

Aperçu des marchés en 2019 :

Saisir le potentiel du tourisme autochtone au Canada

ASIE-PACIFIQUE

AUSTRALIE
CHINE
JAPON
CORÉE DU SUD

EUROPE ET INDE

FRANCE
ALLEMAGNE
ROYAUME-UNI
INDE

AMÉRIQUE DU NORD

MEXIQUE
ÉTATS-UNIS
CANADA



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA



**DESTINATION
CANADA**





Aperçu du marché australien

Les voyageurs australiens sont davantage intéressés par la Colombie-Britannique, l'Ontario et l'Alberta, et sont attirés par les grandes villes, les stations de ski populaires et les attractions naturelles emblématiques. Ils sont fortement enclins à visiter plus d'une province durant leur séjour.



Arrivées au Canada en 2017

363 k

Rang du marché (en nombre d'arrivées au Canada)

6^e

Durée moyenne du séjour (en nuits)

15,8

Dépenses moyennes par visiteur (excluant les vols)

2 924 \$

Arrivées en variation annuelle (2017 p/r à 2016)

↑ 13 %

Arrivées en cumul annuel (2018 p/r à 2017 : janvier à juillet)

↓ 7 %

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

16 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

28 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

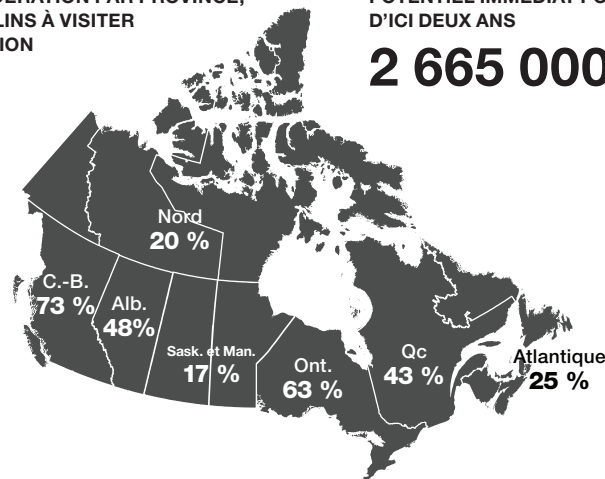
746 000



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

2 665 000



Dix principales activités suscitant un intérêt

- 1 Essayer des boissons et des aliments locaux
- 2 Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- 3 Observation de la faune et de la vie marine
- 4 Parcs naturels
- 5 Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- 6 Aurores boréales
- 7 Randonnées ou promenades dans la nature
- 8 Festivals ou événements touchant à la nourriture et aux boissons
- 9 Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins
- 10 Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage

Sur 46 activités, l'intérêt pour la découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones s'est classé au **23^e** rang.



Les types de voyageurs australiens

Selon les études de Destination Canada, ces deux types de voyageurs sont les plus susceptibles d'envisager dans l'immédiat un voyage au Canada.



EXPLORATEURS CULTURELS DE 25 À 34 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Pour les explorateurs culturels, voyager est un mode de vie et ils souhaitent vivre à la façon des habitants. Ils aiment comprendre et découvrir de l'intérieur la culture locale, et échanger avec les gens des endroits qu'ils visitent. Les explorateurs culturels sont attirés par les voyages non structurés et préfèrent visiter des endroits qui présentent un attrait culturel, historique ou naturel. Ils veulent avoir le contrôle et définir leurs expériences de voyage à leur façon. Ils valorisent la spontanéité, car elle enrichit leur expérience de voyage.

Ce qu'ils pensent du Canada

Ils perçoivent le Canada comme une destination sûre avec de beaux paysages et des animaux sauvages. Ils comptent se rendre au Canada pour profiter de ses attraits extérieurs – ils considèrent que le Canada offre d'excellentes expériences de plein air et urbaine. Plus particulièrement, le Canada leur semble offrir des activités hivernales fantastiques et une culture hospitalière.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût, la distance et le temps nécessaire pour prendre des vacances constituent les principaux obstacles. Malgré cela, la probabilité qu'ils concrétisent un voyage est relativement élevée – 49 % des voyageurs australiens de 25 à 34 ans ont l'intention de se rendre au Canada au cours des deux prochaines années.



ÉCHANTILLONNEURS SOCIAUX DE 55 ANS ET PLUS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les échantillonneurs sociaux aiment pouvoir partager leur expérience avec les membres d'un groupe, mais pas ressentir les contraintes de temps inhérentes aux voyages organisés. Conséquemment, ce sont des échantillonneurs qui recherchent activement les attraits emblématiques d'une destination et privilégient les voyages structurés, ce qui leur assure une efficacité maximale. Voyager fait partie de leur identité et ils ont la capacité de faire des découvertes, même lors des moments les plus ordinaires de la vie.

Ce qu'ils pensent du Canada

Le principal attrait du Canada est la nature : la faune et les paysages. Se trouver dans un endroit sûr, amical et accueillant est propice à leur penchant pour les rapports sociaux. Ils sont fiers de visiter le Canada, percevant le pays comme un endroit où ils peuvent vivre des expériences et voir des choses qu'ils ne retrouvent pas chez eux.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût constitue le principal obstacle. Ils ne s'inquiètent pas de manquer de temps pour leurs vacances, mais ils se soucient de la durée du vol. Ils sont aussi plus préoccupés par le taux de change – près d'un répondant sur cinq prétend qu'un taux de change défavorable l'empêcherait d'effectuer un voyage, et cet obstacle figure parmi les trois principaux pour cette cible.



Activités et expériences suscitant le plus d'intérêt pour le voyageur australien

Destination Canada a identifié les types d'expériences que ces visiteurs recherchent. Vous pouvez utiliser ces thèmes pour rendre votre expérience plus attrayante pour les voyageurs en provenance de l'Australie, ou trouver des moyens de vous associer à d'autres entreprises pour cibler le client.

Nos thèmes de contenu sont développés pour l'ensemble de l'industrie mondiale, puis adaptés aux particularités de chaque marché. Ces thèmes font en sorte que notre positionnement de marque et notre vision éditoriale soient en phase avec les champs d'intérêt et les motivations à voyager de notre public cible.

Délai moyen de réservation

HIVER 90 JOURS	PRINTEMPS 75 JOURS
ÉTÉ 96 JOURS	AUTOMNE 65 JOURS



Villes dynamiques

Les villes dynamiques du Canada ne manquent pas de **quartiers branchés et de Canadiens sympathiques** prêts à aider les voyageurs à découvrir eux-mêmes pourquoi ces quartiers sont parmi les meilleurs endroits au monde. D'innombrables expériences culinaires, galeries d'art, musées et espaces verts sont les points forts de ces **aventures urbaines authentiques**.



Merveilles naturelles typiquement canadiennes

Bienvenue dans la beauté à couper le souffle des grands espaces du Canada. Ici, **les paysages et les animaux sauvages impressionnants** inspirent des **aventures uniques et exaltantes**. Les différentes saisons offrent toute l'année des occasions de s'amuser aux voyageurs qui veulent **faire l'expérience du Canada comme le font les Canadiens**.



Culture et patrimoine incomparables

Ce sont les gens sympathiques, les quartiers historiques, la cuisine et l'art multiculturels, sans oublier les festivals et la vie nocturne, qui font toute la **richesse culturelle** du Canada. Les voyageurs découvriront un patrimoine nourri de l'histoire autochtone et européenne ainsi que des communautés riches et diverses.



Aliments et boissons remarquables

L'**abondance d'ingrédients naturels** du Canada incite les chefs locaux à s'inspirer de leur riche environnement et à explorer leur créativité dans le cadre d'**expériences gastronomiques locales et authentiques** qu'on ne peut tout simplement pas vivre en Australie.



Captivants circuits en automobile

Conduire d'une région à l'autre est la meilleure façon de **découvrir le Canada en toute liberté**. Explorez des villes dynamiques, des merveilles naturelles à couper le souffle, des attractions culturelles et patrimoniales emblématiques, des communautés fascinantes, et rencontrez **des gens du coin sympathiques qui accueillent à bras ouverts les visiteurs** et leur donnent des conseils de voyage d'un point de vue local.



Aperçu du marché chinois

Les voyageurs chinois sont plus intéressés par la Colombie-Britannique et l'Ontario et plus enclins à visiter plus d'une province durant leur séjour.



Arrivées au Canada en 2017

672,3 k

Rang du marché (en nombre d'arrivées au Canada)

3^e

Durée moyenne du séjour (en nuits)

15,8

Dépenses moyennes par visiteur (excluant les vols)

2 668 \$

Arrivées en variation annuelle (2017 p/r à 2016)

↑ 12 %

Arrivées en cumul annuel (2018 p/r à 2017 : janvier à juillet)

↑ 5 %

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

27 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

35 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

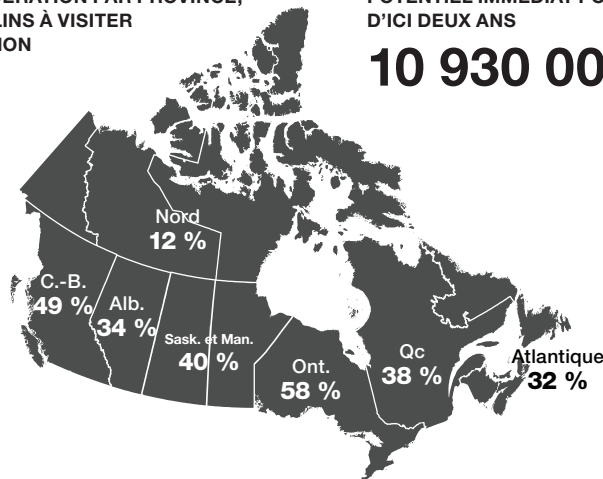
3 825 500



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

10 930 000



Dix principales activités suscitant un intérêt

- Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- Essayer des boissons et des aliments locaux
- Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- Parcs naturels
- Observation de la faune et de la vie marine
- Parcs d'attractions ou thématiques
- Camping
- Raquette ou ski de fond
- Aurores boréales

Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones

Sources : Enquête sur les voyages internationaux, dénombrement à la frontière (décembre 2017 et mai 2018), Statistique Canada. Veille touristique mondiale 2017, Profils du QE de Destination Canada.



Les types de voyageurs chinois

Selon les études de Destination Canada, ces deux types de voyageurs sont les plus susceptibles d'envisager dans l'immédiat un voyage au Canada.



ESPRITS LIBRES DE 35 À 44 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les esprits libres chinois sont des explorateurs passionnés et déterminés qui recherchent des expériences leur procurant du prestige et une reconnaissance. Ce sont des voyageurs « de marque », qui veulent vivre des expériences culturellement pertinentes et visiter des endroits emblématiques. Ils désirent ardemment vivre une immersion culturelle et voyager en groupe – partager une expérience en famille ou entre amis. Ils veulent se faire plaisir, se faire dorloter et faire un peu de tout. Ils sont motivés à voir des attraits naturels et historiques emblématiques.

Ce qu'ils pensent du Canada

Les esprits libres chinois de 35 à 44 ans considèrent le Canada comme une destination qui présente de magnifiques paysages et où on peut admirer des animaux sauvages dans leur habitat naturel. Ils voient le Canada comme un endroit sûr où se détendre et où profiter de vacances sans surprises.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

La météo est le principal obstacle à visiter le Canada – les esprits libres étant beaucoup plus susceptibles de mentionner les conditions météorologiques comme un obstacle que les autres voyageurs chinois du même groupe d'âge. Près du tiers des esprits libres chinois de 35 à 44 ans ont mentionné la crainte de ne pas avoir suffisamment de temps pour leurs vacances et la sécurité comme obstacles à effectuer un voyage.



VOYAGEURS EN QUÊTE D'ÉVASION DE 35 À 44 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les voyageurs chinois en quête d'évasion sont à la recherche d'un dépaysement total – ils sont stressés par la vie en général et souhaitent vivre des expériences luxueuses et sans souci qui leur donnent du répit. Ce sont des voyageurs plutôt inquiets, qui cherchent à relier leurs expériences à ce qu'ils connaissent chez eux. Ils recherchent des expériences d'aventure légères qui leur procurent des plaisirs simples, mais aussi de belles histoires à raconter à leur retour.

Ce qu'ils pensent du Canada

Ils considèrent le Canada comme un endroit qui réunit de magnifiques paysages et d'excellentes expériences culinaires et gourmandes. Ils aiment aussi le fait que le Canada leur offre des expériences différentes à chacune des quatre saisons.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

La langue, la sécurité et le coût constituent les principaux obstacles. Bien que le Canada soit perçu comme une destination attrayante, les voyageurs en quête d'évasion comptent visiter d'autres destinations au lieu du Canada, notamment en Asie et aux États-Unis.



Activités et expériences suscitant le plus d'intérêt pour le voyageur chinois

Destination Canada a identifié les types d'expériences que ces visiteurs recherchent. Vous pouvez utiliser ces thèmes pour rendre votre expérience plus attrayante pour les voyageurs en provenance de la Chine, ou trouver des moyens de vous associer à d'autres entreprises pour cibler le client.

Nos thèmes de contenu sont développés pour l'ensemble de l'industrie mondiale, puis adaptés aux particularités de chaque marché. Ces thèmes font en sorte que notre positionnement de marque et notre vision éditoriale soient en phase avec les champs d'intérêt et les motivations à voyager de notre public cible.

Délai moyen de réservation

HIVER 31 JOURS	PRINTEMPS 23 JOURS
ÉTÉ 38 JOURS	AUTOMNE 26 JOURS



Villes dynamiques

Les dynamiques villes canadiennes offrent aux voyageurs une **multitude d'occasions de se faire plaisir**. Avec ses hôtels de luxe, restaurants innovateurs et boutiques tendances, le Canada est un lieu de vacances urbaines de calibre mondial.



Merveilles naturelles typiquement canadiennes

Située à proximité des villes, la splendide nature canadienne est **l'endroit par excellence où décompresser** en toute saison. Vastes, ouverts et propres, les espaces immaculés et sauvages du Canada sont **une bouffée d'air frais** pour les voyageurs. En plus, on peut y accéder facilement à partir de refuges et d'hôtels de luxe,



Culture et patrimoine incomparables

La culture canadienne est un véritable amalgame **de notre fascinante histoire amérindienne et européenne**, de notre amour de la nature et de notre multiculturalisme. Découvrez l'art, l'histoire, l'architecture et la mode du pays, et rapportez à la maison des photos, décorations et tenues **authentiquement canadiennes** qui susciteront l'envie de vos proches.



Aliments et boissons remarquables

Du sirop d'érable à la cuisine haut de gamme, la scène gastronomique canadienne s'est hissée **parmi les meilleures au monde**. Les villes regorgent de restaurants proposant des boissons et des plats aussi beaux que bons, concoctés à partir d'ingrédients authentiquement régionaux.



Captivants circuits en automobile

Voyager d'une ville canadienne à l'autre offre d'innombrables possibilités de découvrir les merveilles de la nature, les attractions emblématiques et les événements culturels du pays, et de vivre d'autres aventures en route. **Les circuits guidés** en autobus, en train ou en bateau **proposent** sur leur parcours **une multitude d'activités**.



Aperçu du marché japonais

Les voyageurs japonais montrent un intérêt croissant pour les provinces de l'Ouest et ils sont enclins à visiter les régions de l'Atlantique.



Arrivées au Canada en 2017

287,1 k

Rang du marché (en nombre d'arrivées au Canada)

8^e

Durée moyenne du séjour (en nuits)

8,1

Dépenses moyennes par visiteur (excluant les vols)

2 019 \$

Arrivées en variation annuelle (2017 p/r à 2016)

↓ 1 %

Arrivées en cumul annuel (2018 p/r à 2017 : janvier à juillet)

↓ 19 %

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

7 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

21 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

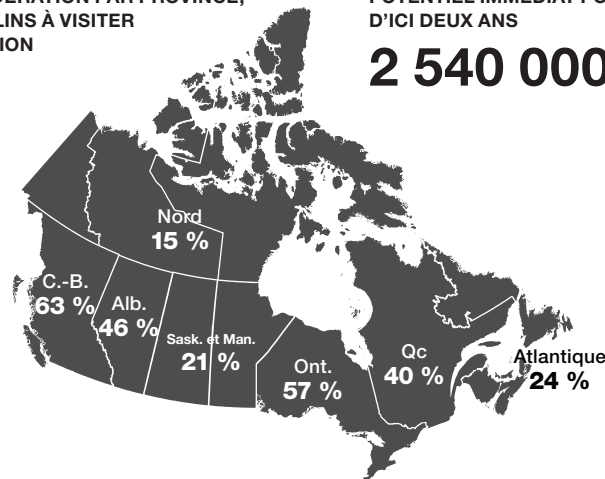
533 500



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

2 540 000



Dix principales activités suscitant un intérêt

- Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- Randonnées ou promenades dans la nature
- Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- Essayer des boissons et des aliments locaux
- Aurores boréales
- Parcs naturels
- Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins
- Couleurs automnales
- Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage
- Visiter des musées ou des galeries d'art

Sur 46 activités, l'intérêt pour la découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones s'est classé au **14^e** rang.

Sources : Enquête sur les voyages internationaux, dénombrement à la frontière (décembre 2017 et mai 2018), Statistique Canada. Veille touristique mondiale 2017, Profils du QE de Destination Canada.



Les types de voyageurs japonais

Selon les études de Destination Canada, ces deux types de voyageurs sont les plus susceptibles d'envisager dans l'immédiat un voyage au Canada.



ESPRITS LIBRES DE 25 À 34 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Dans l'ensemble, les voyageurs cibles japonais de 25 à 34 ans déclarent que pouvoir se détendre et décompresser est le facteur le plus important dans le choix d'une destination. Ils privilégient également leur « liste de destinations d'incontournables ».

Ce qu'ils pensent du Canada

Les esprits libres japonais de 25 à 34 ans associent étroitement des vacances au Canada à la découverte de la faune et de paysages. Ils ont l'impression de pouvoir y tirer parti à la fois d'activités de plein air et d'expériences urbaines, et que c'est un endroit sûr à visiter.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût et la durée du vol sont les principaux obstacles à visiter le Canada. Un manque de compréhension des possibilités de vacances (ne pas en connaître assez à propos du Canada), la concurrence de pays en tête de leur liste de destinations incontournables et le fait de ne pas avoir de raison de se rendre au Canada à brève échéance sont également des obstacles majeurs aux voyages.



PASSIONNÉS D'HISTOIRE CULTURELLE DE 55 ANS ET PLUS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les passionnés d'histoire culturelle de 55 ans et plus souhaitent se détendre et vivre des expériences culturelles et urbaines incontournables. Ils sont moins préoccupés par le budget et plus enclins à trouver des activités reliées à leurs passions.

Ce qu'ils pensent du Canada

Les passionnés d'histoire culturelle japonais de 55 ans et plus perçoivent le Canada comme un endroit sûr où profiter d'attraits naturels et voir des animaux sauvages, et offrant des expériences uniques en toutes saisons.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Ils souhaitent aussi visiter d'autres endroits, et ils estiment que le temps, la distance et le coût n'en valent pas la peine. Bien que près de 40 % de cette cible prétend que rien ne les empêcherait d'y effectuer un voyage, le Canada se classe au 16^e rang en matière de considération et seulement 3 % d'entre eux y planifient activement un voyage.



Activités et expériences suscitant le plus d'intérêt pour le voyageur japonais

Destination Canada a identifié les types d'expériences que ces visiteurs recherchent. Vous pouvez utiliser ces thèmes pour rendre votre expérience plus attrayante pour les voyageurs en provenance du Japon, ou trouver des moyens de vous associer à d'autres entreprises pour cibler le client.

Nos thèmes de contenu sont développés pour l'ensemble de l'industrie mondiale, puis adaptés aux particularités de chaque marché. Ces thèmes font en sorte que notre positionnement de marque et notre vision éditoriale soient en phase avec les champs d'intérêt et les motivations à voyager de notre public cible.

Délai moyen de réservation

HIVER 30 JOURS	PRINTEMPS 33 JOURS
ÉTÉ 31 JOURS	AUTOMNE 25 JOURS



Villes dynamiques

Une cuisine inventive, des boutiques diversifiées et une ambiance unique caractérisent les **villes canadiennes de classe mondiale**. **Forgées par le multiculturalisme**, ces cités cosmopolites offrent une multitude d'expériences authentiques et des espaces verts accessibles, **dignes d'être partagés sur Instagram**.



Merveilles naturelles typiquement canadiennes

Les villes canadiennes sont bordées d'une nature inspirante et accessible où les voyageurs peuvent **s'échapper** pour se détendre, décompresser et prendre un bol d'air frais, peu importe la saison. Des refuges en pleine nature **combinent paysages spectaculaires et commodités modernes** et offrent une expérience à la fois spirituelle et haut de gamme.



Culture et patrimoine incomparables

La culture canadienne est un véritable amalgame **de notre fascinante histoire amérindienne et européenne**, de notre amour de la nature et de notre multiculturalisme. Découvrez l'art, l'histoire, l'architecture et la mode du pays, et rapportez à la maison des photos, décorations et tenues **authentiquement canadiennes** qui susciteront l'envie de vos proches.



Aliments et boissons remarquables

Inspirée par l'abondance d'ingrédients naturels, la cuisine canadienne se distingue par ses saveurs uniques et authentiques. Cours de cuisine et festivals gastronomiques s'offrent aux voyageurs, qui pourront également découvrir des tables champêtres, des établissements vinicoles, des distilleries et des brasseries dont les produits uniques sont **introuvables au Japon**.



Captivantes virées en automobile

La voiture est un moyen accessible et sécuritaire d'explorer le Canada et ses attractions. On peut visiter **plusieurs destinations en un seul voyage**, et les nombreuses merveilles naturelles, paysages à couper le souffle, attractions emblématiques et sympathiques habitants que l'on croise sur la route rendent le trajet plus qu'agréable.



Aperçu du marché sud-coréen

Les voyageurs sud-coréens manifestent un grand intérêt pour le Québec.



Arrivées au Canada en 2017

280,1 k

Rang du marché (en nombre d'arrivées au Canada)

9^e

Durée moyenne du séjour (en nuits)

7,9

Dépenses moyennes par visiteur (excluant les vols)

1 751 \$

Arrivées en variation annuelle (2017 p/r à 2016)

↑ 17 %

Arrivées en cumul annuel (2018 p/r à 2017 : janvier à juillet)

↓ 4 %

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

21 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

32 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

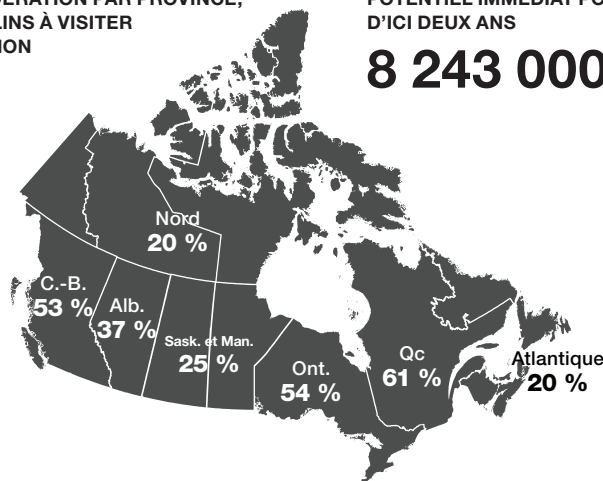
2 638 000



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

8 243 000



Dix principales activités suscitant un intérêt

- Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- Randonnées ou promenades dans la nature
- Essayer des boissons et des aliments locaux
- Parcs naturels
- Visites culinaires ou cours de cuisine
- Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins
- Festivals ou événements touchant à la nourriture et aux boissons
- Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- Visiter des musées ou des galeries d'art
- Camping

Sur 46 activités, l'intérêt pour la découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones s'est classé au **14^e** rang.



Les types de voyageurs sud-coréens

Selon les études de Destination Canada, ces deux types de voyageurs sont les plus susceptibles d'envisager dans l'immédiat un voyage au Canada.



ESPRITS LIBRES DE 25 À 34 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les esprits libres sud-coréens de 25 à 34 ans veulent découvrir de nouvelles cultures et s'imprégner de l'atmosphère et du mode de vie des lieux qu'ils visitent. Ils sont là pour une période courte, mais intense : ce sont des échantillonneurs et ils veulent faire un peu de tout. Ils veulent rencontrer de nouvelles personnes, mais veulent se sentir en sécurité et bienvenus, car ils souhaitent découvrir de l'intérieur des choses qu'ils ne retrouvent pas chez eux.

Ce qu'ils pensent du Canada

Le Canada est perçu comme un endroit offrant de magnifiques paysages, où les voyageurs peuvent vivre des expériences qu'ils ne retrouvent pas chez eux. Le Canada est également considéré comme un endroit sûr, et une destination privilégiée pour l'observation d'animaux sauvages.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

La durée du vol ou du déplacement constitue le plus grand obstacle, près de la moitié des esprits libres de 25 à 34 ans ayant invoqué cet inconvénient. Le coût et le temps nécessaire pour prendre des vacances ont également été mentionnés comme des obstacles importants à visiter le Canada.



ESPRITS LIBRES DE 55 ANS ET PLUS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les esprits libres sud-coréens de 55 ans et plus veulent découvrir une variété d'attractions et d'activités en milieu naturel et urbain. Ils ont envie de vivre des expériences uniques et distinctes qu'ils peuvent partager avec leur famille et leurs amis. C'est une source de détente et de plaisir. Ces voyageurs veulent se sentir en sécurité parmi des personnes amicales et accueillantes, et souhaitent découvrir de l'intérieur des choses qu'ils ne retrouvent pas chez eux, car cela leur procure un sentiment de fierté.

Ce qu'ils pensent du Canada

Le Canada est principalement perçu comme un endroit offrant de magnifiques paysages. Les esprits libres de 55 ans et plus associent aussi le Canada à un endroit où passer du temps de qualité en famille ou entre amis, et où l'on peut se détendre.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

La durée du vol ou du déplacement constitue le plus grand obstacle, le tiers des esprits libres sud-coréens de 55 ans et plus ayant invoqué cet inconvénient. La distance entre les attractions et le temps nécessaire pour prendre des vacances ont également été mentionnés comme principaux obstacles au passage à l'action.



Activités et expériences suscitant le plus d'intérêt pour le voyageur sud-coréen

Destination Canada a identifié les types d'expériences que ces visiteurs recherchent. Vous pouvez utiliser ces thèmes pour rendre votre expérience plus attrayante pour les voyageurs en provenance de la Corée du Sud, ou trouver des moyens de vous associer à d'autres entreprises pour cibler le client.

Nos thèmes de contenu sont développés pour l'ensemble de l'industrie mondiale, puis adaptés aux particularités de chaque marché. Ces thèmes font en sorte que notre positionnement de marque et notre vision éditoriale soient en phase avec les champs d'intérêt et les motivations à voyager de notre public cible.

Délai moyen de réservation

HIVER 38 JOURS	PRINTEMPS 34 JOURS
ÉTÉ 51 JOURS	AUTOMNE 47 JOURS

Villes dynamiques



Les dynamiques villes canadiennes sont connues pour leur **ambiance formidable** et leurs sympathiques résidents, toujours prêts à faire vivre des expériences uniques, **dignes d'être partagées sur Instagram**. Profitez des hôtels de luxe et des spas, de la vie nocturne stimulante, de la gastronomie de réputation mondiale et des boutiques de marque, ou observez simplement la faune urbaine.

Merveilles naturelles typiquement canadiennes



Le Canada est un pays magnifique, qui offre un **splendide décor pour vos photos**. Ses villes dynamiques se dressent devant de superbes paysages naturels, facilement accessibles et idéaux pour **vivre des moments mémorables à partager** avec vos proches à votre retour. Détendez-vous, décompressez, prenez un bol d'air frais et laissez-vous aller.

Culture et patrimoine incomparables



La culture canadienne est un véritable amalgame **de notre fascinante histoire amérindienne et européenne**, de notre amour de la nature et de notre multiculturalisme. Découvrez l'art, l'histoire, l'architecture et la mode du pays, et rapportez à la maison des photos, décorations et tenues **authentiquement canadiennes** qui susciteront l'envie de vos proches.

Aliments et boissons remarquables



Du sirop d'érable à la cuisine haut de gamme, la scène gastronomique canadienne s'est hissée **parmi les meilleures au monde**. Grâce aux nombreux cours de cuisine, festivals, brasseries, établissements vinicoles et restaurants, les voyageurs pourront **savourer des boissons et des plats authentiquement régionaux**, aussi beaux que bons.

Captivantes virées en automobile



La voiture est un moyen accessible et sécuritaire d'explorer le Canada et ses attractions. On peut visiter **plusieurs destinations en un seul voyage**, et les nombreuses merveilles naturelles, paysages à couper le souffle, attractions emblématiques et sympathiques habitants que l'on croise sur la route rendent le trajet plus qu'agréable.



Aperçu du marché français

Bien que l'attrait pour le Québec ait diminué depuis 2016, l'intérêt des voyageurs demeure concentré au Québec.



Arrivées au Canada en 2017

574,4 k

Rang du marché (en nombre d'arrivées au Canada)

4^e

Durée moyenne du séjour (en nuits)

13,0

Dépenses moyennes par visiteur (excluant les vols)

1 778 \$

Arrivées en variation annuelle (2017 p/r à 2016)

↑ 5 %

Arrivées en cumul annuel (2018 p/r à 2017 : janvier à juillet)

↑ 6 %

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

37 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

63 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

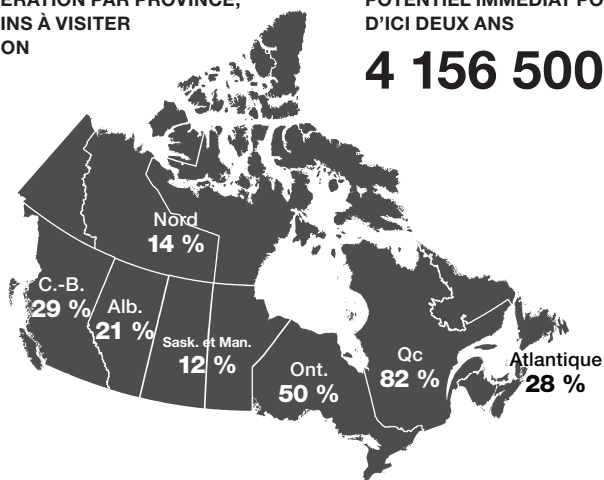
2 618 500



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

4 156 500



Dix principales activités suscitant un intérêt

- 1 Randonnées ou promenades dans la nature
- 2 Essayer des boissons et des aliments locaux
- 3 Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones**
- 4 Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- 5 Parcs naturels
- 6 Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- 7 Exploration d'endroits où la plupart des touristes ne vont pas
- 8 Visites guidées de ville
- 9 Aurores boréales
- 10 Restaurants de fine cuisine



Les types de voyageurs français

Selon les études de Destination Canada, ces deux types de voyageurs sont les plus susceptibles d'envisager dans l'immédiat un voyage au Canada.



EXPLORATEURS CULTURELS DE 25 À 44 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les explorateurs culturels français de 25 à 44 ans veulent rester maîtres de leurs voyages – ils sont moins enclins à prendre des risques et recherchent une spontanéité contrôlée. Ils sont à l'aise de sortir de leurs zones de confort et sont ravis d'essayer de nouvelles choses et d'explorer des endroits « hors des sentiers battus ». Ils veulent découvrir différentes cultures et recherchent de nouvelles perspectives liées à leurs passions et à leurs intérêts personnels.

Ce qu'ils pensent du Canada

Le Canada est perçu comme un endroit offrant de magnifiques paysages et peuplé de gens sympathiques. Il est aussi considéré comme une destination sûre et offrant des expériences uniques en toutes saisons.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût constitue le principal obstacle – mentionné par 41 % des voyageurs. L'envie de visiter d'autres endroits, la perception de mauvaises conditions météorologiques et le faible rapport qualité-prix constituent également les principaux obstacles au passage à l'action.



PASSIONNÉS D'HISTOIRE CULTURELLE DE 45 À 64 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les passionnés d'histoire culturelle de 45 à 64 ans préfèrent les itinéraires moins rigides et s'adaptent facilement à l'inconnu. Ils désirent apprendre des choses en voyageant et approfondir leur compréhension et leur passion de la culture à travers leurs expériences.

Ce qu'ils pensent du Canada

Le Canada est reconnu pour offrir de beaux paysages et des expériences uniques en toutes saisons. On perçoit le Canada comme une destination où les gens sont sympathiques et accueillants, et un endroit sûr à visiter.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût est le principal obstacle au voyage, plus du tiers des passionnés d'histoire culturelle français de 45 à 64 ans l'ayant mentionné. L'envie de visiter d'autres endroits, le faible rapport qualité-prix et la perception que le vol est trop long sont également des obstacles importants, mais dans une moindre mesure que le coût.



Activités et expériences suscitant le plus d'intérêt pour le voyageur français

Destination Canada a identifié les types d'expériences que ces visiteurs recherchent. Vous pouvez utiliser ces thèmes pour rendre votre expérience plus attrayante pour les voyageurs en provenance de la France, ou trouver des moyens de vous associer à d'autres entreprises pour cibler le client.

Nos thèmes de contenu sont développés pour l'ensemble de l'industrie mondiale, puis adaptés aux particularités de chaque marché. Ces thèmes font en sorte que notre positionnement de marque et notre vision éditoriale soient en phase avec les champs d'intérêt et les motivations à voyager de notre public cible.

Délai moyen de réservation

HIVER 47 JOURS	PRINTEMPS 42 JOURS
ÉTÉ 85 JOURS	AUTOMNE 44 JOURS



Villes dynamiques

Les villes **multiculturelles et accueillantes** du Canada mêlent histoire, culture, gastronomie, vie nocturne et nature dans leurs quartiers originaux. Les voyageurs peuvent **faire ce qui les passionne** avec une touche canadienne et **faire l'expérience de la vie locale** dans des centres urbains branchés.



Merveilles naturelles typiquement canadiennes

Souvent à quelques minutes seulement des grandes villes (et même parfois au sein même de ces villes), les voyageurs qui viennent au Canada y trouveront une nature sauvage et des **merveilles naturelles majestueuses et à couper le souffle**. Faites l'expérience du **lien entretenu par les Autochtones avec la nature** et participez à des activités de plein air qui **repousseront vos limites**.



Culture et patrimoine incomparables

Au Canada, les voyageurs découvriront le secret d'un **multiculturalisme** réussi. **L'histoire autochtone et européenne**, dont une forte influence française, se mêle à d'innombrables cultures du monde, créant ainsi une belle **mosaïque culturelle**. Celle-ci se révèle dans les quartiers dynamiques et pleins de diversité, dans les cuisines ethniques savoureuses provenant des quatre coins du monde et dans une pléthore d'initiatives et de festivals artistiques et culturels.



Aliments et boissons remarquables

Le Canada a une saveur distincte et distinctive qui s'inspire de notre abondance naturelle d'ingrédients et de notre diversité culturelle. Dans des **villes qui regorgent d'excellents restaurants**, les voyageurs peuvent se régaler avec un choix infini de boissons et de plats locaux **qu'on ne trouve tout simplement pas en France**.



Captivants circuits en automobile

Conduire d'une région à l'autre est la meilleure façon de **découvrir le Canada en toute liberté**. Osez explorer **au-delà du Québec** et découvrez des villes dynamiques, des merveilles naturelles à couper le souffle, des attractions culturelles et patrimoniales emblématiques, des communautés fascinantes, et rencontrez **des gens du coin sympathiques qui accueillent à bras ouverts les visiteurs** et leur donnent des conseils de voyage d'un point de vue local.



Aperçu du marché allemand

Les voyageurs long-courriers allemands sont plus enclins à visiter l'Ontario, le Québec, la Colombie-Britannique et l'Alberta; les attraits naturels les attirent particulièrement.



Arrivées au Canada en 2017

370,9 k

Rang du marché (en nombre d'arrivées au Canada)

5^e

Durée moyenne du séjour (en nuits)

14,9

Dépenses moyennes par visiteur (excluant les vols)

2 293 \$

Arrivées en variation annuelle (2017 p/r à 2016)

↑ 5 %

Arrivées en cumul annuel (2018 p/r à 2017 : janvier à juillet)

↑ 7 %

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

33 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

47 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

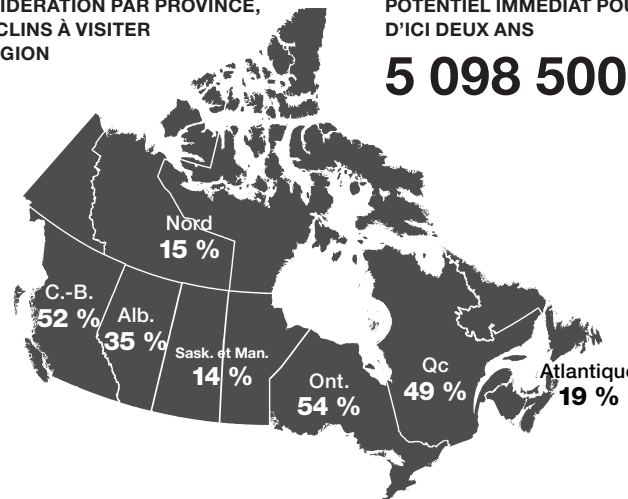
2 396 500



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

5 098 500



Dix principales activités suscitant un intérêt

- 1 Essayer des boissons et des aliments locaux
- 2 Randonnées ou promenades dans la nature
- 3 Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- 4 Parcs naturels
- 5 Observation de la faune et de la vie marine
- 6 Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones**
- 7 Exploration d'endroits où la plupart des touristes ne vont pas
- 8 Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- 9 Festivals ou événements touchant à la nourriture et aux boissons
- 10 Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins

Sources : Enquête sur les voyages internationaux, dénombrement à la frontière (décembre 2017 et mai 2018), Statistique Canada. Veille touristique mondiale 2017, Profils du QE de Destination Canada.



Les types de voyageurs allemands

Selon les études de Destination Canada, ces deux types de voyageurs sont les plus susceptibles d'envisager dans l'immédiat un voyage au Canada.



VOYAGEURS AVIDES DE CONNAISSANCES DE 25 À 34 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Ce sont des voyageurs discrets à la recherche d'expériences authentiques et de toute occasion de comprendre et découvrir de l'intérieur la culture locale, et d'échanger avec les habitants des endroits qu'ils visitent. Ils aiment la spontanéité et les activités non structurées, les événements imprévus et les surprises qui les sortent de leur quotidien. Ils aiment découvrir de l'intérieur la culture, l'histoire et la vie sociale des endroits qu'ils visitent, cherchant à se fondre le plus possible parmi la population locale.

Ce qu'ils pensent du Canada

Ils perçoivent le Canada comme une destination avec de beaux paysages et des animaux sauvages. Ils considèrent que c'est un endroit amical et sûr. En général, les voyageurs avides de connaissances ont un intérêt plus grand que les autres voyageurs de 25 à 34 ans pour les activités de plein air. La possibilité que leur offre le Canada de réaliser ces expériences est attrayante.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût représente le principal obstacle – 41 % des voyageurs avides de connaissances de 25 à 34 ans croient que le coût les empêcherait de visiter le Canada. Ils doivent être convaincus de pouvoir optimiser leur voyage au Canada avant de s'engager.



ESPRITS LIBRES DE 45 À 64 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Ce sont des voyageurs très sociables et ouverts d'esprit qui recherchent des activités axées sur l'expérience et l'aventure. Ils recherchent non seulement des expériences qu'ils peuvent partager avec d'autres, mais qui reflètent aussi leur personnalité en tant que voyageurs. Ils souhaitent prendre une pause de leurs responsabilités quotidiennes, se détendre et vivre des expériences « incontournables ». Bien qu'ils exigent des expériences authentiques, ils abordent ces expériences superficiellement; ils recherchent autant des histoires à raconter que de vivre une immersion.

Ce qu'ils pensent du Canada

Le Canada est connu pour sa nature et ses paysages, ainsi que pour ses destinations offrant de nombreux points d'intérêt. Ils perçoivent le Canada comme une destination sûre avec des gens amicaux, où l'on peut se détendre et vivre des aventures que tout le monde peut apprécier. Le Canada est sur leur liste de destinations incontournables; c'est un endroit qu'ils ont toujours voulu visiter.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Les esprits libres allemands de 45 à 64 ans sont préoccupés par les coûts et le temps (distance, durée de vol et temps nécessaire pour prendre des vacances). Bien que le Canada se classe parmi les pays les plus envisagés, il est en concurrence avec les États-Unis, l'Australie et la Nouvelle-Zélande.



Activités et expériences suscitant le plus d'intérêt pour le voyageur allemand

Destination Canada a identifié les types d'expériences que ces visiteurs recherchent. Vous pouvez utiliser ces thèmes pour rendre votre expérience plus attrayante pour les voyageurs en provenance de l'Allemagne, ou trouver des moyens de vous associer à d'autres entreprises pour cibler le client.

Nos thèmes de contenu sont développés pour l'ensemble de l'industrie mondiale, puis adaptés aux particularités de chaque marché. Ces thèmes font en sorte que notre positionnement de marque et notre vision éditoriale soient en phase avec les champs d'intérêt et les motivations à voyager de notre public cible.

Délai moyen de réservation

HIVER 39 JOURS	PRINTEMPS 51 JOURS
ÉTÉ 103 JOURS	AUTOMNE 54 JOURS



Villes dynamiques

Il n'y a pas meilleur endroit que les centres urbains multiculturels et dynamiques pour **rencontrer de sympathiques Canadiens**. Dans nos quartiers accueillants, les hauts lieux gastronomiques, les musées, les sites historiques, les festivals et les espaces verts permettent aux voyageurs de **tisser des liens authentiques avec les gens du coin**.



Merveilles naturelles typiquement canadiennes

Le Canada est le paradis des amateurs de plein air. Dans une nation vaste et variée, où **l'on trouve d'un bout à l'autre une nature à couper le souffle** et immaculée, les voyageurs peuvent assouvir leur envie de voir le monde en visitant les côtes bordant trois océans, les montagnes Rocheuses, les Prairies, les Grands Lacs et en découvrant une **faune majestueuse**.



Culture et patrimoine incomparables

Au Canada, les voyageurs découvriront des **icônes multiculturelles, historiques et culturelles** mises au goût du jour. Ce patrimoine accessible est mis en valeur par des **expériences modernes** liées à la culture autochtone, à la cuisine contemporaine utilisant des ingrédients locaux et au design typiquement canadien.



Aliments et boissons remarquables

L'**abondance d'ingrédients naturels** du Canada incite les chefs locaux à s'inspirer de leur riche environnement et à explorer leur créativité dans le cadre d'expériences gastronomiques locales et authentiques qu'**on ne peut tout simplement pas vivre en Allemagne**.



Captivants circuits en automobile

En voyageant au Canada, la route est souvent aussi enrichissante que la destination. Non seulement il est possible d'explorer plusieurs destinations en un seul voyage, mais le trajet entre les villes regorge de **merveilles naturelles incroyables, de panoramas à couper le souffle, d'attractions emblématiques et de gens du coin sympathiques**.



Aperçu du marché britannique

Les voyageurs britanniques sont enclins à visiter plusieurs régions du Canada; leur intérêt pour l'Ouest canadien est croissant.



Arrivées au Canada en 2017

763,7 k

Rang du marché (en nombre d'arrivées au Canada)

2^e

Durée moyenne du séjour (en nuits)

9,8

Dépenses moyennes par visiteur (excluant les vols)

1 792 \$

Arrivées en variation annuelle (2017 p/r à 2016)

↓ **4 %**

Arrivées en cumul annuel (2018 p/r à 2017 : janvier à juillet)

↓ **2 %**

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

19 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

37 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

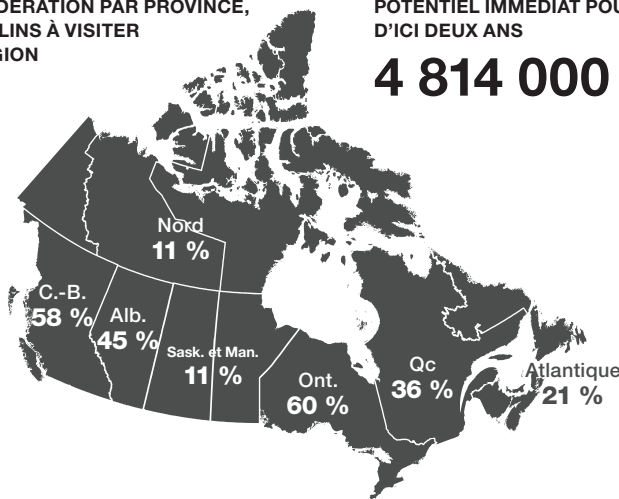
1 781 000



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

4 814 000



Dix principales activités suscitant un intérêt

- 1 Essayer des boissons et des aliments locaux
- 2 Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- 3 Observation de la faune et de la vie marine
- 4 Parcs naturels
- 5 Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- 6 Aurores boréales
- 7 Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins
- 8 Randonnées ou promenades dans la nature
- 9 Visiter des musées ou des galeries d'art
- 10 Visites guidées de ville

Sur 46 activités, l'intérêt pour la découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones s'est classé au 13^e rang.



Les types de voyageurs britanniques

Selon les études de Destination Canada, ces deux types de voyageurs sont les plus susceptibles d'envisager dans l'immédiat un voyage au Canada.



ESPRITS LIBRES DE 25 À 34 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Ils recherchent l'endroit à visiter et veulent pouvoir tout essayer pendant qu'ils y sont. Pouvoir dire « Je l'ai fait » est plus important que de s'imprégner de la culture locale; ils évaluent ou accordent de la valeur à leur voyage en fonction du nombre de choses qu'ils ont pu faire. Près de 40 % des esprits libres de 25 à 34 ans ont indiqué qu'ils choisiraient leurs vacances en fonction de faire une « bonne affaire ».

Ce qu'ils pensent du Canada

Le Canada est perçu comme un endroit amical et sûr, avec de beaux paysages. C'est une destination où il est possible de tout faire – des expériences de plein air et des activités urbaines formidables. Le Canada représente un endroit où les voyageurs peuvent faire des choses qui n'existent pas chez eux, comme des activités hivernales attrayantes.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût constitue le principal obstacle pour les esprits libres britanniques de 25 à 34 ans. Il a été mentionné deux fois plus souvent que l'obstacle classé au deuxième rang (vol trop long).



VOYAGEURS AVIDES DE CONNAISSANCES DE 55 ANS ET PLUS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les voyageurs britanniques avides de connaissances de 55 ans et plus souhaitent pouvoir axer leurs voyages sur des lieux présentant des attraits naturels intéressants, des sites patrimoniaux et des animaux sauvages. Comparativement aux autres voyageurs britanniques de 55 ans et plus, ils sont plus motivés à choisir une destination où ils ont toujours voulu aller. Ils sont également attirés par des destinations offrant des expériences culturelles qui correspondent à leurs intérêts.

Ce qu'ils pensent du Canada

Les voyageurs britanniques avides de connaissances de 55 ans et plus perçoivent le Canada comme un endroit où découvrir et pratiquer des activités de plein air. Ils estiment qu'ils seront les bienvenus ici – le Canada est perçu comme un endroit sûr, avec des gens sympathiques et accueillants. Ils associent le Canada à une destination formidable pour visiter plusieurs endroits, et où faire une virée en automobile représente une activité de choix.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Bien que le coût demeure l'obstacle principal, les voyageurs avides de connaissances de 55 ans et plus sont moins préoccupés par cela que les autres voyageurs britanniques. En tant que destination vacances, le Canada est souvent perdant par rapport à d'autres destinations perçues comme offrant plus d'attraits recherchés par eux.



Activités et expériences suscitant le plus d'intérêt pour le voyageur britannique

Destination Canada a identifié les types d'expériences que ces visiteurs recherchent. Vous pouvez utiliser ces thèmes pour rendre votre expérience plus attrayante pour les voyageurs en provenance du Royaume-Uni, ou trouver des moyens de vous associer à d'autres entreprises pour cibler le client.

Nos thèmes de contenu sont développés pour l'ensemble de l'industrie mondiale, puis adaptés aux particularités de chaque marché. Ces thèmes font en sorte que notre positionnement de marque et notre vision éditoriale soient en phase avec les champs d'intérêt et les motivations à voyager de notre public cible.

Délai moyen de réservation

HIVER 39 JOURS	PRINTEMPS 41 JOURS
ÉTÉ 57 JOURS	AUTOMNE 39 JOURS



Villes dynamiques

L'énergie pleine de jeunesse du Canada prend vie dans nos villes multiculturelles florissantes et dans nos centres régionaux branchés. Les visiteurs britanniques peuvent rencontrer **des gens du coin amicaux et accueillants** tout en faisant l'expérience de centres urbains **liés de près à une nature à couper le souffle**.



Merveilles naturelles typiquement canadiennes

Bienvenue dans la beauté à couper le souffle des grands espaces du Canada. Ici, la grandeur majestueuse de notre géographie inspire des **aventures uniques et exaltantes**. Les différentes saisons offrent toute l'année aux voyageurs des occasions de faire l'expérience de destinations où leur **esprit libre peut s'en donner à cœur joie**.



Culture et patrimoine incomparables

Au Canada, des gens du coin accueillants vous aident à découvrir la culture moderne du pays. Des sites historiques et autochtones aux musées et aux galeries, les visiteurs **découvrent et prennent part** au dynamisme qui est au cœur de notre pays.



Aliments et boissons remarquables

Le Canada a une saveur distincte et distinctive qui s'inspire de notre abondance naturelle d'ingrédients. Les voyageurs y découvrent une cuisine de la ferme à la table ainsi que des distilleries, des brasseries et des vignobles locaux qui offrent des saveurs authentiques **qu'on ne trouve qu'au Canada**.



Captivants circuits en automobile

Conduire d'une région à l'autre est la meilleure façon de **découvrir le Canada en toute liberté**. Explorez des villes dynamiques, des merveilles naturelles à couper le souffle, des attractions culturelles et patrimoniales emblématiques, des communautés fascinantes, et rencontrez des gens du coin accueillants qui partagent vos intérêts et qui vous donneront des conseils de voyage d'un point de vue local.



Aperçu du marché indien

Les voyageurs indiens sont plus enclins à visiter l'Ontario et la Colombie-Britannique.



Arrivées au Canada en 2017

250 k

Rang du marché (en nombre d'arrivées au Canada)

10^e

Durée moyenne du séjour (en nuits)

11,6

Dépenses moyennes par visiteur (excluant les vols)

1 793 \$

Arrivées en variation annuelle (2017 p/r à 2016)

↑ 18 %

Arrivées en cumul annuel (2018 p/r à 2017 : janvier à juillet)

↑ 8 %

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

33 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

31 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

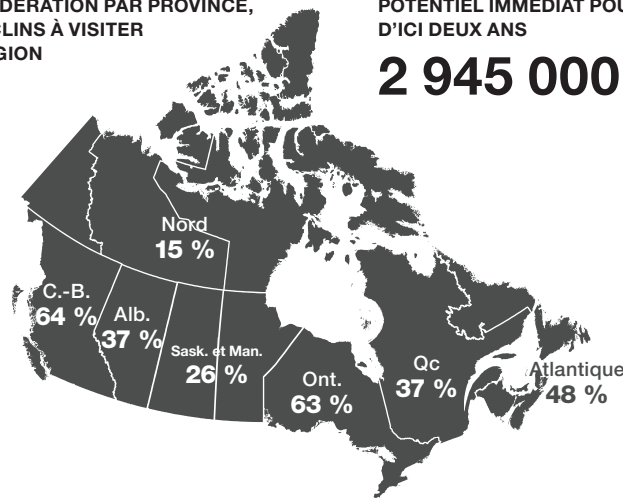
913 000



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

2 945 000



Dix principales activités suscitant un intérêt

- 1 Parcs naturels
- 2 Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- 3 Randonnées ou promenades dans la nature
- 4 Camping
- 5 Observation de la faune et de la vie marine
- 6 Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage
- 7 Essayer des boissons et des aliments locaux
- 8 Parcs d'attractions ou thématiques
- 9 Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- 10 Vie nocturne

Sur 46 activités, l'intérêt pour la découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones s'est classé au 27^e rang.



Les types de voyageurs indiens

Selon les études de Destination Canada, ces deux types de voyageurs sont les plus susceptibles d'envisager dans l'immédiat un voyage au Canada.



VOYAGEURS À REVENU ÉLEVÉ DE 25 À 44 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les voyageurs indiens à revenu élevé de 25 à 44 ans souhaitent visiter des endroits faciles d'accès. Ils recherchent des endroits qui leur permettent de visiter facilement plusieurs destinations et qui proposent d'excellents restaurants et occasions de magasinage. Ils recherchent en outre des expériences distinctives durant les quatre saisons.

Ce qu'ils pensent du Canada

Le Canada est vu comme une destination sûre aux paysages magnifiques. Il est également perçu comme une destination offrant un bon rapport qualité-prix, ce qui est particulièrement important pour ce groupe de voyageurs qui mentionne le coût parmi les principaux obstacles au voyage.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût, les inquiétudes en matière de sécurité, les exigences de visa et la durée du vol sont les principaux obstacles au voyage. En effet, un quart des voyageurs indiens à revenu élevé de 25 à 44 ans mentionnent au moins un de ces obstacles.



VOYAGEURS À REVENU ÉLEVÉ DE 55 À 64 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les voyageurs indiens à revenu élevé de 54 à 64 ans souhaitent observer la faune dans son habitat naturel et recherchent aussi des expériences distinctives durant les quatre saisons.

Ce qu'ils pensent du Canada

Comme les plus jeunes voyageurs à revenu élevé, les voyageurs indiens à revenu élevé de 54 à 64 ans voient le Canada comme une destination sûre aux paysages magnifiques. Le Canada est aussi perçu comme un excellent endroit pour visiter plusieurs destinations et passer du temps en famille ou entre amis.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût, la durée du vol et la météo sont les principaux obstacles pour les voyages au Canada. Près de 30 % des voyageurs indiens à revenu élevé de 54 à 64 ans mentionnent le coût et le quart, la trop grande distance pour aller au Canada.



Activités et expériences suscitant le plus d'intérêt pour le voyageur indien

Destination Canada a identifié les types d'expériences que ces visiteurs recherchent. Vous pouvez utiliser ces thèmes pour rendre votre expérience plus attrayante pour les voyageurs en provenance de l'Inde, ou trouver des moyens de vous associer à d'autres entreprises pour cibler le client.

Nos thèmes de contenu sont développés pour l'ensemble de l'industrie mondiale, puis adaptés aux particularités de chaque marché. Ces thèmes font en sorte que notre positionnement de marque et notre vision éditoriale soient en phase avec les champs d'intérêt et les motivations à voyager de notre public cible.

Délai moyen de réservation

HIVER 18 JOURS	PRINTEMPS 21 JOURS
ÉTÉ 22 JOURS	AUTOMNE 15 JOURS



Villes dynamiques

Les villes branchées du Canada et leurs quartiers accueillants regorgent d'**expériences authentiques** créées et organisées par des **Canadiens cool et sympathiques**. Les voyageurs peuvent vivre avec faste, profiter des galeries d'art, de la cuisine locale et du magasinage, le tout à proximité de la nature.



Merveilles naturelles typiquement canadiennes

Bienvenue dans la beauté à couper le souffle des grands espaces du Canada. Ici, **les paysages et la faune photogéniques** inspirent des **aventures uniques et exaltantes**. Les différentes saisons offrent toute l'année des occasions de s'amuser aux voyageurs qui veulent **faire l'expérience du Canada comme le font les Canadiens**.



Culture et patrimoine incomparables

La culture canadienne mêle notre **fascinante histoire autochtone et européenne**, notre amour de la nature et le **multiculturalisme**. Parcourez l'art, l'histoire, l'architecture et la mode et, de retour à la maison, **faites des jaloux** parmi vos amis et votre famille et leur rapportant des photos, des objets décoratifs et des vêtements **typiquement canadiens**.



Aliments et boissons remarquables

Le Canada a une saveur distincte et distinctive qui s'inspire de notre **abondance naturelle d'ingrédients**. Les voyageurs peuvent participer à des cours de cuisine ou à des festivals, ou découvrir une cuisine de la ferme à la table qui se distingue ainsi que des distilleries, des brasseries et des vignobles locaux qui offrent des saveurs authentiques.



Captivants circuits en automobile

Conduire à travers le Canada est **sûr et accessible**, et c'est aussi une excellente façon de voir avec vos amis et votre famille ce que le Canada a de mieux à offrir. Non seulement il est possible d'**explorer de multiples destinations** durant un seul voyage, mais le trajet entre les villes regorge de merveilles naturelles incroyables, de paysages à couper le souffle, d'attractions emblématiques et de gens amicaux.



Aperçu du marché mexicain

Les voyageurs mexicains sont très enclins à visiter l'Ontario, le Québec et la Colombie-Britannique.



Arrivées au Canada en 2017

344,2 k

Rang du marché (en nombre d'arrivées au Canada)

7^e

Durée moyenne du séjour (en nuits)

9,3

Dépenses moyennes par visiteur (excluant les vols)

1 792 \$

Arrivées en variation annuelle (2017 p/r à 2016)

↑ 47 %

Arrivées en cumul annuel (2018 p/r à 2017 : janvier à juillet)

↑ 3 %

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

28 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

43 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

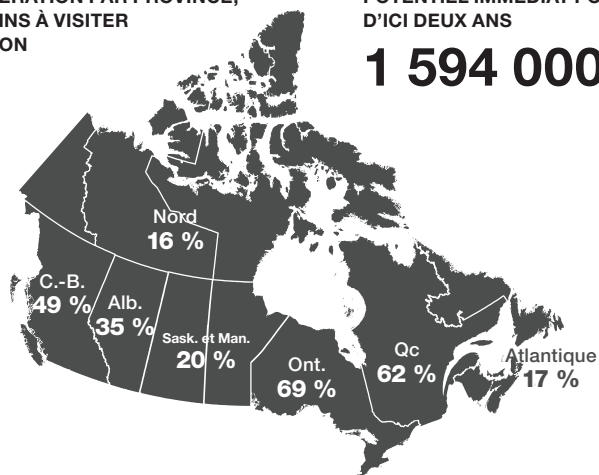
685 500



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

1 594 000



Dix principales activités suscitant un intérêt

- 1 Essayer des boissons et des aliments locaux
- 2 Parcs naturels
- 3 Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- 4 Aurores boréales
- 5 Restaurants de fine cuisine
- 6 Randonnées ou promenades dans la nature
- 7 Visiter des musées ou des galeries d'art
- 8 Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- 9 Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins
- 10 Vie nocturne

Sur 46 activités, l'intérêt pour la découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones s'est classé au 17^e rang.



Les types de voyageurs mexicains

Selon les études de Destination Canada, ces deux types de voyageurs sont les plus susceptibles d'envisager dans l'immédiat un voyage au Canada.



ADEPTES D'EXPÉRIENCES AUTHENTIQUES DE 18 À 34 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les adeptes d'expériences authentiques mexicains de 18 à 34 ans souhaitent découvrir la vie locale de l'intérieur et rencontrer de nouvelles personnes pour partager des expériences qu'ils ne retrouvent pas chez eux. Ils sont motivés par un bon rapport qualité-prix; pouvoir faire et voir beaucoup de choses, visiter plusieurs destinations et vivre des expériences à la fois en milieu naturel et urbain au cours de leur voyage est un facteur de motivation. Ils veulent se mettre au défi en faisant des choses qu'ils ne peuvent pas faire chez eux, à leur propre rythme.

Ce qu'ils pensent du Canada

Le Canada est perçu comme un endroit offrant de magnifiques paysages. Les habitants du Canada représentent également un attrait – 42 % des adeptes d'expériences authentiques mexicains de 18 à 34 ans croient que les Canadiens sont des gens sympathiques et accueillants. Le Canada est également considéré comme un endroit sûr à visiter, avec des activités de plein air hivernales auxquelles ils participeraient.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût est le plus grand obstacle au voyage, près de la moitié des adeptes d'expériences authentiques mexicains de 18 à 34 ans l'ayant mentionné. La croyance qu'un visa est encore nécessaire pour visiter le Canada et un taux de change défavorable sont également d'importants obstacles au passage à l'action.



ESPRITS LIBRES DE 35 À 54 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les esprits libres mexicains de 35 à 54 ans sont des échantillonneurs sociaux – ils veulent voir et essayer une variété de choses dans les destinations qu'ils visitent. Trouver des choses qu'ils ne peuvent pas faire chez eux est étroitement lié à un sentiment de fierté, soit l'un des principaux facteurs de motivation à effectuer un voyage. Ils veulent prendre une pause de leurs responsabilités quotidiennes et recherchent des expériences qu'ils peuvent partager avec d'autres.

Ce qu'ils pensent du Canada

Le Canada est perçu comme un endroit sûr offrant de magnifiques paysages. Près de la moitié des esprits libres mexicains de 35 à 54 ans estiment qu'ils seraient fiers de dire aux gens qu'ils ont visité le Canada.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Le coût et la nécessité de se procurer un visa sont les principaux obstacles à effectuer une visite, près du tiers des esprits libres mexicains de 35 à 54 ans ayant invoqué ces inconvénients. Les mauvaises conditions météorologiques et un taux de change défavorable ont également été mentionnés comme principaux obstacles.



Activités et expériences suscitant le plus d'intérêt pour le voyageur mexicain

Destination Canada a identifié les types d'expériences que ces visiteurs recherchent. Vous pouvez utiliser ces thèmes pour rendre votre expérience plus attrayante pour les voyageurs en provenance du Mexique, ou trouver des moyens de vous associer à d'autres entreprises pour cibler le client.

Nos thèmes de contenu sont développés pour l'ensemble de l'industrie mondiale, puis adaptés aux particularités de chaque marché. Ces thèmes font en sorte que notre positionnement de marque et notre vision éditoriale soient en phase avec les champs d'intérêt et les motivations à voyager de notre public cible.

Délai moyen de réservation

HIVER 31 JOURS	PRINTEMPS 28 JOURS
ÉTÉ 33 JOURS	AUTOMNE 23 JOURS



Villes dynamiques

Les villes branchées du Canada et leurs **quartiers accueillants** regorgent d'**expériences authentiques** créées et organisées par des **Canadiens cool et sympatiques**. Les voyageurs peuvent vivre avec faste, profiter des galeries d'art, de la cuisine locale et du magasinage, le tout à proximité de la nature.



Merveilles naturelles typiquement canadiennes

Les grands espaces majestueux du Canada sont pour les voyageurs un **terrain de jeux accessible** qui permet de faire facilement l'expérience d'une multitude d'activités, allant des exaltantes pistes de ski aux randonnées tranquilles, tout en profitant de paysages à couper le souffle. Les différentes saisons **offrent toute l'année des occasions de s'amuser** à ceux qui veulent **véritablement s'imprégner** de la beauté naturelle du Canada.



Culture et patrimoine incomparables

Faites-vous des amis parmi les **gens du coin accueillants** du Canada qui façonnent la culture canadienne au moyen, entre autres, des festivals, de l'art, de la cuisine, du design et de l'architecture. Visitez des musées, des galeries et des restaurants **pour découvrir et prendre part** au dynamisme qui est au cœur de notre pays.



Aliments et boissons remarquables

La cuisine multiculturelle faite à partir d'**ingrédients de choix** est au cœur de la **surprenante scène culinaire** du Canada. Explorez de nouvelles saveurs en suivant un cours de cuisine, en participant à un festival gastronomique, en visitant des vignobles ou des brasseries, ou en essayant l'un des innombrables **restaurants de calibre mondial** qui font briller le Canada sur la scène internationale.



Captivants circuits en automobile

Conduire d'une région à l'autre est la meilleure façon de **découvrir le Canada en toute liberté**. Explorez des villes dynamiques, des merveilles naturelles à couper le souffle, des attractions culturelles et patrimoniales emblématiques, des communautés fascinantes, et rencontrez **des gens du coin accueillants qui partagent vos intérêts** et qui vous donneront des conseils de voyage d'un point de vue local.



Aperçu du marché américain

Les voyageurs américains sont plus enclins à visiter l'Ontario, puis la Colombie-Britannique et le Québec. Toronto, les chutes Niagara, Montréal et Vancouver sont les destinations les plus prisées.



Arrivées au Canada en 2017

14,3 M

Rang du marché (en nombre d'arrivées au Canada)

1^{er}

Durée moyenne du séjour (en nuits)

4,2

Dépenses moyennes par visiteur (excluant les vols)

738 \$

Arrivées en variation annuelle (2017 p/r à 2016)

↑ 3 %

Arrivées en cumul annuel (2018 p/r à 2017 : janvier à juillet)

↑ 1 %

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

18 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

33 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

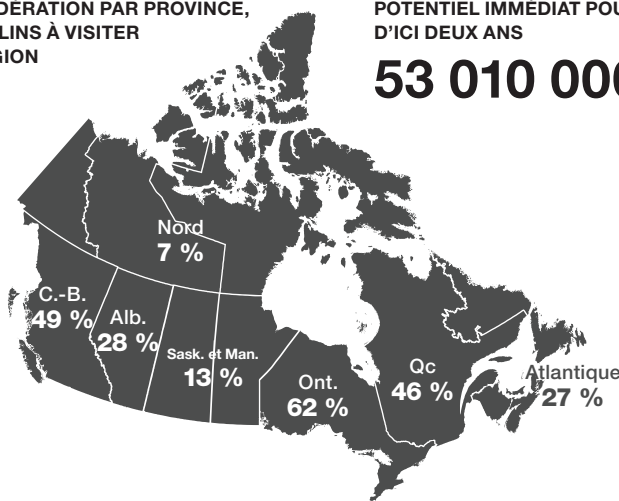
17 493 500



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

53 010 000



Dix principales activités suscitant un intérêt

- 1 Essayer des boissons et des aliments locaux
- 2 Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- 3 Parcs naturels
- 4 Randonnées ou promenades dans la nature
- 5 Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- 6 Observation de la faune et de la vie marine
- 7 Festivals ou événements touchant à la nourriture et aux boissons
- 8 Aurores boréales
- 9 Visiter des musées ou des galeries d'art
- 10 Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage

Sur 46 activités, l'intérêt pour la découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones s'est classé au 20^e rang.

Sources : Enquête sur les voyages internationaux, dénombrement à la frontière (décembre 2017 et mai 2018), Statistique Canada. Veille touristique mondiale 2017, Profils du QE de Destination Canada.



Les types de voyageurs américains

Selon les études de Destination Canada, ces deux types de voyageurs sont les plus susceptibles d'envisager dans l'immédiat un voyage au Canada.



VOYAGEURS AVIDES DE CONNAISSANCES DE 25 À 44 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Ce sont des voyageurs qui souhaitent grandir en faisant de nouvelles expériences, notamment en voyageant. Ils veulent se plonger dans une culture unique, visiter, se laisser imprégner par l'atmosphère, vivre des aventures, bien manger, se dépasser, stimuler leur intellect et parler de leur voyage. Ils sont assez autonomes pour ne pas avoir besoin d'un voyage structuré et aiment explorer les endroits où les autres ne vont pas. Les aventures actives en plein air leur plaisent davantage que de se gâter en s'offrant du luxe.

Ce qu'ils pensent du Canada

Ils perçoivent le Canada comme étant sûr, amical et regorgeant d'une nature d'une grande beauté. La scène musicale, les villes et la cuisine du Canada ont profité d'une grande couverture médiatique favorable récemment. Le pays est sur la liste de pays à visiter, mais ce n'est pas une urgence.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

La perception de la valeur est un obstacle pour les voyageurs avides de connaissances, et le coût n'est qu'un aspect parmi d'autres. Si nous faisons en sorte que l'expérience que nous offrons se distingue davantage culturellement des États-Unis et incite alors les voyageurs au dépassement de soi et à l'épanouissement personnel, ceux-ci risquent alors de se dire que notre destination « vaut davantage le coup » que d'autres endroits mieux classés dans leur liste de destinations à visiter.



ESPRITS LIBRES DE 25 À 44 ANS

Ce qu'ils attendent de leur voyage

Les esprits libres sont impulsifs et aiment se gâter. Ils accordent beaucoup d'importance à leur statut social et sont à la recherche de capital culturel pour mousser leur vie sociale. Ils veulent visiter les nouvelles destinations tendance avant tout le monde et s'en vanter. Ils veulent vivre le plus d'expériences possible, en ville et en pleine nature, pour profiter au maximum de leur voyage. Leurs besoins en voyage transformateur seront assouvis par des aventures qui représentent un défi et des expériences intellectuellement stimulantes.

Ce qu'ils pensent du Canada

Sûr. Amical. Pas très différent des États-Unis. Nature et faune exceptionnelles, mais températures un peu froides. Le pays est sur la liste de pays à visiter, mais ce n'est pas une urgence. Pas une très grande distance à parcourir.

Ce qui les empêche de réaliser leur projet de voyage

Ils manquent beaucoup de temps et sont stressés, ils pourraient même ne pas prendre les vacances qu'ils avaient prévues. Ce sera plutôt un voyage de dernière minute. Si vous n'êtes pas dans leur esprit au moment où ils peuvent partir, vous passerez à côté de l'occasion. Le Canada n'a pas l'élément fascinant qui le ferait sortir du lot. Mais puisqu'il est facile pour les Américains d'aller au Canada, nous pourrions accroître leur sentiment d'urgence si nous leur transmettons le bon message.



Activités et expériences suscitant le plus d'intérêt pour le voyageur américain

Destination Canada a identifié les types d'expériences que ces visiteurs recherchent. Vous pouvez utiliser ces thèmes pour rendre votre expérience plus attrayante pour les voyageurs en provenance des États-Unis, ou trouver des moyens de vous associer à d'autres entreprises pour cibler le client.

Nos thèmes de contenu sont développés pour l'ensemble de l'industrie mondiale, puis adaptés aux particularités de chaque marché. Ces thèmes font en sorte que notre positionnement de marque et notre vision éditoriale soient en phase avec les champs d'intérêt et les motivations à voyager de notre public cible, tout en lui présentant l'occasion de mettre le cap vers le Canada pour se retrouver.



Le courage de se dépasser

Par des défis physiques, intellectuels et émotionnels, osez faire l'expérience d'un monde hors de votre zone de confort.



Le courage de faire de nouvelles rencontres

Rencontrez des Canadiens de divers milieux, faites l'expérience de leur culture, voyez les choses à leur manière et enrichissez votre vision du monde.



Le courage de continuer à apprendre

Par les expériences culinaires et artistiques, apprenez de nouvelles choses qui vous seront utiles dans votre quotidien.



Le courage d'être soi-même

Soyez libre de quitter votre quotidien et d'être qui vous êtes vraiment au sein d'une culture ouverte et accueillante.



Le courage de sortir de la ville

Faites l'expérience du pouvoir transformateur de la nature : le silence, revenir à l'essentiel, établir la connexion avec la nature.



Aperçu du marché canadien

Potentiel du tourisme autochtone

VOYAGEURS AYANT PARTICIPÉ À UNE EXPÉRIENCE AUTOCHTONE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

9 %

POURCENTAGE DU MARCHÉ INTÉRESSÉ PAR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

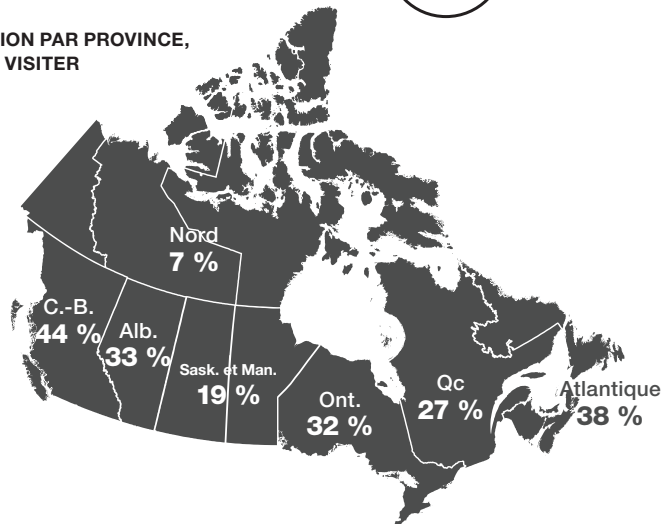
27 %

POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE TOURISME AUTOCHTONE D'ICI DEUX ANS

2 584 000



CONSIDÉRATION PAR PROVINCE, % ENCLINS À VISITER LA RÉGION



POTENTIEL IMMÉDIAT POUR LE CANADA D'ICI DEUX ANS

9 571 000



Dix principales activités suscitant un intérêt

- 1 Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes
- 2 Essayer des boissons et des aliments locaux
- 3 Randonnées ou promenades dans la nature
- 4 Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
- 5 Parcs naturels
- 6 Observation de la faune et de la vie marine
- 7 Visiter des musées ou des galeries d'art
- 8 Festivals ou événements touchant à la nourriture et aux boissons
- 9 Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins
- 10 Aurores boréales

Sur 46 activités, l'intérêt pour la découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones s'est classé au **25^e** rang.

Sources : Enquête sur les voyages internationaux, dénombrement à la frontière (décembre 2017 et mai 2018), Statistique Canada. Veille touristique mondiale 2017, Profils du QE de Destination Canada.



Destination Canada

1045, rue Howe, bureau 800
Vancouver, Colombie-Britannique
V6Z 2A9 Canada

© Destination Canada, 2018

destinationcanada.com