



Info-voyages

Automne 1996

Un marché de voyages en pleine explosion

par Monique Beyrouti

De 1986 à 1995, les voyages d'une nuit ou plus des touristes provenant des pays d'outre-mer vers le Canada ont pratiquement doublé: ils sont passés de 2,0 millions à 3,9 millions (graphique 1). En 1995, le Canada bénéficiait d'une hausse spectaculaire de 14,5 p. cent de ces voyages par rapport à l'année précédente. Certes, cet engouement vers le Canada est un excellent signe pour son industrie touristique qui a vu ses recettes de voyages en provenance de ces pays, augmenter de 20,7 p. cent en un an seulement, soit de 1994 à 1995.

Si ces touristes¹ viennent de plus en plus au Canada et que leur nombre a atteint un sommet inégalé, la part qu'accapare le marché des touristes asiatiques augmente à grande vitesse.

Cette forte effervescence des voyages d'outre-mer provient d'une croissance continue des voyageurs arrivant d'Europe jumelée à une hausse spectaculaire en provenance des marchés de l'Asie, dont les attentes les plus optimistes ont été dépassées. Ainsi, en 1995, les visites au Canada des résidents du Japon ainsi que celles des résidents de Hong Kong ont chacune quadruplé par rapport à une dizaine d'années plus tôt. Celles des résidents de Taiwan ont sextuplé. Et ceci n'est pas l'effet du hasard.

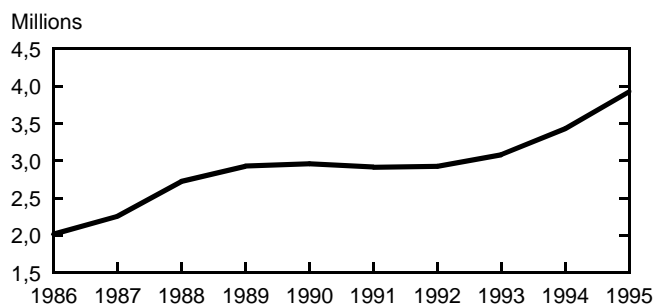
En première partie de l'analyse qui suit, nous situons l'évolution générale du marché des voyageurs asiatiques par rapport au marché des voyageurs européens, qui demeure tout de même le plus important pour le Canada.

Dans un second temps, nous examinons certaines caractéristiques des voyageurs en provenance du Japon d'abord, puis plus brièvement de la Corée du sud, avant de relater quelques-uns des événements qui ont contribué à l'essor de ces voyages. Nous avons choisi d'examiner le Japon, en raison de ses importants contingent touristique et dépenses et la Corée du sud, dû au fait que ce pays enregistre la plus forte croissance des voyages au Canada.

¹ Tout au long de ce texte, les touristes dont il est question sont des résidents d'outre-mer ayant effectué une visite d'au moins une nuit au Canada et ils excluent les voyageurs résidents des États-Unis.

Graphique 1

Voyages au Canada des résidents provenant de pays d'outre-mer



Source : Enquête sur les voyages internationaux.

Dans ce numéro...

Article

Un marché de voyages en pleine explosion 1

Tendances

Caractéristiques des voyages internationaux 8

Compte des voyages internationaux 9

Indice des prix des voyages 10

Indicateurs de voyages

12



Forte effervescence des voyages en destination du Canada

En dépit de la croissance des voyages d'une nuit ou plus provenant des principaux marchés touristiques d'Europe (tableau 1), la part des voyages au Canada occupée par le marché européen est en baisse.

En revanche, la croissance du pourcentage des voyages provenant du continent asiatique est phénoménale. En fait, comme l'indique le tableau 2, elle est telle que sa part du marché des voyages d'outre-mer se situait, en 1995, à 32,8 p. cent comparativement à 24,6 p. cent en 1986.

L'Asie est d'ailleurs le seul continent ayant augmenté sa part dans les voyages vers le Canada.

Durant la même période, la part du marché européen est passée de 57,6 en 1986 à 53,9 p. cent en 1995.

Les voyages originant des pays d'Europe augmentent certes: en 1995, ils étaient en hausse de 9,5 p. cent par rapport à l'année dernière. Mais les voyages en provenance d'Asie grimpent encore plus, soit de 27 p. cent durant la même période. Le déclin de la part des voyages provenant du Royaume-Uni, d'où le Canada reçoit le principal contingent de touristes européens, est principalement responsable de cette baisse. En effet, malgré certaines fluctuations, la part en

Tableau 1

Voyages au Canada en provenance de certains pays

	'000 de voyages		variation en % 1995/1994
	1994	1995	
Europe	1 936	2 119	9,5
Royaume-Uni	577	640	10,9
Allemagne	367	420	14,4
France	409	430	5,1
Asie	1 014	1 288	27,0
Japon	481	589	22,5
Corée du sud	78	112	43,6

Source : Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 2

Part de voyages au Canada selon certaines régions d'outre-mer

Année	1986	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Europe	57,6	55,1	56,3	57,3	58,7	56,5	53,9
Royaume-Uni	19,8	18,7	18,2	18,4	18,2	16,8	16,3
Allemagne	9,9	8,6	9,4	9,9	11,0	10,7	10,7
France	7,0	8,3	8,4	10,6	11,7	11,9	10,9
Asie	24,6	28,9	28,5	28,0	27,1	29,6	32,8
Japon	9,8	13,9	13,5	13,4	13,3	14,0	15,0
Autres pays d'Asie	14,8	15,1	15,0	14,5	13,9	15,5	17,8

Source : Enquête sur les voyages internationaux.



Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef: Monique Beyrouti
Téléphone: (613) 951-1673

Assistante: Carol Moskaluk

Toute correspondance peut être envoyée à la rédactrice en chef, **Info-voyages**, 3^e étage édifice R.-H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6. **Télécopieur:** (613) 951-2909. Courrier Internet beyrmon@statcan.ca

Prix: Canada: 12\$ l'exemplaire, 40\$ par année
États-Unis: 15\$US l'exemplaire, 48\$US par année
Autres pays: 17\$US l'exemplaire, 56\$US par année
Périodicité : trimestrielle ISSN 0713-2840

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.



Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministère de l'Industrie, 1996. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

provenance des autres pays importants d'Europe a tout de même connu une croissance en une décennie. Ainsi, les voyages des Allemands se situaient à 10,7 p. cent en 1995 contre 9,9 p. cent en 1986. Quant aux Français, ils comptaient pour 10,9 p. cent des touristes provenant d'outre-mer comparativement à 7,0 p. cent en 1986.

Si les voyages d'une nuit ou plus effectués par les Anglais au Canada augmentent, le calibre comparatif de leur croissance ne suffit plus à maintenir leur part.

Il ne serait pas surprenant que dans quelques années, le Japon dépasse le Royaume-Uni pour s'accaparer le rang du plus important marché d'outre-mer au Canada.

Ouverture des marchés asiatiques

Il y a un quart de siècle, la révolution économique japonaise entraînait avec elle la Corée du sud, Taiwan, Singapour et Hong Kong qui ont été les premiers pays asiatiques à s'enrichir. Jusqu'alors, sans ressources naturelles et surpeuplés, ces pays faisaient encore partie du Tiers-Monde.

Aujourd'hui, ces pays sont devenus de forts concurrents et aussi d'importants partenaires économiques. Pour le Canada, dont les échanges commerciaux avec l'Asie enregistrent une vigoureuse croissance, les avantages sont de taille.

Certes, ceci est une excellente nouvelle pour l'industrie touristique entre autres, puisque cet essor transparait aussi de plus en plus dans les voyages internationaux.

Avec près de 1,3 million de voyages d'une nuit ou plus au Canada en 1995, le nombre de visiteurs en provenance du continent asiatique a grimpé de 27 p. cent par rapport à 1994. Pour la plupart, ils proviennent du Japon, de Hong Kong et de la Corée du sud.

Durant leurs voyages en 1995, ils ont injecté 1,4 milliard \$ (tableau 3) dans l'économie canadienne. Cette somme représente 34 p. cent des sommes totales dépensées au Canada lors de voyages d'une nuit ou plus en provenance d'outre-mer.

Proximité géographique oblige, mais aussi en raison du fantastique spectacle qu'offre les Rocheuses, les Asiatiques sont plus enclins à visiter l'Ouest canadien que les résidents des autres continents. Le cinquième de leurs voyages comprenait au moins une nuit en Alberta et 47 p. cent incluait au moins une nuit en

Tableau 3

Dépenses de voyages au Canada

	millions \$		variation en %
	1994	1995	1995/1994
Europe	1 830	2 141	17,0
Royaume-Uni	484	566	16,9
Allemagne	389	498	28,0
France	412	461	11,9
Asie	1 049	1 366	30,2
Japon	549	661	20,4
Corée du sud	68	126	85,3

Source : Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 4

Part des voyages internationaux destinés au Canada, par principaux pays d'origine

	Japon	France	Allemagne	Royaume-Uni
1986	3,6	0,9	0,4	1,6
1987	3,7	1,0	0,5	1,6
1988	3,9	1,3	0,5	1,8
1989	4,0	1,2	0,5	1,8
1990	3,7	1,3	0,4	1,8
1991	3,7	1,8	0,4	1,7
1992	3,3	1,8	0,4	1,6
1993	3,4	2,2	0,5	1,6
1994	3,5	2,3	0,5	1,4
1995	3,9	2,6	0,6	1,5

Source : Enquête sur les voyages internationaux.
Organisation mondiale de tourisme (OMT).

Colombie-Britannique. L'Ontario, où près de la moitié des voyages des Asiatiques incluait au moins une nuit, demeure la province la plus visitée, où les chutes Niagara représentent entre autres, une attraction prisée pour ces voyageurs.

Quelques caractéristiques des voyageurs Japonais...

Avec ses 589 300 voyageurs au Canada, le Japon représente le second marché touristique d'outre-mer en importance. Aussi, de tous les marchés touristiques importants pour le Canada, le Japon est celui qui consacre la plus forte proportion de ses voyages internationaux au Canada. Du total de 15 millions de voyages d'une nuit et plus qu'ils ont effectué un peu partout dans le monde durant l'année 1995, les Japonais en ont consacré 3,9 p. cent au Canada. Ceci représente la plus importante proportion depuis 1989, année où 4,0 p. cent des voyages internationaux des Japonais avaient été destinés au Canada (tableau 4).

Les dépenses totales des voyageurs japonais en voyage d'une nuit ou plus au Canada sont les plus importantes de

toutes. En 1995, elles s'élevaient à 661 \$ millions. Réparties par province, la Colombie-Britannique a reçu 46 p. cent de ce montant, l'Ontario 24 p. cent et l'Alberta, 20 p. cent.

En 1995, le Japon a fourni au Canada près de 15 p. cent de ses touristes provenant d'outre-mer et 16 p. cent des recettes de voyages. Les recettes des voyageurs japonais, en hausse de 20,4 p. cent par rapport à 1994, surpassent d'ailleurs celles de n'importe quel autre pays et représentent même 95,8\$ millions de plus que les recettes en provenance des voyageurs anglais.

Pourtant, la durée de séjour moyenne du Japonais au Canada est brève. En fait, elle est la plus courte comparativement à celle de tous les autres touristes. Il n'aura séjourné en moyenne que 5,9 jours au Canada en 1995, comparativement à une moyenne de 8,4 jours pour le visiteur provenant du continent asiatique ou encore à 12,2 jours pour le voyageur européen. Il aura cependant dépensé plus par nuit que les sommes réunies d'un voyageur allemand et d'un voyageur Français.

Des voyages pour le plaisir!

Les Japonais viennent au Canada surtout pour des motifs de loisirs. Lors de leurs séjours au Canada, ils auront consacré, en 1995, 55 p. cent de leurs dépenses totales lors de voyages de loisirs, comparativement à 25 p. cent et à 12 p. cent lors de voyages d'affaires et de visite à des parents ou amis, respectivement.

Lors d'un voyage au Canada, 45 p. cent d'entre eux ont passé au moins une nuit en Ontario et 27 p. cent ont passé au moins une nuit en Alberta. La Colombie-Britannique demeure la province qui reçoit le plus de visites d'une nuit et plus, soit 49 p. cent des Japonais qui ont voyagé au Canada.

La plus forte proportion des voyageurs japonais, soit le quart, ont visité le Canada en couple. Lorsqu'il s'agit de voyages de loisirs ou vacances, cette proportion s'élève à 29 p. cent.

Un peu plus du cinquième ont voyagé seul en 1995, la proportion la plus forte étant lors de voyages principalement pour la visite d'amis ou de parents.

Évolution du marché japonais

Il y a trente ans, les japonais voyageaient à peine. Tout commence à la suite des jeux olympiques de Tokyo en 1964, alors que le gouvernement japonais éliminait finalement les restrictions relatives aux voyages et adoucissait les restrictions monétaires imposées sur les voyages internationaux. Cette année-là, 128 000 Japonais allaient s'aventurer à l'extérieur de leur pays. Le Canada leur est alors à peu près inconnu et Vancouver est vendue aux touristes comme porte d'entrée pour Disneyland.

La situation évolue et à partir de 1978, c'est au tour des restrictions sur la quantité de monnaie étrangère que les touristes Japonais pouvaient sortir du pays à être supprimés. Un an plus tard, 4 millions de Japonais avaient voyagé à l'extérieur de leur pays.

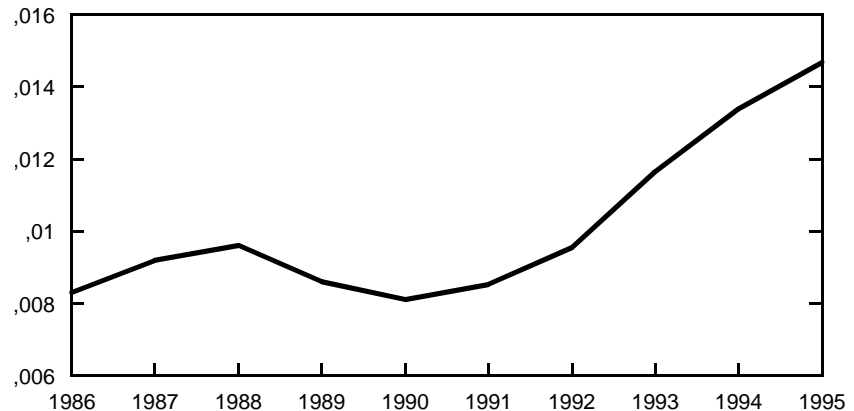
L'année 1980 a marqué la première baisse des voyages internationaux des Japonais. Une combinaison de facteurs, entre autres la récession intérieure, la baisse du revenu disponible et la hausse des tarifs aériens internationaux, auront causé cette baisse. Il faudra attendre jusqu'en 1984, pour que le nombre de Japonais voyageant au Canada reprenne son niveau de 1980.

Dès 1985 cependant, le nombre de voyages internationaux effectué par les Japonais est en hausse. La forte appréciation de la valeur du yen (graphique 2)

Graphique 2

Le yen japonais exprimé en dollars canadiens, 1986-1995

\$ canadiens par unité



Source : Banque du Canada.

a été un important facteur dans cette augmentation puisqu'elle rendait le coût des voyages abordable. En outre, la politique du gouvernement japonais visant à encourager ses travailleurs à consacrer une plus grande partie de leurs revenus à l'achat de biens de consommation, dont les voyages, et à prendre de plus longues vacances, a porté fruit, la croissance économique soutenue du Japon ne cessant alors de progresser. Cependant, en début des années 1990, on assiste à une interruption de la forte croissance économique du Japon.

L'éclatement sur les marchés boursier et immobilier provoque une crise économique vers le second trimestre de 1992. Combinée à la Guerre du Golfe qui survint alors, cette crise économique s'est reflétée dans les voyages internationaux des Japonais.

De peine et de misère, une reprise des voyages s'effectuera malgré tout, vers la fin de l'année 1993. Les facteurs suivants auront contribué à cette reprise et probablement aussi à amoindrir la baisse totale de leur voyages. D'abord, le yen a continué à se renforcer dès 1991.

Tableau 5

Voyages au Canada par principal but, certaines régions, 1995

	Affaires congrès emplois	Visites d'amis ou de parents	Agrément loisirs vacances	Autres	Total
	%				
Europe	13	29	55	3	100
France	11	21	64	4	100
Allemagne	11	21	65	3	100
Royaume-Uni	10	36	51	3	100
Asie	20	23	53	4	100
Japon	23	12	61	4	100
Autres Asie	17	33	46	4	100

Source : Enquête sur les voyages internationaux.

D'ailleurs, à part de brèves interruptions, il a augmenté en moyenne de cinq p. cent par année depuis les 20 dernières années, contre le dollar américain. De plus, la compétition entre les agences de voyages, dont le nombre avait proliféré vers la fin des années '80, a résulté en des baisses de prix, particulièrement au début de 1990, en raison de la guerre de prix entreprise entre les commerces de voyages.

Depuis leurs reprises en 1993, les voyages, à travers le monde entier, des Japonais ont connu une importante croissance, passant de 11,8 millions cette année-là, à 15,0 millions en 1995.

Une série de facteurs ont contribué à l'affluence vers le Canada. La baisse du dollar canadien combinée à l'ouverture en 1994 du nouvel aéroport international d'Osaka ont permis une forte augmentation des voyages des Japonais au Canada depuis 1994. L'augmentation de la fréquence et de la capacité des vols a été très bénéfique, ayant entre autres choses, facilité les entrées directes vers le Canada qui ne cessent d'augmenter.

Des grands amateurs de nature

En 1995, 61 p. cent des voyageurs japonais venaient au Canada pour des motifs de vacances et loisirs (tableau 5). C'est surtout entre les mois de juillet et septembre qu'ils effectuaient le plus grand nombre de ces voyages, soit 42 p. cent.

Une étude exhaustive du marché des voyages de loisirs des Japonais, financée conjointement par la Commission canadienne du tourisme, par la U.S. Travel and Tourism Administration et par le Secretaria de Turismo (Mexico) révèle que le facteur ayant le plus de potentiel d'attirer de futurs visiteurs japonais au Canada, demeure l'exceptionnelle beauté de la nature et de la faune. Ceci inclut les régions montagneuses, la nature sauvage, les nombreux parcs nationaux et forêts, les lacs et rivières, sites écologiques, etc. Le Japonais est très attiré par les grands espaces ouverts, la faible densité de la population et la "nature sur grande échelle".

La préservation de l'environnement de la vie sauvage sont de grande importance au Japon. C'est pourquoi, ces caractéristiques demeurent les points forts du Canada. Parmi les autres qualités que les Japonais attribuent au Canada, on retrouve la propreté et la qualité de l'environnement, les nombreuses aires de tourisme ainsi que la perception de sécurité.

Le tableau 6 indique que 79% des Japonais ont déclaré les visites de circuits touristiques comme une des activités qu'ils ont effectué lors de leurs séjours au Canada et près de la moitié ont visité un parc national/thématique et/ou un site historique en 1995.

Tableau 6

Certaines activités effectuées par les Japonais en voyage au Canada, 1995

	%
Magasinage	75
Voir des curiosités	79
Visite de zoo/musée/ attraction naturelle	29
Visites de parcs/ site historique	49
Participation sportives/ activités extérieures	28

Source : Enquête sur les voyages internationaux.

Note : Comme les voyageurs peuvent effectuer plus d'une activité lors d'un séjour, le total des activités est supérieur à 100%.

Cependant, comme les Japonais ont des standards de services très élevés, les réserves qu'ils émettent envers le Canada concernent entre autres, les services dans les hôtels, leur nombre ainsi que le système de réservation d'hôtel, qu'ils jugent inadéquats. Ce sont des critères importants pour les japonais puisqu'ils fréquentent les hôtels en grand nombre. En effet, 60 p. cent de ces voyageurs ont passé au moins une nuit dans un hôtel en 1995. Durant la même année, ils ont consacré 23 p. cent de leur budget total au Canada en hébergement et 11 p. cent en alimentation.

Parmi les points négatifs rapportés, ils considèrent qu'il y a un manque de services spéciaux pour les voyageurs plus âgés et que le système de transport est mauvais.

En 1995, les Japonais ont affecté 8 p. cent de leurs dépenses totales au pays au chapitre des dépenses de transport à l'intérieur du Canada.

La plupart des experts au Japon prévoit que le nombre de voyageurs japonais internationaux atteindra 20 millions d'ici l'an 2000. Le potentiel pour le Canada est grand, compte tenu surtout de leur forte propension à dépenser. Les efforts des intervenants canadiens ne sont pas vains. En effet, les Japonais investissent de plus en plus au Canada. De même, comme le soulignait le ministre

canadien du Commerce international, lors de sa visite ministérielle au Japon en avril dernier, le Canada continue d'être un important fournisseur de certains produits au Japon. Par ailleurs, quatre des sept secteurs clés, parmi lesquels on retrouve le tourisme, du *Plan d'action du Canada pour le Japon* ont pu bénéficier de cette visite.

La croissance du nombre de voyageurs de la Corée du sud surpasse celle de tous nos plus importants marchés

Un nombre record de voyageurs de la Corée du sud choisissent le Canada pour leur destination de vacances. Il y a à peine cinq ans, la plupart des Coréens du sud ne pouvaient même pas obtenir de passeport.

En 1995, ils étaient 112 000 à débarquer au Canada pour une visite d'une nuit ou plus, soit un record pour les visiteurs en provenance de ce pays. Ils ont laissé derrière, 126,2 \$ millions, en hausse de 86 p. cent sur 1994. En moyenne, durant leurs voyages au Canada en 1995, les Coréens du sud ont dépensé chacun 171\$ par nuit ou 1 138 \$ par voyage.

C'est la Colombie-Britannique qui a reçu la plus grosse part des recettes en provenance de ces voyageurs, soit 55 p. cent. L'Ontario suit, avec 29 p. cent des recettes.

La Corée du sud représente maintenant le huitième plus important marché outre-mer pour le Canada, alors qu'il y a seulement un an, elle se situait au onzième rang, derrière le Mexique. La croissance de 52,0 p. cent des voyageurs de la Corée du sud en 1995 par rapport à 1994, s'est révélée la plus importante, dépassant celle de tous les autres marchés principaux.

Leurs visites au Canada se concluent, en moyenne, au bout de 6,6 nuits. Seize p. cent d'entre eux auront passé au moins une nuit en Alberta et 44 p. cent auront passé au moins une nuit en Colombie-Britannique. L'Ontario est la province qui a cependant reçu le plus de visites d'une nuit et plus, attirant 54 p. cent des Coréens du sud qui ont voyagé au Canada en 1995. La seule autre province visitée, soit le Québec, n'a retenu que 5 p. cent de ces voyageurs pour au moins une nuit.

Le loisirs et les vacances justifiaient la moitié de leurs visites au Canada, comparativement au cinquième pour le travail, les réunions et les affaires et finalement, un autre cinquième effectué

principalement pour la visite de parents et/ou d'amis.

Une décennie de voyages

Ce n'est pas depuis toujours que les Coréens du sud peuvent voyager. En fait, depuis le début de la République de Corée du sud jusqu'en septembre 1987, seuls les résidents âgés de plus de 50 ans pouvaient voyager à l'extérieur du pays. Le gouvernement avait imposé ces restrictions aux Coréens du sud car selon lui, le pays ne pouvait se payer le luxe d'utiliser les gains de change étranger. Ces restrictions ont été cependant atténuées en juillet 1988 alors qu'il fallait être âgé d'au moins 30 ans pour voyager à l'extérieur de la Corée du sud. Éventuellement, en 1989, les restrictions en vertu de l'âge ont été éliminées, à quelques exceptions près.

En 1986, ce pays se classait au 25^{ième} rang en ce qui trait aux dépenses internationales de tourisme. L'ouverture au reste du monde lui a permis de grimper au 13^{ième} rang en 1995.

Cette année-là, les résidents de la Corée du sud avaient dépensé 5,9 \$US millions un peu partout dans le monde, en hausse de 44,8 p. cent comparative-ment à 1994. Il s'agit de la plus forte croissance comparative aux principaux pays fournisseurs de touristes (tableau 7).

En trente ans, la Corée du sud a émergé d'un des pays les plus pauvres à un des pays les plus riches au monde. L'explosion de l'économie de la Corée du sud (dont la croissance a atteint 9,0 p. cent en 1995) depuis une décennie, combiné à la déréglementation des voyages de ses résidents et de sa forte monnaie (graphique 3), sont quelques-uns des facteurs expliquant l'engouement de ses résidents pour les voyages internationaux.

Il ne fait aucun doute que le Canada profite de ce marché entre autres, comme destination croissante de voyages. De 1992 à 1995, les voyageurs de la Corée du sud ont presque triplé leurs voyages au Canada (graphique 4). Et en ce qui a trait aux sommes laissées derrière eux, elles ont augmenté de 338,4 p. cent (graphique 5) durant cette période. Et en 1995, les voyages en provenance de ce pays représentaient 8,7 p. cent du marché asiatique soit une hausse de 4 points de pourcentage comparative-ment à seulement quatre ans plus tôt.

La présence économique du Canada se fait de plus en plus sentir dans ce pays qui est devenu le quatrième plus important partenaire commercial pour le Canada.

Tableau 7

Dépenses de certains pays en voyages internationaux, 1995

	millions US \$	variation en % 1995/1994
Allemagne	48 101	16,1
Royaume-Uni	24 625	11,0
France	16 315	17,6
Japon	36 737	19,6
Corée du sud	5 919	44,8

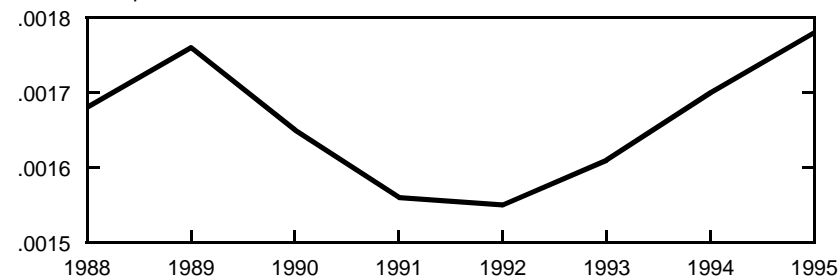
Source : *Tourism Market Trends, Organisation mondiale de tourisme (OMT).*

Note : Exclue les dépenses de transport.

Graphique 3

Le won de la Corée du sud exprimé en dollars canadiens, 1988-1995

\$ canadiens par unité



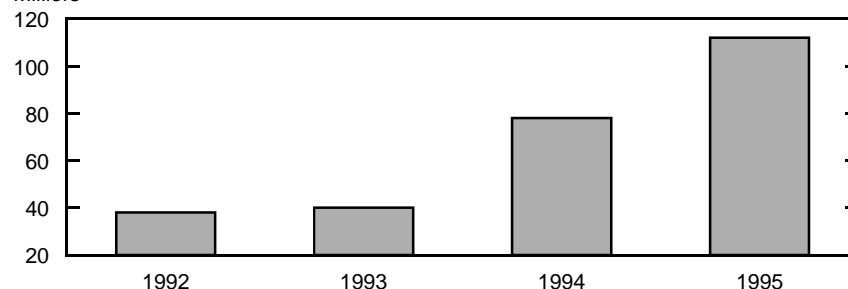
Source : Banque du Canada.

Note : Les données sur la Corée du sud n'étaient pas recueillies par la Banque du Canada avant 1988.

Graphique 4

Voyages au Canada des résidents de la Corée du sud, 1992-1995

Milliers



Source : Enquête sur les voyages internationaux.

Des rapports préliminaires portant sur les six premiers mois de 1996 indiquent que les voyages d'une nuit ou plus en provenance de la Corée du sud avaient déjà égalé le nombre total de ces voyages pour 1995. Par conséquent, tout indique que 1996 sera une autre année record pour ces voyageurs.

Conclusion

Face à la mondialisation, à la croissance des accords de libre-échange et à l'explosion des barrières tarifaires, le Canada fait face à un défi grandissant. On vit dans une ère de forte concurrence où le Canada doit s'imposer pour continuer à se tailler une place et s'accaparer de plus en plus de voyageurs. Pour le moment, le faiblesse du dollar canadien par rapport à de fortes monnaies, tels le yen, le deutschmark ou le franc suisse est en soi un motivateur pour le touriste puisqu'il contribue à diminuer les coûts des voyages. Cependant, pour que le Canada reste dans la course, il est primordial pour les intervenants de poursuivre les efforts en vue de promouvoir le Canada comme destination de choix. De plus, l'amélioration ou l'adaptation des services en fonction des besoins des étrangers qui visitent le Canada est un critère essentiel à la future attraction de marchés qui changent et évoluent.

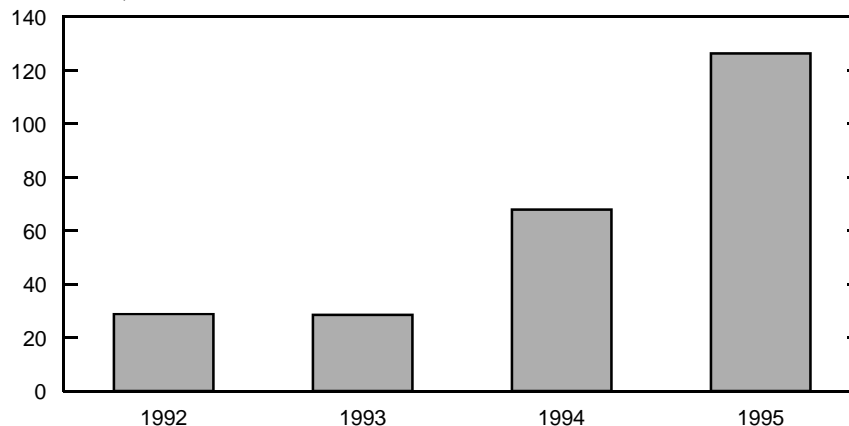
Bibliographie

1. COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, *Japon - Rapport sur l'industrie touristique*, Ottawa: Ministre de l'Industrie, juin 1995.
- *Japan Final Report*, Ottawa: Ministre de l'Industrie, 1995.
- *Communiqué*, Ottawa: Ministre de l'Industrie, mars 1996.
- *Communiqué*, Ottawa: Ministre de l'Industrie, mai 1996.
- *Communiqué*, Ottawa: Ministre de l'Industrie, juin 1996.
2. TOURISME CANADA, *Évaluation des voyages d'agrément des Japonais, août 1988*, Ottawa: Ministre d'État, Petites entreprises et Tourisme, 1988.
3. MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL, "La visite du Ministre canadien au Japon attise l'intérêt envers le Canada" dans *Canadexport*, le 17 juin 1996, Ottawa.
4. CIMON, J., "Outlook for Travel from Japan and Asia", Communication présentée à la Conférence de Canadian Tourism Outlook à Toronto, Ontario, 1988.
5. THE OTTAWA CITIZEN, "South Korea lets its young people go", Ottawa, le 4 février 1989.
6. THE GLOBE AND MAIL, "Japan's economy faces greatest test", *Classroom Edition*, Toronto, avril, 1994.
7. LE DEVOIR, "Modeste reprise", Montréal, le 10 septembre 1994.
- "L'argent est le nerf de la guerre", Montréal, le 16 janvier 1994.
8. "LA PRESSE, ALe Japon, autre pays ou autre monde?", Montréal, le 29 octobre 1994.
- "Au Japon, rien ne choque plus que la vantardise", Montréal, le 30 octobre 1994
- "Ombres et lumières de la Société japonaise sexiste", Montréal, le 31 octobre 1994.
- "Faut-il craindre la nouvelle puissance japonaise", Montréal, le 2 novembre 1994.

Graphique 5

Dépenses de voyages au Canada des résidents de la Corée du sud, 1992-1995

Millions de \$



Source : Enquête sur les voyages internationaux.



Les 10 états américains les plus visités par les Canadiens, par région de résidence, premier trimestre de 1996

Caractéristiques des voyageurs internationaux

Premier trimestre de 1996

Bien que l'état de New York reçoive le plus de visites d'au moins une nuit des Canadiens voyageant à l'extérieur du pays au cours d'une année (surtout en raison de sa proximité des deux provinces les plus peuplées), c'est en Floride que ceux-ci se dirigent le plus souvent pour échapper aux rigueurs de l'hiver. Au premier trimestre de 1996, les Canadiens revenant d'un voyage à l'étranger avaient effectué 915 000 visites d'une nuit ou plus en Floride. Il s'agit d'un bond de 17 % par rapport au premier trimestre de l'année dernière. Cela se compare à une hausse de 9 % du nombre de voyages aux États-Unis des Canadiens qui n'ont pas visité la Floride.

L'augmentation du nombre de voyages aux États-Unis qui incluaient une visite d'au moins une nuit en Floride est causée uniquement par un bond de 33 % des voyages en avion. En février 1995, le Canada et les États-Unis ont signé l'accord Ciel ouvert, qui a facilité les voyages par avion entre les deux pays.



Lorsque les Canadiens ne visitaient pas les états du sud, les états limitrophes au Canada ont accueilli le plus souvent des Canadiens pour des séjours d'au moins une nuit. Les résidents de l'ouest du pays en particulier ont visité ces états plus fréquemment que les états plus chauds. Par contre, la durée des séjours des Canadiens dans les états limitrophes a été beaucoup moins longue (environ trois nuitées en moyenne) que celle des séjours dans les états du sud.

L'hiver au Mexique pour les résidents de toutes les provinces

Si les destinations-soleil préférées des Canadiens aux États-Unis variaient selon la province de résidence, le Mexique a par contre fait l'unanimité auprès des vacanciers canadiens; il s'agit du pays d'outre-mer le plus visité par les résidents de toutes les provinces au cours de l'hiver de 1996.

Son attrait auprès des Canadiens a grandi au fil des ans. Lors des trois premiers mois de 1981, ils y ont effectué 60 000 visites d'au moins une nuit. Entre les hivers de 1981 et de 1986, le nombre de ces visites avait plus que doublé; il a augmenté de 60 % de plus entre le premier trimestre de 1986 et celui de 1991. Depuis, la croissance a été plus modeste, passant de 212 000 en 1991 à un sommet de 246 000 au cours du premier trimestre de 1996, alors que les Canadiens ont dépensé 206 millions de dollars pendant leurs séjours d'une nuit ou plus.

Les Canadiens découvrent Cuba de plus en plus

Au cours des dernières années, Cuba a aussi gagné en popularité. Cette île des Caraïbes a reçu un nombre sans précédent de 139 000 visites de résidents canadiens pour une nuit ou plus au premier trimestre de 1996, comparativement à 65 000 pendant les trois premiers mois de 1991 et à 87 000 l'hiver dernier. L'apport des touristes canadiens à l'économie cubaine a été de 110 millions de dollars, soit le double de ce qu'il avait été l'an dernier. Le bond de 60 % du nombre de visites enregistrées au premier trimestre de 1996 par rapport à celui de 1995 s'explique en partie par une légère percée sur le marché des provinces de l'Atlantique et de l'Ouest. Un peu comme la Floride, et contrairement au Mexique, le marché principal de Cuba au Canada est concentré au Québec et en Ontario. Dans le passé, les résidents de ces deux provinces représentaient 90 % des visiteurs canadiens en hiver; au premier trimestre de 1996, cette proportion s'établissait à un peu moins de 80 %.

Les voyages en hiver, pas seulement pour s'amuser au soleil

Au total, les Canadiens ont effectué 4,6 millions de voyages d'une nuit ou plus à l'étranger au cours du premier trimestre de 1996. Bien que 70 % des voyages d'au moins une nuit dans la région de l'Atlantique-Sud des États-Unis et que 87 % des voyages aux Bermudes et aux Caraïbes avaient comme raison principale les vacances, les loisirs et l'agrément, plusieurs Canadiens ont voyagé vers d'autres régions du monde et pour d'autres motifs.

Plus de la moitié des voyages d'au moins une nuit vers le Centre-Sud des États-Unis étaient des voyages d'affaires, alors que près de 50 % des voyages au Royaume-Uni étaient pour visiter des parents et des amis. Par ailleurs, le but de voyage principal des Canadiens qui ont voyagé en Asie était partagé également entre les visites aux parents et amis et les vacances, les loisirs et l'agrément, à une proportion d'environ 35 % chacun des voyages d'une nuit ou plus.

Compte des voyages internationaux Deuxième trimestre de 1996 (données provisoires)

Les dépenses records de 3,0 milliards de dollars des visiteurs étrangers au Canada entre les mois d'avril et de juin, combinées à la baisse des dépenses des Canadiens voyageant à l'extérieur du pays, ont résulté en une diminution de 26,5 % du déficit du compte des voyages internationaux du Canada.

Note aux lecteurs

À moins d'avis contraire, les données mentionnées dans le présent texte sont désaisonnalisées.

Les montants sont en dollars canadiens et ne sont pas corrigés pour tenir compte de l'inflation. Les recettes représentent les dépenses des visiteurs voyageant sur le territoire canadien, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales. Les dépenses représentent les dépenses des Canadiens voyageant sur un territoire étranger, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales.

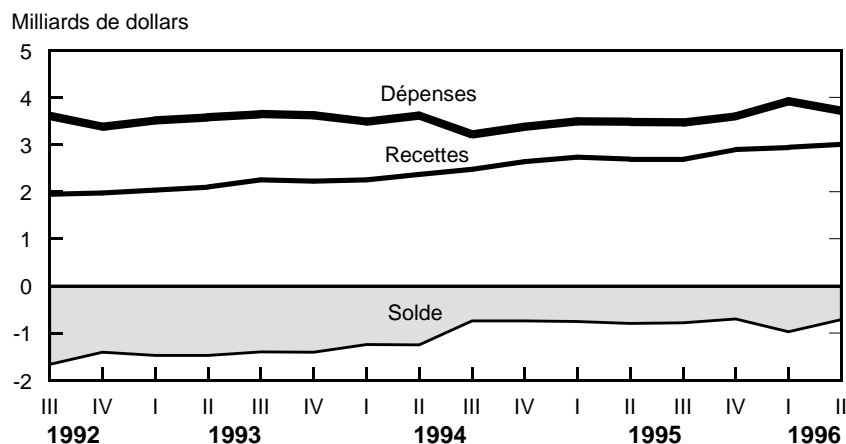
Les pays d'outre-mer sont les pays autres que les États-Unis.

Les dépenses des étrangers au cours du deuxième trimestre étaient en hausse de 2,0 % comparativement aux trois premiers mois de l'année. Par ailleurs, les Canadiens ont réduit de 5,1 % leurs dépenses à l'étranger; elles se sont chiffrées à 3,7 milliards de dollars. Malgré les recettes inégales et la diminution des paiements, le solde du compte des voyages internationaux du Canada était toujours déficitaire, à 715 millions de dollars.

Des recettes records et des paiements moins élevés ont contribué à l'amélioration du solde du compte des voyages internationaux

Malgré cette chute importante, le niveau du déficit demeurait légèrement supérieur au plus récent creux de 701 millions de dollars, atteint au quatrième trimestre de

Des recettes records et des paiements moins élevés ont contribué à l'amélioration du solde du compte des voyages internationaux



1995. Il était par contre considérablement moins élevé que le sommet de 1,9 milliard de dollars enregistré au quatrième trimestre de 1991.

Surplus au compte des voyages avec les pays autres que les États-Unis

Pour la troisième fois au cours des quatre derniers trimestres, les visiteurs de pays autres que les États-Unis ont dépensé plus au Canada que ne l'ont fait les Canadiens dans ces pays. Le solde du compte des voyages avec les pays autres que les États-Unis s'est amélioré, passant d'un déficit de 23 millions de dollars au premier trimestre à un surplus de 97 millions au deuxième. Le déficit avait culminé au premier trimestre de 1990, alors qu'il s'établissait à 297 millions de dollars.

La tendance dans les voyages au Canada des résidents d'outre-mer est à la hausse depuis le milieu de 1992. Leurs voyages d'au moins une nuit ont atteint un sommet au cours du deuxième trimestre de 1996. Leurs dépenses se sont aussi établies à un niveau sans précédent (1,4 milliard de dollars) entre les mois d'avril et de juin. Il s'agit d'une augmentation de 6,9 % comparativement au premier trimestre.

Les résidents de pays d'outre-mer effectuent beaucoup moins de voyages au Canada que les Américains, mais ils demeurent plus longtemps. La majorité des voyages des Américains au Canada sont de même jour et leurs voyages d'au moins une nuit avait une durée moyenne de seulement 4 nuits en 1995, comparativement à 11 pour les résidents de pays autres que les États-Unis.

Les résidents d'outre-mer dépensent en moyenne beaucoup plus par voyage au Canada que ne le font nos voisins américains. En 1986, l'apport des visiteurs d'outre-mer à l'économie canadienne représentait 26,6 % des recettes de voyages internationaux; au deuxième trimestre de 1996, cette proportion s'établissait à 46,2 %.

Au deuxième trimestre, les Canadiens ont voyagé un peu moins vers des pays d'outre-mer qu'ils ne l'avaient fait au cours des trois mois précédents. Leurs dépenses ont diminué de 2,3 % et se sont chiffrées à 1,3 milliard de dollars.

Amélioration du déficit du compte des voyages avec les États-Unis

Les Américains voyageant au Canada entre les mois d'avril et de juin ont déboursé 1,6 milliard de dollars. Ce montant était légèrement inférieur à la somme record dépensée au cours du

trimestre précédent (-1,8 %). Par contre, la réduction de 6,4 % des dépenses des Canadiens aux États-Unis, lesquelles ont totalisées 2,4 milliards de dollars, a été une importante. Le résultat net a été une amélioration de 14,5 % du déficit du compte des voyages du Canada avec les États-Unis, qui s'est chiffré à 812 millions de dollars.

Les dépenses des Canadiens aux États-Unis ont atteint un sommet de 2,8 milliards de dollars au quatrième trimestre de 1991. À cette époque, le dollar canadien valait 0,88 \$ US et les voyages de même jour en automobile au sud de la frontière, souvent utilisés comme un indicateur du magasinage transfrontalier, avaient aussi culminé.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Luc Dubois au (613) 951-1674, Section des voyages internationaux. Télécopieur: (613) 951-2909. Internet: duboluc@statcan.ca.



DITES-LE NOUS!

Avez-vous de l'information importante sur l'industrie canadienne du tourisme que vous désirez partager avec nos lecteurs?

Aimeriez-vous publier un article?

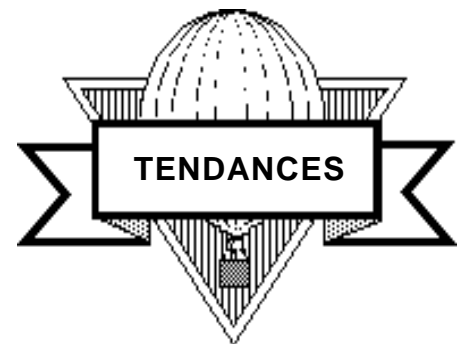
Communiquez avec nous par :

► courrier:

**Monique Beyrouiti, Éditrice,
Info-voyages,
3^e étage, Édifice R.H. Coats,
Statistique Canada,
Ottawa, Ontario K1A 0T6**

► télécopieur: ► téléphone:
(613) 951-2909 (613) 951-1673

► courrier Internet:
beyrmon@statcan.ca



Indice des prix des voyages, Second trimestre de 1996

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

L'IPV progresse de 3,5 % par rapport à la même période de l'année dernière

Au second trimestre de 1996, les consommateurs ont connu une majoration

de 3,5 % des prix des biens et services contenus dans le panier de l'Indice des prix de voyages, comparativement au même trimestre de l'année dernière. Cette hausse a été dominée par des majorations de 9,9 % dans les coûts de transports interurbains et de 7,7 % dans les coûts de transport local et de banlieue. On remarque aussi une progression du coût de l'utilisation de véhicules automobiles. En fait, il en coûtait plus aux voyageurs au second trimestre de 1996 pour tous les biens et services utilisés lors de voyages au Canada à l'exception de l'habillement et chaussures ainsi que les fournitures et services photographiques. Les prix de l'habillement et des chaussures ont fléchi de 1,6 % en juin après avoir enregistré des baisses de 0,5 % en avril et de 0,4 % en mai.

À titre comparatif, l'IPC a avancé de 1,4 % au second trimestre de 1996 par rapport au même trimestre de l'année dernière.

L'IPV avance de 2,9 % par rapport au trimestre précédent

Suivant deux trimestres consécutifs de repli, l'Indice des prix des voyages a augmenté de 2,9 % au second trimestre de 1996 par rapport au trimestre précédent. Au cours du second trimestre de 1996, les voyageurs ont dû payer 6,2% de plus pour leurs frais d'hébergement. Quoique particulièrement forte pour cette période de l'année, la majoration de 8,1 % des prix de l'hébergement, enregistrée en mai, reflète l'entrée en vigueur des tarifs d'été.

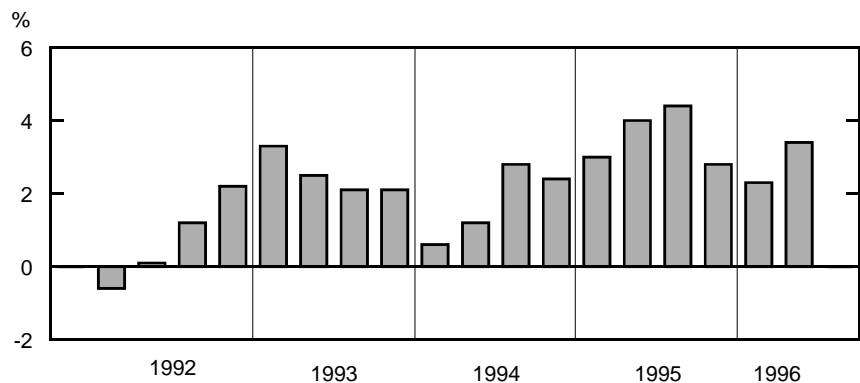
Par ailleurs, les consommateurs ont déboursé 4,9 % de plus pour les transports interurbains et 3,7 % de plus pour l'utilisation de véhicules automobiles.

Les consommateurs ont profité de légères réductions dans les coûts de location de véhicules automobiles ainsi que ceux de l'habillement et chaussures.

Au cours du second trimestre de 1996, le coût de tous les biens et services enregistré par l'Indice des prix à la consommation était en hausse de 0,7% comparativement au trimestre précédent. (voir Indicateurs de voyages à la page 12).

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant à la Section des voyages, du tourisme et des loisirs, au (613) 951-1673.

Variation en pourcentage de l'Indice des prix des voyages par rapport à l'année précédente



Source : Section des voyages, du tourisme et des loisirs.

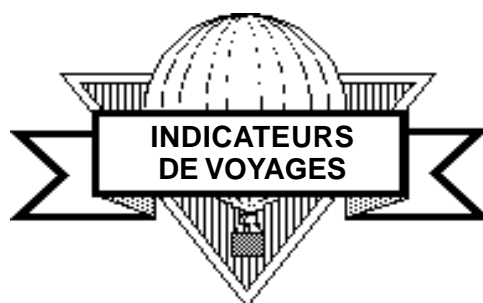
L'indice des prix des voyages et ses composantes

(non désaisonnalisée, 1986 = 100)

Composantes de l'IPV ¹	2e trimestre 1996	Variation en %	
		1er trimestre 1996	2e trimestre 1995
Transport interurbain	159,4	4,9	9,9
Transport local et de banlieue	171,0	1,6	7,7
Location de véhicules automobiles	133,7	-0,4	3,3
Utilisation de véhicules automobiles	147,2	3,7	3,2
Hébergement de voyageurs	131,8	6,2	2,0
Aliments	128,2	1,1	0,8
Boissons alcoolisées	146,9	0,6	2,2
Habillement et chaussures	131,0	-0,3	-0,8
Médicaments et produits pharmaceutiques	153,4	0,9	0,7
Soins personnels	131,1	0,0	-0,1
Matériel photographiques	111,8	0,6	2,3
Fournitures et services photographiques	116,6	-1,3	-0,5
Matériel de lecture et autres imprimés	169,6	1,7	4,9
Produits du tabac et articles pour fumeurs	143,3	0,7	1,3
Indice des prix des voyages	144,7	2,9	3,5
Indice des prix à la consommation	135,5	0,7	1,4

¹ Les composantes de l'IPV qui suivent ne sont pas publiées par la Division des prix: Droits d'entrées aux spectacles; Utilisation de véhicules de loisirs; Disques, disques audio numériques et bandes magnétiques audio pré-enregistrées; Droits pour usage unique d'installation de loisirs, de sport et de santé.

Source : Division des prix; L'Indice des prix à la consommation, no 62-001-XPB au catalogue.



	Deuxième trimestre		Variation en %
	1995	1996	
VISITEURS AU CANADA (en milliers)			
Des États-Unis	9 678	10 127	4,6
Visites d'une nuit ou plus	3 467	3 512	1,3
- Par auto	2 294	2 192	-4,5
Des pays d'outre-mer	1 135	1 317	16,1
Visites d'une nuit ou plus	1 040	1 213	16,6
Les sept pays les plus populaires:			
Royaume-Uni	173	196	13,3
Japon	149	171	15,2
France	115	124	7,8
Allemagne	109	120	10,1
Hong Kong	42	58	39,8
Corée du sud	28	45	62,4
Australie	36	43	18,3
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)			
Aux États-Unis	13 356	13 640	2,1
Visites d'une nuit ou plus	3 591	3 730	3,9
- Par auto	2 374	2 331	-1,8
Outre-mer	781	791	1,3
INDUSTRIE			
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	5 276	5 856	11,0
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	12 505	14 294	14,3
PRIX 1986 = 100 (non dés.)			
Indice des prix des voyages	139,9	144,7	3,4
Indice des prix à la consommation	133,6	135,5	1,4
- Aliments achetés au restaurant	141,7	144,0	1,6
- Transport interurbain	145,1	159,4	9,9
- Location de véhicules automobiles	129,5	133,7	3,2
- Essence	127,4	133,0	4,4
ÉCONOMIQUE			
Produit intérieur brut au prix de 1986 (dés.) (en millions)	540 600	547 942	1,4
- Divertissements et loisirs (en millions)	5 123	5 360	4,6
- Hébergement et restauration (en millions)	11 990	11 789	-1,7
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 224	17 261	0,2
TRAVAIL (en milliers)			
Population active (dés.)	14 913	15 113	1,3
Chômeurs	1 421	1 450	2,0
Personnes occupées	13 493	13 663	1,3
- Hébergement et restauration (non dés.)	857	906	5,7
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)			
Dollar des États-Unis	1,3713	1,3645	-0,5
Livre sterling	2,1901	2,0800	-5,0
Yen du Japon	0,0163	0,0127	-21,9
Mark de l'Allemagne	0,9825	0,8967	-8,7
Franc de France	0,2792	0,2646	-5,2
<i>(dés.) désaisonnalisées.</i>			