

# **Étude sur l'industrie québécoise du transport par autocar nolisé**

---

**Rapport final**

---

**CHAIRE DE TOURISME DE L'UQAM**

**7 Septembre 2001**

## **ÉQUIPE DE RÉALISATION**

La présente étude a été effectuée par la Chaire de Tourisme de l'École des sciences de la gestion de l'UQAM.

Sous la direction de Michel Archambault, professeur en gestion du tourisme et titulaire de la Chaire, les professionnels de recherche suivants ont participé à la réalisation de l'étude :

Chargé de projet :	Claude Péloquin
Recherche et rédaction :	Claude Péloquin, Chantal Neault et Jean Morin
Révision linguistique :	Chantal Caron
Maison de sondage :	ECHO sondage

### **Comité de suivi :**

Association des propriétaires d'autobus du Québec	Marie-Josée Banville
Tourisme Québec	Danielle Nadeau
Ministère des Transports du Québec	Jean Blais
Les auteurs tiennent à remercier :	Jean-François Charest, Martine Proulx et Marianne Côté-Jacques de la Chaire de Tourisme de l'UQAM ainsi que toutes les autres personnes ayant collaboré à cette étude.



## SOMMAIRE EXÉCUTIF

L'industrie québécoise du transport par autocar nolisé joue un rôle essentiel dans la chaîne de distribution des services aux touristes. Afin de supporter et d'optimiser les efforts de développement des transporteurs et des intervenants avec lesquels ils transigent, une étude plus approfondie du secteur s'imposait. Aussi, la Chaire de Tourisme de l'UQAM se voyait-elle confier par l'Association des propriétaires d'autobus du Québec, Tourisme Québec et le ministère des Transports, le mandat de procéder à un portrait exhaustif de l'industrie des services de transport nolisé par autocar au Québec et d'identifier les enjeux auxquels elle est confrontée.

### **PORTRAIT DU TRANSPORT NOLISÉ PAR AUTOCAR AU QUÉBEC**

#### **Un secteur moteur**

La croissance de l'industrie touristique a favorisé la demande pour les autocars nolisés qui a doublé au Québec au cours des dix dernières années. Ce secteur vit une certaine mutation en raison notamment de l'intention des autorités gouvernementales fédérales d'éliminer graduellement la réglementation économique dans le transport par autobus à l'échelle du pays. Le Québec compte plus d'une soixantaine de transporteurs possédant un parc de 605 autocars dédiés exclusivement au nolisement. Par ailleurs, on recense 289 entreprises qui détiennent un permis de transport nolisé au Québec. Parmi ces dernières, 144 — propriétaires de plus de 90 % des autobus du Québec — sont membres de l'Association des propriétaires d'autobus du Québec (APAQ).

Plusieurs entrepreneurs se sont lancés dans le transport nolisé avec des motivations plutôt intuitives quant au potentiel de ce créneau. Le volet haut de gamme du service, la possibilité de réduction de la facture fiscale d'autres activités de transport plus rentables (scolaire ou interurbain), la perspective d'une forte croissance du tourisme international, l'accès à un financement souvent équivalant à 90 ou 100 % de la valeur d'acquisition des autocars neufs et le maintien, jusqu'à récemment, de la valeur de ces investissements, sont autant d'éléments déclencheurs ayant motivé l'entrée de nombreuses entreprises dans le secteur.

L'ensemble des répondants à l'enquête menée auprès des grossistes font voyager, par autocar au Québec, plus de 12 000 groupes annuellement. Cela représente une moyenne de près de 350 groupes pour chacun des 35 grossistes interrogés. Par ailleurs, plus de 15 000 groupes de touristes et d'excursionnistes québécois participeraient à un circuit nolisé au Québec, soit environ 585 000 passagers, comparativement à 470 000 touristes en provenance de l'extérieur du Québec. Annuellement, on dénombre 109 000 journées d'autocars; chaque circuit compte en moyenne 39 passagers, ce qui génère des retombées économiques directes de 893 millions de dollars. Les investissements annuels reliés au matériel roulant s'élèvent à 14 millions de dollars et l'ensemble des 62 autocaristes québécois contribue à l'économie par des dépenses annuelles d'exploitation totalisant 95 millions de dollars. Ainsi, la combinaison de ces principaux paramètres nous indique que le transport nolisé par autocar au Québec — tourisme associé au « Tour & Travel »<sup>1</sup> — génère des retombées économiques annuelles directes d'un milliard de dollars, soit quelque 14 % des recettes touristiques du Québec.

---

<sup>1</sup> Secteur regroupant l'ensemble des activités touristiques associées aux circuits touristiques de groupe en autocar.

## **Réflexions sur le cadre législatif**

Le dossier d'une éventuelle déréglementation économique du transport par autocar fait l'objet d'auditions officielles de la part d'un comité sénatorial depuis l'automne 2001. Les discussions laissent planer certaines incertitudes chez les intervenants. Dans un souci d'éliminer des obstacles pour accroître le rendement de l'industrie des transports, le gouvernement fédéral se penche sur les questions concernant les lois, règlements et politiques en vigueur, et ce, afin de mieux cerner si le cadre légal favorise ou non l'industrie. Plusieurs intervenants s'attendent à ce que le gouvernement fédéral tente d'introduire dès l'hiver 2002, un nouveau projet de loi modifiant la *Loi de 1987 sur les transports routiers* qui conduirait à une déréglementation économique complète du secteur du transport nolisé. Le Québec, pour sa part, a déjà franchi une première étape de déréglementation par l'adoption d'une mesure permanente — limitée aux mois de septembre et d'octobre de chaque année — pour accroître temporairement le nombre d'autobus affectés au transport des touristes transitant par les aéroports internationaux de la région montréalaise, l'Aéroport international Jean-Lesage ainsi que les ports de Montréal et de Québec.

L'encadrement législatif très strict du secteur affecte la planification des itinéraires touristiques. Pour les grossistes, la lourdeur des démarches à effectuer afin de s'assurer que les transporteurs avec lesquels ils négocient possèdent bien les permis requis s'avère un irritant, ce qui entraîne des coûts additionnels qu'ils souhaiteraient pouvoir éviter. Ils déplorent aussi que les permis touristiques associés aux tours de ville ne soient détenus que par quelques transporteurs qui contrôlent le marché, ce qui influe sur la grille tarifaire négociée.

## **Des mesures d'assouplissement justifiées mais guère rentables**

Les transporteurs ayant accepté de collaborer à l'enquête représentent plus de 47 % de l'ensemble du parc d'autocars du Québec servant exclusivement au nolisement. Vu la concentration de la demande à l'automne, plus de 34 % du chiffre d'affaires pour le transport nolisé se réalise durant les mois de septembre et d'octobre et 74 % entre les mois d'avril et d'octobre.

Rien n'indique que l'application du décret introduit à l'automne 2000 — visant à optimiser l'utilisation des autocars disponibles au Québec tout en facilitant également la location, par les autocaristes, de véhicules provenant de l'extérieur de la province —, n'ait empêché ceux qui ne se sont pas prévalus de cette mesure, d'exploiter de manière efficace leur parc d'autocars. La mesure avait principalement pour but de permettre à des autocaristes en région de desservir les ports et les aéroports de Québec et de Montréal (voir également page 27). La demande touristique intense justifie l'adoption de mesures spéciales pour s'assurer que l'accueil et les services y répondent le plus adéquatement possible. Par ailleurs, les procédures reliées à l'importation de véhicules additionnels provenant de l'extérieur du Québec sont relativement onéreuses, augmentant ainsi les frais d'exploitation des transporteurs. Une grande majorité affirme que la location d'autobus supplémentaires pour faire face à la période de demande accrue s'avère non rentable, mais ceux qui s'y prêtent, le font pour rendre service à certains clients.

## **Clientèles et marchés**

Les grossistes réceptifs québécois constituent la plus importante source de revenus pour le transport nolisé, étant responsables de 33 % du chiffre d'affaires. Suivent les organismes de voyages bénévoles (incluant les clubs corporatifs et associatifs) qui jouent également un rôle très

considérable, avec 31 %. Les agences de voyages québécoises et les grossistes étrangers recueillent pour leur part respectivement 22 % et 14 %. Signalons que pour l'ensemble des transporteurs consultés, le plus important client représente en moyenne 35 % du total de ses revenus de nolisement, lui conférant ainsi une relation d'affaires privilégiée. Un circuit touristique s'adressant à la clientèle locale dure en moyenne deux jours comparativement à huit jours pour la clientèle internationale. Le Québec se révèle le principal marché avec 55 % du volume, suivi par la clientèle française avec 20 %. Les États-Unis ne constituent pas un marché de première importance pour les transporteurs du Québec. L'industrie de l'autocar aux États-Unis s'appuie sur un parc bien développé et très organisé permettant facilement aux grossistes américains d'utiliser leur réseau de fournisseurs ou encore leurs propres autocars. Une élimination des restrictions de permis de transport nolisé relatives aux points d'embarquement inciterait 60 % des entrepreneurs québécois à rechercher davantage de nouveaux clients. Présentement, les grossistes canadiens et les associations professionnelles sont les plus régulièrement ciblés par des démarches prospectives.

### **Un contexte de gestion difficile**

En ce qui concerne la tarification, le Québec est reconnu pour offrir des services de transport nolisé par autocar présentant un excellent rapport qualité/prix. En contrepartie, en raison d'équipements dispendieux nécessitant une longue période d'amortissement, ces prix de location des plus concurrentiels rendent la tâche difficile aux gestionnaires cherchant à rentabiliser leur parc d'autocars. Plus de 90 % des transporteurs rapportent des augmentations de leur tarification au cours de la saison 2001. Subsistent également certaines difficultés liées à l'obtention d'une couverture d'assurances. Très peu de compagnies offrent présentement des polices de protection aux transporteurs détenteurs d'autocars pour le transport nolisé. Ce secteur d'activité comporte un risque beaucoup plus élevé de l'avis des assureurs puisqu'en plus de nécessiter des véhicules d'une forte valeur économique, la garantie des produits d'exploitation s'avère moins fiable que pour les autres catégories de transport.

Plusieurs contraintes sont apparues au fil des années dans l'industrie du transport nolisé : augmentation constante du coût d'acquisition des autocars et du prix du carburant, effondrement récent de la valeur marchande des autocars usagés sur le marché secondaire, exigences grandissantes de la clientèle des autocaristes, transformation progressive du tourisme français en une clientèle « sensible au prix », concentration des activités sur une période de quelques mois pour la clientèle internationale, système d'attribution de permis quasi monopolistique et mise en vigueur de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds* sur le renforcement de la sécurité. Tous ces facteurs auxquels se heurtent la majorité des entreprises de transport nolisé devront être pris en compte, car ils menacent la survie de plusieurs d'entre elles. Des investissements majeurs ont été artificiellement stimulés par l'appui financier des fournisseurs et fabricants d'autocars auprès des prêteurs institutionnels. Un assainissement de la situation est prévisible à court terme, ce qui signifie un accès plus sélectif aux sources de financement.

### **Une bonne réputation auprès du réseau de distribution**

Les entrevues réalisées auprès des grossistes émetteurs et des agences réceptives québécoises identifient les principaux critères auxquels les répondants attachent le plus d'importance dans le choix d'un autocariste, à savoir le prix (57 %), la quantité d'équipements (34 %), la propreté (31 %), la sécurité (31 %) et la qualité (29 %). Ces intervenants considèrent que la qualité des véhicules et le service offert par les autocaristes québécois se comparent de façon égale ou avantageuse par rapport à leurs concurrents de l'Ontario, du reste du Canada et des États-Unis.

Cela se vérifie particulièrement pour les grossistes faisant voyager plus de 300 groupes par autocar au Québec annuellement.

La demande pour les escapades de courte durée (deux, trois ou quatre jours) gagnent en popularité. Ainsi, les circuits traditionnels s'avèrent souvent trop longs et une partie des itinéraires actuellement proposés risque d'en souffrir. Par ailleurs, l'importante clientèle des baby-boomers ne souhaite pas s'intégrer aux circuits d'autocars traditionnels et l'offre actuelle se trouve peu adaptée à leurs attentes.

### **Secteurs différents, préoccupations d'affaires différentes**

Comme nous assistons à une vague de concentration sans précédent dans l'industrie de la distribution des voyages, les clients des autocaristes sont de moins en moins nombreux, mais de plus en plus importants. Étant donné que certains grossistes représentent une part considérable du volume d'affaires de plusieurs transporteurs, ils sont bien placés pour exercer un contrôle quant aux pratiques commerciales de ces deux industries. Deux aspects apparaissent problématiques du côté des entrepreneurs de transport : l'absence de dépôts servant comme garantie lors de la réservation de véhicules et un certain déséquilibre pour le délai de paiement jugé acceptable pour chacune des parties. Seulement 17 % des grossistes accordent un dépôt aux autocaristes pour réserver leurs véhicules.

La grande difficulté à dénicher un nombre suffisant d'autocars de qualité à l'automne préoccupe les exploitants touristiques, surtout les agences réceptives. Elles doivent parfois improviser des solutions de dernier recours qui ne correspondent pas nécessairement aux attentes de leur clientèle. Ainsi, plus de 85 % des agences réceptives mentionnent se heurter à des contraintes de disponibilité d'autocars pendant la période automnale. Elles font voyager le plus grand nombre de groupes au Québec et représentent la catégorie d'intervenants éprouvant le plus de difficultés à bien desservir leurs clientèles.

## **DIAGNOSTIC**

### **Des solutions adaptées au marché des croisières**

Puisque les forces du marché ne s'avèrent pas libres d'entraves mais fortement encadrées par des règles protectionnistes en vertu des droits conférés aux détenteurs de permis, un subtil jeu de négociations s'est peu à peu instauré entre les acteurs en place. Cette situation occasionne à plusieurs égards un certain nombre d'irritants et de déchirements entre les parties qui nuisent au climat d'affaires et au sain développement de l'industrie. Ces tractations peuvent parfois prendre la forme d'un gonflement artificiel de la demande car les transporteurs se voient peu enclins à engager leur parc lors de demandes de réservation effectuées plusieurs mois, voire un an précédant la période achalandée.

Par souci d'assurer une fluidité des opérations davantage représentatives des lois du marché en place ou pour respecter l'esprit même du règlement apportant les distinctions relatives aux deux catégories de permis, les détenteurs d'un permis de transport nolisé devraient être autorisés à desservir la clientèle des croisières, au même titre que les détenteurs d'un permis touristique.

Le défi posé par la gestion de la clientèle des planificateurs de croisières émane du fait que plusieurs passagers requièrent les services d'autocars nolisés simultanément, et pour un court laps de temps. Très souvent, le besoin en transport ne comprend qu'un petit déplacement et le taux d'utilisation du véhicule pour la journée s'avère très partiel. Une meilleure utilisation des

autocars par une programmation finement planifiée, orchestrée de manière à diviser les excursions des passagers en deux ou trois vagues successives de tours de ville, concilierait plus facilement les préoccupations tarifaires des deux parties.

### **Le défi d'une meilleure rentabilisation des équipements**

Les transporteurs sont aux prises avec l'immense souci de rentabiliser des équipements souvent lourdement financés. Leur courte période d'activité intense crée une forte pression sur les gestionnaires et leur impose de tirer le maximum de revenus de leur parc, sachant que durant les saisons intermédiaires, une grande partie de leurs véhicules restera inutilisée. Dans un contexte où la marge de manœuvre financière du réseau de distribution s'avère particulièrement limitée, les grossistes en voyages incitent fortement les transporteurs à négocier les meilleurs prix possibles. Les autocaristes doivent parfois résister à consentir de louer à rabais, voire à perte, certains de leurs équipements lorsque placés devant l'alternative de voir des véhicules demeurer inactifs. De telles situations se sont fréquemment présentées au cours des dernières années, ce qui a eu pour effet de « brûler » le marché et de nuire à la santé financière du secteur. Conscients que la tarification actuelle au Québec se situe sous la moyenne nord-américaine, les grossistes se montrent plutôt réceptifs à une hausse graduelle des prix.

Le nombre et la qualité des autocars disponibles jouent un rôle important sur la programmation du réseau de distribution. Lorsque les grossistes se voient dans l'incapacité de pouvoir compter sur les véhicules requis, la venue d'un certain nombre de groupes s'en trouve compromise. De telles situations s'avèrent déplorables pour la destination et doivent être évitées. Aussi, certains groupes, en l'absence de meilleures alternatives, héritent d'autocars de second plan qui ne conviennent pas aux attentes de la clientèle. Il existe alors un risque réel que ces touristes repartent déçus du service, et surtout, qu'ils conservent une image mitigée de la destination en raison d'une mauvaise expérience. L'absence d'une pratique commerciale associée au versement obligatoire d'un dépôt lors de la réservation n'est pas étrangère au phénomène du déséquilibre de l'offre et de la demande. La problématique concernant les annulations ne saurait être de la même ampleur dans l'éventualité de la mise en place d'une politique structurée de versements de dépôts équitables pour l'ensemble de l'industrie du transport nolisé et pour le réseau de distribution.

L'objectif d'une meilleure rentabilisation suggère que la tarification relative à la location d'autocars lors de la haute saison touristique prenne en considération l'inactivité des véhicules lors de la basse saison. La chaîne de distribution doit ainsi absorber une certaine hausse saisonnière des prix durant les périodes précises de forte activité où l'offre ne suffit pas à la demande. Des pratiques commerciales inadéquates et des négociations comparatives contribuent à maintenir des prix qui ne reflètent pas assez fidèlement le contexte d'exploitation des transporteurs. C'est la combinaison d'activités rentables telles que le transport scolaire ou interurbain, soit par interfinancement ou économie d'échelle, qui compense la faible rentabilité du secteur nolisé. Un des défis à relever consiste à rendre financièrement attrayante l'activité du transport nolisé par autocar.

### **Le dossier de la déréglementation : un enjeu de taille**

Les initiatives des provinces quant à l'assouplissement des règles économiques entraînent la présence d'un autre défi, soit l'harmonisation des services de transport à l'ensemble du Canada. Les autocaristes du Québec, s'ils entrent dans la même sphère commerciale que leurs pairs des autres provinces, particulièrement ceux de l'Ontario, sont en droit d'être soumis aux mêmes règles économiques en vue d'une transition équitable. Une ouverture des marchés combinée à un contrôle des prix auraient pour conséquence de mieux protéger l'industrie touristique d'une

hausse excessive des prix à l'automne et d'augmenter substantiellement le parc d'autocars permanent pour le transport nolisé. L'instauration d'une politique tarifaire minimale basée sur le kilométrage prévu au contrat et adaptée selon la saison pourrait s'avérer une solution intéressante. Par ailleurs, la tarification horaire se révélerait possiblement une option plus logique pour desservir les clientèles des croisières effectuant des tours de ville. La Commission des transports du Québec (CTQ) pourrait agir comme organisme désigné pour la gestion d'une telle politique tarifaire.

Dans le cas d'une déréglementation, certains transporteurs, pour multiplier les occasions d'affaires et diminuer les frais de déplacement, auront tendance à recentrer leurs opérations près de Montréal ou de Québec. Une augmentation des prix pour le transport nolisé en région risque ainsi de se produire. À l'inverse, rien n'empêche le transporteur régional de saisir l'opportunité de consolider son réseau en desservant désormais les grands centres.

### **Des voies de développement et un suivi soutenu du secteur**

Il s'avère important pour les autocaristes et les grossistes qui désirent percer davantage le lucratif marché des baby-boomers de vaincre la perception que les circuits par autocar ne s'adressent qu'à une clientèle du troisième âge et à mobilité restreinte. Par ailleurs, l'ajout de services complémentaires tels que l'organisation de voyages représenterait une intéressante source de diversification de revenus pour les transporteurs possédant une bonne connaissance du milieu touristique.

Une démarche analytique afin d'établir un diagnostic complet serait nécessaire pour assurer un suivi de la situation financière du secteur. Nous proposons un modèle systématique, appuyé d'indicateurs de performance, qui permettra d'isoler les grands domaines de la gestion d'une entreprise soit la gestion de l'exploitation, la gestion des actifs et de l'endettement.

### **Les recommandations**

Au terme de la présente étude, se dégagent un ensemble de recommandations touchant la réglementation, les pratiques commerciales, l'information et la promotion, le financement et le développement du secteur. Elles s'appuient sur l'analyse des différents enjeux traités tout au long de la présente étude et reposent, entre autres, sur trois grandes lignes directrices : la qualité du service à la clientèle, un environnement concurrentiel équitable et un encadrement sécuritaire sans compromis.

#### La réglementation

Le décloisonnement graduel de la réglementation économique actuelle devrait être étudié en fonction d'une convergence vers un permis à vocation « touristique » unique. Une fois cette étape franchie, les détenteurs de permis de transport touristique et nolisé devraient pouvoir desservir les groupes issus des trois aéroports internationaux et des ports de Montréal et de Québec, et ce, de façon continue. Un assouplissement, un allègement et une uniformisation de certaines règles économiques par le biais, entre autres, d'une révision du rôle des organismes responsables permettraient l'élimination de certains irritants inutiles.

#### Les pratiques commerciales

Nous recommandons la mise en place d'un code de pratiques commerciales entre les transporteurs et le réseau de distribution prévoyant le versement d'un dépôt lors de la

réservation des autocars<sup>2</sup>. De même, l'instauration d'une politique tarifaire minimale visant le maintien des prix de location au-dessus d'un certain seuil de rentabilité pourrait favoriser une meilleure santé financière du secteur.

### Développement et suivi du secteur de transport nolisé

En vue de répartir davantage l'achalandage sur une base annuelle, la création de centres d'affaires complémentaires non traditionnels, tels que l'organisation de voyages par le transporteur lui-même — pratique courante aux États-Unis et en France notamment —, mériterait d'être considérée. En outre, le développement de créneaux de spécialisation s'appuyant sur un éventail de services et sur la qualité de l'accueil permettrait à certains transporteurs de présenter une offre distinctive.

Pour assurer la qualité des services à la clientèle et supporter l'essor du secteur des croisières au Québec, des efforts de concertation entre les transporteurs, les planificateurs de croisières et les autorités portuaires et municipales devraient conduire à la mise en œuvre de stratégies visant à optimiser la logistique d'utilisation des autocars.

Des démarches quant à l'offre de services auprès de secteurs complémentaires tels que l'hébergement et le tourisme d'aventure, constitueraient de nouvelles occasions d'affaires favorisant une diversification de sources de revenus pour les transporteurs.

Enfin, pour supporter les efforts des transporteurs pour accroître leur rentabilité et optimiser l'utilisation de leurs parcs d'autocars, la mise en place d'un mécanisme de collecte d'informations est recommandée. L'établissement de ratios clés et d'indicateurs de performance faciliterait un meilleur suivi des opérations tout en constituant des outils de gestion plus performants pour les dirigeants.

### Information et promotion

L'étude propose de mieux informer, par des mesures concrètes, les professionnels de l'industrie du voyage tels les grossistes étrangers, afin d'éviter qu'ils ne programment des forfaits dont la trop longue distance et la densité conduisent à une insatisfaction de leurs clientèles. Dans un contexte plus large, la tenue d'une rencontre annuelle sur le transport nolisé et touristique favoriserait les échanges d'idées entre les transporteurs et les grossistes, et permettrait l'identification de nouvelles pistes de solutions face aux enjeux communs. Enfin, lors du déploiement des stratégies promotionnelles de circuits par autocar au Québec, il s'avérerait pertinent de présenter des images et des messages suggérant que ce mode de transport ne s'adresse pas uniquement aux personnes plus âgées ou à mobilité restreinte.

### Aide financière

Afin de contrer l'une des conséquences possibles d'une déréglementation économique concernant le transport nolisé en région, il faudrait prévoir des scénarios d'aide financière et des mesures incitatives pour supporter la continuité des services. Enfin, la mise en place de mesures compensatoires pour inciter les transporteurs à investir dans le développement d'activités de formation, contribuerait à doter le secteur d'une main-d'œuvre compétente et polyvalente tout en favorisant le renouvellement des effectifs dans ce domaine.

---

<sup>2</sup> En respect avec le Programme de certification des entreprises de transport par autobus (Norme BNQ – Services d'autobus) lancé en octobre 2001.

## Lexique

**APAQ** : Association des propriétaires d'autobus du Québec.

**Autobus** : véhicule de transport de passagers correspondant aux catégories 1, 2, 3, 4, 5 ou 7 du *Règlement sur le transport par autobus*.

**Autocar** : autobus de catégorie 1 ou 2 désignant des autocars normalement conçus pour répondre à un certain degré de confort, particulièrement utilisés pour le transport en commun lors de trajets de plus longue distance.

**Croisiériste** : compagnie spécialisée dans l'organisation de croisières.

**CTQ** : Commission des transports du Québec.

**Interfinancement** : le transporteur en place dispose d'un droit exclusif d'exploitation, en contrepartie, celui-ci doit assurer des services sur certains itinéraires à faible achalandage.

**Grossiste** : personne morale ou physique dont les activités se limitent à organiser des forfaits pour les agences de voyages, en principe à la demande de celles-ci.

**Grossiste réceptif (ou agence réceptive)** : organisme qui se spécialise dans la prise en charge des groupes en provenance de l'étranger.

**Grossiste émetteur** : organisme qui se spécialise dans la commercialisation de prestations touristiques destinées aux résidents qui désirent se rendre dans un pays étranger.

**Minibus** : véhicule construit pour le transport de 10 à 15 passagers et correspondant à la catégorie 6 du *Règlement sur le transport par autobus*.

**Planificateur de croisières** : intermédiaire au service du croisiériste et en charge de la planification d'accueil de la croisière.

**Registre** : terme utilisé en référence à la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds* où seuls les propriétaires et les exploitants de véhicules lourds inscrits à ce « Registre » de la Commission des transports du Québec peuvent mettre en circulation un véhicule lourd sur un chemin ouvert à la circulation publique.

**SAAQ** : Société de l'assurance automobile du Québec.

**Véhicule de ligne** : véhicule utilisé pour du transport interurbain.

## — TABLE DES MATIÈRES —

<b>Sommaire exécutif</b>	<b>i</b>
<b>Lexique</b>	<b>viii</b>
<b>1. Contexte général</b>	<b>1</b>
1.1 Introduction	1
1.2 Survol du transport nolisé au Canada	1
- Les entreprises d'autocars nolisés	2
- Les recettes de l'industrie du transport de voyageurs	3
- Les dépenses de l'industrie du transport de voyageurs	3
1.3 Historique et survol du transport par autocar nolisé au Québec	4
- Quelques chiffres	4
- Composition du parc d'autobus pour le transport nolisé	6
- Évolution du nombre de permis de transport nolisé et du nombre de transporteurs	9
1.4 Importance économique du secteur	12
<b>2. Contexte législatif</b>	<b>14</b>
2.1 Principaux organismes responsables de la réglementation	14
- Transports Canada	14
- Ministère des Transports du Québec	14
- Commission des transports du Québec (CTQ)	14
- Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ)	15
2.2 Réglementation générale concernant le transport de personnes	15
- <i>La Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds</i>	16
- Réglementation concernant la sécurité	18
- Les permis de transport	19
2.3 Réglementation concernant le transport par autobus nolisé	22
- Le permis de transport nolisé	22
- Utilisation du permis de transport nolisé	23
- Obligations du titulaire de permis	24
- Permis extraprovinciaux	24
- Responsabilités des organisateurs de voyages	25
- Le décret 1054-2000	26
- Transport nolisé par minibus pour des fins récréotouristiques	27
2.4 Politiques gouvernementales	27
<b>3. Description de l'environnement</b>	<b>31</b>
3.1 Popularité croissante du transport par autocar nolisé	31
3.2 Recherche de l'équilibre entre l'offre et la demande	31
3.3 Qualité de l'offre	32
3.4 Protection des marchés	33
3.5 Pratiques commerciales	34
3.6 Besoins des croisiéristes	35
3.7 Situation particulière des minibus	37
3.8 Précarité financière du transport par autocar nolisé	37
3.9 Transactions récentes	38

<b>4. Survol d'industries étrangères</b>	<b>39</b>
4.1 Industries américaine et britannique	39
- Expériences des projets de réformes	40
- Atteinte partielle des objectifs	41
4.2 Coup d'œil sur la France	42
<b>5. Portrait des entreprises du secteur</b>	<b>44</b>
5.1 Transporteurs	44
- Caractéristiques du transport nolisé et évolution du parc	45
- Location d'autobus additionnels	45
- Autocars inutilisés à l'automne	47
- Perspectives pour l'automne 2001	48
- Influence de la <i>Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds</i> sur la gestion du parc des transporteurs	49
- Profil de la clientèle et des circuits	50
- Relations d'affaires	53
5.2 Manufacturiers d'autocars	55
- Industrie canadienne de fabrication d'autobus	55
- Secteur des autocars	55
- Perspectives du secteur des autocars	56
5.3 Intermédiaires de location ou de financement	57
<b>6. Situation financière du secteur</b>	<b>60</b>
6.1 Investissement et financement	60
- Les investissements	60
- Le financement des autocars	60
6.2 Contexte d'exploitation	61
- La clientèle	61
- Le réseau de distribution	62
- La structure des coûts d'exploitation	62
- L'expérience américaine	63
- La <i>Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds</i>	63
6.3 Analyse financière des résultats de l'enquête	64
<b>7. Analyse et tendances de la demande</b>	<b>71</b>
7.1 Analyse de la demande actuelle des visiteurs	71
- Origine de la clientèle actuelle et ses habitudes de voyage	71
- Niveau de satisfaction de la clientèle	76
7.2 Analyse de la demande potentielle	79
- Principales caractéristiques des futurs touristes du troisième âge et des baby-boomers	80
- Le marché nord-américain en général	82
- Le marché européen	84
- Les marchés éloignés	85
- Les marchés et les clientèles en croissance	87
7.3 Grandes tendances affectant le marché des voyages par autocar	87
- La révolution Internet	87
- Les tendances démographiques	87
- Caractéristiques des voyages en émergence	88
- Les circuits en émergence au Québec	90

7.4 Forces et faiblesses du Québec	90
- Les points forts	90
- Les points faibles	91
7.5 Menaces et contraintes	92
7.6 Stratégies de mise en marché pour le Québec	93
- Les segments de clientèle	93
- Les marchés géographiques	93
- Les types de circuits	94
- La commercialisation	95
7.7 Analyse des canaux de distribution	95
- Les grossistes et les agences de voyages	96
- Les grossistes et les agences réceptives	97
- Les grossistes et les agences réceptives offrant le Québec comme destination de voyages de groupes par autocar	98
- Les pratiques commerciales	99
<b>8. Diagnostic de l'industrie</b>	<b>105</b>
8.1 Enjeux, contraintes et menaces	105
- Délicat équilibre entre l'offre et la demande	105
- Zones grises entre l'exploitation touristique et celle du transport par autocar nolisé	111
- Conséquences d'une éventuelle déréglementation économique	115
- Autres enjeux	122
8.2 Perception et appréciation des grossistes	126
- Qualité des services	126
- Pratiques commerciales	127
- Contraintes liées au développement touristique	128
8.3 Perspectives d'avenir et stratégies de développement	130
- Tirer profit des grandes tendances démographiques et touristiques	130
- Stratégies de rentabilisation	136
- Maillages avec des partenaires de l'industrie touristique	137
- Vers une gestion optimale des clientèles des croisières	138
- Apport du réseau Internet et des nouvelles technologies	139
<b>9. Recommandations</b>	<b>143</b>
<b>10. Établissement d'indicateurs de performance pour l'industrie</b>	<b>146</b>
10.1 Démarche d'analyse financière	146
10.2 Analyse financière par ratios	146
- Le rendement global	147
- La gestion de l'exploitation	147
- La gestion des actifs	148
- La gestion de la dette	149
10.3 Questionnaire simplifié	150
10.4 Indicateurs de performance quotidiens	154
Annexe 1 — Les responsabilités du propriétaire et de l'exploitant	
Annexe 2 — Zones pour le service de transport par autocar nolisé	
Annexe 3 — Population américaine âgée de 55 ans et plus selon leur région géographique	
Annexe 4 — Méthodologie	
Annexe 5 — Inventaire du parc d'autobus nolisés	
Annexe 6 — Personnes et organisations consultées	

— LISTE DES TABLEAUX ET GRAPHIQUES —

<b>Tableau 1</b>	– Services de transport nolisé par province (2001)	2
<b>Tableau 2</b>	– Principales entreprises canadiennes de transport par autocar nolisé (2001)	3
<b>Tableau 3</b>	– Nombre d'autobus et de minibus en circulation au Québec selon certaines catégories de véhicules	5
<b>Tableau 4</b>	– Nombre d'autobus et de minibus non scolaires en circulation au Québec selon la région de résidence du propriétaire	6
<b>Tableau 5</b>	– Résumé de l'offre de transport par autocar nolisé au Québec	8
<b>Tableau 6</b>	– Évolution du nombre de permis de transport et du nombre de titulaires de permis, catégorie « nolisé »	9
<b>Tableau 7</b>	– Évolution du nombre de titulaires de permis, toutes catégories	10
<b>Tableau 8</b>	– Évolution du nombre de permis, toutes catégories	10
<b>Tableau 9</b>	– Nombre de permis restreints extraprovinciaux	11
<b>Tableau 10</b>	– Répartition du nombre de transporteurs et de permis accordés pour le transport extraprovincial selon les aéroports du Québec	11
<b>Tableau 11</b>	– Répartition des permis de transport nolisé entre les transporteurs	12
<b>Tableau 12</b>	– Nombre de transporteurs combinant d'autres types d'activités au transport nolisé	12
<b>Tableau 13</b>	– Les catégories de permis de transport par autobus et leur description	20
<b>Tableau 14</b>	– Définition des catégories d'autobus	21
<b>Tableau 15</b>	– Composition de l'industrie du transport par autocar aux États-Unis et au Canada	40
<b>Tableau 16</b>	– Évolution du transport occasionnel	42
<b>Tableau 17</b>	– Répartition du parc utilisé en 1999 selon l'âge de l'autocar et son utilisation principale	43
<b>Tableau 18</b>	– Répartition du parc d'autobus en service pour le nolisement par catégorie	44
<b>Tableau 19</b>	– Évolution du parc d'autocars pour le transport nolisé	45
<b>Tableau 20</b>	– Statistiques annuelles moyennes d'exploitation de transport nolisé	45
<b>Tableau 21</b>	– Demandes de permis de transport nolisé et d'abonnement en 2000	45

<b>Tableau 22</b> – Location d’autobus additionnels durant la période automnale au cours des trois dernières années	46
<b>Tableau 23</b> – Répartition de l’utilisation des autobus additionnels loués durant la période automnale au cours des trois dernières années	47
<b>Tableau 24</b> – Nombre d’autocars inutilisés durant la période visée par le décret 1054-2000	48
<b>Tableau 25</b> – Nombre d’autocars inutilisés durant la période automnale pour les années 1998 et 1999	48
<b>Tableau 26</b> – Avantages et inconvénients de la <i>Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds</i>	50
<b>Tableau 27</b> – Part du chiffre d’affaires réalisé pour le transport nolisé selon le canal de distribution utilisé	51
<b>Tableau 28</b> – Régions touristiques les plus visitées à l’aide du transport par autocar nolisé	51
<b>Tableau 29</b> – Provenance de la clientèle des autocaristes	52
<b>Tableau 30</b> – Répartition des groupes en fonction des principaux points d’entrée au Québec	52
<b>Tableau 31</b> – Part des activités de transport nolisé réalisée avec des autobus scolaires	53
<b>Tableau 32</b> – Part des activités de transport nolisé réalisée avec des minibus	53
<b>Tableau 33</b> – Politique des dépôts lors de la réservation	54
<b>Tableau 34</b> – Proportion des transporteurs qui effectuent du démarchage selon le type de clientèle	55
<b>Tableau 35</b> – Intermédiaires de location ou de financement	58
<b>Tableau 36</b> – État des résultats moyens	65
<b>Tableau 37</b> – Bilan partiel moyen	66
<b>Tableau 38</b> – Ratios de gestion moyens	67
<b>Tableau 39</b> – Statistiques moyennes d’exploitation	68
<b>Tableau 40</b> – Scénario de financement pour l’acquisition d’un autocar neuf	69
<b>Tableau 41</b> – Principales destinations et attraits lors de circuits par autocar au Québec	74
<b>Tableau 42</b> – Portes d’entrée au Canada selon les principaux marchés émetteurs	75
<b>Tableau 43</b> – Prix des forfaits de voyages par autocar au Québec	76

<b>Tableau 44</b> – Niveau de satisfaction des grossistes et des agences réceptives en fonction des marchés émetteurs	77
<b>Tableau 45</b> – Comparaison du service offert et de la qualité des véhicules des autocaristes québécois avec ceux du reste du Canada et des États-Unis	79
<b>Tableau 46</b> – Le portrait global des marchés de voyages de groupes	86
<b>Tableau 47</b> – Principaux points forts du Québec et des villes de Montréal et de Québec sur le marché des voyages de groupes par autocar	91
<b>Tableau 48</b> – Principales faiblesses du Québec et des villes de Montréal et de Québec sur le marché des voyages de groupes par autocar	92
<b>Tableau 49</b> – Circuits sur lesquels le Québec devrait miser	94
<b>Tableau 50</b> – Prix moyen de location d'un autocar par jour	100
<b>Tableau 51</b> – Appréciation des prix des autocaristes québécois	100
<b>Tableau 52</b> – Pourcentage des agences réceptives et des grossistes accordant un dépôt lors de la réservation d'un autocar	101
<b>Tableau 53</b> – Délai moyen de réservation des autocars vs délai moyen de confirmation	101
<b>Tableau 54</b> – Délai de paiement des autocaristes vs délai de paiement souhaité par les grossistes et les agences réceptives	102
<b>Tableau 55</b> – Difficultés éprouvées pour trouver les autocaristes détenant les permis requis	103
<b>Tableau 56</b> – Contraintes liées à la non-disponibilité d'autocars	104
<b>Graphique 1</b> – Arrivées de touristes internationaux (en millions)	130
<b>Graphique 2</b> – Recettes touristiques internationales (en milliards \$ US)	131
<b>Graphique 3</b> – Évolution démographique canadienne (en milliers)	132
<b>Graphique 4</b> – Évolution démographique américaine (en millions)	132
<b>Graphique 5</b> – Croissance d'Internet comme source d'information pour la planification de voyages	140

# Étude sur l'industrie québécoise du transport par autocar nolisé

## 1. Contexte général

### 1.1 Introduction

L'industrie du transport des voyageurs par autobus, qui a vu le jour au début du siècle dernier, fait partie intégrante du transport au Québec. Des millions de personnes dépendent de ce mode de transport pour leurs déplacements quotidiens et pour leurs voyages d'affaires et d'agrément. L'industrie du transport par autobus représente elle-même plusieurs autres sous-industries, soit le transport interurbain, urbain, scolaire, aéroportuaire, touristique et nolisé. Bien qu'il existe de nombreuses similitudes entre les types de transport par autobus, des nuances fondamentales caractérisent chacun de ces secteurs. L'essence même de cette étude vise à mettre en relief le contexte propre de l'industrie du transport nolisé dans une perspective québécoise.

De plus en plus utilisé comme moyen de transport pour les visites touristiques en groupe, la demande d'autocars nolisés a doublé au Québec au cours des dix dernières années. Loin d'être jeune, ce secteur d'activité est pourtant relativement peu connu et surtout faiblement documenté. De plus, de nombreux défis et enjeux se pointent à l'horizon et les entreprises devront probablement composer au cours des prochaines années avec un environnement où il faudra prévoir des changements importants à court terme. L'industrie du transport nolisé est appelée à vivre une profonde mutation en raison principalement de l'intention des autorités gouvernementales fédérales d'éliminer graduellement la réglementation économique dans le transport par autobus à l'échelle du pays. Ce projet de libéralisation économique, qui poursuit son cours sous l'examen d'un comité parlementaire, pourrait venir modifier sensiblement les règles du jeu au sein de l'industrie du transport nolisé au Québec. Devant cet avenir incertain, il s'avère opportun de dresser un portrait global de ce secteur d'activité.

L'explosion de la demande touristique et l'intérêt croissant pour la destination québécoise encouragent la mise en marché de voyages de groupes par autobus nolisé. Le Québec et ses autocaristes doivent cependant faire face à une demande touristique très saisonnière entraînant certaines difficultés pour satisfaire adéquatement les besoins de la clientèle lors des périodes de pointe. La relation de l'offre et de la demande de même que l'analyse des canaux de distribution et des tendances observées chez la clientèle touristique des autocaristes seront examinées dans ce rapport. L'étude vise principalement à dresser un diagnostic de la situation afin que les exploitants puissent compter sur des outils de gestion en vue de s'adapter à cet environnement en mutation et surtout maintenir leur rentabilité.

### 1.2 Survol du transport nolisé au Canada

Afin de bien comprendre la situation du transport nolisé au Canada, nous retenons certaines définitions à partir desquelles nous compilons les principales informations statistiques. Premièrement, le transport nolisé fait partie de l'industrie canadienne du transport par autocar/autobus, qui elle-même regroupe trois secteurs d'activité, soit le transport par autocar — interurbain —, le transport en commun urbain et le transport scolaire. Les services d'autocars interurbains se subdivisent en deux groupes : les services réguliers et les services nolisés. **Un service d'autocar nolisé désigne généralement un voyage de groupe où tous les voyageurs montent et descendent au même endroit.** De manière générale, il peut s'agir d'exploitants qui offrent des voyages à partir d'un lieu ou d'une ville donnés vers n'importe quelle

destination. Il existe un éventail de services reliés au nolisement, notamment les navettes aux aéroports, les tours de villes et les excursions, les circuits touristiques de plusieurs jours, les tournois sportifs ainsi que les sorties scolaires d'une demi-journée. Cette énumération illustre bien la complexité de l'analyse du transport nolisé relié exclusivement à l'industrie touristique.

### Les entreprises d'autocars nolisés

Le tableau 1 présente le nombre d'entreprises d'autocars œuvrant dans le transport nolisé<sup>3</sup> pour certaines provinces canadiennes en 2001.

**Tableau 1**  
**Services de transport nolisé par province (2001)**

Province	Nombre de transporteurs	Nombre d'autocars
Colombie-Britannique		
Alberta		
Saskatchewan	53	291
Manitoba	20	135
Ontario		
<b>Québec</b>	<b>62</b>	<b>605</b>
Nouveau-Brunswick	53	209
Nouvelle-Écosse		
Île-du-Prince-Édouard	2	2
Terre-Neuve		
Territoires du Nord-Ouest	8	24
Yukon	6	

Le tableau 2 énumère les plus importantes entreprises d'autocars nolisés et indique le nombre de véhicules exploités en 2001. On remarque que seul Connaisseur<sup>4</sup>, par le biais de Coach Canada, figure au classement comme transporteur établi au Québec. Contrairement aux autres provinces, on y retrouve un plus grand nombre d'entreprises de taille moindre et peu de joueurs majeurs.

<sup>3</sup> Données partielles en raison de la difficulté pour certaines provinces œuvrant dans un environnement économique moins contrôlé de compiler des statistiques spécifiques au transport nolisé.

<sup>4</sup> Connaisseur (Coach Canada) a maintenant déménagé son siège social en Ontario mais continue d'exploiter au Québec.

**Tableau 2**  
**Principales entreprises canadiennes de transport**  
**par autocar nolisé (2001)**

<b>Transporteurs</b>	<b>Province</b>	<b>Nombre d'autocars pour le transport nolisé</b>
DRL Coachlines Ltd.	Nouvelle-Écosse et Terre-Neuve	96
S.M.T. (Eastern) Ltd.	Nouveau-Brunswick	50
Nova Charter Services Inc.	Nouveau-Brunswick	20
Coach Canada <sup>5</sup>	Ontario	90
Can-Ar	Ontario	72
Penetang Midland Coach Lines	Ontario	51
P.W. Transportation	Ontario	35
Greyhound Canada	Ontario et Ouest du Canada	80
Laidlaw Transit Ltd. – Grey Goose Bus Lines	Manitoba	60
Beaver Bus Lines	Manitoba	32
Saskatchewan Transportation Company (STC)	Saskatchewan	39
Charter Bus Lines of BC	Colombie-Britannique	120
International Stage Lines (ISL)	Colombie-Britannique	42
Pacific Coach Lines (PCL)	Colombie-Britannique	39

### **Les recettes de l'industrie du transport de voyageurs**

Entre 1995 et 1998, l'industrie canadienne du transport de voyageurs par autobus a enregistré une hausse de 10,1 % de ses recettes. Dans le secteur du transport nolisé, la croissance s'élevait à 16,1 % au cours de la même période. Selon Statistique Canada, le transport par autobus nolisé au Canada aurait généré plus de 283 millions de dollars en 1998, soit environ 7,9 % de l'ensemble des recettes du transport par autobus. Bien que les compagnies assurant des services réguliers de transport interurbain tirent l'essentiel de leurs recettes brutes de la prestation de services réguliers de transport interurbain (près de 62 %), environ 10 % de leurs sources de revenus proviennent des services d'autobus nolisés. Quant aux compagnies d'autobus nolisés, près des deux tiers de leurs recettes brutes sont issus du nolisement; elles offrent plusieurs autres types de prestations pour accroître leurs recettes, dont des services réguliers de transport interurbain (11 %), de navette (3 %) et de visites touristiques (7 %). Au Québec, les sommes perçues grâce à l'offre d'autres types de services sont réparties sensiblement de la même façon et enregistrent un pourcentage variant de 5 % à 7 %.

### **Les dépenses de l'industrie du transport de voyageurs**

En 1998, les dépenses de l'ensemble des compagnies de transport par autobus au Canada se sont chiffrées à 5,17 milliards de dollars, soit une légère baisse de 1 % par rapport à l'année précédente. Les frais d'exploitation reliés à l'industrie du service d'autobus nolisés représentent

<sup>5</sup> Dont 43 autocars appartiennent à la filiale Connaisseur au Québec.

seulement 5 % des dépenses totales de l'industrie. Les traitements et salaires comptent pour le tiers des frais d'exploitation (22,8 % dans le cas des conducteurs et 10,9 % pour les autres salariés) suivis de loin par les dépenses de réparation et d'entretien (12,9 %) ainsi que des frais de carburant (12,4 %). Il va sans dire que la montée fulgurante du prix de l'essence constatée en l'an 2000 modifiera ces données.

### **1.3 Historique et survol du transport par autocar nolisé au Québec**

Le transport par autocar débute dans les années 20 avec la venue des premiers véhicules correspondant aux autobus que l'on connaît et dont la capacité oscillait entre 20 et 26 passagers. La concurrence est alors immédiate puisque tous ces « nouveaux » transporteurs y voyaient une opportunité de répondre à une demande croissante de déplacements de personnes vers des localités que le réseau ferroviaire de l'époque n'était pas encore en mesure de desservir. La décennie suivante s'avère beaucoup moins favorable. La récession économique des années 30 frappe durement les transporteurs et plusieurs d'entre eux ne peuvent éviter la faillite. Ces difficultés économiques ont rendu précaire l'offre des services d'autocar déjà considérée comme un service essentiel pour une large partie de la population.

Ces nombreuses difficultés entraîneront la concentration de l'industrie de l'époque et favoriseront la création de la compagnie *Provincial Transport* devenue par la suite *Voyageur*. Soucieux d'éviter de revivre pareille situation, le gouvernement renforce sa réglementation en restreignant l'accès au marché. Fort de cette protection, *Voyageur* contrôle environ 75 % de l'offre de services au Québec jusqu'au début des années 80. Pendant longtemps, un système d'autocars interurbains s'est maintenu grâce à une demande forte et aussi grâce à un régime d'interfinancement. Jusqu'en 1986, les permis « nolisé » et « interurbain » étaient indissociables, et une partie des profits réalisés dans le transport nolisé servait à maintenir l'offre de services interurbains déficitaires.

C'est à compter de cette période que les revenus de *Voyageur* déclinent au point d'inciter cette compagnie à se retirer progressivement en vendant ses lignes locales à des transporteurs régionaux. *Voyageur* exploite aujourd'hui au Canada plus de 450 autocars qui servent principalement pour ses activités de transport interurbain.

Le contexte législatif restrictif fut jugé nécessaire à l'époque en raison des changements fréquents dans un climat de crise économique qui menaçaient la stabilité des services interurbains. Le souci d'assurer aux populations de toutes les régions du Québec un service régulier de transport par autobus constituait une priorité pour l'État. L'émergence de nouveaux besoins et le développement de divers types de transports ont pris place dans cet environnement réglementaire, et ce, sans trop s'attarder aux règles du marché pourtant fort distinctes. Le transport par autobus n'a jamais été parfaitement intégré au sein d'une législation ayant d'abord été conçue pour le camionnage. Encore aujourd'hui, l'adaptation des transporteurs reste difficile dans cet environnement dominé par les camionneurs<sup>6</sup>.

### **Quelques chiffres**

À la lumière des inscriptions au *Registre des propriétaires et des exploitants de véhicules lourds*, on compte 49 912 propriétaires ou exploitants au Québec, dont 2 500 compagnies d'autobus, et 1 427 intermédiaires en services de transport, parmi lesquels on retrouve 300 organisateurs de

---

<sup>6</sup> Parmi les 57 000 véhicules inscrits au registre de la Commission des transports du Québec, seulement 3 400 sont des autobus (6 %).

voyages<sup>7</sup>. On relève par ailleurs 16 363 autobus ou minibus en circulation qui figurent parmi les véhicules immatriculés au Québec en l’an 2000, dont 9 392 représentent des autobus scolaires<sup>8</sup>.

Une segmentation plus fine, présentée aux tableaux 3 et 4, nous permet de déterminer le nombre de véhicules en circulation selon certaines catégories et en fonction de la région de résidence du propriétaire. On retrouve trois types d’autobus qui diffèrent du modèle standard de pleine longueur, soit les minibus de 9 ou 10 passagers, les minibus de 12 à 16 passagers, ainsi que les autobus pouvant recevoir entre 21 et 25 passagers. Les données des tableaux 3 et 4 ne distinguent que les autobus scolaires de l’ensemble des catégories de véhicules. Les autres autobus apparaissant dans ces tableaux peuvent être utilisés à des fins de transport nolisé, interurbain ou urbain. Quant à la segmentation des minibus, les véhicules servant au transport adapté ont été extraits pour en constituer une classe distincte.

**Tableau 3**  
**Nombre d’autobus et de minibus en circulation au Québec**  
**selon certaines catégories de véhicules**

Type de véhicule <sup>9</sup>	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Minibus 9-10 passagers	1 087	1 115	1 121	1 125	1 126	1 036
Minibus 12-16 passagers	470	443	454	462	474	492
Autobus 21-25 passagers	258	290	360	417	469	534
Autobus réguliers <sup>10</sup>	4 885	4 877	4 961	4 875	4 892	4 909
Total	6 700	6 726	6 896	6 879	6 961	6 971
Autobus scolaires <sup>11</sup>	9 788	9 867	9 642	9 612	9 504	9 392
Grand total	16 488	16 593	16 538	16 491	16 465	16 363
Minibus transport adapté	309	315	317	325	343	---

Source : Bilan 2000, Société de l’assurance automobile du Québec et le ministère des Transports du Québec

<sup>7</sup> Commission des transports du Québec, Rapport annuel 1999-2000.

<sup>8</sup> Bilan 2000, Société de l’assurance automobile du Québec.

<sup>9</sup> Les types de véhicules ont été déterminés à partir d’une segmentation effectuée sur leur masse nette. Les données relatives aux minibus et aux autobus de 21-25 passagers excluent les véhicules scolaires.

<sup>10</sup> Parmi les 4 909 autobus de grandeur régulière en circulation en 2000, les données de la SAAQ permettent d’évaluer à environ 1 150, le nombre de véhicules de catégories 1 et 2 (voir définition à la page 7) et à 3 759 le nombre des autres véhicules se retrouvant principalement dans les sociétés de transport en commun.

<sup>11</sup> Comprend également les minibus scolaires.

**Tableau 4**  
**Nombre d'autobus et de minibus non scolaires en circulation au Québec**  
**selon la région de résidence du propriétaire<sup>12</sup>**

Région de résidence	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine	61	64	65	75	79	80
Bas-Saint-Laurent	109	101	103	95	102	87
Saguenay—Lac-Saint-Jean	242	243	239	236	261	241
Québec	1 027	1 031	1 063	1 077	1 111	1 170
Chaudière-Appalaches	243	248	255	225	221	228
Mauricie	166	180	170	178	155	177
Centre-du-Québec	175	177	184	183	190	175
Estrie	295	186	196	197	197	206
Montérégie	837	883	908	969	946	953
Montréal	2 279	2 205	2 266	2 242	2 248	2 145
Laval	339	310	307	321	338	349
Lanaudière	155	155	157	159	173	180
Laurentides	192	334	386	343	345	344
Outaouais	286	292	310	307	315	346
Abitibi-Témiscamingue	150	144	130	114	123	124
Côte-Nord	84	92	92	92	90	90
Nord-du-Québec	47	61	48	41	50	58
Non précisé	13	20	17	25	17	18
Total	6 700	6 726	6 896	6 879	6 961	6 971

Source : Bilan 2000, Société de l'assurance automobile du Québec

Par ailleurs, selon les chiffres colligés par la Commission des transports du Québec (CTQ), 289 entreprises détiennent un permis de transport nolisé au Québec. Parmi ces dernières, 144 sont membres de l'Association des propriétaires d'autobus du Québec (APAQ). Il existe un total de 574 permis de transport nolisé en exploitation actuellement conférant une moyenne d'environ deux permis par transporteur. À quelques exceptions près, tous les transporteurs d'une certaine taille œuvrant dans le nolisement sont représentés par l'APAQ, soit plus de 90 % des véhicules de l'ensemble du parc d'autobus du Québec.

### **Composition du parc d'autobus pour le transport nolisé**

Il y a environ 1 150 autocars enregistrés à la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ)<sup>13</sup> parmi les 6 971<sup>14</sup> autobus non scolaires en circulation, servant soit au transport interurbain ou au transport nolisé. Suite à un sondage exhaustif auprès de tous les transporteurs titulaires d'un permis pour le transport nolisé et détenteurs d'au moins un autocar, nous sommes en mesure de déterminer le nombre d'entreprises et d'autocars effectuant du transport nolisé avec des véhicules immatriculés au Québec. On compte ainsi 62 autocaristes qui répondent à ce critère de sélection. Ceux-ci exploitent un total de 605 autocars spécifiquement réservés à l'usage du transport nolisé (voir annexe 5).

En 1999, on recensait 210 raisons sociales d'entreprises détentrices d'un permis de transport nolisé. On observe souvent des écarts en ce qui a trait au nombre de transporteurs en raison des nombreux regroupements d'entités possibles, à savoir si l'on comptabilise les filiales de ces

<sup>12</sup> Il est important de noter que la région de résidence du propriétaire d'un véhicule peut différer de son lieu d'exploitation.

<sup>13</sup> Mis à jour en février 2001.

<sup>14</sup> Bilan 2000, Société de l'assurance automobile du Québec.

groupes isolément ou non. Dans le rapport annuel de la CTQ, 289 entreprises seraient détentrices d'un permis de transport nolisé en 2000. L'écart provient du fait que certains transporteurs peuvent détenir un permis de transport nolisé sans pour autant utiliser de véhicules pour le service de nolissement au moment de la compilation. Cet organisme ne considère que les transporteurs possédant au moins un autobus en service pour le transport nolisé, que ce soit un autocar ou un autobus scolaire.

### La catégorisation des autocars

Les autobus de catégories 1 et 2 désignent des autocars normalement conçus pour répondre à un certain degré de confort, particulièrement utilisés pour le transport en commun lors de trajets de plus longue distance. La catégorie 1 réfère à des autocars munis d'équipements spécifiques, notamment d'un compartiment à bagages, d'un porte-bagages intérieur, de sièges à dossier inclinable, d'un système de climatisation et d'un cabinet de toilette. Quant à la catégorie 2, elle se distingue par au minimum un équipement en moins parmi ceux devant se retrouver dans la catégorie 1. Mentionnons toutefois que la définition des véhicules associés à la catégorie 2 peut comporter une certaine ambiguïté d'interprétation. En effet, la catégorisation prévue dans la réglementation prévoit que tous les autobus construits sur un châssis de camion dont le moteur fait saillie au-delà de l'habitacle correspondent aux catégories dites scolaires (4 et 5). Comme l'on sait que plusieurs autobus scolaires s'avèrent de type « Flat Nose », ils pourraient, techniquement, se voir associés à la catégorie 2 sans pour autant correspondre à un autocar.

Certaines statistiques concernant particulièrement les autobus de catégories 1 et 2 ont également été rassemblées. En 2001, on recense au Québec 605 autocars exclusivement affectés au service de transport nolisé sur les 1 150 autocars disponibles de catégories 1 et 2. L'âge moyen du parc d'autocars — tout usage confondu — se situe à environ dix ans<sup>15</sup>. En ce qui concerne le nombre de transporteurs effectuant du transport nolisé à l'aide d'autocars, précisons que 218 détiennent un permis « nolisé » assorti de la catégorie 1 **ou** 2. Aussi, on recense 161 autocaristes détenteurs d'un permis « nolisé » accompagné des catégories 1 **et** 2, soit tout juste un peu plus de la moitié (56 %) des transporteurs œuvrant dans ce secteur.

Plus de 72 autocars neufs ont servi à rajeunir le parc pour le transport nolisé en 1999, tandis que 66 d'entre eux ont été fabriqués en 1998. Parmi l'ensemble des autocars disponibles au Québec, environ 300 peuvent être considérés comme des véhicules de grand luxe de moins de cinq ans d'âge, réservés habituellement aux voyages de groupes provenant de l'étranger. Près de 29 % de l'ensemble du parc d'autocars est constitué de modèles dont l'année de fabrication est plus récente que 1996. Plus de 30 % du parc d'autocars affecté exclusivement au nolissement provient du fabricant de véhicules MCI alors que 64 % est issu de la compagnie Prévost, une filiale de Volvo. Cet écart s'accroît progressivement au profit de Prévost dont le carnet de commandes comble maintenant la très forte majorité de la demande des transporteurs québécois pour de nouveaux autocars affectés au nolissement. Quant aux modèles les plus populaires pour le transport nolisé, mentionnons les autocars H3-45 de Prévost avec plus de 164 unités et les autocars de type « Mirage », également de Prévost, avec 131 unités.

Si l'on rassemble tous les autobus appartenant aux transporteurs détenteurs de permis de transport nolisé, on se retrouve en présence d'un parc de près de 4 400 autobus. De ce nombre, une proportion de plus de 1 100<sup>16</sup> autobus/année est estimée être complètement affectée au service de transport nolisé. S'ils ne sont pas employés pour le nolissement, ces véhicules peuvent servir à un autre usage tel que le transport scolaire ou interurbain. Pour évaluer la part d'utilisation d'un véhicule pour le transport nolisé, on doit lui attribuer un facteur d'équivalence

<sup>15</sup> Société de l'assurance automobile du Québec, février 2001.

<sup>16</sup> Comprend les autobus scolaires affectés au transport nolisé.

pour mesurer son utilisation. Si, par exemple, un autocar de ligne a été affecté pendant trois mois pour du nolisement, on pourrait considérer que cela représente une contribution annuelle pour le transport nolisé de 0,25 autobus/année. En retranchant les autocars ne servant qu'exclusivement au transport nolisé, soit environ 600 véhicules, on obtient le nombre d'autobus servant à plein temps pour le nolisement. Ainsi, un peu plus de 500 autobus/année, à l'exception des autocars exclusivement réservés au transport nolisé, appartiendraient à cette catégorie au Québec.

Un autre indicateur concerne le kilométrage effectué par les autobus. Le kilométrage de l'ensemble des autobus appartenant aux transporteurs détenteurs d'un permis de transport nolisé totalise plus de 156 millions de kilomètres. En isolant le kilométrage effectué exclusivement pour le transport nolisé, on obtient un total de 60 millions de kilomètres, soit un peu plus de 38 % du kilométrage total du parc. Précisons qu'environ 77 % du transport nolisé est effectué au Québec<sup>17</sup>.

**Tableau 5**  
**Résumé de l'offre de transport par autocar nolisé au Québec**

<b>Nombre d'autobus et de minibus en circulation au Québec</b>	<b>100 %</b>	<b>16 400</b>
Nombre d'autobus appartenant aux transporteurs détenteurs d'un permis « nolisé »	27 %	4 400
Nombre d'autobus servant exclusivement au transport nolisé <sup>18</sup>	7 %	1 100

<b>Nombre d'autocars, tous les usages confondus (en 2001)</b>		<b>1 143</b>
Âge moyen du parc d'autocars (en 2001)		10 ans
Nombre d'autocars, année de fabrication entre 1997 et 2001	29 %	326
Nombre d'autocars, année de fabrication 2000	5 %	60
Nombre d'autocars, année de fabrication 1999	6 %	70
Nombre d'autocars, année de fabrication 1998	8 %	94
Proportion des autocars fabriqués chez Prévost	50 %	573
Proportion des autocars fabriqués chez MCI	49 %	558

<b>Nombre d'autocars servant au transport nolisé seulement (en 2001)</b>	<b>53 %</b>	<b>605</b>
Âge moyen du parc d'autocars servant exclusivement au transport nolisé (en 2000)		9 ans
Nombre total de kilomètres parcourus par les transporteurs effectuant du nolisement		156 millions
Nombre total de kilomètres parcourus pour le nolisement seulement	38 %	60 millions

<b>Nombre minibus en circulation au Québec</b>	<b>100 %</b>	<b>1 528</b>
Nombre de minibus disponibles pour faire du transport nolisé	21 %	321
Nombre de minibus non scolaires disponibles pour faire du transport nolisé	2,5 %	38

Sources : Commission des transports du Québec (CTQ), APAQ et Chaire de Tourisme

<sup>17</sup> Moyenne des pourcentages individuels représentant la proportion de nolisement effectuée au Québec pour chacun des transporteurs.

<sup>18</sup> Sur la base d'un facteur d'équivalence, soit 605 autocars exclusivement utilisés pour des fins de nolisement et environ 500 autobus/année pour les autres véhicules affectés partiellement au nolisement.

## Évolution du nombre de permis de transport nolisé et du nombre de transporteurs

Les données qui suivent témoignent de la croissance remarquable de la demande pour ce type de transport au cours de la dernière décennie. En effet, comme en témoigne le tableau 6, le nombre de permis pour le transport nolisé a plus que triplé au Québec entre 1987 et 2001, passant de 162 à 574. Le nombre de transporteurs a, quant à lui, presque doublé, passant de 152 à 287 entreprises enregistrées par la CTQ. Précisons toutefois que l'évolution du nombre de transporteurs n'offre pas nécessairement une représentation du nombre d'autocars disponibles. On remarque que la croissance du nombre de permis semble se stabiliser puisqu'on en recense autant présentement, qu'à pareille date l'année dernière.

**Tableau 6**  
**Évolution du nombre de permis de transport et**  
**du nombre de titulaires de permis, catégorie « nolisé »**

<b>Au 31 mars</b>	<b>Nombre de titulaires</b>	<b>Nombre de permis</b>
2001 <sup>19</sup>	287	574
2000	289	574
1999	286	567
1998	295	565
1997	293	551
1996	288	521
1995	272	436
1994	264	411
1993	257	367
1992	240	331
1987 <sup>20</sup>	152	162

Commission des transports du Québec, 2001

<sup>19</sup> Au 2 mars 2001.

<sup>20</sup> Année où une distinction entre les permis de catégories « interurbain » et « nolisé » fut apportée.

**Tableau 7**  
**Évolution du nombre de titulaires de permis, toutes catégories**

Catégorie de permis	Nombre de titulaires		
	1987	1997	2001
Transport interurbain	93	69	60
Transport urbain	45	39	35
Transport touristique	22	37	38
Transport nolisé	152	289	287
Transport scolaire	70	135	143
Transport par abonnement	55	133	170
Transport aéroportuaire	6	19	21
<b>Total titulaires</b>	<b>240</b>	<b>431</b>	<b>486</b>

Commission des transports du Québec, 2001

**Tableau 8**  
**Évolution du nombre de permis, toutes catégories**

Catégorie de permis	Nombre de permis		
	1987	1997	2001
Transport interurbain	265	182	173
Transport urbain	48	41	41
Transport touristique	44	70	78
Transport scolaire	85	179	186
Transport par abonnement	70	173	238
Transport aéroportuaire	7	23	42
Transport nolisé	162	555	576
<b>Total permis</b>	<b>681</b>	<b>1 223</b>	<b>1 334</b>

Commission des transports du Québec, 2001

Au cours de l'année 2000, 20 demandes de nouveaux permis de transport nolisé ont été déposées à la CTQ. Seulement trois ont été rejetées par la Commission. Mentionnons que ces demandes sont quelquefois acceptées partiellement (ex. : plusieurs points de services d'une région sont demandés mais seulement quelques-uns sont accordés) et que d'autres se limitent à une clientèle restreinte. Précisons que ces demandes ne comprennent pas les renouvellements de permis qui doivent faire l'objet d'une nouvelle requête après cinq années d'utilisation. Le titulaire d'un permis de transport nolisé conserve ses privilèges durant ces cinq années et il désigne, au cours du mois de septembre de chaque année, les points de services qu'il entend desservir.

Il existe également des permis de transport nolisé qui confèrent des droits spécifiquement rattachés au transport extraprovincial à partir de l'un des aéroports du Québec lorsqu'une ville située à l'extérieur du Québec, fait partie de l'itinéraire du voyage. Des explications plus détaillées sur ce type de permis se retrouvent à la section 2.3 du chapitre sur le contexte législatif.

On recense actuellement un total de 108 permis<sup>21</sup> restreints pour le service de transport extraprovincial, détenus par 68 transporteurs différents. On retrouve au tableau 9 la répartition de ces autorisations selon la frontière visée. Le tableau 10 illustre, quant à lui, le nombre de permis attribués et de transporteurs concernés en fonction de l'aéroport du Québec qui y est associé.

**Tableau 9**  
**Nombre de permis restreints extraprovinciaux**

<b>Frontière visée par le permis</b>	<b>Nombre de permis</b>	<b>Nombre de détenteurs de permis</b>
Frontière Québec/États-Unis	3	3
Frontière Québec/Ontario	105	68

Source : APAQ, 2001

**Tableau 10**  
**Répartition du nombre de transporteurs et de permis accordés pour le transport extraprovincial selon les aéroports du Québec**

<b>Aéroport</b>	<b>Nombre de permis</b>	<b>Nombre de transporteurs</b>
Québec	46	42
Mirabel	77	68
Dorval	41	39

Source : APAQ, 2001

Une analyse plus fine des statistiques sur les permis de transport nous renseigne sur la répartition des autorisations accordées aux transporteurs. Le tableau 11 nous indique, par exemple, que 175 transporteurs ne détiennent qu'un seul permis de transport nolisé. À l'opposé du spectre, deux transporteurs offrent leurs services en transport nolisé à l'aide de plus de dix permis distincts. On a également cherché à savoir quelles étaient les activités de transport par autobus qui s'avéraient le plus souvent combinées avec le service de nolisement. Le tableau 12 présente le nombre de transporteurs détenant au moins un permis pour chacune des activités de transport. En isolant les transporteurs ne s'adonnant exclusivement qu'au transport nolisé, on obtient un total de 41 transporteurs détenteurs de 75 permis distincts.

<sup>21</sup> Le même permis peut comprendre le droit à deux ou aux trois aéroports internationaux du Québec.

**Tableau 11**  
**Répartition des permis de transport nolisé entre les transporteurs<sup>22</sup>**

<b>Transporteurs détenant...</b>	<b>Nombre de transporteurs</b>
un seul permis de transport nolisé	175
deux permis de transport nolisé	49
trois permis de transport nolisé	27
quatre permis de transport nolisé	12
cinq permis de transport nolisé	12
six permis de transport nolisé	5
sept permis de transport nolisé	4
huit à dix permis de transport nolisé	3
plus de dix permis de transport nolisé	2

**Tableau 12**  
**Nombre de transporteurs combinant d'autres types d'activités au transport nolisé**

	<b>Scolaire</b>	<b>Interurbain</b>	<b>Touristique</b>	<b>Abonnement</b>	<b>Aéroports</b>	<b>Urbain</b>
Nolisé	67	47	20	86	14	33
Nolisé/scolaire	-----	19	7	28	6	14
Nolisé/touristique	7	4	-----	12	6	3
Nolisé/abonnement	28	19	12	-----	9	14
Nolisé/urbain	14	12	3	14	2	-----
Nolisé/interurbain	19	-----	4	18	6	12
Nolisé/aéroportuaire	6	6	6	9	-----	2

#### **1.4 Importance économique du secteur**

##### Les clientèles

Le sondage effectué auprès des principaux grossistes composant la clientèle des autocaristes québécois nous permet d'effectuer certaines estimations sur l'importance économique du secteur. Bien que nous traitions des résultats détaillés de cette enquête plus loin dans le rapport, mentionnons néanmoins que globalement, l'ensemble des répondants font voyager par autocar au Québec plus de 12 100 groupes, soit quelque 470 000 touristes. Cela représente une moyenne de près de 350 groupes pour chacun des 35 grossistes interrogés.

Considérant que 97 % de la clientèle des grossistes de notre échantillon est internationale, nous estimons à huit jours la durée moyenne des circuits se déroulant en partie au Québec. Un total de 12 100 groupes au Québec représente l'équivalent de 96 800 journées d'autocars pour les autocaristes. Mentionnons toutefois qu'une partie de ces voyages est effectuée par des autocaristes ontariens qui, par le biais de leur permis extraprovincial, sont en mesure d'offrir leurs services à ces mêmes grossistes soit en partance de Toronto ou de Montréal.

<sup>22</sup> Ne tient pas compte des permis restreints extraprovinciaux.

Pour déterminer la proportion des séjours des touristes internationaux qui se déroulent en sol québécois, nous avons examiné la provenance de la clientèle des autocaristes. Ces derniers affirment que le marché québécois représente plus de 55 % de leur clientèle et ils situent la durée moyenne des circuits leur étant destinés à deux jours. Par conséquent, on obtient 30 000 journées d'autocars consacrées à ce marché. Sachant qu'un autocar effectue en moyenne 180 jours d'activité par année et que le parc d'autobus pour les fins de nolisement totalise 605 véhicules, nous évaluons à quelque 109 000 journées l'utilisation annuelle du parc québécois d'autocars. On obtient alors une différence de 79 000 journées d'autocars pour la clientèle internationale (109 000 moins 30 000). Les circuits locaux durant en moyenne deux jours, plus de 15 000 groupes de touristes et excursionnistes québécois participeraient ainsi annuellement à un voyage nolisé au Québec, soit environ 585 000 passagers, comparativement à 470 000 touristes en provenance de l'extérieur du Québec. Les voyages effectués à l'aide d'autocars de location additionnels, ne faisant donc pas partie du parc permanent des autocaristes, n'ont pas été pris en compte.

### Impact économique

Une étude<sup>23</sup> sur l'importance économique du *Tour & Travel* évalue que chaque personne prenant part à un circuit en autocar au Canada génère en moyenne des dépenses directes de 210 dollars. De ce nombre, environ 34 % est attribuable aux dépenses du passager et 66 % à celles du grossiste. Il s'agit d'une moyenne établie en fonction de toutes les origines de clientèles. Les 109 000 journées d'autocars québécois transportant en moyenne 39 passagers par véhicule génèrent des retombées économiques directes de 893 millions de dollars (210 \$ X 109 000 journées d'autocars X 39 passagers).

Les dépenses associées aux déplacements des passagers lors de leurs circuits en autocar ne sont qu'une facette de l'impact économique de cette industrie. L'acquisition des autocars, les frais d'exploitation et autres coûts directs associés font partie de l'équation mesurant l'impact économique du secteur. Bien que la durée de vie économique d'un autocar soit d'environ 15 ans, les récentes exigences du marché nous laissent croire qu'un ratio de renouvellement du parc basé sur une durée de dix ans s'avère plus approprié. Sur les 65 autocars neufs qui serviraient annuellement à renouveler le parc des autocaristes québécois, approximativement 55 proviennent de Prévost. Considérant qu'environ 50 %<sup>24</sup> de la fabrication d'un autocar neuf évalué à 525 000 \$ s'effectue au Québec, les investissements annuels reliés au matériel roulant sont de l'ordre de 14 millions de dollars.

En ce qui concerne les autres formes de retombées économiques, Statistique Canada a effectué en 1998 une enquête auprès de 32 transporteurs du Québec œuvrant principalement dans l'industrie du transport nolisé afin de connaître la ventilation de leurs recettes d'exploitation. Il est intéressant de constater qu'en isolant les dépenses attribuables au transport nolisé, on obtient pour chaque autocariste des dépenses d'exploitation annuelles moyennes de l'ordre de 1,54 million de dollars, soit sensiblement le même résultat que celui de la présente enquête<sup>25</sup> (1,6 million de dollars). L'ensemble des 62 autocaristes québécois contribue ainsi à l'économie par des dépenses d'exploitation totalisant environ 95 millions de dollars annuellement.

La combinaison de ces principaux paramètres nous indique que le transport nolisé par autocar au Québec — tourisme associé au « Tour & Travel » — génère des retombées économiques directes d'un milliard de dollars, soit plus de 14 % des recettes touristiques du Québec.

---

<sup>23</sup> Davidson-Peterson Associates Inc. et National Tour Association, 1996 Economic Impact Study of Leisure Travelers & Group Tour Takers, avril 1997.

<sup>24</sup> Estimation de la compagnie Prévost Car.

<sup>25</sup> Voir au tableau 36.

## **2. Contexte législatif**

L'industrie du transport nolisé évolue à l'intérieur d'un environnement législatif relativement complexe, encadré par diverses lois et de nombreux règlements. Nous présentons l'aspect législatif, à ce stade-ci du document, afin de permettre une meilleure compréhension des sections à venir, dont plusieurs font directement référence à la réglementation. Sans vouloir dresser de manière exhaustive la totalité des articles qui touchent le transport nolisé, nous mettrons en relief les dispositions les plus importantes pour mieux saisir le contexte propre à cette industrie. Maintes clauses additionnelles ont été omises intentionnellement dans le but d'alléger cette section et de favoriser une meilleure vue d'ensemble du cadre législatif du transport nolisé. Un survol des quatre principaux organismes régissant le transport par autobus introduit ce chapitre.

### **2.1 Principaux organismes responsables de la réglementation**

#### **Transports Canada**

Transports Canada est le ministère fédéral responsable de plusieurs lois et règlements qui régissent le réseau de transport du Canada. Il développe des politiques et des législations de transport en plus d'assurer le maintien de la sécurité. La principale loi fédérale concernant le transport nolisé est la *Loi de 1987 sur les transports routiers*. L'exploitation d'une entreprise extraprovinciale de transport par autocar est sous la juridiction du gouvernement fédéral. Celui-ci a délégué aux provinces le droit de réglementer ce type d'entreprise pour la partie de ses activités exercées sur le territoire de la province comme s'il s'agissait d'une entreprise locale de transport par autocar.

#### **Ministère des Transports du Québec**

Le ministère des Transports du Québec a pour mission d'assurer la circulation des personnes et des marchandises par le développement, l'aménagement et l'exploitation d'infrastructures et de systèmes de transport intégrés, fiables et sécuritaires qui contribuent au développement économique et social du Québec et de ses régions. En ce qui a trait au transport nolisé, son champ d'action concerne notamment :

- l'amélioration, le développement et la coordination des systèmes de transport, l'apport d'aide financière aux services de transport des personnes et,
- la mise en œuvre de programmes de sécurité et de prévention des accidents.

Le ministère a également la responsabilité générale de l'élaboration des politiques en matière de transport des personnes, notamment le transport par autocar. À cette fin, il réalise les études et les évaluations nécessaires au maintien à jour de l'expertise et de la réglementation.

#### **Commission des transports du Québec (CTQ)**

Pour effectuer du transport par autobus, une entreprise doit être inscrite au Registre des propriétaires et exploitants de véhicules lourds de la Commission des transports du Québec (CTQ) et être titulaire d'un permis émis par la CTQ pour obtenir son droit d'effectuer du transport

de personnes contre rémunération — comme par exemple dans le cas du transport nolisé. La CTQ, par les pouvoirs qu'elle détient en vertu de la *Loi sur les transports*, est chargée de l'administration du *Règlement sur le transport par autobus* et est autorisée à rendre des décisions équivalentes à celles d'un tribunal. Créée en 1973 par la *Loi sur les transports*, L.R.Q. c. T-12, la CTQ assure la gestion de lois sur le transport ayant trait à la sécurité ainsi qu'à l'activité économique de ce domaine et se charge de la remise des permis. La CTQ a constitué un environnement législatif très étendu de sorte qu'à leur délivrance, les permis octroyés sont rattachés à des catégories d'autobus, de routes à suivre, d'horaires et de tarifs à respecter, etc. L'objectif recherché par ce cadre légal est d'éviter que les services n'entrent mutuellement en concurrence.

Encore aujourd'hui, la CTQ veille de très près à ce que les règles soient observées et toute modification concernant le service, comme l'arrivée d'un nouveau transporteur désirant obtenir un permis de transport nolisé, doit faire l'objet d'une annonce publique avant d'être entendue en audience devant un commissaire de la CTQ. Elle administre un examen à ce nouvel exploitant pour valider ses compétences en transport lourd et envoie un de ses inspecteurs vérifier l'entreprise.

La CTQ détient également le pouvoir de sanctionner le titulaire coupable d'une infraction aux lois sur le transport ou d'un acte criminel relié à l'exploitation de son permis. Elle peut aussi modifier, suspendre ou révoquer le permis d'un exploitant dans les cas de non-respect du type de service qu'il est autorisé à offrir ou si le service s'avère inadéquat.

### **Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ)**

La Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ) intervient comme organisme responsable de vérifier, sur l'ensemble du territoire québécois, la conformité, en regard des lois et règlements, des véhicules et des permis utilisés pour le transport routier de personnes et de marchandises. C'est la SAAQ qui procède à des contrôles sur route et en entreprise afin de voir à la sécurité des véhicules commerciaux de transport et à l'équité entre les transporteurs selon les normes en vigueur.

Depuis l'adoption de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds*, la compétence de la Société en matière de contrôle routier s'étend à l'ensemble des personnes qui mettent en circulation ou utilisent des véhicules lourds — incluant les minibus — au Québec, ainsi qu'à celles qui exploitent des taxis ou des limousines. C'est à la SAAQ que l'on retrouve l'évaluation continue du comportement sur la route et au sein de l'entreprise de chaque exploitant et propriétaire de véhicules lourds. La SAAQ, qui relève du ministre des Transports, est également responsable de l'immatriculation des véhicules et du permis de conduire des conducteurs.

## **2.2 Réglementation générale concernant le transport de personnes**

Au Québec, le transport par autocar est régi par la *Loi sur les transports* (1981) et le *Règlement sur le transport par autobus*. La *Loi sur les transports* confère au ministre des Transports, les pouvoirs de prendre les mesures destinées à améliorer les moyens et les systèmes de transport ainsi que d'accorder des subventions à des fins de transport. En vertu des pouvoirs que lui confère la *Loi sur les transports*, le gouvernement a instauré le *Règlement sur le transport par autobus*. Ce dernier traite de l'ensemble des dispositions réglementaires concernant le transport par autocar. Au niveau fédéral, c'est la *Loi de 1987 sur les transports routiers* qui vient baliser ce secteur. Mentionnons que les services de transport intraprovinciaux sont de compétence

provinciale alors que les services de transport interprovinciaux et internationaux relèvent du fédéral.

### **La Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds**

Le 19 juin 1998, l'Assemblée nationale adoptait le projet de loi 430 concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds. La SAAQ, le ministère des Transports, la CTQ et l'industrie du transport routier ont élaboré conjointement ce nouvel encadrement. Cette loi veut accroître la sécurité des usagers de la route et préserver l'intégrité du réseau. La politique s'applique à tous les propriétaires et exploitants de véhicules lourds qui utilisent le réseau routier québécois. Cette *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds* et son règlement d'application encadrent maintenant ces utilisateurs de la route.

L'appellation « véhicule lourd » désigne tout véhicule routier (motorisé ou non) ou un ensemble de véhicules routiers dont la masse nette est supérieure à 3 000 kg, de même que tout autobus ou minibus, quel que soit leur poids. En plus de rendre obligatoire l'inscription à la Commission des transports du Québec, cette loi prévoit le suivi et l'évaluation du comportement des utilisateurs de véhicules lourds sur la route et en entreprise, ainsi que l'imposition de certaines sanctions en cas d'infraction.

L'inscription au Registre des propriétaires et des exploitants de véhicules lourds confère le droit d'utiliser ou de mettre en circulation un véhicule lourd sur le réseau routier québécois. Le but de l'inscription vise à vérifier le respect de certaines exigences préalables et d'informer l'utilisateur inscrit, dès son entrée sur le marché du transport, des normes et obligations qu'il doit respecter ainsi que des sanctions qu'il encourt, s'il ne s'y conforme pas. La *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds* introduit, sous la responsabilité de la SAAQ, un mécanisme d'évaluation qui permet de suivre le comportement des transporteurs ciblés. De plus, elle accorde à la CTQ la responsabilité d'évaluer les dossiers et de sanctionner les transporteurs présentant des risques relatifs à la sécurité des usagers de la route et à la préservation de l'intégrité du réseau.

Selon cette loi, la SAAQ doit :

- constituer un dossier sur chaque propriétaire et exploitant;
- mettre en place une politique administrative afin d'identifier les propriétaires et les exploitants les plus à risque pour la sécurité routière et la protection du réseau routier;
- transférer les dossiers les plus délinquants à la CTQ pour application de sanctions, le cas échéant.

Afin de répondre à ces exigences, la Société évalue le comportement des propriétaires et des exploitants de véhicules lourds et intervient auprès d'eux. L'évaluation du comportement est basée sur les responsabilités respectives des propriétaires et des exploitants (voir annexe 1). Lorsqu'une personne est à la fois propriétaire et exploitant, elle est évaluée sur l'ensemble de ces responsabilités.

Les personnes ou entités visées par la Loi sont les propriétaires, les exploitants et les intermédiaires en service de transport.

Les propriétaires : toutes les personnes ou les entreprises qui immatriculent à leur nom, à titre de propriétaires ou de locataires, pour plus d'un an, un véhicule lourd, ou qui acquièrent un tel véhicule par crédit-bail.

Les exploitants : toutes les personnes ou les entreprises qui utilisent un véhicule lourd à des fins commerciales ou professionnelles en :

- offrant des services de transport de personnes ou de biens;
- offrant des services de dépannage;
- exploitant un véhicule lourd pour leurs propres besoins;
- exploitant un véhicule lourd en tant qu'équipement.

L'exploitant peut :

- 1- être propriétaire du ou des véhicules qu'il utilise;
- 2- les utiliser selon les conditions d'un contrat de location, que le loueur fournisse ou non les services d'un conducteur.

Les intermédiaires en services de transport : toutes les personnes ou les entreprises qui, contre rémunération, interviennent directement ou indirectement dans une transaction avec des tiers ayant pour objet le transport par véhicule lourd de personnes ou de biens.

Sont exempts de l'inscription les :

- personnes qui utilisent un véhicule lourd à des fins personnelles;
- personnes qui louent un véhicule lourd pour une période de moins de 15 jours et qui l'exploitent sans rémunération;
- propriétaires de véhicules lourds dont l'immatriculation n'est pas délivrée par le Québec et qui ne sont pas considérés comme exploitant;
- crédits-bailleurs.

De manière générale, les personnes visées par la Loi sont évaluées selon leurs responsabilités respectives.

Les responsabilités du propriétaire s'énoncent comme suit :

- immatriculer ses véhicules;
- maintenir ses véhicules en bon état mécanique;
- réparer les défauts constatés lors d'une vérification avant départ;
- effectuer l'entretien préventif;
- soumettre ses véhicules à la vérification mécanique périodique;
- faire affaire avec un exploitant inscrit à la CTQ.

En ce qui a trait aux responsabilités de l'exploitant, ce dernier doit s'assurer :

- de la compétence et du bon comportement du conducteur;
- de la vérification avant départ du véhicule;
- du respect des normes relatives à l'usage du véhicule : il s'agit des heures de conduite, des matières dangereuses, respect du code de la sécurité routière, etc.;
- que les propriétaires soient inscrits à la CTQ.

Les responsabilités de l'intermédiaire consistent à :

- fournir une information complète et exacte concernant les besoins en transport (code de la sécurité routière).

### Les responsabilités du conducteur

Même si le conducteur n'est pas visé directement par les dispositions de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds*, il est concerné par des dispositions du Code de la sécurité routière et du Code criminel. Parce que les agissements du conducteur ont une incidence sur les objectifs de la loi, les infractions imputables au conducteur d'un véhicule lourd seront notées au dossier de l'exploitant et considérées dans son évaluation.

Publié dans la Gazette officielle du Québec du 7 février 2001, un règlement vient, par ailleurs, préciser l'article 19 de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds*. On y mentionne notamment que tout contrat de location d'autobus ou de minibus avec services d'un conducteur entre deux transporteurs, doit stipuler que le locateur — celui qui effectue le mouvement de transport — conserve la responsabilité de contrôler la conduite du véhicule qu'il a loué avec les services de son conducteur et qu'il s'engage à assumer toute la responsabilité découlant de l'exploitation du véhicule, et ce, en regard des dispositions de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds* et du Code de la sécurité routière. Dans le cas d'un contrat de location sans conducteur, on doit y préciser que c'est le locataire qui accepte la responsabilité de contrôler la conduite du véhicule loué assumant ainsi toute la responsabilité découlant de l'exploitation du véhicule.

### **Réglementation concernant la sécurité**

Mentionnons que tous les autobus et minibus, quelle que soit leur masse nette, sont visés par les mesures suivantes concernant la sécurité des véhicules.

#### Les heures de conduite et de travail

Une réglementation fixant des limites aux heures de conduite et de travail des conducteurs de tous les véhicules lourds a été établie dans le cadre de mesures de sécurité. Ces normes sont contenues dans le *Règlement sur les heures de conduite et de travail* et figurent au dossier du conducteur de véhicules lourds. Seuls les autobus et minibus affectés au transport urbain sont exemptés de cette réglementation.

Quelques principes directeurs encadrent cet élément. À cet effet, il faut :

- assurer un minimum de repos avant qu'un conducteur de véhicule lourd prenne la route;
- établir le nombre d'heures maximal de conduite et de travail après lequel le conducteur doit cesser de conduire.

#### La vérification avant le départ

Afin d'éviter qu'un véhicule en mauvais état mécanique prenne la route, une vérification sommaire d'un véhicule lourd doit être effectuée avant chaque utilisation ou à chaque 24 heures. Dans le cas d'un autobus, la « vérification avant départ » peut être effectuée par un préposé à l'entretien mais doit toujours être cosignée par le conducteur. Ce dernier devient alors responsable de la vérification du véhicule et du rapport à remplir lorsque requis.

#### L'entretien obligatoire

L'entretien obligatoire vise à assurer un suivi mécanique du véhicule afin qu'il soit toujours en bon état. Les règles exigent de mettre en place un mécanisme planifié d'inspections mécaniques, de vérifier les véhicules selon une planification prédéterminée et d'apporter des correctifs de

réparation permettant d'éviter les défauts. Elle doit être effectuée au moins deux fois par année.

#### La vérification mécanique périodique obligatoire

Les autobus doivent être soumis à une inspection mécanique au moins une fois tous les six mois. Ce contrôle doit être effectué dans l'entreprise accréditée par la SAAQ par un mécanicien qualifié ou chez tout autre mandataire de la SAAQ.

En matière de sécurité au niveau fédéral, la *Loi de 1987 sur les transports routiers* stipule que le gouverneur en conseil peut par règlement, sur recommandation du ministre après consultation avec le gouvernement de chaque province touchée, régir la sécurité d'exploitation des entreprises extraprovinciales de transport par autocar ou de camionnage, notamment en ce qui concerne la vérification, l'inspection, la visite de lieux et la fourniture de renseignements.

Cette *Loi de 1987 sur les transports routiers* est présentement en cours de modification. Le projet de loi C-28, déposé le 2 mars 2000, établira un cadre de réglementation nationale pour l'exploitation sécuritaire des véhicules commerciaux. Les modifications reposent sur plusieurs développements récents à l'échelle fédérale, provinciale et territoriale dans le domaine de la réglementation de la sécurité de l'industrie des camions et des autocars. Ce projet de loi, qui a poursuivi son cheminement parlementaire au Sénat sous la désignation du Projet de loi S-3, a été adopté le 14 juin 2001.

### **Les permis de transport**

Pour effectuer du transport rémunéré par autobus ou minibus, il faut, en plus de s'inscrire au Registre des propriétaires et des exploitants de véhicules lourds, obtenir un permis de transport délivré par la Commission des transports du Québec. Les permis remis par la CTQ sont regroupés dans les catégories suivantes : transport urbain, interurbain, aéroportuaire, touristique, scolaire, par abonnement, nolisé et expérimental par autobus. La description sommaire de chacune de ces catégories apparaît au tableau 13. La CTQ délivre également des permis de location d'autobus.

**Tableau 13**  
**Les catégories de permis de transport par autobus et leur description**

1- Le transport interurbain	Service régulier de transport collectif entre plusieurs agglomérations
<b>2- Le transport nolisé</b>	<b>Service occasionnel réservé au transport exclusif de groupes de personnes</b>
3- Le transport urbain	Service régulier à l'intérieur d'une agglomération
4- Le transport par abonnement	Service régulier pour l'exercice d'activités communes comme le transport de skieurs, d'ouvriers ou de personnes aux hôpitaux, etc.
5- Le transport aéroportuaire	Service régulier pour le public en général, habituellement à contrat avec l'aéroport
6- Le transport touristique	Service de visites touristiques qui s'adresse au public en général
7- Le transport scolaire	Service régulier de transport d'écoliers pour lequel l'institution ne reçoit pas de subvention du ministère de l'Éducation
8- Le transport expérimental	Permis provisoires pour l'essai d'un nouvel équipement ou d'un nouveau service

Pour effectuer un transport rémunéré de personnes par autobus ou minibus au Québec, une personne ou un exploitant se doit d'être détenteur d'un permis de transport par autobus délivré par la CTQ. Il existe toutefois certaines exceptions, notamment pour le transport de personnes handicapées ou pour le transport d'élèves aux entrées et sorties quotidiennes des classes où aucun permis de transport n'est requis.

L'application de ce règlement concerne sept catégories d'autobus établies et explicitées au tableau 14.

**Tableau 14**  
**Définition des catégories d'autobus<sup>26</sup>**

<b>Catégorie 1</b>	Un autobus construit pour le transport en commun sur de longs parcours et muni des équipements suivants : un compartiment à bagages, un porte-bagages intérieur, des sièges à dossier inclinable, un système de climatisation et un cabinet de toilette
<b>Catégorie 2</b>	Un autobus construit pour le transport en commun sur de longs parcours auquel il manque au moins un des équipements énumérés à la catégorie 1
<b>Catégorie 3</b>	Un autobus construit pour le transport urbain
<b>Catégorie 4</b>	Un autobus construit sur un châssis de camion dont le moteur fait saillie au-delà de l'habitacle et muni des équipements suivants : des sièges à dossier inclinable, un système de climatisation et un cabinet de toilette
<b>Catégorie 5</b>	Un autobus construit sur un châssis de camion dont le moteur fait saillie au-delà de l'habitacle auquel il manque au moins un des équipements énumérés à la catégorie 4
<b>Catégorie 6</b>	Un minibus ou un autobus de dimension réduite construit pour le transport de 10 à 15 personnes
<b>Catégorie 7</b>	Un minibus ou un autobus aménagé pour le transport de personnes handicapées

Les six critères décrits à l'article 12 du *Règlement sur le transport par autobus*

La CTQ peut délivrer un permis aux personnes qui en font la demande et qui respectent les critères suivants :

- cette personne possède des connaissances ou une expérience pertinente à l'exercice compétent de l'activité pour laquelle elle demande ce permis;
- elle présente des assises financières suffisantes pour assurer l'implantation et la viabilité de son entreprise;
- elle dispose de ressources humaines et matérielles suffisantes pour administrer et gérer avec efficacité son entreprise;
- les services pour lesquels cette personne demande ce permis répondent aux besoins de la clientèle ou de la population du territoire desservi, selon le cas;
- les revenus sont suffisants pour assurer la rentabilité des services pour lesquels cette personne demande ce permis;
- la délivrance du permis demandé n'est pas susceptible d'entraîner la disparition de tout autre service de transport par autobus ou d'en affecter sensiblement la qualité.

<sup>26</sup> *Règlement sur le transport par autobus*, article 2.

Un permis de transport par autobus est habituellement délivré pour une période maximale de cinq ans.

Malgré le fait que depuis 1954, ce sont les gouvernements provinciaux qui réglementent le transport extraprovincial par autocar, une modification apportée en 1987 à la *Loi sur les transports nationaux* vient baliser le pouvoir de réglementer dans ce domaine. À cet égard, la *Loi de 1987 sur les transports routiers* décrétée par le gouvernement fédéral, stipule que l'exploitation d'une entreprise extraprovinciale de transport par autocar dans une province dont la loi impose une licence pour l'exploitation d'une entreprise locale de transport par autocar, est subordonnée à l'obtention et à l'observation des conditions de la licence d'exploitation délivrée en application de la présente partie. Concernant la délivrance des permis d'exploitation, la loi fédérale précise que l'office provincial peut, à son appréciation, délivrer la licence d'exploitation d'une entreprise extraprovinciale de transport par autocar dans la province aux mêmes conditions et selon les mêmes modalités que s'il s'agissait d'une entreprise locale de transport par autocar. C'est également à l'office provincial de déterminer, en vertu de la *Loi de 1987 sur les transports routiers*, les tarifs applicables au transport extraprovincial par autocar dans la province aux mêmes conditions et selon les mêmes modalités que s'il s'agissait de transport local par autocar.

### **2.3 Réglementation concernant le transport par autobus nolisé**

#### **Le permis de transport nolisé**

Les transporteurs dont le principal établissement est situé à l'extérieur du Québec et qui effectuent un transport nolisé au Québec sont exemptés de l'obligation d'être titulaire d'un permis pour les services de transport nolisé, lorsque le point de départ et la destination finale du voyage se situent à l'extérieur du Québec, et ce, dans la mesure où ils sont autorisés à effectuer ce voyage par l'État ou la province où sont immatriculés les véhicules.

Dans le cas des transporteurs scolaires effectuant un transport nolisé, ils sont exemptés de l'obligation d'être titulaire d'un permis pour les services de transport nolisé à condition :

- qu'ils soient liés par un contrat de transport scolaire conclu avec une commission scolaire, ou un établissement d'enseignement privé dans l'exercice des pouvoirs qui leur sont conférés;
- que le point de départ du voyage nolisé soit situé sur l'un des territoires suivants :
  - celui de la commission régionale ou de la commission scolaire avec laquelle le transporteur est lié par contrat de transport scolaire;
  - celui de la commission régionale ou de la commission scolaire où est situé l'établissement d'enseignement privé avec lequel ce transporteur est lié par contrat de transport scolaire;
- que la distance totale du voyage, calculée à partir du point de départ, n'excède pas 100 kilomètres pour un voyage aller ou 200 kilomètres pour un voyage aller et retour;
- que le voyage soit effectué au moyen d'un autobus d'écoliers ou d'un véhicule d'écoliers de type minibus visé au Règlement sur les véhicules automobiles affectés au transport des écoliers adopté par le décret 957-83 du 11 mai 1983 et ses modifications présentes et futures;
- que le prix soit établi par voyage sans tenir compte du nombre de passagers;

- qu'il signe, avant le voyage avec son client, un contrat qui contient les renseignements prévus aux paragraphes 1° et 3° à 9° de l'article 52, et lui en remette une copie.

Le transporteur scolaire dont le contrat de transport scolaire se termine au cours des mois de mai, juin, juillet ou août bénéficie de l'exemption de permis jusqu'au 1<sup>er</sup> septembre suivant.

Dans le cas où un transport touristique est effectué à l'occasion d'un voyage nolisé, le transporteur n'est pas tenu d'être titulaire d'un permis pour les services de transport touristique à condition que le point de départ du voyage soit situé à 50 kilomètres ou plus du lieu ou de l'établissement visité et que seules les personnes constituant le groupe du voyage nolisé bénéficient de ce transport.

Par ailleurs, lorsqu'un permis est requis pour effectuer un transport par autobus et que le trajet est réalisé par un transporteur au moyen d'un autobus loué d'une autre compagnie qui fournit aussi les services d'un conducteur, le locateur — celui qui effectue le mouvement de transport — est exempté de l'obligation d'être titulaire de ce permis mais non le locataire. Ce dernier doit alors s'assurer que le conducteur, durant le service, a en sa possession une copie du contrat de location de l'autobus avec conducteur intervenu entre les deux transporteurs ainsi qu'une copie du permis.

Parmi les conditions de délivrance exigées par la CTQ pour octroyer des permis pour le transport nolisé, on remarque que cette délivrance ne doit pas entraîner la disparition de tout autre service de transport par autobus ou d'en affecter sensiblement la qualité. Toute personne qui désire présenter des observations pour appuyer ou s'opposer à une demande de permis peut en faire la requête à la CTQ et se faire entendre lors d'une audience publique à ce propos.

### **Utilisation du permis de transport nolisé**

Le titulaire d'un permis pour le transport nolisé est autorisé à effectuer des voyages pour le transport exclusif de groupes de personnes à la condition que le service rendu ne soit pas répété, ne constituant pas ainsi un service de transport par autobus visé par une autre catégorie. Il doit utiliser la catégorie d'autobus indiquée à son permis.

Le transporteur détenteur d'un tel permis peut alors effectuer des voyages aux endroits suivants :

- du lieu indiqué à son permis vers une destination quelconque;
- d'un endroit où aucun titulaire de permis pour le service de transport nolisé n'est autorisé à desservir en vertu de son permis vers une destination quelconque;
- d'un endroit qu'un autre titulaire de permis pour le service de transport nolisé peut desservir en vertu de son permis, mais qui ne correspond pas à un point de service vers une destination quelconque. À cet égard, le transporteur doit désigner, au cours du mois de septembre de chaque année à la CTQ, les points de service<sup>27</sup> qu'il est autorisé à desservir en vertu de son permis.

On demande de plus au transporteur, lors d'un voyage, de s'assurer qu'au moins 75 % des passagers montent à bord de l'autobus aux endroits indiqués à son permis. Le transporteur peut aussi effectuer un voyage à partir du territoire d'une municipalité faisant partie d'une zone établie à

---

<sup>27</sup> Territoire de départ attribué à un transporteur qui devra déterminer, chaque année, les endroits qu'il pourra desservir.

l'annexe 2; ce transporteur est également autorisé à offrir ses services à partir du territoire de chaque municipalité de cette zone.

Le titulaire d'un permis de transport nolisé peut desservir des clientèles à partir de l'aéroport de Mirabel — même si Mirabel est un point de service — à destination d'un endroit où il est autorisé comme point de départ d'un voyage ou à destination de tout autre endroit pourvu que, dans ce dernier cas, un des arrêts pour coucher soit réalisé à un endroit indiqué à son permis.

Mentionnons également une catégorie de permis pouvant faire l'objet de demandes de la part des transporteurs, à savoir le permis de transport par abonnement. Le détenteur d'une telle autorisation est apte à fournir, à une clientèle indiquée à son permis, un service régulier de transport pour l'exercice d'activités communes de cette clientèle vers des endroits indiqués à son permis.

### **Obligations du titulaire de permis**

En ce qui concerne la tarification, le transporteur doit déposer une grille tarifaire à la CTQ pour chaque catégorie d'autobus qu'il entend utiliser. Les prix fixés doivent être établis par voyage peu importe le nombre de passagers, et ce, sur une base horaire ou quotidienne ou selon le kilométrage. Un voyage peut cependant faire l'objet d'une tarification dont la base varie d'une journée à l'autre. Le prix du voyage est calculé à partir de son point de départ. Cependant, si le point de départ n'est pas un point de service du titulaire de permis, ce prix est calculé à partir du point de service le plus rapproché du point de départ.

Le titulaire d'un permis pour le service de transport nolisé est autorisé à établir un tarif par passager lorsqu'il agit comme organisateur de voyages. Il doit fournir un autobus de la catégorie demandée par le client ou d'une catégorie supérieure au même prix. À défaut de pouvoir satisfaire à cette demande, il doit aviser le client de son droit de s'adresser à un autre transporteur qui détient l'autorisation nécessaire ou, à défaut, à tout autre titulaire de permis pour le service de transport nolisé. De plus, le détenteur d'un permis pour le service de transport nolisé peut, à la demande d'un autre titulaire, continuer le voyage commencé par ce dernier lorsque au cours du trajet, l'autobus est en panne.

Voici les éléments qui doivent apparaître dans un contrat entre le titulaire du permis et un client :

- le nom et l'adresse du titulaire du permis;
- le numéro de son permis;
- le nom et l'adresse du client;
- la catégorie de l'autobus;
- la date et la durée du voyage;
- le point de départ et la destination du voyage;
- le nombre de passagers à embarquer à chaque endroit;
- le nombre de kilomètres à parcourir;
- le prix du voyage.

### **Permis extraprovinciaux**

Il existe des permissions inscrites dans un permis de transport nolisé qui confèrent des droits spécifiquement rattachés au transport extraprovincial à partir de l'un des aéroports du Québec lorsqu'une ville à l'extérieur du Québec est le point de destination du voyage. Si un transporteur détient déjà le permis correspondant à la zone 1 pour l'aéroport de Dorval ou de la zone 8 dans le cas de l'Aéroport international Jean-Lesage —, il peut offrir ses services de transport nolisé

dans le cadre de son permis de transport nolisé régulier. Dans le cas contraire, il doit obtenir un permis restreint extraprovincial. Il autorise alors le détenteur à procéder à l'embarquement de groupes de personnes sur certains territoires bien définis, soit les aéroports internationaux du Québec. Un service de transport unidirectionnel peut alors être rendu jusqu'à la frontière Québec/Ontario à destination de l'aéroport international Lester B. Pearson, lorsque le point d'embarquement correspond aux aéroports de Mirabel, Dorval ou Jean-Lesage ou vice versa. Le même service unidirectionnel peut être accordé de la frontière Québec/Ontario ou de la frontière Québec/États-Unis lorsque les groupes sont originaires des aéroports internationaux situés en Ontario ou aux États-Unis, mais seulement dans l'ordre énoncé. Les transporteurs doivent également posséder un permis extraprovincial délivré par l'Ontario pour procéder à l'embarquement de passagers à l'aéroport de Toronto.

Certaines conditions peuvent toutefois s'appliquer à ce type de permis, notamment concernant la durée du voyage devant normalement être d'un minimum de six jours. Le nombre de nuitées au Québec est également pris en compte, celui-ci devant constituer un minimum de 50 % sans toutefois excéder 85 % du nombre total de nuitées de chaque voyage, à moins d'indication contraire au permis. Mentionnons toutefois que les permis extraprovinciaux nouvellement émis comportent une description de plus en plus générale. On recense actuellement un total de 108 permis restreints pour le service de transport extraprovincial détenus par 68 transporteurs différents.

### **Responsabilités des organisateurs de voyages**

L'organisateur de voyages est coresponsable du respect d'une règle selon le Code de la sécurité routière. Ainsi, l'agence ou le grossiste en voyages est responsable au même titre que le transporteur — et passible de la même infraction — dans le cas où celui-ci serait trouvé coupable de conseiller, encourager, inciter, faire ou ne pas faire quelque chose pour aider une personne à commettre une infraction. Les mêmes conséquences s'appliquent lorsque qu'il y a omission de fournir des renseignements utiles si ces derniers s'avèrent erronés.

Par ailleurs, la réquisition du service d'un transporteur non autorisé selon le règlement sur le transport nolisé par autobus (décret 1991-86) entraîne la condamnation autant du transporteur qui dispense le service que de l'intermédiaire qui le requiert.

Comme mentionné à la section 2.1, les organisateurs de voyages sont également concernés par la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds*. Les personnes ou les entreprises qui, contre rémunération, interviennent directement ou indirectement dans une transaction avec des tiers ayant pour objet le transport par véhicule lourd de personnes ou de biens, sont réputées agir comme intermédiaires en transport et doivent, depuis le 1<sup>er</sup> juillet 1999, s'inscrire au Registre de la CTQ.

Mentionnons qu'un projet de règlement modifiant le *Règlement sur le transport par autobus* a été présenté en janvier 2001 dans le but de faciliter, aux titulaires d'un permis d'agent de voyages, l'obtention d'un permis de transport nolisé de catégorie 6 — minibus ou autobus de dimension réduite construit pour le transport de 10 à 15 passagers<sup>28</sup>. La modification au *Règlement sur le transport par autobus* a été adoptée à cet effet le 13 juin 2001 afin de dispenser la CTQ d'appliquer les règles habituelles d'examen, lorsqu'une demande est effectuée par un agent de voyages pour le transport de sa clientèle dans le cadre d'un forfait incluant des activités et du transport.

---

<sup>28</sup> La capacité minimale est de 8 passagers si le minibus a été construit avant le 26 janvier 1995 et lorsque les permis ont été émis avant cette même date.

## **Le décret 1054-2000**

*(Assouplissement réglementaire de la période comprise entre le 6 septembre et le 22 octobre 2000)*

Depuis quelques années, la période automnale s'avère de plus en plus populaire auprès de la clientèle touristique de groupe, particulièrement auprès des marchés internationaux. La difficulté pour les agences de voyages réceptives et les grossistes de pouvoir compter sur un nombre suffisant d'autocars de qualité pour satisfaire à la demande de pointe à cette période devient de plus en plus criante. Les organisateurs de voyages ne se voient souvent confirmer qu'à la dernière minute les véhicules réclamés, et ce, suite à des démarches intenses et soutenues de leur part. Quoiqu'il semble toujours exister une solution extrême pour obtenir un autobus, cela correspond parfois à des mesures de derniers recours qui ne répondent pas aux attentes des grossistes et de leurs clientèles.

Appelés à se pencher sur cette question, les autorités gouvernementales et les représentants de l'industrie privée des services transport nolisé ont exploré différentes avenues en vue de solutionner en partie ce problème de pénurie d'autocars. On a ainsi préconisé un assouplissement temporaire de la réglementation actuelle du transport nolisé dans le but d'optimiser l'utilisation des autocars disponibles au Québec tout en facilitant également aux autocaristes la location de véhicules à l'extérieur du Québec. Cette mesure a pris forme par le biais du décret 1054-2000, voté par le Conseil des ministres et adopté le 30 août 2000. Il s'agissait du *Règlement favorisant l'accroissement temporaire du nombre d'autobus nolisés aux aéroports internationaux de Montréal, à l'aéroport international Jean-Lesage, aux ports de Montréal et de Québec*, qui visait la période du 6 septembre au 22 octobre 2000.

Par cette levée de certaines obligations réglementaires, les transporteurs ne sont tenus que de détenir un permis de transport nolisé afin de pouvoir offrir leurs services aux groupes débarquant aux aéroports et aux ports identifiés par le décret. Aussi, cette mesure favorise le processus de location à court terme d'autocars additionnels à l'extérieur du Québec puisque les transporteurs ne sont pas dans l'obligation d'immatriculer ces véhicules au Québec, ni de détenir un permis de location de la Commission des transports du Québec.

Le règlement apportait également une nuance importante sur les responsabilités dans le cas d'un contrat de location. On y précisait que dans le cas d'un contrat de location d'autobus avec services d'un conducteur, le locateur conserve la responsabilité de contrôler la conduite du véhicule loué et celle découlant de l'exploitation du véhicule. Toutefois, dans le cas d'un contrat de location d'autobus sans les services d'un conducteur, le locataire se voit responsable de la conduite et de l'exploitation du véhicule. Mentionnons que ce dernier aspect du décret est devenu une mesure permanente par le biais du *Règlement sur les exigences applicables aux documents d'expédition et aux contrats de location et de services* adopté en février 2001.

Une certaine ambiguïté existe toutefois quant à l'interprétation des mesures visant la clientèle des croisiéristes. Dans les cas où des tours de ville à l'image des circuits déjà offerts par des transporteurs détenteurs d'un permis touristique sur place étaient en cause, la simplification du processus de location d'autobus pour desservir les deux ports ne pouvait s'appliquer qu'aux transporteurs déjà en place qui auraient souhaité acquérir des véhicules additionnels. Ainsi, seulement lorsque la visite des groupes de la croisière n'implique pas un tour de ville et diffère des services normalement offerts par les détenteurs de permis touristiques de l'endroit, le croisiériste peut faire affaire avec un détenteur de permis de transport nolisé.

En parallèle, dans le but de faciliter les procédures quant à la venue d'autocars supplémentaires, une entente administrative est survenue entre le ministère du Développement des ressources

humaines du Canada et le ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration du Québec afin de faciliter la délivrance rapide de permis temporaires de travail aux conducteurs américains désirant offrir leurs services à des autocaristes québécois. On aurait compté une cinquantaine d'autobus en provenance de l'étranger à l'automne 2000 dans le cadre de ce décret.

Suite à cette première expérience, les autorités gouvernementales ont choisi de reconduire l'assouplissement des règles concernant l'augmentation temporaire du nombre d'autobus à l'automne par l'adoption, le 20 juin 2001, du *Règlement sur l'accroissement temporaire du nombre d'autobus affectés au transport des touristes transitant par les aéroports internationaux de Montréal, l'aéroport international Jean-Lesage et les ports de Montréal et de Québec*. Cette fois-ci, à la différence du décret d'août 2000, la mesure devient permanente, inclut de façon **explicite** les services de transport touristiques et se voit étendue à la période comprise entre le 1<sup>er</sup> septembre et le 31 octobre de chaque année.

### **Transport nolisé par minibus pour des fins récréotouristiques**

Le 30 mai 2001, le ministère des Transports modifiait le *Règlement sur le transport par autobus* afin de faciliter, pour les agents de voyages, l'obtention d'un permis de transport nolisé par minibus principalement pour des activités récréotouristiques. Il dispense la CTQ d'appliquer les critères habituels d'examen, lorsque la demande est faite par un agent de voyages, pour le transport de sa clientèle dans le cadre d'un forfait incluant des activités et du transport. Le requérant doit néanmoins démontrer qu'il possède les connaissances ou l'expérience pertinentes à l'exploitation sécuritaire d'un minibus. L'usage d'un tel permis est restreint aux minibus construits pour le transport de 10 à 15 passagers<sup>29</sup>. Cette modification des règles ne rejoint toutefois pas la majorité des intervenants touristiques concernés par cette forme de transport nolisé, notamment les producteurs de tourisme d'aventure et d'écotourisme. Nous traiterons de cet enjeu à la section 8.1.

## **2.4 Politiques gouvernementales**

En matière de politique gouvernementale, de nombreuses études ont été réalisées par les deux paliers de gouvernement sur l'opportunité d'une éventuelle forme de déréglementation économique. Le parcours des nombreux articles et règlements qui encadrent l'industrie du transport nolisé illustre que nous sommes actuellement en présence d'un environnement fortement réglementé. Il faut convenir que l'ensemble des restrictions touche tant les entreprises désirant obtenir le permis nécessaire pour offrir des services de transport nolisé que les transporteurs qui se prêtent déjà à ces activités. Le contexte législatif actuel accompagne de manière très serrée le développement et l'expansion de cette industrie.

Nul ne remet en cause l'importance de compter sur une réglementation stricte et efficace en ce qui concerne la sécurité du transport routier, que ce soit pour le transport de marchandises que pour le transport de personnes. À cet égard, on ne peut que saluer les mesures de renforcement prises. Toutefois, lorsque vient le temps d'aborder la problématique d'une éventuelle déréglementation économique du transport par autocar nolisé, les institutions gouvernementales qui se sont maintes fois penchées sur le sujet, semblent de plus en plus disposées à aller de l'avant. Le ministère des Transports du Québec émet par contre certaines réserves sur les propositions de déréglementation déposées par le gouvernement fédéral.

---

<sup>29</sup> La capacité minimale est de 10 personnes si le minibus a été construit après le 26 janvier 1995.

Transports Canada estime que le régime actuel de réglementation des entreprises extraprovinciales de transport par autocar est de plus en plus inégal et fragmenté. Selon le ministère, plusieurs provinces et territoires sont prêts à abandonner toute forme de réglementation économique. Une déréglementation sous la *Loi de 1987 sur les transports routiers (LTR)* favoriserait un traitement uniforme à l'égard des transporteurs extraprovinciaux. Un projet de loi a été déposé et propose l'élimination graduelle de la réglementation économique de l'industrie du transport extraprovincial par autocar.

Un bref retour en arrière indique que le gouvernement fédéral tente depuis déjà quelques années de procéder à une déréglementation économique de l'industrie du transport par autobus pour l'ensemble du pays. La libéralisation des marchés s'avère un objectif de la politique nationale sur les transports au Canada pour augmenter la productivité des entreprises et pour stimuler la demande. L'argumentaire gouvernemental repose sur une inévitable baisse des tarifs et sur des efforts d'innovation par simple effet de concurrence et par l'élimination des contraintes administratives. Le ministère fédéral des Transports donne suite à cette vision du développement du secteur et propose périodiquement la suppression des barrières économiques depuis la signature, en 1995, de l'Accord sur le commerce intérieur. L'objectif avoué du gouvernement fédéral est l'élimination de la plupart des règlements d'ordre économique restants s'appliquant aux camions et aux autobus.

S'appuyant sur cette disposition de l'Accord sur le commerce intérieur, Transports Canada proposait aux provinces, en 1996, de déréglementer tous les services d'autocar. La déréglementation complète n'a pas été retenue, mais les ministres des Transports ont convenu de proposer à leur gouvernement respectif l'adoption, pour janvier 1998, des mesures suivantes :

- l'harmonisation et l'allègement des réglementations touchant les services d'autocars interurbains réguliers;
- une déréglementation complète des services d'autocars nolisés.

Selon l'échéancier de Transports Canada, ce plan devait conduire à une déréglementation complète vers l'an 2000, mais au début de l'année 1998, aucune administration, sauf l'Alberta, n'avait encore entrepris sa mise en œuvre.

Dans un document de principe soumis aux provinces en février 1998, Transports Canada réitérait sa proposition de modifier la *Loi de 1987 sur les transports routiers* pour arriver à une déréglementation complète en l'an 2000. La nouvelle proposition de Transports Canada prévoyait une mesure où les provinces conserveraient provisoirement le droit de réglementer les entreprises extraprovinciales pour les services intérieurs. Parce que cette mesure était transitoire et qu'elle conduisait à la déréglementation complète vers 2001, cette proposition a également été rejetée.

Afin d'assurer une meilleure compréhension, mentionnons, pour des fins légales, que l'on réfère souvent, comme nous l'avons vu auparavant, à deux catégories de transport de passagers, soit le transport intraprovincial et le transport extraprovincial. Dans le cas des transporteurs offrant des services extraprovinciaux, la compétence légale appartient exclusivement au gouvernement fédéral. Quant au transport intraprovincial, c'est le gouvernement provincial qui légifère. Selon l'opinion du Service des affaires juridiques du ministère des Transports du Québec, le statut d'entreprise extraprovinciale est attribué automatiquement à toute entreprise qui : « ...effectue du transport extraprovincial sur une base continue et régulière, peu importe que le volume de ses activités extraprovinciales soit relativement minime par rapport à celui de ses activités intraprovinciales. »

Devant cette absence de consensus des gouvernements, le ministre fédéral des Transports, M. David Collenette, déposait à la Chambre des communes, le 25 mars 1999, le projet de loi C-77, modifiant la *Loi de 1987 sur les transports routiers*, dont l'application mettra fin à la réglementation économique des entreprises extraprovinciales de transport par autocar au terme d'une période transitoire de deux ans. Le projet de loi abrogeait la disposition qui accorde aux provinces le droit de délivrer à une entreprise extraprovinciale de transport par autocar une licence, comme s'il s'agissait d'une entreprise locale. Il soustrayait ainsi à l'autorité de la Commission des transports du Québec toutes les compagnies de transport qui assurent une liaison interprovinciale. La proposition signifiait un régime uniforme d'exploitation des services d'autocar à travers le Canada, soit une libre concurrence.

Il faut comprendre que ce projet de loi visait tant les transporteurs effectuant du transport nolisé que du transport interurbain ou urbain. Or, la portée d'une telle déréglementation affecte chacune de ces industries de manière singulièrement distincte. Devant ces démarches fédérales, le ministère des Transports du Québec rejeta l'intervention unilatérale du gouvernement fédéral arguant que ce dernier intervenait dans le champ de compétence des provinces. Le ministère des Transports du Québec défend le droit des provinces à réglementer les services par autocar et prévenait qu'une déréglementation complète nuirait aux besoins locaux et régionaux des provinces. Il existe néanmoins une certaine volonté commune de la part des deux gouvernements d'aller de l'avant avec un projet de loi qui conduirait à une telle déréglementation dans le secteur du transport nolisé.

Le ministre fédéral des Transports revenait à la charge en mars 2000 en proposant de nouvelles modifications à la *Loi de 1987 sur les transports routiers* avec le projet de loi C-28. Contrairement aux modifications d'abord présentées à la Chambre des communes le 25 mars 1999 sous le projet de loi C-77, les amendements comprenant un certain nombre de dispositions relatives à la déréglementation économique de l'industrie du transport par autocar avaient cette fois-ci été retirés. Les mesures visant la libéralisation du transport par autocar ont fait l'objet d'un examen par un Comité sénatorial sur les transports.

Le projet de loi C-28 prévoit ainsi :

- une mise en œuvre d'un régime de rendement en matière de sécurité fondé sur le Code national de sécurité (CNS);
- un cadre national pour les provinces afin de continuer d'administrer la réglementation relative à la sécurité des transporteurs routiers;
- une réglementation uniforme des transporteurs routiers du Canada;
- une harmonisation des normes réglementaires canadiennes des transporteurs routiers avec les normes internationales.

Les amendements aux articles 4, 5 et 6 du projet de loi C-28 stipulent que :

- l'exploitation d'une entreprise extraprovinciale de transport par autocar dans une province dont la loi impose une licence pour l'exploitation d'une entreprise locale de transport par autocar, est subordonnée à l'obtention et à l'observation des conditions de la licence d'exploitation délivrée en application de la présente loi;
- l'autorité provinciale peut, à son appréciation, délivrer la licence d'exploitation d'une entreprise extraprovinciale de transport par autocar dans la province aux mêmes conditions et selon les mêmes modalités que s'il s'agissait d'une entreprise locale de transport par autocar;

- l'autorité provinciale qui détermine ou régit les tarifs applicables au transport local par autocar a la discrétion de déterminer et de régir les tarifs applicables au transport extraprovincial par autocar dans la province aux mêmes conditions et selon les mêmes modalités que s'il s'agissait de transport local par autocar.

Ces articles octroient ainsi aux provinces le droit de réglementer les entreprises extraprovinciales de transport par autocar comme elles l'entendent. Mentionnons que le projet de loi C-28 — devenu S-3 — était adopté en septembre 2001.

Entre-temps, Transports Canada a confié en juillet 2000 à un Comité d'examen, le mandat d'effectuer une analyse complète de la *Loi de 1987 sur les transports au Canada (LTC)*, à l'intérieur d'un an. Cette dernière, entrée en vigueur en 1996, exige — en vertu de l'article 53 — un examen complet, dans un délai de quatre ans, de la Loi et de toute autre loi du Parlement dont le ministre des Transports est responsable, en ce qui a trait à la réglementation économique d'un mode et d'activités de transport.

Dans un souci d'éliminer des obstacles pour accroître le rendement du domaine des transports, le Comité s'est notamment penché sur les questions concernant les lois, règlements et politiques en vigueur, à savoir si elles gênent ou déforment les forces du marché. Les conclusions de cet examen de la loi seront très certainement déterminantes dans la décision du ministre d'aller de l'avant ou non avec son projet de déréglementation économique dans le secteur du transport par autobus nolisé.

Quant au Comité sénatorial permanent des transports et des communications, il recommandait à nouveau qu'il soit autorisé à examiner, cette fois-ci, les enjeux stratégiques touchant l'industrie du transport interurbain par autocar<sup>30</sup>.

Un récent sondage effectué par *Ontario Motor Coach Association (OMCA)* auprès de ses membres révèle que 70 % des grossistes et 54 % des transporteurs se montrent en faveur d'une déréglementation économique. De plus, respectivement 72 % et 87 % de ces mêmes grossistes et transporteurs se disent prêts à faire face à un tel changement des règles du marché.

Par ailleurs, le ministre Collenette indiquait durant les délibérations du Comité sénatorial permanent des transports et des communications<sup>31</sup> que l'Ontario et l'Alberta se montraient favorables à une déréglementation applicable uniformément à l'ensemble des provinces. On peut ainsi s'attendre à ce que le gouvernement fédéral revienne de nouveau avec le projet de loi C-77 — qui conduirait à une déréglementation économique complète du secteur du transport nolisé —, au printemps 2002.

<sup>30</sup> Au niveau fédéral, le transport interurbain par autocar inclut les services de nolisement.

<sup>31</sup> Première session de la trente-septième législature, 6 juin 2001.

### **3. Description de l'environnement**

#### **3.1 Popularité croissante du transport par autocar nolisé**

Le transport nolisé, ne visant que des groupes préalablement formés, n'entre pas dans la catégorie du transport public au même titre que les services interurbains réguliers ou le transport en commun. Le transport nolisé constitue à la base une activité commerciale régie par le jeu de l'offre et de la demande. Ce secteur a profité d'une hausse marquée de popularité au cours des dernières années. Cet engouement ne s'est toutefois pas étendu à l'ensemble du réseau de transport par autocar puisque, depuis le début des années 80, le sous-secteur nord-américain — incluant le transport interurbain — a connu une diminution constante de sa clientèle. On attribue cette baisse à la déréglementation du transport aérien régional et des chemins de fer de banlieue aux États-Unis et à la construction d'autoroutes à grande vitesse, associée à une hausse constante des achats de voitures. Cet axe du développement des infrastructures de transport n'a fait qu'obéir à la culture nord-américaine de moins en moins orientée vers le transport en commun.

En 1987, le Québec comptait environ 150 transporteurs qui détenaient un permis de transport nolisé. Aujourd'hui, on en recense presque le double, soit 289. Cette croissance s'est traduite par une plus grande difficulté de conjuguer l'offre et la demande sur l'ensemble de l'année d'exploitation. Une forte demande de la clientèle touristique de groupe concentrée sur une période de pointe cause périodiquement des pénuries d'autocars. Comme nous le verrons un peu plus loin, le tout se limite essentiellement aux semaines comprises entre la mi-septembre et la mi-octobre.

Ce sont les grossistes, principale clientèle des autocaristes qui doivent composer avec ce délicat aspect lors de la préparation et de la planification de leurs forfaits comprenant des tours guidés avec services d'autocars. Contrairement aux États-Unis et en Ontario où de nombreux autocaristes agissent également en tant qu'agents de voyages, la plupart des agences de voyages et grossistes du Québec ne semblent guère intéressés à posséder et gérer leur propre parc d'autobus. De leur côté, les autocaristes québécois préfèrent se spécialiser dans les services de transport plutôt que dans l'organisation des voyages.

On note aussi la présence d'un phénomène de protectionnisme des marchés qui joue sur l'équilibre concurrentiel en raison de l'existence des points de service. Ces derniers correspondent à des points d'embarquement précis de propriété exclusive à un ou quelques transporteurs seulement. Parmi les effets d'entraînement de telles mesures, on remarque des tarifs parfois supérieurs en région dus à une certaine exclusivité de territoire combinée à l'éloignement. Dans l'ensemble toutefois, le niveau des prix de l'industrie du transport nolisé au Québec demeure moins élevé que ceux observés en Ontario ou aux États-Unis.

#### **3.2 Recherche de l'équilibre entre l'offre et la demande**

Depuis déjà quelques années, les autorités concernées et l'industrie du transport par autobus nolisé se penchent sur les solutions possibles qui permettraient de bénéficier d'un meilleur équilibre entre l'offre et la demande. Ce déséquilibre survient tant du côté de l'offre, lorsque les organisateurs de voyages éprouvent d'énormes difficultés à trouver le nombre de véhicules nécessaires durant les périodes de pointe que du côté de la demande, lorsque les transporteurs n'arrivent pas à suffisamment exploiter leur parc d'autocars lors des saisons intermédiaires. Plusieurs pistes de solutions ont été envisagées afin de mieux régulariser les marchés dans le temps, mais aucune mesure ne s'est avérée vraiment concluante. Bien que les avenues possibles

seront examinées plus en profondeur dans la deuxième partie du rapport, mentionnons que la principale mesure adoptée à ce jour par les gouvernements pour répondre à la crise de la pénurie d'autocars à la période automnale constitue l'adoption du décret 1054-2000 à l'automne 2000.

Cet arrêté ministériel adopté le 30 août 2000 par le ministère des Transports favorise un assouplissement temporaire de la réglementation actuelle du transport nolisé en vue d'optimiser l'utilisation des autocars disponibles au Québec et également de permettre aux autocaristes de louer les véhicules requis à l'extérieur du Québec. Il s'agissait, nous le rappelons, du *Règlement favorisant l'accroissement temporaire du nombre d'autobus nolisés aux aéroports internationaux de Montréal, à l'aéroport international Jean-Lesage, aux ports de Montréal et de Québec* visant la période du 6 septembre au 22 octobre 2000. Cette solution a favorisé le processus de location à court terme d'autocars additionnels à l'extérieur du Québec puisque les transporteurs n'étaient pas tenus d'immatriculer ces véhicules au Québec, ni de détenir un permis de location de la Commission des transports du Québec.

L'actuelle réglementation présente certaines difficultés pour les transporteurs voulant louer des véhicules à l'extérieur du Québec puisqu'elle exige que le véhicule soit immatriculé au Québec. Pour un transporteur désireux par exemple procéder à la location d'autocars aux États-Unis, l'opération s'avère très complexe et coûteuse à exécuter en complète légalité. Il s'agit d'abord d'immatriculer correctement le véhicule et de prendre en charge d'imposants frais administratifs associés au déboursement des taxes sur les véhicules (TVQ et TPS) et ensuite d'assurer la réimmatriculation lorsque la période de location se termine. Le transporteur doit de plus procéder à des ajustements afin de se conformer aux normes qui diffèrent d'un endroit à l'autre.

Même si le décret a facilité l'exécution des opérations de location pour les transporteurs, ces derniers ont tout de même eu à déboursier d'importantes sommes, notamment en raison des permis de travail nécessaires à l'emploi des conducteurs, des courtiers en douanes, des montants de TPS/TVQ — qu'ils absorbent sans intérêt jusqu'à ce que le gouvernement les rembourse trois mois plus tard. Comme ces frais additionnels ne se reflètent pas nécessairement sur les prix payés par les organisateurs de voyages, l'expérience du décret de l'automne 2000 ne s'est guère avérée rentable pour plusieurs transporteurs.

Un autre volet du décret 1054-2000 permettait la levée de certaines obligations réglementaires des transporteurs afin de mieux desservir la clientèle provenant des croisiéristes. La mesure consistait principalement à décloisonner les permis pour permettre aux transporteurs en région de venir prendre des passagers aux ports et aux aéroports (voir page 27). Malheureusement, les effets escomptés à ce chapitre ne furent pas exactement ceux prévus en raison de certaines subtilités de la réglementation concernant cette clientèle particulière. Cette dernière appartient aux transporteurs détenant le permis touristique dans le cadre de tours de ville, mais elle peut recourir aux transporteurs qui détiennent le permis de transport nolisé si le tour de ville s'effectue à plus de 50 kilomètres du point d'embarquement d'origine. Toutefois, lors du décret, les transporteurs détenteurs d'un permis de transport nolisé ne pouvaient offrir leurs services à ces groupes que dans les situations où les tours proposés ne faisaient pas déjà partie de la programmation régulière des transporteurs touristiques en place. Plusieurs confusions d'interprétation planaient à cet égard. Nous y reviendrons.

### **3.3 Qualité de l'offre**

C'est en partie grâce à la croissance de la demande touristique que les transporteurs ont saisi l'opportunité de renouveler leurs parcs de véhicules afin de rehausser la qualité du service pour cette clientèle particulièrement exigeante. À même de comparer avec les autocars des autres destinations, les groupes touristiques s'attendent souvent à des véhicules de première qualité,

nonobstant le montant déboursé lors de l'achat de leur forfait. Comme les grossistes recherchent évidemment la satisfaction de leurs clientèles, ils choisiront inévitablement les transporteurs en mesure de combler leurs attentes, relativement à la qualité des conducteurs et du véhicule. De plus, en raison du transfert de nombreuses liaisons aériennes internationales de Mirabel vers l'aéroport Lester B. Pearson de Toronto, les transporteurs du Québec, voulant conserver leurs droits de venir prendre des touristes à Toronto, devaient se conformer à certains standards. Ces restrictions entourant l'obtention du permis extraprovincial restreint ont, elles aussi, contribué à rajeunir le parc d'autocars du Québec.

L'âge moyen du parc a sensiblement diminué au cours des cinq dernières années permettant au Québec de compter sur des équipements de transport nolisé qui n'ont rien à envier à ceux des autres destinations concurrentes limitrophes telles que les États-Unis ou l'Ontario. Nous verrons à la section 7.1, à l'aide de tableaux comparatifs résultant d'une enquête auprès des grossistes en voyages, comment se classent les autocaristes québécois à ce chapitre. De plus, le niveau des prix de location se situe depuis déjà quelque temps en dessous de la moyenne de l'industrie. C'est ce maintien artificiel des prix tronqués de leur valeur réelle qui nuit à la rentabilité de l'ensemble de l'industrie du transport nolisé. En dépit de vains efforts passés, l'ensemble des transporteurs n'a pas encore réussi à tendre vers un consensus général qui permettrait d'identifier un niveau de prix plancher juste et représentatif des coûts d'exploitation liés au transport par autocar.

### **3.4 Protection des marchés**

En vertu du *Règlement sur le transport par autobus*, il est interdit à un transporteur qui effectue du nolisement de desservir une ville ou une municipalité qui constituerait le lieu de départ d'un voyage de groupe, s'il ne détient pas le permis l'autorisant expressément à le faire. Cela signifie, par exemple, qu'un grossiste ne peut utiliser les services d'un transporteur nolisé en particulier si ce dernier n'est pas en possession du permis associé au point de service désigné correspondant à la municipalité visée. Un point de service est considéré désigné lorsqu'une personne qui détient un permis pour le service de transport nolisé à partir d'une municipalité spécifique avise la CTQ des endroits qu'elle veut désigner parmi ceux qu'elle est autorisée à desservir dans le cadre de son permis. Les désignations doivent être communiquées au mois de septembre de chaque année et des frais annuels sont associés à cette démarche. Si un transporteur détient par exemple les permis pour les villes de Brossard, Pointe-Claire, Pierrefonds et Kirkland, ce dernier peut décider de désigner comme points de service Brossard et Kirkland seulement. Lorsqu'une ville constitue un point de service désigné par un ou plusieurs transporteurs, ces derniers sont les seuls autorisés à venir y prendre un groupe de passagers. Dans le cas où la municipalité n'est désignée par aucun transporteur, tous les transporteurs détenteurs d'un permis de transport nolisé général peuvent y embarquer des groupes.

Plusieurs grandes entreprises, dont la plupart sont à caractère familial, s'avèrent bien enracinées au sein de l'industrie du transport nolisé. Des permis de transport interurbains ont été octroyés au cours des années 60 et 70, conférant aux transporteurs une certaine protection de leur marché. La nature, la portée et le portefeuille de permis détenus représentent la réelle valeur de l'entreprise bien plus que la quantité d'autobus lui appartenant.

Lors de demandes pour des droits additionnels de points d'embarquement à la CTQ, des audiences publiques sont prévues dans le cas d'oppositions, afin de permettre aux transporteurs concernés de se faire entendre auprès d'un commissaire en transport. Cette plate-forme juridique accorde aux concurrents du demandeur, l'opportunité d'étayer leurs arguments, à savoir entre autres si la venue d'un transporteur additionnel sur un de leurs marchés pourrait leur être économiquement néfaste. Selon nous, l'examen par la CTQ d'une telle demande pour un

nouveau permis porte davantage sur une analyse des conséquences qu'entraînerait la venue d'un nouveau joueur sur la rentabilité du ou des transporteurs en place sans toutefois réellement tenir compte des besoins de la clientèle et des avantages qui résulteraient d'une concurrence accrue.

Pour cette raison, les demandes de nouveaux permis font de plus en plus l'objet de spécifications précises afin de limiter les oppositions possibles. Le transporteur va, par exemple, faire la demande pour un permis de nolisement qui ne l'autorisera qu'à prendre la clientèle d'une ou de quelques agences de voyages très précises. Certaines demandes sont aussi effectuées pour des origines de clientèles particulières — des passagers d'origine chinoise par exemple. La tendance semble se diriger vers des partenariats d'affaires préalables aux demandes de permis, afin de restreindre le plus possible le champ d'application du permis. Cette pratique augmente les chances d'obtenir un résultat favorable lors des décisions de la Commission.

L'octroi de nouveaux droits, s'ils demeurent davantage restrictifs, respectent ainsi le souci de n'ajouter aucune pression concurrentielle additionnelle sur les transporteurs déjà détenteurs des permis demandés. Mentionnons également que de nombreuses demandes concernent les permis de transport nolisés extraprovinciaux qui se voient accordés beaucoup plus facilement<sup>32</sup>.

Les droits pour plusieurs permis, dont les plus lucratifs, remontent souvent à plusieurs années et ont été transmis de génération en génération au sein des compagnies. On assiste ainsi à des situations de quasi-monopole dans certaines régions du Québec où seulement un ou deux transporteurs détiennent les permis nécessaires pour effectuer du transport nolisé. Voilà le genre de situation que déplorent les organisateurs de voyages, car ils font souvent face à des restrictions dans le choix du transporteur pour la prise en charge de leurs groupes.

Par ailleurs, une pratique de négociation entre les transporteurs s'est instaurée afin de contourner la barrière des points d'embarquement. Dans le souci de conserver leur clientèle, deux transporteurs peuvent s'entendre en vue de desservir des groupes dont l'un a obtenu le contrat, et dont l'autre détient les permis nécessaires pour remplir la demande correspondant à l'itinéraire souhaité. Un transporteur peut ainsi opérer grâce aux conditions du permis d'un autre, il s'agit d'une entente de sous-traitance qui peut s'effectuer avec les services d'un conducteur ou non. Cette pratique se déroule lors de périodes de forte demande, notamment à l'automne, aux ports de Montréal et de Québec là où les transporteurs détenteurs de permis de transport nolisé sont appelés à offrir des services de tours de ville pour la clientèle des croisiéristes alors qu'un permis touristique est requis. Quand à l'autre façon, il s'agit d'une pratique irrégulière qui consiste à sous-contracter à celui qui détient le permis, moyennant une commission pour lui avoir procuré la clientèle.

### **3.5 Pratiques commerciales**

Les réalités opérationnelles et les préoccupations des transporteurs, aussi légitimes qu'elles puissent s'avérer, ne s'arriment pas toujours avec celles de leurs clients locuteurs d'autobus : les grossistes en voyages. Ces derniers doivent composer avec d'importants volumes de touristes tout en exploitant avec des marges bénéficiaires extrêmement minces dans un environnement fortement concurrentiel. La différence entre payer un autocar 100 \$ de moins quotidiennement influence énormément la rentabilité d'un forfait touristique. Les décisions de programmation doivent être prises longtemps d'avance, bien avant de savoir si chacun des groupes obtiendra l'autocar souhaité en raison de l'important déséquilibre entre l'offre et la demande à l'automne.

---

<sup>32</sup> On compte 68 transporteurs détenteurs d'un permis de transport nolisé extraprovincial.

Nous assistons à une vague de concentration sans précédent dans l'industrie du voyage, particulièrement dans le secteur du réseau de distribution. À cet égard, les clients des autocaristes sont de moins en moins nombreux mais de plus en plus importants. Étant donné que certains comptent pour une part considérable du volume d'affaires de plusieurs transporteurs, ces grossistes se trouvent très bien positionnés pour exercer un contrôle touchant les pratiques commerciales de ces deux industries partenaires. Deux aspects apparaissent problématiques du côté des transporteurs : les dépôts de garantie et le délai du paiement.

On observe d'abord une absence de dépôts servant comme garantie lors de la réservation de véhicules de la plupart des grossistes. Ces derniers peuvent ainsi annuler une réservation quelques jours avant le départ dans le cas d'un imprévu ou simplement suite à une mauvaise planification, sans être obligés à une pénalité particulière. Un grossiste pourrait même, dans certains cas, opter pour une voie moins coûteuse si une offre lui était proposée par un autre transporteur. En vue de maintenir des relations d'affaires cordiales, les grossistes sérieux honorent habituellement fidèlement leurs ententes avec leurs autocaristes réguliers. Cette situation expose néanmoins les transporteurs œuvrant dans le nolisé à un certain risque financier vu l'absence de protections adéquates en cas d'annulation de dernier instant. De plus, le manque de garanties suffisantes rend les autocaristes vulnérables à du marchandage abusif impliquant d'autres transporteurs désireux de louer des autobus voués à l'inactivité, et ce, à des prix inférieurs au marché.

On note également un clivage entre le délai de paiement jugé acceptable pour chacune des parties concernées. En raison des importantes sommes d'argent en cause, une différence de quelques semaines dans le règlement du contrat peut influencer de façon majeure la gestion opérationnelle de l'encaisse d'un transporteur. Bien que les relations d'affaires semblent bonnes dans l'ensemble, l'absence d'un mécanisme de protection mutuel quant au processus de réservation crée un malaise et une insécurité du côté des autocaristes.

Les organisateurs de voyages doivent composer avec un encadrement législatif très strict et complexe qui affecte sans contredit la fluidité de la planification des itinéraires touristiques. Selon les grossistes, la lourdeur de la tâche que représente l'ensemble des démarches à effectuer pour s'assurer de négocier avec des transporteurs possédant les permis nécessaires selon les itinéraires et les lieux des départs compris dans les forfaits, s'avère un irritant majeur qu'ils souhaiteraient bien pouvoir éviter. La grande difficulté de trouver un nombre suffisant d'autocars à l'automne leur cause également d'importants soucis car ils doivent parfois improviser des solutions de dernier recours ne correspondant pas nécessairement aux attentes de départ. Au bout du compte, c'est l'image de la destination qui en souffre.

### **3.6 Besoins des croisiéristes**

Le transport par autobus se trouve également intimement lié avec l'industrie des croisières. Cette dernière a connu une croissance fulgurante dans le nord-est de l'Amérique au cours des dernières années. Avec un taux de croissance d'environ 900 % depuis le début des années 70, l'industrie compte environ sept millions de nord-américains qui ont pris part à une croisière en 2000<sup>33</sup>. Avec une croissance annuelle de l'ordre de 16 %, il s'agit d'un des produits touristiques à forte demande. Le Québec est en bonne position pour profiter de cette manne puisque, chaque année, d'imposants navires de croisières laissent descendre des centaines de touristes aux ports de Montréal et de Québec. Ces véritables hôtels flottants génèrent des retombées économiques considérables partout où ils font escale. Les autorités du Port de Québec ont d'ailleurs signifié

---

<sup>33</sup> La Presse, 18 septembre 1999 et Cruise Lines International Association, 5 mars 2001.

leur intention d'aménager un terminal dès l'été 2002 qui permettra aux croisiéristes de dédouaner à Québec, au lieu de Boston.

Cette clientèle, particulièrement recherchée en raison de sa forte propension à la consommation, nécessite une prise en charge incluant des circuits en autocar pour des visites guidées des régions avoisinantes. Le défi pour les planificateurs de croisières et pour les autorités portuaires d'accueil consiste à trouver un nombre suffisant d'autocars répondant aux critères de qualité recherchés et sur une période de temps très condensée. Tout comme une grande partie de la demande pour les autres types de voyages de groupes en autobus nolisé, les besoins en autocars pour les croisiéristes se concentrent essentiellement à l'automne. Alors que le nombre de paquebots à emprunter le Saint-Laurent est appelé à augmenter, des inquiétudes se font de plus en plus sentir de la part des planificateurs de croisières. Bien que certains croisiéristes songent à ajouter des navires en direction de Montréal et Québec, ces derniers s'interrogent sérieusement sur la capacité du Québec à fournir le nombre d'autocars requis pour répondre à leurs besoins. Des décisions de programmation devront être prises et des destinations alternatives offrant un meilleur accueil pourraient être envisagées.

Par ailleurs, comme déjà indiqué, certaines confusions subsistent à l'égard des permis et droits des transporteurs à offrir leurs services aux groupes issus des croisiéristes. Même s'il s'agit d'une forme de nolisement pour desservir cette clientèle, le règlement n'autorise normalement que les transporteurs détenant le permis touristique à procéder à l'embarquement de cette clientèle pour effectuer des tours de ville avec guides accompagnateurs. Plusieurs transporteurs détenteurs de permis de transport nolisé revendiquent le privilège de servir cette clientèle puisqu'il s'agit d'une forme de transport nolisé, les groupes étant constitués longtemps d'avance. Néanmoins, par l'entremise du décret 1054-2000 — voir la section sur le contexte législatif — de l'automne 2000, le ministère des Transports a permis, selon certaines conditions, aux transporteurs détenteurs de permis de transport nolisé, entre le 22 septembre et le 6 octobre, d'offrir leurs services aux groupes qui transitent par les ports de Montréal et de Québec.

Certaines difficultés d'interprétation ont surgi quant à l'application de cette mesure d'assouplissement qui se devait d'être avant tout facilitante pour les croisiéristes. Selon leur compréhension du décret, ils obtenaient le droit de négocier avec tout transporteur détenteur d'un permis de transport nolisé afin d'organiser des tours avec des groupes déjà constitués issus des croisières. Le décret ne changeait toutefois rien dans l'obligation d'avoir recours à un transporteur détenteur du permis touristique pour l'exécution d'un tour de ville guidé, s'il correspond à ce que le transporteur touristique en place offre dans le cadre de ses circuits habituels. À ce chapitre, les objectifs du décret adopté à l'automne 2000 n'ont pu atteindre leur pleine portée.

Avec la réglementation actuelle, les croisiéristes doivent conclure des ententes de location avec les transporteurs détenant les permis touristiques. Comme l'offre des transporteurs touristiques n'est pas suffisante, des autocars additionnels proviennent principalement des autocaristes effectuant du nolisement. La sous-traitance doit toutefois être conclue avec un transporteur touristique. La plupart d'entre eux ne sont toutefois guère intéressés à entreprendre les démarches pour se procurer les autocars additionnels afin de répondre à cette demande. Les croisiéristes initient eux-mêmes les démarches, près d'un an à l'avance, afin de trouver des autocars disponibles auprès des transporteurs effectuant du nolisement, sans toutefois obtenir le succès escompté. Même en leur proposant une location pour un mois complet avec dépôt en prime, ils n'obtiennent pas les assurances désirées. Les transporteurs sont réticents à engager leur parc, préférant conserver une marge de manœuvre pour leurs meilleurs clients qui louent également des autocars lors de périodes plus creuses. Les planificateurs de croisières se considèrent comme les parents pauvres des partenaires de l'industrie du transport nolisé, tributaires de leurs besoins concentrés à l'automne et aux prises avec le cœur du problème, mais avec bien peu de solutions.

### **3.7 Situation particulière des minibus**

À l'instar des besoins des croisiéristes, on note aussi quelques difficultés à arrimer l'offre et la demande en ce qui concerne la location de minibus pour du transport nolisé. D'importantes difficultés existent présentement pour combler les besoins pour des minibus pouvant accueillir entre 10 et 15 passagers. Dans le cas des véhicules présentant une capacité de 21, 24 et 25 passagers, il ne s'agit pas de minibus parce qu'ils sont considérés comme appartenant à la même catégorie que les autobus réguliers par le ministère des Transports. Il existe néanmoins également une demande très forte pour cette catégorie de véhicule.

Ce sont surtout les entreprises accueillant de petits groupes qui participent à un tourisme spécialisé tel que le tourisme d'aventure ou corporatif haut de gamme qui recherchent ce type de véhicule. Présentement, peu de transporteurs offrent la location de minibus avec conducteur pour combler la demande grandissante de voyages pour ce type de groupe. Dans la catégorie des petits minibus — 9 et 10 passagers — on recensait 1 036 véhicules en circulation au 31 décembre 2000 au Québec. Quant aux minibus de 12 à 15 passagers, il sont au nombre de 492. Il importe de préciser qu'environ 350 minibus — 343 en 1999 — servent au transport adapté laissant disponibles un total approximatif de 1 180 minibus réguliers comprenant notamment les véhicules appartenant aux compagnies de transport urbain et de location de voitures. Notre enquête (voir l'annexe 5) évalue à 38 le nombre de minibus dédiés exclusivement au service de transport nolisé. Le parc d'autobus pouvant accueillir 21 à 25 personnes est quant à lui d'environ 534 véhicules.

Les entreprises de location de véhicules louent de plus en plus ces catégories d'autobus à des entreprises ne détenant pas nécessairement le permis pour effectuer du transport nolisé. Le cadre législatif actuel rend effectivement la tâche difficile à ces entreprises spécialisées qui ne possèdent pas les ressources nécessaires pour se conformer aux exigences de la réglementation.

Le gouvernement s'est toutefois penché récemment sur cette question sensible suite aux nombreuses revendications des organisateurs de voyages, principalement des producteurs de tourisme d'aventure. Une modification au règlement a été adoptée pour solutionner une partie du problème, à savoir les besoins des entreprises détentrices d'un permis d'agent de voyages effectuant du transport nolisé par minibus pour des activités récréotouristiques. Mentionnons toutefois qu'à ce jour, plusieurs des entreprises visées n'étaient pas détentrices d'un permis d'agent de voyages.

### **3.8 Précarité financière du transport nolisé**

Les activités de transport nolisé présentent tous les symptômes d'une industrie particulièrement difficile à rentabiliser. Les compagnies qui exploitent un important parc d'autobus affecté pour le transport nolisé parviennent de moins en moins à rentabiliser ces autobus qui demeurent immobilisés plusieurs mois par année, alors qu'ils coûtent très cher à amortir. La forte saisonnalité de la demande pour la location d'autobus engendre une impossibilité de garder tous les véhicules sur la route en dehors des périodes de pointe, s'ils ne peuvent être affectés à d'autres types d'activités tels que le transport interurbain ou scolaire. Chez les transporteurs qui combinent différentes catégories de services, on constate l'étroite marge de rentabilité associée exclusivement au transport nolisé lorsque les états financiers sont analysés séparément.

De plus, la nécessité de renouveler régulièrement le parc d'autocars pour des clientèles touristiques internationales de plus en plus exigeantes, suppose des efforts de rentabilisation des investissements singulièrement coûteux pour le nolisement pris isolément. Afin d'améliorer leur situation, certains transporteurs songeront à vendre une partie de leur parc

d'autobus de manière à ce que la quantité de véhicules corresponde davantage à la demande lors de la basse saison et ainsi arriveront à diminuer sensiblement le risque financier. Lors des périodes de pointe, ces transporteurs pourront se procurer des autobus auprès de fournisseurs ou auprès d'autres transporteurs afin d'augmenter leur parc de façon temporaire. Cette hypothèse ne règle évidemment en rien le problème de pénurie d'autocars à l'automne.

### **3.9 Transactions récentes**

Le phénomène des fusions et des acquisitions d'entreprises s'inscrit de plus en plus comme une pratique courante afin d'exercer un meilleur positionnement, que ce soit à l'échelle provinciale, nationale ou internationale. L'industrie du transport par autocar nolisé n'échappe pas à ce phénomène. Voici les quelques transactions récentes d'importance dans ce secteur relevées à ce jour :

**12 novembre 1998** : Le Groupe Orléans Express inc. acquiert Autocar Dupont

Le 12 novembre 1998, Le Groupe Orléans Express inc. concluait une entente afin de se porter acquéreur d'Autocar Dupont, entreprise établie dans la ville de Québec et spécialisée dans le transport touristique et le transport nolisé. Orléans compte capitaliser sur les synergies provenant de l'exploitation de deux entreprises, complémentaires dans la gamme de services qu'elles offrent.

**26 avril 2000** : Autocars Dupont acquiert les services touristiques Gray Line de Québec

Le 26 avril 2000, Autocars Dupont s.e.c. de Québec, filiale à part entière du Groupe Orléans Express inc., se porte acquéreur des services touristiques Gray Line de Québec, exploités dans la ville de Québec et ses environs immédiats par une filiale de Coach Canada inc. Le 22 juin 2000, la CTQ accordait son consentement pour le transfert des permis touristiques jusqu'ici exploités par Gray Line de Québec au bénéfice d'Autocars Dupont. La transaction entre les deux transporteurs implique également le transfert de la bannière touristique internationale « Gray Line ». Autocars Dupont, par l'entremise de sa division touristique, souhaitait renforcer sa position dans le marché des visites touristiques dans la ville de Québec. Par le biais de cette transaction, Autocars Dupont n'acquiert aucun des véhicules que possède actuellement Gray Line de Québec, le transporteur achetant uniquement les services touristiques de l'entreprise, ce qui constitue toutefois la majeure partie de ses activités.

**21 novembre 2000** : Autocar Dostie achète Autobus LPR

Le 21 novembre 2000, le transporteur Autocar Dostie de Lac Mégantic procède à l'acquisition des Autobus LPR et Transport LPR de Shawinigan, une transaction évaluée à près de trois millions de dollars. Le nouveau propriétaire a l'intention de conserver la raison sociale d'Autobus LPR afin de favoriser une transition en douceur. Le parc de véhicules d'Autocar Dostie passe de 13 à 23 suite à la transaction. La direction espère que cette acquisition contribuera à accroître sa part de marché auprès de la clientèle internationale, notamment auprès des marchés japonais, chinois et brésilien.

**18 avril 2001** : Autocar Dostie achète Brandon Transport

Le 18 avril 2001, Autocar Dostie effectue une seconde acquisition en moins d'un an en achetant Brandon Transport. Cette importante transaction permet à Autocar Dostie d'accéder aux marchés de Montréal et de certaines villes de Lanaudière par le biais des permis détenus par Brandon Transport. Le parc de Brandon Transport se composait de huit autocars, onze autobus scolaires et d'un minibus.

## 4. Survol d'industries étrangères

### 4.1 Industries américaine et britannique

À l'instar de ce que nous vivons au Canada et au Québec, l'industrie du transport par autocar a subi, ailleurs dans le monde, de profondes mutations où l'évolution de l'environnement et des nouvelles règles de marchés ont incité les autorités à poser des gestes politiques, notamment en ce qui a trait à la déréglementation économique du secteur. Nous nous attarderons particulièrement sur les gouvernements américain et britannique qui ont mis en place, au cours des années 80, des projets de réforme qui ont entraîné des répercussions sur la population et les intervenants du secteur du transport par autocar.

Au Royaume-Uni, l'industrie du transport par autocar occupe une place importante dans l'économie nationale. Les estimations les plus récentes indiquent, dans la catégorie des autobus et autocars « autres », que le nombre de véhicules-kilomètres parcourus a atteint 1,657 milliard pour l'année 98-99 et que les recettes ont totalisé plus de 1,3 milliard de livres sterling<sup>34</sup>, soit environ 79 pence par kilomètre. On estime que quelque 14 % des véhicules-kilomètres et environ 17 % des recettes correspondent à des services express à grande distance, soit du transport interurbain, et que les déplacements de vacances et les excursions à la journée représentent 60 % environ des services autres que locaux. Par conséquent, les recettes imputables au transport de type nolisé, tel que nous le définissons au Québec, s'établiraient à 780 millions de livres sterling.

La part de marché global des transports par autocar est passée de 10 % au milieu des années 70 à 8 % au début des années 90, mais en valeur absolue, le marché longue distance dans son ensemble s'est considérablement développé. Selon des études réalisées par la British Tourist Authority sur les voyages touristiques intérieurs, les services d'autocars et d'autobus ont représenté en 1995 environ 3 % de l'ensemble des déplacements incluant un séjour d'une nuit, quel qu'en soit le motif. Les excursions en autocars — voyages qui n'incluent aucune nuitée — comptent pour un 5 % supplémentaire et les autres moyens de transport importants, en l'occurrence la voiture et le train, recueillent respectivement 80 % et 7 % de l'ensemble des déplacements.

Aux États-Unis, l'industrie du transport par autocar avec ses 4 000 transporteurs fait voyager plus de 860 millions de passagers par année avec un parc estimé à 44 000 autocars. Près de 200 000 personnes travaillent dans ce secteur. Sur l'ensemble des services offerts par cette industrie, environ la moitié du kilométrage est effectuée pour du transport interurbain, le tiers pour du transport nolisé et le reste pour d'autres types de services tels que des trajets vers les aéroports, des tours touristiques, des navettes privées, etc. Il s'agit d'une industrie composée de plusieurs transporteurs de taille modeste car environ 75 % gèrent un parc de moins de 10 autocars. On remarque malgré tout un certain degré de concentration : plus de la moitié des passagers voyage avec les 50 plus importantes entreprises qui opèrent toutes plus de 100 autocars. Comme l'illustre le tableau 15 et l'enquête menée par l'American Bus Association, seulement 2 % des transporteurs utilisent plus de 30 % du parc d'autocars. À l'opposé, seulement un passager sur neuf utilise les services des transporteurs qui exploitent moins de 10 autocars.

---

<sup>34</sup> Le 4 septembre 2001, la livre sterling valait 2,24 dollars canadiens.

**Tableau 15**  
**Composition de l'industrie du transport par autocar aux États-Unis et au Canada<sup>35</sup>**

<b>Nombre d'autocars par parc</b>	<b>Nombre de transporteurs</b>	<b>Proportion (%)</b>	<b>Nombre d'autocars au total</b>	<b>Proportion (%)</b>
100 et plus	41	2 %	10 109	31,3 %
50 à 99	83	4 %	5 288	16,4 %
25 à 49	137	6,6 %	4 544	14,1 %
10 à 24	455	21,9 %	6 948	21,5 %
Moins de 10	1 366	65,6 %	5 434	16,8 %
<b>Total</b>	<b>2 082</b>	<b>100 %</b>	<b>32 323</b>	<b>100 %</b>

Source : American Bus Association, Motorcoach Census 2000

Une autre enquête<sup>36</sup> révèle que les transporteurs américains dégagent des marges de profits d'exploitation de 10,5 % (les profits d'exploitation divisés par les revenus totaux). En moyenne, les exploitants d'autocars nolisés rapportent un revenu annuel de 112 000 dollars américains par véhicule, alors que les revenus moyens des transporteurs offrant des services réguliers se situent à 148 000 dollars par autocar. La moyenne des revenus totaux d'exploitation de l'industrie s'élève à environ 128 000 dollars américains par autocar.

Mentionnons que deux niveaux de juridiction interviennent au sein de l'industrie du transport par autocar aux États-Unis : c'est le gouvernement fédéral qui régit les mouvements inter-états et c'est l'État qui a la responsabilité des transports intra-état.

### **Expériences des projets de réformes**

Le gouvernement américain, en vue de contrer le ralentissement marqué de la demande pour le transport par autocar vers la fin des années 70, signe le *Bus Regulatory Reform Act* en novembre 1982. La création de la société ferroviaire Amtrak en 1971 et la déréglementation du transport aérien en 1978 expliquent en partie le déplacement des voyageurs vers ces deux modes de transport, dorénavant plus accessibles sur le plan des tarifs. Une réglementation trop stricte et complexe du système empêche les autocaristes de réagir et leur situation financière se détériore rapidement. L'objectif de la réforme est clair : renverser la tendance d'une industrie en déclin. On a ainsi procédé à une déréglementation économique importante qui visait essentiellement les déplacements inter-états à l'échelle nationale. Quant aux aspects touchant les déplacements intra-états, les États ont maintenu leur réglementation ou l'ont allégée, sauf pour ceux de la Floride et du Michigan qui l'ont complètement abolie.

C'est également cette inefficacité des compagnies de transport qui a amené le gouvernement du Royaume-Uni à déréglementer les activités de l'industrie du transport par autocar. Les deux principales compagnies, National Bus Company et Scottish Bus Group, étaient sous le contrôle de l'État. La loi sur les transports entérinée en octobre 1980 a supprimé la majorité des règlements

<sup>35</sup> Vaste enquête réalisée pour le compte de l'American Bus Association dont l'échantillon représente la moitié de l'offre américaine et environ 9 % de l'offre canadienne.

<sup>36</sup> Étude effectuée au cours de l'année 2000 par United Motorcoach Association (UMA) dont les résultats sont basés sur les réponses de quelque 175 autocaristes américains ayant des chiffres d'affaires annuels variant entre 200 000 et 20 millions de dollars américains.

qui s'appliquaient aux services d'autocars express, d'excursions et de circuits touristiques sur le territoire britannique. Elle a éliminé pratiquement tous les contrôles économiques sur les services d'autocars interurbain et nolisé. Le gouvernement britannique visait la réduction des dépenses publiques et une hausse du niveau d'intensité de la concurrence du secteur. Comme dans le cas des États-Unis, les efforts de déréglementation concernaient l'ensemble de l'industrie du transport par autocar, tant le service de nolisement que le service interurbain.

### **Atteinte partielle des objectifs**

Aujourd'hui, vingt ans après les réformes entreprises, les gouvernements américain et britannique n'ont atteint que partiellement leurs objectifs de départ. Plusieurs analystes affirment que la libéralisation des services d'autocars s'est d'une part soldée par des bénéfices substantiels pour les voyageurs, et ce, tant en ce qui concerne les tarifs, l'éventail des services offerts que la qualité des prestations. La réforme du système de transport par autocar et les mesures de déréglementation économiques ont eu de nombreuses conséquences sur la nature des opérations. Ces changements majeurs ont notamment eu pour effet de raviver la concurrence entre les compagnies de transport.

Au premier jour de la déréglementation au Royaume-Uni, un consortium de compagnies indépendantes, British Coachways, a mis en place des services concurrents sur les grands axes. Face aux offensives répétées de National Express<sup>37</sup> qui a réduit de 50 % ses tarifs sur certains itinéraires, le regroupement s'est toutefois révélé dans l'incapacité d'assurer une fréquence des départs aussi élevée et a cessé ses activités en janvier 1983. National Express a été avantagée par le nombre supérieur de ses points de vente et par les moyens d'accès aux gares routières. Le nom de la compagnie jouissait également d'une forte notoriété et cette dernière a su capitaliser sur la publicité en faveur du transport par autocar. L'entreprise National Express, qui s'accapare entre 70 et 80 % du marché, demeure le principal exploitant. Force est de constater qu'avec la libéralisation du secteur, le nombre d'exploitants d'autocars a beaucoup diminué.

Aux États-Unis, la déréglementation a permis à l'industrie de s'adapter aux besoins du marché et de gérer activement ses opérations. Le nombre de transporteurs y a plus que doublé au cours des années qui ont suivi la déréglementation passant de 1 500 à 3 500. De nouveaux acteurs furent attirés par la croissance du secteur du nolisement à des fins touristiques, jusque-là réservé aux transporteurs interurbains. Aujourd'hui, il est intéressant d'observer qu'environ 96 % des autocaristes offrent un service de transport nolisé. Les efforts de libéralisation de cette industrie ne sont certainement pas étrangers à ce changement de situation. La venue d'une concurrence accrue a favorisé une diminution des tarifs au sein de l'industrie américaine. La réorganisation des activités et l'élaboration de nouvelles stratégies a donné lieu à de nouvelles pratiques. La libéralisation du transport par autocar a conduit à une véritable guerre de prix entre les autocaristes. Cela a permis à une classe de voyageurs aux revenus limités de pouvoir se déplacer à des coûts moindres que les transports ferroviaire ou aérien.

Au Royaume-Uni, l'achalandage a fortement augmenté avec la baisse des prix, le trafic augmentant de 54 % entre 1978 et 1986. Mais au-delà de la compétition sur les prix, l'augmentation des fréquences, la diminution de la durée des trajets — utilisation plus efficace du réseau routier — et l'amélioration de la qualité des services figurent parmi les facteurs responsables de cette importante croissance.

---

<sup>37</sup> Au moment de la déréglementation de 1980, National Express était le nom commercial de l'ensemble des liaisons proposées par les compagnies d'autobus et d'autocars chapeautées par la National Bus Company (NBC).

Les mesures de déréglementation se sont cependant révélées un échec à plusieurs égards pour le transport interurbain et les populations régionales. En ce sens, un contexte commun caractérise les deux pays : la décroissance des régions rurales au plan de la démographie et l'élévation du niveau de vie ont entraîné la détérioration et souvent l'abandon des services locaux d'autocar interurbain. La réglementation économique — réglementation encore présente au Québec par la voie de l'interfinancement — visait à ce que les pertes sur les circuits ruraux soient nécessairement compensées par des augmentations de tarif sur les circuits plus achalandés. Sans un tel cadre réglementaire, les routes non rentables n'obtenaient tout simplement plus preneurs et se voyaient abandonnées au profit d'autres activités plus lucratives.

Mentionnons toutefois que la portée de la comparaison de ces deux exemples étrangers avec la situation du Québec doit être nuancée en raison de structures d'industries différentes. L'encadrement législatif actuel du transport nolisé au Québec diffère sensiblement de la situation qui prévalait au Royaume-Uni et aux États-Unis à cette période. Les autocaristes offrant du transport nolisé n'obéissaient pas aux mêmes règles de protection de marché que nous connaissons actuellement au Québec; les conséquences se sont davantage répercutées sur les services de transport interurbain.

#### 4.2 Coup d'œil sur la France

Après une forte croissance enregistrée dans les années 80 — due essentiellement à l'activité touristique —, le marché du tourisme en autocar en France a subi un ralentissement au cours des dernières années. Le tableau 16 montre qu'après avoir atteint un niveau record de 254 millions de passagers transportés par autocar en 1996, l'industrie enregistre une légère baisse depuis. Même constat du côté du nombre de kilomètres effectués où le total est passé de 574 millions de kilomètres en 1996 à 476 millions en 1999.

**Tableau 16**  
**Évolution du transport occasionnel<sup>38</sup>**

<b>Année</b>	<b>Kilométrage en charge réalisé (millions de km)</b>	<b>Nombre de voyageurs transportés (en millions)</b>
1978	310,7	145,8
1980	313,5	183,0
1985	380,5	238,2
1990	484,7	244,1
1995	500,6	227,5
1996	538,9	254,2
1998	496,8	249,1
1999	475,8	246,5

Source : Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement, France, juillet 2000

Les dernières données relevées en 1999 par le ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement montrent que le nombre de kilomètres parcourus et le nombre de voyageurs

<sup>38</sup> La réglementation française définit le transport occasionnel par deux types de services : 1- Des circuits à la place, c'est-à-dire les transports dont chaque place est vendue séparément et qui ramène les voyageurs à leur point de départ. 2- Des services collectifs, qui comportent la mise d'un véhicule à la disposition exclusive d'un groupe (minimum deux personnes) ou de plusieurs groupes d'au moins dix personnes, lesquels groupes doivent avoir été constitués préalablement à leur prise en charge.

transportés ont diminué respectivement de 4,2 % et 1 % par rapport à 1998. Dans l'ensemble du secteur en 1999, l'activité du transport occasionnel représente 38,9 % des kilomètres parcourus et 23 % du nombre de voyageurs transportés<sup>39</sup>. Néanmoins, au sein du transport occasionnel interurbain, les excursions d'une journée enregistrent une augmentation de 2 % du nombre de voyageurs-kilomètres par rapport à l'année précédente. En contrepartie, les voyages de plus d'une journée enregistrent une baisse de plus de 8 %.

En 1999, après trois années de diminution d'achalandage, le parc d'autocars en service compte 60 406 véhicules, soit une augmentation de 0,2 % par rapport à 1998. L'âge moyen des véhicules utilisés dans le transport régulier, le transport scolaire et le transport occasionnel est passé de 11,8 ans en 1997 à 11,1 ans en 1999.

**Tableau 17**  
**Répartition du parc utilisé en 1999 selon l'âge de l'autocar**  
**et son utilisation principale<sup>40</sup>**

Âge de l'autocar	Transport régulier <sup>41</sup>	Transport occasionnel <sup>42</sup>
0-4 ans	3 481	3 404
5 à 9 ans	3 157	4 016
10 à 14 ans	2 396	3 129
15 à 25 ans	3 110	2 157
	<b>12 144</b>	<b>12 706</b>

Source : Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement, France, juillet 2000

Autrefois un élément moteur du développement touristique en France, le voyage par autocar a subi les contrecoups de l'évolution des goûts de la clientèle. S'il existe de grands groupes dans le transport routier de voyageurs, aucun autocariste n'a émergé en tant que producteur touristique. Les principales entreprises d'autocars (Verney, Hervouet, Salaün) réalisent toujours l'essentiel de leurs recettes dans le transport de passagers<sup>43</sup>. Le tourisme ne représente qu'une diversification à bas volume. On note d'ailleurs une faible organisation du secteur et une importante carence en ce qui concerne les statistiques compilées sur le transport dit « occasionnel »<sup>44</sup>. En dépit d'un fort potentiel de développement en raison des nombreux circuits touristiques et une clientèle de retraités, le tourisme en autocar souffre d'un problème d'image.

À l'instar du Québec, la taille et l'organisation des quelque 3 000 entreprises recensées sont en majorité familiales. Environ 55 % des autocaristes ne contrôlent que 12,4 % du parc d'autocars en France. Les importants joueurs demeurent essentiellement consacrés au transport régulier de voyageurs. Le transport nolisé pour les groupes touristiques ne représente pour eux qu'une activité d'appoint pour les vacances et les fins de semaine. Il y aurait tout de même environ 30 % des autocaristes qui s'adonneraient au nolissement à plein temps. Une tendance s'observe chez les grandes entreprises d'autocar afin d'optimiser la satisfaction du client et l'utilisation du parc tout en réduisant le niveau des prix. On propose par exemple un trajet unidirectionnel en autocar et un retour en avion, alors que le groupe suivant amorce son séjour par avion et rentre par la route. Une utilisation conjointe de l'autocar et de l'avion permet d'offrir des tarifs inférieurs de 10 % à 30 % par rapport à ceux proposés par les autocaristes généralistes.

<sup>39</sup> Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement, France, juillet 2000.

<sup>40</sup> Parc d'autocars en service au moment de l'enquête.

<sup>41</sup> Cette division comprend le transport interurbain et urbain.

<sup>42</sup> Cette division comprend tout ce qui concerne la composante touristique du transport par autocar.

<sup>43</sup> L'Écho touristique, n° 2521, 20 octobre 2000.

<sup>44</sup> Syndicat national des entreprises de tourisme (SNET).

## 5. Portrait des entreprises du secteur

### 5.1 Transporteurs

La présente section de l'étude s'appuie sur un sondage détaillé réalisé auprès de transporteurs québécois détenteurs d'un permis de transport nolisé. Malgré les importants efforts de sollicitation mis de l'avant, le taux de participation espéré n'a malheureusement pu être atteint. Cependant, l'analyse des informations recueillies combinée aux nombreuses entrevues et consultations menées auprès d'exploitants et de responsables de l'industrie, nous permettent de juger ces résultats représentatifs de la situation réelle.

Les données de l'enquête proviennent des questionnaires complétés par 29 transporteurs sur un échantillon global de 68 entreprises. Les participants à l'étude gèrent un parc total de 1 860 autobus, tout usage confondu (nolisé, lignes, scolaire, etc.).

### Caractéristiques du transport nolisé et évolution du parc

**Tableau 18**  
**Répartition du parc d'autobus en service pour le nolisé par catégorie<sup>45</sup>**

	Autocars		Catégorie 3	Catégorie 4	Catégorie 5	Catégorie 6	Catégorie 7
	Catégorie 1	Catégorie 2					
Nombre	284	63	42	44	650	82	28
Âge moyen (années)	6,1	7,2	5,7	2,5	4,1	5,2	5

Tel que l'illustre le tableau 18, l'échantillon se compose de transporteurs détenant 284 autocars utilisés exclusivement pour des fins de transport nolisé, soit plus de 47 % de l'ensemble du parc qui en totalise 605. Nous n'avons pas considéré les véhicules de la catégorie 2 dans ce nombre en raison de l'ambiguïté pouvant être associée à sa définition (voir encadré à la page 7).

Si l'on combine les catégories 1 et 2, on remarque une différence quant à l'âge moyen du parc de l'échantillon qui se situe à 6,3 ans comparativement à 10 ans pour l'ensemble de l'industrie. À cet égard, 65 % des autocaristes ont mentionné avoir procédé à l'achat de nouveaux autobus au cours de l'année 2000. Il s'agit d'investissements qui, pour l'ensemble des cinq dernières années, ont totalisé en moyenne quatre millions de dollars par transporteur. De ce nombre, environ 90 % des sommes ont été dépensées au Québec, à savoir 3 588 000 dollars par transporteur. En raison d'un faible nombre de répondants, il serait hasardeux d'extrapoler ces chiffres à l'ensemble de l'industrie.

<sup>45</sup> Les catégories d'autobus sont celles définies par le Règlement sur le transport par autobus apparaissant en annexe F du *Guide du transport nolisé par autocar*.

**Tableau 19**  
**Évolution du parc d'autocars pour le transport nolisé**

	<b>2000</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>	<b>1996</b>	<b>1991</b>
Nombre d'autocars	293	285	251	181	129
Moyenne par transporteur	12	12	10	8	5

Le tableau 19 témoigne de l'évolution du parc d'autocars destinés au transport nolisé. On remarque une progression du nombre de ces véhicules jusqu'en 1999. Depuis l'année dernière, si l'on ne considère que les autocars de catégorie 1, l'évolution du parc semble s'être stabilisée. Ce dernier se maintient légèrement sous les 300 véhicules en ce qui concerne notre échantillon. Afin d'avoir une idée sur la tendance à venir, nous avons demandé aux transporteurs s'ils envisageaient de diminuer ou d'augmenter leur parc au cours des trois prochaines années. La compilation des réponses se traduit par une différence positive nette de 3 autocars.

**Tableau 20**  
**Statistiques annuelles moyennes d'exploitation de transport nolisé<sup>46</sup>**

<b>Service fourni</b>	<b>Kilométrage</b>	<b>Jours d'utilisation</b>
Transport nolisé – International <sup>47</sup>	490 387	1 350
Transport nolisé – Local <sup>48</sup>	577 730	1 421

**Tableau 21**  
**Demandes de permis de transport nolisé et d'abonnement en 2000**

	<b>Permis de transport nolisé</b>	<b>Permis d'abonnement</b>
Nombre de demandes	29	38
Nombre de permis obtenus	24	25

### **Location d'autobus additionnels**

Nous avons déjà fait état à maintes reprises des difficultés éprouvées par l'industrie pour équilibrer efficacement l'offre et la demande en ce qui concerne la location d'autocars à l'automne. À ce chapitre, 34 % du chiffre d'affaires pour le transport nolisé est réalisé durant les mois de septembre et d'octobre et 74 % entre avril et octobre. C'est donc dire que les mois de novembre à mars ne comptent que pour seulement 26 % des revenus des transporteurs. Certains exploitants ont entrepris des démarches lors de la haute saison pour recourir à des autobus additionnels, et ce, dans le but de satisfaire aux demandes de pointe de leurs clients, les grossistes en voyages.

<sup>46</sup> Statistiques de transport nolisé des transporteurs ayant répondu à cette question (11 à 16 répondants).

<sup>47</sup> Transport de clientèles en provenance de l'extérieur du Québec.

<sup>48</sup> Transport de clientèles en provenance du Québec.

Le tableau 22 indique le nombre d'autobus ainsi loués de même que le nombre de jours d'utilisation en précisant si la location s'est effectuée avec ou sans conducteur, et s'il s'agissait d'une location pour une période de plus ou de moins d'un mois.

Un total de 300 autobus ont été loués par les transporteurs au cours des trois dernières années pour un total de 7 295 journées d'exploitation. Avec une moyenne d'une centaine de véhicules loués à chaque année, on observe un intérêt croissant pour la location d'autobus sans conducteur, statistique particulièrement révélatrice sur le plan du total des journées d'exploitation. Nous observons en effet, entre 1999 et 2000, une croissance de 158 % pour la location d'autobus sans conducteur, comparativement à une baisse de 49 % pour la location d'autobus avec conducteur. La proportion de véhicules loués auprès d'autres transporteurs s'avère supérieure : on en dénombre 210 versus 90 autobus loués auprès d'entreprises de location.

**Tableau 22**  
**Location d'autobus additionnels durant la période automnale**  
**au cours des trois dernières années<sup>49</sup>**

	1998		1999		2000	
	Nombre d'autobus	Nombre de jours (total)	Nombre d'autobus	Nombre de jours (total)	Nombre d'autobus	Nombre de jours (total)
Autobus avec conducteurs	91	997	72	1 064	54	544
Autobus sans conducteur	18	1 198	19	976	46	2 516
<b>Sous-total</b>	109	2 195	91	2 040	100	3 060
Location pour une période de moins d'un mois	2	40	2	35	1	30
Location pour période de plus d'un mois	17	349	24	947	62	2 366
<b>Total 3 ans</b>	Nombre d'autobus : 300			Nombre de jours : 7 295		

Bien que plus difficile à évaluer pour les transporteurs, les réponses partielles obtenues par ceux-ci concernant la durée de location nous indiquent néanmoins une préférence pour la location à long terme, soit pour une période de plus de six mois. La mise en application de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds* qui responsabilise à la fois le locataire et le locateur constitue une hypothèse qui expliquerait en partie la préférence marquée en l'an 2000 pour la location d'autobus sans conducteur. Les entreprises locataires ont ainsi pu mieux contrôler les risques lorsqu'elles fournissent leurs propres conducteurs. Précisons toutefois que depuis février 2001, un règlement sur les contrats vient régulariser la situation et que les irritants à ce sujet ne représentent plus un obstacle pour les transporteurs. De plus, comme il y a de plus en plus de location pour une période prolongée, il s'avère beaucoup moins coûteux pour le locataire d'utiliser son propre personnel.

<sup>49</sup> Les compilations relatives au nombre d'autobus et de journées de location varient en raison de réponses partielles obtenues des transporteurs.

La plupart des autobus loués durant la période automnale provenaient d'entreprises situées au Québec. Les autres endroits mentionnés comme lieu d'approvisionnement ont été l'Ontario, la Colombie-Britannique et les États-Unis. Interrogés sur les bénéfices retirés par la location d'autobus supplémentaires pour faire face à la période de demande accrue, la grande majorité des transporteurs ont indiqué que cet exercice s'avérait non rentable, mais qu'ils le faisaient quand même afin de rendre service à certains clients.

**Tableau 23**  
**Répartition de l'utilisation des autobus additionnels loués**  
**durant la période automnale au cours des trois dernières années**

<b>Nombre d'autobus additionnels</b>				
<b>Année</b>	Avant la mi-septembre	Deux dernières de septembre	Deux premières d'octobre	Deux dernières d'octobre
<b>2000</b>	46	78	72	15
<b>1999</b>	33	48	48	7
<b>1998</b>	27	39	39	1

Le tableau 23 confirme que la période de pointe pour la demande se situe entre les deux dernières semaines de septembre et les deux premières semaines d'octobre. La haute saison tend toutefois à se prolonger jusqu'à la fin d'octobre puisque le nombre d'autobus additionnels pour cette période est passé de 7 en 1999 à 15 en l'an 2000.

### **Autocars inutilisés à l'automne**

Afin de mieux évaluer la pertinence de prendre des mesures facilitantes pour la location d'autobus à l'extérieur du Québec, on a demandé aux transporteurs s'ils avaient utilisé tous leurs autobus de catégories 1 et 2 lors de la haute saison de l'automne au cours des trois dernières années. Il est important de considérer spécifiquement les autocars, ces derniers étant les véhicules requis pour satisfaire à la clientèle touristique responsable de la forte demande de l'automne. Plus de 68 % des répondants ont affirmé avoir utilisé tout leur parc pour l'ensemble de cette période.

Puisque l'année 2000 s'est avérée particulière en raison de l'assouplissement des procédures de location d'autobus à l'extérieur du Québec, nous avons circonscrit la requête à la période comprise entre le 6 septembre et le 22 octobre. Nous voulions évaluer l'impact de cette mesure à savoir si, d'une part, les transporteurs avaient jugé opportun de s'en prévaloir et si, d'autre part, cela avait pu pénaliser certains en leur causant davantage de difficultés pour louer leurs autocars. Le premier aspect ayant été analysé au tableau 22, l'évaluation du nombre d'autocars inutilisés est illustré par le tableau 24. Un écart de 461 journées d'utilisation d'autocars sépare les transporteurs d'un usage optimal du parc, soit une moyenne d'environ 10 autocars par jour. Notons toutefois que seulement 12 % des exploitants ont connu un manque à gagner supérieur à 20 jours d'utilisation d'autocars au cours de cette période. On remarque également que la demande fléchit légèrement à compter de la troisième semaine d'octobre où le nombre de véhicules inutilisés augmente progressivement.

**Tableau 24**  
**Nombre d'autocars inutilisés durant la période visée par le décret 1054-2000**  
(du 6 septembre au 22 octobre 2000)

<b>Septembre</b>	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Nombre de véhicules	12	13	9	7	8	8	7	8	7	7	9	10	9	6	9	9	8	7	7	10	13	9	8	7	7
<b>Octobre</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	Total (jours d'autocars)		
Nombre de véhicules	8	12	8	6	6	7	10	10	7	8	9	9	14	8	8	14	18	14	23	10	14	24	<b>461</b>		

En adoptant l'hypothèse que notre échantillon — approximativement 49 % du parc d'autocars du Québec — soit représentatif de l'ensemble de l'offre du Québec, nous obtenons une moyenne quotidienne de 20 autocars inutilisés au cours de cette période (du 6 septembre au 22 octobre 2000). En comparaison, une cinquantaine d'autocars additionnels ont traversé la frontière pour supporter l'équilibre de l'offre et de la demande. On se doit aussi de se pencher sur l'utilisation du parc d'autocars au cours des années antérieures au décret. À ce chapitre, les transporteurs ont été interrogés sur leur niveau de succès à louer leurs autocars durant la période automnale, et ce, pour les années 1998 et 1999. On remarque que la situation n'a pas vraiment changé avec la mise en place du décret. On retrouve, au cours de chacune des trois dernières années, entre huit et dix autocars inutilisés quotidiennement lors de la période de pointe.

On n'a aucune raison de croire que l'application de la mesure d'assouplissement de l'automne 2000 ait empêché certains autocaristes d'exploiter de manière efficiente leur parc d'autocars. D'une part, la demande touristique intensive justifie la prise de moyens extraordinaires pour s'assurer que l'accueil et les services y répondent le plus adéquatement possible, et d'autre part, les procédures reliées à l'importation de véhicules additionnels sont relativement onéreuses, augmentant ainsi les frais d'exploitation du véhicule. Les facteurs expliquant qu'un certain nombre d'autocars n'aient pu être loués relèvent davantage de paramètres circonstanciels que concurrentiels.

**Tableau 25**  
**Nombre d'autocars inutilisés durant la période automnale**  
**pour les années 1998 et 1999**

<b>Année</b>	<b>Nombre d'autocars inutilisés</b>				
	Deux premières semaines de septembre	Deux dernières semaines de septembre	Deux premières semaines d'octobre	Deux dernières semaines d'octobre	Moyenne
<b>1999</b>	9	2	3	18	8
<b>1998</b>	8	4	4	17	8,25

### **Perspectives pour l'automne 2001**

Le décret 1054-2000 constituait une première expérience pour les transporteurs. Bien qu'il y ait eu davantage d'autocars loués à l'extérieur du Québec à l'automne 2000, nous ne pouvons conclure à un nombre supérieur d'autobus en service pour le transport nolisé dans son ensemble

à cette période comparativement aux dernières années. Comme nous l'avons vu précédemment, une centaine d'autobus ont été ajoutés au parc pour chacune des trois dernières années. Toutefois, le décret semble avoir stimulé la location d'autocars additionnels pour des périodes à court terme, particulièrement lors des deux dernières semaines de septembre et les deux premières semaines d'octobre. De plus, la quantité totale de journées d'exploitation à l'aide d'autobus additionnels s'est révélée sensiblement supérieure à l'automne 2000 par rapport à l'automne 1999, avec une augmentation de 50 %.

Dans l'éventualité où aucune mesure particulière — à l'instar du décret 1054-2000 — n'était adoptée à l'automne 2001, seulement quatre des autocaristes de l'échantillon croient avoir recours à la location d'autobus additionnels à l'extérieur du Québec durant cette période. Il existe ainsi une possibilité réelle que l'offre d'autocars soit à un niveau plus faible en 2001 par rapport à 2000 puisque cette avenue ne s'avère apparemment pas suffisamment rentable pour intéresser un nombre substantiel d'autocaristes.

Même dans l'éventualité d'une récurrence d'un processus simplifié de location d'autobus à l'extérieur du Québec, on compte seulement quatre des autocaristes qui croient y recourir à l'automne 2001. Toutefois, dans le cas où l'on permettrait à nouveau aux transporteurs qui possèdent un permis de transport nolisé d'offrir leurs services aux groupes qui transitent par les aéroports de Mirabel et de Dorval, ainsi que par les ports de Montréal et de Québec, sans y être expressément autorisés dans le cadre de leur permis, ce sont 23 % des transporteurs qui se disent intéressés à utiliser des autobus additionnels.

### **Influence de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds* sur la gestion du parc des transporteurs**

Depuis 1999, tous les propriétaires et exploitants de véhicules lourds doivent se conformer à la nouvelle *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds*. Cette Loi introduit un système administratif d'inscription visant à leur octroyer un droit de circuler par l'obtention d'une cote de sécurité. Elle prévoit également des sanctions, sous la responsabilité de la CTQ, ainsi qu'un mécanisme de suivi de leur comportement géré par la SAAQ. Ce renforcement de la sécurité routière influence néanmoins de façon non négligeable l'exploitation du parc d'autobus des transporteurs. Un peu plus de la moitié sont d'avis que cette mesure a eu un impact significatif sur leur gestion. Le tableau 26 présente les principaux avantages et inconvénients de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds*, selon les transporteurs.

**Tableau 26**  
**Avantages et inconvénients de la**  
***Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds***

	<b>Avantages</b>	<b>Inconvénients</b>
<b>1</b>	Hausse le niveau de sécurité du parc d'autobus	Impose une lourdeur administrative
<b>2</b>	Nivelle la concurrence en pénalisant les transporteurs négligeants	Application des règles non uniforme, système de points parfois inapproprié
<b>3</b>	Uniformise les standards de sécurité et de gestion du parc	Ne pénalise pas systématiquement tous les transporteurs fautifs
<b>4</b>	Encourage la mécanique préventive et la formation des conducteurs	Entraîne des coûts élevés d'application
<b>5</b>	Augmente la qualité générale du produit	Difficile d'application dans les cas de sous-traitance <sup>50</sup>
<b>6</b>	Sensibilise les transporteurs aux contraintes de la Loi	Fautes du conducteur au code de la sécurité routière imputables au transporteur
<b>7</b>	Favorise le départ graduel des transporteurs non sérieux	Approche davantage axée sur les sanctions que sur la sensibilisation

### **Profil de la clientèle et des circuits**

Afin de mieux évaluer la situation actuelle et les tendances du marché touristique, nous avons mesuré un certain nombre de caractéristiques, notamment le profil des canaux de distribution utilisés par les autocaristes pour louer leurs autobus ainsi que les principaux ports d'entrée et marchés d'origine de la clientèle. Un regard sur les provenances de la clientèle, au tableau 27, nous montre que les grossistes réceptifs québécois constituent la plus importante source de revenus pour le transport nolisé, étant responsables de 33 % du chiffre d'affaires. Viennent ensuite les organismes de voyages bénévoles qui jouent également un rôle très important, avec 31 % de l'ensemble des revenus du transport nolisé. Fait assez remarquable, le plus important client compte en moyenne pour 35 % du total des revenus de transport nolisé d'un autocariste, lui conférant sans conteste une relation d'affaires privilégiée.

<sup>50</sup> Avant la modification de février 2001.

**Tableau 27**  
**Part du chiffre d'affaires réalisé pour le transport nolisé**  
**selon le canal de distribution utilisé**

<b>Canaux de distribution</b>	<b>Part du chiffre d'affaires</b>
Grossistes réceptifs québécois	33 %
Grossistes étrangers (sans passer par une agence réceptive)	14 %
Agences de voyages québécoises	22 %
Organismes de voyages bénévoles (incluant les clubs corporatifs et associatifs)	31 %
Total	100 %

Le tableau 28 identifie les régions touristiques les plus populaires en ce qui concerne les circuits d'autobus desservis par les transporteurs québécois. Comme l'on pouvait s'en douter, les régions métropolitaines de Montréal et de Québec demeurent des destinations incontournables, tant pour la clientèle touristique internationale que locale. Malgré de grandes similitudes, l'intérêt de la clientèle internationale se démarque de la clientèle locale par sa préférence pour la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean, alors que la région de Charlevoix obtient davantage la cote auprès des touristes québécois. Précisons que les circuits programmant des attraits en Ontario présentent également un certain intérêt auprès de la clientèle internationale, puisque cinq mentions font référence soit à la ville de Toronto ou aux Chutes Niagara parmi les régions les plus visitées.

**Tableau 28**  
**Régions touristiques les plus visitées à l'aide du transport nolisé**

Rang	Clientèle locale	Nombre de mentions	Clientèle internationale	Nombre de mentions
1	Montréal	23	Ville de Québec	20
2	Ville de Québec	22	Montréal	19
3	Charlevoix	9	Saguenay—Lac-Saint-Jean	8
4	Laurentides	6	Laurentides	6
5	Saguenay—Lac-Saint-Jean	5	Charlevoix	4

La durée moyenne d'un circuit touristique s'adressant à la clientèle locale est de deux jours comparativement à huit jours pour la clientèle internationale. Le tableau 29 illustre la répartition, selon son lieu d'origine, de l'ensemble de la clientèle, tant internationale que locale, utilisant des services de transport nolisé. Le marché québécois constitue le principal requérant avec 55 % du volume, suivi par la clientèle française avec 20 %. Les Américains ne représentent pas un marché de première importance pour les transporteurs du Québec. L'industrie de l'autocar aux États-Unis compte sur un parc bien développé et des plus organisés permettant facilement aux grossistes américains d'utiliser leur propre réseau.

**Tableau 29**  
**Provenance de la clientèle des autocaristes**

<b>Marché d'origine</b>	<b>Répartition</b>
Québec	55 %
France	20 %
Reste de l'Europe	10 %
Autres provinces canadiennes	9 %
Japon	5 %
Etats-Unis	1 %
Brésil	1 %
Total	100 %

Nous voulions également connaître plus précisément les points d'entrée de la clientèle internationale de groupes pour les circuits touristiques. Le tableau 30 dresse les principaux endroits par lesquels la clientèle amorce son circuit en autobus. L'aéroport de Dorval et celui de Lester B. Pearson arrivent en tête avec respectivement 29 % et 27 % de l'ensemble des points d'entrée au Québec. On note tout de même que l'embarquement de près de 20 % des groupes s'effectue à d'autres lieux — tel l'aéroport d'Ottawa — que les cinq proposés dans le questionnaire.

**Tableau 30**  
**Répartition des groupes en fonction des principaux points d'entrée au Québec**

<b>Points d'entrée</b>	<b>Répartition</b>
Aéroport aéroport de Montréal-Dorval	29 %
Aéroport Lester B. Pearson de Toronto	27 %
Aéroport de Montréal-Mirabel	21 %
Aéroport international Jean-Lesage de Québec	2 %
Etats-Unis	1 %
Autres	20 %
Total	100 %

Plus de la moitié des transporteurs offrent des services de transport nolisé à l'aide d'autobus scolaires. Comme le démontre le tableau 31, pour plusieurs transporteurs le nolisement représente une source non négligeable de revenus. La portion des activités de nolisement réalisée au moyen d'autobus scolaires compte toutefois pour une part plus faible lorsqu'on l'évalue en termes de nombre de groupes comparativement aux revenus. Quant à l'utilisation de minibus, c'est également la moitié des transporteurs qui s'adonnent au transport nolisé avec ce type de véhicule. Le parc de minibus appartenant aux transporteurs de l'échantillon totalise 82 unités, génère en moyenne environ 6 % du total de leur clientèle et correspond à 5 % de l'ensemble de leur revenus.

**Tableau 31**  
**Part des activités de transport nolisé réalisée avec des autobus scolaires**

Ensemble de l'échantillon		Transporteurs qui effectuent du transport nolisé avec des autobus scolaires <sup>51</sup>	
En nombre de groupes	En revenus	En nombre de groupes <sup>52</sup>	En revenus <sup>53</sup>
11 %	9 %	27 %	19 %
Nombre d'autobus scolaires disponibles pour le transport nolisé parmi l'échantillon : 695 autobus			

**Tableau 32**  
**Part des activités de transport nolisé réalisée avec des minibus**

Ensemble de l'industrie du transport nolisé		Transporteurs qui effectuent du transport nolisé avec des minibus	
En nombre de groupes	En revenus	En nombre de groupes <sup>54</sup>	En revenus <sup>55</sup>
2 %	2 %	6 %	6 %
Nombre de minibus disponibles pour le transport nolisé parmi l'échantillon : 82 minibus			

En ce qui concerne les clientèles issues des ports de Montréal et de Québec, plus de 59 % des transporteurs affirment effectuer des trajets pour ce type de voyageurs. En termes de volume, on parle d'un total de plus de 152 groupes représentant en moyenne 13 groupes par transporteur concerné par cette activité. Une extrapolation sur l'ensemble de l'industrie nous permet d'estimer le nombre total de voyages à plus de 300 par année. Seulement 29 % des répondants affirment prendre les groupes issus de croisières dans le cadre d'un permis touristique comparativement à 75 % qui précisent s'adonner à cette activité dans le cadre d'une sous-location avec conducteur pour un autre transporteur.

En ce qui a trait à la sous-location, 41 % des transporteurs mentionnent avoir eu, au cours des 12 derniers mois, à négocier avec d'autres transporteurs afin d'effectuer du nolisé nécessitant des permis qu'ils ne détenaient pas. Ces transactions se traduisent par un total de 420 groupes, soit une moyenne de 30 groupes par transporteur.

### **Relations d'affaires**

Certains éléments ont été évalués afin de tracer un portrait plus exhaustif de l'environnement d'affaires caractérisant les relations et pratiques commerciales entre les transporteurs et les grossistes. Dans l'ensemble, les transporteurs entretiennent d'excellentes relations d'affaires avec leurs clients grossistes. Plus précisément, 43 % des répondants les estiment plutôt correctes, 57 % les jugent très correctes et aucun ne les qualifie de difficiles.

<sup>51</sup> Temps plein ou occasionnel.

<sup>52</sup> Représente 41 % de l'échantillon, soit 12 transporteurs.

<sup>53</sup> Représente 59 % de l'échantillon, soit 17 transporteurs.

<sup>54</sup> Représente 48 % de l'échantillon, soit 14 transporteurs.

<sup>55</sup> Représente 52 % de l'échantillon, soit 15 transporteurs.

Une pratique commerciale assez largement répandue entre les entrepreneurs de transport et les grossistes concerne la quasi absence de garanties au moment d'affectuer une réservation de location d'autocars. La plupart des grossistes, particulièrement ceux de taille importante, ne versent aucun dépôt à l'avance. Peu de transporteurs dévient cette pratique puisque seulement 7 % d'entre eux affirment exiger systématiquement un dépôt. La situation diffère lorsque le grossiste représente un volume de moindre importance puisque des garanties à la réservation sont alors exigées dans 31 % des cas. Néanmoins, les tentatives ne sont guère concluantes puisque les transporteurs n'obtiennent gain de cause que dans 14 % des réservations. Le vent risque fort de tourner dans l'avenir puisque plus de la moitié des répondants nous ont fait part de leur intention d'exiger davantage de garanties. L'excellente qualité des relations d'affaires entre les deux industries s'explique par l'important volume d'affaires que génèrent les clients fidèles qui louent des autobus à chaque année. Cette base de fidélité atténue grandement l'insécurité causée par l'absence de dépôts lors de la réservation. Une impressionnante proportion des groupes, soit 63 %, proviennent des clients réguliers. L'analyse de la politique des dépôts du point de vue des grossistes fait l'objet d'un traitement complémentaire à la section 7.7.

**Tableau 33**  
**Politique des dépôts lors de la réservation**

	<b>Oui</b>	<b>Non</b>
Exigence systématique de dépôts	7 %	93 %
Exigence de dépôt aux clients de moindre importance	31 %	69 %
Intention d'exiger davantage de garanties à l'avenir	50 %	50 %
Proportion des réservations pour lesquelles les transporteurs obtiennent un dépôt lors de la réservation		<b>14 %</b>
Proportion des groupes issus des clients fidèles		<b>64 %</b>

Les délais de paiement, une fois la prestation de service rendue, figurent aussi parmi les aspects que les transporteurs souhaiteraient améliorer afin d'optimiser la gestion de leurs opérations. Interrogés sur la question, ces derniers se disent en mesure de recouvrer leurs comptes clients au terme d'un délai moyen de 48 jours. Son de cloche très différent du point de vue des grossistes — voir le tableau 54 de la section 7.7 — qui affirment régler leur facture après un délai moyen de 25 jours.

En ce qui concerne les prix, le Québec est reconnu pour offrir des services de transport nolisé par autocar présentant un excellent rapport qualité/prix. En contrepartie, en raison d'équipements dispendieux nécessitant une longue période d'amortissement, ces prix de location des plus concurrentiels rendent la tâche difficile aux gestionnaires cherchant à rentabiliser le financement de leur parc d'autocars. Conscients de la situation, plus de 90 % des transporteurs ont déjà signifié leur intention d'augmenter leurs prix au cours de la saison 2001. Il s'agit d'une hausse

assez substantielle puisqu'elle devrait atteindre approximativement 10 % par rapport aux prix de l'an 2000.

En vertu du contexte législatif en vigueur, plusieurs entrepreneurs bénéficient d'un nombre appréciable de permis pour le transport nolisé qui, lorsque les points de service rattachés y sont désignés auprès de la CTQ, confèrent au détenteur la protection de son marché. À ce chapitre, nous avons déjà fait mention des intentions du gouvernement fédéral de procéder à une déréglementation économique du secteur du transport nolisé visant notamment à stimuler la libre concurrence et à dynamiser le secteur. Dans un tel contexte, il s'avérait essentiel de déterminer si l'hypothèse d'une élimination des restrictions de permis de transport nolisé relatives aux points d'embarquement inciterait davantage les exploitants à faire du démarchage auprès de nouveaux clients. La réponse est très révélatrice : **60 %** des transporteurs ont répondu que oui, cela les encouragerait à entreprendre des efforts additionnels pour développer de nouveaux marchés. Le tableau 34 illustre les clientèles pour lesquelles il s'effectue actuellement du démarchage sur une base régulière. Présentement, les grossistes canadiens et les associations professionnelles sont les plus régulièrement ciblés par des démarches prospectives.

**Tableau 34**  
**Proportion des transporteurs qui effectuent**  
**du démarchage selon le type de clientèle**

<b>Clientèle</b>	<b>Proportion des transporteurs</b>
Grossistes canadiens	52 %
Grossistes américains	24 %
Grossistes européens	24 %
Groupes d'âge d'or	34 %
Associations professionnelles	48 %
Groupes d'étudiants	41 %
Autres	21 %
Après d'au moins un marché	69 %

## **5.2 Manufacturiers d'autocars**

### **Industrie canadienne de fabrication d'autobus**

L'industrie canadienne de construction d'autobus comprend quatre secteurs distincts : autocars, autobus urbains, autobus scolaires et autobus spéciaux. L'industrie compte onze constructeurs principaux : deux d'autocars, trois d'autobus urbains, trois d'autobus scolaires et deux d'autobus spéciaux, au Manitoba, en Ontario et au Québec. La production totale est estimée à environ 1 milliard de dollars par année, dont 75 % est exportée principalement aux États-Unis. Le nombre d'emplois directs dans ce secteur dépasserait, selon certaines estimations, 8 000.

### **Secteur des autocars**

Le sous-secteur canadien des autocars comprend : Motor Coach Industries Limited (MCI), à Winnipeg (Manitoba) et Volvo-Prévost Car Incorporated, à Sainte-Claire (Québec). Les constructeurs d'autocars produisent surtout des véhicules de 40 et de 45 pieds, et certains modèles articulés de 60 pieds. La production combinée des deux constructeurs d'autocars au

Canada atteignait environ 1 700 engins par année en 1996, soit à peu près 80 % de toutes les ventes en Amérique du Nord. Prévost Car inc. conçoit et produit ses autocars au Canada, tandis que Motor Coach Industries (MCI) les met entièrement au point au Canada mais ne construit que la caisse au Canada, l'assemblage final étant réalisé aux États-Unis. MCI possède des usines de montage à Winnipeg, au Manitoba et à Pembina, dans le Dakota du Nord. Prévost n'exploite qu'une seule usine de montage, à Sainte-Claire, au Québec. Des transporteurs privés ainsi que des propriétaires d'autocars utilisés pour des fins touristiques constituent les principaux clients de ce sous-secteur. De plus, des entrepreneurs de transport dont les activités sont financées à même les fonds publics achètent certains autocars pour leurs services de banlieue.

### **Profil**

#### **Motor Coach Industries (MCI)**

Motor Coach Industries (MCI), établie en 1932, a été achetée en 1994 par Dina, une entreprise mexicaine. Elle possède des usines à Winnipeg et Pembina, dans le Dakota du Nord. L'usine de MCI au Manitoba fait partie des opérations de rationalisation de l'entreprise en Amérique du Nord. L'usine fabrique des caisses de carrosserie d'autocar dont la valeur correspond à environ 40 % du véhicule tout équipé. À pleine capacité, l'usine de Winnipeg peut produire plus de 1 000 caisses par année, avec seulement un quart de travail. Ces caisses sont expédiées à l'usine de Pembina pour la dernière étape de l'assemblage et la finition. Certains des autocars achevés sont ensuite retournés au Canada pour y être vendus. MCI compte plus de 2 000 employés et produit plus de 3 200 véhicules annuellement.

#### **Prévost**

Volvo-Prévost est une entreprise canadienne privée. Elle représente l'un des principaux manufacturiers nord-américains d'autocars Grand Tourisme et occupe la place de leader mondial de la fabrication de carrosseries d'autocars pour conversion en maisons motorisées haut de gamme. Prévost ne fabrique qu'au Canada et peut produire 600 autocars par année avec un seul quart de travail.

Au Canada, les usines de fabrication de pièces et d'assemblage sont situées à Sainte-Claire (50 km au sud de la ville de Québec). L'usine de découpage des aciers de structure se trouve à Saint-Anselme. Le dépôt de pièces Prévost Parts et le centre de service sont situés respectivement à Sainte-Foy et Saint-Nicolas en banlieue de Québec. Aux États-Unis, Prévost exploite cinq ateliers de service avec dépôts de pièces à Lyndhurst (New Jersey), Mira Loma (Californie), Jacksonville (Floride), Nashville (Tennessee) et Dallas (Texas). Le dépôt de pièces Prévost en banlieue de Chicago est doté d'ateliers de service.

#### **Perspectives du secteur des autocars**

Depuis le début des années 80, le sous-secteur nord-américain du transport en autocar — principalement le transport interurbain — a connu une baisse constante de clientèle. Pour soutenir la concurrence, les constructeurs d'autobus ont conçu et produit de nouveaux autocars plus attrayants pour le voyageur et offrant une meilleure performance. Cependant, ces changements n'ont pas réussi à renverser la tendance à la baisse dans la fréquentation et rien ne

porte à croire qu'il y aura un redressement de la situation dans un avenir prévisible. À ce propos, *The Economist Intelligence Unit* estime les ventes d'autocars neufs au Canada à environ 300 unités pour l'année 2000 et à seulement 250 unités pour les cinq prochaines années, soit de 2001 à 2005<sup>56</sup>. La situation diffère toutefois pour le segment des autocars destinés aux visites de groupes où la demande continue d'être forte grâce à la croissance soutenue des arrivées touristiques internationales.

L'industrie de la construction d'autobus est en perte de vitesse en Amérique du Nord. On dénote un moins grand nombre de compétiteurs, une certaine pénétration du marché d'importation des autocars, peu de différenciation des produits et une baisse des prix réels. L'industrie souffre d'une surcapacité persistante qui s'est traduite par des fusions. Ventes d'entreprises, rationalisation des installations de production, fermetures d'usines, retraits de compagnies du marché, voilà autant d'éléments qui caractérisent ce domaine d'activité. Des méthodes rigoureuses de contrôle des coûts et une vive concurrence dans les prix ont favorisé une concentration du secteur et constituent maintenant d'importantes barrières à l'entrée pour de nouveaux joueurs. Néanmoins, les constructeurs d'autobus urbains et d'autocars ont innové. Ils ont fabriqué de nouveaux produits, notamment des autobus articulés, des autobus à plancher surbaissé et des autobus conçus pour le transport des personnes à capacité restreinte. Quant aux constructeurs d'autocars, ils ont mis en marché des autocars de luxe pour excursion afin de satisfaire aux demandes de plus en plus exigeantes de la part des clientèles touristiques internationales. Au cours des dernières années, la majorité (90 %) des autocars achetés pour des fins de nolisement par les transporteurs du Québec sont de fabrication Prévost.

### **5.3 Intermédiaires de location ou de financement**

Le secteur des intermédiaires de location n'est pas très structuré ou documenté. Il existe peu d'endroits au Canada spécialisés précisément dans la location d'autobus puisque les transporteurs utilisent en priorité les véhicules de leurs propres parcs. La demande pour des engins additionnels se fait surtout sentir lors de la période automnale où la demande est si forte que les prix offerts justifient le recours à la location d'autocars auprès de ces courtiers. En ce qui a trait aux modes de financement, les formes conventionnelles ne suffisent souvent pas à supporter le niveau d'endettement lors de l'acquisition de ce type de véhicule. À cet égard, certaines firmes proposent des alternatives de financement davantage adaptées aux besoins des autocaristes qui ne sauraient trouver appui du côté des institutions financières traditionnelles.

Les ententes entre les courtiers et les transporteurs pour la location d'autocars peuvent prendre plusieurs formes : la période de location varie sensiblement, les véhicules loués sont neufs ou usagers, le mode de financement est également variable. On retrouve surtout des intermédiaires en location d'autobus aux États-Unis où de nombreuses entreprises s'affichent sur des places commerciales pour offrir leurs véhicules. Le tableau 35 présente un inventaire non exhaustif de courtiers canadiens et américains qui proposent la location d'autobus neufs ou usagers, ou des solutions de financement pour se procurer, à terme variable, les engins désirés. Les courtiers canadiens apparaissent en caractères gras.

Le tableau 35 répertorie les principaux intermédiaires présents aux États-Unis et au Canada agissant en matière de location et de financement d'autobus. On remarque que la plupart des entreprises sont américaines (85) alors que seulement cinq possèdent leur place d'affaires au Canada.

---

<sup>56</sup> The Economist Intelligence Unit, *The global bus and coach industry: 2000 edition*.

**Tableau 35**  
**Intermédiaires de location ou de financement**

<b>Compagnie</b>	<b>Ville/État ou province</b>
Evergreen Financial Services	New City, NY
Green Tree Financial	Bloomington, MN
Motor Coach Industries	Schaumburg, IL
Shuttle Bus Leasing	Riverside, CA
A B C Financial Services	Faribault, MN
Allfirst Financial Inc.	Baltimore, MD
Federated Capital Services	Farmington Hills, MI
G E Capital Commercial Transp	Eden Prairie, MN
John Adams Transportation Inc./j A T	Buford, GA
Mci Sales And Service, Inc.	Des Plaines, IL
A B C Bus California	Garden Grove, CA
A B C Bus Co Inc.	Grand Prairie, TX
A B C Bus Florida	Winter Garden, FL
A B C Bus Illinois	Rosemont, IL
A B C Bus Minnesota	Faribault, MN
A B C Bus New Jersey	Camden, NJ
Mci Sales And Service, Inc.	Blackwood, NJ
Mci Sales And Service, Inc.	Norcross, GA
Mci Sales And Service, Inc.	Los Alamitos, CA
Motor Coach Industries	Norcross, GA
Motor Coach Industries	Blackwood, NJ
Motor Coach Industries	Pembina, ND
Motor Coach Industries	Los Alamitos, CA
<b>A B N Amro Leasing</b>	<b>Burlington, ON</b>
Access Leasing Corp.	San Francisco, CA
Allison Leasing Co.	Lincoln, NE
<b>Alter Moneta Corp.</b>	<b>Longueuil, QC</b>
Ameritech Capital Services	Rolling Meadows, IL
Astralease Associates Inc.	Hauppauge, NY
Avalon Bus Sales & Lease Services	Springfield, PA
B M W Associates Inc.	Baltimore, MD
Bank of America Leasing	Tucker, GA
Brenner Leasing	Harrisburg, PA
Brevard Truck Sales/Auto Truck Leas	Cocoa, FL
Budget Lease	Glenview, IL
Bush Transportation Systems	Wilmington, OH
C & J Trailways	Portsmouth, NH
C N G Leasing	Paradise, CA
Car Corp	Ft Lauderdale, FL
Carlsmith Ball Whochmer Case Ichiki	Honolulu, HI
Charles Burke Leasing Inc.	Maiden, NC
Cinemacar Leasing	Westwood, NJ
Citibank Intl	Miami, FL
Classic Coach Rentals Inc.	Phoenix, AZ
Coast Capital	Laguna Beach, CA
Commercial Lease Corp.	Exton, PA
Commercial Resources Corp.	Parlin, NJ
Desert West Coach Leasing	Tempe, AZ
Dixie Leasing Inc.	Mobile, AL
Dreamliner Bus Leasing & Service	Perris, CA
E-z Bus Leasing	Denver, CO

Evergreen Leasing	Chester, CT
Fifth Third Leasing Co.	Cincinnati, OH
First Union Commercial Corp.	Philadelphia, PA
Fleet Capital Corp.	Providence, RI
Four Seasons Leasing	Marietta, SC
Gaines Salvant Services Inc.	New York, NY
Gibraltar Financial Group Inc.	Farmingdale, NY
Go Automotive Leasing	Bohemia, NY
H C E Leasing Inc.	Cleveland, TN
L I J O Inc.	Lake Ridge, VA
Lasalle National Leasing Corp.	Towson, MD
Leaseteam Inc.	Omaha, NE
Leasing Associates	Houston, TX
Logan & Sons	Nashville, TN
MacGregor Smith Leasing & Motor Inc.	Plaistow, NH
Manifest Group The	Marshall, MN
Martin Leasing Co.	Beverly Hills, CA
McDonald Commercial Capital Leasing	Lancaster, PA
Midnight Express Leasing Inc.	Osteen, FL
P N C Leasing Corp.	Pittsburg, PA
Penske Truck Leasing	Reading, PA
Peoples Capital & Leasing Corp.	Waterbury, CT
Phoenixcor Inc.	S Norwalk, CT
Progress Leasing Co.	Blue Bell, PA
Pyramid Coach	Joelton, TN
<b>R &amp; J McMynn Leasing</b>	<b>Vancouver, BC</b>
R I T Auto Leasing Group Inc.	Floral Park, NY
Rite-way Leasing Co.	Madison, WI
Roadmaster Leasing Inc.	Birmingham, AL
<b>Signature Leasing</b>	<b>Mississauga, ON</b>
Staley Coach	Gallatin, TN
<b>T D Asset Finance Corp.</b>	<b>Toronto, ON</b>
T E S C O-transp Equip Sales Co.	Oregon, OH
Todays World Leasing	Wilmington, DE
Trans Continental Records	Kissimmee, FL
U S Bancorp Leasing & Financial	Portland, OR
U S Coach & Equipment Sales Inc.	Berlin, NJ
United Leasing Inc.	Evansville, IN
Weider Leasing Inc.	Los Angeles, CA

Source : *The Bus Pages® Online, mars 2001*

Par ailleurs, au-delà du défi que représente le financement de ces véhicules dispendieux, il existe également certaines difficultés liées à l'obtention d'une couverture d'assurances. Très peu de compagnies d'assurances offrent présentement des polices de protection aux transporteurs détenteurs d'autocars pour le transport nolisé. Ce secteur comporte effectivement un risque beaucoup plus élevé aux yeux des assureurs puisqu'en plus de nécessiter des engins d'une forte valeur économique, la garantie des revenus d'exploitation s'avère moins fiable que chez un transporteur scolaire ou interurbain par exemple. Cette précarité financière liée au nolisement a eu pour effet de dissuader bon nombre d'assureurs d'offrir leur couverture aux entreprises du secteur. Ainsi, les entrepreneurs de transport font face à une concentration dans ce domaine où seulement trois assureurs offrent leur couverture sur ce marché.

## **6. Situation financière du secteur**

### **6.1 Investissement et financement**

Les résultats obtenus dans le cadre du présent mandat, permettent de constater que la situation financière des entreprises de transport nolisé au Québec est précaire, ce qui reflète les nombreuses contraintes présentes dans ce secteur. Les autocaristes ont choisi d'investir massivement pour répondre à un marché grandissant de voyageurs internationaux mais, faute de contrat, ces autobus, à plus de 500 000 \$ l'unité, demeurent malheureusement inutilisés plusieurs mois par année. Ces propriétaires subissent les aléas d'une forte saisonnalité de la demande et constatent depuis ces dernières années, une mutation du profil de leur clientèle. Pour la majorité d'entre eux, cette situation est intenable à cause de l'ampleur des engagements liés au financement de ces investissements.

Sous cette rubrique, nous poserons un diagnostic des résultats financiers d'un échantillon composé de onze transporteurs dont les profils, selon nous, fournissent un bon éclairage sur la situation du secteur dans son ensemble. Mais auparavant, nous présenterons les principales caractéristiques de l'environnement qui ont un impact certain sur la performance financière des entreprises du transport nolisé.

#### **Les investissements**

L'exploitation d'une entreprise dans le domaine du transport nolisé nécessite l'investissement de sommes importantes, le coût d'un autocar neuf s'élevant généralement autour d'un demi-million de dollars. Au cours des cinq dernières années, le parc d'autocars au Québec s'est fortement rajeuni pour répondre à la croissance d'une clientèle touristique particulièrement exigeante. Les transporteurs effectuent des investissements importants dans un contexte où le prix des autocars connaît une hausse d'environ 5 à 10 % par année compte tenu des ajouts d'équipements liés au confort et à la sécurité des passagers. Or, ces mêmes transporteurs doivent supporter au cours de cette période un plafonnement voire même une baisse des prix de location de leurs autocars. Les grossistes en voyages négocient serré avec les transporteurs car ils doivent composer avec des marges bénéficiaires plutôt minces, et ce, dans un environnement très concurrentiel.

Historiquement, les transporteurs obtenaient pour leurs autocars une très bonne valeur de revente leur permettant de récupérer en grande partie le montant de leurs investissements. Malheureusement, la situation actuelle montre une importante disponibilité de véhicules usagés sur le marché entraînant une fluctuation à la baisse des prix de revente. Cette chute de prix s'explique également par un accès plus limité au financement causé par la difficulté d'attribuer une juste valeur marchande à l'autocar usagé. En effet, l'établissement d'un prix raisonnable dépend de l'estimation des frais d'entretien éventuels, ce qui rend l'établissement de la valeur de l'engin usagé plus difficile à établir comparativement à l'achat d'un neuf.

#### **Le financement des autocars**

Le financement des autocars se fait par contrat de vente conditionnelle octroyant au prêteur le droit de saisie du véhicule jusqu'au remboursement complet de l'emprunt sous forme d'hypothèque mobilière. Le pourcentage de financement varie entre 75 et 100 % de la valeur du véhicule. Souvent, le fournisseur et fabricant de l'autocar garantit d'une part, sa valeur résiduelle et d'autre part, le remboursement du prêt auprès du bailleur de fonds. Dans ces cas, le

financement atteint souvent 100 % de la valeur de l'engin. Cette garantie prend la forme de lettre de crédit bancaire et de subordination de dette de la part du fournisseur et fabricant auprès du bailleur de fonds. En d'autres termes, l'intermédiaire financier n'assume aucun risque de financement des autocars. Selon l'importance et la durée du prêt, les bailleurs de fonds proposent des contrats incluant des congés d'intérêts de quelques mois au début ou un paiement ballon à la fin du terme pour un montant équivalent à la valeur de revente estimative de l'autocar. Les prêteurs montrent une certaine flexibilité pour répondre à la capacité de remboursement de l'emprunteur. La durée du financement varie entre 5 à 20 ans pour une moyenne de 7 ans (84 mois) dans notre échantillon. La durée de vie économique d'un autocar est d'environ 15 ans.

Quoique exceptionnel, certains transporteurs financent leurs autocars par le biais de contrats de location-exploitation. Les transporteurs locataires ne sont pas propriétaires de leur matériel roulant mais ils en sont totalement responsables en ce qui concerne l'entretien, les assurances, etc. Une particularité de la location-exploitation : elle n'apparaît pas aux états financiers de l'entrepreneur locateur. Ces contrats incluent une clause de rachat à la fin du bail mais elle n'est pas appliquée par le transporteur. Les avantages de la location-exploitation résident dans la réduction du risque sur les plans de la variation du prix des autocars et de la gestion des liquidités du transporteur, notamment en ce qui a trait au versement des taxes sur les produits et services qui représentent environ 75 000 \$ à l'achat d'un véhicule neuf.

En résumé, la facilité d'accès au financement a constitué un facteur incitatif à l'achat d'autocars neufs pour les entrepreneurs du transport nolisé.

## **6.2 Contexte d'exploitation**

Plusieurs éléments doivent être pris en compte dans l'exploitation d'un parc d'autobus affectés au transport nolisé. À la lumière de la description de l'environnement — présentée à la troisième partie —, cette section traite d'un certain nombre de réalités avec lesquelles le dirigeant doit composer dans le cadre de sa gestion.

### **La clientèle**

Au cours des dix dernières années, l'évolution de la clientèle internationale, surtout française, a suscité l'entrée sur le marché de plusieurs transporteurs qui ont perçu une occasion d'affaires lucrative. Cependant, cette clientèle est devenue au fil des ans de plus en plus sensible au prix, ce qui a incité les grossistes réceptifs à mettre en place une stratégie de forfaitisation à tarifs très alléchants pour le marché français. Le secteur du transport nolisé subit le contrecoup de ce changement avec, dans le meilleur des cas, un maintien des prix mais plus souvent avec une baisse des tarifs offerts aux transporteurs. De plus, cette diminution des revenus survient dans un contexte d'investissement majeur pour un nombre grandissant d'entreprises. En d'autres termes, le tarif de 600 à 700 \$ par jour proposé aux entrepreneurs ne permet pas de rentabiliser leurs investissements effectués pour des autocars neufs. La situation de ces derniers est d'autant plus difficile que la période d'activité de transport de la clientèle internationale ne s'étend à peine que sur quelques mois dans l'année.

La clientèle japonaise appartient à la catégorie de touristes dits haut de gamme. Elle représente parfaitement le marché cible qui justifie les investissements récents des transporteurs québécois. Le prix offert pour le transport par autocar de cette clientèle est supérieur, soit environ 1 000 \$ par jour, mais l'activité touristique de ce marché au Québec se limite à quelques semaines seulement par année lors de la période de pointe en automne. L'importante instabilité des tarifs,

particulièrement observable lorsqu'il y a une forte affluence, incite les transporteurs à retirer des autocars du marché, dans l'espoir d'obtenir les meilleurs prix possibles, créant ainsi une pénurie artificielle.

### **Le réseau de distribution**

La forte concentration du réseau de distribution dans l'industrie du voyage au Québec donne un grand pouvoir de négociation aux grossistes à l'endroit des transporteurs plus petits et fragilisés. Cela se traduit par des prix plutôt bas pour le transport, par l'absence de versement de dépôt lors de la réservation et par une faible fidélité des grossistes envers les entrepreneurs. Ces pratiques rendent les autocaristes très vulnérables au marchandage des autres transporteurs qui préféreront louer leurs autobus à des prix inférieurs au marché de façon à absorber une partie de leurs frais fixes immobilisés.

Contrairement aux États-Unis et en Ontario où de nombreux grossistes et agences de voyages possèdent leur propre parc d'autobus, nous ne retrouvons pas ce phénomène au Québec. Est-ce étonnant, sachant que le niveau de prix de location au Québec est nettement inférieur à leurs voisins?

### **La structure des coûts d'exploitation**

La classification des coûts d'exploitation dans le transport nolisé est identique à celle que l'on retrouve dans le transport scolaire et interurbain. La majorité des dépenses constituent des coûts directs, c'est-à-dire qu'ils sont facilement identifiables à un autocar spécifique. Les principales composantes de ces coûts directs sont les suivantes : le salaire des conducteurs, les frais de carburant, de fonctionnement (assurance, immatriculation) et d'entretien des véhicules, l'amortissement et finalement les frais financiers. Les autres postes de dépenses représentent des coûts indirects tels que les frais de gestion et d'administration (le loyer, le stationnement, l'amortissement des bâtiments, le chauffage, l'électricité, les taxes et l'entretien, les salaires et avantages sociaux du personnel de gestion, la publicité, le téléphone et les fournitures de bureau). Cette analyse de coûts sert particulièrement dans l'établissement d'un prix raisonnable de location, car elle sensibilise le gestionnaire quant à l'importance de tenir compte de tous les frais d'exploitation de l'entreprise. Le secteur du transport nolisé est caractérisé par une proportion des frais indirects devenant de plus en plus considérable. En effet, le renforcement de la réglementation liée à la sécurité et à l'entretien ainsi que la gestion d'un parc d'autocars assujettie à la loi de l'offre et de la demande entraînent une hausse des frais indirects.

L'étude du comportement des coûts qui se traduit en termes de frais variables et fixes s'avère un facteur déterminant dans l'élaboration d'une stratégie d'affaires. Les frais sont variables lorsqu'ils fluctuent en fonction du niveau d'activité et ils sont fixes lorsqu'ils se maintiennent au même niveau, et ce, pour une fourchette donnée de volumes d'activité. Normalement, on associe les frais directs aux coûts variables et les frais indirects aux coûts fixes. Dans un rapport récent du ministère des Transports du Québec sur le transport par autocar interurbain<sup>57</sup>, on estimait que la répartition des frais d'exploitation variait entre 15 et 25 % pour les coûts fixes et entre 75 et 85 % pour les frais variables. On mentionne aussi que les économies d'échelle s'avèrent pratiquement inexistantes (sauf en ce qui concerne certaines conventions collectives pour la main-d'œuvre), car les frais d'exploitation sont essentiellement assujettis à des contraintes externes : le prix des autocars, le coût de financement, les frais de carburant et d'entretien.

---

<sup>57</sup> Ministère des Transports, La déréglementation du transport par autocar extraprovincial, 9 septembre 1999.

L'analyse de la situation des entreprises de transport nolisé aux États-Unis et même au Québec laisse entrevoir une réalité différente.

### **L'expérience américaine**

L'étude américaine réalisée en 1999 par la United Motor Coach (UMA) auprès de 175 exploitants d'autocars montre des résultats révélateurs concernant les performances financières par groupe de revenus. En moyenne, les 175 compagnies ont rapporté une marge bénéficiaire de 10,5 %. Les transporteurs ont été classés en trois groupes de revenus : en dessous de 2 millions de dollars américains annuellement, de 2 à 8 millions et de plus de 8 millions. Les profits étaient les plus élevés dans la catégorie de plus de 8 millions et représentaient 23,8 % des revenus, apparemment générés par une diminution du coût des ventes. En dessous de 2 millions, les profits se situaient à 7 % et s'élevaient seulement à 3,4 % dans le groupe de 2 à 8 millions. Nous croyons que la performance supérieure des plus gros transporteurs démontre la possibilité d'économies d'échelle dans ce secteur en ce qui a trait à la gestion des coûts et à l'utilisation des actifs.

En moyenne, les exploitants d'autocars nolisés rapportaient un revenu annuel de 112 331 \$ par véhicule comparativement à 147 986 \$ pour les compagnies opérant à horaire fixe — transport interurbain. Le tiers des entreprises les plus profitables produisait des revenus de 1 088 \$ par jour/par véhicule, alors que la moyenne des deux autres tiers se chiffrait à 537 \$ par jour. Les transporteurs générant plus d'un tiers de leurs affaires à partir de contrats d'autobus scolaires, de tours et occasionnellement, de transport de marchandises, ont produit des revenus de 1 156 \$ en moyenne par jour, ce qui démontre l'avantage pour ces entreprises de diversifier leurs activités de transport. La taille de la compagnie influence aussi le comportement des coûts d'exploitation. Par exemple, le pourcentage des salaires des chauffeurs représentait 16,8 % des revenus pour les entrepreneurs ayant un chiffre d'affaires de plus de 8 millions de dollars comparativement à 23 % environ pour les plus petites entreprises.

Finalement, la comparaison entre la dette et l'avoir démontre que les transporteurs les plus importants supportent une dette en proportion trois fois moins élevée que les plus petites entreprises de ce secteur. Le faible risque financier des grandes compagnies s'explique principalement par la forte rentabilité de leur exploitation.

Le phénomène des fusions et des acquisitions, très présent aux États-Unis, s'inscrit de plus en plus comme une stratégie au Québec pour exercer un meilleur positionnement dans le transport nolisé. Citons à titre d'exemples récents, les regroupements entre le Groupe Orléans Express et Autocar Dupont de même qu'entre Autocar Dostie et Autobus LPR. Cette stratégie mise en place par les gestionnaires les plus chevronnés du milieu est supportée par les perspectives d'économies d'échelle dans ce secteur, particulièrement depuis l'arrivée de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds*.

### **La Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds**

L'introduction de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds* a eu un impact important dans la gestion des transporteurs du Québec. Du point de vue financier, cette Loi a entraîné une hausse importante des coûts des autocaristes notamment en ce qui concerne l'entretien préventif, la gestion de la main-d'œuvre, la sécurité, les assurances et aussi l'administration. Cependant, les entreprises de notre échantillon n'ont pas précisé le montant de ces coûts additionnels.

Ce changement législatif touche plus particulièrement les petits transporteurs qui doivent assumer l'engagement de ressources supplémentaires pour apporter les changements nécessaires au respect de la Loi. Par contre, cette Loi assainit le secteur par un renforcement des exigences de la pratique pour l'ensemble des transporteurs dont bénéficieront tous les intervenants touristiques du Québec.

### **6.3 Analyse financière des résultats de l'enquête**

Cette section de l'étude procède à l'analyse des données compilées — sur une base de moyennes — à partir des résultats financiers de onze entrepreneurs du secteur du transport nolisé pour leur exercice financier terminé en 2000. Il s'agit d'un sous-ensemble de l'échantillon de vingt-six transporteurs présenté à la section 5.1 de l'étude. En effet, plusieurs entrepreneurs ont refusé de transmettre leurs données financières mentionnant qu'il s'agissait d'informations strictement confidentielles. La répartition des autobus affectés au transport nolisé s'établit comme suit pour les onze entreprises interrogées :

- cinq transporteurs possèdent moins de huit autobus pour le nolisement;
- quatre entreprises ont entre huit et trente autobus pour le nolisement;
- deux entreprises détiennent plus de trente autobus pour le nolisement.

Le nombre total d'autobus servant au transport nolisé détenus par les exploitants participants se chiffre à 133, ce qui correspond à une moyenne de 12 véhicules par entreprise. Mentionnons que deux des transporteurs oeuvrent exclusivement dans le transport nolisé.

Il faut garder à l'esprit les commentaires suivants à la lecture des résultats de cette consultation :

- le nombre de transporteurs est petit, ce qui peut invalider les conclusions sur une base de moyennes;
- certaines entreprises de transport nolisé se distinguent par leurs autres activités de transport scolaire et interurbain;
- les données sont compilées à partir des informations obtenues par voie de questionnaires. Or, les données sont, à l'occasion, estimées par les transporteurs dont le système comptable et de gestion n'est pas suffisamment développé;
- la présentation de l'information comptable diffère parfois entre les transporteurs à cause de l'application différente des règles comptables, par exemple pour l'amortissement. Cependant, des entrevues auprès des gestionnaires de ces entreprises ont permis de valider toutes les informations utilisées dans notre échantillon.

Le tableau 36 présente un état des résultats moyens de notre échantillon. Les principales observations sont les suivantes :

- Les transporteurs subissent des pertes avant impôt de plus de 75 000 \$, ce qui correspond à 5 % de leurs revenus nets;
- Sept transporteurs subissaient des pertes d'exploitation parmi les onze entreprises de notre échantillon. Sur les quatre autocaristes ayant déclaré des bénéfices, trois d'entre eux exploitent pratiquement à leur niveau de point mort avec des bénéfices moyens de 1 % et la

meilleure performance correspond à un bénéfice équivalent à 4 % des revenus totaux de ce transporteur.

**Tableau 36**  
**État des résultats moyens**

<b>État des résultats</b> <b>Pour la période terminée au cours de l'année 2000</b>		
<b>Revenus totaux</b>	1 921 466 \$	126,7 %
Location autobus avec conducteur	404 619	26,7 %
<b>Revenus nets du transporteur</b>	1 516 847	100,0 %
Salaires chauffeurs	397 818	26,2 %
Salaires autres	116 352	7,7 %
Avantages sociaux	79 007	5,2 %
Réparations	188 176	12,4 %
Carburants	245 957	16,2 %
Assurances	30 056	2,0 %
Publicité	12 878	0,8 %
Permis d'immatriculation	22 688	1,5 %
Frais d'administration	73 879	4,9 %
Frais financiers	184 820	12,2 %
Amortissement	217 787	14,4 %
Autres dépenses	22 812	1,5 %
<b>Total dépenses</b>	1 592 230	105,0 %
<b>Bénéfices avant impôt</b>	(75 382)	-5,0 %
<b>Flux monétaires d'exploitation</b>	142 405	9,4 %
<b>Service de la dette</b>	274 021	18,1 %
<b>Flux monétaires nets</b>	(131 616)	-8,7 %

- Même s'ils réalisent des flux monétaires de 142 405 \$ de leurs opérations (bénéfice avant impôt + amortissement), les transporteurs n'ont pas suffisamment de liquidités pour faire face au remboursement annuel de 274 021 \$ de leur dette à long terme. Ce déboursé a été estimé à partir d'une dette de 2,04 millions de dollars amortie sur une période de 88 mois (voir le bilan de l'échantillon au tableau 37). En résumé, il manque 131 616 \$ (8,7 % des revenus nets) pour couvrir le service de la dette de notre échantillon.
- La sous-location avec conducteur représente une somme de plus de 404 000 \$, soit 26,7 % des revenus nets des transporteurs (ou 21 % de leurs revenus bruts). Il est important de rappeler que ces revenus ont été réalisés à partir d'autobus de transporteurs concurrents.

Cette stratégie est peu rentable pour l'entrepreneur qui fait appel à la sous-traitance mais elle permet de maintenir le lien avec le client desservi. Notons que trois des onze entreprises de notre échantillon réalisent des revenus de sous-location avec conducteur qui dépassent 37,5 % de leurs revenus nets.

- Les salaires et avantages sociaux constituent les frais les plus importants, soit 39,1 % des revenus nets. Ils comprennent les salaires des chauffeurs (26,2 %), des mécaniciens, répartiteurs, commis et cadres de gestion (7,7 %) ainsi que les avantages sociaux (5,2 %).
- Les frais de carburants (16,2 %), d'entretien (12,4 %) et financiers (12,2 %) sont particulièrement lourds dans le secteur du transport nolisé.

Le tableau 37 présente un bilan partiel de notre échantillon qui, mentionnons-le, inclut les autobus scolaires servant principalement au transport nolisé. Trois observations découlent de ce tableau :

- le transporteur nolisé de notre échantillon possède en moyenne 12 autobus d'une valeur totale de 3,42 millions de dollars liés à une dette à long terme de 2,04 millions de dollars;
- le coût d'acquisition moyen d'un autobus est de 285 000 \$ pour une dette à long terme de 170 000 \$, soit un ratio d'endettement de 60 % de la valeur de l'actif;
- la durée du prêt à long terme varie entre 48 et 120 mois pour un période d'amortissement moyen de 88 mois (7 ans).

**Tableau 37**  
**Bilan partiel moyen**

<b>Bilan partiel</b>	
Matériel roulant — coût	3 420 000 \$
Dette à long terme	2 040 000 \$
Nombre d'autobus	12
Valeur moyenne par autobus	285 000 \$
Dette moyenne par autobus	170 000 \$
Pourcentage d'endettement	60 %
Durée moyenne du prêt (mois)	88

La comparaison de certains ratios avec ceux d'autres types de transporteurs permet de mieux saisir la réalité propre au secteur du transport nolisé. Le tableau 38 présente des données d'exploitation du transport scolaire et nolisé. Voici ce qui ressort de l'analyse :

- les frais d'exploitation dans le secteur nolisé sont plus importants comparativement à ceux du transport scolaire. Cela s'explique par l'ampleur du montant des investissements (frais de financement et d'assurance), de leur utilisation intensive (coûts de carburants et d'entretien) et de la gestion de l'offre et de la demande (frais de publicité et salaire de répartiteur). Notons que les frais annuels d'assurance de notre échantillon diminuent à 2 000 \$ par autocar si nous excluons un transporteur ayant des besoins très spécifiques dus à ses déplacements.
- Le risque d'exploitation est beaucoup plus important dans le secteur du transport nolisé à cause de l'incertitude des revenus d'exploitation qui dépendent d'une demande très cyclique et en raison de l'absence d'une politique établie pour le versement de dépôts. De plus, les délais de plus de 45 jours de recouvrement des comptes clients rendent plus lourde la gestion des liquidités pour le transport nolisé comparativement à celle du transport scolaire.

**Tableau 38**  
**Ratios de gestion moyens**

	<b>Transport scolaire (estimations)</b>	<b>Transport nolisé (échantillon)</b>
Kilométrage par an (approx.)	20 000 km <sup>1</sup>	96 500 km
Coût d'acquisition	80 000 \$ <sup>2</sup>	525 000 \$
Carburants (% des coûts totaux)	10 % <sup>1</sup>	16 %
Frais financiers (% des coûts totaux)	9 % <sup>1</sup>	12 %
Frais d'entretien et réparations (par année/autobus)	4 500 à 6 000 \$ <sup>1</sup>	15 680 \$
Assurances (par autobus/année)	300 \$ <sup>1</sup>	2 500 \$
Publicité (% des coûts totaux)	0 % <sup>1</sup>	1 %
Employé répartiteur/superviseur (par revenus de 1,5 M\$)	1 <sup>2</sup>	1,5
<sup>1</sup> Source : Gosselin, Maurice, Rapport d'évaluation des coûts d'un contrat de transport scolaire au Québec, Université Laval, 2000		
<sup>2</sup> Source : Discussions avec des transporteurs		

Le tableau 39 présente des statistiques d'exploitation tirées de notre échantillon. Plusieurs faits intéressants se dégagent de ces données :

- l'âge moyen des autocars de notre échantillon est 5,4 ans;
- le nombre de jours d'exploitation est important avec une moyenne annuelle de 215 jours par autocar. Ce nombre nous apparaît élevé compte tenu du caractère cyclique des activités dans ce secteur. Nos rencontres auprès des différents intervenants du secteur laissaient présager un niveau d'activité annuel de 180 jours en moyenne par autocar. Une compilation plus estimative des données d'exploitation des autobus scolaires servant au transport nolisé peut expliquer cet écart;
- la moyenne des revenus correspond à 663 \$ par jour par autocar si on exclut le transport nolisé scolaire (588 \$ avec le scolaire);

- les revenus par kilomètre sont de 1,31 \$ et les dépenses de 1,37 \$, ce qui représente des pertes de 0,06 \$ par kilomètre pour l'ensemble de notre échantillon;
- pour chaque autobus, il y a en moyenne 1,6 chauffeur et 0,3 mécanicien. Ces ratios sont élevés dans le transport nolisé et s'expliquent par les fréquents déplacements qui s'effectuent sur de longues distances. Mentionnons que cette situation représente une charge salariale importante pour les transporteurs.

**Tableau 39**  
**Statistiques moyennes d'exploitation**

Âge moyen des autobus	5,4 ans
Nombre d'autobus	12 autobus
Kilométrage annuel par autobus	96 550 km
Nombre de jours d'exploitation/autocar/année	215 jours
Revenus par jour incluant le transport scolaire	588 \$
Revenus par jour excluant le transport scolaire	663 \$
Revenus annuels par autobus	126 400 \$
Revenus par km	1,31 \$
Dépenses par km	1,37 \$
Nombre de chauffeurs par autobus	1,6
Nombre de mécaniciens par autobus	0,3

Le tableau 40 analyse un scénario de financement pour l'acquisition d'un autocar neuf d'une valeur de 500 000 \$. Certaines hypothèses ont été utilisées pour le financement à terme :

- un financement équivalent à 100 % de la valeur de l'autocar,
- un amortissement du prêt sur une durée de 120 mois et,
- un taux de 8 % par année.

D'autres hypothèses ont été émises pour les résultats d'exploitation :

- un tarif de 750 \$ par jour,
- des frais directs et variables de 350 \$ par jour et,
- une contribution aux bénéfices de 400 \$ par jour.

Deux conclusions ressortent de cette brève analyse :

- le propriétaire devra exploiter l'usage de cet autocar 225 jours au cours de la première année pour faire face aux engagements financiers liés au service de la dette;
- dans notre échantillon, aucun transporteur ne réussit à réaliser 225 jours au tarif moyen de 750 \$;
- pour assurer le financement d'un autocar neuf, un transporteur doit compter sur la contribution marginale d'autocars pratiquement libres de dette.

**Tableau 40**  
**Scénario de financement pour l'acquisition d'un autocar neuf**

<b>Service de la dette – autocar neuf</b>	
<b>Coût d'acquisition d'un autocar neuf</b>	500 000 \$
Service de la dette <ul style="list-style-type: none"> <li>• financement à 100 %</li> <li>• amortissement : 120 mois</li> <li>• taux d'intérêt : 8 %</li> </ul>	
Intérêts annuels (première année)	40 000 \$
Remboursement de capital	50 000 \$
Total du service de la dette (avant impôt)	90 000 \$
Contribution marginale par jour	400 \$
Nombre de jours d'exploitation pour service de la dette	225 jours
<b>Revenu par jour</b>	<b>750 \$</b>
<b>Frais variables</b>	
Salaires chauffeurs et avantages sociaux (par jour)	165 \$
Carburant (500 km par jour à 0,20 \$ le km)	100 \$
Entretien et réparation (par jour)	75 \$
Autre frais variables	10 \$
<b>Total des frais variables</b>	<b>350 \$</b>
<b>Contribution marginale par jour</b>	<b>400 \$</b>

En résumé

Plusieurs entrepreneurs se sont lancés dans le transport nolisé avec des motivations plutôt intuitives du potentiel de ce créneau. Le volet haut de gamme du service, la possibilité de réduction de la facture fiscale des autres activités rentables de transport scolaire ou interurbain, la perspective de croissance forte du tourisme international, l'accès à un financement souvent équivalent à 90 ou 100 % de la valeur d'acquisition des autocars neufs et le maintien, jusqu'à récemment, de la valeur de ces investissements sont autant d'éléments déclencheurs expliquant l'arrivée de nombreuses entreprises dans le secteur.

Par contre, plusieurs contraintes sont apparues au cours des années dans le secteur du transport nolisé : l'augmentation constante du prix d'achat des autocars, l'effondrement récent des prix sur le marché secondaire des autocars usagés, les exigences grandissantes de la clientèle des autocaristes, la transformation progressive du tourisme français en une clientèle « sensible au prix », la concentration des activités sur une période de quelques mois pour la clientèle internationale, un système d'attribution de permis quasi monopolistique et la mise en vigueur de la *Loi concernant les propriétaires et exploitants de véhicules lourds* sur le renforcement de la sécurité. Tous ces facteurs confrontent non seulement la stratégie future de la majorité des entreprises de transport nolisé mais mettent aussi sérieusement en question la survie de plusieurs d'entre elles. Selon les lois du marché, la bonne santé financière d'une entreprise est l'élément clé dans l'octroi d'un financement externe. Dans le secteur du transport nolisé, d'importants investissements ont été artificiellement stimulés par l'appui financier des

fournisseurs et fabricants d'autocars auprès des prêteurs institutionnels. En effet, plusieurs entrepreneurs n'auraient normalement pas eu accès à un financement traditionnel. Un assainissement de la situation est prévisible à court terme, ce qui signifie un accès plus sélectif aux sources de financement.

## 7. Analyse et tendances de la demande touristique

### 7.1 Analyse de la demande actuelle des visiteurs

Pour connaître plus en détail la demande actuelle concernant les voyages de groupes par autocar au Québec, nous avons mené deux séries d'entrevues téléphoniques, l'une auprès de grossistes canadiens, américains, français, britanniques et japonais; l'autre auprès d'agences réceptives<sup>58</sup> québécoises. Les grossistes étrangers dits « émetteurs » font voyager des groupes de touristes de leurs propres marchés vers le Québec et transigent directement avec les intervenants touristiques québécois, sans passer par les services d'agences réceptives. Les entrevues ont été réalisées à partir d'un échantillon comprenant les plus importants grossistes programmant le Québec comme destination de *Tour & Travel*. Avec un taux de participation d'environ 80 %, 35 grossistes ont pris part à l'enquête.

#### Origine de la clientèle actuelle et ses habitudes de voyage

Pour dresser le profil actuel des voyageurs par autocar du Québec, nous nous sommes appuyés sur les résultats de l'analyse des trois circuits les plus populaires auprès des répondants. L'encadré suivant présente un bref aperçu de la provenance des visiteurs selon le degré de popularité du circuit.

#### Caractéristiques des visiteurs pour les circuits les plus populaires

##### Les circuits les plus populaires incluant le Québec :

- Les principaux marchés émetteurs sont les États-Unis, la France, le reste de l'Europe et l'Asie, incluant le Japon. Les marchés québécois et canadien comptent pour une faible proportion des voyages par autocar de nos répondants.
- Pour les agences réceptives québécoises, le marché français représente le premier marché d'origine de la clientèle, alors que pour les grossistes émetteurs, ce sont plutôt les États-Unis. La proportion de visiteurs provenant du reste de l'Europe est plus élevée chez les grossistes émetteurs que chez les agences réceptives. D'autre part, seuls les grossistes émetteurs possèdent une clientèle asiatique.
- Les personnes de 55 ans et plus constituent le principal segment de clientèle.
- Les destinations les plus fréquemment visitées sont, par ordre décroissant, Montréal, Québec, Tadoussac, et dans une moindre mesure, Niagara et le Lac-Saint-Jean.
- Les répondants faisant voyager plus de 300 groupes par année au Québec disposent d'une offre beaucoup moins concentrée sur Montréal et Québec. Ils sont davantage enclins à inclure un plus grand nombre de régions touristiques québécoises.

<sup>58</sup> L'agence réceptive est celle qui accueille et prend en charge le voyageur lorsqu'il arrive à sa destination. Certains des grossistes américains interrogés sont également des « réceptifs » qui incluent une visite du Québec à l'intérieur de leurs circuits principalement américains.

- L'activité la plus répandue lors d'un voyage par autocar est sans conteste le tour de ville, suivi de très loin par la visite de sites historiques, les croisières et la visite guidée — sur un pied d'égalité — ainsi que la contemplation de chutes d'eau.
- La durée moyenne du circuit s'établit à 6,6 jours. Elle est un peu plus élevée chez les répondants qui disposent d'un fort volume de visites au Québec (8,8 jours) et un peu moins dans le cas de ceux qui possèdent un faible volume, soit 4,7 jours. Il va de soi que la durée moyenne des circuits incluant des destinations plus éloignées comme la Gaspésie, Charlevoix, Tadoussac et le Lac-Saint-Jean est beaucoup plus élevée : presque le double (entre 11 et 13 jours). De même, les circuits incluant quelques visites en Ontario durent en moyenne de 7,5 à 9 jours.
- Le mode d'hébergement privilégié lors de ces circuits est l'hôtel de catégories trois et quatre étoiles dans une proportion de 97 %. L'hôtel quatre étoiles est beaucoup plus populaire chez les répondants dont le volume annuel de groupes au Québec est plutôt faible (moins de 50) et chez les grossistes émetteurs.

#### **Les seconds circuits les plus populaires incluant le Québec :**

- Les personnes de 55 ans et plus représentent également le principal segment de clientèle. Elles proviennent majoritairement — et sur un pied d'égalité — de la France et de l'Asie (incluant le Japon) ainsi que des États-Unis. Les touristes français et américains composent les plus importants marchés émetteurs pour les agences réceptives alors que pour les grossistes, il s'agit de l'Asie.
- Bien peu de changements dans les principales destinations proposées dans ces circuits comparativement aux circuits les plus populaires, si ce n'est que la Gaspésie et la Côte-de-Beaupré ont remplacé Tadoussac au titre des autres régions les plus visitées. D'ailleurs, les grandes villes perdent un peu plus de leur importance pour les agences réceptives au profit de la Gaspésie. Quant aux grossistes, ils n'incluent qu'une seule destination québécoise, hormis Montréal et Québec, soit la Côte-de-Beaupré (12,5 %). Ils optent plutôt en faveur d'une visite de Niagara ou de San Francisco/Los Angeles/les Rocheuses.
- Bien peu de variations également dans les principales activités offertes dans ces circuits, si ce n'est qu'une plus grande importance est accordée aux visites guidées (50 %) et aux parcs nationaux, alors que l'attrait des chutes se fait moins sentir.
- La durée du séjour moyen s'établit à 6,7 jours. Cependant, elle s'élève à près de dix jours dans le cas des répondants qui expédient un grand nombre de groupes (300 et plus) au Québec.
- L'hôtel de catégorie trois étoiles constitue le mode d'hébergement privilégié dans près des deux tiers des cas. Contrairement au circuit le plus populaire, cette proportion est encore plus élevée (75 %) chez les répondants dont le volume annuel de groupes voyageant par autocar au Québec est plutôt faible (moins de 50).

### **Les troisièmes circuits les plus populaires<sup>59</sup> :**

- Quoique les gens de 55 ans et plus demeurent la clientèle la plus importante, on remarque également une plus grande proportion d'étudiants (près de 30 %). Comme les répondants sont uniquement les agences réceptives, il n'est pas surprenant de retrouver une importante clientèle française et américaine. Les groupes en provenance de la Nouvelle-Angleterre et du reste de l'Europe s'avèrent également plus nombreux (29 %).
- Les villes de Québec et de Montréal, le Lac-Saint-Jean, Charlevoix et l'Île d'Orléans figurent au rang des principales destinations visitées. On se rend un peu plus dans les régions sans toutefois délaisser la ville comme point de départ.
- Les visites guidées, les tours de ville et les croisières sont encore populaires, mais on y ajoute les centres de plein air puisqu'on visite un peu plus les régions.
- La durée moyenne du séjour ne s'allonge pas vraiment : sept jours en moyenne. Toutefois, ceux qui font voyager de 50 à 200 groupes par année au Québec enregistrent une durée moyenne de séjour de onze jours. Les hôtels de trois (33 %) et quatre étoiles (50 %) demeurent les principaux types d'hébergement.

Le tableau 41 présente les principales destinations visitées ainsi que les attrait et activités les plus fréquemment proposés aux voyageurs par autocar lors de circuits au Québec, et ce, en fonction des principaux marchés émetteurs.

---

<sup>59</sup> Pour les agences réceptives seulement (six répondants).

**Tableau 41**  
**Principales destinations et attraits lors de circuits par autocar au Québec**

Marchés	Destinations		Attraits	
	1 <sup>er</sup> circuit	2 <sup>e</sup> circuit	1 <sup>er</sup> circuit	2 <sup>e</sup> circuit
France	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Montréal</li> <li>- Québec</li> <li>- Tadoussac</li> <li>- Niagara</li> <li>- Lac-Saint-Jean</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lac-Saint-Jean</li> <li>- Québec</li> <li>- Gaspésie</li> <li>- Montréal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tours de ville</li> <li>- Croisières</li> <li>- Chutes</li> <li>- Zoos</li> <li>- Baleines</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tours de ville</li> <li>- Croisières</li> <li>- Parcs nationaux</li> <li>- Musées</li> </ul>
Europe (excluant la France)	Identique au marché français	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Montréal</li> <li>- Québec</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tours de ville</li> <li>- Chutes</li> <li>- Zoos</li> <li>- Baleines</li> <li>- Centres de plein air</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tours de ville</li> </ul>
États-Unis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Montréal</li> <li>- Québec</li> <li>- Côte-de-Beaupré</li> <li>- Charlevoix</li> <li>- Gaspésie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Montréal</li> <li>- Québec</li> <li>- Côte-de-Beaupré</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tours de ville</li> <li>- Sites historiques</li> <li>- Casinos</li> <li>- Biodôme</li> <li>- Églises</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tours de ville</li> <li>- Sites historiques</li> <li>- Visite guidée</li> <li>- Croisières</li> <li>- Baleines</li> </ul>
Asie (incluant Japon)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Montréal</li> <li>- Mont-Tremblant/Laurentides</li> <li>- Estrie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Montréal</li> <li>- Charlevoix</li> <li>- Québec</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tours de ville</li> <li>- Visite guidée</li> <li>- Sites naturels</li> <li>- Casinos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Croisières</li> <li>- Gastronomie</li> </ul>
Amérique Latine	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Montréal</li> <li>- Ontario</li> <li>- Tadoussac</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Montréal</li> <li>- Ontario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tours de ville</li> <li>- Baleines</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tours de ville</li> <li>- Chutes</li> </ul>

Notons par ailleurs que la moitié des répondants — grossistes émetteurs uniquement — propose des circuits incluant d'autres destinations nord-américaines. Les deux tiers d'entre eux incluent une visite dans d'autres provinces canadiennes et le tiers offre également des circuits Québec — États-Unis. Chez ces mêmes grossistes, ceux œuvrant auprès des clientèles européenne — incluant la France — et asiatique — excluant le Japon — organisent des circuits comprenant la visite d'autres villes canadiennes dans une très forte proportion, allant de 80 % à 95 %. Une étude de Zins, Beauchesne et associés<sup>60</sup> confirme ces résultats en présentant les itinéraires les plus populaires :

<sup>60</sup> Zins, Beauchesne et associés. *Voyages Tour and Travel. Analyse du marché et des opportunités*, juillet 1999.

- Chutes Niagara, Toronto, Montréal, Québec;
- Maritimes, Québec, Ontario et États-Unis;
- Charlevoix, Lac-Saint-Jean, Laurentides, Estrie et Gaspésie;
- Québec, Tadoussac, Montréal;
- Montréal, Mont-Tremblant;
- Québec, Hull, Ottawa.

Dans le cadre des circuits par autocar au Québec, en général, l'aéroport de Dorval (52,7 %) et celui de Toronto (34,3 %) figurent comme les principales portes d'entrée de la clientèle internationale. Comme le démontre le tableau 42, les clientèles française et d'Amérique latine arrivent au pays principalement par l'aéroport de Toronto alors que les clientèles américaine et asiatique utilisent majoritairement Dorval. Mentionnons toutefois que plusieurs grossistes n'utilisent pas le même point d'entrée et de sortie (ex. : un grossiste français peut faire entrer 100 % de ses groupes par Toronto et les faire repartir par Mirabel ou Dorval).

**Tableau 42**  
**Portes d'entrée au Canada selon les principaux marchés émetteurs**

	<b>Lester B. Pearson</b> (%)	<b>Dorval</b> (%)	<b>Mirabel</b> (%)	<b>Jean- Lesage</b> (%)	<b>Aéroports Américains</b> (%)	<b>Total</b>
Total	Moyenne 34,3	Moyenne 52,7	Moyenne 7,7	Moyenne 0,4	Moyenne 5,0	Nombre 27
<b>Principal marché émetteur</b>						
France	55,5	27,0	17,5	0	0	10
États-Unis	3,3	95,0	0	1,7	0	6
Reste de l'Europe	34,0	42,4	4,6	0	19,0	5
Asie	44,0	52,0	2,0	0	0	5
Amérique Latine	50,0	10,0	0	0	40,0	1

Comme on peut le constater à la lecture du tableau 43, les prix pour un voyage par autocar au Québec varient énormément. Les moins élevés réfèrent principalement à des circuits d'une journée. Par ailleurs, 84 % des tarifs mentionnés dans le tableau ci-après n'incluent pas le montant du billet d'avion.

**Tableau 43**  
**Prix des forfaits de voyages par autocar au Québec**

<b>Prix minimum (\$)</b>	<b>Nombre de répondants</b>	<b>Prix maximum (\$)</b>	<b>Nombre de répondants</b>
30	1	80	1
100	2	500	1
300	4	750	1
350	1	800	2
350	1	900	1
400	1	1 000	2
450	1	1 100	1
499	1	1 200	1
500	4	1 500	2
550	1	1 600	1
600	1	2 000	3
1 000	3	2 500	2
1 050	1	2 700	1
1 100	1	3 000	2
1 200	1	3 900	1
4 200	1	6 000	1
5 000	1	10 000	1
		15 000	1
<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>25</b>

Le tableau 43 fait état des prix minimum et maximum des circuits en autocar qu'offrent les grossistes interrogés. Il s'agit des tarifs exacts tel que mentionnés par les répondants et ils incluent la portion aérienne du trajet le cas échéant.

- Ainsi, 69,2 % des voyages par autocar offerts par les répondants se situent à l'intérieur d'un prix de base de 600 \$ et moins, alors que le montant maximal ne dépasse pas 2 000 \$ dans 64 % des cas.
- Enfin, notons que les circuits par autocar au Québec programmés par les grossistes de notre échantillon s'effectuent principalement aux mois de septembre et d'octobre. En effet, les répondants réalisent près de la moitié de leur chiffre d'affaires à cette période —, sauf pour les clientèles en provenance de l'Asie et de l'Amérique Latine (20 %).

## **Niveau de satisfaction de la clientèle**

### Niveau de satisfaction globale

Dans cette section, nous présenterons tout d'abord les résultats obtenus auprès des grossistes émetteurs et des agences réceptives interrogés lors de nos entrevues téléphoniques concernant le niveau de satisfaction globale de leur clientèle par rapport aux circuits par autocar au Québec. Ensuite, nous dévoilerons leur degré d'appréciation en fonction de critères préétablis, certains

directement reliés aux services de l'autocariste, d'autres plutôt rattachés aux services touristiques proprement dits.

- Le niveau moyen de satisfaction globale des grossistes émetteurs et des agences réceptives interrogés se situe à 7,4 sur une échelle variant de 1 à 10, où 1 signifie très insatisfait et 10, très satisfait. Ce sont les répondants faisant voyager plus de 300 groupes par année au Québec qui enregistrent le degré d'appréciation global le plus bas (6) ainsi que la clientèle européenne — excluant la France — (5,7). Les clientèles des États-Unis, d'Asie — excluant le Japon — et d'Amérique latine sont celles étant les plus satisfaites globalement (8).
- Par ailleurs, l'opinion de la clientèle en provenance des trois principaux marchés émetteurs des agences réceptives québécoises s'avère très favorable, atteignant une moyenne de 8,5.
- Pour chacun des critères évalués, le niveau de satisfaction des répondants faisant voyager plus de 300 groupes par année au Québec tend à se situer légèrement en deçà de la moyenne générale. Cela est particulièrement vrai relativement à la compétence du conducteur (6,7) et à la qualité de la restauration (7,8).

#### Niveau de satisfaction selon certains critères préétablis

Le tableau 44 présente le niveau moyen de satisfaction des répondants par rapport à chacun des critères mesurés, et ce, en fonction de leur principal marché émetteur. Les zones grises correspondent aux services offerts par l'industrie du transport nolisé alors que les zones blanches sont associées à l'industrie touristique. Généralement, bien que les résultats de leur appréciation soient supérieurs à la moyenne (5), nous remarquons qu'ils sont légèrement plus élevés en ce qui concerne les services reliés directement à l'industrie touristique par opposition à ceux liés au transport par autocar. En effet, plusieurs répondants souhaiteraient que les conducteurs soient plus courtois et mieux formés en ce qui a trait au service à la clientèle. On verrait également d'un bon œil une meilleure coopération entre les conducteurs et les guides accompagnateurs.

**Tableau 44**  
**Niveau de satisfaction des grossistes et des agences réceptives**  
**en fonction des marchés émetteurs**

<b>CRITÈRES/MARCHÉS ÉMETTEURS</b>	<b>Québec</b>	<b>France</b>	<b>États-Unis</b>	<b>Europe (sauf la France)</b>	<b>Asie</b>	<b>Japon</b>	<b>Amérique Latine</b>	<b>Moyenne</b>
Premier contact	8,0	8,2	7,2	7,8	7,0	6,6	8,0	<b>7,5</b>
Qualité et confort des autocars	9,0	7,4	7,6	7,8	7,0	6,4	9,0	<b>7,5</b>
Compétence du conducteur	8,0	7,7	7,0	8,0	7,0	7,4	8,0	<b>7,5</b>
Compétence du guide accompagnateur	9,0	8,3	7,2	10,0	8,0	7,2	9,0	<b>7,8</b>
Qualité des attrait visités	---	7,8	8,7	8,0	8,0	8,0	8,0	<b>8,1</b>
Qualité de l'hébergement	---	8,0	8,2	8,7	8,0	8,6	8,0	<b>8,3</b>
Qualité de la restauration	---	7,3	8,3	8,7	9,0	8,6	---	<b>8,3</b>

Nous constatons que le niveau de satisfaction des répondants dont le principal marché émetteur est la France se situe légèrement en deçà de la moyenne lorsqu'il s'agit des services reliés directement à l'industrie touristique, et ce, principalement pour la qualité de la restauration (7,3). Toutefois, leur évaluation des services fournis par l'autocariste s'avère plus favorable que la moyenne, surtout en ce qui concerne le premier contact.

Quant au degré de satisfaction des répondants dont le principal marché est le continent asiatique, il est légèrement en deçà de la moyenne des clientèles, sauf en ce qui concerne les services reliés directement à l'industrie touristique. Contrairement au marché français, la qualité de la restauration ne semble pas poser de problèmes. Les niveaux d'appréciation les plus bas se situent dans les services directement reliés au transport tels la qualité et le confort des autocars, et ce, surtout pour la clientèle japonaise.

Les cinq grossistes et agences réceptives interrogés possédant une clientèle majoritairement européenne (excluant la France), ont accordé une note parfaite à la compétence du guide accompagnateur, se démarquant ainsi de tous les autres répondants. Leur opinion par rapport à la compétence du conducteur est également supérieure à la moyenne.

Enfin, chez les répondants disposant d'un fort volume de clientèle en provenance du marché américain, nous remarquons que la qualité des attraits visités remporte la palme. Par contre, certains services fournis semblent moins répondre à leurs attentes comparativement à l'ensemble de l'échantillon, surtout en ce qui concerne la compétence du guide accompagnateur et du conducteur. Quant aux personnes interrogées oeuvrant auprès des clientèles d'Amérique latine et du Québec, elles s'avèrent des plus satisfaites par rapport aux services de l'autocariste.

#### Niveau de satisfaction par rapport aux autocaristes québécois

Les entrevues réalisées auprès des grossistes émetteurs et des agences réceptives québécoises font ressortir trois critères — lors d'une question ouverte — auxquels les répondants attachent le plus d'importance dans le choix d'un autocariste.

Critères d'importance dans le choix d'un transporteur :

<u>Grossistes réceptifs</u>	<u>Grossistes émetteurs</u>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Le prix (57 %)</li><li>• La qualité (43 %)</li><li>• La quantité des équipements (29 %)</li><li>• La propreté (29 %)</li><li>• La sécurité (21 %)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Le prix (67 %)</li><li>• La quantité des équipements (38 %)</li><li>• La sécurité (38 %)</li><li>• La propreté (33 %)</li><li>• Le confort (24 %)</li></ul>

Les grossistes émetteurs accordent une importance encore plus grande au prix (67 %), à la quantité des équipements et à la sécurité (38 %) ainsi qu'au confort (24 %) que les agences réceptives. Par contre, ces dernières sont beaucoup plus sensibles à la qualité (43 %). D'autre part, il n'est pas surprenant de constater que les répondants possédant un plus fort volume de groupes voyageant en autocar au Québec accordent une importance élevée (33 %) à la fiabilité, comparativement à l'ensemble des personnes interrogées (14 %).

En ce qui concerne la qualité des véhicules et le service offert par les autocaristes québécois par rapport à ceux de l'Ontario, du reste du Canada et des États-Unis, globalement, les répondants les considèrent égaux ou supérieurs. Cela est particulièrement vrai (44,4 %) pour les grossistes

et les agences faisant voyager plus de 300 groupes par autocar au Québec annuellement. La principale raison évoquée pour l'attribution d'une meilleure note quant à ces deux aspects est la tarification moins élevée. Toutefois, près du tiers des répondants (30 %) dont la France représente le principal marché émetteur, considère le service et la qualité offerts par les autocaristes québécois inférieurs à ceux de leurs concurrents américains (tableau 45). Par ailleurs, d'autres croient que la qualité des autobus est inférieure au Québec en comparaison avec le reste du Canada (11,8 %) et les États-Unis (17,6 %). Mentionnons que 26,5 % des répondants ne se sont pas prononcés sur cette question.

**Tableau 45**  
**Comparaison du service offert et de la qualité des véhicules des autocaristes québécois avec ceux du reste du Canada et des États-Unis**

	Service offert et qualité des véhicules au Québec vs É.-U. (%)				Service offert et qualité des véhicules au Québec vs Ontario et Canada (%)			
	Supérieur	Égal	Inférieur	NSP	Supérieur	Égal	Inférieur	NSP
<b>TOTAL</b>	23,5	32,4	17,6	26,5	23,5	38,2	11,8	26,5
<b>Agences réceptives</b>	<b>35,7</b>	21,4	21,4	21,4	<b>35,7</b>	28,6	14,3	21,4
<b>Grossistes émetteurs</b>	15,0	<b>40,0</b>	15,0	30,0	15,0	<b>45,0</b>	10,0	30,0
<b>Nombre de groupes<sup>61</sup></b>								
Petit (moins de 50)	30,0	30,0	30,0	10,0	20,0	40,0	10,0	30,0
Moyen (50-299)	7,1	<b>35,7</b>	14,3	42,9	14,3	50,0	14,3	21,4
Grand (300 et plus)	<b>44,4</b>	22,2	11,1	22,2	44,4	11,1	11,1	33,3
<b>Principal marché émetteur</b>								
France	40,0	10,0	<b>30,0</b>	20,0	40,0	10,0	10,0	40,0
États-Unis	36,4	36,4	18,2	9,1	36,4	27,3	9,1	27,3
Reste de l'Europe	0	60,0	0	40,0	0	100,0	0	0
Japon	0	40,0	20,0	40,0	0	20,0	20,0	20,0

## 7.2 Analyse de la demande potentielle

Dans cette section, nous nous appuyerons dans un premier temps sur l'analyse des données recueillies lors des entrevues téléphoniques réalisées dans le cadre du présent mandat. L'encadré suivant présente un bref aperçu des principaux éléments obtenus suite à l'étude des circuits les plus populaires chez les répondants (toutes destinations confondues).

<sup>61</sup> Nombre de groupes programmés par le grossiste voyageant en autocar au Québec par année.

### Analyse des circuits les plus populaires

- La taille moyenne des groupes voyageant par autocar se situe à 38,5 personnes. Toutefois, ceux en provenance d'Amérique latine s'élèvent en moyenne à 50 personnes alors que ceux provenant d'Asie se situent à un niveau inférieur, soit 33 personnes.
- De façon générale, les principaux marchés émetteurs sont les États-Unis et l'Europe sur un pied d'égalité (45 %) suivis de l'Asie (35 %).
- Les principales destinations incluses dans le circuit par autocar le plus apprécié par la clientèle des répondants sont Montréal, la côte ouest américaine (San Francisco/Los Angeles) et les Rocheuses, New York et la côte est américaine et, dans une moindre mesure, Niagara, Québec et Toronto. Dans la seconde offre la plus populaire, on retrouve également la côte ouest américaine (San Francisco/Los Angeles) et les Rocheuses, puis Québec et la Côte-de-Beaupré ainsi que le Mexique et l'Italie.
- La durée moyenne des deux circuits les plus populaires se situe aux alentours d'une semaine. Toutefois, les parcours incluant l'Italie et le Mexique durent presque le double, soit de douze à quatorze jours. De même, les circuits comprenant le Lac-Saint-Jean, Tadoussac, Boston ou la Thaïlande durent plus longtemps : de dix à douze jours. Les destinations québécoises telles Montréal, la Côte-de-Beaupré, Québec ou les Laurentides font partie de séjours beaucoup plus courts que la moyenne.
- L'hôtel quatre étoiles représente le principal type d'hébergement.

L'information concernant la demande potentielle des divers marchés géographiques provient essentiellement des résultats de nos entrevues téléphoniques auprès des grossistes étrangers et d'une étude réalisée par Zins Beauchesne et associés<sup>62</sup>. Les renseignements concernant la clientèle du troisième âge (55 ans et plus) s'inspirent d'une étude de la National Tour Association (NTA).<sup>63</sup>

### Principales caractéristiques des futurs touristes du troisième âge et des baby-boomers

À ce stade-ci de leur vie, les futurs touristes du troisième âge ne sont généralement pas intéressés par les voyages de groupes ou les forfaits. Toutefois, certains désirent des forfaits incluant l'hébergement, la location d'autos et les billets d'avion. D'autres voient dans les voyages de groupes, une option pour ceux qui ont des problèmes de santé ou de mobilité liés au vieillissement. Les principaux facteurs influençant les projets de voyages des touristes d'âge mûr sont la sécurité (82 %), les prix (80 %), les attractions touristiques (78 %). Un bon rapport qualité/prix s'avère le facteur déterminant, suivi par le forfait tout compris.

<sup>62</sup> Zins Beauchesne et associés, *Voyages Tour and Travel : Analyse du marché et des opportunités*, juillet 1999.

<sup>63</sup> NTA. *Current Assessment Report for the Future Senior Market*. Octobre 2000.

Les principales tendances liées à la « future » clientèle d'âge mûr sont les suivantes :

- **le besoin d'indépendance.** Ce besoin d'indépendance continuera de croître compte tenu de la facilité d'accès à Internet qui leur permet plus aisément de rechercher et de créer leur propre expérience de voyage. Les gens du troisième âge voudront maintenir un rôle actif dans la planification de leurs voyages;
- **la popularité des croisières.** Le groupe des 50-64 ans représente 20 % du marché des croisières;
- **les intérêts particuliers (thèmes) engendrent des préférences de destinations.** Avec une expérience accrue des voyages, les intérêts particuliers des personnes du troisième âge (marche, observation des oiseaux, photographie) vont devenir encore plus décisifs dans le choix d'une destination;
- **une tendance vers le voyage haut de gamme.** Les 55 ans et plus représentent 16,4 % des gens disposant de revenus compris entre 70 000 \$ et 99 999 \$, 18,2 % de ceux ayant des revenus inclus entre 100 000 \$ et 249 000 \$ et 26,1 % des gens possédant des revenus supérieurs à 250 000 \$.
- **la santé et le bien-être.** Le nombre d'abonnements à des clubs de santé a augmenté de 35,6 % chez les 55 ans et plus. Près de la moitié (44 %) des gens de ce groupe d'âge croit que l'exercice est un attribut très désirable dans l'expérience d'un voyage. D'ailleurs, la marche récréative et la marche de santé représentent les activités les plus pratiquées par ces individus.

#### Les touristes canadiens d'âge mûr

Il s'agit d'un marché en croissance, tout comme la part des voyages intérieurs. Ces touristes à la retraite disposent de plus de temps libre et sont plus à l'aise financièrement. Ils sont prêts à faire de longs voyages et quoique les destinations éloignées les attirent, ils effectuent également des voyages près de chez eux, et ce, principalement en été, mais également à l'automne et au printemps.

#### Les touristes américains d'âge mûr

Il s'agit d'un important marché en plein essor. Les touristes proviennent majoritairement des États du sud et de l'ouest, même si le principal marché pour le Canada se trouve encore chez les États voisins. Ces clientèles aiment voyager vers des endroits inconnus et vivre des expériences nouvelles pour s'évader de la routine, mais aussi pour le repos et la détente. Ils sont prêts à dépenser 100 \$ de plus par voyage que le touriste américain moyen.

Pour les séjours prolongés, les destinations concurrentes du Canada sont :

- les croisières en Alaska et dans les Caraïbes;
- les voyages en train et les excursions de jeu sur le Mississippi;
- les visites du sud et de l'ouest des États-Unis;
- les voyages aux Bermudes, en Australie, à Hawaï et en Europe du Nord.

### Les touristes européens d'âge mur

On prévoit une croissance rapide de ce segment. Quelque 47 % des voyages internationaux entrepris par des Européens d'âge mûr le sont par les Allemands et les Britanniques. Toutefois, ils préfèrent les destinations européennes, notamment l'Espagne, l'Autriche, la France, l'Allemagne, et l'Italie. Pour ce marché, le Canada se situe au troisième rang des destinations long parcours avec 14,5 % de part de marché contre 31,7 % pour les États-Unis et 24,6 % pour l'Asie-Pacifique. Les principaux marchés géographiques pour le Canada sont la Grande-Bretagne, la France et l'Allemagne.

### **Le marché nord-américain en général**

Sur le marché nord-américain du voyage de groupes par autocar, on observe les principales tendances suivantes :

- une certaine décroissance du marché traditionnel du voyage de groupe organisé. La clientèle habituelle se renouvelle peu et se situe à un niveau beaucoup plus faible qu'il y a dix ou quinze ans;
- aux clientèles de retraités se joignent aussi des préretraités, des baby-boomers et même des plus jeunes encore. Ces personnes sont attirées par le côté abordable de la formule et par l'encadrement (pour celles qui disposent de peu d'expérience de voyage ou qui ne parlent pas la langue du pays visité);
- de façon générale, les Américains s'avèrent des clients plus exigeants et plus avisés recherchant des trajets d'autocar moins longs, de bons hôtels et des guides plus âgés, expérimentés et cultivés. Ils s'intéressent aux circuits instructifs et souhaitent un forfait incluant un maximum d'activités, de visites et d'excursions.

### Le marché québécois

Les touristes québécois effectuant des circuits par autocar (toutes destinations confondues) représentent 15 % de la population âgée de 15 ans et plus au Québec, soit environ 850 000 personnes. Leur profil sociodémographique est le suivant :

- majoritairement des femmes (59 %), soit une proportion légèrement supérieure à celle de la population en général (52 %);
- voyageurs âgés de 15 à 24 ans (35 %, par rapport à 17 % dans la population);
- gens plus scolarisés que la population en général (31 % d'universitaires et plus);
- leurs revenus annuels familiaux sont inférieurs à ceux de la population globale puisqu'une forte proportion de la clientèle est jeune.

Les caractéristiques des voyages par autocar des Québécois :

- plus de la moitié ont effectué au moins un voyage de 1 à 3 nuits en hébergement commercial au cours de la dernière année et un peu plus du tiers (38 %), un voyage de 4 nuits ou plus, et ce, surtout l'été;
- même si 61 % des touristes de circuits par autocar réalisent surtout des voyages organisés, 46 % d'entre eux privilégient également l'auto personnelle lors de déplacements de 4 nuits et plus au Québec;
- les types d'hébergement préférés sont les hôtels de grande taille (32 %) et de petite taille (27 %) ainsi que l'auberge (21 %);
- la taille moyenne des groupes se situe à quarante personnes.

### Le marché canadien

Les Canadiens voyageant en circuits de groupes par autocar (toutes destinations confondues) représentent un bassin de 2,7 millions de personnes et des dépenses d'environ 3,7 milliards de dollars (intra et hors Canada). Les Québécois comptent pour le tiers de ce marché.

Ces touristes canadiens voyageant en groupe sont davantage des femmes, plus âgées que la moyenne et disposant de meilleurs revenus et de plus de temps libre. Ils recherchent principalement des attraits liés à la culture (55 %), à la ville (48 %), à l'histoire et au patrimoine (45 %) ainsi qu'au plein air (36 %). Le Québec occupe une place de choix dans les destinations visitées.

Les durées moyennes des circuits à forfaits vendus aux Canadiens sont les suivantes : moins d'une semaine (31 %); une à deux semaines (52 %); une à trois semaines (15 %); trois à quatre semaines (2 %). Les destinations proposées par les grossistes canadiens se traduisent essentiellement par des voyages vers l'étranger (75 %), des voyages intérieurs au Canada (9 %) et des voyages de l'extérieur vers le Canada (16 %).

### Le marché américain

La clientèle américaine des circuits de groupes se compose principalement de retraités et d'étudiants qui voyagent en groupes de quarante personnes en moyenne. Avec son important volume de retraités qui privilégient l'aspect sécuritaire d'un voyage, le marché américain offre un important bassin de clients potentiels pour le Québec et le Canada. D'ailleurs, on prévoit une croissance de ce marché. Cependant, un nombre de plus en plus grand de ces personnes vivent dans les États du sud et de l'ouest, régions plutôt éloignées du Québec. Les parcours offerts aux touristes américains durent en moyenne de sept à douze jours.

Pour la clientèle américaine, le circuit le plus populaire inclut surtout Montréal ainsi que les côtes est et ouest des États-Unis. Le tour de ville et la visite de sites naturels constituent les principales activités offertes, quoique la visite guidée et les casinos soient également au programme. Les lieux les plus fréquemment mentionnés dans le second circuit « meilleur vendeur » sont la Côte-de-Beaupré, la côte ouest américaine, Québec et l'Italie (Rome, Sorrento et Pompei). Le tour de ville et la visite guidée se classent au premier rang des activités, suivis de la visite d'églises, de parcs nationaux, de chutes et de casinos.

D'autre part, la National Tour Association (NTA), l'une des plus importantes associations de grossistes américains, propose à sa clientèle une variété de produits de plus en plus grande : circuits muséaux et circuits historiques, tous deux vendus en forfaits individuels.

## **Le marché européen**

Les personnes âgées constituent également la principale clientèle des voyages de groupes par autocar (39 %), mais les comités d'entreprises et les associations comptent pour une bonne part du marché européen des circuits de groupes, soit 21 % et 22 % respectivement. Toutefois, les séjours s'effectuent surtout en territoire européen compte tenu de la variété et de l'accessibilité de ces destinations. Quant à lui, le Canada se situe au troisième rang des destinations hors continent privilégiées pour ce type de voyage, derrière les États-Unis et l'ensemble Asie-Pacifique.

Les principaux marchés émetteurs sont :

- l'Allemagne (plus de trois millions de personnes);
- la France (un tiers des Français a déjà effectué un voyage de groupe);
- l'Angleterre (1,2 million de personnes recherchant le luxe, le confort, la sécurité, les activités sportives et le divertissement);
- l'Italie, l'Espagne, la Suisse, la Belgique, les Pays-Bas et la Scandinavie, possèdent également un bon potentiel de croissance.

Dans le cadre de notre sondage, les grossistes mentionnent surtout la côte ouest américaine et Niagara à titre de régions les plus populaires auprès de leur clientèle européenne. On y effectue des tours de ville, la visite des chutes, du Grand Canyon et des Rocheuses. L'autre circuit le plus prisé comprend les villes de Montréal, de Québec et de Niagara ainsi que la côte est américaine. Compte tenu des destinations proposées, les principales activités effectuées sont le tour de ville et la visite des chutes.

Pour la clientèle française, hormis la Thaïlande, seul le Québec figure au palmarès des destinations offertes dans le circuit le plus populaire des grossistes interrogés dans le cadre du présent mandat, plus précisément Montréal, Tadoussac et le Lac-Saint-Jean. Les principaux attraits sont le tour de ville, la visite guidée, les couleurs automnales, l'observation des baleines et les jardins zoologiques. Les seconds circuits les plus appréciés des Français incluent la côte ouest américaine et le Mexique où les activités proposées incluent le tour de ville, la plage, la visite de parcs nationaux et de casinos.

Selon un récent sondage conjoint de l'Institut RMS<sup>64</sup> et de l'Écho touristique<sup>65</sup>, le profil type du voyageur de groupe français est le suivant :

- plutôt féminin;
- retraité (62 % des 59 ans et plus apprécient les voyages de groupes);
- vit seul ou en couple, mais sans enfant;
- habite dans une ville de taille moyenne (37 % des voyageurs de groupes vivent dans des villes de 20 000 à 100 000 habitants);
- durée de séjour idéale est de dix jours;
- taille des groupes tend à se réduire passant de 25 à 20 personnes;

<sup>64</sup> Institut français de recherche.

<sup>65</sup> Hebdomadaire français spécialisé en tourisme.

- recherche l'originalité et aime découvrir de nouvelles régions;
- favorise la culture et le confort.

En général, les voyages des Européens s'effectuent en groupe de 38 personnes en moyenne et les types de séjours privilégiés sont les suivants :

- des forfaits achetés sur une base individuelle (70 %);
- des forfaits avion-auto (51 %);
- l'aventure douce (40 %);
- des destinations hivernales (excluant le ski) (23 %);
- des programmes haut de gamme (15 %).

### **Les marchés éloignés**

Pour le marché asiatique, l'éventail des destinations offertes par les grossistes<sup>66</sup> est assez vaste : côte est américaine, Ouest canadien, Toronto et certaines régions du Québec telles les Laurentides et l'Estrie. Le tour de ville, la visite guidée et les sites naturels figurent parmi les attraits fréquentés.

Pour les gens d'Amérique latine, les deux circuits les plus populaires comprennent Montréal et l'Ontario. On y effectue des tours de ville. On retrouve également Tadoussac et l'observation des baleines dans le parcours le plus apprécié.

Parmi ces touristes des marchés éloignés, les Japonais semblent les plus exigeants. Ils privilégient la recherche de nouveaux produits et, pour les jeunes, la découverte de la nature, des activités d'aventure et des voyages individuels. Les marchés chinois, du Sud-Est asiatique et de l'Amérique latine présentent de forts potentiels de développement mais demeurent pour l'instant en émergence.

---

<sup>66</sup> Entrevues téléphoniques réalisées par Écho sondage dans le cadre du présent mandat.

**Tableau 46**  
**Le portrait global des marchés de voyages de groupes**

MARCHÉS	PRODUIT « CIRCUITS PAR AUTOCAR »	PRINCIPALES TENDANCES ET CARACTÉRISTIQUES
Le Québec	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Touristes de circuits de groupes toutes destinations;</li> <li>• 15 % de la population de 15 ans et plus;</li> <li>• 800 000 à 850 000 personnes;</li> <li>• dépenses de 1,1 MM\$ CA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voyagent plus à forfait hors Québec;</li> <li>• deux segments de circuits de groupes – des jeunes et une clientèle adulte – à la recherche d'une formule économique.</li> </ul>
Le Canada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voyages toutes origines faits au Canada : 2,1 MM\$ US en 1996 (+ 11 % p/r à 95)</li> <li>• Touristes de circuits de groupes toutes destinations :</li> <li>• 2 698 000 personnes;</li> <li>• dépenses de 3,7 MM\$.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La clientèle de groupe est plus âgée que la moyenne, a plus d'argent et de temps libre;</li> <li>• elle est en diminution, au profit du FIT<sup>67</sup></li> </ul>
Les États-Unis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voyages toutes origines faits aux États-Unis : 8,5 MM\$ US en 1996 (+ 11 % p/r 95);</li> <li>• FIT<sup>68</sup> en croissance : 9 % des ventes;</li> <li>• 78 % des touristes voyagent de façon indépendante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les retraités composent le segment le plus important des tours de groupes. Les étudiants, le deuxième segment en importance;</li> <li>• tours de groupes : intérêt croissant pour circuits éducatifs;</li> <li>• demande croissante pour les tours thématiques, notamment les « event tours »</li> </ul>
L'Europe de l'Ouest	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Croissance du FIT de plus de 5,5 % / an d'ici 2001;</li> <li>• FIT : 50 % à 60 % des ventes des agences de voyages et tour-opérateurs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forte croissance du FIT, surtout dans le cadre de voyages aériens;</li> <li>• Tours de groupes : en phase de maturité;</li> <li>• Tours de groupes : personnes âgées, comités d'entreprises et associations</li> </ul>
La France	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adeptes de forfaits : 2 millions de personnes;</li> <li>• voyages au Canada : 36 % en forfaits en 1992, en baisse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tours de groupes : 40 % de la clientèle sont des personnes âgées; les autres sont des jeunes adultes et des personnes provenant des comités d'entreprises;</li> <li>• FIT : propension moindre pour un premier voyage dans une destination;</li> <li>• FIT : jeunes adultes et 40 à 60 ans.</li> </ul>
Le Royaume-Uni	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adeptes de forfaits : 1,2 million de personnes;</li> <li>• 80 % à 95 % des voyages au Canada sont des FIT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Achètent peu de forfaits pour les voyages au Canada (13 % en 1992 et en baisse)</li> </ul>
L'Allemagne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adeptes de forfaits : 22 % du marché, soit 2,5 millions de personnes;</li> <li>• FIT : 60 % à 75 % des voyages.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tours de groupes : voyages économiques et hors saison;</li> <li>• FIT : voyages actifs.</li> </ul>
Les autres pays d'Europe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Italie – FIT : 70 % des voyages au Canada et 50 % à 60 % de tous les voyages</li> <li>• Belgique – FIT : 60 % des voyages au Québec;</li> <li>• Suisse – FIT : 80 % du marché.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Italie : préférence pour FIT (surtout 25-35 ans)</li> </ul>
Les marchés éloignés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asie/Pacifique : croissance 98/99 de + 69 % de la demande FIT;</li> <li>• FIT marché japonais : très fort potentiel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FIT est en croissance;</li> <li>• au Japon : voyages à petits groupes ou en FIT avec forfaits spéciaux et originaux.</li> </ul>

Source : Zins, Beauchesne et associés. *Voyages Tour and Travel : Analyse du marché et des opportunités*, juillet 1999

<sup>67</sup> Voyages individuels.

<sup>68</sup> Voyages individuels.

## Les marchés et les clientèles en croissance

Les agences réceptives interrogées dans le cadre de la réalisation de ce mandat ont mentionné la clientèle du troisième âge, que ce soit en provenance des États-Unis, de la France ou du Québec, les clientèles de « motivation » — surtout française —, les baby-boomers et les étudiants comme étant les principaux segments de clientèles en croissance. On note également une augmentation du nombre de voyageurs en provenance de l'Amérique du Sud, de l'Amérique latine et de l'Europe de l'Est. La clientèle individuelle semble prendre de l'expansion pour une certaine partie des agences réceptives interrogées.

### 7.3 Grandes tendances affectant le marché des voyages par autocar

#### La révolution Internet

Parmi les grandes tendances affectant le marché des voyages par autocar, nous ne pouvons passer sous silence les changements technologiques. L'ensemble du secteur des voyages traverse aujourd'hui une période de changements sans précédent. Le développement des technologies de l'information et des télécommunications ainsi que la montée en flèche du commerce électronique ont eu des effets importants sur la commercialisation des voyages en entraînant de nouvelles façons de les distribuer. D'ailleurs, le tourisme est l'industrie dominante dans le marché du commerce électronique de détail, loin devant les secteurs du livre, de la musique et de l'informatique<sup>69</sup>. Selon un sondage effectué aux États-Unis<sup>70</sup>, plus de 30,5 millions de personnes ont déjà acheté un produit touristique sur le Web. D'autre part, 20 % des répondants du *1999 U.S. Consumer Survey* âgés de 50 à 64 ans ont utilisé des sources électroniques pour planifier ou faire leurs réservations de voyages. Selon une autre source, Internet devient également un moyen de plus en plus efficace de rejoindre les femmes américaines de 55 ans et plus<sup>71</sup>.

#### Les tendances démographiques

- L'augmentation de la population, l'immigration et la population vieillissante constituent les principaux facteurs démographiques qui influenceront l'industrie du voyage en Amérique du Nord. C'est toutefois la clientèle du troisième âge qui profitera le plus au tourisme.
- Le vieillissement de la population, et en particulier celui des baby-boomers (nés entre 1947 et 1966) influencera largement l'industrie touristique et la façon de voyager. Au Canada et aux États-Unis, on compte actuellement 85 millions de baby-boomers, soit près du tiers de la population de ces deux pays. D'autre part, les projections démographiques de la population des 55-64 ans prévoient une croissance de 26,6 % entre 1999 et 2005<sup>72</sup> dans le cas des Américains et de 33,9 % entre 1999 et 2006<sup>73</sup> chez les Canadiens.
- On prévoit d'importantes différences régionales dans l'évolution démographique de la population américaine âgée de 55 ans et plus<sup>74</sup>. Le Sud et l'Ouest devraient subir la plus grande croissance de personnes âgées. Au Canada, le recensement de la population canadienne de 1999 démontre que sur l'ensemble des gens âgés de 65 ans et plus, la

<sup>69</sup> UQAM, Chaire de Tourisme (2000). *Le tourisme à l'heure des alliances, des fusions et des acquisitions*, 117 pages.

<sup>70</sup> GOMEZ. The State of Online Travel 2000, septembre 2000.

<sup>71</sup> Media Metrix and Jupiter Communications, *It's a Woman's World Wide Web*, août 2000. [www.jup.com](http://www.jup.com)

<sup>72</sup> Sharon Yntema. *Americans 55 & older: A Changing Market*, 2<sup>e</sup> édition, New Strategist, 1999.

<sup>73</sup> Statistiques Canada, *Estimations et projections à partir du recensement du Canada*.

<sup>74</sup> Ibid.

majorité vit dans l'une ou l'autre des quatre provinces les plus peuplées, soit l'Ontario, le Québec, la Colombie-Britannique et l'Alberta. Les gens du troisième âge comptent pour une plus grande part de la population en général en Saskatchewan et au Manitoba.

- Compte tenu de l'espérance de vie, le marché est de plus en plus **dominé par les femmes**. Ces dernières comptent pour 51 % de la population des baby-boomers, 44 % des voyages d'affaires de ce groupe et pour 80 % des décisions relatives aux loisirs.
- On prévoit une croissance de la population ethnique américaine qui, en l'an 2050, représentera presque la moitié de la population. À l'heure actuelle, les 70 millions de consommateurs afro-américains, hispano-américains et sino-américains détiennent un pouvoir d'achat de 500 milliards de dollars américains. Ils dépensent davantage, choisissent le plus souvent l'hébergement commercial et sont plus portés à magasiner au cours de leurs voyages<sup>75</sup>.
- On peut également s'attendre à ce que plus de retraités travaillent à leur retraite<sup>76</sup>. Une étude de Scudder Kemper menée en 1999 a démontré que les Américains de 55 à 67 ans planifient travailler ou effectuent actuellement du travail rémunéré, même s'ils sont à la retraite. Au Canada, le nombre de travailleurs âgés de 55 ans et plus a augmenté de près de 27 % entre 1997 et 1999. Les retraités disposeront ainsi de meilleurs revenus, mais également de moins de temps libre.
- Entre 1993 et 1998, le revenu moyen des Américains âgés de 55 à 64 ans a connu la plus forte croissance de tous les groupes d'âge<sup>77</sup>.
- Tant au Canada qu'aux États-Unis, la population âgée est mieux éduquée que celle de leurs parents, plus conscientisée face au phénomène de la santé et de la condition physique, indépendante, active physiquement et, comme nous l'avons mentionné précédemment, influencée par la technologie, notamment Internet.
- Enfin, la population américaine du troisième âge possède déjà une forte propension à voyager. Elle représente une part de 31 % de tous les voyages domestiques effectués aux États-Unis (baby-boomers : 45 %); la durée du voyage la plus longue (3,9 nuitées); le plus gros pourcentage d'excursions (21 %).

### **Caractéristiques des voyages en émergence**

- **Les voyages individuels.** Depuis quelques années, on observe une croissance significative des voyages individuels (FIT)<sup>78</sup> au détriment des voyages de groupes, et ce, particulièrement en Amérique du Nord. Selon les marchés émetteurs, le FIT représente entre 50 % et 85 % des voyages.
- **Des circuits plus courts.** La demande des clients pour « le maximum au prix minimum » s'intensifie. Les circuits proposant le Québec, tendent à inclure moins de régions américaines — New York, Boston et Washington demeurent cependant. Si les longs circuits de dix à quatorze jours restent la norme, les escapades de deux, trois ou quatre jours gagnent en popularité. L'objectif n'est plus de visiter un endroit éloigné, mais davantage de

---

<sup>75</sup> NTA. *Current Assesment Report for the Future senior Market*, octobre 2000.

<sup>76</sup> Ibid.

<sup>77</sup> Sharon Yntema. *Americans 55 & older: A Changing Market*, 2<sup>e</sup> édition, New Strategist, 1999.

<sup>78</sup> Foreign Independent Travel (F.I.T.).

jumeler des loisirs au cours du voyage. Ainsi, les circuits au Canada sont moins longs : le Canada en 24 jours cède la place à des parcours de 9 à 13 jours dans l'Ouest canadien.

- **Le meilleur prix possible.** Le client recherche des prix toujours plus bas. Cependant, les bas prix des grossistes nord-américains restent élevés par rapport à ceux demandés pour les circuits européens qui incluent davantage de repas.
- **Les voyages intergénérationnels** — *family experience tours* — (grands-parents/petits-enfants et même grands-parents/parents/petits-enfants).
- **Les voyages d'aventure.** Le tourisme d'aventure devrait prendre de l'importance en ce début de millénaire. Près de la moitié des adultes américains, soit 98 millions de personnes, ont effectué un voyage d'aventure (dure ou douce) au cours des cinq dernières années. Par ailleurs, 14 % des voyageurs d'aventure sont des gens âgés de 55 ans et plus et 9 % ont entre 55 et 64 ans. Les 55 ans et plus dépensent davantage pour des voyages d'aventure douce — camping (61 %), randonnée (45 %), observation des oiseaux ou des animaux (40 %) — que ceux de n'importe quelle autre catégorie d'âge.
- **Les circuits instructifs, éducatifs et thématiques.** Au cours de la prochaine décennie, on prévoit une croissance annuelle d'environ 12 % à 15 % pour la demande de voyages thématiques, planifiés selon les intérêts particuliers du touriste.

Dans le cas de la clientèle américaine, les types de circuits en croissance sont :

- **les circuits éducatifs**, centrés sur une expérience précise (histoire, nature, jardins, magasinage, événements, etc.);
- **les circuits « couleurs automnales »** (77 % des membres de la « National Tour Association — NTA » en offraient en 1998);
- **les circuits « événements »**, c'est-à-dire des circuits incluant spectacles en soirée et temps libre (72 % des membres de la NTA proposaient de tels circuits en 1998, soit une augmentation de 14 % par rapport à 1995);
- **les circuits axés sur :**
  - des croisières (69 %);
  - des repas-théâtre (63 %);
  - des musées (63 %);
  - du théâtre (63 %);
  - des programmes spécialisés pour les aînés (45 %);
  - des forfaits éducatifs (30 %);
  - des destinations hivernales — excluant le ski (25 %);
  - des forfaits individuels (25 %);
  - de l'aventure douce (20 %);
  - des formules avion-auto (15 %);
  - des activités et thèmes familiaux (10 %).

## **Les circuits en émergence au Québec**

Les itinéraires en émergence auprès des autocaristes du Québec sont l'Estrie, les circuits hivernaux (traîneaux à chiens) et les pèlerinages. Chez les agences réceptives, on note également un accroissement de l'intérêt pour l'Estrie, mais aussi pour les régions de Chaudière-Appalaches, du Bas-Saint-Laurent, de Tadoussac (baleines), de la Côte-Nord, du Grand Nord et de l'est du Canada, en plus des activités suivantes : les croisières Montréal-Tadoussac (surtout chez les Américains), les voyages incluant des spectacles, les formules « tout inclus » et les séjours en pourvoirie.

Les Japonais préfèrent voyager en plus petits groupes (15 à 25 personnes) et viennent surtout au Québec pour admirer les couleurs automnales. La clientèle d'outre-mer recherche les grands espaces et la nature, tandis que la clientèle québécoise opte pour les sites religieux, les chutes d'eau, etc. Les groupes européens visitent plusieurs régions (découverte de la province ou du pays et recherchent les lieux « intouchés », comme la Côte-Nord, les Îles-de-la-Madeleine et l'Île d'Anticosti. Les circuits destinés aux Américains visent essentiellement la découverte spécifique d'une ville (Montréal ou Québec) alors que les Québécois sont de plus en plus attirés par les activités de plein air. Les voyages avec spectacles deviennent également un produit de plus en plus populaire auprès de cette clientèle (par exemple, le forfait *Elvis Story* au Capitole de Québec avec le transport en autobus et l'hébergement dans le Vieux-Québec).

## **7.4 Forces et faiblesses du Québec**

### **Les points forts**

Le Québec représente une excellente destination de circuits par autocar, et ce, pour diverses clientèles. Elle offre plusieurs points forts, dont la différence culturelle, la joie de vivre et la convivialité, la sécurité, une restauration variée, originale et de qualité, des activités diversifiées, l'accès à la nature, le fleuve, l'histoire et les nombreux festivals. Les principales forces du Québec et des villes de Montréal et de Québec sont répertoriées dans le tableau qui suit.

**Tableau 47**  
**Principaux points forts du Québec et des villes de Montréal et de Québec**  
**sur le marché des voyages de groupes par autocar**

QUÉBEC EN GÉNÉRAL	MONTRÉAL	QUÉBEC
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langue française</li> <li>• Sécurité</li> <li>• Qualité des infrastructures d'accueil</li> <li>• Population accueillante, hospitalière</li> <li>• Autochtones</li>   <li>• Porte d'entrée de l'Amérique</li> <li>• Faiblesse du dollar</li> <li>• Variété des produits selon les régions</li> <li>• Grands espaces, nature, lacs et forêts</li>   <li>• Couleurs automnales</li> <li>• Vie culturelle</li>   <li>• Patrimoine religieux</li> <li>• Culture francophone dans un environnement anglophone</li> <li>• Cachet européen</li> <li>• Hébergement en famille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sécurité de la ville</li> <li>• Centre-ville</li> <li>• Vieux-Montréal</li>   <li>• Vie culturelle : musées, expositions</li> <li>• Fêtes et festivals</li>   <li>• Vieux-Port</li> <li>• Bâtiments religieux</li> <li>• Nombreuses boutiques et magasins</li> <li>• Restauration variée</li>   <li>• Hôtellerie</li> <li>• Proximité des régions de nature</li> <li>• Diversité culturelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vieux-Québec</li> <li>• Attraites culturelles</li> <li>• Musées</li>   <li>• Expositions</li>   <li>• Sécurité et charme de la ville</li> <li>• Château Frontenac</li> <li>• Culture francophone</li> <li>• Cachet européen</li>   <li>• Histoire et patrimoine (Ville du Patrimoine mondial selon l'UNESCO)</li> <li>• Architecture</li> </ul>

Source : Zins Beauchesne et associés

### **Les points faibles**

Les principales faiblesses du Québec sont les suivantes :

- le climat qui en décourage plusieurs et qui limite la saison touristique pour plusieurs marchés;
- les longues distances à parcourir;
- le manque de notoriété et de connaissance du produit et de la destination sur plusieurs marchés — excepté la France et le nord-est des États-Unis;
- le manque de flexibilité et d'innovation de l'industrie qui s'en tient à des valeurs sûres, dont l'intérêt est pourtant moindre pour les nouvelles clientèles du circuit par autocar. On n'arrive pas à intégrer tout ce que le Québec peut offrir en termes d'activités;
- les haltes routières, le peu de points d'observation (*scenic views*) le long des grandes voies routières et la disponibilité ainsi que la qualité de l'hébergement dans certaines régions touristiques.

**Tableau 48**  
**Principales faiblesses du Québec et des villes de Montréal et de Québec**  
**sur le marché des voyages de groupes par autocar**

QUÉBEC EN GÉNÉRAL	MONTRÉAL	QUÉBEC
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Climat</li> <li>• Régions éloignées les unes des autres</li> <li>• Forte saisonnalité</li> <li>• Manque de notoriété</li> <li>• Peu d'innovations dans les produits offerts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraités désuets, et absence de nouveauté</li> <li>• Population moins accueillante que dans les régions</li> <li>• Caractère anglophone (pour certaines clientèles)</li> <li>• Faiblesse du volet « histoire » par rapport à Québec</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès aérien difficile</li> <li>• Absence d'activités pour les adolescents en soirée</li> <li>• Manque d'informations sur les activités</li> </ul>

Source : Zins Beauchesne et associés

### **7.5 Menaces et contraintes**

La principale menace pour les voyages par autocar au Québec provient de la concurrence très vive de la part d'autres destinations tels l'Asie — par son exotisme et ses prix compétitifs —, l'Afrique du Sud — par sa nouveauté —, les États-Unis — par sa diversité —, l'Europe — par sa diversité, sa notoriété et son accessibilité — et enfin, l'Ouest canadien — par sa notoriété et son aspect spectaculaire. Par ailleurs, les circuits offerts au Québec se sont peu renouvelés et appartiennent à la catégorie du « déjà vu » pour les créneaux de clientèles actuels de la France, de l'Ontario et du nord-est des États-Unis alors que sur d'autres marchés — plusieurs pays européens et certains États américains ainsi que sur la plupart des pays éloignés —, on dénote un manque de notoriété des circuits québécois et de la destination Québec.

Comme nous l'avons vu précédemment, les escapades de deux, trois ou quatre jours gagnent en popularité. Ainsi, les circuits traditionnels sont souvent trop longs pour la nouvelle clientèle, tout comme pour la clientèle vieillissante, et une partie des itinéraires actuellement proposés risquent d'en souffrir. D'autre part, l'important créneau des baby-boomers ne souhaite pas s'intégrer aux circuits d'autocars traditionnels et l'offre actuelle se trouve peu adaptée à leurs attentes.

Enfin, la popularité des croisières auprès des 50-64 ans représente à la fois une menace importante pour les autocaristes québécois — en drainant une partie de leur clientèle potentielle vers les navires de croisières — et une occasion d'affaires : le transport par autocar se trouvant intimement lié à l'industrie des croisières.

## 7.6 Stratégies de mise en marché pour le Québec

### Les segments de clientèles

Les principaux segments de clientèles pour les voyages par autocar sont et demeureront les retraités, les préretraités et les baby-boomers, bien qu'il existe un certain rajeunissement de la clientèle. Même si les gens âgés de 55 à 64 ans (boomers) s'avèrent réticents à effectuer des voyages en autocar de type plus traditionnel, ils représentent un marché viable pour les grossistes et les autocaristes capables d'adopter une approche innovatrice et créative dans le « packaging ». Cependant, les baby-boomers recherchent davantage l'aventure et l'immersion culturelle, les temps libres et la détente ainsi que des circuits plus courts.

Les groupes d'affinité<sup>79</sup> constituent également une clientèle intéressante pour les voyages de groupes par autocar. De plus en plus, les consommateurs se regrouperont avec leurs semblables selon des intérêts communs et de moins en moins selon la proximité géographique. Ensemble, ils formeront des communautés virtuelles regroupées autour de thèmes tels que la gastronomie, les amateurs de vins, d'histoire, de sports, etc. Déjà, certains grossistes ciblent des niches de marché très spécifiques en s'adressant dorénavant directement aux clientèles associatives, philanthropiques, aux **femmes**, etc. D'ailleurs, nous l'avons vu précédemment, les circuits thématiques qui leur sont destinés font partie des circuits en émergence. Toutefois, il faut prendre en considération que les intérêts particuliers engendrent des préférences de destinations. Avec une expérience accrue des voyages, les goûts spécifiques de certains groupes d'affinité deviendront encore plus décisifs dans le choix d'une destination.

### Les marchés géographiques

Au Québec, il existe certes un important marché pour les circuits par autocar; la demande canadienne interprovinciale est en croissance mais reste toutefois limitée. Les marchés français et du nord-est des États-Unis sont importants, mais parvenus à une certaine maturité. Des stratégies de marketing ciblées géographiquement devraient permettre de maximiser l'atteinte de résultats en fonction de la population du troisième âge.

Comme nous l'avons vu, ce sont le centre-ouest, le sud et l'ouest des États-Unis qui offrent le plus grand potentiel de croissance<sup>80</sup>, même si le principal marché pour le Québec provient encore des États voisins.

Du côté de l'Europe, le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Italie<sup>81</sup> constituent les marchés prioritaires. L'Europe du nord, l'Asie et l'Amérique latine se présentent également comme des marchés géographiques à exploiter puisqu'il s'agit de clientèles en émergence qui, somme toute, connaissent relativement peu le Québec.

---

<sup>79</sup> Qui disposent d'un intérêt commun tels les sports, les musées, la culture, etc.

<sup>80</sup> Voir annexe 3 : Population américaine âgée de 55 ans et plus selon leur région géographique.

<sup>81</sup> Le Canada se classe au 3<sup>e</sup> rang des destinations long parcours pour les touristes italiens d'âge mur.

## Les types de circuits

Une analyse des résultats obtenus dans le cadre de ce mandat démontre que :

- la presque totalité des répondants (86 %) croient que l'on devrait mettre l'emphase sur des circuits urbains tels que Montréal et Québec, et ce, pour l'ensemble des marchés émetteurs;
- le Québec aurait également avantage à miser sur des circuits mettant en valeur le potentiel hivernal, selon 86 % des agences réceptives et 57 % des grossistes, et ce, principalement pour les clientèles européennes.

**Tableau 49**  
**Circuits sur lesquels le Québec devrait miser**

	<b>Beaucoup %</b>	<b>Un peu %</b>	<b>Pas du tout %</b>
<b>Circuits urbains (Montréal et Québec)</b>	<b>85,7</b>	11,4	2,9
Agences réceptives	85,7	14,3	0
Grossistes émetteurs	85,7	9,5	4,8
<b>Circuits d'interprétation</b>	51,4	31,4	17,1
Agences réceptives	<b>64,3</b>	28,6	7,1
Grossistes émetteurs	42,9	33,3	23,8
<b>Circuits gastronomiques</b>	42,9	42,9	14,3
Agences réceptives	35,7	<b>64,3</b>	0
Grossistes émetteurs	47,6	28,6	<b>23,8</b>
<b>Circuits d'aventure</b>	37,1	<b>48,6</b>	14,3
Agences réceptives	<b>50,0</b>	50,0	0
Grossistes émetteurs	28,6	47,6	23,8
<b>Circuits hivernaux</b>	<b>68,6</b>	28,6	2,9
Agences réceptives	<b>85,7</b>	14,3	0
Grossistes émetteurs	57,1	38,1	4,8
<b>Circuits autochtones</b>	37,1	45,7	14,3
Agences réceptives	28,6	50,0	21,4
Grossistes émetteurs	<b>42,9</b>	42,9	9,5

En plus de mettre l'emphase sur les circuits urbains, il est également souhaitable de développer une **approche thématique** qui répondra aux intérêts de la population du troisième âge et des groupes d'affinité. Parmi ces types de produits, mentionnons :

- les vacances axées sur la santé et le bien-être (centres de santé, spas, marche récréative, etc.) puisque la population « vieillissante » est de plus en plus conscientisée par rapport à l'importance de la santé et de la condition physique, plus indépendante et active physiquement;

- les circuits éducatifs axés sur l'histoire, la culture, la nature, la gastronomie, la littérature, etc., tout en proposant une expérience plus active;
- l'aventure douce — autant l'été que l'hiver : incluant des activités tels la randonnée, le camping, la pêche, l'observation des baleines ou des oiseaux, etc.

La création de **circuits plus courts** mais plus haut de gamme conviendra particulièrement à la nouvelle clientèle du troisième âge qui, comme nous l'avons vu précédemment, demeurera plus longtemps au travail — et ce, même après la retraite — ce qui leur laisse moins de temps libre, mais un revenu discrétionnaire supérieur.

Par ailleurs, les autocaristes commencent à adapter leurs autobus aux goûts et aux attentes des nouvelles clientèles. Certains ont effectué de récentes acquisitions de véhicules plus luxueux, le tout, de façon prudente, car bien que la demande excède l'offre en septembre, ce n'est pas le cas le reste de l'année. On cherche ainsi à fournir plus d'espace aux voyageurs (capacité de 34 personnes plutôt que 47 à 56), de même qu'à ajouter un circuit vidéo interne. Par ailleurs, certains leaders commencent à organiser leurs forfaits pour offrir le Québec seul, sans jumelage avec d'autres provinces ou États<sup>82</sup>.

### **La commercialisation**

Compte tenu des principales tendances démographiques et technologiques citées précédemment, Internet devrait jouer un rôle prépondérant dans la mise en marché des circuits touristiques puisque les gens du troisième âge — principalement les baby-boomers — voudront maintenir un rôle actif dans la planification de leurs voyages. D'autre part, comme les groupes d'affinité représentent une clientèle importante des voyages par autocar, acheter de la publicité sur certains de leurs sites pourrait s'avérer fort avantageux.

### **7.7 Analyse des canaux de distribution**

Le marché des voyages de groupes par autocar demeure très dominé par le réseau traditionnel des agences de voyages, grossistes émetteurs et réceptifs ainsi que par les autocaristes.

En Amérique du Nord, l'industrie du voyage repose sur un réseau très éclaté :

- aucune réglementation ne protège les consommateurs dans certains États américains;
- certaines agences de voyages organisent elles-mêmes des voyages de groupe;
- les groupes ne sont pas obligés de transiger avec un grossiste;
- certaines entreprises offrant principalement des services de guide accompagnateur organisent des voyages de groupes.
- 94 % des membres de la National Tour Association (NTA) offrent des voyages avec guides accompagnateurs et 38 % offrent des forfaits individuels;
- les voyages de groupes représentent 85 % du volume de ventes des membres de la NTA.

---

<sup>82</sup> Zins, Beauchesne et associés, *Voyages Tour and Travel : Analyse du marché et des opportunités*, juillet 1999.

En Europe, les organisateurs de « voyages de groupes » les plus dynamiques<sup>83</sup> étendent leur offre à l'ensemble de l'Europe, font la promotion d'une gamme élargie de voyages et diversifient leurs clientèles.

### **Les grossistes et les agences de voyages**

Depuis quelques années, nous remarquons certains changements majeurs dans la distribution des voyages. En effet, autant en Amérique du Nord que sur le continent européen<sup>84</sup>, nous assistons à d'importants mouvements de concentration et à des regroupements très importants parmi ces intermédiaires : un nombre restreint d'acteurs majeurs détiennent d'imposantes parts de marchés. Malgré la croissance de leur chiffre d'affaires, les grossistes parviennent difficilement à améliorer leur marge de profit, qui continue toujours d'osciller à moins de 5 % et, dans certains cas, à moins de 1 %. Au Canada, la marge bénéficiaire brute de l'industrie se situait à 7,3 % lors de la dernière enquête, en 1997<sup>85</sup>.

Dans un tel contexte, les grossistes désireux d'assurer leur rentabilité, poursuivent une intégration verticale afin de mieux contrôler les maillons de la chaîne de distribution. Ces regroupements permettent d'obtenir un plus grand pouvoir d'achat et de négocier, à la baisse, le coût des prestations des fournisseurs. Par ailleurs, l'avantage d'exercer un certain pouvoir sur une flotte aérienne — comme dans le cas d'Airtoours —, sur des réseaux d'agences ou sur un nombre impressionnant d'établissements hôteliers offre la possibilité de produire et de distribuer plus facilement ses forfaits de vacances. Pour faire face à cette concurrence et à cette concentration, les grossistes indépendants adoptent de plus en plus une stratégie de différenciation. Ils se spécialisent en développant des produits distinctifs et des services personnalisés<sup>86</sup>. C'est ainsi qu'on verra certains grossistes créer des produits adaptés aux créneaux de clientèles en croissance que constituent les baby-boomers et des préretraités sans toutefois délaisser le marché lucratif des aînés.

Au Canada, les grossistes utilisent les agences de voyages pour 78 % de leurs ventes de circuits. Dans les itinéraires à forfait vendus par les grossistes canadiens, les parcours accompagnés comptent pour 82 % des ventes et ceux en autocar pour 18 %. Les ventes sont réparties tout au long de l'année : l'hiver (28 %), le printemps (24 %), l'été (30 %) et l'automne (18 %)<sup>87</sup>.

Contrairement aux États-Unis et à l'Ontario, où de nombreux autocaristes agissent également en tant qu'agents de voyages, la plupart des agences de voyages et grossistes québécois ne semblent guère intéressés à posséder et à gérer leur propre parc d'autobus. De leur côté, les autocaristes québécois préfèrent se spécialiser dans les services de transport plutôt que dans l'organisation des voyages.

---

<sup>83</sup> Zins, Beauchesne et associés, *Voyages Tour and Travel : Analyse du marché et des opportunités*, juillet 1999.

<sup>84</sup> UQAM, Chaire de Tourisme (2000). *Le tourisme à l'heure des alliances, des fusions et des acquisitions*, 117 pages.

<sup>85</sup> Commission canadienne du tourisme, *Enquête annuelle sur les agences de voyages et les voyageurs*, Rapport de recherche 1999-2.

<sup>86</sup> UQAM, Chaire de Tourisme (2000). *Le tourisme à l'heure des alliances, des fusions et des acquisitions*, 117 pages.

<sup>87</sup> Zins, Beauchesne et associés, *Voyages Tour and Travel : Analyse du marché et des opportunités*, juillet 1999.

## **Les grossistes et les agences réceptives**

Les grossistes œuvrant en Amérique du Nord sont nombreux et variés quant à la nature et à l'étendue des services offerts. Aux États-Unis, on retrouve<sup>88</sup> :

- **Les grossistes de groupes qui possèdent leurs propres autobus**

Pour la plupart, ces derniers exploitent des routes de transport par autobus et se servent des activités « nolisé » pour maximiser l'utilisation de leurs parcs de véhicules. Toutefois, la tendance se dirige vers les grossistes dont la principale fonction est de nolisier leurs propres véhicules. Leurs principales clientèles demeurent les étudiants ou les personnes du 3<sup>e</sup> âge. Les produits québécois les plus vendus par ces organisateurs de voyages comprennent deux jours à Montréal et deux jours à Québec à l'intérieur d'un circuit global d'environ douze jours, dont le départ et le retour s'effectuent aux États-Unis.

- **Les grossistes offrant des voyages de groupes et louant des autobus à des propriétaires**

Ce sont ceux qui font voyager le plus de passagers dans ce secteur en croissance.

- **Les grossistes qui organisent des voyages « individuels » — FIT**

Le Québec a de plus en plus de partenaires aux États-Unis, car ce type de produit est très populaire auprès des baby-boomers et correspond bien au Québec, une destination de court ou moyen courrier pour les États-Unis.

D'une durée de deux, trois ou quatre nuitées, les programmes de ces grossistes incluent Montréal et Québec avec en option les Laurentides et Charlevoix. Dans le cas des produits hivernaux, on propose également Mont-Tremblant et Mont-Sainte-Anne, en plus de Montréal et Québec.

- **Les grossistes spécialisés dans la « formule Club »**

Vendent uniquement en direct à leurs membres.

- **Les agences réceptives américaines**

Surtout situées à New York, mais aussi à Los Angeles, les agences réceptives offrent le Québec en complément ou en option aux clientèles d'outre-mer visitant les États-Unis. Elles proposent beaucoup de FIT, mais également des voyages de groupes.

---

<sup>88</sup> J. Bouffard. *Le marché américain du voyage d'agrément – Horizon 2000*. Conférence dans le cadre des Conférences Desjardins « Pour s'ouvrir au monde », 24 mars 1999.

## **Les grossistes et les agences réceptives proposant le Québec comme destination de voyages de groupes par autocar**

À partir de nos recherches, nous pouvons tracer le profil suivant des grossistes émetteurs et des agences réceptives proposant le Québec comme destination de voyages de groupes par autocar :

- la très grande majorité de la clientèle des répondants interrogés correspond aux gens du 3<sup>e</sup> âge (80 %). En fait, 51 % des clients sont âgés de 55 ans et plus. Toutefois, ceux qui font voyager un grand nombre de groupes au Québec annuellement possèdent une clientèle plus jeune : 48 % d'entre elle est âgée de 35 à 54 ans;
- de façon générale, les clients américains sont âgés de 55 ans et plus (69 %), ceux en provenance d'Amérique latine, du Japon et de l'Europe appartiennent plutôt au groupe d'âge des 35-54 ans;
- près des trois quarts des agences réceptives vendent également à une clientèle de motivation alors que cette proportion diminue à 52 % dans le cas des grossistes émetteurs;
- comme la majorité de la clientèle voyage en couple (76 %), les touristes sont répartis presque également entre les hommes et les femmes. Toutefois, seulement 58 % de la clientèle américaine voyage en couple comparativement à 90 % pour la majorité des autres pays émetteurs. Les Américains voyagent également avec des amis (20 %);
- les principaux marchés émetteurs des agences réceptives constituent la France (50 %) et les États-Unis (36 %), alors que pour les grossistes émetteurs, il s'agit de l'Europe (33 %) — incluant la France (14 %) —, des marchés asiatiques (32 %) — avec le Japon (24 %) —, et des États-Unis (29 %);
- le prix maximum<sup>89</sup> des circuits offerts par les agences réceptives se situe à moins de 2 000 \$ (75 %), alors que celui des grossistes s'élève à un montant supérieur à plus de 2 000 \$ (75 %). Au-delà de la moitié de la clientèle âgée de 55 ans et plus paie un prix maximal inférieur à 2 000 \$, alors que les clients plus jeunes déboursent une somme supérieure à 2 000 \$ pour leurs voyages par autocar;
- tant les grossistes émetteurs que les agences réceptives offrent une forte proportion de séjours urbains, de circuits éducatifs, culturels et hivernaux. Une grande majorité des agences réceptives propose également des séjours de villégiature (92 %), alors que ce produit est beaucoup moins populaire chez les grossistes (57 %);
- en moyenne, les grossistes émetteurs font voyager annuellement 659 groupes pour des circuits par autocar. Les grossistes émetteurs présentent chacun une moyenne d'un peu plus de 86 500 clients, dont 76,3 % en groupes formés d'avance. Le Québec reçoit en moyenne 302 groupes pour des circuits de la part de chacun des grossistes, soit un total d'environ 6 300 groupes (236 000 touristes);
- les agences réceptives, elles, accueillent plus de 5 800 groupes voyageant par autocar au Québec annuellement, soit environ 234 000 passagers pour lesquels la majorité (82,5 %) provient de groupes constitués à l'avance;

---

<sup>89</sup> Excluant l'avion.

- globalement, l'ensemble de nos répondants font voyager au Québec plus de 12 100 groupes, soit quelque 470 000 touristes;
- la majeure partie du chiffre d'affaires des répondants est attribuable aux circuits par autocar (84 %). Cette proportion se révèle cependant beaucoup plus faible en ce qui concerne la clientèle asiatique (50 %);
- 90 % du chiffre d'affaires des agences et 79 % de celui des grossistes proviennent des circuits par autocar;
- les répondants proposant des voyages par autocar au Québec réalisent près de la moitié de leur chiffre d'affaires au cours des mois de septembre et d'octobre;
- dans le cas des voyages au Québec, les répondants prévoient concentrer leurs efforts promotionnels surtout en février (31 %) et en mai (31 %);
- 57 % des agences réceptives et 38 % des grossistes programment plus de six mois à l'avance leurs circuits par autocar au Québec. Toutefois, dans le cas de la clientèle japonaise, 60 % des circuits par autocar au Québec se planifient moins d'un mois à l'avance et 40 %, entre un à six mois avant l'événement.

### **Les pratiques commerciales**

Notre enquête démontre que 70 % des grossistes émetteurs transigent directement avec les autocaristes lors de la planification de leurs circuits par autocar (toutes destinations confondues). Dans le cas des grossistes dont le principal marché émetteur est la France, une forte majorité des transactions s'effectuent par l'intermédiaire des agences réceptives (83 %).

Les réalités opérationnelles et les préoccupations des transporteurs, quoique légitimes, ne s'arriment pas toujours avec celles de leurs clients locuteurs d'autobus : les grossistes. Pour ces derniers, payer un autocar 100 \$ de moins quotidiennement signifie une énorme différence sur la rentabilité d'un forfait touristique. Comme le démontre le tableau suivant, le prix moyen payé par les grossistes émetteurs et les agences réceptives pour la location d'un autocar auprès d'un autocariste québécois se situe à près de 750 \$. Cependant, ceux dont la principale clientèle provient du Japon paient jusqu'à 33 % de plus. En guise d'explication, on constate que ce sont les grossistes japonais qui possèdent le délai de confirmation le plus court (1,8 mois — voir tableau 52) lorsque vient le temps d'officialiser la transaction, ce qui les expose davantage au jeu de l'offre et de la demande de la période automnale.

Comme on l'observe au tableau 51, environ la moitié des répondants, surtout les grossistes émetteurs, estiment que ces prix sont élevés ou trop élevés. Quant aux agences réceptives, 54 % d'entre elles jugent la tarification correcte. Comme le prix moyen déboursé par les grossistes, dont la principale clientèle provient du Japon, est beaucoup plus élevé que la moyenne, il n'est pas surprenant de constater que ces derniers considèrent les prix trop onéreux contrairement aux clients provenant essentiellement de la France, qui eux, paient leur location beaucoup moins chère.

**Tableau 50**  
**Prix moyen de location d'un autocar par jour**

	<b>Prix moyen de location</b>
<b>Total</b>	746 \$
Agences réceptives	653 \$
Grossistes émetteurs	832 \$
Circuits de moins de 2 000 \$	707 \$
Circuits de plus de 2 000 \$	871 \$
Principal marché émetteur	
USA	700 \$
France	614 \$
Japon	<b>1 000 \$</b>

**Tableau 51**  
**Appréciation des prix des autocaristes québécois**

	<b>Trop élevés (%)</b>	<b>Élevés (%)</b>	<b>Corrects (%)</b>	<b>Peu élevés (%)</b>
<b>Total</b>	19	36	42	3
Agences réceptives	23	23	<b>54</b>	0
Grossistes émetteurs	17	44	33	6
Petit (- de 50)	20	40	40	0
Moyen (50-299)	15	39	46	0
Gros (300 +)	14	29	43	<b>14</b>
Principal marché émetteur				
USA	20	40	30	10
France	13	25	<b>63</b>	0
Japon	<b>33</b>	<b>50</b>	17	0

Comme nous assistons à une vague de concentration sans précédent dans l'industrie de la distribution des voyages, les clients des autocaristes deviennent de moins en moins nombreux et de plus en plus importants. Étant donné que certains clients comptent pour une part importante du volume d'affaires de plusieurs transporteurs, les grossistes se trouvent très bien placés pour exercer un certain contrôle touchant les pratiques commerciales de ces deux industries. Deux aspects apparaissent problématiques du côté des transporteurs : l'absence de dépôts servant comme garantie lors de la réservation de véhicules et un certain déséquilibre entre le délai de paiement jugé acceptable pour chacune des parties.

En effet, au tableau 52 on remarque que seulement 17 % des répondants ont mentionné accorder un dépôt aux autocaristes pour réserver leurs véhicules. Les grossistes et les agences réceptives faisant voyager un petit nombre de groupes au Québec, de même que ceux dont la clientèle provient des États-Unis, sont plus nombreux à donner un dépôt lors de la réservation (38 %). À l'opposé, parmi les importants grossistes (plus de 300 groupes), aucun d'entre eux ne

verse un dépôt aux autocaristes, probablement en raison d'un indéniable avantage que leur confère leur pouvoir de négociation.

D'autre part, quoique la proportion demeure faible, près du quart des répondants qui réservent six mois et plus à l'avance fournissent un dépôt; les autres, non. Ces derniers peuvent ainsi annuler une réservation quelques jours avant le départ si quelque chose se produisait. Un grossiste pourrait même opter, dans certains cas, pour une alternative moins coûteuse si une proposition était avancée par un autre transporteur.

**Tableau 52**  
**Pourcentage des agences réceptives et des grossistes accordant un dépôt lors de la réservation d'un autocar**

	<b>Accorde un dépôt (%)</b>
<b>Total</b>	17
Agences réceptives	15
Grossistes émetteurs	19
Petit (- de 50)	<b>38</b>
Moyen (50-299)	<b>14</b>
Gros (300 +)	<b>0</b>
Marchés émetteurs	
États-Unis	<b>38</b>
France	13
Reste Europe	<b>0</b>
Japon	19
Réserve moins de 6 mois à l'avance	<b>0</b>
Réserve 6 mois ou plus à l'avance	<b>26</b>

**Tableau 53**  
**Délai moyen de réservation des autocars vs délai moyen de confirmation**

	<b>Délai de réservation (mois)</b>	<b>Délai de confirmation (mois)</b>
<b>Total</b>	6,2	3,6
Agences réceptives	6,0	3,4
Grossistes émetteurs	6,4	3,7
Nombre de groupes au Québec		
Petit (- de 50)	<b>6,0</b>	<b>2,3</b>
Moyen (50-299)	5,2	3,5
Gros (300 +)	6,8	4,7
Circuits de moins de 2 000 \$	<b>7,0</b>	<b>2,8</b>
Principal marché émetteur		
France	7,1	<b>5,1</b>
Japon	7,1	<b>1,8</b>

Par ailleurs, il existe un écart passablement grand entre le moment de la réservation et la confirmation ferme de la tenue du voyage, ce qui peut entraîner des pertes de contrat importantes pour certains autocaristes. Même si le grossiste réserve ses autocars plus de six mois à l'avance, ce n'est que deux mois et demi plus tard qu'il confirmera effectivement sa réservation... qu'il pourrait également annuler puisqu'il n'a effectué aucun dépôt. L'écart est plus prononcé pour les grossistes et les agences réceptives faisant voyager un petit nombre de groupes au Québec, dont la clientèle provient du Japon et dont les circuits sont les moins coûteux.

En raison des importantes sommes d'argent en cause, une différence de quelques semaines dans le règlement du contrat peut influencer de façon majeure le niveau de l'encaisse d'un transporteur. Le délai de paiement prévu au contrat — à compter du départ — par les autocaristes semble, en général, légèrement inférieur à ce que les grossistes et les agences réceptives jugent acceptable. L'écart remarqué est plus grand chez les agences réceptives, chez celles dont la clientèle provient principalement de l'Europe — excluant la France — ainsi que dans le cas des circuits dont le coût se situe à un montant inférieur à 2 000 \$.

**Tableau 54**  
**Délai de paiement des autocaristes vs délai de paiement**  
**souhaité par les grossistes et les agences réceptives**

	<b>Délai de paiement prévu (jours)</b>	<b>Délai de paiement souhaité (jours)</b>
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>28</b>
Agences réceptives	<b>26</b>	<b>33</b>
Grossistes émetteurs	25	27
Circuits de moins de 2 000 \$	<b>29</b>	<b>34</b>
Circuits de plus de 2 000 \$	25	25
Principal marché émetteur		
France	26	28
États-Unis	25	27
Reste de l'Europe	<b>23</b>	<b>30</b>

Quant à eux, les organisateurs de voyages doivent composer avec un encadrement législatif très strict qui affecte grandement la planification de leurs itinéraires touristiques. La lourdeur des démarches nécessaires pour s'assurer que les transporteurs avec lesquels ils négocient possèdent bien les permis exigés pour transporter les voyageurs sur les itinéraires compris dans leurs forfaits, s'avère un irritant majeur et entraîne des coûts additionnels que les grossistes souhaiteraient pouvoir éviter. Certains se plaignent également que les territoires sont jalousement protégés, ce qui augmente le nombre de démarches à entreprendre. D'autres déplorent le fait que les permis touristiques (tours de ville) ne soient détenus que par quelques transporteurs qui contrôlent le marché, notamment par la négociation des prix.

**Tableau 55**  
**Difficultés éprouvées pour trouver les autocaristes**  
**détenant les permis requis**

	<b>Épreuve des difficultés (%)</b>
<b>Total</b>	41 %
Agences réceptives	<b>57 %</b>
Grossistes émetteurs	28 %
Petit (- de 50)	<b>56 %</b>
Moyen (50-299)	31 %
Gros (300 +)	44 %
Principal marché émetteur	
États-Unis	<b>50 %</b>
France	40 %
Japon	<b>67 %</b>
Réserve moins de 6 mois à l'avance	<b>56 %</b>
Réserve 6 mois à l'avance	46 %
Réserve 7 à 18 mois d'avance	<b>22 %</b>
Prix moyen 600 \$ et moins	<b>17 %</b>
Prix moyen de 600 \$ à 750 \$	46 %
Prix moyen plus de 750 \$	<b>57 %</b>
Plus de 50 % du chiffre d'affaires réalisé en septembre et en octobre	53 %
Moins de 50 % du chiffre d'affaires réalisé en septembre et en octobre	31 %

La grande difficulté à dénicher un nombre suffisant d'autocars de qualité à l'automne suscite également des préoccupations, surtout pour les agences réceptives, qui se retrouvent parfois à improviser des solutions de derniers recours, lesquelles ne correspondent pas nécessairement aux attentes de leur clientèle.

- Quelque 85 % des agences réceptives interrogées dans le cadre de ce mandat mentionnent faire face à des contraintes de disponibilité d'autocars pendant la période automnale alors que seulement 28 % des grossistes sondés éprouvent de telles difficultés. Les principaux marchés émetteurs pour lesquels se pose ce problème sont la France et les États-Unis. Le refus du réseau de distribution d'accorder des dépôts à la réservation (seulement 17 %) n'est certainement pas étranger à ce phénomène. Nous y reviendrons.
- Le manque d'autocars de qualité est particulièrement criant en septembre, alors que 78,6 % des agences réceptives interrogées y sont confrontées. En octobre, cette proportion se situe à 50 %.
- Ce sont ceux faisant voyager le plus grand nombre de groupes au Québec qui éprouvent les plus grandes difficultés.

- Ceux qui réservent longtemps à l'avance — de 7 à 18 mois — rencontrent d'importants obstacles pour obtenir des autocars en septembre, fait quelque peu troublant. Ce jeu de l'offre et de la demande sera analysé de façon détaillée à l'intérieur du diagnostic.
- Par ailleurs, plus de la moitié des agences réceptives interrogées souligne que l'obligation de louer un autocar d'un transporteur qui détient les permis nécessaires pour desservir la ville de départ du voyage, leur cause des difficultés.

**Tableau 56**  
**Contraintes liées à la non-disponibilité d'autocars**

	<b>Contraintes générales (%)</b>	<b>Contraintes en septembre (%)</b>	<b>Contraintes en octobre (%)</b>
<b>Total</b>	52	43	31
Agences réceptives	<b>85</b>	<b>79</b>	<b>50</b>
Grossistes émetteurs	28	19	19
Petit (- de 50)	50	40	40
Moyen (50-299)	46	40	27
Gros (300 +)	<b>67</b>	<b>56</b>	33
Circuits de moins de 2 000 \$	57	56	22
Circuits de plus de 2 000 \$	33	18	18
Principal marché émetteur			
États-Unis	<b>56</b>	<b>46</b>	36
France	<b>70</b>	<b>60</b>	30
Japon	40	40	40
Plus de 50 % du chiffre d'affaires réalisé en septembre et en octobre	77	72	44
<b>Régions visitées</b>			
Québec		55	35
Montréal		42	29
Gaspésie		<b>89</b>	22
Lac-St-Jean		<b>67</b>	33
Prix moyen inférieur à 750 \$		55	40
Prix moyen supérieur à 750 \$		43	43
Réserve moins de 6 mois à l'avance		36 %	27 %
Réserve 6 mois à l'avance		46 %	39 %
Réserve 7 à 18 mois d'avance		<b>56 %</b>	33 %

## **8. Diagnostic de l'industrie**

En guise d'introduction, nous précisons que l'industrie du transport par autobus nolisé était particulièrement complexe, tant par le cadre législatif qui la régit que par les règles économiques et les relations d'affaires du milieu. La seconde partie du rapport pose un diagnostic éclairé sur l'industrie à l'aide du portrait déjà établi et d'une analyse effectuée à partir des enquêtes et des consultations menées auprès d'intervenants concernés par les divers enjeux.

Certaines problématiques ont déjà fait l'objet d'une description sommaire lors de la présentation du portrait. Nous reprenons ici les principaux enjeux par un examen plus précis de la situation actuelle ainsi que les contraintes et menaces qui nous sont apparues lors de notre diagnostic. Nous avons pu également observer un certain nombre de possibilités de développement qui sauraient intéresser les transporteurs. Les pistes de solutions présentées dans cette étude, bien qu'exploratoires, peuvent être considérées comme des alternatives ou des avenues dont le potentiel d'intérêt mérite une attention particulière.

### **8.1 Enjeux, contraintes et menaces**

L'enjeu principal associé à l'industrie du transport par autocar nolisé demeure sans contredit la difficulté d'équilibrer l'offre et la demande sur une base annuelle d'exploitation. D'une part, certains intervenants touristiques réussissent difficilement à obtenir le nombre d'autocars de luxe requis lors de la période automnale très achalandée. D'autre part, les transporteurs conjuguent, non sans peine, les frais d'exploitation élevés d'un autocar et le caractère saisonnier des voyages de groupe à l'origine d'une grande partie du transport nolisé.

Au-delà de cette toile de fonds, d'autres facteurs peuvent constituer un frein au développement du secteur, voire une éventuelle menace. Cette section présente une analyse de chacun de ces enjeux.

### **Délicat équilibre entre l'offre et la demande**

#### L'effet du paysage automnal

Historiquement, le Québec a toujours su tirer avantage des charmes de la saison estivale pour courtiser la clientèle touristique et l'amener à venir passer des vacances durant cette période propice. Soucieuses de prolonger la saison touristique, concentrée en été, les autorités touristiques ont entrepris de vastes et importantes campagnes promotionnelles en vue de promouvoir d'autres atouts de la destination de manière à attirer certaines clientèles lors de périodes jusqu'alors moins achalandées. L'une des cartes maîtresses pour y parvenir a consisté à miser sur les couleurs de l'automne au Québec. Cette stratégie s'est avérée un choix judicieux puisque, suite à ces efforts marketing, cette saison est rapidement devenue la période de prédilection de nombreux voyages de groupes.

D'autres facteurs ont créé un engouement pour le phénomène de la coloration des feuilles à l'automne. Mentionnons notamment une offensive massive lancée par une compagnie aérienne, il y a quelques années, sur le marché japonais. Les ventes de sièges à prix réduits ont suscité une forte croissance spontanée d'arrivées de la clientèle japonaise encouragée par des offres de forfaits alléchantes. Cette initiative du transporteur a suscité certaines attentes de la part de ce marché lors des années subséquentes, attentes principalement associées à un excellent rapport qualité/prix pour la destination du Québec.

## Les croisières et les congrès

Les Japonais ne sont évidemment pas les seuls à profiter de l'automne pour visiter le Québec. Il s'agit également d'une période de prédilection pour les planificateurs de congrès et de croisières. Par exemple, le quart des congressistes de Montréal, soit plus de 57 000 délégués, choisissaient l'automne pour participer à un événement lors de la saison 1999-2000<sup>90</sup>. Pour ce qui est du Centre des congrès de Québec, plus de 16 000 congressistes faisaient de même, soit 19 % de l'ensemble de l'année<sup>91</sup>. La participation aux congrès se voit normalement jumelée à des escapades touristiques nécessitant un important volume d'autocars lors de cette période, particulièrement à Québec.

En parallèle, un autre produit a connu un engouement croissant au cours des dernières années : la croisière. L'accessibilité et la richesse naturelle de la voie maritime du fleuve Saint-Laurent permet au Québec de miser sur une ressource idéale pour le développement touristique de ce produit porteur. Au Québec, le tourisme fluvial ne possède pas une très longue tradition et se classe encore parmi les « nouveaux produits » touristiques. À ce chapitre, Tourisme Québec a d'ailleurs identifié les croisières internationales comme une composante en émergence de l'un des produits prioritaires de sa stratégie marketing de 2000-2005 : le séjour urbain<sup>92</sup>. Les ports de Montréal et de Québec ont déjà bénéficié d'intéressants résultats des efforts de marketing effectués auprès de ce créneau à fort potentiel de développement avec des taux de croissance annuels de croisiéristes avoisinant 10 %. Tout comme les congressistes, cette clientèle participe activement à des visites touristiques lors d'escales au Québec. Nous aborderons de façon plus détaillée plus loin dans ce chapitre la problématique des croisières, mais mentionnons que cette clientèle débarque au Québec de façon massive lors des périodes de pointe comprises entre la mi-septembre et la mi-octobre.

## La pratique du « yield management »

La pratique du « yield management » est liée à une demande excessive d'autocars de luxe — type de véhicule requis dans la très grande majorité des cas pour desservir la clientèle touristique internationale — sur une période particulièrement courte. Le « yield management » est une technique qui permet de calculer, en temps réel, les meilleurs prix pour optimiser le profit généré par la vente d'un produit ou d'un service, sur la base d'une modélisation et d'une prévision en temps réel du comportement de la demande par micro segment de marché<sup>93</sup>. L'enquête auprès des transporteurs nous indique que plus de 34 % du chiffre d'affaires pour le transport nolisé est réalisé durant les mois de septembre et d'octobre. Si l'on ne tenait compte que des autocars, cette proportion serait encore plus élevée. Pour les transporteurs dont le nolisement représente une importante partie de leurs activités, cette période s'avère cruciale afin de rentabiliser une année d'exploitation.

Cette rareté ponctuelle a eu pour effet de créer une pression inflationniste sur les prix lors des périodes de pointe. Puisque les forces du marché ne s'avèrent pas libres d'entraves mais demeurent fortement encadrées par des règles protectionnistes en vertu des droits conférés aux détenteurs de permis, un subtil jeu de négociations s'est peu à peu instauré entre les acteurs en place. Cela occasionne à plusieurs égards un certain nombre d'irritants et de déchirements entre les parties nuisant ainsi au climat d'affaires et au sain développement de l'industrie. Les tractations peuvent parfois prendre la forme d'un gonflement artificiel de la demande du fait que

---

<sup>90</sup> Tourisme Montréal, *Le Tourisme à Montréal*, édition janvier 2001.

<sup>91</sup> Données fournies par le Centre des congrès de Québec, 30 juillet 2001.

<sup>92</sup> Tourisme Québec, *Stratégie de marketing touristique 2000-2005*.

<sup>93</sup> La société Optims.

les transporteurs se voient peu enclins à engager leur parc lors de demandes de réservation effectuées plusieurs mois, voire un an précédant la période achalandée. Lorsqu'ils y consentent, on constate parfois que ces réservations ne sont pas honorées, en raison d'occasions d'affaires plus lucratives avec un autre client prêt à payer une surprime à cause de la rareté de l'offre.

En contrepartie, selon des transporteurs, certains grossistes — notamment des grossistes japonais — s'adonnent à une pratique de double, voire de triple réservation pour le même service à l'endroit de deux ou trois transporteurs différents. En procédant de la sorte, ces grossistes se mettent à l'abri d'une éventuelle annulation d'un transporteur et, par la même occasion, se donnent la possibilité de renégocier les prix à la baisse à la dernière minute puisqu'ils peuvent compter sur une ou deux autres réservations en guise de protection. Dans un tel cas, certains des transporteurs concernés se retrouvent alors avec une annulation de dernière minute, ce qui peut s'avérer très coûteux en l'absence de solutions alternatives.

Il faut comprendre que la concurrence et la concentration des voyages de groupes à l'automne se fait sentir d'un côté comme de l'autre. Le transporteur, pour sa part, est aux prises avec l'immense défi de rentabiliser des équipements souvent lourdement endettés. Cette courte période d'activité intense crée une forte pression sur le gestionnaire et lui impose de tirer le maximum de revenus de son parc, sachant que durant les saisons intermédiaires, une grande partie de ses véhicules resteront immobilisés. Quant au grossiste, il évolue à l'intérieur d'un système touristique global extrêmement compétitif où le Québec est en concurrence avec l'Alaska, la Norvège et la Nouvelle-Zélande. La demande, très volatile, obéit à des impératifs économiques où le prix final du forfait départage souvent une destination d'une autre. Dans un tel contexte, la marge de manœuvre du réseau de distribution s'avère particulièrement limitée car les prix rattachés à chaque maillon de la chaîne se voient comprimés au maximum.

### La fidélité d'affaires

Même si les relations d'affaires revêtent un caractère parfois houleux entre le monde du transport et celui du voyage, il n'en demeure pas moins que lorsque des liens ont été tissés, ils s'avèrent souvent durables. Au sein de notre échantillon, le plus important client d'un des transporteurs compte en moyenne pour 35 % du total de ses revenus de transport nolisé. Un phénomène de fidélité peut ainsi être régulièrement observé entre les partenaires lorsque chacun trouve son compte. D'une part, le grossiste assurera au transporteur, à chaque année, un certain volume d'affaires s'échelonnant au-delà de la période de pointe. D'autre part, le transporteur s'assurera de maintenir « disponible » un certain nombre d'autocars pour ses importants clients qui préciseront leurs besoins tout juste avant le début de la haute saison. Les autres acteurs ne bénéficiant pas de tels avantages, soit parce qu'ils ne présentent pas d'importants volumes touristiques, soit parce qu'ils ne peuvent s'appuyer sur de bonnes relations d'affaires, doivent naviguer à l'intérieur de ce subtil mais complexe jeu de l'offre et de la demande du marché. Bien qu'elles soient fonctionnelles, ces pratiques défavorisent grandement certains maillons de la chaîne touristique et exigent un effort constant de vigilance de part et d'autre afin d'obtenir gain de cause.

### Un excellent rapport qualité/prix

Les minces marges bénéficiaires des grossistes en voyages exercent une pression sur les transporteurs, c'est-à-dire une négociation serrée des prix. Les autocaristes doivent parfois résister à la tentation d'offrir à rabais certains de leurs équipements lorsque placés devant l'alternative de voir des véhicules demeurer inactifs ou de devoir les louer à un prix nettement sous la barre d'un seuil acceptable pour l'industrie. De telles situations se sont fréquemment

présentées au cours des dernières années, ce qui a eu pour effet de « brûler » le marché et de nuire à la santé financière du secteur. Conséquemment, les autocaristes du Québec jouissent d'un excellent rapport qualité/prix, actuellement supérieur à celui observé en Ontario et aux États-Unis. À peine 19 % des grossistes interrogés lors de notre enquête estimaient « trop élevés » les prix des autocaristes québécois.

Les grossistes demeurent toutefois conscients que les prix actuels de location d'un autocar au Québec se situent en dessous de la moyenne nord-américaine. Aussi, se montrent-ils réceptifs à une hausse graduelle des tarifs afin de rejoindre un seuil plus équitable. Fort d'un important pouvoir de négociation, les grossistes majeurs maintiennent un certain contrôle afin de s'assurer que cet ajustement se mette en place graduellement, et ce, pour mieux faire absorber ces hausses à l'ensemble de la chaîne de distribution des circuits touristiques.

### Les effets d'une demande concentrée

Les effets engendrés par la forte demande à l'automne se font sentir sur plusieurs plans. Bien que jusqu'à présent, aucun groupe touristique ne soit encore resté sur le pavé en raison de l'absence de véhicules, les choses ne se déroulent pas toujours rondement non plus. Les organisateurs de voyages doivent travailler sans relâche afin de pouvoir compléter la programmation de leurs forfaits. Ce n'est souvent qu'à la dernière minute, après de laborieux et répétitifs efforts, que les forfaits sont ficelés et tous les véhicules requis confirmés. La complexité de la réglementation, dont les enjeux seront abordés un peu plus loin, alourdit sensiblement la démarche.

La pénurie d'autocars peut se traduire par l'annulation d'un certain nombre de groupes. De telles situations sont déplorables pour la destination et doivent être évitées à tout prix. Elles viennent en quelque sorte contrecarrer les efforts promotionnels auprès des clientèles touristiques. La pratique du « yield management » explicitée précédemment n'est pas étrangère à cette problématique.

Certains groupes touristiques héritent de véhicules de seconde catégorie qui ne conviennent pas à leurs attentes. Il existe un risque bien réel que ces voyageurs repartent déçus du service, et surtout, qu'ils conservent une image mitigée de la destination en raison de la piètre qualité de son accueil. Bien qu'il s'agisse de rares exceptions, on a déjà observé des situations extrêmes où des touristes internationaux ont dû effectuer un circuit à bord d'autobus scolaires ou d'autres ayant simplement refusé de grimper à bord du véhicule proposé. Il va sans dire que ce type d'incident afflige négativement l'image d'une destination et la réputation des intervenants touristiques concernés. Les touristes de groupes figurent souvent parmi les plus expérimentés des voyageurs et possèdent plusieurs exemples comparatifs de circuits touristiques et d'infrastructures d'accueil. Puisque Tourisme Québec entend favoriser les expériences personnalisées et mémorables dans ses choix stratégiques<sup>94</sup>, la qualité des autocars disponibles pour les circuits touristiques au Québec mérite une attention de premier plan. Mentionnons que les planificateurs de croisières figurent parmi les intervenants qui éprouvent le plus de difficultés à compléter leur programmation. Nous aborderons ce point un peu plus loin dans ce chapitre.

### En quête d'une solution

En vue de pallier ce déséquilibre de l'offre et de la demande, le ministère des Transports adoptait un décret spécial. Il se traduit par un assouplissement temporaire de la réglementation actuelle

---

<sup>94</sup> Tourisme Québec, *Stratégie de marketing touristique 2000-2005*.

du transport nolisé visant à optimiser l'utilisation des autocars disponibles au Québec et permettant aux autocaristes de louer les véhicules requis à l'extérieur de la province. Sans être un échec, on ne peut affirmer que cette expérience se soit avérée très concluante. L'initiative de faire venir des autobus américains, bien qu'elle se soit, sur le plan administratif, très bien déroulée — grâce notamment à l'active collaboration de Développement des Ressources humaines Canada —, ne fut guère rentable financièrement, lorsqu'on prend en considération le prix de la location de l'autocar, le salaire du conducteur, son permis de travail et son hébergement, les services de courtiers en douanes, les taxes, etc. Dans l'avenir, les transporteurs sont peu susceptibles de privilégier cette solution puisque ces frais additionnels ne se reflètent pas suffisamment dans les prix payés par les grossistes.

En ce qui concerne le volet autorisant les transporteurs détenteurs d'un permis de transport nolisé de desservir les groupes issus des ports et aéroports de Montréal et de Québec lors de la période de pointe, la mesure n'a pas su atteindre les objectifs escomptés. Puisque cet assouplissement de la réglementation ne s'étendait pas au transport touristique, les planificateurs de croisières n'étaient toujours pas autorisés à utiliser les services d'un transporteur détenteur d'un permis de transport nolisé pour effectuer un tour de ville similaire au trajet apparaissant dans la description du permis touristique d'un transporteur donné. Cette situation pour le moins déroutante n'a fait qu'élargir la zone grise entre ces deux secteurs de transport à vocation touristique. **Cette mesure d'assouplissement a été reconduite de façon permanente à compter de la saison 2001, mais s'étendra cette fois au transport touristique.**

L'alternative de location de véhicule pour gérer les périodes de fortes demandes fonctionne mieux par le truchement d'entreprises situées au Québec qu'avec l'aide de partenaires américains. Mentionnons que dans un tel cas, la compagnie doit être détentrice d'un permis pour louer des autobus sans conducteur. Des ententes plus avantageuses pour les deux parties — entreprise de location et transporteur — demeurent possibles lorsque les procédures administratives s'avèrent moins contraignantes et les aspects financiers mieux contrôlés. Le risque associé aux options visant à augmenter temporairement le parc d'autocars s'avère assurément moins élevé pour le transporteur que celui relatif au maintien, sur une base permanente, d'un important nombre de véhicules, dont plusieurs sont parfois inactifs lors des périodes moins occupées. Une vigilance additionnelle s'impose toutefois lors de la location de véhicules parfois immobilisés durant de longues périodes, ce qui augmente les risques de bris mécaniques.

On a aussi soulevé l'éventualité que l'assouplissement des règles concernant la location d'autobus à l'extérieur du Québec puisse avoir empêché certains transporteurs de louer tous leurs véhicules à l'automne 2000. Nous estimons cette hypothèse guère applicable à la mesure d'urgence mise de l'avant par le gouvernement, car les cas d'autocars non loués durant la période comprise entre le 6 septembre et le 22 octobre 2000 tiennent davantage de considérations circonstancielles ou demeurent à tout le moins marginaux.

Les restrictions accompagnant l'utilisation des permis nécessitent de nombreuses collaborations entre transporteurs. Soit par souci de demeurer fidèle à un certain standard de qualité ou en raison de différends, plusieurs scénarios potentiels de sous-traitance ne verront jamais le jour. Ainsi, ce n'est pas parce qu'un transporteur possède des autocars disponibles et qu'un besoin pour un service de transport nolisé existe, que toutes les conditions se trouvent réunies pour signer un contrat afin de combler ce besoin. Le contexte relié à la protection des marchés et les privilèges associés aux permis confèrent aux relations d'affaires une dynamique davantage orientée vers la confiance et la fidélité entre les gestionnaires que vers des variables purement économiques.

### Vers une gestion saisonnière

Certains transporteurs envisagent de diminuer l'ampleur de leur parc permanent d'autocars pour mieux gérer l'inactivité des périodes de faible demande. On pourrait assister de plus en plus à une forme de gestion contextuelle basée sur l'utilisation de véhicules ne faisant pas partie du parc permanent pour répondre aux demandes *ad hoc*, soit par l'entremise de la location auprès d'entreprises spécialisées ou par le biais de la sous-traitance.

Très peu de transporteurs œuvrent uniquement dans le secteur du transport nolisé. L'intérêt vis-à-vis cette catégorie de service a quelque peu diminué chez plusieurs gestionnaires du milieu. Si les conditions d'exploitation ne changent pas, on pourrait ainsi assister à une baisse graduelle de l'offre permanente d'autocars. Plusieurs entrepreneurs songent à délaisser graduellement ce secteur par la vente d'un certain nombre d'autocars. Le principal facteur les incitant à se retirer du marché est associé aux guerres de prix que se livrent les transporteurs en place, ce qui a pour effet de maintenir les prix sous la barre d'un seuil de rentabilité acceptable.

### La sensibilité des prix

Afin que les paramètres d'exploitation soient équitables pour les transporteurs, il apparaît nécessaire que le prix de location d'autocars durant la haute saison touristique prenne en considération la problématique de l'inactivité des véhicules lors de la basse saison. Ainsi, même si le prix quotidien moyen, à l'intérieur des périodes où l'offre comble largement la demande, se situe à environ 700 \$, on doit s'attendre à ce que la chaîne de distribution touristique absorbe une certaine hausse saisonnière des tarifs durant les semaines de forte activité caractérisées par une rareté de l'offre.

C'est en raison de pratiques commerciales prenant place à l'intérieur d'un environnement où les échelles de prix saisonniers ne sont pas clairement établies qu'un certain malaise s'est peu à peu installé. Cette situation contribue à maintenir des prix ne reflétant pas assez fidèlement le difficile contexte d'exploitation auquel sont confrontés les transporteurs. Si plusieurs arrivent tout de même à tirer leur épingle du jeu, c'est souvent en raison de la combinaison de catégories de services rentables telles que le transport scolaire ou interurbain — soit par interfinancement ou économie d'échelle — qu'ils parviennent à compenser la faible rentabilité du secteur nolisé pris isolément.

Une partie des coûts de location d'un autocar prend, dans certains cas, la forme d'une commission liée à la transaction. Celle-ci est versée au transporteur qui accepte de partager les droits associés au permis qu'il détient avec un autre transporteur. Cette démarche irrégulière, lorsque initiée par l'autocariste en quête des droits nécessaires afin de répondre à une demande d'un client, comporte des coûts reliés à l'utilisation des privilèges du permis d'un autre. Cette commission, pouvant varier entre 10 et 20 % du prix de location, n'entre pas exactement dans l'équation économique de la responsabilité des frais d'exploitation des intervenants en cause mais repose plutôt sur un fondement de rareté des permis.

Il arrive parfois qu'un transporteur, n'ayant que quelques autocars en service pour le transport nolisé, parvienne à obtenir un meilleur taux d'utilisation annuel de ses équipements. Cet exploitant se trouve ainsi en position d'offrir ses services à des taux de location qui court-circuitent le fragile équilibre financier du marché. Ainsi, un grossiste pourrait se montrer intéressé à se lier avec un transporteur détenant de nombreux autocars afin de sécuriser plus aisément sa demande de pointe à l'automne. Une fois la basse saison arrivée, il aura l'option de transiger avec un autre possédant un plus petit parc et disposé à offrir des prix de location moins élevés en raison d'efforts d'amortissement moins élevés. D'où l'intérêt pour plusieurs entrepreneurs de

développer une fidélité d'affaires, comme nous l'avons expliqué précédemment. Cette situation peut décourager les transporteurs à conserver d'imposants parcs d'autocars exclusivement réservés pour le transport nolisé. On peut s'interroger sur l'effet, à court ou à moyen terme, que cette transition exerce sur l'offre globale de l'industrie. Quant à la concentration de la demande, en vertu des efforts investis par rapport à l'étalement de la saison touristique, on peut s'attendre à ce qu'elle demeure assez stable globalement, quoique toujours très forte à l'automne.

Un des défis de l'industrie consiste à rendre financièrement attrayante l'activité du transport nolisé par autocar. Il faut que les entreprises désirant se spécialiser dans cette catégorie de services puissent le faire sans se voir pénalisées parce qu'elles ne possèdent pas d'autres activités de transport en soutien. Pour y parvenir, il peut s'avérer opportun de mettre en œuvre des mécanismes régulateurs ou d'autres mesures incitatives qui auraient pour effet de maintenir les prix au-dessus d'un seuil minimum afin que l'activité de nolisement soit rentable. L'instauration d'une politique tarifaire minimale basée sur le kilométrage prévu au contrat pourrait représenter une solution possible. Un tarif horaire pourrait aussi être pris en compte dans le cas notamment de tours de ville effectués par des transporteurs lors de nolisement pour les groupes des croisiéristes. Afin de respecter la *Loi sur la concurrence*, la mesure doit être initiée par le ministère des Transports du Québec dans le cadre d'une modification au *Règlement sur le transport par autobus*, et non par une entente issue des transporteurs. Quant à certains arguments des grossistes, à savoir que les clientèles touristiques ne sont pas disposées à déboursier des sommes additionnelles pour leurs circuits, une prise de conscience est peut-être nécessaire à cet égard. Quel créneau de destination désirons-nous développer? Vers quels types de clientèles voulons-nous axer nos efforts de mise en marché? Accordons-nous la priorité au tourisme de masse offrant des marges bénéficiaires de plus en plus minces ou nous dirigeons-nous vers un tourisme plus rentable?

### **Zones grises entre l'exploitation touristique et celle du transport par autocar nolisé**

Bien qu'elles s'inscrivent indirectement dans le cadre de la présente étude, les visites touristiques, dont l'encadrement juridique relève de la réglementation sur les permis touristiques, apparaissent étroitement liées à l'industrie du transport nolisé. Les deux secteurs possèdent un important dominateur commun : la clientèle touristique. La distinction fondamentale entre les deux catégories de transport relève du caractère individuel des passagers pour l'un, et pour l'autre, de regroupements de personnes constitués à l'avance par un organisateur de voyage. Un exemple type correspondant à la notion d'un transport touristique, référerait à un certain nombre de touristes individuels, étrangers ou non, achetant un billet pour effectuer un tour de ville d'une durée de deux heures dans le but de mieux voir la ville et de bénéficier de l'interprétation qui s'y rattache.

Tout d'abord, les dispositions particulières associées au permis de transport touristique à l'intérieur du *Règlement sur le transport par autobus* ne semblent guère complexes. Citons les suivantes :

- Le titulaire d'un permis pour le service de transport touristique est autorisé à fournir un service de visites touristiques sur un parcours, à des endroits et selon l'horaire indiqué à son permis.
- Toutefois, lorsque le tarif d'un service de transport touristique est établi par véhicule, la Commission indique au permis la durée minimale du parcours plutôt que l'horaire.

- Le titulaire d'un permis pour le service de transport touristique doit s'assurer qu'un guide accompagne les touristes tout le long du parcours pour les renseigner sur les points d'intérêt observés en cours de route.
- Le conducteur de l'autobus peut cependant remplir la fonction de guide.

Rappelons toutefois une importante clause figurant parmi les dispositions générales relatives aux permis de transport par autobus :

- Un transporteur qui effectue un transport touristique est exempté de l'obligation d'être titulaire d'un permis pour les services de transport touristique qu'il fournit, s'il remplit les conditions suivantes :
  - 1° le transport touristique est effectué à l'occasion d'un voyage nolisé;
  - 2° le point de départ du voyage nolisé est situé à cinquante kilomètres ou plus du lieu ou de l'établissement visité;
  - 3° seules les personnes constituant le groupe du voyage nolisé bénéficient de ce transport touristique.

En dépit d'un cadre en apparence assez simple, il existe plusieurs zones obscures d'interprétation entourant la distinction entre une exploitation d'ordre touristique ou de nolisement. L'interprétation de ces dispositions signifie qu'un transporteur, qui effectue un voyage nolisé en direction de Québec avec Montréal comme point d'embarquement, est autorisé à offrir un tour de ville à l'intérieur de son propre circuit. Il en a le droit parce que le lieu visité, en l'occurrence la ville de Québec, est situé à plus de 50 kilomètres du point de départ. Par contre, un croisiériste ayant prévu une escale à Québec au terme d'un trajet de quelques milliers de kilomètres avec des groupes de passagers désirant prendre part à un tour de ville, n'est pas autorisé à faire appel à un détenteur d'un permis de transport nolisé pour offrir ce service à sa clientèle. Nous sommes ici en présence d'une incohérence qui ne respecte pas l'esprit du règlement et des champs de compétences propres au transport tant nolisé que touristique.

Par ailleurs, les circuits touristiques s'insèrent dans des voyages où chaque arrêt et chaque tournant a été longuement étudié. L'organisateur de voyage qui désire offrir un tour de ville à ses groupes doit se conformer à des trajets bien définis. Il ne peut y déroger en proposant un tracé « à la carte ». Les directives envoyées aux inspecteurs de la SAAQ n'offrent aucun espace pour l'interprétation. Lorsqu'un autobus effectue un tour de ville avec des arrêts au sens du « sightseeing », le transporteur se doit d'être en règle en vertu du règlement sur le transport touristique et se conformer aux limites de son permis. Il est impossible, pour un organisateur de voyage, de noliser un autobus afin de confectionner son propre tour de ville selon les intérêts spécifiques de sa clientèle. Bien que les contrôles routiers l'excluent, on pourrait se demander si, techniquement, le nolisement d'un autobus dans le but d'effectuer un trajet qui irait au-delà des tracés indiqués aux permis de transport touristique ne devrait pas être autorisé. Bref, il subsiste certains aspects dans la législation qui occasionnent parfois d'importantes difficultés d'interprétation.

### Une dynamique à trois

Le secteur du transport touristique se retrouve intimement lié à celui du transport nolisé car les détenteurs de permis touristiques sont incapables de satisfaire à la demande pour des services correspondant à la définition d'un tour de ville, en principe réservés à leur catégorie de permis.

Comme nous l'avons vu précédemment, un nombre sans cesse croissant de croisiéristes internationaux débarquent aux ports de Québec et de Montréal, ce qui nécessite l'usage de plusieurs autocars en même temps. La prise en charge d'une telle quantité de passagers ne pourrait être possible sans le support des transporteurs détenteurs d'un permis de transport nolisé par le biais de contrats de sous-traitance avec les transporteurs touristiques.

Dans le cas des croisières, le tour de ville ne constitue qu'un prolongement de la croisière qui représente un long voyage nolisé en partance d'un point d'embarquement se situant à bien plus de cinquante kilomètres du lieu visité. L'argument favorisant le maintien d'un statut de clientèle touristique individuelle et non pas d'une clientèle de groupe issue d'un voyage nolisé repose sur le fait que ces excursions sont vendues à chacun des passagers intéressés à bord même du bateau.

Dans la majorité des cas, ces excursions ne font pas partie du forfait original de la croisière et représentent un supplément. On évalue entre 75 et 80 % la proportion du nombre de passagers prenant part à un tour de ville lorsque la croisière se retrouve en escale aux ports de Montréal ou de Québec. Les transporteurs détenteurs d'un permis de transport nolisé restent, dans les faits, ceux qui desservent en grande partie cette clientèle en raison d'un nombre largement insuffisant d'autocars à la disposition des transporteurs touristiques. Par souci d'assurer une fluidité des opérations davantage représentative des lois du marché en place, ou pour respecter l'esprit même du règlement apportant les distinctions relatives aux deux catégories de permis, les détenteurs d'un permis de transport nolisé devraient être autorisés à desservir la clientèle des croisières, au même titre que les détenteurs d'un permis touristique.

#### L'importance du marché des croisières

Les intervenants de l'industrie des croisières qui ajoutent la composante du transport par autocar dans leur programmation constituent probablement le maillon de la chaîne ayant le plus de difficulté à évoluer à l'intérieur des règles actuelles du marché. Tout comme les grossistes, les planificateurs de croisières sont aux prises avec des impératifs de rentabilité très serrés. Bien que ces derniers tentent plusieurs mois à l'avance de réserver les véhicules requis pour l'accueil des navires, il leur est très difficile d'obtenir satisfaction. En raison de leurs besoins qui se limitent souvent à des journées uniques réparties à l'intérieur de la période où la demande d'autocars est la plus importante, les planificateurs de croisières ne figurent pas parmi les meilleurs clients des transporteurs. Il s'avère effectivement bien plus avantageux de noliser des véhicules pour un forfait de dix jours que pour des journées individuelles qui exigent plusieurs engins en même temps. Par surcroît, les planificateurs de croisières devaient, avant l'adoption du décret 671-2001 du 30 mai 2001 modifiant le *Règlement sur le transport par autobus*, faire appel aux transporteurs détenteurs d'un permis touristique, limitant d'autant plus l'éventail des partenaires d'affaires.

La difficulté de compter sur un nombre suffisant d'autocars de qualité satisfaisante interpelle les planificateurs de croisières de grand gabarit, soit essentiellement deux entreprises travaillant pour les grands croisiéristes. Le Québec fluvial se développe en concurrence avec d'autres destinations, notamment l'Alaska et le Méditerranée, afin d'obtenir sa part de croisières internationales. La principale raison pour laquelle les croisières au Québec se concentrent durant les mois de septembre et d'octobre tient au fait qu'il s'agit des seuls mois où le Québec jouit d'un avantage notable par rapport à ces destinations très populaires, particulièrement en juin, juillet et août.

En vue de se positionner judicieusement sur le marché des croisières internationales, le Québec n'a pas beaucoup d'autres alternatives que de vendre son automne et ses couleurs.

D'importantes actions promotionnelles sont néanmoins menées par les autorités portuaires et Tourisme Québec afin de mettre en valeur certains attributs de la destination — tels que les festivals — et parvenir à étendre la période d'activité. Ainsi, durant l'année 2001, un nouveau croisiériste a décidé d'inclure le Québec à l'intérieur de sa programmation estivale. Il faut aussi savoir que les croisiéristes demeurent très exigeants dans le choix de leurs destinations, et par conséquent sensibles aux obstacles et ennuis qui surviennent. Un facteur externe à leur contrôle, comme la difficulté de pouvoir compter sur un nombre suffisant d'autocars de luxe, peut facilement les inciter à programmer leurs croisières vers des destinations alternatives où les difficultés éprouvées sont moins nombreuses.

La tendance des croisières internationales se porte de plus en plus vers des navires de grande envergure. Les chantiers maritimes produisent maintenant des paquebots pouvant accueillir plus de 4 000 passagers. Pour la saison 2001, on compte déjà quatre nouveaux navires, venant tout juste de sortir des chantiers navals, qui accosteront pour la première fois à Québec. Cette tendance influe sur la demande des croisières qui ne cesse de croître. Précisons que le port de Québec, contrairement à celui de Montréal, n'est point limité par l'envergure des navires qu'il peut accueillir. L'accès maritime jusqu'au port de Montréal possède des contraintes quant à l'espace de dégagement sous les ponts (Québec et Trois-Rivières) et la profondeur de la voie navigable. On parle donc d'un potentiel de croissance supérieur dans le cas de Québec comparativement à Montréal qui pourra difficilement accueillir des navires de plus de 1 500 passagers. Le port de Québec évalue à 15 000 de plus qu'en l'an 2000, le nombre de passagers qui feront escale cette année à Québec<sup>95</sup>.

Ainsi, on attend cette année au port de Québec plus de 50 000 passagers qui dépensent une moyenne de 152 \$ par personne<sup>96</sup>. La prise en charge d'un si grand nombre de touristes qui transitent en même temps dans un port ne se fait pas sans difficulté, particulièrement lorsque deux ou trois navires d'envergure font escale la même journée. Un autre facteur accentuant la concentration de la demande pour ce marché découle de standards que les compagnies de croisières jugent nécessaires pour une expérience de qualité. Les tours de ville proposés sont normalement limités à un taux de remplissage de 75 % des autocars afin de permettre un mouvement plus fluide des passagers, ce qui accroît la quantité de véhicules requise.

#### Les difficultés éprouvées par les planificateurs de croisières

À chaque saison, les planificateurs de croisières se butent aux règles économiques précédemment expliquées afin de confirmer à l'avance leurs besoins en autocars. La conséquence directe se traduit inévitablement par un coût économique. Dans les cas extrêmes de derniers recours, le prix quotidien de location d'un autocar de luxe peut osciller entre 1 200 et 1 400 \$. Règle générale, les planificateurs de croisières payent environ 150 \$ de plus par jour pour la location d'un autocar que les importants grossistes qui jouissent de meilleurs prix parce qu'ils réservent sur des termes plus longs. Le parcours des navires étant programmé environ un an à l'avance, le planificateur de croisières n'a d'autres alternatives que de trouver le nombre de véhicules requis aux dates prévues.

Afin de stimuler et d'accélérer la sélection des transporteurs, les planificateurs de croisières ont tenté de contourner une étape de la chaîne normalement nécessaire à la transaction. Ils négocient directement avec les transporteurs détenteurs d'un permis de transport nolisé pour ensuite établir des relations d'affaires de sous-traitance avec les transporteurs possédant le permis touristique répondant à leurs besoins. Cette initiative ne s'avère guère concluante puisque

<sup>95</sup> Gagnon, Katie, *Le Journal de Québec*, le 9 mai 2001.

<sup>96</sup> Caouette, Marie, *Le Soleil*, le 13 juin 2001.

presque tous les entrepreneurs de transport préfèrent ne pas engager trop rapidement à prix moyen leurs autocars. Sans parler de refus, les réponses fermes sont repoussées tard à l'été. Une formule proposant une réservation sur une période d'un mois garanti figurait parmi les nouvelles initiatives des planificateurs de croisières afin de rendre leurs demandes plus intéressantes aux yeux des transporteurs. L'atteinte des objectifs demeure toutefois très partielle.

Par ailleurs, nous sommes d'avis que la recherche d'une solution n'incombe pas entièrement aux transporteurs. Un élément important de l'équation économique tient au fait que les tours de ville ne sont pas inclus dans le prix de la croisière déboursé au départ. Ces visites représentent des surplus à la charge des passagers qui manifestent ou non leur intention d'y prendre part. Les brochures offertes aux passagers du navire sont les mêmes que celles proposées par les transporteurs aux touristes individuels. La différence réside dans le prix offert sur le bateau où les tours de ville sont vendus à un tarif beaucoup plus élevé. La proposition de ces circuits joue davantage, à notre sens, le rôle d'un centre de profits que celui d'un service difficilement rentable pour l'entreprise qui en est responsable.

Une marge bénéficiaire serrée ne peut constituer la cause directe de l'incapacité des planificateurs de croisières de payer le prix haussé du marché relié à la période automnale. On peut adopter l'hypothèse que moins de passagers accepteraient de déboursé la somme et préféreraient, à un certain seuil de prix, opter pour un tour de ville à pied ou simplement rester à bord du bateau. L'équation économique de la négociation se limite essentiellement aux acteurs concernés, soit les planificateurs de croisières, les croisiéristes et les autocaristes.

En poussant plus loin cette réflexion, nous constatons que nous sommes en présence d'une volonté mitigée de la part des compagnies de croisières d'optimiser la logistique de séjour des passagers à l'extérieur du navire. Les retombées économiques directes d'un passager qui demeure à bord pour se divertir et consommer constituent des sources de profit non négligeables. Même si les croisiéristes s'assureront de procurer à la clientèle un séjour accompagné d'expériences agréables, ils n'ont pas nécessairement intérêt à ce que les visites à l'extérieur du bateau soient trop facilitantes. Cette situation illustre que l'on se trouve parfois en présence de forces et d'intérêts économiques à contre-courant et que les règles de négociations et les solutions s'avèrent complexes. Quoi qu'il en soit, l'équilibre demeure fragile et le spectre d'une infrastructure d'accueil inadéquate représente une menace réelle sur le potentiel de croissance des croisières internationales au Québec. Afin de conserver un positionnement avantageux sur ce marché, le Québec doit se doter de tous les outils nécessaires pour limiter les irritants et demeurer concurrentiel à tous les égards.

### **Conséquences d'une éventuelle déréglementation économique**

Un peu partout dans le monde, la réglementation économique du transport par autocar tend à diminuer de plus en plus. Au Canada, alors que d'importants efforts ont été apportés afin d'adopter des normes de sécurité rigoureuses, tant le gouvernement que les autorités provinciales évaluent sérieusement la possibilité de libéraliser davantage les lois du marché. Nous mentionnions à la section sur le contexte législatif que le dossier de la déréglementation du transport par autocar poursuivait son cours sous l'examen d'un comité parlementaire. Déjà, l'industrie se trouve déréglementée dans l'Île-du-Prince-Édouard, à Terre-Neuve, dans les Territoires du Nord-Ouest et dans le Nunavut. On pourrait aussi ajouter la Nouvelle-Écosse, dont le comité de législature enquêtant sur les formalités gouvernementales a recommandé, en novembre 2000, que l'industrie du transport par autocar soit déréglementée<sup>97</sup>. La Colombie-

---

<sup>97</sup> Ministre des Transports, L'industrie canadienne du transport par autocar – Document d'orientation, mars 2001.

Britannique, la Saskatchewan, le Manitoba, le Québec et la Nouvelle-Écosse figurent actuellement parmi les provinces dont les contrôles économiques exercés sont les plus importants.

Chacune des provinces est ainsi appelée à s'interroger sur cette question et à participer aux débats sur les conséquences qu'elle engendre. Nous avons déjà fait ressortir précédemment que d'importantes nuances s'imposent quant aux conséquences d'une déréglementation qui s'étend à toutes les catégories de transport, dont le transport interurbain et le transport nolisé ou touristique. Pour les fins de l'étude, nous nous attarderons principalement aux effets d'une libéralisation des services de transport destinés à une clientèle touristique.

En 1992, un rapport de la Commission royale sur le transport des voyageurs au Canada établissait une prémisse au débat sur la déréglementation :

« Nos travaux de recherche laissent entrevoir qu'il y aurait des avantages pour les voyageurs si le secteur canadien du transport par autocar connaissait une plus grande concurrence. Dans un marché plus ouvert, les transporteurs rationaliseraient les services et diminueraient leurs coûts ou alors perdraient leur part de marché sur les itinéraires rentables au profit de concurrents meilleur marché. Un accès plus facile au marché favoriserait l'établissement de services novateurs qui pourraient renverser, ou en tout cas ralentir, le recul de la fréquentation des autocars qui a été constaté. »<sup>98</sup>

Opposée à la déréglementation, l'Association canadienne de l'autobus exprimait rapidement des réserves sur cette prise de position de la Commission royale en arguant que cette décision éliminerait une bonne partie de l'interfinancement existant entre les circuits d'autocar à haute et à faible densité au Canada. Les discussions sur le report de la déréglementation concernent beaucoup plus les incidences sur le transport interurbain et les services à la population que celles sur le transport nolisé ou touristique destiné aux clientèles touristiques. La littérature s'intéressant aux éventuelles conséquences d'une libéralisation des marchés pour ces deux catégories de service demeure très limitée.

Dans son mémoire<sup>99</sup> présenté au Comité d'examen de la *Loi sur les transports au Canada*, la ministre des Transports du Nouveau-Brunswick mentionne que la déréglementation économique de l'industrie de l'autocar, effective en 1988, a eu un effet bénéfique pour la province. Le mémoire fait état de la volonté du Nouveau-Brunswick de dynamiser et d'améliorer la qualité des services du secteur du transport par autocar par le biais d'un environnement orienté davantage vers le libre marché. La province conserve néanmoins les dispositions de la réglementation qui concernent les services de transport faisant appel aux commodités et nécessités publiques. C'est toutefois le manque d'uniformité de la réglementation économique des exploitations d'autocars interprovinciales au Canada qui occasionne des problèmes de compétitivité aux autocaristes du Nouveau-Brunswick.

Cet exemple sert à illustrer que la problématique de la déréglementation constitue un enjeu extraprovincial dont la portée et les conséquences s'étendent bien au-delà du Québec. Un vent de déréglementation souffle présentement sur le pays et c'est l'ensemble des entreprises du secteur qui continuent d'évoluer avec cette incertitude. La confusion s'avère grande en raison de la première tentative du gouvernement fédéral, lequel avait proposé une déréglementation applicable à l'ensemble du transport par autocar, tous services confondus. Le débat d'orientation

---

<sup>98</sup> Directions, Le rapport final de la Commission royale sur le transport des voyageurs au Canada (1992), vol. I, p. 335 et 336.

<sup>99</sup> Province du Nouveau-Brunswick, Mémoire présenté au Comité d'examen de la Loi sur les transports au Canada, le 15 décembre 2000.

auquel se voit maintenant confronté le Comité parlementaire saisi de la question concerne notamment la possibilité d'une déréglementation dans un avenir proche qui pourrait n'être confinée qu'à certains volets industriels du transport par autocar, par exemple le transport nolisé. Ce climat d'incertitude crée une hypothèque économique qui freine quelque peu les initiatives de développement du secteur.

Les premiers débats ont surtout permis d'illustrer des enjeux diamétralement opposés selon le type de transport en cause. Les paramètres à considérer pour évaluer les effets d'une déréglementation économique d'un transport de type « public » — comme le transport interurbain —, diffèrent sensiblement de ceux d'un transport de type « commercial » — comme le transport nolisé. L'exemple du Nouveau-Brunswick démontre le défi d'harmonisation entre les provinces qu'entraînent les initiatives provinciales d'assouplissement des règles économiques. Les autocaristes du Québec, s'ils entrent dans la même sphère commerciale que leurs pairs des autres provinces, particulièrement ceux de l'Ontario, sont en droit d'être soumis aux mêmes règles économiques en vue d'une transition équitable.

On peut également s'interroger, à savoir si les transporteurs canadiens sont prêts à évoluer dans un nouveau contexte de marché global. En 1982, les États-Unis ont déréglementé les services d'autocars inter-États simultanément avec les activités intra-États. Bien qu'ils aient, depuis, accès au marché américain, peu de transporteurs canadiens ont osé s'aventurer sur ce marché. Habilités à fonctionner dans un environnement déréglementé, on pourrait supposer que certains transporteurs américains se montreraient intéressés par des nouvelles opportunités de marché sur l'échiquier canadien jusqu'à maintenant relativement protégé. Actuellement, ni l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (1989), ni l'Accord de libre-échange nord-américain (1994) ne font mention de dispositions concernant directement la réglementation économique du transport par autocar. Un compromis permet présentement aux gouvernements d'exempter la réglementation de cette industrie au champ d'application de l'Accord. Ce dernier prévoit toutefois un processus d'arbitrage obligeant les gouvernements à chercher des solutions concertées aux problèmes découlant des mesures d'exemption.

Il est impossible d'évaluer avec certitude quels seraient les impacts d'une déréglementation complète du secteur du transport par autocar nolisé. Un certain nombre d'hypothèses peuvent toutefois être mises de l'avant.

#### La compétitivité de la destination

Bien qu'elle soit très loin de rejoindre l'assentiment de tous les transporteurs du secteur, la déréglementation économique obtient un large consensus d'approbation du côté de l'industrie du tourisme. Notre enquête révélait qu'environ 41 % des grossistes éprouvaient de la difficulté à trouver les autocaristes détenant les permis requis. Cet irritant se fait encore plus sentir durant la période automnale alors que le déséquilibre entre l'offre et la demande accentue le fardeau de telles contraintes. Sans pour autant limiter directement le nombre d'arrivées touristiques au Québec, la réglementation actuelle nuit à la fluidité du processus de planification et de programmation des forfaits touristiques. Considérant l'énorme quantité d'énergie allouée à la planification, la mesure jouerait un rôle facilitant pour les grossistes si ces derniers avaient la possibilité de transiger avec le transporteur de leur choix sans se préoccuper des droits conférés aux détenteurs de permis. Le temps additionnel consacré par les intermédiaires du voyage en raison des démarches complexes nécessaires à la planification du volet terrestre de leurs circuits, doit être vu comme une perte de productivité. La compétitivité et l'attrait d'une destination s'avèrent directement tributaires de l'efficacité de chacune des composantes de son industrie touristique.

## Le développement de nouveaux marchés

Le tourisme mondial profite d'une croissance soutenue depuis plusieurs années. Loin de constituer une offre homogène, l'industrie du tourisme se voit de plus en plus fragmentée en une multitude de créneaux de produits répondant aux tendances évolutives de nouvelles clientèles bien distinctes. À cet égard, de nouvelles opportunités de marché s'offrent continuellement aux entreprises désireuses de tirer profit de cette manne touristique. À l'intérieur d'un tel contexte de mondialisation du tourisme, les efforts des intervenants touristiques d'une destination orientés vers le développement de nouveaux produits et de nouvelles clientèles revêtent une importance primordiale.

L'industrie du transport par autocar nolisé obéit à des règles basées sur une protection des marchés. Les transporteurs détenteurs des permis les plus prisés sont susceptibles de réaliser les affaires les plus lucratives. Le nombre parfois limité de transporteurs détenteurs de certains permis restreint considérablement l'éventail de choix qui s'offre aux grossistes. Ainsi, plusieurs transporteurs sont assurés d'un certain volume d'affaires en raison de critères d'exclusivité qui accompagnent le permis. À l'intérieur de notre enquête auprès des transporteurs, nous avons pu constater que les protections de marché pouvaient avoir un effet dissuasif important sur les efforts de développement de nouveaux marchés. En effet, plus de **60 %** des transporteurs interrogés soutiennent qu'une élimination des restrictions relatives aux permis de transport nolisé les inciteraient davantage à effectuer du démarchage auprès de nouvelles clientèles.

Le moyen le plus efficace pour un transporteur qui ne détient pas les permis pour embarquer des passagers à Montréal et qui désire offrir ses services aux clientèles touristiques, demeure l'utilisation du permis restreint extraprovincial. Ce dernier limite toutefois le détenteur à procéder à l'embarquement de groupes de personnes aux aéroports internationaux du Québec pour un service de transport unidirectionnel jusqu'à la frontière Québec/Ontario à destination de l'aéroport de Toronto, lorsque le point d'embarquement correspond aux aéroports de Mirabel, Dorval ou Jean-Lesage ou vice versa. La plupart des transporteurs (68) désirant miser sur cette clientèle se prévalent de cette option. Elle n'est toutefois plus valable pour effectuer du transport de groupes dont l'unique aéroport de transition serait celui de Dorval par exemple.

La réglementation actuelle taxe ainsi considérablement l'essor de l'industrie touristique alors que son développement repose sur l'initiative et le dynamisme de chacun des maillons de la chaîne. Un environnement libre d'entraves économiques stimulerait certains transporteurs qui, en raison du contexte actuel, s'avèrent peu enclins à entamer des démarches pour développer de nouvelles occasions d'affaires.

## Flexibilité de l'offre

Une déréglementation économique pourrait contribuer davantage à la flexibilité de l'offre. L'entrée en jeu de transporteurs des autres provinces ou des États-Unis multiplierait les possibilités d'affaires pour le réseau de distribution et pourrait très certainement améliorer sensiblement la problématique de pénurie à l'automne. En contrepartie, les transporteurs du Québec pourraient tenter d'optimiser l'utilisation de leur parc durant les périodes moins achalandées au Québec en effectuant des percées ailleurs au Canada ou aux États-Unis. Plusieurs États américains du sud possèdent des cycles saisonniers complémentaires à ceux que l'on observe au Québec. Il est permis de croire que les autocars du Québec faiblement utilisés ici durant l'hiver pourraient réaliser d'intéressantes affaires aux États-Unis, que ce soit par l'intermédiaire de la sous-traitance avec un transporteur américain ou non. Le cadre législatif

actuel et la complexité des dossiers d'assurances peuvent toutefois constituer des freins importants à de telles initiatives.

Actuellement, un transporteur qui possède son siège d'activités au Québec et qui exploite des filiales ailleurs au Canada peut difficilement moduler l'utilisation de ses autobus en fonction de la variation régionale et saisonnière de la demande. Une déréglementation apporterait de nouvelles possibilités pour les transporteurs reconnus. On doit toutefois s'attendre à ce que les entrepreneurs de transport ne disposant pas des moyens nécessaires s'adaptent plus difficilement à un nouveau contexte global où la concurrence s'intensifiera.

### Tendance accentuée vers la concentration

L'ouverture des marchés aura très certainement comme conséquence d'accélérer la tendance vers la concentration des acteurs que l'on observe présentement dans l'industrie touristique. Afin de bien se positionner, les autocaristes chercheront à étendre leur sphère d'activité sur des marchés qu'ils jugeront prometteurs et rentables. Dans le domaine du voyage, les entreprises familiales sont souvent les premières cibles pour satisfaire les visées expansionnistes des grands joueurs s'attaquant à des marchés étrangers. L'industrie du transport au Québec étant composée essentiellement de ce type d'entreprises, on peut penser qu'elles seraient susceptibles d'intéresser certains groupes désireux de pénétrer le marché québécois du transport nolisé.

Il ne faut pas négliger non plus le fait que plus de 76 % des grossistes en voyages qui se prononcent évaluent le service offert et la qualité des véhicules au Québec supérieurs ou égaux à ceux des États-Unis. Quand on compare ces résultats avec ceux de l'Ontario et du reste du Canada, c'est dans une proportion de 84 % que des grossistes estiment que l'offre des autocaristes québécois se compare avantageusement. Il est donc peu probable qu'au lendemain d'une déréglementation, les grossistes abandonnent massivement les transporteurs du Québec au profit de concurrents ontariens ou américains. À la lumière de tels résultats, on peut espérer qu'en vertu d'une déréglementation uniforme à l'échelle canadienne, l'industrie du transport nolisé par autocar du Québec tire avantageusement son épingle du jeu.

À moyen terme, on doit s'attendre à ce que l'industrie se compose de quelques très importants joueurs qui disposeront des moyens nécessaires pour desservir plusieurs clients d'envergure en même temps et dont le rayon d'action s'étendrait rapidement en raison de l'absence de restrictions associées aux points de service des permis de transport nolisé. On peut prévoir que parmi les 289 entreprises détentrices d'un permis de nolisement, plusieurs d'entre elles choisiront de se retirer du marché de l'industrie du transport nolisé par autocar. Quant aux transporteurs scolaires qui effectuent du transport nolisé, la situation ne devrait pas trop changer pour eux en raison de la différence fondamentale qui existe entre les deux types de clientèles. Ce nouveau contexte favoriserait ainsi l'émergence d'un secteur bipolaire, soit des transporteurs de grande envergure d'un côté et des transporteurs de moindre importance de l'autre. On pourrait aussi assister à un début de spécialisation de l'offre de la part de transporteurs désirant se distinguer de leurs imposants homologues en proposant des services davantage personnalisés en fonction des besoins spécifiques de la clientèle. Cette personnalisation de l'offre se traduirait en une bonification du service qui se répercuterait sur la valeur associée à la prestation. Le développement de ce type de créneau ou de niches de marché est susceptible d'intéresser les transporteurs à la recherche d'une meilleure rentabilisation de leurs équipements.

### Les risques d'une guerre de prix

Le déclenchement d'une guerre des prix entre les transporteurs dans le but de conquérir rapidement les marchés convoités représente l'un des dangers qui guette l'industrie dans le cas d'une déréglementation économique complète. Le maintien prolongé des prix sous le seuil acceptable de la rentabilité aura comme effet de décourager des transporteurs de miser sur le transport nolisé comme activité principale. Afin de s'assurer de maintenir l'équilibre économique et la santé financière du secteur, la mise en application des mécanismes régulateurs des prix de location pourrait contrecarrer cet effet induit.

Aussi, à l'inverse, une ouverture des marchés combinée à un contrôle des prix aurait pour conséquence de mieux protéger l'industrie touristique d'une hausse excessive des prix à l'automne en raison du déséquilibre de l'offre et de la demande. Une correction des tarifs vers des niveaux acceptables jumelée à l'élimination de la protection des marchés aurait comme autre effet direct l'augmentation substantielle du parc d'autocars permanents pour le transport nolisé. Une telle résultante soulagerait grandement la problématique de pénurie de véhicules à l'automne.

### Le transport nolisé en région

Comme nous l'avons souligné, certains transporteurs jouent un rôle important à l'intérieur de leur territoire respectif au Québec. Dans certains cas, nous sommes presque en situation monopolistique où l'essentiel d'une région se voit desservi par un seul transporteur. Bien que le quasi-contrôle de certains territoires ne fasse pas l'unanimité, il n'en demeure pas moins que nous sommes en présence d'un marché relativement bien représenté géographiquement. Même si les prix peuvent osciller quelque peu d'une région à l'autre et quelquefois s'avérer anormalement élevés en comparaison du marché, l'ensemble des régions du Québec jouit présentement d'une bonne disponibilité de services de transport par autobus nolisé. Certains des transporteurs présents en région le sont en raison des privilèges rattachés à leurs permis. En présence d'un contexte de libre marché, on doit se questionner sur l'intérêt qu'auront ces mêmes entrepreneurs à demeurer en place. Consolideront-ils leur position de leader régional en complétant leurs activités par le développement de nouvelles clientèles en se rapprochant des grands centres?

On peut supposer que certains verront l'occasion de quitter un contexte d'exploitation basé sur un volume d'affaires au potentiel limité pour se rapprocher des grands marchés. Ces bouleversements pourraient se répercuter sur le prix du transport nolisé en région dans l'éventualité d'un déplacement des transporteurs vers des marchés jugés plus lucratifs. Assisterons-nous à des perturbations temporaires où les prix en région deviendraient plus élevés? C'est une hypothèse qui s'avère plausible, surtout si plusieurs transporteurs, dans le but de multiplier les occasions d'affaires et de diminuer les frais de déplacement, recentrent leurs opérations près de Montréal ou de Québec. Les coûts rattachés au transport nolisé en région pourraient ainsi augmenter vu les plus grandes distances nécessaires aux autobus pour se rendre aux points d'embarquement des passagers.

On peut toutefois aussi envisager que cette option de compléter le transport nolisé en région par de nouvelles occasions d'affaires dans les grands centres ne constituerait qu'une façon de renforcer la position du transporteur régional. Ce dernier aurait par exemple le loisir d'offrir ses services auprès d'associations bénévoles durant les périodes moins achalandées sans se soucier des restrictions liées aux points d'embarquement.

## Un climat de méfiance

L'imposante rigidité du contexte législatif actuel privilégie les transporteurs détenteurs des permis les plus convoités. En ce sens, les bénéficiaires de ces marchés protégés ont avantage à surveiller leurs intérêts associés directement aux privilèges conférés par leur permis. À l'occasion, des transporteurs tentent de passer outre ces restrictions et se placent dans une situation allant à l'encontre de la réglementation. Par un averse souci de protéger leur marché à l'intérieur d'un contexte où la rentabilité n'est guère au rendez-vous, les entrepreneurs de transport ont peu à peu contribué à instaurer une efficace politique de dénonciation mutuelle. Les contrôleurs routiers de la SAAQ procèdent à de fréquentes inspections suite aux appels logés par des transporteurs gardiens de leurs privilèges. En raison de leurs évidences, certains cas comme l'embarquement de passagers à un port sont plus faciles à rapporter que d'autres. À titre d'exemple, des passagers issus des croisières passent plus difficilement inaperçus que des passagers provenant d'un hôtel. Bien qu'il soit louable de s'assurer que la réglementation qui prévaut soit bien appliquée, de telles manœuvres n'ont réussi qu'à instaurer un climat de méfiance entre les gestionnaires du secteur.

À l'heure de la mondialisation où les stratégies de partenariat et de collaboration sont de mise en vue de renforcer l'offre de transport par autocar nolisé dans son ensemble, il semble que la réglementation en vigueur ne réussit qu'à entraîner les transporteurs à contre-courant de cette tendance. Une libéralisation des marchés pourrait ouvrir une plus grande fenêtre en matière de concertation et de maillage entre les transporteurs. Toutefois, le sentiment général de méfiance dont font preuve ces exploitants entre eux rend encore plus grand le défi de développer de nouveaux partenariats constructifs.

## Des impacts économiques mitigés

Sous un angle plus global, mentionnons que la déréglementation aura également des conséquences directes sur la situation d'emploi de plusieurs personnes. En effet, des efforts de rationalisation du personnel pour réaliser des économies d'échelle pourraient être entrepris au sein des compagnies de transport de plus grande envergure suite à la probable concentration du secteur qui découlera de la libéralisation des marchés. Certains autres transporteurs pourraient disparaître, affectant par le fait même la situation d'emploi de plusieurs travailleurs. On pourrait aussi entrevoir un réaménagement de tâches et de personnel au sein de la CTQ en raison d'un degré d'intervention sensiblement moindre de la part de cet organisme.

En contrepartie, une déréglementation de l'industrie du transport nolisé pourrait avoir une influence positive à plusieurs égards, et ce, tant pour les entreprises directement concernées que pour celles des secteurs connexes. Une industrie en santé se verrait placée en position de force afin de jouer un rôle davantage axé sur le développement de nouveaux marchés et l'établissement de nouveaux partenariats que sur le souci primaire de rentabiliser ses opérations. La contribution économique d'un tel décloisonnement signifie des retombées économiques d'importance pour l'industrie et les secteurs partenaires, et s'avérerait un stimulant de premier ordre pour le tourisme au Québec. De plus, les procédures administratives et légales associées à la réglementation actuelle comportent de lourds coûts pour les transporteurs et le gouvernement. L'économie substantielle dégagée par une éventuelle déréglementation mérite d'être prise en compte. À titre indicatif, la CTQ dispose d'un budget annuel de l'ordre de 600 000 \$ en ce qui a trait aux droits payables pour la délivrance ou le renouvellement de permis octroyés par la SAAQ. Les frais de représentation d'avocats lors de la contestation d'une demande de permis figurent également parmi les importants frais qui pèsent sur les transporteurs.

Les scénarios d'une éventuelle déréglementation ne sont évidemment que des pistes de réflexions avancées qui ne s'appuient pas sur une enquête exhaustive. Nous croyons que les autorités gouvernementales de transport (fédérale ou provinciale) devraient se doter d'une étude plus détaillée des impacts économiques afin de prendre en considération les inévitables perturbations associées à une telle déréglementation, notamment pour évaluer les conséquences sur le transport nolisé en région.

## **Autres enjeux**

### Pénurie de la main-d'œuvre

Trop souvent négligée dans l'équation économique du secteur, la profession de conducteur d'autobus fait pourtant partie du cœur de la prestation de service du transport nolisé. En plus d'être en contact constant avec la clientèle, le conducteur assume plusieurs responsabilités autres que la seule conduite du véhicule. Son apport est d'autant plus importante que la clientèle touristique s'attend à un niveau de service élevé et à une qualité d'accueil de premier plan. Dans plusieurs situations, le conducteur doit faire preuve de polyvalence, tel que de jouer le rôle de guide, pour satisfaire la clientèle.

Cela étant dit, le secteur du transport nolisé ne connaît pas seulement des problèmes de pénurie d'autocars mais également d'importantes carences en termes de disponibilités de conducteurs. Une étude<sup>100</sup> révèle que le niveau de retraite dans l'industrie s'avère très élevé et que près de 33 % des travailleurs prendront leur retraite d'ici les dix prochaines années. Comme elle date de 1997, nous sommes présentement au cœur de cette vague de retraites. La situation devient particulièrement criante à l'automne, où il est souvent encore plus difficile de trouver un conducteur qualifié qu'un autocar pour du transport nolisé. La rareté croissante de la main-d'œuvre combinée aux nombreux changements propres aux nouvelles tâches requises — ex. : polyvalence des conducteurs — inciteront les transporteurs à investir dans le développement de services de formation internes pour s'assurer d'une main-d'œuvre flexible et adaptée aux besoins de l'entreprise.

### Programmation des circuits

Certaines agences de voyages se plaignent quelques fois de la mauvaise qualité de service de la part du conducteur lors d'un circuit touristique. Il s'agit d'un aspect important puisque la prestation du conducteur y est pour beaucoup dans l'expérience touristique du groupe qu'il a à sa charge. Mentionnons toutefois que les conditions de travail du conducteur sont particulièrement difficiles parce que la programmation des circuits inclut de très longues distances à parcourir. Les tours exigent parfois jusqu'à 13 heures de conduite du véhicule combinées à un minimum de deux heures d'arrêt. Avec de tels horaires, il n'est guère étonnant que le conducteur se fatigue davantage, ce qui influence la qualité de son accueil.

Les conditions de travail des conducteurs américains sont quelque peu différentes de celles du Canada puisque ces derniers sont régis par des journées comprenant un maximum de 10 heures de conduite et de cinq heures d'arrêt. On doit alors s'interroger sur la pertinence de programmer des circuits aussi denses. Les grossistes soutiennent, de leur côté, que ces circuits représentent le fruit des exigences de leur clientèle. Il faut toutefois se rendre à l'évidence que le touriste lui-

---

<sup>100</sup> Price Waterhouse, Human Resources Study of the Canadian Motor Carrier Passenger, June 1997.

même, une fois le circuit complété, repart chez lui parfois épuisé par un nombre impressionnant d'heures de route. On remarque que les escapades de deux, trois ou quatre jours gagnent en popularité et que les longs circuits traditionnels ne conviennent plus à la nouvelle clientèle, surtout celle d'un certain âge.

Il faut se questionner sur l'effort de sensibilisation effectué par l'ensemble du réseau de distribution auprès des clientèles sur la densité des circuits demandés. La qualité de l'expérience de voyage passe davantage par des tournées moins exigeantes, tant pour le transporteur que pour les passagers. Une telle démarche serait susceptible de mieux répondre au souci de la destination québécoise de rehausser le caractère mémorable de l'expérience vécue<sup>101</sup>.

### Problématique du transport terrestre pour les producteurs de tourisme d'aventure

La composante aventure/plein air figure comme un axe important du développement touristique au Québec. On y recense environ 400 entreprises qui appartiennent à la catégorie de producteur d'écotourisme et de tourisme d'aventure. Ce secteur se compose principalement de petites entreprises offrant des produits et services extrêmement variés. Un inventaire<sup>102</sup> détaillé, dressé en avril 2001, a permis d'identifier les produits et services de 289 producteurs québécois de tourisme d'aventure et d'écotourisme. En raison de l'habituel éloignement des sites sur lesquels se déroulent les activités, un service de transport terrestre se greffe couramment aux produits des entreprises. Or, un producteur n'est autorisé à transporter sa clientèle que s'il possède les permis requis en vertu du *Règlement sur le transport par autobus*.

Principalement en raison d'un manque d'information sur le sujet, les autorités tendaient jusqu'à récemment à tolérer jusqu'à un certain point les situations mettant en cause un transport à l'aide de minibus pour des clientèles pris totalement en charge par les producteurs de tourisme d'aventure et d'écotourisme, c'est-à-dire lorsque la portion de transport terrestre se trouvait comprise dans les services offerts. Cette entorse à la réglementation prévalait à défaut d'une solution convenable pour les producteurs. Cette pratique illégale de transport se trouve néanmoins largement répandue comme en témoigne le sondage effectué où plus de 139 producteurs (soit 50 % des répondants) offrent un service de transport/navette en complément de leurs activités d'aventure et d'écotourisme<sup>103</sup>. Or, dans les faits, la plupart offrent ce service illégalement puisqu'ils ne détiennent pas de permis de transport de passagers.

D'ordre général, les producteurs préfèrent utiliser leurs propres véhicules ou effectuer la location d'un minibus sans conducteur pour des raisons d'économies évidentes. Recourir aux services d'un transporteur coûte environ 250 \$ par jour alors qu'il en coûte 70 \$ pour louer un minibus. De plus, la location sans conducteur permet au producteur de combiner la tâche de guide et de conducteur à moindre frais. Précisons également qu'en plus d'observer une pénurie de minibus disponibles pour le transport nolisé au sein du parc des transporteurs du Québec, ces derniers ne possèdent pas toujours les véhicules adéquats pour ce type d'activité.

Il semble qu'un récent resserrement de surveillance de la part des agents du Contrôle routier à l'endroit des producteurs ait incité certains d'entre eux à faire des demandes à la CTQ pour obtenir les permis nécessaires. Les requêtes des producteurs ont toutefois fait l'objet d'oppositions de la part de certains transporteurs, ce qui a eu comme effet d'augmenter les délais et les coûts reliés à la procédure. Possédant des moyens financiers très limités, plusieurs producteurs ont alors abandonné leur démarche.

---

<sup>101</sup> Tourisme Québec, *Stratégie de marketing touristique 2000-2005*, p. 21.

<sup>102</sup> Chaire de Tourisme, *Inventaire des producteurs d'écotourisme sur le territoire québécois*, avril 2001.

<sup>103</sup> Chaire de Tourisme, *Inventaire des producteurs d'écotourisme sur le territoire québécois*, avril 2001.

Souhaitant résoudre un problème de pénurie de véhicules pour effectuer le transport nolisé des petits groupes de touristes s'adonnant à des activités récréotouristiques et de tourisme d'aventure, le ministère des Transports modifiait, le 30 mai 2001, le *Règlement sur le transport par autobus*. Cette initiative visait à simplifier les règles d'obtention d'un permis de transport nolisé par les producteurs de tourisme d'aventure et d'écotourisme détenteurs d'un permis d'agent de voyages. Cet assouplissement de la réglementation demeure toutefois insuffisant puisque très peu de producteurs possèdent un permis d'agent de voyages ou ne répondent à cette définition<sup>104</sup>.

Afin de réellement permettre aux producteurs de tourisme d'aventure de bénéficier de cet assouplissement réglementaire, il devient important d'en élargir le cadre au-delà des détenteurs de permis d'agents de voyages. Une telle contrainte — insurmontable pour plusieurs en raison de l'importance des cautionnements exigés — n'aurait comme conséquence que d'exclure la majorité des producteurs des objectifs recherchés par ce processus. L'association représentant les producteurs, Aventure écotourisme Québec, estime que la démarche doit plutôt mieux correspondre à l'essence même de ce qui caractérise un producteur de tourisme d'aventure et d'écotourisme, c'est-à-dire que les paramètres entourant l'éligibilité doivent s'appuyer davantage sur des critères fondés sur le sérieux, la qualité, la crédibilité et la solvabilité de l'entreprise. Aventure écotourisme Québec a donc suggéré que les travaux effectués par le Bureau de normalisation du Québec (BNQ) visant une accréditation pour la norme écotourisme et tourisme d'aventure puissent constituer une base de référence. Cette qualification professionnelle combinée à un cautionnement financier minimum — nettement inférieur à celui qu'exige la *Loi sur les agents de voyages* — constitueraient, en remplacement de l'exigence de détenir un permis d'agent de voyages, un des seuls critères nécessaires à l'obtention d'un permis de transport nolisé par minibus de la part des producteurs de tourisme d'aventure et d'écotourisme. Bien que les règles s'en trouveraient simplifiées, mentionnons que le producteur ne doit aucunement être exempté de devoir démontrer à la CTQ qu'il possède les connaissances et l'expérience nécessaires à l'exploitation sécuritaire d'un minibus. Néanmoins, cette piste de solution préliminaire mérite d'être approfondie par un processus de consultation plus exhaustif qui tiendra compte des préoccupations respectives des parties en cause.

Par ailleurs, mentionnons que d'autres alternatives s'offrent aux producteurs de tourisme d'aventure et d'écotourisme, notamment le recours à la voie traditionnelle pour l'obtention d'un permis de transport nolisé. En effet, rien n'empêche les producteurs d'effectuer des demandes conformes avec la réglementation en vigueur tout en démontrant à la CTQ que les transporteurs en place ne s'avèrent pas en mesure de répondre adéquatement à leurs besoins en service de transport. La mise en place d'un meilleur système d'encadrement permettrait possiblement aux producteurs d'être mieux informés et surtout mieux préparés au moment de présenter des demandes de permis de transport nolisé conformes aux exigences de la CTQ. Aventure écotourisme Québec, pourrait à cet effet exercer un certain leadership d'accompagnement pour ses membres lors de telles démarches.

### Rôle régulateur de la CTQ et de la SAAQ

Les règles économiques propres au secteur nécessitent inévitablement une intervention soutenue des organismes responsables du contrôle. Dans le cas des inspections routières visant la conformité des règles économiques, la plupart des interventions se produisent malheureusement à la suite de la dénonciation d'un autre transporteur. Une révision des pratiques dans le cas des

---

<sup>104</sup> APTAQ, *Le permis d'agent de voyages et le producteur en tourisme d'aventure et d'écotourisme : questionnaire et pistes de solutions*, mars 1999.

contrôles routiers nous apparaît nécessaire afin de corriger certains irritants. Il s'avère peu opportun, par exemple, d'effectuer de tels contrôles complets au moment où les touristes sont à bord de l'autobus. Précisons que nous ne parlons pas de sécurité routière, mais bien de vérifications entourant la détention des permis.

De plus, on dénote un certain manque d'uniformité dans la mise en application des contrôles routiers entre les régions. Aussi, souvent les contrôleurs routiers de la SAAQ de la région de Québec interviennent fermement et assidûment à toute forme d'infraction signalée alors que dans la région de Montréal, la situation inverse peut prévaloir. Le manque de constance et de latitude du mécanisme régulateur en place joue parfois un rôle différent auquel on devrait s'attendre. Le contrôle routier visant la conformité des règles économiques du transport nolisé doit être mieux adapté aux réalités du secteur touristique.

La Commission, quant à elle, régit l'activité économique du secteur et assure la délivrance des permis. Son rôle est particulièrement vital puisque, lors d'une demande de permis de la part d'un transporteur, elle doit examiner le dossier et prendre une décision qui comporte des répercussions importantes sur les activités économiques de l'entreprise concernée. L'étude des demandes de permis auprès de la Commission illustre que ces dernières sont de plus en plus raffinées et pointues et sortent souvent des balises préalablement posées. La Commission doit se prononcer sur des dossiers qui constituent parfois des précédents et qui agiront à titre de jurisprudence pour des demandes subséquentes. À titre d'exemple, un planificateur de croisières s'est récemment associé à deux transporteurs détenteurs d'un permis de nolisement pour faire la demande de permis touristique afin de desservir exclusivement une clientèle de croisiéristes.

Les paramètres entourant la description des différents types de permis par le biais des conditions et restrictions qui y sont ajoutées ne cessent de complexifier et de rendre plus arbitraire le rôle de la Commission. L'obtention de nouveaux permis pour le transport nolisé ne doit pas être conditionné par le truchement de subterfuges et de clauses d'exceptions, mais plutôt par les règles du marché en place.

## 8.2 Perception et appréciation des grossistes

Nous revenons dans cette section sur l'enquête effectuée auprès des 33 grossistes en voyages qui figurent parmi les plus importants clients des autocaristes québécois. Nous pouvons ainsi mieux évaluer la qualité du service du transport nolisé et de l'environnement de l'industrie en général, et ce, du point de vue des grossistes.

### Qualité des services

L'industrie du transport nolisé par autocar au Québec présente une offre d'un excellent rapport qualité/prix. Avec un tarif de location moyen de 746 \$ par jour et un parc d'autocars de haute qualité, il n'est pas étonnant que le niveau de satisfaction des grossistes soit, dans l'ensemble, élevé. Fait intéressant, ce sont les grossistes qui font voyager le plus de touristes qui accordent les meilleures notes.

Lorsqu'on regarde de plus près les résultats de l'enquête, certains aspects pourraient être améliorés en vue de satisfaire encore davantage une clientèle internationale sans cesse plus exigeante. On note par exemple un choc des cultures lors du premier contact du conducteur avec la clientèle d'origine asiatique. Cette dernière nécessite un accueil particulier en raison d'habitudes culturelles très différentes des nôtres. De l'avis des grossistes d'origine asiatique, des efforts additionnels en termes d'accueil seraient susceptibles d'améliorer davantage l'expérience touristique de ces groupes.

En ce qui concerne les compétences du conducteur, l'appréciation s'avère très bonne. Les plus faibles notes proviennent des grossistes américains et asiatiques. Les Américains affichent souvent des attentes très élevées en ce qui a trait aux échanges linguistiques. Il ne suffit que d'une expérience avec un conducteur ne maîtrisant pas l'anglais pour atténuer leur appréciation quant à la compétence de ce dernier.

Les transporteurs québécois font bonne figure comparativement à ceux des États-Unis et du reste du Canada. Quelque 76 % des grossistes classaient la qualité du service et des autocars québécois à un niveau supérieur ou égal à ceux des États-Unis, et 84 % les évaluaient ainsi par rapport au reste du Canada. Au-delà de ces impressionnants résultats, nous remarquons que ce sont les plus importants clients qui affichent les jugements les plus favorables. En effet, plus de 45 % des agences réceptives québécoises affirment que les autocaristes du Québec offrent un service et une qualité de véhicule supérieurs à leurs homologues ontariens et américains. Mieux encore : lorsqu'on isole les résultats des grossistes selon le nombre de groupes qu'ils programment annuellement pour des circuits en autocars au Québec, 57 % des grossistes majeurs — plus de 300 groupes au Québec annuellement — accordent une note supérieure au Québec. Leurs relations d'affaires privilégiées avec les transporteurs québécois et une vaste expérience internationale qui leur permet d'apprécier davantage le niveau de la qualité de l'offre québécoise, peuvent expliquer ces résultats.

Quant au prix de location exigé, il correspond sensiblement à ce que les grossistes souhaitent payer. On ne peut s'attendre des grossistes qu'ils affirment ouvertement que les tarifs se situent en dessous de la moyenne nord-américaine. Ils profitent à l'heure actuelle d'une concurrence qui exerce une pression des prix vers le bas. Quoique la chaîne de distribution ne soit en mesure d'absorber qu'une hausse graduelle de tarifs, nous remarquons une ouverture en ce sens. Considérant que seulement 19 % des grossistes jugent les prix des autocaristes trop élevés, cela constitue certes un signal à l'endroit des transporteurs à l'effet que le réseau de distribution s'attend à une augmentation des prix de location. À l'instar de leur appréciation du service et de

la qualité des véhicules, ce sont également les plus importants grossistes qui estiment le niveau des prix actuels de location comme étant très raisonnables. Une attention particulière devrait être apportée aux grossistes japonais qui jugent plus sévèrement la tarification actuelle — environ 83 % considèrent les prix élevés ou trop élevés. D'autres facteurs tels que leur tendance à réserver tardivement, expliquent probablement l'écart de leur appréciation des prix par rapport à celle des autres grossistes. Pour cette raison, il faut distinguer une hausse globale des tarifs d'une accentuation de prix qui prendrait effet durant l'unique période de pointe, à l'automne. Dans le deuxième cas, ce sont des clientèles bien particulières comme les Japonais et les croisiéristes qui absorbent la plus grande part de l'effet de la saisonnalité sur le prix.

On a déjà fait mention auparavant de difficultés éprouvées avec la clientèle japonaise en ce qui concerne leur niveau de satisfaction quant aux services fournis par les autocaristes lors de circuits touristiques. Du point de vue des entrepreneurs de transport de notre échantillon, cinq d'entre eux affirment avoir déjà reçu des plaintes de la part de cette clientèle. Les commentaires des transporteurs jumelés à ceux de notre enquête menée auprès des grossistes nous permettent d'émettre quelques constats à l'égard de ce marché particulier.

- 1- Les touristes japonais se déplacent massivement au cours des mois de septembre et d'octobre, au plus fort de la période de pénurie d'autocars. Il s'agit d'une clientèle particulièrement exigeante, davantage susceptible d'être sensible à un relâchement de la qualité du service causé par un achalandage touristique excessif à cette période.
- 2- Contrairement aux autres marchés, les grossistes japonais ne semblent pas avoir développé le réflexe de confirmer la réservation de leurs autocars longtemps à l'avance, et ce, même si ces derniers concentrent leurs visites durant la période automnale. Avec un délai de confirmation deux fois inférieur à la moyenne — voir le tableau 53 de la section 7.7 —, les grossistes japonais, très sensibles aux prix<sup>105</sup>, sont aux prises avec le jeu de l'offre et de la demande tout en devant composer avec une clientèle qui s'attend à obtenir les meilleurs autocars.
- 3- Les circuits auxquels participent les touristes japonais sont plus denses que la moyenne. Ils présentent un horaire très serré en plus de souvent nécessiter un kilométrage très élevé à parcourir. Une planification trop ambitieuse des itinéraires entraîne parfois un certain mécontentement de la clientèle.

### **Pratiques commerciales**

Dans la plupart des milieux d'affaires, la pratique consistant à verser un dépôt constitue une norme acceptable pour les parties en cause. On observe toutefois une situation différente dans la relation entre les autocaristes québécois et les grossistes en voyages. On constate d'abord une divergence entre les deux secteurs : le transport nolisé par autocar se compose d'un très grand nombre d'entreprises alors que le réseau de distribution a pris activement part au mouvement de la concentration. Ce phénomène s'est traduit par l'apparition des joueurs de plus en plus importants au sein du réseau de distribution. Les grossistes de grande envergure jouissent indéniablement d'un rapport de force avantageux qui leur permet d'exercer un contrôle sur un certain nombre de paramètres, dont celui concernant les dépôts lors de la réservation. On peut facilement comprendre, lorsque le plus important client représente en moyenne 35 % du chiffre d'affaires, qu'on évite de le contrarier. De plus, chaque transporteur compte plusieurs clients fidèles puisqu'on estime à 63 % la proportion des groupes issus des clients fidèles.

---

<sup>105</sup> 83 % des grossistes japonais jugent les prix de location élevés ou trop élevés (tableau 51).

Un autre obstacle tient au fait que cette pratique est répandue dans l'ensemble du réseau de distribution. Même les grossistes de moindre importance — moins de cinquante groupes au Québec annuellement —, ne versent, dans la majorité des cas, aucun dépôt aux transporteurs. Ce sont surtout les grossistes qui réservent longtemps à l'avance, dans le souci d'obtenir une certaine garantie de disponibilité de véhicules, qui sont les plus susceptibles de verser des dépôts. En raison du climat de méfiance qui sévit entre les dirigeants des entreprises de transport et du peu de concertation dans l'industrie même, aucun consensus général n'a pu être adopté jusqu'à présent. L'absence d'une pratique commerciale associée au versement obligatoire d'un dépôt à la réservation n'est pas étranger au phénomène du déséquilibre de l'offre et de la demande que nous décrivions plus tôt. La problématique concernant les annulations de part et d'autre ne saurait être de la même ampleur dans l'éventualité de la mise en place d'une politique structurée et étendue de versements de dépôts équitables pour l'ensemble de l'industrie du transport et pour le réseau de distribution. Un effort concerté et structuré en ce sens mérite d'être sérieusement pris en compte. On peut s'attendre à un vent de changement dans cette direction puisque plus de la moitié (52 %) des autocaristes prévoient exiger davantage de garanties à l'avenir lors de la réservation.

Un autre volet pouvant causer certains ennuis concerne notamment les délais associés à la période de réservation des autobus de même que ceux reliés aux paiements pour le service, une fois qu'il a été rendu. La même question a été posée aux transporteurs et aux grossistes, à savoir quel était le délai moyen nécessaire pour le paiement du service de location d'autocars. Du point de vue des entrepreneurs de transport, on note un délai moyen de 51 jours comparativement à 25 jours selon les grossistes. On assiste très certainement à une légère exagération de part et d'autre pour une réalité qui doit se situer à mi-chemin entre les deux. En réalité, les sommes en jeu demeurent importantes et une encaisse ou une dette à court terme qui se prolonge sur une période de deux mois représente une différence de gestion notable pour chacune des parties.

Nous avons longuement fait état du délicat équilibre entre l'offre et la demande. Les résultats de l'enquête auprès des grossistes confirment bien l'existence d'un processus de « yield management ». L'écart entre le moment où une première tentative de réservation s'effectue et le moment où il y a confirmation ferme de la tenue du voyage demeure particulièrement élevé. On a aussi pu constater que certaines catégories de grossistes semblaient tarder encore plus que d'autres à obtenir leur garantie de réservation. Ceux offrant des circuits de moins de 2 000 \$ réservent en moyenne 7 mois à l'avance mais ne confirment que 2,8 mois avant le départ.

Le même phénomène s'observe chez les grossistes de moindre importance où le délai de confirmation n'est que de 2,3 mois comparativement à 3,6 pour l'ensemble de l'industrie touristique. En fait, ce sont les grossistes de grande envergure — plus de 300 groupes au Québec annuellement — et les grossistes français qui confirment le plus longtemps avant le départ (respectivement 4,7 et 5,1 mois). Cela démontre que ce sont les clients jouissant d'un rayonnement plus large et possédant d'imposants volumes d'affaires de même que ceux dont les circuits sont davantage orientés vers le tourisme haut de gamme (circuits de plus de 2 000 \$), qui s'avèrent davantage intéressés à s'engager à l'avance sans se prêter aux exigeants jeux de négociations de prix précédant la période automnale. Évidemment, le volume d'affaires demeure un atout pour y parvenir puisque dans le cas de certains acteurs comme les planificateurs de croisières, il s'avère difficile d'obtenir les mêmes assurances.

### **Contraintes liées au développement touristique**

La difficulté pour les organisateurs de voyages d'exploiter leurs entreprises dans un environnement de libre marché se dresse comme le principal obstacle au développement touristique. Cette problématique s'accroît vivement lors de la période précédant l'automne

puisque plus de la moitié des grossistes (52 %) affirment avoir vécu des contraintes de disponibilité d'autocars. En dépit de leur excellente connaissance de l'environnement touristique québécois, ce sont les agences réceptives québécoises qui se heurtent le plus à ce type de problèmes (85 %). Ces mêmes agences sont également celles qui arrivent le plus difficilement à trouver les autocaristes détenant les permis requis. Ainsi, une meilleure connaissance de l'industrie du transport nolisé par autocar ne suffit pas pour planifier aisément des circuits. Bien qu'ils parviennent presque toujours à trouver le nombre de véhicules nécessaires pour leurs itinéraires, les démarches n'en restent pas moins laborieuses et nécessitent un important investissement de temps pour la planification.

Une analyse comparative des réponses des grossistes et des contraintes recensées par rapport à la disponibilité d'autocars indique que même le pouvoir de négociation des joueurs majeurs ne suffit pas à leur assurer entière satisfaction de leurs besoins à l'automne. Même les quelques privilèges que leur confèrent leur fidélité et leur volume d'affaires ne parviennent pas à combler le déficit de l'offre durant la période de pointe. En fait, ce sont les grossistes d'importance qui subissent le plus de contraintes, tant de manière générale (67 %) qu'en septembre particulièrement (56 %). Le prix déboursé joue certainement un rôle considérable puisque seulement 18 % des grossistes offrant des circuits de plus de 2 000 \$ disent éprouver des difficultés de disponibilité en septembre et en octobre. Dans le cas des itinéraires dont la marge bénéficiaire s'avère plus mince (moins de 2 000 \$), la proportion grimpe à plus de 56 %.

En ce qui concerne les contraintes vécues par les grossistes effectuant des visites en région, notamment en Gaspésie (89 %) et au Lac-St-Jean (67 %) (apparaissant au tableau 56), il serait difficile d'avancer des causes précises. Mentionnons d'abord que très peu d'intervenants au sein de notre échantillon programment ces régions à l'intérieur de leurs circuits, diminuant par le fait même la représentativité du résultat. De plus, étant donné que la région visitée ne comporte aucune association avec le point d'embarquement des passagers, et que le circuit peut être originaire de n'importe où au Québec, voire même de Toronto, une plus grande contrainte en région ne saurait être attribuable à la difficulté d'obtenir les permis adéquats ou à la protection des marchés. Peut-être que les circuits régionaux se voient plus rarement associés à un tourisme haut de gamme et qu'ils ciblent davantage le marché local. Une mince marge bénéficiaire augmenterait ainsi la difficulté d'obtenir les véhicules aux périodes et aux tarifs souhaités.

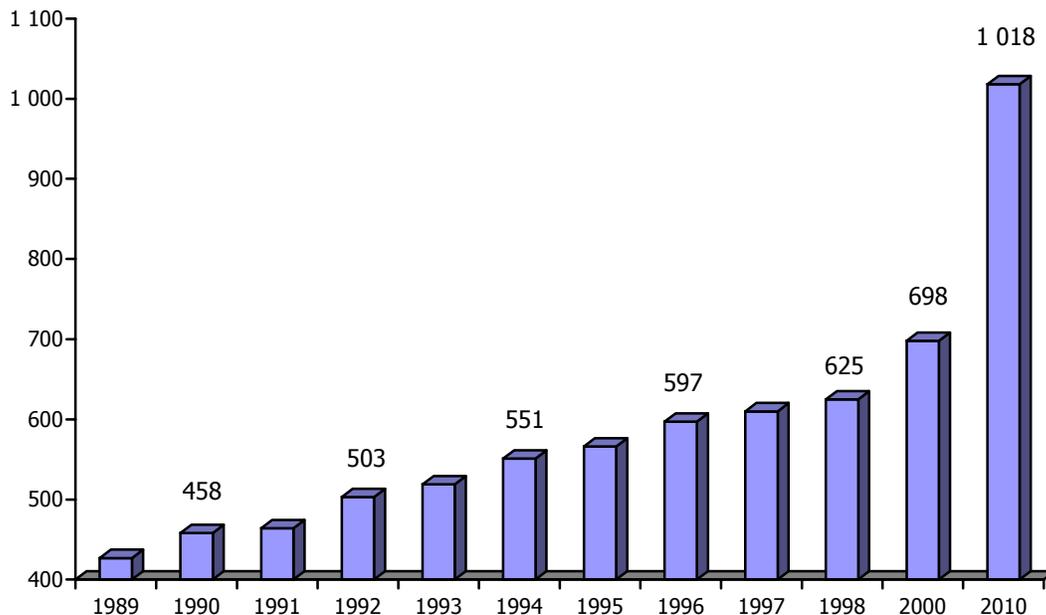
### 8.3 Occasions d'affaires et stratégies de développement

Ces quelques pistes de réflexion visent à explorer de nouvelles voies de développement qui s'offrent aux autocaristes et aux autres composantes de l'industrie touristique. Il faut néanmoins tenir compte de certains facteurs qui peuvent jouer un rôle sur la pertinence des stratégies proposées. En premier lieu, un transporteur qui œuvre simultanément au sein de plusieurs catégories de service se voit confronté à un contexte de gestion différent d'un autre qui n'offre que des services de transport nolisé. Deuxièmement, l'industrie s'est façonnée au fil des années en parallèle à l'environnement législatif qui l'encadre aujourd'hui. Tout changement majeur applicable dans la réglementation en vigueur actuellement peut influencer de façon marquée les possibilités de développement et l'orientation des stratégies à déployer.

#### Tirer profit des grandes tendances démographiques et touristiques

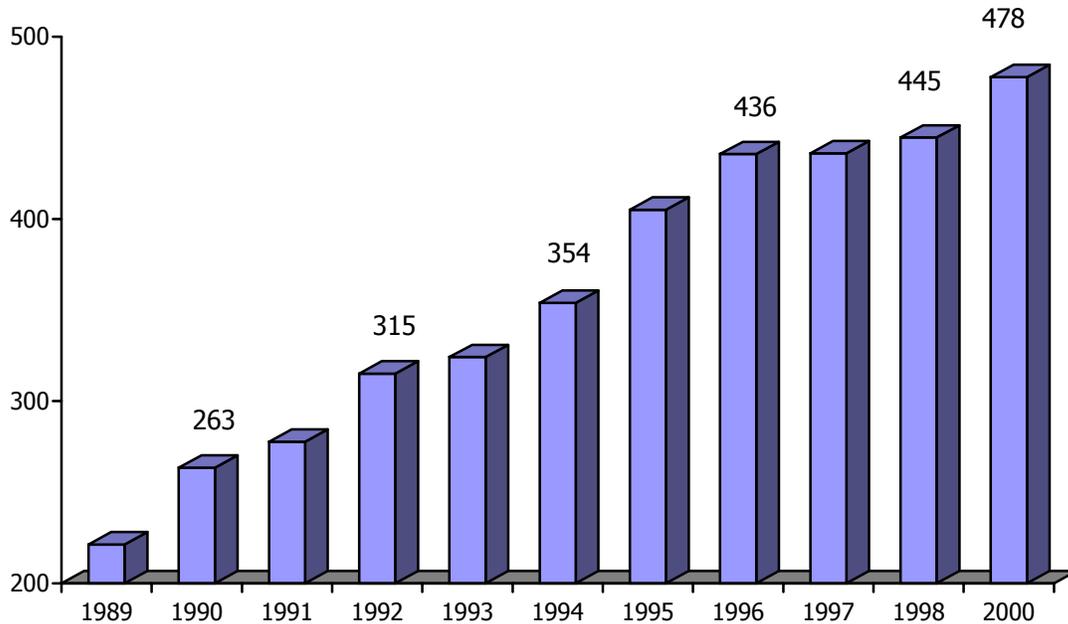
Le tourisme continuera d'être l'un des secteurs de l'économie présentant la plus forte croissance. Pour les transporteurs présents sur les marchés touristiques internationaux, il existe une opportunité d'augmenter leur achalandage en misant davantage sur cette clientèle. Selon les prévisions de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), les recettes touristiques internationales progressent à un rythme plus rapide que l'économie mondiale. Le défi pour les autocaristes et les grossistes programmant des circuits touristiques au Québec consistera à soutirer une juste part de cette importante manne touristique. Les tableaux suivants démontrent cette évolution exponentielle des flux et des recettes touristiques internationales. Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), les recettes touristiques internationales franchiront le cap du 1,5 billion de dollars américains en 2010.

**Graphique 1**  
**Arrivées de touristes internationaux (en millions)**



Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT), mai 2001

**Graphique 2**  
**Recettes touristiques internationales (en milliards \$ US)**



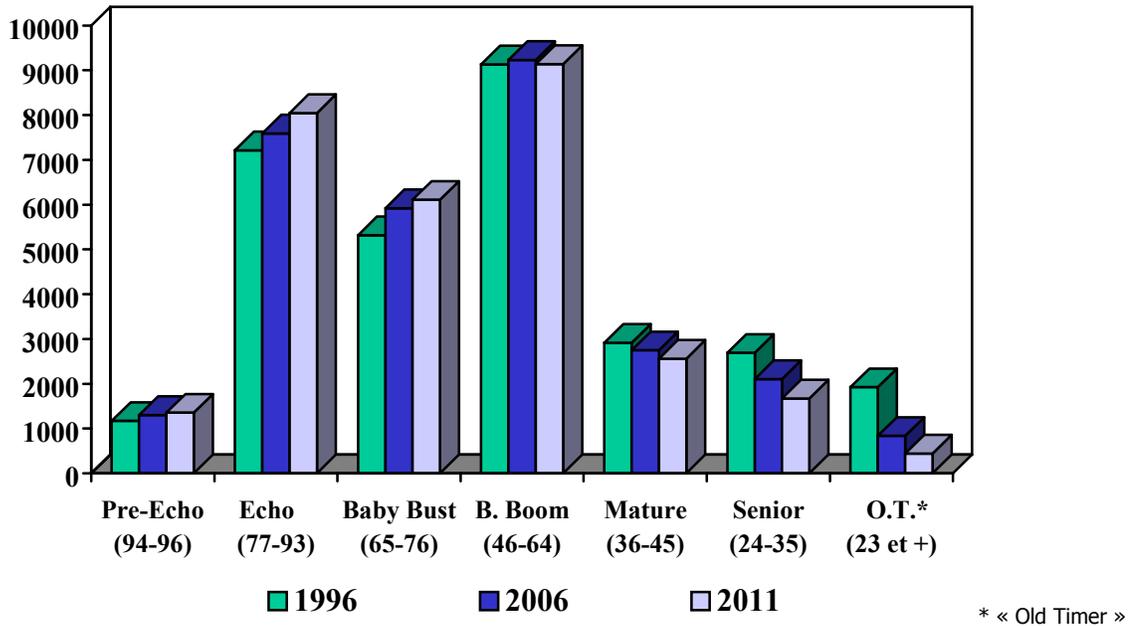
Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT), mai 2001

### Tendances démographiques

Une tendance lourde et incontournable pour l'industrie du transport nolisé par autocar concerne le phénomène du vieillissement de la population. Comme on peut le constater à l'aide des deux tableaux sur les tendances démographiques, le groupe d'âge des baby-boomers continuera d'occuper une place importante à titre de consommateurs de produits touristiques :

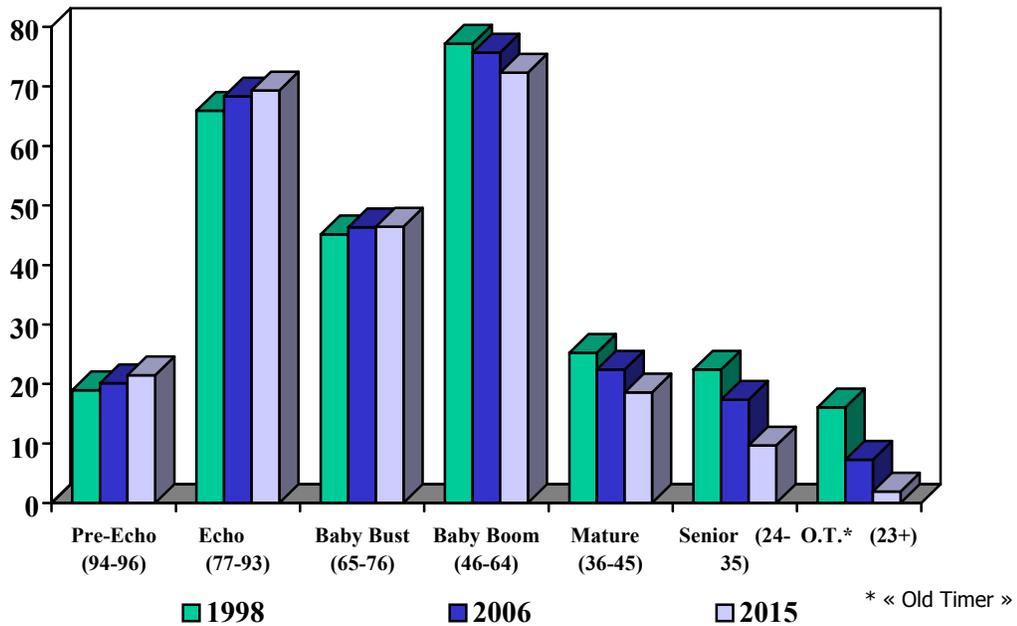
- les baby-boomers seront à l'origine de la création de nouveaux créneaux à mesure qu'ils vieillissent;
- ils accentueront la demande pour certains types de produits et créeront un vide pour d'autres;
- et ils demeureront la plus importante tranche de la population tant au Canada qu'aux États-Unis.

**Graphique 3**  
**Évolution démographique canadienne (en milliers)**



Source : Chaire de Tourisme, Réseau québécois des jardins zoologiques et parcs animaliers  
— Diagnostic et orientations de développement, novembre 1999

**Graphique 4**  
**Évolution démographique américaine (en millions)**



Source : Chaire de Tourisme, Réseau québécois des jardins zoologiques et parcs animaliers  
— Diagnostic et orientations de développement, novembre 1999

Contrairement aux générations antérieures de retraités, les baby-boomers ne se sentent pas vieux et adoptent un comportement de voyage différent. Même s'ils seront de plus en plus attirés par des expériences touristiques individuelles et personnalisées orientées vers la découverte et l'enrichissement culturel et éducatif, ils continueront de figurer parmi les principaux segments de clientèle pour les voyages par autocar. Il devient ainsi important pour les autocaristes et les grossistes désirant séduire ce lucratif marché de vaincre cette image suggérant que les circuits par autocar ne s'avèrent qu'une option pour ceux qui souffrent d'ennuis de santé ou de mobilité en raison du vieillissement. Bien que l'on observe déjà une tendance vers un rajeunissement de la clientèle du « Tour & Travel », le préjugé subsiste dans l'esprit des gens.

Par ailleurs, certaines distinctions mériteraient d'être apportées selon la classe démographique de la population à laquelle on s'adresse puisque les besoins en matière d'expérience lors d'un circuit par autocar ne seront pas les mêmes. Par exemple, les attentes des baby-boomers diffèrent de celles de la génération « X » ou « Baby-Bust » (née entre 1965 et 1976). La classe d'âge correspondant à la génération « X » recherche d'abord le plaisir intense et les émotions fortes et sont enclins à prendre de courtes vacances à rabais. Les baby-boomers opteront davantage pour des vacances enrichissantes de type haut de gamme et dont la flexibilité leur permettra de s'insérer dans un agenda serré. Comprendre les besoins propres à chacun des groupes peut s'avérer un outil fort stratégique au moment de la mise en marché de nouvelles approches selon les clientèles visées. Elle permet également d'éviter de diluer les efforts promotionnels et de cibler plus précisément les créneaux présentant le plus grand potentiel de développement.

#### Perspectives et tendances touristiques

Sans reprendre l'analyse et les tendances de la demande touristique détaillées au chapitre 7, voici quelques tendances lourdes qui devraient être prises en compte lors de la mise en marché de circuits touristiques par autocar ou dans la planification stratégique des transporteurs<sup>106</sup> :

- Circuits orientés vers une expérience d'apprentissage

Lorsqu'ils s'accordent du temps de loisir, plusieurs personnes considèrent que la notion d'apprentissage constitue une valeur essentielle à leur expérience de séjour ou lors d'un circuit touristique. Le consommateur souhaite désormais saisir les occasions pour apprendre et se cultiver; la simple détente ne suffit plus à le combler. L'apprentissage devient une nouvelle façon de se divertir et, lorsqu'elle est bien présentée, les consommateurs lui attribueront une valeur et seront disposés à payer en conséquence pour l'obtenir. Ce désir d'apprendre favorise le tourisme culturel, les destinations authentiques, conviviales et exotiques. La prestation de service de l'autocariste doit être prise en compte afin de favoriser encore davantage des expériences d'apprentissage réussies.

- Spécialisation de l'offre et circuits thématiques

La diversité des activités et des types de destinations qui peuvent faire partie d'un circuit touristique est plus vaste que jamais. Les possibilités de combinaisons circuits/produits/attraits sont innombrables et suscitent l'intérêt des clientèles pour les voyages spécialisés tels que religieux, agrotouristiques, de découvertes des

---

<sup>106</sup> Certaines de ces tendances correspondent aux comportements touristiques identifiés dans la Stratégie de marketing touristique 2000-2005 de Tourisme Québec.

communautés autochtones, etc. La multiplication d'activités variées et la demande pour des voyages thématiques favoriseront l'émergence d'itinéraires conçus pour des saisons intermédiaires. Un effort de positionnement de la part des transporteurs pour établir des relations d'affaires avec des grossistes désirant se spécialiser dans de tels créneaux pourrait s'avérer une stratégie gagnante afin de diminuer les périodes d'inactivité. Mentionnons que les circuits axés sur des événements, des croisières-excursions, des repas-théâtre, des musées, du théâtre et des programmes spécialisés pour aînés figurent parmi les créneaux affichant la meilleure croissance, particulièrement auprès de la clientèle américaine.

De plus, la clientèle des courts séjours est en hausse dans les marchés situés à proximité : les voyages de fins de semaine des Américains se sont accrus de 69 % depuis 1987. Des occasions d'affaires peuvent se dessiner de l'autre côté de la frontière, soit par l'entremise de partenariats avec des transporteurs américains ou par du développement d'affaires direct.

- Révolution du tourisme électronique

L'ensemble du secteur des voyages traverse aujourd'hui une période de changements sans précédent. Le développement des technologies de l'information et des télécommunications ainsi que la montée en flèche du commerce électronique ont eu des effets importants sur la commercialisation des voyages en entraînant de nouvelles façons de les distribuer. Le tourisme se présente comme l'industrie dominante dans le marché du commerce électronique de détail, loin devant les secteurs du livre, de la musique et de l'informatique. Selon un sondage effectué aux États-Unis<sup>107</sup>, plus de 30,5 millions de personnes ont déjà acheté un produit touristique par le Web. Bien que ce virage vers le commerce électronique interpelle plus directement le réseau de distribution, les transporteurs devraient, d'une part, en tenir compte dans leur planification stratégique et, d'autre part, s'assurer d'une présence efficace sur le réseau Internet.

- Phénomène de la concentration

Le phénomène de concentration que l'on observe dans le secteur du tourisme depuis déjà quelques années continue de provoquer une série de bouleversements structurels entraînant des impacts tant pour les acteurs en place que pour l'ensemble des clientèles. L'industrie du transport nolisé par autocar ne sera pas épargnée par cette vague mondiale. Bien que la réglementation en vigueur a jusqu'à présent ralenti ce mouvement, il serait pour les transporteurs bien risqué d'ignorer le phénomène. En guise de comparaison, mentionnons qu'à la suite de la déréglementation du transport aérien, les alliances stratégiques entre transporteurs internationaux se sont développées à un rythme effréné en réponse à l'accroissement d'accords bilatéraux souvent très restrictifs. De nos jours, les gouvernements garantissent de plus en plus l'immunité antitrust et vont même jusqu'à permettre la fusion de gros transporteurs aériens, comme ce fut le cas d'Air Canada et Canadien, donnant lieu dès lors à une concentration de plus en plus marquée dans l'industrie.

---

<sup>107</sup> GOMEZ. *The State of Online Travel 2000*, septembre 2000.

Une tendance accélérée vers la concentration des acteurs dans l'industrie du transport nolisé aurait pour conséquence immédiate de diminuer le nombre d'acteurs. On verrait probablement une succession d'acquisitions et de regroupements en vue de créer des transporteurs plus imposants. Peu importe le scénario qui se dessinera, le transporteur se voit aujourd'hui placé devant l'importance de développer rapidement d'étroites relations d'affaires avec des pairs pour, le cas échéant, renforcer sa position et sa présence sur les marchés et arriver ainsi à demeurer compétitif même en présence de transporteurs de grande envergure.

L'autre voie à considérer consiste à tendre davantage vers la spécialisation distinctive en misant sur des attributs de services que les autres transporteurs n'offriront pas en raison de la standardisation de leur offre. Par exemple, un transporteur pourrait choisir d'investir dans le développement d'une formule d'accueil exceptionnelle envers les touristes internationaux. Ces programmes destinés aux conducteurs pourraient inclure les rudiments de certaines langues étrangères et l'apprentissage des principaux traits culturels de chaque marché important. Une telle initiative aurait pour effet de créer une valeur ajoutée au service régulier de transport nolisé et distinguerait l'entreprise de celles des autres transporteurs. Certains organisateurs de voyages de circuits haut de gamme seront prêts à déboursier davantage pour obtenir un service personnalisé mémorable à l'intention de leur clientèle.

- Croissance de l'intérêt pour le tourisme d'aventure

L'aventure et le plein air continuent de figurer parmi les huit produits identifiés comme prioritaires dans les choix stratégiques de Tourisme Québec<sup>108</sup>. Ce créneau touristique continuera de gagner en popularité au cours des prochaines années. En raison de la nature et de la spécialisation des activités qui s'adressent souvent à de plus petits groupes, le développement de ce segment touristique s'est surtout effectué par les producteurs eux-mêmes. Ainsi, même si les forfaits proposés nécessitent un transport terrestre, c'est le producteur qui assume généralement l'entière prise en charge du groupe.

Le 30 mai 2001, le ministère des Transports modifiait le *Règlement sur le transport par autobus* afin de faciliter, pour les agents de voyages, l'obtention d'un permis de transport nolisé par minibus pour des activités récréotouristiques. À notre avis, un deuxième assouplissement pourrait également accompagner cette modification afin de rejoindre, tel qu'expliqué précédemment, un bassin plus large de producteurs de tourisme d'aventure et d'écotourisme. Cette nouvelle donne contribuera à diminuer considérablement la zone grise qui entourait l'utilisation, sans aucun contrôle, de minibus pour des fins commerciales dans ce secteur d'activité. En ce sens, on doit s'attendre à ce que le ministère exerce davantage de surveillance afin de prévenir l'utilisation de minibus sans les permis nécessaires. Étant donné que la majorité des producteurs de tourisme d'aventure et d'écotourisme ne détient pas encore de permis d'agent de voyages, de nouvelles ouvertures de collaboration pourraient être envisageables. Bien que les deux industries — transporteurs et producteurs de tourisme d'aventure et d'écotourisme — soient aux prises avec des marges bénéficiaires très minces, des alliances entre les deux pourraient mettre à profit des forces et contrer certaines faiblesses de chacune, notamment en ce qui a trait aux flux touristiques saisonniers.

---

<sup>108</sup> Tourisme Québec, *Stratégie de marketing touristique 2000-2005*, p. 25.

## Stratégies de rentabilisation

Les entrepreneurs œuvrant dans le domaine du transport nolisé évoluent dans un secteur risqué et très compétitif. Ils doivent mettre en place à court terme une stratégie axée sur la rentabilité de leurs opérations. La présente étude a permis de dégager plusieurs constats qui, selon nous, sont déterminants dans le choix d'une stratégie gagnante dans ce secteur :

- L'étude démontre qu'il est pratiquement impossible de rentabiliser les activités de transport par autocar nolisé avec des activités de pointe de cinq mois seulement et un tarif moyen quotidien de 663 \$, soit celui de notre échantillon. Le prix de location par jour devrait être supérieur de 80 \$ (une hausse de 12 % des prix et un tarif moyen de 743 \$ par jour) pour afficher une performance similaire à celle des transporteurs américains qui dégagent un bénéfice net de l'ordre 7 % (catégorie de transporteurs ayant des revenus annuels inférieurs à deux millions de dollars). Comme la saison d'exploitation est plus courte au Québec qu'aux États-Unis, une majoration encore plus importante des prix s'avère nécessaire pour permettre aux transporteurs de générer davantage de flux monétaires pour faire face à leur service de dette. Un ajustement à la hausse des tarifs doit être visé pour rattraper le niveau de prix en vigueur en Ontario notamment. Rappelons que plus de 88 % des transporteurs sondés dans notre étude planifient une hausse de 10 % des prix en 2001.
- Les autocaristes doivent réviser leur politique d'investissement à long terme pour l'adapter en fonction d'une exploitation de leur entreprise sur une base opérationnelle de 12 mois par année et non pas en fonction de la période de pointe de l'automne. Ainsi, plusieurs gestionnaires tenteront de convertir leurs frais fixes actuels en frais variables en cédant une partie de leur parc d'autocars et en louant des véhicules sans chauffeur pour les périodes de fort achalandage. Cette décision permettra d'éliminer les coûts de financement, d'entretien et le risque de fluctuation de la valeur des autocars inutilisés en période de basse saison. Ils diminueront ainsi sensiblement leur risque d'affaires. Cependant, cette stratégie de soustraction ne sera possible que si les marges bénéficiaires le justifient.
- La présence de plusieurs entreprises dans le secteur du transport nolisé s'explique par leur offre de services dans le domaine du transport scolaire et interurbain. Cette situation les amène souvent à mettre en place un interfinancement entre les activités de transport. Selon nous, cette situation est malsaine à moyen terme, car elle va à l'encontre d'une saine gestion qui exige que chaque secteur de transport génère une rentabilité suffisante pour compenser son risque d'exploitation. Ironiquement, nous constatons une rentabilité inexistante des activités de transport nolisé alors qu'elles comportent un niveau de risque plus élevé que les autres activités de transport de personnes. Il devient donc important de clairement distinguer les données financières de chaque secteur d'activité de transport pour connaître leur contribution aux résultats globaux de l'entreprise. Le système d'information comptable doit idéalement compiler par secteur de transport les résultats d'exploitation (état des résultats distinct), les investissements en immobilisations et en fonds de roulement ainsi que les engagements financiers qu'ont nécessité chacune des activités (bilan distinct).
- La répartition de l'âge du parc facilite la rentabilité des opérations. Le tableau 40 démontre qu'il est pratiquement impossible de rentabiliser un autocar neuf financé à 100 % au cours de la première année d'exploitation. L'entrepreneur a grandement avantage à planifier le remplacement progressif de ses véhicules de sorte qu'une proportion importante de ses engins soit libre d'emprunt. Il doit faire montre de prudence à propos de son endettement surtout dans un contexte d'accessibilité grâce au support des fournisseurs. Il est important de rappeler que plusieurs gestionnaires de notre échantillon ont laissé entrevoir une rentabilité plus évidente dans le cas où ils utilisent des autocars plus âgés (7 ou 8 ans), car le

différentiel de prix de marché excède à peine 100 \$ par jour comparativement au tarif offert pour des autobus neufs.

- L'évolution de l'environnement du secteur a suscité des conditions de marché plus contraignantes. Ces situations élèvent le niveau de difficulté de gestion des entreprises de transport nolisé et, par conséquent, nécessitent un rehaussement de la compétence des dirigeants dans ce domaine. Les équipes de gestion des plus importants transporteurs du Québec mettent en place une stratégie à plusieurs volets. Ils consolident leurs assises financières par une diversification des activités de transport et par une répartition équilibrée de l'âge du parc d'autocars. Ils investissent les ressources nécessaires pour mettre en place un programme d'entretien préventif (PEP) et pour assurer une gestion des opérations optimales au cours de la période de pointe des mois de mai à octobre. Finalement, ils établissent une grille tarifaire permettant de rentabiliser leurs opérations et renforçant leur stratégie de négociation auprès des grossistes. Ils cherchent à augmenter leur volume d'affaires sans engagement additionnel en matière de frais fixes. Dans ce sens, le phénomène de fusions et d'acquisitions devrait se poursuivre au cours des prochaines années.
- De leur côté, les entrepreneurs de petits parcs d'autocars sont plus vulnérables dans ce contexte de changements importants. Leur approche plus intuitive des affaires ne doit pas banaliser la perception du risque financier lié à des investissements de plus de 500 000 \$ l'unité. Ils doivent mettre en place des indicateurs de gestion et des politiques administratives pour assurer la santé financière de leur entreprise. Leur pouvoir de négociation avec les agences en sera renforcé, ce qui leur permettra de mieux répondre à leur considérable besoin de fonds. Ces exploitants devront probablement choisir des créneaux spécifiques de marché s'ils veulent évoluer dans ce secteur en profonde mutation.

## **Maillages auprès des partenaires de l'industrie touristique**

### Partenaires touristiques

Bien qu'il soit difficile d'avancer des solutions concrètes, nous croyons que les autocaristes gagneraient à travailler davantage en collaboration avec d'autres partenaires de l'industrie touristique. Cantonnés principalement au rôle de prestataire de services de transport nolisé, il existe encore beaucoup d'espace pour une plus grande participation à des actions de démarchage auprès de nouvelles clientèles. Une présence à certains salons touristiques ou foires dans le cadre d'une démarche concertée avec des grossistes partenaires ajouterait à la qualité de l'image des produits proposés et pourrait s'avérer profitable. Comme l'on sait que la portion « autocar » d'un circuit touristique revêt une importance primordiale, un contact direct avec le grossiste étranger lors de ces événements pourrait constituer un atout de vente supplémentaire où les deux parties y trouveraient leur compte.

Contrairement à certains endroits, notamment en Ontario, aux États-Unis et en France, il n'est pas de la culture des autocaristes québécois de devenir fabricant de voyage à part entière. Néanmoins, un rapprochement vers le réseau de distribution de la part des gestionnaires désirant miser sur le développement de clientèles touristiques internationales pourrait offrir des opportunités de maillages d'intérêt. Des initiatives conjointes de démarchage pour combler les périodes moins achalandées devraient notamment être envisagées. De plus, un rapprochement entre ces intervenants ne saurait qu'être tributaire d'une meilleure compréhension des réalités d'affaires et de toutes les contraintes afférentes à chacun des milieux.

D'autres pistes de collaboration mériteraient d'être explorées. Nous croyons notamment que l'établissement de partenariats entre autocaristes, hôteliers et restaurateurs s'avérerait opportun. À titre d'exemple, la mise en marché d'un circuit champêtre et gastronomique où des groupes effectueraient des haltes à des tables champêtres, des boutiques de produits du terroir, chez des cultivateurs, dans des hôtels ancestraux. Il s'agit de créneaux de spécialisation auxquels certains autocaristes pourraient, non seulement offrir leur service, mais aussi contribuer à la mise en marché. D'autres entreprises touristiques œuvrant au sein d'industries en émergence (ex. : croisières-excursions) mériteraient également d'être considérées. Très souvent, les occasions d'affaires de tels secteurs restent à explorer et une participation hâtive dans le processus de commercialisation ne saurait que donner de meilleurs résultats.

### Complémenter les cycles d'affaires

Le problème de la saisonnalité d'exploitation du transport nolisé au Québec ne se règlera pas à court terme. Heureusement, ce ne sont pas toutes les activités de transport nolisé sur le continent qui se déroulent durant la période automnale. Certains autocaristes ont déjà pris conscience des occasions d'affaires possibles avec la collaboration de transporteurs américains qui présentent des cycles d'exploitation complémentaires aux leurs. Contrairement aux autocaristes québécois, les mois les plus achalandés des États du Sud se situent en hiver. Évidemment la mise sur pied de telles alliances ne représente pas une mince tâche. Il existe de nombreuses barrières touchant notamment la main-d'œuvre, les assurances, les douanes, les contrats, etc. Il n'en demeure pas moins que cette avenue est techniquement possible et qu'une éventuelle libéralisation économique aura certainement pour effet de remettre à l'avant-plan ce scénario. Des partenariats stratégiques avec des entrepreneurs de transport américains constitueraient un atout de taille au sein d'un environnement totalement déréglementé. Reste à voir comment réagiront les compagnies d'assurances qui ne verront peut-être pas les choses du même œil que les transporteurs.

Par ailleurs, l'ajout de services complémentaires tels que l'organisation de voyages pourrait représenter une intéressante source de diversification de revenus pour les transporteurs possédant une bonne connaissance du milieu touristique. Cette forme d'intégration verticale communément répandue chez les autocaristes français et américains est très peu pratiquée au Québec. Le défi pour le transporteur consiste à éviter de court-circuiter son propre réseau de clients puisqu'une telle initiative risquerait d'être très mal reçue par le réseau de distribution. Il devra travailler à se tisser un important réseau de contacts afin d'obtenir certaines garanties d'affaires au préalable. Des partenariats stratégiques avec quelques joueurs clés présents sur les marchés étrangers s'avéreraient, à cet égard, sans doute profitables.

### **Vers une gestion optimale des clientèles des croisières**

Nous affirmions précédemment que par souci d'assurer une fluidité des opérations davantage représentatives des lois du marché en place, ou pour respecter l'esprit même du règlement apportant les distinctions relatives aux deux catégories de permis, nous sommes d'avis que les détenteurs d'un permis de transport nolisé devraient être autorisés à desservir la clientèle des croisières, au même titre que les détenteurs d'un permis touristique. La modification du *Règlement sur le transport par autobus* s'avère une première mesure transitoire à cet effet. Il s'agit probablement de la méthode la plus directe pour optimiser la desserte des clientèles des croisières.

Au-delà de cette mesure, il existe d'autres pistes de solutions pour améliorer l'efficacité des services de transport nolisé auprès des croisiéristes. Rappelons que le défi repose ici sur le fait

que plusieurs passagers requièrent les services d'autocars nolisés simultanément et pour un court laps de temps. Très souvent le besoin en transport ne comprend qu'un court déplacement et le taux d'utilisation du véhicule pour la journée s'avère très partiel. Nous croyons que des solutions existent afin de permettre une meilleure utilisation des véhicules et d'en restreindre le nombre requis.

Une première avenue qui constituerait un compromis acceptable afin de répondre aux besoins des organisateurs de croisières concerne la programmation des tours de ville. Lorsqu'un navire fait escale au port, une programmation finement planifiée devrait être orchestrée de manière à diviser les excursions des passagers en deux ou trois vagues successives de tours de ville. Pendant que les premiers groupes effectuent un circuit en autocar, les autres entreprennent une visite piétonnière — restaurants, boutiques et autres attraits faciles d'accès — avec ou sans guide. Comme les itinéraires en autocars durent environ deux heures, il est facile d'entrevoir d'autres types d'activités en attendant le retour des véhicules. Aussi, par exemple, un groupe pourrait se faire déposer aux chutes Montmorency pour une durée sur le site de deux heures, période durant laquelle les autocars retournent prendre d'autres croisiéristes pour un tour de ville.

Bien qu'il ne s'agisse que d'un exemple, il existe certes plusieurs combinaisons permettant de maximiser davantage l'usage du nombre d'autobus pour les besoins des croisiéristes. Une meilleure efficacité de l'utilisation des véhicules par une programmation ajustée concilierait plus aisément les structures tarifaires des deux parties. Sans ce type de compromis, il demeurera difficile pour les planificateurs de croisières, dans le contexte actuel, d'y trouver leur compte.

En complément à l'alternative d'une programmation ajustée, mentionnons la possibilité de développer des services de transport d'appoint qui permettraient de faire transiter efficacement sur de courtes distances les groupes de passagers qui voudraient franchir de courtes distances pour se rendre au site de la visite à pied sans avoir l'obligation de recourir aux services d'un autocar (ex. : escalier mécanique, service de navettes, télécabines ou téléphériques, etc.).

### **Apport du réseau Internet et des nouvelles technologies**

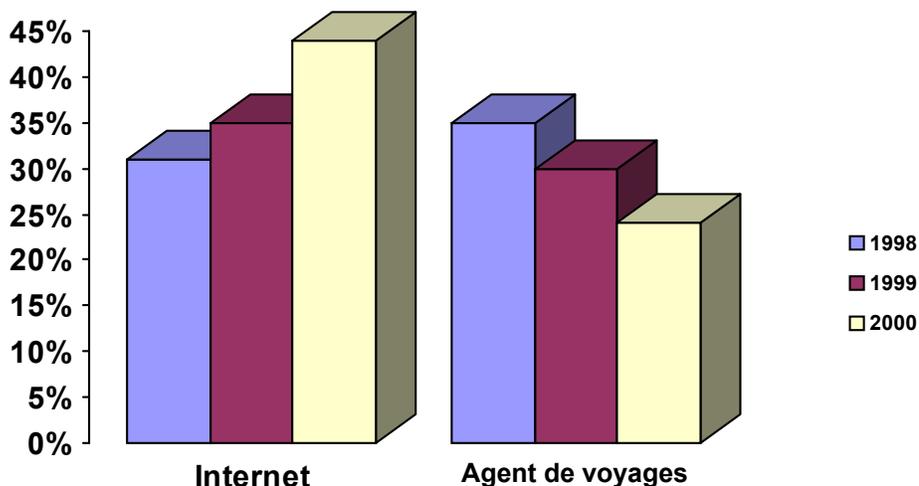
Le développement constant de nouvelles technologies et la contribution de plus en plus marquée d'Internet doivent faire partie de la planification stratégique des transporteurs. D'une part on observe le développement rapide des technologies de l'information et des télécommunications et la montée en flèche du commerce électronique, particulièrement au sein de l'industrie touristique. D'autre part, des nouvelles technologies spécifiquement développées pour le transport routier intéresseront les gestionnaires désirant optimiser leur efficacité et se bâtir un avantage concurrentiel.

#### Poussée irrésistible du voyage en ligne

Après un engouement presque sans limite voué aux entreprises *.com*, la récente perte de confiance des milieux financiers face au secteur technologique ajoute aux craintes de plusieurs organisations à prendre part au virage Internet. En dépit de certaines prises de conscience, les achats en ligne n'en continuent pas moins de croître et les consommateurs se sentent de plus en plus à l'aise avec ce média. En outre, le domaine du voyage figure parmi les rares secteurs à s'être rapidement relevé des dernières corrections boursières. Les résultats financiers des principaux acteurs du secteur du voyage en ligne continuent de surprendre le marché. Des acteurs tels que Travelocity, Expedia, Hotel Reservations Networks, Priceline.com et Cheap Tickets agissent présentement à titre de leader de la distribution en ligne du voyage.

Le changement des comportements d'achat des consommateurs sont à la base du phénomène Internet du voyage. Les acteurs en tourisme doivent s'ajuster au fait que les voyageurs adoptent graduellement cette nouvelle façon de planifier leurs séjours. Comme l'illustre le graphique 5, Internet constitue aujourd'hui une source privilégiée de renseignements. Cette exploration en ligne fait même dorénavant partie de l'expérience touristique.

**Graphique 5**  
**Croissance d'Internet comme source d'information**  
**pour la planification de voyages**



Source : PhoCusWright (2001)

Afin de tirer profit au maximum des opportunités qu'offrent l'ère numérique, le site des autocaristes devrait mettre l'emphase sur les caractères distinctifs et les avantages concurrentiels de l'entreprise de façon à susciter l'intérêt de nouvelles clientèles potentielles. Ce médium peut s'avérer un outil performant lorsqu'il est utilisé à sa pleine capacité, particulièrement pour rejoindre des clientèles éloignées. Des liens complémentaires pourraient être ajoutés sur le site de manière à rendre accessibles d'autres formes de renseignements utiles tels que des détails sur la réglementation, les points de service désignés du transporteur, les dates de disponibilité restantes, des photos intérieures et extérieures de chaque catégorie de véhicules, etc. Les dirigeants doivent développer des stratégies de commercialisation facilitant l'accessibilité à l'information de la gamme de produits et de services offerts et compter sur une présence efficace dans Internet.

#### Technologie et gestion de la qualité

Les nouvelles technologies spécifiquement développées pour le transport routier se divisent en quatre catégories : opérationnelles, service à la clientèle, sécurité et conception<sup>109</sup>. Bien que chacune n'intéressera pas tous les transporteurs, nous jugeons pertinent de présenter les derniers avancements du secteur en la matière.

<sup>109</sup> Camo-route inc., Diagnostic sur l'industrie du transport routier de personnes au Québec, novembre 1998.

### *Technologies opérationnelles*

#### Système de positionnement global :

Technologie permettant de connaître la position exacte de chaque véhicule du transporteur. Il s'agit d'un procédé ayant fait ses preuves et qui est présentement surtout utilisé par de nombreuses entreprises de transport interurbain par camion.

#### Contrôle à distance de la maintenance :

Il s'agit de la transmission simultanée de plusieurs messages sur la même voie ou sur le même circuit. Cette technologie permettra des transmissions simultanées depuis des capteurs multiples, ou des communications entre capteurs, et contribuera à améliorer les diagnostics au sujet des autobus. La combinaison de tels capteurs avec des systèmes de communication utilisables sur de longs parcours permettra de détecter, à distance, certains problèmes mécaniques et jouera ainsi le rôle de méthode de maintenance.

#### Système d'amélioration sur l'itinéraire :

Les systèmes de communication numérique peuvent fournir de l'information en temps réel sur les conditions météorologiques et les accidents de la circulation. Ces renseignements pourront influencer, pendant un trajet donné, le choix d'un itinéraire ou d'un détour.

### *Technologies pour le service à la clientèle*

#### Systèmes de billetterie :

Systèmes de billetterie automatisée du transporteur qui permettent notamment la développement de tarifs personnalisés.

### *Technologies pour la sécurité*

#### Résistance aux collisions :

Cette technologie vise principalement les normes de résistance en cas d'accident comportant un capotage.

#### Freinage électronique :

Cette technologie permettra de commander et d'activer électroniquement les freins.

#### Contrôle de vigilance du conducteur :

Cette technologie comprend des capteurs fixés au volant pour détecter tout mouvement irrégulier ainsi que des systèmes de télévision en circuit fermé (TVCF) pour un contrôle à distance.

Régulation de l'espace entre véhicules :

Ce type de technologie comprend notamment un régulateur de vitesse basé sur la distance avant et arrière entre les véhicules ainsi qu'un dispositif anticollision automatisé.

### *Technologies de conception*

Moteurs et transmissions :

D'une part la technologie de conception des moteurs ira davantage vers la fabrication de moteurs diesels à émissions réduites de particules afin d'éliminer éventuellement le diesel au profit de carburants de substitution comme le gaz naturel et le propane. D'autre part, on assiste au remplacement des transmissions manuelles par des transmissions automatiques.

## **9. Recommandations**

Au terme de la présente étude, se dégagent un ensemble de recommandations touchant la réglementation, les pratiques commerciales, l'information et la promotion, le financement et le développement du secteur. Elles s'appuient sur l'analyse des différents enjeux traités tout au long de la présente étude et reposent, entre autres, sur trois grandes lignes directrices : la qualité du service à la clientèle, un environnement concurrentiel équitable et un encadrement sécuritaire sans compromis.

### **La réglementation**

#### **Recommandation 1**

Étudier la possibilité d'un décloisonnement graduel de la réglementation économique actuelle en fonction d'une convergence vers un permis à vocation « touristique » unique.

#### **Recommandation 2**

En mesure transitoire à la recommandation 1, permettre à tous les détenteurs de permis de transport touristique et nolisé de desservir les groupes issus des trois aéroports internationaux et des ports de Montréal et de Québec, et ce, à tout moment de l'année.

#### **Recommandation 3**

Nonobstant l'aspect sécuritaire auquel adhère l'ensemble des acteurs concernés, réviser certaines pratiques des organismes responsables de l'application de la réglementation économique pour alléger, voire corriger, certains irritants inutiles en vue de favoriser une cohésion plus harmonieuse entre les secteurs du transport et du tourisme.

### **Les pratiques commerciales**

#### **Recommandation 4**

Instituer un code de pratique commerciale entre les transporteurs et le réseau de distribution afin de rendre, entre autres, obligatoire le versement d'un dépôt lors de la réservation.

#### **Recommandation 5**

Mettre en œuvre des mécanismes régulateurs qui auront pour effet de maintenir les prix de location d'autocars nolisés au-dessus d'un certain seuil de rentabilité par le biais d'une politique tarifaire minimale basée sur le kilométrage prévu au contrat ou, dans certains cas, sur la base d'un tarif horaire.

### **L'information et la promotion**

#### **Recommandation 6**

Lors du déploiement des stratégies promotionnelles de circuits par autocar au Québec, présenter des images et des messages suggérant que ce mode de transport ne s'adresse pas uniquement aux personnes plus âgées ou à mobilité restreinte. Bien que le marché des baby-boomers

demeurera dominant, le message véhiculé doit correspondre davantage à leurs intérêts, tels le goût de l'aventure, l'immersion culturelle et la détente.

### **Recommandation 7**

Effectuer des efforts de mise en marché afin de rejoindre de nouvelles clientèles et des segments de groupes non traditionnels au marché du « Tour & Travel » tels que des groupes disposant d'un intérêt commun (ex. : gastronomie, culture, sports, etc.), ou en mettant en valeur les courts circuits axés sur la santé et le bien-être, les thèmes éducatifs et l'aventure douce.

### **Recommandation 8**

Entamer un processus d'information auprès des grossistes étrangers afin de les inciter à diminuer la longueur et la densité des forfaits proposés à leurs clientèles au Québec.

### **Recommandation 9**

Organiser une rencontre annuelle sur le transport nolisé et touristique pour favoriser les échanges entre les transporteurs et les grossistes sur les divers enjeux et susciter l'identification de nouvelles pistes de solutions.

## **L'aide financière**

### **Recommandation 10**

Prévoir des scénarios d'aide financière et de mesures incitatives pour les transporteurs afin de supporter le transport nolisé en région dans l'éventualité d'une déréglementation économique.

### **Recommandation 11**

Mettre en place des mesures compensatoires qui inciteront les transporteurs à investir dans le développement de services de formation pour doter le secteur d'une main-d'œuvre polyvalente et compétente tout en favorisant le renouvellement des effectifs dans ce domaine.

## **Le développement du secteur**

### **Recommandation 12**

Encourager le transporteur à développer des centres d'affaires complémentaires non traditionnels (ex. : l'organisation de voyages) afin de diminuer l'importance relative de l'automne par rapport aux autres saisons dans le cadre de ses activités.

### **Recommandation 13**

Développer des créneaux de spécialisation s'appuyant sur un éventail de services et sur la qualité de l'accueil afin de présenter une offre distinctive des autres transporteurs.

### **Recommandation 14**

Grâce à des efforts de concertation entre transporteurs, planificateurs de croisières, autorités portuaires et municipales, mettre en œuvre des stratégies de logistique afin d'optimiser l'utilisation des autocars desservant les croisiéristes.

**Recommandation 15**

Encourager des partenariats avec des entreprises de secteurs complémentaires tels que l'hébergement ou le tourisme d'aventure afin d'identifier de nouvelles occasions d'affaires.

**Recommandation 16**

Instaurer un mécanisme de recensement simple de collecte d'informations qui permettra aux dirigeants de cette industrie de s'appuyer sur des données et des indicateurs de performance pour assurer un meilleur suivi de leurs opérations et bénéficier d'outils de gestion plus performants.

## **10. Établissement d'indicateurs de performance pour l'industrie**

Ce chapitre présente les outils nécessaires pour assurer un suivi de la situation financière de l'industrie québécoise du transport par autocar nolisé. Nous suggérons une démarche d'analyse qui permet d'établir un diagnostic complet de la situation financière du secteur. En même temps, nous identifions les indicateurs de performance les plus importants à analyser sur une base continue dans le transport nolisé. Finalement, nous proposons un questionnaire à l'attention des transporteurs qui permettra de colliger des données et d'observer l'évolution réelle des indicateurs de performance propres à cette industrie.

### **10.1 Démarche d'analyse financière**

L'analyse financière est sans doute un des sujets les plus connus de la finance même si elle demeure relativement mal comprise. Elle suit l'évolution d'une entreprise dans le temps pour porter un jugement sur la situation actuelle et orienter les décisions qui s'imposent afin d'assurer la santé financière de l'entreprise. Il s'agit d'un processus que tout gestionnaire sérieux doit mettre en place pour demeurer concurrentiel dans son secteur d'activité. Il est bon de souligner que l'analyste financier a besoin d'une importante dose de jugement et d'expérience particulièrement dans le secteur concerné. Le véritable travail de l'analyste se situe d'abord à l'égard du type et du design de l'analyse et ensuite à l'endroit de l'interprétation.

Les principaux modes d'analyse sont : l'analyse verticale (dépenses exprimées en % des revenus par exemple), l'analyse horizontale (évolution dans le temps de divers postes des états financiers présentée sous la forme de ratios ou de % de variation) et l'analyse à l'aide de ratios (relations entre les postes des états financiers). Il est important de rappeler que ces différentes méthodes d'analyse sont complémentaires entre elles. Cependant, l'analyse financière au moyen de ratios constitue la méthode de base la plus connue et sans doute la plus utilisée. Elle nous permet notamment d'établir des indices de performance propres au secteur comme celui du transport nolisé.

### **10.2 Analyse financière par ratios**

Bien qu'il soit possible de calculer des centaines de ratios en combinant les divers postes des états financiers deux à deux, un tel exercice désordonné ne servirait à rien et pourrait même induire en erreur. Nous proposons un modèle systématique qui va du général au particulier. Il s'agit du modèle Dupont qui a l'avantage d'isoler les grands domaines de la gestion d'une entreprise, soit la gestion de l'exploitation, la gestion des actifs et la gestion du financement. Cette façon de découper l'analyse correspond en fait à une étude structurée de l'état des résultats et du bilan. Ces ratios sont par la suite analysés quant à leur évolution dans le temps (analyse horizontale) et quant à leur positionnement par rapport à d'autres entreprises du même secteur. Cette démarche facilite l'identification des causes des résultats, une étape cruciale avant l'élaboration de recommandations pertinentes.

Rappelons que la compilation sur une base régulière des données financières des entreprises offrant des services de transport par autocar nolisé permettra d'établir des indicateurs de performance sectoriels très utiles à tous les intervenants du milieu : entrepreneurs, fournisseurs, clients, associations, institutions financières, gouvernements, etc. Voyons les principaux ratios financiers qui permettront le suivi du secteur de transport nolisé.

## Le rendement global

Le test général de rentabilité se mesure à l'aide d'un seul ratio. Il s'agit du **rendement de l'avoir** (BAI / Avoir) qui met en relation le bénéfice avant impôt avec l'investissement effectué par les actionnaires. Il détermine le rendement obtenu par les propriétaires de l'entreprise. La détermination de ce ratio peut s'avérer difficile pour un transporteur qui opère aussi dans le domaine du transport scolaire ou interurbain puisque la valeur de l'avoir intègre toutes les activités. Il sera possible de faire une estimation de l'avoir à partir de la portion autofinancée des actifs immobilisés (matériel roulant) affectés au transport nolisé. Par exemple, si la valeur non amortie des autocars est d'un million de dollars, financée par une dette à long terme de 700 000 dollars, on pourrait estimer le montant de l'avoir à 300 000 \$. Quoiqu'il s'avère intéressant, ce ratio demeure souvent réservé aux gestionnaires et se voit sujet à plusieurs particularités, ce qui le rend peu utile comme indicateur de performance pour un secteur d'activité.

Il serait pertinent de procéder à une analyse financière en tenant compte des différences entre les transporteurs. Une répartition des entreprises en termes de volume d'activité (chiffre d'affaires) permettrait une comparaison plus juste de la performance de chaque catégorie de transporteurs. Cela permet de montrer les réalités fort différentes des transporteurs et établit des indicateurs de performance plus pertinents pour les utilisateurs de cet outil de gestion.

## La gestion de l'exploitation

Cet aspect de l'analyse financière s'attarde à la capacité des transporteurs de réaliser des bénéfices et des flux monétaires de leur exploitation. Il étudie spécifiquement l'état des résultats de l'entreprise. Nous présentons ci-après les ratios d'exploitation qui nous sont apparus les plus importants au cours de notre étude et les suggérons comme indicateurs de performance du secteur. Sept ratios financiers permettent d'évaluer la gestion de l'exploitation pour un transporteur d'autocar nolisé.

Le bénéfice avant les intérêts et les impôts (BAII) :

Le **BAII** mesure la rentabilité de l'exploitation des transporteurs, nonobstant les décisions de financement. Il tient compte de la dépense d'amortissement mais ignore les frais financiers et l'impôt. Il met en évidence la capacité de la station à contrôler les charges d'exploitation et plus particulièrement :

- les **salaires des chauffeurs**,
- les frais de **carburant** et,
- les dépenses **d'entretien et de réparation des autobus**.

Ces dépenses, présentées en pourcentage des revenus doivent faire l'objet d'une analyse horizontale annuelle.

Flux monétaires :

Ce ratio des **flux monétaires d'exploitation** mesure la capacité du transporteur à renouveler ses immobilisations (matériel roulant) et à faire face à ses engagements financiers. Pour obtenir

le montant de flux monétaires réalisé au cours de l'exercice, nous déduisons du BAII les frais financiers et les impôts et ajoutons la charge d'amortissement. Il est aussi utile de faire ressortir les dépenses suivantes pour en connaître l'évolution et la portée par rapport aux revenus :

- les frais d'**intérêts** et
- la dépense d'**amortissement**.

Il est important de rappeler que les autres postes de dépenses d'exploitation, quoique plus petits, doivent faire aussi l'objet d'une attention constante pour en saisir l'évolution au cours des années.

### **La gestion des actifs**

Sous cette rubrique, nous évaluons la capacité des gestionnaires d'utiliser de façon efficiente les actifs de leurs entreprises de transport nolisé. Les quatre ratios que nous suggérons pour évaluer la gestion des actifs sont les suivants :

#### **Immobilisations brutes – matériel roulant pour le service nolisé (en dollars) :**

Une mesure de l'investissement dans l'industrie du transport concerne le montant des immobilisations brutes liées aux autobus servant au transport nolisé. L'importance de ce poste budgétaire (en dollars) se répercute directement sur la performance financière du transporteur. Une des difficultés du secteur réside dans l'évaluation des investissements pour des autobus servant aussi au transport scolaire ou interurbain. Une solution à ce problème consiste à déterminer l'investissement en transport nolisé sur la base d'équivalent à temps plein, ce qui correspond à environ 180 jours par année. Par exemple, un transporteur qui aurait réalisé 540 jours de transport nolisé au cours de l'année avec dix autobus scolaires attribuerait un coût équivalent à trois autobus scolaires.

#### **Revenus totaux sur les immobilisations brutes (matériel roulant pour le service nolisé) :**

Ce ratio reflète l'efficacité dans l'utilisation des actifs immobilisés. Il définit la capacité de générer des revenus (en cents) pour chaque dollar d'investissement dans les immobilisations. Une variante de ce ratio, plus utilisée dans le secteur, s'avère le revenu annuel généré par autobus. Il s'agit de convertir le montant des investissements en nombre d'autobus entièrement dédiés au transport nolisé.

#### **Le bénéfice avant intérêts et impôts (BAII) sur les immobilisations (matériel roulant pour le service nolisé) :**

Ce ratio constitue une information clé pour apprécier la rentabilité des actifs. Il compare un indice de rentabilité de l'exploitation (BAII) au montant des investissements (immobilisations brutes) qui ont été nécessaires pour réaliser ce bénéfice. Il mesure la rentabilité du plus important actif d'une entreprise de transport. Ce ratio s'exprime en termes de « cents » de bénéfice par « dollar » d'immobilisation brute :

### **Flux monétaires d'exploitation sur les immobilisations (matériel roulant pour le service nolisé) :**

Ce ratio mesure le rendement en termes de liquidité plutôt qu'en termes de bénéfice. Cet indicateur est important car il permet notamment d'évaluer la capacité d'un transporteur à renouveler ses immobilisations dans le futur.

### **La gestion de la dette**

Sous cette rubrique, nous analysons la structure de financement des transporteurs. Il s'agit en fait de mesurer l'ampleur de l'utilisation de l'endettement pour financer l'acquisition des immobilisations en matériel roulant pour le service de nolissement. C'est une mesure du niveau de risque financier. Les trois ratios qui permettent d'évaluer la gestion de la dette sont les suivants :

#### **Ratio d'endettement :**

Idéalement, ce ratio indique l'équilibre entre les deux principales sources de financement d'une station : les emprunts et l'équité. Il s'exprime en termes de « dollars de dette » pour chaque « dollar d'avoir ». Pour le secteur du transport nolisé, il est peut-être plus facile d'estimer le niveau d'endettement des transporteurs en calculant le pourcentage de financement des autobus de service nolisé. Il s'agit de calculer le ratio du montant de la dette à long terme (lié aux autobus) avec la valeur d'acquisition du matériel roulant, c'est-à-dire sa valeur comptable non amortie.

#### **Couverture des intérêts et capacité de remboursement :**

Les ratios de couverture des intérêts et de capacité de remboursement évaluent la capacité des transporteurs à faire face à leurs engagements financiers minimaux. Le premier ratio compare le niveau de **BAII à la charge d'intérêts** alors que le second fait le lien entre les **flux monétaires d'exploitation par rapport au remboursement de la portion à court terme de la dette à long terme**. La portion à court terme de la dette à long terme peut-être estimée en divisant la dette totale à long terme par le nombre d'années d'amortissement de cette dette qui se situe entre 7 et 10 ans en moyenne.

Globalement, nous avons suggéré des ratios financiers qui permettent, selon nous, d'évaluer judicieusement la santé financière des transporteurs en service nolisé. D'autres ratios intéressants pourraient être avancés mais pour des fins de simplification, notamment en ce qui concerne la collecte d'information auprès des transporteurs, nous avons cru bon de ne retenir que ceux présentés sous cette rubrique. L'établissement d'indicateurs de performance dans ce secteur dépend de la mobilisation des transporteurs à fournir leurs données financières. Un travail de sensibilisation est nécessaire pour changer leur réaction plutôt méfiante face à ce type de démarche. Un premier pas dans ce sens consiste sûrement à l'élaboration d'un questionnaire simplifié tel que présenté à la rubrique suivante.

### 10.3 Questionnaire simplifié

## ÉTUDE SUR LE TRANSPORT PAR AUTOCAR NOLISÉ AU QUÉBEC

### Questionnaire pour les transporteurs

#### Questionnaire/Transporteurs

#### IDENTIFICATION DU RÉPONDANT

Entreprise : \_\_\_\_\_

Nom de la personne responsable du questionnaire : \_\_\_\_\_

Principales régions desservies : \_\_\_\_\_

#### MISE EN SITUATION

Afin de tracer un portrait évolutif de l'industrie, nous sollicitons la participation des entreprises offrant des services de transport par autocar nolisé. Cette démarche permettra de rassembler une série de données sur les entreprises du secteur en vue d'établir des indicateurs de performance, d'assurer un meilleur suivi de l'industrie et de mieux saisir les enjeux et opportunités qui s'y rattachent.

***Il est important que les groupes représentant plusieurs entreprises aux raisons sociales différentes répondent au nom d'une seule organisation incluant toutes les entreprises (donc tous les autobus) appartenant au groupe. En cas d'impossibilité, veuillez nous contacter le plus tôt possible.***

1. Répartition de vos véhicules **en service** pour le nolisement par catégorie à la fin du dernier exercice financier

	Autocars	Semi-coach	Urbain	Scolaire	Minibus	Transport adapté
Nombre d'autobus utilisés pour du nolisement						
Âge moyen (années)						
% du temps d'utilisation pour le service nolisé						

2. Quelles sont vos statistiques annuelles d'opération pour le dernier exercice financier?

Service fourni	Kilométrage	Jours d'autobus
Nolisé – autocar		
Nolisé – scolaire et minibus		

***Dans le souci de s'assurer des réponses uniformes, veuillez, à cette question, considérer la sous-traitance seulement lorsque vous agissez en tant que transporteur sous-traité, c'est-à-dire comme transporteur propriétaire des autobus qui effectuent le voyage.***

3. Avez-vous acheté des nouveaux véhicules pour le service nolisé au cours de cet exercice financier?

Oui \_\_\_\_\_ Non \_\_\_\_\_

Si oui, compléter...

	Autocars	Semi-coach	Urbain	Scolaire	Minibus	Transport adapté
Nombre de véhicules affectés au service nolisé						
Coût d'acquisition des véhicules						

4. Quelle est la part de vos activités de nolisement qui est faite avec des autobus scolaires?

En revenus \_\_\_\_\_ % Ne s'applique pas \_\_\_\_\_

5. Quelle est la part de vos activités de nolisement qui est faite avec des minibus?

En revenus \_\_\_\_\_ % Ne s'applique pas \_\_\_\_\_

6. Comptez-vous hausser vos prix de la prochaine saison? Si oui, de quel pourcentage environ?

Oui \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ % Non \_\_\_\_\_

7. Est-ce que le système d'information comptable de votre entreprise permet de distinguer les principales données financières propres au service de nolisement?

Oui \_\_\_\_\_ Non \_\_\_\_\_ (Veuillez procéder, si possible, à une **estimation raisonnable** des différentes données financières du service de nolisement)

État des résultats Date de fin d'exercice : \_\_\_\_\_ (Note 1)

Nombre d'autocars affectés au transport nolisé à plein temps \_\_\_\_\_

Nombre de minibus ou d'autobus scolaires affectés au transport nolisé à plein temps \_\_\_\_\_

(Si utilisation mixte, prenez le nombre total de jours d'opération en service nolisé divisé par 180 jours)

\_\_\_\_\_  
Note 1 Date du dernier exercice financier

<b>Revenus de service de nolisement</b>	<b>En milliers de dollars</b>
<b>Revenus totaux</b>	\$
<b>Dépenses de service nolisé</b>	<b>En milliers de dollars</b>
Salaires des chauffeurs <sup>(Note 2)</sup>	\$
Salaires des autres employés (répartiteur, représentant, mécanicien, commis à l'administration, etc.)	\$
Avantages sociaux de tous les employés	\$
Réparation et entretien des autobus (pièces, pneus, mécanique, etc.)	\$
Carburants (taxes comprises excluant TPS et TVQ)	\$
Frais de voyages — chauffeurs	\$
Assurances	\$
Publicité (promotion, brochures, etc.)	\$
Frais de permis	\$
Frais d'immatriculation	\$
Location d'autobus <sup>(Note 3)</sup>	\$
Frais d'administration	\$
Amortissement – matériel roulant	\$
Frais d'intérêt – financement d'autobus – service nolisé	\$
Gain sur disposition d'actif	\$
Autres dépenses : _____	\$
_____	\$
<b>Total des dépenses de service de nolisement</b>	\$
<b>Bénéfices avant impôt</b>	\$

<sup>Note 2</sup> Incluant les salaires des propriétaires actifs dans l'entreprise

<sup>Note 3</sup> Dépenses de location d'autobus avec chauffeur (appelé aussi sous-traitance) qui ont généré des revenus de service nolisé (notes 2 et 3)

8. Quel pourcentage de votre chiffre d'affaires dans le nolissement se réalise entre :
- le 1<sup>er</sup> avril et le 30 octobre? \_\_\_\_\_ %
- le 1<sup>er</sup> septembre et le 30 octobre? \_\_\_\_\_ %
9. Quelle est la valeur totale, par rapport au coût d'acquisition, de votre matériel roulant (autocars, autobus scolaires et minibus équivalent à plein temps<sup>110</sup>) affecté au transport nolisé en date de fin d'exercice financier?
- Autocars \_\_\_\_\_ \$    Autobus scolaires et minibus \_\_\_\_\_ \$
10. Quelle est le montant total de la dette à long terme lié au matériel roulant servant au transport nolisé en date de fin d'exercice financier?
11. Quelle est la durée moyenne de remboursement de vos prêts à terme? \_\_\_\_\_ mois
12. Quelle est le montant de l'avoir des actionnaires (ou des propriétaires) en date de fin d'exercice financier?

*Nous vous prions de bien vouloir nous faire parvenir le questionnaire complété par télécopieur ou par la poste aux coordonnées suivantes :*

---

<sup>110</sup> Par exemple, un transporteur qui aurait réalisé 540 jours de transport nolisé au cours de l'année avec 10 autobus scolaires attribuerait un coût équivalent à trois autobus scolaires (540 jours/180 jours-année) soit environ 225 000 dollars.

## 10.4 Indicateurs de performance quotidiens

Afin d'être en mesure de compiler de l'information stratégique et récurrente permettant d'établir des indices de croissance pour l'ensemble des activités de transport nolisé, il s'avère important de mettre sur pied un système de collecte de données très simple, et ce, sur une base quotidienne. Le questionnaire doit prendre la forme d'une page unique à remettre au répartiteur ou au responsable des réservations. La personne désignée se chargera de quantifier et de qualifier un certain nombre d'indicateurs essentiels pour une meilleure compréhension évolutive du secteur. Étant donné que la plupart des transporteurs ne compilent pas systématiquement ce genre d'informations, l'APAQ serait appelée à coordonner la mise en place et le suivi de ce mécanisme de cueillette de données. Le questionnaire pourrait prendre la forme suivante :

### Statistiques quotidiennes sur le transport par autocar nolisé

Date de réservation \_\_\_\_\_

Type d'autobus réservé \_\_\_\_\_

Nombre de jours \_\_\_\_\_

#### Le client

Organisateur bénévole ou agence de voyages du Québec	1
Agence réceptive du Québec	2
Agence réceptive de l'extérieur du Québec	3
Voyagiste de l'extérieur du Québec	4

#### Le passager (marché d'origine)

Québec	1	
Autre province du Canada	2	
États-Unis	3	
Europe	4	
Asie	5	
Amérique du Sud	6	
Autres	7	Lequel? _____

#### Groupe d'âge

Étudiants	1
Adultes	2
60 ans et plus	3

Point de départ \_\_\_\_\_  
*Si à partir d'un aéroport, indiquez lequel*

Destination \_\_\_\_\_

## **Annexe 1**

### **Les responsabilités du propriétaire et de l'exploitant**

#### Les responsabilités du propriétaire

- ◆ Entretenir ses véhicules et les maintenir en tout temps en bon état mécanique.  
Ce volet inclut :
  - le respect des exigences relatives à la vérification mécanique périodique et à l'entretien préventif de base, **ou** le respect des exigences du programme d'entretien préventif (PEP), selon que le propriétaire a adhéré ou non à ce programme;
  - l'imputabilité des défauts mécaniques constatés lors des contrôles sur route ou lors de contrôles de qualité en entreprise;
  - la réparation des défauts mécaniques constatés lors d'une vérification avant le départ effectuée sur son ou ses véhicules.
- ◆ Respecter les dispositions du Code de la sécurité routière régissant les équipements ou composants obligatoires d'un véhicule.

#### Les responsabilités de l'exploitant

Les responsabilités de l'exploitant sont rattachées à « l'utilisation » et à « l'exploitation » de véhicules lourds. Elles varient selon le type d'exploitation effectuée et couvrent les éléments suivants :

- ◆ l'aptitude et le comportement des conducteurs dont il utilise les services. Le ou les conducteurs, selon le cas, doivent posséder les qualifications nécessaires à la conduite d'un véhicule lourd, respecter les règles de la circulation et les exigences du Code de la sécurité routière;
- ◆ le respect des dispositions relatives à la vérification avant départ;
- ◆ le respect de la réglementation sur les heures de conduite et de travail;
- ◆ le respect des normes relatives au transport de matières dangereuses.

## **Annexe 2**

### **Zones pour le service de transport par autocar nolisé**

<b>Zone 1</b>	Montréal, Côte-Saint-Luc, Beaconsfield, Dorval, Lachine, LaSalle, Montréal-Nord, Saint-Léonard, Verdun, Westmount, Anjou, Bain-d'Urfé, Dollard-des-Ormeaux, Hampstead, Saint-Raphaël-de-l'Ile-Bizard, Kirkland, Montréal-Est, Montréal-Ouest, Mont-Royal, Outremont, Pierrefonds, Pointe-Claire, Roxboro, Sainte-Anne-de-Bellevue, Sainte-Geneviève, Saint-Laurent, Saint-Pierre et Senneville
<b>Zone 2</b>	Trois-Rivières, Trois-Rivières-Ouest et Cap-de-la-Madeleine
<b>Zone 3</b>	Lévis, Saint-Romuald et Charny
<b>Zone 4</b>	Rouyn-Noranda
<b>Zone 5</b>	Shawinigan, Shawinigan-Sud et Baie-de-Shawinigan
<b>Zone 6</b>	Drummondville
<b>Zone 7</b>	Sherbrooke, Lennoxville, Ascot, Fleurimont et Rock Forest
<b>Zone 8</b>	Québec, Sainte-Foy, Sillery, Cap-Rouge, Saint-Augustin-de-Desmaures, Ancienne-Lorette, Loretteville, Val-Bélair, Saint-Émile, Lac-Saint-Charles, Vanier, Charlesbourg et Beauport
<b>Zone 9</b>	Chicoutimi, Jonquière et La Baie

**Annexe 3**

**Population américaine âgée de 55 ans et plus  
selon leur région géographique**

	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>Écart (%)</b>
NOUVELLE-ANGLETERRE			
<b>Total</b>	<b>3 007 000</b>	<b>3 270 000</b>	<b>8,7</b>
55-64	1 167 000	1 447 000	24,0
65-74	907 000	852 000	-6,1
75-84	678 000	682 000	0,6
85 et plus	255 000	289 000	13,3
CENTRE-ATLANTIQUE			
<b>Total</b>	<b>8 829 000</b>	<b>9 380 000</b>	<b>6,2</b>
55-64	3 481 000	4 099 000	17,8
65-74	2 760 000	2 602 000	-5,7
75-84	1 931 000	1 953 000	1,1
85 et plus	657 000	726 000	10,5
CENTRE NORD-EST			
<b>Total</b>	<b>9 551 000</b>	<b>10 398 000</b>	<b>8,9</b>
55-64	3 877 000	4 614 000	19,0
65-74	2 948 000	2 904 000	-1,5
75-84	2 021 000	2 079 000	2,9
85 et plus	705 000	801 000	13,6
CENTRE NORD-OUEST			
<b>Total</b>	<b>4 261 000</b>	<b>4 717 000</b>	<b>10,7</b>
55-64	1 662 000	2 032 000	22,3
65-74	1 304 000	1 321 000	1,3
75-84	917 000	946 000	3,2
85 et plus	378 000	418 000	10,6
ATLANTIQUE SUD			
<b>Total</b>	<b>11 467 000</b>	<b>13 180 000</b>	<b>14,9</b>
55-64	4 634 000	5 903 000	27,4
65-74	3 591 000	3 712 000	3,4
75-84	2 443 000	2 608 000	6,8
85 et plus	799 000	957 000	19,8

Source : *Americans 55 & older : A Changing Market, 2<sup>nd</sup> edition.*

## **Annexe 4**

### **Méthodologie**

Deux enquêtes ont été réalisées dans le cadre de cette étude :

- ⇒ une auprès des plus importants grossistes en voyages incluant le Québec dans leur programmation comme destination de *Tour & Travel*, et
- ⇒ l'autre effectuée auprès des transporteurs œuvrant dans le secteur du transport nolisé au Québec.

La première enquête visait à recueillir les commentaires des plus importants clients des autocaristes, les grossistes. Nous avons mené deux types d'entrevues téléphoniques, l'une auprès de grossistes émetteurs canadiens, américains, français, britanniques et japonais négociant directement avec les autocaristes, l'autre auprès d'agences réceptives<sup>111</sup> québécoises. Le taux de participation à ce sondage d'une durée approximative de 25 minutes se situe à environ 80 %, avec un total de 35 répondants.

Pour la deuxième enquête, des questionnaires détaillés ont été acheminés aux 67 transporteurs identifiés dans le cadre de notre échantillonnage. Au terme de plusieurs efforts de relances, 29 transporteurs ont rempli le questionnaire partiellement ou en totalité. En ce qui concerne la partie financière, seulement onze questionnaires ont cependant pu être conservés pour soutenir l'analyse. Dans certains cas, les entrepreneurs refusaient de fournir les informations demandées ou encore n'étaient pas en mesure d'y répondre. Ce sous-échantillon nous permet tout de même de poser un diagnostic à partir des résultats financiers de transporteurs dont les profils, selon nous, fournissent un bon éclairage sur la situation du secteur dans son ensemble, sans pour autant prétendre à une représentativité statistiquement fiable de l'industrie. Ainsi, une importante mise en garde s'impose quant à l'interprétation des résultats financiers émanant de ce sondage. Concernant les résultats issus des autres volets auxquels ont répondu les 29 transporteurs participants, ils fournissent une image plutôt fidèle de l'ensemble de l'industrie, car ces derniers représentent près de 47 % du parc des 605 autocars affectés exclusivement au transport nolisé au Québec.

---

<sup>111</sup> L'agence réceptive est celle qui accueille et prend en charge le voyageur lorsqu'il arrive à sa destination. Certains des grossistes américains interrogés sont également des « réceptifs » qui incluent une visite du Québec à l'intérieur de leurs circuits principalement américains.

**Annexe 5**
**Inventaire du parc d'autobus nolisés**

Appartenance à un groupe	TRANSPORTEUR	Autobus disponibles pour nolisement	Autocars nolisés	Autocars	Semi-coach	Scolaires	Urbains	Minibus
Autobus M. Auger	AUTOBUS M. AUGER INC.	225				205	18	2
Autobus M. Auger	BEAUCE AUTOBUS INC.	1			1			
Autobus Tremblay et Paradis	AUTOBUS B.R. INC.	20				20		
Autobus Tremblay et Paradis	AUTOBUS TREMBLAY & PARADIS INC	65				40		25
Autocar 5 Étoiles	AUTOCAR 5 ÉTOILES INC.	14	5	5	2	3		4
Autocar Connaisseur	AUTOCAR CONNAISSEUR INC.	43	43	43				
Autocars La Chaudière	AUTOCAR LA CHAUDIERE INC	13	8	8		3		2
Daniel Guignard	AUTOCAR BAS ST-LAURENT INC.	4	4	4				1
Groupe Bellemare	AUTOBUS BELL-HORIZON INC.	30	25	25		5		
Groupe Bellemare	AUTOBUS J.G. DEMERS INC.	5	5	5				
Groupe Bourgeois	AUTOBUS BOURGEOIS-TOURS LTEE	50	50	50				
Groupe Couture	AUTOBUS COUTURE ET CAHILL INC.	6	3	3	2	1		
Groupe Excellence	AUTOCAR EXCELLENCE INC.	11	11	11				
Groupe Galland	AUTOBUS GALLAND LTEE	80	16	16	2	48		4
Groupe Gaudreault	LES AUTOBUS GAUDREULT INC	430	27	27		306	26	59
Groupe Hélie	AUTOBUS HELIE INC	18	16	16	2			
Groupe Roy	AUTOBUS LUCIEN ROY LTEE	3	3	3	3	3		3
Groupe Intercar	INTERCAR	60	18	18	15	25		2
Groupe La Québécoise	AUTOBUS LA QUEBECOISE INC.	46	18	30		20		8
Groupe La Québécoise	AUTOBUS LA TOURELLOISE INC.							
Groupe Limocar	2755-4609 QUEBEC INC - Groupe Limocar	16	16	49		30	23	52
Groupe Littoral	AUTOCAR IMPÉRIAL	116	14	14	19	68	5	5
Groupe Littoral	LES AUTOBUS ODYSSÉE INC.							
Groupe Maheux	LES AUTOBUS MAHEUX LTEE	8		5		2		1
Groupe Orléans Express	AUTOCARS DUPONT S.E.C.	20	10	10				10
Groupe Orléans Express	AUTOCARS ORLEANS EXPRESS INC.	5	5	67				

Appartenance à un groupe	TRANSPORTEUR (suite)	Autobus disponibles pour nolisement	Autocars nolisés	Autocars	Semi-coach	Scolaires	Urbains	Minibus
Groupe Préférence	AUTOCAR PRÉFÉRENCE LTÉE (2423-9378 Québec)	15	15	61				
Groupe Préférence	AUTOBUS CARLETON (2000) INC. - 3051994 CANADA INC	24	23	23	1			
Groupe Québecus	Transport Québecus - 3094-8855 QUÉBEC INC.	27	27	27				
Groupe Richard Auger	LES INVESTISSEMENTS RICHARD AUGER INC.			2		500		
Groupe Robert Auger	CORPORATION D'AUTOBUS NATIONAL (ROBERT AUGER)140002 CANADA INC.	117	22	22		80	5	
Groupe FDS Express	AUTOCARS CHAMPLAIN INC	23	23	23				
Groupe Sogesco	AUTOBUS LA DILIGENCE INC.	50				500		
Groupe Tradition	AUTOCAR TRADITION INC.	0					11	
Groupe Verreault	AUTOBUS VERREAU LTÉE	9	9	9				
Groupe Viens	AUTOBUS VIENS INC.	16	8	8	3	3	2	
Transport Laurentides	AUTOBUS TERREMONT LTÉE	50				50	30	
	ALBERT BRAULT & FILS INC	2	2	2				
	ALMA AUTOBUS & TAXIS INC	11	11	11				
	AMEDEE PLANTE ET FILS INC.	3				2		1
	AUTOBUS ALLARD INC.	1				11		
	AUTOBUS B. DION	2				37		3
	AUTOBUS BEAUPRÉ - 2621-6812 QUEBEC INC.	17				17		
	AUTOBUS BIBEAU INC.	1				1		
	AUTOBUS BOUCHARD ET FILLES INC	1				12		
	AUTOBUS BOULAY INC	2				2		
	AUTOBUS BOULET & FILS INC	8				8		
	AUTOBUS BROUSSEAU INC.	3				3		
	AUTOBUS CHAMBLY (1980) INC	40				40		
	AUTOBUS CHAMPION INC.	2	2	2				
	AUTOBUS CHEVRETTE (1986) INC	23	1	1		14		8
	AUTOBUS CLAUDE HEBERT LTÉE	1				14		
	AUTOBUS DE L'ANSE-ST-JEAN LTÉE	2				1		1
	AUTOBUS DESORMEAUX INC	6	6	6			1	1
	AUTOBUS DONALD LÉVESQUE INC.	1			3	1		
	AUTOBUS DUFRESNE INC.	4	4	12				
	AUTOBUS FILLION INC.	11	3	3		8		
	AUTOBUS FLEUR DE LYS (1989) INC.	40	40	40				
	AUTOBUS GASTON & SYLVIO HÉBERT INC.	1				11		
	AUTOBUS GERMAIN ET BAILLARGEON INC.	1				1		
	AUTOBUS GERMAIN PERREAULT INC.	12		2		10		
	AUTOBUS H. BLANCHET	2				22		
	AUTOBUS J.P. BÉRUBE INC.	2			1	14		
	AUTOBUS J.P.LACHAINE INC.	1	1	1		2		1
	AUTOBUS J.R.G. INC.					8		
	AUTOBUS L.P.R. INC	12	8	8	1			3
	AUTOBUS LANDRY LTÉE	3				3		
	AUTOBUS LAROCHE INC	1						1
	AUTOBUS LAUZON INC.	1	1	1				
	AUTOBUS LAVAL LTÉE	89	9	9		151		
	AUTOBUS LE PROMENEUR INC	5	1	1				4
	AUTOBUS LIREY INC.	0				2		
	AUTOBUS MARIO RIOUX INC.	3				3		
	AUTOBUS MÉNARD INC.	2				14		
	AUTOBUS MESSIER CHIBOUGAMAU INC.	14	2	11		12		5

Appartenance à un groupe	TRANSPORTEUR (suite)	Autobus disponibles pour nolisé	Autocars nolisés	Autocars	Semi-coach	Scolaires	Urbains	Minibus
	AUTOBUS MONTMAGNY INC	1	1	1				
	AUTOBUS N & R BLANCHARD INC.	2				2		
	AUTOBUS PRINCESSE (1984) INC.					6		
	AUTOBUS R. AUDET INC	15	15	15				
	AUTOBUS REMA INC.	1			1	2		
	AUTOBUS ROBO	1				5		
	AUTOBUS ROWLEY INC.	25				8		17
	AUTOBUS ST-ADALBERT INC.	1				1		
	AUTOBUS ST-GEORGES LTEE	1	1	1		5		1
	AUTOBUS SCOLAIRE DOSTIE INC.	1				1		
	AUTOBUS SYNNOTT INC.	7				7		
	AUTOCAR CHARTRAND INC.			6		80		
	AUTOCAR DANIEL - 2946-7537 QUEBEC INC.	1	1	1				
	AUTOCAR DISTINCTION INC.	1	1	1				
	AUTOCAR DOSTIE INC.	12	9	9				3
	AUTOCAR SAGAMIE INC.	10	8	8				2
	AUTOCARS SYMPOSIUM - 9060-0677 QUÉBEC INC	4	2	2				2
	AUTOCARS THETFORD INC	6	5	5			1	
	BARVILLON INC.	1				1		
	Bolduc Gilles	5						5
	BRANDON TRANSPORT INC.	11	1	1		10		
	BRISSETTE & FRERES LIMITEE	6	3	4		2		
	BRUNO E. GRISÉ TRANSPORT INC.	5				26		
	COOPERATIVE TRANSPORT SCOLAIRE REGIONAL 03	39				39		
	De Launière Michel	0						
	ETHIER TRANSPORT ECOLIER DU COEUR DE LA GATINEAU INC.	5	1	1	1		3	
	FONDATION HEBERGEMENT HANDICAPE DE FRONTENAC	1			1			
	GAETAN JUTRAS LTEE	2			5	5		
	Garon Jean-Guy	1						1
	GERVAIS ROULEAU INC	2	2	2				
	GESTION LOUIS-MARIE GAGNON LTEE	2				2		
	H. BROCHU & FILS INC.	1				9		
	J.M. CHAMPAGNE & FILS INC.	1			1			
	JULES PARÉ & FILS	1				4		
	Kirouac Benoît	1				1		
	LA COMPAGNIE DE TRANSPORT MASKOUTAINE INCORPOREE	4	4	4				
	Lapierre Isaac	2				3		
	LEO BEAUREGARD & FILS (CANADA) LTEE	1	1	1				
	LES AUTOBUS BRUNET INC	75				75		
	LES AUTOBUS CYR INC.	5				5		
	LES AUTOBUS E. MENARD ET FILS INC.	5				5		
	LES AUTOBUS LLOYD INC	3				129		20
	LES AUTOBUS R. POULIOT INC.	1	1	1				
	LES AUTOBUS RICHELIEU LIMITEE	15				15		
	LES AUTOBUS RIGAUD INC. - non	31				31		
	LES AUTOBUS ROBERT LTEE	37	1	2		36	1	11
	LES ENTREPRISES RÉAL LECLERC SNC.	2			2			
	LES SERVICES D'AUTOBUS LEGER CARIGNAN INC.	2				2		
	LES TOURS DU VIEUX QUEBEC (1989) INC.	5				3		2
	LES TRANSPORTS CAUSAPSCAL INC.	3				3		
	LES TRANSPORTS L.A. COULOMBE INC.	2				17		3
	LES TRANSPORTS SCOLAIRES DES HAUTES LAURENTIDES INC.	3				6		
	M.A. POIRIER ILES-DE-LA-MADELEINE INC.	5						5

TRANSPORTEUR (suite)	Autobus disponibles pour nolisement	Autocars nolisés	Autocars	Semi-coach	Scolaires	Urbains	Minibus
Mercier André	1	1	1				
OSCAR BELANGER INC.	12				10		2
OVILA THIBOUTOT INC	20	3	3		17		
S & L TRANSPORT INC.	42				42		
SOCIÉTÉ DE TRANSPORT DE LA COMMUNAUTÉ URBAINE DE QUÉBEC	0					483	
SYLVIO LAFOREST LTEE	1				1		
TOURS CÔTE DE BEAUPRÉ-MONT STE-ANNE - 9004-8281 QUÉBEC INC.	6	2	2		3		1
TRANSCOBEC (1987) INC	10				100		
TRANSPORT A. HEAFEY INC.	10				10		
TRANSPORT BAIE JAMES LTÉE	2				5		5
TRANSPORT D'ÉCOLIER LA SARRE INC.	2	1	1		14		
TRANSPORT GILBERT LAVOIE LTEE	1				2		
TRANSPORT J.M.V. BIC INC.	1				1		
TRANSPORT MAURICE LACHAINE	1				9		
TRANSPORT M. LANDRY INC.	4				4		
TRANSPORT P.G. INC.	24				24		
TRANSPORT PAUL DUBOIS INC.	2				8		1
TRANSPORT ROSAIRE BOUCHARD & FILS INC.	5				5		
TRANSPORT ROUSSEAU INC.	11				10		1
TRANSPORT RUSSELL LANGLAIS & FILS INC.	2			1	1		
TRANSPORT ST-LEONARD INC.	10				90		30
TRANSPORT SCOLAIRE ANDRÉ DEMERS INC.	1			1	8		
TRANSPORT THERRIEN INC	0				13		3
TRANSPORT THOM LTEE	26	26	26				
TRANSPORT TILLY INC.	1			1			
TOTAL	Nolisé	Autocars nolisés	Autocars	Semi-coach	Scolaires	Urbains	Minibus
	2519	605	792	69	3259	609	321*

Chaire de Tourisme, août 2001

\* Ce nombre comprend les véhicules scolaires disponibles pour effectuer du transport nolisé. On compte 38 minibus non scolaires dédiés exclusivement au service de transport nolisé.

## **Annexe 6**

### **— Personnes et organisations consultées —**

**American Bus Association** (Ginger Croce)

**Annie G'sell**, consultante

**Association canadienne des agents de voyages (ACTA)** (Louise Collignon)

**Autobus La Québécoise inc.** (Serge Gingras)

**Autocars Dupont/Orléans Express** (Joël Fillion)

**Autocars Excellence** (Serge Gonthier)

**Autocars Symposium** (Patrick Hamel)

**Bureau de la concurrence** (Mario Thibeault)

**Bus Ride magazine** (Bruce Sankey)

**Camo-route inc.** (Guy Poliquin)

**Canadian Bus Association** (Jon Timlin)

**Centre des congrès de Québec** (Alain Winter)

**Coach Canada** (Patricia Diamente)

**Comité sénatorial des transports et des communications** (Michel Patrice)

**Comité permanent des transports et des opérations gouvernementales de la Chambre des communes** (Paul Cardegna)

**Commission des transports du Québec (CTQ)** (Nathalie Lejeune, Pierre Boucher, Mireille Larose, Pierjan Thibeault, Bertrand Bergeron, Jean-Yves Doré, Gilles Tremblay, Yves Gemme)

**Contrôle routier de la SAAQ** (sergents Thomassin et René Thibaudeau à Québec et André Pelletier à Montréal)

**Destinations Canada** (Pierre Guimond et Paul Matte)

**Développement des ressources humaines du Canada** (Pierre de l'Étoile)

**Florida Department of Transportation** (Rebecca Clemans et Tara Bartee)

**Gerry Lou / McLean Kennedy** (Robert Gagnon et Lily Bhérer)

**Girardin Autobus Inc.** (Michel Daneau)

**Guides touristiques Hertz** (Roger Dalbiez et Lise langlois)

**Institut de la statistique du Québec** (Gilbert Martin)

**Jonview Canada** (Marie Côté)

**Motor Coach Association** (Brian Crow)

**Office du tourisme et des congrès de la Communauté urbaine de Québec (OTCCUQ)**  
(France Lessard)

**National Tour Association** (Sandy Stansfield)

**Port de Québec** (Martine Bélanger)

**Prévost Car** (Jocelyn Simard et René Roy)

**Québus** (Yvan Morissette)

**Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ)** (Alain Auger)

**Statistique Canada** (Jean-Robert Larocque et Linda Laprade)

**Tourisme Québec** (Réjean Lafleur, Sophie Marcoux, Louis B. Parent et Jean Bouffard)

**Transport Dostie** (Yves Dostie)

**Transports Québec** (Jacques Barnabé)

**Université Laval** (Maurice Gosselin)

**University of Central Florida** (Sandra Walls)

**University of Florida** (Pamela Mancino)