degré auquel la conjoncture change (devient plus favorable ou moins favorable). Le reste de l'évaluation (25 %) se fonde sur la situation économique globale prévue dans le marché source d'ici la fin de l'année. Par exemple, bien que l'indicateur précurseur de l'économie des États-Unis traduit une légère amélioration (+), l'économie est globalement en voie de progresser de 3 à 3,5 % en 2005 (++). Compte tenu de l'importance accrue attachée au degré auquel la conjoncture évolue, une évaluation globale concluant à une légère amélioration (+) est de mise.
- B) **Compétitivité des prix** : Les taux de change entre les marchés jouent un rôle important dans la compétitivité des prix. D'autres éléments sont aussi pris en compte pour jauger la compétitivité globale des prix : le niveau des prix de l'essence ; les suppléments carburant ; les droits liés à la sécurité ; et d'autres coûts. Ces éléments font que le Canada est plus ou moins compétitif au plan des prix (par rapport à des destinations concurrentes).

Aspects non économiques

- A) **Tendances voyageurs** : L'évaluation des tendances chez les voyageurs à destination et au sein du Canada tient compte du niveau de confiance des consommateurs, de la réglementation, des tendances actuelles des voyages et des intentions de voyage dans le marché source.

Les prix pétroliers hypothèquent les voyages

- B) **Tendances fournisseurs** : Les tendances chez les fournisseurs indiquent le degré auquel les fournisseurs élargissent (ou réduisent) leur offre de produits pour faciliter les voyages à partir du marché source à destination et au sein du Canada. Le résultat des changements dans l'offre peut rehausser (ou réduire) le potentiel de croissance.

Le tableau ci-dessous précise la pondération affectée à chaque élément de l'indicateur précurseur du tourisme pour chaque marché source.

Aspects économiques			Aspects non économiques	
Marché	Tendance économique générale	Compétitivité des prix	Tendances voyageurs (à destination ou à l'intérieur du Canada)	Tendances fournisseurs (à destination ou à l'intérieur du Canada)
Intérieur et États-Unis	40 %	10 %	40 %	10 %
Tous les autres	30 %	10 %	50 %	10 %

Une pondération plus importante est rattachée aux facteurs économiques dans le cas des voyages intérieurs et des voyages en provenance des États-Unis parce que dans ces marchés, un plus grand pourcentage des voyages ont des buts autres que les loisirs et ont tendance à être plus étroitement liés à des motivations économiques. En outre, la prédominance des voyages en auto plus courts et plus fréquents a aussi tendance à être en corrélation plus étroite avec des facteurs économiques. En revanche, comme les voyages outre-mer supposent en moyenne une plus grande distance et une durée plus longue, les facteurs non économiques ont tendance à jouer un rôle plus important dans le processus de prise de décision à leur égard.

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 #C50534F.