

Une généreuse nature



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme Numéro 6, avril 2002

Le Bulletin de renseignements sur le tourisme continue de suivre l'impact des événements du 11 septembre sur l'industrie du tourisme dans le monde entier. Le présent numéro traite des renseignements rassemblés en mars 2002.

La prise en compte des nouvelles réalités

Sommaire

- Avec un recul de six mois depuis les événements du 11 septembre, il appert que l'industrie du tourisme reprend du poil de la bête. Cela fait suite à un déclin de 7,4 p. 100 de la demande touristique l'an dernier. Cette donnée statistique laisse prévoir des changements à court et à long terme au sein de l'industrie. Le suivi du secteur touristique par des données fiables et courantes devient primordial pour que l'industrie s'adapte aux nouvelles tendances et comprenne les répercussions du changement.
- Bien que tout semble revenir à la normale, la définition de « normale » a changé et l'industrie doit se préparer à ce rajustement. Tout change. Les voyageurs réservent plus tardivement, une nouvelle taxe dite de sécurité a été instaurée au Canada et beaucoup de transporteurs nord-américains ne versent plus de commissions aux agents de voyages. Même si cette tendance à éliminer les commissions versées aux agents de voyages accélère l'évolution commencée voilà quelques années par des compressions, son impact sur l'industrie n'est pas encore déterminé. Tout comme la suppression des commissions, la taxe dite de sécurité n'a pas encore été assimilée par les voyageurs et l'industrie. Toutefois, l'impact des réservations tardives commence à se faire sentir.

Nouvelles tendances et questions d'actualité - Les réservations de dernière minute

- Cette nouvelle tendance du voyageur à réserver à la dernière minute souligne la nécessité de collecter des renseignements auprès de plusieurs sources pour en tenir compte dans la prise de décisions d'affaires. Les parts de marché risquent d'écoper si aucune mesure n'est adoptée. On peut constater le maintien fructueux de la part de marché des Caraïbes l'hiver dernier, grâce aux fournisseurs qui ont fait une campagne de marketing et ainsi enregistré un achalandage hivernal sans précédent. Au Canada, les hôtels et les agents d'outre-mer tentent de trouver une solution à la réglementation qui exige le nom du voyageur et un dépôt 45 jours avant son arrivée. On reconnaît maintenant que cette réglementation est une entrave aux voyages internationaux.
- Les transporteurs American Airlines et America West ont adopté une approche différente sur la question des réservations de dernière minute. American Airlines a modifié sa politique de réservation anticipée et recourt à des incitatifs financiers pour amener le voyageur à réserver plus tôt. En vertu de cette nouvelle règle, les meilleurs tarifs s'appliquent aux réservations faites sept jours avant le départ au lieu de trois jours, comme c'était le cas auparavant. Pour sa part, America West a simplifié sa structure tarifaire, ce qui a eu pour effet de réduire le nombre de réservations tardives. Il reste à voir si les deux stratégies seront bien accueillies par le marché.

À lire

Sommaire	1
Vue d'ensemble	3
Nouvelles tendances et questions d'actualité	3
Réaction du consommateur	5
Réaction des fournisseurs	5
Réaction de l'étranger	7
Retombées économiques	11
Possibilités	11
Résumé	12



La prise en compte des nouvelles réalités

- Peu importe l'approche qu'adopteront les lignes aériennes quant aux réservations de dernière minute, la plupart des grands transporteurs nord-américains ont réduit leurs coûts de distribution en éliminant les commissions versées aux agents de voyages. Bien que cela soit arrivé par ricochet, ce changement s'insère bien dans la tendance des réservations tardives. Au fur et à mesure que les agents de voyages imputeront (si ce n'est pas déjà fait) des frais de service pour émettre un billet, de plus en plus de voyageurs achèteront leur billet par Internet - l'instrument idéal pour le voyageur de dernière minute.

Réaction du consommateur (voyageur)

- Bien que les façons et modes de voyager se transforment, il est désormais manifeste que, malgré tout le chaos des derniers mois, le voyage demeure une nécessité essentielle de la vie contemporaine. Selon une étude récente de la chaîne d'hôtels Hilton et de Yankelovich Partners aux États-Unis, 81 p. 100 des répondants ont indiqué que des vacances étaient le meilleur moyen de raviver leur vie romantique. Les Canadiens aussi prisent leurs vacances. Une récente étude Ipsos-Reid indique que 59 p. 100 des Canadiens sont d'avis que les vacances ou un voyage d'agrément revêtent beaucoup d'importance en matière de qualité de vie.
- Tout indique que, l'été prochain, les voyageurs se proposent d'opter pour l'automobile plutôt que pour l'avion pour se rendre à destination. AAA Auto Club South rapporte que les demandes auprès de TripTik, un baromètre pour les voyages de surface, ont augmenté de 14,6 p. 100 en février comparé à la même période l'an dernier. Parallèlement, les ventes de billets d'avion ont chuté de 29 p. 100 au cours de la même période. Même les voyageurs d'affaires optent, lorsque cela est possible, pour l'automobile plutôt que pour l'avion. Selon Runzheimer International, près de 75 p. 100 des gestionnaires des voyages ont soit modifié la politique relative aux voyages dans leur entreprise depuis les événements du 11 septembre, ou prévoient le faire au cours du premier semestre de cette année. Le changement le plus courant est de recommander l'automobile pour les déplacements de courte distance.

Réaction des fournisseurs de voyages

- En mars, Air Canada a emboîté le pas aux principaux transporteurs américains (Delta, United, Continental, Northwest, American Airlines et American Trans Air) en annonçant qu'elle ne verserait plus la commission de base pour les billets des vols intérieurs et internationaux vendus au Canada et aux États-Unis. Dépourvus de ces revenus, les agents de voyages, selon toute indication, hausseront les coûts ou ajouteront des frais de service. La réaction des voyageurs reste à voir.
- Heureusement, la chute enregistrée après les fêtes, rapportée le mois dernier, en ce qui a trait à la vente de billets d'avion, aussi bien au Canada qu'aux États-Unis, a connu une amélioration en février par rapport au mois de janvier. Toutefois, les voyages aériens pour les loisirs et pour les affaires tirent de l'arrière comparativement à l'an dernier.
- PriceWaterhouseCoopers (PWC) s'attend à ce que l'industrie hôtelière aux États-Unis se rétablisse dès le troisième trimestre de 2002. PWC rapporte une forte baisse de la demande de chambres d'hôtel au cours du quatrième trimestre de 2001 à cause de la conjoncture, et non parce que les gens craignaient de voyager. Même au vu de la reprise et de la croissance escomptées de l'économie, Ernst & Young prévoit que le taux d'occupation des hôtels sera quelque peu inférieur à celui de l'an dernier. D'autre part, selon Pannell Kerr Forster (PKF), le taux d'occupation au Canada est sur le point de remonter un peu cette année.

Retombées économiques

- On attribue aux consommateurs la reprise économique du dernier trimestre de 2001. La confiance s'est sensiblement accrue au cours des derniers mois et se situe maintenant à un niveau bien supérieur à la période précédant le 11 septembre. Une hausse du nombre d'emplois conjuguée à des taux d'intérêt et au coût de l'énergie moindres encouragent les consommateurs, au Canada et aux États-Unis, à dépenser.
- L'économie de la zone euro pourrait s'accroître en 2002 plus rapidement que les économistes l'ont prévu, car de récentes enquêtes démontrent que la confiance du monde des affaires est en forte reprise. Ces gains sont appuyés par les chiffres révélés dans des enquêtes indiquant que les gestionnaires de l'approvisionnement entendent remplacer leurs stocks. L'introduction relativement sans heurts du nouvel euro contribuera aussi à la reprise économique cette année.

La prise en compte des nouvelles réalités

- Les économies de l'Asie-Pacifique sont en voie de guérison. Cette année verrait une reprise de la croissance des exportations, ce qui fortifierait l'économie. On note également des signes que la demande de produits électroniques - clé de voûte de la santé économique de l'Asie-Pacifique - est à la hausse. Une reprise de la croissance au Japon donnera en outre un coup de pouce à la région; toutefois, il est à prévoir que cela ne se produira pas cette année. Ailleurs dans le Pacifique, l'Australie est toujours le chef de file de l'économie car elle a enregistré une hausse de l'activité économique supérieure aux prévisions au cours du quatrième trimestre de l'an dernier.

Possibilités

- Le Canada sera la destination de choix des Canadiens cet été. Un sondage Ipsos-Reid rapporte que 51 p. 100 des répondants vivant dans sept grands centres urbains du Canada affirment qu'ils ont prévu prendre leurs vacances au pays cette année, tandis que 31 p. 100 ont l'intention de se rendre aux États-Unis. De même, notre édition de l'été 2002 de Perspectives confirme que les Canadiens veulent voyager chez eux cet été - les voyages d'agrément par les voyageurs autonomes s'accroîtraient de 5 ou 6 p. 100 cet été, comparé à l'an dernier.
- La Travel Industry Association of America (TIA) a dévoilé les résultats d'une première étude à l'échelle nationale sur les possibilités actuelles et potentielles du marché des consommateurs pour le géotourisme. Les consommateurs dits « urbains sophistiqués » représentent un marché au potentiel énorme pour le Canada, car ce sont eux, parmi tous les groupes de voyageurs, qui se déplacent à l'étranger et 86 p. 100 d'entre eux aiment visiter des endroits où ils peuvent explorer des lieux historiques et des villages pittoresques.

Vue d'ensemble

L'industrie du tourisme semble connaître un regain de vie six mois après les événements du 11 septembre. Cela fait suite à une baisse de 7,4 p. 100 des voyages et du tourisme en 2001. Le suivi du secteur touristique à l'aide de données fiables et actuelles est essentiel pour que l'industrie s'ajuste aux nouvelles tendances et comprenne les répercussions des changements.

En analysant l'industrie six mois après les attaques, nous avons de bonnes nouvelles à rapporter. La capacité aérienne, le taux d'occupation des hôtels, le volume de voyages et les revenus, tous sont à la hausse. Nombre de fournisseurs signalent qu'ils commencent à constater des chiffres équivalents à ceux d'avant le 11 septembre - en fait, beaucoup sont d'avis que c'est l'économie et non les attaques terroristes qui les préoccupent. Même l'économie offre un rayon d'espoir car elle enregistre un bond plus grand que prévu.

La situation semble revenir à la normale, la définition de ce mot a évolué - et l'industrie doit être prête à s'y ajuster. Un des premiers changements enregistrés est la nouvelle tendance des réservations tardives. Deux autres questions sont apparues dernièrement : la taxe de sécurité au Canada et l'élimination des commissions versées aux agents de voyages.

La question de la taxe de sécurité n'est pas aussi simple qu'on pourrait le croire. L'élimination des commissions aux agents de voyages représente une progression de leur réduction au fil des ans, mais son impact sur l'industrie touristique est imprécis. Tout comme l'abolition des commissions, la taxe de sécurité n'a pas encore été complètement assimilée par les voyageurs ou par l'industrie, tandis que les effets des réservations de dernière minute se font déjà sentir. Ce n'est qu'en suivant de près ces tendances que l'industrie du tourisme pourra réagir et continuer de bien desservir le voyageur moderne.

Nouvelles tendances et questions d'actualité

Réservations de dernière minute

Bien que le volume des voyages amorce un retour à la normale, les événements du 11 septembre ont suscité des changements probablement à long terme dans l'industrie du tourisme. Les réservations de dernière minute - une tendance déjà exposée dans l'édition estivale 2002 de Perspectives de la CCT - en sont un exemple.

Ce phénomène souligne la nécessité pour les fournisseurs de disposer de données courantes qui leur permettront de s'adapter rapidement aux humeurs du marché en ce qui touche la demande et les tarifs. Même si cela est plus facile à dire qu'à faire, il n'en demeure pas moins que c'est dans ce contexte que les fournisseurs devront fonctionner.

Certains fournisseurs ont trouvé le moyen de ramener les voyageurs à leurs anciennes habitudes de voyages, sinon à leurs habitudes de réserver. Les lieux de villégiature des Caraïbes en sont la preuve. Se rendant compte du potentiel mais également de la perte importante possible de leur part du marché s'ils ne réagissent pas, ces centres de villégiature ont été très dynamiques dans leur approche au lendemain du 11 septembre.

Des offres sensationnelles ont été mises de l'avant lors de campagnes publicitaires de plusieurs millions de dollars, offres qui vantaient des vacances sécuritaires et, pour les Américains du moins, près de chez eux. À cause de la tendance de réserver à la dernière minute, il n'a pas été immédiatement évident que les campagnes seraient couronnées de succès - les gens attendant que l'hiver batte son plein avant d'appeler leur agent de voyages. Mais les campagnes ont connu un franc succès. En mars, le nombre de voyages vers les Caraïbes était légèrement inférieur à celui de l'an dernier. Même si beaucoup d'hôtels bas de gamme ont enregistré des taux d'occupation de moins de 50 p. 100 en mars, la plupart des hôtels haut de gamme qui ont participé aux campagnes publicitaires signalent une saison sans précédent.

Les fournisseurs touristiques canadiens devront se montrer tout aussi dynamiques que les lieux de villégiature des Caraïbes pour que les voyageurs canadiens et américains réservent pour la prochaine saison estivale. L'édition estivale 2002 de Perspectives de la CCT confirme cette tendance des réservations de dernière minute. Tout comme leurs homologues des Caraïbes, les fournisseurs canadiens font face à un délai beaucoup plus court que par le passé, car souvent les réservations se font pour le même mois.

Des fournisseurs commencent à réagir pour se prémunir contre la perte de parts de marché. Ainsi, des hôtels du Canada, au fait de la tendance quant aux réservations tardives, collaborent avec des agents d'outre-mer pour trouver des solutions. Dans cette veine, des politiques qui exigent les noms et des dépôts de voyageurs 45 jours précédant l'arrivée sont considérées comme des obstacles aux voyages internationaux.

Beaucoup de fournisseurs, mal à l'aise quant au nombre de réservations anticipées dans leur système, encouragent les voyageurs à faire des réservations anticipées même si cela peut signifier une certaine perte de revenu. American Airlines, le plus grand transporteur mondial, a modifié sa politique de réservations anticipées en mars. Elle offre des incitatifs financiers ou non, selon le point de vue, pour attirer les voyageurs qui réservent le plus à la dernière minute : les gens d'affaires. Cette politique tente d'encourager le voyageur d'affaires à planifier plus longtemps d'avance, sinon il devra déboursier plus. En vertu des nouvelles règles, il faut acheter le billet sept jours à l'avance - auparavant c'était trois jours - si l'on veut bénéficier des meilleurs tarifs. Continental et America West ont instauré cette même politique dans les villes où elles ne sont pas en concurrence directe avec American Airlines. La nouvelle politique d'American Airlines est un signe important de la reprise du voyage prévue pour ce printemps et cet été, particulièrement du voyage d'affaires.

America West Airlines a reconnu cette nouvelle tendance des réservations de dernière minute, mais elle a opté pour une autre approche qui, croit-elle, lui apportera des avantages stratégiques. America West a annoncé qu'elle simplifiait sa structure tarifaire en éliminant l'arrêt obligatoire du samedi soir et en offrant un tarif réduit pour les vols d'aller partout aux États-Unis et au Canada. Elle offre également des rabais sur le prix des billets achetés moins de 14 jours à l'avance. Grâce à cette nouvelle structure tarifaire, America West est d'avis qu'il y aura une réduction sensible du nombre de voyageurs qui achètent leur billet au comptoir juste avant le décollage.

American Airlines et America West ont choisi différentes approches pour pallier le problème des réservations tardives. Il reste à voir comment ces stratégies seront accueillies par le marché.

Quel que soit le choix de la stratégie, les transporteurs aériens vont de l'avant sur un autre front, ce qui non seulement diminuera leurs coûts, mais également - presque par ricochet - pourrait être utile au voyageur de dernière minute. En mars, tous les grands transporteurs aériens américains et Air Canada ont annoncé qu'ils ne verseraient plus de commissions aux agents de voyages pour la vente de billets à destination du Canada et des États-Unis. Ce manque à gagner a donc forcé les agents voyages à ajouter des frais de service au prix du billet qu'ils émettent. Plutôt que de déboursier ce supplément, beaucoup de gens achèteront leur billet d'avion dans Internet, un instrument qui convient parfaitement au voyageur de dernière minute. Pour les transporteurs aériens, c'est l'idéal. Quant aux agents de voyages... c'est une autre affaire !

La tendance aux réservations tardives s'est répandue au-delà de l'Amérique du Nord. La Commission canadienne du tourisme rapporte que ce phénomène est également en vogue au Japon. Deux raisons à cela : la première, naturellement, est l'incertitude générale; la seconde est que le voyageur attend à la dernière minute croyant que les tarifs seront plus attrayants à la veille de son départ. Pour bénéficier de cette tendance, Travelocity et 17 transporteurs aériens ont lancé un site Web au Japon pour être utiles aux voyageurs japonais qui préfèrent réserver à la dernière minute.

La tendance des réservations de dernière minute se poursuivra car elle convient bien au nouveau contexte touristique. Les fournisseurs devront travailler plus fort et plus intelligemment que jamais s'ils veulent attirer les voyageurs du pays et de l'étranger cet été. Pour y parvenir, ils devront rassembler des données de plusieurs sources - se servir de leur expérience et de leur discernement - afin d'en arriver à des décisions d'affaires dans l'offre de leurs biens et services.

Réaction du consommateur (voyageur) - Canada et États-Unis

Voyageurs d'affaires

Selon une enquête annuelle des gestionnaires de voyages d'affaires effectuée par Runzheimer International, près de 75 p. 100 des gestionnaires interrogés indiquent qu'ils ont soit modifié la politique des déplacements de l'entreprise depuis les événements du 11 septembre, ou qu'ils le feront au cours du premier semestre de cette année. Le principal changement est de recommander l'usage de la voiture pour les courtes distances. De plus, pour des raisons de sécurité en prévision d'attaques terroristes, plusieurs entreprises ont rédigé des politiques obligeant les employés à réserver auprès de leur gestionnaire de déplacements, ce qui facilite le suivi des employés.

Amex Canada rapporte que 92 p. 100 des entreprises interrogées déclarent qu'elles prévoient le même nombre, voire un plus grand nombre de déplacements cette année. Toutefois, un peu moins du quart indiquent que le budget des déplacements a été haussé. L'enquête révèle de plus qu'en 2001, moins de 2 p. 100 des entreprises nord-américaines ont acheté leurs billets d'avion par Internet. En 2002, ce chiffre sera de 20 p. 100.

Selon une enquête auprès des voyageurs d'affaires par WorldCom, 30 p. 100 des répondants affirment que leur sécurité personnelle et l'anxiété de leurs proches ont influencé leurs plans de déplacement au cours des récents mois. Les voyageurs qui ont des enfants sont ceux qui ont le plus diminué le nombre de déplacements (un répondant sur trois). Toutefois, le principal motif de réduction du nombre de voyages d'affaires a été le ralentissement économique (40 %), et non pas des raisons de sécurité. (WorldCom rapporte de plus que 33 p. 100 des voyageurs, qui ont réduit le nombre de leurs déplacements au cours des récents mois, se servent des conférences vidéo, téléphoniques et de Web plutôt que de prendre l'avion.)

Voyageurs d'agrément

L'AAA Auto Club South rapporte une hausse de 6 p. 100 du nombre de réservations de chambres d'hôtel en février, comparé à l'an dernier, et les demandes auprès de TripTik, un baromètre du voyage routier, ont augmenté de 14,6 p. 100 par rapport à l'an dernier. Par ailleurs, les ventes de billets d'avion ont chuté de 29 p. 100 comparativement à la même période. En janvier 2002, le nombre de voyages routiers des États-Unis vers le Canada a augmenté de 5,3 p. 100, comparé à l'an dernier, tandis que les voyages non routiers ont décliné de 10,7 p. 100.

La prise en compte des nouvelles réalités

La Travel Industry Association of America (TIA), dans son édition du printemps 2002 de Travelometer, rapporte que 144,5 millions d'Américains feront un voyage d'agrément au cours de mars, avril et mai, une baisse de 4 p. 100 comparativement au printemps dernier. Les voyages en famille (conjoint, enfants, petits-enfants) demeurent le type de voyages le plus en vogue, devançant les voyages avec des amis, d'autres membres de la famille ou les voyages en solitaire.

Visa Canada rapporte dans une nouvelle enquête que 37 p. 100 des répondants prévoient accroître leurs voyages cette année, alors que 19 p. 100 voyageront moins. La dernière enquête d'Active Traveler Survey aux États-Unis révèle que 85 p. 100 des voyageurs actifs - ceux qui considèrent que se rendre à de nouvelles destinations et participer à des activités sportives extérieures sont essentiels à leur style de vie - voyageront autant, sinon plus en 2002 que l'an dernier.

Aux États-Unis, l'Opinion Research Corporation a découvert que 69 p. 100 des Américains planifient un voyage quelconque chez eux en 2002 - de ceux-ci, 15 p. 100 prévoient un voyage au Canada alors que 12 p. 100 iront au Mexique. L'étude fait également ressortir que les Américains qui demeurent dans les régions nord-est, ouest et nord-central opteront probablement beaucoup plus pour un voyage au Canada dans l'année qui vient (21 %, 19 % et 18 % respectivement) que ceux qui habitent dans le Sud (6 %).

Réaction des fournisseurs de voyages - Canada et États-Unis

Les transporteurs aériens - Canada

En mars, Air Canada, dans la foulée des principaux transporteurs aériens américains, a annoncé la fin du versement de commissions sur les billets des vols intérieurs et internationaux vendus au Canada et aux États-Unis.

Les statistiques de février indiquent qu'Air Canada a parcouru 2,9 p. 100 plus de milles avec passagers payants que l'année précédente. La capacité aérienne a diminué de 6,1 p. 100, ce qui se traduit par un facteur de charge de 76,8 p. 100, soit 6,7 p. 100 de plus que l'an dernier. Un accroissement du trafic et une forte demande ont occasionné le rappel de 155 employés mis en congé en mars.

En février, le Programme pré-douanier en transit à l'aéroport de Vancouver a été réactivé après avoir été suspendu au lendemain du 11 septembre. Le Canada et les États-Unis ont annoncé que le programme NEXUS pour les voyageurs à faible risque sécuritaire s'étendrait à de nouveaux postes frontaliers entre la Colombie-Britannique et l'État de Washington. La nouvelle phase de ce programme sera opérationnelle à l'été 2002.

À cause de la disparition de Canada 3000, il y a eu 9 p. 100 moins de sièges disponibles pour les vacances de mars 2002 par rapport à l'an dernier. Pour pallier directement la disparition de Canada 3000, My Airways, un transporteur de l'Ouest canadien, sera créé au cours de l'été 2002, offrant ainsi un choix aux gens de l'Ouest qui prévoient des vacances au Mexique et à Hawaïi.

Air Canada a annoncé que le processus d'unification de ses transporteurs régionaux AirBC, Air Nova, Air Ontario et Canadien régional est maintenant terminé. Le nouveau transporteur régional sera exploité sous le nom d'Air Canada Jazz, et offrira près de 800 vols quotidiens vers 80 destinations aux États-Unis et au Canada.

L'Association des transporteurs aériens du Canada a demandé au ministre du Revenu de lui accorder plus de temps afin d'élaborer les modalités de la nouvelle taxe de sécurité. Des arrêts en cours de route et la correspondance entre les transporteurs aériens semblent compliquer l'application de cette taxe simple en apparence qui représente un coût supplémentaire de 12 \$ sur un billet aller ou de 24 \$ sur un aller-retour au Canada.

La Canadian Taxpayers Federation (CTF) a exprimé, au nom de ses membres, des réserves au sujet de cette taxe de sécurité, déclarant que les passagers qui décollent ou arrivent aux petits aéroports dépourvus d'équipement de sécurité devraient être exemptés de cette taxe. De plus, la CTF affirme que cette taxe se base sur des chiffres hypothétiques. Le nombre de passagers est à la hausse, ajoute-t-elle, d'où le risque très plausible de percevoir trop d'argent.

Par ailleurs, l'Association du tourisme du Canada note que les billets d'avion achetés par des non-Canadiens ne seront pas taxables, ouvrant ainsi la porte à l'éventualité d'abus car des Canadiens pourraient acheter leurs billets outre-frontière. De plus, les remboursements de billets achetés par les transporteurs non-interliges ne seront pas traités par l'Agence des douanes et du revenu du Canada, parce que la loi ne le prévoit pas. Les agents de voyages soulignent qu'ils s'assureront que les billets ne sont taxés qu'une fois dans chaque direction - même si un transporteur non-interligne est utilisé.

Les transporteurs aériens - États-Unis

La Federal Aviation Administration (FAA) rapporte que dans les cinq mois qui ont suivi le 11 septembre, le nombre de vols dans les 31 principaux centres aéroportuaires américains a chuté de 12,2 p. 100, par rapport à l'année précédente. La FAA a aussi annoncé qu'elle s'attend à une reprise du nombre de passagers en 2003.

En mars, l'Air Transport Association (ATA) a publié son « State of U.S. Airline Industry Report », qui démontre que les transporteurs aériens américains ont perdu 7 milliards \$ (11,1 milliards \$CAN) à cause des événements du 11 septembre. Même avant les attaques, l'industrie s'attendait à des pertes de l'ordre de 3 milliards \$ (4,8 milliards \$CAN) à cause de la conjoncture économique.

L'ATA rapporte également une baisse de 15 p. 100 de la capacité au quatrième trimestre, comparé à l'année précédente, alors que 350 appareils ont été retirés de la circulation.

Autres baisses mentionnées par l'ATA : la moyenne du prix du billet intérieur a diminué de 16,1 p. 100 en janvier, par rapport à l'an dernier, et le prix du billet international a reculé de 14 p. 100 au cours de la même période. Le trafic de passagers était en baisse de 10,7 p. 100 en février, comparativement à l'an dernier, mais en hausse de 2,3 p. 100 par rapport à janvier.

American Airlines estime que le trafic de passagers et la capacité aérienne augmenteront de 3,6 p. 100 et de 2,3 p. 100 respectivement au premier trimestre de cette année, par rapport à l'an dernier. En mars, Northwest Airlines a annoncé une hausse de 7 p. 100 du nombre de ses passagers depuis le 11 septembre, quand sa capacité a été comprimée de 20 p. 100.

En mars, les transporteurs Delta, Continental, Northwest, American Airlines, US Airways, American Trans Air (ATA) et United ont annoncé qu'ils ne verseraient plus de commissions de base pour les billets des vols intérieurs et internationaux vendus au Canada et aux États-Unis. Sans cette source de revenus, on s'attend à ce que les agents de voyages haussent leurs prix ou imputent un supplément pour leurs services.

Trois transporteurs, American Airlines, United Airlines et Delta Airlines ont annoncé la création de Equitime, une compagnie qui vendra une assurance contre les risques de guerre. Cette compagnie d'assurances autonome verrait le jour dès le mois de juin et on s'attend à ce que les transporteurs participants épargnent de 63 cents (1 \$CAN) à 83 cents (1,32 \$CAN) par passager - soit un total de 417 millions \$ (661,5 millions \$CAN) par an. Jusqu'à son expiration le 20 mars, les transporteurs utilisaient une assurance administrée par le gouvernement américain. Avant l'entrée en vigueur de Equitime, les transporteurs aériens s'assurèrent auprès d'assureurs privés - à des tarifs beaucoup plus élevés.

Enfin, pour la première fois dans l'histoire, un plus grand nombre de voyageurs a opté, d'octobre à décembre, pour la navette Amtrak entre New York et Washington, plutôt que pour la navette aérienne. Ce circuit d'Amtrak s'effectue par train haute vitesse dernier cri (par ailleurs, Amtrak éprouve des difficultés sur d'autres circuits et a demandé l'aide du Congrès américain).

Les hôtels - Canada

Selon l'Association des hôteliers du Canada, les revenus des hôtels ont dégringolé de 300 millions de dollars comparé à l'an dernier. Bien que l'industrie ait ralenti avant le 11 septembre, les attaques terroristes aux États-Unis constituent la principale cause du déclin. Néanmoins, le prix de location des chambres est demeuré constant et les gens d'affaires rapportent que le service s'est amélioré depuis que les hôtels tentent de les attirer. Les attraits offerts semblent, en grande partie, de grande valeur, mais en réalité ils ne sont pas très dispendieux.

Le groupe Four Seasons Hotels fait état de revenus nets de 9,3 millions de dollars au quatrième trimestre, qui a pris fin le 31 décembre, comparativement à 38,5 millions de dollars l'année précédente. Pour l'année se terminant le 31 décembre, les revenus nets ont été de 86,5 millions de dollars comparé à 103,1 millions de dollars l'année précédente.

Les hôtels - États-Unis

PriceWaterhouseCoopers (PWC) rapporte un déclin marqué de la demande de chambres d'hôtel au quatrième trimestre de 2001, surtout pour des raisons économiques, non parce que les gens craignaient de voyager. PWC s'attend à une remontée dans l'industrie hôtelière dès le troisième trimestre de 2002. Selon Ernst & Young, les hôtels aux États-Unis afficheront un taux d'occupation de 59,9 p. 100 en 2002, soit un recul par rapport aux 60,1 p. 100 enregistrés l'an dernier.

Smith Travel Research indique que le taux d'occupation aux États-Unis a diminué de 5 p. 100 en février par rapport au même mois l'an dernier. Les revenus par chambre étaient en baisse de 9 p. 100 comparé à la même période. Pour la semaine se terminant le 2 mars, les hôtels à Hawaï enregistraient la plus petite baisse du taux d'occupation depuis le 11 septembre, soit 4,1 p. 100 comparativement à l'an dernier.

La chaîne Marriott annonce que ses prévisions de revenu par chambre pour l'année courante sont de 3 p. 100 inférieures à celui de l'année précédente. Arlington Hospitality déclare des revenus nets de 755 100 \$US (1,2 million \$CAN) pour 2001, un recul marqué par rapport aux 4 millions \$US (6,3 millions \$CAN) enregistrés l'année précédente. Arlington est propriétaire de 78 établissements dans 16 États.

D'après la Hotel Electronic Distribution Network Association, les réservations de chambre d'hôtel par l'entremise de systèmes mondiaux de distribution (SMD) étaient en baisse de 4,2 p. 100 l'an dernier, par rapport à l'année précédente. Tout de même, l'an dernier s'est avéré la deuxième meilleure année en matière de réservations de chambre d'hôtel par le biais des SMD.

Les agents de voyages

Au Canada, d'après le plan de règlement bancaire (BSP) de l'Association des transporteurs aériens internationaux (IATA), le voyage international a augmenté de 19 p. 100 en février 2002, comparé à l'an dernier. Heureusement, comme il a été rapporté le mois dernier, la baisse enregistrée après les fêtes semble s'atténuer, puisque la vente de billets au Canada et aux États-Unis a connu une hausse en février comparativement à janvier. Malgré cela, la vente de billets est toujours inférieure de 24 p. 100 en ce qui concerne les voyages d'agrément et de 22 p. 100 s'agissant des voyages d'affaires par rapport à l'an dernier. Les voyages aériens aux États-Unis ont aussi connu une baisse, tant en ce qui a trait aux voyages d'agrément (9 %) que pour ce qui est des voyages d'affaires (27 %), en février, comparé à l'an dernier.

Pour tous les voyages aériens, les agents de voyages canadiens ont vu les revenus de commission diminuer de 45 p. 100 en février comparé à l'an dernier. Aux États-Unis, Airlines Reporting Corporation rapporte que les agences de voyages ont subi des pertes de commission de 31 p. 100 en février comparativement à l'an dernier. Il s'agit d'un recul supplémentaire de 3 p. 100 par rapport à la baisse de 28 p. 100 en janvier 2001 en comparaison avec janvier 2000.

Les autres fournisseurs

Le port de Halifax rapporte que l'achalandage passager sur les bateaux de croisière a augmenté de 22 p. 100 l'an dernier si l'on compare à l'année précédente. Cette hausse représente une année record pour le marché des croisières à Halifax. Toutefois, à la suite des répercussions des événements du 11 septembre sur toute l'industrie mondiale des croisières, Lazard Frères mentionne que cette industrie aux États-Unis accusera un rendement négatif jusqu'au quatrième trimestre de 2002. D'accord sur ce pronostic, Royal Caribbean a annoncé que les résultats de son premier trimestre de 2002 seraient de 7 ou 8 p. 100 inférieurs à ceux de l'an dernier.

Réaction de l'étranger - Outre-mer

Royaume-Uni et Irlande

Ryanair, le transporteur aérien à rabais, fait état d'une hausse de 40 p. 100 du nombre de passagers en février, par rapport à la même période l'an dernier. De même, le transporteur à rabais Go signale une hausse de 74 p. 100 du nombre de passagers en février.

EasyJet a également joui de la popularité des transporteurs à rabais comme en témoigne la hausse de 35,8 p. 100 du nombre de passagers pour le même mois.

D'autre part, British Airways annonce une baisse de 2,5 p. 100 de ses revenus par passager-kilomètre en février, comparé à l'an dernier, une amélioration si l'on tient compte de la comparaison de mois en mois depuis le 11 septembre.

En ce qui a trait au nombre de passagers, l'autorité régissant les aéroports britanniques BBA indique une hausse de 0,3 p. 100 en février, par rapport à l'an dernier, du nombre de passagers qui ont utilisé les sept aéroports qu'elle administre. Cette hausse est la première depuis le 11 septembre.

La prise en compte des nouvelles réalités

American Express rapporte que près des trois quarts des cadres supérieurs britanniques disent ne pas avoir réduit leurs déplacements depuis le 11 septembre. Bien qu'ils continuent à voyager, ils ne le font pas aussi fréquemment en classe affaires. American Express déclare qu'au cours des 12 derniers mois, 63 p. 100 ont voyagé en classe économique et 60 p. 100 l'ont fait à bord de transporteurs offrant un service à bord minimal.

PriceWaterhouseCoopers mentionne que le taux moyen d'occupation des hôtels de Londres a chuté de 9,7 p. 100, par rapport au niveau de 72,9 p. 100 de l'année précédente. C'est la première fois en huit ans que le taux d'occupation à Londres est sous la barre des 80 p. 100.

Selon le bureau de la Commission canadienne du tourisme au Royaume-Uni, 47 p. 100 des consommateurs réservent plus tard cette année, espérant que les rabais seront alors plus intéressants. Les destinations éloignées seraient les moins touchées. Selon une enquête auprès des voyageurs britanniques, la demande pour le Canada est actuellement élevée - en fait, elle est au même niveau que l'an dernier - avec un niveau de revenu par passager plus élevé que l'an dernier.

France

En février, Air France a annoncé que le nombre de passagers transportés a augmenté de 2,4 p. 100 comparativement à l'an dernier, bien que l'ensemble du trafic de passagers en février ait été à peu près le même que l'an dernier. Quant à l'été 2002, Air France s'attend à une diminution de 13,8 p. 100 de la capacité sur ses circuits nord-américains, par rapport à l'an dernier.

En mars, Air Liberté a annoncé qu'elle lançait une nouvelle compagnie aérienne à rabais inspirée du modèle britannique EasyJet. Cette nouvelle compagnie, Air Lib Express, desservira le territoire français.

Accor annonce des résultats supérieurs aux chiffres prévus pour 2001. Son revenu net s'est accru de 6 p. 100 par comparaison avec l'année précédente. L'équilibre géographique de ses parcours et la nature diversifiée des services d'Accor lui ont permis de contrecarrer l'impact négatif des hôtels luxueux.

Allemagne

En février, Lufthansa enregistre une baisse de 7,1 p. 100 du nombre de passagers transportés par rapport à l'an dernier. Toutefois, cette baisse est moins marquée que celle des mois qui ont suivi les événements du 11 septembre. Pour 2001, Lufthansa essuie une perte nette de 591 millions d'euros (828,7 millions \$CAN). Son bénéfice d'exploitation a chuté de 20 millions d'euros (27,8 millions \$CAN), par rapport aux 1,04 milliard d'euros (1,4 milliard \$CAN) enregistrés l'année précédente. Lufthansa annonce de plus qu'elle offrira, dans son horaire d'été, 40 p. 100 plus de vols vers les États-Unis qu'elle n'offrait immédiatement après le 11 septembre. Un autre bon signe découle du fait que la compagnie a levé le blocage d'embauche pour ses équipages de bord et pour son personnel à terre.

L'aéroport de Francfort, le plus grand du pays, fait état d'une diminution de 3,2 p. 100 du nombre de passagers en février, comparé à l'an dernier, soit la plus petite baisse depuis le 11 septembre.

Le bureau de la Commission canadienne du tourisme (CCT) en Allemagne rapporte que le trafic allemand vers l'extérieur stagnera cette année. Les pays européens tels l'Italie, la Turquie, la Bulgarie et la Croatie seront probablement les destinations choisies par les Allemands cet été.

Italie

Selon une enquête effectuée par l'Association des gestionnaires d'hôtels européens, 60 p. 100 des répondants ont choisi l'Italie et l'Espagne comme marchés européens qui s'amélioreront probablement en 2002. Les voyageurs déclarent au bureau de la CCT en Italie que 61,2 p. 100 des consommateurs choisiront l'Europe pour leurs vacances d'été, et que seulement 17,2 p. 100 opteront pour l'Amérique du Nord.

Venere Net SpA, une entreprise de réservations hôtelières italienne, rapporte qu'en mars, le nombre de réservations dépasse celui d'avant le 11 septembre.

Pays-Bas

KLM mentionne que son volume de passagers a repris après avoir accusé un recul dans les mois qui ont suivi les attaques du 11 septembre. KLM accroîtra la fréquence de ses vols vers Montréal et Vancouver cet été, une saison habituellement très prisée.

La prise en compte des nouvelles réalités

L'aéroport de Schiphol signale une hausse de 27 p. 100 de son bénéfice net en 2001 comparativement à l'année précédente. Les pertes de revenus à la suite du 11 septembre s'élèvent à 23 millions d'euros (32,2 millions \$CAN), tandis que le nombre de passagers qui transitent par Amsterdam a diminué de 0,2 p. 100, par rapport à l'année précédente.

Japon

Selon une enquête récente de l'un des principaux journaux financiers du Japon, 54 p. 100 des répondants envisagent des voyages outre-mer après les avoir annulés ou reportés à la suite du 11 septembre. L'Italie est la destination de choix (26 %), suivie de Hawaii (24 %) et des États-Unis (22 %).

Selon le bureau de la CCT au Japon, une enquête récente auprès des femmes démontre que la crainte d'attaques terroristes, le manque d'argent et la difficulté à prendre des vacances constituent les principales raisons pour ne pas voyager.

Le bureau de la CCT au Japon souligne aussi que les voyages en groupes restreints sont plus recherchés que les voyages en groupes nombreux. Comme les États-Unis sont encore perçus comme une destination potentiellement dangereuse, les grossistes ont commencé à offrir des forfaits à destination du Canada exclusivement.

Une proposition de fusionner Japan Airlines et Japan Air Systems est en suspens après avoir été considérée comme anticoncurrentielle par le gouvernement. Si le regroupement était approuvée, la nouvelle compagnie se classerait au sixième rang mondial des transporteurs aériens.

Corée

Le bureau de la CCT en Corée rapporte que le mois de janvier a été excellent pour le tourisme vers l'extérieur - on a enregistré le plus grand nombre de départs mensuels de toute l'histoire du pays. Pour le Canada, cela signifie une hausse de 16,9 p. 100 des Coréens en visite au pays en janvier comparé à l'an dernier. En 2001, le Canada se classait au neuvième rang des destinations choisies par les Coréens, alors que le Japon occupait le premier rang, suivi de la Chine et des États-Unis.

Récemment, le gouvernement de la Corée a annoncé la création d'une « escouade touristique policière » (comprenant policiers et fonctionnaires pertinents de différents ministères) pour freiner les abus de ceux qui surchargent les touristes de frais excessifs, qui déversent illégalement des déchets et qui, généralement, nuisent à l'industrie touristique du pays.

Les transporteurs aériens feront connaître leurs tarifs d'été par les journaux en avril; selon les prévisions, ces tarifs seront légèrement plus élevés que ceux de l'an dernier. Par ailleurs, Korean Air (KAL) prévoit un bénéfice de 77 millions \$US (122,2 millions \$CAN) en 2002, après deux années consécutives de pertes. En janvier, la compagnie a rapporté une baisse du nombre de passagers de 2 p. 100, comparativement à l'an dernier.

Hong Kong

Selon le Hong Kong Tourism Board, le nombre de touristes de la Chine populaire a dépassé celui des touristes en provenance des États-Unis, en 2001, et ils ont dépensé en moyenne 5 169 \$HK (1 052 \$CAN). En janvier, le nombre de visiteurs canadiens a augmenté de 8,7 p. 100 par rapport à l'an dernier.

Le bénéfice net de Cathay Pacific a piqué l'an dernier, soit une dégringolade de 87 p. 100 par rapport à l'année précédente. Ce qui contraste vivement avec l'année précédente où le bénéfice a atteint un niveau record. Le transporteur aérien déclare que les passagers reviennent, mais que le rendement est faible parce que le marché lucratif de première classe et de classe affaires n'a pas encore repris.

Taïwan

Selon le bureau de la CCT à Taïwan, la demande de visas touristiques pour le Canada était en hausse de 16 p. 100 en janvier, comparé à l'an dernier. La Chine, Hong Kong, le Japon et la Thaïlande sont encore les premiers choix vers l'extérieur des voyageurs taïwanais.

Le bureau de la CCT rapporte également que le marché intérieur du tourisme à Taïwan est solide grâce à l'introduction d'un crédit de voyage de 16 000 \$TW (745 \$CAN) accordé par le gouvernement pour favoriser le tourisme au pays en semaine.

Australie

American Express en Australie s'attend à ce que les voyages d'affaires reprennent au second semestre de l'année. Un retour à la croissance annuelle variant de 5 à 7 p. 100 est prévu pour l'an prochain.

La Sydney Airport Corporation indique une hausse de 200 p. 100 de son bénéfice, qui s'élève à 44,1 millions \$AUS (36,7 millions \$CAN) pour la période de juillet à décembre, soit 14,7 millions \$AUS (12,2 millions \$CAN) de plus qu'à la même période l'année précédente. Cette augmentation est attribuable au doublement des frais d'atterrissage, qui a compensé la diminution de 10 p. 100 du trafic au cours de la même période.

Selon le bureau australien de la CCT, les réservations de dernière minute sont devenues monnaie courante. Le Canada profite de cette tendance comme en fait foi la hausse des ventes vers le pays, les forfaits croisière-rail et les produits de ski étant les plus recherchés.

Nouvelle-Zélande

Air New Zealand rapporte une perte avant impôt de 376 millions \$NZ (260,5 millions \$CAN) dans la période de juillet à décembre 2001. Un an plus tôt, son bénéfice à la même période s'élevait à 12,7 millions \$NZ (8,8 millions \$CAN). En janvier, la compagnie a connu une hausse de 5 p. 100 du volume de passagers par comparaison avec l'an dernier.

Tourism New Zealand rapporte que pour la première fois depuis le 11 septembre, les arrivées internationales ont enregistré, en janvier, une augmentation par rapport à l'an dernier. Le nombre de visiteurs en provenance des États-Unis a augmenté de 38,5 p. 100 au cours de la même période.

Retombées économiques

Amérique du Nord

Les consommateurs ont revitalisé le produit intérieur brut (PIB) au cours du dernier trimestre de 2001 en accroissant leurs achats au Canada de 1 p. 100 par mois. Cela a permis de liquider les stocks pour ainsi hausser la production. En février, 6 000 nouveaux emplois ont été créés au Canada - autre preuve de l'accélération de la production. Les États-Unis ont aussi enregistré leur premier gain, depuis juillet, quant à la création d'emplois.

La confiance a nettement augmenté au cours des derniers mois pour dépasser actuellement le degré de confiance exprimée avant les événements du 11 septembre. La création d'emplois combinée aux bas taux d'intérêt et coût de l'énergie contribuent à accroître les dépenses réelles des consommateurs, tant au Canada qu'aux États-Unis. Les faibles taux d'intérêt ont également stimulé la construction résidentielle. Les mises en chantier ont fortement augmenté en janvier, en partie grâce au temps clément, et cette tendance s'est poursuivie en février. Aux États-Unis, les mises en chantier ont connu une hausse de 6 p. 100 en janvier, comparé à décembre, la plus forte croissance en près de deux ans.

Europe

L'économie de la zone euro pourrait croître plus rapidement en 2002 que ce qu'ont prévu les économistes. De récentes enquêtes dévoilent un niveau de confiance élevé dans le monde des affaires. Cet optimisme s'appuie sur des enquêtes démontrant que les gestionnaires de l'approvisionnement étudient les possibilités d'accroître leurs stocks après les avoir épuisés. Compte tenu de la réduction du taux d'inflation prévue dans les prochains mois, les revenus réels augmenteront, ce qui stimulera la demande des consommateurs. Le taux de chômage surprenant en janvier a également activé la demande des consommateurs. Selon l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), le taux de chômage en janvier s'élevait à 8,4 p. 100, soit le même taux qu'au même mois l'an dernier.

Le 1er mars, 12 pays européens ont abandonné leur monnaie nationale pour adopter l'euro comme devise légale. Jusqu'à maintenant, seuls le Royaume-Uni, la Suède et le Danemark ne sont pas membres de la zone euro.

Asie-Pacifique

Il semble que l'économie des pays de l'Asie-Pacifique soit en voie de guérison. La Corée rapporte que la demande intérieure s'accroît à un rythme plus rapide que prévu et que les exportations devraient reprendre sous peu. Le surplus du compte courant du Japon a grimpé de 224,3 p. 100 en janvier, comparé à 709 milliards de yen (8,7 milliards \$CAN) un an plus tôt. Bien que l'économie du Japon soit encore languissante, les signes d'une reprise pointent à l'horizon. Le Taiwan Institute of Economic Research escompte une reprise économique dans la seconde moitié de 2002, bien que certains facteurs négatifs, tels les prêts irrécouvrables et le chômage chronique, exercent encore leur influence. Une enquête de MasterCard International démontre que le degré de confiance du consommateur a grimpé de 23,8 p. 100 en milieu d'année pour atteindre 46,2 p. 100 à la fin de l'année.

La Nouvelle-Zélande s'attend à ce que le taux de croissance de son produit intérieur brut ralentisse au cours des prochains mois, à cause d'une baisse imprévue de la croissance des exportations et du nombre de touristes. D'autre part, l'Australie a renforcé, en mars, sa position à la tête du peloton économique avec une hausse plus élevée que prévue de son produit intérieur brut au quatrième trimestre.

Possibilités

La tendance des réservations de dernière minute ne semble pas vouloir s'essouffler de sitôt. Toutefois, le tourisme a survécu au chaos des derniers mois et démontré qu'il est essentiel à la qualité de vie. Selon une enquête récente de la chaîne d'hôtels Hilton et Yankelovich Partners, 72 p. 100 des Américains veulent consacrer plus de temps à leurs relations personnelles et 81 p. 100 voient des vacances comme le meilleur moyen de raviver une relation romantique. Quant aux familles, plus des deux tiers (69 %) sont d'avis que les vacances sont une grande source de qualité de vie.

Une enquête Ipsos-Reid rapporte que 51 p. 100 des répondants dans sept grandes villes du Canada prévoient prendre des vacances au pays cette année, alors que 31 p. 100 précisent qu'ils iront aux États-Unis. L'édition estivale 2002 de Perspectives de la CCT confirme que les Canadiens veulent voyager au pays cet été - les voyages d'agrément en autonomie bondiront de 5 ou 6 p. 100 cet été, par rapport à l'an dernier. D'autres signes encourageants ressortent de l'enquête Ipsos-Reid, qui indique que 59 p. 100 des Canadiens considèrent que des vacances ou des voyages d'agrément sont très importants pour leur qualité de vie.

La Travel Industry Association of America (TIA) a dévoilé les résultats de sa première étude d'envergure nationale sur la situation actuelle et les possibilités que recèle le marché du géotourisme. Cette étude examine les habitudes de voyage de 55 millions d'Américains. L'Association classe le « géotourisme » comme étant un marché durable.

Dans la catégorie du géotourisme, huit profils émergent, dont certains représentent de bonnes possibilités pour le Canada, tandis que d'autres le sont moins. Voici les segments ayant les revenus les plus élevés et manifestant la plus grande tendance à voyager : les « connaisseurs géotouristiques » - 16,3 millions de voyageurs; les « urbains sophistiqués » - 31,2 millions de voyageurs et les « bons citoyens » - 17,6 millions de voyageurs. Le groupe des « urbains sophistiqués » est probablement celui qui est le plus enclin à voyager à l'étranger, et 86 p. 100 préfèrent visiter des endroits où ils peuvent explorer des lieux historiques et savourer le charme des villages et cantons. On peut obtenir plus de renseignements sur ces segments et le géotourisme en consultant le site Web de la TIA à <http://www.tia.org>.

On peut s'attendre, à l'approche de l'été, à ce que plus d'Américains prennent leur voiture pour se rendre à leurs destinations de vacances - les ventes de billets d'avion sont en baisse au moment où les demandes de renseignements auprès de TripTik, le baromètre de l'AAA Travel, sont en hausse en février, comparé à l'an dernier. Nos prévisions touristiques confirment cette estimation.

Il s'agit d'une nouvelle particulièrement bonne pour les destinations canadiennes, à distance raisonnable de conduite automobile de la frontière américaine. Selon la TIA, 73 p. 100 des Américains ne considèrent pas la frontière canadienne comme une frontière internationale, donc ils sont plus enclins à franchir la frontière canadienne que n'importe quelle autre frontière internationale. L'édition estivale 2002 de Perspectives de la CCT soutient qu'un plus grand nombre de citoyens américains voyageront au Canada en autonomie cet été, soit une hausse de 3 ou 4 p. 100 comparativement à l'an dernier.

Sommaire

Plus de six mois après les attaques terroristes, l'industrie du tourisme au Canada et ailleurs dans le monde s'adapte à la nouvelle réalité. Celle-ci s'accompagne d'une certaine incertitude - d'où la nécessité de suivre le marché et de bien interpréter les données actuelles, démarche encore plus cruciale qu'auparavant. Les préoccupations d'ordre économique constituent désormais le principal sujet de l'heure pour l'industrie touristique. Cependant, même en faisant abstraction des questions économiques, les voyageurs internationaux - en particulier les Américains - devront être encouragés à franchir la frontière. L'industrie touristique canadienne devrait s'inspirer de l'expérience fructueuse des Caraïbes l'hiver dernier pour trouver des moyens qui inciteront les Américains à se rendre au Canada cet été. Les moyens les plus prometteurs sont la promotion de forfaits économiques, une politique claire de prix qui fait ressortir la qualité du produit, des campagnes publicitaires axées à la fois sur la sécurité en cours de voyage et à destination, et beaucoup de publicité.

Il appert que cet été sera bon pour le tourisme intérieur. L'édition estivale 2002 de Perspectives de la CCT confirme que non seulement les Canadiens veulent voyager au pays au cours de l'été, mais également qu'un plus grand nombre de citoyens américains viendront au Canada. Visa Canada rapporte aussi de bonnes nouvelles voulant qu'un tiers des répondants à son enquête se proposent d'accroître leurs voyages cette année - et que beaucoup voyageront au pays, car les Canadiens représentent notre plus gros marché.

Tout comme les Américains, les Canadiens prendront la route parce que les prix des billets d'avion des vols intérieurs continuent de grimper. D'autre part, les Canadiens voyageront en grand nombre par autocar. En effet, plusieurs voyagistes rapportent déjà une forte demande, surtout parce que ce mode de transport est considéré comme sécuritaire.

Mais, quel que soit le mode de transport choisi, on peut compter que les voyageurs - Américains et Canadiens - feront leurs réservations à la dernière minute !

**Pour de plus amples renseignements sur la recherche, veuillez
consulter www.canadatourisme.com**