



Bulletin de renseignements sur le tourisme

Une autre tuile s'abat sur une industrie du tourisme vulnérable

Numéro 51 : mai 2009

Le Bulletin de renseignements sur le tourisme suit l'évolution de l'industrie touristique dans le monde. Le présent numéro traite des renseignements sur le tourisme recueillis au cours des mois de mars et avril 2009.

Vue d'ensemble

Vue d'ensemble du tourisme : Amérique du Nord

- **Les craintes liées à une possible pandémie de grippe pourraient avoir des conséquences graves pour le tourisme à court terme.** L'industrie du tourisme est sur le qui-vive depuis l'apparition de l'épidémie de grippe « porcine » H1N1 qui, ont averti les représentants de la santé, pourrait se transformer en pandémie si elle n'est pas maîtrisée. L'Organisation mondiale de la santé a avisé les pays de ne pas imposer de restrictions de voyage pour le moment, et, à ce jour, les compagnies aériennes n'ont rapporté aucune réduction importante de la demande de voyages, sauf pour les voyages au Mexique. Cette situation rappelle toutefois la crise du SRAS de 2003 – elle avait aussi commencé au printemps et avait grandement réduit le volume des voyages cet été-là. L'inquiétude relative à l'épidémie de grippe H1N1 menace d'aggraver la situation de faible demande à laquelle est confrontée l'industrie du tourisme. (Voir « Voyages d'agrément », page 5 et « Tourisme intérieur », page 11.)

Un sondage réalisé avant l'épidémie de grippe montre que les intentions de voyages des Canadiens au pays ont augmenté de façon importante depuis l'été dernier, selon le Conference Board du Canada. Toutefois, plutôt que de prendre de longues vacances, les voyageurs opteront vraisemblablement pour des congés et des voyages moins longs pour visiter des membres de leur famille ou des amis cet été. De plus, les inquiétudes concernant leurs finances personnelles et l'économie canadienne devraient inciter plusieurs voyageurs à resserrer leurs dépenses dans ce domaine. (Voir « Les intentions de voyages des Canadiens ont augmenté depuis l'année dernière », page 5.)

- **Les intentions de vacances des Américains ont chuté encore plus au mois d'avril.** Selon le dernier rapport du Consumer Confidence Sondage réalisé par le Conference Board, Inc. aux États-Unis, les intentions de voyages des Américains ont atteint un nouveau creux, tombant sous le record précédent, atteint au mois de juin 2008. Heureusement, la confiance des consommateurs, qui était en baisse depuis quatre mois, s'est stabilisée

Dans ce numéro...

Vue d'ensemble.....	1
Vue d'ensemble du tourisme : Amérique du Nord.....	5
Indice des indicateurs avancés du tourisme	11
Vue d'ensemble du tourisme : International.....	13



au cours de ce mois. Selon les résultats de l'enquête, les Américains croient que l'économie pourrait commencer à se redresser au cours des six prochains mois. (Voir page 6.)

- **Les Américains considèrent que les voyages sont plus abordables, mais ils prévoient tout de même réduire leurs dépenses.** La perception des Américains quant au coût des voyages s'est considérablement améliorée depuis l'automne dernier, selon la U.S. Travel Association et Ypartnership. Toutefois, la majorité des voyageurs américains prévoient faire des voyages plus courts cette année et réduire leurs dépenses dans ce domaine. (Voir page 6.)
- **Le volume mondial des voyages d'affaires continue de dégringoler.** Selon l'International Air Transport Association (IATA), le volume des voyages d'affaires continue de baisser à un rythme spectaculaire. Le nombre de passagers en première classe et en classe affaires a reculé de 21 % au mois de février 2009, et les recettes pour ce segment ont chuté de 30 %, par rapport à l'année précédente. Une diminution plus lente dans le segment des voyages en classe économique donne à penser qu'un nombre important de voyageurs d'affaires déclassent leurs sièges. (Voir page 8.)
- **Le volume de voyages des Canadiens en avion est en baisse.** Air Canada et WestJet continuent de connaître un ralentissement important de leur trafic passagers. Par rapport à l'année précédente, le trafic intérieur d'Air Canada a chuté de 8,3 % au premier trimestre 2009, tandis que la croissance du trafic de WestJet n'était plus que de 5,1 %. (Voir page 8.)
- **L'affaiblissement de la demande de voyages entaille profondément les recettes d'hébergement au Canada.** L'affaiblissement de la demande de voyages continue de nuire à la performance de l'industrie hôtelière canadienne : cela se traduit par une baisse importante des recettes d'hébergement. Selon PKF Consulting, la baisse du taux d'occupation et du tarif des chambres au mois de février 2009 a entraîné une chute des recettes par chambre disponible de 7,9 %. (Voir page 9.)

Vue d'ensemble du tourisme : International

- **Les agences de voyages du Royaume-Uni enregistrent une légère augmentation de leurs chiffres d'affaires.** Dans leurs dernières mises à jour sur leurs activités commerciales, Thomas Cook et TUI, les deux plus grandes agences de voyages britanniques, étaient plus optimistes pour ce qui est du marché britannique. Malgré une réduction importante de la capacité cette année, due à une demande plus faible, les prix de vente demeurent nettement plus élevés. Les deux entreprises ont enregistré une forte reprise de la demande de voyages à la fin de février et au début de mars, pour les voyages d'hiver de dernière minute et les réservations anticipées pour l'été. (Voir page 14.)
- **Plusieurs voyageurs britanniques remettent leurs vacances à plus tard.** Le dernier rapport British Lifestyles, de Mintel, montre que 35 % des résidents britanniques interrogés avaient remis à plus tard un voyage important en raison de leur inquiétude face à l'économie. Selon Mintel, le segment des voyages de la « famille de classe moyenne traditionnelle » ne sera pas très performant cette année, et on enregistrera une croissance du marché des vacances des Britanniques au pays. (Voir page 15.)
- **La détérioration de la demande de voyages en avion se poursuit en France.** Selon Air France-KLM, les conditions du marché ont continué de se détériorer au mois de mars. Une baisse marquée de la demande, surtout sur les routes intérieures, nord-américaines et asiatiques, a incité la compagnie aérienne à réduire davantage sa capacité pour l'été. Toutefois, Air France prévoit accroître la fréquence de ses vols sur plusieurs routes long-courriers qui n'ont pas enregistré de baisse sensible de la demande, notamment Paris – Montréal. (Voir page 16.)
- **Les agences de voyages allemandes constatent une amélioration des tendances des ventes au mois de mars.** Selon le dernier sondage de TATS, les ventes de forfaits de vacances dans les agences

de voyages allemandes se sont stabilisées au mois de mars, après avoir enregistré, d'une année à l'autre, des baisses importantes pendant les deux mois précédents. Les réservations anticipées pour la saison estivale ont aussi augmenté de façon importante. Les agences ont indiqué qu'elles voyaient émerger une tendance à réserver à la dernière minute. **(Voir page 19.)**

■ **Les Japonais annulent leurs projets de voyage à l'étranger en raison de craintes suscitées par la grippe.** Dans le cadre d'une reprise frappante par rapport aux tendances récentes, l'industrie touristique japonaise prévoyait une hausse marquée du nombre de voyageurs japonais à l'étranger pendant le congé de la Golden Week au début du mois de mai. Les récentes réductions des suppléments carburant des compagnies aériennes et l'appréciation du yen japonais par rapport à plusieurs autres devises rendent les voyages à l'étranger beaucoup plus abordables. Toutefois, les médias ont indiqué à la fin du mois d'avril que plusieurs Japonais annulaient ou remettaient à plus tard leurs projets de vacances à l'étranger en raison des craintes suscitées par l'épidémie de grippe. **(Voir page 23.)**

■ **La demande de voyages à l'étranger des Coréens semble vouloir se stabiliser.** Comme le rapportaient récemment les médias, la hausse récente de la valeur du won coréen a fourni un léger stimulant à la demande de voyages à l'étranger qui en avait bien besoin. Cette hausse a toutefois surtout favorisé la demande de voyages vers les destinations sud-asiatiques voisines. L'industrie coréenne du tourisme ne prévoit pas de reprise importante de la demande de voyages à l'étranger tant que les perspectives économiques ne se seront pas améliorées. **(Voir page 25.)**

■ **Le nombre de voyageurs chinois à l'étranger devrait enregistrer une forte croissance cette année.** Selon des prévisions émises par le gouvernement chinois, le nombre de voyages des Chinois à l'étranger devrait enregistrer une forte croissance cette année, en dépit des effets négatifs du ralentissement économique. Toutefois, d'après les médias, plusieurs Chinois sont préoccupés par l'économie et les effets du ralentissement sur leurs finances personnelles. Par conséquent, l'industrie chinoise du tourisme prévoit que ce sont les voyages intérieurs et les voyages à l'étranger court- et moyen-courriers qui augmenteront cette année, et qu'il y aura moins de voyages long-courriers aux États-Unis et en Europe. **(Voir page 26.)**

■ **Le transporteur vedette de l'Australie constate une détérioration rapide de la demande de voyages en avion.** Qantas Airways Ltd. a réduit ses prévisions de bénéfice de 60 à 80 % au mois d'avril, en raison d'une « détérioration rapide et importante des conditions du marché » au cours des semaines précédentes. Il a indiqué que ses services aux passagers internationaux, particulièrement en classe affaires et en première classe, étaient les plus touchés par le ralentissement économique mondial. **(Voir page 27.)**

Indice des indicateurs avancés du tourisme -- Tableau sommaire

L'indice des indicateurs avancés du tourisme présente un aperçu des perspectives à court terme de l'industrie touristique, en suivant l'avancement des facteurs économiques et non économiques qui ont une incidence sur la demande dans les principaux marchés touristiques du Canada, y compris le marché intérieur.

La cote de chaque composante de l'indice montre l'influence que la composante devrait avoir sur les voyageurs en provenance du marché source à court terme. La cote globale indique le rendement prévu à court terme du marché source, par rapport à la même période l'an dernier.

Marché	Facteurs économiques		Facteurs non économiques		Indicateur avancé global du tourisme
	Tendances générales de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs (à destination/ à l'intérieur du Canada)	Tendances chez les fournisseurs (à destination/ à l'intérieur du Canada)	Voyage à destination/ à l'intérieur du Canada
Intérieur	↓↓	↔	↓	↓	—
É.-U.	↓↓	↑	↓↓	↓	— —
R.-U.	↓	↔	↓↓	↓	—
France	↓	↑	↓	↔	—
Allemagne	↓↓	↑	↑	↔	0
Mexique	↓↓	↔	↓↓↓	↓	— —*
Japon	↓↓↓	↑↑	↓↓	↓↓	— —
Corée du Sud	↓	↔	↓↓	↓↓	—
Chine	↑	↑↑	↑	↓	+
Australie	↔	↔	↓	↔	0

Interprétation des cotes :

Facteurs économiques et non économiques : s'échelonnent de ↑↑↑ (ajoutent considérablement à la demande) à ↓↓↓ (nuisent considérablement à la demande). ↔ représente un effet neutre sur la demande.

Indicateur avancé global du tourisme : s'échelonne de +++ (s'améliore considérablement) à --- (se détériore considérablement). 0 signifie qu'il n'y a aucun changement.

* Il est probable que l'indicateur avancé global du tourisme du Mexique se détériore encore plus.

Tous les détails relatifs à l'indice de chaque marché sont présentés à partir de la page 11. Pour plus de renseignements sur la méthodologie utilisée pour construire l'indice, veuillez vous reporter à l'annexe du présent bulletin.

Vue d'ensemble du tourisme -- Amérique du Nord (Canada et États-Unis)

Voyages d'agrément

Les craintes relatives à une possible pandémie de grippe pourraient avoir des conséquences graves pour le tourisme à court terme. L'industrie du tourisme est sur le qui-vive depuis l'apparition de l'épidémie de grippe « porcine » H1N1 qui, ont averti les représentants de la santé, pourrait se transformer en pandémie si elle n'est pas maîtrisée. Au 1^{er} mai, on soupçonnait le virus d'avoir causé jusqu'à 152 décès au Mexique, son épïcéntré, et d'en avoir infecté des milliers d'autres dans le pays. Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), 141 cas ont été confirmés aux États-Unis, 156 au Mexique, 34 au Canada et de nombreux autres continuent d'apparaître à travers le monde. Heureusement, la majorité des personnes atteintes en dehors du Mexique ont présenté jusqu'à maintenant des symptômes relativement mineurs, et elles sont rétablies, ou en voie de l'être.

La question imminente pour l'industrie du tourisme est de savoir jusqu'à quel point l'inquiétude des voyageurs concernant l'épidémie de grippe affectera les destinations de voyages dans le monde. L'OMS a avisé les pays de ne pas imposer de restrictions de voyage et de ne pas fermer les frontières à cause de l'épidémie de grippe. Jusqu'à maintenant, les compagnies aériennes n'ont rapporté aucune réduction importante de la demande de voyages, sauf pour les voyages au Mexique. Cette situation rappelle toutefois la crise du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) de 2003 – elle était aussi apparue au printemps et avait fortement réduit le volume des voyages cet été-là. Si l'inquiétude relative à l'épidémie de grippe H1N1 continue de s'accroître, l'industrie touristique pourrait en subir les conséquences. Cette inquiétude menace d'aggraver la situation de la faible demande à laquelle est confrontée l'industrie du tourisme.

Les intentions de voyages des Canadiens ont augmenté depuis l'année dernière. Un nombre croissant de Canadiens prévoient rester plus près de chez eux cet été, selon le dernier sondage sur les intentions de voyages mené par le Conference Board du Canada. Un sondage en ligne réalisé au mois d'avril 2009 a révélé que 79,2 % des répondants canadiens avaient l'intention de prendre des vacances cet été, des résultats similaires à ceux du sondage en ligne de l'année précédente. Toutefois, le nombre de Canadiens qui prévoient prendre leurs plus longues vacances d'été au Canada cette année était beaucoup plus élevé que dans le sondage de l'année dernière. Inversement, les intentions de voyages pour des vacances aux États-Unis et vers des destinations internationales ont enregistré une baisse marquée.

Tableau 1 : Intentions de vacances pour l'été (mai-octobre)
(en pourcentage de Canadiens interrogés en ligne*)

	Février 2008	Avril 2009
Intentions de vacances d'été (toutes destinations confondues)	78,4	79,2
Canada	42,2	53,7
États-Unis	17,0	12,8
Autres destinations internationales / Ne sait pas	19,2	12,7

Source : le Conference Board du Canada.

* Remarque : les sondages du mois de février 2008 et du mois d'avril 2009 ont tous deux été réalisés en ligne, tandis que les sondages qui ont été présentés ici précédemment avaient été réalisés au téléphone. Par conséquent, ces données sont différentes des résultats présentés dans les numéros précédents.

Toutefois, bien que les intentions de vacances estivales des Canadiens semblent se maintenir presque au même niveau que l'année dernière, les voyageurs réduiront probablement la durée des congés et des déplacements pour visiter leurs familles et leurs amis cet été, plutôt que de prendre des vacances plus longues. Dans une enquête séparée réalisée à la fin du mois de janvier 2009, le Conference Board a demandé aux Canadiens quels types de voyages ils avaient l'intention de faire cet été. Selon les résultats, il y aura un nombre accru de congés et de déplacements moins longs pour visiter les familles et les amis, tandis que les intentions de voyages pour les vacances d'été d'une semaine ou plus simplement pour le plaisir sont nettement moins élevées. De plus, les préoccupations concernant les finances personnelles et l'économie canadienne inciteront probablement nombre de voyageurs à resserrer leurs dépenses dans ce domaine cette année.

Les intentions de vacances des Américains ont chuté encore plus au mois d'avril. Selon le dernier rapport du Consumer Confidence Survey réalisé par le Conference Board, Inc. aux États-Unis, les intentions de vacances des Américains ont chuté à un niveau record au mois d'avril. Des résultats préliminaires montrent que 33,9 % des Américains interrogés prévoyaient prendre des vacances au cours des six prochains mois, ce qui représente une baisse par rapport à 37,3 % au mois de février 2009. Le niveau précédent le plus bas (36,2 %) avait été atteint au mois de juin 2008. Les résultats sont rajustés en raison des variations saisonnières dans la demande de voyages.

En baisse depuis quatre mois, la confiance globale des consommateurs américains a changé de cap au mois d'avril. En effet, l'indice (1985 = 100) a atteint 39,2, soit une nette amélioration par rapport à 26,9 en mars. L'indice d'appréciation de la situation actuelle (Present Situation Index) a gagné 1,8 point pour atteindre 23,7 et l'indice des attentes (Expectations Index), 19,3 points pour atteindre 49,5. Ces résultats laissent penser que les consommateurs américains estiment que la conjoncture économique a presque atteint le fond et que la tendance pourrait s'inverser au cours des six prochains mois.

Les Américains considèrent que les voyages sont plus abordables, mais ils prévoient quand même réduire leurs dépenses. Selon le dernier U.S. Traveler Sentiment Index de la U.S. Travel Association et Ypartnership, les perceptions quant au coût des voyages se sont considérablement améliorées depuis l'automne dernier. L'indice global a atteint 90,2 au mois de février 2009, en hausse par rapport à 78,2 au mois d'octobre 2008, principalement en raison d'une augmentation de 97 % de l'indice qui mesure les perceptions des consommateurs quant au coût des voyages. Ces données semblent refléter l'utilisation répandue des rabais au cours des derniers mois chez les fournisseurs de voyages, de manière à compenser le fléchissement de la demande de voyages.

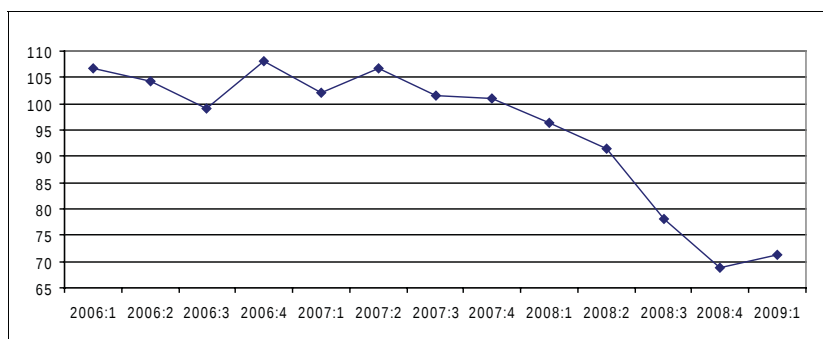
Toutefois, leur sondage du mois de février a aussi révélé que la majorité des voyageurs américains ont l'intention de faire des voyages plus courts cette année et de réduire leurs dépenses dans ce domaine. En réponse à la question de savoir s'ils prévoyaient changer leur comportement touristique dans les mois à venir, la majorité des répondants ont déclaré qu'ils « réserveraient un forfait pour économiser de l'argent » (87 %) et « dépenseraient moins dans l'ensemble » (84 %). Près des deux tiers prévoyaient chercher des aubaines en ligne et faire davantage de voyages d'une journée, alors que 51 % ont dit qu'ils réduiraient le nombre de nuitées. Ypartnership a déclaré que le plus grand défi des spécialistes du marketing touristiques cette année n'était pas d'accroître le volume des voyages, mais d'augmenter la durée de séjour des voyageurs.

Selon le plus récent Consumer Travel Report mené par PhoCusWright, les baby-boomers – à tout le moins les plus jeunes de ce segment – représentent le groupe le plus susceptible de réduire ses dépenses de voyages cette année. Parmi tous les groupes d'âge par ménage, ce sont les Américains âgés de 45 à 54 ans qui ont le moins dépensé pour les voyages en 2008 et qui ont été les plus durement frappés par la récession. Inversement, les voyageurs plus jeunes, surtout ceux qui ont de 25 à 34 ans, sont les plus susceptibles d'augmenter leurs dépenses de voyages cette année. Les consommateurs de ce groupe d'âge ont une grande propension à voyager, ont tendance à dépenser plus librement, ont moins de dépenses fixes élevées et sont probablement moins nombreux à avoir subi des pertes importantes de placement dues au ralentissement du marché.

Voyages d'affaires

La confiance des entreprises continue de faiblir : selon le plus récent indice de confiance des entreprises du Conference Board du Canada, la confiance des entreprises canadiennes a encore fléchi au cours du dernier trimestre 2008. L'indice a chuté de 9,1 points à 68,9 (2002 = 100), ce qui se rapproche des creux atteints au troisième trimestre 2001 et pendant la récession de 1990-1991. Les résultats du sondage indiquent que les chefs d'entreprise sont plus pessimistes qu'au trimestre précédent, pour ce qui est des finances à court terme, de la rentabilité et du moment opportun de faire des dépenses en capital.

Graphique 1 : Indice de confiance des entreprises – Trimestriel
(2002 = 100)



Source : le Conference Board du Canada.

Les prix des voyages d'affaires reculent sous la pression d'une demande faible. Selon l'American Express Business Travel Monitor, la faiblesse accrue de la conjoncture économique a considérablement freiné les prix moyens payés pour les voyages d'affaires au Canada et aux États-Unis pendant le premier trimestre 2009. Les tarifs aériens moyens avaient commencé à baisser pendant le dernier trimestre 2008, avant de connaître une chute abrupte au premier trimestre 2009. La baisse moyenne des tarifs aériens intérieurs au premier trimestre était de 9 % par rapport à l'année dernière, et celle des tarifs aériens internationaux, de 12 %. Les tarifs hôteliers des séjours au pays et à l'étranger ont aussi diminué en moyenne de 12 % chacun au premier trimestre 2009.

De plus, la proportion de réservations en classe affaires de voyages à l'étranger a chuté, passant de 50 % de toutes les réservations de billets d'avion à seulement 39 %, alors que la proportion de réservations en classe économique est passée de 43 % de toutes les réservations de billets d'avion à 56 %. American Express a déclaré que ces données font ressortir les effets négatifs d'une économie plus faible qui, en freinant la demande de voyages, a ramené à la baisse le rythme général des voyages.

La majorité des entreprises américaines ont réduit leurs dépenses depuis l'automne dernier. Selon un sondage réalisé au mois de mars 2009 par la National Business Travel Association (NBTA), la majorité des entreprises américaines ont réduit leurs dépenses depuis l'automne dernier, dans le cadre des efforts de restriction des dépenses à l'échelle nationale pendant la récession économique. Parmi les entreprises interrogées, 85 % ont réduit leurs dépenses de voyages depuis le mois d'octobre 2008, et plus de 70 % d'entre elles prévoient les réduire davantage en 2009. Les mesures de réduction de coûts les plus courantes consistaient à réduire l'ensemble des budgets de voyages et les voyages en avion, à envoyer moins d'employés à des conférences et à des congrès, à acheter des billets d'avion à l'avance et à appliquer plus rigoureusement les politiques de voyage.

Prévision de baisses accrues pour les voyages d'affaires aux États-Unis. La U.S. Travel Association a récemment revu à la baisse ses prévisions relatives aux voyages d'affaires pour 2009. Elle prévoit maintenant que la baisse du volume des voyages d'affaires aux États-Unis pourra atteindre 5,6 % en 2009, soit plus que la baisse de 3,5 % qui avait été prévue à la fin de 2008. L'association a déclaré que « l'essoufflement de l'économie, jumelée à la diabolisation politique des réunions d'affaires, des événements et des voyages incitatifs » était responsable de l'aggravation de la tendance à la baisse des voyages d'affaires aux États-Unis.

Le volume mondial des voyages d'affaires continue de dégringoler. Selon les plus récentes données de l'International Air Transport Association (IATA), le volume mondial des voyages d'affaires continue de reculer à un rythme impressionnant. Le nombre de passagers en première classe et en classe affaires a chuté de 21 % au mois de février 2009, et les recettes pour ce segment ont diminué de 30 % depuis l'année dernière. Une baisse plus lente des voyages en classe économique laisse penser qu'un nombre important de voyageurs d'affaires choisissent une classe inférieure pour voyager à moindre coût.

Lignes aériennes

Le volume de voyages par avion au Canada est en baisse. Air Canada et WestJet continuent de connaître un ralentissement important de leur trafic passagers. Par rapport à l'année précédente, le trafic intérieur d'Air Canada a chuté de 8,3 % au premier trimestre 2009, tandis que la croissance du trafic de WestJet n'était plus que de 5,1 % – ce qui est nettement inférieur à la croissance à deux chiffres enregistrée en 2008. Air Canada et WestJet représentent ensemble plus de 90 % du marché aérien intérieur.

Le trafic passagers mondial d'Air Canada (mesuré par les passagers-milles payants), qui comprend les activités principales et régionales combinées, a chuté de 13,5 % au mois de mars 2009 par rapport à l'année précédente. Cette baisse était toutefois attribuable en partie aux comparaisons défavorables par rapport à l'année précédente et due au fait que le congé pascal avait lieu au mois d'avril cette année, mais au mois de mars en 2008. Le trafic a reculé de 9,1 % sur les routes intérieures, et de 15,2 % sur les routes transfrontalières américaines. Sur les routes internationales, il a chuté de 15,3 %.

Au mois de mars, le trafic passagers de WestJet était le même que l'année précédente, enregistrant une augmentation d'à peine 0,6 %, tandis que la capacité augmentait de 6,3 %. Dans un communiqué de presse, WestJet a déclaré que les prix moins élevés du carburant avaient contribué à accroître sa rentabilité globale, malgré la baisse de 10 à 12 % des recettes par place-mille disponible prévue pour le premier trimestre 2009. Lors d'une conférence de l'industrie qui a eu lieu récemment à Toronto, le directeur financier de WestJet a déclaré que les tarifs réduits dans le marché des voyages en avion constituaient un problème pour la compagnie, selon un article de Reuters.

Table 2. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des compagnies aériennes -- Mars 2009

Compagnie aérienne	PMP (en millions) Mars 2009	Changement des PMP 2009 vs 2008	Capacité 2009 vs 2008
Ligne principale d'Air Canada (comprend Jetz et Tier 3)	3 555	-13,1 %	-11,3 %
Air Canada régional (Jazz)	307	-17,5 %	-9,1 %
WestJet	1 246	+0,6 %	+6,3 %

Le fléchissement de la demande de voyages par avion aux États-Unis se poursuit. La baisse marquée de la demande de voyages par avion aux États-Unis se poursuit, particulièrement pour les voyages d'affaires. La Air Transport Association of America a récemment déclaré que le ralentissement de la demande de voyages par avion a entraîné une chute de 10 % du trafic passagers sur les lignes aériennes américaines au mois de mars 2009, par rapport à l'année dernière. Et pire encore, les recettes passagers ont de nouveau reculé au mois de mars, pour le cinquième mois consécutif, soit de 23 % par rapport à l'année dernière. L'association a indiqué que le rendement négatif de l'industrie aérienne américaine au premier trimestre était le reflet des « conditions défavorables qui ont une influence sur l'économie dans son ensemble ». Elle a ajouté que les perspectives pour la saison estivale demeuraient incertaines.

Dans ses dernières prévisions annuelles, la Federal Aviation Administration (FAA) a indiqué qu'elle prévoyait une baisse globale de 6,7 % de la capacité aérienne prévue des compagnies aériennes américaines cette année, et une réduction de 9,5 % sur les routes principales. La FAA a déclaré que cette baisse de capacité des principales routes intérieures était la plus importante depuis la déréglementation de l'industrie aérienne américaine en 1978. Les embarquements de passagers intérieurs américains devraient chuter de 7,8 % cette année, tandis que ceux des passagers sur les vols internationaux de transporteurs américains devraient diminuer de 2,5 %.

Hôtels

L'affaiblissement de la demande de voyages occasionne une baisse appréciable des recettes d'hébergement au Canada. L'affaiblissement de la demande de voyages d'affaires et d'agrément continue de nuire à la performance de l'industrie hôtelière canadienne et occasionne une baisse appréciable des recettes d'hébergement. Selon le dernier *National Market Report* réalisé par PKF Consulting, les tarifs journaliers moyens au Canada ont diminué de 1 % au mois de février 2009 par rapport à l'année dernière. Le taux d'occupation a reculé de 4,2 %, et les recettes par chambre disponible ont chuté de 7,9 %.

Selon le plus récent *Canadian Lodging Outlook* de HVS International, la demande d'hébergement au Canada a diminué de 4,4 % au mois de février 2009 par rapport à l'année précédente. Au cours des deux premiers mois de l'année, la demande d'hébergement a diminué de 4 %, par rapport à l'année précédente, tandis que le nombre de chambres disponibles au Canada a augmenté de 1,5 %.

Le rythme de la baisse de la demande d'hébergement aux États-Unis continue de s'accroître. La baisse de la demande d'hébergement aux États-Unis continue de s'accroître, selon les dernières données de Smith Travel Research, Inc. Le taux d'occupation moyen aux États-Unis a chuté de 11,6 % au mois de mars 2009 par rapport à l'année dernière, et les tarifs journaliers moyens, de 9,6 %. À la suite de ces baisses, les recettes par chambre disponible à l'échelle nationale ont chuté de 20 %.

À la fin du mois d'avril, STR a revu ses prévisions relatives à l'industrie de l'hébergement pour l'année 2009, et elle s'attend à une baisse beaucoup plus marquée des recettes d'hébergement que celle indiquée dans ses prévisions précédentes (octobre 2008). Les recettes moyennes par chambre disponible devraient reculer de 9,8 % cette année, comparativement à la baisse de 2,5 % qui avait été prévue précédemment. La firme prévoit aussi une baisse de 6,5 % de l'occupation moyenne et de 3,6 % des tarifs moyens journaliers. STR a déclaré que les hôtels américains réduisent leurs tarifs beaucoup plus que ce à quoi elle s'attendait, ce qui a pour effet de gruger une part importante des recettes d'hébergement.

Agents de voyages et autres fournisseurs

Conquest ferme l'entreprise, puis demande la protection de la *Loi sur les faillites*. Conquest Vacations, une des plus anciennes agences de voyages au Canada, a cessé ses activités le 15 avril 2009, après 37 ans en affaires. L'entreprise a déclaré que « la surcapacité et la guerre des prix entre les principaux voyagistes, les demandes irréalistes et déraisonnables des entreprises de traitement de cartes de crédit, le resserrement du crédit et la tourmente économique la forçaient à se retirer ». Des milliers de vacanciers canadiens ont été laissés pour compte, dont plusieurs se trouvaient déjà en vacances, quand l'entreprise a fermé ses portes. Dans certains cas, les centres de villégiature ont demandé aux clients de Conquest de leur payer directement leurs frais de séjour, même si ces derniers avaient déjà versé à Conquest le paiement complet de leurs vacances, révélant ainsi des problèmes de paiements aux fournisseurs non réglés par Conquest.

Le 27 avril 2009, Conquest a annoncé qu'elle demandait la protection de la *Loi sur les faillites*. Sur le site Web de l'entreprise, un avis indiquait qu'un des principaux objectifs du dépôt de bilan était de « faciliter les réclamations, par les membres du public, de remboursement de voyages qu'ils ont réservés, mais qu'ils n'ont pas faits ». Les analystes de l'industrie spéculent sur la possibilité que d'autres voyagistes canadiens éprouvent des difficultés financières et puissent aussi devoir cesser leurs activités en raison des pressions du marché.

La concurrence féroce au cours du premier trimestre a freiné la rentabilité de Transat. Transat A.T. Inc. a affiché une perte nette de 11,8 millions de dollars pour son premier trimestre (au 31 janvier 2009), ce qui constitue un revirement important par rapport au profit de 3,4 millions de dollars enregistré pendant le même trimestre de l'année précédente. La compagnie attribue la perte à la compétition féroce et à l'offre excédentaire dans le marché canadien, ce qui nuit à ses marges bénéficiaires pour les forfaits de vacances canadiens. Elle a indiqué que la demande canadienne pour les destinations soleil était forte, malgré la faiblesse de l'économie, mais que les conditions du marché pour les voyagistes canadiens demeuraient difficiles à cause de la concurrence féroce et des coûts élevés.

La récession économique porte un dur coup à la demande dans les stations de ski. Selon le *Travel Weekly*, l'impact négatif de la présente récession économique sur la demande dans les stations de ski cette année a été plus grand que les attaques terroristes du 11 septembre 2001. Bien que les ventes des billets quotidiens pour les remonte-pentes se soient maintenues, les séjours dans les stations de ski dans l'Ouest américain pendant la saison de ski 2008-2009 ont enregistré une baisse à deux chiffres par rapport à l'année précédente. Au 28 février, les taux d'occupation des stations de ski au Colorado, en Utah et en Californie pour la saison qui s'étendait de novembre 2008 à avril 2009 avaient reculé de 16 %, et les tarifs journaliers moyens, de 9 % par rapport à l'année dernière, selon Mountain Travel Research.

Indice des indicateurs avancés du tourisme

En raison de l'évolution constante de la nature de l'environnement des voyages aujourd'hui, il est de plus en plus important d'être capable de prévoir les fluctuations de la demande de voyages, pour être en mesure de prendre de meilleures décisions d'affaires. L'indice des indicateurs avancés du tourisme présente une vue d'ensemble des perspectives à court terme de l'industrie touristique canadienne, grâce au suivi des facteurs économiques et non économiques qui ont une incidence sur la demande de voyages.

La cote de chaque composante de l'indice montre l'influence que la composante devrait avoir sur les voyageurs en provenance du marché source à court terme. La cote globale indique le rendement prévu du marché source à court terme, comparativement à la même période l'an dernier.

Interprétation des cotes :

Facteurs économiques et non économiques : s'échelonnent de ↑↑↑ (ajoutent considérablement à la demande) à ↓↓↓ (nuisent considérablement à la demande). ↔ représente un effet neutre sur la demande.

Indicateur avancé global du tourisme : s'échelonne de +++ (s'améliore considérablement) à --- (se détériore considérablement). 0 signifie qu'il n'y a aucun changement.

Pour plus de renseignements sur la pondération spécifique et la méthodologie utilisée pour construire l'indice, veuillez consulter la section **Indice des indicateurs avancés du tourisme -- Méthodologie** à la fin du présent bulletin.

Tourisme Intérieur

Économique		Non économique		Global
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs (intérieur)	Tendances chez les fournisseurs (intérieur)	
↓↓↓ (↓↓↓)	↔ (↔)	↓ (↓)	↓ (↓)	—

Remarque : les symboles entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (mars 2009)

Tendances économiques:

- Le produit national brut (PIB) réel dans l'économie canadienne a diminué de 0,1 % au mois de février 2009. Toutefois, en dépit d'une forte croissance de la fabrication de véhicules et de pièces automobiles, la forte diminution des activités dans les secteurs de la construction et des mines (à l'exclusion du pétrole et du gaz) a entraîné un ralentissement de l'activité économique à l'échelle nationale.
- Au mois de février, 79 600 emplois ont été perdus. Depuis le mois d'octobre 2008, le recul a été de 2 %, ou 296 000 emplois perdus. La plus forte baisse au mois de février a été enregistrée dans le secteur de la fabrication – particulièrement dans l'équipement de transport, le métal fabriqué, la machinerie, la fabrication de produits alimentaires et les produits du bois.
- Selon l'indice de confiance des consommateurs du Conference Board, la confiance a légèrement augmenté au mois d'avril, soit de 3,7 points à 75,2 (2002 = 100). Alors que les réponses donnent à penser que les consommateurs sont encore préoccupés par leur situation financière actuelle, ils sont de plus en plus confiants quant à leurs conditions financières et d'emploi futures. De plus, pour le septième mois consécutif, le pourcentage de répondants qui croient que c'est maintenant le bon moment de faire un achat important a augmenté.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Les voyages intérieurs en avion ont diminué de façon importante depuis le mois de juillet 2008 et leur croissance depuis le mois de septembre a été négative par rapport à l'année précédente. Par rapport à l'année précédente, le nombre d'embarquements et de débarquements de passagers intérieurs aux 30 principaux aéroports canadiens a diminué de 7,5 et 9,1 % au cours des mois de janvier et de février 2009, respectivement.
- Le taux d'occupation des hôtels canadiens est toujours en baisse. Selon PKF Consulting, le taux moyen d'occupation au mois de février a reculé de 4,2 points de pourcentage au Canada, par rapport à l'année précédente. Pour les deux premiers mois de 2009, le taux moyen d'occupation a reculé de 3,7 points de pourcentage par rapport à 2008. Entre-temps, le tarif journalier moyen d'une chambre d'hôtel au Canada a diminué de 0,6 % au cours des premiers mois de l'année.
- Sur une note un peu plus positive, le prix moyen de l'essence dans plusieurs communautés canadiennes continue de se maintenir aux alentours de 0,80 à 0,90 \$ par litre. Mais les ménages canadiens demeurent assez prudents en ce qui concerne les économies là où c'est possible, et cette attitude continuera vraisemblablement d'annuler en partie le stimulant que pourraient créer des prix de l'essence plus bas pour les voyages discrétionnaires en voiture à court terme.
- Compte tenu d'une économie et d'une monnaie qui s'affaiblissent, les voyages aux États-Unis continuent d'être moins attrayants pour les Canadiens. Selon les plus récentes données, le nombre de voyages d'une nuit ou plus aux États-Unis au mois de février a diminué de 8,9 % par rapport à l'année précédente. Toutefois, les voyages d'une nuit ou plus vers des destinations internationales ont augmenté de 2,9 % au mois de février.
- Alors que les transporteurs continuent de s'adapter à l'environnement en mutation, la capacité aérienne directe pour les voyages au Canada devrait maintenant reculer de 2,7 % au troisième trimestre 2009, par rapport à la même période en 2008.

Dans l'ensemble, les indicateurs avancés du tourisme donnent à penser que la perspective d'une faible croissance se maintiendra d'ici à l'été. Par conséquent, le volume des voyages intérieurs devrait continuer à baisser à court terme.

États-Unis (vers le Canada)

Economic		Non-Economic		Overall
General Economic Trend	Price Competitiveness	Traveller Trends (to Canada)	Supplier Trends (U.S. to Canada)	
↓ ↓ (↓ ↓ ↓)	↑ (↑)	↓ ↓ (↓ ↓ ↓)	↓ (↔)	— —

Remarque : les symboles entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (mars 2009)

Tendances économiques :

- L'indicateur économique avancé du Conference Board pour les États-Unis a reculé d'un autre 0,3 % au mois de mars. Les permis de construction et les cours du marché sont les deux principaux responsables de ce recul. Au cours des six mois précédant la fin du mois de mars, l'indicateur a chuté de 2,5 % (soit un taux annuel d'environ -4,9 %). Les faiblesses des indicateurs avancés ont également continué d'être généralisées. Selon le comportement récent de l'indice économique avancé, la récession économique qui a débuté au mois de décembre 2007 devrait se poursuivre à court terme, mais la contraction de l'activité pourrait être moins importante au cours des mois à venir.

- Aidée par la dépréciation du dollar qui se poursuit lentement par rapport au dollar américain, la compétitivité des prix du Canada au cours du deuxième trimestre de 2009 devrait être stimulée par des tarifs aériens moyens moins élevés à destination du Canada.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de voyageurs américains au Canada continue de baisser. Pour les deux premiers mois de 2009, le nombre de voyages en voiture d'une nuit ou plus au Canada a diminué de 4,5 %, tandis que le nombre de voyages d'une nuit ou plus au Canada avec un autre moyen de transport chutait de 10,5 % par rapport à l'année dernière. Malgré une amélioration de la compétitivité de prix du Canada, les voyages au Canada sont fortement freinés par les difficultés économiques auxquelles font face nombre de voyageurs américains.
- La capacité aérienne directe entre le Canada et les États-Unis devrait reculer de 6,6 % au troisième trimestre 2009.

Dans l'ensemble, les indicateurs avancés du tourisme pour les voyages des Américains au Canada laissent entendre que ces derniers continueront d'être moins nombreux à court terme.

Vue d'ensemble du tourisme : International

Royaume-Uni - tendances touristiques actuelles

Le trafic de passagers aériens au Royaume-Uni continue de reculer : le trafic passagers de British Airways (mesuré en passagers-kilomètres payants – PKP) a diminué de 7,3 % au mois de mars 2009 par rapport à l'année précédente. Le trafic passagers a chuté de 13 % en classe affaires et en première classe, et de 6 % en classe économique. La compagnie aérienne a toutefois indiqué que les comparaisons par rapport à l'année précédente étaient biaisées parce que le congé de Pâques a eu lieu au mois de mars l'année dernière, ce qui a fait grimper le trafic en classe économique et chuter celui des autres classes pour ce mois-là. La compagnie a déclaré qu'elle n'atteindrait pas le niveau de recettes visé pour son exercice qui s'est terminé à la fin du mois d'avril 2009, en raison de la faible demande de passagers, particulièrement en ce qui concerne le trafic américain.

Les sept aéroports britanniques de la British Airport Authority ont accueilli 10,6 millions de passagers au mois de mars 2009. Le trafic pour ce mois a été 11,3 % inférieur à celui enregistré un an plus tôt, bien que cette baisse soit due en partie au calendrier du congé pascal. Le recul du nombre de passagers aériens s'est maintenu dans tous les marchés pendant le mois, mais les baisses les plus fortes ont été celles des vols affrétés européens (30,7 %). Le trafic sur les routes nord-atlantiques a diminué de 17,6 %.

Table 3. Variation en pourcentage
des passagers transportés

Transporteur	Mars 2009 vs mars 2008
British Airways	-8,2 %
Ryanair	+5 %
easyJet	-6,3 %

La toute dernière édition du rapport de l'OAG (Official Airline Guide) sur les statistiques des tendances en matière de fréquence et de capacité (*Frequency and Capacity Trend Statistics*) révèle que les horaires de vols au Royaume-Uni sont à leur niveau le plus bas depuis 2001, ce qui fait ressortir jusqu'à quel point la récession économique nuit aux services aériens. Au mois d'avril 2009, la capacité aérienne sur les vols intérieurs britanniques a reculé de 14 % par rapport à l'année dernière, et le nombre de sièges sur les vols à destination et au départ du Royaume-Uni a diminué de 9 %.

Plusieurs voyageurs britanniques sont restés plus près de chez eux à Pâques. Plusieurs voyageurs britanniques ont décidé de rester plus près de chez eux cette année pendant le congé de Pâques, en choisissant des destinations de vacances au pays, plutôt qu'à l'étranger. Thetrainline.com, un détaillant indépendant de billets de train au Royaume-Uni, a enregistré une augmentation de 40 % de ses réservations de train pour le congé de Pâques cette année, selon travelmole.com. Le site Web attribue cette hausse à une augmentation importante du nombre de résidents britanniques qui restent au Royaume-Uni pendant le congé de Pâques plutôt que de voyager à l'étranger, dans l'objectif d'économiser.

Dans une déclaration publiée au début du mois d'avril, l'Association of British Travel Agents (ABTA) indiquait que les vacances intérieures « donnent le ton pour ce printemps ». Elle a confirmé que les voyageurs intérieurs enregistrent une forte croissance, par rapport à l'année dernière, de leurs réservations pour des destinations britanniques à Pâques. Néanmoins, l'ABTA prévoyait aussi une demande stable pour les voyages à l'étranger à Pâques, faisant remarquer qu'il y avait eu une augmentation subite des réservations de dernière minute pour ce type de voyages. L'organisme a déclaré que les fenêtres de réservations sont plus courtes cette année parce que, en raison de préoccupations financières, les consommateurs hésitent à faire des réservations trop à l'avance; toutefois, à l'approche de Pâques, le rythme des réservations s'est accéléré.

Visa Europe enregistre une baisse des ventes de vacances au Royaume-Uni, au premier trimestre.

Visa Europe a déclaré que les dépenses avec la carte Visa dans les agences de voyages et chez les grossistes britanniques avaient diminué de 2 % au Royaume-Uni pendant le premier trimestre 2009. Le nombre de transactions Visa dans cette catégorie est demeuré pratiquement le même que l'année précédente. L'entreprise a indiqué qu'elle constate habituellement une « forte poussée » de réservations de vacances au Royaume-Uni pendant les mois de janvier et février, ce qui ne s'est pas produit cette année. Elle a laissé entendre que les voyageurs britanniques sont plus nombreux à attendre à la dernière minute pour réserver leurs voyages cette année ou qu'ils choisissent de prendre des vacances au pays plutôt qu'à l'étranger.

Les agences de voyages au Royaume-Uni enregistrent une légère augmentation de leurs affaires.

Thomas Cook et TUI, les deux plus grandes agences de voyages britanniques étaient beaucoup plus optimistes, pour ce qui est du marché britannique, dans leurs dernières mises à jour sur leurs activités commerciales, comparativement à leurs rapports précédents du mois de février. Bien qu'une demande plus faible ait entraîné une réduction importante de leur capacité cette année, les prix de vente demeurent nettement plus élevés que l'année dernière. Les deux entreprises ont aussi enregistré une forte reprise de la demande de voyages au cours des quatre semaines précédant leurs mises à jour de la mi-mars, pour les voyages d'hiver de dernière minute ainsi que pour les réservations anticipées pour l'été.

TUI a déclaré qu'elle avait constaté une grande amélioration de la demande de voyages au Royaume-Uni au cours des dernières semaines. Les réservations de dernière minute pour les voyages à la fin de l'hiver ont été plus nombreuses qu'à la même période l'année dernière et les prix de vente moyens ont augmenté de 11 %. Au 15 mars, l'ensemble des réservations pour la saison d'hiver 2008-2009 avait diminué de 11 % par rapport à l'année précédente, mais les ventes avaient reculé de 2 % seulement. TUI a aussi connu un rythme accéléré des réservations anticipées pour la saison estivale, malgré une baisse de 18 % des réservations globales par rapport à l'année dernière. TUI a toutefois indiqué que la demande était nettement plus élevée pour les destinations autres qu'européennes et pour les vacances tout compris.

Dans son rapport d'exploitation du mois de mars, Thomas Cook a déclaré que l'entreprise était « très performante, » malgré « l'environnement commercial exigeant ». Les réservations pour les forfaits d'hiver ont été « conformes aux réductions de capacité, » et les prix de vente moyens ont augmenté de 7 % en moyenne. L'entreprise a aussi qualifié ses ventes anticipées pour les réservations estivales de « robustes ». Au 15 mars, elle avait vendu plus de la moitié de sa capacité estivale, tout en augmentant les prix de vente moyens de 9 % par rapport à l'année dernière. Thomas Cook a constaté une forte demande pour les forfaits tout compris et les destinations moyen-courriers telles que la Turquie.

Kuoni Group, un voyageur suisse qui exerce des activités importantes au Royaume-Uni, a aussi enregistré une légère hausse des réservations de vacances hivernales de dernière minute au mois de mars, selon le *Travel and Hospitality Industry Digest*. Kuoni a attribué cette augmentation des réservations à une « tendance croissante chez les consommateurs à réserver plus tard et dans un délai plus court. »

Plusieurs voyageurs britanniques remettent leurs vacances à plus tard : selon la dernière étude Bristish Lifestyles réalisée par Mintel, la grande majorité des consommateurs britanniques ont réduit leurs dépenses à cause de la récession, même si moins de la moitié d'entre eux était en fait directement atteinte par la récession. En raison de ces préoccupations d'ordre économique, 35 % des résidents britanniques interrogés ont indiqué qu'ils avaient décidé de ne pas prendre de grandes vacances au cours des six prochains mois. Selon l'étude, le segment des voyages de la « famille de classe moyenne traditionnelle » ne sera pas très performant cette année, et les voyages intérieurs représenteront une forte proportion du marché britannique des voyages.

Globalement, 71 % des personnes interrogées dans le cadre de cette étude ont déclaré que des préoccupations relatives à l'économie les ont incitées à réduire leurs dépenses personnelles, bien que seulement 43 % aient mentionné avoir été elles-mêmes affectées par la récession. Selon Mintel, ces données laissent voir à quel point « la peur seule peut entraîner des ajustements importants en matière de dépenses ».

L'endroit où se déroule l'action d'un film peut avoir une influence sur les choix de voyages des Britanniques : selon un récent sondage mené par travelsupermarket.com, l'endroit où se déroule l'action d'un film populaire peut avoir une influence importante sur la destination choisie par les voyageurs britanniques pour leurs vacances. Parmi les voyageurs britanniques interrogés, 34 % ont indiqué que leur choix d'une destination avait été inspiré par un film qu'ils avaient vu. Cette influence semble plus forte chez les jeunes voyageurs : 50 % de ceux qui avaient moins de 30 ans ont déclaré qu'un film avait inspiré leur choix d'une destination à visiter. Parmi les films qui ont attiré des voyageurs vers une destination précise, on note *Slumdog Millionaire* (Inde), *Australia* (Australie), *Hideous Kinky* (Maroc), et *Ocean's Eleven* (Las Vegas).

Royaume-uni -- indice des indicateurs avancés du tourisme

Économique		Non économique		Global
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs	Tendances chez les fournisseurs	
↓ (↓)	↔ (↔)	↓↓ (↓↓)	↓ (↓)	—

Remarque : les symboles entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (mars 2009)

Tendances économiques :

- L'indice des indicateurs économiques avancés du Conference Board pour le Royaume-Uni a encore reculé de 0,6 % au mois de février, soit la 16^e baisse mensuelle consécutive. Le changement semestriel de l'indicateur avancé a atteint -6,3 % (à un taux annuel d'environ -12,2 %) au mois de février. De plus, les indicateurs avancés sont demeurés faibles au cours des derniers mois.
- Alors que la valeur de la livre sterling continue de reculer par rapport au dollar canadien, les baisses substantielles des tarifs aériens moyens devraient favoriser un peu la compétitivité des prix du Canada. Ainsi, le coût moyen d'un séjour de sept nuits au Canada pour les voyageurs britanniques, billets d'avion, hébergement, repas et autres éléments compris, devrait augmenter légèrement (+1,3 %) par rapport à l'année dernière.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de visiteurs britanniques au Canada a chuté de 20,7 % au mois de février. Les voyages en provenance du Royaume-Uni sont en baisse depuis le mois d'avril 2008 et on enregistre une diminution de 17,7 % du nombre d'arrivées au cours des seuls mois de janvier et février 2009. Globalement, le nombre de voyages effectués à l'étranger par les Britanniques a aussi diminué : selon les plus récentes données du U.K. Office for National Statistics, le nombre de visites en Amérique du Nord en provenance du Royaume-Uni a diminué de 6 % entre octobre et décembre 2008.
- Selon les dernières données de BACK Aviation Solutions, la capacité du transport aérien direct sur les vols réguliers du Royaume-Uni à destination du Canada devrait reculer de 7,1 % au cours de troisième trimestre 2009.

Selon l'indice des indicateurs avancés du tourisme, les difficultés soutenues associées à la conjoncture économique plus faible, aux tendances à la baisse des voyages à l'étranger et à une capacité aérienne directe réduite engendreront d'autres baisses à court terme du nombre de voyageurs britanniques au Canada, par rapport à l'année précédente.

France - Tendances touristiques actuelles

La détérioration de la demande de voyages en avion se poursuit en France. Selon Air France-KLM, les conditions du marché ont continué de se détériorer au mois de mars. Par rapport à l'année précédente, le trafic passagers (mesuré en passagers-kilomètres payants) a chuté de 9,4 % au mois de mars, et le nombre de passagers transportés a baissé de 9,8 %. La baisse du trafic a atteint 9,8 % sur ses routes intérieures et européennes, et 6,9 % sur ses routes nord- et sud-américaines.

Au début du mois de mars, Air France-KLM a annoncé qu'elle reverrait à la hausse ses prévisions de réduction de capacité pour la saison d'été (du 29 mars au 25 octobre 2009) en raison de la « diminution importante de la demande causée par une crise économique mondiale sans précédent ». Elle a déclaré que les routes qui desservent l'Amérique du Nord et l'Asie, ainsi que les routes intérieures, ont été les plus touchées par la récession. La capacité sur les vols d'Air France, spécifiquement, sera réduite de 2,5 % sur les vols long-courriers, et de 3,1 %, sur les vols court- et moyen-courriers. Air France prévoit toutefois accroître la fréquence de ses vols sur plusieurs routes long-courriers qui n'ont pas enregistré de baisse importante de la demande, y compris Paris – Montréal.

Selon les plus récentes déclarations des autorités administratives aéroportuaires, Aéroports de Paris, le nombre de passagers dans les aéroports qui desservent Paris a chuté de 9,8 % à 6,5 millions au mois de mars 2009. Le nombre de passagers intérieurs a reculé de 7,2 % par rapport à l'année dernière et le nombre de passagers sur les routes européennes a diminué de 12,9 %. Le nombre de passagers sur les routes qui desservent l'Amérique du Nord a chuté de 11,2 % au cours du mois. Dans leurs derniers états financiers, les autorités portuaires ont déclaré qu'elles s'attendent à ce que la baisse du nombre de passagers soit de 2,5 à 4,5 % en 2009.

TUI déclare que les voyageurs français évitent certaines destinations importantes. Selon son rapport d'exploitation du mois de mars 2009, par rapport à l'année précédente, TUI a enregistré une baisse de 13 % de ses réservations françaises pour l'hiver. L'entreprise a indiqué que la demande pour ses forfaits de vacances avait considérablement diminué par rapport aux résultats d'exploitation précédents (février), principalement à cause de l'agitation populaire qu'ont connue la Guadeloupe, la Martinique et Madagascar, trois destinations de vacances importantes pour le marché français. Toutefois, les prix de vente moyens pour l'hiver ont augmenté en moyenne de 7 % depuis l'année dernière. TUI prévoit que ces tendances se maintiendront pendant la saison estivale, ce qui nuira grandement à la rentabilité de ses activités en France.

Les consommateurs français demeurent pessimistes. La confiance des consommateurs français s'est stabilisée à un niveau très bas, ce qui reflète le pessimisme répandu en ce qui concerne la conjoncture économique, selon le dernier sondage sur la confiance des consommateurs réalisé par l'INSEE, l'Institut National de la Statistique et des Études économiques de France. Le relevé global de l'indice sommaire était de -43 au mois de mars 2009, soit le même qu'au mois de février. Cet indice représente la différence entre les réponses positives et négatives, lesquelles sont désaisonnalisées.

Le seul signe encourageant était une amélioration de quatre points de l'indicateur qui mesure la propension à faire de gros achats, ce que les analystes attribuent au ralentissement de l'inflation et aux incitatifs fiscaux pour les achats de nouvelles voitures. Toutefois, l'aggravation de la récession économique en France a considérablement nui à la confiance des consommateurs pour ce qui est du niveau de vie national et des perspectives d'emploi.

Les voyageurs français sont le plus susceptibles d'être influencés par les sites Web d'hôtels. Selon un sondage récent auprès de voyageurs à travers le monde, les voyageurs français sont plus susceptibles de choisir un hôtel en se basant sur leur évaluation du site Web de l'hôtel. Une proportion de 50 % des voyageurs français sondés ont dit que c'était leur principale façon d'évaluer et de choisir un hôtel, par rapport aux autres méthodes telles que la recherche sur les sites d'évaluation ou des recommandations d'amis ou de membres de leur famille. La proportion de voyageurs qui se fient à cette méthode était plus élevée en France, tandis que la moyenne enregistrée dans tous les pays sondés pour cette étude était beaucoup moins élevée, soit 29 %. Synovate, la firme de recherche marketing qui a réalisé le sondage, a déclaré que ces résultats révèlent la « nature fondamentale d'une présence en ligne impressionnante » pour les chaînes hôtelières.

France -- indice des indicateurs avancés du tourisme

Économique		Non économique		Global
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs	Tendances chez les fournisseurs	
↓ (↓)	↑ (↑)	↓ (↔)	↔ (↔)	—

Remarque : les symboles entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (mars 2009)

Tendances économiques:

- L'indice économique avancé du Conference Board pour la France a diminué de 0,7 % au mois de février. Depuis le mois d'août, l'indice avancé a enregistré une baisse à un taux annuel de 11,7 %, et les faiblesses des indicateurs avancés sont demeurées généralisées. Le recul de l'indice économique avancé pour la France est le plus important depuis la récession de 1974-1975. Le comportement récent de l'indice économique avancé donne à penser que cette faiblesse se maintiendra pendant le premier semestre 2009, et qu'il est possible que les conditions se détériorent encore davantage.
- Entre les mois de mars 2008 et 2009, le dollar canadien a enregistré une dépréciation de 6 % par rapport à l'euro. Grâce en partie à l'appréciation de l'euro, le coût moyen d'un séjour de sept nuits au Canada pour les voyageurs français, billets d'avion, hébergement, repas et autres éléments compris, devrait diminuer de 8,2 % au deuxième trimestre 2009.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Au mois de février, le nombre de visiteurs provenant de la France a diminué de 2,1 % par rapport à l'année dernière. Pour les deux premiers mois de l'année, le nombre de visiteurs était inférieur de 2,7 % par rapport à 2008. Le volume de voyages au départ de la France et à destination des États-Unis a aussi diminué : l'Office of Travel and Tourism Industries (OTTI) des États-Unis estime qu'il a diminué de 3,3 % pendant le mois de janvier 2009.
- La croissance de la capacité aérienne directe entre la France et le Canada, pendant le troisième trimestre 2009, devrait enregistrer une légère hausse de 0,4 %, par rapport au troisième trimestre 2008.

Malgré le renforcement de la compétitivité des prix, l'indice des indicateurs avancés du tourisme laisse penser que les arrivées de voyageurs français au Canada vont probablement diminuer à court terme, alors que les difficultés économiques augmentent et que la tendance à voyager à l'étranger recule encore plus.

Allemagne - tendances touristiques actuelles

Le nombre de passagers aériens devrait continuer de diminuer. Deutsche Lufthansa AG a connu une baisse de 5 % du trafic passagers (mesuré en PKP) chez les compagnies aériennes du groupe Lufthansa au mois de mars 2009, par rapport à l'année dernière. Le trafic passagers sur les routes européennes, y compris l'Allemagne, a diminué de 3,3 %, et le trafic sur les routes à destination de l'Amérique du Nord et du Sud, de 8 %. Le trafic passagers sur les transporteurs du groupe Lufthansa a diminué de 6,2 % au premier trimestre 2009, par rapport à l'année précédente.

Au mois de mars, le groupe Lufthansa a enregistré un bénéfice net de 599 millions d'euros (943 millions de dollars canadiens) pour toute l'année 2008, une baisse de 63,8 % par rapport à 2007. L'entreprise prévoit d'autres réductions de ses bénéfices en 2009, alors qu'une demande plus faible met un frein au nombre de passagers et aux recettes d'exploitation. Dans le but d'aider à compenser la récession, Lufthansa prévoit réduire sa capacité globale cet été de 0,5 %, et elle réaménagera certains avions pour réduire le nombre de sièges en classe affaires.

Le nombre de passagers à l'aéroport de Francfort a chuté de 9,2 % au mois de mars, pour atteindre 4,03 millions. Le nombre de passagers a chuté de 10,9 % au premier trimestre 2009. Selon Reuters, les principaux aéroports allemands s'attendent à une réduction collective plus grande du nombre de passagers cette année que celle de 3 % prévue par l'association des aéroports allemands (ADV).

TUI et Thomas Cook sont forcées de réduire leurs tarifs. Thomas Cook a indiqué que les réservations allemandes de forfaits d'hiver avaient repris au mois de février et au début du mois de mars, ce que l'entreprise a attribué à une tendance « prononcée » à faire des réservations à la dernière minute. Bien que les réservations pour la saison hivernale aient diminué globalement de 9 %, les réservations au cours des quatre semaines précédant le 15 mars ont augmenté de 6 % par rapport à l'année précédente. Cette tendance à réserver à la dernière minute a aussi nui aux réservations anticipées de Thomas Cook pour la saison estivale, qui avaient reculé de 18 % à la mi-mars, par rapport à la même période l'année dernière. Il s'agissait toutefois d'une amélioration par rapport au mois précédent : l'entreprise a récemment renégocié ses tarifs hôteliers avec les fournisseurs de façon à réduire les prix de ses produits pour l'été, lesquels en retour ont contribué à l'augmentation des réservations au cours des quatre semaines précédant la mi-mars.

Au mois de mars, TUI a indiqué qu'elle n'avait enregistré aucun changement dans ses activités allemandes depuis le rapport d'exploitation précédent (publié en février). Les réservations pour les vacances d'hiver ont baissé de 11 % et les ventes ont diminué de 5 %, mais les prix de vente moyens ont augmenté de 7 % par rapport à l'année précédente. En réaction à la faiblesse de la demande, TUI a réduit de 15 % sa capacité pour la saison estivale, par rapport à l'année dernière. Elle a aussi réduit les prix de ses produits estivaux afin de stimuler la demande chez les clients.

Les agences de voyages allemandes constatent une amélioration des tendances des ventes au mois de mars. Selon les résultats du dernier sondage de TATS réalisé auprès de 2 400 agents de voyages allemands et publiés dans *fwf*, les ventes de forfaits de vacances dans les agences de voyages allemandes se sont stabilisées au mois de mars, après avoir enregistré, d'une année à l'autre, des baisses importantes au cours des deux mois précédents. Les recettes globales des agences de voyages ont diminué de 1,6 % au mois de mars, avec une baisse de 4,1 % des ventes de billets d'avion et une légère baisse (-0,1 %) des ventes de forfaits vacances.

De plus, les réservations anticipées pour la saison estivale se sont aussi considérablement accrues. Jusqu'à la fin du mois d'octobre 2009, celles-ci ont bondi de 16 % ce mois-là, et les recettes provenant de ces réservations ont augmenté de 8,2 % par rapport à l'année dernière.

Un autre sondage récent publié par *fwf* confirme la reprise des réservations dans les agences de voyages au mois de mars. Une forte progression de la demande de vacances d'hiver de dernière minute a contribué à une augmentation de 16,2 %, par rapport à l'année dernière, des ventes de forfaits de vacances d'hiver ce mois-là chez les 1 200 agents de voyages interrogés. Le sondage a été réalisé par GfK, une firme de recherche marketing. Selon *fwf*, ces résultats reflètent la tendance à réserver à la dernière minute, de plus en plus manifeste dans le marché allemand.

Allemagne -- Indice Des Indicateurs Avancés du Tourisme

Économique		Non économique		Global
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs	Tendances chez les fournisseurs	
↓↓ (↓↓↓)	↑ (↑)	↑ (↑)	↔ (↑)	0

Remarque : les symboles entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (mars 2009)

Tendances économiques :

- Les indicateurs économiques avancés du Conference Board pour l'Allemagne ont diminué de 1,8 % au mois de février. La confiance des consommateurs qui s'affaiblit, des cours moins élevés et le ralentissement des nouvelles commandes dans l'industrie de l'investissement ont été les principaux responsables du dernier déclin de l'indice. L'indice avancé a reculé à un taux annuel de 23,2 %, depuis le mois d'août, alors que les faiblesses des indicateurs avancés sont demeurées généralisées. Selon le comportement récent de l'indice, il est peu probable que la récession prenne fin bientôt, et la contraction de l'activité économique pourrait demeurer plus importante à court terme.
- La compétitivité des prix du Canada pour le marché allemand devrait s'améliorer au cours du deuxième trimestre 2009, principalement en raison de la force de l'euro. Pour les voyageurs allemands, le coût moyen d'un séjour de sept nuits au Canada, billets d'avion, hébergement, repas et autres éléments compris, devrait diminuer de 9,4 % par rapport à l'année dernière.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre mensuel de visiteurs allemands au Canada continue de varier. Alors que les arrivées au mois de janvier avaient bondi de 19,3 % par rapport à l'année dernière, les données du mois de février montraient une hausse plus modeste de 2,3 %, par rapport à l'année précédente. Pendant ce temps, selon l'OTTI, le nombre de voyageurs allemands à destination des États-Unis a reculé de 9,6 % au mois de janvier 2009.
- Au cours du troisième trimestre 2009, la capacité aérienne directe entre l'Allemagne et le Canada devrait demeurer pratiquement inchangée (-0,1 %).

Compte tenu de l'étendue et de la durée des difficultés économiques auxquelles les voyageurs allemands doivent faire face, il est rassurant de ne constater aucune tendance négative chez les voyageurs et les fournisseurs de produits à destination du Canada. Toutefois, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que le potentiel de croissance du marché allemand demeurera au mieux modeste, alors que la conjoncture économique continue de faiblir.

Mexique - Tendances Touristiques Actuelles

L'inquiétude liée à la grippe porcine retient les Mexicains chez eux. L'industrie du tourisme mexicaine a subi un dur coup à la suite de l'inquiétude croissante liée à l'apparition de l'épidémie de la grippe H1N1 dans le pays. Au 1er mai 2009, il y avait 156 cas confirmés au Mexique de personnes atteintes du virus, mais les autorités soupçonnaient qu'il en avait atteint des milliers d'autres, causant jusqu'à 152 morts. Le vendredi 24 avril, le gouvernement mexicain a décrété une urgence sanitaire à Mexico, et la fermeture des écoles, musées, sites historiques, restaurants et autres endroits publics dans cette ville pour essayer de contenir l'épidémie de grippe. Selon le *New York Times*, la Mexico City Hotel Association a déclaré qu'il y avait eu une baisse de 20 % des touristes intérieurs dans la ville pendant la fin de semaine.

Le ralentissement économique a continué de mettre un frein à la demande de voyages intérieurs en avion au mois de mars. Même avant l'épidémie de grippe, la demande de voyages intérieurs en avion avait reculé au Mexique, selon de récentes déclarations des médias. Les autorités aéroportuaires mexicaines Grupo Aeroportuario del Pacífico et Aeroportuario del Centro Norte (OMA) ont toutes deux affiché des baisses importantes du nombre de passagers au mois de mars 2009 – les aéroports GAP ont enregistré une baisse de 20 % du nombre de passagers intérieurs ce mois-là, et les aéroports OMA, une baisse de 22,5 % de passagers intérieurs. Le Grupo Aeroportuario del Sureste (ASUR), dont fait partie l'aéroport de Cancún, a aussi enregistré une chute du nombre de passagers ce mois-là, quoique moins importante (–8,7 %). Le fait que le congé pascal ait eu lieu au mois d'avril en 2009, et non au mois de mars en 2008, a contribué à cette diminution par rapport à l'année précédente, étant donné que Pâques représente une période de pointe pour la demande de voyages chez les Mexicains. Mais les dirigeants de l'aéroport ont aussi attribué ce recul à la forte baisse de la demande de voyages intérieurs en avion qui a été déclenchée par le ralentissement économique.

Tendance à la baisse du trafic passagers latino-américains. Selon la Latin American Air Transport Association (ALTA), les transporteurs aériens latino-américains ont enregistré une baisse de 1,7 % de leurs trafics passagers combinés (mesurés en PKP) au mois de février 2009, par rapport à l'année précédente. Le nombre de passagers transportés a reculé de 3,5 %, à 8,7 millions. Par rapport à l'année précédente, le trafic pour l'année en cours chez les membres de l'association a connu une augmentation minime au mois de février (+0,9%).

Tableau 4. ALTA Airlines*

Passagers-kilomètres payants (PKP) et passagers transportés – février 2009

Destination régionale	Variation de PKP 2009 vs 2008	Passagers transportés 2009 vs 2008
À l'intérieur de l'Amérique latine (vols réguliers et affrétés)	–0,6 %	–2,7 %
À l'extérieur de l'Amérique latine (international) – total	–3,6 %	–8,1 %
Amérique du Nord	0,3 %	–2,7 %
Europe	–5,4 %	–12,0 %
Asie -- Pacifique	–7,0 %	–9,1 %
Total	–1,7 %	–3,5 %

Source : Latin American Air Transport Association (ALTA).

*ALTA regroupe 37 transporteurs aériens qui desservent la région de l'Amérique latine.

La confiance des consommateurs mexicains frôle son plus bas niveau. La confiance des consommateurs mexicains a légèrement augmenté au mois de mars, mais elle continue de frôler son plus bas niveau jamais enregistré, ce qui reflète les préoccupations importantes des Mexicains concernant leur situation financière. Selon l'INEGI, l'agence nationale de statistiques du Mexique, l'indice a atteint 79,4 au mois de mars 2009, par rapport à 78,9 au mois de février – un niveau nettement inférieur à celui enregistré au mois de mars 2008 (102,7). Le Mexique, comme les États-Unis, connaît une profonde récession qui a entraîné d'importantes pertes d'emploi au pays et qui nuit grandement aux dépenses des consommateurs.

Mexique -- indice des indicateurs avancés du tourisme

Économique		Non économique*		Global
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs	Tendances chez les fournisseurs	
↓↓↓ (↓↓↓)	↔ (↔)	↓↓↓ (↓)	↓ (↑↑)	—

Remarque : les symboles entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (mars 2009)

* Il existe une forte possibilité que ces données se détériorent davantage au cours des semaines à venir.

Tendances économiques :

- L'indice économique avancé du Conference Board du Canada pour le Mexique a enregistré une baisse de 1,3 % au mois de janvier, sa sixième baisse consécutive; le fléchissement des cours des actions, le taux de change réel et la construction ont fait baisser l'indice. Au cours du semestre se terminant au mois de janvier, l'indice a reculé de 17,2 %, à un taux annuel de 31,4 %. De plus, les faiblesses des indicateurs avancés se sont généralisées au cours des derniers mois. Le comportement récent de l'indice donne à penser que l'activité économique demeurera vraisemblablement faible à court terme, et le risque que la détérioration se poursuive demeure très élevé.
- Entre les mois de mars 2008 et 2009, la valeur du dollar canadien s'est appréciée de 7 % par rapport au peso mexicain. Conjugué à d'importantes augmentations des tarifs aériens, le coût d'un séjour de sept nuits au Canada pour les voyageurs mexicains, billets d'avion, hébergement, repas et autres éléments compris, devrait augmenter de 6,1 % pendant le deuxième trimestre, par rapport à l'année dernière. Heureusement, la compétitivité des prix du Canada pendant le deuxième trimestre devrait s'améliorer : on prévoit une augmentation moyenne de 20,4 % du coût d'un voyage similaire vers des destinations concurrentes (États-Unis, Espagne et Italie).

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- L'augmentation du nombre de voyages en provenance du marché mexicain a reculé de 4,7 % au quatrième trimestre 2008, et cette baisse s'est poursuivie pendant les deux premiers mois de 2009. Au mois de février, le nombre de visiteurs mexicains a diminué de 9,2 % par rapport à l'année dernière. Entre-temps, le nombre de voyageurs mexicains qui se sont rendus à l'intérieur des États-Unis (au-delà de la zone frontalière américaine de 40 km) a aussi diminué en 2008 et, selon l'OTTI, il y avait 4,2 % moins d'arrivées en janvier 2009 qu'en janvier 2008.
- Tout juste avant le début de l'épidémie de grippe porcine, on prévoyait que la capacité aérienne directe entre le Canada et le Mexique augmenterait de 11,4 % pendant le troisième trimestre 2009, mais la capacité sera probablement réduite si les compagnies aériennes ajustent leurs horaires de vols pour s'adapter aux plus récents avis de voyage.

Même avant la déclaration de la grippe porcine, les facteurs traditionnels de l'indice des indicateurs avancés du tourisme laissaient penser que l'augmentation des difficultés économiques et le fléchissement de la tendance à voyager devraient se traduire par un recul des voyages des Mexicains au Canada à court terme. Or cette tendance à la baisse augmentera probablement en raison de l'impact négatif de l'épidémie de grippe porcine sur les voyages à destination et au départ du Mexique.

Japon - Tendances Touristiques Actuelles

La baisse du volume des vols internationaux s'est poursuivie au premier trimestre. L'aéroport international Narita de Tokyo a enregistré une baisse de 9 % du nombre de passagers au mois de mars 2009, par rapport à l'année précédente. Le nombre de passagers japonais a diminué de 7 % sur les vols internationaux et de 1 % sur les vols intérieurs. Au premier trimestre 2009, le nombre de passagers japonais sur les vols internationaux a reculé de 9 % par rapport au même trimestre en 2008.

Japan Airlines (JAL) a enregistré une chute de 17,3 % du trafic passagers international (mesuré en PKP) au mois de février 2009, par rapport à l'année précédente. Le trafic sur les routes transpacifiques a diminué de 12,4 %, et le trafic sur les routes européennes, de 13,6 %. Le trafic sur les routes intérieures a reculé de 13,5 %.

La demande japonaise de voyages à l'étranger a reculé au premier trimestre 2009, selon le dernier rapport sur les tendances du marché, réalisé par la Japanese Association of Travel Agents. La détérioration de la conjoncture économique a incité les entreprises et le consommateur à freiner les dépenses, ce qui a eu des répercussions importantes sur les voyages d'affaires et d'agrément. Le seul segment de voyages d'agrément qui n'a pas été touché pendant le trimestre est celui des lunes de miel. Pour le deuxième trimestre, l'association prévoyait une forte reprise dans certains segments des voyages d'agrément, notamment les lunes de miel, les voyages en famille et les voyages des aînés. Elle prévoyait aussi une légère augmentation de la demande des voyages d'affaires.

Les Japonais annulent leurs projets de voyage à l'étranger en raison des craintes suscitées par la grippe. Dans le cadre d'une reprise frappante par rapport aux tendances récentes, l'industrie touristique japonaise s'attendait à ce que le nombre de voyageurs japonais à l'étranger augmente de façon importante pendant le congé de la *Golden Week*, entre le 28 avril et le 6 mai 2009. Au début du mois d'avril, JTB Corp., la plus grosse agence de voyages japonaise, prévoyait une augmentation de 10,1 % des voyages d'agrément des Japonais à l'étranger pendant le congé de la *Golden Week*. Les réductions récentes des suppléments carburant des compagnies aériennes et l'appréciation du yen japonais par rapport à plusieurs autres devises rendent les voyages à l'étranger beaucoup plus abordables qu'il y a un an. Depuis le 1^{er} avril, le supplément carburant pour les vols à destination de l'Amérique du Nord a diminué de 22 000 yens dans chaque direction, pour se chiffrer à 3500 yens (42 \$CA).

Toutefois, les médias ont indiqué à la fin du mois d'avril que plusieurs Japonais annulaient ou remettaient à plus tard leurs projets de vacances à l'étranger en raison des craintes suscitées par l'épidémie de grippe porcine H1N1. Les agences de voyages ont annulé tous les circuits au Mexique, mais elles continuent d'organiser des voyages au Canada et aux États-Unis. Toutefois, le bureau à l'étranger de la Commission canadienne du tourisme au Japon a déclaré que les inquiétudes des voyageurs concernant l'épidémie de grippe avaient eu un effet négatif sur les voyages à l'étranger long-courriers.

Entre-temps, un sondage de JTB, réalisé au mois de mars auprès des résidents japonais, révélait que la principale raison mentionnée par ces derniers de voyager pendant la *Golden Week* était la visite de la maison ancestrale et de leur famille; cette raison a été donnée par 21,8 % des répondants qui voyageront cette année. Se détendre aux sources thermales ou dans les centres de villégiature (16,9 %), passer du temps en famille (12,9 %) et profiter de la nature et des paysages (11,6 %) sont quelques-unes des autres raisons mentionnées.

Parmi les résidents japonais qui ne voyageront pas pendant la *Golden Week* cette année, la principale raison invoquée par 37,5 % des répondants pour ne pas voyager était d'éviter les foules. Quant aux autres raisons données, certains préféraient rester chez eux (25,2 %) et éviter le coût élevé des voyages pendant la *Golden Week* (21,7 %). Le manque de ressources financières du ménage arrivait assez loin derrière (8^e rang et 14,1 % des répondants).

Japon -- Indice des indicateurs avancés du tourisme

Économique		Non économique		Global
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs	Tendances chez les fournisseurs	
↓ ↓ ↓ (↓ ↓ ↓)	↑ ↑ (↑ ↑)	↓ ↓ (↓ ↓)	↓ ↓ (↓ ↓)	— —

Note : les symboles entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (mars 2009)

Tendances économiques :

- L'indice économique avancé du Conference Board du Canada pour le Japon a encore diminué de 5,4 % au mois de février. Entre les mois d'août et février, l'indice avancé a reculé de 25,3 % (ou à un taux annuel de 44,2 %), ce qui représente la plus importante baisse semestrielle en 44 ans d'histoire de l'indice. De plus, les faiblesses des indicateurs avancés continuent d'être généralisées. Selon le comportement récent de l'indice, la contraction actuelle de l'activité économique se maintiendra pendant le premier semestre 2009 et elle pourrait demeurer plus importante à court terme.
- Pendant l'année 2008 et jusqu'à aujourd'hui, le dollar canadien s'est considérablement déprécié par rapport au yen japonais, une tendance qui stimule la compétitivité des prix du Canada pour ce marché. En fait, le yen japonais s'est apprécié de 30 % par rapport au dollar canadien, entre les mois de mars 2008 et 2009. Cette appréciation a contribué à la réduction estimée de 27,8 %, par rapport à l'année dernière, du coût moyen d'un séjour de 10 nuits au Canada pour les voyageurs japonais, billets d'avion, hébergement, repas et autres éléments compris, au deuxième trimestre 2009.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Malheureusement, le nombre de visiteurs japonais au Canada reste peu élevé. Pour 2008, les données de fin d'année semblent indiquer que leur nombre a reculé de 16,6 % par rapport à l'année précédente. Au cours des deux premiers mois de 2009, les visiteurs japonais ont été 24,9 % moins nombreux, par rapport à l'année dernière. Les données de l'OTTI révèlent aussi une tendance à la baisse des voyages des Japonais aux États-Unis, bien que le nombre de visites n'ait diminué que de 13 % au cours des premiers mois de 2009.
- Selon les dernières données sur la capacité aérienne, la capacité aérienne directe sur les vols réguliers au départ du Japon reculera de 11,1 % pendant le troisième trimestre 2009.

La conjoncture économique au Japon continue de se détériorer de façon spectaculaire. Malgré un certain répit en ce qui concerne la compétitivité des prix, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que le nombre de voyageurs japonais au Canada continuera de diminuer à court terme.

Corée du sud -- tendances touristiques actuelles

Les voyages internationaux par avion ont continué de diminuer au mois de mars. La baisse du volume de voyageurs coréens à l'étranger s'est maintenue au mois de mars 2009. Les plus récentes statistiques de l'aéroport international Incheon de Séoul montrent que le nombre global de passagers a diminué de 10,1 % ce mois-là pour atteindre 2,25 millions. Le nombre de passagers internationaux a diminué de 10,2 % pour atteindre 2,22 millions, et celui des passagers intérieurs, de 6,6 % pour atteindre un peu moins de 29 000.

La demande de voyages à l'étranger des Coréens semble vouloir se stabiliser. Comme le rapportaient récemment les médias, la hausse de la valeur du won coréen au cours des dernières semaines a fourni un léger stimulant à la demande de voyages à l'étranger, qui en avait bien besoin. Selon le Korea Times, Hana Tour, la plus grande agence de voyages coréenne, a déclaré que le nombre de voyages à l'étranger au mois d'avril était pratiquement le même qu'il y a un an, après avoir enregistré des baisses importantes plus tôt cette année, par rapport à l'année précédente. Les destinations les plus recherchées sont celles qui sont situées près de la Corée, en Asie du Sud-Est. De plus, l'industrie coréenne du tourisme ne prévoit pas de reprise importante de la demande de voyages à l'étranger tant que les perspectives relatives à l'économie ne se seront pas améliorées. Toutefois, les agences de voyages s'attendent à ce que l'appréciation du won coréen ait un effet positif sur leurs ventes de voyages à l'étranger.

Légère amélioration de la confiance des consommateurs. Au mois de mars 2009, l'indice de confiance des consommateurs de la Banque de Corée a perdu un point : à 84, il ne décolle pas du niveau atteint en décembre 2008, soit 81, le plus bas en 20 ans (100 indique un équilibre entre les évaluations négatives et positives de l'économie). La banque centrale a déclaré que les consommateurs demeurent « préoccupés par le marasme économique », malgré le fait que le gouvernement ait récemment annoncé un train de mesures de relance de l'économie.

Corée du sud -- indice des indicateurs avancés du tourisme

Économique		Non économique		Global
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs	Tendances chez les fournisseurs	
↓ (↓↓↓)	↔ (↔)	↓↓↓ (↓↓↓)	↓↓↓ (↑↑↑)	—

Note : les symboles entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (mars 2009)

Tendances économiques :

- L'indicateur économique avancé du Conference Board pour la Corée du Sud a augmenté de 0,5 % au mois de février, la première hausse depuis les sept derniers mois. Malgré cette augmentation, l'indice avancé semestriel a reculé de 10 % depuis le mois d'août. Heureusement, les faiblesses dans les indicateurs avancés ont été un peu moins répandues au cours des six derniers mois. Bien que le comportement de l'indice avancé porte à croire que la conjoncture économique demeurera faible à court terme, il permet aussi de penser que la contraction actuelle pourrait devenir un peu moins importante.
- Malgré la diminution des tarifs aériens moyens, le coût moyen d'un séjour de dix nuits au Canada, billets d'avion, hébergement, repas et autres éléments compris, devrait augmenter de 9,3 % pendant le deuxième trimestre, par rapport à l'année dernière. L'augmentation des coûts résultera en grande partie de la force du dollar canadien qui s'est apprécié de 14,6 % par rapport au won coréen entre les mois de mars 2008 et 2009. Heureusement, la compétitivité des prix du Canada ne devrait pas décliner pendant le deuxième trimestre, alors que le coût d'un voyage similaire vers des destinations concurrentielles (États-Unis, Allemagne, Royaume-Uni et Australie) devrait augmenter de 13,1 % en moyenne pendant le trimestre.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de visiteurs coréens au Canada a chuté de 30,5 % au mois de février. Par rapport à 2008, les arrivées en provenance de la Corée du Sud ont reculé de 25 % au cours des deux premiers mois de 2009. Selon l'OTTI, le nombre de voyageurs coréens aux États-Unis a reculé de 17,1 % au mois de janvier 2009.

- Malheureusement, la capacité du transport aérien direct entre la Corée du Sud et le Canada devrait reculer de 25 % au troisième trimestre 2009.

Bien que le taux de baisse des indicateurs économiques avancés pour la Corée du Sud et la compétitivité des prix du Canada ait connu un léger répit, le recul des tendances des voyageurs et des fournisseurs laisse croire que les visiteurs sud-coréens continueront d'être moins nombreux à court terme.

Chine - Tendances Touristiques Actuelles

La forte remontée de la demande de voyages intérieurs donne un coup de pouce aux compagnies aériennes chinoises. Après avoir enregistré des pertes substantielles en 2008, les compagnies aériennes devraient renouer avec les bénéfices cette année, principalement en raison d'une forte remontée de la demande de voyages intérieurs en avion, selon des articles parus récemment dans les médias. Les principaux transporteurs du pays – China Eastern, China Southern et Air China – ont enregistré des pertes pour 2008 qui ont atteint collectivement près de 28 milliards de yuan (5 milliards de dollars canadiens). La faible demande de voyages intérieurs, les prix élevés du carburéacteur et les effets du ralentissement économique mondial ont été les principales raisons invoquées pour les importantes pertes financières.

Les trois compagnies aériennes ont toutefois déclaré qu'elles prévoyaient accroître leur rendement cette année, après avoir enregistré une forte amélioration de la demande de voyages intérieurs au premier trimestre 2009. La baisse des prix du carburéacteur a aussi aidé à réduire les coûts opérationnels des compagnies aériennes. Selon *Air Transport World*, le nombre de passagers intérieurs en Chine a augmenté de 21,3 % au mois de janvier, de 17 % au mois de février et de 15,8 % au mois de mars. Le plan de stimulation économique agressif annoncé par le gouvernement chinois a contribué à accroître la confiance des consommateurs et la demande de voyages intérieurs. Par contre, le nombre de passagers internationaux a continué de reculer par rapport à l'année précédente.

L'aéroport international de Beijing continue d'afficher, par rapport à l'année précédente, une forte croissance du nombre de passagers mensuels, laquelle est favorisée par l'augmentation importante des voyages intérieurs. Au mois de mars 2009, le nombre de passagers a bondi de 18,7 % par rapport à l'année précédente, grâce à une augmentation de 27,4 % du nombre de passagers sur les vols intérieurs. Le nombre de passagers internationaux pendant le mois a reculé de 5,2 % par rapport à l'année précédente. L'aéroport a indiqué que le nombre de passagers qui voyagent avec des compagnies aériennes internationales – soit environ 60 % de tous les passagers internationaux à l'aéroport – a chuté de 11,9 %.

Le nombre de voyageurs chinois à l'étranger devrait enregistrer une forte croissance cette année. Selon un communiqué émis par le ministre chinois du Commerce, les voyages à l'étranger au départ de la Chine continentale devraient augmenter de 6 % cette année pour atteindre 48,55 millions de voyages, malgré les effets négatifs du ralentissement économique mondial. Des prévisions établies par *Ivy Alliance Tourism Consulting Co.*, sur commande du gouvernement chinois, indiquent une augmentation de 2 à 3 % du nombre de visiteurs chinois en Europe et de 6 % dans des destinations du Sud-Est asiatique cette année. En 2010, la croissance des voyages à l'étranger au départ de la Chine devrait augmenter de 10 %.

Selon un récent article du *China Business Weekly*, plusieurs voyageurs chinois devraient toutefois faire moins de voyages ou rester plus près de chez eux cette année en raison d'inquiétudes d'ordre financier dues au ralentissement de l'économie chinoise. Un rédacteur principal de *Traveler*, un magazine chinois affilié au *National Geographic*, prévoit que le nombre de visiteurs chinois au pays et dans des destinations du Sud-Est asiatique augmentera cette année, au détriment des vacances long-courriers aux États-Unis et en Europe. La demande de forfaits de vacances aux États-Unis et en Europe a reculé, malgré le fait que les agents de voyages chinois aient réduit substantiellement les prix pour aider à stimuler la demande, selon un agent de voyages de Beijing. De plus, le gouvernement chinois fait la promotion du tourisme intérieur auprès des résidents chinois comme moyen de stimuler l'économie chinoise.

Chine -- Indice Des Indicateurs Avancés du Tourisme

Économique		Non économique		Global
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs	Tendances chez les fournisseurs	
↑ (↑)	↑↑ (↑↑↑)	↑ (↑)	↓ (↓↓↓)	+

Note : les symboles entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (mars 2009)

Tendances économiques :

- Le ralentissement de la demande globale continue de faire reculer le secteur des exportations en Chine, et avec lui, les attentes liées à la croissance économique globale pour le pays. Selon le dernier rapport Consensus Forecasts (mars 2009), le produit intérieur brut réel enregistrera une baisse de 7 % en 2009, et de 8,3 % en 2010. Toutefois, la récente remontée subite de 21,3 % des prêts, par rapport à l'année dernière, qui a été rapportée par les banques prêteuses a contribué à accroître l'optimisme quant à une solide reprise de l'activité économique. De plus, les mesures importantes de stimulation annoncées par le gouvernement au mois de novembre dernier devraient aussi aider à soutenir l'activité économique.
- Le dollar canadien s'est déprécié de 23,4 % par rapport au renminbi chinois entre les mois de mars 2008 et 2009. En raison de cette dépréciation rapide, le coût moyen d'un séjour de 10 nuits au Canada pour les voyageurs chinois, billets d'avion, hébergement, repas et autres éléments compris, devrait diminuer de 19,4 % au deuxième trimestre 2009, par rapport à l'année dernière.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de voyageurs chinois au Canada a augmenté de 5,1 % pour l'année 2008, et il a encore augmenté de 13,8 % au cours des deux premiers mois de 2009. Selon l'OTTI, le nombre de voyages à partir de la Chine (y compris Hong Kong) à destination des États-Unis a augmenté de 27,6 % au mois de janvier 2009.
- Malheureusement, la capacité aérienne directe à destination du Canada devrait reculer de 8,1 % pendant le troisième trimestre 2009.

En dépit d'une conjoncture économique plus faible et d'un ralentissement des tendances des voyages et des fournisseurs, l'indice des indicateurs avancés du tourisme pour la Chine semble indiquer que les arrivées en provenance de ce marché pourraient continuer d'augmenter légèrement à court terme.

Australie - Tendances Touristiques Actuelles

Qantas voit la demande de voyages en avion se détériorer rapidement. Le nombre de passagers des compagnies aériennes du groupe Qantas a chuté de 8,4 % au mois de février 2009, selon les dernières statistiques sur le rendement de la compagnie. Le nombre de passagers sur les services de Qantas International a reculé de 16,8 % au cours du mois. La compagnie a toutefois fait remarquer que le mois de février 2008 avait un jour de plus parce que c'était une année bissextile, ce qui rendait les comparaisons moins avantageuses pour le mois de février 2009 par rapport à l'année précédente.

À la mi-avril, Qantas a annoncé qu'elle avait réduit ses prévisions de bénéfices pour le présent exercice de 60 à 80 %, en raison d'une « détérioration rapide et importante des conditions du marché » au cours des semaines précédentes. La compagnie a indiqué que ses services aux passagers internationaux et ses services cargo étaient les plus touchés par le ralentissement économique mondial. En raison d'une demande plus faible de voyages en avion, particulièrement pour les passagers en classe affaires et en première classe, elle s'est vue forcée d'offrir des rabais très importants sur les billets d'avion – jusqu'à 50 % dans certains cas. La compagnie aérienne a déclaré qu'elle réduirait globalement sa capacité aérienne internationale et intérieure de 5 % supplémentaires et qu'elle appliquerait d'autres mesures de compression des coûts pour faire face à la récession.

Selon *Air Transport World*, Qantas fait face à une forte concurrence de Singapore Airlines sur ses routes internationales. Au début du mois d'avril, Singapore Airlines a baissé ses tarifs en accordant des réductions sur 82 routes internationales allant jusqu'à 50 %.

L'Australie accuse du retard sur la majorité des pays au chapitre de l'utilisation du temps de vacances : un nombre croissant d'Australiens négligent d'utiliser le temps de vacances qui leur est alloué, ce qui fait qu'ils sont presque aussi privés de vacances que les Japonais et les Américains, selon le dernier sondage Vacation Deprivation réalisé par Expedia. 44 % des Australiens interrogés dans le cadre de l'étude de cette année ont admis qu'ils ne prenaient pas tout le temps de vacances fourni par leur employeur, une hausse par rapport aux 38 % enregistrés dans le sondage de l'année dernière.

Dans l'ensemble, les Australiens prennent en moyenne 15 jours de vacances par année – au troisième rang pour le nombre de jours le moins élevé après les Américains, qui en prennent 10, et les Japonais, qui en prennent 8. L'année dernière, le nombre de jours de vacances inutilisés par les Australiens était en moyenne de trois jours. Tourism Australia a mis sur pied un programme « pas de vacances, pas de vie » qui encourage les Australiens à utiliser toutes leurs journées de vacances et à voyager davantage à l'intérieur du pays.

Australie -- Indice Des Indicateurs Avancés Du Tourisme

Économique		Non économique		Global
Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs	Tendances chez les fournisseurs	
↔ (↔)	↔ (↔)	↓ (↔)	↔ (↔)	—

Note : les symboles entre parenthèses proviennent du précédent Bulletin de renseignements sur le tourisme (mars 2009)

Tendances économiques:

- Les indicateurs économiques avancés du Conference Board pour l'Australie ont augmenté de 0,2 % au mois de février, pour la première fois en six mois. L'indice a toutefois reculé de 3,9 % entre les mois d'août 2008 et février 2009. Néanmoins, les forces et les faiblesses des composants sont demeurées assez équilibrées au cours des derniers mois. Malheureusement, le comportement récent de l'indice avancé laisse encore supposer que la faiblesse de l'économie se maintiendra à court terme.
- Le dollar canadien s'est apprécié de 9,8 % par rapport au dollar australien entre les mois de mars 2008 et 2009. Malgré les baisses de tarifs aériens moyens, la dépréciation du dollar australien devrait contribuer à l'augmentation du coût global des voyages au Canada à court terme. Le coût moyen d'un séjour de 10 nuits au Canada pour les Australiens, billets d'avion, hébergement, repas et autres éléments compris, devrait augmenter de 5,4 % au deuxième trimestre 2009, par rapport à l'année dernière. Mais en comparaison, et sur une note plus positive pour le Canada, le coût moyen d'un voyage similaire vers des destinations concurrentes devrait augmenter de 28,5 %.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Alors que les arrivées d'Australiens au Canada ont continué d'augmenter à un rythme honorable pendant presque toute l'année 2008, leur nombre a reculé vers la fin de l'année. Pour les deux premiers mois de 2009, le nombre de voyageurs australiens au Canada a chuté de 6,3 %, par rapport à 2008. Jusqu'à maintenant, les visites au Canada ont diminué à un rythme légèrement moins important que les visites aux États-Unis. Selon l'OTTI, le nombre de voyageurs australiens à destination des États-Unis a reculé de 14,7 % pendant le mois de janvier 2009.
- La capacité aérienne directe entre le Canada et l'Australie pendant le troisième trimestre 2009 devrait être la même que celle enregistrée pendant la même période en 2008.

Malgré un assouplissement de l'ampleur des défis économiques, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que l'affaiblissement de la tendance à voyager entraînera vraisemblablement des baisses du nombre de voyageurs australiens au Canada à court terme.

Annexe : Indice des indicateurs avancés du tourisme — Méthodologie

L'indice des indicateurs avancés du tourisme fournit aux intervenants du secteur du tourisme des renseignements sur les perspectives à court terme pour l'industrie canadienne du tourisme, en suivant de près l'évolution des facteurs économiques et non économiques qui ont une influence sur la demande de déplacements.

Pour calculer l'indice des indicateurs avancés du tourisme, les divers indices des composantes qui représentent les facteurs de motivation économiques et non économiques sont pondérés de manière à refléter leur importance relative dans le processus de la prise de décision en matière de voyages. Les cotes utilisées pour évaluer les indices des composantes de l'indice global indiquent dans quelle mesure chaque composante contribue à court terme à encourager les voyageurs à visiter le Canada ou, au contraire, à les empêcher de le faire. Les gradients de cotation spécifiques utilisés pour évaluer les divers indices des composantes des indicateurs avancés du tourisme sont les suivants :

Cotes utilisées pour les indices de composante de l'indicateur avancé du tourisme

Symbole	Interprétation
↑↑↑	Stimulation importante de la demande
↑↑	Stimulation modérée de la demande
↑	Faible stimulation de la demande
↔	Aucune (ou peu) de stimulation de la demande
↓	Léger obstacle à la demande
↓↓	Obstacle modéré à la demande
↓↓↓	Obstacle important à la demande

La cote globale pour chaque marché source indique le rendement prévu du marché à court terme, comparativement à la même période de l'année précédente. Les gradients de cotation spécifiques utilisés pour évaluer l'indice des indicateurs avancés du tourisme sont les suivants :

Cotes utilisées pour l'indice de l'indicateur avancé du tourisme

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

Les indicateurs avancés ont été établis pour le marché des voyages intérieurs au Canada et pour chacun des principaux marchés internationaux du Canada : les États-Unis, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, le Mexique, le Japon, la Corée du Sud, la Chine et l'Australie.

Méthodologie utilisée pour établir l'indicateur avancé du tourisme pour chaque marché source :

Facteurs économiques

- A) Tendance générale de l'économie :** l'évaluation spécifique des conditions économiques générales pour chaque marché de voyages source est calculée à partir du degré de changement des conditions économiques (qui deviennent plus ou moins favorables) ainsi que d'une évaluation économique générale des conditions de l'économie. Parmi ces facteurs se trouvent la croissance du PIB, l'emploi et les variations de l'indice général des indicateurs économiques avancés du Conference Board des États-Unis. En fin de compte, la cotation fournie indique dans quelle mesure des conditions positives (stimulation) ou négatives (obstacle) peuvent influencer les décisions de visiter le Canada à court terme, compte tenu des conditions économiques de chaque marché source.
- B) Compétitivité des prix :** les taux de change entre les marchés jouent un rôle important dans la compétitivité des prix. D'autres facteurs utilisés pour évaluer la compétitivité globale des prix, notamment les prix de l'essence, les suppléments carburant, les frais liés à la sécurité, ou d'autres coûts rendent le Canada plus ou moins compétitif au niveau des prix que d'autres destinations concurrentes.

Facteurs non économiques

- A) Tendances chez les voyageurs :** l'évaluation des tendances chez les voyageurs, à destination et à l'intérieur du Canada, tient compte du niveau de confiance des consommateurs du marché source, des réglementations, des tendances actuelles chez les voyageurs et des intentions de voyages.
- B) Tendances chez les fournisseurs :** les tendances chez les fournisseurs indiquent dans quelle mesure les fournisseurs augmentent (ou réduisent) leurs offres de produits pour faciliter les déplacements à partir du marché source à destination et à l'intérieur du Canada. Le résultat des changements de l'offre peut augmenter (ou diminuer) le potentiel de croissance. La capacité aérienne directe de chaque marché source vers le Canada est un indicateur clé.

Le tableau suivant indique la pondération utilisée pour chaque composante de l'indicateur avancé du tourisme pour chaque marché source.

Économique			Non économique	
Marché	Tendance générale de l'économie	Compétitivité des prix	Tendances chez les voyageurs (à destination / à l'intérieur du Canada)	Tendances chez les fournisseurs (à destination / à l'intérieur du Canada)
Intérieur et É.-U.	40 %	10 %	40 %	10 %
Tous les autres	30 %	10 %	50 %	10 %

Une pondération supérieure sur les facteurs économiques est accordée aux voyages intérieurs et aux É.-U., étant donné le pourcentage plus élevé de voyages qui ne sont pas des voyages d'agrément dans ces marchés, et qui tendent à être plus étroitement liés à des motivations économiques. De plus, la prévalence de voyages en automobile plus courts et plus fréquents tend à indiquer une corrélation plus forte avec des facteurs économiques. D'autre part, la distance moyenne et la durée plus longues des voyages outre-mer indiquent que des facteurs non économiques ont tendance à jouer un rôle plus important dans le processus de prise de décision pour ces voyages.