

La croissance profite au tourisme dans l'Ouest

La croissance des échanges internationaux a grandement contribué à accélérer la production mondiale ces dernières années. En 2004, leur volume a bondi de 9 %, soit la plus forte hausse annuelle depuis 2000 et presque le double de celle de 2003. Les volumes d'exportation devraient augmenter d'encre 7 % en 2005, mais leur progression globale a été freinée au fil des mois par la flambée des prix de l'énergie, la montée des taux américains et les contraintes de capacité naissantes.

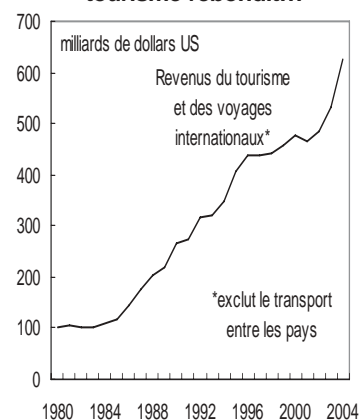
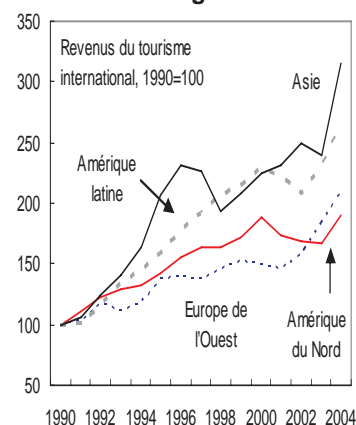
La Chine (et en général l'Asie), dont le volume des échanges s'est accru de presque 30 % en rythme annuel en 2004-2005, continue de s'imposer comme un importateur et exportateur dominant de marchandises. En cinq ans, la part des exportations mondiales des pays en développement est passée de 20 à 25 % et la Chine a presque doublé son taux de pénétration du marché de 4 à 7 %. À l'inverse, la part des exportations mondiales des pays de l'ALENA a reculé de 19 à 15 % sur la même période.

Le commerce mondial des services, en particulier le tourisme, a connu une reprise tout aussi vive. Les dépenses touristiques internationales des voyageurs particuliers et des voyageurs d'affaires ont bondi de 18 % l'an dernier à 626 milliards de dollars US, un record, grâce surtout au rebond de 31 % des voyages vers l'Asie. Cette hausse impressionnante suit plusieurs années de stagnation marquées par les attentats terroristes répétés, la guerre en Irak et l'épidémie mondiale de SRAS. Les dépenses devraient augmenter de près de 10 % cette année, malgré la hausse des prix de l'essence et les nombreux désastres naturels, des tsunamis qui ont frappé le sud de l'Asie l'hiver dernier aux deux ouragans successifs qui ont balayé la côte américaine du golfe du Mexique et les Antilles cet été.

En fait, depuis le milieu des années 1980, époque de progrès technologique rapide, de libéralisation des échanges et de déréglementation, la croissance des flux touristiques mondiaux a dépassé celle du commerce mondial de marchandises. De 1985 à 2004, les revenus du tourisme international ont augmenté en moyenne de 9 % par an, contre 8 % pour les exportations nominales de marchandises et 6,5 % pour le PIB mondial nominal. (Les données corrigées de l'inflation sur les services de voyage mondiaux sont moins faciles à obtenir que les estimations du commerce de marchandises et de la production.)

Cette expansion reflète, entre autres, la hausse du revenu disponible, l'apparition de lignes aériennes à bas prix offrant des circuits plus longs et des conditions plus souples, et une population vieillissante en quête de destinations plus nombreuses et de plus en plus exotiques. Plus récemment, l'explosion des ventes par Internet a également fait grimper le nombre de voyages à l'étranger. Les réservations en ligne représentent désormais l'une des plus importantes catégories de commerce électronique.

Tout comme celle du commerce de marchandises, la croissance du tourisme international a ceci de particulier qu'elle a profité avant tout aux marchés non traditionnels. De 1985 à 2004, l'Europe de l'Ouest a vu sa part des revenus

Le secteur international du tourisme rebondit...**... tiré par les marchés émergents**

touristiques internationaux passer de 45 à 41 % et l'Amérique du Nord a vu la sienne tomber de 24 à 19 %. Entre-temps, les dépenses de voyage vers les destinations «autres» ont augmenté de presque 10 points de pourcentage, à 40 %.

Notons qu'en 2004, les revenus touristiques internationaux de l'Asie, à 120 milliards de dollars US, ont dépassé pour la première fois ceux de l'Amérique du Nord. Avec un peu plus de 19 % du marché mondial du tourisme, l'Asie est désormais la deuxième destination touristique après l'Europe. À elle seule, la Chine a vu sa part du gâteau quadrupler en 20 ans pour atteindre 4 % l'an dernier.

Les trois pays de l'ALENA, en revanche, ont perdu de leur popularité relative comme destinations touristiques. Les États-Unis, qui attirent toujours le plus de touristes dans le monde, ont vu leur part des revenus touristiques mondiaux passer de 18 % en 1985 à un peu plus de 15 % l'an dernier. Sur la même période, les parts correspondantes du Canada et du Mexique ont baissé toutes deux d'environ un point de pourcentage pour atteindre respectivement 2,0 % et 1,7 %. Plus récemment, l'appréciation du huard et du peso a nui à l'attrait relatif de ces deux pays sur le plan des prix.

La popularité croissante des marchés touristiques «émergents» reflète en partie l'évolution des goûts du consommateur et de la démographie. En même temps, bon nombre des facteurs qui influencent la dynamique du commerce de marchandises jouent aussi, comme les différences de coûts relatifs, le réaligement des devises internationales, et la déréglementation et la privatisation, qui ont amené des investissements très attendus en infrastructure et en technologie dans des secteurs naguère moins exploités. Les marchés touristiques de la plupart des pays riches étant généralement à un stade plus avancé que ceux des pays en développement, ces divergences de croissance devraient se maintenir.

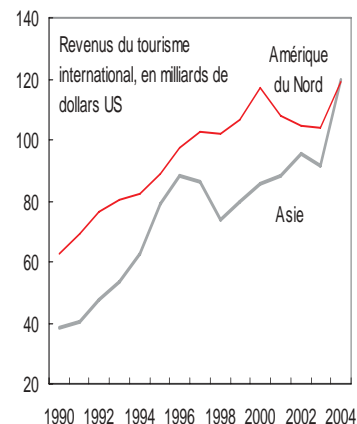
Économiquement parlant, le commerce mondial du tourisme est relativement modeste par rapport à celui des marchandises, qui totalisait 8 900 milliards de dollars US en 2004. Le secteur joue pourtant un rôle majeur dans la croissance de la production et de l'emploi de nombreux pays, et a des retombées nationales importantes. Ainsi, au Canada, les dépenses touristiques représentent presque 2,5 % du PIB, soit un peu plus que la production d'automobiles et de pièces. En outre, le tourisme fait travailler plus de 600 000 personnes au pays, soit presque autant que la finance et l'assurance.

Pour les exploitants touristiques nord-américains, ces nouveaux marchés présentent tant un débouché qu'un défi concurrentiel. La Chine, en particulier, avec sa classe moyenne montante et ses restrictions moins sévères sur les déplacements de ses citoyens, achète de plus en plus de services de voyage. Les Chinois ont effectué un peu plus de 3 % des dépenses touristiques mondiales en 2004, contre moins de 1 % en 1994, et forment un marché de consommateurs plus gros que le Canada. Avec 1,5 million de visiteurs l'an dernier, l'Asie est la source de revenus touristiques qui croît le plus vite au Canada.

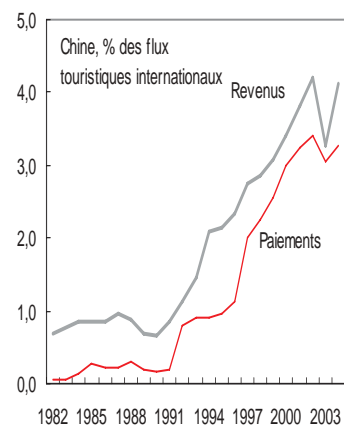
Il est d'autant plus important de développer ces nouveaux marchés que les Américains vont de moins en moins à l'étranger depuis quelques années. Même s'ils sont toujours deuxièmes après l'Allemagne au palmarès mondial des dépenses touristiques, les États-Unis n'ont effectué que 12 % de ces dépenses en 2004, contre 15 % en 2000. À l'inverse, un nombre record de Canadiens et de Mexicains voyagent à l'étranger, surtout dans des pays autres que les États-Unis. En 2004, les touristes canadiens ont dépensé pour 15,9 milliards de dollars US à l'étranger, un record (+28 % depuis 2000).

Le déclin relatif du tourisme américain a une énorme incidence sur le Canada et le Mexique, de loin ses deux plus importantes destinations. Même si le tourisme étranger au Canada s'est bien remis des attentats terroristes de 2001 et de la crise du SRAS de

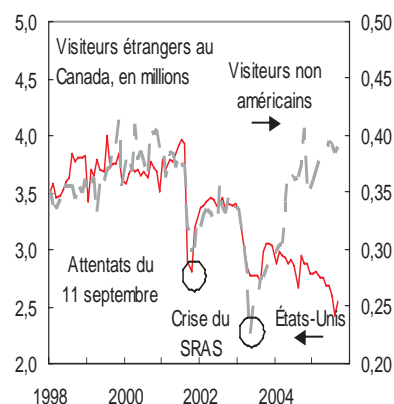
L'Asie rattrape l'Amérique du Nord en tant que première destination touristique...



... et en tant que marché du voyage



Les visiteurs étrangers reviennent, mais pas les touristes américains



2003, le nombre de visites d'un jour ou plus en provenance des États-Unis ne cesse de diminuer. Au cours des trois premiers trimestres de 2005, le nombre d'Américains en visite au pays était inférieur en moyenne de presque 30 % à son pic de 1999.

La vive appréciation du taux de change dollar CAN/dollar US au cours des trois dernières années décourage peut-être les visiteurs américains mais ne peut expliquer entièrement le déclin du tourisme transfrontalier. Les visites d'un jour au Canada, qui représentent traditionnellement plus de la moitié des visites en provenance des États-Unis, diminuent depuis 2000, avant la hausse du huard. En fait, les visites d'un jour de Canadiens aux États-Unis ont elles aussi fortement baissé malgré le pouvoir d'achat supplémentaire associé à une monnaie plus forte.

Le tourisme transfrontalier pâtit peut-être des craintes liées aux retards à la frontière et à la sécurité. Les facteurs commerciaux comme l'expansion des grandes surfaces «à l'américaine» au Canada et la multiplication des casinos aux États-Unis peuvent aussi contribuer à cette tendance. De plus, la récente flambée des prix de l'essence a peut-être forcé les ménages à revoir leurs projets de voyage.

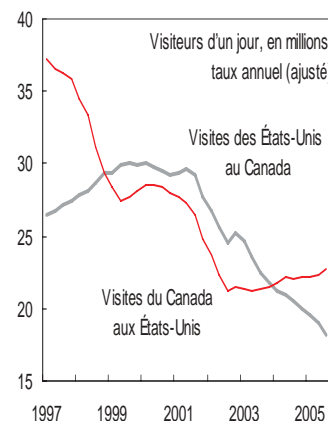
La dynamique changeante des flux touristiques mondiaux a tendance à aggraver les divergences de rendement économique régionales au Canada. Les provinces traditionnellement plus tributaires du tourisme américain, dont l'Ontario, ont connu une conjoncture plus difficile. Les touristes américains représentaient 83 % des visiteurs étrangers en Ontario l'an dernier, contre 70 et 72 % respectivement pour l'Alberta et la Colombie-Britannique, qui attirent le plus de touristes non américains. Le poids croissant des touristes asiatiques a également favorisé l'Ouest, à commencer par la Colombie-Britannique, qui reçoit maintenant presque autant de visiteurs non américains par an que l'Ontario.

Les exploitants touristiques de l'Ouest sont visiblement les mieux placés pour profiter d'un boom du tourisme chinois au cours des prochaines années grâce à l'octroi prévu du «statut de destination approuvée» au Canada et au récent pacte aérien bilatéral élargi signé entre les deux pays. La Chine est le 12^e principal marché touristique du Canada, qui a accueilli quelque 100 000 visiteurs de ce pays l'an dernier – chiffre qui, selon certaines estimations, pourrait grimper jusqu'à 700 000 par an. Les Jeux olympiques d'hiver de 2010 à Vancouver présentent aussi un énorme potentiel de marketing.

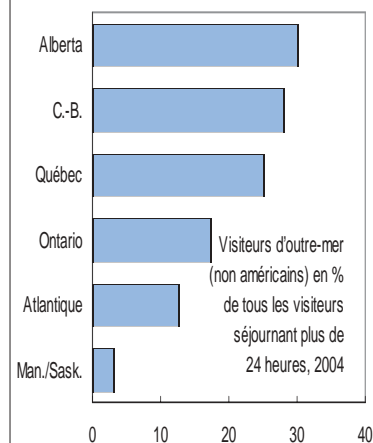
D'ici quelques années, le ralentissement de la croissance mondiale pourrait se répercuter sur les projets de dépenses des voyageurs d'agrément et d'affaires à l'étranger. Les intentions de voyage restent également vulnérables aux craintes de pandémie de grippe, même si les destinations étrangères resteront sans doute très populaires. Au Canada, la probabilité que le huard se renforcera encore face au dollar US représente aussi un risque pour le secteur. De même, un affaiblissement éventuel du peso mexicain lié aux élections pourrait nuire aux voyages vers le sud.

Des investissements en infrastructure et en technologie sont indispensables pour améliorer les flux touristiques transfrontaliers en Amérique du Nord, mais les progrès sont lents. De fait, les obstacles devraient même s'accroître avec l'entrée en vigueur sur deux ans du nouveau règlement obligeant tous les visiteurs qui entrent aux États-Unis à posséder un passeport valide. Une exigence semblable s'appliquera aux Américains qui se rendent au Canada, mais elle devrait avoir un effet négatif plus marqué sur ces derniers car ils sont moins susceptibles que les Canadiens de posséder un passeport.

Le tourisme transfrontalier baisse dans les deux directions



Les perspectives du tourisme sont meilleures dans l'Ouest



La C.-B. attire presque autant de visiteurs que l'Ontario

