



Bulletin de renseignements sur le tourisme

La reprise du secteur du tourisme est lente

Numéro 55 : mai 2010

Le Bulletin de renseignements sur le tourisme suit l'évolution de l'industrie touristique dans le monde. Le présent numéro traite des renseignements sur le tourisme recueillis au cours des mois de mars et avril 2010.

Vue d'ensemble du bulletin

Vue d'ensemble du tourisme : Amérique du Nord

■ **Les Canadiens planifient leurs vacances estivales avec prudence** : selon la dernière Enquête sur les intentions de voyage réalisée par le Conference Board du Canada, les Canadiens sont prudents au moment de planifier leurs vacances estivales. Les résultats donnent à penser qu'ils ne sont qu'un peu plus enclins à voyager que l'année dernière, bien que la conjoncture se soit considérablement améliorée depuis ce temps. À court terme, la croissance du tourisme intérieur sera probablement modeste.

■ Les effets persistants de la récession de 2008-2009 pourraient avoir une influence sur l'intérêt des Canadiens pour les voyages. Le plus récent sondage du Conference Board sur la confiance des consommateurs porte à croire que les Canadiens ressentent encore une certaine insécurité face à leurs finances personnelles. Malgré un indice global nettement plus élevé qu'il y a un an, les indicateurs pour les finances des ménages, présentes et futures, n'ont pas connu d'amélioration importante au cours des six derniers mois. (Voir « Voyages d'agrément », page 5, et « Tourisme intérieur », page 11.)

■ **Les intentions de vacances des Américains ont reculé au mois de février** : selon les résultats du dernier sondage sur la confiance des consommateurs réalisé par le U.S. Conference Board, Inc., les intentions de voyages des Américains ont légèrement diminué au mois de février 2010, une tendance à la baisse graduelle qui se maintient depuis le mois d'août 2009. La confiance des consommateurs demeure aussi faible, ce qui donne à penser que les Américains continuent d'être assez pessimistes quant à la conjoncture. Il n'y a pas eu de changement important de l'indice, dans l'ensemble, depuis le mois de mai 2009. (Voir page 6.)

■ **La confiance des entreprises canadiennes demeure stable** : la confiance chez les dirigeants d'entreprises canadiennes est demeurée assez stable depuis la reprise au cours des deuxième et troisième

Dans ce numéro...

Vue d'ensemble.....	1
Vue d'ensemble du tourisme : Amérique du Nord.....	5
Indice des indicateurs avancés du tourisme.....	10
Vue d'ensemble du tourisme : International.....	13
Annexe : Méthodologie de l'indice des indicateurs avancés.....	29



trimestres 2009, selon le sondage du Conference Board sur l'indice de confiance des entreprises. Le niveau de l'indice est maintenant beaucoup plus élevé qu'il y a un an. **(Voir page 6.)**

■ **Le paysage des voyages d'affaires a changé :** la récession a entraîné des changements fondamentaux dans le paysage des voyages d'affaires dans le monde, selon une nouvelle étude d'American Express. Bien qu'une reprise de la demande de voyages d'affaires soit prévue pour cette année, les entreprises continuent de s'en tenir en grande partie à leurs politiques de réduction des coûts rendues nécessaires par la récession. De plus, la majorité des entreprises adoptent la technologie des réunions virtuelles pour réduire la nécessité de recourir aux voyages. **(Voir page 7.)**

■ **Les compagnies aériennes canadiennes voient des signes avant-coureurs d'une reprise de la demande :** bien que le redressement n'en soit encore qu'à ses débuts, les compagnies aériennes canadiennes commencent à voir des signes avant-coureurs d'une remontée de la demande de voyages en avion. Air Canada et WestJet ont toutes deux déclaré une forte croissance de leur trafic passagers (mesuré en passagers-milles-payants) pendant le premier trimestre 2010. Les recettes de WestJet pour le premier trimestre sont toutefois demeurées inférieures à ce qu'elles étaient l'année dernière. Air Canada a aussi indiqué qu'elle n'avait pas encore constaté de reprise dans le marché des voyages d'affaires, son marché le plus lucratif. **(Voir page 8.)**

■ **L'industrie hôtelière canadienne est encore aux prises avec une faible demande :** l'industrie hôtelière canadienne continue d'être frappée par la faiblesse de la demande. Les taux d'occupation semblent se stabiliser, mais la diminution des tarifs et des revenus journaliers moyens se poursuit dans la majorité des régions du pays. **(Voir page 9.)**

Vue d'ensemble du tourisme : International

■ **Un nuage de cendres volcaniques entraîne l'interruption des voyages en avion en Europe :** lorsque le volcan Eyjafjallajökull est entré en éruption dans le sud de l'Islande le 14 avril, il a projeté des panaches géants de cendres volcaniques dans l'atmosphère. Cette situation a entraîné la fermeture de l'espace aérien au-dessus du Royaume-Uni et d'une grande partie de l'Europe pendant cinq jours, ce qui a causé la plus grande interruption de voyages aériens en Europe depuis la Seconde Guerre mondiale. On évalue à 95 000 le nombre de vols annulés entre les 15 et 20 avril, ce qui a touché 6,8 millions de passagers à travers le monde. Le rattrapage du retard des voyages devrait s'étendre sur plusieurs semaines. **(Voir page 13.)**

■ **Les voyagistes britanniques entrevoient l'avenir avec optimisme :** depuis quelques semaines, les voyagistes britanniques sont plus optimistes face au marché du voyage au Royaume-Uni. Un sondage auprès de voyagistes indépendants a montré que les répondants s'attendaient à une hausse de leurs réservations au deuxième trimestre 2010, par rapport à l'année précédente. Les résultats donnent aussi à penser que les voyageurs britanniques sont moins sensibles aux prix. De plus, TUI Travel, Thomas Cook et Kuoni Group, trois voyagistes britanniques importants, ont tous enregistré une forte reprise des réservations de voyages estivaux. **(Voir page 14.)**

■ **Le niveau de confiance des entreprises est faible au sein des agences de voyages françaises :** selon le sondage d'Eurostat, réalisé au mois de mars 2010, sur les principales industries de services, le niveau de confiance des entreprises est faible au sein des agences de voyages françaises, surtout si on le compare à celui des autres pays européens. L'indicateur des perspectives à court terme pour la demande, qui correspond à l'équilibre entre les réponses positives et les réponses négatives, atteignait -13. **(Voir page 16.)**

■ **Le marché du voyage se redresse en Allemagne :** les agences de voyages allemandes ont enregistré une forte croissance de leurs ventes au mois de mars, ce qui donne à penser que la reprise du tourisme

en Allemagne serait bien amorcée. Selon le dernier sondage d'Eurostat, la confiance des entreprises était élevée parmi les agences de voyages allemandes. **(Voir page 19.)**

■ **L'industrie mexicaine du tourisme continue d'en arracher** : l'industrie mexicaine du tourisme est encore aux prises avec les effets persistants de la pandémie de grippe H1N1 et de la récession de l'année dernière, ainsi qu'avec la couverture médiatique de la violence liée à la drogue dans le pays. Le nombre de visiteurs étrangers au Mexique a chuté de 11,4 pour cent en 2009 et aucune reprise importante n'est prévue en 2010. La demande de voyages intérieurs a augmenté cette année, mais modestement. **(Voir page 20.)**

■ **La demande de voyages des Japonais à l'étranger reprend** : selon des rapports récents provenant de l'industrie du voyage au Japon, la demande de voyages outremer augmente, alors que les effets de la pandémie de grippe H1N1 diminuent. La croissance est plus forte pour les destinations asiatiques, particulièrement pour la Chine, bien que des statistiques récentes montrent qu'il y a aussi une remontée de la demande de voyages aux États-Unis et au Canada. **(Voir page 22.)**

■ **Une agence de voyages sud-coréenne constate un revirement marqué de la demande de voyages** : Hana Tour Services Inc., la principale agence de voyages sud-coréenne, constate un revirement marqué de la demande de voyages cette année. L'entreprise s'attend à enregistrer ses plus gros profits cette année depuis 2007, une année qui avait constitué un sommet pour les voyages des Coréens à l'étranger. La reprise a été tellement forte que l'entreprise a eu de la difficulté à répondre à la demande de sa clientèle, surtout pendant le congé du Nouvel An lunaire. **(Voir page 24.)**

■ **Le marché chinois des voyages à l'étranger devrait enregistrer une forte croissance** : selon les prévisions de la China Tourism Academy, le tourisme chinois à l'étranger devrait augmenter de près de 15 pour cent cette année, pour atteindre 54 millions de voyages. Les dépenses liées aux voyages à l'étranger devraient s'élever à environ 6,86 milliards de \$US, une augmentation de 14 pour cent par rapport à 2009. **(Voir page 25.)**

■ **La demande des Australiens pour les voyages à l'étranger demeure forte** : les voyages des Australiens à l'étranger ont connu une croissance robuste au dernier trimestre 2009, enregistrant une hausse de 14 pour cent par rapport à l'année précédente. L'augmentation de 8 pour cent du nombre de voyages à l'étranger en 2009, par rapport à 2008, comprenait une hausse importante des destinations court- et long-courriers. Inversement, la baisse du tourisme intérieur s'est poursuivie. La valeur élevée du dollar australien continue d'attirer les voyageurs vers les destinations outre-mer, aux dépens des destinations intérieures. **(Voir page 27.)**

Indice des indicateurs avancés du tourisme -- Tableau sommaire

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

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

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

Interprétation des cotes :

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

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

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

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

Voyages d'agrément

Les Canadiens planifient leurs vacances estivales avec prudence : selon la dernière Enquête sur les intentions de voyage réalisée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme du Conference Board du Canada, les Canadiens sont prudents au moment de planifier leurs vacances estivales. Selon les résultats, ils seraient à peine plus enclins à voyager que l'année dernière, bien que la conjoncture se soit considérablement améliorée depuis ce temps. Au mois de février 2010, 78 pour cent des Canadiens interrogés ont déclaré qu'ils prévoyaient prendre des vacances entre les mois de mai et septembre 2010, une hausse par rapport à 77,1 pour cent lors du sondage en ligne mené au mois de janvier 2009.

Les intentions de voyages vers des destinations intérieures sont demeurées sensiblement les mêmes que l'année précédente, tandis que les projets de voyage aux États-Unis étaient légèrement moins nombreux. Par contre, les intentions de voyages vers d'autres destinations internationales ont enregistré une légère hausse par rapport à l'année dernière.

Tableau 1. Destination des plus longues vacances d'été
(pourcentage de Canadiens)

Destination des plus longues vacances	Janvier 2009	Février 2010
Toutes les destinations	77,1	78,0
<i>Canada</i>	48,4	48,5
<i>États-Unis</i>	14,3	13,5
<i>Autres destinations internationales</i>	10,6	12,9
<i>Ne sait pas</i>	3,8	3,1

Source: le Conference Board du Canada

Les résultats donnent à penser que les perspectives de croissance du marché des voyages intérieurs sont encore faibles. L'augmentation importante de la valeur du dollar canadien depuis la même époque l'année dernière nourrit l'intérêt pour les destinations outre-mer. Il se peut aussi que certains Canadiens attendent avant de confirmer leurs plans de voyages estivaux vers des destinations plus rapprochées au Canada et aux États-Unis, alors que 13 pour cent des répondants n'ont pas encore décidé s'ils prendraient des vacances cette année.

La confiance des Canadiens dans les voyages pourrait être perturbée par les effets persistants de la récession. L'indice mensuel de confiance des consommateurs du Conference Board du Canada donne à penser que les Canadiens ressentent encore une certaine insécurité en ce qui concerne leurs finances personnelles. L'indice a chuté de 7,8 points au mois d'avril 2010 après avoir gagné 4,3 points au mois de mars. Bien que l'indice global soit nettement plus élevé qu'il ne l'était l'année dernière, les indicateurs pour les finances des ménages, présentes et futures, ne se sont pas beaucoup améliorés au cours des six derniers mois.

Le ralentissement des intentions de voyage des Américains s'est poursuivi au mois de février :

les projets de voyage des Américains ont reculé de 0,1 point au mois de février 2010, et ils diminuent graduellement depuis le mois d'août 2009, selon le dernier rapport du Consumer Confidence Survey réalisé par le Conference Board, Inc. aux États-Unis. Des résultats préliminaires indiquent que 36,9 pour cent des Américains interrogés prévoient prendre des vacances au cours des six prochains mois, soit une baisse par rapport à 37 pour cent au mois de décembre 2009. Les résultats sont rajustés en raison des variations saisonnières dans la demande de voyages.

La confiance des consommateurs américains s'est améliorée au mois de mars, après avoir connu une baisse de 10 points au mois de février. L'indice de confiance des consommateurs a gagné 6,1 points à 52,5 (1985 = 100), avec une hausse de 4,3 points de l'indice d'appréciation de la situation actuelle, et de 7,3 points de l'indice des attentes. Malgré une hausse importante de l'indice global enregistrée au mois de mars, par rapport au mois précédent, le Conference Board a indiqué que des consommateurs continuaient d'être assez pessimistes quant aux projections pour l'économie. Dans l'ensemble, l'indice n'a pas connu de changement important depuis le mois de mai 2009.

Le dernier sondage de TravelHorizons publié par la U.S. Travel Association et Ypartnership donne aussi à penser que les intentions de voyages des Américains sont faibles. Parmi les résidents américains interrogés au mois de février 2010, 56 pour cent ont dit qu'ils prévoyaient faire un voyage d'agrément au cours des six prochains mois, soit une baisse par rapport à 61 pour cent l'année précédente.

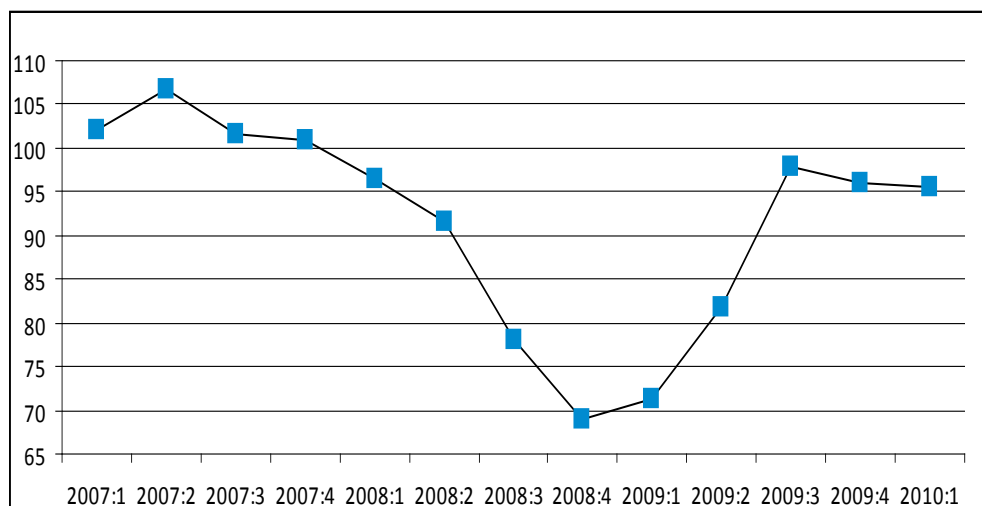
Ypartnership a aussi indiqué que son indice trimestriel de confiance des voyageurs pour le premier trimestre 2010 avait légèrement augmenté par rapport au trimestre précédent. L'indice a atteint 91,0 au premier trimestre (1er trimestre 2007 = 100), une hausse par rapport à 90,5 au dernier trimestre 2009. Les indicateurs qui mesurent « l'argent disponible pour les voyages » et « le temps disponible pour les voyages » ont augmenté depuis le trimestre précédent, mais les indicateurs pour « l'intérêt dans les voyages » et « la capacité financière de voyager perçue » ont reculé. L'indicateur pour « la sécurité perçue des voyages » a reculé de 93,8 au trimestre précédent à 84,8. La firme a attribué cette chute de « la sécurité des voyages perçue » aux inquiétudes persistantes relatives à la tentative d'attaque à la bombe d'un avion en route vers Detroit, le Jour de Noël, et à l'efficacité de la sécurité dans les aéroports.

Les médias sociaux constituent un moyen efficace d'accéder aux consommateurs : selon une étude récente, les sites Web de médias sociaux peuvent constituer un moyen efficace et peu coûteux d'accéder aux consommateurs et de faire la promotion des recommandations par le bouche-à-oreille. Un sondage mené par Chadwick Martin Bailey et iModerate Research Technologies, deux firmes d'étude de marché, a révélé que 60 pour cent des utilisateurs de Facebook et 79 pour cent des utilisateurs de Twitter sont plus susceptibles de recommander une marque après être devenus un partisan ou un adepte de la marque par le biais de ces sites Web. De plus, 51 pour cent des partisans de Facebook et 67 pour cent des adeptes de Twitter sont plus susceptibles d'acheter cette marque eux-mêmes.

Voyages d'affaires

La confiance des entreprises canadiennes demeure stable : la confiance chez les dirigeants d'entreprises canadiennes est demeurée assez stable après avoir enregistré une forte reprise au cours des deuxième et troisième trimestres 2009, selon l'indice de confiance des entreprises du Conference Board du Canada. L'indice s'est maintenu à 95,6 pour cent au premier trimestre 2010, malgré une légère baisse (-0,4 point) depuis le trimestre précédent (2002 = 100). C'est nettement plus qu'il y a un an, alors que l'indice atteignait 71,3.

Tableau 1 : Indice de confiance des entreprises : jusqu'au 1^{er} trimestre 2010 (2002 = 100)



Source : le Conference Board du Canada.

Baisse des voyages en avion en classes supérieures au mois de février en Amérique du Nord :

la demande de voyages en avion en classes supérieures a augmenté à l'échelle mondiale au mois de février 2010, pendant qu'elle reculait en Amérique du Nord, selon le dernier contrôle du trafic en classes supérieures réalisé par l'Association du transport aérien international (IATA). Le volume de passagers en classe affaires et en première classe a grimpé de 5,9 pour cent à l'échelle mondiale, mais il a diminué de 2 pour cent en Amérique du Nord ce mois-là, par rapport à l'année précédente. L'IATA a déclaré que les compagnies aériennes nord-américaines n'avaient pas encore connu de reprise du trafic passagers, malgré l'amélioration de la conjoncture.

Un sondage témoigne d'une légère augmentation de la demande de voyages d'affaires aux É.-U. :

selon le dernier sondage TravelHorizons réalisé par Ypartnership et la U.S. Travel Association, la demande de voyages d'affaires aux États-Unis a légèrement augmenté depuis l'année dernière. Quinze pour cent (15 %) des Américains interrogés au mois de février 2010 ont dit qu'ils planifiaient un voyage d'agrément d'ici les six prochains mois, soit une hausse par rapport à 13 pour cent l'année précédente.

Une étude donne à penser que le paysage des voyages d'affaires a changé : la récession en 2008-2009 a entraîné des changements fondamentaux dans le paysage mondial des voyages d'affaires, selon *Managing Travel in the New Normal*, une nouvelle étude réalisée par American Express Business Travel. Selon le rapport, la demande demeurera inférieure à ce qu'elle était avant la récession, malgré le raffermissement de l'économie mondiale qui aidera à alimenter une reprise de la demande des voyages d'affaires cette année. Entre-temps, les entreprises continuent de s'en tenir en grande partie à leurs politiques de réduction des coûts rendues nécessaires par la récession. De plus, la majorité des entreprises (75 pour cent) utilisent déjà la technologie des réunions virtuelles pour réduire la nécessité de faire appel aux voyages, ou elles prévoient le faire. Quinze (15) autres pour cent évaluent présentement leurs possibilités d'utiliser cette technologie.

COMPAGNIES AÉRIENNES

Les compagnies aériennes canadiennes voient des signes avant-coureurs d'une reprise de la demande : les compagnies aériennes canadiennes commencent à voir des signes avant-coureurs d'une reprise de la demande de voyages en avion, bien que la remontée n'en soit encore qu'à ses débuts. Air Canada et WestJet ont toutes deux déclaré une forte croissance du trafic passagers pendant le premier trimestre 2010. Toutefois, les revenus de WestJet pour le trimestre sont demeurés inférieurs à ce qu'ils étaient il y a un an. De plus, Air Canada a indiqué qu'elle n'avait pas encore constaté de reprise dans le marché des voyages d'affaires, le marché le plus lucratif de l'industrie du transport aérien.

Au mois de mars 2010, le trafic passagers global d'Air Canada (mesuré par les passagers-milles payants), qui comprend les activités principales et régionales combinées, a bondi de 9,6 pour cent par rapport à l'année précédente. Le trafic a augmenté de 3,5 pour cent sur les routes intérieures, et de 7 pour cent sur les routes transfrontalières américaines. Sur les routes internationales, le trafic transatlantique a grimpé de 7,7 pour cent et le trafic transpacifique a connu une montée en flèche de 30,3 pour cent. Le trafic sur les routes latino-américaines a augmenté de 9,2 pour cent au cours du mois. Pour les trois premiers mois de l'année, Air Canada a enregistré une augmentation de 6,5 pour cent de son trafic passagers.

À la fin du mois de mars, Calvin Rovinescu, président et chef de la direction d'Air Canada, a déclaré que le marché des voyages en avion montrait des signes de reprise, malgré des conditions encore faibles dans l'ensemble. Il a ajouté que les activités de fret de la compagnie aérienne avaient connu une forte reprise depuis le début de l'année, ce qui constitue un signe positif pour l'économie. Toutefois, il ne voyait pas encore de signes de reprise de la demande des voyages d'affaires.

La fermeture pendant cinq jours de l'espace aérien européen au mois d'avril, causée par une éruption volcanique en Islande, a coûté environ 13 millions de dollars à Air Canada, selon The Globe and Mail. Selon les analystes de l'industrie du transport aérien, la fermeture a cloué au sol environ 36 avions d'Air Canada par jour, lesquels auraient transporté près de 6,500 passagers par jour. Ils ont indiqué que les activités européennes de la compagnie aérienne représentent 20 pour cent de ses revenus. L'article mentionnait qu'Air Canada et Air Transat ont été les transporteurs canadiens les plus touchés par la fermeture de l'espace aérien européen.

Le trafic passagers de WestJet s'est accru de 10 pour cent au mois de mars, par rapport à l'année dernière. Au premier semestre 2009, le trafic a augmenté de 9,7 pour cent par rapport à l'année précédente. Le transporteur a déclaré qu'il constatait un début de renforcement de son rendement passagers (recettes par passagers-milles payants), bien que l'ensemble des revenus pour le trimestre était encore inférieur aux niveaux des années passées.

Tableau 2. Passagers-milles payants (PMP) et capacité des compagnies aériennes - Mars 2010

Compagnie aérienne	PMP (en millions)	PMP 2010 vs 2009	Capacité 2010 vs 2009
Air Canada – trafic regroupé (toutes les compagnies)	4 234	9,6 %	7,7 %
WestJet	1 370	10,0 %	7,4 %

Renforcement de la demande de voyages en avion aux É.-U. : selon les plus récentes données de l'Air Transport Association of America (ATA), la demande de voyages en avion aux É.-U. s'est accrue au cours du premier trimestre 2010. Alimentés par la solide croissance des marchés internationaux, le trafic passagers et les recettes des compagnies aériennes américaines ont augmenté au mois de mars pour le troisième mois consécutif. Les tarifs aériens moyens semblent aussi augmenter rapidement.

Le nombre de passagers qui voyagent à bord d'avions de compagnies américaines a augmenté de 1,4 pour cent au mois de mars 2010 par rapport à l'année précédente, pendant que le tarif moyen pour un mille augmentait de 11,7 pour cent. Par conséquent, les recettes passagers des transporteurs américains ont enregistré une hausse de 15 pour cent ce mois-là. La croissance a été plus forte sur les routes internationales qui ont enregistré une augmentation de 19,6 pour cent de leurs recettes passagers.

Selon les données des agences de voyages Travelocity et Priceline, les tarifs aériens américains pour la saison estivale des voyages devraient connaître une hausse marquée par rapport à l'année dernière, stimulés par la demande croissante et la capacité limitée. Travelocity a déclaré que ses tarifs aériens publiés parmi les transporteurs américains avaient augmenté en moyenne de 13 pour cent, sur douze mois, pour la période estivale de pointe. Ces tarifs comprennent le prix des billets pour les vols intérieurs et pour les vols internationaux. Priceline a indiqué qu'elle s'attend à ce que les tarifs aériens américains enregistrent une augmentation pouvant atteindre 25 pour cent cet été, par rapport aux tarifs de l'année dernière.

Hôtels

L'industrie hôtelière canadienne est encore aux prises avec une faible demande : l'industrie hôtelière canadienne continue d'être frappée par la faiblesse de la demande. Les taux d'occupation semblent se stabiliser, mais la diminution des tarifs et des revenus journaliers moyens se poursuit dans la majorité des régions du pays.

Le dernier *National Market Report*, réalisé par PKF Consulting, révélait que les taux moyens d'occupation au Canada avaient augmenté d'à peine 0,8 pour cent par rapport à l'année précédente, pour atteindre 56,2 pour cent au mois de février 2010. Les tarifs journaliers moyens ont grimpé de 14,1 pour cent, ce qui a stimulé les recettes par chambre disponible (RecPCD) qui ont augmenté de 15,7 pour cent, comparativement à l'année précédente. Cette croissance est toutefois en grande partie attribuable à la montée en flèche des tarifs hôteliers en Colombie-Britannique pendant les Jeux olympiques d'hiver ce mois-là. Dans la majorité des autres régions du Canada, les tarifs et revenus journaliers moyens ont continué de diminuer, sur douze mois.

La demande d'hébergement aux É.-U. se renforce : selon Smith Travel Research, Inc., la demande d'hébergement aux É.-U., alimentée par la reprise de l'économie américaine, a enregistré une forte croissance, sur douze mois, au cours du premier trimestre 2010. Elle a grimpé de 8,8 pour cent au mois de mars 2010 et de 5,3 pour cent pendant les trois premiers mois de l'année, selon les derniers chiffres de la firme.

Toutefois, cette augmentation de la demande n'a pas été suffisante pour annuler la baisse des tarifs journaliers moyens dans l'industrie hôtelière américaine. Malgré une augmentation de 2,3 pour cent du taux d'occupation pendant le premier trimestre 2010, les tarifs journaliers moyens ont chuté de 4,3 pour cent par rapport à l'année précédente, entraînant une baisse de 2,1 pour cent des RecPCD.

Pour toute l'année 2010, la firme prévoit une augmentation du taux d'occupation moyen de 1,9 pour cent par rapport à 2009. Les tarifs journaliers moyens devraient reculer encore de 2,3 pour cent, et les taux moyens de RecPCD pour l'année devraient diminuer de 0,5 pour cent.

Agents de voyages et autres fournisseurs

Skysservice Airlines met fin à ses activités d'affrètement : Skysservice Airlines Inc., qui fournissait les services de vols affrétés à des voyageurs canadiens tels que Sunquest Vacations et Signature Vacations, a brusquement mis fin à ses activités le 31 mars 2010. La compagnie a publié un communiqué de presse déclarant qu'elle avait été mise sous séquestre à l'initiative d'un de ses créanciers. Elle a indiqué qu'elle était incapable de poursuivre des activités rentables à cause des « récents changements survenus dans le marché canadien des forfaits de vacances » et de ses propres niveaux élevés d'endettement. Selon les reportages des médias sur la fermeture, la concurrence croissante des compagnies aériennes régulières aurait affaibli le bastion de Skysservice dans le marché des voyageurs canadiens au cours des cinq dernières années.

Les agents de voyages nord-américains présentent un tableau optimiste : les agents de voyages en Amérique du Nord entrevoient l'année qui vient avec optimisme, selon un récent sondage d'Amadeus. La majorité des agents interrogés (88 pour cent) étaient optimistes ou très optimistes quant au rendement de leur entreprise cette année, et ils étaient presque aussi nombreux à être optimistes pour l'ensemble de l'industrie du tourisme. En réponse à la question de savoir quels étaient les marchés de tourisme de niche qui offraient les meilleures possibilités de croissance, les trois principaux segments cités par les répondants étaient les voyages qui tiennent compte des besoins des familles (60 pour cent des personnes interrogées), les mariages (48 pour cent) et les voyages d'aventures (37 pour cent).

Indice des indicateurs avancés du tourisme

Compte tenu de la nature changeante de l'environnement touristique actuel, il est de plus en plus important de pouvoir prévoir les fluctuations de la demande de voyages pour être en mesure de prendre les meilleures décisions d'affaires possibles. L'indice des indicateurs avancés du tourisme présente un aperçu des perspectives à court terme de l'industrie canadienne du tourisme, en suivant l'avancement des facteurs économiques et non économiques qui ont une incidence sur la demande de voyages.

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

Interprétation des cotes :

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

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

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

Tourisme Intérieur

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

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

Tendances économiques:

- L'économie canadienne a généré 17 900 nouveaux emplois au mois de mars - la troisième augmentation mensuelle consécutive. Tous les gains cependant sont attribuables aux emplois à temps partiel. Le taux de chômage est demeuré stable à 8,2 pour cent. Heureusement, depuis le début de la reprise économique au mois de juillet 2009, 176 000 nouveaux emplois ont été créés.
- Le mouvement à la hausse dans les marchés de l'emploi est révélateur d'un retour à une croissance économique plus forte, comme en témoigne l'augmentation de 0,6 pour cent du PIB au mois de janvier. Il s'agissait de la cinquième amélioration mensuelle consécutive du PIB réel.
- Malheureusement, l'indice de confiance des consommateurs a encore changé de cap au mois d'avril, en plongeant de 7,7 points à 84,8 (2002 = 100). Mais en dépit de la baisse du mois d'avril, la confiance des consommateurs canadiens est encore plus élevée qu'à la même époque l'année dernière.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre d'embarquements et de débarquements de passagers intérieurs aux 30 principaux aéroports canadiens a diminué de 0,9 pour cent au mois de février 2010, par rapport à l'année précédente. Au niveau national, la diminution, sur douze mois, des voyages intérieurs en avion a été beaucoup moins importante qu'il y a un an.
- Sur une note plus positive, PKF Consulting a déclaré que les taux d'occupation des hôtels canadiens avaient légèrement augmenté au mois de février. Toutefois, l'augmentation de 0,8 pour cent du taux moyen d'occupation au mois de février a été fortement biaisée par l'augmentation de 10,6 pour cent enregistrée en Colombie-Britannique - résultat de l'accueil des Jeux olympiques d'hiver 2010. De plus, l'augmentation de 14,1 pour cent du tarif journalier moyen des chambres pour le mois de février est en grande partie attribuable à l'augmentation de 66,2 pour cent du tarif journalier moyen des chambres pour la Colombie-Britannique au cours du même mois. À l'extérieur de la Colombie-Britannique, il y a eu très peu de signes d'amélioration des taux d'occupation, bien que la majorité des régions du pays soient encore confrontées à des baisses des tarifs moyens des chambres.
- Poussé en grande partie par la valeur élevée du dollar canadien, le nombre de voyageurs canadiens aux États-Unis augmente rapidement. Selon les plus récentes données, le nombre de voyages d'une nuit ou plus aux États-Unis a augmenté de 10,7 pour cent au cours des deux premiers mois de 2010, par rapport à l'année précédente. Au cours de la même période, les voyages de plus d'une nuit vers des destinations internationales ont diminué de 1,5 pour cent.
- Les compagnies aériennes canadiennes continuent de s'adapter à la transformation du milieu. Selon le plus récent profil instantané des données de BACK Aviation Solutions, la capacité du transport aérien direct sur les vols intérieurs au Canada devrait connaître une augmentation de 1,2 pour cent sur douze mois, pendant le troisième trimestre 2010.

Dans l'ensemble, l'indicateur avancé du tourisme donne à penser que, malgré une certaine faiblesse de la compétitivité des prix, il existe des perspectives de croissance des voyages intérieurs, grâce à l'amélioration de la conjoncture et des tendances des fournisseurs. Tout de même, avec les Jeux olympiques 2010 loin derrière nous, toute autre reprise dans le secteur des voyages intérieurs à court terme devrait être modeste.

États-Unis (vers le Canada)

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

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

Tendances économiques :

- L'indice économique avancé du Conference Board pour les É.-U. a enregistré une hausse de 1,4 pour cent au mois de mars, la 12e hausse mensuelle consécutive. Au cours des six derniers mois, l'indice a augmenté de 5,2 pour cent (un taux annuel d'environ 10,6 pour cent). De plus, les forces parmi les indicateurs avancés sont demeurées généralisées au cours des derniers mois. Le comportement de l'indice économique avancé donne à penser que la conjoncture s'améliorera progressivement à court terme.
- La valeur du dollar canadien, en raison de sa forte appréciation, était 22 pour cent plus élevée au mois d'avril 2010 que l'année dernière. Malheureusement, la compétitivité des prix du Canada pour les voyageurs américains devrait connaître une baisse importante au troisième trimestre 2010 comparativement à l'année dernière, surtout en raison de la devise canadienne plus forte. Le coût des tarifs aériens entre les États-Unis et le Canada a aussi bondi.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de voyages de plus d'une nuit des Américains au Canada a diminué de 6,1 pour cent en 2009, principalement à cause de la faiblesse de l'économie, de la force du dollar et de l'entrée en vigueur de la phase finale de l'Initiative relative aux voyages dans l'hémisphère occidental (IVHO). Au cours des deux premiers mois de 2010, le nombre de voyages de plus d'une nuit des Américains a encore diminué de 3,2 pour cent, et les voyages d'une journée en automobile au départ des États-Unis ont aussi diminué de 9,1 pour cent par rapport à l'année précédente.
- Heureusement, la capacité aérienne directe entre le Canada et les États-Unis devrait augmenter de 8,6 pour cent pendant le troisième trimestre 2010, par rapport à l'année précédente.

Alors que quelques déterminants économiques et non économiques traditionnels des voyages connaissent une lente amélioration, des reculs importants de la compétitivité des prix combinés à des tendances encore faibles chez les voyageurs donnent à penser que la baisse du nombre de visites de plus d'une nuit au départ des É.-U. se poursuivra probablement à court terme.

Vue d'ensemble du tourisme : International

Royaume-Uni - tendances touristiques actuelles

Un nuage de cendres volcaniques interrompt les voyages en avion en Europe : lorsque le volcan Eyjafjallajökull est entré en éruption dans le sud de l'Islande le 14 avril, il a projeté des panaches géants de cendres volcaniques dans l'atmosphère. Cette situation a entraîné la fermeture de l'espace aérien au-dessus du Royaume-Uni et d'une grande partie de l'Europe pendant cinq jours, ce qui a causé la plus grande interruption des voyages aériens en Europe depuis la Seconde Guerre mondiale. On évalue à 95 000 le nombre de vols annulés entre les 15 et 20 avril, ce qui a touché 6,8 millions de passagers à travers le monde. Le rattrapage du retard des voyages devrait s'étendre sur plusieurs semaines.

Pendant l'arrêt des voyages, British Airways estime avoir perdu entre 15 et 20 millions de GBP (23 à 31 millions de \$CAN) par jour, des pertes qui sont attribuables aux recettes perdues et aux coûts associés aux passagers coincés. TUI Travel, le principal voyagiste en Europe, estime que ses pertes quotidiennes ont atteint entre 5 et 6 millions de GBP. Selon l'Association of British Travel Agents, cet arrêt des voyages aurait laissé 150 000 voyageurs britanniques coincés à l'étranger.

Les grèves du personnel de cabine de British Airways ont entraîné une réduction des voyages en avion au mois de mars : même avant l'éruption volcanique, le trafic passagers de British Airways avait diminué en raison de deux grèves du personnel de cabine qui avaient forcé le transporteur à réduire son plan de vol pendant sept jours au mois de mars. Par conséquent, le trafic passagers (mesuré en passagers-kilomètres payants - PKP) a chuté de 11,4 pour cent ce mois-là comparativement au mois de mars 2009. Le volume du trafic passagers en classes supérieures (affaires et première classe) a chuté de 7,2 pour cent, pendant que le trafic en classe économique reculait de 12,2 pour cent.

Tout de même, malgré la diminution du volume de trafic, le transporteur a déclaré que la demande pour les classes supérieures était en hausse, et que la demande pour les autres classes s'était stabilisée.

Les grèves chez British Airways ont aussi entraîné une baisse de 1,5 pour cent du nombre de passagers au mois de mars 2010, sur douze mois, dans les six aéroports britanniques gérés par la British Airport Authority. S'il n'y avait pas eu de grèves, les autorités aéroportuaires ont estimé à un pour cent l'augmentation du nombre de passagers qu'ils auraient enregistrée. Le nombre de passagers intérieurs britanniques a chuté de 6,8 pour cent. Mais l'augmentation du nombre de passagers à bord des vols réguliers a été de 0,1 pour cent, celui des passagers à destination de l'Atlantique Nord, de 1,7 pour cent, et celui des passagers sur les autres routes long-courriers, de 0,5 pour cent.

Table 3. Variation en pourcentage des passagers transportés

Transporteur	Mars 2010 vs mars 2009
British Airways	-14,6 %
Ryanair	+13 %
easyJet	+13,5 %

British Airways et Iberia signent une entente pour la création d'un mégatransporteur : au mois d'avril, British Airways et Iberia, la principale compagnie aérienne espagnole, ont conclu une entente de fusion dans le but de créer la troisième plus grosse compagnie aérienne dans le monde, selon les revenus. Les transporteurs espèrent compléter la fusion avant la fin de l'année, malgré le fait que le marché soit conditionnel à l'approbation des organismes de la concurrence et des actionnaires des compagnies aériennes. La nouvelle compagnie s'appellerait International Airlines Group, mais chaque transporteur continuerait de fonctionner séparément sous son nom actuel.

Les voyagistes britanniques entrevoient l'avenir avec optimisme : un récent sondage réalisé chez des voyagistes britanniques indépendants a révélé une augmentation de l'optimisme des répondants par rapport à au sondage précédent du mois de novembre. La majorité (90 pour cent) des voyagistes interrogés par Wanderlust et par l'Association of Independent Tour Operators ont déclaré que le climat commercial s'était amélioré depuis le dernier sondage, et qu'ils s'attendaient à une augmentation de leurs réservations au deuxième trimestre 2010, comparativement à l'année précédente.

Les résultats donnent aussi à penser que les voyageurs britanniques sont de moins en moins sensibles aux prix. Lorsqu'on a demandé aux répondants quels étaient les facteurs les plus susceptibles d'influencer un client lorsqu'il achète un voyage, les niveaux de services à la clientèle ont bondi au deuxième rang dans le dernier sondage, alors qu'ils occupaient le troisième rang dans le sondage précédent, pendant que le prix passait du deuxième au troisième rang. La destination demeurait la principale priorité pour les clients.

Thomas Cook et TUI, les deux principaux voyagistes britanniques, ont déclaré une forte reprise de la demande de voyages dans leurs états des résultats d'exploitation du mois de mars 2010. Les deux entreprises ont indiqué que le rythme de croissance des réservations de voyages, stimulé par une confiance accrue des consommateurs, avait repris depuis le début de l'année. Thomas Cook a déclaré avoir enregistré une hausse de 30 pour cent de ses réservations pour l'été, sur douze mois, pendant les quatre semaines précédentes, bien que les réservations pour l'été soient encore, globalement, en retard de 2 pour cent. Les prix de vente moyens pour la saison ont augmenté de 2 pour cent.

TUI a indiqué que le rythme de ses réservations pour l'été s'était considérablement accéléré au cours des six semaines précédant le 14 mars 2010, devançant de 13 pour cent les chiffres de l'année précédente. Globalement, les réservations pour la saison estivale étaient en hausse de 3 pour cent, avec une augmentation de 9 pour cent des prix de vente moyens. Thomson Holidays, une filiale de TUI, a indiqué que ses réservations long-courriers pour 2010 étaient en hausse de 14 pour cent par rapport à l'année dernière.

Kuoni Group, un autre voyagiste britannique important, a aussi déclaré récemment une forte reprise des réservations de voyages. Il a annoncé, à la mi-avril, que sa division Royaume-Uni/Bénélux surclassait tous ses autres marchés, avec un bond de 13 pour cent des réservations au cours des quatre semaines précédentes, sur douze mois. Toutefois, les réservations accusaient un retard de 3 pour cent depuis le début de l'année, comparativement à 2009.

Les évaluations en ligne ont une grande influence sur les décisions de voyages : selon un rapport de Total Media, une agence de presse britannique, sur les médias sociaux et les voyages, les évaluations de voyages en ligne sont devenues une source de renseignements sur les vacances de grande influence au Royaume-Uni. L'étude a révélé que 25 pour cent des voyageurs britanniques consultent les évaluations en ligne sur des sites Web tels que TripAdvisor pour obtenir de l'aide au moment de planifier des vacances. Les évaluations en ligne auraient donc presque autant d'influence que les recommandations des amis sur lesquelles s'appuient 23 pour cent des consommateurs pour concevoir leurs projets de voyage. Les voyageurs étaient moins nombreux à citer comme influences importantes la publicité en ligne (14 pour cent), les émissions de télévision sur les voyages (13 pour cent), les magazines et les suppléments de journaux (11 pour cent), ou la publicité à la télévision et le publipostage direct (9 pour cent).

Il est intéressant de constater que les voyageurs britanniques âgés de plus de 45 ans étaient les plus susceptibles d'avoir affiché une évaluation de voyage en ligne : 50 pour cent des répondants dans ce groupe d'âge ont dit qu'ils l'avaient fait, comparativement à 30 pour cent de tous les répondants. La catégorie de voyages la plus susceptible de faire l'objet d'une évaluation de la part d'un voyageur britannique est celle des « hôtels et endroits où séjourner », suivie par les pays à visiter et les compagnies aériennes.

Selon une autre étude récente, les sites Web d'évaluation de voyages sont un outil de recherche important pour les voyageurs britanniques qui planifient des vacances, selon Travel and Hospitality Industry Digest. Le BDRC Continental Holiday Survey 2010 a révélé que 37 pour cent des consommateurs britanniques consultent ces sites lorsqu'ils cherchent des destinations de voyages. D'autres ressources importantes de renseignements en ligne sont notamment les agences de voyages en ligne, telles que Expedia et Lastminute (mentionnées par 42 pour cent des répondants) et les sites Web officiels des offices du tourisme (38 pour cent). Près de 40 pour cent des répondants ont déclaré qu'ils avaient l'intention de consulter les sites d'évaluation de voyages plus souvent à l'avenir.

Royaume-uni - indice des indicateurs avancés du tourisme

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

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

Tendances économiques :

- L'indice économique avancé du Conference Board pour le Royaume-Uni a augmenté de 0,6 pour cent au mois de février. L'indice avancé semestriel a grimpé de 5,3 pour cent (un taux annuel d'environ 11 pour cent) ce mois-là. Les forces des indicateurs avancés sont demeurées généralisées, et tous les composants se sont accrus au cours des six derniers mois. Tout de même, le PIB réel a connu une hausse modeste de d'à peine 0,2 pour cent au premier trimestre 2010. Ce taux de croissance était inférieur à celui enregistré au dernier trimestre 2009 qui était de 0,4 pour cent.
- La livre sterling s'est dépréciée de 14 pour cent par rapport au dollar canadien entre les mois d'avril 2009 et 2010. Cette situation devrait malheureusement entraîner une augmentation importante du coût moyen d'un séjour de sept nuits au Canada pour les voyageurs britanniques - comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments - de 17,4 pour cent, sur douze mois, au troisième trimestre 2010. En comparaison, le coût d'un voyage vers d'autres destinations concurrentes, pour les Britanniques, devrait augmenter de 8,5 pour cent. Par conséquent, la compétitivité des prix du Canada pour les voyageurs britanniques devrait reculer au troisième trimestre 2010.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Depuis le mois d'avril 2009, le nombre de voyageurs en provenance du Royaume-Uni a reculé, enregistrant une baisse de 16,7 pour cent à la fin de l'année, comparativement à 2008. Malheureusement, le nombre de visiteurs britanniques au Canada a encore diminué, soit de 6,5 pour cent, au cours des deux premiers mois de 2010. Selon les plus récentes données du U.K. Office for National Statistics, une baisse de 14 pour cent, sur douze mois, a été enregistrée pour le total des voyages à l'étranger au départ du Royaume-Uni, entre les mois de décembre 2009 et février 2010. Au cours de cette période, le nombre de voyages a diminué de 19 pour cent pour les destinations nord-américaines, et de 15 pour cent, pour les destinations européennes.

- Selon le plus récent profil instantané des données de BACK Aviation Solutions, la capacité du transport aérien direct sur les vols réguliers du Royaume-Uni à destination du Canada devrait augmenter de 3,6 pour cent sur douze mois, pendant le troisième trimestre 2010.

Malgré une légère amélioration de la conjoncture et des tendances des fournisseurs de voyages, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que la dégradation de la compétitivité des prix et la faiblesse des voyages à l'étranger pourraient mettre un frein aux voyages des Britanniques au Canada, à court terme. Les arrivées en provenance du Royaume-Uni devraient donc continuer à diminuer.

France - Tendances touristiques actuelles

Le volume des voyages en avion a augmenté au mois de mars : Air France-KLM a enregistré une augmentation de 4,7 pour cent de son trafic passagers (mesuré en KPK) au mois de mars 2010, sur douze mois, et une augmentation de 3,6 pour cent du nombre de passagers qui ont voyagé sur son réseau ce mois-là. Le trafic a augmenté de 2,2 pour cent sur ses routes intérieures et européennes, tout comme le trafic sur les routes nord et sud-américaines.

Lors de l'annonce de ses plans de capacité pour la saison estivale, à la fin du mois de mars, le transporteur a indiqué qu'il y aurait une légère baisse de capacité (-0,9 pour cent) par rapport à l'été 2009. La capacité long-courrier demeurera sensiblement la même que l'année dernière, en raison d'un réaménagement planifié de la flotte long-courrier de la compagnie aérienne qui comprendra une nouvelle classe de cabine, Premium Voyageur, à la fin de la saison. Cette nouvelle classe de cabines sera située entre la classe économique et la classe affaires. Sans ce réaménagement, la capacité de sièges sur les vols long-courriers pour l'été aurait augmenté de 3,2 pour cent. En revanche, le transporteur prévoit réduire ses capacités moyen-courrier et intérieure de 4,7 et 2,2 pour cent, respectivement.

Selon les autorités administratives aéroportuaires, Aéroports de Paris, le nombre de passagers dans les aéroports qui desservent Paris a augmenté de 3,3 pour cent à 6,7 millions au mois de mars 2010, sur douze mois. La hausse du nombre de passagers sur les routes qui desservent l'Amérique du Nord a été d'à peine 0,3 pour cent, tandis que le nombre de passagers intérieurs français a augmenté de 0,8 pour cent. Sur les routes européennes, l'augmentation a été de 3,8 pour cent.

Le nuage de cendres volcaniques perturbe les voyages en avion au mois d'avril : la fermeture de l'espace aérien européen au mois d'avril, à la suite de l'éruption d'un volcan en Islande, a considérablement nui au trafic passagers en France. Tous les vols ont été suspendus pendant cinq jours aux deux aéroports de Paris, Charles de Gaulle et Orly, et d'autres aéroports régionaux ont aussi été fermés pendant un certain temps. Air France-KLM a déclaré que la fermeture de l'espace aérien lui avait coûté 35 millions d'euros (47 millions de \$ CAN) par jour.

La confiance des entreprises est faible au sein des agences de voyages françaises : selon le sondage d'Eurostat sur les principales industries de services, au mois de mars 2010, la confiance des entreprises est assez négative au sein des agences de voyages françaises, surtout si on la compare à celle des autres pays européens. Les résultats du sondage ont été publiés dans le rapport *Trends and Prospects* de la Commission européenne du tourisme pour le premier trimestre 2010. L'indicateur pour la demande dans les agences de voyages françaises était de -11 pour les trois mois précédents et de -13 pour les trois prochains mois. Ces données reflètent l'équilibre entre les réponses positives et les réponses négatives.

Les Français qui voyagent à l'étranger sont à la recherche d'expériences uniques : HotelsCombined.com, un moteur de recherche mondial sur les hôtels, a publié récemment ses perspectives de voyages en 2010 pour la France, lesquelles donnent à penser que les voyageurs français choisissent des destinations étrangères en se basant sur l'expérience unique qu'elles offrent, et non pas seulement sur le coût total. L'entreprise en est arrivée à cette conclusion en raison de la diversité de sa liste des principales destinations internationales choisies par les voyageurs français, basée sur les listes de clients potentiels générées par son site Web. Les cinq principales villes sur la liste sont, en ordre, New York, Londres, Bangkok, Barcelone et Dubaï.

La confiance des consommateurs français s'affaiblit : selon le sondage mensuel sur la confiance des consommateurs réalisé par l'INSEE, l'Institut National de la Statistique et des Études économiques, la confiance des consommateurs français s'est accrue au dernier trimestre 2009, mais elle a diminué depuis le début de l'année. L'indice sommaire pour le sondage a enregistré une lecture globale de -34 pour le mois de mars 2010, un recul d'un point depuis le mois de février, et de quatre points depuis le mois de janvier.

France -- indice des indicateurs avancés du tourisme

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

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

Tendances économiques:

- L'indice économique avancé du Conference Board pour la France s'est accru de 0,2 pour cent au mois de février. Depuis le mois d'août 2009, l'indice avancé a augmenté à un taux annuel de 6,9 pour cent. Les forces parmi les indicateurs avancés sont aussi demeurées généralisées au cours des derniers mois. Selon le comportement récent de l'indice avancé, l'économie devrait se redresser au cours des prochains mois.
- Le dollar canadien s'est apprécié par rapport à l'euro depuis le début de 2009. Entre les mois d'avril 2009 et avril 2010, la valeur du dollar canadien s'est accrue de 19,4 pour cent par rapport à la valeur de l'euro. Par conséquent, le coût moyen d'un séjour de sept nuits au Canada pour les voyageurs français, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait augmenter de 18,6 pour cent au cours du troisième trimestre 2010. Malheureusement, la compétitivité des prix du Canada pourrait reculer pendant le trimestre, alors que le coût des voyages vers des destinations concurrentes devrait enregistrer une hausse plus modeste de 3,1 pour cent.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de visiteurs français au Canada l'année dernière a reculé de 3,2 pour cent depuis 2008. Toutefois, ce nombre a augmenté au cours des deux derniers mois de 2009, et il a poursuivi sa remontée pendant les deux premiers mois de 2010. Les dernières données de Statistique Canada montrent que l'augmentation des arrivées de France a atteint 10 pour cent aux mois de janvier et février 2010, sur douze mois. L'Office of Travel and Tourism Industries (OTTI) a déclaré que le nombre de voyageurs français aux É.-U. avait augmenté de 4,2 pour cent au mois de janvier 2010 par rapport à l'année précédente.
- La croissance de la capacité aérienne directe entre la France et le Canada, pendant le troisième trimestre 2010, devrait atteindre 2 pour cent, comparativement au même trimestre en 2008.

Malgré des signes de raffermissement des tendances de voyages et de la conjoncture, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que la hausse du nombre d'arrivées de Français à court terme pourrait être limitée par la dégradation de la compétitivité des prix du Canada.

Allemagne - tendances touristiques actuelles

Forte amélioration du trafic de passagers aériens en Allemagne : le dernier rapport annuel de Deutsche Lufthansa AG, publié au mois de mars, présente des perspectives prudentes pour 2010. La compagnie aérienne prévoit un accroissement de la demande de voyages en avion cette année, mais une reprise plus lente pour ses réservations et ses revenus pour la classe affaires. Le transporteur croit aussi qu'un « déplacement durable et structurel de la demande » pour les voyages en Europe pourrait freiner la croissance des réservations et des prix des voyages en avion cette année.

Au début du mois de mars, la compagnie aérienne a annoncé qu'elle augmenterait sa capacité pour la saison estivale de 3,6 pour cent par rapport à l'année dernière. Les plans de vol du transporteur demeureront semblables à ceux de l'année dernière, mais la capacité de siège augmentera à la suite du remplacement de certains avions par des modèles plus récents.

Le trafic passagers de Lufthansa a bondi de 9,6 pour cent (mesuré en PKP) au mois de mars 2010 par rapport à l'année précédente. La compagnie a enregistré une importante amélioration sur les routes court- et long-courriers. Le trafic passagers a grimpé de 8,3 pour cent sur les routes nord- et sud-américaines, et de 10,7 pour cent sur les routes intérieures et européennes.

Toutefois, au mois d'avril, le trafic passagers allemand a été fortement perturbé par la fermeture de l'espace aérien européen à la suite de l'éruption volcanique en Islande. La presque totalité de l'espace aérien allemand a été touchée par cette fermeture, notamment l'aéroport de Francfort, la plaque tournante internationale du pays. Selon Reuters, Lufthansa a perdu 100 millions d'euros (134 millions de \$ CAN) pendant cette période, et elle risquait d'en perdre jusqu'à 100 millions de plus si la perturbation du trafic aérien s'était poursuivie pendant une autre semaine. Le transporteur s'attend toutefois à récupérer une partie de ces pertes quand le trafic aérien reprendra, et il s'affaire à rattraper le retard pour ce qui est des voyages.

Le nombre de passagers à l'aéroport de Francfort a grimpé de 8,3 pour cent au mois de mars 2010 par rapport à l'année précédente, pour atteindre 4,4 millions de passagers, selon le Fraport Group, propriétaire et exploitant de l'aéroport. Le nombre de passagers sur les routes à destination de l'Amérique du Nord a augmenté de 10,4 pour cent. Le nombre de passagers sur les routes nord-américaines s'est accru de 10,4 pour cent. Cette croissance a été stimulée par les voyages d'affaires et d'agrément plus nombreux, surtout sur les routes intercontinentales, ainsi que par le calendrier favorable du congé de Pâques cette année.

Les agences de voyages allemandes ont enregistré une croissance robuste des réservations au mois de mars : un certain nombre d'enquêtes sur le commerce ont révélé une croissance robuste dans les agences de voyages allemandes au mois de mars, ce qui donne à penser qu'une reprise dans le marché allemand serait bien amorcée. Selon le plus récent sondage de TATS auprès des agents de voyages allemands, les recettes des agences de voyages ont bondi de 12 pour cent en Allemagne au mois de mars, par rapport à l'année précédente. Cette croissance est attribuable à une augmentation de 15,8 pour cent des ventes de billets d'avion et d'une hausse de 9,6 pour cent des ventes de voyages d'agrément.

Un sondage réalisé par GfK, une firme de recherche marketing, auprès des agences de voyages allemandes, a révélé que les recettes générées par les réservations pour la saison estivale avaient augmenté de 8,3 pour cent au mois de mars par rapport à l'année dernière. Les ventes cumulatives pour les réservations estivales étaient en avance de 3 pour cent ce mois-là, comparativement au mois de mars 2009. GfK a indiqué qu'il y avait effectivement une reprise de la demande et que le marché allemand des voyages « revenait à la normalité ». Les résultats des sondages de TATS et de GfK ont été publiés dans fw, une revue de l'industrie du tourisme.

Le sondage d'Eurostat sur les principales industries de services, au mois de mars 2010, donne aussi à penser que la confiance des agences de voyages allemandes se raffermirait, selon le rapport Trends and Prospects de la Commission européenne du tourisme pour le premier trimestre 2010. L'indicateur pour la demande dans les agences de voyages allemandes était à 27,4 pour les trois mois précédents et à 26,3 pour les trois prochains mois. Ces données reflètent l'équilibre entre les réponses positives et les réponses négatives.

Allemagne -- Indice Des Indicateurs Avancés du Tourisme

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

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

Tendances économiques :

- L'indice économique avancé du Conference Board pour l'Allemagne est demeuré le même au mois de février. Toutefois, l'indice avancé s'est accru à un taux annuel de 4,7 pour cent depuis le mois d'août 2009, et les forces des indicateurs avancés sont demeurées généralisées. Compte tenu du récent comportement de l'indice, l'activité économique devrait poursuivre son expansion graduelle à court terme.
- La compétitivité des prix du Canada pour le marché allemand devrait diminuer au cours du troisième trimestre 2010, en raison notamment des tarifs aériens plus élevés et de la force relative du dollar canadien. Pour les voyageurs allemands, le coût moyen d'un séjour de sept nuits au Canada, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait augmenter de 16,9 pour cent comparativement à l'année dernière.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de visiteurs allemands au Canada a reculé de 4 pour cent l'année dernière. Selon Statistique Canada, le nombre de voyageurs en provenance de l'Allemagne a augmenté de 0,5 pour cent au cours des deux premiers mois de 2010, comparativement à la même période en 2009. Entre-temps, l'OTTI a indiqué que le nombre de voyageurs allemands aux É.-U. avait augmenté de 4,7 pour cent.
- La capacité aérienne directe entre l'Allemagne et le Canada devrait diminuer de 0,3 pour cent pendant le troisième trimestre 2010, comparativement au même trimestre en 2009.

En dépit d'une certaine amélioration de la conjoncture et des tendances de voyages en Allemagne, des baisses importantes de la compétitivité des prix du Canada pour le marché allemand pourraient freiner les perspectives de voyages des Allemands au Canada, à court terme. Par conséquent, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que les possibilités d'une augmentation à court terme du nombre d'arrivées de voyageurs allemands sont très minces.

Mexique - Tendances Touristiques Actuelles

L'industrie mexicaine du tourisme fait face à des défis importants : plusieurs défis importants ralentissent la reprise de l'industrie mexicaine du tourisme cette année, selon SourceMex, une publication d'information en ligne. Le Mexique est encore aux prises avec les effets persistants de la pandémie de grippe H1N1 et de la récession de l'année dernière, ainsi qu'avec la couverture négative par les médias internationaux de la violence croissante reliée à la drogue dans le pays. Le nombre de visiteurs étrangers a chuté de 11,4 pour cent en 2009 et aucune reprise importante n'est prévue cette année.

La demande de voyages intérieurs a enregistré une augmentation modeste cette année. Cette année, les dépenses liées au tourisme intérieur pendant le congé de Pâques ont atteint 723 millions de \$US, une hausse de 12,2 pour cent par rapport à 2009. Toutefois, ce montant était nettement inférieur aux 2,8 milliards de \$US dépensés pendant le congé de Pâques en 2008.

AeroMexico, une importante compagnie aérienne mexicaine, a annoncé récemment qu'elle ne s'attendait pas à ce que le trafic passagers rebondisse cette année pour atteindre les niveaux de 2008, quoiqu'elle prévoyait une amélioration par rapport à 2009, selon un article de Reuters. La compagnie aérienne a déclaré qu'il faudrait plus de temps pour récupérer après la baisse importante du trafic passagers l'année dernière. Et pour cette raison, la compagnie aérienne a décidé de reporter à 2011 et 2012 une mise à niveau de sa flotte qui était prévue à l'origine pour cette année.

Le trafic passagers latino-américain affiche une forte reprise : le trafic passagers (mesuré en PKP) chez les compagnies aériennes latino-américaines a bondi de 15,1 pour cent au mois de février 2010, sur douze mois, selon la Latin American Air Transport Association (ALTA). Le trafic depuis le début de l'année a aussi augmenté de 15,1 pour cent. Le nombre de passagers transportés au mois de février a grimpé de 18,8 pour cent pour atteindre 10,4 millions. La croissance est surtout attribuable à une forte hausse du trafic sur les routes intérieures et intra-latino-américaines.

Tableau 4. Compagnies aériennes de l'ALTA*

Passagers-kilomètres payants (PKP) et passagers transportés – Février 2010

Destination régionale	Variation de PKP 2010 vs 2009	Passagers transportés 2010 vs 2009
À l'intérieur de l'Amérique latine (vols réguliers et affrétés)	18,8 %	21,0 %
À l'extérieur de l'Amérique latine (international) – total	8,4 %	4,2 %
Amérique du Nord	5,2 %	3,5 %
Europe	17,2 %	13,1 %
Asie -- Pacifique	-3,8 %	2,6 %
Total	15,1 %	18,8 %

Source : Latin American air transport association (ALTA).

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

Le marché des voyages en ligne est appelé à croître rapidement : le marché latino-américain des voyages en ligne est appelé à croître rapidement, selon un rapport récent de PhoCusWright, une firme de recherche marketing en ligne. Le rapport indique que le marché des voyages de la région est encore relativement petit; toutefois, cette situation devrait bientôt changer à la suite de l'implantation en Amérique latine de plusieurs agences de voyages en ligne importantes, ou de l'augmentation de leur présence régionale au cours des six derniers mois. Il existe un potentiel de croissance importante des ventes de voyages en ligne, compte tenu du grand nombre d'internautes dans la région et de l'utilisation accrue des réseaux sociaux. Le rapport mentionne que l'Argentine, le Brésil et le Mexique sont les trois principaux marchés de voyages en ligne de la région.

La confiance des consommateurs mexicains a augmenté au mois de mars : selon le Dow Jones Newswires, la confiance des consommateurs a enregistré une légère hausse de 1,2 point au mois de mars 2010. INEGI, l'agence nationale de statistiques du Mexique, a déclaré que l'indice de confiance des consommateurs avait grimpé à 81,8 ce mois-là, une hausse par rapport à 80,6 pour cent au mois de février. Il s'agissait aussi d'une légère hausse par rapport au mois de mars 2009. Les consommateurs étaient plus positifs face à la situation économique présente et à leur capacité de faire l'achat d'articles coûteux. La confiance des consommateurs s'est légèrement raffermie, dans l'ensemble, depuis sa chute à un niveau record de 77 au mois d'octobre 2009.

Mexique -- indice des indicateurs avancés du tourisme

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

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

Tendances économiques :

- Au mois de janvier, l'indice économique avancé du Conference Board du Canada pour le Mexique a augmenté de 0,7 pour cent, une 11^e hausse mensuelle consécutive. Au cours du semestre qui s'est terminé au mois de janvier, l'indice avancé a enregistré une hausse de 4,5 pour cent, soit un taux annuel d'environ 9,1 pour cent. De plus, les forces parmi les indicateurs avancés sont demeurées généralisées au cours des derniers mois. Le comportement récent de l'indice donne à penser que l'activité économique continuera de s'améliorer à court terme.
- Entre les mois d'avril 2009 et 2010, le dollar canadien s'est apprécié de 11,1 pour cent par rapport au peso mexicain. Au cours du troisième trimestre 2010, le coût d'un séjour de sept nuits au Canada, pour les voyageurs mexicains, devrait augmenter de 16,9 pour cent, sur une base annuelle, en partie à cause de la force du dollar canadien. Les tarifs aériens à destination du Canada devraient aussi enregistrer une hausse importante par rapport à l'année dernière. La compétitivité des prix du Canada pendant le troisième trimestre risque d'en souffrir, étant donné qu'on prévoit une augmentation d'à peine 0,5 pour cent du coût d'un voyage similaire vers des destinations concurrentes (États-Unis, Espagne et Italie).

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Avant l'écllosion de grippe H1N1 et avant la nouvelle obligation pour les voyageurs mexicains de posséder un visa canadien, le nombre de voyages au départ du Mexique avait connu une poussée subite l'année dernière. Toutefois, à la fin de l'année, le nombre de voyageurs mexicains avait chuté de 36,5 pour cent, et cette baisse s'est poursuivie (-51,9 pour cent) au cours des deux premiers mois en 2010. Entre-temps, le nombre de voyageurs mexicains qui se sont rendus à l'intérieur des É.-U. (au-delà de la zone frontalière

américaine de 40 kilomètres) a légèrement augmenté. Selon l'OTTI, le nombre d'arrivées a augmenté de 2,7 pour cent au mois de janvier 2010, par rapport à l'année précédente.

- La capacité aérienne directe entre le Mexique et le Canada devrait augmenter de 21,5 pour cent au cours du troisième trimestre 2010, comparativement à l'année dernière par rapport à l'année précédente.

Même en excluant les effets de l'obligation d'un visa, la baisse importante de la compétitivité des prix du Canada freinera probablement la croissance potentielle du nombre d'arrivées de voyageurs mexicains à court terme. Si on considère jusqu'à quel point l'obligation d'un visa semble avoir nui aux arrivées de voyageurs mexicains depuis son entrée en vigueur l'année dernière, la tendance à la baisse du nombre de voyageurs mexicains au Canada est encore plus susceptible de se poursuivre à court terme.

Japon - Tendances Touristiques Actuelles

Japan Airlines procédera à une réduction draconienne de son réseau : Japan Airlines, qui a déclaré faillite en vertu de la *Corporate Rehabilitation Law* du Japon au mois de janvier 2010, devrait procéder à une réduction radicale de la taille de son réseau cette année, selon *Air Transport World*. Dans le cadre du plan de restructuration qu'elle soumettra avant la fin du mois de juin, la compagnie aérienne pourrait éliminer jusqu'à 20 routes internationales et 31 routes intérieures. Un certain nombre de routes entre le Japon et les États-Unis pourraient aussi être touchées.

Entre-temps, les plus récentes données de l'aéroport international Narita de Tokyo indiquent que le nombre de passagers a augmenté de 8 pour cent au mois de février 2010 par rapport à l'année précédente. Le nombre de passagers japonais a reculé de 3 pour cent sur les vols internationaux pendant qu'il grimpait de 31 pour cent sur les vols intérieurs. Au cours des mois de janvier et février 2010, le nombre de passagers japonais sur les vols internationaux a augmenté d'un pour cent par rapport à l'année précédente.

Reprise de la demande de voyages à l'étranger : les agences de voyages japonaises constatent une amélioration de la demande de voyages outremer, selon le dernier sondage de la Japanese Association of Travel Agents réalisé auprès de ses membres au mois de février 2010. Les résultats de ce sondage indiquent que la demande augmente pour toutes les destinations, maintenant que les effets de la pandémie de grippe H1N1 diminuent. La croissance est plus forte pour les destinations asiatiques, surtout la Chine, bien que la demande de voyages aux États-Unis et au Canada soit aussi en hausse.

Le dernier rapport sur les voyages de JTB, la principale agence de voyages japonaise, prévoyait que le nombre de voyages outre-mer augmenterait cette année de 4,3 pour cent, sur douze mois, pendant le congé de la Semaine d'or, du 24 avril au 4 mai 2010. Cette hausse permettrait aux voyages à l'étranger d'atteindre leur plus haut niveau en trois ans. Le calendrier favorable du congé férié de la Semaine d'or a permis aux résidents japonais de prendre une pause plus longue, ce qui a contribué à accroître le nombre de voyages à l'étranger. JTB a indiqué que la confiance des consommateurs et l'intérêt pour les voyages avaient augmenté, sur douze mois, lors de la dernière enquête économique réalisée par la Banque du Japon.

Les destinations dans la région Asie-Pacifique, en Europe et en Australie devraient enregistrer la croissance la plus importante, sur douze mois, du nombre de voyageurs japonais pendant la Semaine d'or, selon JTB. L'agence de voyages prévoit que les voyages aux États-Unis et au Canada seront presque aussi nombreux que l'année dernière.

Japon -- Indice des indicateurs avancés du tourisme

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

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

Tendances économiques :

- L'indicateur économique avancé du Conference Board pour le Japon a augmenté de 0,9 pour cent au mois de février. Entre les mois d'août 2009 et février 2010, l'indice avancé a grimpé de 14,1 pour cent (à un taux annuel de 30,2 pour cent). De plus, les forces sont demeurées généralisées au cours des derniers mois. Selon le comportement récent de l'indice, l'économie continuera de s'améliorer, mais probablement lentement.
- Pendant une bonne partie de 2008 et 2009, le dollar canadien s'est déprécié par rapport au yen japonais, une tendance qui a contribué à améliorer la compétitivité des prix du Canada pour ce marché. Toutefois, le dollar canadien s'est récemment apprécié par rapport au yen : au mois d'avril 2010, sa valeur s'était accrue de 15 pour cent par rapport à la même époque en 2009. Si on ajoute à cet affermissement l'escalade des tarifs aériens, le coût moyen d'un séjour de 10 nuits au Canada pour les visiteurs japonais, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait augmenter de 25,8 pour cent au troisième trimestre 2010, comparativement à l'année dernière. Entre-temps, le coût d'un voyage semblable vers des destinations concurrentes (É.-U., France, Allemagne, Italie et Australie) devrait augmenter d'à peine 2,5 pour cent.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Après avoir reculé de 28,4 pour cent en 2009, le nombre de visiteurs japonais au Canada a augmenté de 8,5 pour cent pendant les deux premiers mois de 2010, comparativement à la même période l'année dernière. Les données de l'OTTI montrent aussi que les voyageurs japonais aux É.-U. sont plus nombreux, comme en témoigne une augmentation de 8,7 pour cent au mois de janvier 2010 par rapport à janvier 2009.
- Le plus récent profil instantané de la capacité aérienne donne à penser que la capacité aérienne directe sur les vols réguliers au départ du Japon s'accroîtra de 9,8 pour cent au cours du troisième trimestre 2010.

Bien que la conjoncture et les tendances de voyages semblent s'améliorer au Japon, la compétitivité des prix du Canada en baisse pourrait en partie freiner le potentiel de croissance du nombre d'arrivées de voyageurs japonais à court terme. Tout de même, en présumant que les craintes liées à la pandémie de grippe H1N1 demeurent faibles, et compte tenu de la baisse importante du nombre de voyageurs japonais au Canada au cours des dernières années, l'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que les arrivées de Japonais pourraient afficher une légère croissance, sur douze mois, à court terme.

Corée du sud -- tendances touristiques actuelles

La demande de voyages en avion affiche une reprise marquée au premier trimestre : Korean Air a déclaré des bénéfices nets avant impôt de 226,9 milliards de wons coréens (205,6 millions de \$CAN) pour le premier trimestre 2010, ce qui constitue une amélioration importante par rapport à la perte de 673,9 milliards de wons coréens enregistrée l'année précédente, selon Air Transport World. Le transporteur a déclaré que la forte croissance du trafic passagers international et l'amélioration de la demande de services en classe supérieure étaient les deux principales raisons de son excellent rendement. Le trafic passagers international s'est accru de 14,4 pour cent pendant le trimestre et la demande pour les sièges en classes supérieures, de 22 pour cent par rapport à l'année précédente. Korean Air prévoit que 2010 sera une « année prospère pour l'industrie de l'aviation » alors que l'économie mondiale connaît une reprise et que les conditions du marché continuent de s'améliorer.

L'Aéroport international Incheon de Séoul a enregistré une augmentation importante du trafic passagers pour le mois de mars 2010. Selon les statistiques affichées sur le site Web de l'aéroport, le nombre de passagers qui transitent par l'aéroport a augmenté de 22,4 pour cent, sur douze mois, pour atteindre près de 2,8 millions. Pendant le premier trimestre de l'année, le trafic a grimpé de 15,4 pour cent.

Une agence de voyages coréenne connaît une reprise impressionnante de la demande touristique : selon *The Korea Herald*, Hana Tour Services Inc., la principale agence de voyages en Corée, connaît une reprise impressionnante de la demande touristique cette année. Par conséquent, l'entreprise s'attend à enregistrer ses bénéfices les plus importants depuis 2007, une année de pointe pour le tourisme outremer. Elle a déclaré que la reprise de la demande de voyages était plus rapide que prévu, alimentée par le raffermissement de la conjoncture. En fait, la reprise a été tellement rapide que l'entreprise était incapable de répondre à la demande des consommateurs au premier trimestre 2010, surtout pour la période de pointe du congé de la Nouvelle année lunaire.

La confiance des consommateurs recule au mois de mars : l'indice du sentiment des consommateurs de la Banque de Corée a baissé au mois de mars 2010, pour le deuxième mois consécutif. L'indice a reculé à 110, en baisse d'un point depuis le mois de février. Il est toutefois demeuré positif, étant donné qu'une lecture de 100 indique un équilibre entre les évaluations négatives et positives de l'économie. La banque a déclaré que l'inquiétude liée aux marchés de l'emploi qui tirent de l'arrière pourrait assombrir l'optimisme des consommateurs quant à la reprise de l'économie.

Corée du sud -- indice des indicateurs avancés du tourisme

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

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

Tendances économiques :

■ L'indice économique avancé du Conference Board du Canada pour la Corée du Sud a augmenté de 0,1 pour cent au mois de février. Malgré la récente instabilité, le taux de croissance semestriel de l'indice avancé a enregistré une hausse de 6,7 pour cent depuis le mois d'août 2009. De plus, les forces parmi les indicateurs avancés ont été généralisées au cours des derniers mois. D'après le comportement de l'indice avancé, l'économie poursuivra une lente expansion à court terme.

■ Le dollar canadien a connu une appréciation relativement modeste de 2,2 pour cent par rapport au won sud-coréen entre les mois d'avril 2009 et 2010. Grâce aux diminutions importantes des tarifs aériens

(baisse de 19 pour cent), le coût moyen d'un séjour de 10 nuits au Canada pour les voyageurs sud-coréens, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait demeurer le même pendant le troisième trimestre 2010 que pendant le trimestre correspondant en 2009. Malheureusement, la compétitivité des prix du Canada pendant cette période devrait diminuer légèrement, alors que le coût d'un voyage semblable vers des destinations concurrentes (É.-U., France, Allemagne, Royaume-Uni et Australie) devrait diminuer en moyenne de 3,9 pour cent pendant le trimestre.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre de visiteurs coréens au Canada a chuté de 26,7 pour cent en 2009, et il a continué de diminuer, soit de 1,6 pour cent, pendant les deux premiers mois de 2010, comparativement à la même période l'année dernière. Selon l'OTTI, le nombre de voyageurs sud-coréens à destination des États-Unis a connu une augmentation subite de 40 pour cent au mois de janvier 2010.
- La capacité aérienne directe entre la Corée du Sud et le Canada devrait enregistrer une hausse de 12,9 pour cent, sur douze mois, au troisième trimestre 2010.

Malgré une certaine faiblesse de la compétitivité des prix du Canada, une reprise de la conjoncture et une amélioration des tendances de voyages donnent à penser qu'il existe un potentiel de croissance du nombre de visiteurs sud-coréens à court terme.

Chine - Tendances Touristiques Actuelles

Les compagnies aériennes chinoises prévoient une croissance robuste de la demande de voyages en avion : selon des rapports d'*Air Transport World*, China Eastern Airlines et China Southern Airlines, les deux principaux transporteurs chinois, s'attendent à ce que le trafic passagers en 2010, stimulé par une reprise de l'économie mondiale, enregistre une croissance robuste. China Eastern prévoit que le nombre de ses passagers augmentera de 52,3 pour cent en 2010 par rapport à l'année précédente. China Southern s'attend à une hausse de 13,1 pour cent du nombre de ses passagers cette année. Au mois d'avril, China Southern a indiqué que la reprise du marché des voyages en avion avait déjà atteint les niveaux d'avant la récession.

Selon Reuters, l'administration générale de l'aviation civile de la Chine a indiqué que le trafic passagers chez les transporteurs chinois avait bondi de 59 pour cent au mois de février 2010 par rapport à l'année précédente. L'administration attribuait cette forte croissance à une reprise de l'économie mondiale.

Le marché chinois des voyages à l'étranger devrait enregistrer une forte croissance cette année : selon les prévisions de la China Tourism Academy, le tourisme chinois à l'étranger devrait augmenter de près de 15 pour cent cette année, pour atteindre 54 millions de voyages. Le *Annual Report of China Outbound Tourism Development 2009-2010* donne à penser que les dépenses liées aux voyages à l'étranger devraient s'élever à environ 6,86 milliards de \$US, une augmentation de 14 pour cent par rapport à 2009.

Le marché du voyage en ligne a bondi en 2009 : les statistiques publiées par le China Internet Network Information Center montrent que le nombre de Chinois qui ont réservé leur voyage en ligne s'est accru de 77,9 pour cent en 2009, pour atteindre plus de 30,2 millions de réservations. Ces données représentent tout de même seulement une fraction de la population en ligne en Chine, ce qui donne à penser qu'il existe un potentiel important pour ce marché. Le nombre d'utilisateurs de l'Internet en Chine a bondi à 384 millions en 2009, une augmentation de 50 pour cent par rapport à 2008.

Dans un survol de l'industrie chinoise des voyages en ligne présenté sur Chinavestor.com, un site Web financier chinois, le marché en ligne est décrit comme un marché promis à un brillant avenir. Il mentionne que Ctrip.com est le site Web de réservations de voyages le plus populaire en Chine, avec 55,8 pour cent des ventes de voyages en ligne en 2008. Au second rang, on retrouve eLong.com, avec 17,8 pour cent du marché. L'article indique que les changements apportés récemment aux services bancaires en ligne et aux systèmes de crédit rendent plus faciles pour les consommateurs chinois l'achat de produits et les services en ligne.

L'utilisation de l'Internet entraîne des changements colossaux dans les habitudes des consommateurs

selon un article publié récemment dans le *McKinsey Quarterly*, les résidents chinois consacraient beaucoup de leurs temps libres en ligne, ce qui entraîne des changements « colossaux » dans le marché des consommateurs. Les résidents des 60 principales villes ont passé 70 pour cent de leurs temps libres sur l'Internet, et ils s'en sont servi principalement pour se divertir et faire des achats. De plus, l'article indique que 20 pour cent des consommateurs chinois cherchent des produits et des services en ligne avant de les acheter, en se fiant fortement aux évaluations des consommateurs. Par conséquent, la publicité en ligne en Chine a connu une augmentation rapide au cours des dernières années, soit de 20 à 30 pour cent en moyenne annuellement, pour atteindre environ trois milliards de \$US en 2009.

Chine -- Indice Des Indicateurs Avancés du Tourisme

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

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

Tendances économiques :

- Malgré une croissance modérée sur douze mois de plusieurs indicateurs économiques avancés, l'économie de la Chine reste menacée de surchauffe. Les prix des maisons et les prêts bancaires, en particulier, continuent sur leur lancée, selon les données publiées au mois de janvier. Le dernier rapport de Consensus Forecasts (mars 2010) prévoit une augmentation du PIB réel pour la Chine de 9,9 pour cent en 2010, et de 9,1 pour cent en 2011.
- Le dollar canadien s'est apprécié de 21,8 pour cent par rapport au renminbi chinois entre les mois d'avril 2009 et 2010. Par conséquent, malgré des tarifs aériens moins élevés, le coût moyen d'un séjour de 10 nuits au Canada pour les voyageurs chinois, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait augmenter de 7,6 pour cent au troisième trimestre 2010, comparativement à la même période en 2009. Heureusement, la compétitivité des prix du Canada devrait demeurer stable, alors que le coût d'un voyage semblable vers des destinations concurrentes (É.-U., France, Allemagne, Royaume-Uni et Australie) devrait augmenter en moyenne de 5,4 pour cent pendant le trimestre.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre d'arrivées de Chinois au Canada a augmenté de 0,2 pour cent en 2009, mais il a diminué de 3,4 pour cent au cours des deux premiers mois de 2010, par rapport à l'année précédente. Par contre, selon l'OTTI, le nombre de voyages à partir de la Chine (y compris Hong Kong) à destination des É.-U. a grimpé de 10,4 pour cent au mois de janvier 2010 par rapport à l'année précédente.

- La hausse de la capacité aérienne directe entre la France et le Canada devrait atteindre 7,9 pour cent, pendant le troisième trimestre 2009, comparativement à l'année dernière.

L'indice des indicateurs avancés du tourisme donne à penser que l'amélioration des tendances de voyages, de la conjoncture et des tendances des fournisseurs devrait permettre à la Chine d'enregistrer une croissance modérée à court terme.

Australie - Tendances Touristiques Actuelles

Qantas enregistre une baisse marquée des rendements passagers au troisième trimestre : les dernières statistiques de Qantas Airways relatives au trafic montrent une légère augmentation (0,2 pour cent) du trafic passagers au mois de janvier 2010 (mesuré en PKP). Le nombre de passagers a augmenté de 5,7 pour cent par rapport à l'année précédente. Le nombre de passagers sur ses routes internationales (Qantas International et Jetstar International) a augmenté de 6 pour cent par rapport à l'année précédente, malgré une baisse de 7,7 pour cent du rendement passagers (recettes par PKP) de ce groupe. La compagnie aérienne a déclaré qu'un changement dans la composition des passagers internationaux en faveur de Jetstar, sa filiale à bas prix, portait atteinte à ses rendements internationaux.

La demande des Australiens pour les voyages à l'étranger demeure forte : selon le dernier Global Market Monitor réalisé par Tourism Australia, les voyages des Australiens à l'étranger ont enregistré une forte croissance au dernier trimestre 2009, soit de 14 pour cent par rapport à l'année précédente. En 2009, le volume de voyages à l'étranger a grimpé de 8 pour cent par rapport à 2008, avec une augmentation importante des destinations court- et long-courriers. Le nombre de voyages à destination des États-Unis a augmenté de 15 pour cent l'année dernière.

À l'opposé, le marché australien du tourisme intérieur a continué de s'affaiblir au cours du dernier trimestre 2009. Le nombre de voyages intérieurs de plus d'une nuit a reculé de 7 pour cent pendant le trimestre, et les dépenses liées au tourisme intérieur ont diminué de 4 pour cent. Le rapport indique que la valeur élevée du dollar australien continue d'attirer les voyageurs vers les destinations outre-mer, aux dépens des destinations intérieures.

Selon des articles de journaux récents, les aubaines relatives aux billets d'avion contribuent à alimenter l'intérêt pour les voyages outre-mer. Ils donnent aussi à penser que la campagne « No Leave, No Life » de Tourism Australia, qui visait à stimuler le tourisme intérieur, a malheureusement contribué à accroître l'intérêt pour les voyages à l'étranger.

Australie -- Indice Des Indicateurs Avancés Du Tourisme

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

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

Tendances économiques:

- L'indice économique avancé du Conference Board pour l'Australie a reculé de 0,2 pour cent au mois de janvier - la première baisse en huit mois. Malgré cette récente baisse, entre les mois d'août 2009 et février 2010, l'indice avancé s'est accru de 2,7 pour cent. Les forces et les faiblesses parmi les indicateurs avancés sont demeurées en grande partie équilibrées au cours des derniers mois. Le comportement récent de l'indice avancé donne à penser que l'expansion de l'économie se poursuivra à un rythme assez lent à court terme.

- Le dollar canadien s'est déprécié de 5,9 pour cent par rapport au dollar australien entre les mois d'avril 2009 et 2010. Cette dépréciation devrait entraîner une légère baisse de l'ensemble des coûts des voyages au Canada, malgré une augmentation minime (2,7 pour cent) du coût moyen des tarifs aériens. Pour les Australiens, le coût moyen d'un séjour de 10 nuits au Canada, comprenant le tarif aérien, les hôtels, les repas et autres éléments, devrait diminuer de 0,2 pour cent au cours du troisième trimestre 2010, par rapport à l'année dernière. Par contre, le coût moyen d'un voyage semblable vers des destinations concurrentes devrait enregistrer une baisse importante de 16,1 pour cent.

Tendances des voyageurs et des fournisseurs :

- Le nombre d'arrivées de voyageurs australiens a chuté de 14,1 pour cent en 2009, par rapport à ce qu'il était en 2008. Au cours des deux premiers mois de 2010, ce nombre a encore diminué, soit de 8,1 pour cent. Entre-temps, le nombre de voyageurs australiens aux É.-U. a grimpé de 21,9 pour cent au mois de janvier 2010, selon l'OTTI.
- Au troisième trimestre de 2010, la capacité aérienne directe entre le Canada et l'Australie devrait demeurer la même que l'année précédente.

La conjoncture semble se raffermir lentement, tout comme les tendances globales de voyages à l'étranger. Toutefois, la compétitivité des prix du Canada pour les voyageurs australiens devrait s'affaiblir à court terme, en raison d'une réduction importante du coût des voyages vers des destinations concurrentes. Par conséquent, selon l'indice des indicateurs avancés du tourisme, la baisse des voyages au Canada, sur douze mois, devrait se poursuivre à court terme.

Annexe : Indice des indicateurs avancés du tourisme — Méthodologie

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Facteurs économiques

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

Facteurs non économiques

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

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

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

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