Voyages intérieurs et voyages en provenance des États-Unis et d'outre-mer à destination du Canada

Analyse des perspectives du marché à court terme
Deuxième trimestre de 2006

Préparé par
le Conference Board of Canada

à l'intention de la
Commission canadienne du tourisme

Janvier 2006

APERÇU

La présente étude a pour but de cerner les perspectives à court terme en matière de voyages intérieurs et de voyages en provenance de l'étranger à destination du Canada au deuxième trimestre de 2006 (avril à juin), en analysant de façon opportune et rentable les données facilement accessibles sur le marché.

Données de catalogage avant publication de la Bibliothèque nationale du Canada

Vedette principale au titre :

Voyages intérieurs et voyages en provenance des États-Unis et d'outre-mer à destination du Canada : analyse des perspectives du marché, deuxième trimestre de 2006.

Irrégulier.
2002-
(Rapport de recherche)
Publ. aussi en anglais sous le titre : Domestic, U.S. and overseas travel to Canada.
Le sous titre varie.
Réalisé par le Conference Board du Canada.
ISSN 1708-5861
No de cat. IU85-1/2003-1F

1. Tourisme – Canada – Prévision.
2. Américains – Voyage -- Canada.
3. Tourisme – Aspect économique – Canada.
I. Conference Board of Canada.
II. Commission canadienne du tourisme.

G155.C3D65 338.4'79171'04648 C2003-980273-6

Table des matières

Résumé 1

Introduction 7

Aperçu économique 9

Perspectives quant aux voyages intérieurs au Canada, T2 2006 13

Perspectives quant aux voyages en provenance des États-Unis, T2 2006 . 17

Perspectives quant aux voyages en provenance du Mexique, T2 2006 23

Perspectives quant aux voyages en provenance du Royaume-Uni, T2 2006 27

Perspectives quant aux voyages en provenance de France, T2 2006 31

Perspectives quant aux voyages en provenance d'Allemagne, T2 2006 35

Perspectives quant aux voyages en provenance du Japon, T2 2006 39

Perspectives quant aux voyages en provenance de Corée du Sud, T2 2006 43

Perspectives quant aux voyages en provenance de Chine, T2 2006 47

Perspectives quant aux voyages en provenance d'Australie, T2 2006 51

Annexe 1 : Construction de l'indice de compétitivité des prix 55

Résumé

Contexte

L'*Analyse des perspectives du marché à court terme* présente des scénarios dans les principaux marchés sources de voyages au Canada. Les perspectives du trimestre en matière de réservations et les renseignements sur les marchés proviennent de l'*Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs, Analyse des perspectives du marché* (APM). Cette enquête a été réalisée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme (ICRT), division du Conference Board of Canada, pour la Commission canadienne du tourisme (CCT). Pour rehausser la qualité du présent rapport, des comptes rendus trimestriels internes et des sondages auprès d'importants voyagistes effectués par les bureaux de la CCT à l'étranger sont intégrés à l'analyse.

Étant donné que les perspectives analysées ne concernent que le deuxième trimestre de 2006, toutes les comparaisons de croissance d'une année à une autre sont établies par rapport au deuxième trimestre de 2005.

Faits saillants

Le tableau ci-dessous résume les perspectives pour les principaux marchés du Canada au deuxième trimestre de 2006 (comparativement au deuxième trimestre de 2005), selon les résultats de l'APM.

Perspectives à court terme pour les principaux marchés du Canada au T2 2006
(variation en pourcentage par rapport au T2 2005)

PAYS	SEGMENT DE MARCHÉ				
	AGRÉMENT – VOYAGES DE GROUPE	AGRÉMENT – VOYAGES INDIVIDUELS**	AGRÉMENT – TOTAL	VOYAGES D'AFFAIRES	TOTAL DANS L'ENSEMBLE
Canada	5,2 %	3,8 %	4,0 %	5,0 %	4,5 %
États-Unis	2,2 %	3,0 %	2,8 %	2,0 %	2,6 %
Mexique	4,0 %	8,8 %	6,7 %	*	6,2 %
Royaume-Uni	3,6 %	3,2 %	3,3 %	4,0 %	3,4 %
France	2,5 %	5,6 %	4,2 %	*	4,0 %
Allemagne	3,0 %	4,4 %	3,9 %	*	3,8 %
Japon	1,4 %	3,5 %	1,9 %	−1,5 %	1,4 %
Corée du Sud	*	*	*	*	3,5 %
Chine	6,7 %	7,4 %	6,9 %	*	6,9 %
Australie	6,7 %	4,4 %	4,9 %	*	4,9 %

* *Nombre de réponses insuffisant pour assurer la confidentialité.*

** *Voyage individuel à tous les égards*

Marchés nord-américains et sud-américains

Canada

Le regain de confiance des consommateurs canadiens à la fin de 2005 semble avoir fortement stimulé l'optimisme en matière de voyage. La plus récente enquête sur les intentions de voyager de l'Institut canadien de recherche sur le tourisme révèle que la demande de voyages a effectué une remontée en décembre, comparativement à la baisse sans précédent mise en évidence dans l'enquête d'octobre 2005. L'amélioration la plus remarquable est au chapitre des plans de vacances au pays, et bien que cette effervescence puisse avoir été attribuable à la saison des fêtes tout juste terminée, il n'en reste pas moins que les perspectives globales quant aux voyages intérieurs sont de nouveau plus réjouissantes.

Les participantes à l'APM prévoient que les voyages intérieurs progresseront de 4,5 % dans l'ensemble au deuxième trimestre de 2006 par rapport à l'an dernier. Les voyages d'agrément seront en hausse de 4 %, stimulés par une poussée de 5,2 % des réservations de voyages d'agrément de groupe, tandis que le segment des voyages individuels connaîtra une croissance de 3,8 %. Les réservations de voyages d'affaires ne sont pas en reste, elles grimperont de 5 % au deuxième trimestre de 2006. En fait, la demande grandissante de voyages d'affaires, soutenue par l'amélioration de la situation économique, devrait favoriser une hausse des tarifs aériens, des tarifs hôteliers et des tarifs de location de voitures au Canada cette année. Dans ce contexte optimiste, l'industrie du tourisme au Canada poursuivra sur la lancée des progrès accomplis l'an dernier.

États-Unis

À l'image de la reprise au Canada, la confiance des consommateurs américains, ébranlée à quelques reprises en 2005, termine l'année sur une note positive. Une fois les prix de l'énergie stabilisés et les prix de l'essence en léger recul, la confiance de nos voisins du Sud a atteint son plus haut niveau depuis que les ouragans ont dévasté la côte du golfe des États-Unis. Après une saison automnale touristique plutôt tranquille, ce sursaut de confiance a stimulé la demande de voyages hivernaux par les Américains. En matière de prévisions cependant, les prix élevés de l'énergie – qui devraient gonfler considérablement la facture de chauffage cet hiver – ainsi que les taux d'intérêt à la hausse incitent à la prudence s'agissant des perspectives de voyages en provenance des États-Unis.

Les participants à l'APM prévoient que les voyages des Américains au Canada seront un peu plus nombreux au deuxième trimestre de 2006, soit une hausse de 2,6 %, comparativement à l'an dernier. Le nombre de voyages d'agrément de groupe augmentera de 2,2 %, et le segment des voyages individuels sera en hausse de 3 %. Ainsi, les voyages d'agrément dans l'ensemble connaîtront une croissance de 2,8 % dans la période. En parallèle, les perspectives de voyages d'affaires en provenance des États-Unis sont un peu moins optimistes, le segment devant progresser de 2 % au deuxième trimestre de 2006, comparativement à l'an dernier.

Mexique

Les voyages en provenance du Mexique augmenteront sensiblement à brève échéance. Les participants à l'APM s'attendent à ce que les voyages d'agrément en provenance de ce pays augmentent de 6,7 % au deuxième trimestre de 2006, comparativement au même trimestre de 2005. C'est le segment des voyages individuels qui devrait enregistrer la croissance la plus importante mener le bal, lui qui augmentera de 8,8 %, tandis que les voyages de groupe suivront avec une croissance de 4 %. Selon divers intervenants de l'industrie touristique mexicaine, les destinations de vacances canadiennes voient leur popularité gagner du terrain auprès des voyageurs mexicains. Heureusement, la capacité aérienne directe entre le Mexique et le Canada devrait s'accroître de façon notable au deuxième trimestre de 2006, ce qui devrait

faire gonfler le nombre d'arrivées du Mexique. En fait, ce sont les transporteurs mexicains qui sont à l'origine de l'expansion de la capacité pour la plus grande part.

Marchés européens

Royaume-Uni

Tous s'entendent pour dire dans l'industrie touristique britannique que la demande de voyages dans ce pays poursuivra sur sa lancée à brève échéance, même si les prévisions concernant l'économie britannique sont moins optimistes. De plus en plus, les vacanciers britanniques sont en quête d'expériences touristiques, notamment de destinations culturelles, d'escapades en pleine nature et de lieux hors des sentiers battus. Leur disposition à franchir de grandes distances pour connaître ces expériences s'amplifie. En misant sur ces tendances, les destinations de ski canadiennes attirent un nombre grandissant de skieurs britanniques qui optaient auparavant pour des destinations européennes traditionnelles, et cet exploit en tourisme hivernal devrait contribuer à l'augmentation des visites des Britanniques au Canada dans l'ensemble.

Les participants à l'APM estiment que le tourisme dans l'ensemble provenant du Royaume-Uni croîtra de 3,4 % au deuxième trimestre de cette année, par rapport à l'an dernier. Les voyages d'agrément augmenteront de 3,3 %, sous l'impulsion d'une hausse de 3,2 % du segment des voyages individuels et d'une augmentation de 3,6 % des voyages de groupe. Pendant ce temps, les voyages d'affaires en provenance du Royaume-Uni augmenteront encore, à un rythme un peu plus soutenu, soit de 4 % au deuxième trimestre cette année comparativement à l'an dernier.

France

L'économie française stagnante, au ralenti en raison du peu d'intérêt des consommateurs et des entreprises à dépenser, assombrit les perspectives concernant le marché du voyage français. La reprise dans le secteur du tourisme, qui s'est amorcée à la fin de 2004, s'est poursuivie l'an dernier, mais la croissance a été modeste au mieux. Malheureusement, le coût du voyage de France au Canada continue de grimper depuis le début de 2005 dans la foulée du recul de l'euro par rapport au dollar canadien. Le tourisme français sera freiné davantage par une légère réduction de la capacité aérienne directe entre la France et le Canada pendant le trimestre printanier.

Néanmoins, les participants à l'APM prévoient une hausse de 4 % des visites françaises au Canada au deuxième trimestre de cette année. Les voyages individuels croîtront de 5,6 %, tandis que les voyages d'agrément de groupe augmenteront un peu moins, soit de 2,5 %. Par conséquent, le voyage d'agrément dans l'ensemble connaîtra une croissance de 4,2 % dans la période.

Allemagne

La remontée de la demande de voyages en Allemagne, qui a duré deux ans, s'essoufflera probablement en 2006. De fait, les prix du carburant élevés et l'intérêt du consommateur à la baisse découragent les voyageurs long-courriers. Après avoir connu une solide saison touristique estivale, les voyagistes allemands font état d'un ralentissement récent des réservations de vacances hivernales au Canada; la saison hivernale sera tout de même mieux que celle de l'an dernier. Même si l'euro s'est encore déprécié, sa vigueur relative, par rapport au dollar canadien et au dollar américain favorise les voyages en provenance d'Allemagne à destination de l'Amérique du Nord.

Concernant le deuxième trimestre de 2006, les participants à l'APM estiment que les visites des Allemands au Canada augmenteront de 3,8 % comparativement au même trimestre de l'an dernier. Le segment des voyages individuels mènera toujours le bal – il croîtra de 4,4 % dans la période, faisant ainsi bondir les voyages d'agrément dans l'ensemble de 3,9 %. Les prévisions quant aux voyages d'agrément de groupe ne sont pas aussi optimistes, les répondants prévoyant que le segment croîtra de 3 % durant le trimestre.

Asie–Pacifique

Japon

L'optimisme concernant le marché du voyage japonais s'est estompé dernièrement, même si l'économie du Japon continue sur sa lancée. Aux yeux des voyageurs japonais, le Canada comme destination perd du terrain au chapitre de la compétitivité des prix parce que le yen continue de perdre de la vigueur comparativement au dollar canadien. De plus, il est prévu que la capacité aérienne directe entre le Japon et le Canada diminuera remarquablement au trimestre printanier. Somme toute, certains facteurs sont venus refroidir l'ardeur des prévisions en matière de voyages en provenance du Japon.

Les participants à l'APM prévoient que les voyages en provenance du Japon augmenteront d'à peine 1,4 % au deuxième trimestre de cette année comparativement au même trimestre l'an dernier. Les prévisions s'agissant des voyages d'agrément individuels sont beaucoup plus optimistes que les perspectives quant aux voyages d'agrément de groupe (3,5 % contre 1,4 %). Tout bien pesé, la croissance du voyage d'agrément dans l'ensemble sera minime, soit de 1,9 %. En parallèle, les voyages d'affaires en provenance du Japon régresseront durant la période, une baisse de 1,5 % comparativement à l'an dernier.

Corée du Sud

Selon les participants à l'APM, les voyages en provenance de Corée du Sud augmenteront de 3,5 % au deuxième trimestre de cette année comparativement à l'an dernier. Les voyagistes interrogés par le bureau de la CCT en Corée sont plus optimistes encore, estimant que la vente de produits canadiens explosera à la saison printanière. Plusieurs des grands voyagistes prévoient miser sur la croissance de la demande de destinations canadiennes en mettant en œuvre des stratégies énergiques afin d'étendre leur part de marché. La seule source d'inquiétude véritable est la dépréciation du won coréen par rapport au dollar canadien, ce qui a pour effet d'accroître le prix du voyage de Corée au Canada. Néanmoins, les voyagistes coréens qualifient leurs perspectives quant aux voyages en provenance de la Corée à destination du Canada comme étant « très réjouissantes ».

Chine

Au deuxième trimestre de 2006, les voyages en provenance de Chine bondiront, comparativement au même trimestre de l'an dernier, selon les participants à l'APM. Tous segments confondus, le nombre de voyage d'agrément progressera de 6,9 % dans la période, sous l'impulsion de la hausse de 7,4 % des voyages individuels et de l'augmentation de 6,7 % des voyages de groupe.

Les perspectives concernant le marché du voyage chinois sont éminemment optimistes, et l'enthousiasme sera sans borne lorsque le Canada aura conclu l'entente avec la Chine concernant le statut de destination approuvé. Même si la capacité aérienne directe diminuera légèrement au trimestre printanier, l'accès aérien entre les deux pays s'est énormément amélioré dernièrement, en prévision de la croissance future du tourisme chinois. Plus important encore, la plus grande expansion à brève échéance de la capacité aérienne sera décrétée par les transporteurs chinois. Somme toute, la situation économique favorable et les solides tendances en matière de voyage appuient encore des perspectives optimistes concernant le marché du voyage chinois.

Australie

Les participants à l'APM prévoient une croissance de 4,9 % des voyages en provenance d'Australie à destination du Canada au trimestre printanier. Les voyages d'agrément de groupe bondiront de 6,7 % au deuxième trimestre de cette année, comparativement à l'an dernier, tandis que les voyages d'agrément individuels augmenteront de 4,4 %. En outre, la capacité aérienne entre les deux pays sera plus grande au trimestre printanier, ce qui devrait favoriser les voyages entre les deux pays. Enfin, l'avantage concurrentiel du Canada sous l'angle des prix en tant que destination aux yeux des voyageurs australiens tient le coup, malgré que la monnaie australienne ait perdu de sa vigueur dernièrement comparativement au dollar canadien. Tout compte fait, la stabilité tant du point de vue des tendances touristiques que de la situation économique, justifie des perspectives favorables concernant le marché du voyage australien.

Données statistiques sur le tourisme international, Statistique Canada

Voyages d'une nuit ou plus au Canada de janvier à novembre 2005

PAYS	VOYAGES-PERSONNES	VARIATION PAR RAPPORT À 2004 (%)
États-Unis	**13 549 987**	**−4,6**
Mexique	**179 039**	**9,1**
Europe	**2 229 771**	**6,9**
Royaume-Uni	857 698	8,4
France	340 229	6,1
Allemagne	323 260	5,5
Pays-Bas	116 228	1,7
Italie	93 051	4,6
Asie	**1 241 293**	**3,3**
Japon	419 011	0,6
Corée du Sud	178 609	−0,2
Taïwan	95 619	−8,8
Hong Kong	105 623	−6,9
Chine (continentale)	111 734	13,6
Océanie	**232 328**	**13,0**
Australie	191 651	13,5

Source : Enquête sur les voyages internationaux, Statistique Canada.

Introduction

L'*Analyse des perspectives du marché à court terme* présente un aperçu des perspectives quant à la conjoncture économique et aux voyages dans les principaux marchés touristiques (intérieurs et étrangers) du Canada à la saison touristique à venir. L'objectif premier du rapport consiste à appuyer la Commission canadienne du tourisme (CCT) et ses nombreux partenaires de l'industrie du tourisme dans la planification efficace de leurs activités à court terme.

L'*Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs, Analyse des perspectives du marché* (APM) représente la principale source d'information sur les réservations et les marchés. Cette enquête a été mise au point et elle est administrée par l'Institut canadien de recherche sur le tourisme (ICRT), division du Conference Board of Canada. Les personnes interrogées, qui représentent une vaste gamme d'importants fournisseurs touristiques et agents récepteurs au Canada et aux États-Unis, décrivent de façon générale leurs réservations à court terme. En réponse aux questions, elles indiquent également des renseignements supplémentaires sur les éléments fondamentaux qui influencent les tendances de réservation dans leurs entreprises touristiques.

À souligner que les données collectées pour les besoins de l'APM sont confidentielles, et qu'elles ne paraissent pas dans le rapport si la confidentialité ne peut être assurée. Les résultats de l'APM sont diffusés sous forme de compilation. Il n'y a donc aucune mention comme telle des réponses individuelles.

Dans ce compte rendu des perspectives à court terme de l'industrie, les résultats de l'APM sont accompagnés, à titre de complément d'information, de renseignements collectés par les bureaux de la CCT à l'étranger. Ces renseignements sur les marchés proviennent des rapports trimestriels sur la situation des principaux marchés touristiques ainsi que des aperçus du marché offerts par d'importants voyagistes étrangers. D'autres renseignements pertinents sur les marchés sont issus d'études menées par le Conference Board of Canada et de divers bulletins d'information.

Nouveauté – l'indice de compétitivité des prix

L'indice de compétitivité des prix touristiques est une nouveauté qui apporte désormais un complément d'information à l'aperçu économique et touristique qu'offre l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*. La comparaison entre les prix des produits touristiques canadiens et les prix des produits concurrents sur la scène internationale est un aspect important de la compétitivité mondiale du Canada en tant que destination touristique. L'indice de compétitivité des prix est calculé en fonction du prix des billets d'avion, des hôtels, des repas et d'autres coûts assumés par les touristes au Canada comparativement aux prix dans les destinations concurrentes.

Élément désormais permanent de l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*, l'indice de compétitivité des prix sera utile en tant que point de référence dans la surveillance de l'évolution de l'établissement des prix dans les principaux marchés et de la compétitivité relative du Canada. Tandis que le numéro marquant l'arrivée de l'indice a été axé sur la présentation des points de repère, le présent numéro et les numéros qui suivront seront centrés sur l'analyse des changements dans la compétitivité du Canada du point de vue des prix.

En plus de l'indice de compétitivité des prix global, applicable à l'échelle du pays, une analyse supplémentaire a débouché sur la précision d'un indice distinct dans quatre régions du Canada. La répartition régionale retenue est la même que celle couramment utilisée dans l'*Analyse des perspectives du marché à court terme* : Canada atlantique, Ontario et Québec, Manitoba et Saskatchewan, et Alberta et Colombie-Britannique.

À l'annexe 1 sur la construction de l'indice de compétitivité des prix, figurent la méthode et les sources d'information utilisées pour élaborer l'indice de compétitivité des prix. Il est fort probable que ce nouvel élément qu'est l'indice de compétitivité des prix soit perfectionné au fil de la parution des prochains rapports.

Aperçu économique

Perspectives mondiales

Au rythme de 3 % l'an dernier, la croissance économique mondiale n'a pas fléchi sous la flambée des prix de l'énergie. Cette croissance respectable est principalement attribuable au comportement exceptionnel de l'économie des États-Unis, où les dépenses de consommation continuent d'aller bon train et les investissements des entreprises augmentent à un taux à deux chiffres, pour contrecarrer l'effet dévastateur des ouragans et de la hausse des taux d'intérêt. L'économie chinoise gonflée à bloc et la reprise de l'économie japonaise ont également stimulé la croissance de l'économie mondiale l'an dernier.

Même s'il est prévu que la croissance ralentisse légèrement en 2006, pour s'établir à 2,8 %, l'économie mondiale demeurera solide. L'économie des États-Unis et celle de la Chine connaîtront une baisse, qui sera compensée dans une certaine mesure par une hausse des activités au Japon et dans certains pays européens. En outre, l'économie mondiale respirera mieux car les prix de l'énergie fléchiront quelque peu. Le fait que la Réserve fédérale américaine s'apprête à mettre un terme à sa série d'augmentations de 25 points du taux des fonds fédéraux aura également une influence favorable sur l'économie mondiale.

Amérique du Nord

La forte poussée économique dans les trois pays a donné lieu à une croissance réelle du produit intérieur brut (PIB) de 3,6 % en Amérique du Nord l'an dernier. Chef de file de ces trois pays, les États-Unis s'enorgueillissent d'une croissance de 3,6 % malgré certaines difficultés. Pour sa part, le Canada affiche la croissance la plus basse (2,9 %), lui dont les exportations sont ralenties par la vigueur de son dollar. Cette année, l'économie nord-américaine connaîtra une croissance légèrement inférieure, soit 3,4 %. Les économies du Canada et du Mexique croîtront à un rythme soutenu, tandis que l'économie des États-Unis ne parviendra pas à maintenir la même cadence.

De nouveau, la conjoncture américaine est caractérisée par de graves difficultés cette année, notamment le ralentissement des dépenses de consommation comme en témoignent les ventes de véhicules et de maisons. Les dépenses de consommation sont également freinées par la réaction des ménages devant la hausse des taux d'intérêt, soit d'emprunter moins et d'épargner plus. Par contre, les dépenses d'investissement continueront d'aller bon train grâce à une rentabilité accrue ainsi qu'à la hausse de la marge de profit des entreprises. Les exportations connaîtront également un essor solide en raison de la stabilité prévue du dollar américain et de la forte croissance de l'économie mondiale.

Amérique du Sud

Le discours politique anti-américain qui à cours au Venezuela et en Bolivie fait craindre que les pays de l'Amérique du Sud rejettent tour à tour la thèse du marché en libre concurrence. Malgré l'émergence en force de la gauche dans certains pays du continent, il n'y a pas lieu de croire à un changement radical de la scène politique de la région. Après tout, le gouvernement du Brésil, élu sur la foi d'un programme électoral caractérisé par le changement radical, a par la suite mis en œuvre des politiques macroéconomiques très judicieuses. De même, le Chili, dont l'économie est la plus solide de la région, a pour ainsi dire effectué le virage vers le marché parfaitement concurrentiel dans les dernières années, et adopté le libre-échange avec des pays dont le Canada. Fort de ses réserves pétrolières apparemment inépuisables, le Venezuela peut se permettre le luxe d'une politique anti-américaine. Ailleurs dans la région, la plupart des administrations publiques ont opté pour des mesures économiques prudentes destinées à contenir à la fois l'inflation et la dette.

La croissance réelle du PIB en Amérique du Sud sera de 3,9 % cette année, près des 4,1 % enregistrés en 2005. Même si la croissance ralentira légèrement au Venezuela, en Argentine et au Chili cette année, la forte poussée de l'économie du Brésil, la plus grande économie de la région, compensera le ralentissement. La croissance de l'économie du Brésil sera stimulée par les faibles taux d'intérêt et la forte demande externe. Toute l'Amérique du Sud, à l'exception du Venezuela, profitera d'une fluctuation modérée des prix du pétrole cette année, ce qui devrait permettre de maintenir l'inflation sous contrôle.

Europe

L'économie de l'Europe stagne encore; cette apathie est principalement attribuable à la faiblesse des économies de l'Allemagne et de l'Italie. En fait, la croissance du PIB réelle a été à peine perceptible, environ 1,2 %, au premier semestre de l'an dernier. Heureusement qu'elle s'est ragaillardie dans la seconde moitié de 2005 grâce à la reprise des investissements et des exportations. En revanche, la hausse récente des taux d'intérêt en Europe nuira à la consommation et aux investissements cette année, ce qui abrégera la reprise.

Les perspectives économiques à brève échéance en Europe varieront, de nouveau, selon le comportement des principales économies. Bien que les économies de France et du Royaume-Uni continuent de croître à un rythme soutenu, les économies de l'Allemagne et de l'Italie ne pourront pas en dire autant. Dans l'ensemble, la croissance réelle du PIB devrait être de 2,1 % cette année, pas beaucoup plus que l'augmentation de 1,6 % l'an dernier. Ce sont les petites économies d'Europe qui afficheront les meilleurs taux de croissance, particulièrement les pays de l'Est, ainsi que l'économie de l'Espagne qui connaîtra une autre bonne année.

Asie–Pacifique

L'économie de la région a connu un essor de plus de 4 % l'an dernier grâce principalement à la forte croissance des exportations. Pendant la plus grande partie de l'an dernier, les exportations de Chine se sont accrues à un rythme annuel d'au moins 25 %. Ce n'est pas le cas des autres pays de la région où les exportateurs de Malaisie, de Corée du Sud et du Japon sont inquiets à l'idée de perdre du terrain au profit du géant chinois. Cette inquiétude tient à la sous-évaluation du yuan ainsi qu'à l'énorme avantage de la Chine du point de vue du coût de la main-d'œuvre. Cependant, de plus en plus, les exportateurs s'entendent pour dire que, somme toute, la Chine favorise le potentiel de croissance des exportations des autres pays de la région.

L'optimisme des perspectives économiques de la région en 2006 relève de plus de la baisse de la pression inflationniste. L'inflation a bondi en Inde, Malaisie, Thaïlande et Indonésie au cours de l'été et de l'automne derniers quand les gouvernements respectifs ont éliminé les coûteuses subventions pétrolières. Par la suite, les banques centrales ont haussé les taux d'intérêt, et la mesure semble avoir été efficace à contenir l'inflation. Malgré que les taux d'intérêt aient grimpé en flèche depuis 2004, ils sont encore bas d'après les points de repère historiques et ils ne devraient pas ternir les perspectives économiques dans la région cette année. Tout bien pesé, la croissance réelle du PIB de la région de l'Asie-Pacifique devrait s'élever à 3,9 % en 2006.

Taux de change

Comparaison des taux de change de décembre 2004 à décembre 2005
Variation en pourcentage des taux de change de certains pays

	Dollar canadien	Dollar américain	Livre sterling	Euro	Yen japonais	Won coréen	Peso mexicain	Dollar australien
Dollar canadien	-	5,0 %	15,9 %	18,5 %	19,8 %	2,2 %	−0,5 %	8,7 %
Dollar américain	−4,8 %	-	10,4 %	12,8 %	14,1 %	−2,7 %	−5,2 %	3,1 %
Livre sterling	−13,7 %	−9,4 %	-	2,2 %	3,4 %	−11,8 %	−14,1 %	−6,6 %
Euro	−15,6 %	−11,4 %	−2,2 %	-	1,1 %	−13,7 %	−16,0 %	−8,6 %
Yen japonais	−16,5 %	−12,4 %	−3,3 %	−1,1 %	-	−14,7 %	−16,9 %	−9,6 %
Won coréen	−2,1 %	2,7 %	13,4 %	15,9 %	17,2 %	-	−2,6 %	5,9 %
Peso mexicain	0,5 %	5,5 %	16,4 %	19,0 %	20,3 %	2,6 %	-	8,7 %
Dollar australien	−7,6 %	−3,0 %	7,1 %	15,9 %	10,7 %	−5,6 %	−2,6 %	-

Source : The Pacific Exchange Rate Service

Perspectives quant aux voyages intérieurs au Canada, T2 2006

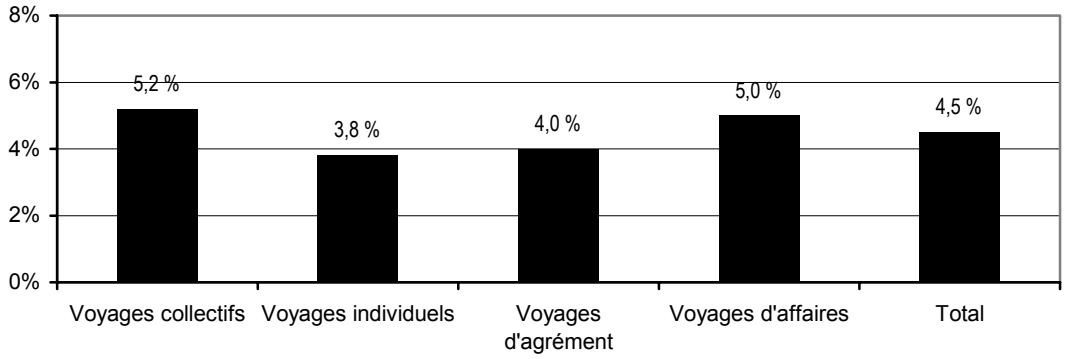
Aperçu économique

L'économie canadienne a maintenu le cap l'an dernier. La croissance réelle du PIB s'est établie à 2,8 % malgré la hausse rapide du taux de change. La vigueur de la devise canadienne a stimulé les importations, mais a affaibli les exportations globales. L'économie canadienne s'adapte encore au remarquable changement structural posé par la hausse fulgurante du prix des matières premières et l'appréciation subséquente du dollar. La nouvelle donne favorise certaines industries et régions, mais occasionne de grandes difficultés à d'autres. Les manufacturiers canadiens notamment sont confrontés au recul de leur compétitivité mondiale, conséquence de l'appréciation de 33 % du dollar canadien.

Même si le secteur manufacturier accusera probablement un recul, les perspectives économiques générales au Canada sont très bonnes en ce début de 2006. Plus précisément, le revenu disponible augmentera considérablement en 2006 parce que le salaire réel et le taux d'emploi seront plus élevés et que certaines provinces bénéficieront d'un allégement fiscal. La possibilité d'un dégrèvement fiscal par le nouveau gouvernement améliore davantage les perspectives. Ces mesures compenseront largement l'influence négative de la hausse des taux d'intérêt sur les dépenses de consommation. En outre, combinées au redressement des échanges commerciaux, ces mesures propulseront la croissance réelle du PIB à 3,1 % cette année.

Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs

Perspectives à court terme – T2 2006
Voyages intérieurs d'une nuit ou plus
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : Analyse des perspectives du marché, T2 2006, Institut canadien de recherche sur le tourisme

Les perspectives du marché – à la lumière des réservations auprès des fournisseurs touristiques et agents de voyages récepteurs canadiens – laissent entrevoir une croissance de 4,5 % de l'ensemble des réservations de voyages intérieurs au deuxième trimestre de 2006, par rapport à l'an dernier.

Selon les participants à l'APM, les voyages de groupe mèneront encore le bal avec une hausse de 5,2 % comparativement à l'an dernier, suivis des voyages individuels qui connaîtront une croissance de 3,8 %. Il s'ensuit que les voyages d'agrément augmenteraient dans l'ensemble de 4 % par rapport au même trimestre de 2005. Dans la période, les voyages d'affaires bondiront de 5 % comparativement à l'an dernier.

Du point de vue des tendances régionales en matière de voyages intérieurs, les participants à l'APM prévoient une augmentation de 5,5 % des voyages en Alberta et Colombie-Britannique et de 3,8 % vers des destinations en Ontario et au Québec. La région couvrant le Manitoba et la Saskatchewan accueillera 3 % de plus de touristes du pays au deuxième trimestre de 2006, tandis que les voyages intérieurs dans le Canada atlantique seront 4,2 % plus nombreux que ceux de l'an dernier.

Tendances touristiques

Les entreprises canadiennes prévoient que le nombre de voyages d'affaires, tant sur le plan du nombre que des dépenses, croîtra encore, selon des prévisions récentes de *Canadian Alliance of Business Travel*. L'Alliance a établi ses prévisions sur la foi des résultats d'un sondage auprès des gestionnaires des déplacements d'affaires de 18 entreprises au Canada. La majorité de ces gestionnaires (89 %) prévoient augmenter leurs dépenses en matière de voyages d'entreprise en mai 2006. Plus de la moitié (59 %) d'entre eux s'attendent également à ce que le nombre de voyages d'affaires soit plus élevé cette année qu'en 2005.

American Express (Amex) a déjà prévu que la demande de voyages d'affaires à la hausse fera grimper les tarifs aériens, les tarifs hôteliers et les tarifs de location de voitures au Canada cette année. Plus précisément, les tarifs aériens (classe économique) intérieurs au pays augmenteront dans une proportion allant de 5 % à 8 %, comparativement à 2005, tandis que les tarifs aériens (classe affaires) des itinéraires internationaux augmenteront de 2 % à 5 %. Les tarifs hôteliers des établissements de niveau intermédiaire augmenteront de 3 %, cependant que les tarifs des établissements luxueux bondiront de 4 %. De même, les entreprises canadiennes de location de voitures pour motifs d'affaires verront leurs tarifs augmenter pour la peine (de 6 % ou 7 %).

En parallèle, le marché semble favorable à l'industrie hôtelière canadienne, comme en témoignent les résultats du quatrième trimestre de 2005 de l'Enquête sur la situation des entreprises de l'industrie de l'hébergement de Statistique Canada. L'enquête prévoit que les taux d'occupation au dernier trimestre demeureront stables, et les répondants semblent manifester un enthousiasme accru quant aux perspectives globales : 38 % des répondants n'éprouvaient pas de difficulté sur ce plan au moment de l'enquête, comparativement à 32 % au trimestre précédent. Dans le groupe aux prises avec certains problèmes, les deux problèmes les plus courants sont le recrutement de travailleurs qualifiés (23 % des répondants) et le recrutement de la main-d'œuvre non qualifiée (22 %). L'offre de chambres plus grande que la demande et la situation économique générale sont classées au troisième rang à égalité des problèmes mentionnés; ils sont le lot de 21 % des répondants.

La situation semble s'améliorer également pour l'industrie aérienne canadienne. Malgré le coût exorbitant du carburant, Air Canada et WestJet ont terminé 2005 fiers d'avoir accompli d'énormes progrès par rapport à 2004, grâce notamment à la baisse de la tension concurrentielle. Les deux transporteurs ont bénéficié d'une hausse importante du trafic passager dans l'année ainsi que d'une meilleure rentabilité. WestJet a fait remarquer dernièrement qu'il a été en mesure d'aligner ses tarifs en fonction de ses coûts.

Confiance des consommateurs et intentions de voyager selon le Conference Board of Canada

Après avoir connu une hausse pendant deux mois consécutifs, l'indice de confiance des consommateurs du Conference Board a reculé légèrement en décembre. En fait, l'indice général a perdu 3,4 points pour s'établir à 116,2; le déclin est attribuable principalement à la baisse de l'optimisme concernant les perspectives d'emploi et les gros achats. L'opinion des consommateurs sur leur situation financière actuelle et future est à toutes fins utiles la même.

Ce sont les provinces du centre du pays qui sont à l'origine de l'effritement de la confiance des consommateurs : l'indice a chuté de 7,4 points en Ontario et de 3,8 points au Québec. Les consommateurs des Prairies ont mieux tenu le coup avec une légère diminution de 1,9 point, tandis que l'indice en Colombie-Britannique n'a pas bronché. Le Canada atlantique fait bande à part, la région affiche une nette amélioration de l'indice de confiance – un gain de 8,5 points en décembre, qui a couronné de fortes hausses en octobre et en novembre.

Indice de confiance du consommateur (1991=100)

	2005-09	2005-10	2005-11	2005-12
Indice de confiance du consommateur	107,9	111,1	119,6	116,2

Source : The Conference Board of Canada

Le regain de confiance du consommateur canadien dans les derniers mois de 2005 a suscité un fort enthousiasme à l'égard des voyages, selon la plus récente enquête sur les intentions de voyager de l'Institut canadien de recherche sur le tourisme. Une enquête particulière menée en décembre 2005 révèle que les intentions de voyager sont revenues à des niveaux stables après avoir chuté de manière sans précédent en octobre 2005. Des 2 000 Canadiens interrogés en décembre, 54 % prévoyaient s'accorder des vacances hivernales avant avril 2006, comparativement à 33 % en octobre.

Le plus gros des nouvelles intentions de voyager concernent des voyages hivernaux intérieurs. Dans l'enquête d'octobre 2005, seuls 12 % des répondants avaient prévu des vacances hivernales à une destination canadienne. Dans l'enquête de décembre 2005, cette proportion est passée à 28 %. Bien que cette variation puisse être attribuable en partie à la saison des fêtes à peine terminée, il est évident que les perspectives globales quant aux voyages intérieurs se sont améliorées. Toutefois, la croissance sera limitée dans une certaine mesure par des facteurs qui rendent la situation de l'industrie difficile, notamment le prix de l'essence qui est de près de 36 % plus élevé que le prix de l'an dernier. Les prix de l'essence élevés, combinés aux coûts de l'énergie plus élevés dans l'ensemble et aux taux d'intérêt à la hausse freineront sans doute les dépenses de voyage cette année.

Projets de vacances d'hiver (de novembre 2005 à avril 2006) (Pourcentage des Canadiens interrogés)

	DÉCEMBRE 2005	OCTOBRE 2005	OCTOBRE 2004
Projets de vacances d'hiver (toutes destinations)	53,9	32,7	41,9
Canada	27,6	12,4	18,0
États-Unis	11,2	8,3	10,4
Autres destinations internationales	13,8	10,4	12,4
Ne sait pas/refuse de répondre	1,3	1,6	1,1

Source : l'Institut canadien de recherche sur le tourisme

Synthèse des perspectives concernant le deuxième trimestre de 2006

Le regain de confiance du consommateur canadien dans les derniers mois de 2005 a suscité un énorme enthousiasme à l'égard des voyages. La plus récente enquête sur les intentions de voyager de l'Institut canadien de recherche sur le tourisme révèle que les intentions sont revenues à des niveaux stables en décembre après avoir connu une chute sans précédent en octobre 2005. La plus grande amélioration est au chapitre des projets de vacances au pays, plus précisément de vacances hivernales. Bien que ce changement puisse être attribuable en partie à la saison des fêtes tout juste terminée, les perspectives générales quant aux voyages intérieurs ont assurément pris du mieux.

Les participants à l'APM prévoient que le nombre de voyages intérieurs augmentera de 4,5 % dans l'ensemble au deuxième trimestre de 2006, par rapport à l'an dernier. Les voyages d'agrément progresseraient de 4 %, sous l'impulsion de la hausse de 5,2 % des voyages de groupe, tandis que le nombre de voyages individuels croîtrait de 3,8 %. Les voyages d'affaires ne sont pas en reste, les réservations seront également plus nombreuses, une hausse de 5 % au deuxième trimestre de 2006.

De fait, la demande de voyages d'affaires grandissante, propulsée par la situation économique qui s'améliore, devrait contribuer à l'augmentation des tarifs aériens, des tarifs hôteliers et des tarifs de location de voitures au Canada cette année. L'industrie touristique canadienne serait ainsi en mesure de poursuivre sur la lancée des progrès accomplis l'an dernier. Néanmoins, l'avancée sera modeste, en raison des problèmes auxquels l'industrie est toujours confrontée, notamment le prix de l'essence de près de 36 % supérieur à celui de l'an dernier. Le prix de l'essence élevé, les coûts globaux de l'énergie plus élevés également et les taux d'intérêt à la hausse freineront probablement les dépenses de voyage cette année.

Perspectives quant aux voyages en provenance des États-Unis, T2 2006

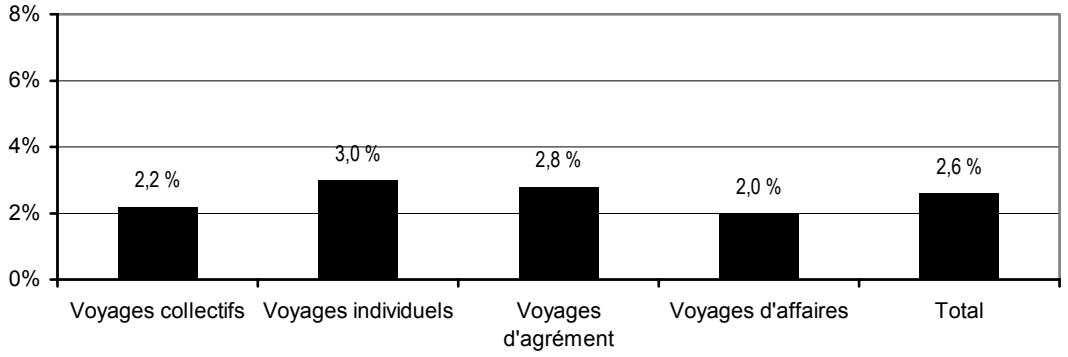
Aperçu économique

L'économie américaine a surmonté un certain nombre de difficultés en 2005 pour croître d'environ 3,6 %. Les ouragans ont fait perdre près de 300 000 emplois et causé des dommages matériels évalués à 100 milliards de dollars. En parallèle, la flambée des prix du pétrole et de l'essence a fait grimper la facture d'énergie du pays et doubler la valeur des importations américaines en énergie par rapport aux deux années précédentes. L'économie s'en est bien tirée malgré tout, grâce à l'inflation limitée, à de solides gains en emploi, à la marge de profit accrue des entreprises, à un solide marché immobilier et aux dépenses de consommation à la hausse.

Malheureusement, l'économie américaine connaîtra une autre année difficile en 2006. Les dépenses de consommation seront freinées par la réaction des ménages devant les taux d'intérêt à la hausse et le ralentissement de la vente de maisons. En outre, les ouragans Katrina et Rita ont occasionné des dépenses imprévues de la part du gouvernement, de l'ordre de 60 à 100 milliards de dollars. L'allègement fiscal prévu fera fondre les réserves fédérales encore plus dans les cinq prochaines années. Heureusement que la rentabilité accrue des entreprises ainsi que les marges bénéficiaires en hausse continuent de stimuler les investissements des entreprises. De plus, les exportations croîtront sous l'effet de la stabilisation prévue de la valeur du dollar américain et de la solide croissance de l'économie mondiale. Somme toute, la croissance réelle du PIB américain ne sera que légèrement inférieure à celle de l'an dernier, soit 3,5 % en 2006.

Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs

Perspectives à court terme – T2 2006
Voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance des États-Unis
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : Analyse des perspectives du marché, T2 2006, Institut canadien de recherche sur le tourisme

Les participants à l'APM sont d'avis que le nombre de voyages en provenance des États-Unis augmentera légèrement dans l'ensemble au deuxième trimestre de 2006, dans une proportion de 2,6 % par rapport à l'an dernier. Les voyages d'agrément de groupe progresseraient de 2,2 %, tandis que les voyages individuels grimperont de 3 %. Par conséquent, le voyage d'agrément dans l'ensemble croîtra de 2,8 % dans la période. D'autre part, les perspectives de voyages d'affaires au Canada en provenance des États-Unis sont un peu moins optimistes : ce segment devrait connaître une croissance de 2 % au deuxième trimestre cette année, par rapport à l'an dernier.

En ce qui concerne les destinations régionales des touristes américains au deuxième trimestre cette année, les participants au sondage estiment que l'Alberta et la Colombie-Britannique bénéficieront de la plus grande augmentation du nombre de touristes américains (près de 3 %), devant l'Ontario et le Québec (près de 2,6 %). Le Canada atlantique et le Manitoba et la Saskatchewan afficheront des augmentations respectives de 1,7 % et de 1,5 %, comparativement au même trimestre en 2005.

Comme ils l'ont déjà mentionné dans les autres sondages, les répondants précisent que la vigueur relative du dollar canadien par rapport au dollar américain dissuade les voyageurs américains de venir au pays en raison du prix élevé des produits, particulièrement en ce qui concerne le segment des voyages en auto. À l'opposé, le segment des voyages aériens ne semble pas souffrir autant du taux de change défavorable que le segment des voyages en auto.

Tendances touristiques

Selon la *Travel Industry Association of America* (TIA), les voyages d'agrément en provenance des États-Unis croîtront de 2,4 % cet hiver (de décembre à février). Cette croissance porterait le nombre total de voyages d'agrément hivernaux à 251 millions, un niveau record en saison hivernale. La TIA appuie ses prévisions sur le fait que l'amélioration de la conjoncture économique aux États-Unis insuffle un vent d'optimisme sur les voyages, à la suite d'une saison touristique automnale plutôt terne.

Somme toute, la TIA a prévu une croissance de 4 % des voyages intérieurs aux États-Unis et de 7 % des voyages en provenance de l'étranger dans toute l'année 2005. Dans la même année, les dépenses des touristes devaient s'élever à 646 milliards de dollars américains, en hausse de 7,8 % par rapport à 2004. Les prévisions de l'Association concernant 2006 sont plus prudentes cependant, en raison des répercussions inévitables des prix élevés de l'énergie – qui devraient faire grimper considérablement la facture de chauffage cet hiver – et de l'économie américaine qui modérera son rythme. Les voyages d'agrément intérieurs aux États-Unis augmenteront de 2 % cette année, alors que les voyages aux États-Unis en provenance de l'étranger bondiront de 5,5 %. Dans l'ensemble, les dépenses des touristes aux États-Unis devraient augmenter de 4,4 % comparativement à 2005.

L'enquête d'Amex de publication récente, *2006 Expense Management Benchmark Survey*, prévoit que les entreprises américaines hausseront leurs dépenses en matière de voyages d'affaires. Parmi les directeurs des services financiers interrogés (provenant surtout de moyennes entreprises), 47 % prévoient que les dépenses de divertissement et de voyage de leur organisation augmenteront de près de 10 % en 2006, et 9 % s'attendent à ce que la hausse soit plus grande. Près du tiers des personnes interrogées sont d'avis que les budgets de divertissement et de voyage en 2006 seront les mêmes qu'auparavant, tandis que 11 % des répondants s'attendent à ce que leurs budgets diminuent. Les répondants s'attendent à ce que les budgets augmentent non seulement parce qu'ils prévoient une augmentation du nombre de voyages mais également parce qu'ils prévoient une hausse des tarifs. Amex fait également remarquer que les entreprises appliqueront probablement avec plus de rigueur leurs directives sur les déplacements d'affaires cette année, afin d'économiser le plus possible et d'éliminer les abus au chapitre des comptes de dépenses.

En parallèle, la demande de voyages aériens est toujours forte, dans la foulée de la tendance à la hausse observée tout au long de 2005. La solidité de la demande, combinée à l'augmentation constante des tarifs et au léger répit du prix du carburant, améliore quelque peu la situation des transporteurs américains, qui traversent des années très difficiles. Certains analystes sont même d'avis qu'il pourrait y avoir un revirement de situation en 2006 pour l'industrie aérienne américaine. La capacité aérienne intérieure devrait reculer cette année, ce qui atténuera la concurrence et permettra aux transporteurs de hausser encore les tarifs aériens intérieurs.

Confiance des consommateurs américains et intentions de voyager selon le Conference Board, Inc.

Après la dégringolade en septembre et en octobre, sans précédent dans les deux dernières années, la confiance du consommateur américain s'est ressaisie à la fin de 2005, comme en fait foi l'indice de confiance des consommateurs du Conference Board, Inc. L'indice global a bondi de 13,1 points en novembre et encore de 5,3 points en décembre pour s'établir à 103,6 – l'indice le plus élevé depuis la catastrophe causée par les ouragans. D'après le Conference Board, l'économie résiliente, les prix de l'essence en recul et la vigueur du marché de l'emploi aux États-Unis ont tous contribué au regain de confiance du consommateur américain.

Pour les consommateurs, les perspectives à court terme poursuivent sur la lancée de la reprise en novembre suivie d'une autre augmentation en décembre. La proportion des pessimistes quant à la conjoncture a baissé de 11,5 % en novembre et 18,5 % en octobre à 9,2 %. Les optimistes ont perdu un point, par rapport à la proportion de 18,1 % en décembre, mais ils demeurent plus nombreux que la proportion en octobre (14,1 %). Les attentes quant à l'emploi et l'enthousiasme envers les niveaux de revenu futur n'ont pas vraiment changé depuis novembre et décembre, mais les répondants étaient alors beaucoup plus optimistes que dans les deux mois précédents.

Indice de confiance du consommateur (1985=100)

	2005-09	2005-10	2005-11	2005-12 (P)*
Indice de confiance du consommateur	87,5	85,2	98,3	103,6
Situation actuelle	110,4	107,8	113,2	121,5
Attentes (dans les six mois)	72,3	70,1	88,4	91,6

Source : The Consumer Research Center, The Conference Board Inc., États-Unis

** données préliminaires*

D'après le sondage de décembre 2005 du Conference Board, Inc. sur les intentions de voyager, 44 % des Américains interrogés prévoient s'accorder des vacances dans les six prochains mois, soit une réduction de 4,5 % par rapport au sondage de décembre 2004. Ce sont les intentions de voyager au pays qui ont diminué le plus, de 39,4 % l'année précédente à 35,2 %. La proportion des répondants planifiant un voyage à l'étranger est à peu près la même que celle de l'année précédente, à savoir 9,9 %.

Rien de surprenant à ce que le mode de transport en voyage de moins en moins populaire soit l'automobile. Ainsi, 20,6 % des consommateurs américains interrogés prévoient un voyage en automobile dans les six prochains mois, alors qu'ils étaient 25,5 % l'année précédente. La proportion des répondants prévoyant un voyage d'agrément en avion est à toutes fins utiles la même que celle de l'année précédente, à 0,1 % près, soit 18,6 %.

Intentions de voyager dans les six prochains mois (Pourcentage désaisonnalisé)

	JUIN 2005	AOÛT 2005	OCTOBRE 2005	DÉCEMBRE 2005 (P)*
Projets de vacances (toutes destinations)	42,4	43,2	45,4	44,0
États-Unis	35.5	35.2	38.4	35.2
À l'étranger	8.5	9.5	8.5	9.9

Source : The Consumer Research Center, The Conference Board, Inc., États-Unis

** données préliminaires*

Capacité aérienne des États-Unis au Canada, OAG Worldwide

Comme le mode de transport choisi pour se rendre à une destination est un facteur essentiel à la planification et à la concrétisation d'un voyage, la capacité aérienne entre les États-Unis et le Canada a été examinée. Les renseignements examinés proviennent d'OAG Max, produit d'OAG Worldwide, qui offre de l'information sur la capacité aérienne dans le monde entier. L'importance de l'accès aérien tient à ce que la croissance de segments touristiques particuliers est liée à l'amélioration de cet accès.

Sièges disponibles sur les vols en partance des États-Unis à destination du Canada (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
à destination du Canada (total)	3 840 135	3 818 022	−0,6 %
C.-B.-Alberta	1 242 809	1 217 136	−2,1 %
Manitoba-Saskatchewan	117 305	113 223	−3,5 %
Ontario-Québec	2 401 489	2 420 495	0,8 %
Canada atlantique	76 876	65 608	−14,7 %

Source :OAG Worldwide

Le nombre de sièges disponibles en janvier 2006 sur les vols directs entre les États-Unis et le Canada devrait diminuer légèrement (−0,6 %) au deuxième trimestre de 2006 comparativement au même trimestre en 2005. Cette réduction de la capacité aérienne pourrait limiter la croissance des voyages aériens en provenance des États-Unis dans la période.

Capacité du transport aérien des États-Unis vers des destinations concurrentes

La comparaison des services aériens offerts dans des destinations américaines faisant concurrence au Canada sur le marché américain des voyages constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique. Le tableau ci-dessous illustre le degré et l'évolution du service aérien direct vers les destinations intérieures aux États-Unis qui représentent la concurrence principale s'agissant d'attirer les voyageurs américains court courrier et moyen courrier. Selon les plus récentes données d'OAG, la capacité aérienne sur les vols intérieurs sans escale aux États-Unis baissera considérablement au deuxième trimestre cette année, par rapport à l'an dernier.

Sièges disponibles pour les voyages intérieurs aux États-Unis (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
Destinations américaines intérieures	236 364 533	222 843 551	−5,7 %

Source : OAG Worldwide

Indice de concurrence des prix

Dans l'optique d'attirer des voyageurs américains au Canada, les destinations les plus comparables sont celles aux États-Unis. En règle générale, le marché intérieur américain est le principal concurrent du Canada s'agissant des escapades de fin de semaine et des courts voyages. Dans ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de quatre nuitées, en dollars américains. Selon le plus récent indice, la compétitivité des prix au Canada dans le marché américain au deuxième trimestre de cette année sera inférieure de 1 % à celle du premier trimestre de l'année (76,6 contre 77,3). Ce recul ramène le Canada au niveau du dernier trimestre de 2005. Dans l'ensemble, l'indice détermine que la région de l'Alberta et de la Colombie-Britannique est la région où la concurrence est la plus forte au Canada pour les voyageurs américains.

Indice de concurrence des prix – voyageurs américains se rendant au Canada (séjour de quatre nuitées en dollars américains)

DESTINATIONS CONCURRENTES	TARIF AÉRIEN (ALLER-RETOUR)	HÔTEL	REPAS	AUTRES ÉLÉMENTS	TOTAL	INDICE (CANADA=100)
Canada	937 $	613 $	336 $	306 $	2 192 $	100,0
Canada atlantique	992 $	548 $	314 $	306 $	2 160 $	98,6
Ontario-Québec	938 $	677 $	333 $	306 $	2 255 $	102,9
Manitoba-Sask.	1 090 $	523 $	326 $	306 $	2 245 $	102,4
Alberta-C.-B.	906 $	557 $	352 $	306 $	2 121 $	96,8
É.-U. (intérieur)	521 $	553 $	198 $	406 $	1 678 $	76,6

Sources : The Conference Board of Canada; U.S. General Services Administration; Banque mondiale; Association du transport aérien international (IATA); American Express Business Travel Monitor.

Synthèse des perspectives concernant le deuxième trimestre de 2006

À l'image de la hausse de confiance constatée au Canada, la confiance du consommateur américain a repris du terrain à la fin de 2005 après avoir été ébranlée au cours de l'année. Quand les prix de l'énergie se sont stabilisés et que les prix de l'essence ont commencé à régresser, la confiance du consommateur américain a bondi à son plus haut niveau depuis la catastrophe causée par les ouragans. Après une saison touristique automnale sans grand intérêt, la confiance ragaillardie a un effet favorable sur les perspectives générales de la demande de voyages aux États-Unis.

Les participants à l'APM prévoient que les voyages des Américains au Canada augmenteront d'à peine 2,6 % au deuxième trimestre de cette année, comparativement à l'an dernier. Les voyages d'agrément de groupe progresseront de 2,2 %, tandis que les voyages individuels augmenteront de 3 %. Par conséquent, le voyage d'agrément dans l'ensemble connaîtra une croissance de 2,8 % dans la période. En parallèle, les perspectives quant aux voyages d'affaires des Américains au Canada sont un peu moins optimistes : la croissance serait de 2 % au deuxième trimestre cette année, comparativement à l'an dernier.

Comme ils l'ont déjà mentionné dans d'autres sondages, les répondants sont d'avis que la vigueur relative du dollar canadien dissuadera encore les voyageurs américains de venir au pays, particulièrement ceux du marché transfrontalier des voyages en auto. La confusion semée par les changements apportés à la réglementation américaine quant à la nécessité du passeport participe elle aussi probablement au recul des voyages transfrontaliers. Qui plus est, les prix de l'énergie élevés – qui feront considérablement grimper la facture de chauffage cet hiver – ainsi que les taux d'intérêt à la hausse sont deux motifs de plus qui incitent à la prudence dans le marché des voyages américains. Somme toute, quelle que soit la croissance à brève échéance des visites américaines au Canada, elle sera modeste au mieux.

Perspectives quant aux voyages en provenance du Mexique, T2 2006

Aperçu économique

En dépit des dommages causés par les ouragans dans la région du golfe du Mexique, qui ont entraîné un ralentissement de la production, l'économie mexicaine a crû d'un solide 3,1 % en 2005. Même si les ouragans ont perturbé la production pétrolière et les activités de raffinage dans le golfe, les secteurs des services et de l'agriculture ont augmenté la cadence, ce qui a contré les effets néfastes des ouragans.

La demande intérieure au Mexique s'est consolidée tout au long de l'année sous l'impulsion du dynamisme des dépenses de consommation et des investissements fixes. Le taux d'inflation qui recule n'est pas loin de l'objectif officiel (3 %), et la banque centrale mexicaine n'a pas hésité à baisser les taux d'intérêt à trois reprises l'automne dernier. La même tendance est prévue en 2006, ce qui aura un effet positif sur les dépenses de consommation et d'investissement. À vrai dire, l'actif en immobilisations prend enfin de l'ampleur, ce qui accroît le potentiel de croissance économique du pays. Les facteurs combinés de la vigueur des exportations d'énergie, de la croissance des exportations de biens manufacturiers aux États-Unis, et de la solide hausse des dépenses d'investissement et de consommation feront bondir l'économie mexicaine de 3,5 % en 2006.

Tendances touristiques

Le nombre de voyages d'agrément en partance du Mexique à destination de l'étranger a grimpé de près de 5 % en 2005, selon le rapport du dernier trimestre du bureau de la CCT au Mexique. Les voyages en plus forte croissance sont ceux vers l'Amérique du Sud, l'Asie et l'Afrique, qui ont augmenté de 23 %, puis ceux en Europe qui ont progressé de 13 %. Les voyages aux États-Unis ont augmenté de 7,5 %, tandis que ceux au Canada ont connu une hausse de 8,5 %.

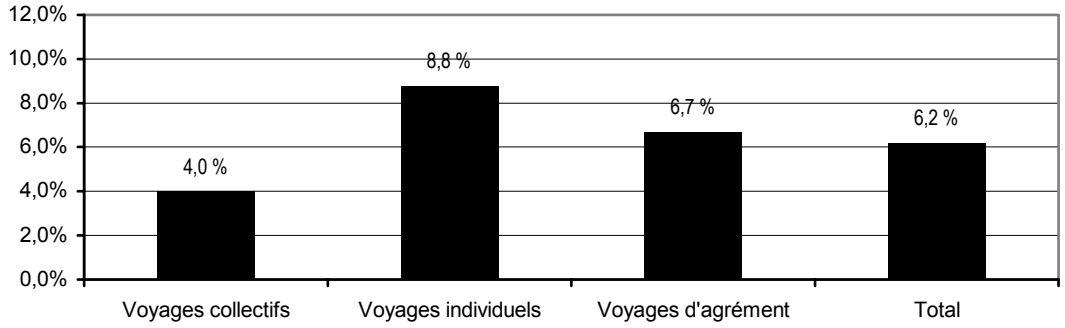
Le bureau de la CCT au Mexique mentionne également que les destinations canadiennes sont de plus en plus populaires parmi les voyageurs mexicains, et ce au détriment des destinations américaines. Cette tendance est attribuable principalement à la réglementation plus souple du Canada quant au passage frontalier et au taux de change plus favorable. Le ski est le principal motif de voyage au Canada. Il y a trois grandes saisons des voyages dans le marché mexicain : l'été (les voyages familiaux), l'hiver et les vacances de Pâques (la Semaine sainte).

En parallèle, le crédit à la consommation est une pratique de plus en plus courante, qui favorise les dépenses de consommation, selon l'agence de presse Reuters. En moyenne, le crédit à la consommation a augmenté de 47,6 % par an dans les trois dernières années. La tendance se maintiendra probablement, la conjoncture économique mexicaine étant stable et le crédit à la consommation étant relativement bas comparativement à celui d'autres pays.

Le nombre de voyages aériens intérieurs au Mexique pourrait doubler dans les trois prochaines années, selon l'agence de presse Bloomberg, les transporteurs à bas prix multipliant l'offre. Environ 40 millions de Mexicains voyagent par autocar chaque année, et environ la moitié de ces voyageurs pourraient opter désormais pour l'avion, selon le gouvernement du Mexique. Interjet, premier transporteur à bas prix au départ de Mexico a pris son envol en décembre en proposant des tarifs qui, dans certains cas, sont inférieurs à ceux des autocars de luxe. En outre, les tarifs d'Interjet sont beaucoup plus bas que les tarifs intérieurs des grandes compagnies aériennes mexicaines, Mexicana et Aeromexico.

Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs

Perspectives à court terme – T2 2006
Voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance du Mexique
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : Analyse des perspectives du marché, T2 2006, Institut canadien de recherche sur le tourisme
Les voyages d'affaires ne sont pas précisés, faute d'un nombre suffisant de réponses pour assurer leur confidentialité.

Selon les participants à l'APM, les voyages en provenance du Mexique augmenteront dans l'ensemble de 6,2 % au deuxième trimestre de 2006 par rapport à l'an dernier. Les voyages individuels dominent les prévisions avec une croissance de 8,8 %, tandis que les voyages de groupe n'augmenteront que de 4 %. Par conséquent, les voyages d'agrément connaîtront dans l'ensemble une hausse de 6,7 % par rapport au même trimestre de 2005.

Capacité du transport aérien du Mexique au Canada, OAG Worldwide

On prévoit que la capacité des vols directs en provenance du Mexique bondira de 21,8 % au deuxième trimestre de l'année, comparativement à la même période l'an dernier. Cette hausse notable devrait contribuer à l'augmentation du nombre de touristes mexicains en séjour au Canada dans la période.

Sièges disponibles sur les vols en partance du Mexique à destination du Canada (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
Canada (total)	81 011	98 634	21,8 %
C.-B.-Alberta	27 687	26 476	−4,4 %
Saskatchewan-Manitoba	140	240	71,4 %
Ontario-Québec	51 024	70 958	39,1 %
Canada atlantique	2 160	960	−55,6 %

Source : OAG Worldwide

Capacité du transport aérien du Mexique vers des destinations concurrentes

La comparaison des services aériens en partance du Mexique vers des destinations faisant concurrence avec le Canada sur le marché mexicain des voyages est un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique internationale. Le tableau ci-dessous présente le degré et l'évolution du service aérien direct vers des destinations long-courriers concurrentes à la prochaine saison touristique.

Sièges disponibles sur les vols en partance du Mexique vers des destinations internationales (T2 – avril à juin)

Sièges disponibles sans escale	2005 (direct)	2006 est. (direct)	Variation entre 2005 et 2006
vers les États-Unis	3 230 727	3 355 412	3,9 %
vers l'Espagne	97 882	118 858	21,4 %

Source : OAG Worldwide

Dans la comparaison d'une année sur l'autre, on prévoit que la capacité des vols directs vers des destinations touristiques concurrentes augmentera au deuxième trimestre de l'année. L'accès aérien entre le Mexique et l'Espagne s'améliorera dans une proportion de 21,4 % dans la période et dans une proportion de 3,9 % concernant l'accès aérien entre le Mexique et les États-Unis.

Indice de compétitivité des prix

Dans l'optique d'attirer les voyageurs mexicains au Canada, les destinations qui se prêtent le mieux à la comparaison sont les États-Unis et l'Espagne. Dans ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix repose sur le coût du séjour type de sept nuitées, en pesos mexicains. Le dernier indice indique que la compétitivité des prix du Canada dans le marché des voyages mexicains au deuxième trimestre de l'année sera inférieure d'environ 1 % à celle des États-Unis et de 2 % à celle de l'Espagne, comparativement au premier trimestre de l'année. Tandis que le dernier recul de l'indice de compétitivité des prix ramène les États-Unis au niveau du quatrième trimestre de l'an dernier, l'Espagne continue de se démarquer de ce point de vue. De façon générale, l'indice révèle que les prix au Canada sont encore plus compétitifs dans ce type de voyage que ceux en Espagne, mais l'écart rétrécit. À l'exception de la région de l'Ontario et du Québec, les autres régions du Canada sont sur un pied d'égalité en matière de compétitivité des prix pour les voyageurs mexicains au deuxième trimestre de 2006.

Indice de compétitivité des prix – voyageurs mexicains se rendant au Canada (séjour de sept nuitées en pesos mexicains)

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres éléments	Total	Indice (Canada=100)
Canada	5 950 $	11 398 $	6 246 $	5 699 $	29 294 $	100,0
Atlantique	6 600 $	10 189 $	5 835 $	5 699 $	28 323 $	96,7
Ontario-Québec	5 663 $	12 596 $	6 190 $	5 699 $	30 147 $	102,9
Manitoba-Sask.	6 791 $	9 729 $	6 064 $	5 699 $	28 284 $	96,6
Alberta/C.-B.	5 930 $	10 362 $	6 538 $	5 699 $	28 530 $	97,4
États-Unis	3 742 $	10 285 $	3 683 $	7 550 $	25 260 $	86,2
Espagne	8 896 $	13 306 $	6 717 $	4 347 $	33 266 $	113,6

Sources : The Conference Board of Canada; U.S. General Services Administration; Banque mondiale (parité des pouvoirs d'achat); Expedia; SideStep.

Synthèse des perspectives concernant le deuxième trimestre de 2006

Les voyages en provenance du Mexique bénéficieront d'une solide croissance à court terme. Les participants à l'APM prévoient que les voyages d'agrément en provenance du Mexique augmenteront de 6,7 % au deuxième trimestre de l'année, comparativement au même trimestre l'an dernier. Au chapitre de la croissance, les voyages individuels mènent le bal, en hausse de 8,8 %, tandis que les voyages de groupe accusent un retard avec une augmentation de 4 %. D'après diverses sources d'information dans l'industrie touristique mexicaine, les destinations de vacances canadiennes gagnent toujours de la popularité auprès des voyageurs mexicains. Ce qui n'empêche rien, la capacité sur les vols directs entre le Mexique et le Canada devrait augmenter pour la peine (21,8 %) au deuxième trimestre de l'année sur une base annuelle. Tous ces facteurs concourront à favoriser les séjours des Mexicains au Canada, notamment parce que ce sont les grandes compagnies aériennes du pays qui proposeront la plus grande augmentation de la capacité aérienne.

Perspectives quant aux voyages en provenance du Royaume-Uni, T2 2006

Aperçu économique

La croissance économique du Royaume-Uni a ralenti la cadence, de 3,2 % en 2004 à moins de 2 % l'an dernier. Même au ralenti, l'économie s'est montrée plutôt résiliente dans l'adversité. Les problèmes, dont certains persisteront en 2006, comprennent les prix élevés de l'énergie, l'essoufflement du marché de l'habitation, les taux d'intérêt élevés et un fardeau fiscal à la hausse. L'économie n'a tout de même pas faibli au point de faire mentir sa réputation de croissance des dix dernières années – réputation qu'elle maintiendra d'ailleurs cette année grâce à la croissance réelle prévue du PIB de 2,1 %. L'économie doit sa solidité à la résilience du secteur des services et à la vigueur du marché de l'emploi, qui l'ont d'ailleurs empêchée de sombrer en 2005. Le ralentissement de la croissance est attribuable principalement au secteur manufacturier, qui accuse du retard en raison de la faiblesse de la demande d'exportation de la part des économies de la zone euro. Le regain de production manufacturière, sous l'effet de la hausse de la demande d'exportation provenant d'Europe, est à l'origine de la légère reprise économique prévue en 2006. La faiblesse relative de la livre sterling comparativement à l'euro devrait également stimuler les exportations cette année.

Tendances touristiques

La plupart des agents de voyages britanniques s'attendent à ce que les réservations au premier trimestre de l'année soient supérieures à celles de la même période de l'an dernier, selon un récent sondage d'Amadeus sur Travelmole.com. Des 185 agents interrogés, 82 % prévoient une hausse des réservations au premier trimestre. Quant à l'ampleur de la hausse prévue, le groupe est divisé en proportions plutôt égales : environ le tiers prévoit une hausse de 5 %, le tiers une hausse de 10 % et le tiers restant une hausse de 20 %. Les répondants mentionnent également que les voyageurs sont plus nombreux à avoir réservé leurs vacances d'hiver 2005-2006 et leurs vacances d'été 2006 encore plus à l'avance que ceux de l'an dernier.

Le marché des voyages britannique s'est « complètement transformé dans les dernières années », loin des vacances traditionnelles au profit de séjours indépendants et d'aventure, en vertu de *Expanding Horizons*, analyse du marché récente de Thomson Holidays. Cette étude de Thomson indique que le voyageur britannique est de plus en plus en quête d'expériences, notamment de destinations culturelles, de séjours en nature et de lieux hors des sentiers battus. Elle met également en relief l'émergence du marché des célibataires, en précisant que 28 % des répondants britanniques ont voyagé seuls et que 50 % ont indiqué qu'ils voyageraient seuls.

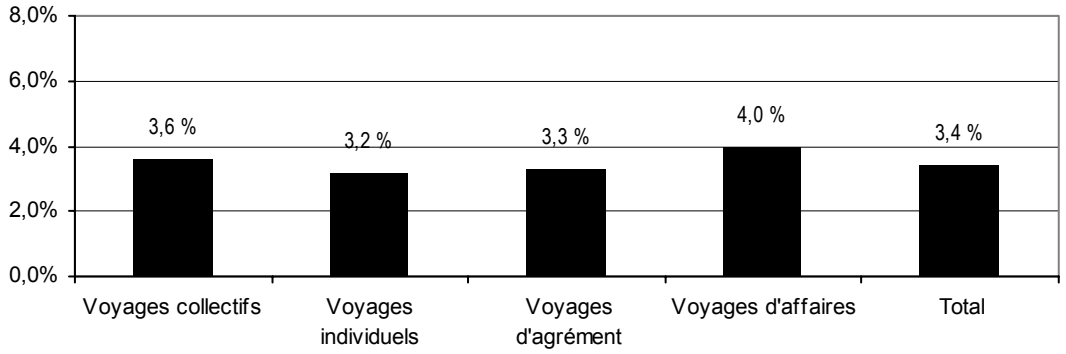
Dans une récente synthèse de la situation commerciale, First Choice, voyagiste britannique, indique que la réservation des forfaits habituels en saison hivernale devançait, à la fin novembre, de 4 % celle de l'année précédente. De plus, les réservations en prévision de l'été 2006 sont en hausse de 7 %. L'agence confirme que les destinations long-courriers et les vacances d'aventure prennent les devants, au détriment des destinations rapprochées.

Les vacances de ski gagnent en popularité auprès des voyageurs britanniques, selon le plus récent rapport trimestriel du bureau de la CCT au Royaume-Uni. Le voyagiste Trailfinders fait état d'une augmentation de 36 % des réservations de vacances de ski cet hiver, comparativement à l'an dernier. La qualité et la diversité de l'offre de séjours de ski en Amérique du Nord attirent un nombre croissant de voyageurs britanniques, lesquels délaissent les destinations de ski européennes traditionnelles. Le voyagiste attribue cette tendance au désir grandissant de se rendre plus loin et à la quête croissante d'aventure du voyageur britannique.

En parallèle, l'instance aéroportuaire britannique rapporte une croissance de 3 % du trafic passager aux sept aéroports britanniques pendant l'année 2005, par rapport à 2004. Le trafic long-courrier dans l'ensemble a augmenté de 8,2 %, quoique les itinéraires en Atlantique du Nord aient connu une hausse de fréquentation d'à peine 1,2 % L'achalandage des itinéraires européens a grimpé de 4,2 %, alors que le nombre de passagers sur les vols nolisés a chuté de 8,7 %. Le trafic intérieur a augmenté de 2 %.

Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs

Perspectives à court terme – T2 2006
Voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance du Royaume-Uni
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : Analyse des perspectives du marché, T2 2006, Institut canadien de recherche sur le tourisme

Selon les participants à l'APM, les voyages en provenance du Royaume-Uni augmenteront dans l'ensemble de 3,4 % au deuxième trimestre de l'année, par rapport à l'an dernier. Les voyages d'agrément seraient en hausse de 3,3 %, sous l'impulsion de l'augmentation de 3,2 % des voyages individuels et de 3,6 % des voyages de groupe. D'autre part, les voyages d'affaires au Canada en provenance du Royaume-Uni devraient surpasser encore les voyages d'agrément au deuxième trimestre de 2006, progressant de 4 % par rapport à l'an dernier.

En examinant la croissance prévue selon les régions du Canada, les répondants s'attendent à ce que les voyages en provenance du Royaume-Uni à destination de l'Alberta et de la Colombie-Britannique soient en hausse de 3,6 % et que ceux à destination de l'Ontario et du Québec augmentent de 3,2 % au deuxième trimestre de 2006.

Capacité du transport aérien du Royaume-Uni au Canada, OAG Worldwide

Selon les données de janvier 2006, le nombre de sièges disponibles sur les vols directs entre le Royaume-Uni et le Canada devrait être à peu près le même au deuxième trimestre de 2006 qu'il l'était au même trimestre de 2005. La capacité aérienne pourrait donc entraver la croissance du nombre de touristes britanniques au Canada prévu dans la période.

Sièges disponibles sur les vols directs en partance du Royaume-Uni à destination du Canada (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
Canada (total)	493 538	495 286	0,4 %
C.-B.-Alberta	155 508	155 937	0,3 %
Ontario-Québec	316 950	316 175	−0,2 %
Canada atlantique	21 080	23 174	9,9 %

Source : OAG Worldwide

Capacité du transport aérien du Royaume-Uni vers des destinations concurrentes

La comparaison des services aériens offerts au Royaume-Uni vers des destinations faisant concurrence au Canada sur le marché britannique des voyages représente un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique l'augmentation ou la diminution des services aériens vers des destinations éloignées concurrentes dans la prochaine saison touristique.

Sièges disponibles sur les vols en partance du Royaume-Uni vers des destinations concurrentes sur la scène internationale (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE EN PARTANCE DU ROYAUME-UNI	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
vers les États-Unis	3 000 781	3 028 998	0,9 %
vers la Chine	81 142	108 456	33,7 %
vers l'Afrique du Sud	237 615	234 715	−1,2 %
vers le Kenya, le Nigeria, le Ghana	186 366	214 270	15,0 %
vers le Brésil	61 880	60 515	−2,2 %
vers le Mexique	20 852	23 732	13,8 %

Source : OAG Worldwide

La capacité aérienne sur les vols directs en partance du Royaume-Uni vers des destinations touristiques désireuses elles aussi d'attirer les voyageurs long-courriers britanniques devrait augmenter de façon notable au deuxième trimestre de l'année, comparativement à l'an dernier. La plus forte augmentation est prévue sur les vols vers la Chine (33,7 %), le Mexique (13,8 %) et l'Afrique du sud du Sahara (Kenya, Nigeria et Ghana) (15 %). La capacité aérienne sur les vols directs en direction de l'Afrique du Sud et du Brésil diminuera légèrement, tandis que les vols directs vers les États-Unis bénéficieront d'une légère hausse.

Indice de compétitivité des prix

Dans l'optique d'attirer les voyageurs britanniques au Canada, les destinations qui exercent la plus vive concurrence sont les États-Unis, la Chine, l'Afrique du Sud, l'Afrique du sud du Sahara (plus précisément le Kenya, le Nigeria et le Ghana) et l'Amérique latine (en particulier le Brésil et le Mexique). Dans ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de sept nuitées en livres sterling. Dans le groupe de ces destinations, le Canada sera la destination la moins compétitive du point de vue des prix en vertu de l'indice. Malheureusement, le plus récent indice révèle que l'écart s'élargira, comparativement au premier trimestre de 2006. Les régions les plus compétitives sous l'angle des prix au Canada, pour les voyageurs britanniques au deuxième trimestre de l'année, seront le Canada atlantique et l'Ontario et le Québec.

Indice de compétitivité des prix – voyageurs du Royaume-Uni se rendant au Canada
(Séjour de sept nuitées en livres sterling)

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres éléments	Total	Indice (Canada=100)
Canada	389 £	614 £	337 £	307 £	1 646 £	100,0
Atlantique	437 £	549 £	314 £	307 £	1 608 £	97,7
Ontario-Québec	286 £	679 £	333 £	307 £	1 605 £	97,5
Manitoba-Sask.	520 £	524 £	327 £	307 £	1 678 £	101,9
Alberta/C.-B.	500 £	558 £	352 £	307 £	1 718 £	104,3
États-Unis	352 £	554 £	198 £	407 £	1 512 £	91,8
Chine	379 £	625 £	374 £	80 £	1 459 £	88,6
Afrique du Sud	479 £	518 £	226 £	67 £	1 289 £	78,3
Afrique du sud du Sahara (Kenya, Nigeria, Ghana)	417 £	610 £	277 £	132 £	1 435 £	87,2
Amérique latine (Brésil et Mexique)	499 £	570 £	246 £	178 £	1 494 £	90,7

Sources : The Conference Board of Canada; U.S. General Services Administration; Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat); Expedia; SideStep

Synthèse des perspectives concernant le deuxième trimestre de 2006

En dépit d'une situation économique plutôt terne, la plupart des intervenants de l'industrie touristique britannique s'entendent pour dire que la demande de voyages au pays poursuivra sur sa lancée à court terme. Les études de marché récentes révèlent que la nature de cette demande s'est transformée, loin des vacances traditionnelles au profit de voyages indépendants et d'aventure. Un rapport précise que les voyageurs britanniques sont de plus en plus en quête d'expériences comme des destinations culturelles, des séjours en nature et des lieux hors des sentiers battus. Ils sont également plus disposés à voyager sur de longues distances pour vivre ces expériences. Ces tendances ont favorisé les destinations de ski canadiennes au détriment des destinations de ski européennes traditionnelles, et devraient contribuer à favoriser la croissance du nombre de touristes britanniques au Canada dans l'ensemble.

Les participants à l'APM prévoient que les voyages en provenance du Royaume-Uni augmenteront globalement de 3,4 % au deuxième trimestre de l'année, comparativement à l'an dernier. Les voyages d'agrément croîtront de 3,3 %, sous l'impulsion de la hausse de 3,2 % des voyages individuels et de la hausse de 3,6 % des voyages de groupe. En parallèle, les voyages d'affaires en partance du Royaume-Uni à destination du Canada augmenteront à un rythme un peu plus soutenu, en hausse de 4 % au deuxième trimestre comparativement à l'an dernier.

Perspectives quant aux voyages en provenance de France, T2 2006

Aperçu économique

L'économie française s'est accélérée au rythme de 1,6 % l'an dernier – mieux que l'économie allemande, mais loin derrière l'Espagne sa voisine. L'économie a été freinée par la croissance minime des dépenses de consommation et des investissements d'entreprises. Ce sont les exportations qui pour la plus grande partie ont propulsé l'économie, grâce à l'influence favorable de la compétitivité des prix en euros.

À l'instar de l'Allemagne, la France doit remanier sa structure économique. Dans le système actuel, l'économie stagne plus qu'elle ne croît véritablement, le déficit du pays gonfle, le taux de chômage poursuit son ascension et l'écart entre les classes sociales se creuse davantage. Pour l'essentiel, cet ancien modèle favorise ceux qui ont un emploi, particulièrement les travailleurs du secteur agricole et les syndicats du secteur public. Pourtant, aucun changement ne pointe à l'horizon et la distance qui sépare la classe politique au pouvoir et la majorité votante s'agrandit. Le taux de chômage demeurera donc au-dessus de la barre des 9 % en 2006. Dans l'ensemble, l'économie gagnera du terrain avec une croissance de 1,9 %, attribuable principalement à la reprise prévue de la production industrielle.

Tendances touristiques

En France, le marché du voyage en ligne continue de prendre de l'expansion rapidement, et le segment prédominant du marché est le groupe d'âge des 50 ans et plus, selon le dernier rapport trimestriel du bureau de la CCT en France. Environ 71 % des internautes français âgés de 50 ans ou plus ont acheté un voyage en ligne dans les 12 derniers mois. En général, les produits de voyage en ligne se diversifient, et il s'agit de moins en moins d'affaires conclues à la dernière minute et à bon marché, au fil de l'émergence de voyagistes en ligne proposant des produits de luxe, comme Thalasso. En outre, la période de réservations en ligne s'allonge.

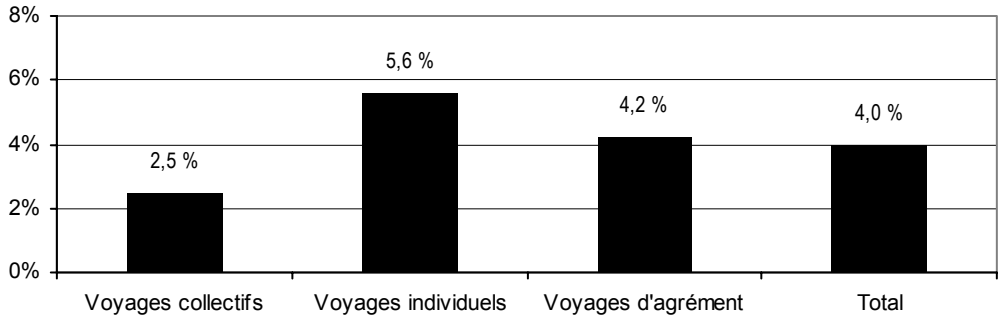
Le rapport trimestriel indique également que les voyages d'affaires français ont augmenté de près de 2,3 % en 2005, comparativement à 2004. Pour la plupart des voyagistes, la relance amorcée à la fin de 2004 dans le tourisme s'est poursuivie en 2005. L'Association professionnelle de solidarité du tourisme (APS), association touristique française, est fière d'annoncer que les fermetures d'agences de voyages ont été moins nombreuses en 2005, après le triste record en 2004.

Le trafic passager sur les itinéraires d'Air France-KLM était toujours en hausse à la fin de décembre, en raison de la forte demande concernant presque tous les itinéraires du monde. Dans les trois premiers trimestres de l'exercice du transporteur (avril à décembre 2005), le trafic passager tous vols confondus a grimpé de 6,6 %, pour s'établir à 50,4 millions. Le nombre de passagers sur les vols à destination de l'Amérique du Nord et de l'Amérique du Sud a augmenté de 12,3 %, tandis que les itinéraires courts et moyens courriers (en France et dans le reste de l'Europe) ont connu une hausse d'achalandage de 5,6 %.

En décembre, le Parlement a approuvé un plan prévoyant l'imposition d'une taxe sur le billet d'avion de tous les vols en partance de France à compter du 1er juillet 2006, afin d'être en mesure de financer des initiatives de développement pour combattre la pauvreté mondiale. Cette taxe variera de 1 à 4 euros sur le billet en classe économique, selon la distance franchie, et de 10 à 40 euros sur le billet en classe affaires. Selon un bulletin d'actualité de Reuters, le gouvernement de France prévoit que cette mesure permettra de collecter 210 millions d'euros par an destinés à l'aide internationale. De son côté, l'industrie aérienne européenne s'inquiète des conséquences de la redevance sur la demande de voyages aériens et la rentabilité de l'industrie aérienne.

Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs

Perspectives à court terme – T2 2006
Voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance de France
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre l'an dernier)



Source : Analyse des perspectives du marché, T2 2006, Institut canadien de recherche sur le tourisme
Les voyages d'affaires ne sont pas précisés, faute d'un nombre suffisant de réponses pour assurer leur confidentialité.

Selon les participants à l'APM, les voyages en provenance de France augmenteront dans l'ensemble de 4 % au deuxième trimestre de l'année, par rapport à la même période l'an dernier. Dans la même veine que les trimestres précédents, les voyages individuels progresseront davantage que les voyages de groupe, à savoir 5,6 % contre 2,5 %, dans la période. Il s'ensuit que les voyages d'agrément dans l'ensemble grimperont de 4,2 % au deuxième trimestre de 2006 comparativement à l'an dernier.

Capacité du transport aérien de France au Canada, OAG Worldwide

Selon les prévisions, la capacité des vols directs entre la France et le Canada au deuxième trimestre de 2006 reculera légèrement (−0,8 %) par rapport à l'an dernier. Malheureusement, la capacité aérienne pourrait limiter la croissance des voyages au Canada en provenance de France dans cette période.

Sièges disponibles sur les vols directs en partance de France à destination du Canada (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
Canada (total)	199 048	197 523	−0,8 %
Ontario-Québec	199 048	197 523	−0,8 %

Source : OAG Worldwide

Capacité du transport aérien de France vers des destinations concurrentes

La comparaison des services offerts en France vers des destinations faisant concurrence au Canada sur le marché français des voyages représente un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous illustre l'augmentation des services aériens vers des destinations long-courriers concurrentes à la prochaine saison touristique.

Sièges disponibles sur les vols en partance de France vers d'autres destinations internationales (T2 – avril à juin)

Sièges disponibles sans escale en partance de France	2005 (direct)	2006 est. (direct)	Variation entre 2005 et 2006
vers les États-Unis	990 058	995 160	0,5 %
vers le Brésil	120 523	139 399	15,7 %
vers la Chine	160 248	184 010	14,8 %
vers le Nigeria, le Ghana, le Sénégal	81 096	86 944	7,2 %

Source : OAG Worldwide

La capacité des vols directs en partance de France vers des destinations touristiques faisant concurrence au Canada aux yeux des voyageurs long-courriers français grimpera en flèche au deuxième trimestre de l'année, par rapport à l'an dernier. Les plus fortes augmentations sont prévues sur les itinéraires vers le Brésil (15,7 %) et la Chine (14,8 %). L'accès aérien direct aux destinations en Afrique du sud du Sahara (plus précisément au Nigeria, Ghana et Sénégal) augmentera pour la peine également, alors que les sièges disponibles sur les itinéraires en direction des États-Unis seront à peu près du même nombre que l'an dernier.

Indice de compétitivité des prix

Dans l'optique d'attirer des voyageurs français au Canada, les principales destinations concurrentes sont les États-Unis, la Chine, l'Afrique du sud du Sahara (particulièrement le Nigeria, le Ghana et le Sénégal) et l'Amérique latine (particulièrement le Brésil). Dans ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de sept nuitées en euros. Le dernier indice illustre que, de nouveau, le Canada est la destination la moins compétitive du point de vue des prix dans ce groupe au deuxième trimestre de 2006. Malheureusement, l'écart entre le Canada et les destinations concurrentes se creuse, comparativement au premier trimestre de l'année. D'autre part, l'indice révèle que la région du Manitoba-Saskatchewan sera la région la plus compétitive au plan des prix au Canada au deuxième trimestre de l'année.

Indice de compétitivité des prix – voyageurs français se rendant au Canada (séjour de sept nuitées en euros)

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres éléments	Total	Indice (Canada=100)
Canada	569 €	906 €	496 €	453 €	2 424 €	100,0
Atlantique	629 €	810 €	464 €	453 €	2 355 €	97,2
Ontario-Québec	491 €	1 001 €	492 €	453 €	2 437 €	100,5
Manitoba-Sask.	610 €	773 €	482 €	453 €	2 318 €	95,6
Alberta-C.-B.	664 €	823 €	520 €	453 €	2 460 €	101,5
États-Unis	501 €	817 €	293 €	600 €	2 211 €	91,2
Chine	613 €	922 €	552 €	119 €	2 206 €	91,0
Afrique du sud du Sahara (Nigeria, Ghana, Sénégal)	667 €	863 €	400 €	133 €	2 064 €	85,1
Amérique latine (Brésil)	626 €	826 €	333 €	87 €	1 871 €	77,2

Sources : The Conference Board of Canada; U.S. General Services Administration; Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat); Expedia; Sidestep.

Synthèse des perspectives concernant le deuxième trimestre de 2006

Le pessimisme qui prévaut concernant l'économie de France, en raison de la faiblesse des dépenses de consommation et des dépenses d'investissement, assombrit les perspectives dans le marché des voyages français. La plupart des voyagistes français sont d'avis que la relance touristique amorcée à la fin de 2004 s'est poursuivie en 2005, tout en soulignant que la croissance n'a été que modeste. Malheureusement, depuis le début de 2005, le coût des voyages en partance de France à destination du Canada continue son ascension en raison de la dépréciation grandissante de l'euro comparativement au dollar canadien. De plus, la capacité aérienne directe entre la France et le Canada diminuera légèrement au deuxième trimestre de l'année, comparativement au même trimestre de 2005.

Les participants à l'APM prévoient néanmoins une croissance de 4 % des voyages français au Canada au deuxième trimestre de 2006. Les voyages individuels augmenteront de 5,6 %, tandis que les voyages d'agrément de groupe croîtront également mais à un rythme plus lent (2,5 %). Par conséquent, les voyages d'agrément dans l'ensemble augmenteront de 4,2 % dans la période.

Perspectives quant aux voyages en provenance d'Allemagne, T2 2006

Aperçu économique

La mésentente qui règne dans la classe politique et le malaise économique caractérisent le climat qui a prévalu dans la plus forte économie d'Europe l'an dernier. La croissance économique rachitique de moins de 1 % est attribuable à la progression à peine perceptible des dépenses de consommation. Heureusement, des signes annonciateurs d'une reprise économique, sous l'impulsion des dépenses d'investissement, se sont manifestés à la fin de 2005. La croissance réelle du PIB sera de 1,5 % en 2006.

La conjoncture économique, pour prometteuse qu'elle soit, est encore vacillante. Les deux parties de la coalition au pouvoir ont des vues opposées sur bien des sujets et les modifications proposées à la réglementation du marché de l'emploi sont loin d'être adoptées. Il s'ensuite que le taux de chômage demeurera au-dessus de 11 % cette année. De plus, le budget proposé dernièrement par le gouvernement n'a pas eu l'heur de plaire à la Bundesbank, et il est fort peu probable qu'il permette une réduction de la dette suffisante pour atteindre les objectifs établis en vertu du Pacte de croissance et de stabilité de l'Union européenne.

Tendances touristiques

Après une saison estivale florissante, les réservations en prévision de la saison hivernale sont moins bonnes que prévu, selon le dernier rapport trimestriel du bureau de la CCT en Allemagne. Plus particulièrement, les réservations de séjours hivernaux au Canada ont été marquées par un ralentissement en septembre et octobre. Toutefois, les tendances en matière de voyage sont encore en faveur de l'Amérique du Nord et d'autres destinations long-courriers en raison de la vigueur relative de l'euro. Le rapport mentionne également une demande accrue de vacances d'aventure et d'activités ayant trait aux derniers sports en vogue. Ainsi, les voyages axés notamment sur le vélo, la randonnée pédestre, les excursions en montagne, la navigation de plaisance et la croisière gagnent en popularité. Les vacances selon la formule avion-auto sont également prisées.

En ascension dans les deux dernières années, les voyages long-courriers en partance d'Allemagne pourraient perdre du terrain en 2006, selon l'étude de marché de TUI et Travelscope parue dans *FVW*, magazine touristique allemand. Le rapport précise que les prix élevés de l'essence et « les catastrophes naturelles » freineront la croissance. Le rapport mentionne que la destination long-courrier de prédilection dans la saison touristique 2003-2004 en Allemagne a été l'Amérique du Nord (1,4 million de voyages), suivie de l'Asie et de l'Australie (1,1 million de voyages). La tendance émergente s'agissant des voyages au Canada et aux États-Unis favorise les formules de vacances permettant aux voyageurs de prendre leurs propres dispositions concernant le vol, l'hôtel et la location de voiture.

L'association des agents de voyages et des voyagistes allemands, DRV, prévoit également que la croissance des voyages allemands ralentira, selon *FVW*. Les voyagistes s'attendent à une augmentation de 2 à 4 % des recettes globales en 2006, comparativement à une croissance de 5 % dans l'année terminée le 31 octobre 2005. DRV attribue le déclin à la hausse des taxes sur l'essence et à la faiblesse de la demande des consommateurs.

En fait, le *UK & European Travel Report* 2005, paru dernièrement au World Travel Market, indique que la consommation des ménages stagnante a fait reculer le marché des voyages allemands dans les dix dernières années. La consommation régressera encore en 2005, pour la quatrième année consécutive – une première depuis la Seconde Guerre mondiale. Le marché des voyages allemands prendra une expansion limitée de 1 ou 2 % en 2005, peut-être un peu plus en 2006. En revanche, la Coupe du monde de la FIFA devrait inciter un plus grand nombre d'Allemands à prendre des vacances au pays cette année, étant donné que les matchs de football auront lieu un peu partout au pays.

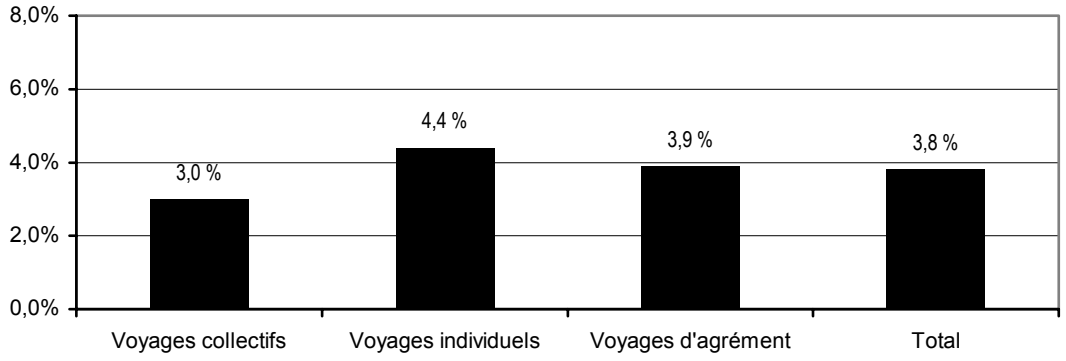
Aperçu du marché

Les voyagistes allemands interrogés par la CCT ont des avis partagés quant à leurs attentes en matière de croissance des ventes de produits canadiens au deuxième trimestre de l'année, quoique la plupart des répondants entrevoient une croissance, reste à savoir dans quelle mesure. En général, la capacité aérienne des vols directs ne semble pas poser de problème pour la plupart des répondants, qui sont par ailleurs divisés quant aux effets du taux de change défavorable sur les réservations.

Les répondants indiquent que les forfaits de vacances à l'intention des personnes seules et des couples sont en demande croissante. Les destinations régionales les plus prisées sont d'abord la Colombie-Britannique-l'Alberta, puis le Yukon et la Nouvelle-Écosse. Selon eux, le Yukon et le Québec sont les deux destinations qui pourraient bénéficier d'un afflux accru de touristes allemands. Les produits les plus en demande au deuxième trimestre de 2006 sont le plein air et les sports, la nature, les excursions urbaines et les stations de villégiature, les excursions en général et les séjours culturels et patrimoniaux.

Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs

Perspectives à court terme – T2 2006
Voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance d'Allemagne
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : Analyse des perspectives du marché, T2 2006, Institut canadien de recherche sur le tourisme
Les voyages d'affaires ne sont pas précisés, faute d'un nombre suffisant de réponses pour assurer leur confidentialité.

Selon les participants à l'APM, les voyages en provenance d'Allemagne augmenteront dans l'ensemble de 3,8 % au deuxième trimestre de 2006 par rapport au même trimestre de 2005. Les répondants estiment que les voyages individuels continueront de mener le bal, avec une croissance de 4,4 % dans la période, pour assurer une hausse des voyages d'agrément dans l'ensemble de 3,9 %. En parallèle, les voyages d'agrément de groupe ne peuvent en dire autant avec une croissance de 3 %.

En examinant les augmentations prévues selon les régions du Canada, les répondants prévoient que les voyages des Allemands en Alberta-Colombie-Britannique augmenteront de 4,2 % au deuxième trimestre de l'année, comparativement à l'an dernier. La région de l'Ontario-Québec connaîtra une croissance de 3,4 %.

Capacité du transport aérien d'Allemagne au Canada, OAG Worldwide

D'après les plus récentes données d'OAG, la capacité des vols directs en partance d'Allemagne augmentera de 3,1 % au deuxième trimestre de l'année, comparativement au même trimestre de l'an dernier. Compte tenu de l'augmentation prévue des voyages des Allemands au Canada pendant ce trimestre, une capacité aérienne directe insuffisante pourrait poser un problème.

Sièges disponibles sur les vols directs en partance d'Allemagne à destination du Canada (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
Canada (total)	237 598	244 916	3,1 %
Alberta-C.-B.	77 705	73 734	−5,1 %
Ontario-Québec	149 351	157 838	5,7 %
Canada atlantique	7 045	9 578	36,0 %

Source : OAG Worldwide

Capacité du transport aérien d'Allemagne vers des destinations concurrentes

La comparaison des services aériens offerts en partance d'Allemagne vers des destinations faisant concurrence au Canada sur le marché allemand des voyages constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous illustre l'augmentation ou la diminution des services aériens vers des destinations long-courriers concurrentes à la prochaine saison touristique.

Sièges disponibles sur les vols en partance d'Allemagne vers d'autres destinations internationales (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE EN PARTANCE D'ALLEMAGNE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
vers les États-Unis	1 369 709	1 484 861	8,4 %
vers l'Afrique du Sud	92 220	109 848	19,1 %
vers le Brésil	110 656	121 264	9,6 %
vers le Mexique	56 236	53 079	−5,6 %
vers la Chine	216 811	250 000	15,3 %

Source : OAG Worldwide

La capacité des vols directs entre l'Allemagne et la plupart des autres destinations touristiques concurrentes augmentera probablement au deuxième trimestre de l'année, comparativement à l'an dernier. Les plus fortes augmentations sont prévues sur les itinéraires à destination de l'Afrique du Sud et de la Chine, quoique la capacité sur les itinéraires vers les États-Unis et le Brésil augmentera également dans une bonne proportion. Le Mexique est la seule destination touristique concurrente qui souffrira d'une baisse des services aériens directs en partance d'Allemagne au deuxième trimestre de 2006.

Indice de compétitivité des prix

Dans l'optique d'attirer des voyageurs allemands au Canada, les principales destinations concurrentes sont les États-Unis, la Chine, l'Afrique du Sud et l'Amérique latine (plus précisément le Brésil et le Mexique). Dans ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de sept nuitées en euros. Le dernier indice révèle que le Canada perdra beaucoup de terrain du point de vue de la compétitivité des prix au profit de destinations concurrentes dans le marché des voyages allemands au deuxième trimestre de 2006. Les destinations outre-mer concurrentes, à l'exception des États-Unis, ont l'avantage d'être accessibles à tarif moindre en partance d'Allemagne. Tout compte fait, toutes les régions du Canada seront sur un pied d'égalité s'agissant de la compétitivité des prix pour les voyageurs allemands au deuxième trimestre de 2006.

Indice de compétitivité des prix – voyageurs allemands se rendant au Canada (séjour de sept nuitées en euros)

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres éléments	Total	Indice (Canada=100)
Canada	549 €	906 €	496 €	453 €	2 404 €	100,0
Atlantique	669 €	810 €	464 €	453 €	2 395 €	99,6
Ontario-Québec	443 €	1 001 €	492 €	453 €	2 388 €	99,3
Manitoba-Sask.	747 €	773 €	482 €	453 €	2 454 €	102,1
Alberta-C.-B.	622 €	823 €	520 €	453 €	2 417 €	100,5
États-Unis	509 €	817 €	293 €	600 €	2 219 €	92,3
Chine	588 €	922 €	552 €	119 €	2 181 €	90,7
Afrique du Sud	740 €	763 €	333 €	99 €	1 935 €	80,5
Amérique latine (Brésil et Mexique)	696 €	841 €	363 €	263 €	2 163 €	90,0

Sources : The Conference Board of Canada; U.S. General Services Administration; Banque mondiale (estimation de la parité du pouvoir d'achat); Expedia; SideStep.

Synthèse des perspectives concernant le deuxième trimestre de 2006

Après une ascension qui a duré deux ans, les voyages allemands perdront de leur ardeur en 2006. Plus particulièrement, les prix élevés de l'essence et la faible demande de consommation freinent la course des voyages long-courriers. Après une solide saison touristique estivale, les voyagistes allemands ont constaté dernièrement un ralentissement des réservations des forfaits de vacances hivernales au Canada; ils prévoient tout de même que la saison sera meilleure que celle de l'an dernier. Même si l'euro a continué de se déprécier, sa vigueur comparativement au dollar canadien et au dollar américain favorise les voyages en partance d'Allemagne en direction de l'Amérique du Nord.

Au deuxième trimestre de 2006, les voyages au Canada en provenance d'Allemagne augmenteront dans l'ensemble de 3,8 % comparativement au même trimestre de 2005, selon les participants à l'APM. Le segment des voyages individuels est toujours en tête de peloton – il connaîtra une croissance de 4,4 % dans la période, pour propulser les voyages d'agrément dans une proportion de 3,9 %. Les voyages d'agrément de groupe restent encore en retrait, les répondants prévoyant que leur expansion sera limitée à 3 % durant le trimestre.

Perspectives quant aux voyages en provenance du Japon, T2 2006

Aperçu économique

L'économie japonaise a connu une croissance de 2,4 % l'an dernier, grâce surtout aux dépenses d'investissement du secteur privé. Le dynamisme du marché des actions, comme en témoigne la hausse de l'indice Nikkei de près de 40 % en 2005, favorise les investissements au Japon. En outre, les investisseurs immobiliers obtiennent enfin un rendement du capital investi maintenant que les prix dans l'immobilier à Tokyo sont à la hausse après une décennie de recul constant.

La conjoncture économique demeurera favorable tout au long de l'an prochain. Ce climat positif est attribuable pour la plus grande partie au fait que les prêts en général au Japon prendront de l'ampleur en 2006 pour la première fois en dix ans. Les plus grandes institutions financières du pays sont parvenues à radier la plupart des prêts irrécouvrables qui les faisaient hésiter à prêter de l'argent, ce qui a empêché les entreprises de réinvestir dans leurs établissements et leur équipement. De plus, l'assainissement des marchés financiers au Japon pourrait lancer l'économie du pays dans une période d'expansion. Selon les prévisions, la croissance réelle du PIB sera de 2 % cette année et les prix à la consommation devraient s'élever de 0,2 %. Même si l'augmentation des prix à la consommation prévue est relativement minime, au moins, ils sont à la hausse après des années de déflation désolante.

Dans ce contexte, la confiance des entreprises revient au beau fixe, selon les dires des 100 plus grandes entreprises du Japon interrogées par Kyodo News. La grande majorité des entreprises interrogées prévoient que l'expansion économique durera jusqu'au second semestre de 2006 pour certains (33 répondants), voire jusqu'en 2007 pour d'autres (49 répondants), grâce à la rentabilité accrue des entreprises et aux dépenses de consommation. Le pays aurait traversé la plus longue période d'expansion économique après la guerre depuis 1970. Les répondants s'entendent presque tous pour dire cependant que le rythme de la croissance sera plutôt lent que rapide.

Tendances touristiques

Le dernier rapport trimestriel du bureau de la CCT au Japon affirme que la situation de l'industrie touristique japonaise s'est améliorée quelque peu en 2005 par rapport à 2004. La demande de voyages au Canada en novembre et en décembre s'annonçait prometteuse, quoique la dépréciation du yen par rapport au dollar canadien soit préoccupante. Qui plus est, l'interruption des services aériens d'Air Canada à Nagoya a été perçue comme un « dur coup » porté à la croissance potentielle du marché des voyages japonais au Canada.

De son côté, le gouvernement du Japon exige désormais que les voyageurs en provenance de pays ayant rapporté des cas de grippe aviaire désinfectent leurs chaussures à l'arrivée aux quatre aéroports internationaux du Japon, selon *The Japon Times*. Les voyageurs de ces pays sont priés de passer volontairement aux zones de quarantaine de l'aéroport afin de nettoyer leurs chaussures. Cette mesure a pour objectif de limiter l'entrée au pays de fientes de volaille.

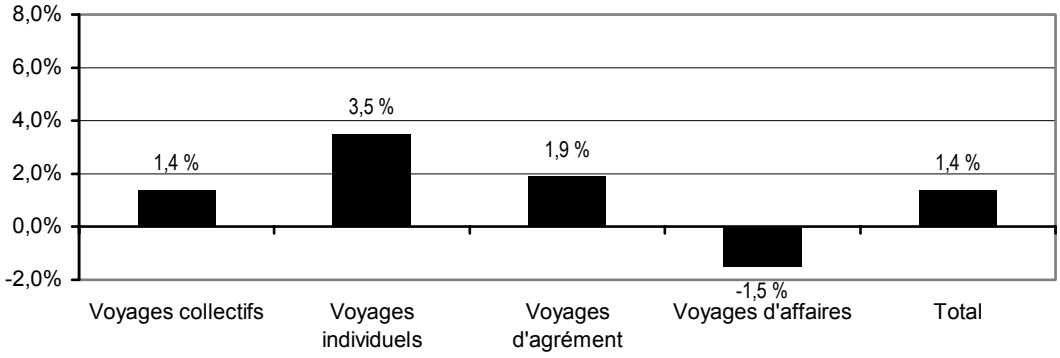
JAL a révisé à la baisse ses prévisions sur toute l'année de son exercice se terminant le 31 mars 2006. Le transporteur s'attend à subir une perte en raison de l'escalade fulgurante des coûts de carburant et de la stagnation du trafic passager sur ses principaux itinéraires. Qui plus est, la médiatisation à grande échelle des problèmes de sécurité qu'a éprouvés la compagnie récemment a terni sa réputation et éloigné les passagers. Pour contrer cette publicité dévastatrice, JAL prévoit investir 60 milliards de yens pour

améliorer la sécurité de ses opérations dans les cinq prochaines années. Le transporteur haussera également ses tarifs intérieurs en avril cette année dans l'espoir de couvrir ses coûts de carburant.

JAL a constaté que le trafic passager dans l'ensemble, à la fin de la première moitié de son exercice, soit au 30 septembre 2005, avait stagné à toutes fins utiles (+0,3 %) sur les itinéraires internationaux et reculé de 1 % sur les parcours intérieurs, comparativement à l'année précédente. Bien que la demande ait été forte concernant les itinéraires dans le Pacifique, en Corée et à Taïwan, les vols à destination de l'Asie du Sud-Est, de l'Europe et de l'Océanie n'ont pas connu un achalandage aussi élevé dans la période.

Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs

Perspectives à court terme – T2 2006
Voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance du Japon
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : Analyse des perspectives du marché, T2 2006, Institut canadien de recherche sur le tourisme

Selon les participants à l'APM, les voyages en provenance du Japon augmenteront d'à peine 1,4 % au deuxième trimestre de 2006 par rapport au même trimestre en 2005. Les perspectives concernant les voyages d'agrément individuels sont beaucoup plus optimistes que celles concernant les voyages d'agrément de groupe (3,5 % contre 1,4 %). La croissance du voyage d'agrément dans l'ensemble progressera peu, soit 1,9 %. Les voyages d'affaires en partance du Japon subiront une baisse dans la période, de 1,5 % comparativement à l'an dernier.

En examinant les attentes selon les régions canadiennes, les répondants prévoient qu'au deuxième trimestre de l'année, les voyages des Japonais augmenteront de 2 % en Ontario-Québec et ne broncheront pas pour ainsi dire en Alberta-Colombie-Britannique (hausse de 0,8 %), comparativement à l'an dernier.

Capacité du transport aérien du Japon au Canada, OAG Worldwide

La capacité des vols directs entre le Japon et le Canada devrait diminuer de 15,1 % au deuxième trimestre de l'année comparativement à l'an dernier. Par conséquent, la capacité disponible pourrait freiner la croissance des voyages japonais à destination du Canada dans la période.

Sièges disponibles sur les vols directs en partance du Japon à destination du Canada (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
Canada (total)	122 444	103 978	−15,1 %
Alberta-C.-B.	96 782	77 952	−19,5 %
Ontario-Québec	25 662	26 026	1,4 %

Source : OAG Worldwide

Capacité du transport aérien du Japon vers des destinations concurrentes

La comparaison des services aériens offerts au Japon vers des destinations faisant concurrence au Canada sur le marché japonais des voyages constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique la progression ou le recul des services aériens vers des destinations long-courriers concurrentes à la prochaine saison touristique.

Sièges disponibles sur les vols en partance du Japon vers d'autres destinations internationales (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE EN PARTANCE DU JAPON	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
vers les États-Unis	1 765 536	1 591 278	−9,9 %
vers la France	199 662	197 860	−0,9 %
vers l'Allemagne	166 699	179 985	8,0 %
vers l'Italie	86 411	82 628	−4,4 %
vers l'Australie	272 734	273 572	0,3 %

Source : *OAG Worldwide*

L'Allemagne est encore et toujours la seule destination touristique concurrente vers laquelle la capacité aérienne des vols directs augmentera pour la peine. Au deuxième trimestre de l'année, le nombre de sièges à destination de l'Allemagne augmentera de 8 % comparativement à l'an dernier. L'accès aérien à destination de l'Australie devrait demeurer le même que celui de l'an dernier, alors que les services aériens vers les autres destinations diminueront. Plus précisément, l'accès aérien direct en partance du Japon vers la France, l'Italie et les États-Unis devrait diminuer dans une proportion allant de 0,9 % à 9,9 % dans la période.

Indice de compétitivité des prix

Dans l'optique d'attirer des voyageurs japonais au Canada, les principales destinations concurrentes sont les États-Unis, la France, l'Allemagne, l'Italie et l'Australie. Dans ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de 10 nuitées en yens japonais. Le dernier indice de compétitivité des prix confirme que le Canada demeure très compétitif sous cet angle par rapport à d'autres destinations du groupe, à l'exception des États-Unis, au deuxième trimestre de 2006. Cependant, la plupart des destinations, sauf l'Australie, amélioreront leur position concurrentielle par rapport à ce qu'elle était au premier trimestre de 2006 selon l'indice de compétitivité. Grâce à des tarifs aériens beaucoup plus bas, l'Alberta-Colombie-Britannique est la région la plus compétitive du point de vue des prix au Canada.

Indice de compétitivité des prix – voyageurs japonais se rendant au Canada (séjour de 10 nuitées en yens)

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres éléments	Total	Indice (Canada=100)
Canada	107 234 ¥	180 684 ¥	99 014 ¥	90 342 ¥	477 274 ¥	100,0
Atlantique	135 855 ¥	161 513 ¥	92 498 ¥	90 342 ¥	480 208 ¥	100,6
Ontario-Québec	116 582 ¥	199 665 ¥	98 118 ¥	90 342 ¥	504 707 ¥	105,7
Manitoba-Sask.	147 530 ¥	154 226 ¥	96 126 ¥	90 342 ¥	488 225 ¥	102,3
Alberta-C.-B.	95 019 ¥	164 260 ¥	103 644 ¥	90 342 ¥	453 265 ¥	95,0
États-Unis	97 693 ¥	163 038 ¥	58 375 ¥	119 674 ¥	438 781 ¥	91,9
France	132 671 ¥	222 415 ¥	112 304 ¥	78 375 ¥	545 766 ¥	114,4
Allemagne	132 671 ¥	227 645 ¥	114 372 ¥	71 958 ¥	546 647 ¥	114,5
Italie	148 356 ¥	266 234 ¥	123 314 ¥	72 821 ¥	610 725 ¥	128,0
Australie	220 435 ¥	156 430 ¥	104 040 ¥	67 710 ¥	548 614 ¥	114,9

Sources : The Conference Board of Canada; U.S. General Services Administration; Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat); Expedia; SideStep.

Synthèse des perspectives concernant le deuxième trimestre de 2006

L'optimisme au sujet du marché des voyages japonais s'est estompé au cours des derniers mois, malgré que l'économie du pays ait poursuivi sur sa lancée. La compétitivité du Canada sous l'angle des prix comme destination attrayante pour les voyageurs japonais continue de perdre du terrain dans la foulée de la dépréciation du yen japonais par rapport au dollar canadien. En outre, la capacité aérienne prévue sur les vols directs entre le Japon et le Canada baissera de façon remarquable au deuxième trimestre de 2006 (–15,1 %), comparativement à l'an dernier. Somme toute, des facteurs conjoncturaux ont freiné l'ardeur du marché des voyages japonais, ce qui a assombri les perspectives dans ce marché.

Les participants à l'APM prévoient que les voyages des Japonais au Canada augmenteront d'à peine 1,4 % au deuxième trimestre de l'année, comparativement au même trimestre de 2005. Les perspectives quant aux voyages d'agrément individuels sont beaucoup plus réjouissantes que celles concernant les voyages d'agrément de groupe (3,5 % contre 1,4 %). Il s'ensuit que la croissance des voyages d'agrément dans l'ensemble sera minime, soit 1,9 %. Les voyages d'affaires en provenance du Japon à destination du Canada régresseront durant la période, de 1,5 % par rapport à l'an dernier.

Perspectives quant aux voyages en provenance de Corée du Sud, T2 2006

Aperçu économique

La situation économique de la Corée du Sud s'améliore. Le secteur des exportations en particulier a repris du poil de la bête grâce à une relance de la production industrielle. En novembre, l'indice de production industrielle du secteur manufacturier a bondi de plus de 12 % comparativement à l'année précédente, en raison de l'expédition de matériel électronique et de semi-conducteurs. Au pays, les dépenses de consommation poursuivent sur leur lancée, renforçant la reprise économique. Les taux d'intérêt à la hausse limiteront l'inflation au cours de l'année, mais ralentiront probablement les dépenses de consommation. Il est tout de même prévu que la croissance réelle du PIB soit de 4,6 % en 2006, un peu mieux que la hausse de 3,8 % l'an dernier.

Tendances touristiques

Les perspectives du marché coréen des voyages émetteurs, en rapide expansion, sont « très réjouissantes », selon le dernier rapport trimestriel du bureau de la CCT en Corée. Plusieurs des grands voyagistes coréens prévoient adopter des stratégies énergiques afin d'accroître leurs ventes de produits canadiens. La seule ombre au tableau est la dépréciation du won coréen, par rapport au dollar canadien, ce qui a entraîné une hausse remarquable des tarifs d'hébergement hôtelier au Canada et d'autres frais.

Dans l'ensemble, le marché coréen des voyages à l'étranger connaît encore une solide croissance, d'après la dernière étude du marché coréen de Tourism Australia. De janvier à octobre 2005, les départs de Corée ont bondi de 15,6 % comparativement à la même période de 2004, pour s'élever à 8,5 millions de voyages. Les séjours dans d'autres destinations asiatiques ont augmenté de 14,1 %, les voyages en Amérique de 6,9 % et les séjours en Europe de 7,4 %.

La Banque de Corée signale que les Coréens ont dépensé à un niveau sans précédent, soit 10,7 milliards $US, en voyage outre-mer de janvier à novembre 2005, une augmentation de 19,9 % comparativement à l'année précédente, selon *The Korea Times*. La Banque ajoute que « la demande de voyages outre-mer a explosé l'an dernier », phénomène attribuable notamment à la vigueur du won comparativement au dollar américain. Le nombre de voyages à l'étranger aurait fracassé le record en 2005. La Banque fait également remarquer que les « riches » Coréens sont de plus en plus nombreux à opter pour des vacances outre-mer où ils s'adonneront au golf et à d'autres activités dispendieuses.

Aperçu du marché

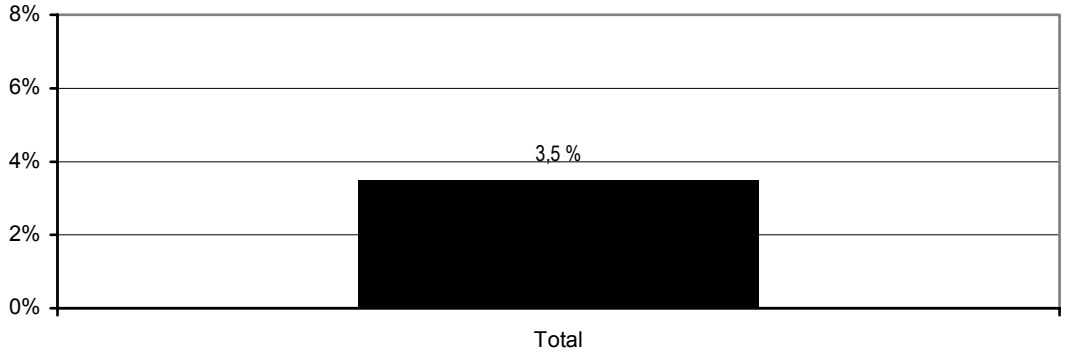
Les voyagistes coréens interrogés par la CCT sont très optimistes quant à leurs ventes de produits de vacances canadiens au deuxième trimestre de l'année, s'attendant à une croissance phénoménale de 45 % comparativement à l'année précédente. Ils précisent que la capacité aérienne sur les vols directs durant la période ne pose aucun problème; cependant, le taux de change moins favorable freinerait les réservations.

Les répondants précisent que les forfaits d'agrément de groupe représentent le plus gros des ventes de produits canadiens, bien que les voyages individuels, en forfait ou autonome, gagnent en popularité. La Colombie-Britannique est encore la région la plus populaire aux yeux des voyageurs coréens, suivie de l'Ontario et de l'Alberta. L'on s'attend à ce que le Québec accueille moins de touristes au deuxième trimestre de 2006.

Les nouveaux produits destinés au marché coréen comprennent : des escapades urbaines à Vancouver, Toronto, Ottawa, Québec et Calgary; des voyages avion-auto en Colombie-Britannique et en Alberta; des séjours de golf dans l'Ouest du Canada; un circuit « les chutes les plus grandioses du monde » à Niagara Falls, Iguassu Falls et Victoria Falls; des excursions en train dans les montagnes Rocheuses. Les produits les plus en demande dans la période sont dans l'ordre le tourisme itinérant, la nature, les villes et stations de villégiature.

Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs

Perspectives à court terme – T2 2006
Voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance de Corée du Sud
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : Analyse des perspectives du marché, T2 2006, Institut canadien de recherche sur le tourisme
Les voyages de groupe, les voyages individuels, l'ensemble des voyages d'agrément et les voyages d'affaires ne sont pas précisés, faute d'un nombre suffisant de réponses pour assurer leur confidentialité.

Selon les participants à l'APM, les voyages en provenance de Corée du Sud augmenteront dans l'ensemble de 3,5 % au deuxième trimestre de 2006, par rapport au même trimestre de 2005.

Les participants prévoient que le nombre de touristes coréens augmentera de 4,1 % en Alberta-Colombie-Britannique et de 2,5 % en Ontario-Québec au deuxième trimestre de 2006, comparativement à l'an dernier.

Capacité du transport aérien de Corée du Sud au Canada, OAG Worldwide

D'après OAG, la capacité aérienne sur les vols directs en provenance de Corée du Sud à destination du Canada diminuera légèrement (−0,3 %) au deuxième trimestre de l'année comparativement à l'an dernier. Compte tenu de l'augmentation prévue du nombre de touristes coréens dans la période, la capacité aérienne directe pourrait limiter cette croissance.

Sièges disponibles sur les vols directs en partance de Corée du Sud à destination du Canada (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
Canada (total)	409 898	428 543	−0,3 %
C.-B.-Alberta	69 329	73 970	−3,4 %
Ontario-Québec	78 559	79 287	9,1 %

Source : OAG Worldwide

Capacité du transport aérien de Corée du Sud vers des destinations concurrentes

La comparaison des services aériens offerts en Corée du Sud vers des destinations faisant concurrence au Canada sur le marché coréen des voyages constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destinations touristiques sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous illustre l'augmentation des services aériens vers des destinations long-courriers concurrentes à la prochaine saison touristique.

Sièges disponibles sur les vols en partance de Corée du Sud vers d'autres destinations internationales (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE EN PARTANCE DE CORÉE DU SUD	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
vers les États-Unis	409 898	428 543	4,5 %
vers l'Australie	69 329	73 970	6,7 %
vers l'Allemagne	78 559	79 287	0,9 %
vers le Royaume-Uni	44 746	45 474	1,6 %
vers la France	56 966	63 154	10,9 %

Source : OAG Worldwide

Les principales destinations touristiques s'arrachant le marché coréen des voyages augmenteront probablement leur capacité aérienne directe au deuxième trimestre de l'année. Plus précisément, les itinéraires vers la France devraient connaître une grande augmentation (10,9 %) comparativement à l'an dernier. Le nombre de sièges disponibles vers l'Australie et les États-Unis augmentera respectivement de 6,7 % et de 4,5 %, tandis que les services aériens vers l'Allemagne et le Royaume-Uni augmenteront à peine.

Indice de compétitivité des prix

Dans l'optique d'attirer des voyageurs coréens au Canada, les principales destinations concurrentes sont les États-Unis, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et l'Australie. Dans ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de 10 nuitées en wons coréens. L'indice de compétitivité des prix confirme que le Canada demeure très compétitif de ce point de vue, en comparaison avec la plupart des destinations outre-mer du groupe, au deuxième trimestre de 2006. À noter cependant que l'Australie sera plus compétitive que le Canada aux yeux des voyageurs sud-coréens. Grâce à des tarifs aériens bas, l'Alberta-Colombie-Britannique est la région du Canada la plus compétitive sous l'angle des prix au deuxième trimestre de l'année.

Indice de compétitivité des prix – voyageurs coréens se rendant au Canada
(séjour de 10 nuitées en wons coréens)

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres éléments	Total	Indice (Canada=100)
Canada	1 529 273	1 549 274	848 998	774 637	4 702 183	100,0
Atlantique	1 935 418	1 384 891	793 125	774 637	4 888 070	104,0
Ontario-Québec	1 542 209	1 712 022	841 310	774 637	4 870 179	103,6
Manitoba-Sask.	1 928 339	1 322 412	824 232	774 637	4 849 621	103,1
Alberta-C.-B.	1 447 840	1 408 443	888 692	774 637	4 519 612	96,1
États-Unis	1 308 379	1 397 970	500 539	1 026 143	4 233 031	90,0
France	1 828 232	1 907 097	954 278	672 025	5 361 632	114,0
Allemagne	1 799 918	1 951 942	980 683	617 004	5 349 547	113,8
Royaume-Uni	1 886 881	2 218 915	953 026	806 703	5 865 525	124,7
Australie	1 700 417	1 341 305	892 087	580 579	4 514 388	96,0

Sources : The Conference Board of Canada; U.S. General Services Administration; Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat); Expedia; SideStep.

Synthèse des perspectives concernant le deuxième trimestre de 2006

Selon les participants à l'APM, les voyages en provenance de Corée du Sud augmenteront de 3,5 % dans l'ensemble au deuxième trimestre de 2006 par rapport à l'an dernier. Les voyagistes interrogés par le bureau de la CCT en Corée sont beaucoup plus optimistes, prévoyant une croissance remarquable des ventes de produits canadiens à la saison touristique printanière. Plusieurs des grands voyagistes prévoient miser sur la croissance de la demande de destinations canadiennes pour étendre leur part de marché en adoptant des stratégies énergiques. La seule ombre au tableau est la dépréciation du won coréen par rapport au dollar canadien, qui affaiblit la compétitivité des destinations canadiennes sous l'angle des prix. Compte tenu de la possibilité d'une forte augmentation du nombre de touristes coréens au printemps, l'accès aérien direct pourrait poser un problème. Néanmoins, les voyagistes coréens affirment que les perspectives quant aux voyages coréens au Canada sont « très réjouissantes ».

Perspectives quant aux voyages en provenance de Chine, T2 2006

Aperçu économique

Forte de la croissance des exportations et des investissements, l'économie chinoise a bondi de 9,3 % l'an dernier. Cette croissance faiblira quelque peu cette année, à 8,5 %, parce que les exportations ralentiront la cadence de 30 % à 20 %. L'accord sur les textiles que le gouvernement de Chine a conclu dernièrement avec les États-Unis et l'Union européenne limitera les exportations de textile dans ces marchés cette année. À l'opposé, les dépenses d'investissement en 2006 devraient grimper en flèche de près de 20 %. Les secteurs de l'aluminium, de l'acier et de l'automobile connaissent déjà une capacité de production excédentaire, et des problèmes s'annoncent dans les secteurs du ciment, du charbon et de l'électricité. Le surinvestissement pourrait faire tomber les prix et s'effondrer la rentabilité des entreprises.

Depuis l'été dernier, le yuan s'est apprécié de moins de 3 % par rapport au dollar américain. Si l'appréciation était plus grande, non seulement elle ralentirait l'économie du pays, elle apaiserait également la tension entre les États-Unis et la Chine au sujet du déficit commercial. Comme la Banque centrale est préoccupée par la stabilité des marchés financiers chinois, le yuan s'appréciera vraisemblablement à un rythme lent en 2006.

Tendances touristiques

Les pourparlers concernant le statut de destination approuvée (SDA) pour le Canada se poursuivent avec le gouvernement chinois, selon le dernier rapport trimestriel du bureau de la CCT en Chine. À la fin de 2005, 76 pays jouissaient du SDA, tandis que 15 autres (y compris le Canada) étaient en pourparlers avec le gouvernement chinois pour l'obtenir. L'Europe est aux prises avec l'un des problèmes liés au SDA, à savoir le nombre croissant de voyageurs qui y séjournent au-delà de la période accordée par le visa. Pour contrer le phénomène, l'instance nationale du tourisme en Chine a retiré la licence émettrice d'au moins cinq grandes agences de voyage, et les ambassades et les consulats européens se sont vus dans l'obligation de resserrer les critères de délivrance du visa SDA.

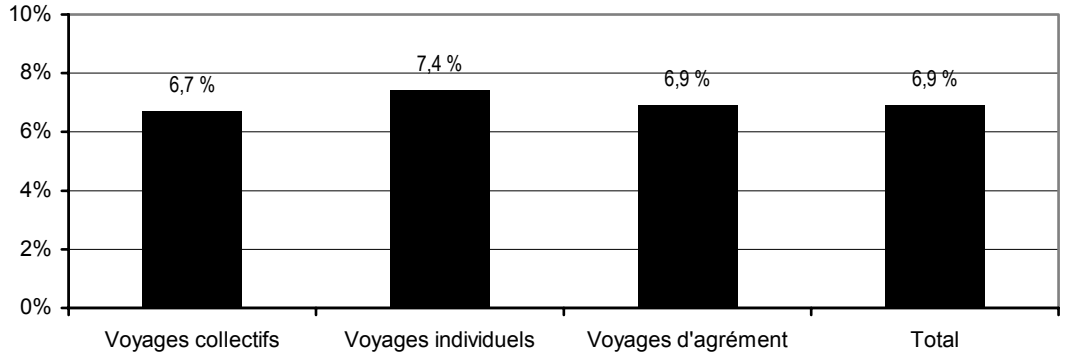
Le rythme de la croissance du trafic passager aérien en Chine devrait faiblir un peu en 2006, selon un bulletin de nouvelles Reuters, après deux ans d'une demande en hausse constante. Le gouvernement du pays prévoit une hausse de 15 % du nombre de passagers aériens cette année, comparativement à une augmentation de 33 % en 2004 et de 20 % en 2005. D'autre part, le gouvernement a passé un marché sans précédent avec l'avionneur européen Airbus, évalué à 10 milliards $US, en vertu duquel les six transporteurs chinois auront à leur disposition 150 A320. La nouvelle a causé de l'inquiétude quant à l'éventualité d'une surcapacité dans le marché aérien intérieur; or, Boeing a déjà affirmé que la Chine devra acquérir 2 000 nouveaux avions dans les 20 prochaines années pour satisfaire la demande.

Deux facteurs limitent la croissance du marché des voyages en ligne en Chine, selon un article récent d'*Air Transport World*. Le premier tient au phénomène encore très restreint de la billetterie électronique, tandis que le second relève du nombre minime de cartes de crédit en circulation, qui constitue le principal mode de paiement en ligne. Rien d'irrémédiable cependant. Plusieurs compagnies aériennes internationales ont implanté la billetterie électronique en Chine, mais la technologie devra être mise à niveau pour que la billetterie électronique se répande. Quant au paiement en ligne, la Chine a conçu un système de carte de débit, mais le réseau n'est pas encore développé. Les banques émettent leurs propres cartes de débit et les agences de voyages en ligne ont la tâche difficile d'établir la connexion avec chacune des institutions. En outre, la somme maximale par transaction pour la plupart des cartes de débit

est plutôt basse, environ 125 $US – pas suffisant pour se procurer un billet d'avion sur un vol international. Il s'ensuit que la plupart des transactions en ligne sont des transactions d'achat dans des dépanneurs.

Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs

Perspectives à court terme – T2 2006
Voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance de Chine
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : Analyse des perspectives du marché, T2 2006, Institut canadien de recherche sur le tourisme
Les voyages d'affaires ne sont pas précisés, faute d'un nombre suffisant de réponses pour assurer leur confidentialité.

Selon les participants à l'APM, les voyages d'agrément en provenance de Chine augmenteront dans l'ensemble de 6,9 % au deuxième trimestre de 2006 par rapport à l'an dernier. Les participants s'attendent à ce que les voyages individuels bondissent de 7,4 % durant la période, tandis que les voyages d'agrément de groupe augmenteront de 6,7 %.

Les participants estiment également que les voyages chinois en Alberta-Colombie-Britannique augmenteront de 7,1 %, tandis que les séjours en Ontario-Québec seront plus nombreux dans une proportion de 6,6 % au deuxième trimestre de l'année, par rapport à l'an dernier.

Capacité du transport aérien de Chine au Canada, OAG Worldwide

Le nombre de sièges sans escale de la Chine au Canada diminuera de 1,6 % au deuxième trimestre de 2006, par rapport à l'an dernier. Par conséquent, le niveau de capacité aérienne directe entre les deux pays pourrait limiter la croissance du nombre de touristes chinois en visite au Canada durant la période.

Sièges disponibles sur les vols directs en partance de Chine à destination du Canada (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
Canada (total)	91 735	90 289	−1,6 %
Alberta-C.-B.	88 351	70 555	−20,1 %
Ontario-Québec	3 384	19 734	483,2 %

Source : OAG Worldwide

Capacité du transport aérien de Chine vers des destinations concurrentes

La comparaison des services aériens offerts en Chine vers des destinations faisant concurrence au Canada sur le marché chinois des voyages constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique l'augmentation ou la diminution des services aériens vers des destinations long-courriers concurrentes à la prochaine saison touristique.

Sièges disponibles sur les vols en partance de Chine vers d'autres destinations internationales (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE EN PARTANCE DE CHINE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
vers les États-Unis	219 644	294 431	34,0 %
vers l'Australie	113 420	108 498	−4,3 %
vers l'Allemagne	216 811	250 320	15,5 %
vers la France	160 029	183 760	14,8 %
vers le Royaume-Uni	80 416	108 456	34,9 %

Source : *OAG Worldwide*

La capacité des vols directs entre la Chine et la plupart des principales destinations touristiques concurrentes devrait augmenter au deuxième trimestre de 2006, comparativement à l'an dernier. Les plus grandes hausses de capacité sont prévues en direction du Royaume-Uni et des États-Unis. De même, l'accès aérien à destination d'Allemagne et de France connaîtra une croissance dans les deux chiffres. L'Australie est le seul marché qui subira une réduction des services aériens en provenance de Chine.

Indice de compétitivité des prix

Dans l'optique d'attirer des touristes chinois au Canada, les principales destinations concurrentes sont les États-Unis, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et l'Australie. Dans ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de dix nuitées en yuans chinois. Le plus récent indice révèle que le Canada a perdu beaucoup de terrain sur le plan de la compétitivité des prix comparativement à d'autres destinations concurrentes au deuxième trimestre de 2006. Plus précisément, toutes les autres destinations concurrentes, à l'exception du Royaume-Uni, seront plus compétitives que le Canada dans le marché chinois des voyages au deuxième trimestre de l'année. Parmi les régions du Canada, l'Alberta-Colombie-Britannique est la région la plus compétitive au Canada du point de vue des prix.

Indice de compétitivité des prix – voyageurs chinois se rendant au Canada (séjour de 10 nuitées en yuan chinois)

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres éléments	Total	Indice (Canada=100)
Canada	13 319	12 362	6 774	6 181	38 636	100,0
Atlantique	15 951	11 050	6 329	6 181	39 511	102,3
Ontario-Québec	12 918	13 661	6 713	6 181	39 472	102,2
Manitoba-Sask.	14 862	10 552	6 577	6 181	38 172	98,8
Alberta-C.-B.	13 194	11 238	7 091	6 181	37 705	97,6
États-Unis	9 519	11 155	3 994	8 188	32 855	85,0
France	8 262	15 217	7 684	5 362	36 525	94,5
Allemagne	8 319	15 575	7 825	4 923	36 642	94,8
Royaume-Uni	8 536	17 705	7 604	6 437	40 283	104,3
Australie	12 556	10 703	7 118	4 633	35 009	90,6

Sources : The Conference Board of Canada*;* U.S. General Services Administration*; Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat);* Expedia*;* SideStep.

Synthèse des perspectives concernant le deuxième trimestre de 2006

Les perspectives du Canada sur le marché chinois des voyages demeurent prometteuses, et elles seront encore plus réjouissantes quand l'entente sur le statut de destination approuvé sera conclue entre les deux pays. Même si la capacité aérienne directe diminuera légèrement (-1,6 %) au deuxième trimestre de 2006, l'accès aérien entre la Chine et le Canada n'a cessé de s'accroître dans les derniers trimestres, en prévision d'une hausse éventuelle du nombre de touristes chinois au pays. Fait à noter, la plus grande expansion à brève échéance de la capacité aérienne viendra des transporteurs chinois. Somme toute, la conjoncture économique favorable et la solide demande de voyages suscitent l'optimisme quant à la part du Canada dans le marché chinois des voyages.

Les participants à l'APM prévoient une hausse marquée du nombre de touristes chinois au deuxième trimestre de 2006, comparativement au même trimestre de 2005. Les voyages d'agrément dans l'ensemble connaîtront une augmentation de 6,9 % dans la période, les voyages individuels progressant plus que ne le feront les voyages de groupe, soit 7,4 % contre 6,7 %.

Perspectives quant aux voyages en provenance d'Australie, T2 2006

Aperçu économique

L'économie australienne a crû de 3,5 % en 2004, puis a ralenti son rythme à 2,6 % en 2005. L'affaiblissement du marché de l'habitation combiné à la hausse des prix du pétrole a freiné pour la peine les dépenses de consommation. Dans l'immobilier, les mises en chantier, de 167 000 unités en 2004, ont diminué à 154 000 l'an dernier. Dans la foulée, les dépenses de consommation ont à peine bronché de 0,3 % au troisième trimestre de 2005. La stagnation persistera en 2006, les dépenses des ménages ne progresseront que légèrement, soit 2,9 %. Pourtant, l'économie dans l'ensemble amorcera une relance cette année. L'amélioration sera attribuable au dynamisme des dépenses d'investissement des entreprises et à la reprise de la production industrielle. Il est prévu que la croissance réelle du PIB en 2006 s'élève à 3,3 %.

Tendances touristiques

Le bureau de la CCT en Australie rapporte que le marché des voyages d'aventure est en pleine expansion en Australie en ce moment. Tant les couples que les familles sont en quête de vacances d'aventure, au détriment de plus en plus des vacances à la plage et en stations de villégiature. Dans le créneau des séjours d'aventure, la randonnée, les excursions et la plongée sous-marine sont des activités prisées. Le segment en émergence dans le marché des voyages d'aventure est celui des voyageurs âgés de 50 ans ou plus – d'ailleurs, de plus en plus de services et de produits de voyage s'adressent à ce segment. Certains voyagistes proposent désormais des séances d'entraînement à leurs clients de ce segment pour les préparer physiquement à leurs vacances d'aventure.

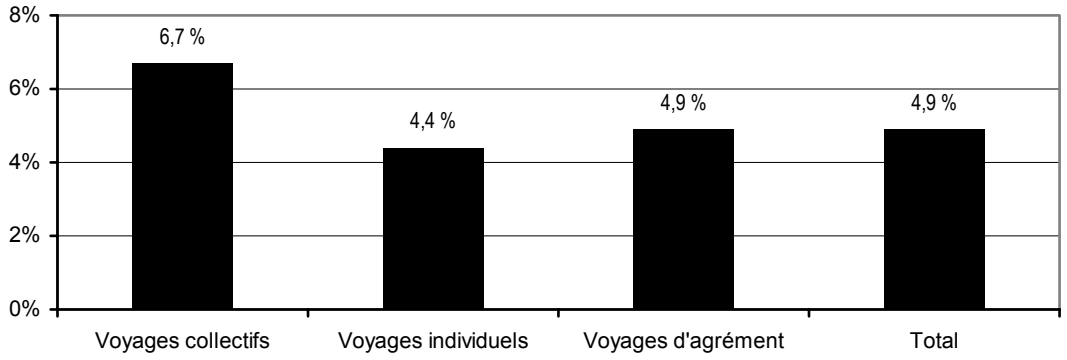
En parallèle, le marché australien des voyages à l'étranger poursuit sur sa lancée, à une cadence ralentie tout de même, selon les derniers chiffres du Bureau de la statistique australien. En novembre 2005, les départs étaient en hausse de 3,1 % comparativement à novembre 2004.

Qantas Airways prévoit offrir des services aériens saisonniers de l'Australie à Vancouver de juin à août 2006, pour répondre à la demande de la haute saison touristique sur cet itinéraire. La compagnie aérienne offrira également des vols à Vancouver en décembre 2006 et janvier 2007, pour satisfaire la demande de voyages de ski au Canada. Le transporteur est d'avis que ces services aériens stimuleront le tourisme tant au Canada qu'en Australie, et qu'ils annoncent l'instauration de vols à destination du Canada tout au long de l'année.

Qantas prévoit également lancer un transporteur long-courrier à bas prix sous l'égide de Jetstar, qui offrira des vols sans escale entre l'Australie et des villes d'Asie et dans le Pacifique, selon un bulletin de nouvelles de *Air Transport World*. Petite dernière de la ligne internationale, la nouvelle filiale de Qantas se consacrera au voyage d'agrément. La nouvelle filiale devrait entrer en opération en janvier 2007. Les plans d'expansion subséquente prévoient des itinéraires en Europe et à d'autres destinations long-courriers.

Enquête auprès des fournisseurs et des agents de voyages récepteurs

Perspectives à court terme – T2 2006
Voyages d'une nuit ou plus au Canada en provenance d'Australie
(variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'an dernier)



Source : Analyse des perspectives du marché, T2 2006, Institut canadien de recherche sur le tourisme
Les voyages d'affaires ne sont pas précisés, faute d'un nombre suffisant de réponses pour assurer leur confidentialité.

Selon les participants à l'APM, les voyages en provenance d'Australie augmenteront dans l'ensemble de 4,9 % au deuxième trimestre de 2006 par rapport à l'an dernier. Les voyages d'agrément de groupe bondiront de 6,7 % dans la période, tandis que les voyages individuels croîtront de 4,4 %.

Capacité du transport aérien d'Australie au Canada, OAG Worldwide

Selon les plus récentes données d'OAG (janvier 2006), la capacité aérienne directe (y compris avec une escale) au départ d'Australie à destination du Canada augmentera de 16,8 % au deuxième trimestre de 2006, par rapport à l'an dernier. Cette hausse importante de l'accès aérien favorisera la croissance du nombre de touristes australiens au Canada dans la période.

Sièges disponibles sur les vols en partance d'Australie à destination du Canada (T2 – avril à juin)

SIÈGES DIRECTS DISPONIBLES (Y COMPRIS AVEC UNE ESCALE)	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
Canada (total)	19 292	22 536	16,8 %
Alberta-C.-B.	19 292	22 324	15,7 %
Ontario-Québec	0	212	s.o.

Source : OAG Worldwide

Capacité du transport aérien d'Australie vers des destinations concurrentes

La comparaison des services aériens offerts en Australie vers des destinations faisant concurrence au Canada sur le marché australien des voyages constitue un important critère d'évaluation de la compétitivité du Canada comme destination touristique sur la scène internationale. Le tableau ci-dessous indique l'augmentation ou la diminution des services aériens vers des destinations long-courriers concurrentes à la prochaine saison touristique.

Sièges disponibles sur les vols en partance d'Australie vers d'autres destinations internationales (T2 – avril à juin)

SIÈGES DISPONIBLES SANS ESCALE EN PARTANCE D'AUSTRALIE	2005 (DIRECT)	2006 EST. (DIRECT)	VARIATION ENTRE 2005 ET 2006
vers les États-Unis	255 068	276 420	8,4 %
vers le Royaume-Uni (y compris avec une escale)	274 457	238 784	−13,0 %
vers la Chine	85 970	96 772	12,6 %
vers Hong Kong	309 785	325 585	5,1 %
vers le Japon	272 734	273 572	0,3 %
vers l'Italie	0	0	s.o.
vers l'Inde	16 458	11 583	−29,6 %

Source : OAG Worldwide

La capacité aérienne à destination de l'Inde et du Royaume-Uni diminuera pour la peine au trimestre printanier, comparativement à l'an dernier, tandis que les services aériens vers le Japon demeureront les mêmes. La capacité aérienne directe à destination de Hong Kong, des États-Unis et de Chine augmentera beaucoup au deuxième trimestre de 2006, comparativement au même trimestre de 2005.

Indice de compétitivité des prix

Dans l'optique d'attirer des voyageurs australiens au Canada, les principales destinations concurrentes sont les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Italie, le Japon, la Chine, Hong Kong et l'Inde. Dans ce marché, l'analyse de la compétitivité des prix se fonde sur le coût d'un séjour type de 10 nuitées en dollars australiens. Selon l'indice, le Canada se classe au milieu du groupe quant à la compétitivité des prix au deuxième trimestre de 2006. La compétitivité des prix du Canada du point de vue du voyageur australien baissera comparativement à d'autres destinations concurrentes, sauf Hong Kong, au deuxième trimestre de 2006. Parmi les régions du Canada, l'Alberta-Colombie-Britannique est la région canadienne la plus compétitive pour les voyageurs australiens.

Indice de compétitivité des prix – voyageurs australiens se rendant au Canada (séjour de 10 nuitées en dollars australiens)

Destinations concurrentes	Tarif aérien (aller-retour)	Hôtel	Repas	Autres éléments	Total	Indice (Canada=100)
Canada	2 773 $	2 088 $	1 144 $	1 044 $	7 050 $	100,0
Atlantique	3 283 $	1 867 $	1 069 $	1 044 $	7 263 $	103,0
Ontario-Québec	2 871 $	2 308 $	1 134 $	1 044 $	7 357 $	104,4
Manitoba-Sask.	3 139 $	1 783 $	1 111 $	1 044 $	7 077 $	100,4
Alberta-C.-B.	2 631 $	1 898 $	1 198 $	1 044 $	6 771 $	96,0
États-Unis	2 199 $	1 884 $	675 $	1 383 $	6 142 $	87,1
Royaume-Uni	2 128 $	2 991 $	1 285 $	1 087 $	7 491 $	106,3
Japon	1 828 $	2 129 $	1 158 $	1 285 $	6 399 $	90,8
Chine	2 240 $	2 125 $	1 273 $	274 $	5 912 $	83,9
Hong Kong	2 028 $	3 162 $	1 404 $	920 $	7 514 $	106,6
Italie	2 158 $	3 077 $	1 425 $	842 $	7 502 $	106,4
Inde	1 581 $	2 606 $	921 $	236 $	5 344 $	75,8

Sources : The Conference Board of Canada*;* U.S. General Services Administration*; Banque mondiale (estimation de la parité des pouvoirs d'achat);* Expedia*;* SideStep.

Synthèse des perspectives concernant le deuxième trimestre de 2006

Les participants à l'APM prévoient que les voyages en provenance d'Australie augmenteront dans l'ensemble de 4,9 % à la saison touristique printanière. Les voyages d'agrément de groupe connaîtront une hausse de 6,7 % au deuxième trimestre de 2006, comparativement à l'an dernier, tandis que les voyages individuels augmenteront de 4,4 %.

Le marché australien des voyages à l'étranger continue de prendre de l'expansion, mais à un rythme beaucoup plus lent qu'au début de 2005. La capacité aérienne directe entre l'Australie et le Canada augmentera pour la peine au deuxième trimestre de 2006, ce qui contribuera à stimuler le tourisme dans les deux pays. Tout compte fait, la compétitivité des prix au Canada en tant que destination envisagée par les voyageurs australiens tient le coup, même si le dollar australien s'est déprécié quelque peu par rapport au dollar canadien dernièrement. Somme toute, la stabilité de la demande de voyages et de la conjoncture économique justifie des perspectives optimistes pour le Canada dans le marché australien des voyages.

Annexe 1 : Construction de l'indice de compétitivité des prix

Aperçu

La comparaison entre le prix des produits canadiens et le prix des produits des principales destinations concurrentes sur la scène internationale permet de déterminer la compétitivité mondiale du Canada en tant que destination touristique. Élément permanent de l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*, l'indice de compétitivité des prix représentera, nous l'espérons, une référence utile pour suivre l'évolution des prix des produits dans les principaux marchés et surveiller continuellement la compétitivité relative du Canada.

Tandis que le premier numéro de l'*Analyse des perspectives du marché à court terme* comportant l'indice a présenté certains points de repère en matière d'établissement des prix, le présent numéro et les numéros à venir présenteront l'évolution de la situation du point de vue de la compétitivité des prix du Canada. L'indice de compétitivité des prix est calculé en tenant compte des dépenses prévues des voyageurs aux chapitres des billets d'avion, de l'hébergement, de la subsistance et d'autres éléments de coût pendant leur voyage au Canada, et en les comparant aux dépenses de mêmes types pendant des voyages dans des destinations concurrentes.

Du point de vue des voyageurs éventuels des principaux marchés internationaux du Canada, l'indice de compétitivité des prix donnera une indication de l'évolution, absolue et relative, de la compétitivité des prix du Canada par rapport à ses principaux concurrents. Outre la compétitivité des prix dans l'ensemble du pays, l'indice permettra de déterminer la position relative de quatre régions distinctes au Canada : le Canada atlantique, l'Ontario-Québec, le Manitoba-Saskatchewan et l'Alberta-Colombie-Britannique.

Comme il est mentionné dans l'introduction, l'indice de compétitivité des prix sera perfectionné au fil de la parution des comptes rendus de l'analyse.

Méthode

Alors que la théorie sous-tendant le calcul de l'indice de compétitivité des prix est simple à première vue, le calcul réel (et l'interprétation) d'un tel indice repose sur les hypothèses et les paramètres retenus pour sa construction. Bien que les premiers classements produits en fonction de l'indice de compétitivité des prix puissent être intéressants (et probablement bien subjectifs), l'objectif ultime consiste à surveiller continuellement l'évolution du Canada du point de vue de la compétitivité des prix par rapport à diverses destinations.

Les sections qui suivent précisent certaines des principales hypothèses et des sources de données utilisées dans la construction de l'indice de compétitivité des prix.

Durée moyenne du séjour

Les données utilisées pour déterminer la durée moyenne du séjour des voyageurs de l'étranger se rendant au Canada ont été établies en fonction de la géographie. On a supposé que les voyageurs court-courriers (en provenance des États-Unis) séjournent en moyenne quatre nuitées au Canada, que les voyageurs en provenance d'Europe et du Mexique restent sept nuitées, et que les voyageurs long-courriers d'Asie-Pacifique, dix nuitées. Dans l'ensemble, la durée moyenne du séjour se rapproche de la moyenne indiquée par les plus récentes données annuelles sur les arrivées internationales, c'est-à-dire celles de l'Enquête sur

les voyages internationaux 2004 de Statistique Canada. Pour déterminer le classement des destinations concurrentes, on a appliqué la même durée de séjour moyenne.

Tableau A1 : Estimation de la durée du séjour

MARCHÉ D'ORIGINE DES TOURISTES DE L'ÉTRANGER	NOMBRE MOYEN DE NUITÉES AU CANADA (ET DANS LES DESTINATIONS CONCURRENTES)
États-Unis	4
Mexique	7
Royaume-Uni	7
France	7
Allemagne	7
Japon	10
Corée	10
Chine	10
Australie	10

Les destinations concurrentes du Canada

La liste des destinations concurrentes du Canada du point de vue des marchés internationaux des voyages visés par l'*Analyse des perspectives du marché à court terme* a été dressée par la CCT. Le tableau ci-dessous indique les destinations concurrentes pour chacun des marchés internationaux des voyages concernés dans l'*Analyse des perspectives du marché à court terme*.

Tableau A2 : Destinations concurrentes du Canada

MARCHÉ TOURISTIQUE INTERNATIONAL	DESTINATIONS CONCURRENTES
États-Unis	États-Unis (intérieur)
Mexique	États-Unis, Espagne
Royaume-Uni	États-Unis, Chine, Afrique du Sud, Afrique du sud du Sahara (Kenya, Nigeria, Ghana), Amérique latine (Brésil, Mexique)
France	États-Unis, Amérique latine (Brésil), Chine, Afrique du sud du Sahara (Nigeria, Ghana, Sénégal)
Allemagne	États-Unis, Afrique du Sud, Amérique latine (Brésil, Mexique), Chine
Japon	États-Unis, France, Allemagne, Italie, Australie
Corée	États-Unis, Australie, Allemagne, Royaume-Uni, France
Chine	États-Unis, Australie, Allemagne, France, Royaume-Uni
Australie	Royaume-Uni, États-Unis, Chine, Hong Kong, Japon, Italie, Inde

Éléments de coût de l'indice de compétitivité des prix

L'indice de compétitivité des prix est fondé sur l'estimation des coûts des billets d'avion, des hôtels, des repas et d'autres coûts engagés selon toute vraisemblance par les touristes potentiels au Canada, en comparaison avec ces mêmes coûts dans les destinations concurrentes. Le tableau suivant renferme les données utilisées pour déterminer les divers éléments de coût.

Tableau A3 : Éléments de coût de l'indice de compétitivité des prix – sources de données et valeurs substitutives

ÉLÉMENTS DE L'INDICE DE COMPÉTITIVITÉ DES PRIX	SOURCES DE DONNÉES ET VALEURS SUBSTITUTIVES
Tarifs aériens à destination du Canada et d'autres destinations (à l'exclusion du tarif aérien en provenance des États-Unis à destination du Canada)	Le prix le plus bas obtenu en menant des recherches sur le Web au moyen des moteurs de recherche SideStep et Expedia. La période où ces prix étaient en vigueur est celle du 15 mai au 22 mai 2006, le milieu de la période à l'étude. Diverses destinations précises dans chaque pays ont été examinées; les résultats ont été pondérés en fonction de la répartition estimative des voyages. Toutes les taxes et autres frais sont inclus.
Tarif aérien en provenance des États-Unis à destination du Canada	La valeur substitutive de cet élément de coût est le tarif aérien moyen des voyages transfrontaliers figurant dans le rapport mensuel de l'IATA sur les ventes de produits aériens par les agents de voyages (tarif aérien de mai 2005 avec majoration selon l'augmentation de tarif en novembre 2005 établi sur une base annuelle).
Tarif moyen intérieur aux États-Unis	Le tarif aérien moyen estimatif au T2 2006 a été établi en fonction de la croissance annuelle sur l'année indiquée par l'Association du transport aérien dans son rapport mensuel de décembre 2005 appliqué au tarif aérien moyen du T3 2005 selon l'American Express Business Travel Monitor. Comme cette donnée ne comprend pas les taxes et autres frais, le tarif estimatif a été augmenté dans une proportion de 16,1 % (moyenne de 2004 selon le *Ticket Tax Project*, préparé par le *MIT Global Airline Industry Program* et le *Daniel Webster College*).
Tarif hôtelier aux États-Unis	La plus récente allocation quotidienne publiée par le *Office of Allowances, Department of State*, aux États-Unis. Puisque les taxes et autres frais ne sont pas compris, l'allocation a été augmentée dans une proportion de 12,4 % (taux moyen selon l'*American Hôtel & Lodging Association*).
Tarif hôtelier étranger (y compris le Canada)	Le *Department of Defense* aux États-Unis. L'allocation quotidienne maximale aux fins de l'hébergement à l'extérieur des États-Unis est établie par le Secrétariat d'État et mise à jour chaque mois. Toutes les taxes sont comprises.
Repas aux États-Unis	Allocation quotidienne publiée chaque mois par le *Office of Allowances, Department of State*, aux États-Unis. La somme consacrée aux menus frais n'est pas prise en considération.
Repas à l'étranger (y compris le Canada)	Selon le *Department of Defense* aux États-Unis. L'allocation quotidienne maximale aux fins de subsistance est déterminée par le Secrétariat d'État et révisée chaque mois. La somme prévue pour les menus frais n'est pas prise en considération.
Autres éléments	Cette catégorie regroupe toutes les autres dépenses liées aux voyages et engagées à la destination, outre l'hébergement et les repas. En particulier, elle comprend les transports publics interurbains, les transports privés, les transports locaux, les achats dans les commerces de détail, les loisirs et le divertissement ainsi que d'autres achats. Pour le Canada, le montant correspond à 50 % des dépenses prévues pour l'hébergement au pays. Pour estimer les coûts dans les destinations concurrentes du Canada, le montant a été converti en recourant à la parité des pouvoirs d'achat (PPP) de la destination par rapport à celle du Canada. Les estimations des PPP ont été produites par la Banque mondiale (2004).

Construction de l'indice de compétitivité des prix

L'indice de compétitivité des prix procure une évaluation générale du coût total des billets d'avion, de l'hébergement, des repas et d'autres coûts pour les touristes au Canada, par rapport au coût dans les destinations concurrentes. À la rubrique du tarif aérien, le coût est simplement celui d'un billet aller-retour, tandis qu'aux chapitres de l'hôtel, des repas et des autres éléments de coût, le coût est calculé en multipliant les dépenses quotidiennes par la durée estimative du séjour. Une fois obtenue la somme de tous les éléments de coût, l'indice est normalisé de sorte que le Canada (à l'échelle pancanadienne) correspond à 100. Les chiffres représentant la compétitivité des destinations concurrentes ou des diverses régions du Canada en matière de prix sont calculés en divisant le coût estimatif total pour le touriste par le coût calculé pour le Canada (à l'échelle pancanadienne), puis en multipliant le résultat par 100.