

CONFIDENTIEL

# PROGRAMME DE RECHERCHE SUR LES VOYAGEURS À L'ÉCHELLE MONDIALE EN 2023

RAPPORT BRUT

ENSEMBLE DE L'ALLEMAGNE PAR RAPPORT AU PUBLIC  
D'INVITÉS À VALEUR ÉLEVÉE



consortium  
DE DONNÉES TOURISTIQUES CANADIENNES

# Table des matières

<b>Vue d'ensemble de l'enquête</b>	<b>3</b>
<b>Taille du marché</b>	<b>4</b>
<b>Indicateurs clés de rendement</b>	<b>10</b>
<b>Perspectives du marché</b>	<b>13</b>
<b>Le Canada par rapport à ses concurrents</b>	<b>18</b>
<b>Intentions d'effectuer un voyage au Canada</b>	<b>38</b>
<b>Comportements de voyage</b>	<b>43</b>
<b>Voyages saisonniers</b>	<b>53</b>
<b>Tourisme autochtone</b>	<b>63</b>
<b>Voyage récent</b>	<b>67</b>
<b>Voyage récent au <u>Canada</u></b>	<b>80</b>



# Vue d'ensemble de l'enquête : marché de l'Allemagne

La population cible est composée de résidents âgés de 18 ans ou plus qui, au cours des trois dernières années, ont effectué un voyage d'agrément long-courrier d'au moins quatre nuits, dont au moins une nuitée dans un établissement d'hébergement payant, ou qui prévoient en faire un au cours des deux prochaines années.

Définition du public d'invités à valeur élevée (IVE) : Grands voyageurs susceptibles d'effectuer un voyage long-courrier au cours des deux prochaines années et dont le revenu du ménage est de 3 000 € (EUR) ou plus par mois ou qui sont à la retraite.



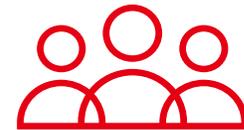
## Calendrier de l'étude sur le terrain

**Du 12 au 18 décembre 2023**



## Définition géographique des voyages admissibles

**À l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens**



## Répartition de l'échantillon

Répartition de l'échantillon :	<b>À l'échelle nationale</b>
Public d'invités à valeur élevée (IVE) :	<b>456</b>
Autres voyageurs :	<b>1 062</b>
Taille totale de l'échantillon :	<b>1 518</b>

- En 2023, Destination Canada (DC) a changé de prestataire au profit de YouGov Canada, qui utilise désormais son modèle exclusif pour cette enquête.
  - Par conséquent, aucune tendance n'est disponible pour le marché de l'Allemagne.





# Taille du marché



Yellowknife

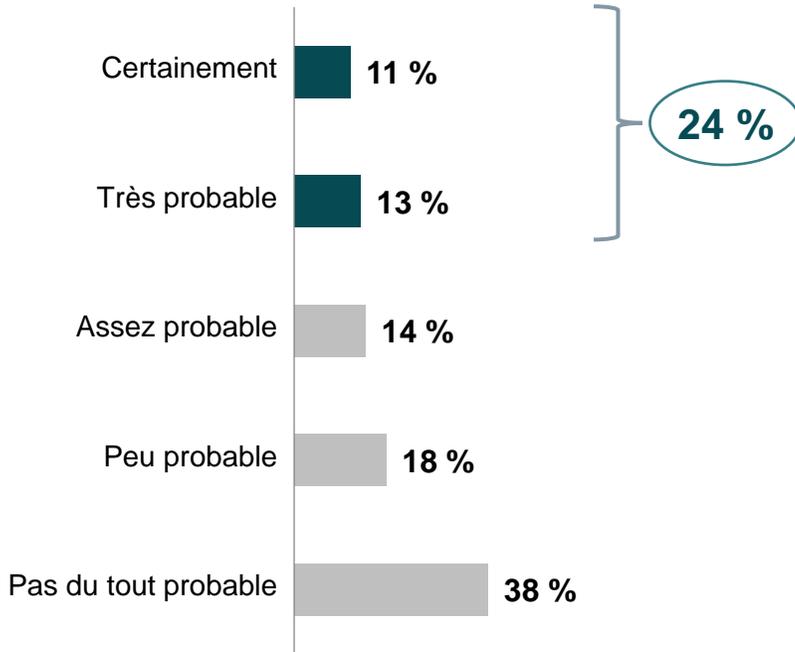
Territoires du Nord-Ouest



# Voyages d'agrément long-courriers effectués (ensemble de la population)



## Prévoient effectuer un voyage d'agrément long-courrier au cours des deux prochaines années



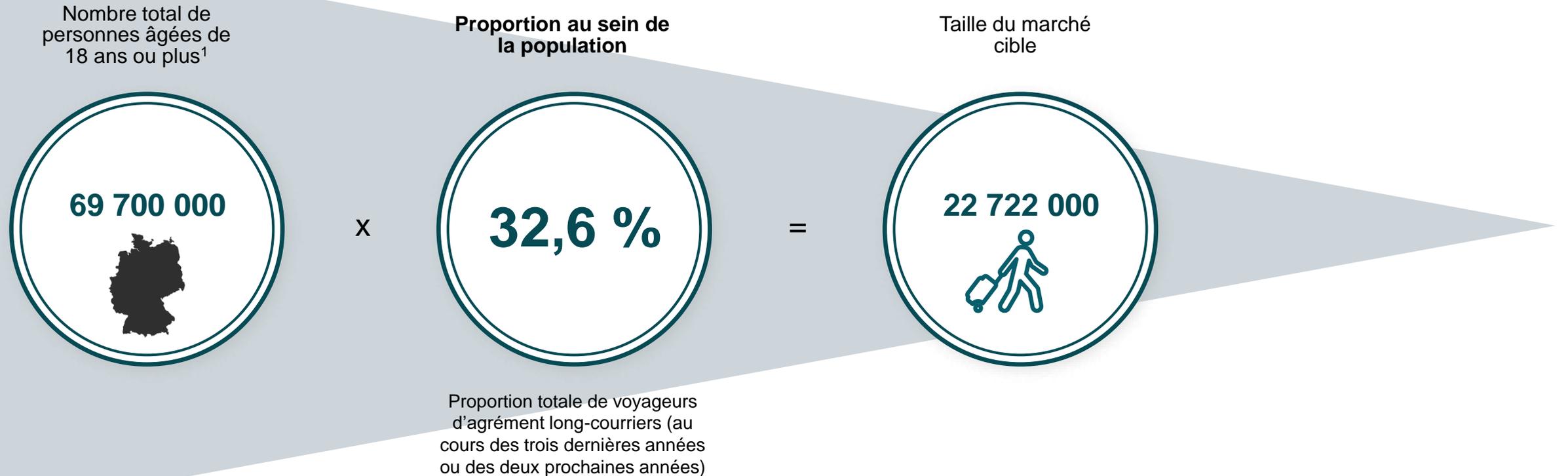
## Proportion au sein de la population



Proportion totale de voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années)

5 <sup>^</sup> Long-courrier = à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens.  
Remarque : Les résultats sont ceux de l'enquête omnibus réalisée par YouGov Canada en 2023.  
Base : Ensemble de la population âgée de 18 ans ou plus (n=2 122).

# Taille du marché des voyageurs d'agrément long-courriers

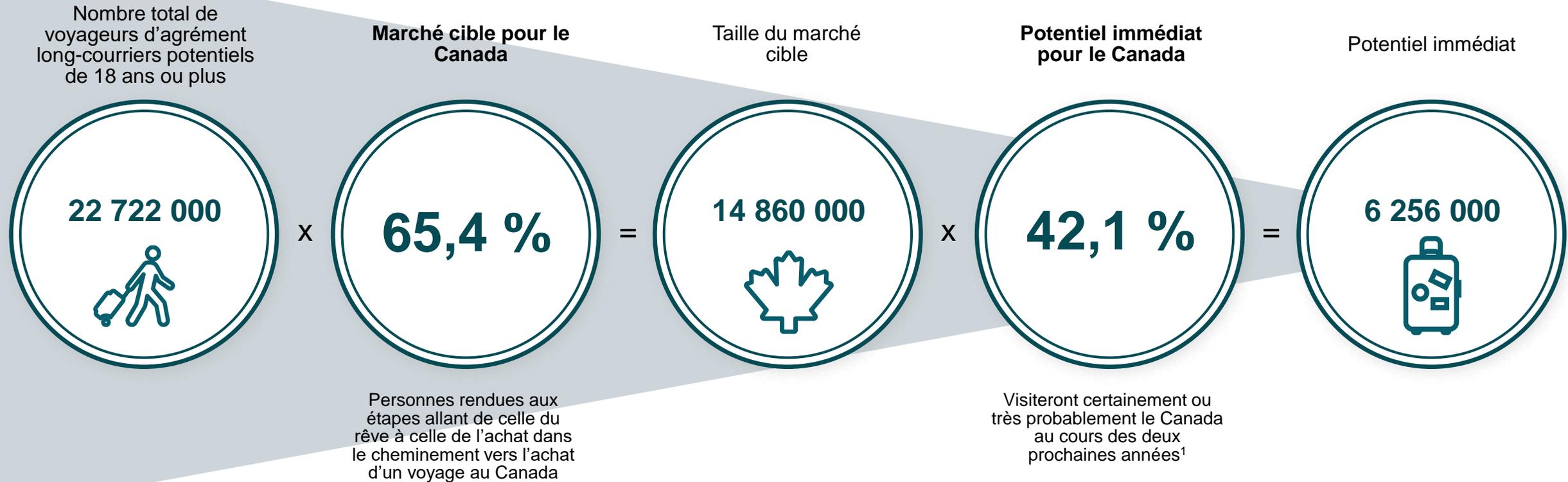


6 <sup>1</sup> Source : Estimations de 2023, Office fédéral des statistiques de l'Allemagne.  
Remarque : Les résultats sont ceux de l'enquête omnibus réalisée par YouGov Canada en 2023.  
Base : Ensemble de la population âgée de 18 ans ou plus (n=2 122).



# Taille du marché potentiel pour le Canada

## Taille du marché potentiel pour le Canada (deux prochaines années)



<sup>1</sup> Inclut les personnes susceptibles de visiter le Canada lors d'un voyage d'une à trois nuits, ou de quatre nuits ou plus.

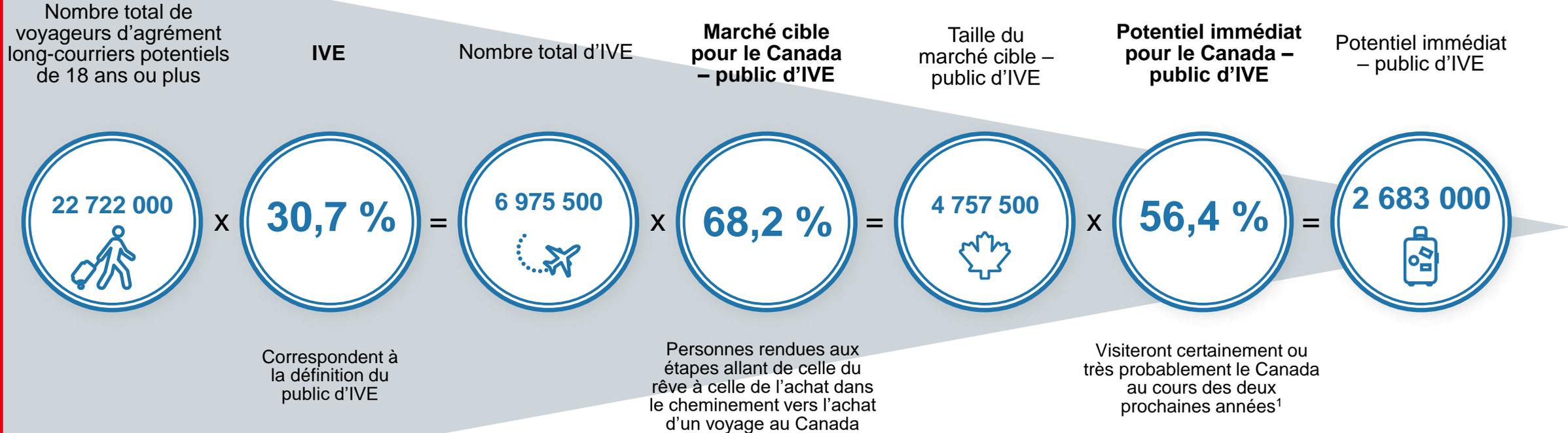
Base : Marché cible pour le Canada = voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 518]; potentiel immédiat pour le Canada = personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada (n=992).

C1. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre situation actuelle lorsque vous envisagez chacune des destinations suivantes pour un voyage de vacances? (Sélectionnez une seule réponse pour chacune.)

E1. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous effectuiez un voyage de vacances au Canada au cours des **deux prochaines années**? (Sélectionnez une seule réponse.)

# Taille du marché potentiel pour le Canada

## Taille du marché potentiel pour le Canada (deux prochaines années) – public d'IVE



<sup>1</sup> Inclut les personnes susceptibles de visiter le Canada lors d'un voyage d'une à trois nuits, ou de quatre nuits ou plus.

Base : Marché cible pour le Canada = voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années), public d'IVE (n=456); potentiel immédiat pour le Canada = personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada (n=311).

C1. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre situation actuelle lorsque vous envisagez chacune des destinations suivantes pour un voyage de vacances? (Sélectionnez une seule réponse pour chacune.)

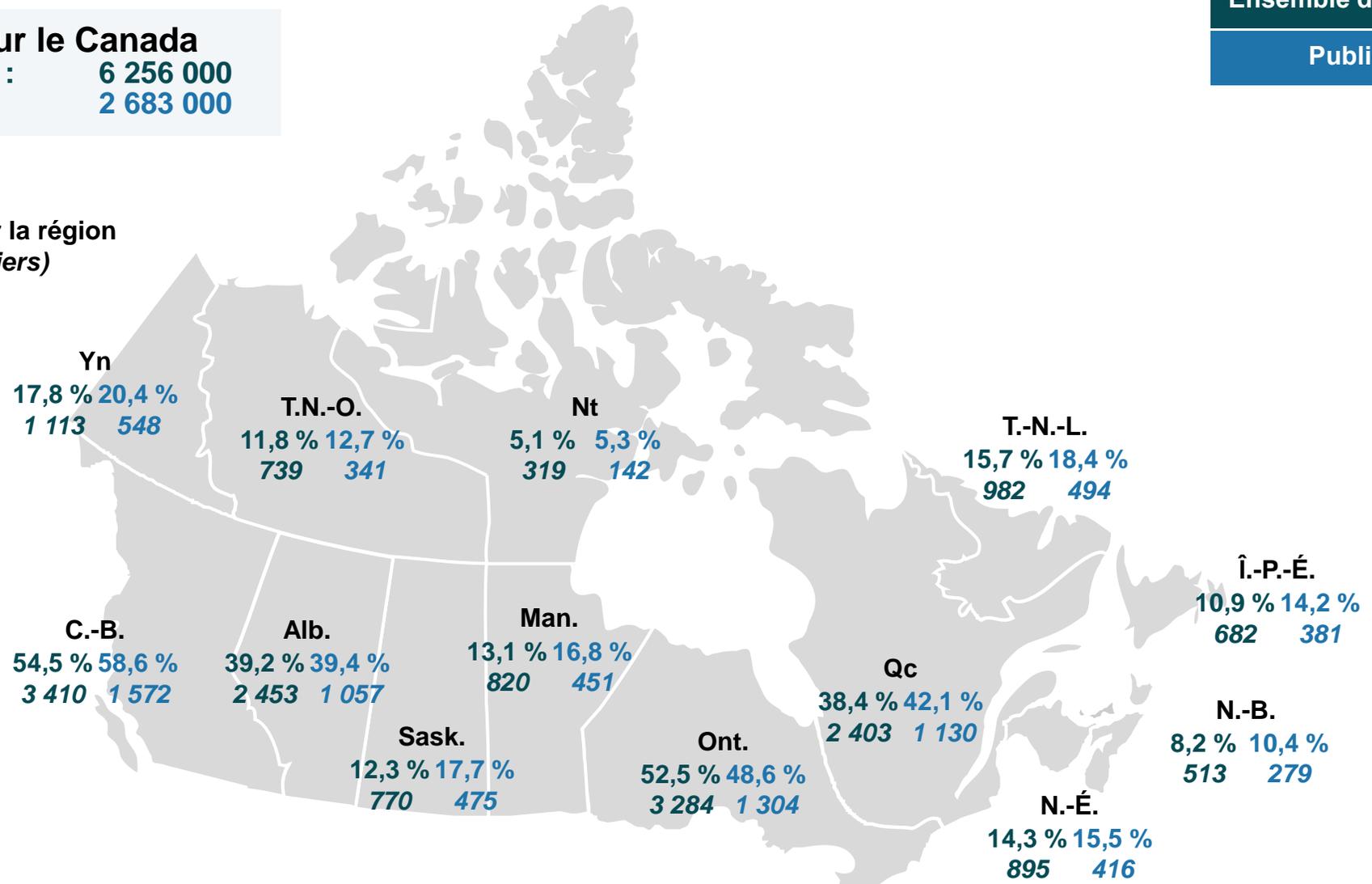
E1. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous effectuiez un voyage de vacances au Canada au cours des **deux prochaines années**? (Sélectionnez une seule réponse.)

# Taille du marché potentiel pour les régions

**Potentiel immédiat pour le Canada**  
 Ensemble de l'Allemagne : 6 256 000  
 Public d'IVE : 2 683 000

**Légende :**

Proportion susceptible de visiter la région  
*Potentiel immédiat (en milliers)*





# Indicateurs clés de rendement



Parc national de Prince Albert  
Saskatchewan



# Indicateurs clés de rendement

Indicateur	Définition	Ensemble des voyageurs long-courriers (n=1 518)	Public d'IVE (n=456)
<b>Considération spontanée de la destination</b>	Proportion mentionnant le Canada ou une destination canadienne parmi les destinations envisagées <sup>1</sup>	<b>9 %</b>	<b>14 %<sup>+</sup></b>
<b>Considération assistée de la destination</b>	Proportion répondant 4 ou 5 sur 5 (« Je l'envisage sérieusement ») au sujet du Canada	<b>47 %</b>	<b>56 %<sup>+</sup></b>
<b>Connaissance assistée des possibilités de voyage au Canada</b>	Proportion ayant une excellente ou une très bonne connaissance des possibilités de voyage au Canada	<b>32 %</b>	<b>45 %<sup>+</sup></b>
<b>Voyages précédents</b>	Proportion ayant déjà effectué un voyage d'agrément au Canada	<b>32 %</b>	<b>50 %<sup>+</sup></b>

<sup>1</sup> Pour y effectuer un voyage au cours des deux prochaines années.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années).

B1. Vous avez indiqué que vous êtes susceptible d'effectuer un voyage de vacances long-courrier à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens au cours des deux prochaines années. Quelles destinations envisagez-vous sérieusement? (Indiquez un maximum de trois destinations.)

C2. Vous l'avez peut-être déjà indiqué, mais envisageriez-vous de visiter les destinations suivantes au cours des deux prochaines années? Répondez selon une échelle à cinq niveaux : le niveau 1 correspond à « Je ne l'envisage absolument pas » et le niveau 5 correspond à « Je l'envisage sérieusement ».

C5. Comment évalueriez-vous votre niveau de connaissance des possibilités de voyages de vacances pour chacune des destinations suivantes? (Sélectionnez une seule réponse pour chacune.)

B5. Parmi les pays et les régions ci-dessous, lesquels avez-vous déjà visités lors d'un voyage de vacances de quatre nuits ou plus à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens?

**+** / **-** = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



Indicateur	Définition	Ensemble des voyageurs long-courriers	Public d'IVE
<b>Considération spontanée de la destination pour un voyage en <u>automne</u></b>	Proportion mentionnant le Canada ou une destination canadienne <sup>1</sup>	10 %	16 % <sup>+</sup>
<b>Considération assistée de la destination pour un voyage en <u>automne</u></b>	Proportion envisageant le Canada pour un voyage en septembre, en octobre ou en novembre <sup>2</sup>	51 %	57 % <sup>+</sup>
<b>Considération spontanée de la destination pour un voyage en <u>hiver</u></b>	Proportion mentionnant le Canada ou une destination canadienne <sup>1</sup>	9 %	10 %
<b>Considération assistée de la destination pour un voyage en <u>hiver</u></b>	Proportion envisageant le Canada pour un voyage en décembre, en janvier ou en février <sup>2</sup>	23 %	29 % <sup>+</sup>
<b>Considération spontanée comme destination de <u>tourisme autochtone</u></b>	Proportion mentionnant le Canada ou une destination canadienne	7 %	6 %

<sup>1</sup> Parmi les personnes ayant répondu aux questions sur les voyages en hiver ou en automne.

<sup>2</sup> Parmi les personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années).

B2. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous envisagez de voyager pour découvrir la **saïson hivernale**? Ensemble (n=731); IVE (n=218)

B3. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous envisagez de voyager pour découvrir la **saïson automnale**? Ensemble (n=787); IVE (n=238)

C7. Pendant quels mois de l'année envisageriez-vous d'effectuer un voyage de vacances vers chacune des destinations suivantes au cours des deux prochaines années? Ensemble (n=992); IVE (n=311)

B4. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous pensez au **tourisme autochtone**? Ensemble (n=1 518); IVE (n=456)

<sup>+</sup> / <sup>-</sup> = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Perspectives du marché



St. John's

Terre-Neuve-et-Labrador



# Perspectives du marché

Indicateur	Définition	Ensemble des voyageurs long-courriers (n=1 518)	Public d'IVE (n=456)
<b>Voyages d'agrément long-courriers effectués</b>	Proportion ayant effectué un voyage d'agrément long-courrier au cours des trois dernières années	<b>79 %</b>	<b>100 %+</b>
<b>Intentions d'effectuer un voyage long-courrier</b>	Proportion prévoyant <sup>1</sup> effectuer un voyage d'agrément long-courrier au cours des deux prochaines années	<b>75 %</b>	<b>100 %+</b>
<b>Perspectives du marché (variation nette des voyages long-courriers)</b>	Proportion prévoyant <u>dépenser un peu plus</u> pour des voyages à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens au cours des 12 prochains mois, <b>MOINS</b> celle prévoyant <u>dépenser un peu moins</u>	<b>-7 %</b>	<b>+10 %</b>

<sup>1</sup> Personnes qui effectueront certainement ou très probablement un voyage d'agrément long-courrier au cours des deux prochaines années.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années).

A7. Au cours des trois dernières années, avez-vous effectué un voyage de vacances long-courrier de quatre nuits ou plus à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens, lors duquel vous avez passé au moins une nuitée dans un établissement d'hébergement payant? (Sélectionnez une seule réponse.)

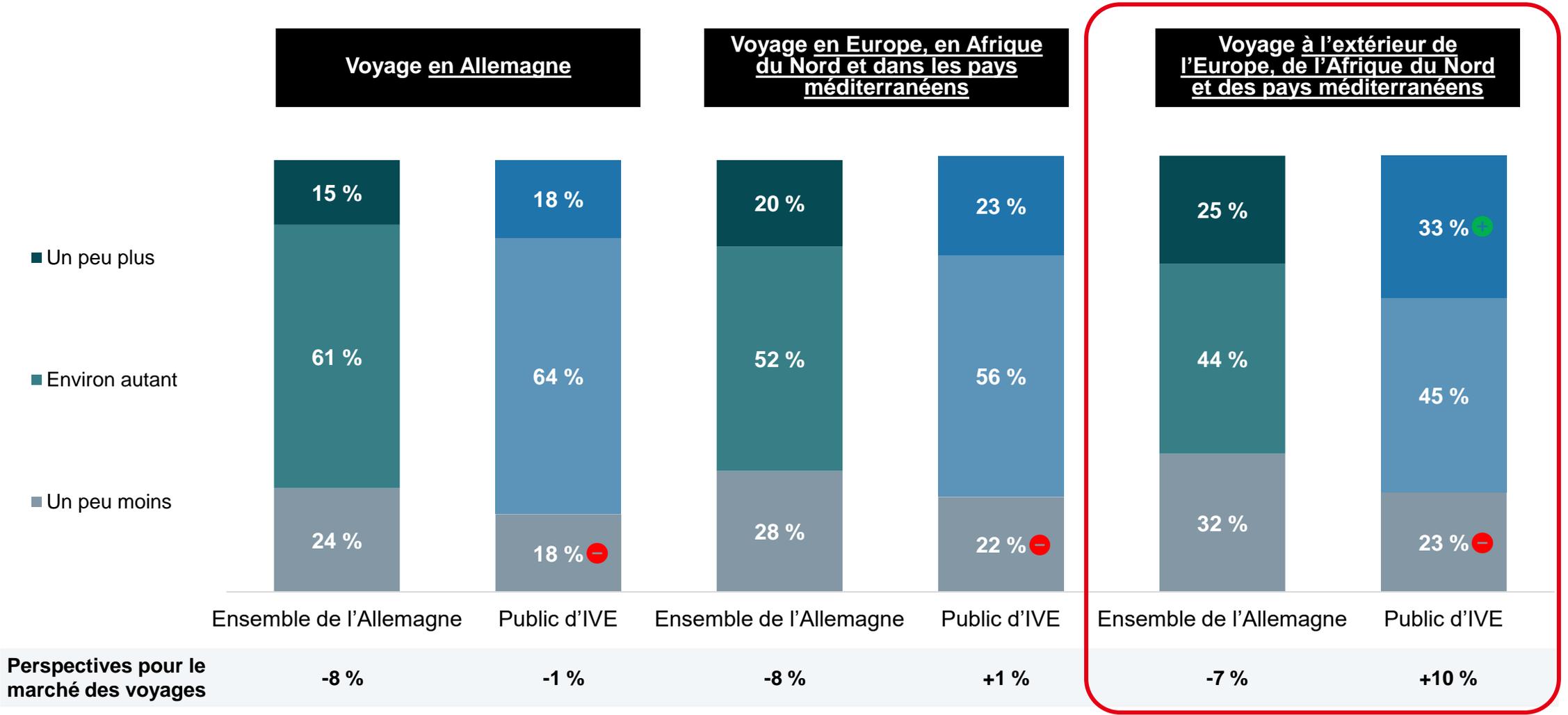
A9. Au cours des deux prochaines années, quelle est la probabilité que vous effectuiez un voyage de vacances long-courrier de quatre nuits ou plus à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens, lors duquel vous passerez au moins une nuitée dans un établissement d'hébergement payant? (Sélectionnez une seule réponse.)

A5. Comment décririez-vous vos intentions en matière de dépenses pour les achats suivants au cours des 12 prochains mois comparativement aux 12 derniers mois? Dépenserez-vous pour...?

**+** / **-** = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Intentions en matière de dépenses (12 prochains mois)



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

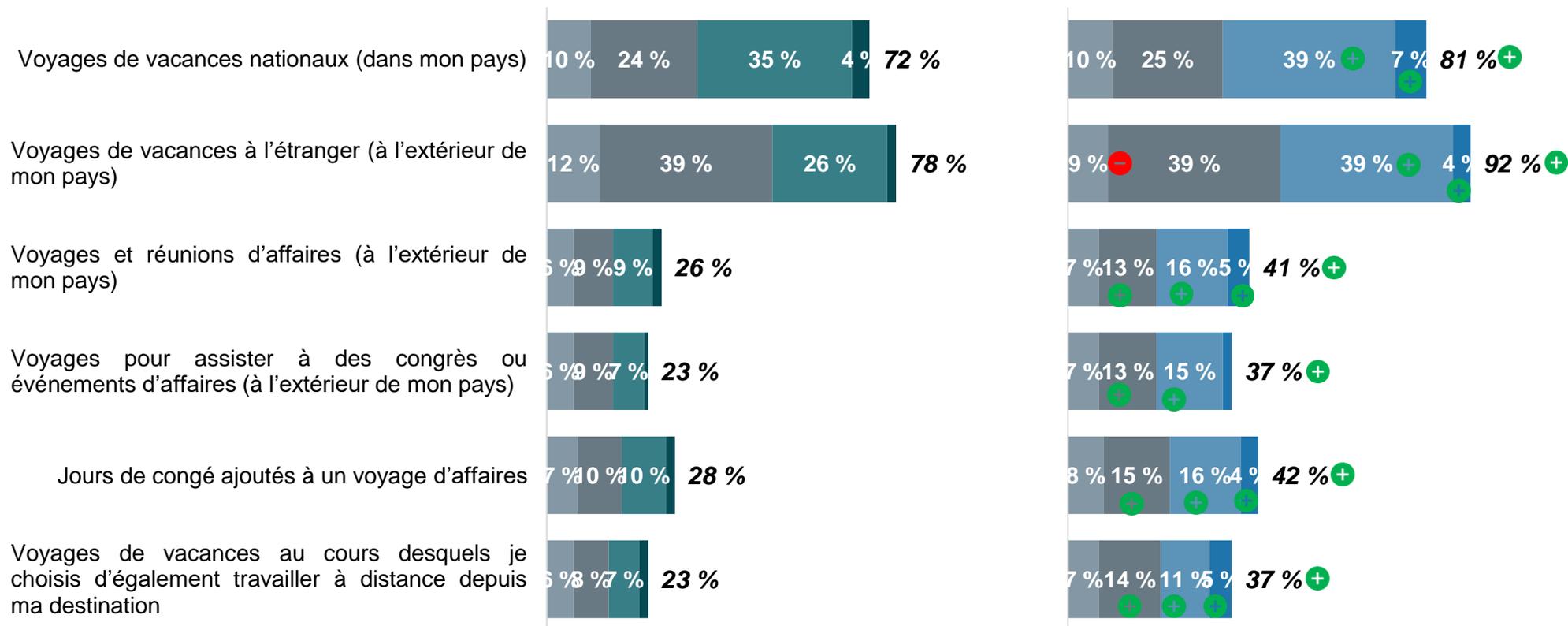


# Types de voyages

## Ensemble de l'Allemagne

## Public d'IVE

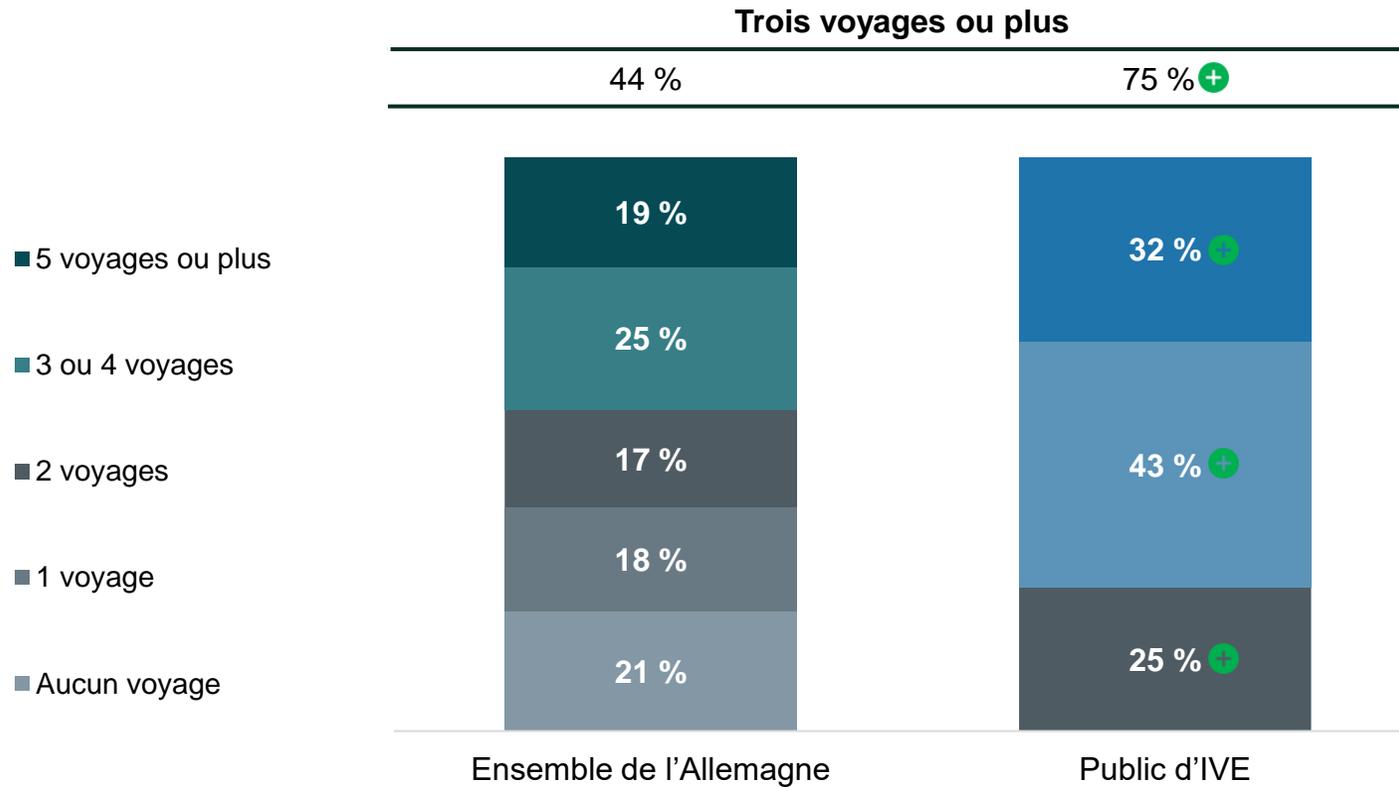
■ Parfois (une fois tous les deux ans) ■ Régulièrement (une fois par an) ■ Souvent (plusieurs fois par an) ■ Très souvent (environ une fois par mois ou plus) ■ Au moins une fois tous les deux ans



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Fréquence des voyages long-courriers



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)





# Le Canada par rapport à ses concurrents



Peggy's Cove  
Nouvelle-Écosse

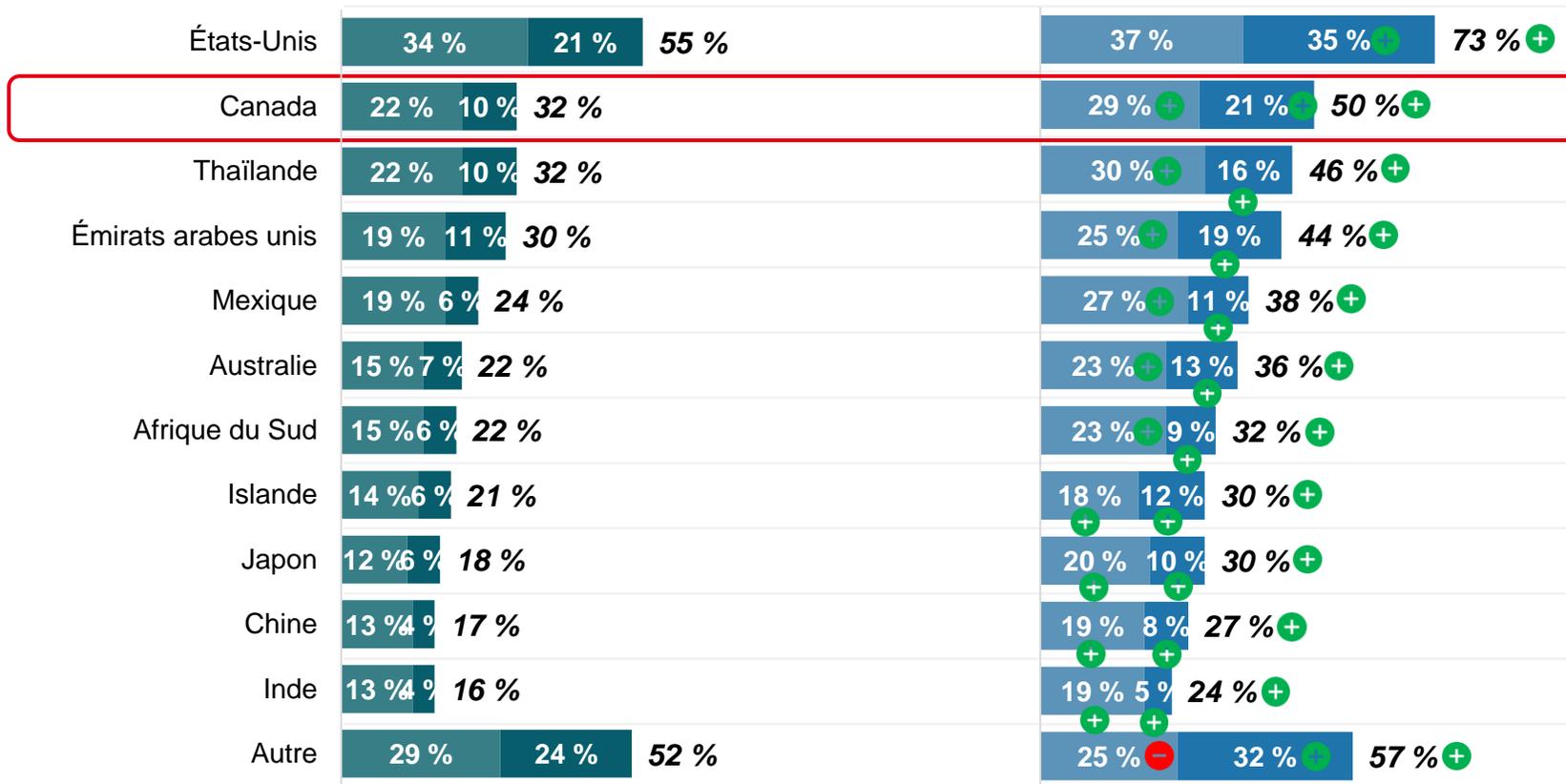


# Voyages précédents

## Ensemble de l'Allemagne

## Public d'IVE

■ Visité il y a plus de trois ans ■ Visité au cours des trois dernières années *Déjà visité*

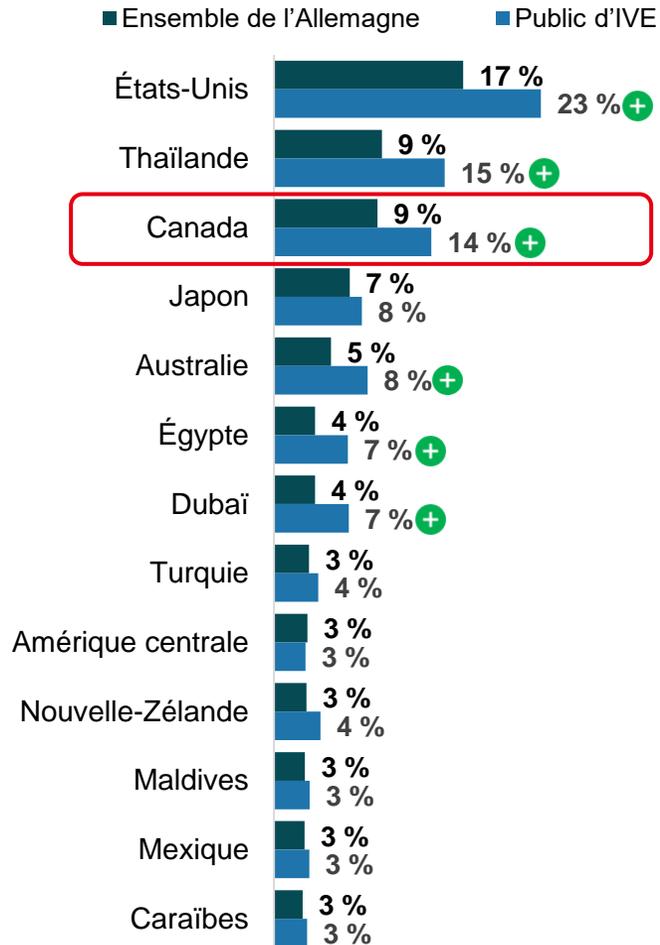


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

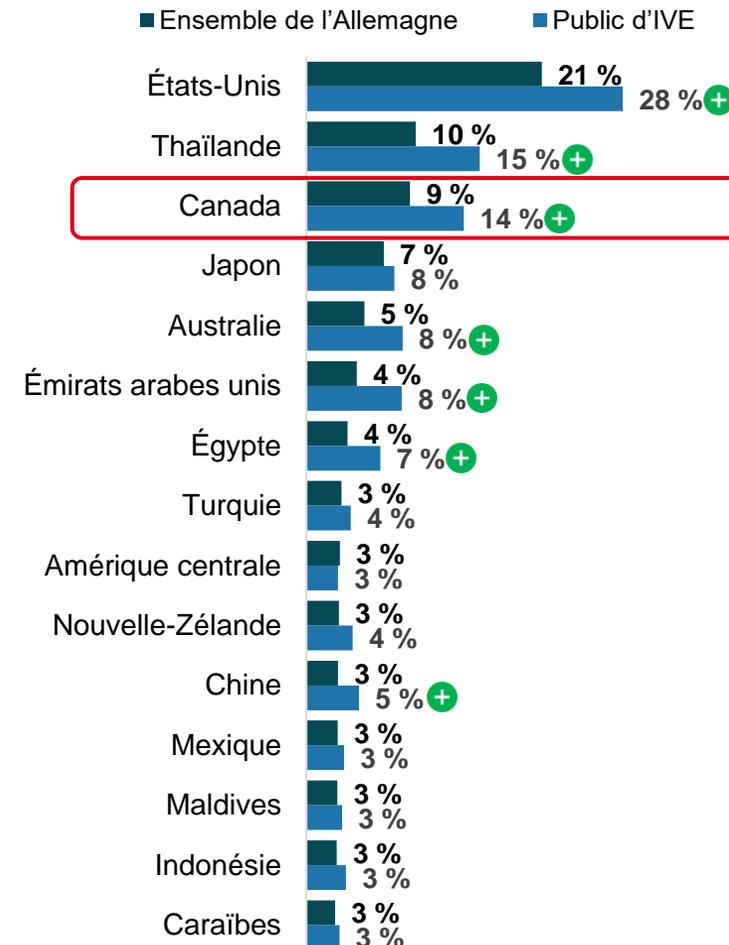


# Considération spontanée des destinations long-courriers (deux prochaines années)

## Principales marques de destination<sup>1</sup>



## Principales destinations<sup>2</sup>



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

<sup>1</sup> Réponses fournies telles quelles (p. ex. pourcentage de personnes qui ont mentionné spécifiquement le Canada).

<sup>2</sup> Total des mentions de la marque par pays (p. ex. pourcentage de personnes qui ont répondu le Canada ou toute destination au Canada).

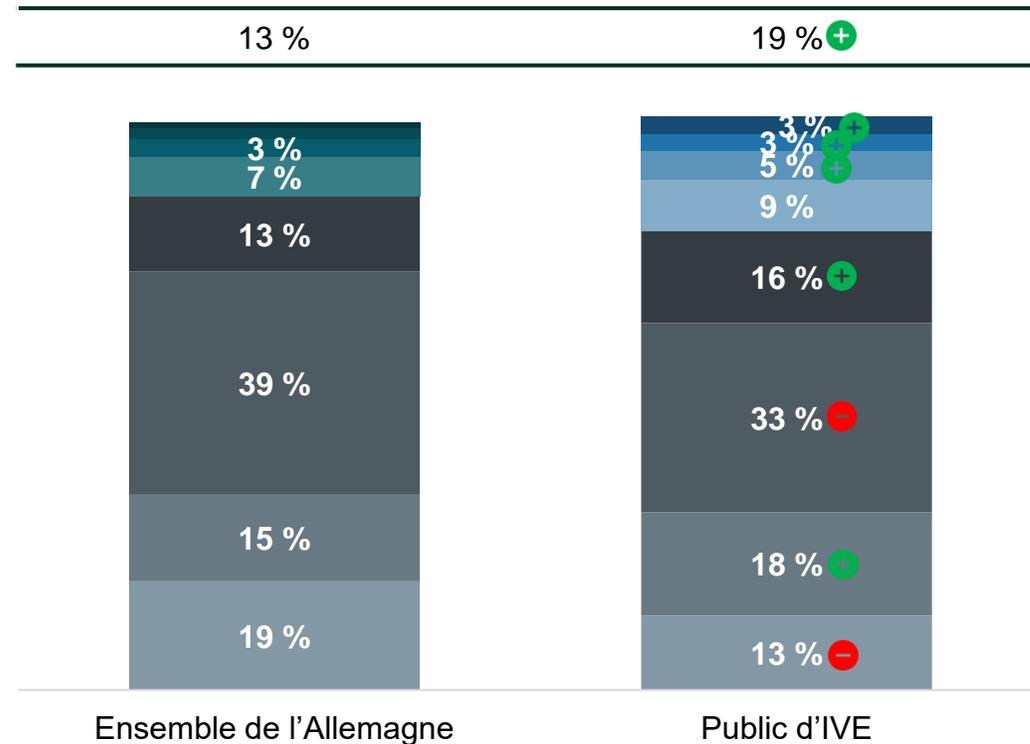
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 518]; IVE (n=456).

B1. Vous avez indiqué que vous êtes susceptible d'effectuer un voyage de vacances long-courrier au cours des deux prochaines années. Quelles destinations envisagez-vous sérieusement? (Indiquez un maximum de trois destinations.)



# Cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada

Taux de planification active net (quatre réponses supérieures)

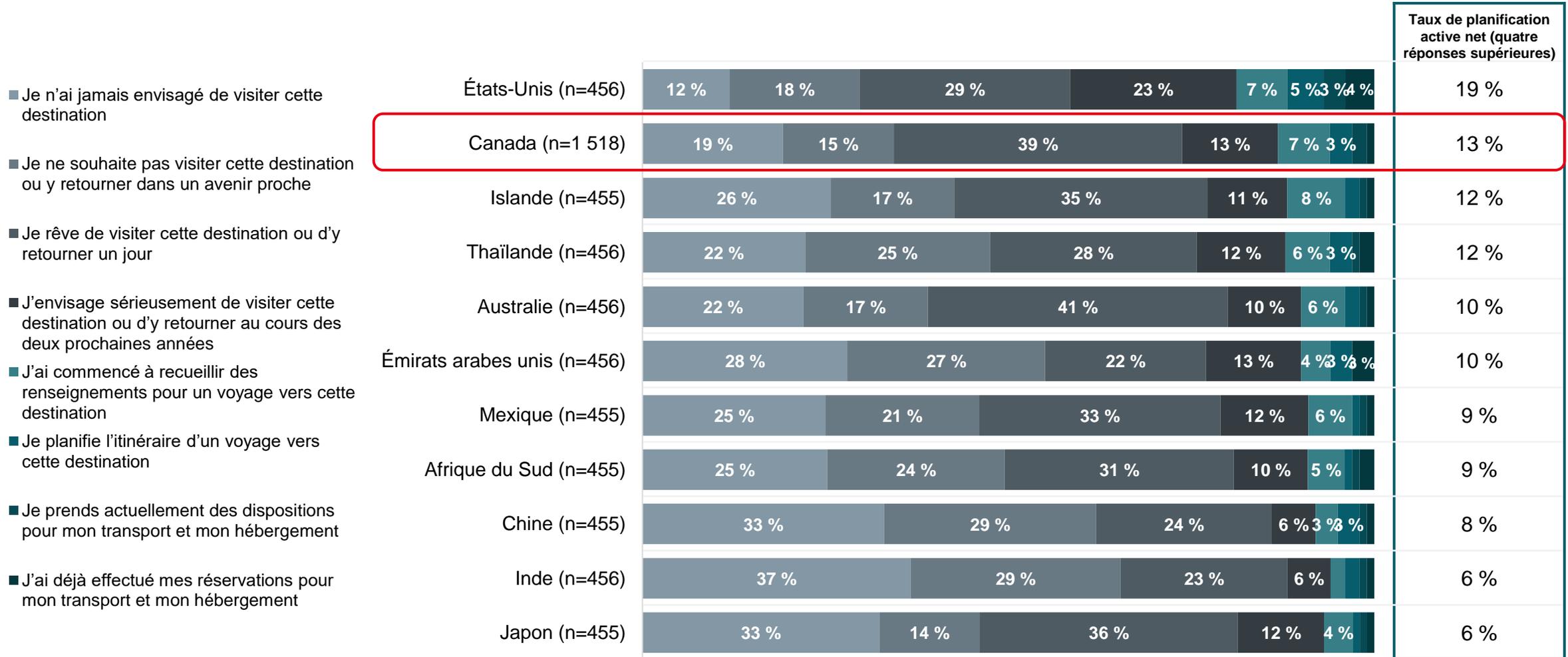


- J'ai déjà effectué mes réservations pour mon transport et mon hébergement
- Je prends actuellement des dispositions pour mon transport et mon hébergement
- Je planifie l'itinéraire d'un voyage vers cette destination
- J'ai commencé à recueillir des renseignements pour un voyage vers cette destination
- J'envisage sérieusement de visiter cette destination ou d'y retourner au cours des deux prochaines années
- Je rêve de visiter cette destination ou d'y retourner un jour
- Je ne souhaite pas visiter cette destination ou y retourner dans un avenir proche
- Je n'ai jamais envisagé de visiter cette destination

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Étape du cycle d'achat – ensemble de l'Allemagne

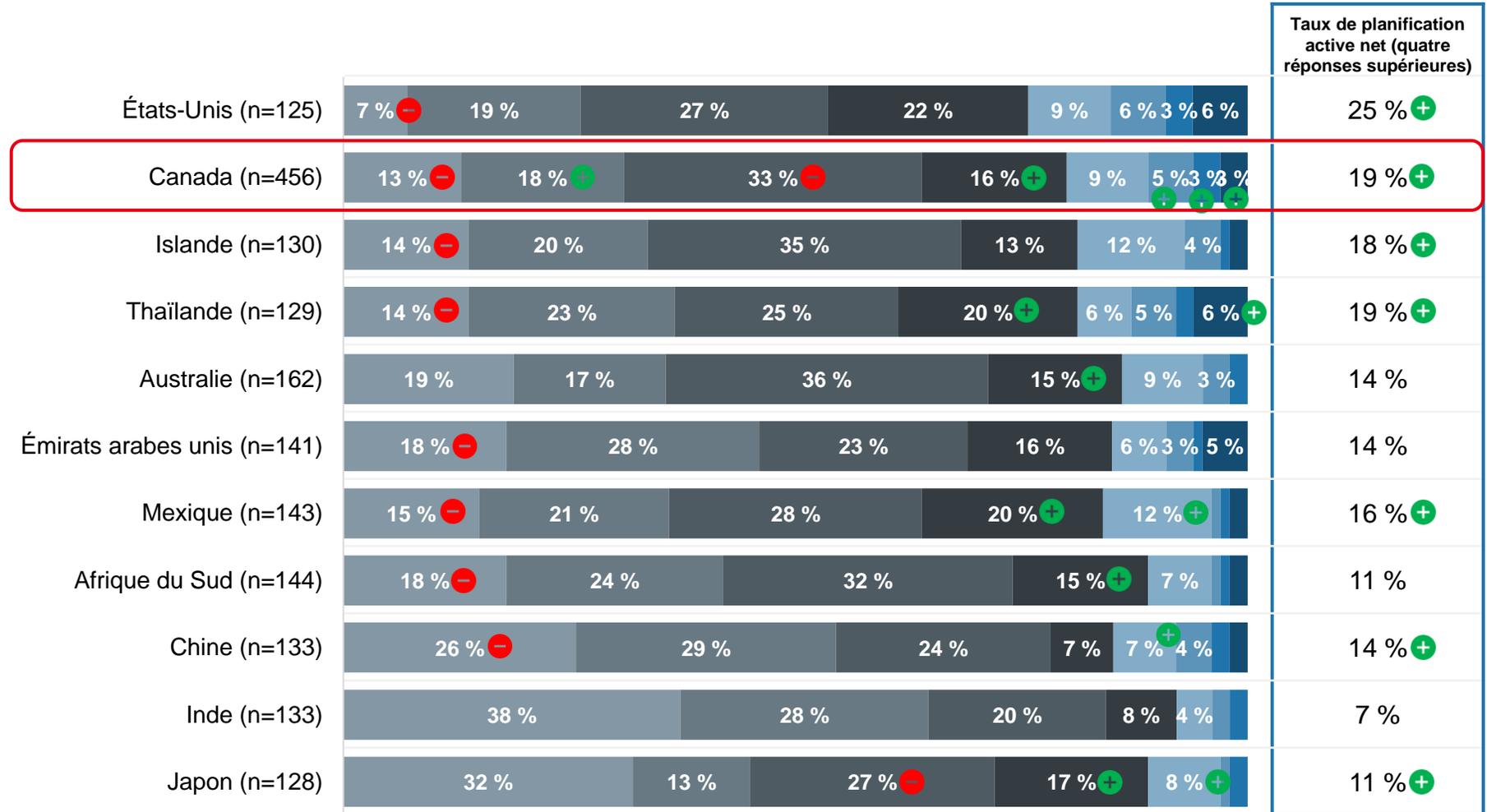


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Étape du cycle d'achat – public d'IVE

- Je n'ai jamais envisagé de visiter cette destination
- Je ne souhaite pas visiter cette destination ou y retourner dans un avenir proche
- Je rêve de visiter cette destination ou d'y retourner un jour
- J'envisage sérieusement de visiter cette destination ou d'y retourner au cours des deux prochaines années
- J'ai commencé à recueillir des renseignements pour un voyage vers cette destination
- Je planifie l'itinéraire d'un voyage vers cette destination
- Je prends actuellement des dispositions pour mon transport et mon hébergement
- J'ai déjà effectué mes réservations pour mon transport et mon hébergement

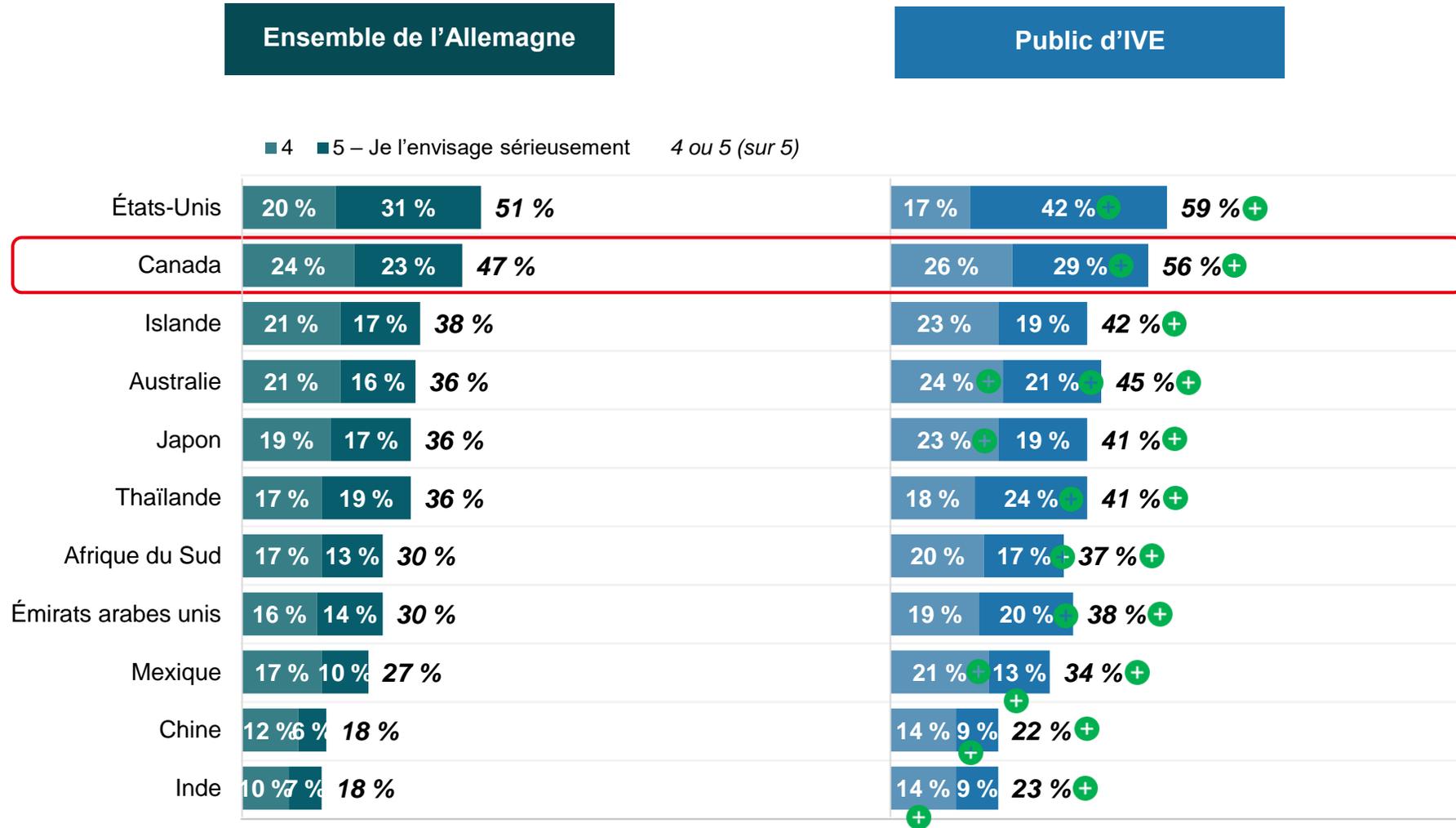


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

23 Remarque : Toutes les personnes sondées ont évalué le Canada ainsi que trois pays choisis au hasard parmi les destinations concurrentes.  
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont évalué [DESTINATION], public d'IVE.  
 C1. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre situation actuelle lorsque vous envisagez chacune des destinations suivantes pour un voyage de vacances?  
 (Sélectionnez une seule réponse pour chacune.)



# Considération des destinations (deux prochaines années)



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Considération des destinations par saison

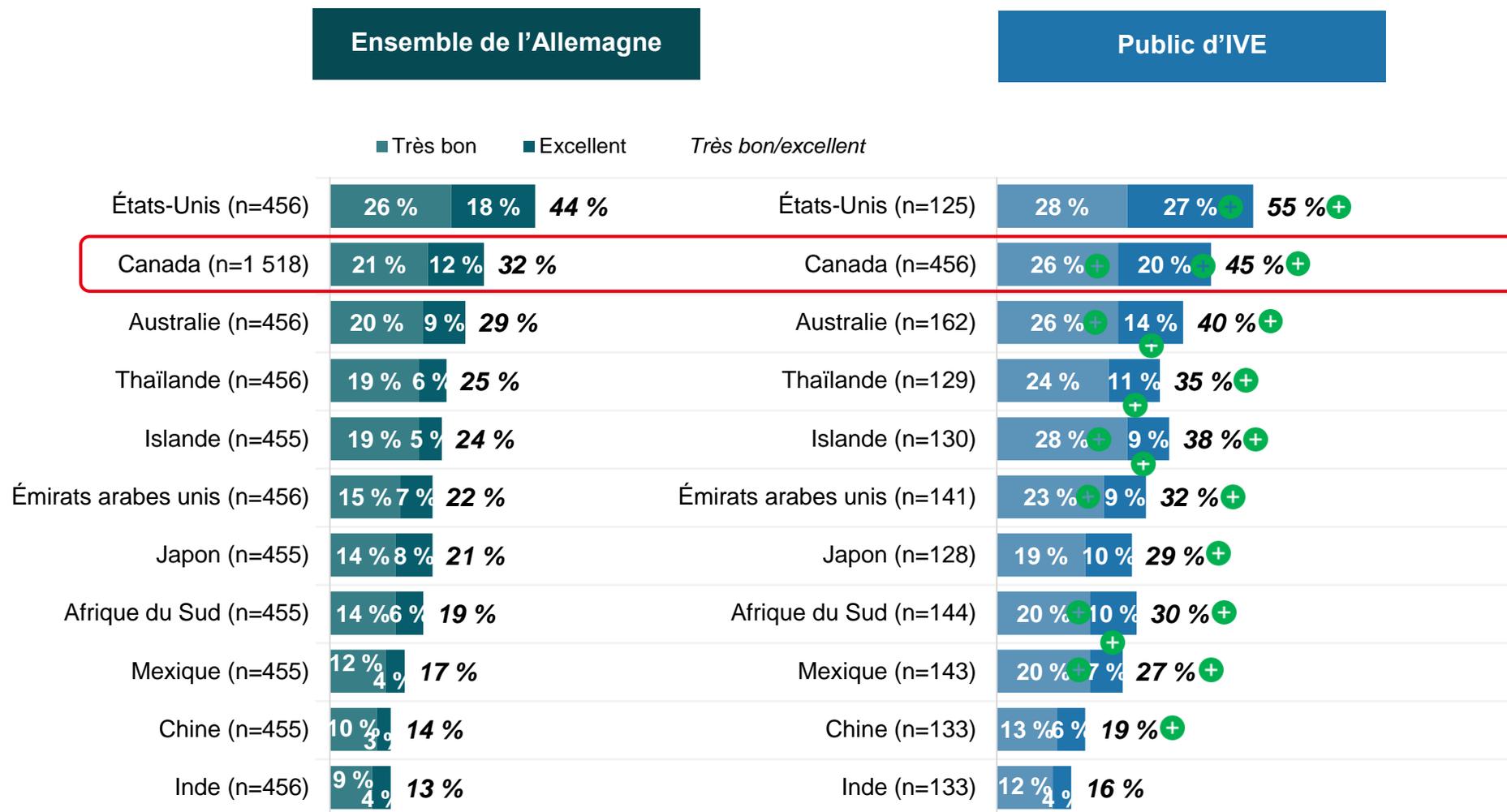
Ensemble de l'Allemagne	Hiver (déc., janv., févr.)	Printemps (mars, avr., mai)	Été (juin, juill., août)	Automne (sept., oct., nov.)
<b>Australie</b> (n=280)	43 %	43 %	29 %	42 %
<b>Canada</b> (n=992)	23 %	38 %	56 %	51 %
<b>Chine</b> (n=173)	21 %	47 %	39 %	38 %
<b>Islande</b> (n=261)	25 %	38 %	58 %	40 %
<b>Inde</b> (n=157)	34 %	44 %	34 %	35 %
<b>Japon</b> (n=246)	21 %	49 %	37 %	35 %
<b>Mexique</b> (n=247)	35 %	46 %	32 %	39 %
<b>Afrique du Sud</b> (n=232)	42 %	41 %	25 %	45 %
<b>Thaïlande</b> (n=238)	45 %	42 %	30 %	43 %
<b>Émirats arabes unis</b> (n=207)	48 %	49 %	23 %	48 %
<b>États-Unis</b> (n=321)	31 %	50 %	53 %	48 %

Public d'IVE	Hiver (déc., janv., févr.)	Printemps (mars, avr., mai)	Été (juin, juill., août)	Automne (sept., oct., nov.)
<b>Australie</b> (n=105)	44 %	43 %	33 %	40 %
<b>Canada</b> (n=311)	29 % +	43 % +	59 %	57 % +
<b>Chine</b> (n=60)	25 %	49 %	50 % +	55 % +
<b>Islande</b> (n=85)	30 %	43 %	56 %	40 %
<b>Inde</b> (n=46)	41 %	33 %	43 %	28 %
<b>Japon</b> (n=71)	24 %	55 %	43 %	33 %
<b>Mexique</b> (n=92)	32 %	49 %	44 % +	38 %
<b>Afrique du Sud</b> (n=83)	37 %	42 %	26 %	48 %
<b>Thaïlande</b> (n=81)	54 % +	50 %	33 %	48 %
<b>Émirats arabes unis</b> (n=75)	55 %	52 %	34 % +	60 % +
<b>États-Unis</b> (n=92)	42 % +	60 % +	60 %	51 %

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Connaissance des possibilités de vacances



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

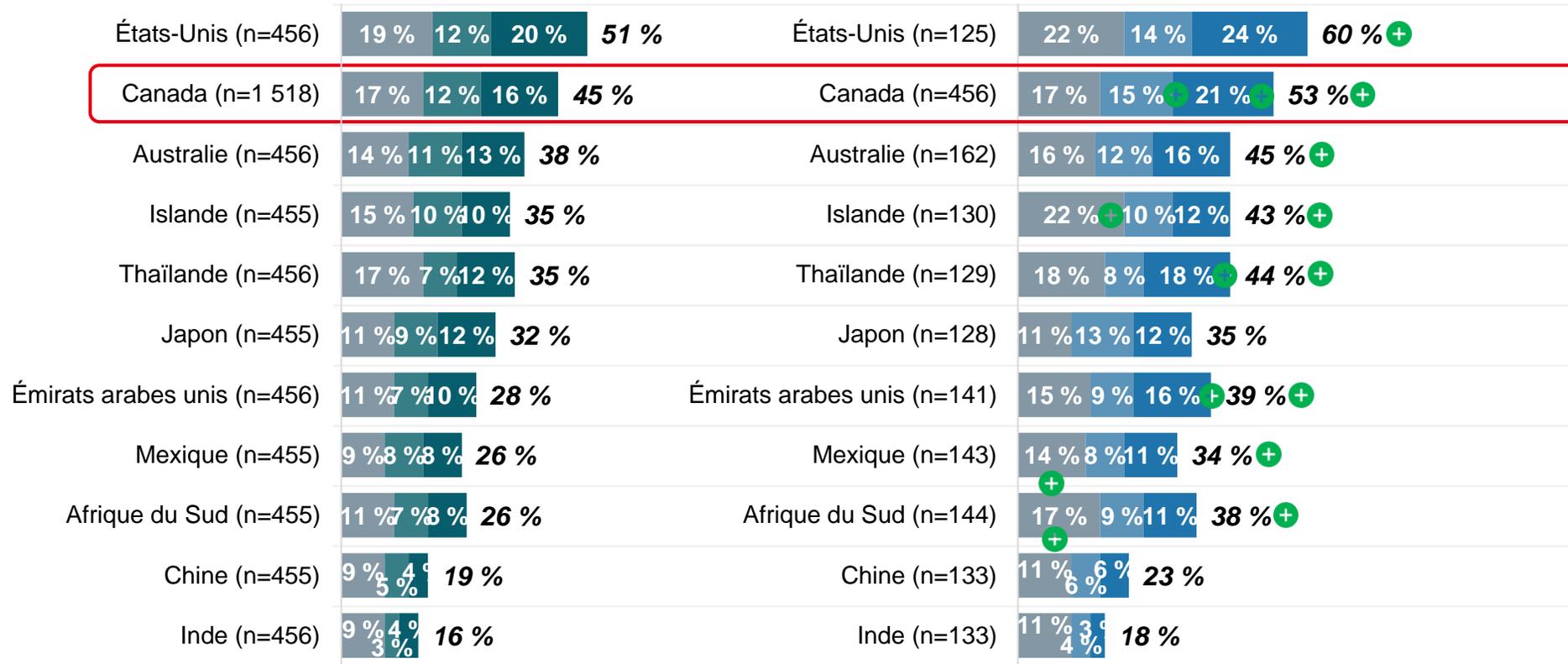


# Adéquation de la destination

## Ensemble de l'Allemagne

## Public d'IVE

■ 8 ■ 9 ■ 10 – Exactement ce que je recherche *Trois réponses supérieures*



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

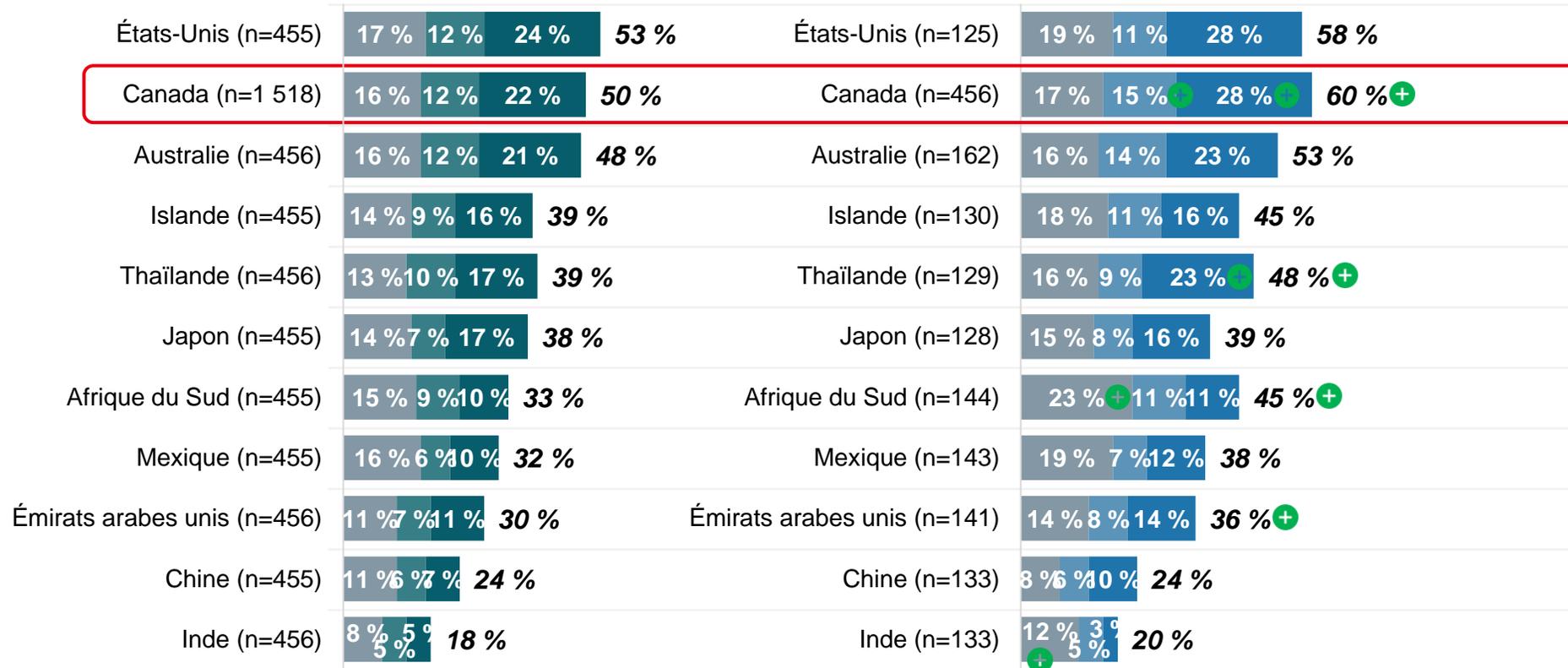


# Attrait de la destination

## Ensemble de l'Allemagne

## Public d'IVE

■ 8 ■ 9 ■ 10 – Entièrement d'accord *Trois réponses supérieures*



<sup>+</sup> / <sup>-</sup> = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Taux de recommandation net



## Ensemble de l'Allemagne

## Public d'IVE

■ Détracteurs (0 à 6) ■ Neutres (7 et 8) ■ Promoteurs (9 et 10)

	Taux			Taux		Taux			Taux
Canada (n=475)	16 %	33 %	51 %	+35 %	Canada (n=225)	15 %	33 %	53 %	+38 %
États-Unis (n=823)	25 %	33 %	42 %	+17 %	États-Unis (n=331)	21 % -	34 %	44 %	+23 %
Australie (n=329)	25 %	36 %	39 %	+14 %	Australie (n=166)	23 %	40 %	37 %	+14 %
Thaïlande (n=478)	29 %	31 %	40 %	+11 %	Thaïlande (n=208)	26 %	35 %	39 %	+13 %
Islande (n=307)	29 %	34 %	37 %	+7 %	Islande (n=138)	29 %	37 %	34 %	+5 %
Japon (n=277)	31 %	32 %	37 %	+6 %	Japon (n=134)	30 %	35 %	35 %	+5 %
Afrique du Sud (n=323)	35 %	34 %	31 %	-4 %	Afrique du Sud (n=147)	31 %	40 % +	29 %	-3 %
Émirats arabes unis (n=455)	39 %	32 %	29 %	-10 %	Émirats arabes unis (n=198)	38 %	33 %	29 %	-10 %
Mexique (n=365)	38 %	36 %	26 %	-11 %	Mexique (n=172)	36 %	38 %	26 %	-11 %
Inde (n=243)	44 %	33 %	23 %	-21 %	Inde (n=109)	42 %	38 %	21 %	-21 %
Chine (n=258)	50 %	31 %	18 %	-32 %	Chine (n=123)	43 % -	36 %	20 %	-23 % +

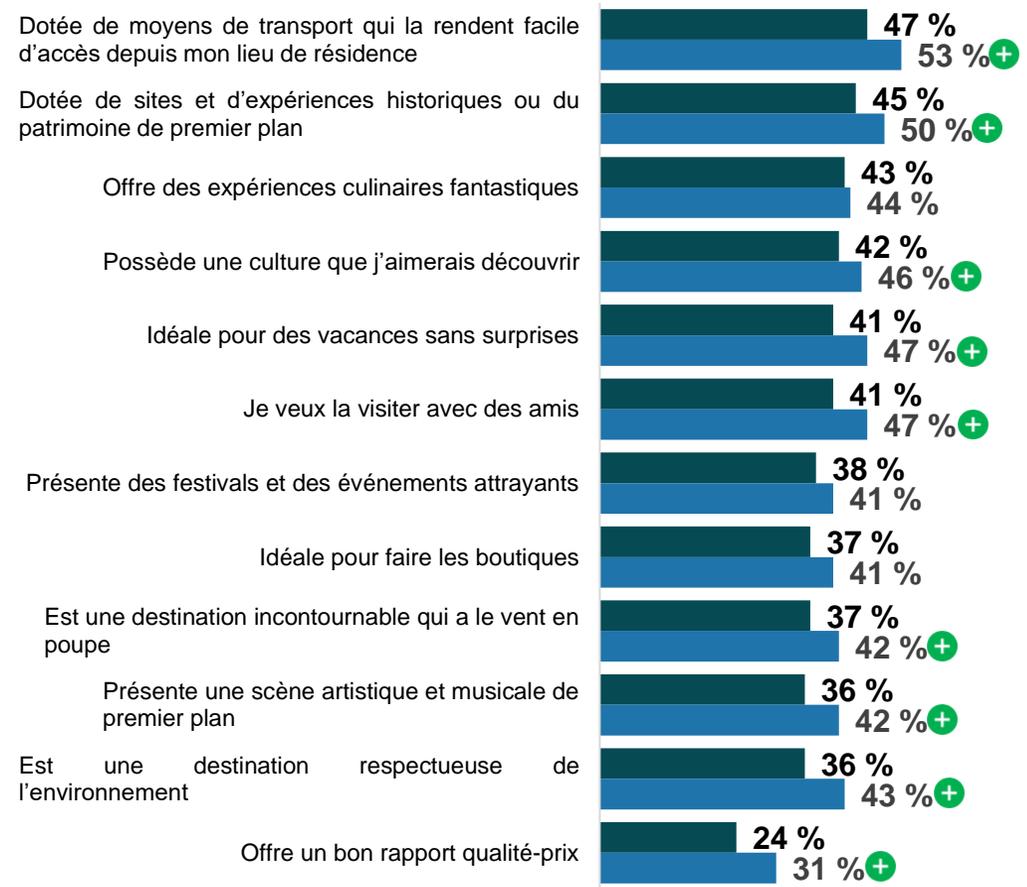
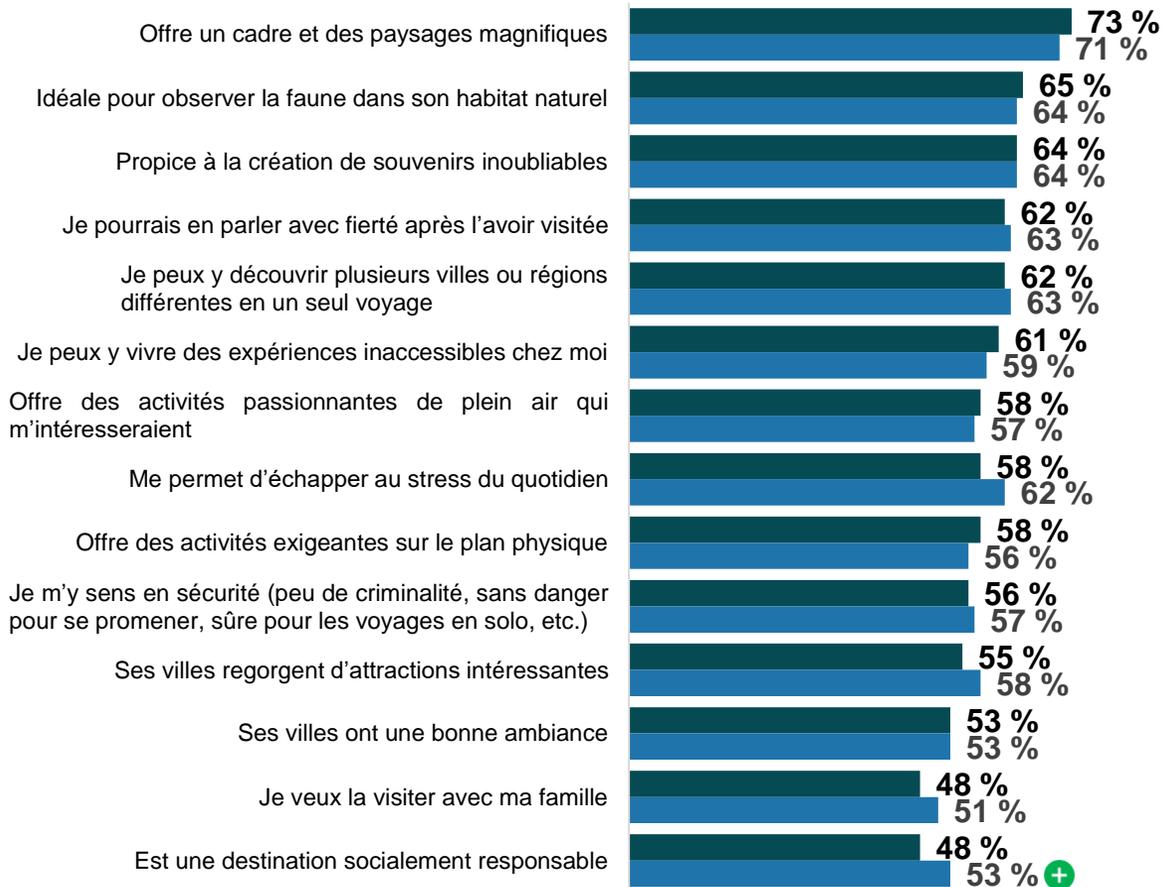
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Impressions du Canada en tant que destination de vacances



■ Ensemble de l'Allemagne    ■ Public d'IVE



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Attributs de la destination : forces et faiblesses relatives – ensemble de l'Allemagne



		Canada	Australie	Chine	Islande	Inde	Japon	Mexique	Afrique du Sud	Thaïlande	Émirats arabes unis	États-Unis
	n=	1 518	456	455	455	456	455	455	455	456	456	455
Motivations de première importance	Me permet d'échapper au stress du quotidien				Force							Faiblesse
	Propice à la création de souvenirs inoubliables											
	Je pourrais en parler avec fierté après l'avoir visitée											
Besoins généraux	Je m'y sens en sécurité (peu de criminalité, sans danger pour se promener, sûre pour les voyages en solo, etc.)	Force			Force	Faiblesse	Force	Faiblesse	Faiblesse	Faiblesse	Force	Faiblesse
	Je peux y découvrir plusieurs villes ou régions différentes en un seul voyage				Faiblesse							
	Offre un bon rapport qualité-prix	Faiblesse	Faiblesse			Force	Faiblesse	Force		Force		Faiblesse
	Dotée de moyens de transport qui la rendent facile d'accès depuis mon lieu de résidence		Faiblesse								Force	
Type de voyage	Je veux la visiter avec des amis											
	Je veux la visiter avec ma famille											
	Idéale pour des vacances sans surprises	Force										
	Je peux y vivre des expériences inaccessibles chez moi	Faiblesse									Force	
	Est une destination respectueuse de l'environnement	Force			Force	Faiblesse		Faiblesse				
	Est une destination socialement responsable	Force		Faiblesse	Force					Faiblesse		
À faire	Est une destination incontournable qui a le vent en poupe											
	Offre des activités exigeantes sur le plan physique						Faiblesse					
	Idéale pour faire les boutiques				Faiblesse			Faiblesse	Faiblesse		Force	Force
	Ses villes regorgent d'attractions intéressantes				Faiblesse							Force
	Offre des activités passionnantes de plein air qui m'intéresseraient			Faiblesse			Faiblesse					
	Offre des expériences culinaires fantastiques	Faiblesse	Faiblesse		Faiblesse			Force				
	Présente une scène artistique et musicale de premier plan				Faiblesse			Force		Faiblesse		Force
À voir	Présente des festivals et des événements attrayants	Faiblesse			Faiblesse	Force	Force					
	Ses villes ont une bonne ambiance				Faiblesse		Force					
	Offre un cadre et des paysages magnifiques								Force		Faiblesse	
	Idéale pour observer la faune dans son habitat naturel	Force	Force	Faiblesse			Faiblesse	Faiblesse	Force	Faiblesse	Faiblesse	
	Dotée de sites et d'expériences historiques ou du patrimoine de premier plan	Faiblesse	Faiblesse	Force	Faiblesse	Force	Force	Force				
	Possède une culture que j'aimerais découvrir	Faiblesse					Force					Faiblesse



# Attributs de la destination : forces et faiblesses relatives – public d'IVE

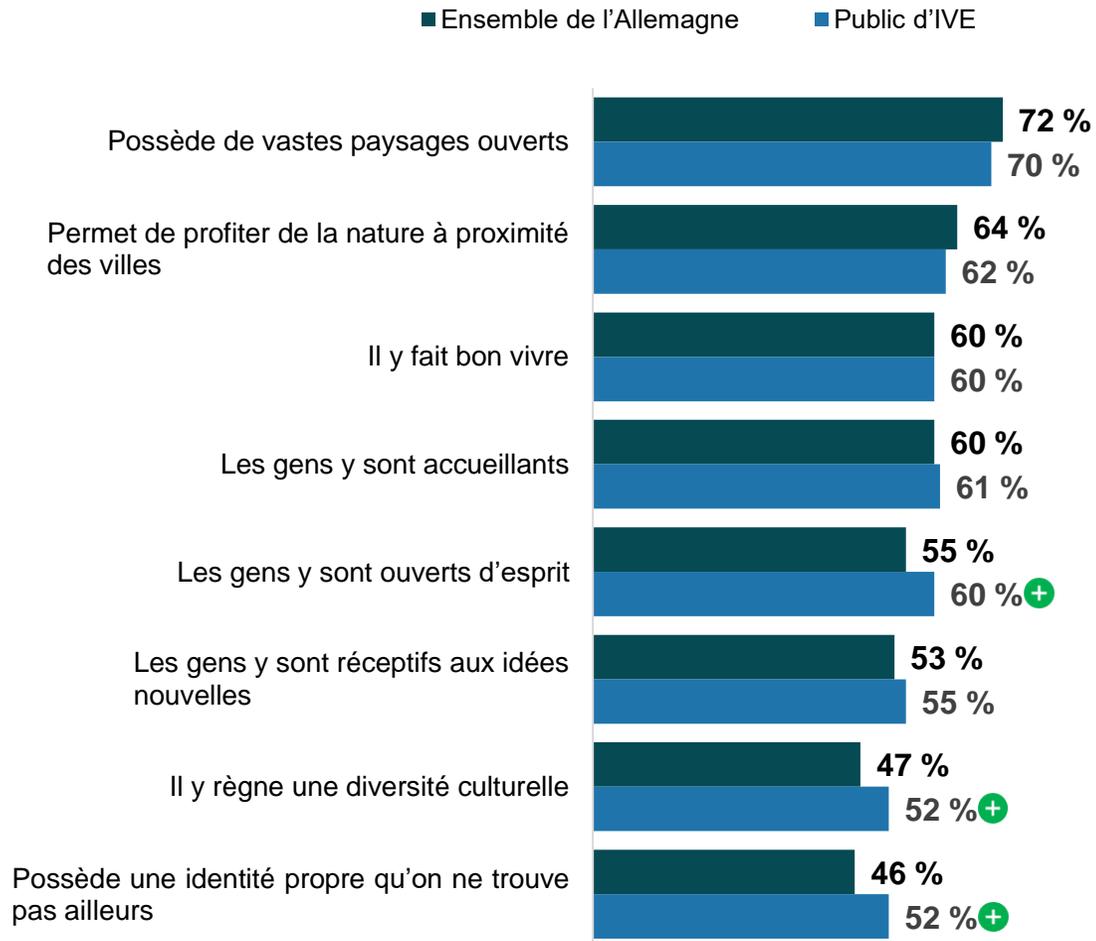


		Canada	Australie	Chine	Islande	Inde	Japon	Mexique	Afrique du Sud	Thaïlande	Émirats arabes unis	États-Unis
		n= 456	162	133	130	133	128	143	144	129	141	125
Motivations de première importance	Me permet d'échapper au stress du quotidien											
	Propice à la création de souvenirs inoubliables											
	Je pourrais en parler avec fierté après l'avoir visitée											
Besoins généraux	Je m'y sens en sécurité (peu de criminalité, sans danger pour se promener, sûre pour les voyages en solo, etc.)											
	Je peux y découvrir plusieurs villes ou régions différentes en un seul voyage											
	Offre un bon rapport qualité-prix											
	Dotée de moyens de transport qui la rendent facile d'accès depuis mon lieu de résidence											
Type de voyage	Je veux la visiter avec des amis											
	Je veux la visiter avec ma famille											
	Idéale pour des vacances sans surprises											
	Je peux y vivre des expériences inaccessibles chez moi											
	Est une destination respectueuse de l'environnement											
	Est une destination socialement responsable											
	Est une destination incontournable qui a le vent en poupe											
À faire	Offre des activités exigeantes sur le plan physique											
	Idéale pour faire les boutiques											
	Ses villes regorgent d'attractions intéressantes											
	Offre des activités passionnantes de plein air qui m'intéresseraient											
	Offre des expériences culinaires fantastiques											
	Présente une scène artistique et musicale de premier plan											
À voir	Présente des festivals et des événements attrayants											
	Ses villes ont une bonne ambiance											
	Offre un cadre et des paysages magnifiques											
	Idéale pour observer la faune dans son habitat naturel											
	Dotée de sites et d'expériences historiques ou du patrimoine de premier plan											
	Possède une culture que j'aimerais découvrir											

Force Faiblesse



# Énoncés relatifs à la valeur de la marque du Canada



# Énoncés relatifs à la valeur de la marque – ensemble de l’Allemagne



	Canada	Australie	Chine	Islande	Inde	Japon	Mexique	Afrique du Sud	Thaïlande	Émirats arabes unis	États-Unis
n=	1 518	456	455	455	456	455	455	455	456	456	455
Possède de vastes paysages ouverts		Force				Faiblesse		Force	Faiblesse	Faiblesse	
Permet de profiter de la nature à proximité des villes	Force		Faiblesse	Force				Force			
Il y règne une diversité culturelle	Faiblesse		Force	Faiblesse	Force						
Les gens y sont accueillants											Faiblesse
Les gens y sont ouverts d’esprit			Faiblesse			Faiblesse					
Les gens y sont réceptifs aux idées nouvelles											
Il y fait bon vivre	Force	Force	Faiblesse		Faiblesse		Faiblesse	Faiblesse			
Possède une identité propre qu’on ne trouve pas ailleurs	Faiblesse										



# Énoncés relatifs à la valeur de la marque – public d'IVE



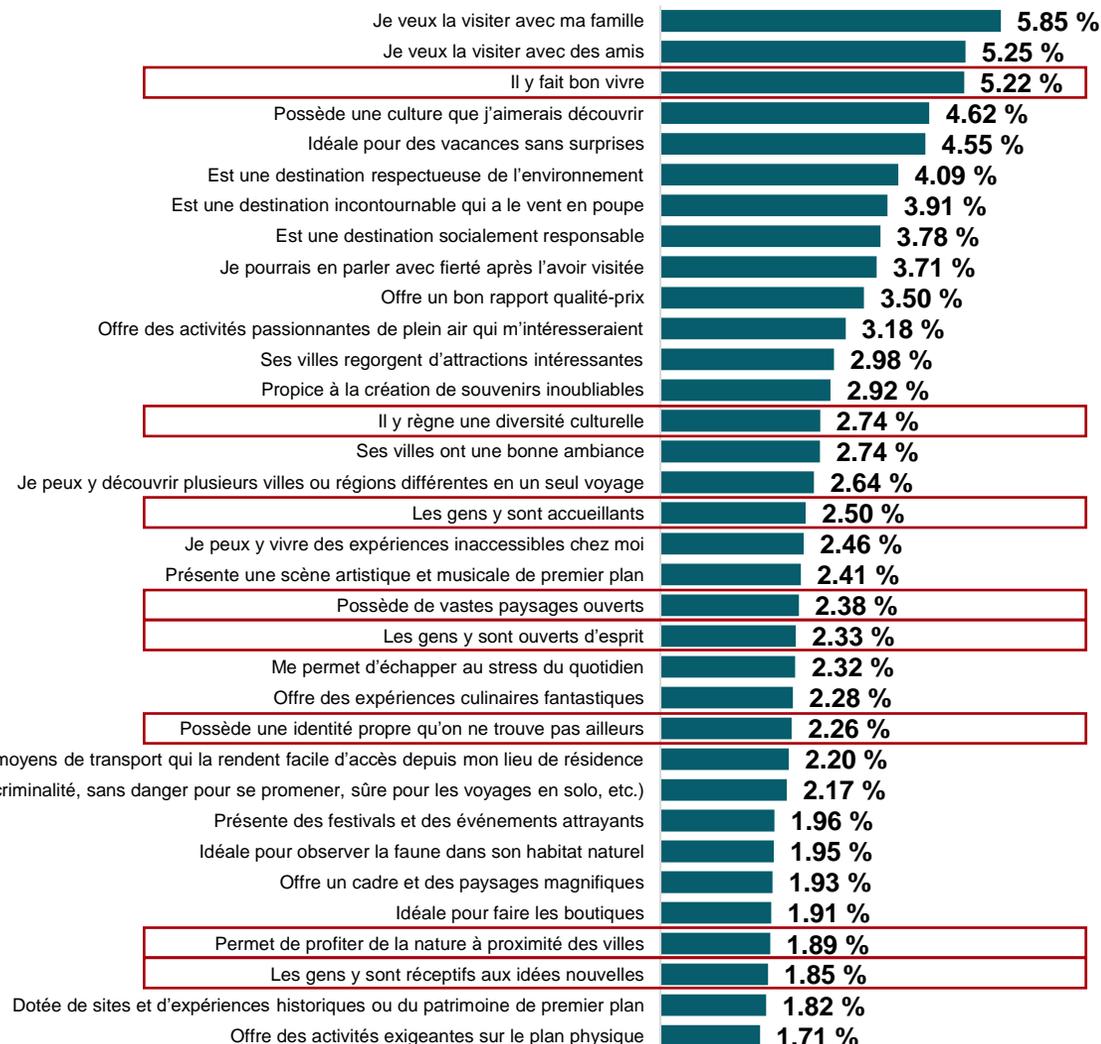
	Canada	Australie	Chine	Islande	Inde	Japon	Mexique	Afrique du Sud	Thaïlande	Émirats arabes unis	États-Unis
n=	456	162	133	130	133	128	143	144	129	141	125
Possède de vastes paysages ouverts		Force				Faiblesse		Force	Faiblesse	Faiblesse	
Permet de profiter de la nature à proximité des villes			Faiblesse					Force			
Il y règne une diversité culturelle				Faiblesse	Force						
Les gens y sont accueillants			Faiblesse								Faiblesse
Les gens y sont ouverts d'esprit			Faiblesse								
Les gens y sont réceptifs aux idées nouvelles		Force									
Il y fait bon vivre	Force		Faiblesse		Faiblesse		Faiblesse				
Possède une identité propre qu'on ne trouve pas ailleurs											



# Attributs de la destination : analyse des facteurs de motivation – ensemble de l'Allemagne



= Énoncé relatif à la valeur de la marque



## Description

L'analyse des principaux facteurs de motivation vise à isoler les meilleures variables prédictives d'une variable dépendante. Dans le cas présent, la variable dépendante est la considération d'une destination (question C2). Au moyen d'une combinaison de régressions linéaires et logistiques, l'analyse évalue l'effet simultané de nombreuses variables indépendantes – les attributs de la destination (question C6) – tout en tenant compte de chacune d'entre elles.

## Interprétation

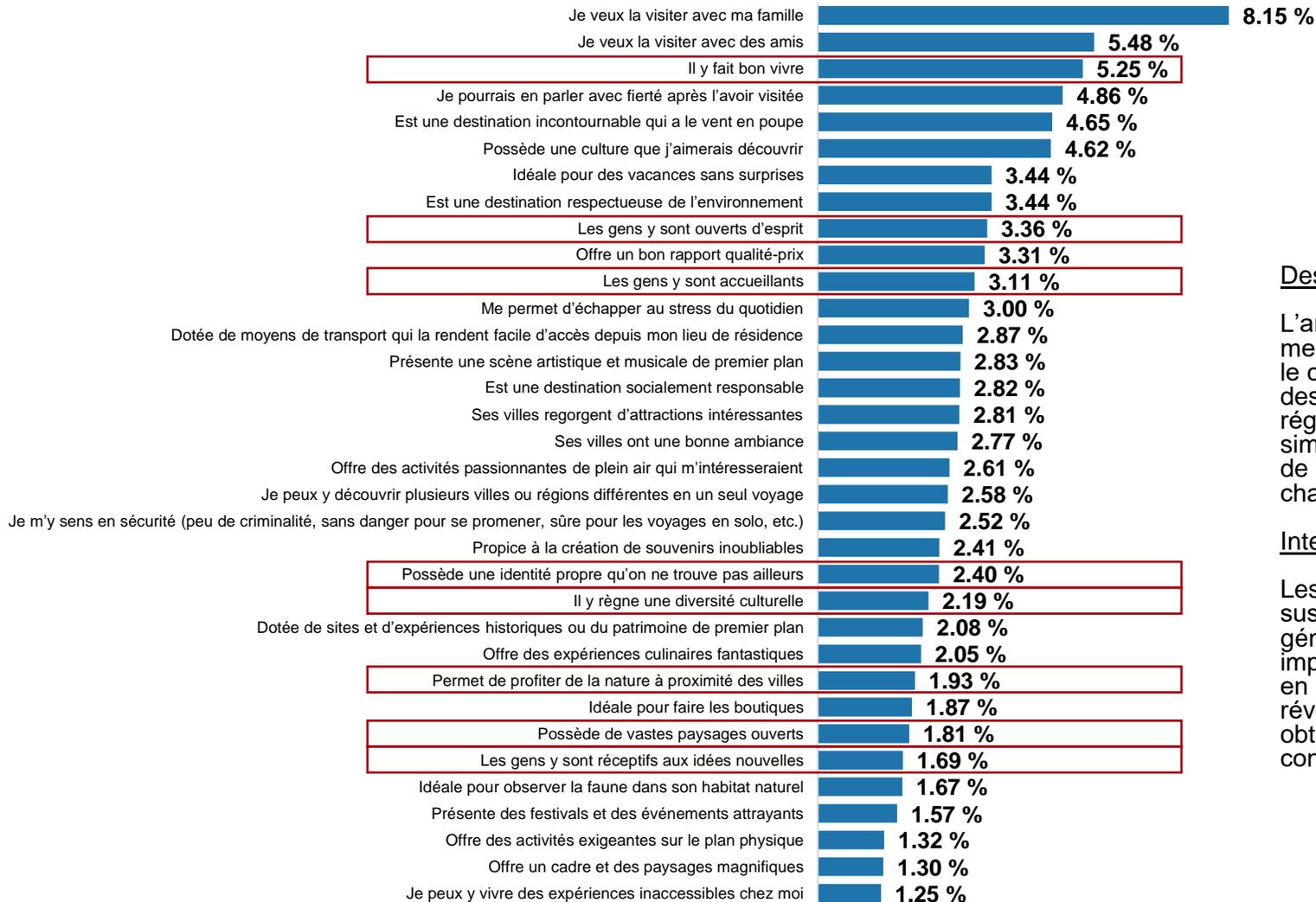
Les attributs présentant un pourcentage élevé sont plus susceptibles d'influer sur la considération d'une destination. En général, cela se traduit par des niveaux de considération plus importants pour les destinations présentant des résultats élevés en matière d'attributs de premier plan. Chaque pourcentage révèle également le degré d'influence relative. Un attribut obtenant un résultat de 5 % a deux fois plus d'influence sur la considération qu'un attribut obtenant un résultat de 2,5 %.



# Attributs de la destination : analyse des facteurs de motivation – public d'IVE



= Énoncé relatif à la valeur de la marque



## Description

L'analyse des principaux facteurs de motivation vise à isoler les meilleures variables prédictives d'une variable dépendante. Dans le cas présent, la variable dépendante est la considération d'une destination (question C2). Au moyen d'une combinaison de régressions linéaires et logistiques, l'analyse évalue l'effet simultané de nombreuses variables indépendantes – les attributs de la destination (question C6) – tout en tenant compte de chacune d'entre elles.

## Interprétation

Les attributs présentant un pourcentage élevé sont plus susceptibles d'influer sur la considération d'une destination. En général, cela se traduit par des niveaux de considération plus importants pour les destinations présentant des résultats élevés en matière d'attributs de premier plan. Chaque pourcentage révèle également le degré d'influence relative. Un attribut obtenant un résultat de 5 % a deux fois plus d'influence sur la considération qu'un attribut obtenant un résultat de 2,5 %.





# Intentions d'effectuer un voyage au Canada



Toronto  
Ontario



# Probabilité d'effectuer un voyage de vacances au Canada (deux prochaines années)



## Voyage court (1 à 3 nuits)

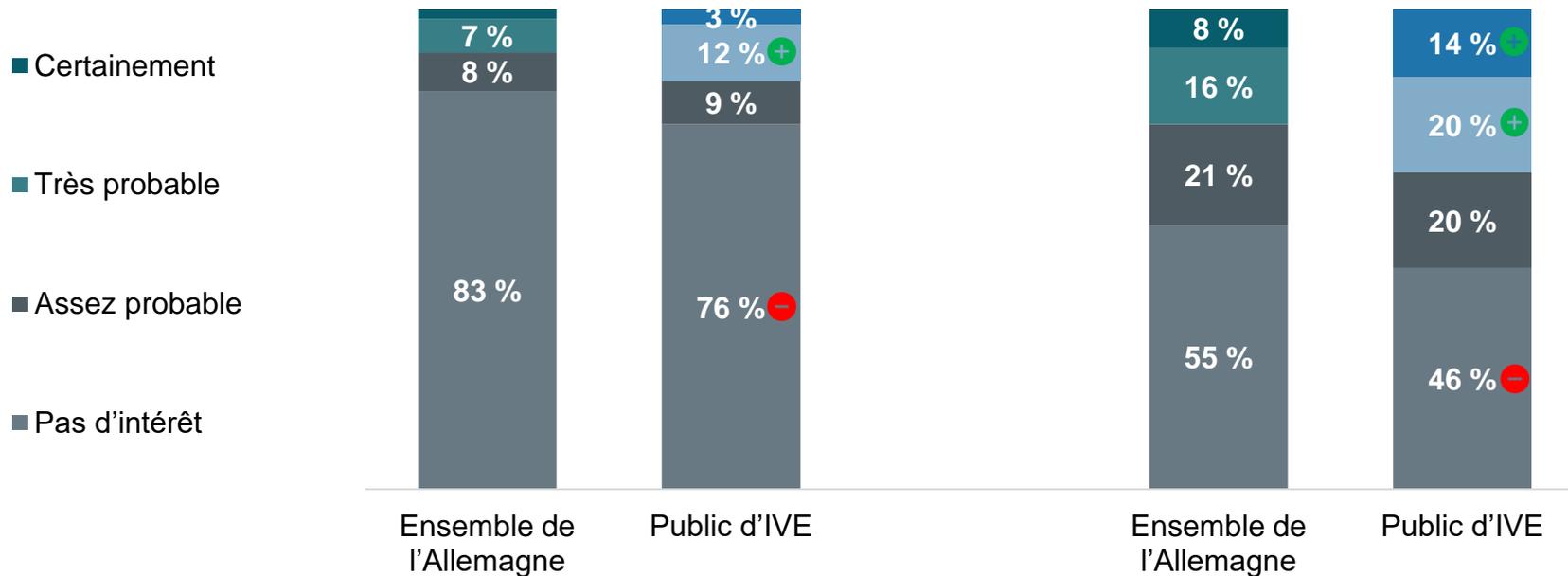
## Voyage long (4 nuits ou plus)

Deux réponses supérieures

9 %	15 % <span style="color: green;">+</span>
-----	---

Deux réponses supérieures

24 %	34 % <span style="color: green;">+</span>
------	---



**Net : Visiteront certainement ou très probablement le Canada au cours des deux prochaines années**

Ensemble de l'Allemagne : 28 %  
Public d'IVE : 38 % +

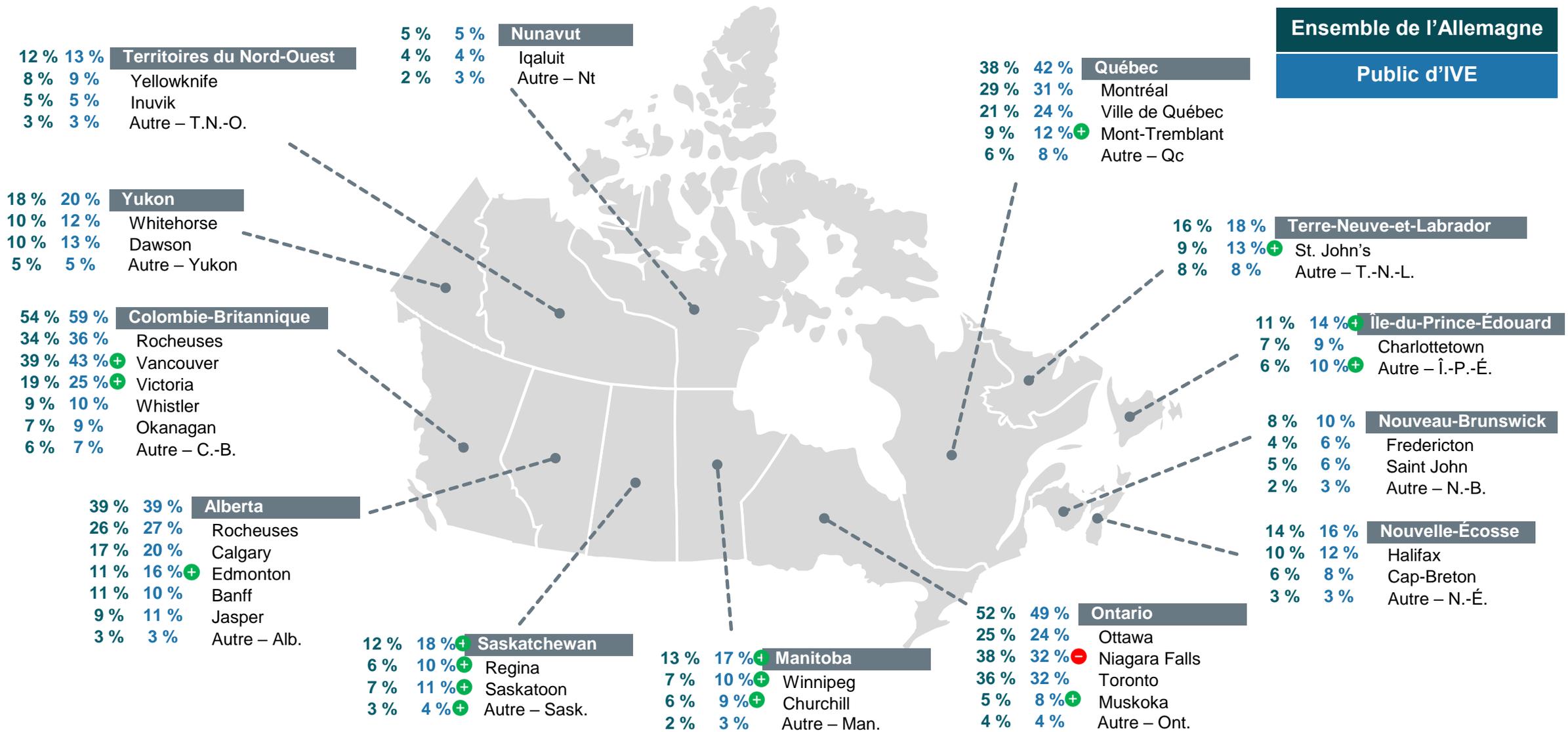
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

Remarque : « Pas d'intérêt » comprend les personnes ayant répondu « Peu probable » ou « Pas du tout probable », ou ayant indiqué qu'elles n'avaient aucune intention de visiter le Canada.



# Destinations canadiennes susceptibles d'être visitées

Ensemble de l'Allemagne  
Public d'IVE



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

Base : Personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui visiteront certainement ou très probablement le Canada (n=992); IVE (n=311).  
 E2. Si vous deviez effectuer un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années, quelles provinces ou quels territoires canadiens visiteriez-vous? (Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.)  
 E4a-m. En/au/à/aux [PROVINCE], quelles destinations êtes-vous susceptibles de visiter? (Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.)



# Période de l'année envisagée pour visiter le Canada (deux prochaines années)



Ensemble de l'Allemagne

Public d'IVE

## Territoires du Nord-Ouest

1 %	1 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
4 %	3 %	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
7 %	8 %	<b>Été</b> (juin, juill., août)
5 %	5 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Nunavut

1 %	1 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
2 %	2 %	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
3 %	3 %	<b>Été</b> (juin, juill., août)
2 %	2 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Québec

4 %	5 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
11 %	15 %+	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
19 %	24 %+	<b>Été</b> (juin, juill., août)
15 %	17 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Terre-Neuve-et-Labrador

2 %	2 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
5 %	7 %+	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
8 %	9 %	<b>Été</b> (juin, juill., août)
6 %	6 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Yukon

2 %	3 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
6 %	9 %+	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
9 %	9 %	<b>Été</b> (juin, juill., août)
6 %	5 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Île-du-Prince-Édouard

2 %	2 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
4 %	6 %+	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
6 %	9 %+	<b>Été</b> (juin, juill., août)
4 %	6 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Colombie-Britannique

5 %	7 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
14 %	17 %	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
27 %	32 %+	<b>Été</b> (juin, juill., août)
21 %	23 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Nouveau-Brunswick

1 %	2 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
3 %	5 %	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
5 %	6 %	<b>Été</b> (juin, juill., août)
4 %	4 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Alberta

5 %	7 %+	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
12 %	16 %+	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
20 %	20 %	<b>Été</b> (juin, juill., août)
16 %	16 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Nouvelle-Écosse

2 %	3 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
3 %	5 %	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
7 %	9 %	<b>Été</b> (juin, juill., août)
7 %	8 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Saskatchewan

2 %	3 %+	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
5 %	6 %	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
7 %	10 %+	<b>Été</b> (juin, juill., août)
4 %	7 %+	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

## Manitoba

2 %	3 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
5 %	7 %+	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
7 %	10 %+	<b>Été</b> (juin, juill., août)
5 %	6 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

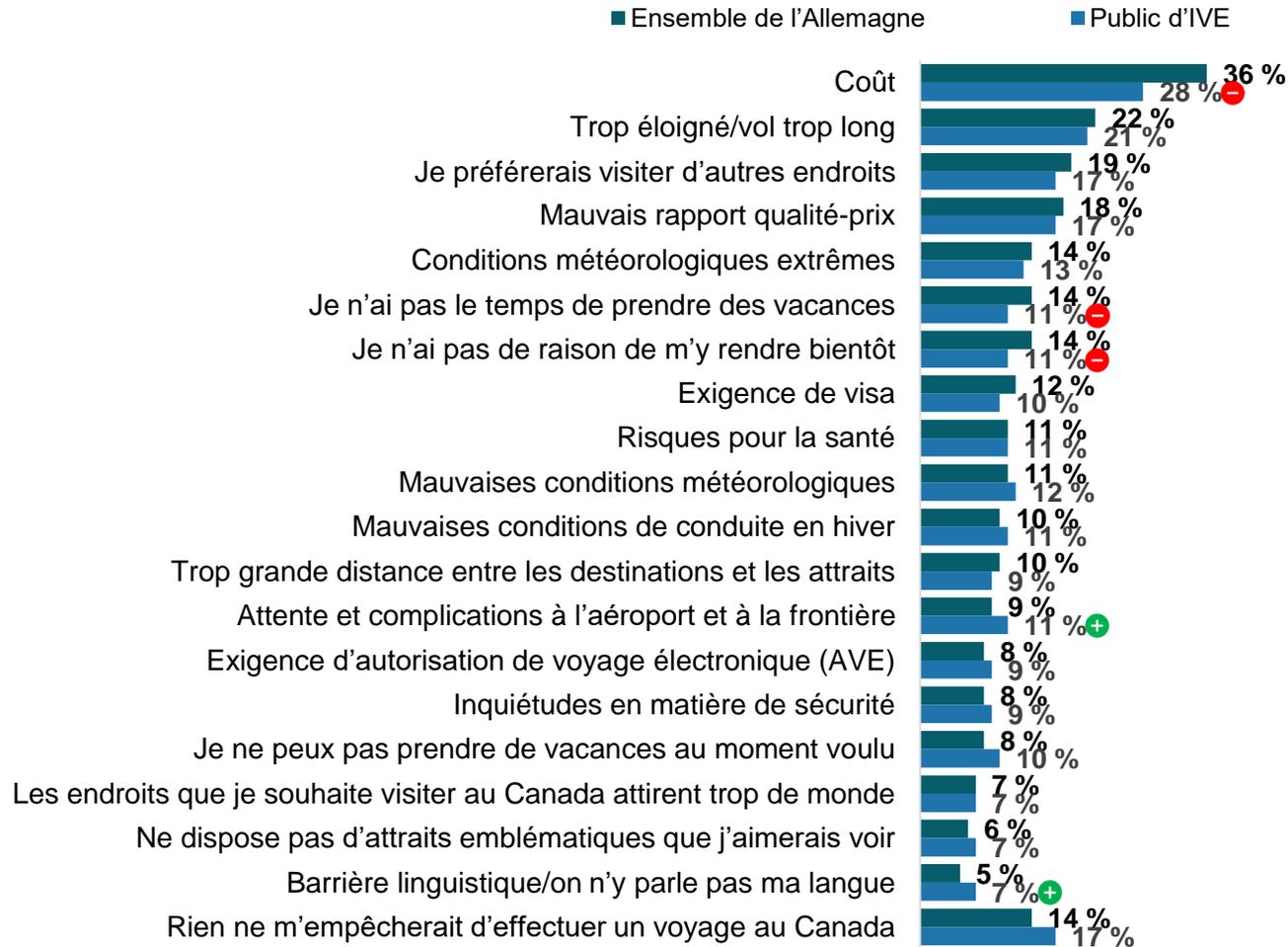
## Ontario

4 %	3 %	<b>Hiver</b> (déc., janv., févr.)
16 %	19 %	<b>Printemps</b> (mars, avr., mai)
26 %	26 %	<b>Été</b> (juin, juill., août)
20 %	19 %	<b>Automne</b> (sept., oct., nov.)

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Obstacles à un voyage au Canada



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)





# Comportements de voyage



 Churchill  
Manitoba



# Activités d'intérêt et activités centrales – 10 principales réponses



## Activités d'intérêt en général – 10 principales réponses

Ensemble de l'Allemagne (n=1 518)	Public d'IVE (n=456)
Plages en bord de mer	Plages en bord de mer <span style="color: red;">-</span>
Promenades dans la nature	Promenades dans la nature
Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)	Goûter aux spécialités et aux boissons du coin
Goûter aux spécialités et aux boissons du coin	Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)
Marchés locaux (marchés publics, marchés fermiers, marchés nocturnes, etc.)	Marchés locaux (marchés publics, marchés fermiers, marchés nocturnes, etc.)
Randonnées	Voyager vers des destinations éloignées <span style="color: green;">+</span>
Parcs naturels	Randonnées
Observation de la faune et de la vie marine	Observation de la faune et de la vie marine
Restaurants de fine cuisine	Parcs naturels
Voyager vers des destinations éloignées	Restaurants de fine cuisine

## Activités de voyage centrales – 10 principales réponses

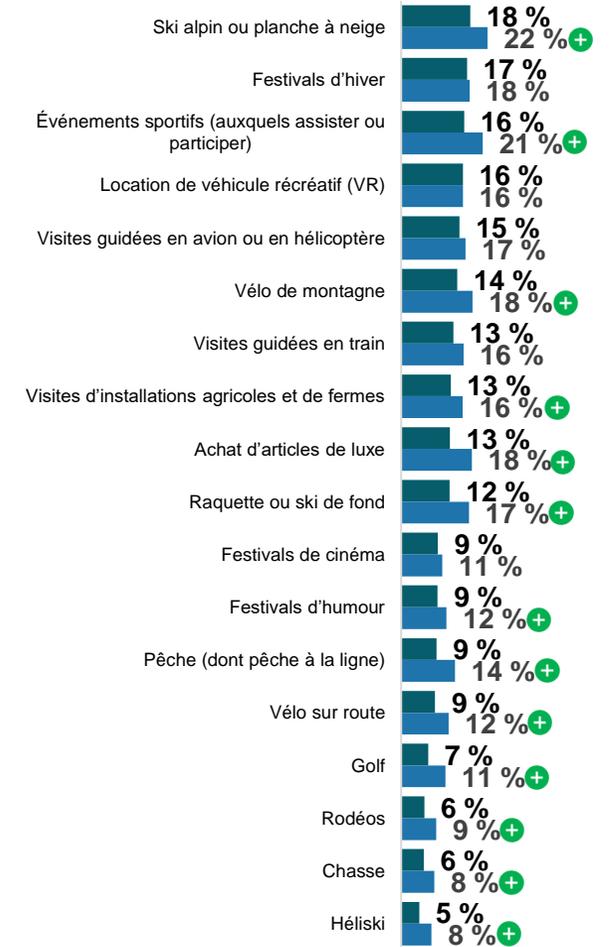
Ensemble de l'Allemagne (n=1 498)	Public d'IVE (n=454)
Plages en bord de mer	Plages en bord de mer <span style="color: red;">-</span>
Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)	Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)
Aurores boréales	Voyager vers des destinations éloignées <span style="color: green;">+</span>
Promenades dans la nature	Aurores boréales
Randonnées	Parcs naturels
Voyager vers des destinations éloignées	Marchés locaux (marchés publics, marchés fermiers, marchés nocturnes, etc.)
Observation de la faune et de la vie marine	Promenades dans la nature
Parcs naturels	Observation de la faune et de la vie marine
Goûter aux spécialités et aux boissons du coin	Goûter aux spécialités et aux boissons du coin
Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial	Randonnées

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Activités d'intérêt en général

■ Ensemble de l'Allemagne   ■ Public d'IVE

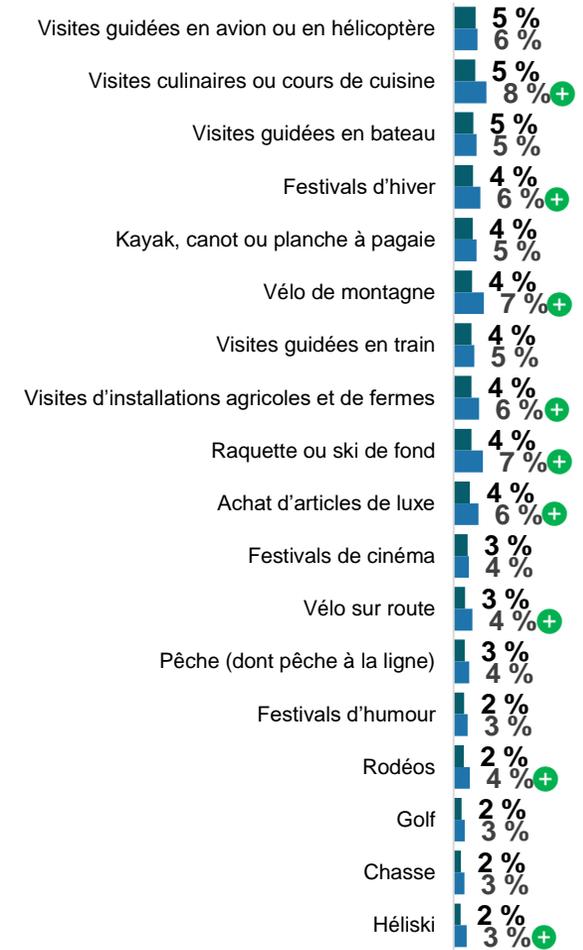
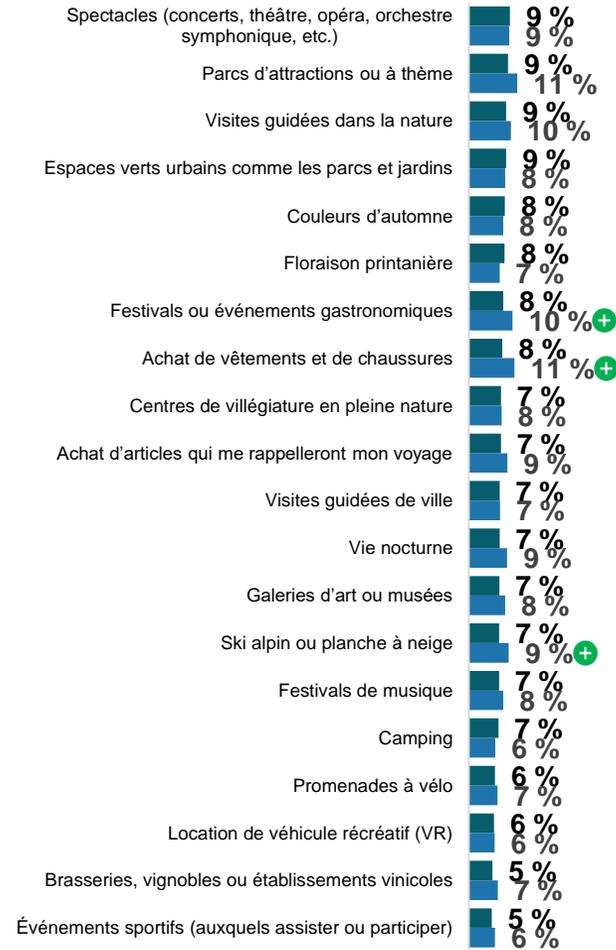
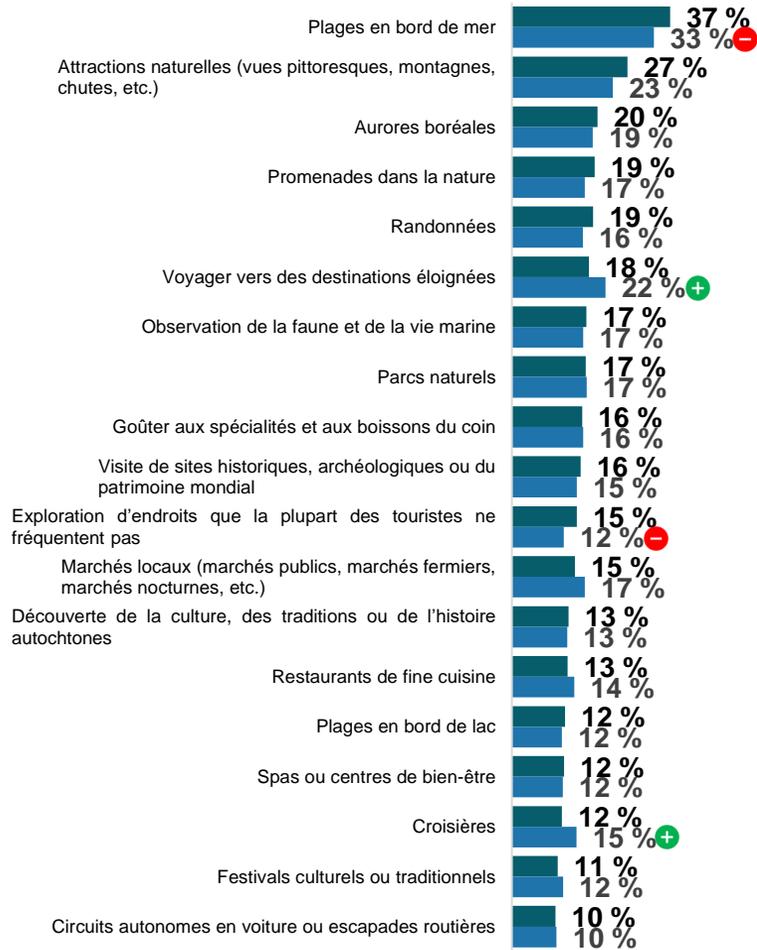


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Activités de voyage centrales

■ Ensemble de l'Allemagne ■ Public d'IVE



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



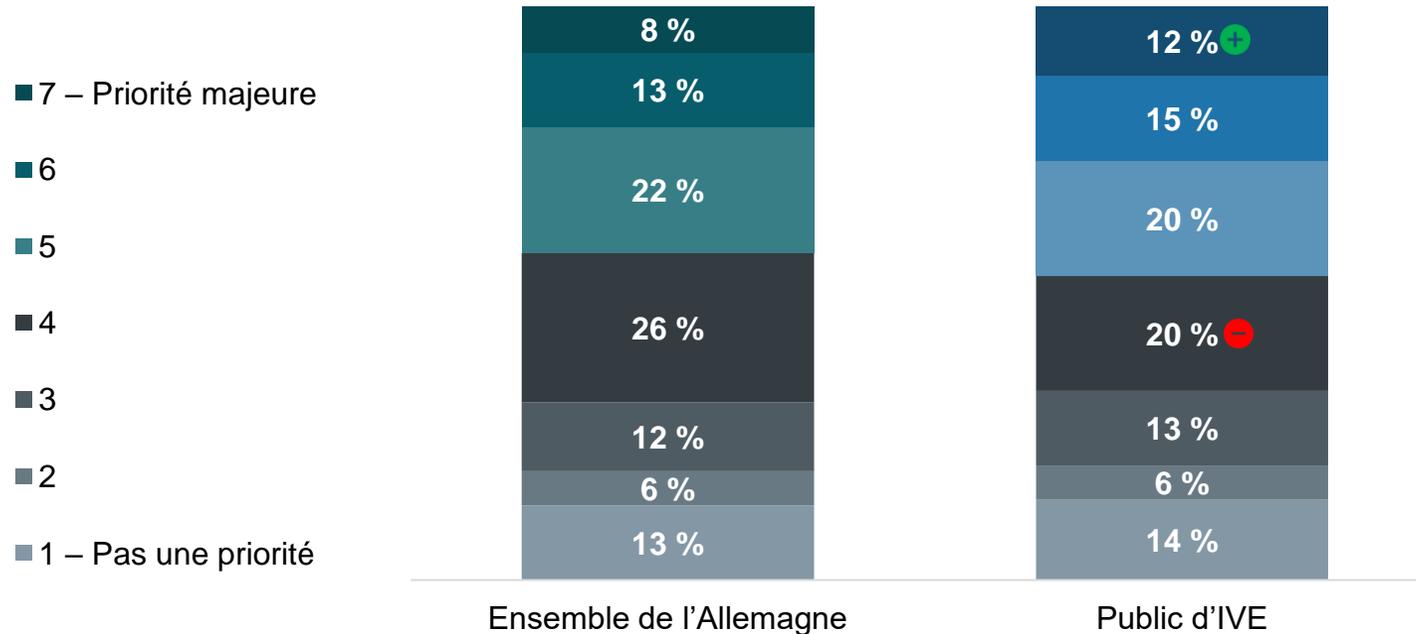
# Priorité accordée aux voyages durables au moment d'envisager un voyage



## Réponses de 5 à 7 (sur 7)

42 %

47 %<sup>+</sup>



### Description du voyage durable

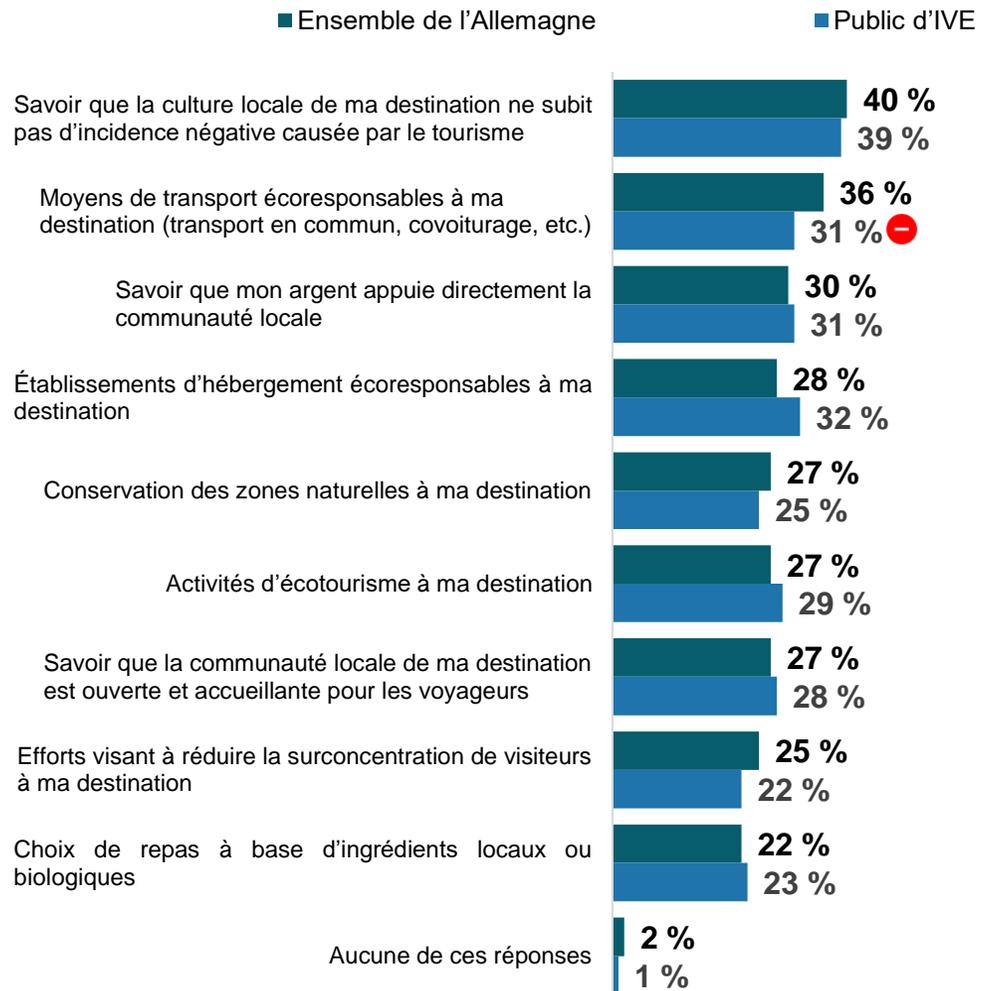
Le voyage durable est défini comme « voyage qui réduit au minimum les répercussions négatives sur l'environnement, l'économie et la société de la destination, tout en apportant des contributions positives aux populations locales et en protégeant le patrimoine naturel et culturel de la destination ».

<sup>+</sup> / <sup>-</sup> = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

47 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 518]; IVE (n=456). D7. [DESCRIPTION] Quel niveau de priorité accordez-vous aux voyages durables lorsque vous envisagez un voyage? Répondez selon une échelle à sept niveaux : le niveau 7 correspond à « Priorité majeure » et le niveau 1 correspond à « Pas une priorité ».



# Efforts les plus importants en matière de durabilité – trois principales réponses



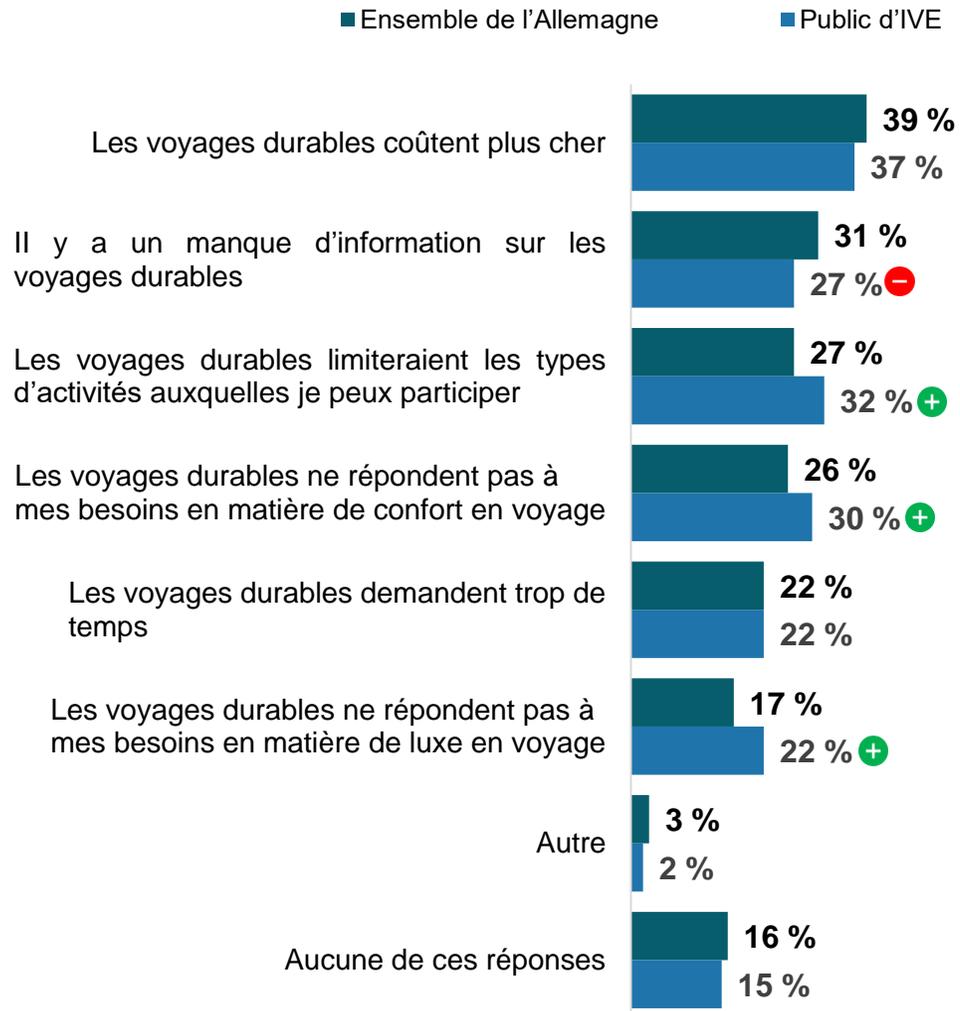
## Description du voyage durable

Le voyage durable est défini comme « voyage qui réduit au minimum les répercussions négatives sur l'environnement, l'économie et la société de la destination, tout en apportant des contributions positives aux populations locales et en protégeant le patrimoine naturel et culturel de la destination ».

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Obstacles aux voyages durables



## Description du voyage durable

Le voyage durable est défini comme « voyage qui réduit au minimum les répercussions négatives sur l'environnement, l'économie et la société de la destination, tout en apportant des contributions positives aux populations locales et en protégeant le patrimoine naturel et culturel de la destination ».

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

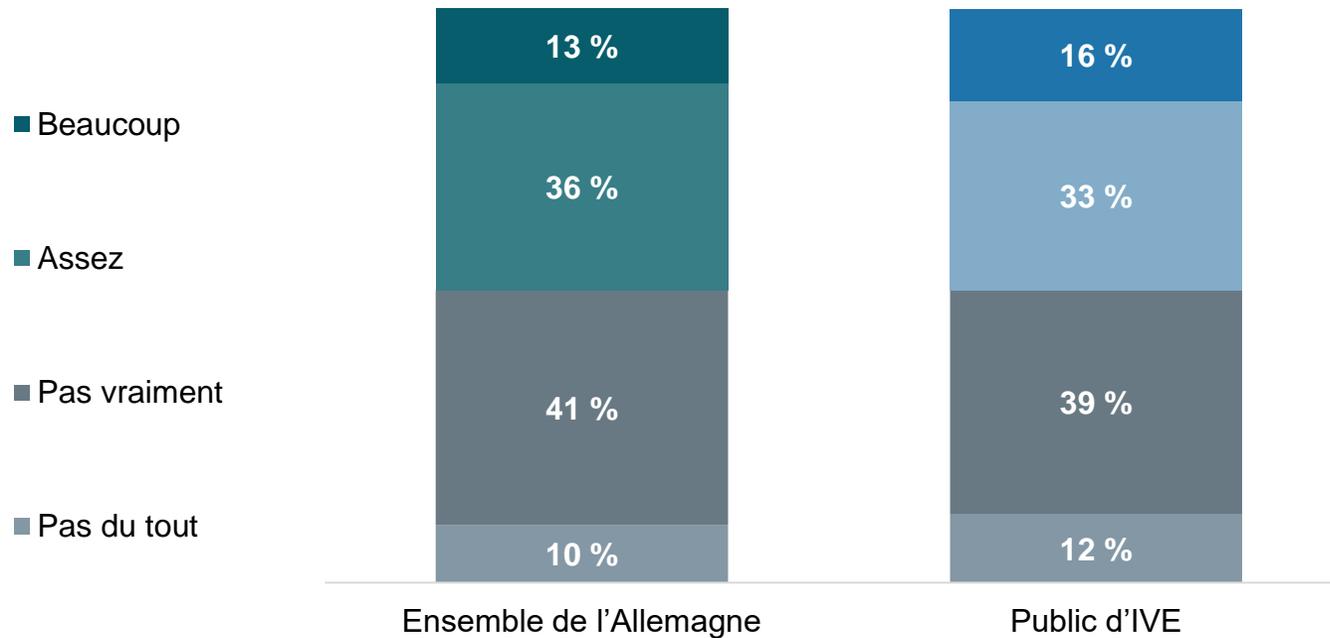


# Incidence d'événements météorologiques extrêmes sur les projets de voyage



## Deux réponses supérieures

49 %                      49 %



Proportion ayant modifié des projets ou annulé un voyage au cours des trois dernières années en raison d'événements météorologiques extrêmes

16 %

22 % +

### Description des événements météorologiques extrêmes

Comme vous le savez peut-être, les événements météorologiques extrêmes consistent en des conditions météorologiques ou climatiques anormalement mauvaises. Ils durent peu de temps et englobent les blizzards, les vagues de chaleur, les feux de forêt, les tornades, les ouragans et les cyclones tropicaux.

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

Remarque : Les personnes sondées ont été interrogées soit sur les événements météorologiques extrêmes (questions D10 et D11), soit sur les conflits et troubles internationaux (questions D12 et D13).

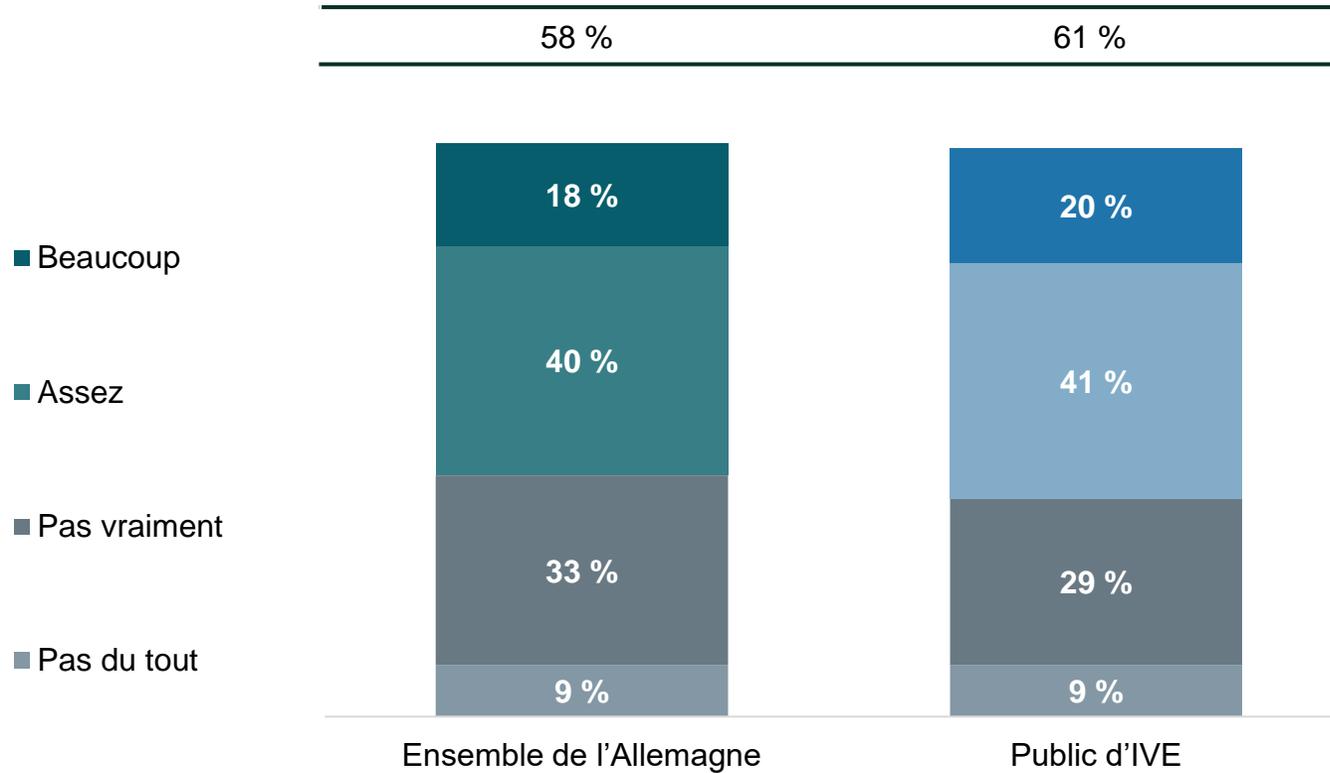
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=791]; IVE (n=240).

D10. [DESCRIPTION] À quel point la possibilité d'événements météorologiques extrêmes perturbant vos projets de voyage vous inquiète-t-elle?

D11. Au cours des trois dernières années, avez-vous dû modifier vos projets ou annuler un voyage en raison d'événements météorologiques extrêmes?



## Deux réponses supérieures



Proportion ayant modifié des projets ou annulé un voyage au cours des trois dernières années en raison de conflits internationaux

20 %

23 %

### Description des conflits internationaux

Comme vous le savez peut-être, diverses régions du monde sont actuellement en proie à des conflits ou à des troubles internationaux.

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

Remarque : Les personnes sondées ont été interrogées soit sur les événements météorologiques extrêmes (questions D10 et D11), soit sur les conflits et troubles internationaux (questions D12 et D13).

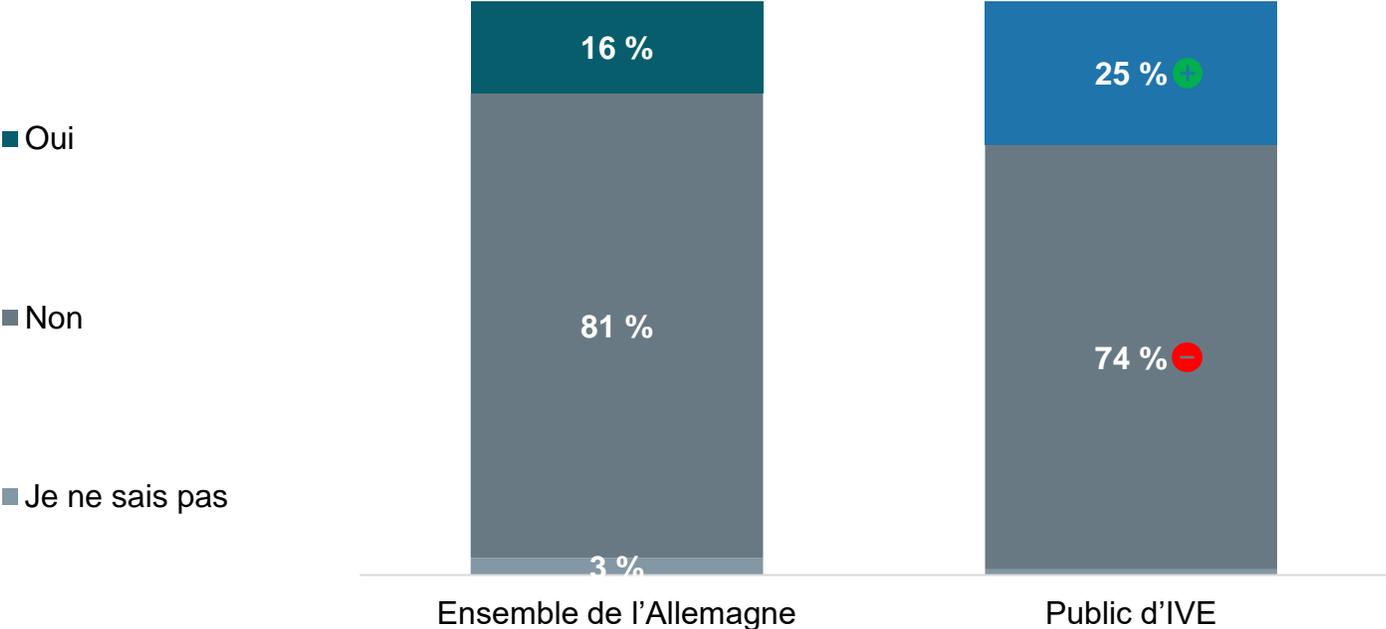
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=727]; IVE (n=216).

D12. [DESCRIPTION] À quel point la possibilité de conflits ou de troubles internationaux perturbant vos projets de voyage vous inquiète-t-elle?

D13. Au cours des trois dernières années, avez-vous dû modifier vos projets ou annuler un voyage en raison de conflits ou de troubles internationaux?



# Recours à des outils d'IA pour planifier un voyage



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



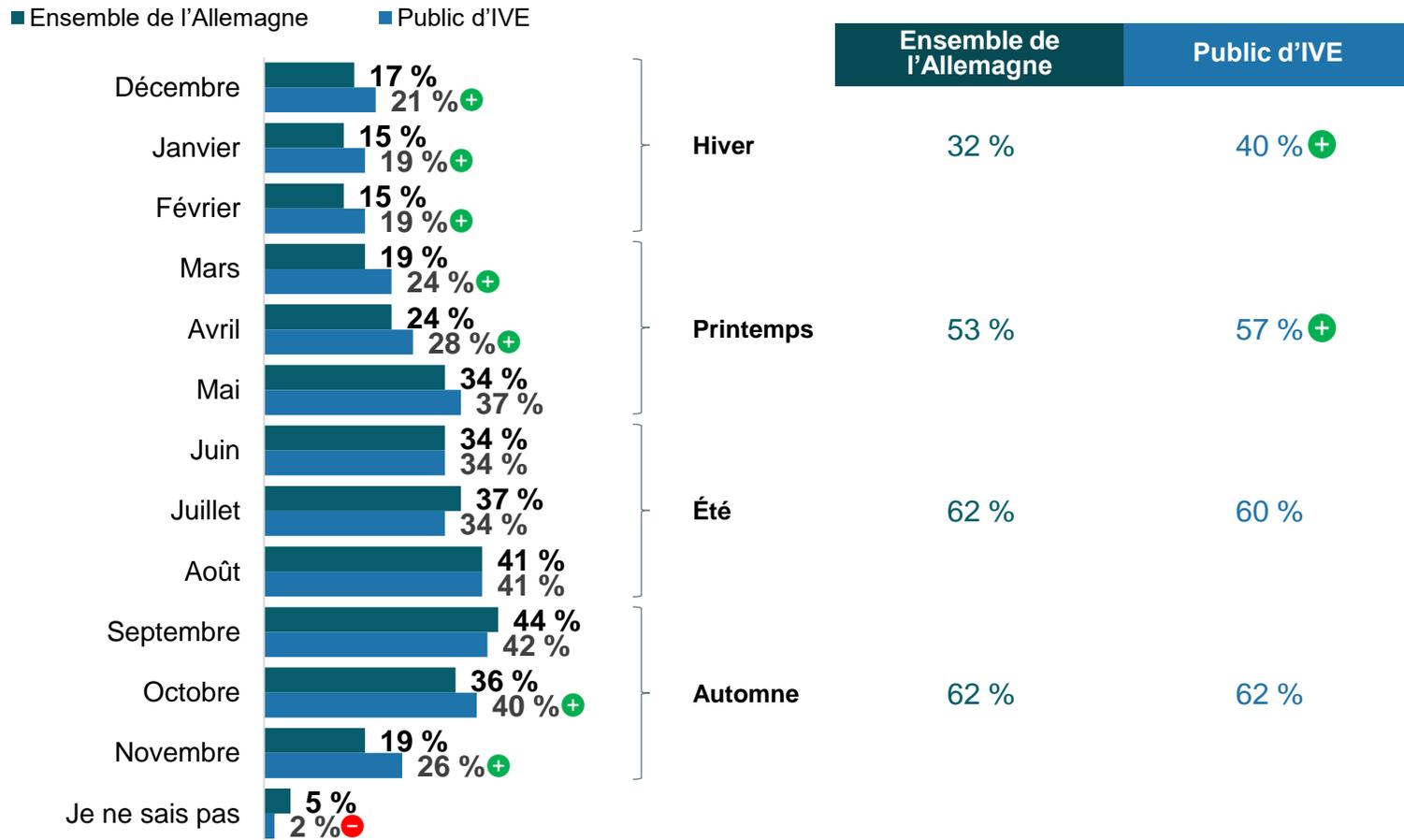
# Voyages saisonniers



Yellowknife  
Territoires du Nord-Ouest



# Période de l'année préférée pour les voyages de vacances

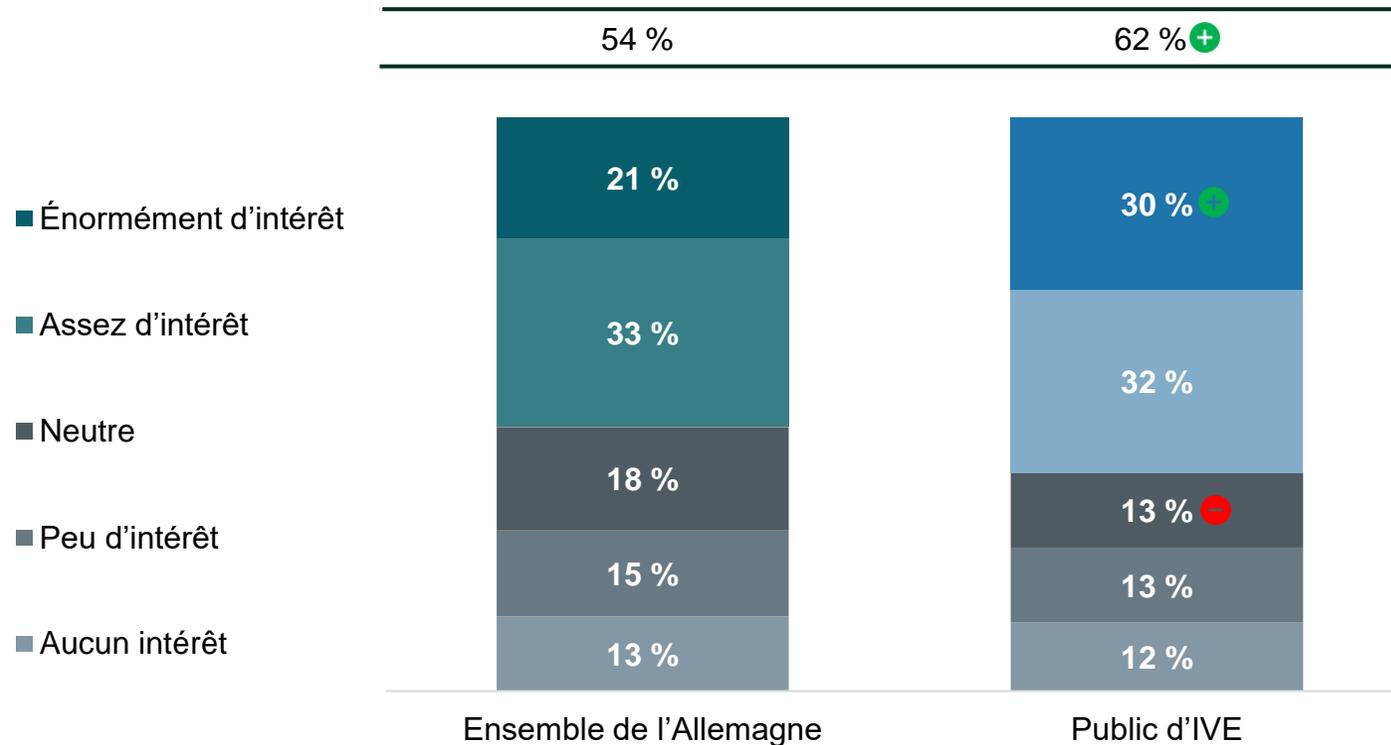


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Intérêt pour les vacances d'hiver

## Énormément d'intérêt/assez d'intérêt (deux réponses supérieures)



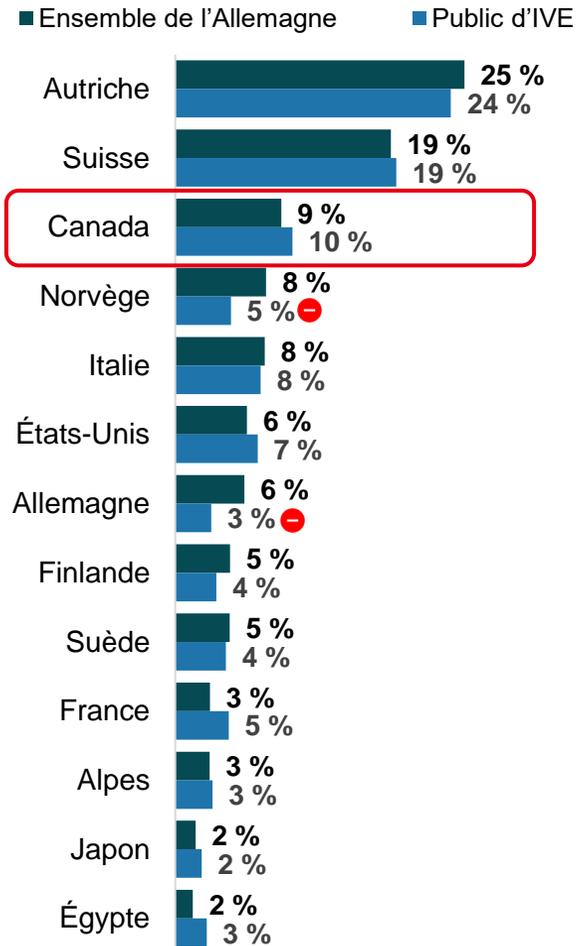
### Description de la saison hivernale

Il fait généralement froid en hiver. La saison est habituellement le théâtre de festivals, de sports de neige et d'activités de vacances. Il peut neiger dans certaines destinations, ce qui se prête au ski, à la planche à neige, aux spas en plein air et à d'autres activités hivernales.

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Considération spontanée des destinations pour un voyage en hiver



## Description de la saison hivernale

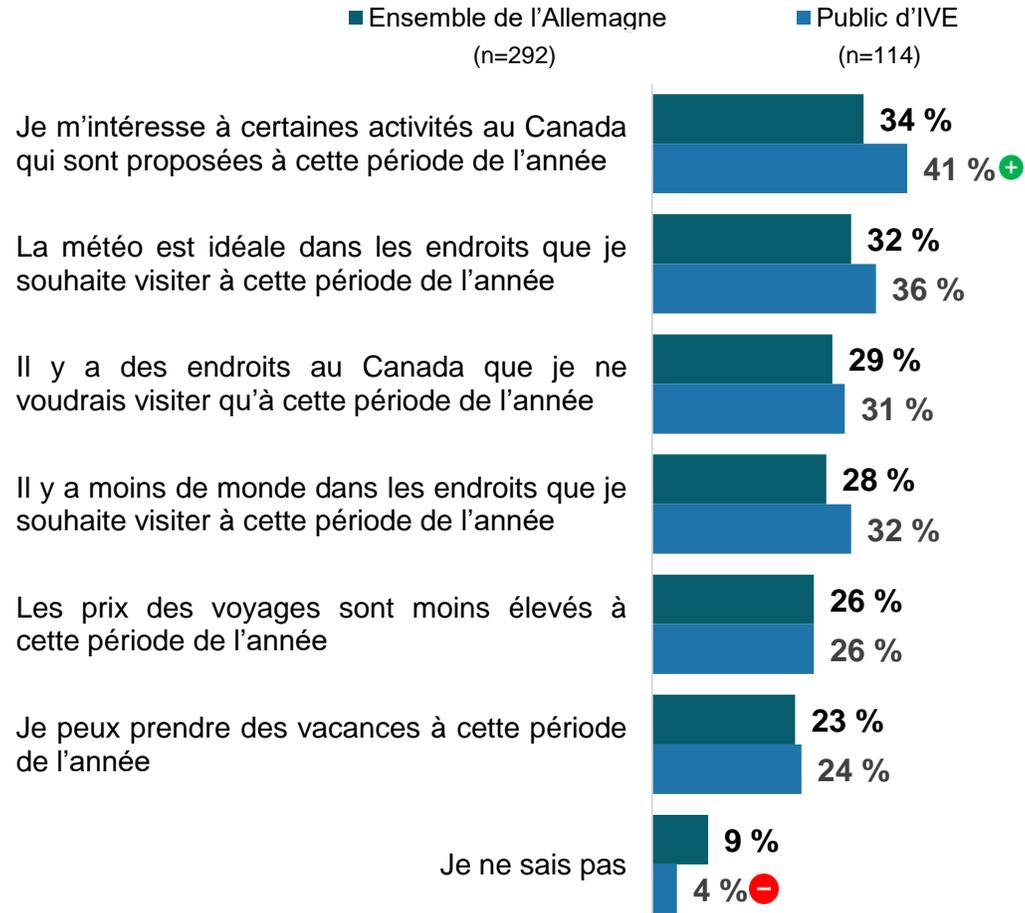
Il fait généralement froid en hiver. La saison est habituellement le théâtre de festivals, de sports de neige et d'activités de vacances. Il peut neiger dans certaines destinations, ce qui se prête au ski, à la planche à neige, aux spas en plein air et à d'autres activités hivernales.

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

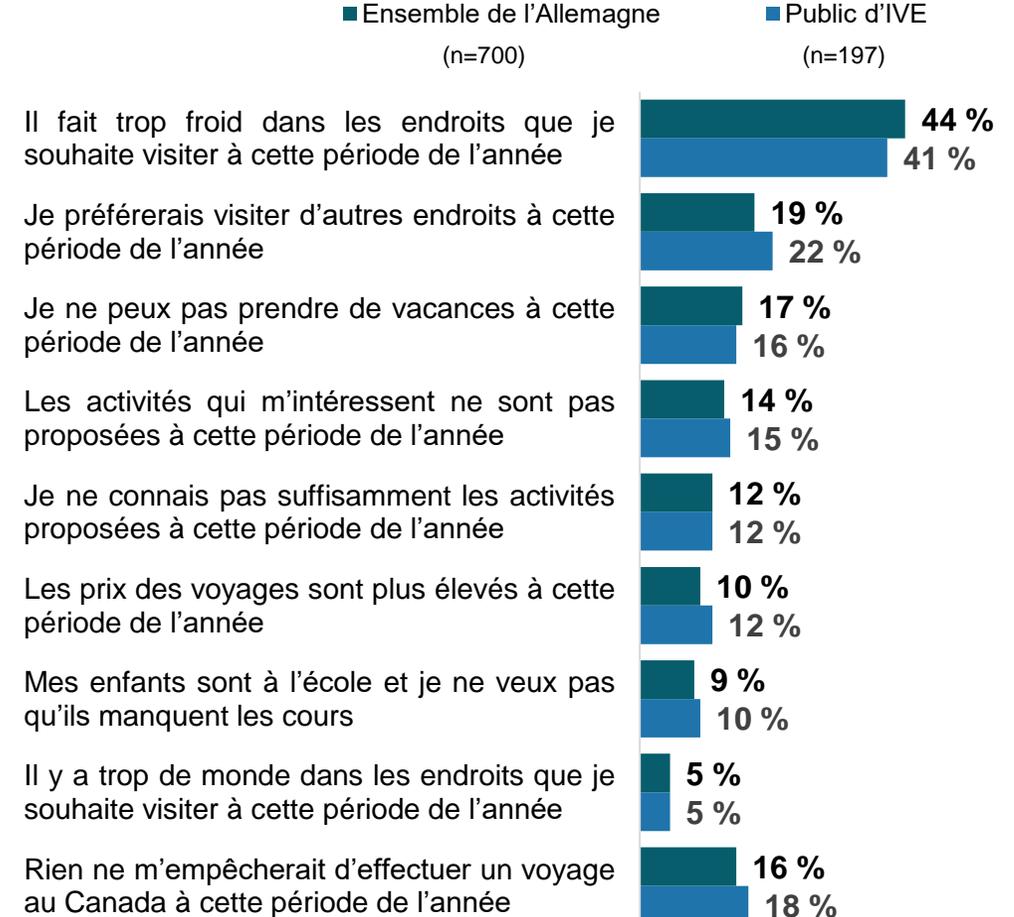
Remarque : Les personnes sondées ont été interrogées soit sur les voyages en hiver (questions B2 et D2), soit sur les voyages en automne (questions B3 et D3).  
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=731]; IVE (n=218).  
 B2. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous envisagez de voyager pour découvrir la **saison hivernale**? (Indiquez un maximum de trois destinations à l'intérieur ou à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens.) [DESCRIPTION] Veuillez noter que vos réponses peuvent inclure d'autres destinations que celles envisagées dans le cadre d'un voyage de vacances.



## Facteurs de motivation pour les voyages en hiver



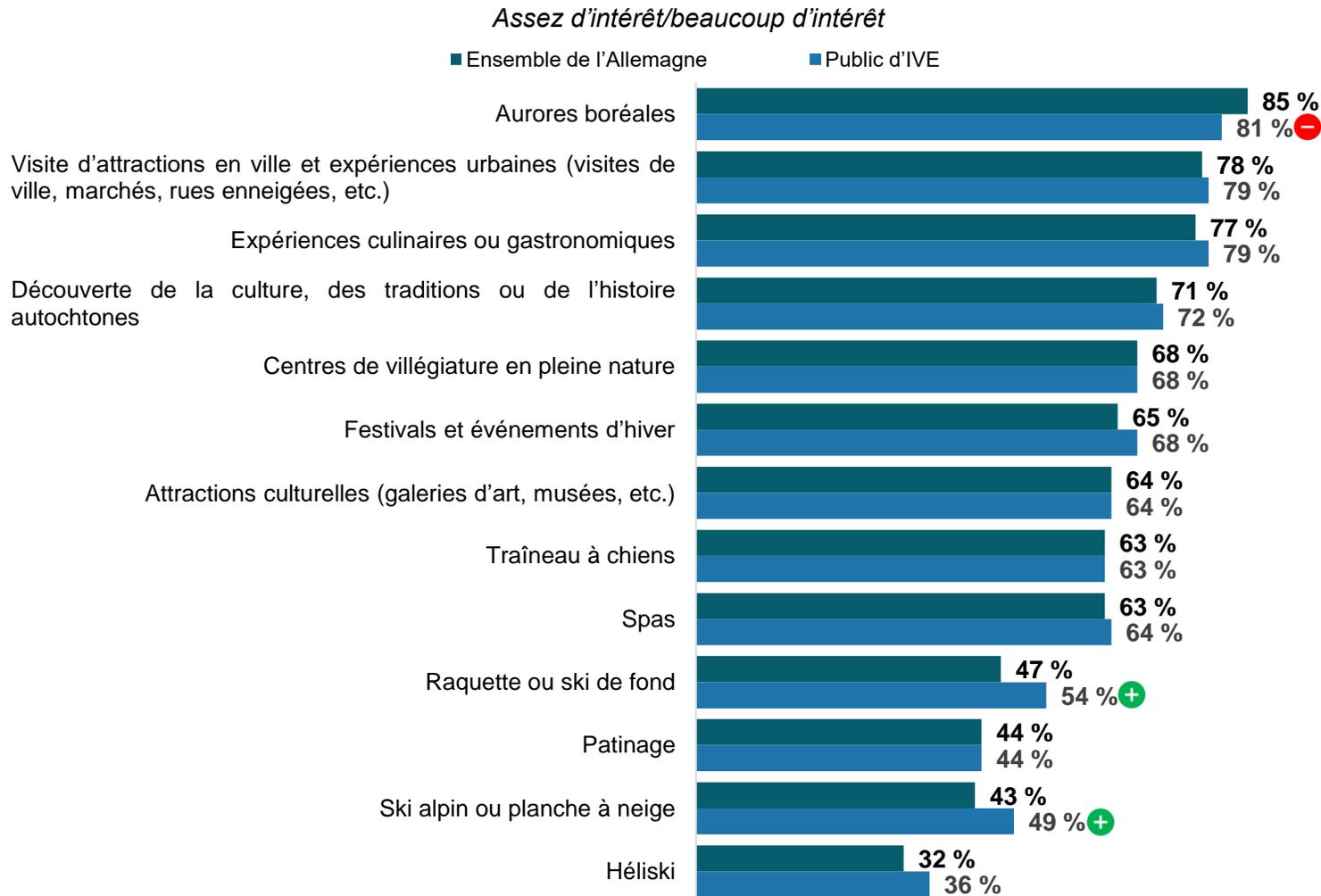
## Obstacles aux voyages en hiver



Base : Personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui envisagent de visiter le pays, une province ou un territoire en décembre, en janvier ou en février.  
 E8a. Vous avez indiqué précédemment que vous envisagiez de passer des vacances au **Canada** en décembre, en janvier ou en février. Quels éléments parmi les suivants motivent votre choix d'effectuer un voyage de vacances au Canada pendant ces **mois d'hiver**?  
 Base : Personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui n'envisagent pas de visiter le pays, une province ou un territoire en décembre, en janvier ou en février.  
 E9. Vous avez indiqué précédemment que vous n'envisagiez pas de passer des vacances au **Canada** en décembre, en janvier ou en février. Quels éléments parmi les suivants motivent votre choix de **ne pas** effectuer de voyage de vacances au Canada pendant ces **mois d'hiver**?

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

# Intérêt pour les activités hivernales au Canada



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

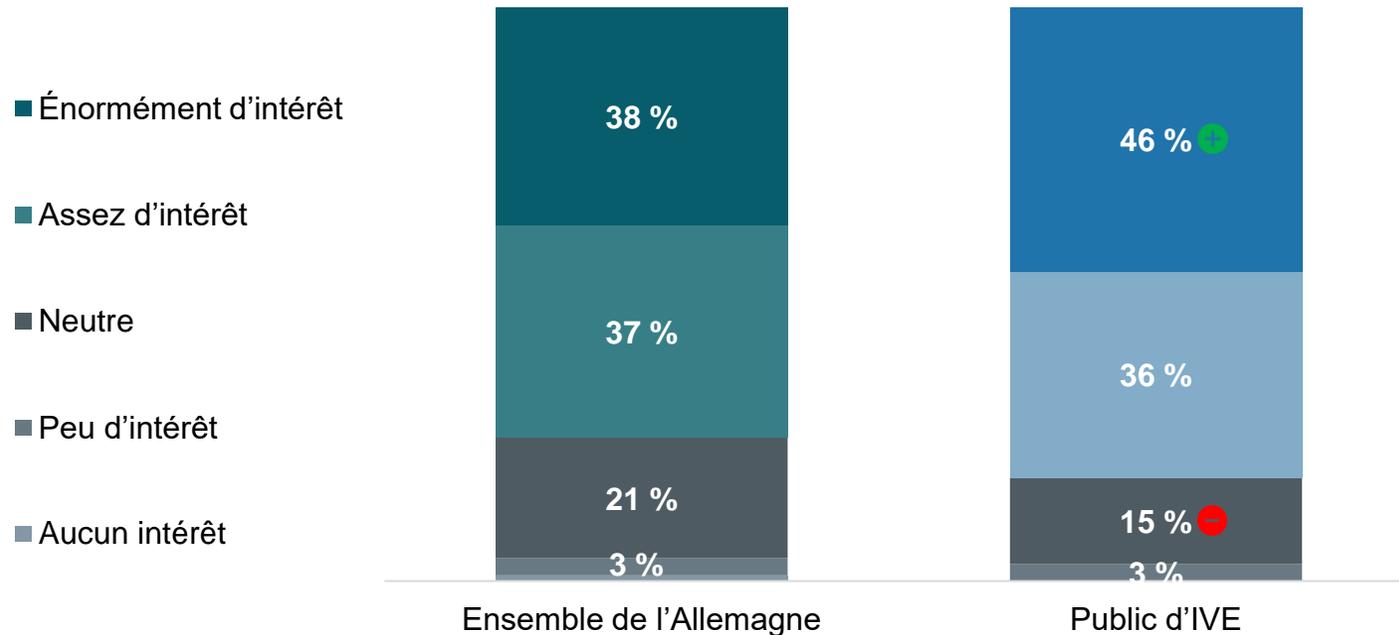


# Intérêt pour les vacances d'automne

## Énormément d'intérêt/assez d'intérêt (deux réponses supérieures)

75 %

82 % +

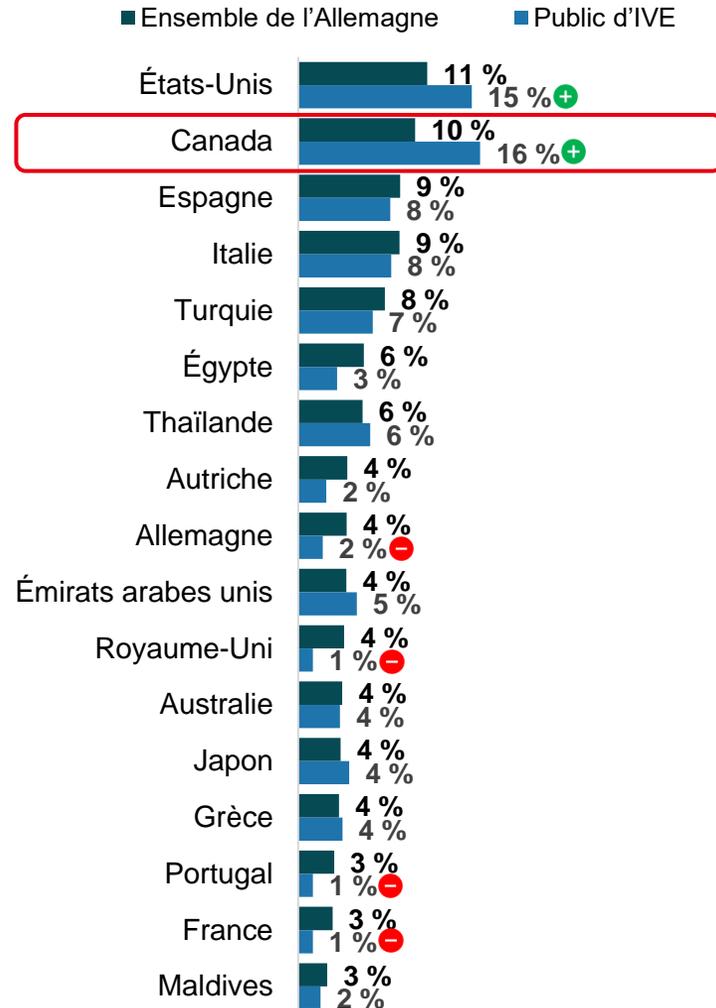


### Description de la saison automnale

L'automne est la saison qui se trouve entre l'été et l'hiver. Dans la plupart des destinations, l'automne est souvent assez calme après un été bien chargé. Dans certaines destinations, les températures baissent et les feuilles des arbres se teintent de rouge, d'orange et de jaune avant de tomber. Bien que la saison se caractérise par des activités et des expériences différentes, de nombreuses expériences estivales peuvent encore être vécues à l'automne.

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

# Considération spontanée des destinations pour un voyage en automne



## Description de la saison automnale

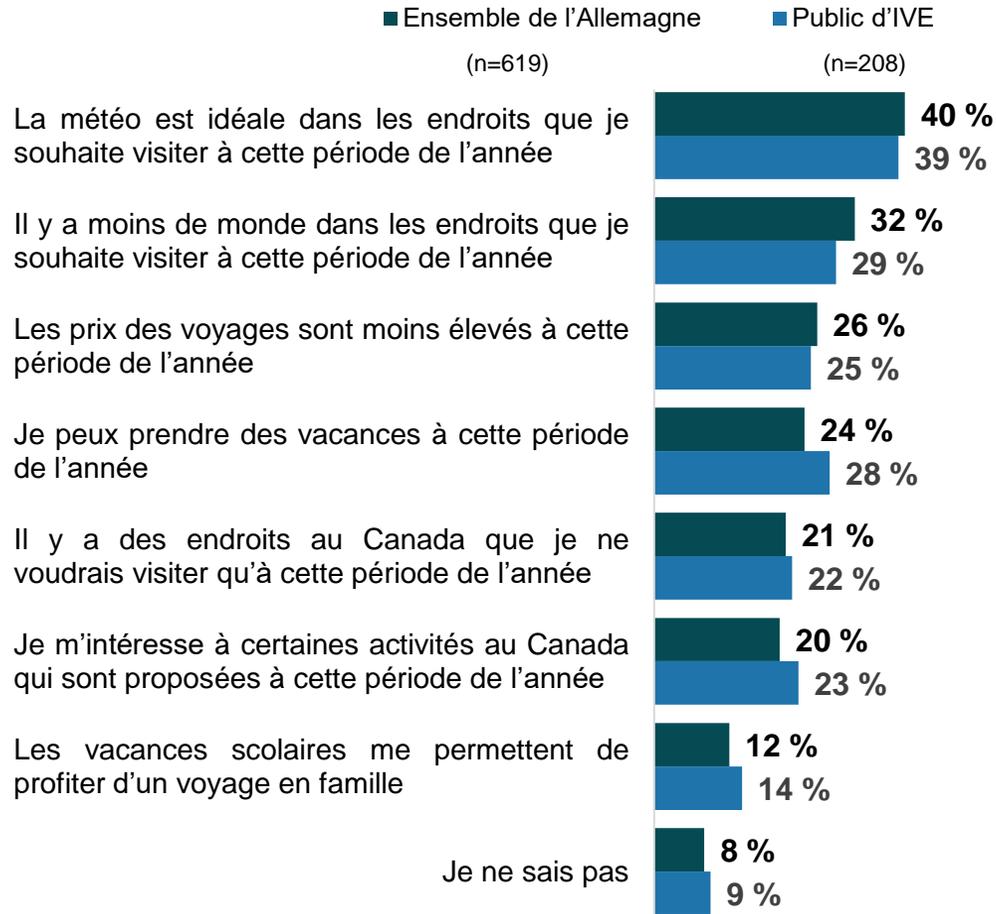
L'automne est la saison qui se trouve entre l'été et l'hiver. Dans la plupart des destinations, l'automne est souvent assez calme après un été bien chargé. Dans certaines destinations, les températures baissent et les feuilles des arbres se teintent de rouge, d'orange et de jaune avant de tomber. Bien que la saison se caractérise par des activités et des expériences différentes, de nombreuses expériences estivales peuvent encore être vécues à l'automne.

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

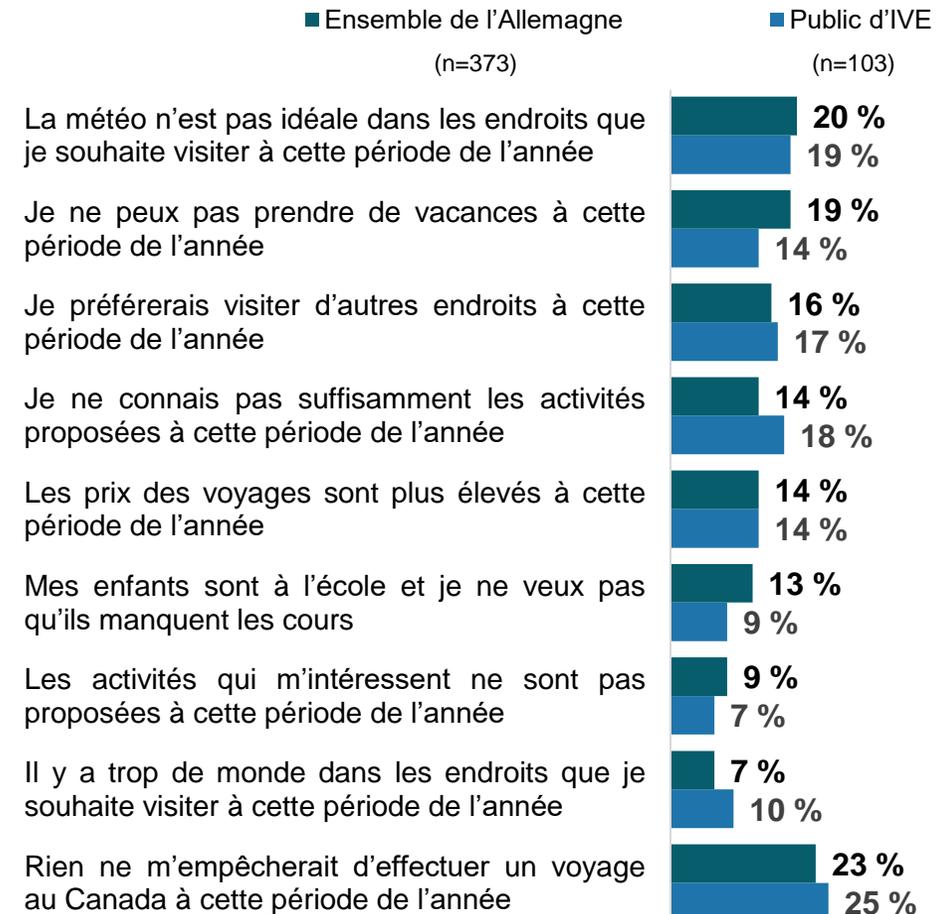
Remarque : Les personnes sondées ont été interrogées soit sur les voyages en hiver (questions B2 et D2), soit sur les voyages en automne (questions B3 et D3).  
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=787]; IVE (n=238).  
 B3. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous envisagez de voyager pour découvrir la **saison automnale**? (Indiquez un maximum de trois destinations à l'intérieur ou à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens.) [DESCRIPTION] Veuillez noter que vos réponses peuvent inclure d'autres destinations que celles envisagées dans le cadre d'un voyage de vacances.



## Facteurs de motivation pour les voyages en automne



## Obstacles aux voyages en automne

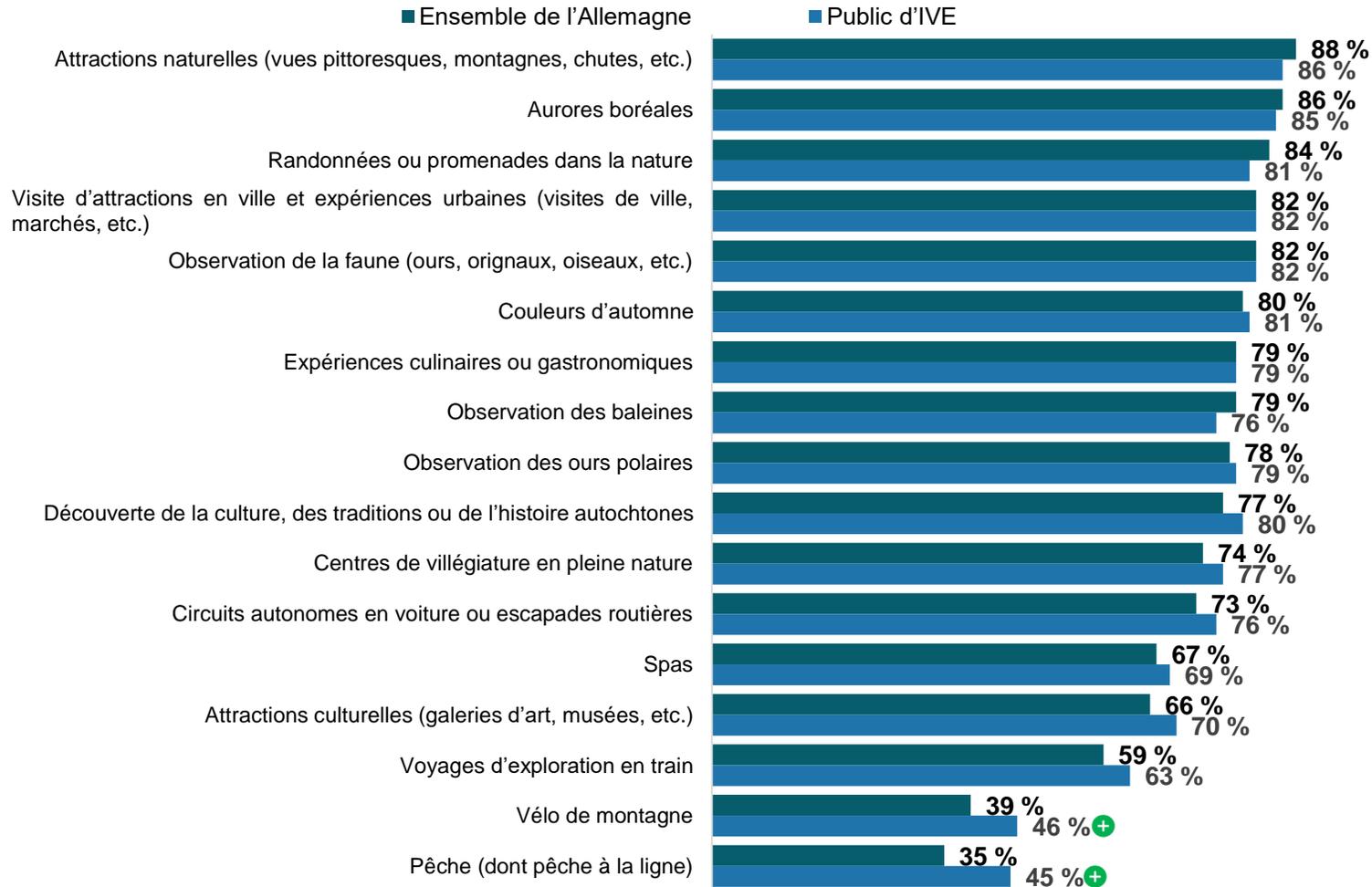


Base : Personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui envisagent de visiter le pays, une province ou un territoire en septembre, en octobre ou en novembre.  
 E6a. Vous avez indiqué précédemment que vous envisagiez de passer des vacances au **Canada** en septembre, en octobre ou en novembre. Quels éléments parmi les suivants motivent votre choix d'effectuer un voyage de vacances au Canada pendant ces **mois d'automne**?  
 Base : Personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui n'envisagent pas de visiter le pays, une province ou un territoire en septembre, en octobre ou en novembre.  
 E7. Vous avez indiqué précédemment que vous n'envisagiez pas de passer des vacances au **Canada** en septembre, en octobre ou en novembre. Quels éléments parmi les suivants motivent votre choix de **ne pas** effectuer de voyage de vacances au Canada pendant ces **mois d'automne**?

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

# Intérêt pour les activités automnales au Canada

## Assez d'intérêt/beaucoup d'intérêt



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)





# Tourisme autochtone

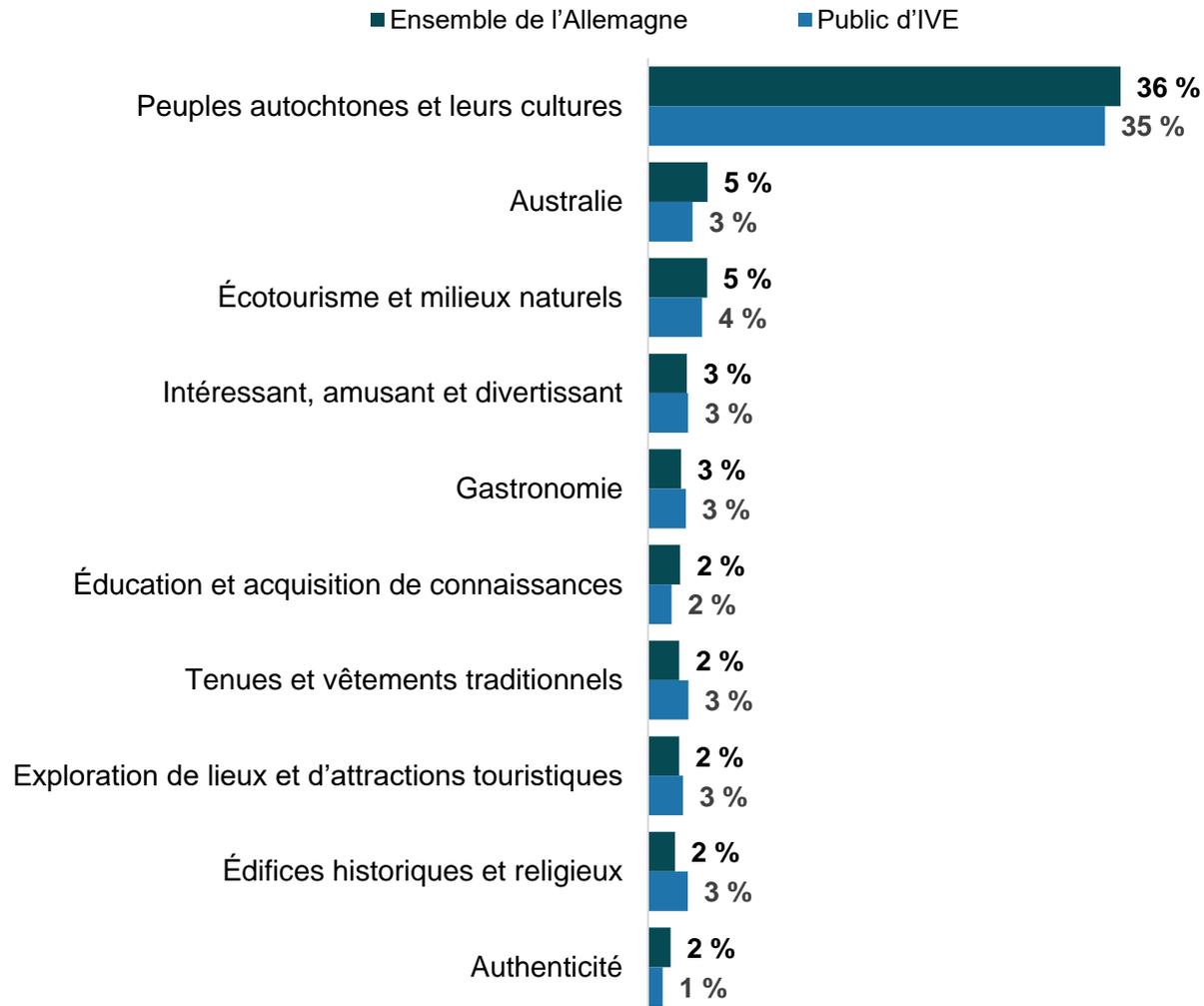
DESTINATION  
CANADA



Colombie-Britannique



# Mentions spontanées – Activités culturelles et touristiques autochtones



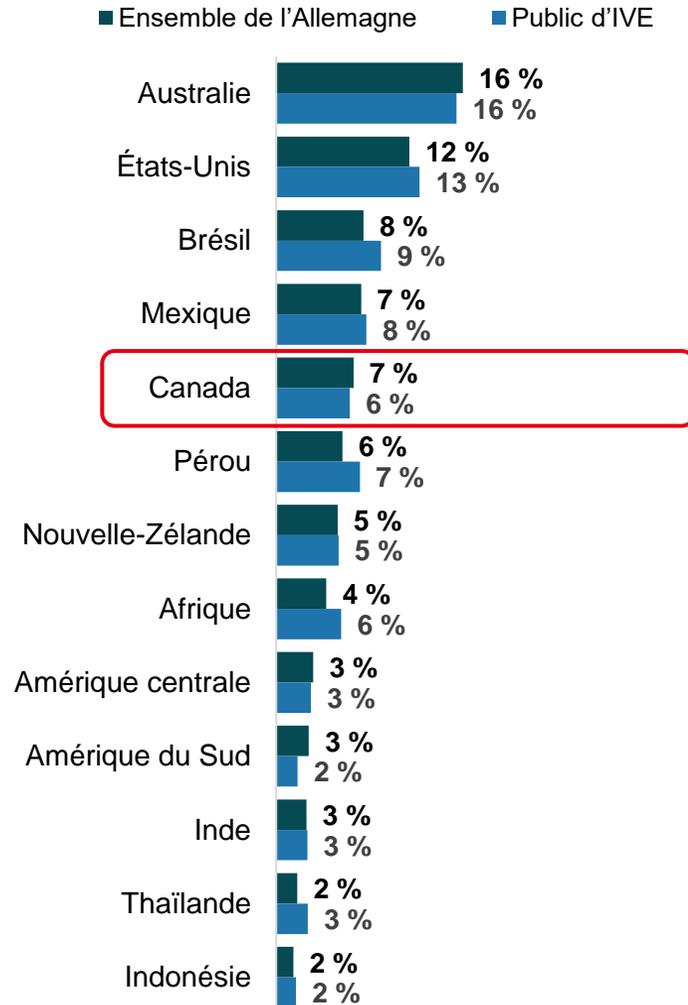
## Description des peuples autochtones

Les peuples autochtones sont les descendants des premiers habitants d'un pays ou d'une région avant l'arrivée de personnes de cultures ou d'origines différentes. Ils ont des traditions et des modes de vie uniques qui se distinguent souvent de ceux de la société en général. Les entreprises touristiques autochtones sont détenues ou exploitées par des peuples autochtones.

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Considération spontanée des destinations touristiques autochtones



## Description des peuples autochtones

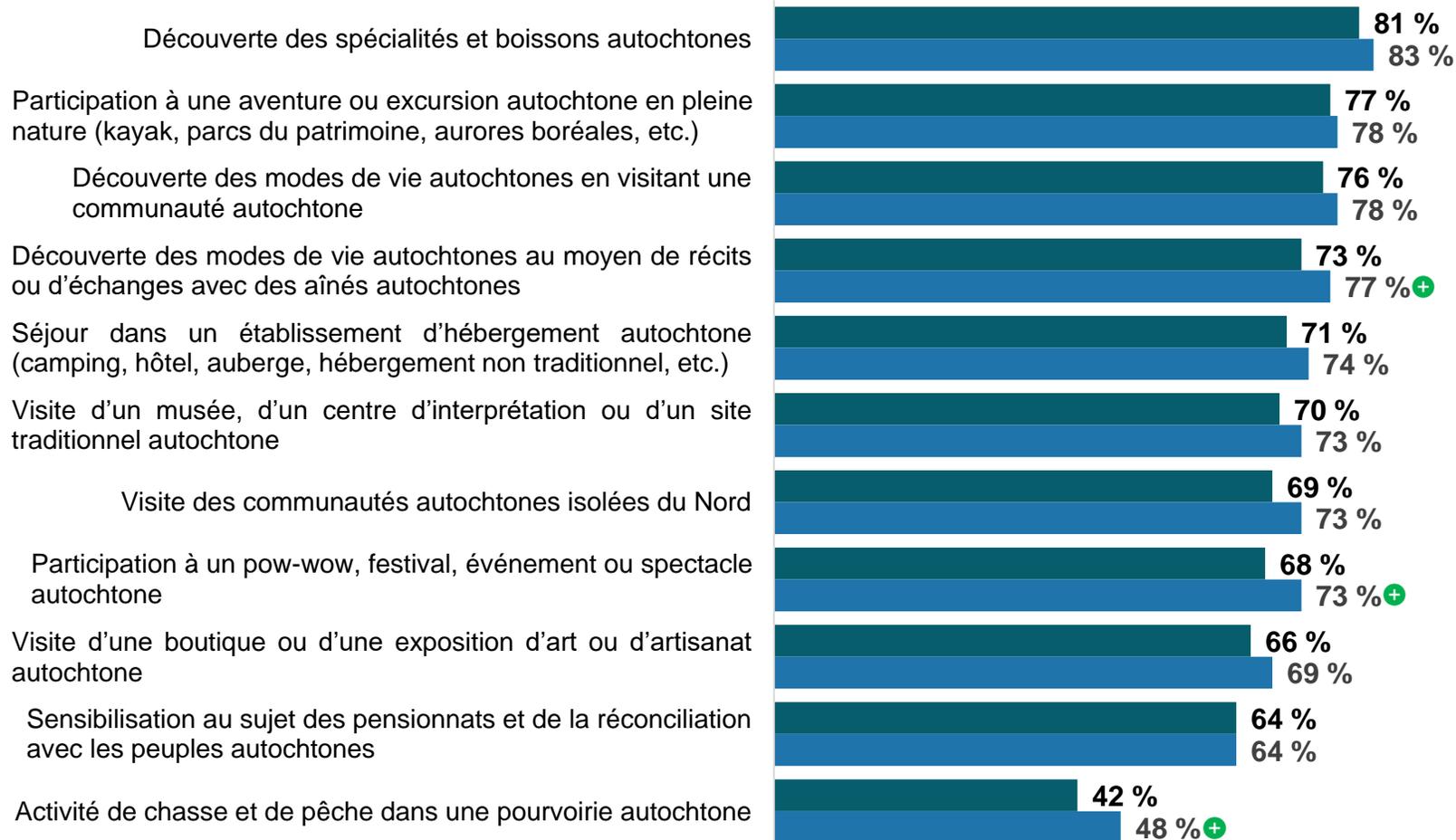
Les peuples autochtones sont les descendants des premiers habitants d'un pays ou d'une région avant l'arrivée de personnes de cultures ou d'origines différentes. Ils ont des traditions et des modes de vie uniques qui se distinguent souvent de ceux de la société en général. Les entreprises touristiques autochtones sont détenues ou exploitées par des peuples autochtones.

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

# Intérêt pour les activités culturelles et touristiques autochtones

Assez d'intérêt/beaucoup d'intérêt

■ Ensemble de l'Allemagne   ■ Public d'IVE



## Description du tourisme autochtone

Comme vous le savez peut-être, au Canada, les entreprises touristiques autochtones sont détenues ou exploitées majoritairement par des peuples autochtones (Premières Nations, Métis ou Inuit). Les retombées sociales et économiques des entreprises touristiques autochtones profitent aux propriétaires d'entreprises ou aux communautés où elles sont implantées.

<sup>+</sup> / <sup>-</sup> = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)





# Voyage récent

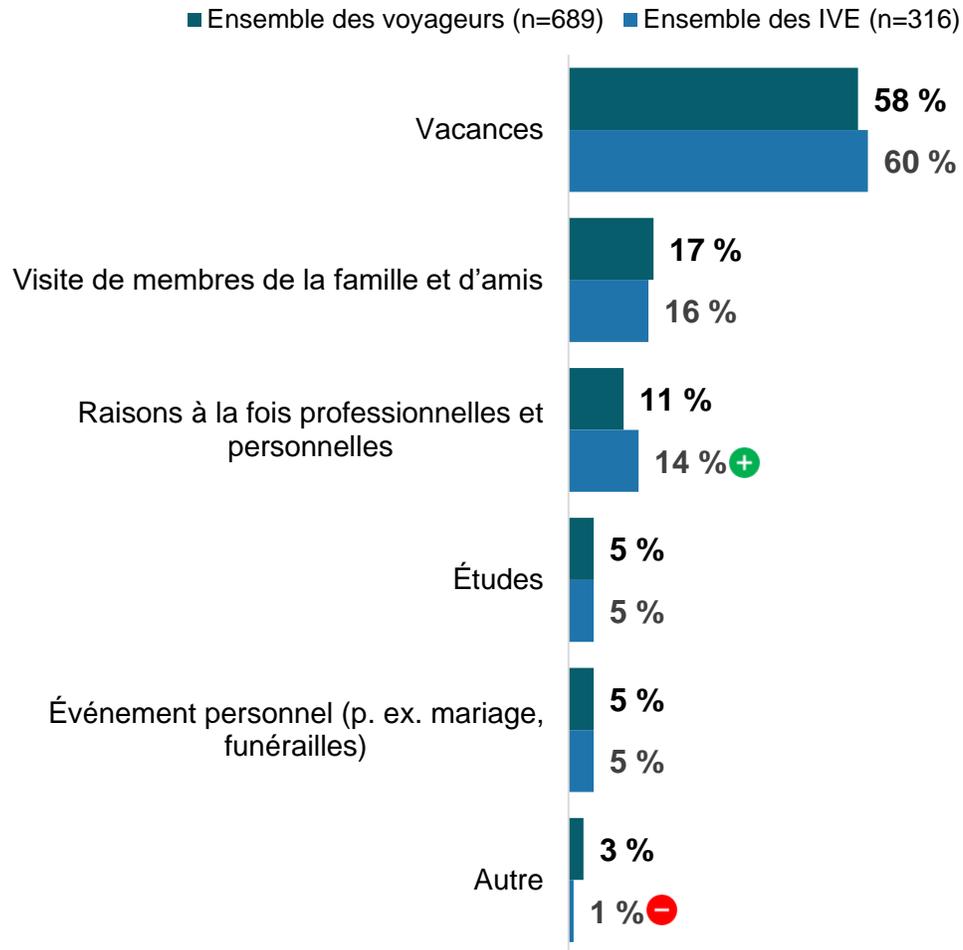


 Lac Louise  
Alberta

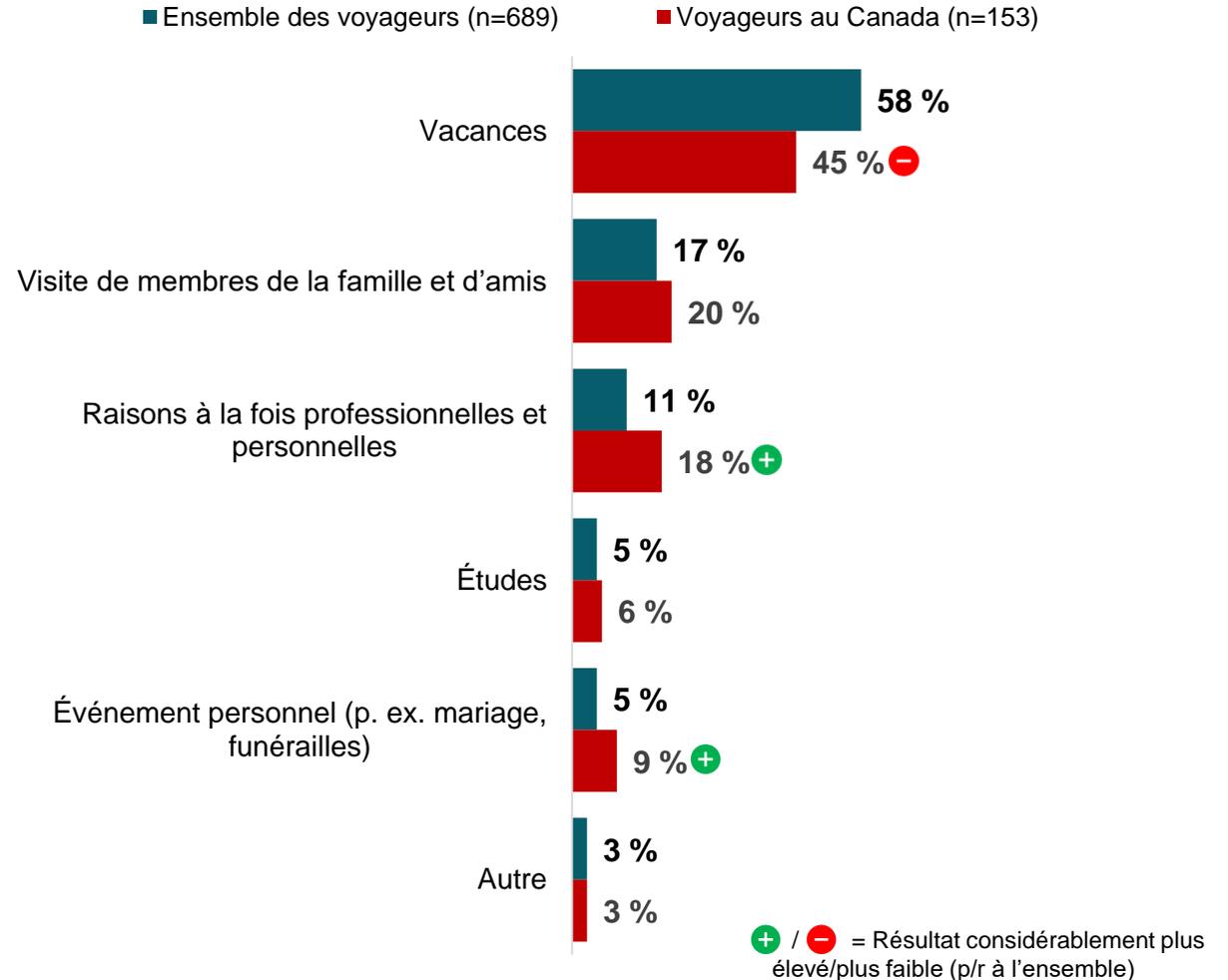


# Motif principal d'un voyage récent

Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues



Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada



# Facteurs de choix de la destination d'un voyage récent

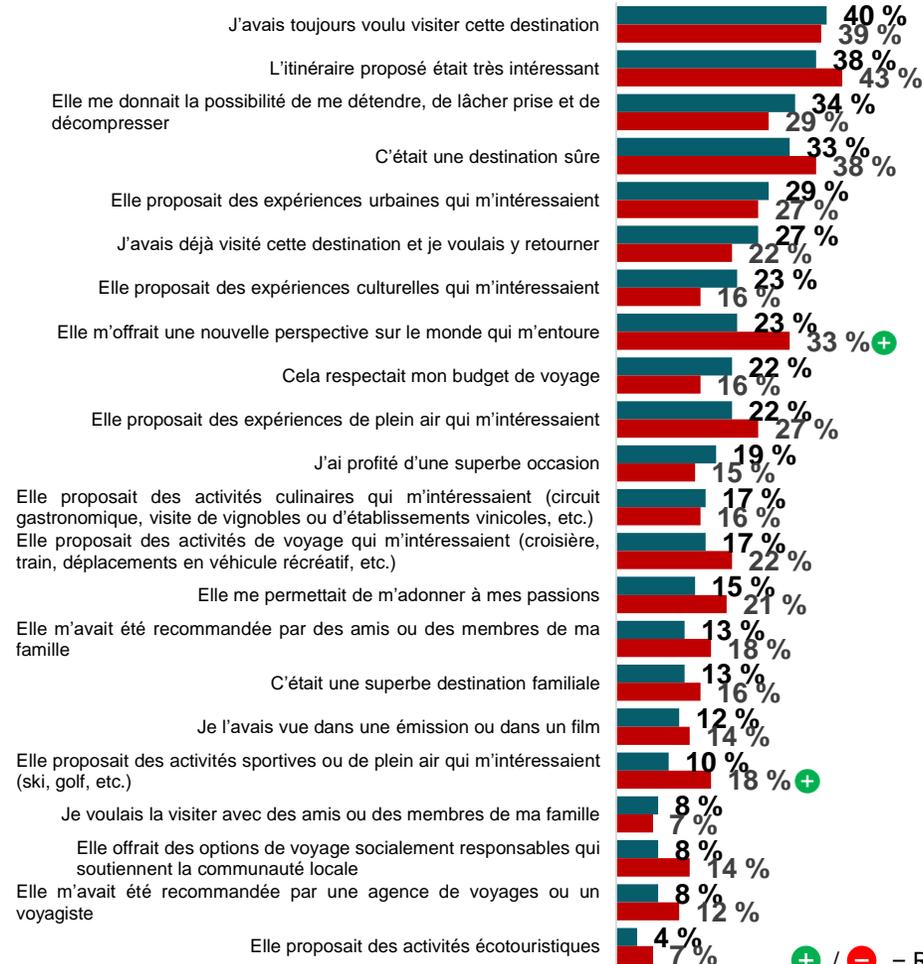
## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

■ Ensemble des voyageurs (n=400) ■ Ensemble des IVE (n=190)



## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada

■ Ensemble des voyageurs (n=400) ■ Voyageurs au Canada (n=68)



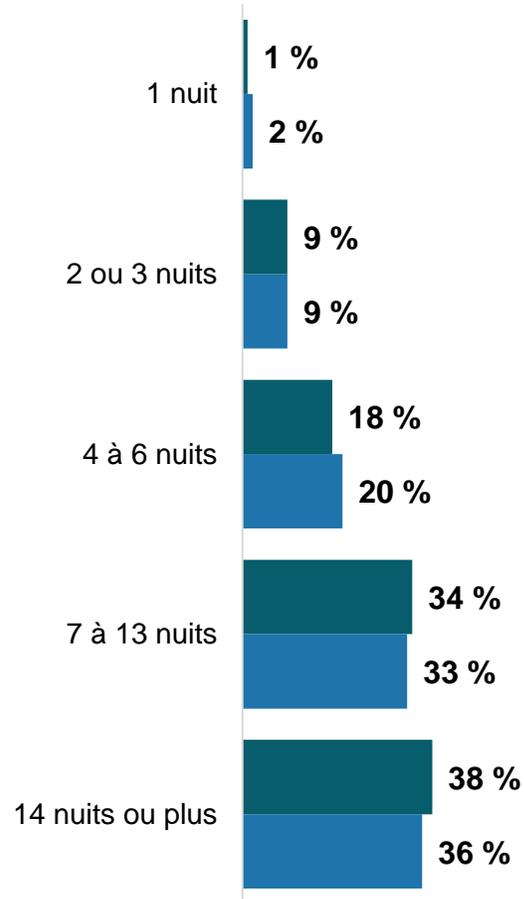
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Nombre de nuits d'un voyage récent

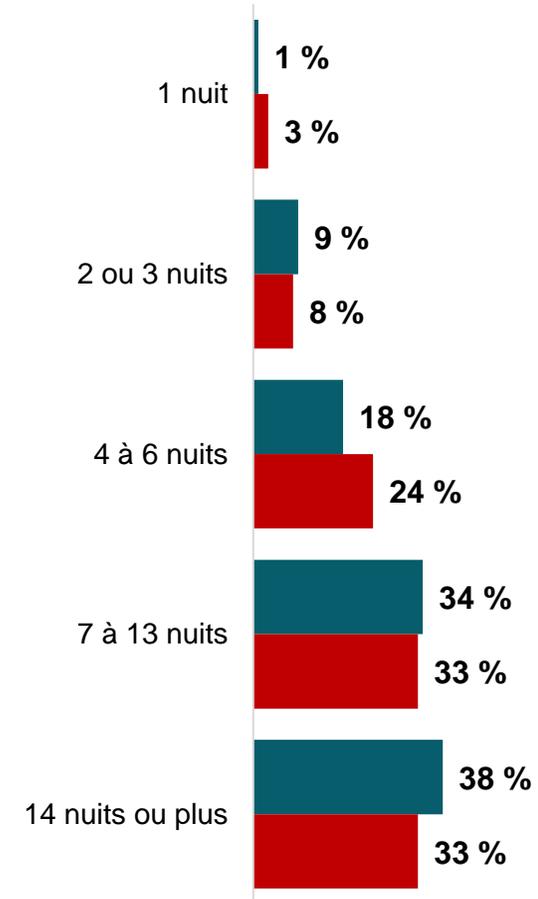
Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

■ Ensemble des voyageurs (n=689) ■ Ensemble des IVE (n=316)



Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada

■ Ensemble des voyageurs (n=689) ■ Voyageurs au Canada (n=153)

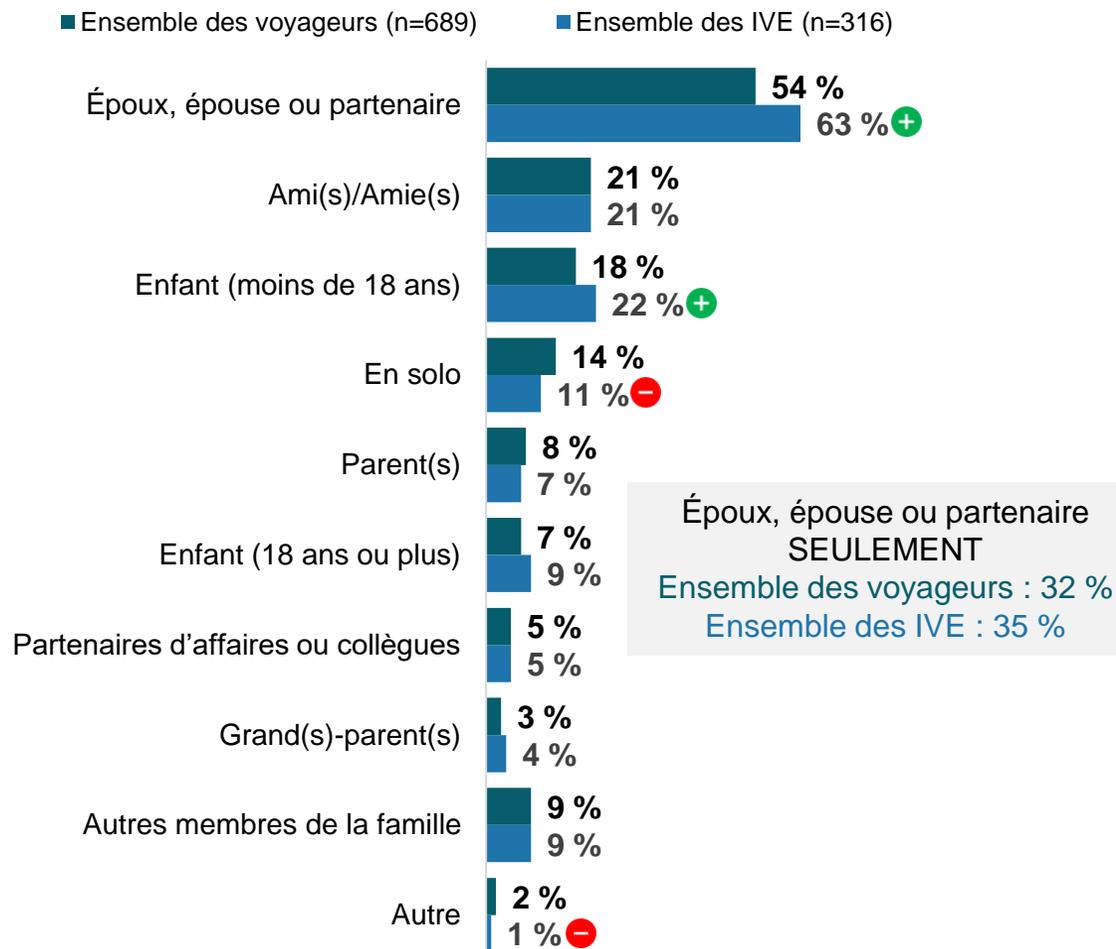


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

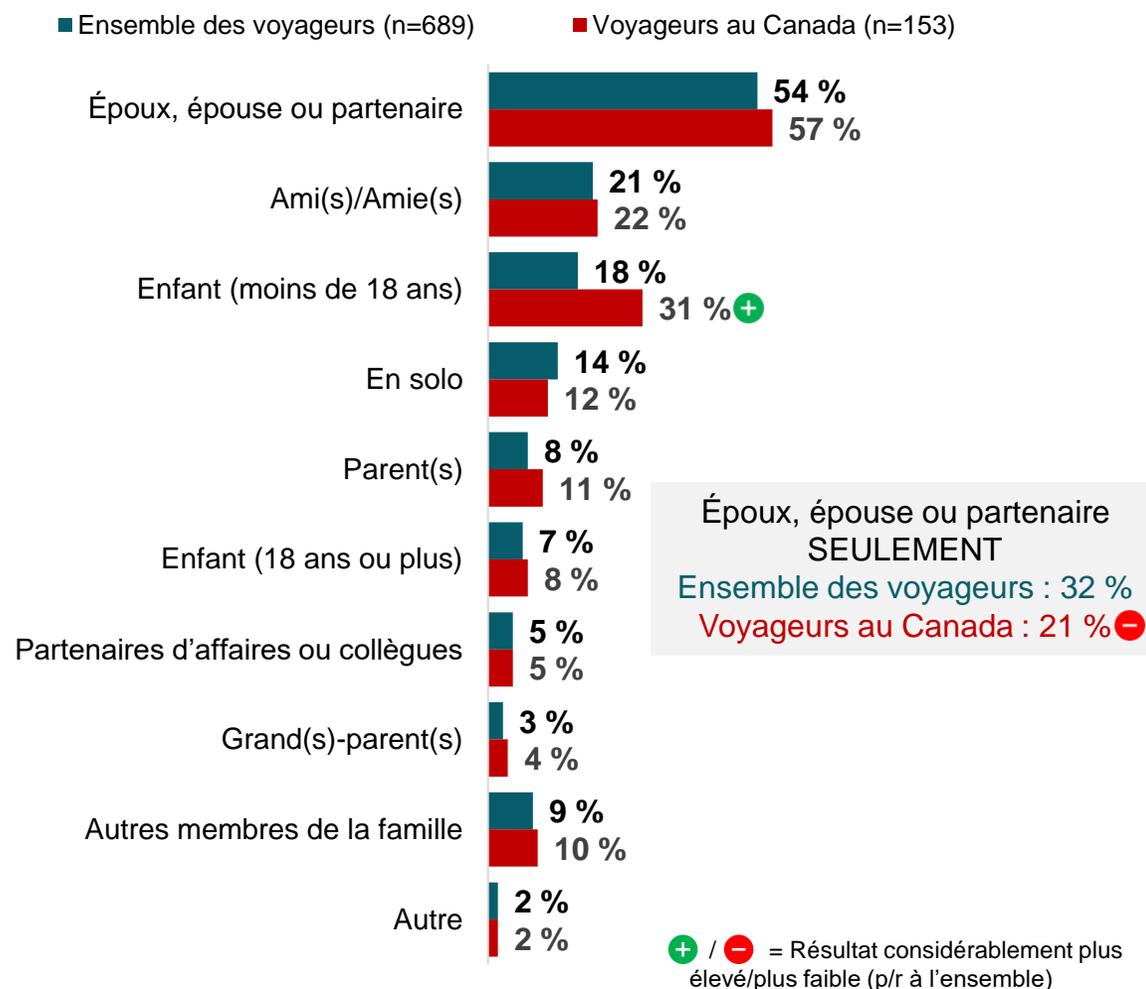


# Groupe de voyage d'un voyage récent

## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues



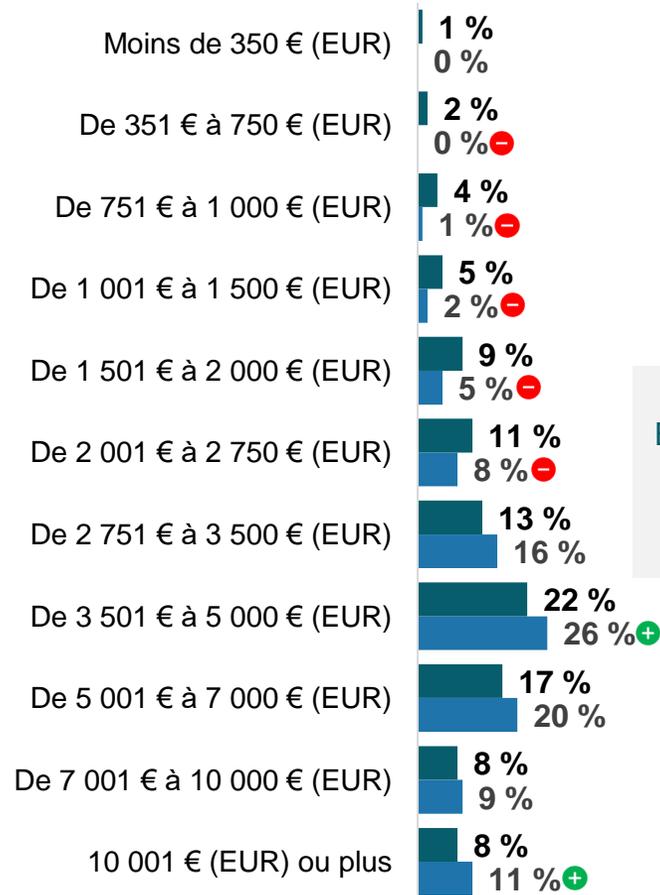
## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada



# Dépenses lors d'un voyage récent

## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

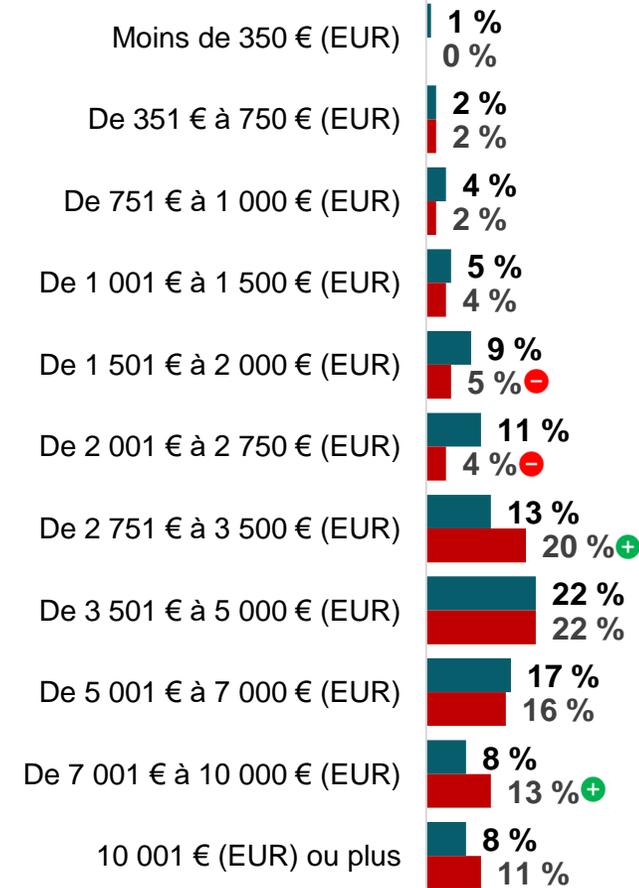
■ Ensemble des voyageurs (n=689) ■ Ensemble des IVE (n=316)



Dépenses moyennes  
 Ensemble des voyageurs :  
 4 640 € (EUR)  
 Ensemble des IVE :  
 5 455 € (EUR) +

## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada

■ Ensemble des voyageurs (n=689) ■ Voyageurs au Canada (n=153)



Dépenses moyennes  
 Ensemble des voyageurs :  
 4 640 € (EUR)  
 Voyageurs au Canada :  
 5 413 € (EUR) +

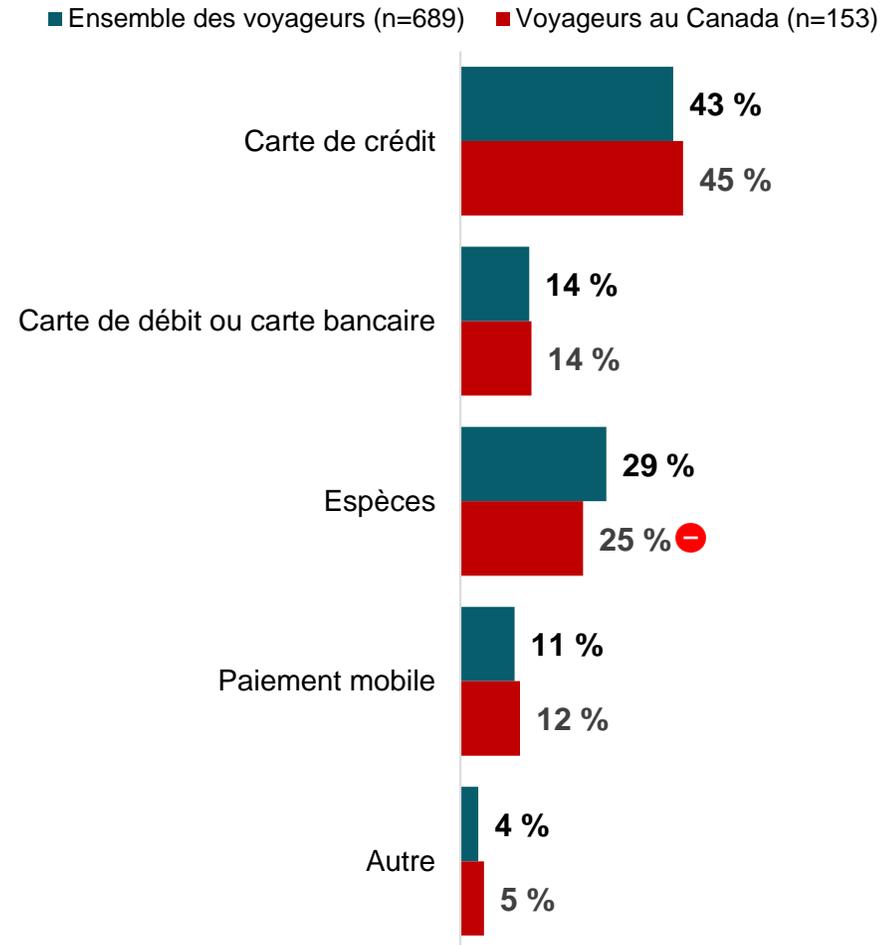
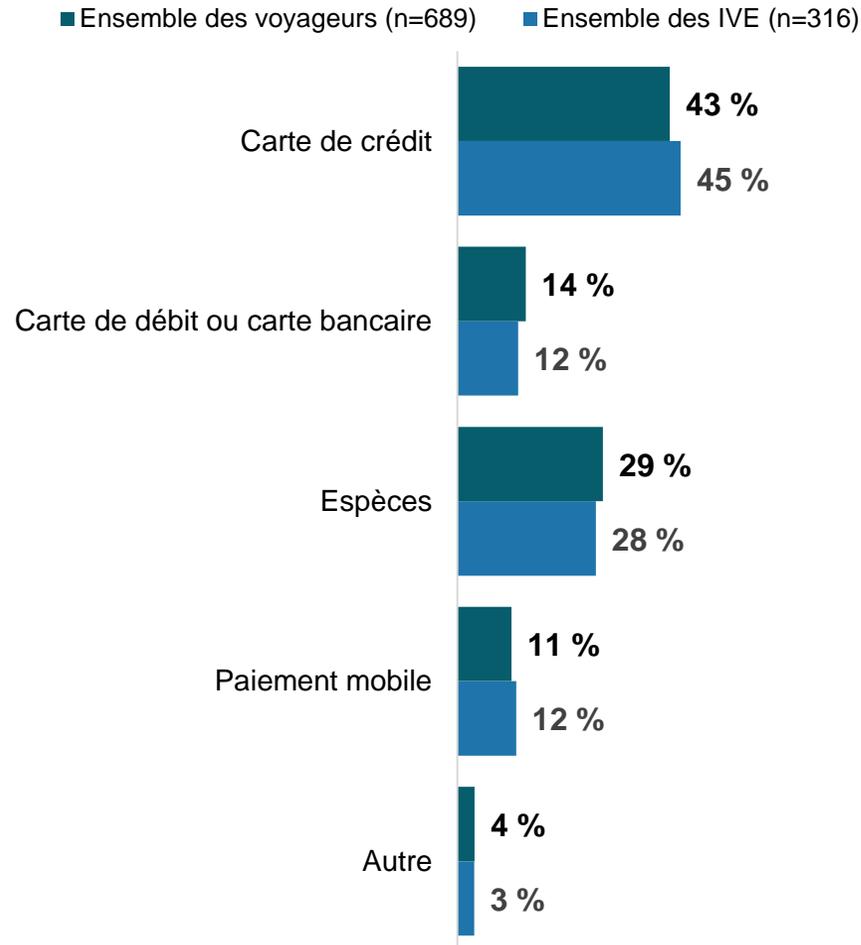
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Modes de paiement lors d'un voyage récent

Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada



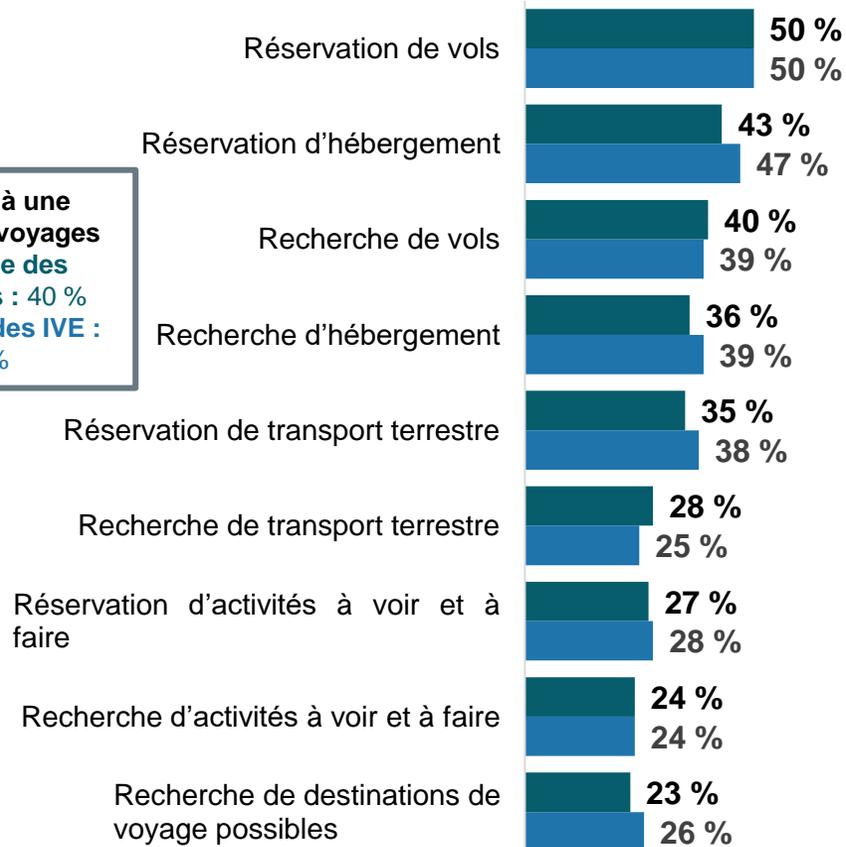
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Recours à une agence de voyages ou à un voyageur lors d'un voyage récent

## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

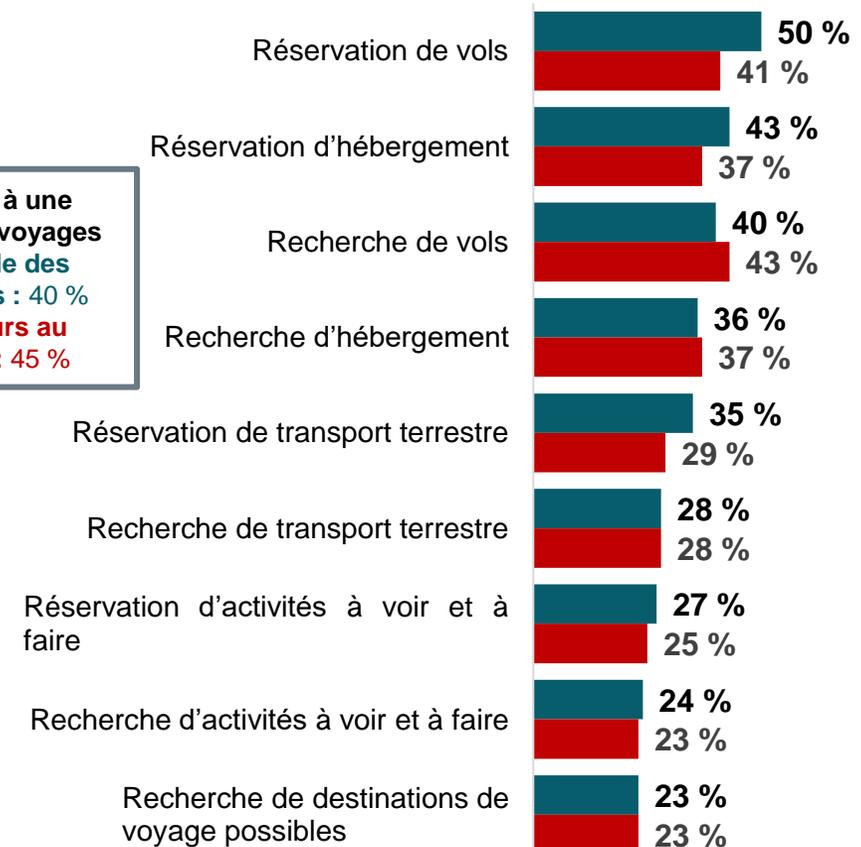
■ Ensemble des voyageurs (n=271) ■ Ensemble des IVE (n=126)



**Recours à une agence de voyages**  
**Ensemble des voyageurs : 40 %**  
**Ensemble des IVE : 40 %**

## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada

■ Ensemble des voyageurs (n=271) ■ Voyageurs au Canada (n=69)



**Recours à une agence de voyages**  
**Ensemble des voyageurs : 40 %**  
**Voyageurs au Canada : 45 %**

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années), toutes destinations confondues, qui ont fait appel à une agence de voyages ou à un voyageur (n=271); IVE (n=126); voyageurs au Canada (n=69).

F9. Les agences de voyages offrent un service personnalisé visant à aider les particuliers, les groupes et les voyageurs d'affaires à planifier et à organiser leurs voyages, que ce soit pour acheter des forfaits de voyages ou réserver des vols ou des hôtels. Citons par exemple Tui Reisecenter ou Dertour; les services de réservation en ligne comme Expedia ou Opodo n'en font pas partie. Avez-vous fait appel à une agence de voyages ou à un voyageur pour vous aider dans vos recherches ou pour réserver votre voyage? (Sélectionnez une seule réponse.)

F10. Parmi les éléments suivants, pour lesquels avez-vous fait appel à une agence de voyages ou à un voyageur?

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

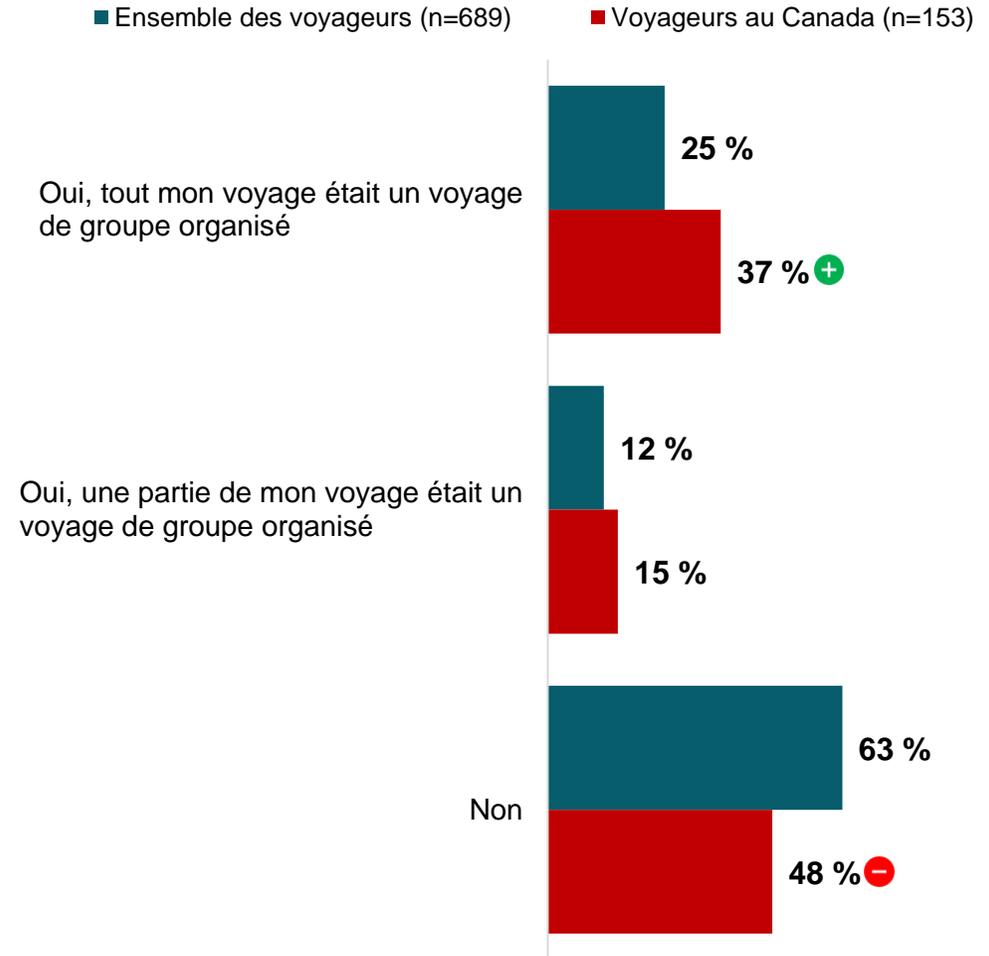
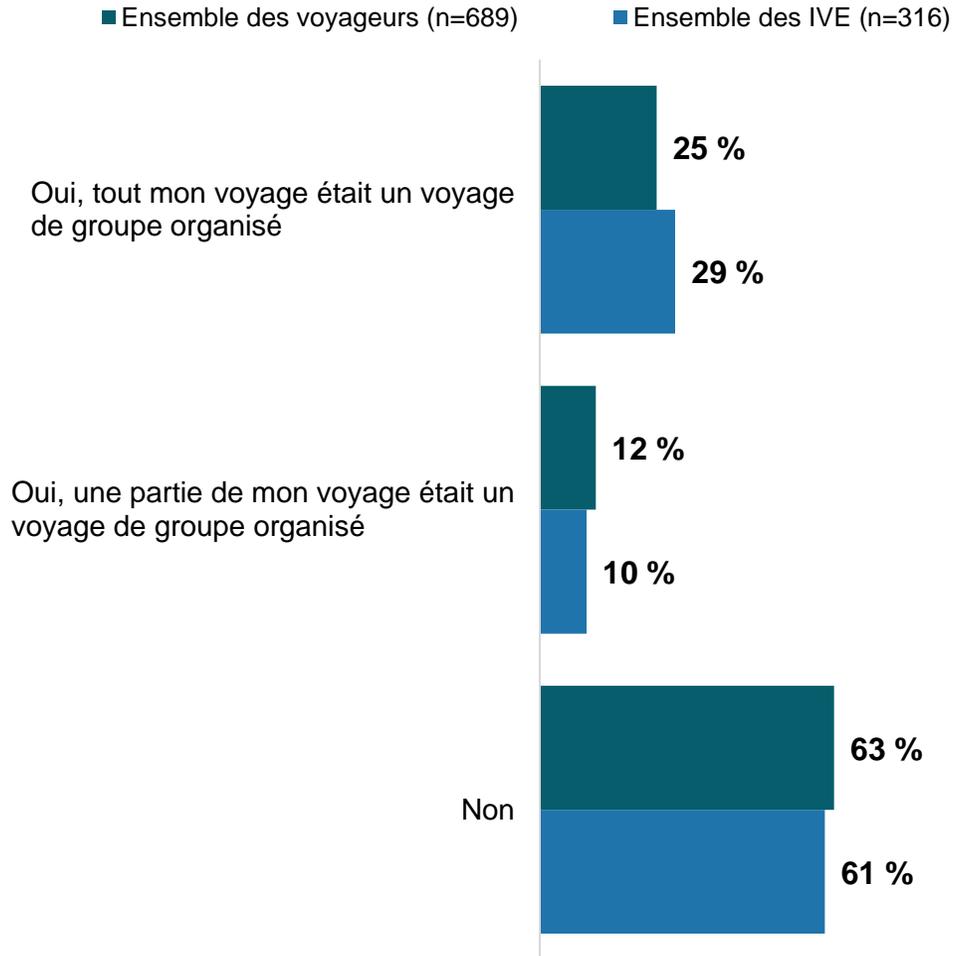


# Voyage récent en groupe organisé (en tout ou en partie)



Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada

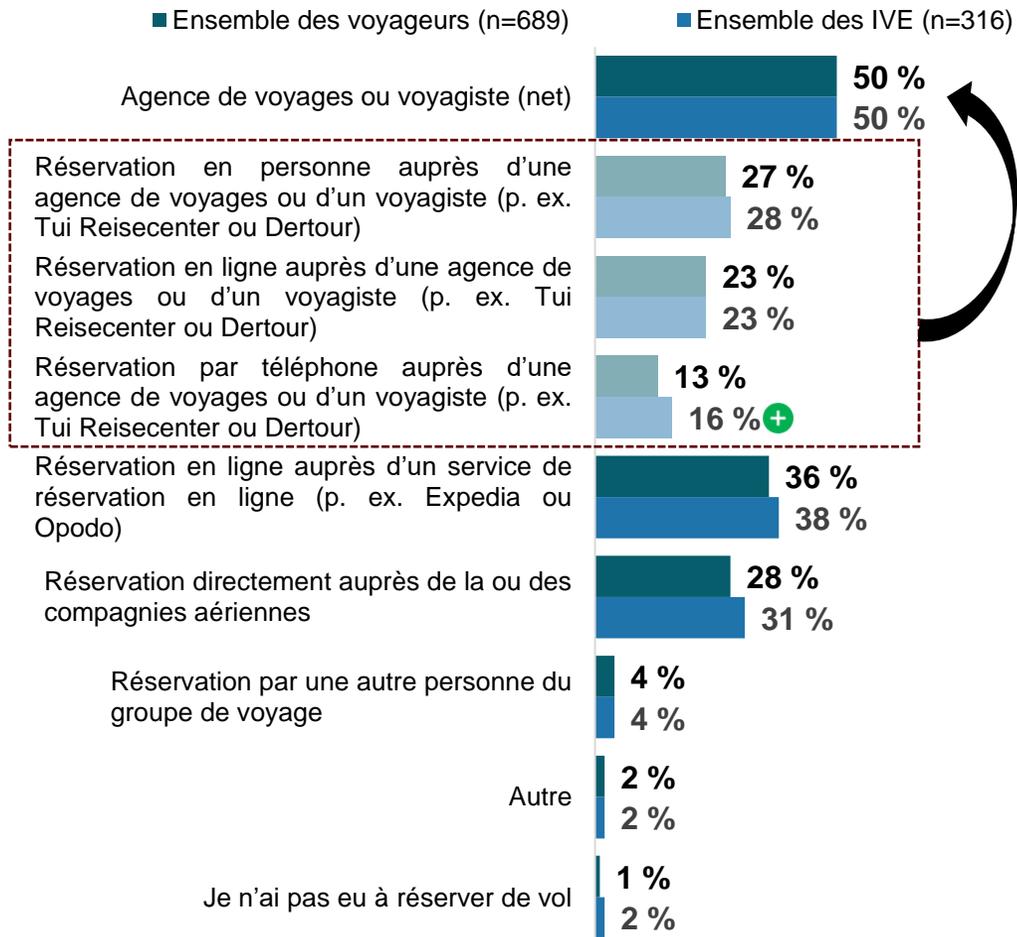


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

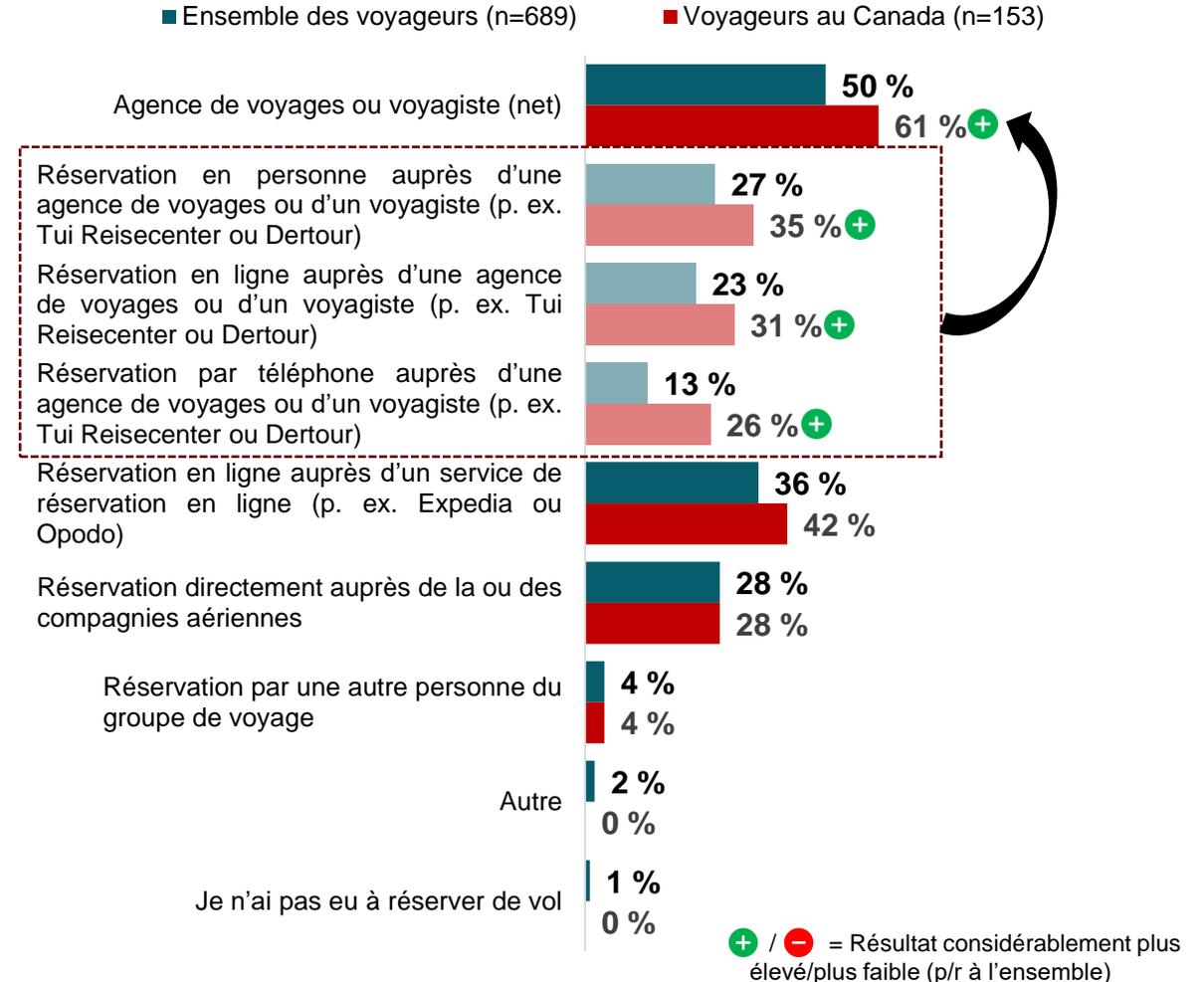


# Réservation de vols lors d'un voyage récent

## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

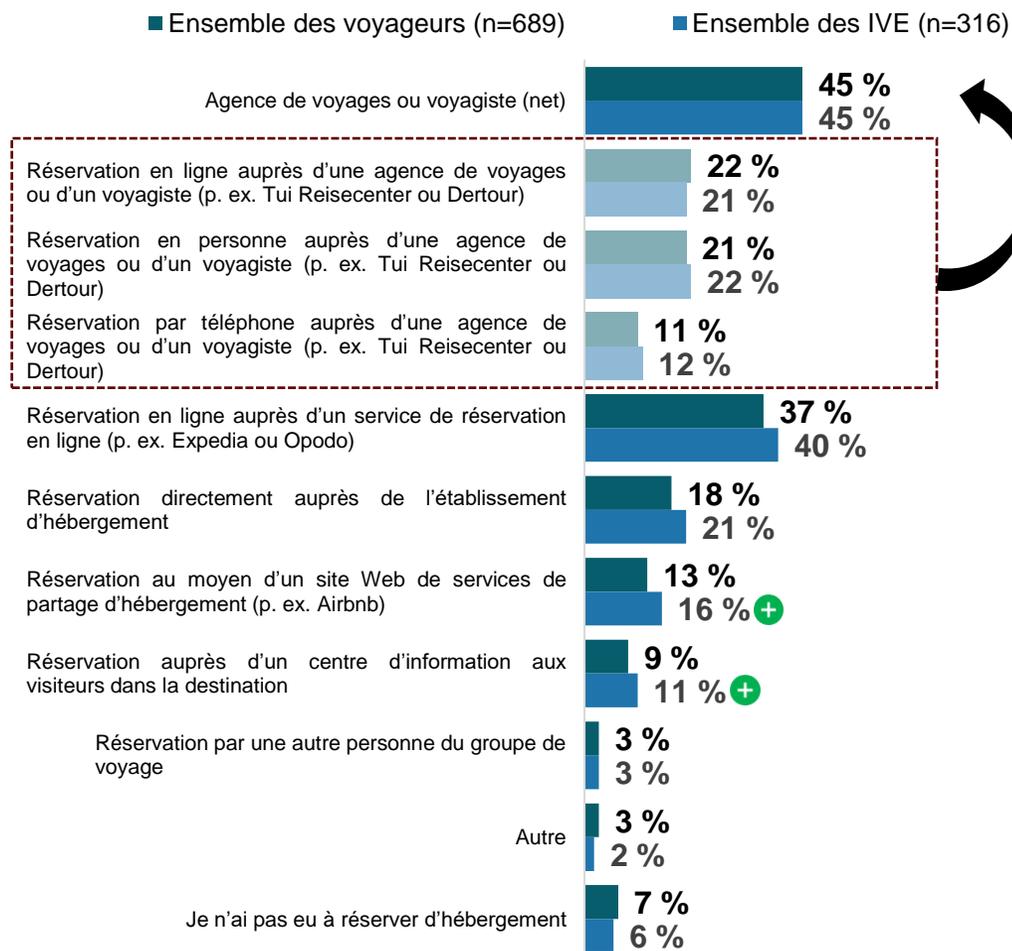


## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada

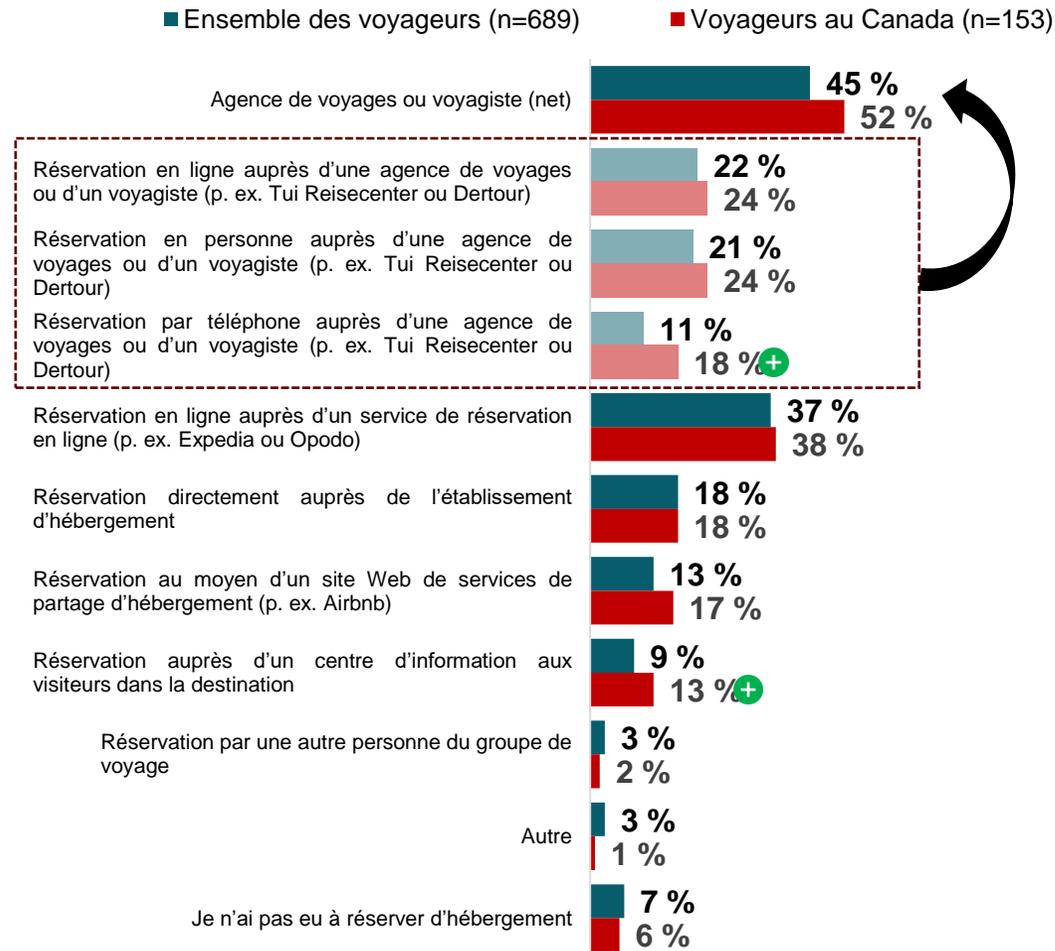


# Réservation d'hébergement lors d'un voyage récent

## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues



## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada



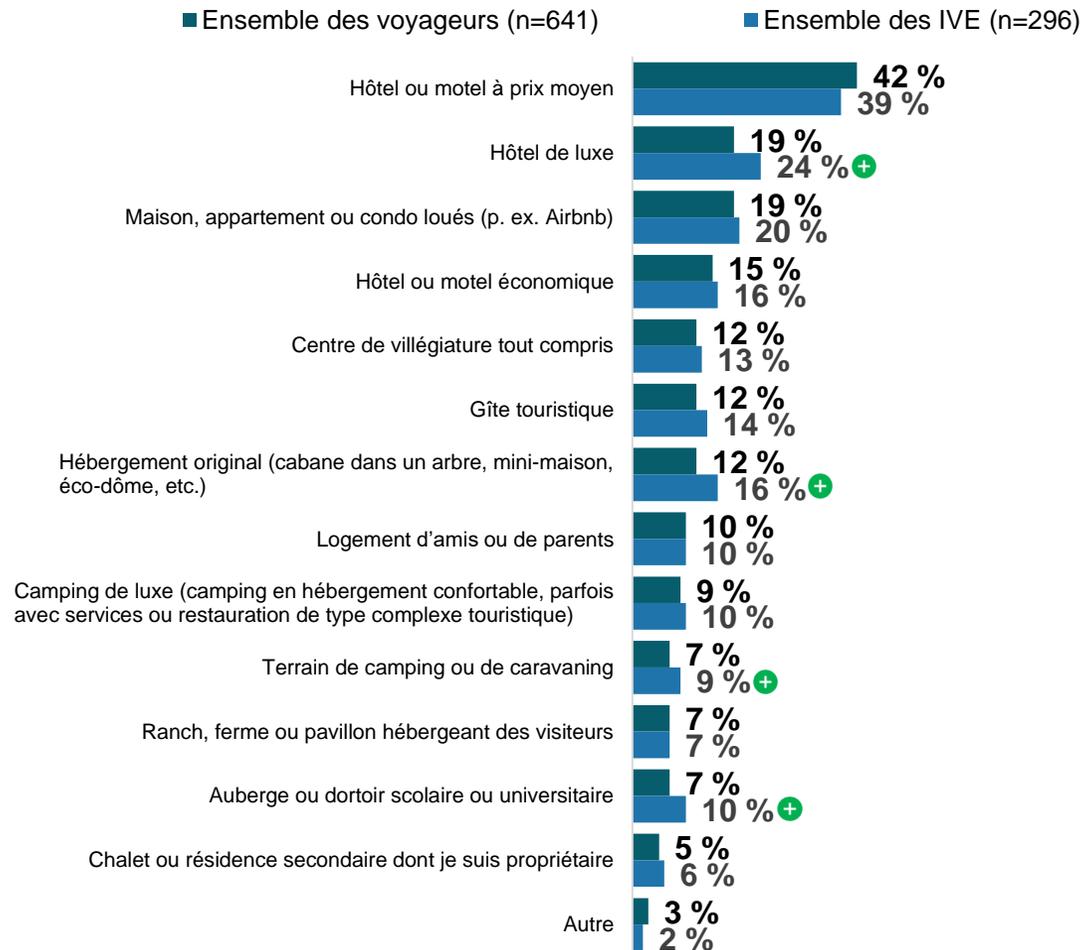
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



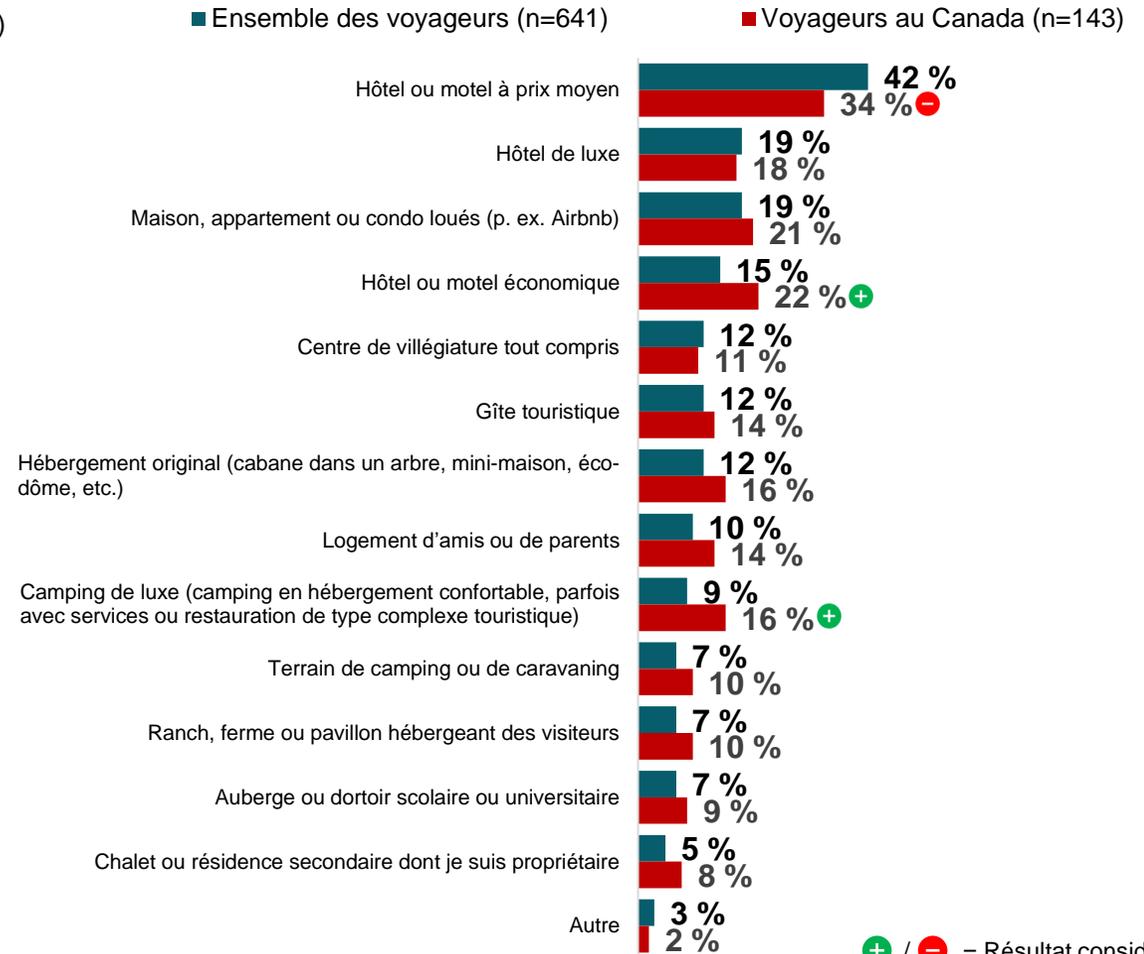
# Type d'établissement d'hébergement lors d'un voyage récent



## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues



## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada



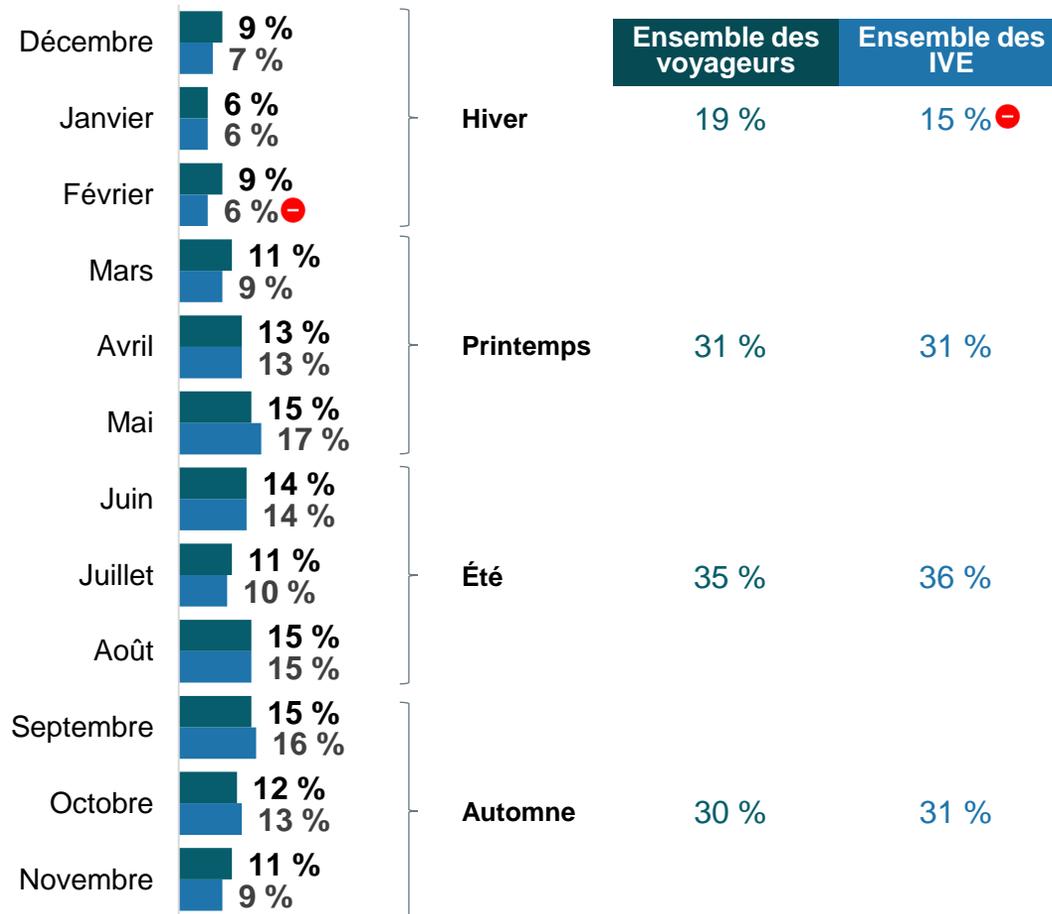
<sup>+</sup> / <sup>-</sup> = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Période du voyage récent

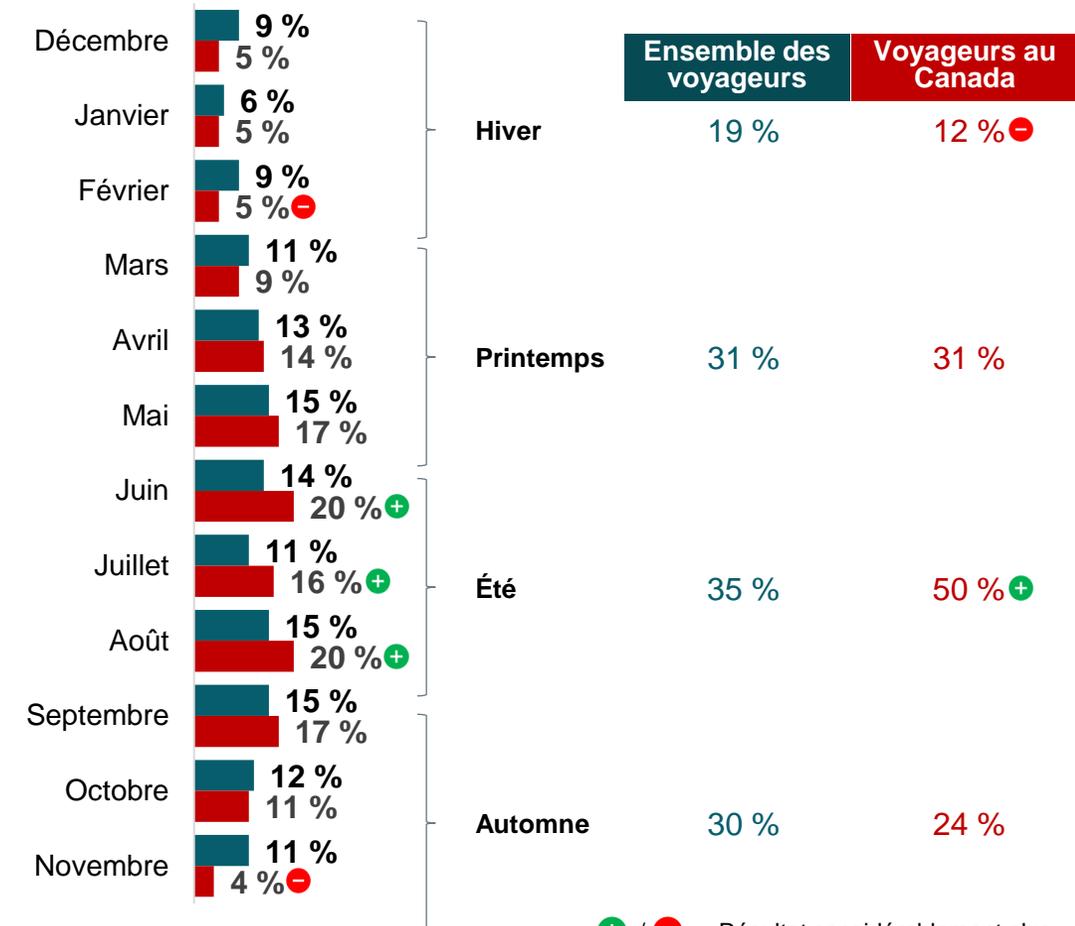
## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

■ Ensemble des voyageurs (n=689) ■ Ensemble des IVE (n=316)



## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada

■ Ensemble des voyageurs (n=689) ■ Voyageurs au Canada (n=153)



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)





# Voyage récent au Canada



Chutes Niagara  
Ontario



# Activités pratiquées lors d'un voyage récent au Canada – 10 principales réponses



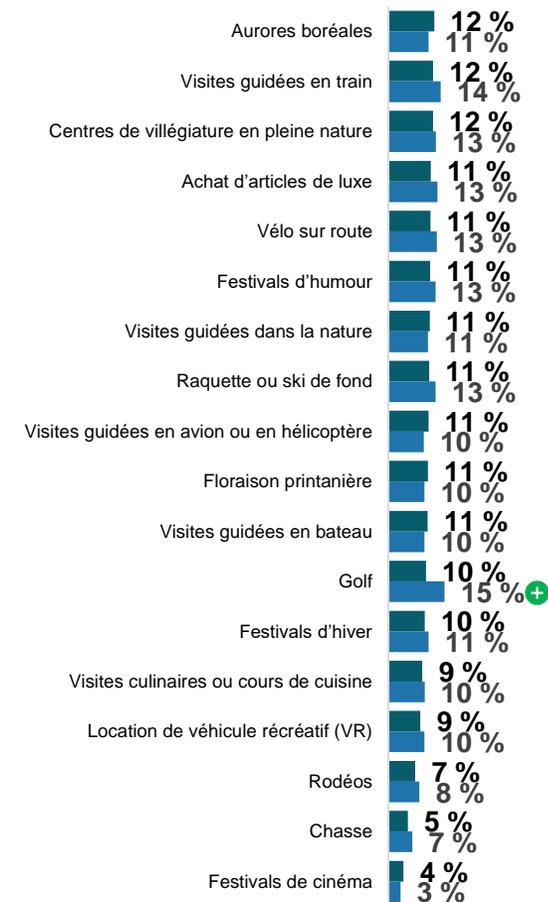
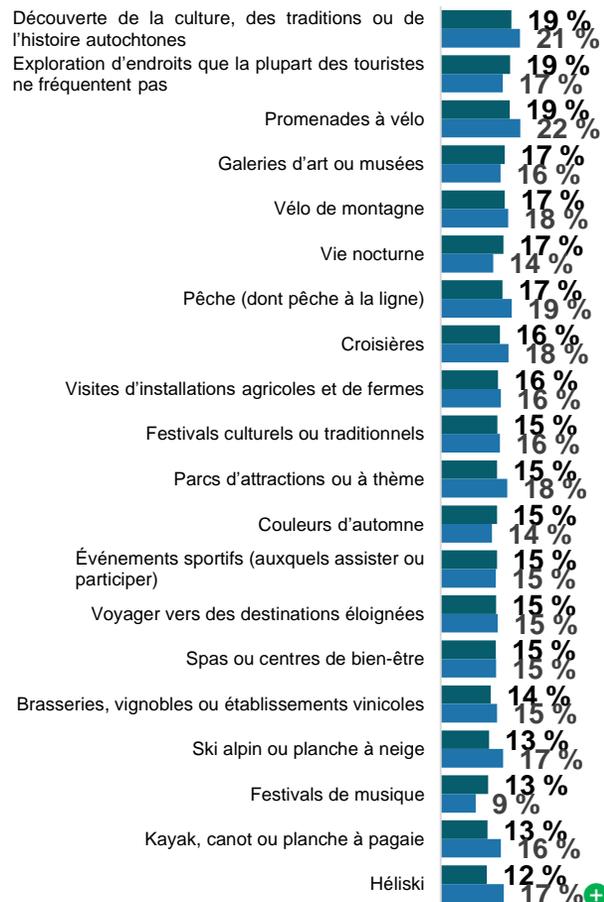
Ensemble des voyageurs (n=153)	Ensemble des IVE (n=94)
Promenades dans la nature	Randonnées
Randonnées	Promenades dans la nature
Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)	Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)
Parcs naturels	Parcs naturels
Marchés locaux (marchés publics, marchés fermiers, marchés nocturnes, etc.)	Goûter aux spécialités et aux boissons du coin
Goûter aux spécialités et aux boissons du coin	Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage
Plages en bord de mer	Marchés locaux (marchés publics, marchés fermiers, marchés nocturnes, etc.)
Restaurants de fine cuisine	Achat de vêtements et de chaussures
Espaces verts urbains comme les parcs et jardins	Espaces verts urbains comme les parcs et jardins
Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage	Plages en bord de mer



# Activités pratiquées lors d'un voyage récent au Canada



■ Ensemble des voyageurs ■ Ensemble des IVE



+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Destinations canadiennes visitées lors d'un voyage récent



**Ensemble des voyageurs**  
**Ensemble des IVE**

**Territoires du Nord-Ouest**  
4 % 2 %  
3 % 1 % Yellowknife  
1 % 1 % Inuvik  
2 % 2 % Autre – T.N.-O.

**Nunavut**  
1 % 1 %  
1 % 1 % Iqaluit  
1 % 1 % Autre – Nt

**Québec**  
24 % 26 %  
16 % 19 % Montréal  
16 % 15 % Ville de Québec  
7 % 8 % Mont-Tremblant  
2 % 1 % Autre – Qc

**Yukon**  
7 % 5 %  
2 % - Dawson  
4 % 2 %  
2 % 2 % Autre – Yukon

**Terre-Neuve-et-Labrador**  
7 % 8 %  
7 % 8 % St. John's  
3 % 3 % Autre – T.-N.-L.

**Colombie-Britannique**  
40 % 40 %  
16 % 14 % Rocheuses  
29 % 31 % Vancouver  
16 % 18 % Victoria  
12 % 11 % Whistler  
7 % 5 % Okanagan  
7 % 7 % Autre – C.-B.

**Île-du-Prince-Édouard**  
6 % 4 %  
4 % 3 % Charlottetown  
3 % 2 % Autre – Î.-P.-É.

**Alberta**  
35 % 40 %  
22 % 22 % Rocheuses  
14 % 15 % Calgary  
10 % 11 % Edmonton  
14 % 15 % Banff  
14 % 16 % Jasper  
3 % 4 % Autre – Alb.

**Nouveau-Brunswick**  
9 % 9 %  
7 % 5 % Fredericton  
5 % 5 % Saint John  
1 % 1 % Autre – N.-B.

**Saskatchewan**  
14 % 11 %  
9 % 7 % Regina  
10 % 6 % Saskatoon  
3 % 4 % Autre – Sask.

**Manitoba**  
16 % 17 %  
10 % 7 % Winnipeg  
9 % 12 % Churchill  
2 % - Autre – Man.

**Ontario**  
34 % 33 %  
15 % 16 % Ottawa  
24 % 23 % Niagara Falls  
22 % 18 % Toronto  
6 % 6 % Muskoka  
3 % 4 % Autre – Ont.

**Nouvelle-Écosse**  
14 % 14 %  
12 % 12 % Halifax  
5 % 7 % Cap-Breton  
2 % 1 % Autre – N.-É.

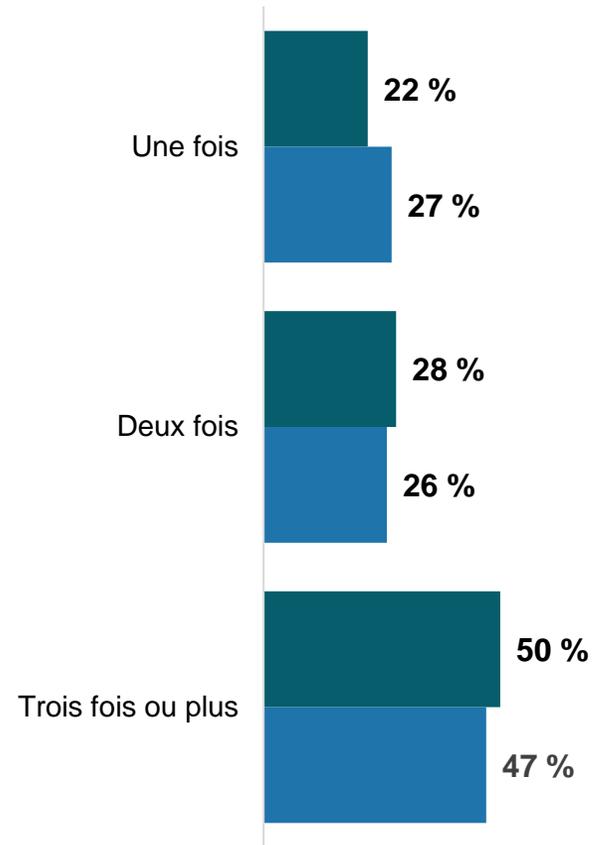
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



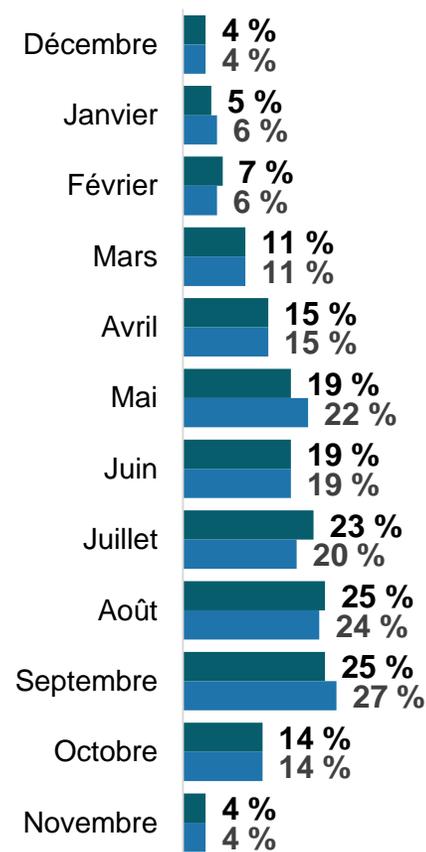
# Nombre et période des voyages au Canada (récents ou non)



■ Ensemble des voyageurs ■ Ensemble des IVE



■ Ensemble des voyageurs ■ Ensemble des IVE



Ensemble des voyageurs Ensemble des IVE

Période	Ensemble des voyageurs (%)	Ensemble des IVE (%)
Hiver	13 %	13 %
Printemps	37 %	39 %
Été	48 %	45 %
Automne	33 %	35 %

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Données démographiques

	Ensemble des voyageurs long-courriers (n=1 518)	Public d'IVE (n=456)
<b>Genre</b>		
Homme	52 %	60 % <span style="color: green;">+</span>
Femme	48 %	40 % <span style="color: red;">-</span>
<b>Âge</b>		
De 18 à 34 ans	38 %	33 % <span style="color: red;">-</span>
De 35 à 54 ans	34 %	40 % <span style="color: green;">+</span>
55 ans ou plus	28 %	27 %
<b>Enfant(s) de moins de 18 ans vivant à la maison</b>		
Oui	45 %	55 % <span style="color: green;">+</span>
<b>En emploi</b>		
Oui	75 %	82 % <span style="color: green;">+</span>
<b>Je m'identifie comme membre de la communauté LGBTQ+</b>		
Oui	10 %	14 % <span style="color: green;">+</span>
<b>Revenu du ménage (mensuel)</b>		
Moins de 1 000 € (EUR)	3 %	- <span style="color: red;">-</span>
De 1 000 € à 3 000 € (EUR)	30 %	6 % <span style="color: red;">-</span>
3 000 € (EUR) ou plus	53 %	92 % <span style="color: green;">+</span>

+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

# MERCI

Pour toute question, écrivez à [research@destinationcanada.com](mailto:research@destinationcanada.com).



**consortium**  
DE DONNÉES TOURISTIQUES CANADIENNES