



Bulletin de renseignements sur le tourisme

Perspectives de voyages frileuses pour cet hiver

Numéro 54 : novembre 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 septembre et octobre, et au début du mois de novembre 2009.

Vue d'ensemble du bulletin

Vue d'ensemble du tourisme : Amérique du Nord

■ **Les perspectives de voyages intérieurs cet hiver demeurent modestes** : le marché du tourisme intérieur au Canada devrait demeurer modeste cet hiver. Malgré certains signes de stabilisation de la baisse de demande de voyages, le volume de voyages intérieurs devrait être encore inférieur à celui de l'année dernière à court terme. Selon l'Enquête sur les intentions de voyage d'octobre 2009 réalisée par le Conference Board du Canada, il est encore possible que le tourisme canadien augmente au cours de l'hiver, mais uniquement vers des destinations internationales. (Voir « Voyages d'agrément », page 5, et « Tourisme intérieur », page 12.)

■ **Les intentions de voyages des Américains ont reculé au mois d'octobre** : selon le dernier rapport du Consumer Confidence Survey mené par le U.S. Conference Board, Inc., les intentions de voyages des Américains ont reculé au mois d'octobre, annulant l'augmentation enregistrée deux mois plus tôt. La confiance des consommateurs a aussi connu une deuxième baisse mensuelle consécutive, alors que les nouvelles négatives concernant le marché du travail américain ont contribué à alimenter le pessimisme des consommateurs face à la conjoncture. (Voir page 5.)

■ **Les projets de voyage aux É.-U. sont sensibles à l'augmentation des cas de grippe H1N1** : selon une étude récente, les Américains sont plus sensibles à l'augmentation des cas de grippe H1N1 pour ce qui est de leurs projets de voyage à court terme. Plus d'un tiers des voyageurs américains qui prévoient faire un voyage au cours des six prochains mois ont indiqué qu'en cas d'écllosion répandue à leur destination prévue, ils modifieraient leurs plans en retardant leur voyage, en modifiant leur destination de voyage ou en annulant tout simplement leur voyage. (Voir page 6.)

■ **La confiance des entreprises canadiennes est en hausse** : le niveau d'optimisme des dirigeants d'entreprise canadiens s'est encore accru au troisième trimestre 2009, selon le sondage du Conference Board du Canada sur l'indice de confiance des

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.....	14
Annexe : Indice des indicateurs avancés du tourisme - Méthodologie.....	29



entreprises. À la suite d'une forte hausse au deuxième trimestre, l'indice a bondi de 15,9 points additionnels, pour atteindre son niveau le plus élevé depuis 2007. Les indicateurs qui mesurent les perspectives des conditions économiques et les perspectives financières des entreprises ont aussi enregistré des gains substantiels. **(Voir page 6.)**

■ **Les voyages d'affaires des Canadiens pourraient diminuer davantage en 2010 :** selon le *Canadian Business Travel Outlook 2010*, la demande de voyages d'affaires au Canada a considérablement ralenti depuis l'automne 2008, et elle pourrait continuer de reculer l'an prochain, malgré les espoirs d'une reprise de l'économie. Le rapport donne à penser que les entreprises canadiennes prévoient moins de voyages d'affaires l'année prochaine qu'en 2009. Elles ont aussi l'intention de réduire leurs dépenses de voyage. **(Voir page 7.)**

■ **Les compagnies aériennes canadiennes sont encore aux prises avec la faible demande et la forte concurrence :** la rentabilité des compagnies aériennes canadiennes souffre encore d'une demande de voyages plus faible et d'une vive concurrence exercée sur les marchés. Bien qu'Air Canada et WestJet aient récemment déclaré que le recul des voyages en avion semblait se stabiliser, les perspectives pour l'industrie aérienne demeurent très incertaines. **(Voir page 8.)**

■ **Les indicateurs hôteliers canadiens continuent de reculer :** la faible demande enregistrée dans tous les segments de voyageurs continue de faire reculer les taux d'occupation des hôtels, ce qui se traduit par des rabais sur les tarifs et des pertes importantes de revenus pour l'industrie. PFK Consulting a indiqué que la baisse des taux d'occupation et des tarifs des chambres qui s'était poursuivie au mois d'août 2009 a engendré une baisse de revenus par chambre disponible de 12,7 pour cent. **(Voir page 9.)**

Vue d'ensemble du tourisme : International

■ **Les plus récentes données confirment la tendance des Britanniques à prendre des vacances près de la maison :** Les voyages des Britanniques à l'étranger ont reculé de 10 % cette année par rapport à l'année derles voyages intérieurs au R.-U. ont considérablement augmenté au cours de l'été, pendant que les voyages à l'étranger continuaient de diminuer, ce qui soutient l'affirmation voulant que les voyageurs britanniques aient choisi de demeurer plus près de la maison cette année. De plus, ceux qui ont pris leurs vacances estivales à l'étranger ont été nombreux à faire leurs réservations à la dernière minute. Cette tendance marquée aux réservations de dernière minute devrait se maintenir pendant l'hiver. **(Voir page 14.)**

■ **Transat déclare une baisse de ses réservations en France :** les réservations de Transat A.T. en France ont diminué, sur douze mois, pendant son troisième trimestre d'exercice qui se terminait en juillet. Les réservations long-courriers au cours de cette période ont été particulièrement faibles. Pour ce qui est de son quatrième trimestre, Transat a déclaré que les réservations en France pour les destinations moyen-courriers avaient augmenté depuis l'année précédente, tandis que les réservations long-courriers continuaient d'accuser un certain retard. **(Voir page 11.)**

■ **Les réservations pour l'hiver démarrent lentement en Allemagne :** les ventes de voyages d'agrément pour l'hiver démarrent lentement. Toutefois, les agents de voyages espèrent que la tendance marquée aux réservations de dernière minute qui est apparue dans le marché allemand cette année entraînera une vague de réservations de dernière minute. Les voyagistes sont aussi optimistes en ce qui concerne leurs réservations pour les destinations américaines. La demande des Allemands pour les destinations américaines a été stimulée par un meilleur taux de change, une meilleure perception du pays et les efforts accrus des fournisseurs pour attirer les touristes allemands. **(Voir page 18.)**

■ **L'industrie mexicaine du tourisme traverse une période difficile :** Le gouvernement canadien a imposé au mois de juillet une nouvelle obligation de visa pour les citoyens mexicains. Avant de quitter leur

pays, les visiteurs mexicains doivent maintenant se procurer un visa de résident temporaire, lequel peut seulement être obtenu au Consulat du Canada à Mexico. Selon les médias, cette nouvelle exigence a considérablement réduit le nombre de visiteurs mexicains au Canada cet été. **(Voir page 20.)**

■ **Les agents de voyages japonais rapportent une chute de la demande de voyages pour le congé du Nouvel An :** malgré le nombre important de réservations à destination de l'étranger pour l'inter-saison d'automne cette année, les agents de voyages japonais ont enregistré une chute de la demande de voyages pour la période de pointe du congé du Nouvel An, sauf pour les destinations asiatiques court- et moyen-courriers. Selon les rapports, les voyageurs japonais sont maintenant plus économes et préfèrent éviter les prix élevés appliqués aux périodes de voyages de pointe. De plus, le calendrier des jours fériés pendant la saison de voyages du Nouvel An est moins favorable que celui de l'année dernière, étant donné que les travailleurs ont moins de journées de congé consécutives. **(Voir page 22.)**

■ **La peur de la grippe nuit à la demande de voyages en Corée :** selon les médias, les nouvelles sur les morts liées à la grippe H1N1 en Corée du Sud ont été désastreuses pour la demande de voyages à l'étranger et intérieurs depuis le milieu du mois d'août. Toutefois, les analystes de l'industrie du tourisme croient qu'elle reprendra bientôt, alors que les inquiétudes liées à la grippe diminueront et que l'appréciation du won coréen contribuera à accroître l'abordabilité des voyages outre-mer. **(Voir page 24.)**

■ **Les dépenses des Chinois pour les voyages d'affaires ralentissent, mais ne reculent pas :** selon un sondage récent mené par American Express, les dépenses relatives aux voyages d'affaires et aux divertissements ont augmenté plus lentement en Chine cette année, mais elles ne devraient pas diminuer. Les entreprises chinoises se sont davantage concentrées sur le respect des politiques et le contrôle des dépenses. **(Voir page 26.)**

■ **Les Australiens sont encore très nombreux à voyager à l'étranger :** l'expansion du marché australien des voyages à l'étranger, stimulée par le raffermissement du dollar australien et des tarifs internationaux réduits, se poursuit. Le nombre de voyageurs australiens à l'étranger a atteint un niveau record pendant l'année précédant le mois de septembre 2009, ce qui représente plus de six millions de voyages à l'étranger, selon l'Australian Bureau of Statistics. **(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	↔	↑	↓	↑	—
Mexique	↔	↓	↓↓	↑↑	--
Japon	↔	↑	↓↓	↑	—
Corée du Sud	↔	↑	↓↓	↑	—
Chine	↑↑	↔	↑	↑↑	+
Australie	↔	↔	↓	↑	—

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.

Tous les détails relatifs à l'indice de chaque marché sont présentés à partir de la page 12. 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

Un sondage démontre qu'il existe un potentiel de croissance des voyages des Canadiens cet hiver : selon le dernier sondage sur les intentions de voyages du Conference Board du Canada, le volume de voyages des Canadiens cet hiver pourrait encore augmenter, mais uniquement pour les voyages à l'étranger. Les résultats étaient semblables à ceux du précédent sondage d'août 2009 qui laissait aussi penser que le plus grand potentiel de croissance dans le marché canadien des voyages cet hiver était celui des voyages à l'étranger.

Environ 50 pour cent des Canadiens interrogés au mois d'octobre 2009 ont dit qu'ils avaient pris des vacances l'hiver dernier, entre les mois de novembre 2008 et avril 2009. Le nombre de répondants qui pourraient prendre des vacances l'hiver prochain a grimpé à 58 pour cent : un peu plus de 39 pour cent ont dit qu'ils feraient certainement un voyage, et 18 pour cent, qu'ils en feraient probablement un.

Plus de 24 pour cent des répondants ont dit qu'ils planifieraient certainement ou probablement un voyage vers une destination internationale autre que les États-Unis, ce qui représente une augmentation par rapport aux 20 pour cent qui avaient déclaré qu'ils feraient un voyage à l'étranger (ailleurs qu'aux États-Unis) l'hiver dernier. Entre-temps, ceux qui ont déclaré qu'ils prendraient certainement ou probablement leurs plus longues vacances d'hiver au Canada sont légèrement moins nombreux que ceux qui avaient déclaré avoir pris leurs plus longues vacances d'hiver au Canada au cours de l'hiver précédent.

Tableau 1. Destination des plus longues vacances d'hiver
(Pourcentage de Canadiens qui ont pris des vacances à l'hiver 2008-2009 vs ceux qui en prendront certainement ou probablement à l'hiver 2009-2010)

Destination des plus longues vacances	Hiver 2008 – 2009 (actuel)	Hiver 2009 – 2010 (prévu*)
Toutes les destinations	49,3	58,3
Canada	13,3	12,3
États-Unis	16,0	17,3
Autres destinations internationales	20,0	24,3
Ne sait pas	s. o.	2,7

**Remarque : cette catégorie comprend les personnes qui ont répondu « oui » ou « probablement » à la question de savoir si elles prévoient prendre des vacances à l'hiver 2009-2010.*

Source : le Conference Board du Canada.

Les intentions de voyage des Américains ont reculé au mois d'octobre : les intentions de voyages des Américains ont diminué au mois d'octobre 2009, annulant l'amélioration enregistrée au cours des deux mois précédents, selon le dernier rapport du Consumer Confidence Survey réalisé par le Conference Board, Inc. aux É.-U. Des résultats préliminaires indiquent que 37,4 pour cent des Américains interrogés prévoyaient prendre des vacances au cours des six prochains mois, ce qui représente une baisse par rapport à 38,9 pour cent au mois d'août 2009. Les résultats sont rajustés en raison des variations saisonnières dans la demande de voyages.

La confiance globale des Américains a enregistré une deuxième baisse mensuelle consécutive au mois d'octobre. L'Indice de confiance des consommateurs a reculé de 5,7 points à 47,7 (1985=100), avec une baisse de 2,3 points pour l'indice d'appréciation de la situation actuelle et de 8 points, pour l'indice des attentes. Selon le Conference Board, cette baisse était due en grande partie à la récente détérioration des conditions du marché du travail américain.

Les projets de voyage aux É.-U. sont sensibles à l'augmentation des cas de grippe H1N1 : selon le dernier sondage de Travelhorizons réalisé par la U.S. Travel Association et Ypartnership, une firme de recherche marketing, les projets de voyage à court terme des Américains sont plus sensibles à l'augmentation des cas de grippe H1N1. Plus d'un tiers des voyageurs américains qui prévoient faire un voyage au cours des six prochains mois ont indiqué qu'en cas d'éclosion répandue du virus de la grippe H1N1 à leur destination de voyage prévue, ils modifieraient leurs plans. À la question de savoir quelles seraient les modifications apportées à leurs projets de voyage, près de la moitié (45 %) ont répondu qu'ils reporteraient leur voyage jusqu'à ce que l'éclosion soit terminée. Un tiers des répondants ont dit qu'ils changeraient de destination de voyage, et près d'un tiers (31 %) ont dit qu'ils annuleraient tout simplement leur voyage.

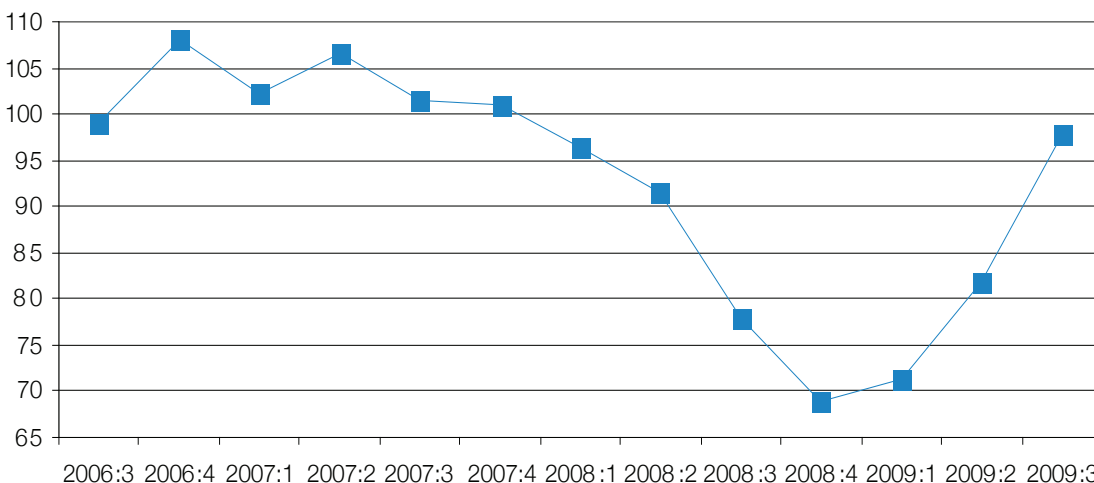
Les Américains fortunés sont les plus susceptibles d'augmenter leurs dépenses de voyage : les consommateurs américains demeurent prudents en ce qui concerne leurs dépenses, selon le Spending and Saving Tracker lancé récemment par American Express. Seulement 10 pour cent des Américains interrogés à la fin du mois d'août ont déclaré qu'ils avaient l'intention de dépenser davantage au cours des 30 jours suivants, tandis que 40 pour cent ont dit qu'ils songeaient à réduire leurs dépenses. Les jeunes professionnels semblaient être les plus susceptibles d'augmenter leurs dépenses (24 % de ce segment), comparativement aux Américains fortunés (14 %) ou à l'ensemble de la population en général (10 %). Toutefois, ce sont les Américains fortunés qui sont les plus susceptibles de consacrer leurs dépenses supplémentaires aux voyages; 56 pour cent des Américains fortunés qui ont l'intention de dépenser davantage au cours du mois prochain ont indiqué qu'ils le feraient pour des voyages. Les jeunes professionnels qui prévoyaient augmenter l'ensemble de leurs dépenses étaient plus susceptibles de dépenser pour des vêtements (65 %), puis pour des restaurants (54 %) et des voyages (53 %).

Néanmoins, les vacances sont devenues une priorité de dépenses moins importante parmi les consommateurs américains, dans l'ensemble. Seulement 7 pour cent des répondants ont nommé les vacances comme priorité de dépense importante, comparativement à 25 pour cent dans un sondage similaire un an plus tôt.

Voyages d'affaires

La hausse de la confiance des entreprises canadiennes s'est poursuivie au troisième trimestre 2009 : le niveau d'optimisme des dirigeants d'entreprise canadiens s'est encore accru au troisième trimestre 2009, selon le dernier sondage du Conference Board du Canada sur la confiance des entreprises. La forte augmentation de l'indice de confiance des entreprises enregistrée au deuxième trimestre a été suivie d'une autre hausse de 15,9 points à 97,8 (2002=100). Il s'agissait du relevé le plus élevé depuis 2007. L'indicateur des perspectives économiques a bondi de plus de 30 points, et celui des perspectives financières, de 20 points.

Graphique 1 : Indice de confiance des entreprises : jusqu'au 3e trimestre 2009 (2002 = 100)



Source : le Conference Board du Canada.

Les voyages d'affaires des Canadiens pourraient continuer de diminuer en 2010 : la demande de voyages d'affaires au Canada a considérablement diminué depuis l'automne 2008, et, selon le *Canadian Business Travel Outlook 2010* du Conference Board du Canada et de l'Association of Corporate Travel Executives, elle pourrait néanmoins continuer de reculer l'année prochaine. Selon le rapport, les entreprises canadiennes prévoient moins de voyages d'affaires l'année prochaine qu'en 2009. Elles ont aussi l'intention de réduire leurs dépenses de voyage d'environ 2,6 pour cent. Le ralentissement économique et l'utilisation croissante des outils de communication audio et vidéo étaient les principales raisons invoquées pour les restrictions budgétaires.

Le rapport mentionne aussi que les prix moyens que paieront les entreprises canadiennes l'année prochaine seront plus élevés pour les billets d'avion, mais continueront de diminuer pour les chambres d'hôtel. Les tarifs de location de véhicules devraient demeurer les mêmes qu'en 2009. L'étude est basée sur un sondage réalisé auprès d'organismes canadiens dont les dépenses annuelles de voyages d'affaires au Canada totalisent 400 millions \$.

Deux autres prévisions de voyages récentes présentent des prévisions similaires pour les prix des voyages d'affaires en 2010 :

- Selon les dernières prévisions d'Egencia, la filiale des voyages d'affaires d'Expedia, la demande de voyages d'affaires en Amérique du Nord reprendra l'année prochaine, ce qui entraînera une augmentation de 5 à 10 pour cent des prix moyens des billets d'avion. Toutefois, les tarifs hôteliers diminueront d'au plus 5 pour cent dans la majorité des principaux marchés nord-américains.
- Selon les dernières prévisions d'American Express Business Travel, les tarifs aériens moyens en Amérique du Nord augmenteront de 2 à 7 pour cent pour les vols intérieurs et court-courriers, et de 1 à 6 pour cent pour les vols internationaux et long-courriers. Les tarifs hôteliers devraient diminuer de 1 à 4 pour cent pour les hôtels moyen de gamme, et de 3 à 6 pour cent pour les hôtels haut de gamme. Entre-temps, American Express croit que l'augmentation des voyages d'affaires au Canada atteindra 15 pour cent en 2010, par rapport à 2009. Quant aux voyages d'affaires aux É.-U., ils devraient augmenter d'à peine un pour cent l'année prochaine.

De nouvelles études indiquent que le rendement des investissements pour les voyages d'affaires sera élevé : selon une nouvelle étude d'Oxford Economics et de la U.S. Travel Association, le rendement de l'investissement fait dans les dépenses de voyages d'affaires est substantiel. Le rapport indique que chaque dollar dépensé pour les voyages d'affaires génère 12,50 \$ en revenus d'entreprises et 3,80 \$ en bénéfices d'entreprises. Selon le rapport, 40 pour cent des clients potentiels deviennent de nouveaux clients grâce aux rencontres en personne, par rapport à seulement 16 pour cent en l'absence de réunion personnelle. Les rencontres avec les clients ont été citées comme étant responsables d'un rendement plus élevé de l'investissement dans les voyages d'affaires que dans les conférences et les salons professionnels.

COMPAGNIES AÉRIENNES

Les compagnies aériennes canadiennes sont encore aux prises avec la faible demande et la forte concurrence : la rentabilité des compagnies aériennes canadiennes continue de souffrir d'une demande de voyages plus faible et d'une vive concurrence exercée sur les marchés. Et bien que le recul des voyages en avion semble se stabiliser, les perspectives pour l'industrie aérienne demeurent très incertaines.

Air Canada a affiché un bénéfice net de 277 millions \$ au troisième trimestre 2009. Bien qu'il s'agisse d'une hausse par rapport à une perte nette de 132 millions \$ pour le même trimestre en 2008, cette hausse a été favorisée par un gain provenant des opérations de change de 295 millions \$ dans les revenus du transporteur au troisième trimestre. Les recettes passagers pour le trimestre ont reculé de 13 pour cent par rapport à l'année précédente, surtout à cause de la réduction du trafic et des « initiatives d'établissement de prix concurrentiels pour stimuler la demande ». Les revenus provenant des tarifs des classes supérieures ont diminué de 16 pour cent, quoiqu'il s'agit là d'une amélioration par rapport à la baisse de 30 pour cent enregistrée au trimestre précédent. Le trafic passagers pour le trimestre a reculé de 2,1 pour cent par rapport à l'année précédente.

La compagnie aérienne a déclaré que ses deux principales priorités en vue d'atténuer les effets du ralentissement économique consistaient à réduire les coûts et à poursuivre le développement de son réseau international. Au quatrième trimestre 2009, la compagnie aérienne a l'intention d'accroître sa capacité globale de 1 à 2 pour cent, sur douze mois.

Le trafic passagers global d'Air Canada (mesuré en passagers-milles payants), y compris les activités principales et régionales combinées, a diminué de 1,3 pour cent au mois d'octobre 2009 par rapport à l'année précédente. Le trafic a augmenté de 1,8 pour cent sur les routes intérieures, et il a diminué de 7,3 pour cent sur les routes transfrontalières américaines. Quant aux routes internationales, le trafic sur les vols transatlantiques a augmenté de 3,9 pour cent, et de 9,6 pour cent sur les routes latino-américaines, tandis que les routes transpacifiques enregistraient une baisse de 7,4 pour cent.

À la fin du mois d'octobre, le chef des Affaires commerciales d'Air Canada, Ben Smith, a déclaré au *Financial Post* que la compagnie aérienne avait des « lueurs d'espoir » que la demande aérienne commence à s'améliorer, bien qu'un redressement total soit encore très loin.

WestJet a enregistré un bénéfice net de 31,4 millions de dollars au troisième trimestre 2009, ce qui représente une baisse par rapport à 59,7 millions de dollars l'année précédente. Les revenus pour le trimestre ont diminué de 16,4 pour cent, et le trafic passagers a reculé de 3,2 pour cent. Le transporteur a indiqué que les voyageurs canadiens sont demeurés sensibles aux prix pendant le trimestre, ce qui a continué à pousser les compagnies aériennes à offrir des rabais très importants sur les tarifs aériens. Le transporteur prévoit augmenter sa capacité sur les routes transfrontalières américaines et internationales pendant le quatrième trimestre 2009, ce qui entraînera une augmentation de 2 à 3 pour cent de sa capacité globale par rapport à l'année précédente.

Au mois d'octobre, le trafic passagers de WestJet a augmenté de 0,3 pour cent par rapport à l'année précédente. La compagnie aérienne a déclaré qu'elle commençait à voir une augmentation des réservations pour les voyages d'affaires et les destinations soleil, et que les baisses de revenus avaient commencé à plafonner.

Tableau 2. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des compagnies aériennes – Octobre 2008

Compagnie aérienne	PMP (en millions) Octobre 2009	Changement des PMP 2009 vs 2008	Capacité 2009 vs 2008
Air Canada – trafic regroupé (toutes les compagnies)	3850	-1,3 %	-0,5 %
WestJet	1093	+0,3 %	-1,8 %

La baisse des voyages en avion aux É.-U. semble vouloir se stabiliser : les plus récentes données de l'Air Transport Association of America (ATA) montrent que la demande de voyages en avion aux É.-U. est encore faible, bien que le recul de la demande semble ralentir. Les tarifs aériens moyens demeurent toutefois nettement inférieurs à ce qu'ils étaient il y a un an.

Le nombre de passagers qui voyagent avec les compagnies aériennes américaines a diminué de 2 pour cent au mois de septembre 2009 par rapport à l'année précédente, pendant que le tarif aérien moyen d'un mille plongeait de 18 pour cent. Par conséquent, les recettes passagers chez les transporteurs américains ont chuté de 19 pour cent au cours de ce mois.

L'ATA prévoyait une baisse de 4 pour cent du nombre de passagers voyageant à bord des transporteurs américains pendant la période de voyages du congé de l'Action de grâces, du 20 novembre au 1er décembre 2009. Elle s'attend néanmoins à ce que les compagnies aériennes maintiennent leurs coefficients de remplissage élevés pendant cette période grâce à des réductions de capacité et des rabais importants. La capacité de sièges intérieurs devrait diminuer de près de 7 pour cent en 2009, ce qui représenterait la plus grande baisse de capacité aérienne intérieure depuis 1942, l'année où les États-Unis se sont engagés dans la Seconde Guerre mondiale.

Hôtels

Les indicateurs hôteliers canadiens continuent d'accuser un recul important : la faible demande dans tous les segments du tourisme a continué de faire reculer les taux d'occupation des hôtels canadiens, ce qui a donné lieu à des rabais sur les tarifs et à des pertes importantes de revenus pour l'industrie hôtelière canadienne. Selon le dernier National Market Report réalisé par PKF Consulting, les tarifs journaliers moyens au Canada ont chuté de 5,6 pour cent au mois d'août 2009 par rapport à l'année dernière. Le taux d'occupation a reculé de 5,8 pour cent, ce qui a engendré une baisse de 12,7 pour cent des recettes par chambre disponible (RecPCD) comparativement à l'année précédente.

Le plus récent *Canadian Lodging Outlook* réalisé par HVS International montre que la demande d'hébergement au Canada a diminué de 5,3 pour cent au mois d'août par rapport à l'année précédente. Entre les mois de janvier et août, la demande d'hébergement a diminué de 6,6 pour cent, sur douze mois, tandis que le nombre de chambres disponibles au Canada augmentait de 1,4 pour cent.

Les hôteliers canadiens demeurent pessimistes : selon la dernière enquête sur les perspectives du monde des affaires de Statistique Canada pour le secteur de l'hébergement des voyageurs pour le quatrième trimestre 2009, les hôteliers canadiens demeurent pessimistes quant aux perspectives à court terme pour leurs entreprises. On constate toutefois une certaine amélioration de la confiance par rapport au sondage précédent. Près de 64 pour cent des hôteliers interrogés s'attendaient à ce que leurs réservations soient inférieures au quatrième trimestre par rapport à l'année précédente, tandis que 65 pour cent prévoyaient des taux d'occupation inférieurs. Il s'agissait toutefois d'une légère amélioration depuis le sondage précédent alors que 76 pour cent des répondants s'attendaient à une baisse des réservations et des taux d'occupation à court terme.

Le nombre de répondants qui rapportaient des obstacles commerciaux, particulièrement ceux qui étaient le plus souvent mentionnés, avait légèrement diminué. La conjoncture économique régionale constituait un problème pour 64 pour cent des répondants dans le dernier sondage, ce qui représente une baisse par rapport à 66 pour cent dans le sondage précédent. Près de 36 pour cent ont mentionné que l'offre excédentaire de chambres était un problème (une baisse par rapport à 37 % précédemment), tandis que les variations des taux de change représentaient un problème pour 27 pour cent d'entre eux (en baisse par rapport à 34 % précédemment).

Le rythme de la baisse de la demande d'hôtels aux É.-U. a ralenti au troisième trimestre : d'après les plus récentes données de Smith Travel Research, Inc., la baisse de la demande d'hôtels aux É.-U. s'est poursuivie, bien que son rythme semble avoir ralenti. Au cours du troisième trimestre 2009, les niveaux des RecPCD aux États-Unis ont plongé en moyenne de 16,9 pour cent par rapport à l'année précédente, alors que les tarifs moyens des chambres ont chuté de 9,8 pour cent et les taux d'occupation, de 7,9 pour cent. Ces baisses ont tout de même été moins importantes qu'aux premier et deuxième trimestres de cette année.

Pour toute l'année 2009, la firme prévoit un recul de 8,4 pour cent du taux d'occupation moyen, et une baisse de 9,7 pour cent des tarifs journaliers moyens, par rapport à 2008. Les niveaux moyens de RecPCD pour l'année devraient être inférieurs de 17,1 pour cent à ce qu'ils étaient l'année précédente. La demande d'hébergement aux É.-U. devrait reprendre à nouveau l'année prochaine, mais on prévoit que le recul des trois principaux indicateurs hôteliers – occupation, tarifs et RecPCD – se poursuivra.

Agents de voyages et autres fournisseurs

Transat considère que le marché du tourisme est assez résilient : Transat A.T. Inc. a affiché un bénéfice net de 31 millions \$ pour son troisième trimestre qui se terminait le 31 juillet 2009, comparativement à une perte nette de 0,90 million \$ au même trimestre en 2008. L'amélioration de la rentabilité est principalement due à des gains relatifs aux couvertures de carburant. La compagnie a décrit le marché du tourisme comme étant « assez résilient » en dépit de la faiblesse de la conjoncture, de la grande capacité du marché et des inquiétudes liées au virus de la grippe H1N1.

Les revenus des filiales nord-américaines de Transat ont diminué de 6,2 pour cent, en raison des prix de vente moins élevés et d'une chute de 6,5 pour cent des réservations – surtout pour les voyages des Européens à destination du Canada. Les revenus de ses filiales européennes ont diminué de 2,6 pour cent, malgré une augmentation de 4,7 pour cent de ses réservations. Le volume important des réservations chez Canadian Air, sa filiale au R.-U., a contrebalancé la baisse des réservations en France, où les réservations pour les voyages long-courriers ont été particulièrement faibles.

Transat a présenté pour l'avenir des perspectives de voyages contrastées entre le Canada et l'Europe – un segment important de ses activités du quatrième trimestre. Les réservations en provenance du Canada pour la période étaient plus élevées que l'année précédente, tandis que celles en provenance de l'Europe tiraient de l'arrière. Transat a déclaré que les réservations en France vers des destinations moyen-courriers étaient en avance par rapport à l'année dernière, alors que les réservations vers des destinations long-courriers continuaient d'accuser un certain retard. Entre-temps, les réservations vers des destinations soleil pour le quatrième trimestre étaient égales à celles de l'année précédente. Les prix ont baissé pour tous les segments, mais les coûts moins élevés du carburant aidaient à contrebalancer les effets des prix plus bas.

Le Canada conserve la deuxième place au classement de l'indice de la marque nationale : le Canada a conservé sa position au deuxième rang dans la liste des principales marques nationales, selon le plus récent Indice de la marque nationale de FutureBrand, une firme de marketing de l'image de marque. L'indice est basé sur un sondage qui demande à 3000 voyageurs dans neuf pays où ils préféreraient faire des affaires et voyager. Les États-Unis sont arrivés au premier rang dans l'indice, ce qui serait dû, selon la firme, à la très grande popularité du président Obama. L'Australie, qui était à la tête du classement des marques nationales l'année dernière a reculé en troisième place. Dans l'indice, le Canada est arrivé premier dans les catégories pour les familles, les choix de lieux de villégiature et d'hébergement, la sécurité, la liberté politique et le meilleur endroit où vivre.

Indice des indicateurs avancés du tourisme

Compte tenu de l'évolution constante de la nature de l'environnement des voyages aujourd'hui, il est de plus en plus important d'être en mesure de prévoir les fluctuations de la demande de voyages, pour pouvoir prendre de meilleures décisions d'affaires. L'indice des indicateurs avancés du tourisme présente un aperçu des perspectives à court terme de l'industrie touristique canadienne, en suivant l'avancement 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. Entre-temps, la cote globale indique le rendement prévu à court terme du marché source, par rapport à la même période l'année précédente.

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 (septembre 2009).

Tendances économiques:

- Selon l'Enquête sur la population active de Statistique Canada, l'emploi au Canada a diminué de 43 000 au mois d'octobre, après avoir affiché une croissance modérée pendant deux mois. Le taux de chômage a augmenté de 0,2 pour cent à 8,6 pour cent. Toutes les pertes d'emploi touchaient les emplois à temps partiel (baisse de 59 700), tandis que le nombre d'emplois à temps plein augmentait de 16 500.
- Le produit intérieur brut (PIB) réel du Canada a diminué de 0,1 pour cent au mois d'août. D'autres baisses de rendement du secteur des biens ont annulé les gains du secteur des services du Canada.
- Malheureusement, la tendance à la hausse récente de la confiance des consommateurs a pris fin au mois d'octobre, alors que l'indice de confiance des consommateurs a perdu 0,8 point à 84,7 (2002 = 100). Cette baisse, qui a mis fin à une série de sept augmentations mensuelles consécutives, est principalement attribuable à une diminution du pourcentage de répondants qui croyaient que c'était le bon moment pour faire un achat important.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre d'embarquements et de débarquements de passagers intérieurs aux 30 principaux aéroports canadiens a diminué de 4,2 pour cent au mois d'août 2009, par rapport à l'année précédente. Le nombre de voyages intérieurs en avion est nettement inférieur à ce qu'il était l'année dernière et sa croissance depuis le mois de septembre 2008 a été négative par rapport à l'année précédente.
- La baisse des taux d'occupation des hôtels canadiens s'est poursuivie. Selon PKF Consulting, le taux moyen d'occupation au mois d'août a reculé de 5,8 pour cent au Canada, sur douze mois. Au cours des huit premiers mois de 2009, le taux d'occupation moyen a été inférieur de 5,6 pour cent, sur douze mois, et le tarif journalier moyen par chambre pour le Canada a chuté de 4,7 pour cent.
- Conformément à un environnement économique plus modeste, le nombre de voyageurs canadiens aux États-Unis a continué de reculer au mois d'août. Selon les plus récentes données, le nombre de voyages d'une nuit ou plus aux États-Unis a diminué de 5,7 pour cent au mois d'août par rapport à l'année précédente, et celui des voyages internationaux, de 1,5 pour cent..
- Les compagnies aériennes canadiennes continuent de s'adapter à l'évolution de l'environnement. Selon le plus récent profil instantané des données de BACK Aviation Solutions, la capacité du transport aérien direct sur les vols à l'intérieur du Canada devrait augmenter de 2,8 pour cent au premier trimestre 2010.

Globalement, l'indicateur avancé du tourisme donne à penser que, malgré une certaine amélioration des tendances des fournisseurs, les perspectives de croissance du tourisme intérieur restent modestes. Par conséquent, le volume de voyages intérieurs devrait continuer de diminuer 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 (septembre 2009).

Tendances économiques :

- L'indice économique avancé du Conference Board pour les É.-U. a enregistré une hausse d'un pour cent au mois de septembre, soit la sixième augmentation mensuelle consécutive. Au cours du semestre qui s'est terminé en septembre, l'indice a augmenté de 5,7 pour cent (à un taux annuel de près de 11,8 pour cent). De plus, les forces parmi les indicateurs avancés sont demeurées généralisées au cours des derniers mois. Le comportement récent de l'indice économique avancé donne à penser que la récession a vraisemblablement atteint son niveau le plus bas et que la reprise de l'économie approche.
- Avec l'appréciation du dollar canadien depuis le mois d'avril, la force de la monnaie a gagné 12 pour cent plus fort en octobre 2009 par rapport à août 2008. Malheureusement, la compétitivité des prix du Canada pour les voyageurs américains devrait diminuer au cours du premier trimestre 2010, surtout en raison d'une monnaie canadienne plus forte et d'une augmentation importante des tarifs aériens moyens pour les vols des États-Unis à destination du Canada.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Sous l'effet de l'entrée en vigueur, le 1er juin 2009, de la phase finale de l'Initiative relative aux voyages dans l'hémisphère occidental (IVHO), le nombre de voyages de plus de 24 heures des Américains au Canada a reculé de 12,7 pour cent au mois d'août, comparativement à l'année précédente. Les voyages de plus de 24 heures au Canada en automobile, au mois d'août, ont diminué de 14,6 pour cent, tandis que les voyages de plus de 24 heures, autres qu'en automobile, ont diminué de 9,3 pour cent, sur douze mois. Entre-temps, on a enregistré une baisse de 22,3 pour cent des voyages d'une journée en provenance des États-Unis ce mois-là.
- La capacité aérienne directe entre le Canada et les États-Unis devrait diminuer de 0,6 pour cent au premier trimestre 2010, par rapport au même trimestre en 2009.

En excluant les effets des nouveaux règlements de l'IVHO relatifs aux voyages sur les visiteurs américains, les déterminants habituels de l'indice des indicateurs avancés du tourisme donneraient à penser que la conjoncture défavorable, l'affaiblissement de la compétitivité des prix et la tendance à la baisse chez les voyageurs entraîneraient une légère baisse à court terme du nombre de voyageurs américains au Canada. Toutefois, maintenant que la phase finale de l'IVHO est entrée en vigueur, l'indicateur avancé du tourisme pour les voyages des Américains au Canada donne à penser que le nombre de visiteurs américains continuera de diminuer de façon importante à court terme.

Vue d'ensemble du tourisme : International

Royaume-Uni - tendances touristiques actuelles

La tendance à la baisse des voyages en avion au R.-U. semble s'être stabilisée : le trafic passagers de British Airways (mesuré en passagers-kilomètres payants – PKP) a baissé de 0,8 pour cent au mois de septembre 2009 par rapport à l'année précédente. Le trafic passagers des classes supérieures (classe affaires et première classe) a chuté de 7,9 pour cent, tandis que celui des passagers en classe économique a augmenté d'un peu moins d'un pour cent.

Le président-directeur général de la compagnie aérienne, Willie Walsh, a déclaré à un journal suisse que la demande de voyages en avion avait atteint son niveau le plus bas et qu'elle se stabilisait, bien qu'il n'y avait encore aucun signe de reprise. Walsh a déclaré qu'il s'attendait à ce que la demande de voyages en avion au R.-U. demeure anémique jusqu'au milieu de 2010, malgré les prévisions d'un début de reprise de l'économie britannique d'ici la fin de cette année. Walsh a indiqué que les redressements dans le secteur des compagnies aériennes accusent généralement un retard par rapport à ceux de l'économie d'ensemble.

Le nombre de passagers dans les sept aéroports britanniques de la British Airport Authority a continué de reculer au mois de septembre 2009, soit de 2,6 pour cent par rapport au même mois en 2008. Mais, malgré des niveaux de trafic encore inférieurs à ce qu'ils étaient il y a un an, le rythme de la diminution a ralenti. Le nombre de passagers intérieurs britanniques a chuté de 4,8 pour cent, et celui des passagers sur les vols réguliers à destination de l'Europe a diminué de 0,8 pour cent. Les passagers à destination de l'Atlantique Nord ont été 4,7 pour cent moins nombreux, tandis que les passagers sur les autres routes long-courriers ont augmenté de 5 pour cent pendant ce mois-là.

Table 3. Variation en pourcentage des passagers transportés

Transporteur	Juillet 2009 vs juillet 2008
British Airways	-1,7 %
Ryanair	+17 %
easyJet	+5,3 %

Le R.-U. augmente son droit pour voyageurs aériens sur ses vols long-courriers : en date du 1er novembre 2009, le gouvernement du R.-U. a modifié la tarification des droits payés par tous les passagers aériens au départ d'aéroports britanniques. Le changement comprend une augmentation du tarif exigé pour les vols long-courriers et une réduction du tarif pour les vols à destination de l'Europe. L'augmentation des droits sur les vols vers le Canada varie de 5 à 15 GBP, selon la classe du tarif et la distance parcourue. Le gouvernement britannique, qui n'avait pas augmenté son droit pour voyageurs aériens depuis le mois de février 2007, planifie une autre augmentation au mois de novembre 2010.

Les plus récentes données confirment la tendance des Britanniques à prendre des vacances près de la maison : les voyages intérieurs au R.-U. ont considérablement augmenté cette année, selon VisitEngland, ce qui soutient l'affirmation voulant que les voyageurs britanniques aient choisi de demeurer plus près de la maison cet été. Selon les dernières données du United Kingdom Tourism Survey, les voyages intérieurs des Britanniques ont augmenté de 20,3 pour cent au mois de juillet 2009, sur douze mois. Au cours des sept premiers mois de 2009, les voyages intérieurs au R.-U. ont augmenté de 4,3 pour cent par rapport à la même période en 2008.

Entre-temps, les plus récentes données du U.K. Office for National Statistics montrent que la baisse du nombre de voyageurs britanniques à l'étranger se poursuit. Ce nombre a diminué de 13 pour cent au cours des 12 mois précédant le mois d'août 2009, sur douze mois. Au cours de cette période, les voyages en Europe ont chuté de 13 pour cent, et les voyages à destination de l'Amérique du Nord se sont effondrés de 22 pour cent. Les données désaisonnalisées indiquent que le nombre de voyages à l'extérieur du R.-U. a diminué de 3 pour cent entre les mois de juin et août 2009 par rapport aux trois mois précédents.

Les principales attractions touristiques au R.-U. ont profité du fait que les voyageurs britanniques sont restés plus près de la maison au cours de l'été. Les membres de l'Association of Leading Visitor Attractions au R.-U. ont enregistré une augmentation de 3,4 pour cent de la fréquentation entre les mois de mai et août 2009 par rapport à l'année précédente. L'association a attribué l'augmentation à la tendance aux « vacances près de la maison » qui est apparue au R.-U. pendant l'été.

Les perspectives de Thomas Cook et de TUI pour l'hiver prochain demeurent conservatrices : dans leurs derniers états des résultats, Thomas Cook et TUI, les deux plus importants voyagistes britanniques, sont demeurés conservateurs quant à la prochaine saison d'hiver. Dès le début du mois de septembre, les réservations anticipées de vacances d'hiver avaient fortement diminué par rapport à l'année précédente, malgré le fait que les deux entreprises aient noté une augmentation du rythme des réservations depuis l'état des résultats précédent. Les entreprises prévoient toutes deux que la forte tendance aux réservations de dernière minute dans le marché britannique se maintiendra l'année prochaine.

Le marché britannique des croisières continue de prendre de l'expansion : selon la Passenger Shipping Association, le nombre de croisiéristes britanniques devrait augmenter de 5 pour cent en 2009, sur douze mois, pour atteindre près de 1,6 million. Le nombre de passagers devrait augmenter d'un autre 6,5 pour cent en 2010. L'association a déclaré que les nouveaux bateaux de croisière et les nouvelles destinations contribuent à stimuler l'intérêt des consommateurs britanniques pour les croisières.

Une étude révèle que la croissance du marché des vacances instructives se maintient : les vacanciers britanniques continuent de se détourner des vacances « avion-plage », tout en étant de plus en plus intéressés aux nouvelles activités de voyages telles que l'apprentissage d'une nouvelle compétence, selon une récente étude de Mintel rapportée par *Travel and Hospitality Industry Digest* (e-tid.com). Vingt pour cent des adultes britanniques interrogés ont dit qu'ils étaient heureux de pouvoir développer de nouvelles compétences en vacances, notamment la photographie, l'art culinaire et la danse qui sont les trois types de vacances d'apprentissage qui se développent le plus. Mintel est d'avis que cette tendance est stimulée par l'expansion du segment des vacances spécialisées, par un intérêt croissant pour les vacances actives, par l'internet et par la disponibilité de voyages en avion à faibles coûts.

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 (septembre 2009).

Tendances économiques :

- L'indice économique avancé du Conference Board pour le R.-U. s'est accru de 0,9 pour cent au mois d'août. Entre-temps, le changement semestriel de l'indice avancé a enregistré une hausse de 3,6 pour cent (un taux annuel d'environ 7,4 pour cent) au mois d'août. Les forces des indicateurs avancés ont aussi été plus généralisées que les faiblesses au cours des derniers mois.

- Entre les mois d'octobre 2008 et 2009, la livre sterling s'est dépréciée de 14,4 pour cent par rapport au dollar canadien. Malheureusement, la dépréciation de la livre sterling devrait entraîner, pour les voyageurs britanniques, une augmentation du coût moyen d'un séjour de sept nuits au Canada – comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments – de 11,1 pour cent au premier trimestre 2010, sur douze mois. En comparaison, le coût d'un voyage vers d'autres destinations concurrentes pour les Britanniques devrait augmenter de 8,9 pour cent, ce qui entraînera un léger recul de la compétitivité des prix du Canada au premier trimestre 2010.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de visiteurs britanniques au Canada s'est effondré de 18,4 pour cent au mois d'août. La tendance des voyages à partir du R.-U. est à la baisse depuis le mois d'avril de l'an dernier, et jusqu'à maintenant, les arrivées au cours des huit premiers mois de 2009 ont chuté de 18,5 pour cent, sur douze mois. Selon le R.-U. Office for National Statistics, l'ensemble du tourisme britannique à l'étranger recule aussi, alors que le nombre des voyageurs britanniques en Amérique du Nord a chuté de 30 pour cent entre les mois de juin et août 2009.
- Le plus récent profil instantané des données de BACK Aviation Solutions montre que la capacité du transport aérien direct sur les vols réguliers du R.-U. à destination du Canada devrait augmenter de 5,2 pour cent pendant le premier trimestre 2010, sur douze mois.

L'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que, malgré une certaine amélioration de la conjoncture et des tendances des fournisseurs de voyages, l'affaiblissement de la compétitivité des prix et la tendance à la baisse des voyages à l'étranger devraient mettre un frein au tourisme britannique au Canada à court terme. Par conséquent, les arrivées de voyageurs britanniques devraient continuer à diminuer.

France - Tendances touristiques actuelles

Air France-KLM réduira davantage sa capacité : Air France-KLM a enregistré une baisse de 3,7 pour cent de son trafic passagers (mesuré en PKP) au mois de septembre 2009, sur douze mois, et une baisse de 5,3 pour cent du nombre de passagers qui ont voyagé sur son réseau ce mois-là. Le trafic a reculé de 5,6 pour cent sur ses routes intérieures et européennes, et de 3,9 pour cent sur les routes nord et sud-américaines.

À la fin du mois de septembre, le transporteur a annoncé qu'il prévoyait réduire sa capacité de 2 pour cent, sur douze mois, pendant la saison de voyages d'hiver, en raison d'une demande de voyages plus faible, en particulier pour les classes supérieures. La capacité long-courrier sera réduite de 1,7 pour cent, ce qui comprendra une réduction de 3,7 pour cent sur les routes nord-américaines. Le transporteur a indiqué que la diminution de la capacité vers l'Amérique du Nord s'élèvera à 5,7 pour cent cet hiver, comparativement à deux ans plus tôt.

Selon les autorités administratives aéroportuaires, Aéroports de Paris, le nombre de passagers dans les aéroports qui desservent Paris a reculé de 4 pour cent à 7,1 millions au mois de septembre 2009. Le nombre de passagers sur les routes qui desservent l'Amérique du Nord a diminué de 4,5 pour cent par rapport à l'année dernière, et celui des passagers intérieurs français, de 3,6 pour cent. Le nombre de passagers a chuté de 5,7 pour cent sur les routes européennes.

Les voyageurs français ont enregistré une baisse de leurs réservations au cours de l'été : selon les données publiées dans le rapport *Trends and Prospects* de la Commission européenne du tourisme pour le troisième trimestre 2009, les réservations des voyageurs ont considérablement diminué en France l'été dernier. Entre les mois de mai et août 2009, les réservations auprès des membres de la CETO, l'Association des voyageurs français, ont chuté de 11 pour cent par rapport à l'année précédente. Les réservations pour les voyages organisés ont diminué de 6 pour cent. L'association a enregistré une hausse de la demande de voyages d'agrément chez les Français pour certaines destinations méditerranéennes au cours de la période, plus particulièrement pour l'Afrique du Nord.

La confiance des consommateurs français s'est légèrement raffermie : selon le dernier sondage sur la confiance des consommateurs réalisé par l'INSEE, l'Institut National de la Statistique et des Études économiques, les consommateurs français ont légèrement repris confiance au cours des trois derniers mois, bien que cette dernière soit encore nettement inférieure à sa moyenne historique. L'indice sommaire a enregistré une lecture globale de -35 pour le mois d'octobre 2009, une hausse d'un point par rapport au mois précédent. Dans l'ensemble, les consommateurs français continuent d'être très pessimistes quant aux conditions économiques actuelles et futures.

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 (septembre 2009).

Tendances économiques:

- L'indice économique avancé du Conference Board pour la France s'est accru de 0,9 pour cent au mois d'août. Depuis le mois de février 2009, l'indice avancé a augmenté à un taux annuel de 7,1 pour cent. De plus, les forces des indicateurs avancés sont demeurées plus généralisées que les faiblesses au cours des derniers mois. Le comportement récent de l'indice économique avancé laisse supposer que l'économie devrait s'améliorer au cours des mois à venir.
- Malgré une certaine appréciation par rapport à l'euro depuis le début de 2009, le dollar canadien est demeuré encore un peu plus faible au mois d'octobre que l'année dernière. Globalement, le coût moyen d'un séjour de sept nuits au Canada pour les voyageurs français, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait diminuer de 3,5 pour cent au premier trimestre 2010. Malheureusement, la compétitivité des prix du Canada pourrait reculer, étant donné que le coût des voyages vers des destinations concurrentes devrait chuter en moyenne de 11,3 pour cent pendant cette même période.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Au mois d'août, le nombre de visiteurs français a reculé de 7 pour cent, sur douze mois. Globalement, le nombre de visiteurs pour les huit premiers mois de 2009 a diminué de 3,3 pour cent par rapport à 2008. Les voyages aux É.-U. se sont un peu mieux comportés : l'É.-U. Office of Travel and Tourism Industries (OTTI) a déclaré que le nombre de voyageurs français aux É.-U. avait diminué d'à peine 1,1 pour cent au cours des sept premiers mois de 2009.
- La croissance de la capacité aérienne directe entre la France et le Canada, pendant le quatrième trimestre 2009, devrait atteindre 6,3 pour cent, comparativement au premier trimestre 2009.

Malgré une amélioration de la conjoncture et des tendances des fournisseurs, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que le nombre de visiteurs français au Canada devrait diminuer légèrement à court terme, en raison de la faiblesse des tendances de voyages et de la baisse de la compétitivité des prix du Canada.

Allemagne - tendances touristiques actuelles

Les tendances des voyages en avion demeurent « chroniquement faibles » en Allemagne : Deutsche Lufthansa AG a enregistré un bénéfice net de 184 millions d'euros (290 millions \$ CA) pour son troisième trimestre qui s'est terminé le 30 septembre 2009. Il s'agissait d'un bénéfice plus élevé que celui de l'année précédente, bien que l'acquisition récente de nouvelles compagnies aériennes ait faussé les comparaisons sur une base annuelle. Lufthansa a déclaré que son rendement au troisième trimestre avait souffert d'une diminution de la demande de voyages en avion, particulièrement pour les segments de la classe affaires. Elle a indiqué que le ralentissement de l'économie avait entraîné une augmentation de la sensibilité aux prix chez les passagers dans toutes les classes de réservations.

Lufthansa a déclaré que son trafic passagers était demeuré « chroniquement faible » au mois de septembre 2009, avec une baisse de 2,8 pour cent du trafic passagers (mesuré en PKP) par rapport à l'année précédente. Le trafic passagers sur les routes à destination de l'Amérique du Nord et du Sud a augmenté de 0,4 pour cent. Les données de septembre pour le trafic sur les routes intérieures et européennes ne pouvaient être comparées à celles de l'année précédente, étant donné qu'elles comprenaient celles de bmi et d'Austrian Airlines, deux compagnies aériennes acquises par Lufthansa au cours des derniers mois.

La diminution du nombre de passagers à l'aéroport de Francfort a continué de ralentir au mois de septembre 2009, soit de 4,7 pour cent, ce qui représente 4,6 millions de passagers comparativement à l'année précédente. Les autorités aéroportuaires ont déclaré que cette situation était nettement meilleure que les baisses à deux chiffres enregistrées au début de 2009. C'est le nombre de passagers sur les vols intercontinentaux qui a le plus augmenté, ce qui a contribué à stabiliser le nombre global de passagers pour l'aéroport. Au cours des neuf premiers mois de 2009, le nombre de passagers à l'aéroport de Francfort a chuté de 6,1 pour cent par rapport à l'année précédente.

Pour l'hiver prochain, l'aéroport a déclaré qu'il prévoyait une baisse de 2 pour cent de ses vols, même si la capacité de sièges devrait être pratiquement la même que l'hiver dernier. Les vols intercontinentaux au départ de Francfort devraient augmenter de 2,5 pour cent cet hiver.

Les réservations anticipées de voyages d'agrément pour cet hiver démarrent lentement en

Allemagne : comme le rapportait fww, une revue de l'industrie du tourisme, les ventes de voyages d'agrément dans les agences de voyages allemandes ont chuté de 8,3 pour cent au mois de septembre 2009, sur douze mois, selon le dernier sondage TATS réalisé auprès de 2600 agents de voyages allemands. Les ventes de voyages d'agrément pour les neuf premiers mois de 2009 ont reculé de 7,5 pour cent par rapport à la même période en 2008. Le sondage a aussi révélé que les réservations anticipées pour la saison d'hiver avaient démarré très lentement – en septembre, elles étaient inférieures de 19,7 pour cent à celles de l'année précédente.

Selon fww, un sondage mensuel réalisé par la firme de recherche marketing GfK auprès de 1200 agents de voyages allemands montre aussi que le rythme des réservations pour l'hiver est assez lent. Les résultats révèlent que les réservations pour l'hiver chez les répondants ont reculé en moyenne de 18 pour cent au mois de septembre, comparativement à l'année précédente. Toutefois, les agents ont confiance que la forte tendance aux réservations de dernière minute, apparue dans le marché allemand cette année, se maintiendra à l'hiver, ce qui entraînerait un afflux de réservations de dernière minute de voyages d'hiver.

fw a aussi mentionné que les perspectives des voyagistes allemands quant à leurs de réservations pour les États-Unis étaient favorables. Après une augmentation de 16 pour cent en 2008, le nombre de visiteurs allemands aux États-Unis n'a pas beaucoup diminué cette année, se maintenant au-dessus du niveau de 2007. Parmi les facteurs qui ont contribué à soutenir les réservations des Allemands pour des destinations américaines, il y a un taux de change plus favorable, une amélioration de la perception des États-Unis par les Allemands et la souplesse des fournisseurs américains qui ont redoublé d'efforts pour attirer des voyageurs internationaux, étant donné que les voyages intérieurs sont en baisse. De nombreux voyagistes allemands, y compris Canusa Touristik et TUI, prévoient une augmentation de leurs réservations à destination des É.-U. en 2010.

Un nouveau rapport souligne l'importance du marché du voyage allemand des 65 ans et plus : Le marché du voyage des 65 ans et plus en expansion représente un énorme potentiel de croissance pour l'industrie du tourisme, selon le rapport 2009 de l'ADAC Reisemonitor qui a été dévoilé lors du salon professionnel ITB Berlin. Le rapport a révélé que 42 % des Allemands âgés de 65 ans et plus voyagent au pays ou à l'étranger, et ce segment de la population devrait s'accroître rapidement au cours des 10 prochaines années.

Selon le rapport, il est important de comprendre les préférences de ce marché pour pouvoir cibler ce groupe. Par exemple, ce groupe d'âge est moins attiré par les vacances à la plage, et il a tendance à préférer les voyages culturels ou d'études ainsi que les circuits dans les villes. Il recherche davantage des expériences de voyage qui offrent « des paysages attrayants, de l'art et de la culture », de même que des options santé et bien-être. Les hébergements exclusifs sont aussi importants pour ce marché.

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	
↔ (↓)	↑ (↑)	↓ (↓)	↑ (↑)	—

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

Tendances économiques :

- Pour un cinquième mois consécutif, l'indice économique avancé du Conference Board pour l'Allemagne a augmenté au mois d'août, soit de 1,3 pour cent. Le dernier gain de l'indice a été attribué en grande partie à la hausse des cours du marché et aux nouvelles commandes. L'indice avancé s'est accru à un taux annuel de 8,7 pour cent depuis le mois de février, et les forces des indicateurs avancés ont été davantage généralisées au cours des derniers mois. Le comportement récent de l'indice donne à penser que la récession ralentit et que la conjoncture devrait s'améliorer dans les mois à venir.
- La compétitivité des prix du Canada pour le marché allemand devrait s'améliorer légèrement au cours du premier trimestre 2010, grâce entre autres aux tarifs aériens moins élevés et à la force relative de l'euro. Pour les voyageurs allemands, le coût moyen d'un séjour de sept nuits au Canada, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait diminuer de 6,9 pour cent comparativement à l'année dernière.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Malgré la croissance positive du nombre de visiteurs allemands au Canada plus tôt cette année, les arrivées au mois d'août ont reculé de 3,1 pour cent par rapport à l'année dernière. Les plus récentes données à ce jour révèlent que les arrivées au cours des huit premiers mois de 2009 ont diminué de

3,8 pour cent par rapport à 2008. Pendant ce temps, selon l'OTTI, le nombre de visiteurs allemands aux É.-U. a chuté de 7,5 pour cent au cours des sept premiers mois de 2009.

- La croissance de la capacité aérienne directe entre l'Allemagne et le Canada, pendant le premier trimestre 2010, devrait atteindre 15,7 pour cent, comparativement au même trimestre en 2008.

Malgré une certaine amélioration de la conjoncture en Allemagne et de la compétitivité des prix du Canada pour le marché allemand, la faiblesse des tendances de voyages freine les perspectives de voyages à court terme des Allemands au Canada. Selon l'indice des indicateurs avancés du tourisme, les voyageurs allemands devraient continuer d'être moins nombreux, sur douze mois, à court terme.

Mexique - Tendances Touristiques Actuelles

L'industrie mexicaine du tourisme traverse une période difficile : l'industrie mexicaine du tourisme continue d'être aux prises avec une faible demande qui résulte de l'épidémie de grippe H1N1, du ralentissement économique mondial et de la couverture médiatique à grande échelle des luttes internes antidrogues du pays. Afin de remédier à la baisse marquée du nombre de visiteurs internationaux depuis le mois d'avril 2009, les bureaux de tourisme mexicains ont accru leurs efforts de marketing de façon à stimuler la demande de tourisme intérieur, selon *USA Today*.

Les compagnies aériennes Mexicana et AeroMexico, les deux principaux transporteurs internationaux du pays, ont été durement touchées par le ralentissement de la demande cette année. Selon le *Dow Jones Business News*, Mexicana, qui détient la plus grande part du trafic international de toutes les compagnies aériennes mexicaines, s'attend à une baisse de 10 à 12 pour cent du nombre de ses passagers cette année, comparativement à 2008. Selon divers rapports des médias, les deux compagnies aériennes ont discuté de fusion, ce qui serait, d'après plusieurs analystes, la meilleure façon pour les deux transporteurs de surmonter le ralentissement actuel.

Le trafic passagers latino-américain a légèrement augmenté au mois d'août 2009 : selon la Latin American Air Transport Association (ALTA), le trafic passagers (mesuré en PKP) parmi les compagnies latino-américaines a augmenté de 2,6 pour cent au mois d'août 2009, sur douze mois. Le nombre de passagers transporté s'est accru de 2,7 pour cent, à environ 10,7 millions. Au cours des huit premiers mois de l'année, le trafic a légèrement diminué (-0,6 %) par rapport à l'année précédente.

Tableau 4. Compagnies aériennes de l'ALTA*

Passagers-kilomètres payants (PKP) et passagers transportés – Août 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)	3,1 %	3,7 %
À l'extérieur de l'Amérique latine (international) – total	1,8 %	-2,8 %
Amérique du Nord	9,5 %	-2,2 %
Europe	-6,1 %	10,7 %
Asie -- Pacifique	-3,9 %	-0,7 %
Total	2,6 %	2,7 %

Source : Latin American air transport association (ALTA).

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

La confiance des consommateurs mexicains continue de faiblir : selon Dow Jones Newswires, la confiance des consommateurs mexicains a encore reculé, au mois d'octobre 2009, à son niveau le plus faible jamais enregistré, malgré certains signes d'amélioration constatés dans l'économie du Mexique. INEGI, l'agence nationale de statistiques du Mexique, a indiqué que son indice de confiance des consommateurs avait diminué à 77 en octobre, par rapport à 81,9 le mois précédent. Les consommateurs étaient très négatifs pour ce qui est des conditions économiques actuelles et de leur capacité d'acheter des articles coûteux.

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 (septembre 2009).

Tendances économiques :

- Pour un sixième mois consécutif, l'indice économique avancé du Conference Board du Canada pour le Mexique a augmenté au mois de juin, soit de 1,1 pour cent. Au cours du semestre qui s'est terminé au mois d'août, l'indice avancé a enregistré une hausse de 11,7 pour cent (à un taux annuel de près de 24,9 pour cent). De plus, les forces des indicateurs avancés sont demeurées généralisées au cours des derniers mois. Le comportement récent de l'indice donne à penser que l'activité économique devrait bientôt commencer à se redresser.
- Entre les mois d'octobre 2008 et 2009, le dollar canadien s'est apprécié de près de 17,6 pour cent par rapport au peso mexicain. Par conséquent, malgré une baisse importante des tarifs aériens moyens, le coût d'un séjour de sept nuits au Canada, pour les voyageurs mexicains, devrait augmenter de 3,3 pour cent, sur douze mois, pendant le premier trimestre 2010. Malheureusement, la compétitivité des prix du Canada pendant ce trimestre devrait s'affaiblir, étant donné la baisse moyenne prévue de 1,9 pour cent du coût d'un voyage similaire vers des destinations concurrentes (États-Unis, Espagne et Italie).

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de voyageurs mexicains au Canada a grimpé au cours des quatre premiers mois de 2009, avant l'éclosion de la grippe H1N1 et la nouvelle obligation canadienne de visa pour les voyageurs mexicains. Toutefois, les arrivées ont considérablement diminué depuis, entraînant une baisse de 28,8 pour cent, sur douze mois, du nombre de visiteurs mexicains au Canada pendant les huit premiers mois de 2009. Le nombre de voyageurs mexicains qui se sont rendus à l'intérieur des É.-U. (au-delà de la zone frontalière américaine de 40 kilomètres) a aussi été faible. Selon l'OTTI, le nombre d'arrivées a diminué de 9,9 pour cent au cours des sept premiers mois de 2009, par rapport à l'année précédente.
- La capacité aérienne directe entre le Canada et le Mexique devrait augmenter de 28,1 pour cent au cours du premier trimestre 2010.

Même en excluant la nouvelle obligation de visa, les déterminants habituels de l'indice des indicateurs avancés du tourisme donneraient à penser que la faiblesse de la conjoncture et des tendances de voyages représenterait un défi de taille pour le marché du voyage mexicain. Compte tenu des difficultés rencontrées par les voyageurs de ce marché, la tendance à la baisse du nombre d'arrivées de visiteurs mexicains au Canada se poursuivra vraisemblablement à court terme.

Japon - Tendances Touristiques Actuelles

Les compagnies aériennes japonaises prévoient des pertes importantes en raison de la faiblesse de la demande : les compagnies aériennes (JAL) et All Nippon Airways (ANA) prévoient toutes deux des pertes importantes pour leur exercice qui se terminera au mois de mars 2010, en raison de l'effondrement de la demande de voyages en avion. ANA prévoit une perte pour la totalité de l'exercice de 28 milliards de yens (328 millions \$ CA), après avoir anticipé un bénéfice de 3 milliards de yens plus tôt cette année.

Entre-temps, les analystes ont prévu que la perte pour la totalité de l'exercice pourrait atteindre 500 milliards de yens pour JAL, selon Reuters. JAL tente d'obtenir un autre prêt d'urgence du gouvernement, après celui qu'il a obtenu au mois de juin, bien que le gouvernement japonais ne soit pas convaincu qu'un prêt sera suffisant pour permettre au transporteur de se maintenir à flot, selon *Air Transport World*.

JAL a annoncé récemment qu'elle procéderait à une série de nouvelles réductions de capacité dans son réseau international au cours des prochains trimestres. Les coupes comprennent une réduction des services entre Tokyo et Vancouver, à compter de janvier 2010.

Entre-temps, les plus récentes données de l'aéroport international Narita de Tokyo indiquent que le nombre de passagers a augmenté de 6 pour cent au mois de septembre par rapport à l'année précédente. Le nombre de passagers japonais sur les vols internationaux s'est accru de 11 pour cent, alors que celui sur les vols intérieurs a bondi de 26 pour cent. Au cours des neuf premiers mois de 2009, le nombre de passagers japonais sur les vols internationaux a chuté de 7 pour cent par rapport à l'année précédente.

La demande de voyages organisés à l'étranger a repris au mois de septembre : une série de congés consécutifs au mois de septembre et un bref répit relatif aux suppléments carburant élevés ont contribué à favoriser une forte croissance des forfaits de voyages outre-mer au troisième trimestre 2009, selon la Japan Association of Travel Agents (JATA). Un sondage auprès des membres de la JATA a révélé que la hausse moyenne des réservations a atteint 9,3 pour cent au mois de juillet, 16,2 pour cent au mois d'août et 39,8 pour cent au mois de septembre, par rapport à l'année précédente. JATA a déclaré que les inquiétudes liées à l'épidémie de grippe H1N1 avaient beaucoup diminué en septembre, ce qui a engendré une vague de réservations de dernière minute.

Les voyageurs japonais continuent toutefois de privilégier les destinations asiatiques, parce qu'elles sont moins coûteuses et plus rapprochées de la maison. Les forfaits de voyages outre-mer au Canada et aux États-Unis ont considérablement diminué au cours des mois de juillet et août, sur douze mois, mais ils ont par la suite augmenté de 10 pour cent au mois de septembre. Toutefois, les forfaits de voyages en Europe ont enregistré une très forte croissance au mois de septembre, soit de 35,1 pour cent par rapport à l'année précédente.

Les perspectives sont moins optimistes pour le quatrième trimestre : les perspectives de l'industrie japonaise du voyage pour le quatrième trimestre 2009 sont plutôt sombres. Malgré le fait que les réservations de forfaits outre-mer chez les membres de JATA aient enregistré une certaine croissance, la demande globale de voyages à l'étranger pour la période de congés de pointe en décembre demeure relativement faible, sauf pour les destinations asiatiques court- et moyen-courriers. Les réservations pour les forfaits de voyages aux États-Unis et au Canada au mois de décembre sont en baisse de 43 pour cent, sur douze mois.

Selon le *Nikkei Report*, les principales agences de voyages japonaises affichent une forte croissance des réservations pour les départs en octobre et novembre, mais une faible demande pour les départs pendant la période de congés de pointe du Nouvel An, du 19 décembre 2009 au 7 janvier 2010. Selon l'article, les principaux facteurs responsables de cette tendance seraient les réductions des primes d'entreprise et le fait que les voyageurs sont de plus en plus désireux d'éviter d'avoir à payer plus cher pendant les périodes de pointe des voyages. De plus, le calendrier des jours fériés pendant la période de congé du Nouvel An cette année est moins avantageux que l'année dernière, étant donné que les travailleurs ont moins de journées de congé consécutives.

Les consommateurs plus âgés ont de plus en plus d'emprise sur le marché au Japon : les consommateurs d'âge moyen et plus âgés, qui représentent un segment de plus en plus important de la population japonaise, influencent les tendances des consommateurs dans plusieurs secteurs, notamment le tourisme et les voyages, selon un article récent du *Nikkei Weekly*, une revue d'affaires japonaise. En 2008, les voyageurs de plus de 40 ans représentaient près de 55 pour cent du marché japonais des voyages outre-mer, soit une augmentation de 9 pour cent par rapport à 10 ans plus tôt.

Depuis 2005, une filiale spécialisée de JTB Corp. est destinée essentiellement aux voyageurs du troisième âge, et les ventes grimpent en flèche. La compagnie de voyages a indiqué que les voyageurs du troisième âge ont tendance à voyager plus souvent à l'étranger, et qu'ils choisissent souvent de voyager hors-saison, ce qui aide à stimuler les ventes de l'entreprise pendant les périodes creuses.

L'article du *Nikkei Weekly* cite une statistique du Japanese Research Institute qui montre que les ménages japonais dont le chef de famille est âgé d'au moins 60 ans devraient représenter 40 pour cent de la consommation totale en 2009. La taille de ce marché devrait augmenter de 30 pour cent entre 2000 et 2025. De plus, les consommateurs japonais de ce segment se concentrent davantage sur la recherche du bonheur que les consommateurs dans la vingtaine qui ont tendance à mettre l'accent sur la richesse matérielle.

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	
↔ (↓)	↑ (↑↑)	↓↓ (↓↓↓)	↑ (↑)	—

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

Tendances économiques :

- Pour le sixième mois consécutif, l'indice économique avancé du Conference Board pour le Japon a augmenté au mois d'août, soit de 2,9 pour cent. Entre les mois de février et août, l'indice avancé a grimpé de 18,1 pour cent entre (à un taux annuel de 39,5 pour cent). De plus, les forces ont été plus généralisées que les faiblesses au cours des derniers mois. Le comportement récent de l'indice donne à penser que l'activité économique devrait s'améliorer lentement à court terme.
- Pendant presque toutes les années 2008 et 2009, le dollar canadien s'est déprécié par rapport au yen japonais, une tendance qui a contribué à renforcer la compétitivité des prix du Canada pour ce marché. Pour les voyageurs japonais, le coût moyen d'un séjour de 10 nuits au Canada, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait reculer de 14,7 pour cent au premier trimestre 2010. Entre-temps, le coût d'un voyage similaire vers des destinations concurrentes (É.-U., France, Allemagne, Italie et Australie) devrait diminuer en moyenne de 9,1 pour cent.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Malheureusement, le nombre de visiteurs japonais au Canada continue d'être peu important. Au cours des huit premiers mois de 2009, il a chuté de 33,4 pour cent, comparativement à l'année dernière. Les données de l'OTTI montrent aussi une tendance à la baisse des voyages des Japonais aux É.-U., bien que le nombre de visiteurs ait enregistré un recul plus faible de 17,6 pour cent au cours des sept premiers mois de 2009.
- Le plus récent profil instantané de la capacité aérienne donne à penser que la capacité aérienne directe sur les vols réguliers au départ du Japon augmentera de 14,7 pour cent au cours du premier trimestre 2010.

Malgré une certaine amélioration, la conjoncture au Japon demeure faible. Bien qu'on s'attende à un léger raffermissement de la compétitivité des prix et à une amélioration des tendances des fournisseurs de services de voyage, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que la baisse du nombre de voyageurs japonais au Canada se poursuivra vraisemblablement à court terme.

Corée du sud -- tendances touristiques actuelles

Korean Air s'attend à une reprise rapide de la demande : selon Reuters, Cho Yang-ho, l'administrateur général de Korean Air, a déclaré lors d'une récente conférence de presse qu'il était optimiste quant aux perspectives à court terme pour cette compagnie aérienne. Il s'attend à ce que Korean Air rebondisse rapidement après le ralentissement actuel, grâce entre autres au raffermissement du won coréen, à la stabilité des prix du pétrole et à une reprise de la demande de voyages. Il a toutefois indiqué que les inquiétudes liées au virus H1N1 continuaient d'ajouter un facteur d'incertitude aux perspectives de voyages.

La peur liée à la grippe a nui à la demande de voyages en Corée au mois de septembre : divers rapports des médias donnent à penser que les annonces de morts liées à la H1N1 en Corée du Sud ont eu un effet dévastateur sur les réservations de voyages depuis la mi-août. Mode Tour et Hana Tour, deux des plus grandes agences de voyages en Corée du Sud, ont toutes deux vu leurs réservations de voyages à l'étranger s'effondrer d'environ 50 pour cent au mois de septembre, selon des rapports du *Korea Times* et du *JoongAng Daily*. De plus, Hana Tour a réduit de cinq à quatre jours la semaine de travail de ses employés en raison d'une diminution de ses activités. Les hôtels et les stations de villégiature sont aussi aux prises avec une faible demande. Les analystes de l'industrie touristique ont toutefois confiance que la reprise de la demande de voyages s'amorcera bientôt. Les inquiétudes liées au virus de la grippe H1N1 ont été moins importantes au cours des dernières semaines, et l'appréciation du won coréen contribue à favoriser l'abordabilité des voyages outre-mer.

La confiance des consommateurs atteint un sommet inégalé en sept ans : selon les derniers résultats de l'indice de confiance des consommateurs de la Banque de Corée, la confiance des consommateurs coréens a atteint son niveau le plus élevé depuis sept ans. L'indice a grimpé à 114 au mois d'octobre, ce qui représente une hausse de trois points depuis le mois de septembre. Une lecture de 100 indique un équilibre entre les évaluations négatives et positives de l'économie. L'amélioration de la confiance des Coréens s'est accrue de façon constante depuis le mois de mars.

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	
↔ (↑)	↑ (↑)	↓↓↓ (↓↓↓)	↑ (↑)	—

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

Tendances économiques :

- L'indice économique avancé du Conference Board du Canada pour la Corée du Sud a enregistré une baisse de 0,3 pour cent au mois d'août, pour la première fois après six augmentations mensuelles consécutives. Malgré cette dernière baisse mensuelle, le taux de croissance semestriel de l'indice avancé a augmenté de 5,4 pour cent depuis le mois de février. De plus, les forces des indicateurs avancés ont été généralisées au cours de cette période. Selon le comportement de l'indice avancé, l'activité économique devrait continuer de s'améliorer au cours des prochains mois.
- Le dollar canadien s'est déprécié de près de 0,5 pour cent par rapport au won sud-coréen entre les mois d'octobre 2008 et 2009. Grâce aux diminutions importantes des tarifs aériens (baisse de 35 %), le coût moyen pour les voyageurs sud-coréens d'un séjour de 10 nuits au Canada, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait reculer de 15,5 pour cent au premier trimestre 2010, sur douze mois. Par conséquent, la compétitivité des prix du Canada devrait s'accroître au cours du premier trimestre 2010, alors que le coût d'un voyage similaire vers des destinations concurrentes (É.-U., France, Allemagne, R.-U. et Australie) devrait enregistrer une baisse plus modeste de 8,1 pour cent pendant le trimestre.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de visiteurs coréens au Canada s'est effondré de 31,6 pour cent au mois d'août. Pour les huit premiers mois de 2009, il y a eu 27,2 pour cent moins de visiteurs sud-coréens qu'en 2008. Selon l'OTTI, le nombre de voyageurs sud-coréens à destination des États-Unis a diminué de 12,1 pour cent pendant les sept premiers mois de 2009.
- Heureusement, la capacité aérienne directe entre la Corée du Sud et le Canada devrait augmenter de 9,3 pour cent au premier trimestre 2010, par rapport à l'année précédente.

Malgré une certaine amélioration des tendances des fournisseurs et de la compétitivité des prix du Canada, la faiblesse des tendances des voyages et de la conjoncture donne à penser que la baisse du nombre de visiteurs sud-coréens se poursuivra à court terme.

Chine - Tendances Touristiques Actuelles

Les compagnies aériennes chinoises améliorent leur rentabilité au troisième trimestre : selon

Air Transport World, les trois principales compagnies aériennes chinoises – Air China, China Eastern Airlines et China Southern Airlines – ont toutes trois réalisé un excellent bénéfice au troisième trimestre 2009, ce qui a annulé les pertes enregistrées pendant le même trimestre en 2008. La forte reprise du tourisme intérieur et les gains relatifs aux couvertures de carburant ont donné une impulsion aux finances des compagnies aériennes.

L'Administration générale de l'aviation civile de la Chine (CAAC) a déclaré que le nombre de passagers dans toutes les compagnies aériennes chinoises avait augmenté de 20 pour cent au troisième trimestre, sur douze mois. Au mois de septembre, ce nombre s'est accru globalement de 17,3 pour cent : 17,5 pour cent sur les routes intérieures et 14,1 pour cent sur les routes internationales.

Néanmoins, les analystes de l'industrie sont d'avis que les compagnies aériennes continueront d'être aux prises avec la surcapacité et les inefficiences du marché, selon *Air Transport World*. Malgré une hausse de la demande intérieure, les tarifs aériens continuent de diminuer. De plus, la demande sur les routes internationales a été touchée par les inquiétudes liées à la grippe H1N1. Selon les analystes, les rapports financiers des compagnies aériennes chinoises pour le quatrième trimestre ne devraient pas être aussi positifs que ceux du troisième trimestre.

Le marché chinois des voyages en ligne offre un potentiel considérable inexploité : la croissance du marché chinois des voyages en ligne devrait se poursuivre cette année, malgré une baisse prévue des dépenses globales de voyages en Chine, selon *PhoCusWright's Asia Pacific Online Travel Overview*. Les dépenses en ligne devraient représenter 14 pour cent de tout le marché des voyages de la Chine cette année, par rapport à 11 pour cent en 2008. Un autre rapport de PhoCusWright, *Emerging Online Travel Marketplace in China*, prévoit une augmentation de 29 pour cent des revenus de voyages en ligne cette année, par rapport à 2008.

Selon PhoCusWright, l'importance du marché chinois, combinée à son penchant pour l'utilisation d'intermédiaires de voyages en ligne, signifie que « les occasions d'affaires en ligne se chiffrent à plusieurs milliards de dollars ». En 2008, 63 pour cent des réservations de voyages ont été faites sur des sites Web intermédiaires, tels que les agences de voyages en ligne, tandis que seulement 36 pour cent l'ont été sur des sites Web de fournisseurs. Toutefois, des parties du marché chinois des voyages en ligne en sont encore à divers stades de la déréglementation, ce qui limite l'accès au marché.

Les dépenses liées aux voyages d'affaires ralentissent, mais ne reculent pas : les dépenses liées aux voyages d'affaires et aux divertissements ont augmenté plus lentement cette année en Chine, mais on ne s'attend pas à ce qu'elles diminuent, selon le plus récent China Business Travel Survey annuel réalisé par American Express. Vingt-neuf pour cent des entreprises chinoises interrogées ont déclaré qu'elles avaient augmenté leurs dépenses de voyages et de divertissements cette année, tandis que 55 pour cent ont indiqué que leurs dépenses étaient restées pratiquement les mêmes qu'en 2008. Seulement 16 pour cent ont déclaré qu'elles les avaient réduites.

Les répondants étaient toutefois moins réservés quant à leurs projets de voyages et de divertissements que lors du sondage en 2008, alors que 43 pour cent d'entre eux avaient indiqué qu'ils avaient dépensé davantage pour leurs voyages et leurs divertissements. Le sondage de cette année a aussi révélé un accroissement des efforts mis sur le respect des politiques et le contrôle des dépenses.

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	
↑↑ (↑↑)	↔ (↔)	↑ (↓)	↑↑ (↑)	+

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

Tendances économiques :

- L'ensemble des mesures de stimulation budgétaire de la Chine a réussi à favoriser l'activité économique au cours du deuxième trimestre 2009. Toutefois, des signes récents d'activité économique plus modérée donnent à penser que ces mesures pourraient maintenant commencer à perdre de leur attrait. Le dernier rapport de Consensus Forecasts (septembre 2009) prévoit néanmoins que la croissance du PIB réel pour la Chine atteindra 8,3 pour cent en 2009 et 9,4 pour cent en 2010.
- Le dollar canadien s'est apprécié de 11,9 pour cent par rapport au renminbi chinois entre les mois d'octobre 2008 et 2009. Malgré l'appréciation du dollar canadien, le coût moyen d'un séjour de 10 nuits au Canada pour les voyageurs chinois, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait diminuer de 4,9 pour cent au premier trimestre 2010, comparativement à la même période en 2009. Toutefois, la compétitivité des prix du Canada devrait demeurer pratiquement la même, étant donné que le coût d'un voyage similaire vers des destinations concurrentes (É.-U., France, Allemagne, R.-U. et Australie) devrait diminuer en moyenne de 2,3 pour cent au cours du trimestre.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de visiteurs chinois au Canada a augmenté de 11,8 pour cent au mois d'août. Cette augmentation subite d'arrivées a contribué à l'augmentation de 0,6 pour cent des arrivées de Chine depuis le début de l'année, comparativement à la même période l'année dernière. Par contre, selon l'OTTI, le nombre de voyageurs à partir de la Chine (y compris Hong Kong) à destination des É.-U. a reculé de 10,4 pour cent au cours des sept premiers mois de 2009.
- Heureusement, la capacité aérienne directe vers le Canada devrait augmenter de 27 pour cent au premier trimestre 2010.

Malgré l'amélioration des tendances des voyageurs, de la conjoncture et des tendances des fournisseurs, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que la croissance du nombre de visiteurs chinois se poursuivra à un rythme modéré à court terme. Toutefois, les inquiétudes persistantes quant à la sévérité et à la prévalence de la grippe H1N1 continuent d'ajouter un facteur d'incertitude aux perspectives à court terme de visites des Chinois au Canada.

Australie - Tendances Touristiques Actuelles

Qantas enregistre une baisse marquée des rendements passagers au troisième trimestre : Qantas Airways a déclaré une légère diminution du trafic passagers (mesuré en PKP) au troisième trimestre 2009, et une augmentation de 5,7 pour cent du nombre de passagers par rapport à l'année précédente. Toutefois, les rendements passagers (recettes par PKP) ont considérablement diminué par rapport à l'année précédente. Les rendements des opérations intérieures ont reculé de 12 pour cent, et ceux des opérations internationales ont plongé de 24,2 pour cent. La compagnie aérienne a attribué cette diminution considérable des rendements à une baisse importante des voyages d'affaires et aux réductions des tarifs aériens dues à la forte concurrence sur les principales routes.

À la fin du mois d'octobre, le président de Qantas, Leigh Clifford, a déclaré lors d'une réunion des actionnaires que la compagnie aérienne voyait certains signes encourageants de reprise, et que la conjoncture semblait s'être stabilisée, selon AdelaideNow.com.au. Il a toutefois modéré ses commentaires positifs en les avertissant que la conjoncture mondiale demeurerait incertaine.

Les Australiens sont encore très nombreux à voyager à l'étranger : le marché australien des voyages à l'étranger poursuit son expansion, stimulé par le raffermissement du dollar australien et par la disponibilité accrue de tarifs aériens internationaux réduits. Le nombre de voyageurs australiens a atteint un niveau record pendant l'année qui a précédé le mois de septembre 2009, ce qui représente plus de six millions de voyages à l'étranger, selon l'Australian Bureau of Statistics.

Par contre, les gains récents de la valeur du dollar australien nuisent aux marchés des voyages à destination de l'Australie et des voyages intérieurs, selon divers articles parus dans les médias. Plusieurs destinations de voyage australiennes sont aux prises avec une faible demande, et les pertes d'emploi dans le secteur du tourisme au pays ont augmenté rapidement au cours des derniers mois.

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	
↔ (↔)	↔ (↑↑)	↓ (↓)	↑ (↑)	—

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

Tendances économiques:

- L'indice économique avancé du Conference Board pour l'Australie a enregistré une hausse de 1,8 pour cent au mois d'août. Cette dernière hausse a permis à l'indice avancé d'augmenter de 5,7 pour cent, entre les mois de février et août 2009. De plus, les forces des indicateurs avancés sont demeurées généralisées. Le comportement récent de l'indice avancé donne à penser que le rythme de croissance de l'économie sera assez lent à court terme.
- Le dollar canadien s'est déprécié de 15,1 pour cent par rapport au dollar australien entre les mois d'octobre 2008 et 2009. Cette dépréciation, combinée aux baisses importantes des tarifs aériens moyens, devrait engendrer une diminution du coût global des voyages au Canada. Pour les Australiens, le coût moyen d'un séjour de 10 nuits au Canada, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait diminuer de 20 pour cent au premier trimestre 2010, par rapport à 2009. Mais le coût moyen d'un voyage similaire vers des destinations concurrentes devrait diminuer de 27,1 pour cent.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Bien que le nombre d'arrivées d'Australiens au Canada ait augmenté à un rythme honorable pendant presque toute l'année 2008, le nombre de visiteurs était en baisse à la fin de l'année. Comparativement à 2008, le nombre de visiteurs australiens a chuté de 14,7 pour cent au cours des huit premiers mois de 2009. Le nombre de visiteurs au Canada jusqu'à ce jour a diminué à un rythme plus élevé que celui des visiteurs aux États-Unis. Selon l'OTTI, le nombre de voyageurs australiens à destination des États-Unis a reculé de 2,7 pour cent, au cours des sept premiers mois de 2009.
- Heureusement, le niveau de la capacité aérienne directe entre le Canada et l'Australie pendant le premier trimestre 2010 devrait augmenter de 7,1 pour cent, comparativement au même trimestre en 2009.

La conjoncture continue de se raffermir et les tendances des fournisseurs se sont améliorées. Néanmoins, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que la faiblesse des tendances de voyages pourrait se poursuivre et entraîner des baisses continues, sur douze mois, 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.

Marché	Économique		Non économique	
	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.