



CCT - Bulletin de renseignements sur le tourisme Numéro 7, mai 2002

Le Bulletin de renseignements sur le tourisme continue de suivre l'incidence des événements du 11 septembre sur l'industrie touristique dans le monde entier. Le présent numéro contient des renseignements recueillis en avril 2002.

Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise

Sommaire

- Tout indique que l'industrie du tourisme du monde entier poursuit sa reprise, surtout sous l'impulsion du marché des voyages d'agrément. La plus récente enquête sur les intentions de voyage en été (mars 2002) réalisée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme (ICRT) a fait ressortir les perspectives positives des voyages d'agrément intérieurs. En particulier, selon les données du sondage, la majorité (61,2 %) des Canadiens ont l'intention de prendre des vacances cet été. Cette année, il semble que les voyages en famille joueront un rôle important dans la reprise de l'industrie. Aux États-Unis, l'industrie touristique connaît également une reprise, même si elle est peut-être un peu à la traîne par rapport à celle observée au Canada.
- Tant chez les Américains que chez les Canadiens, l'automobile sera le mode de transport de prédilection pour les vacances d'été. Malheureusement, les questions de sécurité retardent encore la reprise des voyages intérieurs par avion. La hausse des tarifs aériens intérieurs au Canada attribuable en partie aux nouvelles taxes et aux frais supplémentaires pourrait favoriser la croissance du marché des voyages en voiture au cours de l'été. Par ailleurs, les tarifs aériens internationaux deviennent beaucoup plus concurrentiels - aussi bien en chiffres relatifs qu'en chiffres absolus. Si cette conjoncture se poursuit, elle retardera encore plus la reprise des voyages intérieurs par avion.

Nouvelles tendances et questions d'actualité - Un été de plaisirs en famille

- L'été 2002 sera celui des familles voyageant en voiture pour se rendre à une destination au Canada. Selon l'enquête sur les intentions de voyage à l'été 2002 réalisée par l'ICRT, 5,15 millions de ménages canadiens (65 p. 100 des ménages ayant des enfants) ont l'intention de prendre des vacances cet été (de mai à septembre). Le pourcentage global des Canadiens qui projettent de prendre leurs vacances les plus longues au Canada est en baisse par rapport à l'an dernier, mais il est en hausse par rapport à 2000 - année où le tourisme intérieur a connu une forte performance.
- Selon les réponses des voyageurs familiaux à l'enquête de l'ICRT, les influences à l'extérieur de l'hôtel sont plus importantes en 2002 qu'elles ne l'étaient il y a cinq ans. L'une des révélations les plus étonnantes est peut-être qu'à l'exception des connexions Internet, l'importance de tous les services ou commodités proposés par les hôtels a diminué entre 1997 et 2002. En 1997, l'élément le plus important indiqué au moment du choix d'un hôtel était l'assistance médicale. Aujourd'hui, selon l'enquête, les renseignements sur les attractions et les activités locales constituent la commodité la plus importante.

À lire

Sommaire	1
Vue d'ensemble	3
Nouvelles tendances et questions d'actualité	3
Réaction du consommateur	5
Réaction des fournisseurs de voyages	6
Réactions internationales	8
Retombées économiques	12
Possibilités	13
Résumé	14



*Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise***Réaction du consommateur (voyageur)**

- Même s'ils ne connaissent pas une reprise aussi rapide que les voyages d'agrément, les voyages d'affaires commencent à se rétablir. Toutefois, selon une nouvelle enquête de la National Business Travel Association, il faudra peut-être une autre année pour que les voyages atteignent les niveaux observés en 2000. Près de 72 p. 100 des répondants ont indiqué qu'il faudra d'abord une économie stable pour que cela se produise.
- D'après une nouvelle étude réalisée par Opinion Research, plus des deux tiers des Américains ont l'intention de voyager cet été. Même si on prévoit que la majorité des Américains voyageront dans la zone continentale des États-Unis, 15 p. 100 ont l'intention de visiter le Canada. Selon l'enquête, les désagréments liés à la sécurité, entre autres, nuiront aux voyages par avion.

Réaction des fournisseurs de voyages

- Les grands transporteurs aériens continuent d'accuser des pertes financières - on estime que les neuf principaux transporteurs aériens des États-Unis ont perdu ensemble 2,2 milliards de dollars américains (3,5 milliards de dollars canadiens) au premier trimestre de cette année. Il s'agit d'un des pires trimestres de l'histoire de l'industrie. Air Canada a ajouté de nouvelles filiales en mars. Elle a introduit un nouveau transporteur à tarifs réduits, Zip, ainsi qu'une nouvelle filiale de voyages en ligne, Destina, qui sera le seul site de voyages en ligne à offrir des milles Aéroplan d'Air Canada pour les achats.
- Bien que nombre d'hôtels des États-Unis et du Canada aient déclaré des pertes au premier trimestre, ils s'attendent généralement à des résultats meilleurs que prévu et à des perspectives plus favorables plus tard cette année. La demande d'hébergement prévue au Canada et aux États-Unis est révisée à la hausse pour tenir compte de la reprise et de l'optimisme relatif sur le marché des voyages d'agrément.
- Bien des entreprises de location de voitures ont imité les transporteurs aériens et éliminé les commissions de base versées sur les taux contractuels offerts aux clients commerciaux et gouvernementaux. Jusqu'à présent, les changements ne touchent pas les commissions dans le cas des voyageurs d'agrément, des associations et des entreprises qui n'ont pas négocié un taux.

Retombées économiques

- Étant donné la vigueur de la reprise dans les économies d'Amérique du Nord, il a fallu réviser à la hausse les prévisions économiques de cette année. Dans le cas du Canada, le rythme de création d'emplois s'est accéléré de façon marquée en mars, d'où une baisse du taux de chômage. L'amélioration sensible de l'emploi a entraîné la plus forte hausse trimestrielle de nouveaux emplois nets depuis 1987. De nombreux emplois ont également été créés aux États-Unis en mars. Au Mexique, les premiers signes d'amélioration de l'économie étaient évidents d'après les chiffres sur l'emploi de février, les taux de chômage et de sous-emploi régressant tous deux.
- La zone euro est sur la voie de la reprise en 2002, principalement à cause de la relance de l'activité manufacturière. Cependant, la reprise demeurera limitée cette année car le taux de chômage devrait rester élevé et nuire à la confiance des consommateurs et aux dépenses au détail.
- La plupart des pays d'Asie-Pacifique dépendent des exportations. L'an dernier, l'effondrement de la demande de matériel de technologie de l'information a frappé la région de plein fouet, la croissance des exportations ayant périclité. Même si la reprise de l'économie américaine aidera la relance des économies d'Asie-Pacifique, les stocks excédentaires dans le secteur des technologies de l'information aux États-Unis restreindront la demande de matériel informatique de la région.

Possibilités

- Les voyages d'agrément intérieurs en voiture devraient contribuer dans une large mesure à la reprise de l'industrie touristique cet été. Pour les fournisseurs accessibles aux voyageurs en voiture, les messages de promotion diffusés auprès des Américains et des Canadiens devraient porter sur les évasions dans des endroits tranquilles et relaxants situés près de leur domicile. Comme plus de familles canadiennes devraient effectuer un voyage cet été, il serait avantageux de cibler les familles - traditionnelles et non traditionnelles - en faisant valoir les arguments de la souplesse, de la garantie des prix et d'un service de qualité.

Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise

- Les fournisseurs de voyages qui ne sont pas accessibles ou facilement accessibles aux voyageurs en voiture peuvent tirer parti des possibilités de réduire les préoccupations et le stress des voyageurs à l'égard des voyages par avion. Par exemple, Sports Express passe prendre les sacs de golf (et autres bagages) et les livre à tout lieu de villégiature ou destination aux États-Unis, en Angleterre, en Écosse ou en Irlande. Ce service supprime la nécessité d'enregistrer les bagages à l'aéroport, ce qui fait économiser du temps aux voyageurs et réduit leur stress.
- Une façon d'encourager les voyageurs d'affaires réticents consiste à leur offrir des nuitées gratuites à l'hôtel. Selon une étude récente de Hyatt Hotels Corporation, près de 50 p. 100 des voyageurs d'affaires prendraient plus de vacances s'ils bénéficiaient de nuitées gratuites à l'hôtel. Selon la majorité des voyageurs d'affaires qui ont répondu à l'enquête, leurs conjoints estiment que des nuitées gratuites à l'hôtel constitueraient la récompense la plus importante pour les voyageurs d'affaires.

Vue d'ensemble

Même si le nombre de touristes de l'espace - oui, vous avez bien lu! - a doublé en avril pour passer à deux, nous nous attendons à ce que l'automobile demeure le mode de transport de prédilection des touristes canadiens et américains cet été. Tout indique que c'est le marché des voyages d'agrément qui devrait stimuler la reprise alors que les voyages d'affaires se heurtent encore à diverses difficultés, dont les politiques restrictives des entreprises en matière de voyages d'affaires.

L'enquête sur les intentions de voyage en été réalisée en mars 2002 par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme (ICRT) a fait ressortir les perspectives positives des voyages d'agrément intérieurs. En particulier, selon les données du sondage, la majorité (61,2 %) des Canadiens ont l'intention d'effectuer un voyage cet été, et l'automobile est leur mode de transport préféré. Le sondage a également révélé que le marché des voyages en famille devrait de nouveau jouer un rôle important dans la reprise de l'industrie. Pour comprendre les perspectives du marché des voyages en famille pour cette année - ce qui a changé et ce qui n'a pas changé -, nous examinons les résultats du sondage dans notre section sur les nouvelles tendances et questions d'actualité.

Malheureusement, la hausse des tarifs aériens intérieurs, attribuable en partie aux nouvelles taxes et aux frais supplémentaires, retarde la reprise des voyages intérieurs par avion. Nous prévoyons que ces frais additionnels ainsi que les questions de sécurité favoriseront la croissance du marché des voyages en voiture au cours de l'été. Par ailleurs, les tarifs aériens internationaux deviennent beaucoup plus concurrentiels - aussi bien en chiffres relatifs qu'en chiffres absolus. Si cette conjoncture se poursuit, elle retardera encore plus la reprise des voyages intérieurs par avion.

Selon une étude récente de D.K. Shifflet & Associates, le marasme de l'industrie touristique des États-Unis pourrait perdurer avant que l'on ne voie une reprise complète. L'étude indique que la majorité des voyageurs d'agrément américains estiment que leurs habitudes de voyage sont revenues à la normale, mais 14 p. 100 croient qu'il faudra encore six mois avant que cela se produise. D'après l'étude, au cours des six prochains mois, les voyages d'agrément devraient baisser de 5 p. 100 par rapport à l'année dernière.

Nouvelles tendances et questions d'actualité

Préparatifs en vue d'un nouvel été de plaisirs en famille

L'accent mis sur le temps de qualité passé en famille et la motivation accrue à l'égard des voyages en voiture depuis le 11 septembre laissent entrevoir un été radieux pour le marché des voyages en voiture. Selon notre plus récent sondage sur les intentions de voyage, 65 p. 100 des ménages ayant des enfants ont l'intention de prendre des vacances cet été (comparativement à 61 p. 100 de l'ensemble des ménages). Comme il y a près de 7,93 millions de familles qui ont des enfants de moins de 19 ans au Canada, l'industrie prévoit que les ménages pourraient effectuer 5,15 millions de voyages cet été.

*Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise***Les plaisirs du voyage**

Pour les répondants à l'enquête sur les intentions de voyage à l'été 2002 réalisée par l'ICRT, les modalités et les destinations des voyages d'été n'ont pas varié beaucoup par rapport aux années antérieures. Il semble que quels que soient les voyageurs - grands-parents, parents, enfants ou amis -, le mode de transport préféré cet été sera l'automobile (62 %). Seulement 27 p. 100 ont indiqué avoir l'intention de prendre l'avion pour se rendre à leur destination de vacances.

Le pourcentage global des Canadiens qui projettent de prendre leurs vacances les plus longues au Canada est en baisse par rapport à l'an dernier, mais il est en hausse comparativement à 2000 - année où le tourisme intérieur a connu une forte performance. En général, selon l'enquête sur les intentions de voyage à l'été 2002, les Canadiens éprouvent un sentiment de confiance à l'égard des voyages - tant du point de vue économique que du point de vue psychologique.

Quant aux familles qui partiront en vacances cet été, 63 p. 100 des répondants voyageront probablement avec leur partenaire ou conjoint et leurs enfants. Seulement 9 p. 100 des familles auraient l'intention de laisser les enfants à la maison cet été.

Répondre aux besoins des familles

Il y a cinq ans, la plupart des hôtels se positionnaient comme des destinations offrant une expérience vacances en famille complète et, selon l'étude réalisée en 1997 par l'ICRT sur les familles et les vacances, c'est exactement ce que les familles désiraient.

Aujourd'hui, les hôtels peuvent choisir d'autres options. L'une d'elles consiste à choisir d'être un acteur dominant dans le marché des familles. Un hôtel doit pour cela se positionner comme une destination offrant toutes les commodités correspondantes. Ou bien, l'hôtel peut intégrer les attractions de la collectivité locale pour rehausser l'expérience vacances tout en servant de station de base de confiance qui offre les commodités jugées essentielles par bon nombre des familles d'aujourd'hui.

Selon les voyageurs familiaux qui ont répondu à l'enquête sur les intentions de voyage à l'été 2002 de l'ICRT, les influences à l'extérieur de l'hôtel sont plus importantes en 2002 qu'elles ne l'étaient en 1997. L'une des révélations les plus étonnantes est peut-être qu'à l'exception des connexions Internet, l'importance de tous les services ou commodités proposés par les hôtels a diminué depuis 1997. Cependant, certaines commodités sont encore considérées comme essentielles par plus de 50 p. 100 des répondants.

En 1997, l'élément le plus important indiqué au moment du choix d'un hôtel était l'assistance médicale - considérée comme essentielle par 70 p. 100 des familles -, suivie des renseignements sur les attractions et les activités locales (69 %).

D'après les plus récents résultats de l'enquête de l'ICRT, les renseignements sur les attractions et les activités locales constituent le service le plus important que doivent offrir les hôtels aux familles qui voyagent : 63 p. 100 des répondants l'ont mentionné. Parmi les autres commodités déterminantes figuraient l'accès jour et nuit à une assistance médicale (57 %), une piscine à l'hôtel dotée d'équipement pour les enfants (52 %) et un programme de séjour gratuit pour les enfants (51 %).

L'été devrait être propice au tourisme

De l'avis général, l'été 2002 devrait être propice au tourisme intérieur. La plupart des familles canadiennes voyageront en voiture pour se rendre à destination pendant leurs vacances et demeureront au Canada. Elles s'attendent à ce que les hôtels leur fassent des propositions irrésistibles et leur offrent quelques commodités supplémentaires; elles effectuent plus de recherche elles-mêmes avant leur arrivée et elles s'attendent à ce que leur hôtel les aide à meubler leur programme de vacances.

Réaction du consommateur - Canada et États-Unis

Voyageurs d'affaires

Selon une étude réalisée en mars par D.K. Shifflet & Associates, 60 p. 100 des voyageurs d'affaires américains projettent d'effectuer autant ou plus de voyages au cours des six prochains mois qu'au cours de la période correspondante de l'an dernier. Alors que la majorité des répondants (53 %) estiment qu'ils ont recommencé à voyager comme auparavant, 26 p. 100 ont répondu qu'ils ne savaient pas quand ils le feraient. Il s'agit d'une hausse par rapport aux résultats d'une étude menée par D.K. Shifflet & Associates en janvier.

Selon une nouvelle enquête de la National Business Travel Association, les voyages d'affaires connaissent une reprise, mais il faudra peut-être près d'un an pour que les voyages atteignent les niveaux observés en 2000. D'après l'enquête, près de 72 p. 100 des répondants ont indiqué qu'il faudra une économie stable pour que les dépenses consacrées aux voyages d'affaires retrouvent leurs niveaux antérieurs. Néanmoins, 65 p. 100 des répondants ont vu la demande de voyages d'affaires augmenter considérablement depuis janvier de cette année.

La société de recherche par Internet Jupiter a signalé que près de la moitié des voyageurs d'affaires des États-Unis prévoient effectuer le même nombre de voyages que l'an dernier. Jupiter s'attend à ce que la proportion de réservations de voyages d'affaires effectuées par Internet passe de 7 p. 100 en 2001 à 26 p. 100 en 2007.

Voyageurs d'agrément

Selon Statistique Canada, le nombre de voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance des États-Unis s'est accru en février par rapport à l'an dernier. Les voyages en voiture à partir des États-Unis arrivaient au premier rang, ayant augmenté de 11,1 p. 100 tandis que les autres genres de voyages ont diminué dans l'ensemble de 8,5 p. 100.

D'après une étude réalisée par Opinion Research Corporation, plus des deux tiers (69 %) des Américains ont l'intention d'effectuer un voyage aux États-Unis pendant leurs vacances cette année. Fait plus important, l'étude a révélé que 15 p. 100 des répondants projettent de visiter le Canada. RoperASW a également annoncé les résultats de son enquête sur les intentions de voyage pour l'été, selon lesquels les deux tiers des Américains ont l'intention de prendre des vacances au printemps ou pendant l'été cette année, mais la majorité (82 %) devraient demeurer dans la zone continentale des États-Unis.

Selon une étude effectuée en mars par D.K. Shifflet & Associates, le nombre de voyages d'agrément aux États-Unis au cours des six prochains mois continuera d'être inférieur de 5 p. 100 à celui de l'an dernier. De plus, l'étude a montré que lorsque les Américains partiront en voyage, ils se rendront moins à l'étranger que l'an dernier et ils rechercheront des endroits tranquilles et relaxants.

Une étude de l'Université de Washington a révélé que 81 p. 100 des voyageurs intérieurs et internationaux étaient stressés par les transporteurs aériens commerciaux en janvier et février de cette année, contre 60 p. 100 juste avant le 11 septembre. Cependant, moins de 2 p. 100 des répondants ont dit que leur stress était principalement attribuable au terrorisme. En fait, la plus grande partie du stress était causée par les retards résultant de l'intensification des mesures de sécurité.

Une étude récente de Travelocity a également fait ressortir des préoccupations au sujet de la sécurité. Elle a révélé que 70 p. 100 des répondants continuent de trouver que les mesures de sécurité manquent d'uniformité d'un aéroport à l'autre, comparativement à 78 p. 100 en octobre et novembre de l'an dernier. L'étude a aussi montré que les voyageurs ont passé à peu près le même temps dans les aéroports de janvier à mars de cette année qu'en octobre et novembre de l'an dernier. Même si le temps d'attente s'est amélioré, il fallait prévoir plus de temps pour les nouvelles mesures de sécurité et arriver plus tôt à l'aéroport.

Réaction des fournisseurs de voyages - Canada et États-Unis

Les transporteurs aériens - Canada

Selon Air Canada, le trafic intérieur et transfrontalier avec les États-Unis est demeuré essentiellement le même en mars qu'à la période correspondante de l'an dernier. Les passagers-milles payants ont augmenté de 1 p. 100 en mars par rapport à l'an dernier. Air Canada a également annoncé la dernière addition à ses activités : Zip, filiale à tarifs réduits dont le siège se trouve dans l'Ouest canadien, entrera en activité cet été. Air Canada comptera alors cinq divisions : Air Canada Jazz, Tango d'Air Canada, Air Canada Jetz, Zip et sa ligne principale.

En avril, Air Canada a annoncé qu'elle doublait son supplément carburant pour le porter à 30 \$ par billet aller-retour. Le supplément de 30 \$ sur les billets aller-retour a été introduit pour la première fois en mai 2001, mais il a été réduit en novembre dernier à 15 \$ lorsque les prix du carburant ont diminué. En avril également, Air Canada a lancé sa filiale de voyages en ligne Destina. À l'heure actuelle, le site offre la possibilité de réserver des billets d'avion, de louer une voiture et de réserver une chambre d'hôtel, mais d'ici la fin de l'année, on devrait y ajouter des voyages organisés et peut-être même des croisières. Destina sera le seul site de voyages en ligne qui offrira les milles Aéroplan d'Air Canada pour les achats.

Les transporteurs aériens - États-Unis

L'Air Transport Association a signalé en mars que les tarifs aériens intérieurs moyens aux États-Unis étaient encore inférieurs de 13,2 p. 100 à ceux de mars de l'an dernier tandis que les tarifs aériens internationaux étaient inférieurs de 8,5 p. 100 à ceux de l'an dernier. Les tarifs moyens de première classe et de classe affaires étaient en baisse de 14,3 p. 100 pour la même période.

Les analystes à UBS Warburg LLC à New York ont annoncé que les neuf principaux transporteurs aériens des États-Unis ont probablement perdu ensemble 2,2 milliards de dollars américains (3,5 milliards de dollars canadiens) au premier trimestre de cette année. Cette perte est inférieure à celle de 3 milliards de dollars américains (4,7 milliards de dollars canadiens) enregistrée par le groupe au quatrième trimestre de l'année dernière, mais elle constitue toujours l'une des pertes trimestrielles les plus considérables de l'histoire de l'industrie.

U.S. Airways a déclaré un coefficient de remplissage de 78 p. 100 pour mars, soit une hausse de 4,6 p. 100 par rapport à l'an dernier. Il s'agit du coefficient de remplissage mensuel le plus élevé de l'histoire de la société. Néanmoins, les passagers-milles payants en mars ont diminué de 13,4 p. 100 tandis que les sièges-milles ont décliné de 18,5 p. 100 comparativement à l'an dernier. Pour le premier trimestre de cette année, US Airways a annoncé une perte de 286 millions de dollars américains (450,5 millions de dollars canadiens), sauf les éléments exceptionnels, contre une perte de 164 millions de dollars américains (258,3 millions de dollars canadiens) pour le premier trimestre de l'année dernière.

United Airlines a annoncé que son coefficient de remplissage a augmenté de 4,5 p. 100 en mars comparativement à mars de l'année dernière. Toutefois, cette hausse résultait d'une baisse de 13 p. 100 du trafic passagers et de 18 p. 100 de sa capacité. En avril, United Airlines a lancé une nouvelle campagne de marketing en Europe. Celle-ci fera appel à la télévision, à la presse écrite et à la radio; elle couvrira le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France afin de mieux faire connaître l'image de marque de United chez les voyageurs européens.

De plus, United Airlines a déclaré une perte de 510 millions de dollars américains (800,3 millions de dollars canadiens) pour le premier trimestre de cette année comparativement à une perte de 313 millions de dollars américains (491,1 millions de dollars canadiens) pour la même période de l'an dernier. United a fait savoir qu'il faudrait encore beaucoup de temps avant qu'elle se remette du ralentissement économique et de l'impact des événements du 11 septembre. Elle a averti ses employés qu'ils devraient s'attendre à d'autres réductions de salaire.

Delta Airlines a déclaré une perte de 354 millions de dollars américains (556,9 millions de dollars canadiens) pour le premier trimestre de cette année comparativement à une perte nette de 122 millions de dollars américains (191,9 millions de dollars canadiens) l'année dernière, sans les éléments exceptionnels. Delta s'attend à ce que la faiblesse du lucratif marché des voyages d'affaires continue d'influer sur le rythme de sa reprise.

Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise

Continental Airlines a accusé une perte de 114 millions de dollars américains (179,5 millions de dollars canadiens), sans les éléments exceptionnels, pour le premier trimestre de 2002 comparativement à un bénéfice de 9 millions de dollars américains (14,2 millions de dollars canadiens) l'an dernier. Néanmoins, Continental a réussi à enregistrer un bénéfice mensuel pour la première fois depuis le 11 septembre, car elle a réalisé des bénéfices avant impôt de 25 millions de dollars américains (39,3 millions de dollars canadiens) en mars.

La société mère d'American Airlines a annoncé une perte de 575 millions de dollars américains (906,1 millions de dollars canadiens) pour le premier trimestre de cette année comparativement à une perte de 43 millions de dollars américains (67,8 millions de dollars canadiens) pour la même période de l'an dernier. Ces résultats étaient attribuables à la baisse des voyages d'affaires, qui constituent depuis toujours une partie importante des activités d'American Airlines.

Le Hawaii Visitors and Convention Bureau a annoncé en avril que le nombre de places disponibles auprès des transporteurs aériens entre la zone continentale des États-Unis et Hawaï est revenu à la normale en mars. Un accroissement de la capacité est prévu d'ici le milieu de l'été.

Hôtels - Canada

Selon KPMG, 2002 devrait être une année relativement favorable pour les hôtels du Canada, car la demande devrait être stable, voire meilleure que l'an dernier. Le marché des voyages d'agrément devrait connaître une forte reprise. Par ailleurs, Smith Travel Research et HVS Canada ont signalé que les taux de fréquentation ont diminué de 1,7 p. 100 pour tomber à 48,5 p. 100 en février comparativement à l'an dernier.

La société Hôtels Fairmont a annoncé une baisse de 7,1 p. 100 des recettes par chambre disponible pour les hôtels lui appartenant et une diminution de 10,2 p. 100 pour les hôtels qu'elle gère, pour le premier trimestre de 2002 comparativement au trimestre correspondant de l'année dernière. Néanmoins, les résultats d'exploitation ont dépassé les attentes et fait ressortir le fait que la conjoncture est meilleure que prévu.

Hôtels - États-Unis

PricewaterhouseCoopers a révisé ses prévisions antérieures et estime maintenant que la demande d'hébergement augmentera de 3,8 p. 100 cette année. La reprise de la demande d'hébergement ainsi qu'une croissance lente de l'offre par rapport aux années antérieures entraîneront une hausse de 1,2 p. 100 des taux de fréquentation cette année, qui atteindront 61,3 p. 100. Bien que plus prudente, la société Ernst & Young prévoit également que les taux de fréquentation s'accroîtront cette année (0,3 %). Toutefois, selon Ernst & Young, les hôtels de luxe continueront de ressentir les effets négatifs du resserrement des budgets des voyageurs d'affaires et ils pourraient prendre plus de temps pour retourner aux taux de fréquentation enregistrés en 2000.

Selon PKF Hawaii, les taux de fréquentation en février ont diminué de 7 p. 100 par rapport à il y a un an. Toutefois, il s'agissait du premier mois depuis le 11 septembre où des baisses des taux de fréquentation inférieures à 10 p. 100 ont été observées.

La chaîne Marriott Hotels a signalé une diminution de 32 p. 100 de ses bénéfices par action pour le premier trimestre de cette année comparativement à l'an dernier. Elle a déclaré que les résultats traduisaient une demande plus faible en matière d'hébergement et une baisse des bénéfices dans le domaine des résidences de vacance en multipropriété.

La chaîne Hilton Hotels a signalé une baisse de 38 p. 100 de ses revenus au premier trimestre comparativement à la même période de l'année dernière. Les résultats correspondaient aux attentes de la société. Elle a déclaré que les taux de fréquentation et les tarifs des hôtels étaient beaucoup plus élevés dans les marchés moins tributaires des voyages par avion que dans les grands centres urbains.

Agents de voyages

Au Canada, le Plan de règlement bancaire (PRB) de l'IATA a signalé que les voyages d'agrément à l'étranger continuent d'être le principal facteur de la reprise des voyages par avion, car ils ont augmenté de 40 p. 100 en mars par rapport à l'année dernière. Les régions ayant enregistré les gains les plus importants étaient le Pacifique Sud (79 %) et l'Asie (60 %). Cependant, les voyages d'affaires internationaux par avion ont accusé une baisse de 8 p. 100 en mars comparativement à l'année dernière.

Le PRB a également signalé que, dans le cas des voyages par avion, les commissions des agents de voyages du Canada ont diminué de 40 p. 100 en mars par rapport à l'année dernière. Aux États-Unis, l'Airlines Reporting Corporation a indiqué que les agences de voyages ont accusé une baisse de revenus de commissions de 33 p. 100 pendant la même période.

Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise

Selon Nielsen//NetRating des États-Unis, l'affluence vers les agences de voyages et les destinations en ligne a augmenté de 12 p. 100 en mars comparativement à février. Expedia était l'agence de voyages en ligne la plus populaire (11,6 millions de visiteurs), suivie de Travelocity, d'Orbitz, de Southwest Airlines et de CheapTickets. Expedia a également déclaré une hausse de 64 p. 100 des réservations pour le premier trimestre de l'année comparativement à la période correspondante de l'année dernière. Le chiffre d'affaires total s'est accru de 103 p. 100.

D'après une étude du groupe NFO CF, près de huit internautes canadiens sur dix utilisent Internet comme source de renseignements et de planification de voyages, quatre sur dix ayant déclaré qu'Internet avait une influence importante sur la façon dont ils prennent leurs décisions en matière de voyages. L'étude sur les voyages d'agrément indique également que seulement 14 p. 100 des internautes canadiens croient qu'ils peuvent négocier avec une agence de voyages traditionnelle de meilleures aubaines qu'ils ne peuvent en trouver en ligne et seulement 18 p. 100 préfèrent les catalogues de voyages imprimés aux renseignements en ligne.

Cependant, dans le cas des employés des grandes sociétés, selon une étude de Topaz International, les voyageurs d'affaires ont intérêt à recourir à l'agence de voyages de leur société plutôt qu'à Internet. D'après l'étude, les sites Internet procurent de meilleurs tarifs que les agents de voyages seulement 7 p. 100 du temps. Les agents peuvent offrir de meilleurs tarifs qu'Internet en recourant à des accords négociés avec des fournisseurs privilégiés.

Autres fournisseurs

Budget, Alamo, Dollar, Hertz, Avis et National ont tous éliminé les commissions de base versées sur les taux contractuels offerts aux clients commerciaux et gouvernementaux. Ce changement ne touche pas les commissions payées aux agences pour les locations dans le cas des voyageurs d'agrément, des associations et des entreprises qui n'ont pas négocié un taux. Selon un rapport d'Abrams Travel Data Services, l'industrie de la location de voitures des États-Unis connaît une reprise : la demande de voitures de location dans les aéroports a progressé de près de 30 p. 100 depuis le début de l'année. D'après le rapport, les prix ont augmenté depuis le 11 septembre.

Réactions internationales - Outre-mer

Royaume-Uni et Irlande

La société Go Fly a annoncé qu'elle a transporté 81,5 p. 100 de plus de voyageurs en mars qu'il y a un an tout en accroissant son coefficient de remplissage de 8,9 p. 100. Sa concurrente à faible coût easyJet a déclaré que le nombre de ses passagers avait augmenté de 39 p. 100 en mars comparativement à l'année dernière. Pour la même période, toutefois, le nombre de passagers de British Airways a diminué de 3,1 p. 100.

L'exploitant d'aéroports BAA du Royaume-Uni a signalé que ses sept aéroports ont desservi en mars 3,4 p. 100 de plus de passagers qu'il y a un an. Les transporteurs à bas prix continuent de stimuler la reprise économique, l'aéroport de Stansted affichant une hausse de 17,2 p. 100 du nombre de ses passagers. En fait, l'aéroport Heathrow a déclaré sa première hausse mensuelle (2,2 %) depuis février de l'an dernier. BAA a également annoncé un programme d'investissement sur 11 ans de 8,1 milliards de livres (18,4 milliards de dollars canadiens) aux trois principaux aéroports de Londres, ce qui permettra, entre autres, d'ajouter de nouvelles aérogares et d'améliorer les aérogares actuelles.

Le gouvernement britannique a annoncé qu'il réduira la taxe applicable aux passagers aériens qui frappe les tarifs aériens de la classe économique et de la classe affaires pour les vols à destination de 13 pays candidats à l'adhésion à l'Union européenne et de la Suisse. Le taux réduit ne s'appliquait auparavant qu'aux pays de l'Union européenne.

British Airways a apporté des modifications à sa structure tarifaire sur les principales liaisons aériennes au Royaume-Uni pour soutenir la concurrence des transporteurs à bas prix. Parmi les modifications figuraient l'élimination du séjour d'un samedi soir obligatoire et les restrictions à l'achat anticipé pour tous les vols intérieurs à destination et au départ de Londres. British Airways a également annoncé la suppression de son programme Blue Skies, dans le cadre duquel le transporteur aérien payait les agences admissibles axées sur les voyages d'agrément deux fois plus ou davantage pour les réservations en classe économique. Après avoir mené une enquête, British Airways a découvert que les agents auxquels elle ne versait que des commissions d'un maximum de 5 p. 100 enregistraient des ventes supérieures. Enfin, le transporteur aérien a annoncé qu'il éliminerait encore 500 emplois chez son transporteur régional CitiExpress.

Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise

La British Tourist Authority (BTA) a annoncé sa campagne de marketing 2002 visant à attirer un million de visiteurs de plus au Royaume-Uni cette année. La campagne s'adressera aux couples à double revenu sans enfant ainsi qu'aux personnes dont les enfants ont quitté le domicile familial. La campagne Only in 2002 sera axée sur sept marchés clés de la BTA, dont le Canada. Elle recevra des fonds de 20 millions de livres (45,5 millions de dollars canadiens) de l'État, et les partenaires de l'industrie ajouteront 5,3 millions de livres (12,1 millions de dollars canadiens) en espèces et 15 millions de livres (34,1 millions de dollars canadiens) sous forme de services de marketing en nature. Jusqu'à 1,4 million de livres (3 millions de dollars canadiens) seront consacrés à la publicité au Canada.

Teletext Holidays a fait paraître une étude révélant que 40 p. 100 des gens du Royaume-Uni réservent maintenant un voyage uniquement en raison de son prix. En outre, 18 p. 100 des personnes âgées de 25 à 35 ans sont « des accros de la recherche de voyages à prix d'aubaine ».

Parmi les consommateurs interrogés en mars par Advantage, un consortium d'agents, 41 p. 100 ont dit qu'ils préféreraient effectuer un voyage qui ne fait pas partie d'un forfait et utiliser plutôt des éléments d'un forfait qui répondent à leurs besoins. Pour les fournisseurs, Advantage recommande de concevoir des forfaits souples et indépendants qui combinent des produits touristiques de qualité et des compagnies aériennes régulières à bas prix.

France

En mars, Air France a annoncé une hausse de 2,7 p. 100 du trafic passagers malgré une diminution de 0,7 p. 100 de sa capacité. Le trafic nord-américain a diminué de 11,6 p. 100, et la capacité, de 19,3 p. 100. Par contre, Air France a accru sa capacité vers les destinations asiatiques.

Le Club Méditerranée a déclaré que son chiffre d'affaires net pour le premier trimestre de cette année a diminué de 15 p. 100 comparativement à l'an dernier tandis que le nombre de clients de ses lieux de villégiature a régressé de 18,4 p. 100. Des tendances presque identiques sont prévues pour le deuxième trimestre de cette année.

Allemagne

Lufthansa a annoncé une baisse de 11,4 p. 100 du nombre de ses passagers pour le premier trimestre de cette année comparativement à l'année dernière. Cependant le coefficient de remplissage a atteint un niveau record de 73,1 p. 100, car la capacité a diminué de 12,7 p. 100. Lufthansa a également signalé qu'elle s'attend à accroître sa capacité à destination des États-Unis cet été, mais que celle-ci demeurera inférieure de 10 p. 100 aux niveaux de l'été 2001.

L'an dernier, Lufthansa a réussi à enregistrer un bénéfice d'exploitation de 28 millions d'euros (39,4 millions de dollars canadiens) et à atteindre par conséquent l'objectif fixé après le 11 septembre d'éviter une perte d'exploitation. Elle y est parvenue en partie en ajustant sa capacité et en prenant des mesures de réduction des coûts. Lufthansa a de plus fait savoir qu'il est trop tôt pour établir une estimation fiable des résultats de 2002.

Selon une enquête de DRV, association des agents de voyages d'Allemagne, 59 p. 100 de ses agents s'attendent à ce que les ventes augmentent au cours des six prochains mois comparativement à 9 p. 100 seulement en septembre dernier. Néanmoins, 63 p. 100 des agents ont vendu moins de voyages cette année, en partie à cause de la tendance à la réservation tardive. Selon une enquête récente des voyageurs allemands, bien que 30 p. 100 des Allemands prennent habituellement leurs vacances en Allemagne chaque année, 39 p. 100 ont l'intention de le faire cette année.

Selon une enquête récente du magazine Wirtschaftswoche, les sociétés allemandes s'attendent à ce que les coûts des voyages d'affaires s'accroissent de 3 p. 100 cette année en raison de la hausse des prix des billets de train et d'avion. Les compagnies s'attendent à contrôler les coûts des voyages en partie en effectuant des voyages plus courts et en recourant aux tarifs de classe économique ou à la renégociation des tarifs.

L'aéroport de Francfort a signalé une diminution de 3,9 p. 100 du trafic passagers pour mars comparativement à l'an dernier. Le Méridien a annoncé la construction d'un hôtel de luxe cinq étoiles qui sera le point de mire du nouveau centre air-rail de l'aéroport de Francfort. L'hôtel doit ouvrir ses portes en 2005.

*Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise***Italie**

En avril, le gouvernement italien a annoncé qu'il avait autorisé l'injection de 893 millions d'euros (1,2 milliard de dollars canadiens) dans Alitalia dans le cadre d'un programme de refinancement déjà prévu de 1,43 milliard d'euros (2 milliards de dollars canadiens). Le refinancement est un élément clé d'un plan de relance visant à atteindre ses objectifs financiers.

L'Ente Nazionale Italiano del Turismo (ENIT, ou Office national du tourisme d'Italie) a annoncé qu'il projetait de dépenser 1,5 million d'euros (2,1 millions de dollars canadiens), dont 50 p. 100 provenant de ses fonds, pour promouvoir les régions d'Émilie-Romagne et de Molise. Afin de tirer parti du succès des excursions dans les régions vinicoles, le Movimento Turismo del Vino (Mouvement pour le tourisme axé sur le vin) a annoncé la création du « Club Turisti del Vino » (Club du tourisme axé sur le vin). On estime que 3,5 millions de visiteurs participent chaque année aux activités touristiques relatives au vin en Italie. Il s'agit du seul segment de l'industrie touristique italienne qui semble ne pas avoir souffert des suites du 11 septembre.

Pays-Bas

KLM a annoncé que le trafic passagers a diminué de 2 p. 100 en mars comparativement à il y a un an. Compte tenu des résultats encore plus négatifs des mois précédents, cela indique que cette société est en voie de connaître une reprise. Pour l'été, KLM a annoncé que sa capacité serait toujours inférieure de 5 p. 100 à celle d'il y a un an, la plupart des réductions s'appliquant à la classe affaires, car les passagers achètent des billets moins coûteux.

KLM a également annoncé l'élimination des commissions de base payées aux agents de voyages. La nouvelle politique s'applique à tous les vols offerts par KLM à destination et en provenance du Canada et elle emboîte le pas à Air Canada et aux principaux transporteurs des États-Unis, qui ont donné le ton le mois dernier.

Japon

Japan Airlines (JAL) a signalé en février une baisse générale de 10 p. 100 du nombre de voyageurs internationaux, y compris une diminution de 25 p. 100 du nombre de passagers vers les États-Unis. Faisant preuve d'optimisme, JAL s'attend à ce que la demande de vols nord-américains retourne à la normale d'ici le mois d'août.

En avril, le ministère des Terres, des Infrastructures et des Transports a ouvert la deuxième piste de l'aéroport Narita. La piste desservira les liaisons internationales de 36 transporteurs aériens japonais et étrangers. Au cours de l'été, le nombre d'arrivées et de départs s'élèvera à 594 par semaine (67 p. 100 de sa capacité totale).

Selon le quotidien japonais Asahi Shimbun, des policiers armés seront à bord des avions de ligne japonais pendant la finale de la Coupe du monde afin d'empêcher le vandalisme dans les airs. Le tournoi, que le Japon organise de concert avec la Corée du Sud, commence le 31 mai.

Selon une enquête menée en février par l'Association japonaise des agents de voyages, une personne sur trois a annulé ou modifié ses plans de voyages à l'étranger en raison de la peur de voyager après le 11 septembre. L'enquête a également révélé que 34 p. 100 des répondants n'ont pas pris leur décision selon ce qu'ils ressentaient, mais qu'ils ont plutôt suivi l'humeur du public.

D'après une récente enquête de la JTB Corporation, même si le nombre de visiteurs a diminué de 5 p. 100 cette année, Hawaï a continué d'être la destination de prédilection des couples en voyage de noces ce printemps - comme cela a été le cas pendant 12 des 20 dernières années. Par suite des attentats terroristes et de la réticence à voyager aux États-Unis, le nombre de voyageurs se rendant en Australie a augmenté de 7,9 p. 100 par rapport à l'an dernier, et ce pays s'est hissé au deuxième rang. L'Europe occupe la troisième place. Il s'agit d'un coup dur pour la zone continentale des États-Unis, qui occupait l'un des trois premiers rangs depuis 1996.

Corée

Korean Air (KAL) a annoncé un bénéfice d'exploitation de 36,2 milliards de won (43,7 millions de dollars canadiens) pour les deux premiers mois de l'année comparativement à une perte de 81,9 milliards de won (98,8 millions de dollars canadiens) pour la même période de l'an dernier. KAL a fait savoir que le bénéfice d'exploitation résultait de l'accroissement du trafic passagers en janvier et février.

*Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise***Hong Kong**

La société Cathay Pacific a annoncé qu'elle rétablirait certains vols vers les États-Unis et le Canada cet été par suite de la reprise des voyages internationaux. Néanmoins, elle ne s'attend pas à ce qu'il y ait une reprise complète des voyages par avion avant l'an prochain.

L'Office du tourisme de Hong Kong (Hong Kong Tourism Board, HKTb) a signalé qu'il recherche 400 « hôtes » de touristes afin d'offrir un meilleur service aux visiteurs étrangers. Les hôtes recevront 5 000 \$HK par mois (1 010 \$CAN) et ils fourniront des renseignements et d'autres services de première ligne aux visiteurs. La durée des postes sera d'un an.

Le HKTb a également annoncé qu'il mettra l'accent sur le développement de quatre segments précis du marché : les expositions et les voyages d'affaires axés sur les congrès, les voyages familiaux, l'écotourisme et le tourisme culturel. Le HKTb espère raffermir la position de Hong Kong à titre de destination de voyage la plus populaire en Asie et il estime que ces quatre segments offrent de bonnes possibilités de croissance.

Taïwan

Le ministère des Transports de Taipei a introduit le premier « passeport de touriste » de Taïwan à l'intention des voyageurs étrangers indépendants. Le passeport permettra aux voyageurs d'obtenir des coupons-rabais et des certificats échangeables contre des cadeaux. Pendant la première étape, 100 000 passeports seront imprimés et donnés par les associations de visiteurs, les agents de voyages et l'industrie touristique locale.

Le Bureau du tourisme a annoncé qu'il consacrera 6,5 milliards de dollars taïwanais (293,5 millions de dollars canadiens) aux entreprises touristiques sous forme de prêts préférentiels pour améliorer l'industrie touristique de Taïwan. Au total, 800 entreprises devraient bénéficier du programme et utiliser les prêts pour acheter des biens et de l'équipement ainsi que du matériel informatique et des logiciels.

En avril, l'Administration de la protection de l'environnement (Environmental Protection Administration, EPA) de Taïwan a introduit un mécanisme de surveillance de l'écotourisme pour évaluer l'utilisation publique des parcs nationaux et des zones pittoresques. L'EPA a effectué des études de référence concernant divers facteurs environnementaux comme l'écologie de l'eau, les paysages culturels et la pollution par le bruit, et d'autres études sont prévues pour déterminer les niveaux d'utilisation.

Selon le bureau de la CCT à Taïwan, les visiteurs de Hong Kong peuvent demander un visa de touriste par Internet et recevoir l'approbation le jour même. Les visas de touriste obtenus par Internet sont moins coûteux et permettront plus d'entrées que le visa papier traditionnel.

Australie

Qantas a annoncé qu'elle lancerait en octobre Australian Airlines, son transporteur aérien à bas prix. Australian Airlines ne livrera pas concurrence à Qantas, mais exploitera plutôt les liaisons peu rentables ou celles d'où Qantas s'est retirée. Par ailleurs, Qantas a introduit de nouvelles liaisons aériennes pour concurrencer Virgin Blue.

En février, le Bureau de la statistique de l'Australie a signalé la première hausse sur douze mois des arrivées de visiteurs internationaux depuis septembre. Bien que les marchés principaux du Japon et de la Nouvelle-Zélande soient demeurés faibles, la Chine, Singapour et la Malaisie ont affiché de très fortes hausses. Le marché des grands randonneurs pédestres, qui a enregistré une hausse de 5 p. 100 des nuitées de visiteurs par rapport à il y a un an, a entraîné un regain d'optimisme en ce qui concerne les arrivées internationales l'année dernière.

Selon la Tourism Leading Indicators Study de la Commission du tourisme de l'Australie et KPMG, les voyageurs australiens sont prudents quant aux résultats à prévoir pour les trois prochains mois, mais les perspectives sont de meilleur augure dans le cas des entreprises de tourisme réceptif, au moins à long terme. L'étude indique également que les prévisions de croissance pour la réception de touristes du Royaume-Uni et de l'Asie sont optimistes pour le deuxième trimestre de cette année comparativement à l'année dernière. Les réservations en provenance des États-Unis sont en baisse pour cette même période.

*Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise***Nouvelle-Zélande**

Statistique Nouvelle-Zélande a indiqué que le tourisme à l'étranger en provenance de la Nouvelle-Zélande s'est accru de 12 p. 100 en mars comparativement à l'année dernière. Il s'agissait de la première augmentation mensuelle depuis septembre et elle pourrait être attribuable en partie aux congés de Pâques. Même si des augmentations à destination de l'Océanie et de l'Asie ont été enregistrées - surtout sous l'impulsion de l'Australie, des Fidji et de la Chine - les départs vers les États-Unis étaient en baisse.

Selon Statistique Nouvelle-Zélande, les arrivées de visiteurs internationaux ont augmenté de 14 p. 100 en mars comparativement à l'année précédente. D'après les statistiques de février, les arrivées de Canadiens étaient en hausse de 6 p. 100 par rapport à l'année dernière.

Retombées économiques**Amérique du Nord**

L'économie canadienne est en effervescence. Le rythme de création d'emplois s'est accéléré de façon marquée en mars, d'où une légère baisse du taux de chômage, qui est tombé à 7,7 p. 100. L'amélioration sensible de l'emploi a entraîné la plus forte hausse trimestrielle de nouveaux emplois nets depuis 1987. Grâce à la relance du secteur producteur de biens, le produit intérieur brut (PIB) a enregistré la hausse mensuelle la plus élevée depuis deux ans. Même le secteur de la fabrication, qui tournait au ralenti depuis septembre 2000, a vu sa production totale augmenter; il s'agissait du premier gain important en 16 mois.

La rapidité du revirement de l'économie américaine a obligé à réviser les prévisions économiques pour cette année. Malgré la création de 58 000 emplois en mars, le taux de chômage a augmenté légèrement pour atteindre 5,7 p. 100 en février. La confiance des consommateurs a augmenté d'un incroyable 15 points en mars, après les excellentes ventes au détail enregistrées en février.

Les premiers signes d'amélioration de l'économie mexicaine étaient évidents d'après les chiffres sur l'emploi de février, les taux de chômage et de sous-emploi baissant tous deux. Une reprise assez solide est observée dans les industries manufacturières du Mexique par suite de la sensible amélioration récente de l'activité manufacturière aux États-Unis. Les perspectives économiques du Mexique dépendent presque entièrement de la vitesse et du moment de la reprise aux États-Unis, étant donné que 85 p. 100 des exportations du Mexique sont vendues à son voisin du nord.

Europe

La zone euro est sur la voie de la reprise en 2002, principalement à cause de la relance de l'activité manufacturière. La production industrielle a augmenté en janvier et en février, et l'indice des responsables des achats de la région a atteint des niveaux annonçant une expansion du secteur de la fabrication. Cette année, la reprise sera relativement faible et la croissance du PIB réel sera de 1,2 p. 100. Le taux de chômage qui demeurera élevé aura une incidence négative sur la confiance des consommateurs et les dépenses au détail. Les consommateurs ne bénéficieront pas d'autres réductions des taux d'intérêt pour le reste de l'année, ni en 2003. Étant donné la faiblesse permanente de l'euro, le taux d'inflation tenace et la situation favorable aux États-Unis, la Banque centrale européenne sursoit à toute réduction supplémentaire des taux d'intérêt. En 2003, le PIB réel devrait augmenter de 2,7 p. 100.

Asie-Pacifique

La plupart des pays d'Asie-Pacifique sont de petites économies ouvertes qui dépendent des exportations pour assurer leur bien-être économique. L'effondrement de la demande de matériel de technologie de l'information l'an dernier a frappé la région de plein fouet lorsque la croissance des exportations a périclité. Les autorités monétaires ont cherché à amortir l'impact de la crise des exportations en réduisant les taux d'intérêt. Ces mesures ne pouvaient cependant pas compenser les retombées négatives résultant de l'évolution défavorable de l'économie mondiale. Le PIB réel ne s'est accru que de 0,7 p. 100 l'an dernier, et une croissance de moins de 1 p. 100 est prévue pour 2002. Même si la reprise de l'économie américaine aidera la région Asie-Pacifique, il y a encore des stocks excédentaires dans le secteur des technologies de l'information aux États-Unis, et ce facteur restreindra la demande de matériel informatique de la région Asie-Pacifique.

Les voyages en voiture en Amérique du Nord stimulent la reprise

L'autre facteur important qui restreindra la demande dans la région est la situation précaire du Japon. Ce pays est l'un des marchés d'exportation les plus importants pour presque tous les pays d'Asie-Pacifique, et la récession en cours au Japon nuira aux perspectives de croissance à court terme.

Possibilités

Selon une étude de Hyatt Hotels Corporation, près de 50 p. 100 des voyageurs d'affaires prendraient plus de vacances s'ils bénéficiaient de nuitées gratuites à l'hôtel. Selon les voyageurs d'affaires qui ont répondu à l'enquête, 68 p. 100 de leurs conjoints estiment que des nuitées gratuites à l'hôtel constitueraient la récompense la plus importante pour les voyageurs d'affaires. Lorsqu'on leur a demandé comment ils aimeraient utiliser les nuitées gratuites accordées à l'hôtel, 36 p. 100 des voyageurs d'affaires ont choisi spontanément les vacances romantiques tandis que 27 p. 100 ont choisi les vacances familiales.

Selon une étude de D.K. Shifflet & Associates, les Américains aimeraient beaucoup passer leurs vacances dans des lieux tranquilles et relaxants situés près de leur domicile. Dans le cadre des efforts de marketing auprès des Américains, il vaudrait la peine de mettre l'accent sur ces avantages en plus des avantages toujours populaires que sont la souplesse, la garantie du prix et un service de qualité.

Il semble que les complications et le manque d'uniformité des mesures de sécurité contribuent plus que tout autre facteur à empêcher les gens de voyager par avion. Heureusement, la nouvelle Administration de la sécurité des transports du département des Transports des États-Unis soutient qu'elle respectera le délai, d'ici la fin de l'année, d'installation de centaines d'appareils de détection des explosifs - au coût de plus d'un million de dollars américains chacun - servant à passer au crible les bagages enregistrés dans les grands aéroports. À supposer que le passager moyen enregistre deux valises par voyage, il s'agit de plus de 2,2 milliards de valises qui doivent être examinées. Malheureusement, cela ne pourra pas manquer d'entraîner d'autres retards.

Pour les fournisseurs de voyages par avion, trouver des façons d'éviter ou de réduire au minimum les retards des voyages par avion devrait être une priorité. Les voyageurs souhaitant contourner les enregistrements aux aéroports peuvent décider de ne pas apporter leurs bagages avec eux et d'acheter des articles une fois à destination. Ou bien, ils peuvent recourir à un nouveau service comme celui offert par Sports Express, qui passe prendre les articles comme les bâtons de golf et autres bagages au domicile, au bureau ou au chalet de golf d'un voyageur et les livre directement à tout lieu de villégiature ou autre destination aux États-Unis, en Angleterre, en Écosse ou en Irlande. Outre qu'il est pratique, ce service peut faire économiser des heures aux voyageurs en leur permettant d'éviter les files d'attente pour l'enregistrement des bagages. Le fait d'offrir des solutions de rechange ou des services supplémentaires qui remédient aux inconvénients des voyages par avion améliore les relations avec un client, car cela apporte une valeur ajoutée à ces relations.

D.K. Shifflet & Associates suggère de mettre l'accent sur le marché des voyages en voiture cet été, car 40 p. 100 des voyageurs américains tiennent à contrôler leur moyen de transport. De plus, selon Opinion Research, environ 15 p. 100 des Américains projettent de visiter le Canada. Un voyageur sur six considère les voyages par avion et d'autres modes de transport comme peu sûrs, ce qui renforce l'attitude selon laquelle il faut rester près de son domicile. Il s'agit d'une bonne nouvelle, en fait, pour les fournisseurs de lieux touristiques que l'on peut aisément atteindre en voiture à partir des États-Unis. Les fournisseurs plus éloignés des États-Unis devraient rechercher des solutions de rechange aux voyages traditionnels par avion en recourant à des services à valeur ajoutée comme la livraison des bagages.

Résumé

Les voyages d'agrément intérieurs devraient contribuer dans une large mesure à la reprise de l'industrie cet été. Comme cela a généralement été le cas d'année en année, l'immense majorité des Canadiens et des Américains projettent d'utiliser leur voiture pendant leurs vacances d'été les plus longues. De l'avis général, le marché des voyages en famille devrait connaître une forte reprise cet été. Selon une nouvelle étude, les attentes des familles à l'égard de leurs hôtels ont changé au cours des cinq dernières années. Alors qu'elles sont maintenant moins exigeantes en ce qui concerne une foule de commodités relatives aux familles, il existe encore certains facteurs déterminants.

La concurrence visant à attirer les Canadiens - et les Américains - cet été devrait être vive, car de nombreuses campagnes de marketing bien financées seront lancées en même temps que l'industrie connaîtra une reprise. Pour l'instant, les tarifs aériens intérieurs n'incitent pas les Canadiens à voyager dans leur pays. Alors que les tarifs aériens moyens des voyages internationaux diminuent, les tarifs aériens intérieurs continuent d'augmenter.

Il semble que les messages efficaces diffusés dans les mois qui ont suivi le 11 septembre soient encore valables aujourd'hui. Selon de nouvelles études, les Canadiens et les Américains recherchent toujours des endroits pour s'évader, où ils pourront se reposer et se détendre sans subir le stress du voyage pour s'y rendre. Les voyageurs continuent de s'intéresser aux produits qui offrent souplesse, garantie des prix et service de qualité, mais ils semblent très réceptifs aux nouvelles initiatives qui faciliteront également le voyage.

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