

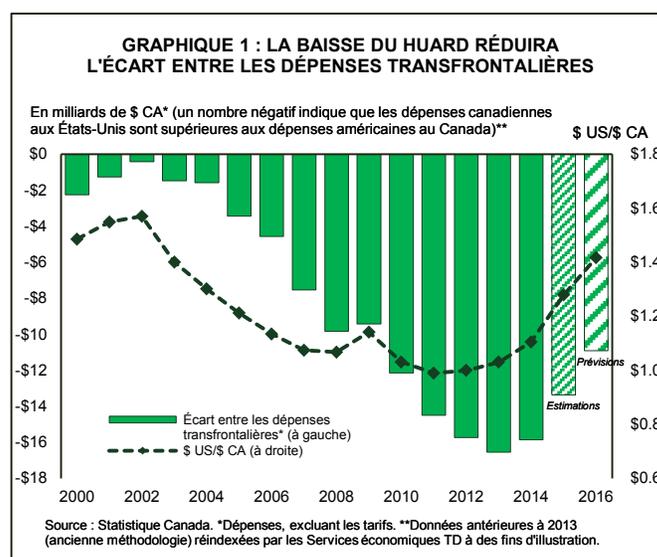


8 février 2016

DÉPENSES TRANSFRONTALIÈRES CANADA-ÉTATS-UNIS : REVIREMENT DE SITUATION

Faits saillants

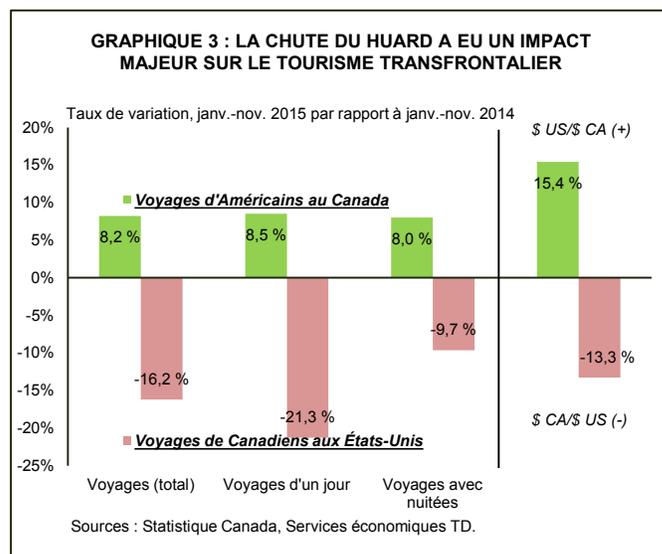
- Depuis 2002, les flux transfrontaliers du tourisme et des dépenses ont été massivement dirigés vers le sud. La chute du dollar canadien a toutefois renversé la vapeur en décourageant les Canadiens de visiter les États-Unis et en incitant les Américains à se rendre au Canada. Une tendance qui s'accroîtra presque à coup sûr en 2016, puisque la valeur du huard devrait osciller cette année autour de 71 cents US en moyenne (soit 7 cents de moins qu'en 2015).
- Cette année, le nombre de Canadiens se rendant aux États-Unis atteindra vraisemblablement son plus bas niveau depuis la Grande Récession, et les visites d'un jour devraient enregistrer une nouvelle baisse marquée, deux fois plus importante que celle des séjours plus longs. Ainsi, les dépenses des Canadiens aux États-Unis devraient chuter à environ 20,5 milliards de dollars canadiens en 2016.
- Si l'attention se focalise sur la transformation des habitudes de voyage des Canadiens, celles des Américains qui se rendent au Canada sont nettement moins connues. Une comparaison des données révèle certaines différences notables.
- Le nombre de touristes américains au Canada augmente enfin. On observe 1,6 million de visites de plus au cours des 11 premiers mois de 2015 qu'à la même période en 2014. Un tel dynamisme devrait se poursuivre en 2016, et on s'attend à une augmentation de 9,6 milliards de dollars canadiens des dépenses américaines au Canada, un sommet en plus de dix ans.
- L'augmentation des dépenses américaines, conjuguée à la baisse des dépenses canadiennes aux États-Unis, devrait réduire l'écart entre les dépenses transfrontalières à environ 11 milliards de dollars canadiens. Cela dit, le nombre de visites de Canadiens aux États-Unis continuera d'excéder le nombre de visites américaines au Canada, et on s'attend à ce que les dépenses canadiennes aux États-Unis atteignent au moins le double du montant total des dépenses américaines au Canada.
- L'économie canadienne ne récoltera pas tous les fruits de ce revirement de situation, puisqu'une partie des sommes qui auraient été dépensées aux États-Unis seront soit épargnées, soit dépensées ailleurs dans le monde. Néanmoins, un calcul rapide suggère que l'effet cumulatif direct sur l'économie canadienne représenterait une hausse de 4 à 5 milliards de dollars canadiens pour la période 2015-2016.



Depuis le début des années 2000, les flux des dépenses transfrontalières entre le Canada et les États-Unis ont essentiellement pris la direction du sud. En 2002, les dépenses des Canadiens aux États-Unis s'élevaient à peu près au même montant que les dépenses des Américains au Canada (graphique 1). Entre 2002 et 2013, un écart considérable de près de 17 milliards de dollars canadiens s'est creusé, conséquence d'une forte croissance des séjours à court et long terme des Canadiens au sud de la frontière et d'une chute prononcée du nombre de visiteurs américains au Canada. Autrement dit, pour chaque dollar dépensé par des Canadiens aux États-Unis, les touristes américains n'ont dépensé que 30 cents dans les centres commerciaux, hôtels et restaurants canadiens.

En 2013, toutefois, le vent a commencé à tourner. La chute du dollar canadien a considérablement changé la dynamique en matière de tourisme transfrontalier et de pouvoir d'achat. À lui seul, l'ajustement monétaire, qui a entraîné une hausse des prix de 35 à 40 %, a suffi à causer une baisse importante du tourisme canadien au sud de la frontière, surtout en ce qui concerne les courts séjours. Au même moment, les Américains ont entrepris de mettre à profit leur pouvoir d'achat renforcé et leur monnaie fortifiée en voyageant davantage au Canada. La chute du huard devant se poursuivre en 2016, nous nous attendons à ce que l'écart entre les dépenses transfrontalières s'amenuise pour une troisième année de suite, pour atteindre environ 11 milliards de dollars canadiens.

Le renversement des flux de dépenses transfrontalières bénéficiera à l'économie canadienne. En plus de profiter de l'augmentation du tourisme américain, l'économie canadienne recevra une part importante des sommes qui auraient été dépensées par des Canadiens aux États-Unis. Un calcul

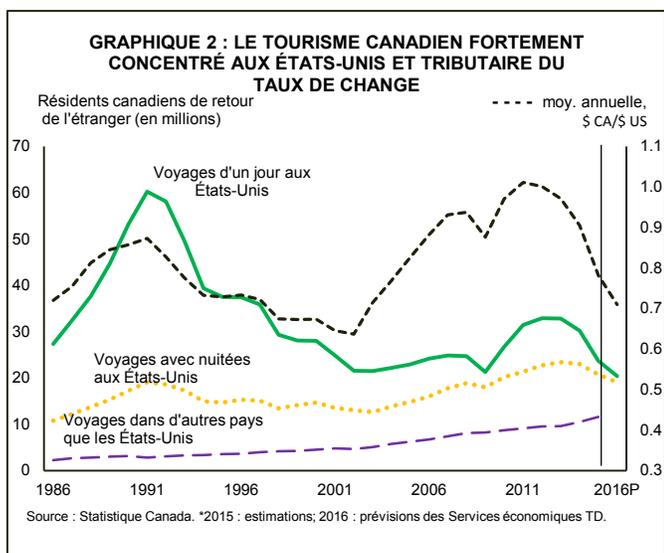


sommaire indique que l'effet cumulatif direct sera de l'ordre de 4 à 5 milliards de dollars canadiens pour 2015-2016, soit de 2 à 2,5 milliards par année.

Bien que non négligeable, cet effet, en grande partie attribuable au taux de change, ne révèle en rien un changement fondamental en matière de dépenses transfrontalières. Les séjours prolongés de Canadiens aux États-Unis, notamment ceux des snowbirds, qui comptent pour une grande part des dépenses transfrontalières, ont montré leur résilience face aux fluctuations de change. De nombreux Canadiens souhaiteront conserver des propriétés déjà acquises aux États-Unis, d'autres en loueront et certains voudront malgré tout investir dans les principaux marchés immobiliers américains, que ce soit pour des questions de mode de vie ou dans l'espoir d'une appréciation éventuelle des prix. Par ailleurs, des sondages récents montrent que les destinations touristiques canadiennes peinent encore à attirer les Américains, en particulier les plus jeunes.

Moins de Canadiens au sud de la frontière, les dépenses en baisse

Si l'augmentation des vols commerciaux a amené une certaine diversification du tourisme international, les États-Unis comptent encore pour 80 % des voyages à l'étranger des Canadiens. Comme le montre le graphique 2, la domination continue du tourisme aux États-Unis masque un important changement à long terme quant à la nature du tourisme, qui repose de moins en moins sur les visites d'un jour et de plus en plus sur les séjours plus longs. La dépréciation sévère du dollar canadien au cours des années 1990 a ouvert le bal, les excursions furtives, essentiellement axées sur le magasinage, ayant toujours été extrêmement sensibles aux fluctuations de change. Néanmoins, malgré le net redressement du huard

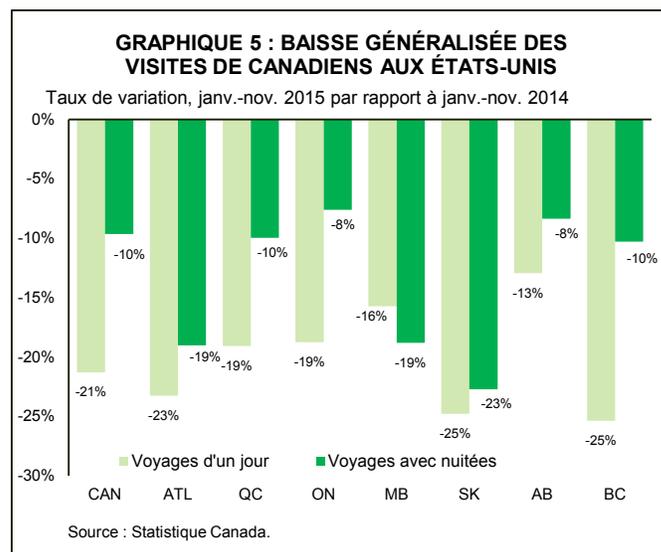
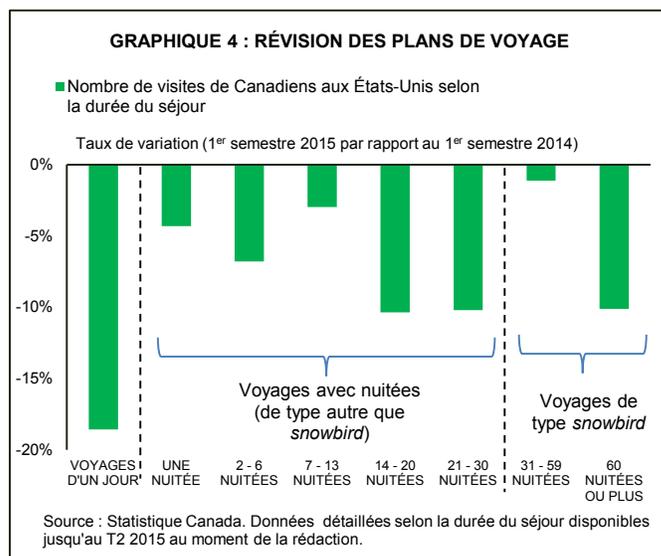


de 2003 à 2013, le nombre de visites d'un jour est demeuré à environ la moitié du sommet précédent. La préférence grandissante pour les séjours plus longs s'explique par un certain nombre de facteurs, notamment le développement du commerce électronique et le resserrement des contrôles de sécurité depuis les événements du 11 septembre 2001, qui ont réduit les avantages et la commodité des visites éclair. Des facteurs démographiques sont également en cause : de plus en plus de baby-boomers vieillissants souhaitent effectuer des séjours de longue durée pour échapper aux rigueurs du climat canadien.

Les répercussions les plus notables de la proportion croissante de séjours de plus longue durée se sont fait sentir sur les dépenses. En moyenne, les Canadiens ont déboursé autour de 900 dollars canadiens par voyage avec nuitée(s) aux États-Unis, environ dix fois plus que la moyenne des dépenses pour un voyage d'un jour (autour de 85 dollars canadiens; pour obtenir des détails, consultez le graphique 11). Ainsi, les dépenses cumulées des Canadiens aux États-Unis ont quasi doublé depuis le début des années 2000, atteignant un record de 23,8 milliards de dollars canadiens en 2013.

Abstraction faite des évolutions structurelles, les fluctuations de change demeurent le principal moteur des tendances à court terme, tant pour les visites que les dépenses des Canadiens aux États-Unis. De fait, la dégringolade du dollar canadien au cours des 18 derniers mois (de 93 à 70 cents US) a eu des conséquences profondes. Selon les dernières données officielles, le nombre de visites de Canadiens aux États-Unis a chuté autour des 41 millions entre janvier et novembre, une baisse marquée de 16 % par rapport à l'année précédente et un niveau environ 20 % en deçà du sommet cyclique de 2013. Au cours de la même période, le nombre de voyages de Canadiens dans d'autres pays que les États-Unis, où la valeur des devises par rapport au dollar canadien a été plus stable, a augmenté de plus de 10 % (le Mexique, le Royaume-Uni, la France et Cuba étant les destinations les plus prisées).

Un examen plus approfondi nous révèle que la situation est plus complexe qu'il n'y paraît. Après une légère recrudescence entre 2010 et 2012, les visites d'un jour aux États-Unis ont régressé l'automne dernier à leur plus bas niveau depuis la Grande Récession. Le nombre de visites de plus d'un jour a également diminué, quoique plus modestement (graphique 3). Cela dit, le graphique 4 suggère que les Canadiens adaptent leurs plans de voyage afin de respecter les limites d'un budget déterminé. Par exemple, dans la catégorie des snowbirds (séjours de plus d'un mois), le nombre de séjours de plus de deux mois a fortement baissé quand on compare le premier semestre de 2014 au premier semestre de 2015, alors que le nombre de séjours d'un à deux mois est



demeuré relativement stable. Manifestement, de nombreux voyageurs ont pris d'autres moyens pour réduire les coûts de leurs voyages, notamment en choisissant des restaurants et des sources de divertissement moins onéreuses.

Le graphique 5 montre que les visites aux États-Unis sont en baisse partout au pays. Règle générale, les régions les plus touchées par l'effondrement des prix des produits de base ont subi la diminution la plus notable du nombre de voyages transfrontaliers de longue durée. L'Alberta fait figure d'exception : bien que la province soit entrée en récession l'an dernier, elle a enregistré la deuxième plus petite baisse des séjours de plus d'un jour aux États-Unis au cours des 11 premiers mois de 2015. Une résilience qui témoigne d'un élan appréciable en début d'année et de l'impact différé de la chute des prix du pétrole sur les habitudes de consommation. Depuis l'été, les visites des Albertains aux États-Unis ont considérablement ralenti, à un rythme supérieur à 10

%, manifestant les premières conséquences de la mauvaise conjoncture économique en Alberta sur les plans de voyages.

Davantage de dépenses au Canada par des Canadiens

Si les voyageurs canadiens déplorent l'augmentation des coûts de voyage aux États-Unis, au sein des secteurs canadiens du commerce de détail et du tourisme, il s'est trouvé peu de gens pour s'en plaindre. L'économie canadienne ne profitera toutefois pas de toutes les sommes économisées par la diminution des voyages aux États-Unis. Comme nous l'avons indiqué précédemment, le nombre de voyages de Canadiens dans d'autres pays, où le taux de change est souvent plus clément pour le huard, a connu une croissance accélérée depuis 2014. Néanmoins, une part importante de ces sommes sera consacrée à des voyages au Canada ou dépensée dans des magasins de détail locaux.

Une telle évolution concorde avec les données sur les dépenses touristiques des Canadiens au pays, qui ont connu leur croissance la plus rapide en deux ans au cours des trois premiers trimestres de 2015 (4 % sur douze mois), et ce, malgré l'incertitude économique grandissante¹. De plus, certaines catégories du commerce de détail particulièrement sensibles au magasinage transfrontalier, comme celle des vêtements et des accessoires de mode, ont enregistré une hausse considérable des ventes au cours de la dernière année.

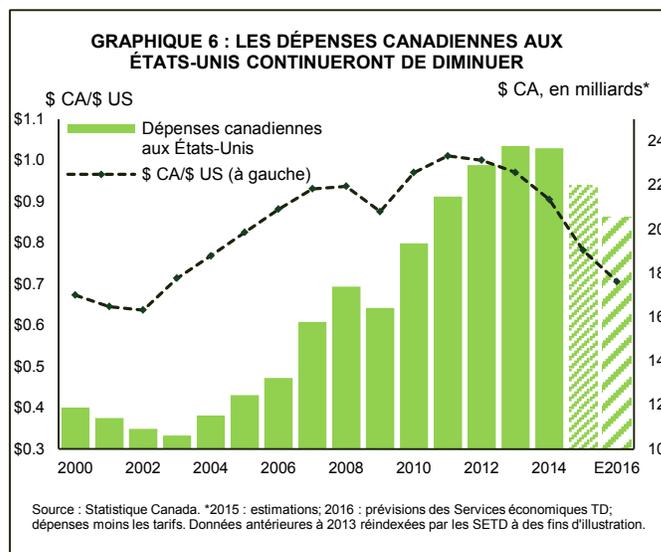
Des tendances qui devraient persister en 2016

En partie en réaction aux prévisions quant à la trajectoire du dollar canadien en 2016, les tendances récentes en matière de tourisme canadien devraient s'accroître dans l'année qui vient.

- Au cours du premier semestre, le dollar canadien devrait atteindre 70-71 cents US en moyenne, soit son niveau le plus bas en 13 ans, avant de remonter à 72-73 cents US d'ici la fin de l'année, parallèlement à la hausse des prix du pétrole brut. De telles perspectives situent néanmoins la valeur moyenne du huard en 2016 sept cents US en deçà de son niveau de 2015.
- Les Canadiens délaisseront progressivement les séjours aux États-Unis pour les voyages au pays ou ailleurs dans le monde. Après avoir enregistré une chute d'environ 21 % l'an dernier, le nombre de visites d'un jour devrait diminuer de 14 % en 2016, alors que les séjours plus longs continueront à faire preuve de beaucoup plus de résilience, et baisseront à un rythme deux fois moindre.

- On s'attend à ce que les dépenses des snowbirds demeurent plutôt stables en raison de l'aisance financière relative des personnes appartenant à ce groupe démographique, de la stabilité générale de leurs dépenses touristiques (notamment les frais d'hébergement) et de l'objet de leurs voyages (raisons liées au mode de vie). Comme le montre l'encadré de la page 5, les achats immobiliers aux États-Unis par des Canadiens pâtiront sans aucun doute de la faiblesse du huard, sans en être complètement déséquilibrés. Plus de Canadiens auront recours à la location.
- Les sommes dépensées par les Canadiens aux États-Unis devraient diminuer encore davantage. Selon nos estimations, l'écart glissera vers les 20 milliards de dollars canadiens en 2016, soit plus de 3 milliards en deçà de son niveau de 2014 (graphique 6). Pour les magasins de détail et autres entreprises américaines répondant aux besoins des Canadiens, la baisse en dollars américains (de près de sept milliards de dollars) en deux ans est cependant beaucoup plus marquée.

Une mise en garde importante s'impose : nos prévisions quant au niveau des dépenses ne tiennent pas compte du commerce électronique. Malheureusement, les données de référence sur les achats faits par des Canadiens sur des sites américains sont difficiles à trouver. La valeur totale des commandes en ligne de biens et services passées par des Canadiens en 2012 est évaluée à 19 milliards de dollars canadiens, ce qui comprend toutefois les achats réalisés auprès de magasins de détail canadiens, américains et étrangers². Depuis, le montant de ces achats en ligne a probablement atteint 25 milliards de dollars³. Sachant que



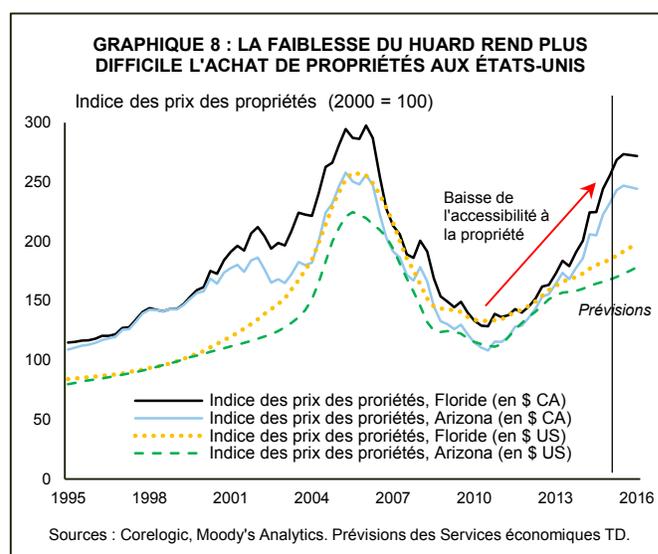
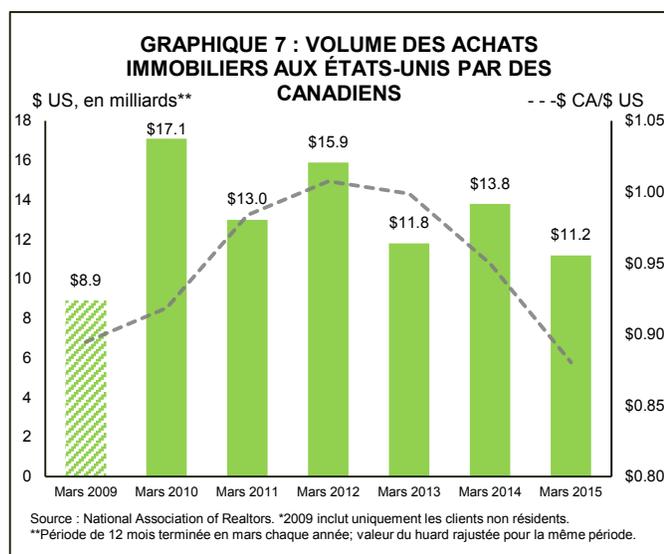
IMMOBILIER AMÉRICAIN : FINI LES AUBAINES?

La crise financière de 2009 a entraîné une chute des prix de l'immobilier aux États-Unis. Avec l'appréciation du huard, l'accessibilité à la propriété des Canadiens a grimpé de près de 60 % (du sommet au creux) dans des marchés comme la Floride et l'Arizona, destinations prisées par les snowbirds. Les Canadiens ont profité de la faiblesse des prix, achetant des propriétés dont la valeur cumulative s'est élevée à environ 83 milliards de dollars américains dans un court intervalle de six ans suivant la récession (graphique 7), certaines propriétés ayant été revendues durant la même période. Bon nombre de ces achats étaient motivés par des considérations de mode de vie, de placement ou, comme c'est souvent le cas, par une combinaison des deux. Dans les douze mois précédant mars 2015, près de la moitié des propriétés acquises par des Canadiens aux États-Unis l'ont été à des fins touristiques⁵.

Comme les voyages aux États-Unis sont devenus plus coûteux, la vente de ces propriétés représente une perspective très attrayante, d'autant plus que des gains supplémentaires en découleraient si les fonds étaient reconvertis en dollars canadiens. Certains snowbirds canadiens en ont déjà profité. Toutefois, nombreux sont ceux qui ne succomberont pas à cet attrait, essentiellement pour deux raisons. D'abord et avant tout parce que la vente occasionnerait un changement de mode de vie et que la plupart des propriétaires (en particulier les snowbirds) seront enclins à maintenir un niveau de vie auquel ils se sont habitués. Ensuite parce que dans les marchés prisés par les snowbirds, les propriétés américaines devraient continuer à prendre de la valeur à un rythme respectable, voire soutenu; tout revenu provenant de ces propriétés pourrait servir à atténuer l'augmentation des frais attribuable au taux de change.

En revanche, le nombre d'acquisitions devrait chuter lourdement, la hausse rapide des prix étant un facteur dissuasif pour les acheteurs potentiels. Compte tenu de la dégringolade du huard, les prix moyens des propriétés dans des États comme la Floride ou l'Arizona ont été l'an dernier de 24 et 21 % supérieurs à leurs niveaux de 2014 (une hausse de 7 et 4 %; voir graphique 8). Les prix continuant à augmenter, la location deviendra vraisemblablement une solution commode.

Tout n'est pas perdu, cependant, pour les snowbirds qui cherchent encore à posséder leur propre nid. Le vaste marché américain offre un grand choix de propriétés, et la valeur de bon nombre d'entre elles n'est pas encore revenue à son niveau d'avant la crise. Pour dénicher les aubaines, les snowbirds devront explorer de nouveaux territoires hors des pôles traditionnels vers lesquels ils ont convergé pendant des années. Les snowbirds potentiels pourraient également profiter de nouvelles conditions dans le secteur bancaire. Contracter un prêt hypothécaire auprès d'une banque américaine a toujours été une tâche difficile pour les étrangers. La plupart des Canadiens ont donc dû payer leurs propriétés essentiellement en espèces. Au cours des 12 mois précédant mars 2015, environ 73 % des achats immobiliers aux États-Unis par des Canadiens ont été payés entièrement comptant, et seulement 23 % ont été conclus par le biais d'un prêt hypothécaire⁶. Les propriétés achetées ont coûté en moyenne 380 000 dollars américains, une somme considérable, même pour les snowbirds les mieux nantis. Depuis que certaines banques canadiennes ont étendu leurs activités au territoire américain, il est plus facile pour les Canadiens de contracter un prêt hypothécaire aux États-Unis, puisque leur dossier financier et leurs actifs au Canada sont désormais pris en considération⁷. Voilà une solution de plus en plus familière pour les Canadiens, qui favorisera vraisemblablement l'achat de propriétés américaines.



plus de trois Canadiens sur cinq ont acheté des biens de commerces américains et à la lumière de l'avantage dont jouissent les magasins de détail états-uniens sur les plans du prix, du choix de produits et de l'expérience client en ligne, on peut conclure qu'ils comptent pour une large part des dépenses en ligne des Canadiens. À preuve, une estimation réalisée à partir des données sur les importations par la poste ou par service de messagerie situe les achats en ligne de biens américains à un peu plus de 3 milliards de dollars canadiens en 2012, ce qui représente 40 % du magasinage transfrontalier⁴.

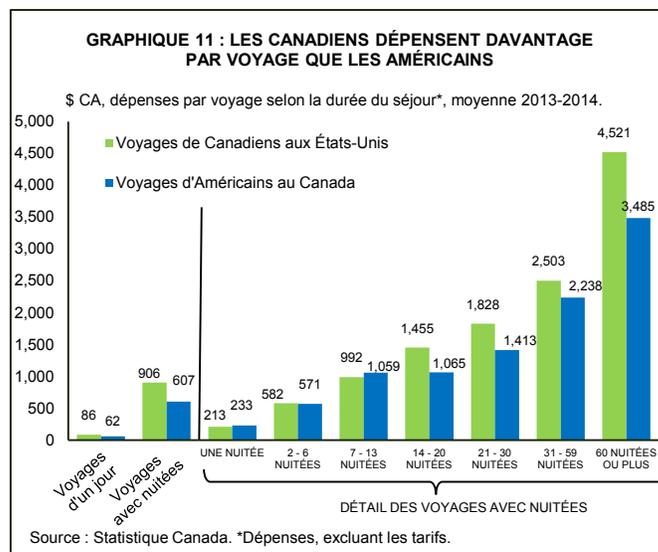
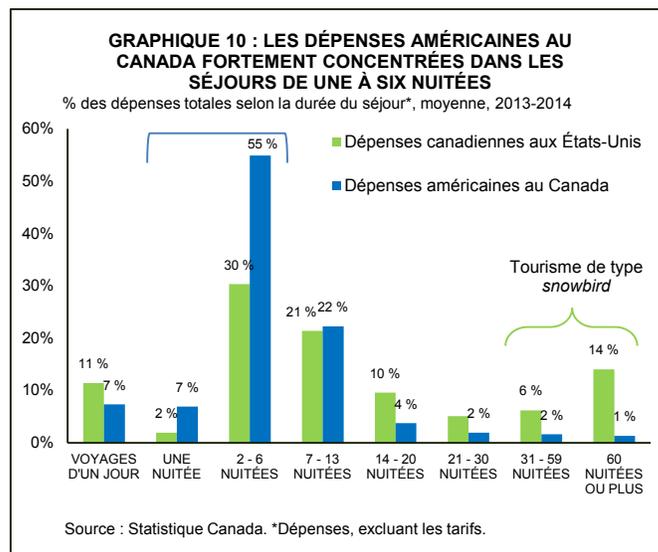
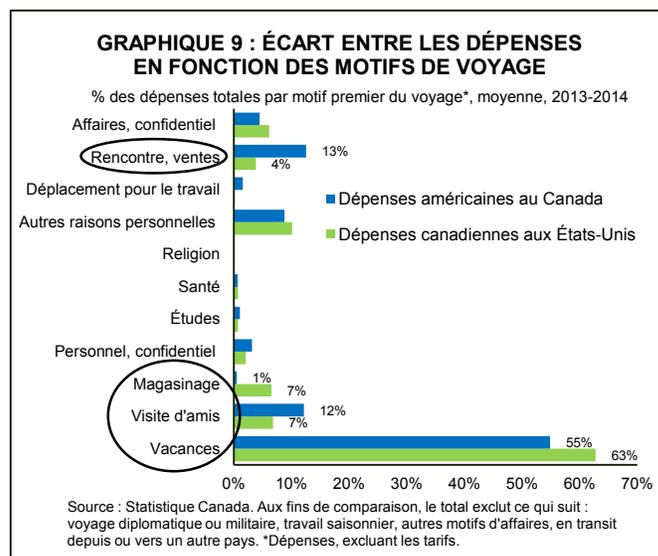
Si le potentiel à long terme du commerce électronique demeure impressionnant, les achats en ligne sont vraisemblablement très sensibles aux fluctuations du dollar canadien. La faiblesse persistante du huard entraînera donc probablement un déclin du magasinage des Canadiens sur des sites américains cette année, offrant aux sites canadiens l'occasion d'augmenter leurs parts de marché.

Les Américains dépoussièrent leurs cartes du Canada

Un afflux de touristes américains au Canada devrait avoir un impact économique considérable. L'affaiblissement du dollar canadien, conjugué à l'amélioration des facteurs fondamentaux en matière de dépenses de consommation aux États-Unis, a nourri une hausse marquée des dépenses américaines au Canada.

Si l'attention se focalise sur la transformation des habitudes de voyage des Canadiens, celles des Américains au Canada sont nettement moins connues. Une comparaison des données montre certaines différences notables. Le tourisme est la principale raison d'être des déplacements transfrontaliers dans les deux directions, mais principalement pour les Canadiens allant aux États-Unis. Le magasinage est également un incitatif majeur pour les Canadiens, alors que les Américains vont au Canada davantage pour rendre visite à leurs familles ou leurs amis ou pour affaires (graphique 9).

De telles différences se traduisent par des écarts entre la durée des séjours dans chacun des pays. La fréquence relativement élevée des visites d'un jour au sud de la frontière repose sur le magasinage, alors que les voyages d'affaires ou sociaux vers le nord correspondent à une prédilection pour les séjours plus longs, soit de une à six nuits. De plus, comme il n'y a pas de réel équivalent au snowbird canadien chez nos voisins du sud, les séjours à long terme au Canada par des Américains ne sont pas aussi fréquents (graphique 10). Les dépenses américaines au Canada atteignent leur sommet en été et leur creux en hiver, alors que les dépenses



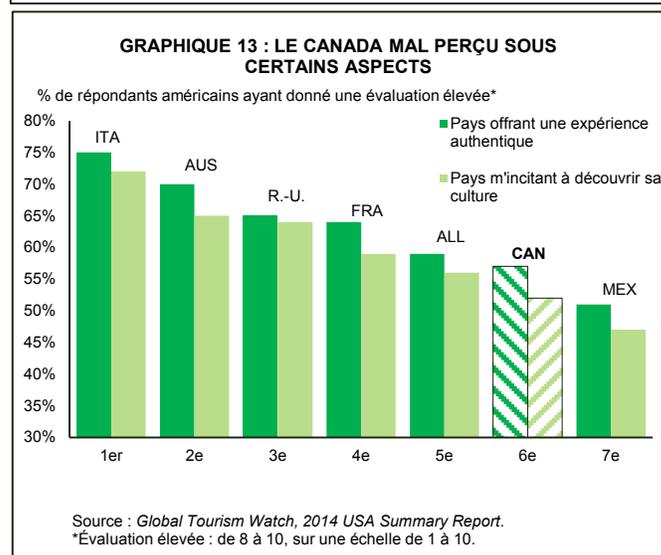
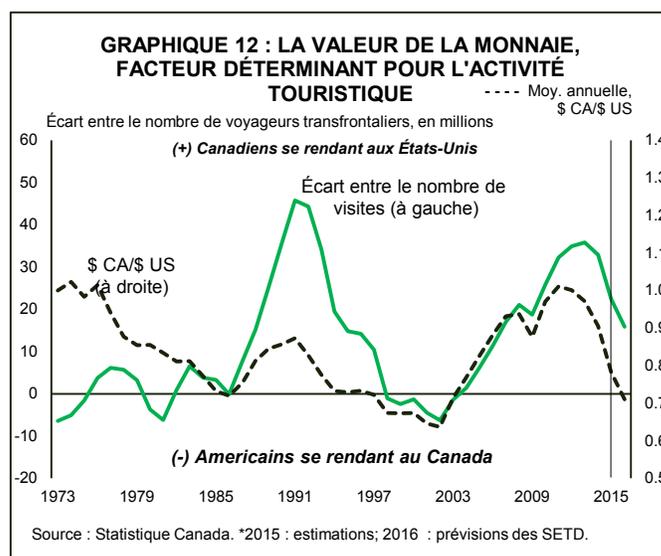
canadiennes aux États-Unis plafonnent au printemps et sont à leur plus bas en automne.

Enfin, en 2013-2014, les touristes canadiens ont dépensé davantage à chaque voyage, tant au cours de visites d'un jour (25 dollars canadiens de plus) que de séjours plus longs (300 dollars canadiens de plus), que les touristes américains (graphique 11). Si les dépenses plus élevées des Canadiens à l'occasion de leurs visites d'un jour trahissent en partie leurs habitudes de magasinage, les dépenses plus importantes au cours de voyages plus longs s'expliquent principalement par un écart quant à la durée des séjours. Les Canadiens passent beaucoup plus de temps aux États-Unis (dix nuitées par voyage, en moyenne) que les Américains au Canada (seulement quatre nuitées par voyage en 2013-2014). Cet écart est amplifié par les habitudes de consommation pendant les séjours de plus de 14 nuitées, au cours desquels les Canadiens ont tendance à dépenser un peu plus par nuitée.

Pourquoi la douche froide?

Statistique ahurissante : en 2014, le nombre de visites de Canadiens au sud de la frontière a surpassé de 33 millions le nombre de visites américaines au Canada. On croit que l'écart a chuté à un peu plus de 22 millions l'an dernier en raison de la dépréciation importante du huard. Comme environ 38 millions d'Américains habitent à moins de 160 kilomètres de la frontière, de prime abord, cette donnée a de quoi laisser perplexe⁸. Mais il n'en a pas toujours été ainsi. Il y a 15 ans à peine, on observait une situation inverse : davantage d'Américains se rendaient au Canada (graphique 12).

Ce point culminant du tourisme américain au Canada suivait une période de boom économique aux États-Unis et la vigueur du dollar américain. Une suite de vents contraires a depuis refroidi les ardeurs de nos voisins. Comme le dollar américain a connu une baisse régulière de 2003 à 2008, les Américains ont commencé à déplorer le fait que le Canada n'était plus « au rabais »⁹. D'autres facteurs défavorables se sont ajoutés : l'appréciation marquée des prix du pétrole, le resserrement des contrôles de sécurité depuis les événements du 11 septembre 2001, sans oublier la Grande Récession, qui a porté un dur coup à la richesse des ménages, aux emplois et aux dépenses de consommation. Bien que l'économie américaine se soit relevée après la crise, le revenu des particuliers a mis du temps à s'en remettre. Pire, les Américains sondés au cours des dernières années ont placé le Canada relativement bas sur la liste des destinations touristiques attrayantes (graphique 13). La réputation des paysages naturels canadiens ne semble pas trouver écho auprès de la génération Y autant que chez les touristes plus âgés. Le manque de nouveaux attraits touristiques majeurs dans les



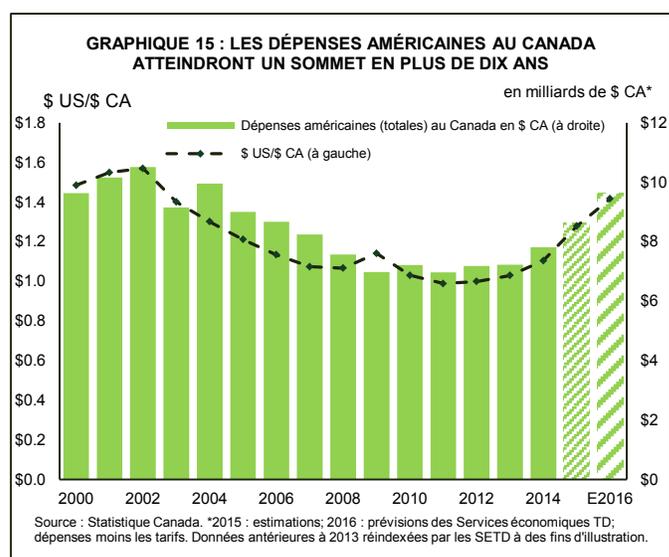
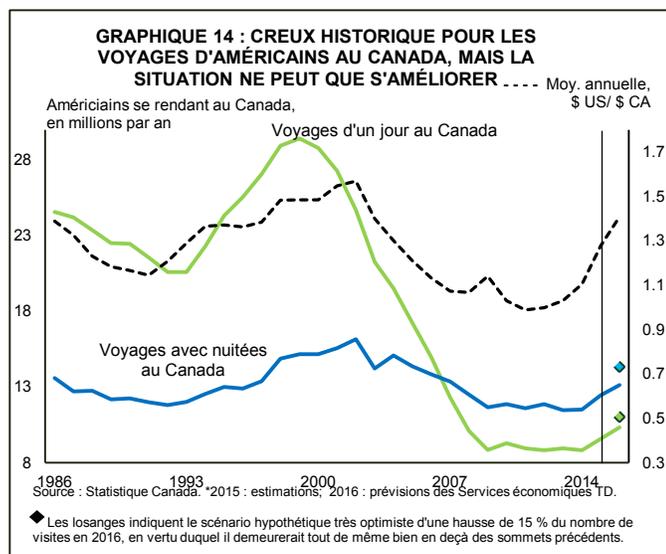
villes canadiennes pourrait être l'un des facteurs expliquant des résultats aussi décevants.

En 2014, le nombre de visites américaines au Canada a atteint son niveau le plus faible jamais enregistré. Conséquence de l'appréciation du dollar américain cette année-là, on note cependant une amélioration quant à la durée et la moyenne des dépenses par voyage. En outre, l'influence positive de la hausse continue de la devise américaine et le renforcement du marché de l'emploi ont commencé à se faire sentir sur le nombre de visites d'Américains au Canada, et des événements spéciaux, comme la Coupe du monde féminine de la FIFA ainsi que les Jeux panaméricains et parapanaméricains, ont également eu des effets bénéfiques en 2015.

On observe 1,6 million de visites américaines de plus entre janvier et novembre 2015 qu'à la même période en 2014, soit une hausse de plus de 8 %. Bien que le nombre

de visiteurs soit en hausse, il demeure bien loin des sommets atteints à la fin des années 1990 et au début des années 2000 (graphique 14). S'il est improbable que l'on approche de tels niveaux en 2016, la situation s'améliore.

- Le nombre de visites d'Américains au Canada devrait croître de plus de 6 % cette année, portant les dépenses transfrontalières américaines à environ 9,6 milliards de dollars canadiens, ce qui représenterait un gain de près de 2,5 milliards par rapport au creux de 2013 et un sommet en plus de dix ans (graphique 15).
- L'augmentation des dépenses américaines, conjuguée à la baisse des dépenses canadiennes aux États-Unis, devrait réduire l'écart entre les dépenses transfrontalières d'environ 5 milliards de dollars canadiens en 2016 par rapport à 2014. L'économie canadienne ne récoltera pas tous les fruits de ce revirement de situation, puisqu'une partie des sommes qui auraient été dépensées aux États-Unis seront soit épargnées, soit dépensées ailleurs dans le monde. Néanmoins, une hausse de 4 à 5 milliards de dollars canadiens pour 2015-2016 serait un bon indicateur de l'effet cumulatif direct. Il ne s'agit pas d'un bouleversement majeur, mais l'économie canadienne, où la croissance a cruellement fait défaut dernièrement, profitera sans aucun doute d'un tel renfort.
- Si la plupart des économies du pays devraient bénéficier de la hausse des dépenses, certaines sont particulièrement bien positionnées pour en tirer profit. La Colombie-Britannique, le Nouveau-Brunswick et l'Ontario sont les provinces dont les économies dépendent généralement le plus du tourisme américain. Les provinces productrices



de pétrole, déjà durement touchées par la faiblesse des prix de l'or noir, ne semblent pas recevoir un afflux de touristes américains. Notons cependant que les données cumulées sur le tourisme sont probablement biaisées en raison de la baisse du tourisme d'affaires. L'apport de dépenses touristiques supplémentaires devrait tout de même offrir un stimulant opportun à la croissance, même si l'essentiel des sommes économisées par la diminution des dépenses de voyage aux États-Unis des résidents de ces provinces sera consacré à l'épargne et ne profitera pas à l'industrie touristique locale.

En conclusion

Au cours des dernières années, les flux transfrontaliers des dépenses ont été massivement dirigés vers le sud. La chute du dollar canadien a toutefois renversé la vapeur en décourageant les Canadiens de visiter les États-Unis et en incitant les Américains à se rendre au Canada. Nous ne voyons pas ce qui, en 2016, pourrait freiner une telle tendance, qui offrira une impulsion modeste, quoique salutaire à la croissance économique canadienne.

Derek Burleton
vice-président et économiste en chef adjoint
416-982-2514

Admir Kolaj
analyste économique
416-944-6318

Notes

1. Valeur nominale; exclut les dépenses de transport (qui ont diminué en raison de la diminution des prix de l'essence); inclut les dépenses pour l'hébergement, la nourriture, les boissons et autres marchandises.
2. Statistique Canada, « Utilisation d'Internet et du commerce électronique par les particuliers » (voir [lien](#)).
3. Forrester Research, « Canada Online Retail Forecast » (exclut des catégories comme les véhicules automobiles, les médicaments sur ordonnance, les ventes de nourriture et boissons dans un restaurant ou une chaîne de restauration rapide, le commerce interconsommateur et les ventes d'essence).
4. Corbi, P.; Statistique Canada, « Estimations du magasinage transfrontalier, 2006 à 2012 », 2014. Les importations par la poste ou par service de messagerie sont généralement commandées en ligne; inclut certaines importations d'autres pays que les États-Unis; scénario de dépenses moyennes (voir [lien](#)).
5. Profile of International Home Buying Activity, NAR, 2015, page 26.
6. Profile of International Home Buying Activity, NAR, 2015, page 27.
7. Par exemple : TD Bank, Services bancaires transfrontaliers (voir [lien](#)).
8. Thompson, C. Wayne, « Canada : The World Today Series, 2015-2016 », 31e édition, page 18; « (...) 12 % des [Américains] habitent à moins de 100 milles de la frontière canadienne ».
9. Commission canadienne du tourisme, « Étude de comportement du marché touristique aux États-Unis », 2008 (voir [lien](#)).

Le présent rapport est fourni par les Services économiques TD. Il est produit à des fins informatives et éducatives seulement à la date de rédaction, et peut ne pas convenir à d'autres fins. Les points de vue et les opinions qui y sont exprimés peuvent changer en tout temps selon les conditions du marché ou autres, et les prévisions peuvent ne pas se réaliser. Ce rapport ne doit pas servir de source de conseils ou de recommandations de placement, ne constitue pas une sollicitation d'achat ou de vente de titres, et ne doit pas être considéré comme une source de conseils juridiques, fiscaux ou de placement précis. Il ne vise pas à communiquer des renseignements importants sur les affaires du Groupe Banque TD, et les membres des Services économiques TD ne sont pas des porte-parole du Groupe Banque TD en ce qui concerne les affaires de celui-ci. L'information contenue dans ce rapport provient de sources jugées fiables, mais son exactitude et son exhaustivité ne sont pas garanties. De plus, ce rapport contient des analyses et des opinions portant sur l'économie, notamment au sujet du rendement économique et financier à venir. Par ailleurs, ces analyses et opinions reposent sur certaines hypothèses et d'autres facteurs, et sont sujettes à des risques et à des incertitudes intrinsèques. Les résultats réels pourraient être très différents. La Banque Toronto-Dominion ainsi que ses sociétés affiliées et entités apparentées qui constituent le Groupe Banque TD ne peuvent être tenues responsables des erreurs ou omissions que pourraient contenir l'information, les analyses ou les opinions comprises dans ce rapport, ni des pertes ou dommages subis.