



Info-voyaages

Automne 1998

Tendances et cycles du tourisme à la lumière des indicateurs nationaux du tourisme¹

par David Wilton, Université de Waterloo

En juin 1997, Statistique Canada a diffusé des Indicateurs nationaux du tourisme (INT) révisés pour la période de 1986 à 1996. Les données des INT peuvent servir à trois fins générales : examiner la situation actuelle du tourisme au Canada, analyser la structure économique du tourisme et ses dimensions politiques et étudier les tendances statistiques et les cycles du tourisme.

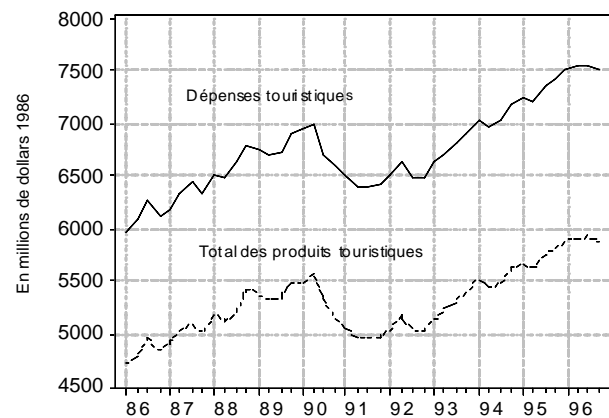
Le présent article vise à décrire les tendances statistiques et les cycles de la demande touristique au Canada, l'offre de produits touristiques et l'emploi touristique au cours de la période de 1986 à 1996, à la lumière des nouvelles données révisées des INT. Dans la mesure où cet article n'examine pas les structures saisonnières des INT (l'analyse statistique s'appuie sur des données désaisonnalisées), les caractéristiques de la forte variation saisonnière du tourisme sont brièvement mentionnées. Dans le secteur touristique, personne ne s'étonnera de ce que le tourisme atteigne un sommet, chaque année, au cours du troisième trimestre, sommet auquel succède la saison morte hivernale. Les dépenses touristiques au Canada sont en gros deux fois plus importantes au cours du troisième trimestre qu'elles ne le sont pendant le premier et le quatrième trimestres.

Aperçu des tendances et des cycles de la demande, de l'offre et de l'emploi touristiques

Le tourisme est un secteur de croissance et de création d'emplois de première importance dans l'économie canadienne. Du premier trimestre de 1986 au quatrième trimestre de 1996, les dépenses totales au titre du tourisme au Canada (calculées en dollars constants de 1986) se sont accrues de 26 %, ce qui représente près de 2 points de pourcentage de plus que l'augmentation du produit intérieur brut (PIB). Cette progression des dépenses au titre du tourisme s'est accompagnée d'une hausse de 22 % des emplois touristiques au sein des industries du tourisme, soit une croissance deux fois plus importante que l'augmentation de 12 % enregistrée dans l'ensemble du secteur industriel et commercial du Canada.

¹ Adaptation d'un article de David Wilton intitulé *Tendances récentes du tourisme selon les Indicateurs nationaux du tourisme* et préparé pour la Commission canadienne du tourisme.

Figure 1a
Demande touristique au Canada



Dans ce numéro...

Article principal

Tendances et cycles du tourisme à la lumière des indicateurs nationaux du tourisme 1

Tendances

Caractéristiques des voyageurs internationaux 10
Compte des voyages internationaux 11
Indice des prix des voyages 12

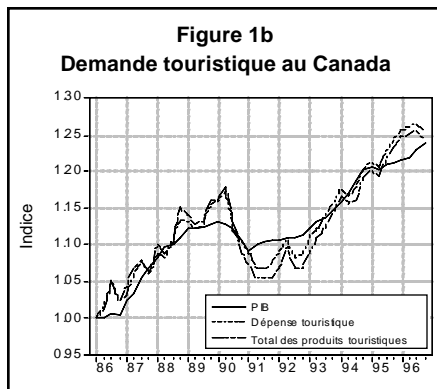
Indicateurs nationaux du tourisme 13

Indicateurs de voyages 14



La demande touristique au Canada

Les dépenses touristiques sont passées de 5 967 millions de dollars au premier trimestre de 1986 à un sommet de 7 005 millions de dollars au deuxième trimestre de 1990. Au cours de la récession du début des années 1990, les dépenses au titre du tourisme ont atteint leur niveau le plus bas, soit 6 374 millions de dollars au troisième trimestre de 1991. La reprise de l'économie canadienne au milieu des années 1990 a fait grimper les dépenses touristiques à quelque 7 500 millions de dollars (par trimestre) en 1996. La demande touristique au Canada pour l'ensemble des produits touristiques se conforme à un profil cyclique analogue. La ligne inférieure de la figure 1a atteint un sommet au deuxième trimestre de 1990, descend jusqu'à son niveau le plus bas au deuxième trimestre de 1991 pour atteindre ensuite de nouveaux sommets en 1995 et en 1996.



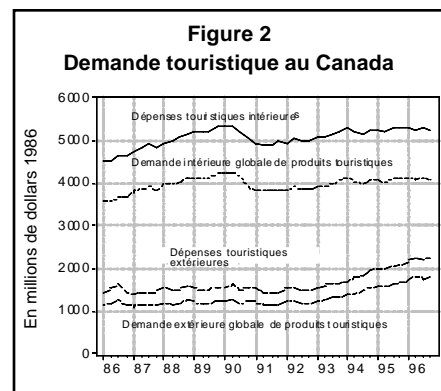
La figure 1b compare la demande touristique au Canada et le PIB, tous deux mesurés aux prix de 1986. Pour faciliter les comparaisons graphiques, on a indexé le PIB et la demande touristique en fonction d'une valeur de 1,00 au premier trimestre de 1986. Exception faite de la récession de 1991 à 1993, la ligne indicienne représentant les dépenses touristiques est plus élevée que la ligne indicienne du PIB. Les dépenses touristiques réelles ont progressé à un rythme légèrement plus rapide que le PIB au cours de la période s'étalant de 1986 à 1996. À la fin de 1996, la valeur indicienne des dépenses touristiques s'établit à 1,255 (les dépenses touristiques ayant augmenté de 25,5 % en chiffres absolus), comparativement à une valeur indicienne de 1,239 seulement pour le PIB.

Les courbes indicieuses de la figure 1b montrent que le «cycle conjoncturel» est beaucoup plus prononcé dans le secteur du tourisme qu'il ne l'est dans l'économie canadienne en général. Les fluctuations de la demande touristique au Canada ont

beaucoup plus d'ampleur que celles du PIB. Les dépenses touristiques et la demande touristique globale de produits touristiques ont diminué de 9,0 % et de 10,6 %, respectivement, pendant la récession de 1990 à 1991. Étant donné que le PIB n'a chuté que de 3,5 % pendant cette récession, le repli cyclique de la demande touristique est environ trois fois plus fort que le repli cyclique de l'économie globale. La reprise de 1993 à 1996 est aussi plus marquée dans le cas de la demande touristique qu'elle ne l'est dans l'économie en général. Le tourisme connaît des hauts et des bas cycliques marqués et des soubresauts saisonniers encore plus prononcés.

La demande touristique intérieure

Comme le montre la figure 2, les dépenses au titre du tourisme intérieur et extérieur ne coïncident pas. On observe des signes de cycle conjoncturel dans les dépenses touristiques intérieures, ce qui n'est pas le cas pour les dépenses touristiques extérieures. Si l'on compare les points d'extrémité des lignes tracées, on constate une tendance positive nettement plus prononcée pour les données du tourisme d'exportation. En proportion des dépenses touristiques globales, les exportations ont augmenté, passant de 23,8 % du total au premier trimestre de 1986 à 30,1 % au quatrième trimestre de 1996.



La figure 3 présente les données indexées sur les dépenses touristiques intérieures de même que les données indexées du PIB. Comparativement aux mouvements cycliques du PIB, les dépenses touristiques intérieures se caractérisent par un cycle nettement plus prononcé pendant la reprise de la fin des années 1980 et la récession de 1990 à 1991 (les dépenses touristiques intérieures affichant une variation de 8,6 % entre le sommet du premier trimestre de 1991 et le creux du troisième trimestre de 1991, comparativement à une variation de 3,5 % dans le cas du PIB), mais progressent

Info-voyages

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

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

Assistante : Nicky Kourkopoulos

Composition : Bilquis Kabir

Conception graphique : Rosemarie Andrews

Imprimerie : Centre d'impression, Statistique Canada

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**

Renseignements sur les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 87-003-XPB au catalogue paraît trimestriellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 13,00 \$ et un abonnement d'un an coûte 42,00 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 13,00 \$US et un abonnement d'un an coûte 42,00 \$US. ISSN 0713-2840

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet (n° 87-003-XIB au catalogue). Un numéro coûte 10,00 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 32,00 \$CAN. ISSN 1209-1340

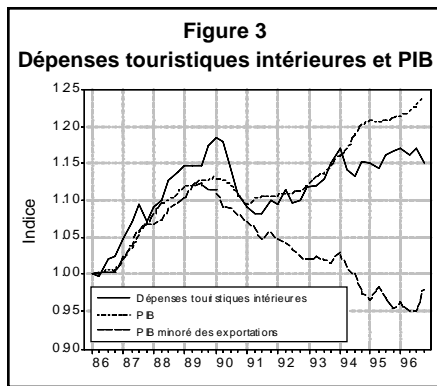
Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.



Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 1998. 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.



plus lentement au cours de la période de relance de 1993 à 1996.

La comparaison de la croissance des dépenses touristiques intérieures à celle du PIB est quelque peu trompeuse. En effet, les exportations sont exclues des dépenses touristiques alors qu'elles sont incluses dans le PIB. Il convient peut-être davantage de comparer les dépenses touristiques intérieures au PIB moins les exportations. Comme le montre la figure 3, la ligne indicelle du PIB exclusion faite des exportations se distingue nettement de la courbe indicelle du PIB total pendant les années 1990. N'eut été de la montée en flèche des exportations au cours des années 1990 (favorisée par la dépréciation du dollar canadien et par la conclusion de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis), la production canadienne aurait diminué. Si l'on soustrait les exportations des dépenses touristiques et du PIB, on s'aperçoit que la croissance de 15 % des dépenses touristiques intérieures, au cours de la période de 1986 à 1996, surclasse considérablement l'augmentation de la production destinée au marché intérieur.

Les exportations touristiques

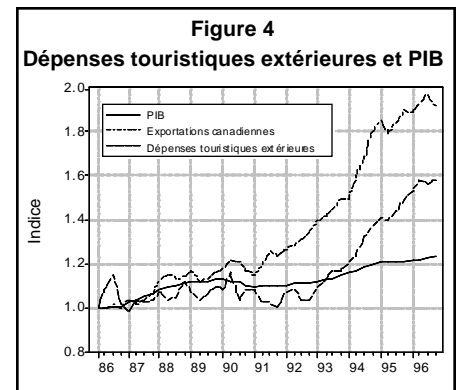
Les exportations touristiques, soit les achats de produits canadiens par des visiteurs étrangers, sont principalement liées à la conjoncture des pays de ces visiteurs étrangers (non à celle du Canada) et au taux de change.

Au cours de la période 1986 à 1992, on n'observe pas de tendances ou de cycles évidents, bien que les dépenses touristiques extérieures connaissent des poussées subites dans leur progression. Deux des poussées les plus nettes s'expliquent par des événements spéciaux au Canada. Expo 86 a suscité une montée en flèche des exportations touristiques aux deuxième et troisième trimestres de 1986; les exportations touristiques du troisième trimestre ayant enregistré une hausse de 15 % par rapport à celles du premier trimestre. Par ailleurs, une pointe moins marquée est observée pendant les Jeux olympiques de

Calgary, les services de transport aérien de passagers représentant près de la moitié de l'augmentation des exportations touristiques enregistrée au premier trimestre de 1988.

En 1993, l'évolution capricieuse des exportations touristiques, d'où il ne se dégage aucune tendance, prend fin, et ces dépenses commencent à augmenter à un rythme accéléré. Les dépenses touristiques extérieures ont bondi de 52 % du quatrième trimestre de 1992 au quatrième trimestre de 1996. Cette forte hausse des dépenses touristiques extérieures, amorcée en 1992, s'explique aisément. Le dollar canadien s'est déprécié par rapport à la devise américaine, passant de 0,89 \$US à la fin de 1991 à moins de 0,71 \$ au début de 1995 (pour se fixer à environ 0,73 \$ en 1996), ce qui a eu pour effet de faire baisser d'environ 20 % le coût d'un voyage ou de vacances au Canada pour les visiteurs américains. La dépréciation du dollar canadien a été encore plus marquée par rapport au yen japonais (47 %), au mark allemand (31 %) et au franc français (31 %) pendant la période de 1991 à 1996. Les effets positifs de la dépréciation du dollar canadien à l'étranger se sont conjugués aux effets positifs sur le revenu de la vigoureuse relance qu'ont connue les États-Unis et les économies mondiales, pour se traduire par une augmentation de 58 % des dépenses touristiques extérieures pendant la période de 1991 à 1996.

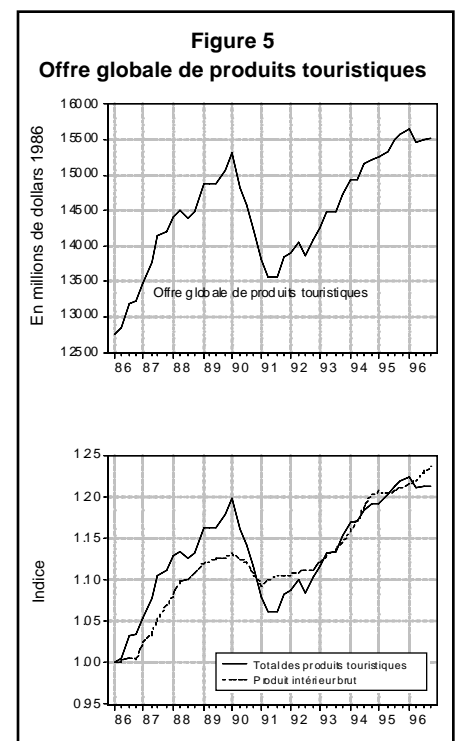
La croissance des dépenses touristiques extérieures de 1986 à 1996 dépasse largement la croissance du PIB. À la figure 4, la ligne indexée des dépenses touristiques extérieures atteint une valeur maximale de 1,58 comparativement à une valeur de 1,24 pour le PIB. Toutefois, cette augmentation de 58 % des dépenses touristiques extérieures est inférieure à la hausse de 92 % de l'ensemble des exportations canadiennes. Trois facteurs ont grandement contribué à stimuler les exportations canadiennes dans les années 1990 : une vigoureuse reprise de l'économie américaine, une dépréciation importante du dollar canadien et la conclusion de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE). Étant donné que la plupart des dépenses touristiques s'appliquent à des services non assujettis à des droits de douane, l'ALE a eu des effets positifs considérables sur les exportations de marchandises canadiennes, mais une incidence minimale sur les dépenses touristiques. C'est pourquoi il ne faut pas s'étonner si la croissance des dépenses touristiques extérieures dans les années 1990 demeure inférieure à la croissance de l'ensemble des exportations. Ce qui surprend, en revanche, c'est l'ampleur de l'augmentation des dépenses



touristiques extérieures, notamment au cours des années 1990.

L'offre de produits touristiques

Le premier graphique de la figure 5 présente les données trimestrielles désaisonnalisées de l'offre globale de produits touristiques, tandis que le second graphique illustre l'offre globale de produits touristiques indexée en fonction de la valeur 1,00 pour le premier trimestre de 1986. L'évolution tendancielle et cyclique de l'offre globale de produits touristiques est fort semblable à celle de la demande touristique au Canada (voir la figure 1).²



² La ligne indexée de l'offre globale de produits touristiques atteint une valeur maximale de 1,215, comparativement à une valeur maximale de 1,244 pour la demande touristique globale de produits touristiques.

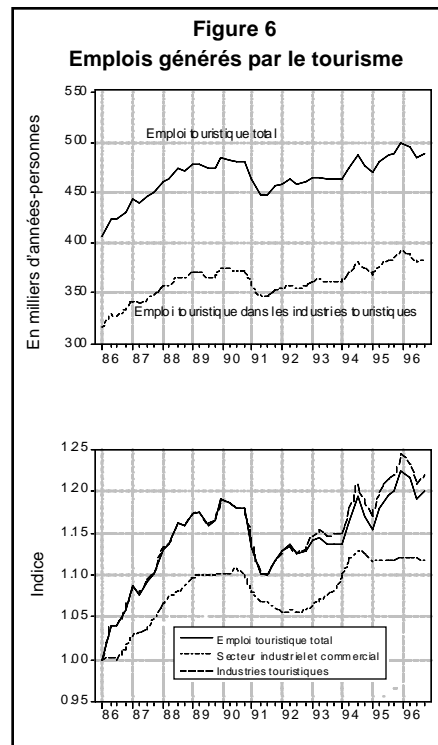
Bien que l'offre globale de produits touristiques affiche une tendance générale à la hausse, elle est soumise à des cycles conjoncturels très marqués. Comme l'illustre la figure 1, la courbe indiciaire de l'offre globale de produits touristiques est plus élevée que la ligne indiciaire du PIB pendant la période d'expansion de 1986 à 1990 et tombe sous la ligne indiciaire du PIB pendant la récession de 1991 à 1992. Le cycle conjoncturel de l'offre globale de produits touristiques est beaucoup plus prononcé que celui de l'offre globale de biens et de services (PIB). Le recul cyclique de 1990 à 1991 de l'offre globale de produits touristiques (11,5 %) est trois fois plus important que celui du PIB (3,5 %).

L'emploi généré par le tourisme

La figure 6 présente les données désaisonnalisées sur le nombre total d'emplois (mesurés en années-personnes) créés dans le tourisme en général et dans les industries du tourisme. Dans le second graphique, un indice des emplois dans le secteur commercial et industriel canadien, exprimés en années-personnes, est présenté à titre comparatif. L'emploi touristique connaît également des cycles très prononcés dans une tendance générale à la hausse; les tendances et les cycles de l'emploi touristique apparaissant à la figure 6 sont assez semblables à ceux observés au chapitre de la demande et de l'offre de produits touristiques (figures 1 et 5).

Le nombre total d'emplois touristiques générés par le tourisme a grimpé, passant de 407 000 années-personnes au premier trimestre de 1986 à 489 200 années-personnes au quatrième trimestre de 1996, soit une augmentation de 20 %. Au sein des industries touristiques, l'emploi touristique est passé de 315 000 à 384 000 années-personnes, soit une hausse de 22 % en onze ans. Il s'agit là d'une croissance près de deux fois plus importante que l'augmentation de 12 % observée dans le secteur industriel et commercial canadien.

Les cycles de l'emploi touristique sont plus prononcés que les cycles de l'emploi du secteur industriel et commercial (et du PIB). L'emploi touristique dans les industries touristiques a progressé de 19 % du premier trimestre de 1986 au premier trimestre de 1990, comparativement à une hausse de 10 % pour le secteur industriel et commercial canadien (et de 13 % pour le PIB). La récession de 1990 à 1991 a entraîné une baisse de 7,5 % de l'emploi touristique dans les industries touristiques, comparativement à une baisse plus modeste, soit de 4,7 %, dans le secteur industriel et commercial canadien. Depuis



son niveau le plus bas de 1991 jusqu'à la fin de 1996, l'emploi touristique dans les industries touristiques a augmenté de 11 %, comparativement à une hausse de moins de 6 % dans le secteur industriel et commercial du Canada. L'amplitude cyclique de l'emploi

touristique est près de deux fois plus importante que celle de l'emploi dans le secteur industriel et commercial canadien.

Estimations des tendances touristiques

De nombreux facteurs peuvent expliquer l'ampleur des variations d'un INT sur une période de temps donnée, par exemple le taux de croissance de l'économie canadienne, une modification de la valeur du dollar canadien, la déréglementation (par exemple, la politique «Cielles ouverts») et l'ouverture de casinos. Comme ces facteurs sous-jacents changent avec le temps, les estimations de la tendance des INT ne sont valables que dans un cadre temporel bien précis. Les estimations des tendances présentées aux tableaux 1 et 2 visent la période allant de 1986 à 1996 et ne constituent pas des prévisions des tendances futures.

La demande touristique au Canada

Au cours de la période de onze ans allant de 1986 à 1996, les dépenses touristiques (mesurées en prix constants) ont présenté une augmentation tendancielle estimative de 19,18 %, soit une hausse presque identique à celle du PIB canadien (19,34 %). En moyenne, les dépenses touristiques ont affiché une tendance à la hausse de près de 2 % par année pendant cette période de onze ans.

Tableau 1

Variation des valeurs tendancielle en pourcentage (Premier trimestre de 1986 au quatrième trimestre 1996)

	Demande touristique au Canada	Demande touristique intérieure	Exportation touristique	Offre de produits touristique
Transport	8,21	-0,17	62,04	13,53
Transport aérien voyageurs	3,61	-6,83	55,85	2,41
Location de véhicules	20,05	-31,53	213,81	12,45
Réparation et pièces de véhicules	37,42	37,74	27,46	20,74
Carburant	13,90	13,13	21,75	19,05
Hébergement	39,10	30,23	56,40	39,22
Hôtels	42,94	34,69	57,63	43,76
Motels	30,86	18,68	68,95	30,20
Services de restauration	9,64	-4,15	42,18	4,09
Établissement d'hébergement	-14,60	-27,48	14,49	-27,79
Établissements spécialisés	18,36	4,09	52,60	11,60
Autres produits touristiques	41,70	40,69	44,81	30,43
Loisirs et spectacles	2,59	-12,16	39,55	18,72
Agences de voyages	224,60	222,68	-	225,72
Total produits touristiques	16,93	7,13	53,03	13,70
Total des autres produits	27,91	22,21	48,38	n/a
Dépenses touristiques	19,18	10,21	52,06	n/a

Tableau 2

Augmentation ou diminution des valeurs tendanciennes en pourcentage de l'emploi généré par le tourisme (Premier trimestre de 1986 au quatrième trimestre de 1996)

Transports	11,33
Transport aérien	17,10
Taxis	-19,23
Location de véhicule	64,28
Hébergement	13,08
Service de restauration	16,20
Autres produits touristiques	1,15
Loisirs et spectacles	-11,06
Agence de voyage	54,30
Total des industries touristiques	12,72
Autres industries	3,83
Emploi touristique	10,68

Les augmentations (diminutions) tendanciennes estimatives des composantes de la demande touristique globale au Canada figurent à la première colonne du tableau 1. L'augmentation tendancielle la plus importante a trait aux services d'agences de voyages, soit 224,60 % (près de douze fois plus élevée que l'augmentation tendancielle estimative du PIB). On observe également des augmentations tendanciennes estimatives considérables dans la demande touristique de services d'hôtel (42,94 %), de chambres de motel (30,86 %), de réparation et de pièces de véhicules (37,42 %), d'autres produits (27,91 %), et de véhicules de location (20,05 %). À l'autre extrémité du continuum, on constate une diminution tendancielle estimative de 14,60 % pour la demande touristique de services de restauration dans les établissements d'hébergement. Cette diminution présente un contraste frappant avec l'augmentation tendancielle de 18,36 % de la demande touristique de services de restauration dans les établissements spécialisés (tels que les restaurants et les bars).

La demande touristique intérieure

L'augmentation tendancielle estimative de la demande touristique intérieure est de 10,21 %. Dans la colonne de la demande touristique intérieure du tableau 1, les services d'agences de voyages affichent encore une fois l'augmentation tendancielle

estimative la plus importante (222,68 %). Des augmentations tendanciennes estimatives appréciables sont également observées pour la demande touristique intérieure de services de réparation et de pièces de véhicules (37,74 %), de chambres d'hôtel (34,69 %), de chambres de motel (18,68 %) et d'autres produits (22,21 %). Quatre composantes de la demande intérieure connaissent des augmentations tendanciennes négatives : location de véhicules (-31,53 %), services de restauration des établissements d'hébergement (-27,48 %), loisirs et spectacles (-12,16 %) et transport aérien de passagers (-6,83 %).

La diminution tendancielle estimative de 6,83 % de la demande intérieure de services de transport aérien de passagers masque des faits intéressants. Une vigoureuse demande intérieure de ces services pendant la période de 1986 à 1990 et une faible reprise postérieure à la récession dans les années 1990 poussent la ligne tendancielle de 1986 à 1996 vers le bas. La hausse et la baisse du dollar canadien pendant cette période sont une explication possible de cette courbe négative. Pendant la période de 1986 à 1990, le dollar canadien s'est apprécié d'environ 20 % vis-à-vis du dollar américain, ce qui a incité de nombreux Canadiens à faire des réservations auprès de compagnies aériennes canadiennes pour voyager aux États-Unis et vers des destinations étrangères, de façon à tirer parti du pouvoir d'achat accru du dollar canadien à l'étranger. Le contraire s'est produit dans les années 1990 alors que le dollar canadien a dégringolé par rapport au dollar américain, poussant de nombreux Canadiens à renoncer aux voyages aériens vers des destinations américaines.

La demande touristique extérieure

La demande touristique extérieure est le moteur de la tendance à la hausse des dépenses touristiques au Canada. L'augmentation de la tendance estimative des dépenses touristiques extérieures pendant la période allant de 1986 à 1996 est de 52,06 %, comparativement à une augmentation tendancielle estimative plus modérée de 10,21 % pour les dépenses touristiques intérieures. En moyenne, les dépenses touristiques extérieures ont augmenté de près de 5 % par année au cours de la période de 1986 à 1996.

Les augmentations tendanciennes estimatives pour les composantes et les sous-composantes de la demande touristique extérieure sont, à une exception près (réparation et pièces de véhicules), plus importantes que pour la demande touristique

intérieure. Elles sont particulièrement fortes dans le cas des services de location de véhicules (213,81 %), d'hébergement (56,40 %), de transport aérien de passagers (58,85 %) et de restauration offerts par les établissements spécialisés (52,60 %). Les augmentations tendanciennes estimatives les plus faibles pour la demande touristique extérieure touchent les services de restauration offerts par les établissements d'hébergement (14,49 %), le carburant (21,75 %) et les réparations et pièces de véhicules (27,46 %).

L'offre de divers produits touristiques

L'augmentation tendancielle estimative de l'offre globale de produits touristiques pendant la période de 1986 à 1996 est de 13,70 %. La colonne 4 du tableau 1 montre que les augmentations tendanciennes estimatives les plus fortes touchent les services d'agences de voyages (225,72 %), les hôtels (43,76 %), les motels (30,20 %), les réparations et pièces de véhicules (20,74 %), le carburant (19,05 %) et les loisirs et spectacles (18,72 %). Comme on l'a constaté pour la demande touristique, l'augmentation tendancielle estimative de l'offre de services de transport aérien de passagers ne diffère pas de zéro de manière significative.

On observe des tendances divergentes de l'offre au sein de l'industrie de l'hébergement au cours de la période de 1986 à 1996. Alors que l'augmentation tendancielle estimative de l'offre de services d'hébergement (chambres) se chiffre à 39,22 %, l'offre de services de restauration dans les établissements d'hébergement connaît une compression de 27,79 %. On a assisté à une baisse énorme, d'ordre structurel, du pourcentage des recettes d'hôtel et de motel qui provient de la vente de services de restauration.³ Les hôtels et les motels axent de plus en plus leurs activités sur l'hébergement au détriment de la restauration.

L'emploi généré par le tourisme

Comme le montre le tableau 2, l'augmentation tendancielle estimative de l'emploi touristique dans l'ensemble des industries du tourisme (généré par la demande touristique) au cours de la période de 1986

³ La proportion des recettes d'hôtel provenant des services de restauration est passée de 53 % en 1986 à 41 % en 1994 à 1995. Dans le cas des motels, la proportion des recettes provenant de la restauration est passée de 30 % à 20 % pendant la période de 1986 à 1995 (voir la publication *Statistique de l'hébergement des voyageurs*).

à 1996 est de 12,72 %, ce qui représente une augmentation de 43 000 années-personnes d'emploi dans l'industrie touristique. Cette augmentation tendancielle de 12,72 % de l'emploi touristique dans les industries touristiques est supérieure à celle de l'emploi dans le secteur industriel et commercial du Canada, par une marge de près de 4 points de pourcentage.

On n'observe qu'une variation minimale des augmentations tendanciennes estimatives de l'emploi touristique au sein des diverses industries touristiques. Pendant cette période de onze ans, les augmentations tendanciennes estimatives de l'emploi touristique dans les transports, les services d'hébergement et les services de restauration se chiffrent à 11,33 %, 13,08 % et 16,20 %, respectivement, ce qui représente 8 400, 15 500 et 18 900 emplois supplémentaires (mesurés en années-personnes) dans ces industries. Les deux industries touristiques qui affichent les augmentations tendanciennes estimatives les plus fortes pour l'emploi touristique sont les agences de location de véhicules (64,28 %) et les agences de voyages (54,30 %), mais ce sont là des secteurs relativement peu importants au sein de l'industrie touristique dans son ensemble.

Les cycles du tourisme

La plupart des indicateurs du tourisme canadien suivent des cycles marqués par une tendance générale à la hausse, ces cycles freinant souvent la tendance. Compte tenu que le tourisme est tributaire de l'économie en général, le présent article s'attache à répondre aux questions suivantes sur les cycles : Quel pourcentage de la variation cyclique d'un indicateur donné du tourisme peut s'expliquer par la variation cyclique de l'économie canadienne dans son ensemble (c.-à-d., le cycle conjoncturel canadien)? Les fluctuations cycliques de l'indicateur du tourisme sont-elles relativement plus ou moins marquées que celles de l'économie canadienne dans son ensemble?

Le tableau 3 résume sous forme statistique les réponses à ces questions sur les cycles. Les quatre premières colonnes indiquent le pourcentage de la variation cyclique d'un indicateur touristique particulier que l'on peut expliquer statistiquement par la variation cyclique du PIB. Nous avons omis du tableau 3 les estimations statistiques qui ne sont pas sensiblement différentes de zéro au niveau de signification de 0,05. Les quatre dernières colonnes montrent la sensibilité du cycle

touristique au cycle conjoncturel du PIB. Un coefficient de sensibilité cyclique supérieur à 1,00 signifie que le cycle touristique est relativement plus important que le cycle conjoncturel du PIB. Par exemple, un coefficient de sensibilité cyclique de 1,5 signifie que l'écart cyclique de l'indicateur touristique est 1,5 fois plus important que l'écart cyclique du PIB.

Vue d'ensemble

Comme l'illustre la figure 7, les dépenses touristiques sont en phase avec l'économie dans son ensemble, et on observe un parfait synchronisme entre le cycle touristique et le cycle conjoncturel. En effet, 71 % de la variation cyclique des dépenses touristiques totales au Canada et 73 % de celle de la demande globale de produits touristiques peuvent s'expliquer par la variation cyclique du PIB (tableau 3).

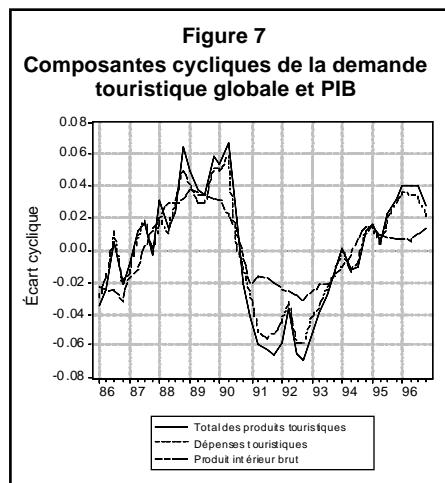
L'amplitude de la variation cyclique de la demande touristique est plus marquée que celle du PIB. Comme on peut le voir à la figure 7, lorsque l'économie canadienne a connu un sommet cyclique de 3,5 % du PIB en 1989, les composantes cycliques de la demande touristique ont atteint un sommet de 6 % à 7 %. De la même manière, les écarts cycliques négatifs de la

Tableau 3

Propriétés cycliques des indicateurs de la demande et de l'offre touristiques

	Pourcentage de la variation cyclique expliqué par la variation cyclique				Coefficient de sensibilité			
	Demande totale	Demande intérieure	Demande extérieure	Offre	Demande totale	Demande intérieure	Demande extérieure	Offre
Transport	56	55	29	74	1,54	1,33	2,38	1,38
Transport aérien voyageurs	39	30	49	39	2,02	1,64	3,45	2,04
Location de véhicules	-	-	-	-	-	-	-	-
Réparations et pièces	54	51	-	70	1,51	1,54	-	2,23
Carburants	-	-	-	15	-	-	-	0,48
Hébergement	33	21	-	32	0,88	1,58	-	0,94
Hôtels	37	22	9	34	1,15	1,78	1,06	1,17
Motels	-	14	-	9	-	1,51	-	0,79
Services de restauration	57	81	-	81	1,95	2,21	-	2,04
Établissements d'hébergement	27	50	39	39	1,72	1,94	1,91	1,91
Établissements spécialisés	67	78	-	81	2,04	2,34	-	2,13
Autres produits touristiques	69	73	-	38	2,41	2,99	-	1,77
Loisirs et spectacles	48	53	-	30	2,60	3,36	-	1,72
Services d'agences de voyages	57	58	-	57	2,96	3,09	-	2,96
Total des produits touristiques	73	73	12	86	1,51	1,50	1,40	1,58
Total des autres produits	18	10	-	n/a	0,40	0,36	-	n/a
Dépenses touristique	71	67	10	n/a	1,27	1,23	1,33	n/a

demande touristique en 1991 à 1992 sont également plus importants que les écarts cycliques négatifs du PIB (figure 7). Au tableau 3, les coefficients de sensibilité cyclique des dépenses touristiques au Canada et de la demande touristique globale de produits touristiques sont de 1,27 et 1,51, respectivement.



Étant donné que les dépenses touristiques intérieures représentent environ les trois quarts des dépenses touristiques totales pendant la période de 1986 à 1996, l'évolution cyclique de la demande touristique intérieure est très semblable à celle observée pour la demande touristique globale au Canada. Comme le montre le tableau 3, 67 % de l'écart cyclique des dépenses touristiques intérieures et 73 % de celui de la demande intérieure globale de produits touristiques peuvent s'expliquer par la variation cyclique du PIB. Les coefficients de sensibilité cyclique des dépenses touristiques intérieures et de la demande intérieure globale de produits touristiques sont de 1,23 et 1,50, respectivement, soit encore une fois du même ordre que le coefficient observé pour la demande touristique globale.

Un tableau très différent apparaît lorsqu'on examine la demande touristique extérieure. Les exportations touristiques dépendent essentiellement de la conjoncture économique à l'étranger, de la valeur du dollar canadien et d'événements ponctuels. Les mouvements non tendanciels des exportations touristiques tendent à être déterminés par les fluctuations du taux de change et par des événements spéciaux tels que les expositions universelles et les jeux olympiques. En raison de l'évolution irrégulière des dépenses touristiques extérieures (voir la figure 4), il est sans doute trompeur de parler de «cycles» pour désigner les mouvements non tendanciels de la demande touristique extérieure. La

variation cyclique du PIB canadien n'explique que 10 % de la variation des dépenses touristiques extérieures et que 12 % de la variation de la demande extérieure globale de produits touristiques.

Le cycle conjoncturel canadien n'a pas d'effet très prononcé sur l'offre globale de produits touristiques. On peut expliquer 86 % de la variation de la composante cyclique de l'offre globale de produits touristiques par la variation cyclique du PIB canadien. Les écarts cycliques de l'offre globale de produits touristiques sont 1,58 fois plus importants que les écarts cycliques du PIB. Lorsque l'économie canadienne tombe en récession (comme cela a été le cas en 1991 à 1992), la baisse de l'offre globale de produits touristiques surpasse considérablement celle du PIB (voir la figure 5).

La demande et l'offre de divers produits touristiques

Comme on peut le voir au tableau 3, il existe des écarts considérables dans les propriétés cycliques des divers produits touristiques. On constate que la variation cyclique de la demande touristique globale de trois produits touristiques s'explique dans une proportion supérieure à 50 % par la variation cyclique du PIB : les services de restauration des établissements spécialisés (67 %), les services d'agences de voyages (57 %) et les services de réparation et de pièces de véhicules (54 %). Les coefficients de sensibilité cyclique de ces trois produits touristiques sont de 2,04, 2,96 et 1,51, respectivement. Deux autres produits touristiques ont des coefficients de sensibilité cyclique supérieurs à deux, soit les loisirs et spectacles (2,60) et les services de transport aérien de passagers (2,02). La demande touristique au Canada de véhicules de location, de carburant et de chambres de motel n'est pas touchée de manière significative par les fluctuations cycliques du PIB.

La situation est pratiquement la même en ce qui a trait à la demande touristique intérieure. Les produits touristiques dont plus de 50 % de la variation cyclique de la demande intérieure est expliquée par la variation cyclique du PIB sont les services de restauration des établissements spécialisés (78 %), les services d'agences de voyages (58 %), les loisirs et spectacles (53 %) et les services de réparation et de pièces de véhicules (51 %). Les coefficients de sensibilité cyclique de ces quatre produits touristiques sont de 2,34, 3,09, 3,36, et 1,54, respectivement. Dans chaque cas, le coefficient de sensibilité cyclique pour la demande touristique intérieure est légèrement supérieur à celui de la demande touristique globale au Canada.

Comme on l'a vu précédemment, la demande touristique extérieure est marquée par des fluctuations irrégulières liées aux variations des taux de change, à la conjoncture économique des pays étrangers et à des événements spéciaux. On ne note que trois produits touristiques d'exportation qui sont influencés de façon significative par les fluctuations cycliques du PIB canadien. Dans chacun des cas, la composante cyclique du PIB explique un pourcentage relativement limité de la variation cyclique de la demande touristique extérieure (9 % pour les hôtels, 39 % pour les services de restauration des établissements d'hébergement et 49 % pour les services de transport aérien de passagers).

Les propriétés cycliques de l'offre des divers produits touristiques présentées au tableau 3 sont très semblables à celles de la demande. Comme on l'a observé pour la demande touristique, les trois produits dont plus de 50 % de la variation cyclique de l'offre s'explique par la variation cyclique du PIB sont les services de restauration des établissements spécialisés (81 %), les services d'agences de voyages (57 %) et les services de réparation et de pièces de véhicules (70 %). Le coefficient de sensibilité cyclique de chacun de ces trois produits touristiques est supérieur à deux, l'offre de services d'agences de voyages étant, ici encore, la plus sensible (avec un coefficient de sensibilité cyclique de 2,96). Les services de transport aérien de passagers ont ici aussi un coefficient de sensibilité cyclique supérieur à deux.

L'emploi généré par la demande touristique

Comme l'illustre le tableau 4, l'emploi touristique se caractérise aussi par une dimension cyclique appréciable. La variation cyclique du PIB canadien explique 79 % de la variation cyclique de l'emploi touristique dans les industries touristiques et 78 % de celle de l'emploi touristique total généré par le tourisme. L'écart cyclique de l'emploi touristique dans les industries touristiques et celui de l'emploi touristique total généré par le tourisme sont 1,28 et 1,29 fois plus importants que l'écart cyclique du PIB.⁴

Les niveaux d'emploi dans certaines industries du secteur du tourisme sont plus sensibles que d'autres au cycle conjoncturel

⁴ Contrairement aux cycles de la demande et de l'offre touristiques, le cycle de l'emploi touristique n'est pas en synchronisme avec le cycle conjoncturel du PIB. Seulement le tiers du coefficient de sensibilité cyclique de l'emploi généré par la demande touristique dans l'ensemble des industries est attribuable à la composante cyclique actuelle du PIB.

canadien. Dans l'industrie de la restauration, le coefficient de sensibilité cyclique n'est que de 1,02, c'est-à-dire que le cycle de l'emploi touristique dans l'industrie de la restauration a une amplitude semblable à celle observée dans l'économie canadienne en général. Dans l'industrie de l'hébergement, le coefficient de sensibilité cyclique de 1,75 indique que l'amplitude des cycles de l'emploi touristique est de 75 % supérieure à celle des cycles de l'économie canadienne dans son ensemble. Dans l'industrie du transport aérien de passagers, qui représente près de la moitié de l'emploi touristique de l'ensemble de l'industrie des transports, le coefficient de sensibilité cyclique est de 1,73, soit près du double de celui observé dans l'industrie des transports en général. Enfin, l'industrie des agences de voyages affiche le coefficient de sensibilité cyclique de l'emploi touristique le plus élevé. Les écarts cycliques de l'emploi touristique dans les agences de voyages sont 2,58 fois plus importants que les écarts cycliques de l'économie en général.

Résumé et conclusions

Le tourisme est un secteur de croissance et de création d'emplois de première importance dans l'économie canadienne. Du premier trimestre de 1986 au quatrième trimestre de 1996, les dépenses totales au titre du tourisme au Canada (calculées en dollars constants de 1986) ont augmenté de 25,5 %. Cette progression des dépenses

touristiques s'est accompagnée d'une hausse de 22 % du nombre d'emplois touristiques (exprimé en années-personnes) au sein des industries touristiques, soit une croissance presque deux fois plus importante que celle de 12 % enregistrée dans le secteur industriel et commercial canadien dans son ensemble.

Bien que le tourisme soit un secteur de croissance de premier plan dans l'économie canadienne, on observe des écarts considérables dans les taux de croissance des divers sous-secteurs. Le taux de croissance élevé des dépenses touristiques et de l'emploi touristique s'explique en grande partie par une poussée prodigieuse de la demande de produits touristiques d'exportation, en particulier depuis 1992. Les dépenses touristiques extérieures se sont accrues de 58 % du premier trimestre de 1986 au quatrième trimestre de 1996, soit plus du double de la croissance du PIB.

En ce qui a trait aux produits touristiques particuliers, pendant la période de 1986 à 1996, les augmentations tendanciennes estimatives pour les principales composantes de la demande touristique au Canada sont de 8,21 % pour les transports, 39,10 % pour l'hébergement, 9,64 % pour les services de restauration et 41,70 % pour les autres produits touristiques. L'écart dans les augmentations tendanciennes estimatives est encore plus marqué lorsqu'on compare les diverses sous-composantes des produits touristiques. Une augmentation tendancielle énorme de

224,60 % de la demande touristique de services d'agences de voyages mène le bal, suivie d'une augmentation tendancielle de 42,94 % pour la demande touristique de services hôteliers. Alors qu'on observe une augmentation tendancielle de 39,10 % dans la demande touristique de services d'hébergement, la demande touristique de services de restauration dans les établissements d'hébergement a en fait connu une diminution tendancielle estimative de 14,60 %. Les augmentations tendanciennes estimatives des composantes et des sous-composantes de la demande touristique extérieure sont, à une exception près (réparation et pièces de véhicules), supérieures à celles de la demande touristique intérieure.

L'augmentation tendancielle estimative de l'emploi touristique au sein des industries touristiques au cours de la période de 1986 à 1996 est de 12,72 %. Cette hausse surpasse l'augmentation tendancielle estimative de l'emploi dans le secteur industriel et commercial canadien par une marge de près de 4 points de pourcentage. Les deux industries touristiques qui présentent les plus fortes augmentations tendanciennes estimatives de l'emploi sont les agences de location de véhicules (64,28 %) et les agences de voyages (54,30 %).

On observe des cycles très marqués dans la demande touristique, l'offre de produits touristiques et l'emploi touristique. Soixante-treize pour cent de la variation cyclique de la demande touristique au Canada et 86 % de celle de l'offre globale de produits touristiques peuvent s'expliquer statistiquement par la variation cyclique du PIB canadien. La variation cyclique de la demande touristique au Canada et de l'offre globale de produits touristiques est environ 1,5 fois plus importante que la variation cyclique du PIB. En revanche, la variation cyclique du PIB canadien n'explique que 12 % de la variation de la demande touristique extérieure. Celle-ci dépend principalement de la conjoncture économique à l'étranger, de la valeur du dollar canadien et d'événements ponctuels.

On constate des écarts considérables dans les propriétés cycliques des divers produits touristiques. Ainsi, 81 % de la variation cyclique de l'offre de services de restauration peut s'expliquer par la variation cyclique du PIB, comparativement à seulement 32 % pour l'offre de services d'hébergement. Les coefficients de sensibilité cyclique varient de plus de 3 à moins de 0,5.

De nombreux produits touristiques sont très sensibles aux fluctuations cycliques du

Tableau 4

Propriété cyclique des indicateurs de l'emploi du tourisme

	Pourcentage de la variation cyclique expliqué par la variation cyclique du PIB	Coefficient de sensibilité
Transports	53	0,90
Transport aérien	65	1,73
Taxi	12	1,08
Location de véhicules	32	1,03
Hébergement	65	1,75
Services de restauration	48	1,02
Autres produits touristiques	55	1,73
Loisirs et spectacles	38	1,49
Agences de voyage	54	2,58
Total des industries touristiques	79	1,28
Autres industries	71	1,39
Emploi touristique	78	1,29

PIB. Tout particulièrement, le cycle économique canadien a de fortes répercussions sur les services de transport aérien de passagers, de restauration, de loisirs et spectacles et d'agences de voyages (la

plupart des coefficients de sensibilité cyclique pour ces quatre produits touristiques sont supérieurs à deux). Par contre, la location de véhicules, le carburant et les motels semblent relativement à l'abri des

vicissitudes du cycle économique du Canada. Une proportion très faible de ces fluctuations cycliques peut être attribuée aux variations cycliques du PIB.

Enfin, la variation cyclique du PIB canadien explique 79 % de la variation cyclique de l'emploi touristique au sein de l'industrie touristique, et l'écart cyclique de l'emploi touristique est 1,28 fois plus grand que l'écart cyclique du PIB. Au niveau désagrégé, on observe les coefficients de sensibilité cyclique les plus importants dans l'industrie du transport aérien de passagers (1,73), l'industrie de l'hébergement (1,75) et l'industrie des agences de voyages (2,58).

Indicateurs nationaux du tourisme

Révisions des données repères, 1988 et 1992

En plus des révisions normales aux données, des changements ont été apportés à cette version des *Indicateurs nationaux du tourisme* (INT). Les INT sont ajustés aux nouvelles données repères du Compte satellite du tourisme (CST) de 1992 et des données révisées du CST de 1988. Ainsi les données révisées des INT reflètent mieux l'évolution du tourisme depuis 1986. Les données historiques présentées dans cette publication remplacent celles publiées l'année dernière. Des informations additionnelles y sont également présentées.

Les tableaux de la demande touristique au Canada, de la demande touristique intérieure et des exportations touristiques comprennent maintenant une nouvelle catégorie de dépenses appelée *total des autres biens*. Cette catégorie comprend les achats des visiteurs Canadiens et étrangers de biens et services non touristiques incluant les produits d'épicerie, la bière, le vin et les spiritueux achetés au détail, les dépenses avant le voyage tels que l'équipement de camping, les valises et les autres biens tels que les vêtements et les souvenirs. Cela comprend également les services de transport en commun et le stationnement. Ces deux types de services, dont une faible partie de la demande provient du tourisme (moins de 6 %), ont été classés comme services touristiques dans le CST de 1988 et inclus dans la catégorie *autres moyens de transport* dans les éditions précédentes des INT. Ils sont maintenant considéré comme des biens et services non touristiques.

Un nouvel agrégat appelé *dépenses touristiques*, apparaît au bas de chaque tableau de la demande touristique. Ceci est une estimation des dépenses totales des visiteurs Canadiens et étrangers sur des biens et services touristiques et non touristiques. De plus, deux nouveaux agrégats sont présentés aux tableaux portant sur l'Emploi généré par le tourisme. Un des agrégats indique l'emploi direct découlant du tourisme dans les branches non touristiques, tels que les magasins de vente au détail. L'autre agrégat montre l'emploi direct généré par le tourisme dans les branches touristiques et non touristiques. Avec l'ajout de ces deux nouvelles catégories, la présentation des INT renferme maintenant les principaux éléments de la demande et de l'emploi touristique qui figureront dans l'édition à venir du CST de 1992 ainsi que dans le CST révisé de 1988.

Méthode

Les estimations de la tendance de chaque indicateur touristique sont obtenues au moyen de la technique de régression des «moindres carrés». Cette technique statistique sert à déterminer la «meilleure» ligne tendancielle applicable à toutes les observations. Il s'agit de la «meilleure» dans la mesure où elle donne lieu à la somme la plus petite du carré des résidus, soit les écarts entre les observations réelles et la ligne de tendance. On calcule l'augmentation tendancielle de chacun des indicateurs touristiques en divisant la dernière observation de la ligne de tendance par la première observation de cette même ligne. La composante cyclique, définie par la formule «(données réelles - tendance)/tendance», mesure l'écart de l'observation trimestrielle réelle (désaisonnalisée) par rapport à la ligne de tendance. La tendance et la composante cyclique de chaque indicateur national du tourisme sont comparées à la tendance et à la composante cyclique de l'économie canadienne dans son ensemble, à l'aide des données sur le PIB et l'emploi.

Les estimations statistiques de la composante tendancielle d'une série chronologique sont sensibles aux caractéristiques cycliques des données. En particulier, un «cycle» incomplet de données a pour effet de fausser l'estimation de la tendance. Par exemple, si les données observées ont pour point initial une période d'expansion et pour point d'aboutissement une période de récession, les estimations de la tendance se trouvent faussées à la baisse. Pour obtenir une estimation non biaisée de la composante tendancielle, les données doivent être observées au début et à la fin d'une phase similaire du cycle conjoncturel. Le point initial et le point d'aboutissement de la période de onze ans utilisée dans le cadre du présent article se trouvent dans une phase de reprise du cycle conjoncturel canadien. Ainsi, en 1986 tout comme en 1996, le taux de chômage est d'environ 9,5 % au Canada, à mi-chemin entre un sommet cyclique et un creux cyclique. Bien que cette période particulière de onze années comprenne plus d'un cycle conjoncturel complet, les années supplémentaires correspondent à des années de milieu de relance (qui ne sont ni un sommet ni un creux cyclique susceptible de fausser l'estimation de la tendance).

Références

BANQUE DU CANADA. *Revue de la Banque du Canada, Ottawa, Banque du Canada.*

BEAULIEU-CARON, Lise. "Les indicateurs nationaux du tourisme : un nouvel outil d'analyse du tourisme au Canada", *Info-voyages*, produit n° 87-003-XPB au catalogue de Statistique Canada (Ottawa), Ministère de l'Industrie, vol. 16, n° 1, 1997, p.1-6.

LAPIERRE, Jocelyn, et Duane HAYES. *Le Compte satellite du tourisme*, Ottawa, Division des comptes nationaux et de l'environnement, Statistique Canada, 1994, "Série technique", n° 31.

STATISTIQUE CANADA. *Guide des indicateurs nationaux du tourisme : Sources et méthodes*, produit n° 13-594-GPE au catalogue de Statistique Canada, Ottawa, Ministère de l'Industrie, 1996, 46 p.

STATISTIQUE CANADA. *Indicateurs nationaux du tourisme : Estimations historiques 1986 à 1995*, produit n° 13-220-XPB au catalogue de Statistique Canada, Ottawa, Ministère de l'Industrie, 1996, 153 p.

STATISTIQUE CANADA. *Indicateurs nationaux du tourisme : Estimations historiques 1987 à 1996*, produit n° 13-220-XPB au catalogue de Statistique Canada, Ottawa, Ministère de l'Industrie, 1997, 159 p.

STATISTIQUE CANADA. *Indicateurs nationaux du tourisme : Estimations trimestrielles, Premier trimestre 1997*, produit n° 13-009-XPB au catalogue de Statistique Canada, Ottawa, Ministère de l'Industrie, 1997, 29 p.

STATISTIQUE CANADA. *Statistique de l'hébergement de voyageurs*, produit n° 63-204-XPB au catalogue de Statistique Canada, Ottawa, Ministère de l'Industrie.



Caractéristiques des voyageurs internationaux Premier trimestre de 1998

Au premier trimestre de 1998, les Américains ont effectué un nombre record de 1,8 million de voyages d'au moins une nuit au Canada, en hausse de 6,5 % par rapport au même trimestre de 1997. Cette hausse est directement reliée à l'augmentation de la valeur du dollar américain par rapport au dollar canadien. La valeur du dollar américain a augmenté de 5,3 % entre le premier trimestre de 1997 et le premier trimestre de 1998.

La hausse des voyages des Américains d'au moins une nuit au Canada avantage l'Alberta et la Colombie-Britannique

Avantagés par un taux de change favorable, les Américains sont demeurés un peu plus longtemps au Canada et ont dépensé plus par voyage au cours du premier trimestre de 1998 qu'ils ne l'ont fait au cours de la même période de l'année précédente. Ils ont par le fait même injecté 135 millions de dollars de plus dans l'économie canadienne au cours de ces trois mois, en hausse de 23,3 % par rapport à la même période en 1997.

La Colombie-Britannique a profité le plus de cette situation. Ses recettes ont augmenté de 43,8 % pour atteindre 243 millions de dollars, alors que les recettes touristiques de l'Alberta ont fait un bond de 21,0 % pour atteindre 59 millions de dollars.

Les voyages d'agrément et les visites de parents et d'amis, deux buts de voyage les plus souvent mentionnés par les Américains qui visitent le Canada, ont augmenté de 7,9 % et de 6,8 % respectivement. Par ailleurs, les voyages d'affaires, moins discrétionnaires que les voyages d'agrément et donc moins sujets aux fluctuations du taux de change, n'ont augmenté que légèrement (1,3 %).

Le nombre de voyages en avion, qui ne cesse d'augmenter depuis la signature de l'accord "Cielles ouverts" en 1995, a augmenté de 8,9 %, alors que le nombre de voyages en automobile s'est élevé de 5,7 % au premier trimestre de 1998. Il s'agit de la troisième hausse trimestrielle consécutive. Les voyages par tous les autres modes de transport comprenant l'autobus, le train et le bateau ainsi que les voyages à pied ont augmenté de 2,8 % par rapport au premier trimestre de 1997.

La Californie et le Mexique sont les plus populaires chez les Canadiens

Les Canadiens ont effectué 3,0 millions de voyages d'au moins une nuit aux États-Unis au cours du premier trimestre de 1998, en

baisse de 9,9 % par rapport à la même période en 1997. Toutes les destinations populaires aux États-Unis ont subi des baisses sauf la Californie, où le nombre de Canadiens en visite a augmenté de 6,0 %. La Floride demeure la destination de choix des Canadiens (804 000). Ils y ont en outre dépensé le plus d'argent (751 millions de dollars). La durée moyenne de séjour en Floride est de 14,5 nuits, alors qu'elle est de 9,5 nuits en Californie.

Le Mexique se classe au premier rang des destinations outre-mer visitées par les Canadiens au premier trimestre de 1998, suivi du Royaume-Uni. Les Canadiens ont également visité certaines destinations traditionnelles de l'Europe comme la France, les Pays-Bas et la Suisse, lesquelles ont connu de fortes hausses.

Lieux les plus visités par les Canadiens pour au moins une nuit

	Premier trimestre		Variation en %
	1997	1998	
	(milliers)		
États-Unis	5 024	4 515	-10,1
Floride	956	804	-15,9
New York	403	295	-26,8
Californie	273	290	6,0
Washington	328	266	-19,0
Nevada	237	233	-1,6
Outre-mer	1 480	1 464	-1,1
Mexique	315	333	5,8
Royaume-Uni	118	115	-2,5
République Dominicaine	78	89	14,2
France	50	80	57,9
Pays-Bas	17	24	38,9
Suisse	17	20	14,1

Nombre de voyages et dépenses des résidents d'outre-mer au Canada

	Voyages			Dépenses		
	Premier trimestre		Variation en %	Premier trimestre		Variation en %
	1997	1998		1997	1998	
	(milliers)			(millions de dollars)		
Total des voyages	622	521	-16,2	568	544	-4,2
Même jour	50	25	-48,3	1,2	0,8	-35,3
Une nuit ou plus	572	496	-13,3	567	543	-4,2
– Direct	345	333	-3,6	417	423	1,3
– En provenance des É.-U.	227	164	-28,0	150	120	-19,5
– Voie terrestre	113	58	-49,0	37	23	-37,1
– Autre	114	106	-7,1	113	97	-13,7

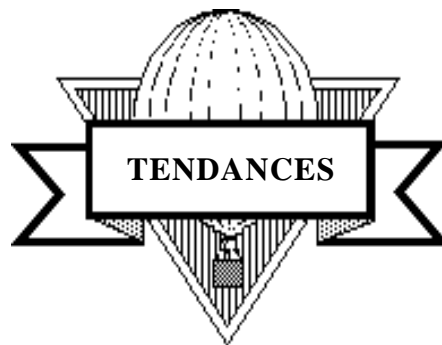
Le nombre de visites des résidents d'outre-mer à la baisse

Comparativement à 1997, le nombre de visites des résidents d'outre-mer a chuté de 13,3 % au premier trimestre de 1998. Les visiteurs d'outre-mer ont dépensé 24 millions de dollars de moins au Canada qu'ils n'en ont fait au premier trimestre de 1997. Cependant, les dépenses effectuées par les résidents d'outre-mer ont augmenté de 32 millions de dollars (18,4 %) en Colombie-Britannique, de 14 millions de dollars (19,9 %) en Alberta et de 9 millions de dollars (9,4 %) au Québec. Toutes les autres provinces ont connu des baisses de recettes en provenance des pays d'outre-mer.

Les dépenses des touristes arrivant directement au Canada en provenance d'outre-mer légèrement à la hausse

La proportion de voyageurs en provenance de pays d'outre-mer entrant directement au Canada comparativement aux arrivées au Canada en provenance des États-Unis est passée de 62 % à 67 % entre le premier trimestre de 1997 et le premier trimestre de 1998. L'augmentation de la proportion des arrivées directes au Canada a un impact économique important puisque ces voyageurs demeurent au Canada plus longtemps que ceux entrant au Canada en provenance des États-Unis, et y dépensent plus par voyage.

Les touristes d'outre-mer entrant au Canada par voie terrestre en provenance des États-Unis ont effectué près de 50 % de voyages en moins qu'au premier trimestre de 1997. Malgré cette baisse, les 333 000 touristes d'outre-mer qui sont entrés directement au Canada au premier trimestre de 1998, y ont dépensé 423 millions de dollars, en hausse de 1,3 % par rapport à la même période en 1997.



Compte des voyages internationaux

Deuxième trimestre de 1998 (données provisoires)

Le déficit au compte des voyages internationaux est passé à son niveau le plus bas en dix ans entre avril et juin, en raison des dépenses records faites par les Américains voyageant au Canada.

Globalement, au deuxième trimestre de 1998, les visiteurs ont dépensé un montant record de 3,4 milliards de dollars au Canada, et les Canadiens ont dépensé 3,9 milliards de dollars à l'étranger. La différence de 488 millions de dollars, soit le déficit au compte des voyages, est la plus faible à avoir été enregistrée depuis le début de 1988, où elle avait atteint 364 millions de dollars.

Le déficit au compte des voyages internationaux du Canada a diminué de près de 50 % en moins d'un an. Le déficit enregistré au deuxième trimestre était bien inférieur au sommet le plus récent (943 millions de dollars) atteint au troisième trimestre de 1997.

Les dépenses des Américains voyageant au Canada sont de loin le principal facteur ayant contribué à cette situation. Elles ont augmenté de façon constante à mesure que

la valeur du dollar canadien diminuait par rapport au dollar américain. Uniquement en juin, les Américains ont fait un nombre record de voyages d'une nuit ou plus au Canada.

Déficit au compte des voyages avec les États-Unis : niveau le plus bas en dix ans

Au deuxième trimestre de 1998, les Américains ont dépensé un montant record de 2,2 milliards de dollars au Canada, en hausse de 3,6 % par rapport au premier trimestre de 1998. Durant la même période, les dépenses des Canadiens voyageant aux États-Unis sont demeurées relativement constantes, se situant à un peu moins de 2,5 milliards de dollars.

En raison de cette situation, le déficit au compte des voyages avec les États-Unis n'était que de 275 millions de dollars, soit son niveau le plus bas en dix ans. Ce déficit avait atteint un sommet de 1,9 milliard de dollars au dernier trimestre de 1991.

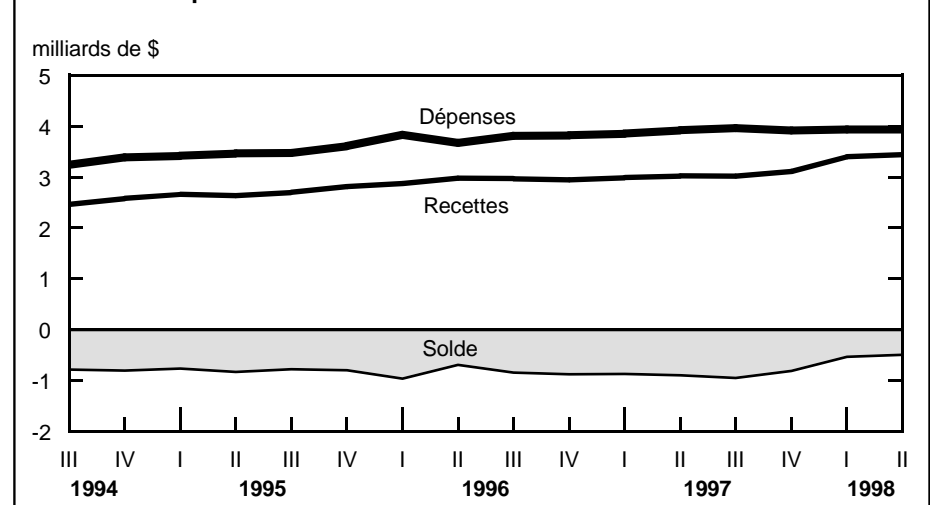
Au deuxième trimestre de 1998, le dollar canadien a atteint le niveau le plus bas de son histoire par rapport au dollar américain, étant passé sous la barre des 0,69 \$US.

Augmentation du déficit au compte des voyages entre le Canada et les pays d'outre-mer

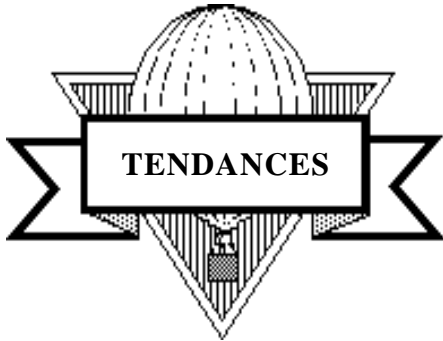
Au deuxième trimestre, les Canadiens ont dépensé davantage dans les pays autres que les États-Unis que les résidents de ces pays ont dépensé au Canada. Le déficit a ainsi augmenté de 7,1 % par rapport au trimestre précédent, atteignant 212 millions de dollars.

Les dépenses des résidents d'outre-mer voyageant au Canada ont diminué de 2,3 % par rapport au trimestre précédent, pour se

Le déficit au compte des voyages internationaux atteint son niveau le plus bas en dix ans



fixer à 1,2 milliard de dollars. Il s'agit du niveau le plus bas depuis le troisième trimestre de 1995. Les dépenses des Canadiens voyageant dans les pays autres que les États-Unis ont atteint 1,5 milliard de dollars, en baisse de 1,1 % par rapport au premier trimestre.



Indice des prix des voyages Deuxième trimestre de 1998

Note aux lecteurs

Changements à l'indice des prix des voyages

Plusieurs changements ont été apportés à l'indice des prix des voyages (IPV) et ont pris effet à partir des données du premier trimestre de 1998.

La période de base 1986=100 utilisée pour la présentation de l'IPV devient **1992=100**. Statistique Canada a adopté la période de base 1992=100 pour toutes ses séries d'indices de prix et ses séries en dollars constants.

Les **pondérations de dépenses pour 1996 ont remplacé celles de 1992**. Finalement, des modifications ont été apportées au système de **classification des produits**. Plus particulièrement, l'agrégat "achat et location de véhicules automobiles" a été modifié.

Les changements de période de base de l'IPV et des distributions de dépenses sont indépendants les uns des autres. L'intégration des distributions de dépenses dans l'IPV n'altère d'aucune façon les indices publiés avant le premier trimestre de 1998.

L'indice des prix des voyages 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).

On peut obtenir un rapport technique sur l'indice des prix des voyages en s'adressant au Programme de la statistique du tourisme, au (613) 951-1673.

L'IPV progresse de 2,7 pourcent par rapport à la même période de l'année dernière

Au second trimestre de 1998, les consommateurs ont connu une majoration de 2,7 pourcent 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 8,2 pourcent dans le coût du transport interurbain, de 4,2 pourcent dans les coûts des bandes audios et disques numériques et finalement, de 3,7 pourcent dans les coûts de l'hébergement pour voyageurs. On remarque aussi une progression dans le coût des produits du tabac et articles pour fumeurs et celui du transport local et de banlieue. Au second trimestre de 1998, il en coûtait moins aux voyageurs entre autres, pour la location et l'utilisation des véhicules automobiles ainsi que pour l'achat de matériel photographique.

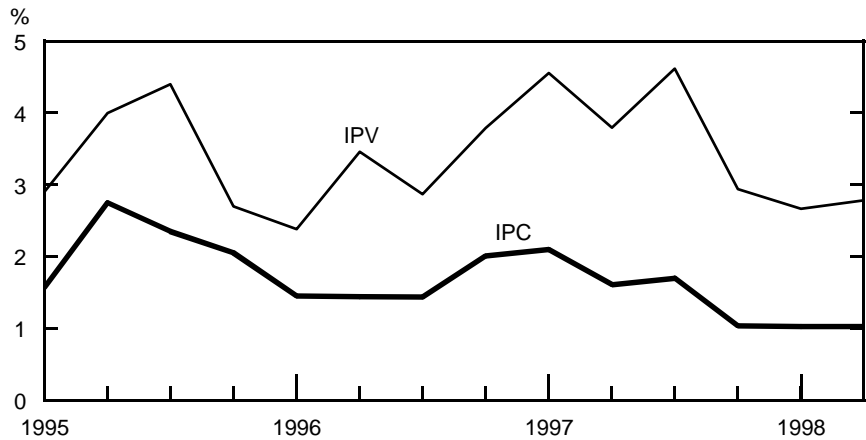
À titre comparatif, l'IPC a avancé de 1,0 pourcent au second trimestre de 1998 par rapport au même trimestre de l'année dernière.

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

L'indice des prix des voyages a augmenté de 2,2 pourcent au second trimestre de 1998 par rapport au trimestre précédent. La progression de l'IPV est principalement attribuable à la croissance des tarifs de l'hébergement. Au cours du second trimestre de 1998, les frais d'hébergement ont enregistré une forte hausse de 15,3 pourcent. Des taux d'occupation élevés, dû à un certain nombre d'importantes conventions dans de grandes villes, ont contribué à la hausse des tarifs de ce secteur d'activité. De plus, le secteur de l'hôtellerie a bénéficié de la faiblesse du dollar canadien (ce qui a attiré les voyageurs des États-Unis) et de la vigueur de l'économie nord-américaine. Par ailleurs, les consommateurs ont déboursé 2,4 pourcent de plus pour les chaussures et ont par ailleurs profité de réductions dans les coûts de l'habillement, du matériel photographiques ainsi que du transport interurbain.

Au cours du second trimestre de 1998, le coût de tous les biens et services enregistré par l'indice des prix à la consommation était en hausse de 0,3 pourcent comparativement au trimestre précédent.

Variation trimestrielle de l'IPV et de l'IPC par rapport à l'année précédente



Source : Programme de la statistique du tourisme

Indicateurs nationaux du tourisme

Premier trimestre de 1998

Demande touristique

Au premier trimestre de 1998, les dépenses touristiques (demande touristique) au Canada ont augmenté de 4,4 pourcent par rapport au premier trimestre de l'année précédente, pour se chiffrer à 8,8 milliards de dollars. Tous les secteurs de biens et services touristiques étaient en hausse.

La croissance relativement faible des dépenses effectuées par les étrangers a contribué au ralentissement de la demande. Au premier trimestre de 1998, la source principale de croissance des dépenses touristiques provenait des Canadiens alors qu'au trimestre précédent, ce sont les dépenses des étrangers qui dominaient la croissance.

Les demande intérieure est vigoureuse

Au premier trimestre de 1998, les dépenses touristiques des Canadiens voyageant chez eux se sont élevées à près de 7,1 milliards de dollars, soit une augmentation de 4,8 pourcent comparativement à la même période de l'année dernière. Les dépenses étaient en hausse pour toutes les principales catégories de biens et services, en particulier celle des transports qui a augmenté de 7,0 pourcent.

La faiblesse persistante du dollar canadien par rapport au dollar américain a certainement contribué à la baisse enregistrée dans le nombre de voyages des Canadiens vers les États-Unis. Cette baisse combinée au climat économique favorable au pays ont contribué à une hausse relativement forte de la demande touristique intérieure.

Après corrections des variations saisonnières et de l'inflation, les dépenses touristiques des Canadiens ont augmenté de 0,8 pourcent entre le quatrième trimestre de 1997 et le premier trimestre de 1998. Ce gain, comparable à celui du trimestre dernier, représente une cinquième hausse trimestrielle consécutive.

Hausse modeste des dépenses des étrangers

Au cours du premier trimestre de 1998, les visiteurs étrangers ont dépensé 1,7 milliard de dollars, soit une faible hausse de 2,7 pourcent par rapport au même trimestre de l'année dernière. Il s'agit de la plus faible croissance annuelle depuis le premier trimestre de 1993. Le ralentissement de la croissance était perceptible dans toutes les grandes catégories de dépenses touristiques.

Profitant de la faiblesse du dollar, les voyageurs américains ont effectué 5,6 millions de voyages d'un jour et 1,8 million de voyages d'une nuit ou plus au Canada, soit des hausses respectives de 7,0 pourcent et 5,7 pourcent par rapport au premier trimestre de 1997. Durant cette même période, on observe une chute importante dans le nombre de voyageurs en provenance de d'autres pays que les États-Unis. Ainsi, 500 mille de ces voyageurs ont visité le Canada durant le premier trimestre de 1998, soit le plus faible niveau observé depuis le premier trimestre de 1995. Le nombre de visiteurs en

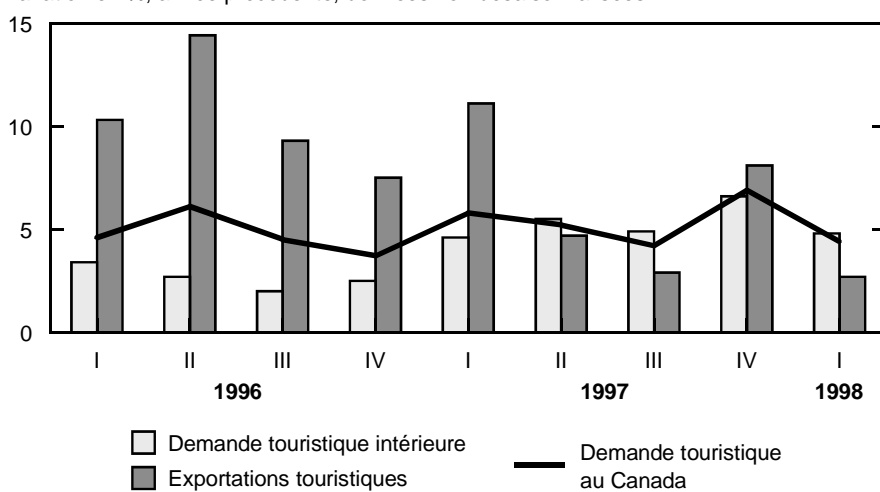
provenance de l'Asie-Pacifique a fléchi de plus de 30 pourcent comparativement au même trimestre de l'année dernière. Cette situation résulte sans doute des bouleversements économiques dans cette partie du monde.

Emploi touristique

Le tourisme a généré 490 mille emplois au premier trimestre de 1998, une progression de 4,7 pourcent par rapport à l'année précédente. L'emploi était en hausse dans toutes les catégories, plus particulièrement celle des transports.

La demande intérieure constitue la principale source de croissance

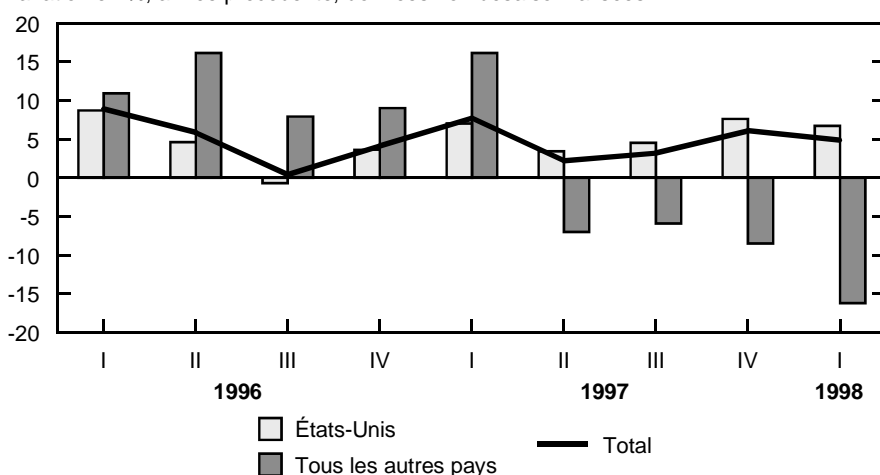
variation en %, année précédente, données non désaisonnalisées



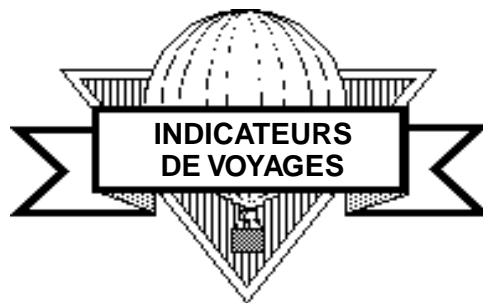
Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme

Le nombre de visiteurs américains demeure important, tandis que le marché d'outre-mer se contracte

variation en %, année précédente, données non désaisonnalisées



Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme



	Deuxième trimestre		Variation en %
	1997	1998	
ÉTRANGERS AU CANADA (en milliers)			
Des États-Unis	10 467	11 047	5,5
Voyages d'une nuit ou plus	3 480	3 871	11,2
- En auto	2 118	2 367	11,8
Des pays d'outre-mer	1 225	1 152	-6,0
Voyages d'une nuit ou plus	1 142	1 080	-5,5
Les sept pays les plus populaires :			
Royaume-Uni	201	216	7,5
Japon	149	129	-13,0
Allemagne	100	101	0,8
France	112	96	-14,0
Australie	43	42	-1,6
Hong Kong	35	41	19,6
Taïwan	43	36	-16,9
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)			
Aux États-Unis :	12 945	11 622	-10,2
Voyages d'une nuit ou plus	3 721	3 532	-5,1
- En auto	2 210	2 034	-7,9
Outre-mer (une nuit ou plus)	871	927	6,5
INDUSTRIE			
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	6 097	6 433	5,5
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	15 682	16 614	5,9
PRIX 1992=100 (non-dés.)			
Indice des prix des voyages	114,9	118,1	2,8
Indice des prix à la consommation	107,5	108,6	1,0
- Aliments achetés au restaurant	107,8	110,0	2,0
- Transport interurbain	137,2	148,5	8,2
- Location de véhicules automobiles	114,3	113,0	-1,1
- Essence	107,9	100,2	-7,1
ÉCONOMIQUE 1992=100			
Produit intérieur brut (dés.) (en millions)	688 878	708 620	2,9
- Divertissements et loisirs (en millions)	7 189	7 505	4,4
- Hébergement et restauration (en millions)	18 296	19 124	4,5
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 359	17 428	0,4
TRAVAIL (en milliers)			
Population active (dés.)	15 326	15 574	1,6
Chômeurs	1 433	1 305	-9,0
Personnes occupées	13 893	14 269	2,7
- Hébergement et restauration (non dés.)	904	916	1,3
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)			
Dollar des États-Unis	1,3861	1,4467	4,4
Livre sterling	2,2676	2,3927	5,5
Yen du Japon	0,0116	0,0107	-8,0
Mark de l'Allemagne	0,8086	0,8069	-0,2
Franc de France	0,2398	0,2407	0,4
<i>(dés.) désaisonnalisés.</i>			