



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme

Numéro 34 : juillet 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 mai et juin 2006.*

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Sommaire

- L'économie canadienne continue de prospérer et d'avoir un effet favorable sur les perspectives de l'industrie du voyage pour l'été. Avant le début de l'été, les intentions de voyage des Canadiens étaient à leur niveau le plus élevé en trois ans, soutenues par la vigueur de l'économie canadienne. Les intentions de voyage intérieur, notamment, ont enregistré la hausse la plus marquée, quoique les projets de voyages à l'étranger aient aussi augmenté, ce qui n'est pas étonnant compte tenu de la force du dollar canadien.
- Même si la vigueur acquise par le dollar canadien nuit dans une certaine mesure à la compétitivité des prix des destinations de vacances canadiennes, elle atténue les répercussions de la hausse fulgurante des prix du pétrole sur les consommateurs canadiens. Plus particulièrement, les prix de l'essence n'ont pas augmenté autant au Canada qu'aux États-Unis. De même, les prix des voyages ont augmenté de façon plus marquée aux États-Unis que les coûts des voyages à destination et à l'intérieur du Canada, ce qui aide à contrebalancer, en partie, les effets négatifs de la hausse de la valeur du dollar canadien.
- Dans l'ensemble, l'industrie canadienne du tourisme semble bien placée pour continuer d'enregistrer une croissance des bénéfices de nouveau cette année. Les voyages d'affaires, en particulier, bénéficient de la vigueur de l'économie canadienne, ce qui est avantageux pour le secteur canadien de l'hébergement des voyageurs. La tendance des prix demeure à la hausse, ce qui permet aux entreprises touristiques de réaliser d'autres gains sur le plan des revenus alors que la demande de voyages continue de croître.

Nouvelles tendances et questions d'actualité - Voyages intérieurs : Pouvons-nous encore gagner du terrain?

- Bien que les perspectives du marché des voyages intérieurs soient favorables, un nombre record de Canadiens ont voyagé à l'extérieur du pays, et rien n'indique que cette tendance s'atténuera. Parmi les principales raisons expliquant cette situation, on compte la hausse de la valeur du dollar canadien et l'attrait croissant que présentent les destinations exotiques à mesure que la confiance renaît chez les voyageurs et que des destinations telles que la Chine et le Vietnam s'empressent de développer leur industrie du tourisme.

À lire

Sommaire	1
Vue d'ensemble	4
Nouvelles tendances et questions d'actualités	4
Indicateurs avancés	6
Consommateurs	8
Fournisseurs de voyages	11
Situation internationale	16
Aperçu économique	27
Possibilités	28
Sommaire des indicateurs	28



La vigueur de l'économie continue de
stimuler la demande de voyages estivaux

- Le véritable défi consistera à maintenir l'élan actuel du marché des voyages intérieurs. Au cours des années à venir, les baby-boomers vieillissants viendront grossir les rangs des 55 ans et plus. Ce segment de voyageurs est celui qui a le plus de temps et d'argent pour voyager, et c'est aussi celui qui s'intéresse le plus aux activités culturelles et aux expériences exotiques liées aux destinations étrangères. Compte tenu des tendances touristiques actuelles des Canadiens des différents groupes d'âge relativement aux voyages à l'étranger, de même que de la croissance prévue du nombre de Canadiens qui seront bientôt âgés de 55 ans et plus, même les prévisions les plus prudentes donnent à penser que la demande de voyages à l'étranger enregistrera une croissance importante chez les Canadiens.
- Une enquête récente a révélé que les voyageurs américains ne semblent pas être les seuls à ne pas savoir ce que le Canada a à offrir à titre de destination touristique. Les résultats de cette enquête montrent effectivement que les jeunes Canadiens voyageant à l'étranger ne savent pas quelles destinations canadiennes visiter. Par ailleurs, il serait peut-être possible d'inciter un plus grand nombre de baby-boomers à voyager à l'intérieur du Canada en les invitant à découvrir les différentes activités cosmopolites qu'offrent les grandes villes canadiennes de classe internationale. Au cours des années à venir, il sera important de surveiller ces tendances et d'encourager peut-être un plus grand nombre de Canadiens à explorer leur propre pays.

Vue d'ensemble du marché des consommateurs (voyageurs)

- Selon la dernière enquête sur les intentions de voyage, réalisée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme, la solide performance de l'économie canadienne continue de stimuler la confiance des voyageurs. Parmi les répondants canadiens interrogés en avril et mai 2006, près de 60 % ont déclaré avoir l'intention de prendre des vacances d'été entre les mois de mai et septembre 2006, ce qui constitue une hausse par rapport à avril 2005 alors que ce taux s'établissait à 52 %. En outre, 42 % de tous les répondants canadiens ont indiqué qu'ils prendraient leurs plus longues vacances d'été au Canada, cette année, une hausse comparativement à une proportion de 37 % en 2005.
- Aux États-Unis, la hausse des prix de l'énergie et l'augmentation des taux d'intérêt ont des répercussions marquées sur les tendances touristiques des Américains. Les plus récentes prévisions de la Travel Industry Association of America (TIA) indiquent que le nombre de voyages d'agrément faits par les Américains demeurera à peu près inchangé par rapport à l'été dernier en raison de l'effet des prix élevés de l'essence sur les projets de voyage et sur la confiance générale des consommateurs. La TIA croit que beaucoup d'Américains pourraient décider d'annuler ou de modifier leurs projets de voyages, cet été, si le prix de l'essence devait atteindre 3 \$US le gallon - non parce que les déplacements coûteraient plus cher, mais davantage parce que la hausse du prix de l'essence grugerait alors une partie considérablement plus importante du budget des familles américaines. Heureusement, on s'attend à ce que la demande de voyages des Américains augmente au fur et à mesure que l'été avancera et que les gens s'habitueront aux prix plus élevés à la pompe.
- Selon le plus récent Indice de confiance des entreprises du Conference Board du Canada, la confiance des dirigeants d'entreprise du Canada demeure élevée et aide à soutenir la croissance de la demande de voyages d'affaires au Canada. La vigueur de l'indice témoigne de l'optimisme des répondants quant à la situation financière de leur entreprise et leurs perspectives pour les six mois à venir.

Vue d'ensemble de la situation des fournisseurs de voyages

- L'industrie canadienne du transport aérien continue de bénéficier de la vigueur de l'économie du Canada. Dans leur rapport financier du premier trimestre, Air Canada et WestJet ont fait état de hausses importantes des revenus nets, soutenus par une augmentation marquée du rendement des passagers. Même si la tendance des prix semble être de nouveau à la hausse, la demande de transport aérien demeure forte. L'Administration canadienne de la sûreté du transport aérien s'attend à une augmentation de 3 % du nombre de passagers qui transiteront par les aéroports canadiens cet été par rapport à l'été dernier. On continue de se préoccuper de la hausse du prix du carburant aviation, mais les conditions généralement favorables du marché semblent atténuer certaines des répercussions négatives de l'augmentation des dépenses en carburant.
- Selon l'Air Transport Association, l'industrie américaine du transport aérien s'attend à connaître son meilleur été depuis l'an 2000. Aux États-Unis, la demande de transport aérien continue de croître, et les grands transporteurs américains continuent de réduire leur capacité intérieure afin d'obtenir un plus grand contrôle sur les tarifs applicables à ces routes. Au cours des cinq premiers mois de 2006, les tarifs des vols intérieurs ont augmenté en moyenne de 11 % comparativement à la même période en 2005.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

- La vigueur des indicateurs économiques continue d'alimenter l'optimisme de l'industrie hôtelière du Canada, alors que la demande de voyages poursuit sa croissance. Selon le rapport *Canadian Lodging Outlook* le plus récent, de HVS International et Smith Travel Research, la demande de chambres d'hôtel a crû de 4,2 % au Canada entre janvier et avril 2006 par rapport à la même période l'année précédente. Durant cette même période, l'offre de chambres n'a augmenté que de 1,3 %, ce qui a permis à l'industrie de l'hébergement de contrôler davantage les prix et de continuer de hausser ses tarifs quotidiens. La forte tendance des voyages d'affaires a amélioré les perspectives des segments d'hébergement haut de gamme, qui devraient enregistrer leur plus forte croissance des revenus cette année.

Aperçu économique

- Malgré le rebondissement de l'activité économique observé aux États-Unis au premier trimestre de 2006, on s'attend à un ralentissement marqué au fur et à mesure que l'année avancera. L'économie fonctionne actuellement à sa capacité productive, et le taux de chômage est inférieur à 5 %. Cette situation a amené la Réserve fédérale américaine à hausser, le 29 juin dernier, les taux d'intérêt à leur niveau le plus élevé depuis cinq ans afin d'atténuer les pressions inflationnistes. En dehors des États-Unis, toutefois, la demande intérieure a eu pour effet d'améliorer les perspectives de l'économie canadienne, et le Mexique continue de bénéficier d'une hausse de la demande de produits d'exportation. Même si l'on ne s'attend pas à ce que la faiblesse de la croissance économique aux États-Unis freine de façon marquée la croissance en Amérique du Nord, cette année, on croit qu'elle pourrait la restreindre à un taux de 2,7 % en 2007. À ce moment-là, le ralentissement du marché de l'habitation, la hausse des taux d'intérêt et la flambée des prix de l'énergie auront vraisemblablement pour effet de limiter les dépenses des ménages. Le ralentissement économique des États-Unis n'aura peut-être pas de répercussions importantes sur l'économie du Canada, l'an prochain, mais il pourrait nuire aux exportations du Mexique.
- Les perspectives économiques actuelles de la plupart des pays d'Europe sont beaucoup plus favorables qu'elles ne l'étaient en 2004-2005. Le PIB réel devrait croître de 2,2 % cette année et de plus de 2 % en 2007. Même s'il ne s'agit pas là d'une croissance extraordinaire par rapport à ce que l'on observe ailleurs dans le monde, on accueille avec satisfaction l'amélioration qu'elle représente par rapport aux taux de croissance oscillant entre 1 et 1,5 %, enregistrés depuis 2000. On craint cependant que les prix élevés des produits de base viennent accentuer davantage l'inflation. La Banque centrale européenne et plusieurs pays d'Europe ont donc commencé à hausser les taux d'intérêt pour contenir les pressions inflationnistes. Si l'inflation devait s'accélérer, les taux pourraient grimper davantage, ce qui nuirait à la croissance économique qui s'amorce maintenant.
- Une grande partie de la réussite des économies de la région Asie-Pacifique est attribuable à la performance solide du secteur de l'exportation. Les fabricants sont résolus à fabriquer des produits qui sont fortement en demande dans les pays industrialisés. Ce modèle éprouvé, générateur de réussite, comporte aussi ses failles, car il peut être vulnérable aux fluctuations prononcées des taux de change. La dépréciation du dollar américain par rapport à de nombreuses autres devises importantes dans la région Asie-Pacifique aura pour effet d'augmenter le coût des exportations vers le grand marché des États-Unis. Afin de maintenir la compétitivité de leurs devises respectives, beaucoup de marchés d'Asie n'ont d'autre choix que de hausser les taux d'intérêt au même rythme que les États-Unis, ce qui a pour effet de réduire la consommation intérieure et l'investissement. De même, la demande de produits de haute technologie montre des signes de ralentissement. On s'attend à ce que le PIB réel progresse de 5 %, cette année, dans la région Asie-Pacifique, mais cette croissance devrait ralentir au cours du dernier semestre. On prévoit que la croissance économique de la région sera de 4,5 % en 2007.

Possibilités

- Selon un article publié récemment sur le site Travelmole.com, TripVision Ltd., une firme de recherche établie au Royaume-Uni, a effectué une étude dans laquelle on analyse les préférences des voyageurs britanniques quant à la préparation et aux réservations de voyages afin de déterminer quelle serait la meilleure façon de commercialiser différents produits de tourisme auprès de segments particuliers de ce marché. Les résultats de cette étude répartissent les vacanciers britanniques en cinq groupes, chacun ayant sa façon bien à lui d'envisager les réservations de voyages. Les « explorateurs » cherchent de nouvelles options touristiques et technologiques, ont tendance à choisir des forfaits indépendants et préfèrent réserver en ligne, n'utilisant les services d'agences de voyages que pour obtenir de la documentation imprimée. Les « dépensiers » raffolent des nouveautés et des marques haut de gamme; ils utilisent Internet pour faire des recherches sur les destinations touristiques, mais ils préfèrent faire leurs réservations par l'entremise d'agents de voyages pour gagner du temps. De fait, ils sont prêts à dépenser davantage pour obtenir un meilleur service. Les « conformistes » suivent le courant quand vient le temps de préparer leurs vacances, et ils utilisent une vaste gamme de méthodes pour faire leurs réservations. Enfin, les voyageurs de « l'âge d'or » qui

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

jouissent de leur retraite aiment voyager mais évitent la technologie, tandis que les « casaniers » préfèrent faire des voyages en automobile sans trop s'éloigner de leur domicile. Ces deux derniers groupes s'en remettent beaucoup aux agents de voyages pour préparer et réserver leurs vacances. De façon générale, au Royaume-Uni, les consommateurs des groupes socioéconomiques plus élevés, qui voyagent souvent et achètent des forfaits indépendants, sont les plus susceptibles de faire leurs réservations en ligne.

Vue d'ensemble

L'économie canadienne continue de prospérer et d'avoir un effet favorable sur les perspectives de l'industrie du voyage pour l'été. Avant le début de l'été, les intentions de voyage des Canadiens étaient à leur niveau le plus élevé en trois ans, soutenues par la vigueur de l'économie canadienne. Les intentions de voyage intérieur, notamment, ont enregistré la hausse la plus marquée, quoique les projets de voyages à l'étranger aient aussi augmenté, ce qui n'est pas étonnant compte tenu de la force du dollar canadien.

Si la vigueur acquise par le dollar canadien nuit dans une certaine mesure à la compétitivité des prix des destinations de vacances canadiennes, elle atténue toutefois les répercussions de la hausse fulgurante des prix du pétrole sur les consommateurs canadiens. Plus particulièrement, les prix de l'essence n'ont pas augmenté autant au Canada qu'aux États-Unis. De même, les prix des voyages ont augmenté de façon plus marquée aux États-Unis que les coûts des voyages à destination et à l'intérieur du Canada, ce qui aide à contrebalancer, en partie, les effets négatifs de la hausse de la valeur du dollar canadien.

Dans l'ensemble, l'industrie canadienne du tourisme semble bien placée pour enregistrer encore une croissance des bénéfices cette année. Les voyages d'affaires, en particulier, bénéficient de la vigueur de l'économie canadienne, ce qui est avantageux pour le secteur canadien de l'hébergement des voyageurs. La tendance des prix demeure à la hausse, permettant aux entreprises touristiques de réaliser d'autres gains sur le plan des revenus alors que la demande de voyages continue de croître.

Entre-temps, alors que les voyages intérieurs se font plus nombreux, on observe aussi une augmentation de la demande de voyages à l'étranger. De fait, les plus récentes données de Statistique Canada révèlent qu'un nombre record de Canadiens ont voyagé à l'extérieur du pays, et rien n'indique que cette tendance s'atténuera. Cette situation s'explique en partie par l'augmentation de la compétitivité des prix des destinations étrangères en raison de la hausse de la valeur du dollar canadien. Le phénomène s'explique aussi par l'attrait croissant que présentent les destinations exotiques à mesure que la confiance des voyageurs renaît et que des destinations outre-mer auparavant inaccessibles, comme la Chine et le Vietnam, s'empressent de développer leur industrie du tourisme. Au cours des prochaines années, il sera important de surveiller ces tendances et d'inciter peut-être un plus grand nombre de Canadiens à explorer leur propre pays.

Nouvelles tendances et questions d'actualité

Voyages intérieurs : Pouvons-nous encore gagner du terrain?

La solide performance économique du Canada continue de raffermir la confiance des consommateurs, soutenant des perspectives optimistes pour les voyages intérieurs cet été. À plus long terme, toutefois, l'évolution des tendances démographiques au sein de la population canadienne menace de changer les habitudes de voyages intérieurs. Le véritable défi consistera à maintenir l'élan actuel de ce marché.

Entre 1990 et 2004, les voyages faits à l'étranger par les Canadiens suivaient une tendance à la baisse, chutant en moyenne de 0,5 % annuellement. On s'attend toutefois à ce que cette tendance bascule complètement au cours des cinq prochaines années sous l'effet de l'évolution démographique de la population canadienne et au fur et à mesure que les baby-boomers vieillissants viendront grossir les

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

rangs des 55 ans et plus. Ce segment de voyageurs canadiens est celui qui a le plus de temps et d'argent pour voyager à l'extérieur du Canada. C'est aussi celui qui s'intéresse le plus aux activités culturelles et aux expériences exotiques liées aux voyages internationaux, et qui dispose des ressources financières nécessaires pour voyager à l'étranger.

La plus récente enquête sur les intentions de voyage réalisée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme fait ressortir cette différence en répartissant les projets de vacances d'été par groupe d'âge. Les résultats obtenus indiquent que les voyageurs canadiens âgés de 55 ans et plus sont les moins susceptibles de prévoir passer leurs plus longues vacances estivales au Canada et les plus enclins à voyager à l'étranger cet été, comparativement aux voyageurs plus jeunes.

Tableau 1 : Destination des vacances d'été les plus longues
(pourcentage de Canadiens prévoyant des vacances cet été)

Destination :	18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
Canada	70,7	72,9	64,6
États-Unis	12,9	15,1	14,2
À l'étranger	14,8	8,5	18,4
Ne sais pas	1,6	3,5	2,8

Source : Institut canadien de recherche sur le tourisme.

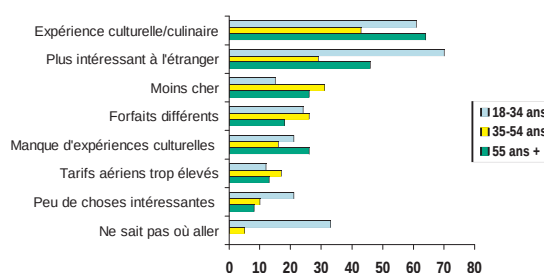
Compte tenu des tendances touristiques actuelles des Canadiens des différents groupes d'âge relativement aux voyages à l'étranger, de même que de la croissance prévue du nombre de Canadiens qui seront âgés de 55 ans et plus au cours des cinq prochaines années, même les prévisions les plus prudentes donnent à penser que la demande de voyages à l'étranger enregistrera une croissance importante chez les Canadiens au cours de cette période.

Parmi les personnes qui ont répondu à la dernière enquête sur les intentions de voyage, on demandait à celles qui prévoyaient faire leur plus long voyage d'été à l'extérieur du Canada, cette année, d'indiquer pourquoi elles avaient choisi une destination étrangère. À l'exclusion des voyages prévus pour visiter des amis et/ou des membres de la famille, lesquelles visites constituaient le facteur de motivation le plus important pour les voyages à l'étranger (raison invoquée par 46 % des répondants), le vif intérêt et l'aventure liées aux destinations étrangères semblaient être les principales raisons motivant le choix d'une destination de vacances étrangère. Fait intéressant, peu de répondants (seulement 6 %) ont indiqué qu'il y avait « peu de choses intéressantes à faire et à voir au Canada ».

Cependant, la ventilation par groupe d'âge des réponses à la question précédente a fait ressortir une perspective différente. Chez les 55 ans et plus, l'attrait des cultures et des expériences culinaires étrangères, jumelé à la perception d'un manque de possibilités de vacances culturelles au Canada, intervenait considérablement plus dans les décisions de voyage que pour tout autre groupe d'âge. Par ailleurs, les répondants âgés de 18 à 34 ans étaient ceux qui semblaient le moins connaître ce que les destinations canadiennes ont à offrir. Enfin, parmi tous les répondants, c'est le groupe des 35 à 54 ans qui accordait le plus d'importance au coût de la destination.

On a ensuite demandé aux répondants qui prévoyaient prendre des vacances à l'étranger, cet été, d'indiquer le type de vacances au pays qui les intéresserait le plus s'ils devaient rester au Canada. De nouveau, les réponses recueillies indiquent que les vacances recherchées par les Canadiens voyageant à l'étranger varient considérablement selon le groupe d'âge. La croisière vient au premier rang des choix des répondants âgés de 35 à 54 ans et de 55 ans et plus, mais elle se place au second rang, derrière les vacances en spa, chez les jeunes adultes de 18 à 34 ans.

Graphique 1 : Raisons principales motivant les voyages à l'extérieur du Canada
(% par groupe d'âge, excluant les voyageurs visitant des amis ou des membres de leur famille)



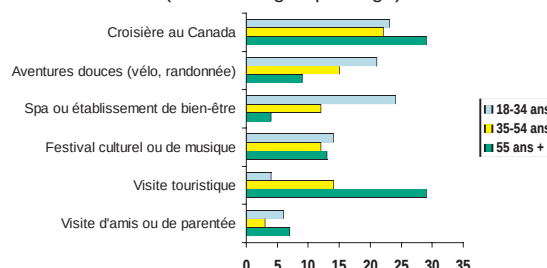
Source : Institut canadien de recherche sur le tourisme.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Les résultats de l'enquête révèlent que les voyageurs américains ne semblent pas être les seuls à ne pas savoir ce que le Canada a à offrir à titre de destination touristique. Comme l'indique le graphique 1, les jeunes Canadiens voyageant à l'étranger montrent beaucoup d'incertitude quant aux destinations canadiennes qu'ils pourraient envisager de visiter. Par ailleurs, il serait peut-être possible d'inciter un plus grand nombre de baby-boomers à demeurer au Canada, en les invitant à découvrir les différentes activités cosmopolites qu'offrent les grandes villes canadiennes de classe internationale.

Au fur et à mesure que la population canadienne vieillira, il sera de plus en plus important de continuer de surveiller, au cours des cinq prochaines années, les motivations des Canadiens qui voyagent à l'étranger. Une perspective à plus long terme des changements démographiques prévus au Canada permettra à l'industrie du tourisme de se préparer en vue de ces changements dans les motivations de voyage et d'élaborer des stratégies afin d'inciter un plus grand nombre de voyageurs à choisir des destinations et des activités de voyage canadiennes lorsqu'ils planifieront leurs vacances.

Graphique 2 : Voyages intérieurs intéressant les Canadiens voyageant à l'étranger s'ils devaient rester au Canada durant l'été
(% selon le groupe d'âge)



Source : Institut canadien de recherche sur le tourisme.

Indice des indicateurs avancés du tourisme

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 possibles. L'indice des indicateurs avancés du tourisme donne aux intervenants du secteur une meilleure idée du rendement à court terme de l'industrie canadienne du tourisme en surveillant l'évolution des facteurs économiques et non économiques qui influent sur la demande de voyages.

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. 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. La compétitivité des prix intervient aussi dans le choix d'une destination particulière. 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 :

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

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 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.

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.

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)	
++ (+)	- (-)	+ (+)	+ (+)	+ (+)

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

En mai, quelque 96 700 nouveaux emplois ont été créés au Canada, l'équivalent du niveau le plus élevé enregistré au début de 2002, à la suite d'une forte croissance de l'emploi enregistrée le mois précédent. Par surcroît, cette forte augmentation du nombre d'emplois a fait baisser le taux de chômage de 0,3 %, le faisant passer à 6,1 %, le taux le plus bas depuis 1974. En mai, les gains en matière d'emploi étaient répartis parmi tous les groupes d'âge, les secteurs publics et privés ayant enregistré des augmentations importantes dans le nombre d'emplois créés. Les gains d'emplois dans les secteurs des services ont été particulièrement solides, contrebalançant aisément la faiblesse de la croissance enregistrée dans le secteur de la fabrication des biens. Le secteur manufacturier a continué de subir les effets de la force du dollar canadien en enregistrant une perte de 21 700 emplois.

La valeur du dollar canadien continuant d'augmenter par rapport à celle du dollar américain, les plus récentes statistiques sur le tourisme émetteur (celles d'avril 2006) révèlent une hausse au chapitre des voyages à destination des États-Unis. Par ailleurs, les voyages vers des destinations étrangères autres que les États-Unis ont continué 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 l'augmentation de la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain diminue aussi la compétitivité des prix des destinations intérieures de voyages d'agrément comparativement à certaines destinations étrangères.

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

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

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)	
+	--	-	-	-

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

L'augmentation des prix de l'énergie a entraîné la hausse des prix à la consommation en avril et en mai, un facteur qui a poussé la Réserve fédérale américaine à accroître les taux d'intérêt de nouveau à la fin de juin. Selon les résultats de l'enquête de mai 2006 sur la confiance des consommateurs, réalisée par Le Conference Board du Canada, l'augmentation des coûts de l'énergie est un facteur clé qui a mené à la baisse de 6,6 points de pourcentage au chapitre de la confiance des consommateurs. Le prix élevé de l'essence a eu des répercussions évidentes sur les projets d'achat des consommateurs. Si les résultats de l'enquête de juin 2006, qui viennent tout juste de paraître, montrent un faible regain de confiance chez les consommateurs (hausse de 1 point), ces derniers continuent tout de même de s'inquiéter des perspectives à court terme. Le Conference Board s'attend à ce que la croissance du PIB réel fléchisse au cours des prochains trimestres au fur et à mesure que la création d'emplois ralentira.

Selon le Conference Board, l'indice général des indicateurs économiques avancés pour les États-Unis (*U.S. Business Cycle Indicators*) a enregistré une baisse nette en mai, soit la troisième au cours des six derniers mois. De novembre à mai, l'indice a chuté de 0,2 %, la réduction des projets de construction domiciliaire étant le principal facteur en cause. La tendance actuelle de l'indice donne à penser qu'il est peu probable que la vigueur de l'activité économique observée au premier trimestre de 2006 (taux annualisé de 5,3 %) se maintiendra. Néanmoins, on s'attend à ce que la croissance économique se poursuive mais à un rythme plus modéré à court terme.

Bien que les voyages d'une nuit ou plus faits par les Américains au Canada aient augmenté de 1,9 % en avril 2006, par rapport à avril 2005, les données d'ensemble indiquent que les Américains ont fait 6 % moins de voyages au Canada que l'année précédente. On présume que la détérioration des conditions économiques explique en partie le rendement défavorable enregistré jusqu'à maintenant, mais une étude du marché américain réalisée par la Commission canadienne du tourisme révèle que le manque de notoriété des attraits qu'offre le Canada a aussi contribué à cette situation. En outre, la confusion croissante quant aux exigences prochaines touchant aux passeports et autres documents de voyage sûrs (dans le cadre de l'Initiative de transport de l'hémisphère occidental) et la hausse des prix de l'essence limitent vraisemblablement les voyages. Malheureusement, on s'attend à une diminution de la capacité aérienne directe prévue pour les voyages à destination du Canada au cours de l'été, comparativement à l'année dernière, surtout en ce qui concerne les transporteurs américains. Dans l'ensemble, les indicateurs avancés du tourisme pour les États-Unis donnent à penser que les tendances à la baisse des voyages se maintiendront à court terme.

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

Voyageurs d'agrément

Les intentions de voyage à l'intérieur du Canada sont à la hausse : Selon la dernière enquête sur les intentions de voyage, réalisée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme, la solide performance de l'économie canadienne continue de stimuler la confiance des consommateurs et la demande de voyages au pays. Les résultats de cette enquête, menée en avril et mai 2006, indiquent une nette amélioration au chapitre des intentions de voyage comparativement à l'année précédente. Des 2 000 répondants canadiens, près de 60 % ont déclaré avoir l'intention de prendre des vacances d'été entre les mois de mai et septembre, une hausse comparativement à avril 2005 alors que ce taux s'établissait à 52 %.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

L'amélioration la plus marquée dans les intentions de voyage touche aux voyages intérieurs. Selon l'enquête d'avril 2006, 41,8 % des répondants canadiens ont indiqué qu'ils prendraient leurs plus longues vacances d'été au Canada, cette année, ce qui constitue une hausse par rapport à une proportion de 36,5 % en 2005. Les intentions de voyage aux États-Unis pendant l'été ont aussi augmenté, ce qui n'est pas étonnant compte tenu de la hausse de la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain. Le pouvoir d'achat accru que la valeur du dollar donne aux Canadiens a aussi contribué à la stabilité des projets de voyages à l'étranger.

Tableau 2 : Intentions de vacances pour l'été 2006 (de mai à septembre)

(selon le pourcentage de répondants canadiens)

	Mars 2004	Avril 2005	Avril 2006
Intentions de vacances d'été (toutes les destinations)	55,8	52,3	59,5
Canada	38,3	36,5	41,8
États-Unis	7,7	7,2	8,4
Autres destinations étrangères	8,6	7,6	7,6
Ne sais pas / Refus de répondre	1,2	1,0	1,7

Source : Le Conference Board du Canada.

Les prix de l'essence freinent la demande de voyages des Américains : Aux États-Unis, on s'attend à ce que la hausse des prix de l'énergie et l'augmentation des taux d'intérêt aient des répercussions marquées sur les tendances touristiques des Américains cet été. Les plus récentes prévisions de la Travel Industry Association of America (TIA) indiquent que le nombre de voyages d'agrément faits par les Américains demeurera à peu près inchangé par rapport à l'été dernier en raison de l'effet des prix élevés de l'essence sur les projets de voyages et sur la confiance générale des consommateurs. La TIA croit que beaucoup d'Américains pourraient décider d'annuler ou de modifier leurs projets de voyages, cet été, si le prix de l'essence devait atteindre 3 \$US le gallon. Même si les prix plus élevés à la pompe n'ajouteraient que de 30 à 50 \$US au coût total des vacances moyennes, ce qui en soi ne serait pas suffisant pour dissuader les gens de voyager, la flambée des prix de l'essence grugerait une partie beaucoup plus grande du budget des ménages américains, ce qui aurait une incidence sur l'ensemble des décisions de voyages.

Une enquête menée par Harris Interactive à la mi-mai a révélé que 44 % des propriétaires d'automobile américains ont réduit leurs dépenses en produits et services pour contrebalancer la hausse du coût de l'essence. Parmi les propriétaires d'automobile qui réduisent ainsi leurs dépenses, 29 % ont indiqué qu'ils allaient moins souvent au restaurant, et près du quart d'entre eux (24 %) ont indiqué qu'ils réduisaient leurs dépenses d'épicerie pour payer l'essence. De même, 18 % ont indiqué qu'ils réduisaient leurs escapades de fin de semaine et leurs voyages. Les trois quarts de tous les répondants croient que le prix de l'essence continuera de grimper tout au long de l'été.

Par ailleurs, la TIA estime que même si le coût de l'essence freinera la demande de voyages des Américains au début de l'été, la demande augmentera au fur et à mesure que l'été avancera et que les gens s'habitueront aux prix plus élevés à la pompe. Cette tendance est contraire à celle de l'été dernier, alors que les prix de l'essence ont atteint des niveaux record à la suite des ouragans survenus en août et septembre. Le scénario de l'amélioration de la demande présume aussi que les prix de l'essence demeureront stables, et qu'aucun événement négatif ne surviendra au cours de la période des vacances d'été.

Légère augmentation du nombre de voyages faits par les Américains au cours du congé du Memorial Day : L'American Automobile Association (AAA) a publié ses prédictions tout juste avant la fin de semaine du Memorial Day et prévoyait une légère augmentation du nombre de voyages faits par les Américains par rapport à l'année dernière. Selon l'AAA, environ 37,6 millions d'Américains devaient se rendre à une destination située à plus de 50 milles de leur domicile entre le 26 et le 29 mai 2006, soit une augmentation de 0,9 % par rapport au même congé en 2005. Le congé du Memorial Day est généralement considéré comme le début de la période des voyages d'été pour les Américains.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Augmentation du nombre de vacances familiales non traditionnelles cet été : D'après une enquête menée auprès des agents de voyages d'American Express, une des tendances touristiques les plus importantes cette année, aux États-Unis, touche à l'augmentation du nombre de groupes familiaux non traditionnels planifiant des vacances ensemble. La plupart des agents (79 %) ont rapporté une hausse marquée de ce type de réservations cette année. Parmi ces groupes, on compte des familles multigénérationnelles faisant un voyage ensemble, des grands-parents voyageant avec leurs petits-enfants, ainsi que des adultes voyageant avec leurs parents. Les résultats de cette enquête ont révélé que les agents préparaient un plus grand nombre d'excursions d'aventure (selon 62 % des répondants), de vacances familiales à des destinations internationales (57 %) et de croisières familiales (49 %). Selon les agents de voyages d'Amex, les voyages en famille étaient motivés principalement par « le désir de faire connaître des cultures, des mœurs et des modes de vie différents aux enfants, de vivre ensemble des expériences nouvelles et des moments inoubliables ».

Augmentation du nombre de forfaits-vacances achetés en ligne aux États-Unis : Après deux années de croissance à peu près nulle, on a enregistré une forte augmentation au chapitre des achats de forfaits-vacances achetés en ligne aux États-Unis, selon un rapport récent publié par JupiterResearch. L'enquête U.S. Travel Consumer Survey, menée par cette firme de recherche en 2006, a révélé que 41 % des voyageurs magasinant en ligne et ayant besoin de divers produits de voyage ont acheté un forfait, une hausse comparativement à la part de 29 % enregistrée à l'enquête de 2005. La firme croit que cette augmentation est attribuable en grande partie aux efforts de marketing déployés par les agences de voyages en ligne, qui enregistrent la presque totalité de ces ventes.

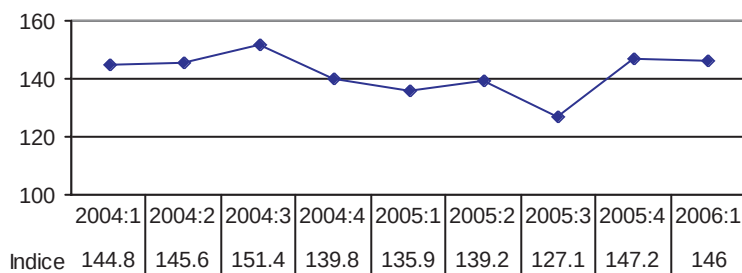
Voyageurs d'affaires

La confiance des entreprises canadiennes demeure élevée : Selon le plus récent Indice de confiance des entreprises du Conference Board du Canada, tiré d'une enquête menée en mars et avril 2006, la confiance des dirigeants d'entreprises du Canada demeure élevée. L'indice est maintenant 10 points plus élevé qu'il ne l'était il y a un an, et il demeure près du sommet atteint au troisième trimestre de 2004. La vigueur soutenue de l'indice témoigne de l'optimisme des répondants quant à la situation financière de leur entreprise et aux investissements importants prévus. La plupart des répondants étaient aussi optimistes quant aux perspectives financières de leur entreprise pour les six prochains mois.

Les entreprises adoptent des mesures préventives

pour limiter leurs dépenses de voyage : Une enquête menée récemment par GetThere et Travelocity Business pour l'Association of Corporate Travel Executives a révélé que les dépenses de voyage des entreprises demeurent à la hausse, quoique les responsables des voyages adoptent des mesures préventives pour limiter ces dépenses. Une enquête menée auprès d'environ 400 grandes entreprises nord-américaines indique que 92 % des entreprises dépensent davantage pour les voyages, cette année, en raison de l'augmentation du nombre de voyages effectués et de la hausse des frais de voyage. L'augmentation des frais de voyage et la recherche de la meilleure valeur par rapport au coût pour les voyages étaient les deux plus grandes préoccupations mentionnées par les répondants. Selon 65 % des répondants, la méthode la plus souvent citée pour limiter les frais de voyage consistait à approuver d'avance les itinéraires. Venait ensuite la méthode de la limitation des voyages qui a été mentionnée par 62 % des répondants, soit une baisse de 5 % par rapport à l'enquête de l'année dernière, et une diminution de 16 % par rapport à l'enquête de 2003.

Graphique 3 : Indice de confiance des entreprises — Canada (indice trimestriel, 1991=100)



Source : Le Conference Board du Canada.

Un nombre croissant d'entreprises utilisent également les outils de réservation en ligne pour gérer les frais de voyage, 48 % des répondants disant utiliser cette méthode, ce qui constitue une hausse de 43 % par rapport à l'année dernière, et une augmentation de 31 % par rapport à 2003. L'enquête a aussi révélé que les politiques d'entreprise obligeant les réservations de voyages d'affaires en ligne sont de plus en plus courantes. Parmi les dirigeants interrogés, 84 % ont indiqué qu'une partie ou la totalité des voyages d'affaires de leur entreprise étaient réservés en ligne, ce qui représente une augmentation par rapport à la proportion de 81 % enregistrée en 2005.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

La disponibilité des hôtels est plus importante que les prix pour certains gestionnaires de voyages : Selon un article paru dernièrement dans le *Business Travel News*, l'augmentation de la demande de voyages d'affaires aux États-Unis fait croître le taux d'occupation des hôtels américains; les gestionnaires de voyages se préoccupent donc maintenant davantage de trouver des hôtels où des chambres sont disponibles que d'obtenir les meilleurs tarifs possible. Lorsqu'ils réservent de l'hébergement dans des villes américaines où la demande est forte, certains gestionnaires de voyages doivent se préoccuper d'abord de trouver des chambres et se soucient des prix plus tard. Beaucoup d'entreprises augmentent leur contingent de chambres dans des hôtels de premier choix et, dans certains cas, payent les chambres jusqu'à un an d'avance pour en garantir la disponibilité. D'après la firme Smith Travel Research, ces conditions du marché devraient demeurer inchangées pendant un certain temps encore, car on ne s'attend pas à ce que l'offre des hôtels américains augmente de façon marquée avant au moins deux autres années.

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

Transporteurs aériens - Canada

Les rapports financiers témoignent de la vigueur de l'industrie canadienne du transport aérien : L'industrie canadienne du transport aérien continue de bénéficier de la vigueur de l'économie du Canada, qui aide à maintenir la force de la demande de voyages. Dans leur rapport financier du premier trimestre, Air Canada et WestJet ont déclaré des hausses importantes des revenus nets, soutenus par une augmentation marquée du rendement des passagers. Malgré le fait que la tendance des prix semble être de nouveau à la hausse, les plus récents rapports sur le trafic passagers indiquent que la demande de transport aérien se maintient au début de la période de voyage estival. On continue de se préoccuper de la hausse des prix du carburant aviation, mais les conditions généralement favorables du marché semblent contrebalancer une partie des répercussions négatives de l'augmentation des dépenses en carburant.

Pour le premier trimestre de l'année (se terminant le 31 mars 2006), Gestion ACE Aviation Inc. a affiché un profit net de 118 millions de dollars, une amélioration remarquable par rapport à la perte de 77 millions de dollars enregistrée au même trimestre en 2005. Le transporteur aérien a déclaré que la « forte demande du marché » et une augmentation de 9 % du rendement des passagers l'avaient aidé à obtenir une hausse de 16 % des recettes passagers par rapport à l'année précédente. Le rendement financier du transporteur a aussi bénéficié grandement, en février, de la vente d'une part de 20,3 % de sa filiale régionale Jazz. Au premier trimestre, toutefois, la perte d'exploitation du transporteur était trois fois plus élevée qu'au même trimestre l'année dernière, les frais liés au carburant ayant augmenté de 37,1 % pour ce trimestre. Même si les dépenses en carburant demeurent une source de préoccupation, ACE s'attend à enregistrer de « solides » résultats financiers comparativement à l'ensemble de l'industrie.

WestJet a déclaré un profit net de 12,9 millions de dollars pour le premier trimestre de 2006, comparativement à une perte nette de 9,6 millions de dollars pour le même trimestre en 2005. Les recettes passagers des vols réguliers se sont accrues de 41,2 % pour le trimestre, et le rendement des passagers a fait un bond de 10,5 %. WestJet a déclaré que l'amélioration de sa rentabilité était attribuable à « des prix plus rationnels à l'échelle nationale » dans l'industrie canadienne du transport aérien. Le transporteur attribue aussi sa performance financière à ses efforts de marketing au cours des derniers mois. Le transporteur s'attend à continuer d'enregistrer une croissance, cette année, au chapitre de ses services dans l'Est du Canada et de ses services transfrontaliers, de même que de son marché des voyages d'affaires. En juin, WestJet a lancé sa division vacances, appelée Vacances WestJet, qui offre des forfaits transport aérien et hôtel dans les destinations desservies par ses vols réguliers.

En mai 2006, le trafic passagers de l'ensemble du réseau d'ACE Aviation (mesuré en passagers-milles payants ou PMP), y compris Air Canada et sa filiale régionale Jazz, s'est accru de 5,7 % par rapport à l'année précédente. La capacité du transporteur pour le mois a augmenté de 2,2 %, ce qui a donné lieu à une hausse de 2,7 points de pourcentage au chapitre du coefficient de remplissage, lequel est passé à 83,2 %. Le trafic passagers total des liaisons intérieures s'est accru de 2,6 %, tandis que celui des liaisons transfrontalières en direction des États-Unis a augmenté de 15,8 %. Le trafic passagers des autres liaisons internationales s'est accru de 4,9 %. Les liaisons transatlantiques, en particulier, ont continué d'afficher une forte croissance du PMP, enregistrant une hausse de 9,9 % par rapport à l'année dernière.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

En mai 2006, le trafic passagers de WestJet s'est accru de 32 % comparativement à l'année précédente, et la capacité du transporteur a augmenté de 21 %. Le coefficient de remplissage du transporteur pour le mois a fait un bond de 6,3 points de pourcentage pour s'établir à 76,9 %. Un article paru récemment dans le *Globe and Mail* indiquait que WestJet détenait maintenant 30 % du marché du transport aérien intérieur du Canada, une hausse par rapport à la part de 6 % qu'il détenait en 1999.

Tableau 3 : Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs aériens - Mai 2006

Transporteur aérien	PMP (millions) mai 2006	Variation PMP 2006 c. 2005	Capacité 2006 c. 2005
Air Canada - exploitation principale (y compris Jetz)	3 753	+2,7 %	-1,4 %
Gestion ACE Aviation Inc. (Jazz)	308	+66,5 %	+66,9 %
WestJet	787,5	+32 %	+21 %

Forte augmentation du transport aérien prévue cet été : On prévoit qu'environ 14 millions de passagers aériens transiteront par les aéroports canadiens entre le 1^{er} juillet et la fête du Travail, cette année, selon un communiqué émis par l'Administration canadienne de la sûreté du transport aérien (ACSTA), ce qui constitue une augmentation de 3 % du nombre de passagers par rapport à l'été dernier. Au cours des 12 prochains mois, l'ACSTA prévoit une hausse de 4,7 % du nombre de passagers qui transiteront par les aéroports canadiens comparativement à l'année dernière. Ce communiqué indiquait aussi qu'au cours de la dernière année, les agents de contrôle de l'ACSTA ont intercepté 700 000 objets interdits aux points de contrôle des aéroports.

L'aéroport Pearson de Toronto exige les redevances d'atterrissage les plus élevées au monde : Une nouvelle enquête réalisée par l'Air Transport Research Society a révélé que les redevances d'atterrissage exigées à l'aéroport Pearson de Toronto en 2005 étaient les plus élevées au monde. Ces redevances à l'aéroport Pearson ont tellement grimpé, en partie en raison de l'augmentation de la valeur du dollar canadien, qu'elles devançant maintenant considérablement celles de l'aéroport Narita, à Tokyo, qui dominait tous les autres aéroports à ce chapitre de 2001 à 2004. Par exemple, les redevances d'atterrissage pour un Boeing 747 à l'aéroport Pearson s'élevaient à 10 986 \$US l'an dernier tandis qu'elles s'établissaient à 7 400 \$US à l'aéroport Narita. Cette enquête a aussi montré que les redevances d'atterrissage étaient deux fois plus élevées à l'aéroport Pearson qu'à l'aéroport LaGuardia, à New York, qui se plaçait au second rang parmi les aéroports exigeant les redevances d'atterrissage les plus élevées en Amérique du Nord.

La plupart des Canadiens ont confiance en la sécurité du transport aérien canadien : Selon une enquête de l'ACSTA, la plupart des Canadiens interrogés (94 %) font confiance aux systèmes de sécurité en place dans les aéroports du Canada. Cette enquête a été menée par le Centre de recherche Décima en mars 2006 auprès de quelque 3 000 voyageurs utilisant les services des transporteurs aériens d'un bout à l'autre du Canada. Selon l'ACSTA, la proportion de passagers affirmant avoir une grande confiance dans les systèmes de sécurité aérienne du Canada s'est accrue de façon marquée, passant à 79 % en 2006, une hausse par rapport à la proportion de 43 % enregistrée en 2005. De plus, neuf répondants sur dix ont indiqué être satisfaits de leur expérience aux points de contrôle de sécurité, une proportion à peu près identique à celle enregistrée l'an dernier.

Transporteurs aériens - États-Unis

L'industrie américaine du transport aérien s'attend à son meilleur été depuis 2000 : Selon l'Air Transport Association (ATA), l'industrie américaine du transport aérien connaît son meilleur été depuis l'an 2000. Aux États-Unis, la demande de transport aérien continue de croître, et les grands transporteurs américains continuent de réduire leur capacité intérieure afin de gagner un plus grand contrôle sur les tarifs applicables à ces routes. Au cours des cinq premiers mois de 2006, les tarifs des vols intérieurs ont augmenté en moyenne de 11 % comparativement à la même période en 2005.

Néanmoins, les tarifs des vols intérieurs restent environ 13 % moins élevés qu'en 2000, même si les prix du carburant aviation ont augmenté de 129 %, selon l'ATA. Un reportage récent de Reuters indiquait qu'American Airlines s'attendait à dépenser 30 % de son revenu global au titre du carburant aviation, une hausse par rapport à une part de 10 % de son revenu à la fin des années 1990.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Par ailleurs, les transporteurs aériens des États-Unis continuent d'accroître leur capacité sur leurs vols internationaux plus payants. Selon l'ATA, de janvier à mai 2006, la capacité des vols internationaux a augmenté de 3,6 % par rapport à l'année précédente, tandis que la capacité des vols intérieurs a diminué de 3,7 %. Au cours de la même période, le trafic passagers (mesuré en passagers-milles payants) des liaisons internationales a augmenté de 4,2 %, alors que celui des liaisons intérieures s'est accru légèrement (0,1 %) par rapport à l'année précédente.

Tableau 4 : Passagers-milles payants (PMP) et capacité des transporteurs aériens - Mai 2006

Transporteur aérien	PMP Mai 2006 c. mai 2005	Capacité Mai 2006 c. mai 2005
AirTran Airways	+23,2 %	+21,3 %
Alaska Airlines	+7,9 %	+6,9 %
America West Airlines	-4,1 %	-2,6 %
American Airlines	+3,7 %	0 %
Continental Airlines	+14,6 %	+11,9 %
Delta Air Lines	-9,7 %	-10,0 %
JetBlue Airways	+11,3 %	+21,9 %
Midwest Air Group	+24,7 %	+12,1 %
Northwest Airlines	-5,6 %	-9,4 %
Southwest Airlines	+13,7 %	+7,1 %
United Airlines	+4,5 %	+2,1 %
US Airways	-8,2 %	-12,9 %

Delta et Northwest demeurent sous la protection de la loi sur les faillites : Delta Air Lines et Northwest Airlines poursuivent leurs efforts de restructuration en vertu du chapitre 11 de la loi américaine sur les faillites. Au début de juin, Delta déclarait être sur la bonne voie pour réaliser, d'ici à la fin de l'année, environ 70 % des réductions des coûts annuels prévus dans son plan d'affaires, et le transporteur espérait se sortir de la protection de la loi sur les faillites au cours du premier semestre de 2007. Northwest continue de négocier de nouvelles conventions collectives avec ses employés syndiqués, et le transporteur n'a pas indiqué quand il prévoyait se sortir de la protection de la loi sur les faillites (chapitre 11).

Le lancement de Virgin aux États-Unis est retardé : Virgin America Inc., un transporteur américain qui envisage de desservir les États-Unis sous la bannière de Virgin, de Richard Branson, a été aux prises avec des retards importants dans le processus d'approbation fédéral. La société Virgin indique qu'elle a toujours l'intention de commencer à offrir des vols intérieurs cette année, mais plusieurs transporteurs américains ont déposé des objections auprès du département du Transport des États-Unis (Department of Transportation), ce qui a retardé le processus d'examen et d'approbation du projet. Selon un article diffusé sur le site Web eyefortravel.com, Virgin prévoit offrir des tarifs qui seront de 30 à 50 % moins élevés que ceux de ses concurrents.

Hôtels - Canada

Les solides tendances touristiques stimulent l'industrie canadienne de l'hébergement : Le caractère positif des indicateurs économiques continue d'alimenter l'optimisme de l'industrie hôtelière du Canada, alors que la demande de voyages poursuit sa croissance. Le rapport *Canadian Lodging Outlook* le plus récent de HVS International et Smith Travel Research a révélé que la demande de chambres d'hôtel a crû de 4,2 % au Canada entre janvier et avril 2006 par rapport à la même période l'année précédente. Durant cette période, l'offre de chambres n'a augmenté que de 1,3 %, ce qui a permis à l'industrie de l'hébergement de contrôler davantage les prix et de continuer de hausser ses tarifs quotidiens. La forte tendance des voyages d'affaires a amélioré les perspectives des segments d'hébergement haut de gamme, qui devraient enregistrer leur plus forte croissance des revenus cette année.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Entre janvier et avril 2006, le taux d'occupation a augmenté de 1,7 points de pourcentage d'un bout à l'autre du Canada par rapport à l'année dernière, s'établissant à 57,5 % selon le plus récent *National Market Report* de PKF Consulting. Le tarif quotidien moyen a grimpé de 4 % au cours de cette période, entraînant une hausse de 7,2 % dans l'ensemble des revenus par chambre disponible (RCD).

Les hôteliers canadiens demeurent optimistes, dans l'ensemble, en ce qui concerne la conjoncture économique : Selon la dernière Enquête sur les perspectives du monde des affaires de Statistique Canada, les hôteliers canadiens demeurent optimistes quant à la situation des secteurs de l'hébergement des voyageurs. Un nombre considérablement plus élevé de répondants ont indiqué qu'ils s'attendaient à ce que leurs tarifs quotidiens moyens augmentent au cours du second trimestre de 2006, une opinion exprimée par 45 % des répondants par rapport à 34 % le trimestre précédent. Le nombre d'hôteliers s'attendant à une hausse des réservations et du taux d'occupation au second trimestre a aussi augmenté par rapport à l'année précédente. Tout bien pesé, les répondants à l'enquête s'attendent à ce que leur volume d'affaires augmente durant le second trimestre de 2006 comparativement à l'année précédente.

Cependant, on a constaté une augmentation marquée du nombre d'hôteliers aux prises avec une pénurie de main-d'œuvre non qualifiée, une situation défavorable mentionnée par 32 % des répondants au sondage, soit une hausse par rapport à la proportion de 24 % au trimestre précédent et de 15 % il y a un an. La proportion d'hôteliers confrontés à une pénurie de main-d'œuvre qualifiée a aussi augmenté de trois points de pourcentage par rapport à la dernière enquête, s'établissant à 24 %. Le nombre de répondants ayant indiqué n'être confrontés à aucun obstacle commercial au moment de l'enquête a diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 30 %.

Legacy Hotels rapporte une amélioration des indicateurs de l'hébergement : Legacy Hotels Real Estate Investment Trust (REIT), la plus grande société de placement immobilier de l'industrie hôtelière canadienne, a déclaré une perte nette de 24,1 millions de dollars pour le premier trimestre se terminant le 31 mars 2006, ce qui représente une amélioration par rapport à la perte nette de 31,4 millions de dollars déclarée pour le premier trimestre de 2005. Toutes les statistiques d'exploitation de Legacy pour le premier trimestre se sont améliorées cette année : le taux d'occupation moyen a augmenté de 4,6 points de pourcentage pour s'établir à 60,9 %, le tarif quotidien moyen a grimpé de 2,9 %, et le RCD a crû de plus de 10 % par rapport à l'année dernière. Selon cette société canadienne, qui regroupe une vaste gamme de palaces et d'hôtels quatre étoiles, « les indicateurs économiques positifs et la croissance des bénéfices » contribuent à l'augmentation de la demande dans tous ses marchés et segments de clientèle. D'après les réservations de groupe qui sont déjà faites, la société s'attend aussi à une croissance, en 2006, dans son segment du tourisme de groupe.

Hôtels - États-Unis

La forte demande de voyages continue de stimuler la croissance des revenus pour l'industrie hôtelière des États-Unis : La croissance soutenue de la demande de voyages, en particulier dans le marché des voyages d'affaires, continue de favoriser une solide tendance des revenus pour l'industrie hôtelière américaine. En mai 2006, le taux d'occupation national enregistrait une hausse de 2,4 % par rapport à l'année précédente, et le taux quotidien moyen a augmenté de 6,6 %, selon les données les plus récentes de Smith Travel Research (STR). Cette situation a entraîné une augmentation de 9,2 % du revenu moyen par chambre disponible (RCD) comparativement au même mois en 2005. Les analystes estiment que l'industrie hôtelière américaine est sur la voie de réaliser des profits record encore cette année.

De fait, PricewaterhouseCoopers (PWC) a récemment prévu que le nombre de chambres louées dans l'industrie américaine de l'hébergement atteindra un sommet record de quelque 3,277 millions cet été, une hausse de 2,9 % par rapport à 2005, aussi une année record. Cependant, en raison de l'augmentation récente de l'offre hôtelière aux États-Unis, le taux d'occupation total devrait s'établir à 71,5 %, tout juste en dessous du taux record de 72,8 % enregistré en 2000. Au cours des six dernières années, l'offre de l'industrie hôtelière américaine s'est accrue de 7,7 %.

Les rapports financiers reflètent une tendance solide des revenus de l'industrie : Les rapports financiers du premier trimestre de 2006 des grandes chaînes d'hôtels américaines faisaient état des tendances favorables observées dans l'industrie de l'hébergement aux États-Unis. La vigueur de la demande du segment des voyages d'affaires et les taux d'occupation élevés ont permis aux hôtels de réaliser des gains importants au chapitre de leurs tarifs quotidiens moyens. Bien que les chaînes Marriott et Starwood aient toutes deux enregistré une baisse de leur revenu net en raison de frais comptables exceptionnels, leur RCD a crû de plus de 10 % comparativement au même trimestre en 2005. La plupart des sociétés d'hébergement américaines s'attendent à ce que les solides tendances de leurs revenus se maintiennent tout au long de l'année.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Tableau 5 : Revenu par chambre disponible (RCD) et revenu net - T1 2006

Hôtel	Revenu par chambre disponible (RCD) T1 2006 c. T1 2005	Revenu net T1 2006 (\$US)	Revenu net T1 2005 (\$US)
Cendant Corp.	+10 %	70 millions \$	-82 millions \$
Choice Hotels International	+9,4 %	12,0 millions \$	17,7 millions \$
Hilton Hotels Corp.	+9 %	104 millions \$	64 millions \$
Host Marriott Corp.	+7,6 %	172 millions \$	6 millions \$
Marriott International Inc.	+10,9 % (Amérique du Nord)	65 millions \$	145 millions \$
Starwood Hotels & Resorts	+12,1 % (Amérique du Nord)	5 millions \$	79 millions \$

L'industrie hôtelière américaine devrait réaliser des profits record au cours des deux prochaines années : Selon un reportage de Reuters, des prévisions récentes de Smith Travel Research indiquent que l'industrie hôtelière américaine continuera d'enregistrer des profits record au cours des deux prochaines années et perdra ensuite de la vitesse en raison de l'augmentation de l'offre. STR a prédit que les profits avant impôt des hôtels américains grimperont à 25,8 milliards \$US cette année et à 28,1 milliards \$US en 2007, une hausse par rapport aux profits record de 22,6 milliards \$US enregistrés en 2005. De même, la demande hôtelière aux États-Unis devrait croître de 2,8 % en 2006 et de 2,4 % en 2007, alors que la croissance de l'offre quadruplera au cours des deux prochaines années.

Agents de voyages

L'industrie du voyage réagit fortement aux changements apportés à l'accès aux tarifs d'Air Canada : Air Canada a provoqué de vives réactions parmi les agences de voyages canadiennes et les organisateurs de voyages d'affaires au sein des entreprises lorsque, le 2 mai 2006, le transporteur a retiré tous les tarifs Tango - sa catégorie de tarifs la plus basse - des systèmes mondiaux de distribution (SMD) et de son site Web réservé aux agences de voyages. Dès lors, les agents de voyages n'avaient d'autre choix que d'accéder aux tarifs Tango à partir du site Web des consommateurs, qui est beaucoup moins efficace pour eux et ne permet pas de leur attribuer les réservations effectuées pour leurs clients. Le transporteur affirmait que les SMD n'offraient pas la fonctionnalité technologique requise pour afficher les tarifs avec autant de souplesse que celle offerte par son site Web des consommateurs. Par exemple, les tarifs Tango comportent l'option « Rabais Go » qui permet au passager d'économiser davantage s'il accepte de ne mettre aucun bagage en consigne et de ne pas modifier son itinéraire. Cependant, la vive réaction de l'industrie du voyage a amené Air Canada à revoir sa décision et rétablir les tarifs Tango sur son site Web réservé aux agences, le 7 juillet 2006 - « un pas dans la bonne direction », selon l'Association canadienne des agences de voyages.

Les ventes de billets d'avion par l'entremise des agences de voyages et les services de voyage des entreprises américaines ont augmenté en moyenne de 15 % en mai, par rapport à l'année dernière, selon l'Airlines Reporting Corporation (ARC). Les ventes ont augmenté par suite d'une hausse de 16 % des tarifs intérieurs moyens et d'une augmentation de 14 % des tarifs internationaux découlant en partie de la hausse importante des tarifs aériens comparativement à l'année dernière.

Expedia Inc., la société mère de sites Web de voyages tels que Expedia.com et TripAdvisor.com, a affiché un profit net de 23,3 millions \$US au premier trimestre se terminant le 31 mars 2006, une baisse de 51 % par rapport au même trimestre en 2005. La société a attribué cette diminution des bénéfices à une augmentation importante de ses dépenses d'exploitation, liée en grande partie à une hausse de 12 % au chapitre de ses frais de marketing et de ventes. Les réservations brutes enregistrées au premier trimestre ont augmenté de 14 % tandis que les revenus n'ont progressé que de 2 %. Expedia a qualifié ces résultats de « décevants » et indiqué qu'elle rajusterait ses stratégies de marketing afin d'améliorer son rendement des prochains trimestres.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Vue d'ensemble de la situation internationale

Royaume-Uni - Indice des indicateurs avancés du tourisme

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 (mai 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour le Royaume-Uni s'est accru de façon marquée en avril, la quatrième hausse consécutive. Y compris les gains réalisés en avril, le taux de croissance de l'indice a progressé à un rythme de 3 ou 4 % annuellement au cours des derniers mois, une nette amélioration par rapport aux résultats défavorables du second semestre de 2005, alors que les gains enregistrés avaient été nuls ou même négatifs (-2 %). La tendance récente des indicateurs avancés donne à penser que l'économie croîtra à un rythme modéré à court terme.

Si le nombre total d'arrivées en provenance du Royaume-Uni a augmenté de 8,8 % en 2005, la croissance a été plus modeste durant le dernier trimestre de l'année (5,5 %). En avril, les arrivées en provenance du Royaume-Uni ont été relativement nombreuses, mais les chiffres cumulés (de janvier à avril) indiquent une baisse de 2,3 % du total des arrivées, comparativement aux quatre premiers mois de 2005. Même si le niveau général de la capacité aérienne directe prévue entre le Royaume-Uni et le Canada pour l'été 2006 sera légèrement moindre qu'en 2005 (-3,1 %), la capacité aérienne des transporteurs établis au Royaume-Uni est à la hausse. Bien que le taux de change ne soit pas aussi avantageux que l'été dernier pour les voyageurs du Royaume-Uni, l'appréciation du dollar canadien par rapport à la livre sterling a ralenti un peu depuis février. Dans l'ensemble, la croissance de l'économie du Royaume-Uni devrait aider à soutenir, à court terme, une légère augmentation du nombre de voyages faits par les Britanniques au Canada.

Royaume-Uni - Tendances touristiques

British Airways fait état d'une hausse considérable de revenu pour son plus récent trimestre : British Airways (BA) a affiché un profit net de 83 millions £GBP (169 millions \$CAN) pour son quatrième trimestre se terminant le 31 mars 2006, ce qui constitue une importante amélioration par rapport au profit net de 6 millions £GBP enregistré au même trimestre un an plus tôt. Une augmentation de 2,8 % du trafic passagers (passagers-kilomètres payants) et une hausse de 3,7 % du rendement des passagers (revenu par passagers-kilomètres payants) ont contribué à accroître de 13,2 % les recettes globales de British Airways pour le trimestre. Cependant, les coûts du carburant aviation du transporteur se sont accrus de 65,1 % au cours de cette période par rapport à l'année précédente, une dépense que l'on a pu contrebalancer en partie seulement en imposant des frais de carburant supplémentaires aux passagers. Pour l'exercice complet se terminant le 31 mars dernier, BA a affiché un profit net de 467 millions £GBP, une hausse de 19 % par rapport à l'exercice précédent.

Pour le présent exercice, BA s'attend à ce que la conjoncture économique demeure inchangée et décrit le marché comme un environnement où la concurrence est « féroce ». Le transporteur prévoit d'accroître sa capacité de 2,5 à 3 % et s'attend à une légère baisse de son rendement des passagers. Il s'attend aussi à ce que ses dépenses en carburant continuent d'augmenter. BA a ajouté que sa part du marché des vols intérieurs court-courriers avait chuté, passant de 30 % en 1988 à 20 % en 2005, en raison de la concurrence accrue livrée par les transporteurs à bas prix.

En mai, le trafic passagers (mesuré en passagers-kilomètres payants) de BA s'est accru de 6,9 % par rapport à l'année précédente. Le trafic passagers en classe affaires et en première classe s'est accru de 13,9 %, tandis qu'il a enregistré une hausse de 5,7 % en classe économique comparativement à l'année antérieure. Les passagers-kilomètres payants (PKP) des routes à destination des Amériques ont augmenté de 6 %, alors que le trafic passagers des routes court-courriers et moyen-courriers à l'intérieur du Royaume-Uni et de l'Europe s'est accru de 1,5 %.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

British Airways augmente sa capacité aérienne vers le Canada : Selon un article paru récemment dans le *Financial Post*, BA prévoit accroître sa capacité aérienne vers Montréal, Toronto et Vancouver de 30 % en moyenne cet été. Le transporteur a indiqué qu'il augmentait aussi ses services entre le Royaume-Uni et le Canada afin de répondre à la demande croissante des voyageurs d'agrément et d'affaires dans les deux directions.

Solide croissance du nombre de voyageurs britanniques en mai : Selon la British Airports Authority, en mai 2006, le trafic passagers aux sept aéroports du Royaume-Uni a augmenté de 3,7 % par rapport à l'année précédente, de sorte que 12,8 millions de passagers ont transité par ces aéroports. Le nombre de passagers utilisant les liaisons de l'Atlantique Nord a augmenté de 1,4 %, tandis qu'il s'est accru de 11 % dans le cas des autres destinations long-courriers. Le nombre de passagers sur les vols intérieurs du Royaume-Uni et les vols européens réguliers a augmenté de 0,4 % et 6,6 % respectivement.

Tableau 6 : Variation du nombre de passagers transportés

Transporteur	Mai 2006 c. mai 2005
British Airways	+3,5 %
Ryanair	+22 %
EasyJet	+15,2 %

Le Royaume-Uni demeure le marché le plus important des transporteurs aériens à bas prix en Europe : Une analyse de marché réalisée récemment par Eurocontrol a révélé que le Royaume-Uni demeure de loin le plus grand marché du transport aérien à bas prix en Europe, 32 % des vols y étant offerts par des transporteurs à bas prix, selon *Air Transport World*. Cette part dépasse de beaucoup celle du marché des vols à bas prix dans l'ensemble de l'Europe, qui est de 16 %. Les aéroports Stansted et Gatwick, à Londres, et l'aéroport de Dublin sont les aéroports européens offrant le plus grand nombre de vols à bas prix.

La croissance du marché des vols à bas prix au Royaume-Uni a provoqué une baisse phénoménale des tarifs aériens, selon un article publié récemment dans *The Guardian*, qui cite des statistiques du ministère britannique des Transports (Department of Transportation). Entre 1994 et 2004, le prix moyen d'un billet d'avion pour un vol d'agrément court-courrier a chuté de 43 %, passant de 110 £GBP à 63 £GBP. Cet article révèle également que le tarif moyen des billets d'avion achetés par les voyageurs d'affaires a diminué de 49 % au cours de la même période, alors qu'un nombre croissant de voyageurs de ce segment optent maintenant pour des vols en classe économique ou des vols offerts par les transporteurs à bas prix.

Les réservations de voyages sont à la hausse au Royaume-Uni cet été : Des rapports diffusés par les grandes entreprises touristiques du Royaume-Uni indiquent que les tendances des réservations pour l'été 2006 commencent à croître après avoir mis du temps à démarrer au début de l'année. My Travel a rapporté récemment que les réservations de voyages de vacances pour l'été 2006 étaient à la hausse, mais elles sont de 4 % inférieures aux taux enregistrés l'année dernière. L'entreprise attribue ce recul à la Coupe du monde et aux tendances générales des réservations de dernière minute. Cependant, les prix de ses produits sont 2 % plus élevés qu'ils ne l'étaient l'été dernier. Quant à elle, TUI signale une croissance soutenue de ses réservations pour l'été après avoir connu un lent début de saison. En mai, l'entreprise enregistrait 1,6 % plus de réservations qu'au même moment l'année dernière. Enfin, First Choice indique que les réservations pour l'été 2006 ont augmenté de 4 % par rapport à l'an dernier, les forfaits long-courriers enregistrant une solide croissance; tandis que les réservations enregistrées au Royaume-Uni par Thomas Cook sont légèrement moins nombreuses que l'année dernière.

Par ailleurs, beaucoup d'agents de voyages du Royaume-Uni demeurent assez optimistes quant aux réservations à court terme, bon nombre prévoyant une solide croissance des ventes au troisième trimestre de 2006, selon une enquête éclair réalisée dernièrement par Amadeus. Parmi les 150 agents de voyages d'agrément et d'affaires interrogés, 64 % s'attendaient à ce que les réservations au troisième trimestre soient plus élevées qu'au même trimestre en 2005. Près de la moitié des agents s'attendaient à une augmentation de 10 à 20 % au chapitre de leurs ventes pour cette période, et peu prévoyaient que les ventes allaient diminuer. Lorsqu'on leur a demandé si la Coupe du monde avait des répercussions sur les réservations, 51 % des agents de voyages d'agrément et 74,3 % des agents de voyages d'affaires ont indiqué que l'événement n'avait aucun effet perceptible.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Les Britanniques sont les Européens qui dépensent le plus pour leurs vacances : D'après une enquête réalisée dernièrement par Europ Assistance et rapportée dans *Travel and Hospitality Industry Digest*, les voyageurs britanniques dépensent plus pour leurs vacances que tous les autres Européens. Cette enquête a révélé que les ménages britanniques dépensent en moyenne 2 795 euros (3 900 \$CAN) par voyage de vacances, comparativement aux 2 233 euros dépensés par les Allemands et aux 1 884 euros dépensés par les Français. La moyenne européenne est de 2 235 euros. Les répondants britanniques et allemands indiquent que le risque d'attentat terroriste est le principal facteur motivant leurs décisions de voyages, tandis que les résidents français sont plus intéressés par le climat de la destination choisie.

De plus, 50 % des répondants britanniques prévoyaient utiliser Internet pour réserver leurs prochaines vacances, une hausse de neuf points de pourcentage par rapport à l'enquête de l'an dernier. Près du quart (24 %) des répondants du Royaume-Uni ont indiqué qu'ils prévoyaient modifier leurs projets de vacances en raison de la Coupe du monde, soit pour rester à la maison et suivre le tournoi à la télé soit pour assister au tournoi en Allemagne.

France - Indice des indicateurs avancés du tourisme

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 (mai 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour la France s'est accru de façon marquée en avril, la troisième hausse consécutive. L'indice des indicateurs avancés a progressé au cours des derniers mois, augmentant de 3,1 % entre octobre et avril. De plus, la vigueur de l'indice est devenue plus généralisée. Par ailleurs, la croissance du PIB réel a augmenté à un taux annuel de 2,2 % au cours du premier trimestre de 2006, soit une hausse par rapport au taux moyen de 1,8 % enregistré au second semestre de 2005. La tendance des indicateurs avancés donne à penser que l'économie continuera de croître à un rythme allant de modéré à plus accéléré à court terme. Malheureusement, la compétitivité des prix des voyages au Canada pour les Français poursuit sa chute en raison de la dépréciation soutenue de l'euro par rapport au dollar canadien.

Le nombre de voyages faits au Canada par les Français s'est accru de 6 % au cours de 2005, mais le taux de croissance a ralenti considérablement vers la fin de l'année, les arrivées françaises au quatrième trimestre étant en fait 1,2 % moins nombreuses qu'au même trimestre en 2004. Pour les quatre premiers mois de 2006, les arrivées françaises au Canada étaient 3,8 % plus nombreuses que celles enregistrées pour la même période en 2005. Les voyages français pourraient augmenter légèrement au cours du troisième trimestre à cause de la hausse de 1,7 % de la capacité aérienne directe vers les destinations canadiennes par rapport à l'année dernière. Dans l'ensemble, compte tenu de la vigueur de l'économie française, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que le nombre de voyages effectués par les Français pourrait augmenter légèrement à court terme.

France - Tendances touristiques

Augmentation spectaculaire des revenus d'Air-France-KLM : Air France-KLM a déclaré un profit net de 913 millions d'euros (1,3 milliard \$CAN) pour son exercice qui s'est terminé le 31 mars 2006, soit une hausse de 29 % par rapport à l'année précédente. Le trafic passagers a augmenté de 8,6 %, tandis que le rendement des passagers a crû de 1,5 %, ce qui a contribué à accroître le total des revenus de 10 % comparativement à l'exercice précédent. Selon le transporteur, « deux facteurs sont intervenus au cours de cet exercice : la forte croissance économique dans le monde, qui a donné lieu à des niveaux d'activité extrêmement dynamiques dans notre industrie, et l'augmentation marquée des prix du pétrole ». Le transporteur a pu limiter l'incidence de la hausse des prix du carburant aviation grâce à ses mesures courantes de compression des coûts.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Au quatrième trimestre se terminant le 31 mars 2006, le transporteur a enregistré des bénéfices nets de 7 millions d'euros, soit une baisse de 30 % comparativement au même trimestre l'année dernière. Ses revenus pour le trimestre se sont accrus de 12,7 %, mais ses dépenses d'exploitation ont grimpé d'autant, principalement en raison de la hausse des prix du carburant aviation. Air France-KLM prévoit accroître sa capacité aérienne générale de 5 % et elle s'attend à ce que ses résultats financiers pour l'exercice complet soient aussi favorables que ceux de l'exercice qui vient de se terminer.

En mai 2005, le trafic passagers d'Air France-KLM a augmenté de 6,2 % par rapport à mai 2005, tandis que sa capacité s'est accrue de 4,3 %. Les vols du transporteur à destination de la région Asie-Pacifique ont continué d'enregistrer la plus forte croissance, le trafic passagers augmentant de 15,8 % par rapport à l'année précédente tandis que les vols nord-américains et sud-américains ont enregistré, ensemble, un taux de croissance de 4,6 %. Le trafic passagers des destinations européennes court-courriers et moyen-courriers (y compris en France) s'est accru de 5,7 %.

Les taxes sur les tarifs aériens dissuadent les Français de voyager : Une enquête mondiale réalisée récemment par Visa International et la Pacific Asia Travel Association a révélé que les voyageurs français étaient les plus susceptibles de considérer que les taxes sur les tarifs aériens rendent les voyages long-courriers trop dispendieux. Parmi les voyageurs français éventuels qui ont répondu à l'enquête, 58 % partageaient cet avis, soit la plus forte proportion comparativement à tous les autres pays inclus dans cette enquête.

TUI décrit le marché français du voyage comme limité : TUI, la plus importante entreprise touristique d'Europe, a récemment signalé que la clientèle de ses divisions françaises avait diminué de 10,6 % durant le premier trimestre de 2006 comparativement au même trimestre en 2005. TUI a indiqué que son forfaitiste français, Nouvelles Frontières, continuait d'avoir une « clientèle limitée dans le marché du voyage ». Les produits portant la marque TUI semblaient toutefois afficher un meilleur rendement dans le marché français. Pour l'été 2006, l'entreprise a indiqué que ses réservations françaises étaient le reflet de la « demande générale limitée » en France, mais ses réservations commençaient à montrer des signes de reprise. En mai, la clientèle française de TUI pour l'été affichait une baisse de 11 % par rapport à l'année dernière, et ses ventes enregistraient une diminution de 8 %.

Tourisme en ligne : la France se place au troisième rang dans ce marché européen en plein essor : Un rapport récent sur le marché, *Trends in European Internet Distribution*, publié par le Centre for Regional and Tourism Research du Danemark, révèle qu'en 2005, la France représentait 14 % du marché européen du tourisme en ligne. La France se plaçait au troisième rang derrière le Royaume-Uni qui représentait 35 % du marché et l'Allemagne, 20 %. Dans l'ensemble du marché européen, le transport aérien représentait plus de la moitié (56 %) des services de voyage achetés en ligne l'année dernière; venaient ensuite les chambres d'hôtel (16 %), les voyages organisés (16 %), les voyages en train (10 %) et les locations d'automobile (2 %). Au total, la valeur des ventes de produits de voyage en ligne en Europe a atteint environ 25,2 milliards d'euros en 2005, soit une hausse de 34 % par rapport à l'année précédente.

Allemagne - Indice des indicateurs avancés du tourisme

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 (mai 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour l'Allemagne s'est accru de nouveau en avril. Le taux de croissance de l'indice a progressé à un rythme allant de 4 ou 5 % annuellement au cours des derniers mois, une amélioration par rapport à la croissance quasi nulle enregistrée au début de 2005. Par ailleurs, le PIB réel a affiché une croissance annuelle de 1,5 % au premier trimestre de 2006, une légère hausse par rapport au taux annuel moyen de 1,3 % enregistré au second semestre de 2005. La tendance actuelle des indicateurs avancés donne à penser que l'économie continuera vraisemblablement de croître à un rythme modéré à court terme.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Même si la compétitivité des prix des voyages au Canada pour les Allemands a diminué parallèlement à la dépréciation de l'euro par rapport au dollar canadien, depuis le début de 2005, elle semble se stabiliser dernièrement. L'année dernière, les arrivées allemandes au Canada ont augmenté de 5,7 % par rapport à 2004. Cette année, les arrivées allemandes au cours des quatre premiers mois de 2006 étaient 2,3 % plus nombreuses qu'au même moment en 2005. On s'attend maintenant à ce que le nombre de voyages faits au Canada par les Allemands n'augmentent que très modestement à la suite de l'augmentation de 1,4 % de la capacité aérienne prévue au cours du troisième trimestre de 2006. Dans l'ensemble, malgré les défis qui persistent au chapitre de la compétitivité des prix, on s'attend à ce que la demande de voyages à destination du Canada progresse légèrement à court terme.

Allemagne - Tendances touristiques

Lufthansa réduit ses pertes au premier trimestre de 2006 : Le groupe Lufthansa a déclaré une perte nette de 62 millions d'euros (87,3 millions \$CAN) au premier trimestre se terminant le 31 mars 2006, une amélioration par rapport à la perte nette de 116 millions d'euros qu'il avait enregistré au même trimestre en 2005. Le trafic passagers du groupe s'est accru de 1 %, quoique le nombre de passagers ait progressé de 2,8 %. Le rendement des passagers a grimpé de 8,5 %, ce qui a contribué à accroître de 12,9 % les recettes passagers du transporteur. Le transporteur s'attend à ce que les résultats de son exercice entier soient sensiblement les mêmes que ceux de l'exercice précédent malgré la hausse des prix du carburant aviation.

En mai, le trafic passagers de Lufthansa a augmenté de 2,2 % comparativement au même moment un an plus tôt, et sa capacité s'est accrue de 1,4 %. Cependant, son nombre de passagers a progressé de 7,7 % par rapport à l'année précédente pour se chiffrer à 4,8 millions de passagers. Le transporteur a enregistré sa plus forte croissance dans son réseau européen, où ses ventes et son achalandage se sont accrues de 9,9 %. En ce qui concerne les vols nord-américains et sud-américains, les ventes ont chuté de 5,3 % et le nombre de passagers a diminué de 3,6 % principalement en raison des baisses accusées au chapitre de ses services vers l'Atlantique Sud.

Le mois de mai le plus occupé de l'histoire de l'aéroport de Francfort : Fraport, l'exploitant d'aéroport allemand, a signalé que l'achalandage à l'aéroport de Francfort avait été le plus élevé en mai 2006 par rapport à tout autre mois de mai de son histoire. Le nombre de passagers ayant transité par cette plaque tournante d'Allemagne a augmenté de 2,6 % par rapport à l'année dernière pour se chiffrer à 4,6 millions. La plus forte croissance du trafic passagers a été enregistrée sur les vols à destination de l'Europe du Nord (12,1 %), suivis de ceux vers l'Asie (7,5 %) et de ceux vers l'Europe occidentale (6,5 %). L'aéroport a aussi rapporté que les vols à destination du Japon et de la Chine avaient enregistré une très forte croissance sur le plan de l'achalandage, soit de 11,2 % et 16,7 % respectivement.

Les pertes des voyagistes diminuent : TUI AG, le plus important voyagiste d'Europe, a déclaré une perte nette de 94,1 millions d'euros au premier trimestre de 2006, une amélioration importante par rapport à la perte nette de 192,8 millions d'euros affichée au même trimestre en 2005. Les ventes de l'ensemble de ses divisions ont augmenté de 25 % par rapport à l'année dernière, mais ses revenus liés aux services touristiques sont demeurés sensiblement les mêmes (-0,2 %) que l'année précédente. Selon eyefortravel.com, TUI prévoit élargir ses services aériens à bas prix, ouvrir de nouveaux hôtels et réduire ses dépenses internes pour doubler ses bénéfices liés aux voyages au cours des deux prochaines années. TUI prévoit aussi accroître sa part du marché mondial du tourisme en ligne.

En Allemagne, tout particulièrement, le nombre de clients de TUI au premier trimestre est demeuré à peu près identique (-0,1 %) à celui enregistré au même trimestre en 2005. TUI a indiqué que les tendances de voyage des Allemands au cours de cette période avaient été « modérées » et décrit les clients allemands comme fortement préoccupés par les prix. Pour l'été 2006, l'entreprise a indiqué qu'elle s'attendait à une forte croissance dans son marché allemand après le tournoi de la Coupe du monde, « comme on a pu l'observer dans des situations semblables par le passé ». En mai, la clientèle allemande du marché des voyages d'été enregistrait une hausse de 2,2 % par rapport à l'année dernière, tandis que les ventes accusaient une baisse de 2 %.

Hausse des ventes des agences de voyages allemandes par rapport à l'an dernier : Selon la plus récente enquête TATS, menée auprès de 2 750 agences de voyages allemandes, les ventes de voyages d'agrément enregistrées par ces agences ont progressé de 2,1 %, entre janvier et avril, comparativement à la même période l'année dernière. L'ensemble des recettes touristiques pour l'exercice allant de novembre 2005 à octobre 2006 affichent une hausse de 1,3 % par rapport à l'année précédente. Les ventes de billets d'avion enregistrées au cours des quatre premiers mois de l'année ont toutefois grimpé de 7,3 % par rapport à la même période en 2005.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Mexique - Indice des indicateurs avancés du tourisme

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 (mai 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour le Mexique s'est accru de façon marquée en avril; le cours du marché et les prix du pétrole sont les éléments qui ont contribué le plus à cette hausse. Le taux de croissance de l'indice a progressé à un rythme de 4 % annuellement, récemment, alors que la vigueur des indicateurs avancés se généralise de plus en plus. Par ailleurs, la croissance du PIB réel a progressé à un taux annuel de 6,9 % au premier trimestre de 2006, une hausse par rapport au taux moyen de 4,1 % enregistré au second semestre de 2005. Malgré une certaine instabilité à court terme, la tendance récente des indicateurs avancés donne à penser que l'économie croîtra à un rythme modéré à court terme. Malheureusement, la compétitivité des prix des voyages au Canada pour les Mexicains continue de perdre du terrain parallèlement à la dépréciation soutenue du peso mexicain par rapport au dollar canadien.

En 2005, les arrivées mexicaines au Canada se sont accrues de 9,6 % en raison d'une solide croissance de 12,7 % au quatrième trimestre. Au cours des quatre premiers mois de 2006, les arrivées mexicaines ont continué d'enregistrer une solide croissance, augmentant de 20,3 % de plus comparativement à la même période en 2005. La capacité aérienne directe prévue vers le Canada, en particulier chez les transporteurs mexicains, devrait augmenter considérablement au cours de l'été 2006 par rapport aux niveaux enregistrés en 2005. La croissance solide prévue au chapitre de la capacité aérienne directe devrait permettre de contrebalancer une partie des pertes liées à l'affaiblissement du peso mexicain. Dans l'ensemble, les indicateurs avancés du tourisme donnent à penser que les arrivées mexicaines au Canada croîtront légèrement à court terme.

Mexique - Tendances touristiques

AeroMexico accuse davantage de pertes au premier trimestre : Selon *Air Transport World*, Consorcio Aeromexico, société mère du grand transporteur AeroMexico et du transporteur régional AeroLitoral, a affiché une perte nette de 270 millions de pesos (26,6 millions \$CAN) au premier trimestre se terminant le 31 mars 2006, soit près du double de la perte déclarée pour la même période en 2005. Le transporteur, qui portait auparavant le nom de Cintra, a indiqué que ses revenus d'ensemble pour cette période avaient chuté de 5,3 % par rapport à la même période l'année précédente. Les recettes passagers des vols internationaux ont chuté de 19,1 % au cours de cette période, en raison de l'appréciation du peso, de la date tardive du congé de Pâques et de la concurrence accrue sur les routes américaines. Les revenus intérieurs pour cette période ont diminué de 0,8 %. Au premier trimestre, le trafic passager a baissé de 4,8 % comparativement à l'année précédente, et la capacité aérienne a diminué de 3,6 %. La société a aussi déclaré une baisse de 2,2 % au chapitre de son rendement des passagers, une situation qu'elle attribue à un rajustement de ses tarifs qu'elle n'a eu d'autre choix que d'apporter pour faire face à la compétitivité croissante du marché.

Les transporteurs à bas prix du Mexique percent le marché américain : Selon le *Travel Weekly*, les transporteurs à bas prix du Mexique, qui sont en plein essor, commencent à percer le marché des États-Unis. Click Mexicana prévoyait commencer à offrir des vols quotidiens entre Cancun et Miami en juin, sous réserve de l'approbation du gouvernement des États-Unis. Avolar, un autre transporteur mexicain à bas prix, prévoit offrir des services vers différentes destinations des États-Unis d'ici à la fin de cette année.

Le trafic passagers des transporteurs d'Amérique latine continue de croître : Au premier trimestre de 2006, les transporteurs d'Amérique latine ont enregistré une hausse de 5,5 % au chapitre du trafic passagers (mesuré en PKP) par rapport au même trimestre en 2005, selon la Latin American Airline Association (AITAL). Le nombre de passagers transportés au cours de la même période s'est accru de 3,3 % par rapport à l'année précédente.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Japon - Indice des indicateurs avancés du tourisme

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 (mai 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour le Japon s'est accru sensiblement en avril, à la suite d'une baisse légère en mars. Depuis février, le taux annuel de croissance a diminué à 3 ou 4 %, soit une baisse par rapport au taux de croissance annuel de 4 ou 5 % enregistré au début de l'année. Quant à elle, la croissance du PIB réel a ralenti à un taux annuel de 1,9 % au premier trimestre, une diminution comparativement au taux de 4,3 % enregistré au quatrième trimestre de 2005. Néanmoins, la tendance récente des indicateurs avancés donne à penser que l'économie continuera de croître à un rythme modéré à court terme. Bien qu'elle soit moindre que l'été dernier, la compétitivité des prix des voyages au Canada pour les Japonais semble s'être stabilisée quelque peu depuis le début de l'année.

Les arrivées japonaises au Canada en 2005 ont affiché une hausse modeste de 1,1 % par rapport à 2004. Cependant, les arrivées au cours du quatrième trimestre ont diminué de 1,8 % comparativement à l'année précédente. Pour les quatre premiers mois de 2006, les arrivées japonaises ont affiché une baisse de 4,1 % par rapport à la même période en 2005. Bien qu'on s'attende à une diminution importante de la capacité aérienne directe totale vers le Canada au cours de l'été 2006 (-9,7 %), la capacité aérienne directe des transporteurs japonais devrait demeurer la même, voire augmenter légèrement. Dans l'ensemble, les indicateurs avancés du tourisme donnent à penser que les arrivées japonaises au Canada croîtront peu ou pas du tout à court terme.

Japon - Tendances touristiques

Résultats financiers mitigés pour les principaux transporteurs japonais : Japan Airlines Group (JAL) a affiché une perte nette de 47,2 milliards de yen (453 millions \$CAN) pour son exercice se terminant le 31 mars 2006, une baisse importante par rapport à l'année précédente, alors que le transporteur avait réalisé un bénéfice net de 30 milliards de yen. Une grande partie de cette baisse est attribuable à des pertes au chapitre du rendement de ses vols intérieurs, lesquels ont subi l'effet d'une série de problèmes de sécurité qui ont été vastement médiatisés. La hausse des prix du carburant a aussi joué un rôle déterminant dans ce déclin. Selon *Air Transport World*, le trafic passagers à destination des États-Unis, de la Corée et de Taïwan s'est maintenu, mais la demande de transport aérien vers l'Europe et l'Asie du Sud a diminué. Le trafic passagers chinois a diminué de 8 % comparativement à l'année précédente, en raison de différends culturels entre la Chine et le Japon. Selon le *Japan Times*, JAL espère redresser ses recettes passagers au cours de cet exercice, en offrant davantage de services en classe affaires et en première classe.

À l'inverse, All Nippon Airways Co. (ANA) a enregistré des revenus record pour son exercice se terminant le 31 mars 2006, ce qui lui a permis d'enregistrer un revenu net, pour l'exercice entier, presque équivalent à celui de l'exercice précédent. Le revenu net du transporteur pour l'année était de 26,7 milliards de yen, un légère baisse (-0,9 %) par rapport à l'année précédente. Les recettes passagers générées par ses services internationaux se sont accrues de 8,8 %, tandis que ses recettes intérieures ont augmenté de 4 % par rapport à l'année précédente. Selon le *Japan Times*, la forte demande de voyages intérieurs au cours de l'année, en particulier dans le marché des voyages d'affaires, a « plus que contrebalancé » les répercussions de la hausse des prix du carburant aviation sur la rentabilité du transporteur. Le transporteur s'attend à ce que la reprise de l'économie japonaise soutienne une croissance supplémentaire au chapitre de ses recettes intérieures et internationales.

Le développement de l'infrastructure accroît l'accessibilité du transport aérien : D'après un article publié récemment par le *Business Travel News*, l'infrastructure de l'industrie japonaise du transport aérien continue de se développer rapidement, ce qui a pour effet de rendre les services aériens considérablement plus accessibles et pratiques pour les voyageurs japonais. Parmi les projets d'expansion récents, on compte la nouvelle aile de l'aéroport international Narita, à Tokyo, et l'ajout d'un troisième aéroport desservant Osaka. L'ouverture, l'année dernière, de l'aéroport international Nagoya, au centre du Japon, a dès lors facilité la tâche des transporteurs internationaux desservant des destinations régionales. Pendant de nombreuses années, l'aéroport Narita était le seul point d'accès

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

international au Japon, mais l'aménagement de nouvelles infrastructures au cours des dernières années a radicalement changé la situation, ce qui a permis d'accroître considérablement l'accessibilité aux services aériens internationaux.

Les voyages japonais à destination de la Chine et de la Corée du Sud diminuent à mesure que les relations entre ces pays se détériorent : Selon un article publié dans le *Japan Times*, le gouvernement japonais a publié, en juin 2006, un rapport sur le tourisme pour l'année 2005, qui révélait une baisse marquée des voyages faits par les Japonais en direction de la Chine et de la Corée du Sud, deux importantes destinations de voyages. Les voyages faits à l'étranger par les Japonais se sont accrus de 9 % entre janvier et avril 2005, comparativement à l'année précédente, sous l'effet de l'augmentation de la demande de voyages et de l'appréciation du yen. À compter de mai, toutefois, à la suite d'une série de manifestations contre les Japonais, en Chine, et d'un conflit territorial avec la Corée du Sud, le marché des voyages à l'étranger a perdu une grande partie de sa vigueur, terminant l'année avec un gain d'à peine 3,4 % par rapport à 2004. Fait intéressant, les conflits politiques semblent avoir eu un effet beaucoup moindre sur les visiteurs de ces pays se rendant au Japon : les arrivées sud-coréennes au Japon ont augmenté de 10 % en 2005, et les arrivées chinoises se sont accrues de 6 % par rapport à l'année précédente.

Corée - Indice des indicateurs avancés du tourisme

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 (mai 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour la Corée s'est accru en avril, après avoir chuté de façon abrupte en mars. Le taux de croissance de l'indice a progressé, dans l'ensemble, depuis le second semestre de 2005, et il a fluctué aux environs de 7 % au cours des derniers mois. Cependant, les forces et faiblesses des indicateurs avancés se sont stabilisées davantage, alors que l'effet positif des cours du marché et des recettes réelles d'exportation a été contrebalancé par l'affaiblissement du secteur de la construction domiciliaire et l'accumulation des stocks manufacturiers. Par ailleurs, le PIB réel a crû à un taux annuel moyen de 5,1 % au premier trimestre de 2006, une baisse par rapport au taux de 6,7 % enregistré au second semestre de 2005. La tendance récente des indicateurs avancés donne à penser que l'économie croîtra à un rythme allant de modéré à accéléré à court terme. Grâce en grande partie à la vigueur du won coréen, la compétitivité des prix des voyages au Canada pour les Coréens a continué de se maintenir à un niveau assez favorable depuis le début de 2005.

Durant les quatre premiers mois de 2006, les arrivées coréennes semblent avoir amorcé une remontée après avoir enregistré un ralentissement à la fin de 2005, affichant une hausse de 3,3 % par rapport à la même période l'année dernière. La capacité aérienne directe prévue depuis la Corée du Sud au cours du troisième trimestre devrait croître modestement de 3,1 %, la plus grande partie de cette croissance étant attribuable aux transporteurs canadiens. Dans l'ensemble, les indicateurs avancés du tourisme donnent à penser que les arrivées coréennes continueront d'augmenter modestement à court terme.

Corée - Tendances touristiques

Korean Air affiche des profits au premier trimestre : Korean Air a affiché des bénéfices nets de 127 milliards de won (1,2 milliard \$CAN) au premier trimestre se terminant le 31 mars 2006, soit plus du double des bénéfices enregistrés au même trimestre en 2005, selon *Air Transport World*. Le transporteur attribue cette forte croissance des bénéfices à l'augmentation de la demande au chapitre du transport de passagers et de fret, de même qu'à l'appréciation du won coréen. Le trafic passagers international (mesuré en PKP) s'est accru de 7,3 %, et le rendement des passagers sur ces liaisons a progressé de 7,8 %, donnant lieu à une augmentation de 9,8 % des recettes passagers internationales. Le trafic intérieur a augmenté de 6,6 %, tandis que le rendement intérieur s'est accru de 2,8 %.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Las Vegas mise sur la croissance du marché coréen : Un reportage récent de Reuters indiquait que Korean Air avait signé une entente de service direct avec les représentants officiels de l'industrie du tourisme de Las Vegas afin d'offrir des vols sans escale entre Séoul et Las Vegas à compter de septembre. La Las Vegas Convention and Visitors Authority croit qu'un tel service permettra d'accroître les visites coréennes de 50 % en moins d'un an. Excluant le Canada et le Mexique, la Corée se place déjà au cinquième rang des marchés émetteurs les plus importants de Las Vegas, quelque 200 000 Coréens visitant cette destination chaque année. Korean Air a indiqué que Las Vegas « changeait ses couleurs » : cette ville basée principalement sur les casinos se positionne maintenant comme une destination de vacances offrant des terrains de golf exceptionnels, de très bons restaurants et des divertissements fantastiques pour toute la famille.

Les Coréens font de plus en plus de voyages outre-mer : Les Coréens ont fait 12,2 % plus de voyages outre-mer en avril 2006 qu'en avril 2005, selon le plus récent rapport sur le marché, publié par Tourism Australia. Les voyages à destination de l'Asie ont augmenté de 11,8 %, et ceux faits en Europe se sont accrus de 7,9 %, mais les voyages aux États-Unis ont diminué de 1,6 % par rapport à l'année dernière. Les voyages court-courriers vers la Chine et le Japon ont affiché la plus forte croissance, augmentant de 15,9 % et 32,7 % respectivement. Ce rapport indiquait aussi qu'avril était le troisième mois consécutif où les voyages coréens à l'étranger avaient enregistré un taux de croissance de plus de 10 %.

Chine - Indice des indicateurs avancés du tourisme

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 (mai 2006).

Selon le plus récent rapport de Consensus Economics, l'économie de la Chine est bien placée pour enregistrer une croissance de 9,6 % en 2006, une hausse par rapport au taux de croissance de 9,1 % prévu le mois dernier. Par suite de la diffusion d'une série de rapports solides pour le premier trimestre, y compris la croissance annualisée du PIB réel de 10,2 %, on craint de plus en plus l'économie en surchauffe. Pour limiter la croissance économique, la Banque populaire de Chine a récemment haussé son taux d'intérêt débiteur de 27 points de base, portant ainsi son taux repère d'un an à 5,85 %. Il s'agissait de la première hausse du taux d'intérêt depuis octobre 2004.

Les arrivées chinoises au Canada ont augmenté de 14,8 % en 2005. Au cours des quatre premiers mois de 2006, les arrivées chinoises au Canada ont continué d'augmenter de façon fulgurante, enregistrant une croissance de 19,8 % comparativement à la même période en 2005. Sous l'effet d'une solide croissance du côté des transporteurs canadiens, la capacité aérienne directe entre la Chine et le Canada devrait augmenter considérablement (soit de 17,4 %) au troisième trimestre de 2006. Dans l'ensemble, les conditions économiques favorables et les fortes tendances touristiques (voyageurs et fournisseurs) donnent à penser que les visites chinoises au Canada continueront de croître avec vigueur.

Chine - Tendances touristiques

Air China et Cathay Pacific forment un partenariat puissant : Selon *Air Transport World*, Air China a formé un partenariat financier avec Cathay Pacific Airways et Dragonair de Hong Kong, qui, une fois approuvé par les actionnaires, créera le groupe aérien le plus puissant d'Asie. Grâce à ce nouveau partenariat, Air China et Cathay Pacific Airways (qui sera propriétaire à part entière de Dragonair lorsque le partenariat aura été approuvé), auront un accord réciproque pour la vente des billets d'avion, de même qu'un accord complet de partage des codes de vol. Cathay Pacific a indiqué que ce partenariat permettra d'améliorer l'accès aux services aériens en direction et au départ de la Chine et de renforcer le rôle de Hong Kong et de Beijing à titre de plaques tournantes de l'aviation commerciale.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

La demande de voyages demeure forte chez les Chinois : Selon les prévisions récentes de l'Administration nationale du tourisme de la Chine, publiées récemment dans un article du *China Daily*, 35 millions de Chinois voyageront outre-mer cette année, une hausse de 10 % par rapport à 2005. La Chine deviendra donc la plus grande source de tourisme émetteur en Asie. Cet article indiquait que les voyages outre-mer sont devenus une mode pour les Chinois durant la Semaine d'or, une période de congé comprenant la fête des travailleurs, la fête nationale et le festival du printemps. Les statistiques obtenues auprès des représentants officiels de l'industrie française du tourisme révèlent que les visiteurs chinois dépensent aussi beaucoup d'argent. Lorsqu'ils visitent la France, ils dépensent en moyenne trois fois plus que les touristes américains ou européens.

Selon un rapport diffusé récemment par le Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC), on prévoit que la demande touristique des Chinois (y compris les éléments consommation, investissement, dépenses gouvernementales et exportations) augmentera de 14 % cette année, pour atteindre une valeur de 2,77 billions de yuan (386 milliards \$CAN), soit 2,9 % du PIB total de la Chine. Le WTTC prévoit que la demande touristique chinoise croîtra à un taux annuel moyen de 8,7 % au cours des dix prochaines années.

Par ailleurs, selon le *South China Morning Post*, les voyageurs de Beijing semblent maintenant privilégier des vacances axées sur la détente, comparativement aux années passées. Une agence de voyages vers l'étranger a indiqué que les voyages organisés qui permettaient de visiter jusqu'à 11 pays au cours d'un même voyage étaient populaires auparavant, mais les voyageurs de Beijing optent maintenant davantage pour des forfaits axés sur un seul pays à la fois. Les activités favorites des touristes Chinois demeurent les mêmes - magasinage et visites touristiques - mais les voyageurs désirent maintenant prendre leur temps pour s'adonner à ces activités.

Expedia perce le marché chinois : eLong Inc., un fournisseur chinois de services touristiques en ligne qui appartient majoritairement à Expedia, a affiché une perte nette au premier trimestre de 2006, mais ses revenus de voyages se sont accrus de 47 % par rapport à l'année dernière. D'après un article paru récemment dans *The Australian*, l'entreprise prévoit augmenter considérablement sa banque d'information sur les hôtels internationaux, de manière à saisir une plus grande part des réservations faites par les voyageurs chinois à des destinations étrangères. Cette amélioration consiste en l'ajout de 4 000 nouvelles propriétés internationales et de 140 destinations partout dans le monde, y compris des photos et des visites virtuelles. Les réservations d'hôtel génèrent 75 % des revenus de l'entreprise, alors que 14 % des revenus proviennent des réservations de billets d'avion. Même si les Chinois utilisent rarement les cartes de crédit, Expedia croit que les voyageurs chinois se tourneront de plus en plus vers Internet pour faire leurs réservations de voyages. À l'heure actuelle, la plupart des réservations traitées par l'entreprise sont faites au téléphone plutôt que par Internet.

Australie - Indice des indicateurs avancés du tourisme

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 (mai 2006).

L'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour l'Australie a progressé légèrement en avril, la cinquième hausse enregistrée au cours des six derniers mois. Le taux de croissance de l'indice a progressé à un rythme de 3 ou 4 % annuellement au cours des derniers mois, soit une hausse annualisée d'environ 2 % d'ici à décembre. Par ailleurs, le PIB réel a crû à un taux annuel de 3,5 % au premier trimestre de 2006, une hausse par rapport au taux annuel de 1,9 % enregistré au second semestre de 2005. La tendance actuelle des indicateurs avancés donne à penser que l'économie continuera de croître à un rythme modéré à court terme. L'an dernier, la valeur du dollar australien a fait relativement bonne figure vis-à-vis du dollar canadien presque toute l'année, 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 l'année dernière, mais l'augmentation rapportée pour le quatrième trimestre était plus modeste (3,1 %). Les arrivées australiennes au Canada ont diminué de 7 % au cours des quatre premiers mois de 2006, comparativement à la même période en 2005. On ne semble toujours pas prévoir de vols directs pour l'été 2006, mais on s'attend à ce que la capacité aérienne augmente (vols comportant une escale) avec le concours des transporteurs australiens. Dans l'ensemble, les indicateurs avancés du tourisme donnent à penser que les arrivées australiennes au Canada progresseront peu ou pas du tout à court terme.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Australie - Tendances touristiques

Le coût du carburant aviation nuit à la rentabilité de Qantas : Qantas Airways Ltd. a récemment révisé à la baisse ses prévisions de bénéfices pour son exercice se terminant le 30 juin 2006 en raison des répercussions profondes de la hausse des coûts du carburant aviation. Le transporteur a indiqué que ses dépenses annuelles en carburant aviation augmenteraient de 1 milliard \$A (816 millions \$CAN) par rapport à l'année précédente, même après couverture. La plus grande partie de cette augmentation ne pourra pas être récupérée au moyen des suppléments carburant ajoutés au prix des billets d'avion.

En avril 2006, selon les plus récentes statistiques du transporteur, le trafic passagers sur toutes les lignes de Qantas Airways s'est accru de 6,7 %, et la capacité a augmenté de 5,3 % par rapport au même mois en 2005. Le rendement des passagers pour ce mois a grimpé de 5,7 %. Le trafic passagers sur les vols internationaux de Qantas a augmenté de 5,2 % par rapport à l'année précédente, et la capacité aérienne de Qantas International s'est accrue de 3,3 %, bien que le nombre de passagers transportés soit demeuré à peu près inchangé. Au cours de ce mois, le nombre de passagers sur les vols intérieurs a diminué de 1,9 %.

Les Australiens font leurs réservations en ligne plus longtemps d'avance : Selon le plus récent *ZUJI Online Travel Report*, les Australiens font leurs réservations en ligne de plus en plus longtemps d'avance. Au premier trimestre de 2006, 45 % des réservations d'hôtel à partir du site Web de voyage ZUJI étaient faites au moins 30 jours ou plus à l'avance, tandis qu'environ le quart étaient faites au cours de la semaine précédant le séjour. Il y a deux ans, 35 % des réservations d'hôtel à partir du site Australien ZUJI étaient faites au cours de la semaine du séjour. En revanche, les tendances des réservations de billets d'avion pour des destinations étrangères demeurent sensiblement les mêmes. Au premier trimestre, environ le quart des réservations de billets d'avion pour des destinations étrangères par l'entremise de ZUJI étaient faites dans les deux semaines précédant la date de départ, tandis que près de la moitié (43 %) de ces réservations en ligne étaient faites de deux à huit semaines avant la date de départ. Le rapport mentionnait aussi que bon nombre de ces vols internationaux sont des vols long-courriers.

Les perspectives de croissance du tourisme émetteur australien demeurent favorables : Tourism Australia a récemment publié ses dernières prévisions, lesquelles indiquent que les voyages australiens de courte durée à l'étranger croîtront de 6 % cette année pour atteindre la barre des cinq millions. La force du dollar australien devrait continuer de stimuler la demande de voyages à l'étranger en grande partie au détriment des voyages intérieurs. Au cours des dix prochaines années, les voyages à l'étranger devraient croître selon un taux annuel de 2,8 %. Ce taux est plus élevé que le taux prévu de croissance de la population australienne en général, ce qui suppose une augmentation, chez les Australiens, de la propension aux voyages outre-mer. Cette hausse s'explique en partie par l'augmentation prévue du nombre de baby-boomers âgés de 65 ans et plus, qui ont à la fois le temps et l'argent nécessaires pour voyager et sont plus enclins que les générations précédentes à faire des voyages à l'étranger après avoir pris leur retraite.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Aperçu économique

Amérique du Nord

Malgré le rebondissement de l'activité économique observé aux États-Unis au premier trimestre de 2006, on s'attend à un ralentissement marqué au fur et à mesure que l'année avancera. L'économie fonctionne actuellement à sa capacité productive, et le taux de chômage est inférieur à 5 %. Cette situation a amené la Réserve fédérale américaine à hausser les taux d'intérêt à leur niveau le plus élevé depuis cinq ans, le 29 juin dernier, afin d'atténuer les pressions inflationnistes. En dehors des États-Unis, toutefois, la demande intérieure a eu pour effet d'améliorer les perspectives de l'économie canadienne, et le Mexique continue de bénéficier d'une hausse de la demande de produits d'exportation. L'augmentation des revenus générés par l'exportation de pétrole a aussi incité le gouvernement à dépenser davantage dans les projets d'infrastructures qui, de leur côté, ont alimenté l'industrie mexicaine de la construction.

Même si l'on ne s'attend pas à ce que la faiblesse de la croissance économique aux États-Unis freine de façon marquée la croissance en Amérique du Nord, cette année, on croit toutefois qu'elle pourrait la restreindre à un taux de 2,7 % en 2007. À ce moment-là, on s'attend à ce que le ralentissement du marché de l'habitation vienne limiter les dépenses des ménages. On prévoit également que la hausse des taux d'intérêt et la flambée des prix de l'énergie intensifieront cet effet. Le ralentissement économique des États-Unis n'aura peut-être pas de répercussions importantes sur l'économie du Canada, l'an prochain, mais il nuira vraisemblablement aux exportations du Mexique.

Europe

Les perspectives économiques actuelles pour la plupart des pays d'Europe sont beaucoup plus favorables qu'elles ne l'étaient en 2004-2005. Le PIB réel devrait croître de 2,2 % cette année et de plus de 2 % en 2007. Même s'il ne s'agit pas là d'une croissance extraordinaire par rapport à ce que l'on observe ailleurs dans le monde, on accueille avec satisfaction l'amélioration qu'elle représente par rapport aux taux de croissance oscillant entre 1 et 1,5 %, enregistrés depuis 2000.

On craint cependant que les prix élevés des produits de base viennent accentuer davantage l'inflation. La Banque centrale européenne et plusieurs pays d'Europe ont donc commencé à hausser les taux d'intérêt pour contenir les pressions inflationnistes. La hausse des taux d'intérêt entraînera une augmentation des coûts d'emprunt mais devrait limiter la hausse des prix à la consommation dans la zone européenne aux environs de 2 % en 2006 et 2007. Si l'inflation s'accélère et dépasse la marque des 2 %, les banques centrales augmenteront vraisemblablement davantage les taux d'intérêt, ce qui menacera la croissance économique qui s'amorce maintenant.

Asie-Pacifique

Une grande partie de la réussite des économies de la région Asie-Pacifique est attribuable à la performance solide du secteur de l'exportation. Les manufacturiers sont résolus à fabriquer des produits qui sont fortement en demande dans les pays industrialisés. Ce modèle éprouvé, générateur de réussite, comporte aussi ses failles, car il peut être vulnérable aux fluctuations prononcées des taux de change. La dépréciation du dollar américain par rapport à de nombreuses autres devises importantes dans la région Asie-Pacifique aura pour effet d'augmenter le coût des exportations vers le grand marché des États-Unis.

Afin de maintenir la compétitivité de leurs devises respectives, beaucoup de marchés d'Asie n'ont d'autre choix que de hausser les taux d'intérêt au même rythme que les États-Unis, ce qui a pour effet de réduire la consommation intérieure et l'investissement. De même, la demande de produits de haute technologie montre des signes de ralentissement, les entreprises et les ménages des pays industrialisés ayant peut-être atteint leur point de saturation relativement à leurs besoins d'équipement de pointe. On s'attend à ce que l'affaiblissement de la demande de produits de haute technologie porte un coup particulièrement dur aux économies de Taïwan, de Thaïlande et de Malaisie, qui sont basées sur la fabrication de ces produits. On s'attend à ce que le PIB réel progresse de 5 %, cette année, mais cette croissance devrait ralentir au cours du dernier semestre. On prévoit que la croissance économique de la région sera de 4,5 % en 2007.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

Possibilités

Selon un article publié récemment sur le site Travelmole.com, une étude réalisée par TripVision Ltd., une firme de recherche établie au Royaume-Uni, a permis d'analyser les préférences des voyageurs britanniques quant à la préparation et aux réservations de voyages afin de déterminer quelle serait la meilleure façon de commercialiser différents produits de tourisme auprès de segments particuliers de ce marché. Les résultats de cette étude répartissent les vacanciers britanniques parmi cinq groupes, chacun ayant sa façon bien à lui d'envisager les réservations de voyages. Les « explorateurs » cherchant de nouvelles options touristiques et technologiques, ont tendance à choisir des forfaits indépendants et préfèrent réserver en ligne, n'utilisant les services d'agences de voyages que pour obtenir de la documentation imprimée. Les « dépensiers » raffolent des nouveautés et des marques haut de gamme; ils utilisent Internet pour faire des recherches sur les destinations touristiques, mais ils préfèrent faire leurs réservations par l'entremise d'agents de voyages pour gagner du temps. De fait, ils sont prêts à dépenser davantage pour obtenir un meilleur service. Les « conformistes » suivent le courant quand vient le temps de préparer leurs vacances et ils utilisent une gamme de méthodes pour faire leurs réservations. Enfin, les voyageurs de « l'âge d'or » qui jouissent de leur retraite aiment voyager mais évitent la technologie, tandis que les « casaniers » préfèrent faire des voyages en automobile sans trop s'éloigner de leur domicile. Ces deux derniers groupes s'en remettent beaucoup aux agents de voyages pour préparer et réserver leurs vacances. Cet article indiquait aussi que de façon générale, au Royaume-Uni, les consommateurs des groupes socioéconomiques plus élevés, qui voyagent souvent et achètent des forfaits indépendants, sont les plus susceptibles de faire leurs réservations en ligne

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	++ (+)	- (-)	+ (+)	+ (+)	+ (+)
États-Unis	+ (+)	-- (--)	- (--)	- (-)	- (-)
Royaume-Uni	+ (+)	- (--)	0 (0)	0 (0)	+ (+)
France	+ (+)	- (--)	0 (0)	0 (+)	+ (+)
Allemagne	+ (+)	- (--)	0 (0)	0 (0)	+ (+)
Mexique	++ (+)	-- (-)	++ (++)	++ (++)	+ (+)
Japon	+ (+)	- (--)	- (0)	- (-)	0 (0)
Corée	++ (++)	0 (0)	+ (+)	0 (+)	+ (+)
Chine	+++ (+++)	- (-)	++ (++)	++ (++)	++ (++)
Australie	+ (+)	- (--)	- (0)	+ (+)	0 (+)

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 (mai 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.

La vigueur de l'économie continue de stimuler la demande de voyages estivaux

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.