



## CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme Numéro 35 : septembre 2006

# ***La sécurité et la conjoncture économique posent des problèmes croissants pour le tourisme***

### Sommaire

- Le présumé complot terroriste découvert au Royaume-Uni en août a de nouveau rappelé la vulnérabilité du tourisme mondial. Même s'il ne semble pas avoir y eu de répercussions durables sur la demande de voyages, la sécurité aérienne a encore été resserrée par suite de la conspiration déjouée, caractérisée par le recours à des explosifs liquides déguisés en articles inoffensifs dans les bagages de cabine. En conséquence, les liquides et gels sont maintenant interdits dans les bagages de cabine, ce qui augmente les inconvénients des voyages en avion. Certains voyageurs perçoivent ces nouvelles restrictions comme un prix raisonnable à payer pour la sécurité. D'autres par contre, en particulier les voyageurs d'affaires, trouvent que les mesures de sécurité des transports aériens deviennent de plus en plus lourdes à supporter.
- Par ailleurs, d'autres nuages sont apparus à l'horizon du marché américain des voyages. La confiance des consommateurs américains a baissé considérablement en août par suite des pressions occasionnées par la poussée des prix de l'essence, l'affaiblissement du marché du travail et la baisse des prix des maisons. Dans l'ensemble, les perspectives de l'économie américaine sont plus moroses, ce qui laisse supposer que la faiblesse des visites au Canada à partir des États-Unis se poursuivra en 2007.
- Jusqu'à présent, les solides résultats des marchés intérieur et outre-mer ont en partie compensé les tendances baissières des visites des Américains. Selon les plus récentes prévisions du *Canadian Industrial Outlook* du Conference Board du Canada, la rentabilité de l'industrie canadienne du tourisme atteindra un nouveau sommet de 1,05 milliard de dollars cette année, principalement en raison de la forte demande intérieure. En particulier, l'effort accru consacré à la promotion des destinations canadiennes par les organismes provinciaux et régionaux du tourisme a été un facteur majeur dans la remontée des voyages intérieurs. La vigueur des facteurs économiques fondamentaux du Canada devrait permettre aux Canadiens et aux entreprises canadiennes de continuer à avoir les moyens financiers nécessaires pour voyager dans les mois à venir.

### **Nouvelles tendances et questions d'actualité - Les canaux de commercialisation en ligne attirent un nombre croissant de voyageurs canadiens**

- Le paysage de la commercialisation des voyages au Canada a été transformé ces dernières années à cause de forces telles que les événements mondiaux, l'intégration verticale des voyageurs et, surtout, la croissance rapide du marché des voyages en ligne. De fait, depuis les quatre dernières années, la façon dont les Canadiens achètent leurs voyages a considérablement changé. Depuis 2002, le degré auquel les Canadiens font appel aux agences de voyages pour planifier des vacances a connu une véritable chute. En même temps, un nombre croissant de Canadiens considèrent Internet comme une précieuse ressource pour planifier leurs voyages.

## La sécurité et la conjoncture économique posent des problèmes croissants pour le tourisme

- Cependant, la disposition à passer des recherches préalables aux réservations n'a pas réellement changé au cours des dernières années. Pour de nombreux Canadiens réticents à faire des achats en ligne, les préoccupations quant à la sécurité restent un grand obstacle. À mesure que les consommateurs deviennent plus à l'aise avec la technologie en ligne et que la sécurité des fonctions de cybercommerce se perfectionne, le potentiel de conversion des « chercheurs » en ligne en « acheteurs » en ligne progressera aussi.

## Vue d'ensemble du marché des consommateurs (voyageurs) - Amérique du Nord

- Les perspectives à court terme de la demande de voyages au Canada demeurent relativement solides, même s'il faut prévoir que les Canadiens resteront plus près de chez eux en raison des prix élevés de l'essence. Dans la plus récente enquête sur les intentions de voyages réalisée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme (ICRT), près de 44 % des Canadiens interviewés en juin affirmaient prévoir prendre des vacances entre novembre 2006 et avril 2007 - soit un peu moins ( 1,2 %) qu'un an plus tôt. Cependant, le pourcentage de répondants planifiant des vacances au Canada cet hiver a augmenté à 17,4 %, alors qu'il était de 16,6 % dans l'enquête de 2005. En outre, davantage de voyageurs prévoyant un voyage intérieur en hiver ont l'intention de se rendre à leur destination en auto cette année.
- Aux États-Unis, les prix élevés de l'essence ont incité un nombre important d'Américains à modifier leurs projets de voyages. Dans un sondage réalisé en juillet par le Conference Board, Inc., le tiers des ménages américains interviewés affirmaient que la récente flambée des prix de l'essence les avait amenés à modifier leurs projets de vacances. Parmi ceux-ci, 74 % disaient qu'ils seraient moins portés à prendre la route et 63 %, qu'ils resteraient plus près de chez eux. En outre, certains entendent reporter ou abrégé leurs vacances (26 % dans chaque cas), voire les annuler (25 %).
- La plus récente étude comparative de HRG Amérique du Nord auprès des entreprises révèle qu'en 2005, ses entreprises canadiennes clientes ont payé en moyenne 7 % de plus pour les billets d'avion intérieurs alors que, pour les vols aux États-Unis et les autres destinations internationales, les prix ont baissé respectivement de 8,5 % et 1,3 %. HRG s'attend à ce que les tarifs aériens moyens augmentent pour tous les marchés en 2006 étant donné que la hausse des coûts du carburant continue de faire augmenter les prix des billets d'avion. Vu la demande croissante d'hébergement, HRG prévoit aussi une augmentation « substantielle » des tarifs des hôtels cette année, après la hausse moyenne de 2 % payée par ses clients en 2005.

## Vue d'ensemble de la situation des fournisseurs de voyages - Amérique du Nord

- Air Canada et WestJet ont tous deux augmenté leur capacité intérieure. Jusqu'à présent, il semble que le marché absorbe les sièges supplémentaires. Cette hausse de la capacité a empêché les tarifs de grimper au début de l'été; en août toutefois, ils ont enregistré une modeste hausse par rapport à l'année passée. Jusqu'à maintenant, l'alerte connue au Royaume-Uni ne semble pas avoir beaucoup nui aux voyages en avion, mais les analystes restent prudents quant aux perspectives de l'industrie canadienne des transporteurs aériens, surtout en raison de l'escalade des coûts du carburant.
- Aux États-Unis, la montée des coûts du carburant aviation a entraîné de nouvelles hausses des tarifs aériens, qui se sont relativement bien maintenues et ont ainsi apporté aux transporteurs américains une forte augmentation de revenus. Les transporteurs ont encore réduit la capacité intérieure, et la demande reste vive, ce qui réduit les pressions de la concurrence sur le marché américain. En même temps, la capacité des vols internationaux continue d'augmenter puisque les transporteurs tentent de profiter de leurs routes plus lucratives. De fait, les vols entre les États-Unis et l'Europe ont augmenté de 21 % au cours des trois dernières années; l'augmentation provient aux deux tiers des transporteurs américains qui ont ainsi augmenté leur part du marché des vols entre les États-Unis et l'Europe de 45 % en 2003 à 49 % en 2006.
- L'industrie hôtelière canadienne continue d'améliorer son rendement : les tarifs quotidiens moyens poursuivent leur tendance haussière et la demande d'hébergement est en augmentation. Par contre, les augmentations de l'offre de chambres d'hôtel au Canada ont été minimes de sorte que les taux d'occupation ont continué de progresser. Dans l'ensemble, l'industrie hôtelière canadienne devrait retrouver la rentabilité cette année grâce à la hausse des revenus et au ralentissement des augmentations des coûts.

## Aperçu international

- Selon les estimations d'OAG, le complot terroriste déjoué le 10 août 2006 a perturbé 400 000 passagers uniquement ce même jour et il a fallu une semaine pour que les activités des transporteurs aériens reviennent à la normale au Royaume-Uni. Heureusement, l'événement ne semble pas avoir produit, au Royaume-Uni, d'effet important sur la confiance quant aux voyages. Dans une enquête britannique commandée par le *Guardian* environ deux semaines plus tard, 81 % des répondants affirmaient que l'alerte n'aurait aucune incidence sur leurs projets de voyages futurs. Seulement 15 % des répondants affirmaient être moins portés à prendre l'avion en raison de la menace du terrorisme.
- Les voyageurs allemands ont fait état de ventes affaiblies dans la période précédant la Coupe du monde 2006 de la FIFA. Les plus récentes données de Statistique Canada indiquent que l'organisation de la Coupe du monde a fait baisser les visites en provenance d'Allemagne et d'autres pays d'Europe de l'Ouest en juin. Heureusement, partout en Europe, les voyageurs ont signalé une solide reprise des réservations depuis la mi-juillet.
- La concurrence pour attirer les voyageurs internationaux continue de s'intensifier. Les organismes Visit Britain et Tourism Australia ont tous deux annoncé récemment qu'ils s'emploieront à faire revenir les visiteurs japonais maintenant que les voyages à l'étranger à partir du Japon sont en reprise. Visit Britain affirme qu'il ciblera spécialement les baby-boomers japonais parce que ceux-ci « profitent nettement de la vie après la carrière ». Tourism Australia entend modifier la perception des voyageurs japonais selon laquelle l'Australie est devenue « défraîchie et démodée ». Par ailleurs, United Airlines a récemment déménagé son bureau régional de ventes et de marketing de Miami (Floride) à Mexico en raison de la forte augmentation de voyageurs en provenance du Mexique ces dernières années.

## Aperçu économique

- De plus en plus d'indices annoncent un ralentissement de l'activité économique aux États-Unis. Les ventes au détail ont baissé, la croissance du marché du travail s'essouffle et les marchés immobiliers se calment rapidement. Le fort ralentissement du marché immobilier marque la fin de l'effet de richesse aux États-Unis. L'économie canadienne restera relativement isolée du ralentissement américain puisqu'elle compte largement sur la demande intérieure pour assurer sa croissance. Comme les dépenses des consommateurs et les investissements des entreprises continuent d'augmenter à un rythme sain, elle résistera sans doute à l'orage. Dans l'ensemble, on prévoit que la croissance réelle du produit intérieur brut (PIB) de l'Amérique du Nord baissera à 2,5 % l'an prochain.
- L'économie européenne continue d'enregistrer de très bons résultats. À la faveur d'une forte croissance en France et d'améliorations en Allemagne et en Italie, le PIB global de la zone euro a augmenté de 2,4 % au deuxième trimestre de 2006. La hausse de la confiance des entreprises et de l'investissement des entreprises françaises et allemandes explique largement la récente évolution. L'économie européenne devrait continuer de bien progresser en 2006 mais ralentira à l'aube de 2007. Comme les prix pétroliers demeureront élevés et que l'inflation suscitera des inquiétudes, de nouvelles hausses des taux d'intérêt sont probables. En conséquence, la croissance économique européenne passerait de 2,4 % en 2006 à 2,1 % en 2007.
- La forte croissance des exportations continue d'être le principal moteur de l'économie de la région Asie-Pacifique. La Chine est toujours en tête de peloton, avec une nouvelle année de croissance de près de 10 %. D'autres pays, comme le Japon, connaissent toutefois aussi de bons résultats. Outre les exportations directes aux États-Unis, de plus en plus de pays asiatiques commencent à exporter leurs produits vers la Chine, qui les intègre aux produits qu'elle vend aux États-Unis. Des difficultés pourraient survenir lorsque la croissance des exportations asiatiques ralentira par suite de la forte baisse des dépenses des consommateurs américains. La baisse de la demande d'équipement de haute technologie a déjà nui aux économies de Taïwan, de la Thaïlande et de la Malaisie. D'autres pays souffriront sans doute une fois que la baisse de la demande se répandra.

## Possibilités

- Le marché « gris » asiatique (voyageurs plus âgés) offre un énorme potentiel : Le réseau d'agences de voyages Abacus International, qui dessert la région Asie-Pacifique, a récemment indiqué que, selon eyefortravel.com, les voyageurs du marché « gris » constituent un des segments les plus dynamiques du marché des voyages d'Asie. De plus en plus d'ainés conservent la santé et la forme dans la soixantaine avancée et considèrent comme naturel de consacrer temps libre et argent aux voyages. Le marché devrait continuer de progresser pendant la prochaine décennie puisque la population asiatique continue de vieillir. Cependant, les fournisseurs de voyages devront faire preuve de créativité et servir ce marché en portant attention au client, façonnant leurs services pour combler les besoins particuliers de ce marché.
- Transformer des citrons en limonade : À l'approche des échéances américaines concernant les passeports (dans le cadre de l'Initiative relative aux voyages dans l'hémisphère occidental), certains fournisseurs de voyages adoptent des mesures proactives en vue d'atténuer l'effet négatif de la nouvelle réglementation. Le voyageur américain Apple Vacations offre d'aider à compenser le coût d'obtention d'un passeport américain avec sa promotion « You Fly, We Buy ». Lorsqu'un client réserve un forfait de vacances de sept jours pour 2007, Apple lui offre 100 \$ de réduction par personne, montant qui peut servir à régler les droits d'acquisition ou de renouvellement du passeport américain.
- L'essor du recours à Internet pourrait profiter à l'industrie canadienne du tourisme : Le marché chinois des voyages en ligne se développe à mesure que l'accès à Internet se répand en Chine, et il est prêt à prendre un grand essor. C'est ce que l'on peut retenir de la conférence Travel Distribution - China organisée par eyefortravel.com. Selon l'agence de voyages en ligne eLong, le recours à Internet en Chine a augmenté de presque 20 % au premier semestre de 2006 par rapport à un an plus tôt, atteignant 123 millions d'internautes. Au Mexique, selon un récent rapport de recherche sur les marchés de Datamonitor, l'accès à Internet haute vitesse semble prêt à augmenter considérablement dans les prochaines années grâce à la forte demande des consommateurs. La plus grande entreprise de télécommunication du pays, Telmex, prévoit dépenser jusqu'à 2 milliards de dollars américains pour améliorer l'infrastructure mexicaine des télécommunications, ce qui permettra une forte augmentation de l'accès à Internet haute vitesse partout au pays.