



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme

Numéro 32 : mars 2006

*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 janvier et février 2006.*

Les bénéfices grimpent, les inquiétudes aussi

Sommaire

La rentabilité de l'industrie touristique canadienne a connu une forte hausse au cours de la dernière année et devrait continuer sa progression en 2006. Ces résultats masquent toutefois deux réalités bien différentes. En 2005, les dépenses liées au tourisme intérieur sont les plus importantes depuis 2000 grâce à la solide croissance enregistrée dans le transport aérien au Canada. Par contre, les dépenses générées par les visiteurs en provenance de l'étranger ont été nettement plus réservées, situation qui reflète la faiblesse du marché américain des voyages.

Le déclin du marché des voyageurs américains continue d'éclipser les progrès enregistrés par l'industrie du tourisme depuis 2003. Selon une récente étude de la CCT (Commission canadienne du tourisme) et de D.K. Shifflet, la baisse des visiteurs américains au Canada est notamment attribuable à la faible notoriété du Canada en tant que destination touristique. La perception désuète du Canada comme une destination qui n'offre que des activités traditionnelles de plein air nuit à l'image de marque du pays. Les résultats de l'étude soulignent la nécessité de rajeunir la mise en marché de façon à ce que le Canada vienne à l'esprit des voyageurs américains en mal d'amusement et d'exploration, leurs deux principales priorités.

Il va sans dire que l'aptitude à promouvoir le Canada comme une destination de classe internationale est proportionnelle à l'investissement consenti dans la mise en marché. Partout dans le monde, les destinations touristiques continuent d'accroître leurs dépenses de marketing, intensifiant du même coup la concurrence pour les voyageurs souhaitant se rendre à l'étranger. Par exemple, Tourism Australia vient de lancer une campagne de marketing appuyée par un investissement de 180 millions \$A sur trois ans (soit 153,4 millions \$CAN) afin de cibler ses marchés internationaux les plus importants. Ce montant représente environ deux fois la totalité du budget de fonctionnement annuel alloué à la CCT.

Parmi les autres défis que rencontre l'industrie touristique canadienne, notons le taux de change désavantageux et les difficultés qui se greffent aux voyages transfrontaliers entre le Canada et les États-Unis. Il est probable que la nouvelle réglementation du gouvernement américain qui entrera en vigueur en fin d'année exige que les voyageurs arrivant ou retournant aux États-Unis en avion soient munis d'un passeport. Il faut s'attendre à ce que cette nouvelle politique exacerbe les difficultés auxquelles fait déjà face notre principal marché touristique international.

À lire

Sommaire	1
Nouvelles tendances et questions d'actualité	2
Consommateurs	3
Fournisseurs de voyages	5
Indicateurs précurseurs	10
Situation internationale	12
Aperçu économique	24
Possibilités	25
Sommaire des indicateurs	25



Nouvelles tendances et questions d'actualité

ITHO - un enjeu important pour les profits touristiques de 2006 et des années à suivre

À la mi-janvier, le département de la Sécurité intérieure des États-Unis (U.S. Department of Homeland Security) annonçait l'émission d'un document de voyage alternatif au passeport, valide aux postes frontaliers terrestres, et conforme aux exigences de l'ITHO (Initiative de transport de l'hémisphère occidental). Le laissez-passer PASS (People Access Security Service) vise principalement les citoyens américains des villes frontalières qui doivent traverser les frontières au quotidien. Bien que l'on s'attende à ce que cette carte coûte moins cher que le passeport américain, on s'inquiète des effets que produira la demande de documents supplémentaires sur les visites des Américains dans les années à venir. Dès le 1er janvier 2007, les Américains qui voyagent en avion devront être munis en tout temps de leur passeport - un changement qui devrait avoir une incidence importante sur les voyages en provenance des États-Unis au Canada.

De fait, l'ITHO figure parmi les principaux facteurs qui auront une incidence sur la rentabilité de l'industrie touristique canadienne en 2006 et au-delà. Selon le rapport Industrie touristique canadienne : Perspectives de l'industrie pour l'hiver 2006 du Conference Board du Canada, les bénéfices de l'industrie ont augmenté considérablement en 2005, atteignant près de 1,1 milliard \$. Une croissance solide des dépenses dans le secteur intérieur a alimenté la croissance globale des recettes au cours de l'année. La marge bénéficiaire de l'industrie a ainsi augmenté de 3 %, le niveau le plus élevé enregistré au cours des dernières années. Il est prévu que les recettes de l'industrie touristique progresseront encore davantage, atteignant 1,5 milliard \$ en 2006. Toutefois, la mise en œuvre de l'ITHO devrait commencer à freiner la rentabilité après cette année. Selon les prévisions, les bénéfices diminueront en partie en 2007 et 2008 en raison des répercussions sur les voyages en provenance des États-Unis de la nouvelle loi sur les passeports.

La vigueur soutenue du dollar canadien et la performance de l'économie mondiale comptent parmi les autres grandes questions auxquelles devra répondre l'industrie touristique canadienne. La valeur élevée du dollar canadien s'avère un défi pour l'industrie touristique : elle incite les Canadiens à voyager à l'extérieur du pays tout en faisant du Canada une destination moins concurrentielle au niveau des prix pour les voyageurs étrangers. Parallèlement, les indicateurs économiques avancés donnent à penser que les défis économiques augmenteront cette année pour plusieurs des marchés clés, dont le marché intérieur et le marché américain. Le manque apparent d'information sur les atouts touristiques du Canada chez les voyageurs américains s'ajoute à la liste des défis à relever. De récentes études effectuées par la CCT ont montré que le Canada devait organiser ses efforts de marketing pour faire face à l'accroissement de la concurrence de la part des autres pays convoitant le marché des touristes américains.

L'émergence de nouveaux marchés améliore les perspectives

L'émergence de nouveaux marchés internationaux - la Chine, tout particulièrement - s'est révélée une tendance positive pour le Canada. Par contre, si, en 2005, les arrivées au Canada en provenance de la Chine ont considérablement augmenté par rapport à l'année précédente (14,8 %), les visiteurs en provenance de la Chine ne comptent que pour 0,3 % de toutes les arrivées internationales au Canada, et notre pays n'a recueilli qu'un faible pourcentage de tous les voyages à l'étranger effectués par les Chinois (0,4 %). Heureusement, deux récents développements permettent d'entrevoir une excellente perspective sur ce marché : la poursuite des négociations avec la Chine en vue d'obtenir le statut de destination approuvée (qui permettra aux résidents chinois de venir passer des vacances d'agrément au Canada) et un nouvel accord bilatéral sur le transport aérien qui ouvrira l'espace aérien entre les deux pays.

De nouveaux marchés internationaux font également leur apparition. Le nombre de voyages à l'étranger à partir des pays en développement croît à un rythme plus rapide que dans les marchés établis des pays développés. Cela est en partie dû au rapide taux de croissance de la population des pays en développement, ainsi qu'à l'augmentation du nombre d'habitants pouvant se permettre de voyager à mesure que s'améliorent leurs revenus. L'amélioration des réseaux de transport et l'augmentation du nombre de réservations faites à partir d'Internet contribuent également à la croissance de ces marchés.

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

Voyageurs d'affaires

Le plus récent sondage sur les voyages d'affaires mené par Carlson Wagonlit Travel révèle que la demande de voyages d'affaires continue à augmenter globalement, bien que les voyageurs nord-américains soient un peu moins optimistes que ceux d'autres régions du monde. De façon générale, plus des trois quarts des voyageurs d'affaires interrogés à travers le monde s'attendent à ce que le nombre de voyages qu'ils feront cette année soit le même (48 %) ou augmente (30 %), alors que 60 % des gestionnaires de voyage s'attendent à ce que les dépenses de voyage augmentent. Cependant, lorsqu'on analyse les résultats région par région, on constate qu'un plus petit pourcentage de voyageurs nord-américains (27 %) prévoyait une augmentation du nombre de voyages d'affaires, comparativement aux répondants d'Amérique latine (50 %), à ceux de la région Asie-Pacifique (44 %) ou d'Europe (32 %). Dans chaque région, la préoccupation première chez les gestionnaires de voyages était de réduire les coûts, conformément aux attentes des dirigeants du milieu des affaires.

L'enquête a de plus révélé que la plupart des personnes interrogées (83 %) croient qu'à peu près toutes les réservations de voyages d'affaires seront faites en ligne d'ici les cinq prochaines années. Les personnes résidant en Amérique latine sont plus à même de partager cet avis (90 %), suivies de celles résidant en Europe (87 %) et en Asie-Pacifique (83 %), alors qu'un peu moins de Nord-Américains (81 %) sont de cet avis. Carlson Wagonlit Travel (CWT) signale un enthousiasme croissant pour les réservations de voyage en ligne chez ses clients, principalement en raison des économies réalisées.

Selon FutureWatch 2006, le plus récent rapport annuel réalisé par Meeting Professionals International (MPI) et American Express, le secteur des réunions d'affaires internationales prévoit enregistrer sa troisième année de croissance consécutive cette année. Parmi les planificateurs de réunions interrogés globalement, ceux qui travaillaient pour des organisations du secteur public ou privé prévoient une augmentation de 7 % du nombre de réunions cette année. Les planificateurs de réunions qui œuvrent au sein d'entreprises d'organisation de réunions indépendantes et d'organisations de destination s'attendent à ce que leur volume de réunions augmente de 21 % par rapport à l'année dernière. Les répondants prévoient également une augmentation importante des délais de planification des réservations, en raison d'une moins grande disponibilité de salles de réunions. De fait, on prévoit que le délai moyen de planification d'une réunion, cette année, sera de 40 semaines (avant l'événement), alors qu'il fallait en moyenne 29 semaines à la même période, l'an dernier, pour organiser une réunion. Les principales préoccupations chez les planificateurs de réunions interrogés avaient trait à la vigueur de l'économie, à l'incidence de l'augmentation du prix de l'essence sur les coûts des voyages et à la santé (grippe aviaire).

L'enquête indique également que le rythme de croissance des réunions internationales ralentit aux États-Unis et que les planificateurs de réunions européens s'attendent à organiser environ le même nombre d'événements internationaux cette année. Les planificateurs canadiens, quant à eux, s'attendent à une baisse substantielle (14 % de toutes les réunions se tiendront à l'extérieur du pays en 2006, une baisse de 23 % par rapport à 2005). Selon les personnes interrogées aux États-Unis, le Canada et l'Europe demeurent les deux destinations privilégiées où tenir des réunions internationales, chacune de ces destinations devant accueillir 5 % du volume des réunions américaines en 2006.

PKF Hospitality Research a enregistré des résultats semblables lors d'une récente enquête auprès de planificateurs de réunions aux États-Unis pour le compte du magazine Convention South. Selon l'enquête, le marché américain des réunions a atteint une période de stabilité en matière de rendement, qui devrait se poursuivre encore quelques années. Les personnes interrogées prévoient que le nombre, la durée et la portée géographique des réunions aux États-Unis, en 2006, seront sensiblement les mêmes qu'en 2005. Toutefois, les personnes interrogées étaient nombreuses à indiquer qu'on leur avait demandé de réduire leurs dépenses, notamment au chapitre des repas et boissons (fait signalé par 45,7 % d'entre elles), des événements à l'extérieur (37,8 %), de l'équipement audiovisuel (36,6 %) et de l'hébergement (24,4 %). Plus du tiers des personnes interrogées (38 %) ont également affirmé qu'en 2005, on leur avait demandé de réduire les coûts en évitant les grands centres urbains et en privilégiant les villes de deuxième ou troisième importance pour leurs réunions.

Selon un article paru dans le Business Travel News, une étude réalisée récemment par Reardon Commerce et Lieberman Research Worldwide révèle que le respect par les employés de la politique de leur entreprise en matière de voyages demeure un défi considérable dans la plupart des entreprises. Seuls 38 % des employés travaillant dans les 500 entreprises interrogées ont toujours fait appel aux

fournisseurs attitrés de l'entreprise alors que presque tous les employés (90 %) savaient quels fournisseurs devaient être utilisés. Plus de 40 % des employés feraient leurs recherches et leurs réservations de voyage en ligne et visitent en moyenne 4,2 sites Web différents chaque fois.

Voyageurs d'agrément

Selon les données de l'enquête récemment publiée par la CCT et D.K. Shifflet, les principaux concurrents pour le marché des voyageurs américains, au cours des douze prochains mois, seront les États-Unis et l'Europe, suivis des Caraïbes et du Mexique. Environ 23 % des voyageurs quittant le sol américain ont visité le Canada, et ce groupe est plus susceptible de revenir visiter le Canada à l'avenir que ceux qui n'y sont jamais venus. Il n'est pas étonnant d'apprendre que l'intérêt pour le Canada est plus élevé dans les marchés américains situés près de la frontière canadienne et moins élevé à mesure qu'on s'éloigne de la frontière. Les Américains ayant déjà visité le Canada ont signalé que les cinq principaux obstacles aux voyages au Canada étaient le mauvais temps, l'attrait des destinations plus exotiques, le taux de change désavantageux, le prix élevé de l'essence et un manque d'intérêt généralisé (« j'y suis déjà allé, j'ai vu »). Fait intéressant, les divergences politiques entre les deux pays ne semblent pas être un facteur influant sur les décisions de voyage des Américains.

L'enquête révèle également que les cinq activités les plus recherchées par les Américains lors d'un voyage d'une nuit ou plus sont la cuisine, la plage ou le bord de mer, la visite du patrimoine, le magasinage et la baignade. Perçu comme une destination de plein air, le Canada a tendance à mieux se positionner par rapport aux destinations concurrentes en ce qui concerne les activités telles que la randonnée, le ski et la pêche alors qu'il a beaucoup moins de succès au niveau de la culture, cuisine et des expériences « exclusives ». L'enquête mentionne également que les voyageurs américains préfèrent généralement créer leurs vacances eux-mêmes, bien que certains d'entre eux choisissent un forfait préétabli ou personnalisé lorsqu'ils visitent un endroit pour la première fois.

Le département de la Sécurité intérieure des États-Unis (U.S. Department of Homeland Security) a annoncé son intention, à la mi-janvier, de mettre en œuvre une nouvelle carte de sécurité pour les voyageurs qui traverseront la frontière canadienne ou mexicaine. Cette carte est une solution équivalente au passeport dont l'exigence, telle que définie par l'initiative de transport de l'hémisphère occidental (ITHO), devrait entrer en vigueur d'ici la fin de 2007. Toutefois, les voyageurs arrivant aux États-Unis en avion devront toujours être munis d'un passeport d'ici la fin de l'année. La nouvelle carte biométrique fera partie du système People Access Security Service (PASS), et son coût sera beaucoup moins élevé que celui du passeport américain (environ 57 \$US selon un article paru dans un journal canadien, contre 97 \$US pour un nouveau passeport américain). Le DHS prévoit délivrer les cartes PASS d'ici la fin de 2006 mais un certain nombre de représentants de l'industrie touristique s'inquiètent de la lenteur de la mise en application du programme, craignant que l'échéance de l'ITHO du 31 décembre 2007 ne soit pas respectée.

Selon le département d'État des États-Unis (U.S. State Department), l'ITHO a été la raison principale de l'afflux des demandes de passeports américains en 2005. USA Today signale que le gouvernement américain a délivré 10,1 millions de passeports au cours de l'exercice clos le 30 septembre 2005, un record par rapport aux 8,8 millions délivrés l'année précédente. En 2003, le nombre de passeports délivrés s'élevait à 7,3 millions.

Une enquête réalisée récemment par Travelocity auprès des voyageurs américains révèle que l'engouement pour les voyages à l'étranger continue de croître. Parmi les personnes interrogées au sujet de leurs intentions de voyages pour 2006, l'intérêt manifesté pour les Caraïbes et l'Europe occidentale a augmenté de 8 % pour chaque destination par rapport aux données de l'enquête réalisée en 2005. La plupart des autres destinations d'outre-mer ont également enregistré une augmentation.

À la fin novembre, un grand nombre d'Américains n'avaient pas encore arrêté leurs projets de voyage pour l'été 2006, selon une enquête de Harris Interactive parue récemment. Les résultats de l'enquête indiquent que, parmi les 1 718 adultes américains interrogés en novembre 2005, 50 % étaient encore indécis quant à leurs projets de vacances pour l'été 2006, 24 % avaient fait des projets mais pouvaient encore changer d'avis et 17 % n'avaient pas l'intention de prendre de vacances d'été. Seuls 9 % des personnes interrogées avaient des projets précis. Parmi les personnes indécises, 59 % ont mentionné les finances personnelles comme étant de loin le principal facteur influençant leurs décisions, 37 % ont mentionné la discussion des projets avec les membres de leur famille ou avec leurs amis, 27 % le besoin de faire des recherches plus approfondies sur les destinations de voyage et 23 % l'accès aux congés.

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

Transporteurs aériens - Canada

La forte hausse du prix de l'essence a été un des principaux facteurs expliquant les gains modestes enregistrés au dernier trimestre de 2005 par Air Canada et WestJet, malgré une activité importante du trafic passagers et un environnement moins concurrentiel au niveau des revenus. Les prix du carburant aviation, qui sont montés en flèche après que les ouragans de la côte du golfe du Mexique eurent endommagé les raffineries, ont eu une incidence sur la rentabilité des deux transporteurs aériens. WestJet a souligné que, pour l'année 2006, l'instabilité des prix du carburant aviation figurera parmi ses défis les plus importants. Heureusement, on prévoit que le prix du pétrole brut baissera quelque peu au cours de cette année et que les raffineries de carburant aviation tourneront à nouveau à plein régime, ce qui aura pour effet de stabiliser les coûts.

Air Canada a enregistré une perte nette de 103 millions \$ au quatrième trimestre de 2005, par rapport aux profits de 15 millions \$ enregistrés au cours du même trimestre, l'année précédente, alors qu'il en avait coûté 146 millions \$ de moins en carburant aviation à la société. Les revenus passagers ont augmenté de 17 %, alimentés par une relance de 9 % du trafic passagers (mesuré en passagers-milles payants) et une hausse de 7 % du rendement des passagers (revenus passagers-milles payants). Pour l'année 2005, le transporteur a enregistré un profit net de 258 millions \$ - un redressement spectaculaire comparativement à la perte de 880 millions \$ enregistrée en 2004. Afin de freiner l'augmentation de ses frais d'exploitation, principalement liée à la hausse considérable du prix du carburant, Air Canada a annoncé le licenciement de 600 employés au cours des six prochains mois.

WestJet a également enregistré une diminution des bénéfices au quatrième trimestre, par rapport à ses prévisions, bien qu'elle ait enregistré un profit net de 1 million \$, une hausse par rapport à la perte nette de 46,3 millions \$ enregistrée l'année précédente. Les revenus enregistrés au cours de cette période ont grimpé de 34,4 % par rapport à l'année précédente, principalement en raison d'une hausse de 19,5 % du trafic passagers et d'une augmentation de 12,3 % des recettes. En 2005, WestJet a enregistré 24 millions \$ de bénéfices nets par rapport à la perte nette de 17,2 millions \$ enregistrée en 2004. Le transporteur a mentionné que sa capacité avait augmenté de 19 % en 2005, par rapport à un an plus tôt, améliorant ainsi sa part du marché intérieur de 2 % pour atteindre près du tiers (32 %) du marché canadien. WestJet entend augmenter sa capacité de 14 % supplémentaires en 2006.

En janvier 2006, les deux compagnies aériennes ont enregistré une croissance vigoureuse au chapitre du trafic passagers par rapport à l'année précédente grâce à la faillite du transporteur aérien Jetsgo, qui a réduit la concurrence sur le marché canadien. Dans l'ensemble, les passagers-milles payants (PMP) enregistrés chez Air Canada au cours du mois ont augmenté de 2,7 %, et le transporteur a enregistré une hausse de 7,7 % sur ses liaisons nord-américaines (Air Canada et Jazz combinés). Le trafic passagers enregistré chez WestJet au cours du mois a grimpé de 20,8 % par rapport à l'année précédente.

Tableau 1. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs aériens - janvier 2006

Transporteur aérien	PMP (millions) janvier 2006	Variation PMP 2006 c. 2005	Capacité 2006 c. 2005
Air Canada - exploitation principale (y compris Jetz)	3 500	+2,7 %	+2,2 %
Air Canada Régional (Jazz)	259	+79,9 %	+81,9 %
WestJet	741,8	+20,8 %	+11,6 %

Transporteurs aériens - États-Unis

Aux États-Unis, la demande de voyages en avion continue à augmenter, ce qui permet aux compagnies aériennes américaines d'augmenter progressivement le tarif aérien, malgré un environnement très concurrentiel. D'après l'Air Transport Association (ATA), le trafic passagers (PMP) des transporteurs américains a augmenté de 1,7 % en janvier 2006, par rapport à la même période l'année dernière, enregistrant une hausse du trafic intérieur de 1,5 % et du trafic international de 2 %. De façon générale, le nombre de sièges est demeuré sensiblement le même par rapport à l'année dernière (une augmentation de 0,9 %), alors que le nombre de sièges des vols intérieurs a été réduit de 2,1 % - une tendance qui a eu une incidence sur l'augmentation des tarifs. En janvier, le rendement du nombre de passagers voyageant au pays était de 8,8 %, un rendement plus élevé que celui enregistré l'année précédente.

Pour l'année 2005, le trafic passagers dans l'ensemble du réseau enregistrait une augmentation de 4,4 % par rapport à l'année 2004, stimulé par une hausse de 9 % du trafic international et une augmentation de 2,6 % du PMP au pays. Le rendement des passagers au pays était en moyenne 1,9 % plus élevé en 2005 qu'en 2004.

Tableau 2. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs - janvier 2006

Transporteur aérien	PMP jan. 2006 c. jan. 2005	Capacité jan. 2006 c. jan. 2005
AirTran Airways	+25,7 %	+28,3 %
Alaska Airlines	+3,7 %	+3,5 %
America West Airlines	+2,5 %	+0,5 %
American Airlines	+4,4 %	+1,9 %
Continental Airlines	+13,0 %	+12,2 %
Delta Air Lines	-4,5 %	-6,8 %
JetBlue Airways	+25,1 %	+27,2 %
Midwest Air Group	+30,4 %	+29,4 %
Northwest Airlines	-6,7 %	-11,5 %
Southwest Airlines	+18,8 %	+10,1 %
United Airlines	+2,4 %	+0,4 %
US Airways	+2,5 %	+0,5 %

Les coûts élevés du carburant aviation ont entraîné des pertes importantes pour l'industrie aérienne américaine au cours du quatrième trimestre de 2005, malgré les effets positifs de la demande et du rendement accrus. La société mère de United Airlines, UAL, a affiché une perte nette extraordinaire de 16,9 milliards \$US au trimestre, bien que cette perte soit attribuable à des frais uniques liés à sa restructuration, alors que la société s'apprête à se soustraire à la protection de la loi sur les faillites. Le transporteur Southwest Airlines, à l'abri de la hausse du prix du carburant grâce à un programme de protection, a, une fois de plus, été au peloton de l'industrie relativement à la rentabilité, réussissant à accroître ses bénéfices nets par rapport à l'année précédente.

Pour l'avenir, les analystes du transport aérien croient qu'un certain nombre de facteurs contribueront à l'amélioration des perspectives de l'industrie aérienne américaine cette année : la tendance à la hausse de la demande et du rendement des passagers, les réductions de coûts que les compagnies aériennes ont effectuées au cours des quelques dernières années, ainsi que les réductions supplémentaires de la capacité intérieure qui atténueront la concurrence.

Tableau 3. Revenu net - T4 2005

Transporteur aérien	Revenu net T4 2005 (en \$US)	Revenu net T4 2004 (en \$US)
AirTran Airways	-0,4 million \$	+1,1 million \$
Alaska Air Group	-33 millions \$	-44,9 millions \$
AMR Corporation (American Airlines)	-604 millions \$	-387 millions \$
Continental Airlines	-43 millions \$	-208 millions \$
Delta Air Lines	-1 200 millions \$	-2 200 millions \$
JetBlue Airways	-42,4 millions \$	+1,5 million \$
Southwest Airlines	+86 millions \$	+56 millions \$
UAL Corp. (United Airlines)	-16 900 millions \$	-741 millions \$
US Airways Group	-261 millions \$	-259 millions \$*

* Les résultats combinés au T4 2004 de U.S. Airways et America West Airlines tiennent compte des données d'avant la fusion.

La société United Airlines s'est finalement sortie de la protection de la loi sur les faillites (chapitre 11) en février, après avoir mené ses activités pendant plus de trois ans sous la protection de ces mesures législatives - la faillite la plus dispendieuse et la plus longue de toute l'histoire de l'aviation. Le transporteur a enregistré une perte nette de 21 milliards \$ pour l'année 2005 mais a indiqué qu'il était passé près de réaliser un profit s'il excluait les dépenses liées à la restructuration. Selon un article de Reuters, United Airlines a coupé ses dépenses annuelles de 7 milliards \$US, mais les analystes demeurent prudents en ce qui a trait aux perspectives financières du transporteur.

Deux autres transporteurs américains, ATA Airlines et Aloha Airlines, se sont également soustraits à la protection de la loi sur les faillites (chapitre 11) en février, après 16 mois et 14 mois, respectivement. Par ailleurs, Delta et Northwest demeurent sous la protection de la loi sur les faillites, et il ne semble pas qu'elles pourront s'en sortir dans un avenir rapproché. Northwest a récemment obtenu un sursis de six mois (jusqu'au 13 juillet 2006) afin de présenter un plan de restructuration au tribunal fédéral de la faillite. L'Associated Press a publié récemment que Delta avait pour objectif de se sortir de la protection de la loi sur les faillites au printemps ou à l'été 2007.

Hôtels - Canada

Une croissance vigoureuse de la demande de voyages au pays, notamment en ce qui a trait aux voyages d'affaires, a fait hausser le tarif quotidien moyen en 2005. Ceci a permis à l'industrie hôtelière canadienne de remonter complètement la pente après avoir été durement frappée par la crise du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) en 2003. Selon le document Canada's Tourism Industry: Industrial Outlook Winter 2006 (Industrie canadienne du tourisme : perspectives relatives à l'industrie - hiver 2006), publié par le Conference Board du Canada, les recettes relatives à l'hébergement au Canada ont augmenté de 3,8 % en 2005 par rapport à l'année précédente. Les recettes devraient augmenter de 4,2 % supplémentaires en 2006 à mesure que continuent de grimper les taux moyens quotidiens. Malheureusement, l'industrie a elle connu une baisse de rentabilité en 2005, la brusque hausse des coûts d'investissement ayant amorti l'augmentation des recettes. Cette année, les perspectives de l'industrie hôtelière canadienne sont plus positives : on s'attend à ce que les profits atteignent leur plus haut niveau depuis 2002.

La demande hôtelière a augmenté de 4,7 % au Canada, l'année dernière, soutenant un gain de 2,1 %, année après année, sur le tarif quotidien moyen, selon le National Market Report de PKF Consulting, publié récemment. Le taux d'occupation au Canada a augmenté de 2,1 points de pourcentage, soit 63,4 % par rapport à 2004, entraînant une augmentation de 5,6 % dans l'ensemble des revenus par chambre disponible (RCD). PKF prévoit que la demande hôtelière connaîtra une croissance de 4 % en 2006, faisant ainsi grimper les taux d'occupation de deux points de pourcentage et permettant au tarif quotidien moyen d'augmenter encore de 2,5 % au cours de l'année. De façon générale, on prévoit que les taux du RCD pour l'année 2006 augmenteront de 3,8 %.

Les bénéfices grimpent, les inquiétudes aussi

Au premier trimestre de 2006, les exploitants d'hôtels au Canada s'attendent à connaître une croissance soutenue quant au taux d'occupation et au tarif quotidien moyen, selon la plus récente Enquête sur les perspectives du monde des affaires : secteur de l'hébergement des voyageurs, réalisée par Statistique Canada en janvier 2006. La majorité des répondants s'attendent à ce que leurs taux d'occupation pour le trimestre ne changent pas (48 %) ou s'améliorent (31 %) par rapport au même trimestre en 2004, alors que 22 % s'attendent à ce que leurs taux d'occupation diminuent. Les résultats étaient sensiblement les mêmes lorsque les personnes ont été interrogées sur leurs attentes relatives aux tarifs quotidiens moyens.

La pénurie de main-d'œuvre semble figurer parmi les préoccupations grandissantes chez les personnes interrogées, et ceci semble avoir une incidence sur la perception de l'ensemble des gens d'affaires. La pénurie de main-d'œuvre qualifiée et non qualifiée figurait parmi les deux obstacles les plus importants entravant la bonne marche des affaires, une opinion exprimée par 24 % et 21 % des personnes interrogées, respectivement. Autres préoccupations : le surplus de chambres (23 %) et la conjoncture économique en général (20 %). La proportion de répondants dont l'entreprise n'a connu aucune difficulté est passée de 38 % (au trimestre dernier) à 31 %.

Legacy Hotels Real Estate Investment Trust, dont les pertes enregistrées au troisième trimestre de 2004 s'élevaient à 7,3 millions \$, a connu une amélioration de sa situation au même trimestre en 2005. De fait, les pertes nettes qu'elle a enregistrées sont passées à 5,5 millions \$. La croissance du RCD de la société a été de 7,3 %, année après année, sous l'effet d'une « croissance vigoureuse du taux d'occupation et du tarif quotidien moyen. Legacy rapporte que c'est le segment des voyageurs d'affaires qui a enregistré la hausse la plus importante au cours de la période, et que le segment des voyageurs d'affaires de passage a connu un bon rendement. La demande dynamique des voyages au pays a été stimulée par la vigueur du segment des voyages d'agrément, ce qui a permis de contrebalancer la faiblesse continue du marché américain. Legacy entrevoit des perspectives économiques optimistes, et « les bénéfices des entreprises à la hausse » s'avèrent des indicateurs encourageants pour tous ses segments de clients. La société prévoit qu'une hausse de la demande de voyages et une faible croissance de l'offre, cette année, feront augmenter ses taux d'occupation et, par le fait même, ses bénéfices nets.

Hôtels - États-Unis

L'industrie hôtelière aux États-Unis a enregistré une forte croissance en matière de revenus et de rentabilité pour l'année 2005, alimentée par une demande grandissante des voyages d'affaires et une vigueur soutenue dans le segment des voyages d'agrément. Selon le 2006 U.S. Lodging Report publié par Ernst & Young, la demande croissante du nombre de chambres jumelée à la faible croissance de l'offre ont contribué à faire augmenter le tarif quotidien moyen de 5,1 % par rapport à l'année précédente, faisant progresser les taux de RCD d'environ 8 %. Le taux d'occupation a enregistré une hausse de 1,7 point de pourcentage en 2005, sur douze mois, soit 63 % - des données semblables avaient été enregistrées en 1999. On prévoit que ces tendances à la hausse se poursuivront au cours des deux ou trois prochaines années, à condition, bien sûr, que l'industrie ne connaisse aucune perturbation majeure.

Les récents rapports financiers reflètent la performance vigoureuse de l'industrie au quatrième trimestre de 2005 dans les grandes chaînes hôtelières américaines. En effet, Marriott, Hilton et Starwood, les trois plus grandes chaînes hôtelières des États-Unis, ont chacune enregistré une croissance du RCD dans les deux chiffres au trimestre, par rapport à l'année précédente, et ont réalisé des gains importants au niveau des bénéfices nets. Les rapports soulignent que la tendance à la hausse relativement à la demande d'hébergement devrait se poursuivre et entraînerait ainsi une forte croissance des bénéfices pour l'industrie de l'hébergement aux États-Unis au cours de l'année 2006.

Tableau 4. Revenu par chambre disponible (RCD) et revenu net

Hôtel	Revenu par chambre disponible (RCD) T4 2005 c. T4 2004	Revenu net T4 2005 (\$US)	Revenu net T4 2004 (\$US)
Cendant Corp.	+11 %	537 millions \$	357 millions \$
Choice Hotels International	+7,3 %	21,6 millions \$	20,3 millions \$
FelCor Lodging Trust	+16,2 %	-274,9 millions \$	-20,9 millions \$
Hilton Hotels Corp.	+13,5 %	105 millions \$	65 millions \$
Host Marriott Corp.	+10,3 %	74 millions \$	61 millions \$
Marriott International Inc.	+11,0 % (Amérique du Nord)	237 millions \$	189 millions \$
Starwood Hotels & Resorts	+12,2 % (Amérique du Nord)	159 millions \$	100 millions \$

Les bénéfices grimpent, les inquiétudes aussi

Les dernières prévisions de PricewaterhouseCoopers (PwC) indiquent que le tarif quotidien moyen augmentera de 5,6 % aux États-Unis, cette année, par rapport à 2005, pour s'élever à 5,08 \$US. Ceci représenterait la hausse la plus importante en 24 ans. On prévoit que de nombreux marchés américains d'importance, dont New York, San Francisco, Honolulu et Boston, connaîtront une augmentation du tarif encore plus marquée, soit de 7 % et pouvant même atteindre plus de 10 %.

PwC a également prévu un niveau sans précédent des dépenses d'investissement dans l'industrie de l'hébergement, cette année, pour la rénovation et l'amélioration des propriétés hôtelières, bien que l'état général des hôtels aux États-Unis soit « à son meilleur ». On prévoit que l'industrie investira 5 milliards \$US cette année dans des articles et de l'équipement, comme le mobilier et les accessoires fixes, ainsi que dans la modernisation de l'aménagement intérieur, l'acquisition de produits de marque et l'amélioration de la nourriture et des boissons.

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 voyage canadiennes. Le prix moyen d'un billet d'avion intérieur a augmenté de 5 % en janvier, sous l'effet d'une hausse de 9 % des tarifs des voyages d'agrément par rapport à la même période l'année dernière, et de 4 % au chapitre des tarifs des voyages d'affaires. Le prix des billets entre le Canada et les États-Unis a également augmenté de 8 % par rapport à l'année dernière. Toutefois, les tarifs des billets vers d'autres destinations internationales ont baissé de 8 % en janvier par rapport à l'année précédente.

Selon l'Airlines Reporting Corporation (ARC), les ventes de billets d'avion par les agences de voyage et les services de voyages des entreprises ont progressé de 9 % en janvier par rapport à l'année précédente, atteignant les 4,3 milliards \$US (excluant les taxes). Les tarifs des billets d'avion pour les vols intérieurs et outre-mer ont tous deux augmenté de 9 % en janvier par rapport à un an plus tôt.

Expedia Inc., la plus importante agence de voyage en ligne, a affiché des bénéfices nets de 25,2 millions \$US au quatrième trimestre de 2005, ce qui représente une baisse de 43 % des bénéfices nets par rapport au même trimestre en 2004. Les revenus bruts ont augmenté de 13 % par rapport à la même période, et le nombre de réservations a progressé de 17 % par rapport à un an plus tôt, grâce à une hausse globale des ventes de chambres d'hôtel et des locations de voitures. Pour l'année 2005, le revenu net d'Expedia a augmenté de 40 % par rapport à 2004 pour atteindre 228,7 millions \$US. Expedia a signalé que ses ventes internationales ont diminué au cours du quatrième trimestre en raison de la concurrence accrue, en Europe, des agences en ligne (principalement au Royaume-Uni). La société a de plus indiqué qu'elle faisait face à un défi : elle doit tenter de convertir en acheteurs les Internautes qui visitent son site. En effet, 75 % des Américains faisant leur recherche de voyage en ligne visitent le site d'Expedia, mais celle-ci n'obtient que 5 % de toutes les dépenses de voyages faites en ligne aux États-Unis.

Malgré une concurrence accrue livrée par les sites Web de voyages, les agents de voyages au Canada sont optimistes quant à la rentabilité de leurs agences pour 2006, selon une enquête réalisée par le Sondage national d'opinion publié par Openjaw.com. Lorsqu'ils ont été interrogés au sujet de leurs perspectives de rentabilité pour cette année, la majorité des répondants ont indiqué être soit « très confiants » (42 %) soit « assez confiants » (45 %). Au cours des quelques dernières années, la concurrence sur le marché des réservations de voyages en ligne s'est accrue. Malgré cela, de plus en plus d'agents de voyages se tournent vers le Web. Cette année, 70 % des personnes interrogées ont indiqué qu'elles avaient développé leur propre site Web, une hausse par rapport à 64 % lors de l'enquête de l'année précédente.

Selon les résultats de l'enquête sur les destinations de voyage réalisée récemment, les membres de l'American Society of Travel Agents (ASTA) ont classé le Canada parmi les dix premières destinations au monde quant à « son rapport qualité-prix ». Le Canada s'est également classé parmi les dix premières destinations « ayant un avenir prometteur ». Parmi les autres destinations « ayant un avenir prometteur », on compte le Costa Rica et la République dominicaine (en première et deuxième places, respectivement), viennent ensuite la Chine et l'Amérique du Sud (à égalité en troisième place). Dans un autre article, USA Today désignait la station de ski de Whistler, en Colombie-Britannique, parmi les cinq meilleures destinations de voyage d'agrément (quant au rapport qualité-prix) au printemps 2006, alors que les prix de l'intersaison sont très avantageux.

Indice des indicateurs avancés du tourisme

Renseignements généraux

Beaucoup d'entreprises, de décisionnaires et d'économistes s'en remettent régulièrement aux indicateurs économiques avancés pour mieux comprendre les tendances futures de l'activité économique, en particulier si l'on s'attend à un changement dans l'orientation des affaires. Compte tenu de la nature changeante de l'environnement touristique, il est plus important que jamais d'être en mesure de prévoir les fluctuations de la demande de voyages afin de prendre les meilleures décisions d'affaires possible. On espère que l'indice des indicateurs avancés du tourisme sera un outil utile pour les intervenants du secteur et leur donnera une meilleure idée du rendement à court terme de l'industrie canadienne du tourisme.

Des indicateurs avancés distincts ont été élaborés pour le marché national du voyage, de même que pour chacun des principaux marchés internationaux du Canada : États-Unis, Royaume-Uni, France, Allemagne, Mexique, Japon, Corée du Sud, Chine et Australie.

Éléments des indicateurs avancés du tourisme

Les indicateurs avancés du tourisme comportent des éléments qui permettent d'évaluer les facteurs de motivation économiques et non économiques :

Facteurs économiques : Les conditions économiques interviennent à des degrés différents dans le processus décisionnel des voyageurs qui se rendent dans les principaux marchés touristiques du Canada. Reconnaisant que beaucoup d'éléments économiques ont un effet sur ces décisions, l'analyse économétrique indique que les éléments les plus importants sont probablement le produit intérieur brut (PIB) réel et la croissance du revenu disponible des gens. Le choix d'une destination particulière repose aussi souvent sur une comparaison des prix. Si tous les autres éléments de la décision s'équivalent, les voyageurs opteront généralement pour la destination offrant les prix les plus concurrentiels.

Facteurs non économiques : Depuis les événements du 11 septembre, les facteurs non économiques occupent une place de plus en plus importante dans le processus décisionnel visant les voyages. Parmi les facteurs non économiques les plus importants qui interviennent dans les décisions de voyage, on compte la confiance des consommateurs, les préoccupations liées au voyage, les tendances des voyages, la notoriété de la destination, les exigences réglementaires telles que celles touchant aux visas et passeports, ainsi que les questions liées aux services des fournisseurs (p. ex., la capacité aérienne).

Pour obtenir l'indice global des indicateurs avancés du tourisme, on doit pondérer les divers éléments des facteurs de motivation économiques et non économiques qui interviennent dans les décisions afin de déterminer leur importance relative dans le processus décisionnel. Pour plus d'information sur la pondération et la méthode utilisées pour obtenir l'indice des indicateurs avancés du tourisme, veuillez vous reporter au tableau récapitulatif qui figure à la fin de ce rapport. Voici la structure précise des cotes utilisées pour évaluer les différents éléments des indicateurs avancés du tourisme :

Cotes utilisées pour déterminer l'indice des indicateurs avancés du tourisme et en évaluer les composantes

Symbole	Interprétation
+++	Amélioration importante
++	Amélioration modérée
+	Amélioration légère
0	Aucun changement (ou très peu)
-	Recul léger
--	Recul modéré
---	Recul important

Les bénéfices grimpent, les inquiétudes aussi

Les cotes utilisées pour évaluer les composantes de l'indice mettent en évidence l'effet attendu à court terme de chaque élément sur le marché émetteur. Parallèlement, l'indice général pour chaque marché émetteur fait ressortir le rendement attendu à court terme de ce marché par rapport à la même période l'année précédente.

Indice des indicateurs avancés du tourisme - Voyages intérieurs

Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs (intérieurs)	Tendances des fournisseurs (intérieurs)	
+ (+)	0 (-)	+ (+)	+ (+)	+ (+)

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

En janvier, quelque 26 300 nouveaux emplois ont été créés dans le marché du travail au Canada après un ralentissement enregistré en décembre. La croissance de l'emploi a surtout eu lieu dans le secteur des services, tandis que le phénomène inverse s'est produit dans le secteur de la fabrication des biens, un segment d'emploi très important du secteur privé. La faiblesse du secteur privé s'explique en grande partie par la perte de 42 000 emplois dans le domaine manufacturier. Dans l'ensemble, le nombre d'emplois créés dans le secteur public contrebalance les pertes enregistrées dans le secteur privé, les gains étant surtout concentrés dans les domaines de l'éducation et de l'administration publique. Selon l'enquête commerciale menée auprès des fabricants, les perspectives du domaine manufacturier se sont affaiblies par rapport à l'année dernière. La réduction du nombre de nouvelles commandes, la capacité de production limitée, la robustesse du dollar canadien et la concurrence soutenue des importations étrangères sont quelques unes des raisons pour lesquelles les fabricants ne s'attendent pas à une hausse de la production au cours du premier trimestre de 2006.

Bien que la valeur du dollar canadien demeure relativement élevée par rapport à celle du dollar américain, les plus récentes statistiques sur le tourisme émetteur (celles de décembre 2005) révèlent une légère baisse au chapitre des voyages à destination des États-Unis. En revanche, les voyages vers des destinations étrangères autres que les États-Unis continuent de croître. Le prix élevé de l'essence (et la hausse des suppléments carburant) limite vraisemblablement une part de la demande de voyages à l'intérieur du Canada, mais on ne s'attend pas à ce que cela place le Canada en situation désavantageuse par rapport aux destinations étrangères.

Dans une perspective positive, la capacité aérienne directe pour les voyages intérieurs au cours du printemps et de l'été devrait s'accroître de 4 à 5 % comparativement à l'année dernière. Dans l'ensemble, les indicateurs avancés du tourisme pour les voyages intérieurs révèlent que le marché s'élargira modérément à court terme.

Indice des indicateurs avancés du tourisme - Des États-Unis vers le Canada

Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs (vers le Canada)	Tendances des fournisseurs (des É.-U. vers le Canada)	
+ (+)	- (--)	- (--)	- (0)	- (-)

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

L'économie des États-Unis a connu un ralentissement marqué au cours du dernier trimestre de 2005, à la grande surprise de la plupart des analystes. La faiblesse des dépenses à la consommation et la diminution des exportations nettes sont les principaux facteurs expliquant ce rendement défavorable. La mise en chantier de projets domiciliaires a aussi chuté en décembre en raison de la hausse des taux hypothécaires. Dans une perspective positive, toutefois, l'économie a continué de générer de nouveaux emplois, et la confiance des consommateurs semble se relever. On s'attend à une reprise économique au cours du premier trimestre de 2006, et le taux de croissance devrait s'établir à 3,5 % pour l'année.

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour les États-Unis s'est accru de façon marquée en janvier, après avoir enregistré des hausses pour cinq des six mois antérieurs. L'indice avancé s'est accru selon un taux de croissance annuel de 4,7 % entre juillet 2005 et janvier 2006. Les forces des indicateurs avancés ont continué de croître depuis août 2005. Malgré la faible croissance économique enregistrée au quatrième trimestre de 2005, la tendance actuelle de l'indice avancé donne à penser que la croissance reprendra à court terme.

Bien que les voyages intérieurs et outre-mer depuis les États-Unis aient enregistré une croissance solide en 2005, les voyages d'une nuit ou plus faits par les Américains au Canada ont diminué de 4,6 %. Si certains facteurs économiques clés ont contribué à ce rendement défavorable, une étude du marché américain réalisée récemment par la Commission canadienne du tourisme révèle que le manque de notoriété des attraits qu'offre le Canada a aussi contribué à cette situation. De plus, la confusion qui persiste quant aux exigences imminentes touchant aux passeports et autres documents de voyage sûrs a limité encore davantage les voyages durant l'année. On s'attend à une diminution de la capacité aérienne directe prévue pour les voyages à destination du Canada au cours du printemps et de l'été, comparativement à l'année dernière, les baisses les plus marquées étant associées aux transporteurs américains. Malheureusement, l'indicateur avancé du tourisme pour les États-Unis donne à penser que les tendances à la baisse des voyages se maintiendront à court terme.

Vue d'ensemble de la situation internationale

Royaume-Uni et Irlande

British Airways (BA) a affiché un profit avant impôts de 164 millions GBP (330,8 millions \$CAN) pour son troisième trimestre ayant pris fin le 31 décembre 2005, ce qui constitue une hausse de 8,6 % par rapport au même trimestre en 2004. La compagnie aérienne a attribué cette hausse à une croissance solide au chapitre des voyages en classe affaires et première classe, lesquels ont donné lieu à une hausse de 8,8 % des recettes globales. Le rendement des voyageurs a diminué de 1,5 % durant le trimestre, tandis que le trafic passagers (passagers-kilomètres payants) s'est accru de 5,8 % par rapport à la même période l'année précédente. La compagnie aérienne s'attend à ce que son rendement s'améliore au cours de son dernier trimestre (prenant fin le 31 mars 2006), et elle indique que les conditions du marché sont demeurées « largement inchangées, puisqu'il faudrait des activités promotionnelles importantes pour maintenir les coefficients d'occupation ». Les coûts du carburant demeurent aussi problématiques.

En janvier, le trafic passagers de BA s'est accru de 3,3 % par rapport à la même période l'année précédente. Le trafic passagers en classe affaires et en première classe s'est accru de 7,8 %, tandis qu'il a enregistré une hausse de 2,6 % en classe économique. L'achalandage des vols en direction de la région Asie-Pacifique continue d'afficher les meilleurs résultats, présentant une hausse de 14,2 % par rapport à l'année précédente, alors que les PKP des routes à destination des Amériques ont diminué de 2,2 %. Le trafic passagers des routes court-courrier et moyen-courrier à l'intérieur du Royaume-Uni et de l'Europe s'est accru de 1,3 % comparativement à la même période l'année précédente.

Ryanair, le plus grand transporteur à bas prix en Europe, a affiché un profit (redressé après impôts) de 34,8 millions d'euros (47,8 millions \$CAN) pour son troisième trimestre clos le 31 décembre 2005, soit une hausse de 6 % par rapport au même trimestre en 2004. Le rendement des voyageurs est demeuré à peu près inchangé durant ce trimestre, mais la compagnie a ajouté 34 nouveaux trajets à ses services au cours de cette période, augmentant ainsi sa capacité de 27 %. Dans l'ensemble, les recettes se sont aussi accrues de 27 % comparativement à l'année précédente. Ryanair s'attend à ce que son rendement des voyageurs diminue de 5 à 10 % au dernier trimestre (prenant fin le 31 mars 2006) en raison de la croissance prévue au chapitre de sa capacité durant ce trimestre qui affiche traditionnellement le rendement le plus faible de l'année. Par ailleurs, Ryanair a annoncé qu'elle commencerait à imposer des frais pour les bagages consignés dès le 16 mars 2006 mais réduirait ses tarifs offerts en ligne à compter de cette même date. Le transporteur s'attend à ce que les tarifs réduits favorisent l'achalandage, contrebalançant ainsi la baisse de recettes associée à la diminution des prix. De même, en dissuadant les voyageurs de placer leurs bagages en consigne, la compagnie aérienne réduira ses coûts liés au traitement des bagages.

La British Airports Authority a indiqué qu'en 2005, le trafic passagers aux sept aéroports du Royaume-Uni s'est accru de 3 % par rapport à 2004. Dans l'ensemble, le trafic long-courrier a augmenté de 8,2 % mais celui des routes de l'Atlantique Nord n'a augmenté que de 1,2 %. L'achalandage des réseaux européens réguliers a augmenté de 4,2 %, tandis que le trafic passagers des vols nolisés a diminué de 8,7 %. Par ailleurs, le trafic passagers des lignes intérieures s'est accru de 2 %. En janvier 2006, la croissance du trafic passagers a ralenti pour s'établir à 1,9 % comparativement au même moment l'année précédente. Le trafic passagers des routes nord-américaines a enregistré une baisse de 3,4 %. Excluant les routes transatlantiques, le trafic passagers d'autres vols long-courrier s'est accru de 6,8 % sous l'effet d'une forte croissance dans les nouveaux services élargis vers l'Inde.

Tableau 5. Variation du nombre de passagers transportés

Transporteur	Jan. 2006 c. jan. 2005
British Airways	+0,9 %
EasyJet	+11,2 %
Ryanair	+24 %

Les plus récentes statistiques du gouvernement du Royaume-Uni indiquent que les résidents de cette région ont fait 1 % moins de voyages à l'étranger durant le dernier trimestre de 2005 comparativement au même trimestre l'année précédente. Pour toute l'année 2005, les voyages outre-mer ont augmenté de 3 % par rapport à 2004. Les voyages en Amérique du Nord ont enregistré une hausse de 3 %, tandis que les voyages en Europe occidentale et dans d'autres régions du monde ont augmenté de 1 % et 16 % respectivement. Au cours de cette même période de 12 mois, les dépenses faites outre-mer par les voyageurs du Royaume-Uni se sont accrues de 6 % par rapport à l'année précédente pour se chiffrer à 32 milliards GBP. Le National Statistics Office a indiqué que les voyages en Amérique du Nord étaient demeurés en deçà des niveaux enregistrés en 2000, tandis que les voyages en Europe occidentale et vers d'autres destinations outre-mer avaient atteint un niveau record.

Selon le bureau de la CCT au Royaume-Uni, le Canada semble être une destination populaire auprès des voyageurs britanniques qui sont amateurs de voyages d'aventure. Une étude récente a révélé que les lecteurs de la revue britannique *Wanderlust* classaient le Canada parmi les finalistes dans les catégories des meilleurs pays et des pays les plus sûrs pour 2006. La ville de Québec a aussi obtenu la cote bronze dans la catégorie des meilleures villes au monde. Lors de la même enquête menée l'an dernier, le Canada ne s'était classé dans aucune catégorie.

Selon une enquête réalisée pour le compte du Jamaica Tourist Board, les voyageurs britanniques ont réduit leurs budgets de voyage au premier trimestre de 2006, comparativement à la même période l'année dernière. Durant cette période, pour tous les types de voyages - y compris les courtes escapades, les vacances principales et les voyages long-courrier - le budget moyen de dépenses s'établit à 412 GBP, ce qui représente une réduction de 170 GBP par rapport aux dépenses déclarées lors de la même enquête menée l'année précédente. Dans le cadre d'un autre sondage, l'office de tourisme a constaté qu'environ la moitié des voyageurs britanniques préféraient la formule des forfaits, tandis que les autres préféraient les voyages indépendants. Par groupe d'âge, on a constaté que les forfaits étaient le plus populaires chez les voyageurs dans la vingtaine (56 %) et chez ceux de plus de 60 ans (57 %).

Le plus récent sondage sur les voyages d'affaires, réalisé par Barclaycard, a révélé que le nombre de voyages d'affaires au Royaume-Uni devrait augmenter en 2005-2006, quoique la durée moyenne de ces voyages pourrait être réduite. Près de la moitié (45 %) des répondants ont indiqué qu'ils s'attendaient à faire davantage de voyages d'affaires durant l'exercice en cours. L'expansion d'entreprise est la raison qui a été le plus souvent invoquée pour expliquer l'augmentation des voyages d'affaires tant outre-mer (33 % des répondants) qu'au Royaume-Uni (18 %).

Le plus récent rapport BRMB Internet Monitor a révélé que le taux de croissance de l'utilisation d'Internet au Royaume-Uni avait doublé en 2005 pour s'établir à 13 %, par rapport à un taux de croissance de 7 % en 2003 et 2004, selon le Travel Hospitality Industry Digest. Quelque 26,5 millions de Britanniques ont utilisé Internet en 2005, la plupart ayant navigué depuis leur domicile (23,5 millions). Parmi les utilisateurs à domicile, 76 % (18 millions) bénéficient d'une connexion à large bande. Ce sondage a aussi révélé que 17 % de tous les répondants avaient accédé à Internet au moyen de leur téléphone mobile. Les sites de voyage comptaient parmi les types de sites les plus couramment visités par les utilisateurs de téléphones mobiles.

Indice des indicateurs avancés du tourisme - Royaume-Uni

Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs	Tendances des fournisseurs	
0 (0)	-- (--)	+ (+)	0 (+)	+ (+)

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour le Royaume-Uni est demeuré inchangé en décembre, après une baisse légère enregistrée en novembre. L'indice avancé a diminué à raison de 1 à 2 % annuellement au cours des derniers mois. Bien que le taux de diminution de l'indice ait ralenti depuis août 2005, la faiblesse des indicateurs a gagné du terrain. Par ailleurs, le PIB réel a enregistré une croissance annuelle moyenne de 2,1 % durant la seconde moitié de 2005 (y compris à raison de 2,6 % durant le quatrième trimestre de 2005). La faiblesse soutenue des indicateurs avancés donne à penser que la croissance économique demeurera au ralenti à court terme.

Malgré les conditions économiques modératrices, les visiteurs du Royaume-Uni ont fait 8,8 % plus de voyages au Canada en 2005 qu'en 2004. On s'attend à ce que le niveau général de la capacité aérienne directe prévue entre le Royaume-Uni et le Canada pour le printemps et l'été 2006 soit égal ou légèrement inférieur à celui de 2005, mais la capacité aérienne des sociétés établies au Royaume-Uni est à la hausse. Malgré l'appréciation continue du dollar canadien par rapport à la livre sterling, la hausse de la tendance des voyageurs devrait permettre de soutenir, à court terme, une légère croissance des voyages effectués au Canada par les voyageurs du Royaume-Uni.

France

Air France-KLM a déclaré des bénéfices nets de 77 millions d'euros (105,8 millions \$CAN) pour son troisième trimestre ayant pris fin le 31 décembre 2005, ce qui constitue une hausse marquée par rapport aux bénéfices de 23 millions d'euros enregistrés pour le même trimestre en 2004. Selon la compagnie aérienne, le fort achalandage et les coefficients de remplissage record sont les principaux facteurs expliquant cette amélioration du rendement. Les recettes se sont accrues de 12,4 % sous l'effet d'une croissance de 11 % au chapitre du trafic passagers par rapport à l'année précédente. La capacité de la compagnie aérienne a augmenté de 7,6 %, ce qui a donné lieu à une hausse du coefficient de remplissage de 2,4 points de pourcentage, lequel a atteint 80,1 %. De même, selon Air Transport World, la compagnie aérienne a annoncé son intention d'accroître sa capacité de 5,6 % pour l'été 2006, comparativement à l'année dernière, dans le cadre d'une « stratégie de croissance rentable ». La plus grande partie de cette capacité additionnelle est prévue pour les routes en direction de l'Europe de l'Est et du Moyen-Orient.

En janvier, le trafic passagers des routes desservies par Air France-KLM (mesuré en PKP) a continué d'afficher une forte croissance, enregistrant une hausse de 9,5 % par rapport au même mois en 2005. Le trafic passagers des routes d'Amérique du Nord et du Sud a augmenté de 13,9 %, dépassant ainsi la croissance enregistrée pour les routes d'Asie-Pacifique (12,5 %). Les routes court-courrier et moyen-courrier (en France et dans le reste de l'Europe) ont, quant à elles, enregistré une croissance de 12,5 %. Dans l'ensemble, le nombre de passagers transportés en janvier a augmenté de 6,9 %, année après année, pour se chiffrer à plus de 5,4 millions.

Selon le Travel and Hospitality Industry Digest, le groupe hôtelier français Accor a conservé sa dominance à titre de la plus grande société hôtelière d'Europe en 2005, d'après le nombre d'immeubles et de chambres. Un rapport de la firme MKG Consulting indique que le groupe Accor a terminé l'année avec 2 197 hôtels et 239 279 chambres, devançant considérablement la chaîne Best Western, qui se plaçait au second rang avec 1 195 hôtels et 78 140 chambres. InterContinental Hotels se situait au troisième rang avec 498 hôtels et 76 794 chambres. Le groupe Accor a récemment indiqué que ses recettes pour l'année 2005 s'étaient accrues de 7,9 %, année après année, s'établissant à 7,62 milliards d'euros. À l'échelle mondiale, les deux secteurs qui ont été les plus rentables pour Accor, en 2005, étaient ceux des services et des hôtels à bas prix; le rendement de ses hôtels de grand luxe et de luxe étant demeuré stagnant.

Les bénéfices grimpent, les inquiétudes aussi

Selon le plus récent rapport trimestriel du bureau de la CCT, en France, le marché français des voyages en ligne continue de croître rapidement, le segment le plus important de cette catégorie étant celui des voyageurs de 50 ans et plus. Environ 71 % des Français de plus de 50 ans qui utilisent Internet ont réservé un voyage en ligne au cours des 12 derniers mois. En général, les fournisseurs ont tendance à commercialiser de moins en moins les produits de voyage en ligne comme des offres à bas prix, de dernière minute, et davantage comme des produits haut de gamme - comme les forfaits de thalassothérapie. De même, les périodes de réservation en ligne sont de plus en plus longues.

Un rapport de la CCT indiquait aussi que le nombre de voyages d'affaires des Français s'était accru d'environ 2,3 % en 2005, par rapport à 2004. Dans l'ensemble, la plupart des voyagistes ont indiqué que la reprise touristique observée en 2004 s'était poursuivie en 2005. Selon L'Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme (APS), une association française du secteur du tourisme, un moins grand nombre d'agences de voyage ont déclaré faillite en 2005, après une année record de faillites en 2004.

L'Alberta Economic Development et Zins Beauchesne and Associates ont récemment mené une étude du marché français du voyage, laquelle a fait ressortir des possibilités pour ce qui est d'attirer les voyageurs français vers des destinations de l'Ouest canadien. À l'heure actuelle, le Canada n'est la destination que d'environ 1,8 % de tous les voyageurs français se rendant outre-mer, mais la part de marché du Canada croît de façon significative pour les voyageurs de 24 à 28 ans (part de 6,8 %), les voyages de ski alpin (7,8 %), les voyages de ski de fond (9,5 %), les voyages d'excursions en raquettes (29 %) et les voyages axés sur d'autres sports d'hiver (35 %). L'hébergement dans des auberges francophones, les voyages axés sur la culture de l'Ouest (dont l'hébergement dans des ranchs) et les voyages axés sur la nature, qui permettent d'observer la faune, sont d'autres possibilités à exploiter auprès du marché français. Ce rapport a également révélé que les voyageurs français se préoccupaient beaucoup plus de leur sécurité et des risques d'attaques terroristes lorsqu'ils voyagent à l'étranger - 43 % de ces voyageurs estiment qu'il s'agit là du facteur le plus important dans le choix de leurs destinations de voyage.

TravelwireNews.com indiquait récemment que la France avait raté l'échéance fixée à octobre 2005 par les États-Unis relativement à l'émission de passeports biométriques à ses résidents, rendant la France inadmissible au programme de dispense de visa des États-Unis. Cela signifie que les voyageurs français doivent maintenant obtenir un visa auprès de l'ambassade américaine avant de voyager aux États-Unis. Des 27 pays figurant sur la liste du programme américain de dispense de visa, la France est le seul pays à avoir raté l'échéance. Cette situation découle d'un différend entre le gouvernement français et ses employés syndiqués sur la question de savoir qui imprimera les nouveaux passeports. Visit USA estime que cette situation pourrait entraîner une chute de 30 % au chapitre des voyages faits par les Français aux États-Unis, cette année, soit 250 000 voyages de moins. Le gouvernement français prévoit de commencer à émettre des passeports biométriques d'ici à mai 2006.

Indice des indicateurs avancés du tourisme - France

Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs	Tendances des fournisseurs	
0 (0)	-- (--)	0 (0)	0 (0)	0 (0)

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour la France s'est accru légèrement en décembre, après avoir enregistré une baisse pendant quatre mois consécutifs. Malgré le faible gain enregistré en décembre, l'indice avancé a diminué à raison de 0,5 à 1 % annuellement au cours des derniers mois. Dans l'ensemble, les forces et les faiblesses des indicateurs avancés demeurent à peu près équilibrées. Par ailleurs, la croissance du PIB réel a ralenti à un taux annuel de 0,8 % (estimation anticipée) au cours du quatrième trimestre de 2005, affichant une baisse par rapport au taux de croissance de 2,8 % pour le troisième trimestre et de 1 % pour le premier semestre de 2005. La tendance de l'indice avancé donne à penser que l'économie continuera de croître à un rythme lent ou modéré à court terme. Malheureusement, la compétitivité des prix des voyages au Canada pour les Français continue de baisser à mesure que la valeur du dollar canadien croît par rapport à celle de l'euro.

Malgré cela, les Français ont fait 6 % plus de voyages au Canada en 2005. On ne s'attend pas à ce que le nombre de voyages effectués par les Français augmente à la suite de l'amélioration de l'accès aérien au Canada au printemps et à l'été, car la capacité aérienne directe prévue semble inchangée par rapport à l'année dernière. Dans l'ensemble, compte tenu des tendances modérées à la fois chez les voyageurs et les fournisseurs, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que le nombre de voyages en provenance de la France demeurera à peu près inchangé, à court terme, par rapport à 2005.

Allemagne

En janvier, le trafic passagers des lignes aériennes du groupe Lufthansa est demeuré à peu près stagnant (hausse de 0,8 %) comparativement au même mois en 2005. L'achalandage des routes en direction des Amériques a chuté de 5 % par rapport à l'année précédente, tandis que le trafic des routes Asie-Pacifique s'est accru de 5,4 %. Les routes intérieures et européennes ont enregistré une hausse de 5,8 % au chapitre de l'achalandage, laquelle est liée à l'augmentation de la capacité et à la diminution des prix sur les routes pour lesquelles Lufthansa était en concurrence avec des services aériens à bas prix.

Lufthansa a annoncé l'élargissement de sa capacité pour l'été 2006, en particulier sur les routes européennes (4,6 %) et les vols en partance de Munich. En ce qui a trait à ses routes long-courrier, ce sont les destinations de la région Asie-Pacifique qui connaîtront les plus fortes augmentations de capacité (2 %), tandis que la capacité des routes vers l'Amérique du Nord demeurera à peu près inchangée par rapport à l'été dernier (hausse de 0,4 %). Comparativement à l'été 2005, les vols prévus depuis Munich augmenteront de 10 %.

En 2005, le nombre total de passagers desservis par l'aéroport de Munich, deuxième plaque tournante en importance en Allemagne, s'est accru de 6,7 % par rapport à 2004. Le nombre de voyageurs long-courrier a augmenté de 13 %, cette hausse étant principalement attribuable à Lufthansa et ses partenaires de la Star Alliance, selon Reuters.

L'aéroport de Francfort, la plus importante plaque tournante d'Allemagne, a déclaré une hausse de 2,2 % du nombre de passagers desservis en 2005 par rapport à l'année précédente, ce nombre atteignant 52,2 millions de voyageurs. En janvier 2006, les tendances de la croissance ont ralenti, le nombre total de passagers desservis étant sensiblement le même (-0,5 %) que l'année précédente. L'aéroport a signalé que l'achalandage de touristes était moindre que ce que l'on avait prévu, en particulier pour les vols intérieurs, lesquels ont accusé une baisse de 4,8 %. Le trafic européen et intercontinental est demeuré à peu près inchangé par rapport à janvier 2005.

Une nouvelle revue du marché, réalisée par Mintel, a révélé que l'Allemagne était le plus important marché du voyage à l'étranger au monde depuis 1993, année où le pays a surpassé les États-Unis au chapitre du nombre de voyages effectués à l'étranger. En 2005, les Allemands ont fait 86,6 millions de voyages à l'étranger, ce qui représente 20 % de tous les voyages à l'étranger faits dans le monde entier. Le Royaume-Uni s'est placé au second rang, avec 65,3 millions de voyages (15 % du total mondial), et les États-Unis ont terminé au troisième rang, avec 58,3 millions de voyages (13,5 % du total mondial). Le Japon et la Chine ont terminé respectivement quatrième et cinquième. Mintel prévoit que l'Allemagne demeurera le chef de file mondial des voyages à l'étranger pendant les 15 prochaines années.

L'Allemagne s'établit aussi comme une puissance du marché des réservations de voyages en ligne, selon le dernier rapport Germany Online, publié par eMarketer. En 2005, les Allemands ont dépensé 27 milliards \$US en ligne, propulsant le commerce électronique aux rangs des activités en ligne les plus populaires, tout juste derrière la transmission de courriels, la recherche et l'accès aux actualités internationales. Ce rapport indique que l'Allemagne devrait être considérée comme le plus grand cybermarché d'Europe occidentale.

Après une solide performance estivale, les réservations allemandes pour l'hiver 2005-2006 ont chuté plus que prévu, d'après le plus récent rapport préparé par le bureau de la CCT en Allemagne. Plus particulièrement, les réservations de voyages d'hiver au Canada ont connu un ralentissement en septembre et en octobre. Cependant, les tendances continuent d'être avantageuses pour les destinations nord-américaines et d'autres destinations long-courrier en raison de la vigueur relative de l'euro. Le rapport faisait aussi ressortir une augmentation de la demande de vacances et d'activités de tourisme d'aventure axées sur les nouvelles tendances sportives. Par exemple, les voyages comportant des excursions en vélo, des randonnées pédestres, des excursions en montagne, des excursions en bateau et des croisières gagnent en popularité. Les forfaits avion-auto sont aussi populaires auprès des Allemands.

Les bénéfices grimpent, les inquiétudes aussi

Le plus récent sondage TATS auprès des agents de voyages allemands indique que les ventes des agences de voyage ont bien démarré en début d'année. Les recettes totales ont grimpé de 8,4 % en janvier, en raison d'une hausse de 10,3 % des ventes de voyages vacances et d'une augmentation de 7,1 % au chapitre des ventes de billets d'avion.

Indice des indicateurs avancés du tourisme - Allemagne

Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs	Tendances des fournisseurs	
+ (+)	-- (--)	0 (0)	+ (+)	+ (+)

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour l'Allemagne s'est accru en décembre, et la vigueur des indicateurs avancés continue d'être généralisée. Grâce à cette croissance récente, l'indice avancé a progressé à un rythme de 2,5 à 3,5 % par année, soit une hausse par rapport à une croissance quasi nulle au début de 2005. Par ailleurs, la croissance du PIB réel a ralenti considérablement durant le quatrième trimestre de 2005, par rapport au taux annuel de 2,5 % au troisième trimestre et au taux moyen de 1,9 % pour le premier semestre de 2005. Heureusement, la croissance soutenue de l'indice avancé donne à penser que le ralentissement enregistré au quatrième trimestre de 2005 ne durera pas.

Malheureusement, depuis le début de 2005, la compétitivité des prix des voyages au Canada pour les Allemands a continué de s'affaiblir parallèlement à la hausse de la valeur du dollar canadien par rapport à celle de l'euro. Malgré cela, les Allemands ont fait 5,7 % plus de voyages au Canada en 2005 par rapport à 2004. À l'avenir, la croissance des voyages allemands au Canada devrait être soutenue par une augmentation modeste de la capacité aérienne directe prévue au cours du printemps et de l'été 2006. Dans l'ensemble, malgré les défis posés par la compétitivité des prix, la demande de voyages au Canada devrait progresser légèrement à court terme.

Mexique

Selon le site Web eyefortravel.com, Tony Ryan, fondateur de la compagnie aérienne Ryanair, prévoit de mettre en place une nouvelle ligne aérienne à bas prix au Mexique. M. Ryan formera un partenariat avec une entreprise mexicaine pour créer cette nouvelle compagnie en mars. UBS a récemment indiqué que le potentiel du marché mexicain des transporteurs à bas prix était énorme, soulignant que beaucoup de Mexicains déboursent actuellement de 40 à 50 \$US pour un billet d'autobus, ce qui correspond à peu près au prix d'un billet d'avion vendu par bon nombre de transporteurs aériens à bas prix ailleurs dans le monde.

Par ailleurs, les données les plus récentes de la Latin American Airline Association (AITAL) indiquent que les lignes aériennes d'Amérique latine ont vu le trafic passagers (mesuré en PKP) faire un bond de 7,5 % en décembre 2005, comparativement au même mois en 2004. Pour l'ensemble de l'année 2005, le trafic passagers total s'est accru de 12,1 %. L'achalandage des routes vers des destinations à l'extérieur de l'Amérique latine a progressé de 10,3 %, et le trafic à l'intérieur de l'Amérique latine a enregistré une croissance fantastique de 13,7 % par rapport à 2004.

Tableau 6. Lignes aériennes AITAL*

Passagers-kilomètres payants (PKP) et passagers transportés - Décembre 2005

Destination régionale	Variation des PKP 2005 c. 2004	Passagers transportés 2005 c. 2004
À l'intérieur de l'Amérique latine (vols prévus et nolisés)	8,3 %	8,9 %
Destinations internationales - Total	6,7 %	6,1 %
Amérique du Nord	6,9 %	6,3 %
Europe	8,1 %	-0,1 %
Asie-Pacifique	6,7 %	14,8 %

Source : Latin American Airline Association (AITAL)

*AITAL réunit 29 lignes aériennes membres desservant l'Amérique latine.

Selon le dernier rapport trimestriel préparé par le bureau de la CCT au Mexique, les voyages d'agrément faits à l'étranger par les Mexicains ont progressé de 5 % en 2005. La plus forte croissance a été enregistrée pour les voyages en Amérique du Sud, en Asie et en Afrique, lesquels ont augmenté de 23 %; viennent ensuite les voyages en Europe, en hausse de 13 %. Les voyages aux États-Unis ont progressé de 7,5 %, tandis que ceux faits au Canada se sont accrus de 8,5 %.

Indice des indicateurs avancés du tourisme - Mexique

Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs	Tendances des fournisseurs	
+ (++)	0 (0)	++ (+)	++ (++)	+ (+)

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour le Mexique a chuté en décembre. Il s'est accru rapidement jusqu'à la fin du troisième trimestre de 2005, mais il a ralenti par la suite à un taux annuel de 3 à 4 %. Heureusement, la vigueur des indicateurs avancés continue d'être généralisée. Au même moment, la croissance du PIB réel a ralenti pour s'établir à 2,9 % durant le quatrième trimestre de 2005, une diminution par rapport au taux annuel de 4,8 % au troisième trimestre, mais une hausse par rapport au taux moyen de 1,7 % pour le premier semestre de 2005. Malgré ces fluctuations, la tendance de l'indice avancé donne à penser que l'économie continuera vraisemblablement de progresser à court terme.

Les voyages faits par les Mexicains au Canada en 2005 ont augmenté de 9,6 % sous l'effet d'une solide croissance de 12,7 % au quatrième trimestre. Pour l'avenir, la capacité aérienne directe prévue pour le Canada devrait augmenter considérablement au printemps et à l'été 2006, par rapport à 2005. Plus particulièrement, la croissance solide prévue au chapitre de la capacité des lignes aériennes mexicaines devrait donner lieu à une augmentation du nombre de voyages. Dans l'ensemble, l'indice des indicateurs avancés du tourisme permet de croire que le nombre de voyages faits au Canada par les Mexicains connaîtra une croissance soutenue à court terme.

Japon

Selon son dernier rapport financier, le Japan Airlines Group (JAL) continue d'afficher un rendement négatif. JAL a déclaré des pertes nettes de 11,1 milliards JPY (110 millions \$CAN) au troisième trimestre ayant pris fin le 31 décembre 2005, comparativement à des pertes nettes de 3,7 milliards JPY pour le même trimestre en 2004. La hausse marquée des dépenses liées au carburant aviation a éclipsé une augmentation de 21 % au chapitre des recettes par rapport au même trimestre, l'année précédente.

Les bénéfices grimpent, les inquiétudes aussi

La demande des passagers de JAL a peu progressé, en particulier pour les routes en direction de la Chine, où la demande met du temps à se rétablir par suite des différends culturels qui ont surgi entre le Japon et la Chine en avril dernier. La compagnie aérienne a indiqué qu'elle entendait réorganiser son horaire international en 2006 afin de mettre davantage l'accent sur ses routes rentables, notamment celles qui desservent son marché des voyages d'affaires. Tout au long des neuf premiers mois de l'exercice de JAL (d'avril à décembre 2005), le trafic international a affiché une baisse de 1,4 %, et le trafic intérieur a diminué de 1,5 %. L'image de JAL auprès du public a aussi subi un dur coup en raison d'une série de problèmes d'entretien qui ont été vastement médiatisés l'année dernière. Selon le Japan Times, le gouvernement japonais a ordonné à JAL, en janvier, d'améliorer ses procédures de prévention des accidents.

Par contraste, All Nippon Airways (ANA) continue d'enregistrer une forte rentabilité. De fait, la compagnie a affiché des bénéfices nets de 10,2 milliards JPY au troisième trimestre qui a pris fin le 31 décembre 2005, ce qui représente près du double des bénéfices rapportés pour le même trimestre en 2004. Selon Air Transport World, il s'agit du dixième trimestre consécutif pour lequel ANA affiche des résultats positifs. Les recettes d'exploitation se sont accrues de 6,9 %, mais les prix élevés du carburant ont augmenté considérablement les dépenses au cours du trimestre, donnant lieu à des résultats beaucoup plus modestes au dernier trimestre. Le trafic intérieur a progressé de 3,4 % au cours du trimestre, mais le trafic international a baissé de 1,8 % comparativement à l'année précédente. Le rendement des passagers a toutefois progressé de 7,2 %, principalement en raison de la forte demande de voyages d'affaires.

Selon le plus récent rapport MasterIndex of Consumer Confidence de MasterCard International, le Japon affiche un rendement exceptionnel au chapitre de l'indice de la confiance des consommateurs, ayant enregistré des améliorations importantes au cours des six derniers mois. Pour la première fois depuis 1993, les répondants japonais ont attribué des cotes favorables au Japon dans chacune des cinq catégories de l'indice relativement à leurs attentes pour les six prochains mois : emploi (65,9), économie (66,6), revenus réguliers (61,7), marché boursier (63,6) et qualité de vie (57,4). Le rapport indique que ces résultats reflètent les perspectives généralement optimistes des gens en ce qui concerne l'économie du Japon.

De même, le plus récent rapport MasterIndex of Travel de MasterCard International prévoit que les Japonais feront 8 % plus de voyages à l'étranger durant le premier semestre de 2006. Lorsqu'on a demandé aux Japonais quelles étaient leurs principales sources d'information de voyage, ils ont indiqué leurs trois plus grandes préférences comme suit : agents de voyages (43 %), Internet (34 %) et guides de voyage (24 %). Leur principale préoccupation touchait à la sécurité (55 %); et leurs activités de voyage favorites étaient les visites touristiques en général (53 %), les divertissements (33 %) et le magasinage (27 %).

Le plus récent rapport trimestriel du bureau de la CCT au Japon révèle que le rendement général de l'industrie japonaise du tourisme s'est amélioré légèrement en 2005 comparativement à 2004. La demande japonaise de voyages au Canada en novembre et décembre semblait prometteuse, mais la dépréciation du yen japonais par rapport au dollar canadien a causé des préoccupations. De plus, la suspension des services d'Air Canada à Nagoya a porté un dur coup à la croissance potentielle du marché des voyages japonais au Canada.

Selon un rapport de Tourism Australia sur le marché japonais, le gouvernement du Japon a déclaré que les voyages japonais à l'étranger s'étaient accrus d'environ 3,4 % en 2005 par rapport à 2004. Le nombre de voyages à l'étranger se chiffrait à 17,4 millions, tout juste un peu moins que le nombre record de 17,8 millions enregistré en 2000. Les perspectives à court terme demeurent favorables, en particulier en ce qui a trait aux voyages en avion vers des destinations étrangères. Les ventes de forfaits et de voyages de groupe ont toutefois fléchi légèrement.

Indice des indicateurs avancés du tourisme - Japon

Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs	Tendances des fournisseurs	
+ (+)	-- (--)	- (-)	0 (0)	0 (0)

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

Les bénéfices grimpent, les inquiétudes aussi

L'indice des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour le Japon a progressé davantage en décembre. Grâce aux gains réalisés en décembre, l'indice avancé a affiché un taux de croissance annuel se situant entre 4 et 5% pour les derniers mois. De même, la vigueur des indicateurs avancés continue d'être généralisée. Malheureusement la croissance annuelle du PIB réel a ralenti pour s'établir à 1 % au troisième trimestre de 2005, soit une baisse par rapport au taux moyen de 5,3 % pour le premier semestre de 2005. Toutefois, la tendance récente de l'indice avancé donne à penser que l'économie progressera à court terme, et que le ralentissement enregistré au troisième trimestre ne durera pas. Malheureusement, la compétitivité des prix des voyages au Canada continue de s'affaiblir dans la perspective du marché japonais en raison de la dépréciation soutenue du yen par rapport au dollar canadien.

Les voyages faits par les Japonais au Canada en 2005 ont affiché une augmentation modeste de 1,1 % comparativement aux données de 2004, mais ils ont diminué de 1,8 % au quatrième trimestre, comparativement à la même période l'année précédente. Bien que l'on s'attende à une baisse importante de l'ensemble de la capacité aérienne directe prévue pour le Canada au printemps et à l'été 2006, le niveau prévu pour les compagnies aériennes japonaises devrait augmenter. Dans l'ensemble, l'indice des indicateurs avancés du tourisme révèle une croissance faible ou nulle des voyages japonais au Canada à court terme.

Corée

Korean Air a déclaré des bénéfices nets de 31,3 milliards W (12 millions \$CAN) pour son quatrième trimestre ayant pris fin le 31 décembre 2005, soit une baisse de 85,7 % par rapport au même trimestre en 2004. La chute de la rentabilité de la compagnie aérienne au cours de ce trimestre est principalement attribuable au prix élevé du carburant et à la grève des pilotes d'avions survenue en décembre. Dans l'ensemble, pour 2005, la compagnie a enregistré des bénéfices nets de 202,3 milliards W, soit une baisse de 61,1 % par rapport à l'année précédente. La hausse marquée du prix du carburant a freiné les résultats de l'année entière, mais les recettes se sont accrues de 5,2 % en raison d'une forte croissance du trafic passagers international. Selon un rapport de Reuters, l'augmentation du trafic passagers et l'appréciation du won coréen aideront à renforcer la rentabilité de la compagnie aérienne en 2006.

D'après un rapport de la Pacific Asia Travel Association (PATA), les voyages des Coréens à l'étranger ont atteint un niveau record en 2005, dépassant les 10 millions de voyages, soit une augmentation de 14 % par rapport à 2004. En juillet et août, soit la période de pointe, plus d'un million de Coréens ont voyagé à l'étranger. La Chine et le Japon ont accueilli 51,1 % de ces visiteurs, tandis que les Amériques en ont accueillis 8,1 % et l'Europe, 5,8 %. Plus de la moitié (52,4 %) des voyageurs outre-mer étaient âgés de moins de 40 ans. La PATA a désigné cette croissance des voyages à l'étranger comme le « miracle du tourisme émetteur coréen », attribuant cette croissance à la réforme économique remarquable du pays à la suite de l'effondrement financier de 1997-1998. Ce rapport indiquait aussi que la Corée était un excellent exemple de pays accordant de l'importance à tous les aspects de son industrie du tourisme, de même qu'aux avantages économiques et socioculturels découlant de nombreux secteurs de sa société.

Le plus récent rapport MasterIndex of Travel de MasterCard International prévoit que les voyages faits par les Coréens à l'étranger progresseront de 7,8 % durant le premier semestre de 2006. Les répondants coréens ont indiqué que leurs principales sources d'information sur les voyages étaient le bouche à oreille (61 %), la connaissance de la destination (42 %) et Internet (27 %). Leurs principales préoccupations touchaient aux obstacles linguistiques (47 %) et à la sécurité (45 %). Leurs activités de voyage favorites étaient les visites touristiques en général (80 %) et les visites d'attrait historiques et culturels (55 %), suivies du repos et de la détente (31 %). La plus grande proportion de répondants (67 %) a choisi l'Europe comme destination privilégiée.

Le plus récent rapport trimestriel du bureau de la CCT en Corée confirme que les perspectives du marché coréen des voyages à l'étranger, qui est en plein essor, sont très reluisantes. Plusieurs grands voyagistes coréens prévoient de mettre en œuvre des stratégies dynamiques pour accroître leurs ventes de produits touristiques canadiens. La seule préoccupation importante soulevée touche à la dépréciation du won coréen par rapport au dollar canadien, qui a donné lieu à une augmentation perceptible des tarifs hôteliers canadiens et d'autres frais.

Par ailleurs, le plus récent rapport MasterIndex of Consumer Confidence de MasterCard International révèle que les Coréens ont adopté une perspective plus prudente pour les six prochains mois. Comparativement au sondage précédent, les consommateurs sont moins confiants envers les perspectives économiques (passant de 57,6 à 35,7), les perspectives d'emploi (passant de 43,4 à 33,4) et les perspectives de la qualité de vie (passant de 49,4 à 43,4). Cependant, les réponses se sont améliorées en ce qui a trait aux revenus réguliers (68,3), et elles sont demeurées à peu près inchangées en ce qui concerne le marché boursier (56,5). L'indice général de la Corée s'est amélioré, s'établissant à 47,5 par rapport à un indice de 29,6 l'an dernier.

Indice des indicateurs avancés du tourisme - Corée

Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs	Tendances des fournisseurs	
+ (+)	0 (-)	0 (--)	0 (0)	+ (0)

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

L'indice des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour la Corée a progressé en décembre à la suite d'un gain important en novembre. L'indice avancé a affiché un taux de croissance annuel de 3 % au cours des derniers mois, les forces et les faiblesses étant assez également réparties parmi les différents indicateurs avancés. Par ailleurs, le PIB réel a augmenté selon un taux moyen annuel de 7,6 % au second trimestre de 2005 (y compris un taux de croissance de 7,2 % au quatrième trimestre de 2005). Ce taux de croissance représente une amélioration considérable comparativement au taux annuel de 3,3 % enregistré pour le premier semestre de 2005. La tendance récente de l'indice avancé donne à penser que l'économie continuera de progresser à court terme, mais à un rythme peut-être moindre qu'au dernier semestre de 2005. Malgré une légère dépréciation récente, le won sud-coréen a fait bonne figure vis-à-vis du dollar canadien depuis le début de 2005.

Le faible nombre de voyages réalisés en septembre et octobre a freiné à 0,2 % la croissance des arrivées en provenance de la Corée en fin d'année 2005. Bien qu'on ait enregistré une légère croissance en novembre et décembre, le ralentissement observé en octobre a donné lieu à une baisse de 14,6 % au chapitre des arrivées coréennes au quatrième trimestre, comparativement au même trimestre en 2004. La capacité aérienne directe en provenance de la Corée du Sud au printemps et à l'été 2006 devrait être à peu près égale à celle observée en 2005. Dans l'ensemble, l'indice des indicateurs avancés du tourisme révèle qu'il sera peut-être possible d'accroître le nombre d'arrivées coréennes à court terme si les conditions économiques continuent de s'améliorer et les prix demeurent concurrentiels.

Chine

D'après le dernier rapport trimestriel préparé par le bureau de la CCT en Chine, les négociations se poursuivent avec le gouvernement de la Chine en vue d'accorder au Canada le Statut de destination approuvée (SDA). À la fin de 2005, la Chine avait accordé le SDA à 76 pays, tandis que les négociations se poursuivaient encore avec 15 autres pays (dont le Canada). En Europe, des voyageurs chinois ne respectant pas la durée de séjour prévue en vertu de leur visa créent une situation problématique relativement au SDA. Par conséquent, l'Administration nationale du tourisme de la Chine (ANTC) a suspendu les permis de voyage à l'étranger d'au moins cinq grandes agences de voyage, et les ambassades et consulats d'Europe n'ont eu d'autre choix que de resserrer leurs procédures touchant aux visas émis en vertu des ententes liées au SDA.

Au cours des 10 premiers mois de 2005, les Chinois ont fait 8,3 % plus de voyages à l'étranger, soit 26 millions d'après les statistiques de l'ANTC présentées dans un article publié par Asian Pulse. Un sondage mené récemment par la Beijing Tourism Administration a cependant révélé que la plupart des Chinois qui voyagent à l'étranger choisissent des destinations en Asie en raison de leur proximité, de leurs coûts abordables, du climat côtier doux et de la possibilité de s'y faire servir en chinois. Néanmoins, un nombre croissant de voyageurs à revenu élevé ont déjà voyagé en Asie et s'intéressent de plus en plus à de nouvelles destinations plus éloignées. L'engouement pour le magasinage incite aussi un nombre croissant de Chinois à se diriger vers des destinations européennes.

Selon le gouvernement de Chine, plus de six millions de Chinois ont voyagé à l'étranger durant la période du festival du printemps, soit entre les 28 janvier et 4 février 2006, ce qui représente une hausse de 6 % par rapport à la même période l'an dernier. Les voyages à Hong Kong ont augmenté de façon marquée en raison de l'ouverture du nouveau parc d'attractions Disney. Un plus grand nombre de voyages ont aussi été faits vers les destinations soleil de la région Asie-Pacifique.

Selon les prévisions du plus récent rapport MasterIndex of Travel de MasterCard International, le nombre de voyages effectués à l'étranger par des Chinois augmentera de 9 % au cours du premier trimestre de 2006. Le sondage mené auprès des voyageurs chinois a révélé que 67 % d'entre eux obtenaient principalement leur information de voyage auprès d'une agence de voyage; 48 %, au moyen d'Internet; et 45 %, de bouche à oreille. Leurs plus grandes préoccupations liées aux voyages ont trait à la sécurité (53 %) et aux obstacles

Les bénéfices grimpent, les inquiétudes aussi

linguistiques (48 %). Les activités de voyage les plus populaires sont les visites touristiques en général (78 %), le magasinage (61 %) et les divertissements (47 %). Les répondants ont indiqué que lorsqu'ils magasinent, ils cherchent surtout des souvenirs, des antiquités, des objets d'art ou d'artisanat locaux (71 %); des vêtements et articles personnels (58 %); et des marchandises de luxe (29 %).

Selon une enquête réalisée récemment par Carlson Wagonlit Travel, le marché des voyages d'affaires chinois est en plein essor. Environ 45 % des Chinois interrogés ont indiqué qu'ils avaient l'intention d'accroître la fréquence de leurs voyages d'affaires en 2006. Les dépenses associées aux voyages d'affaires, en Chine, se sont chiffrées entre 4 et 5 milliards \$US; d'après le rythme de croissance actuel, on s'attend à ce que ce montant double au cours des cinq prochaines années.

Par ailleurs, les consommateurs chinois demeurent très optimistes, selon le plus récent rapport MasterCard International. La qualité de vie (93,8), l'économie (92,6) et les revenus réguliers (92,4) ont encore obtenu des cotes record pour le marché. Les perspectives d'emploi ont accusé une légère baisse (78,9), et celles touchant au marché boursier sont demeurées relativement faibles (53,9), quoique cet élément de l'indice ait enregistré un gain de 3,8 points par rapport au sondage précédent.

Indice des indicateurs avancés du tourisme - Chine

Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs	Tendances des fournisseurs	
+++ (+++)	- (-)	++ (+)	++ (++)	++ (+++)

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

Selon Consensus Economics, l'économie de la Chine a progressé de 9,8 % en 2005, et elle devrait enregistrer une croissance supplémentaire de 8,7 % cette année. Les données publiées relativement aux derniers mois de 2005 continuent de témoigner de la vigueur de l'activité économique. Les volumes élevés de ventes au détail en novembre font aussi foi d'une forte demande intérieure. Même si une appréciation plus marquée du yuan chinois aiderait possiblement à décriper les relations entre la Chine et les États-Unis, qui sont tendues en raison du déficit commercial, la banque centrale se préoccupe de la stabilité des marchés intérieurs des capitaux, c'est pourquoi toute nouvelle augmentation de la valeur du yuan se produira vraisemblablement à un rythme très lent.

Sous l'effet d'une croissance légèrement plus solide au cours du quatrième trimestre, le nombre de voyages faits au Canada par les Chinois a augmenté de 14,8 % en 2005. En raison d'une solide croissance du côté des transporteurs canadiens, on s'attend à ce que la capacité aérienne directe augmente considérablement entre la Chine et le Canada durant l'été 2006. Dans l'ensemble, les conditions économiques favorables et les solides tendances à la fois des fournisseurs et des voyageurs devraient soutenir une croissance importante des voyages chinois au Canada.

Australie

Qantas Airways a déclaré des bénéfices nets de 352,6 millions \$A (297,4 millions \$CAN) pour son premier semestre qui a pris fin le 31 décembre 2005, soit une baisse de 9,6 % par rapport aux bénéfices nets de 390,2 millions \$A enregistrés pour la même période en 2004. Les recettes se sont accrues de 8,5 %, mais elles ont été contrebalancées par une hausse des dépenses liées à l'augmentation des prix du carburant aviation. La compagnie aérienne a cité « l'augmentation agressive de la capacité des concurrents dans le marché international » comme un défi supplémentaire au cours de cette période. Néanmoins, le nombre de passagers et les PKP des transporteurs principaux et secondaires de la ligne aérienne se sont accrues de 4,3 %, tandis que le rendement des passagers a progressé de 5,4 %. Qantas Airways s'attend à ce que les prix du carburant aient des répercussions de longue durée sur ses résultats financiers.

Par ailleurs, les Australiens continuent de faire de plus en plus de voyages à l'étranger, quoique le rythme de cette croissance demeure lent, selon les plus récentes données de l'Australian Bureau of Statistics. En décembre 2005, les voyages à court terme des Australiens affichaient une hausse de 4,2 % par rapport à décembre 2004.

Les bénéfices grimpent, les inquiétudes aussi

Le plus récent rapport MasterIndex of Travel de MasterCard International prévoit que les Australiens feront 9,5 % plus de voyages à l'étranger durant le premier semestre de 2005. Ce rapport révèle aussi que les Australiens obtiennent la plus grande partie de l'information sur les voyages à partir d'Internet (44 % des répondants), puis auprès des agences de voyage (32 %). Lorsqu'ils voyagent, leur plus grande préoccupation a trait à la sécurité (62 %). Parmi leurs activités de voyage favorites, on compte le repos et la détente (42 %), ainsi que les visites touristiques en général et le magasinage (36 %).

Les voyages d'aventure sont en plein essor dans le marché australien, selon le bureau de la CCT en Australie. Les couples et les familles délaissent de plus en plus les vacances à la plage et dans les centres de villégiature au profit du tourisme d'aventure. Les randonnées de haute montagne, les visites guidées et les forfaits de plongée sous-marine sont des activités populaires. Le groupe des 50 ans et plus s'est ajouté au marché du tourisme d'aventure - un nombre croissant de produits et services de voyage sont maintenant offerts à ce groupe. Certains voyagistes ont commencé à offrir des séances de formation à leurs clients de ce groupe pour s'assurer qu'ils sont en bonne forme physique avant d'entreprendre leurs vacances d'aventure.

Selon le plus récent rapport MasterIndex of Consumer Confidence de MasterCard International, la confiance des consommateurs australiens a chuté à son point le plus bas en deux ans et demi. La plus récente cote générale a baissé à 49,8, par rapport à une cote de 56,6 il y a six mois, et de 61,5 l'année précédente. Les cotes relevées pour les revenus réguliers et le marché boursier sont demeurées optimistes (55,8 et 54,2, respectivement), mais les perspectives sont plus pessimistes en ce qui concerne les emplois et l'économie (44,9 et 43,5, respectivement).

Indice des indicateurs avancés du tourisme - Australie

Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs	Tendances des fournisseurs	
+ (++)	-- (--)	+ (+)	+ (+)	+ (+)

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

L'indice des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour l'Australie a progressé en décembre pour une deuxième fois consécutive. La croissance de l'indice avancé a fluctué aux environs de 1 à 2 % annuellement au cours des derniers mois, accusant une baisse par rapport au taux annuel de 4 à 5 % enregistré en septembre 2005. Par ailleurs, la croissance du PIB réel a ralenti à un taux annuel de 0,6 % au troisième trimestre de 2005, ce qui représente une baisse par rapport au taux de 4,1 % enregistré pour le premier semestre de 2005. La tendance récente de l'indice avancé donne à penser que la croissance stagnante de l'économie observée au troisième trimestre de 2005 ne durera pas et que l'économie progressera légèrement à court terme. La valeur du dollar australien a fait relativement bonne figure vis-à-vis du dollar canadien, mais sa dépréciation depuis le début de 2006 a des répercussions négatives sur la compétitivité des prix au Canada.

Les résultats de fin d'année 2005 indiquent que les Australiens ont fait 13 % plus de voyages au Canada, mais l'augmentation rapportée pour le quatrième trimestre était plus modeste (3,1 %). On ne semblait pas prévoir de vols directs au début de 2006, mais on s'attend à ce que la capacité aérienne augmente (vols comportant une escale) avec le concours des lignes aériennes australiennes. Dans l'ensemble, les solides tendances à la fois des voyageurs et des fournisseurs indiquent que les voyages australiens devraient continuer de progresser à court terme.

Aperçu économique

Amérique du Nord

La reprise de confiance des consommateurs américains représente une excellente nouvelle pour l'économie nord-américaine. L'indice de confiance des consommateurs du Conference Board pour les États-Unis s'est accru à 106,3 en janvier; et le pourcentage de répondants qui ont indiqué que les emplois étaient abondants a atteint son niveau le plus élevé depuis 2001. Le temps exceptionnellement doux contribue aussi au positivisme des consommateurs, puisque les coûts de chauffage n'ont pas comprimé le budget des ménages, ceux-ci disposant de plus d'argent à d'autres fins.

Outre les conditions météorologiques, les consommateurs nord-américains bénéficieront vraisemblablement de tendances favorables en ce qui concerne les taux d'intérêts. Les taux d'intérêts, qui étaient à la hausse depuis 2004, ont commencé à avoir des répercussions sur les marchés de l'habitation et les dépenses des consommateurs. Aux États-Unis, la diminution substantielle des dépenses des consommateurs est une des raisons expliquant pourquoi la croissance du PIB réel n'a atteint que 1,1 % au quatrième trimestre de 2005. Cependant, l'augmentation des taux enregistrée en janvier indique que le cycle des hausses des taux d'intérêts achève enfin, ce qui sera fort avantageux pour les consommateurs et les voyageurs d'ici à la fin de l'année. Dans l'ensemble, la croissance économique en Amérique du Nord pourrait s'établir à 3,4 % cette année, soit un taux légèrement moindre que celui enregistré en 2005.

Europe

L'économie européenne montre des signes de reprise, en grande partie grâce à l'Allemagne qui semble sortie, pour l'heure, de son marasme économique. Après la sombre année 2005 qui a vu la demande sur le marché intérieur allemand reculer, on s'attend à ce que les consommateurs reprennent confiance cette année. Il va de soi que la hausse de la taxe sur la valeur ajoutée, qui passe de 16 à 19 %, freinera vraisemblablement l'enthousiasme des consommateurs. Cependant, on s'attend tout de même à ce que la consommation privée augmente cette année. Le secteur manufacturier montre également des signes évidents de reprise.

L'Italie est un autre pays qui aidera à améliorer le rendement économique de l'Europe. Après la récession de l'année dernière, on s'attend à ce que le pays connaisse une croissance de 1,4 %, grâce à un rebondissement de l'investissement et une reprise dans le secteur manufacturier. Deux facteurs continueront toutefois de freiner la demande des consommateurs partout en Europe. Premièrement, la hausse des taux d'intérêts - visant à contenir l'inflation - freinera les dépenses des consommateurs dans l'ensemble de la région. Deuxièmement, le ralentissement de la hausse des salaires horaires - qui, dans bien des cas, se situe en deçà du taux d'inflation - aura pour effet de limiter le pouvoir d'achat des consommateurs, réduisant encore davantage la demande intérieure. De façon générale, la croissance du PIB réel devrait atteindre 2,1 % en 2006 pour l'économie européenne.

Asie-Pacifique

Pendant un certain temps, la performance de l'économie japonaise a connu des hauts et des bas, mais on a pu enregistrer des signes très positifs au cours des derniers mois. Il y a toutefois lieu de s'interroger sur la viabilité de cette tendance positive relativement à l'inflation : se maintiendra-t-elle ou disparaîtra-t-elle bientôt? Pendant des années, le pays a souffert de faibles dépenses à la consommation dues à la déflation. On s'attend maintenant, pour la première fois depuis des années, à ce que les prix à la consommation progressent. Jumelée à la hausse de la demande intérieure en Corée du Sud, l'augmentation de la demande intérieure au Japon aidera à renforcer l'économie de la région.

En ce qui concerne la Chine, qui occupe maintenant la quatrième place parmi les pays les plus forts économiquement, la croissance économique continuera de reposer sur le secteur extérieur. L'année dernière, les exportations se sont accrues de 18 %, un taux extraordinaire, même si la croissance a connu un ralentissement vers la fin de l'année. Cette année, les exportations chinoises devraient bénéficier de l'amélioration des conditions économiques aux États-Unis et ailleurs dans le monde, de même que de la vigueur de l'investissement dans les immobilisations. L'économie de la Chine devrait enregistrer un taux de croissance d'environ 9 % cette année. Dans l'ensemble, la région Asie-Pacifique devrait afficher une croissance de 3,9 % en 2006.

Possibilités

Une enquête récente menée par l'Association canadienne des hôteliers et GPC Public Affairs auprès des voyageurs a révélé ce que les Canadiens recherchaient - et les services qu'ils étaient prêts à payer - lorsqu'ils choisissaient un établissement hôtelier. Les éléments les plus importants aux yeux des voyageurs d'agrément sont : un service agréable, la proximité des attraits touristiques locaux, un restaurant et une piscine. Pour leur part, les voyageurs d'affaires accordent le plus d'importance à l'emplacement par rapport à leur lieu de travail. L'enquête a également indiqué que la sécurité était un atout important chez les femmes. Ces dernières recherchent des établissements hôteliers qui offrent des éléments de sécurité comme des clés sans numéros, des étages qui leur sont réservés et un service d'escorte jusqu'au stationnement. En outre, 67 % des Canadiens interrogés comptent faire au moins un voyage cette année qui comprend un séjour à l'hôtel, soit une augmentation de 10 % par rapport à l'enquête de 2005. La plupart de ces voyages sont des évasions de fin de semaine prolongées (62 %) plutôt que de longues vacances en famille.

Par ailleurs, une nouvelle étude de WebSideStory, Inc. démontre qu'un marketing utilisant un moteur de recherche avait nettement plus de chance de convertir les Internautes en acheteurs que toute autre forme de marketing en ligne. Selon un article publié sur HotelMarketing.com, l'étude démontre que le taux de conversion (le pourcentage d'Internautes achetant un produit) des consommateurs qui accèdent aux sites Internet par le biais de moteurs de recherche était de 2,3 % - soit deux fois plus élevé que d'autres types de marketing en ligne, comme les bandeaux publicitaires ou les moteurs de recherche liés au shopping, qui affichent un taux de conversion de moins de 1 pour cent. Le taux de conversion était même plus élevé (4,23 %) chez les consommateurs qui accédaient à un site directement grâce à l'adresse électronique de la société (en tapant l'adresse ou en utilisant un signet). Selon l'article, les entreprises ont mis, ces dernières années, beaucoup d'énergie sur le marketing lié aux moteurs de recherches car cette technique permet de « créer des acheteurs ».

Indice des indicateurs avancés du tourisme - Tableau récapitulatif

Marché des voyages	Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indice général
	Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs (vers le Canada et à l'intérieur du pays)	Tendances des fournisseurs (vers le Canada et à l'intérieur du pays)	Voyages en direction du Canada et à l'intérieur du pays
Intérieur	+ (+)	0 (-)	+ (+)	+ (+)	+ (+)
États-Unis	+ (+)	- (--)	- (--)	- (0)	- (-)
Royaume-Uni	0 (0)	-- (--)	+ (+)	0 (+)	+ (+)
France	0 (0)	-- (--)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Allemagne	+ (+)	-- (--)	0 (0)	+ (+)	+ (+)
Mexique	+ (++)	0 (0)	++ (+)	++ (++)	+ (+)
Japon	+ (+)	-- (--)	- (-)	0 (0)	0 (0)
Corée	+ (+)	0 (-)	0 (--)	0 (0)	+ (0)
Chine	+++ (+++)	- (-)	++ (+)	++ (++)	++(++)
Australie	+ (++)	-- (--)	+ (+)	+ (+)	+ (+)

Échelle : de +++ (amélioration importante) à --- (recul important). 0 indique qu'il n'y a eu aucun changement.

Nota : Les données présentées entre parenthèses sont tirées du dernier Bulletin de renseignements sur le tourisme (janvier 2006).

Les cotes des indicateurs avancés du tourisme révèlent la mesure dans laquelle chaque élément peut avoir un effet à court terme sur les voyages depuis le marché émetteur vers le Canada ou à l'intérieur du pays. Par ailleurs, la cote générale de chaque indicateur avancé fait ressortir le rendement général prévu du marché émetteur à court terme, comparativement à la même période l'année précédente.

Méthode d'élaboration des indicateurs avancés du tourisme pour chaque marché émetteur

Facteurs économiques

- A) **Tendance générale de l'économie** : L'évaluation précise des conditions économiques générales de chaque marché émetteur est principalement dérivée (75 %) de la portée des fluctuations des conditions économiques (plus favorables ou moins favorables). Par ailleurs, la composante restante (25 %) de l'évaluation économique générale de chaque marché émetteur repose sur les prévisions d'ensemble de la situation économique du marché visé en fin d'année.
- B) **Compétitivité des prix** : Les taux de change des différents marchés jouent un rôle déterminant dans la compétitivité des prix. Pour déterminer la compétitivité générale des prix, on tient également compte des prix du carburant, des suppléments carburant, des coûts liés à la sécurité et d'autres coûts intervenant dans la compétitivité des prix du Canada comparativement à ceux offerts par d'autres destinations concurrentes.

Facteurs non économiques

- A) **Tendances des voyageurs** : L'évaluation des tendances des voyageurs à destination et à l'intérieur du Canada tient compte du niveau de confiance des consommateurs, de la réglementation, des tendances actuelles des voyages et des intentions de voyage du marché émetteur.
- B) **Tendances des fournisseurs** : Les tendances des fournisseurs indiquent la mesure dans laquelle les fournisseurs augmentent (ou réduisent) les produits offerts pour favoriser les voyages du marché émetteur à destination et à l'intérieur du Canada. Le résultat des changements apportés à l'offre peut augmenter (ou réduire) le potentiel de croissance.

Le tableau suivant indique la pondération de chaque élément de l'indice des indicateurs avancés du tourisme pour chaque marché émetteur.

Facteurs économiques			Facteurs non économiques	
Marché du voyage	Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances des voyageurs (à destination et à l'intérieur du Canada)	Tendances des fournisseurs (à destination et à l'intérieur du Canada)
Intérieur et américain	40 %	10 %	40 %	10 %
Tous les autres	30 %	10 %	50 %	10 %

Un pourcentage plus élevé est attribué aux facteurs économiques du marché intérieur et du marché américain, car une proportion plus grande des voyages faits dans ces marchés ne sont pas des voyages d'agrément, et ces voyages ont tendance à être plus étroitement liés à des motivations économiques. De plus, la prévalence des voyages plus courts et plus fréquents, faits en automobile, a aussi tendance à être plus étroitement liée à des facteurs économiques. En revanche, la distance et la durée moyennes généralement plus longues des voyages outre-mer indiquent que les facteurs non économiques interviennent davantage dans les décisions visant de tels voyages.