

CONFIDENTIEL

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

RAPPORT BRUT

ENSEMBLE DE LA CHINE 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 la Chine

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 30 001 ¥ (CNY) ou plus par mois ou qui sont à la retraite.



## Calendrier de l'étude sur le terrain

**Du 11 au 23 décembre 2023**



## Définition géographique des voyages admissibles

**À l'extérieur de  
l'Asie orientale (Chine,  
Hong Kong, Macao,  
Japon, Corée du Sud,  
Taïwan)**



## Répartition de l'échantillon

	<b>À l'échelle nationale</b>
Répartition de l'échantillon :	
Public d'invités à valeur élevée (IVE) :	<b>828</b>
Autres voyageurs :	<b>1 376</b>
Taille totale de l'échantillon :	<b>2 204</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 la Chine.





# Taille du marché

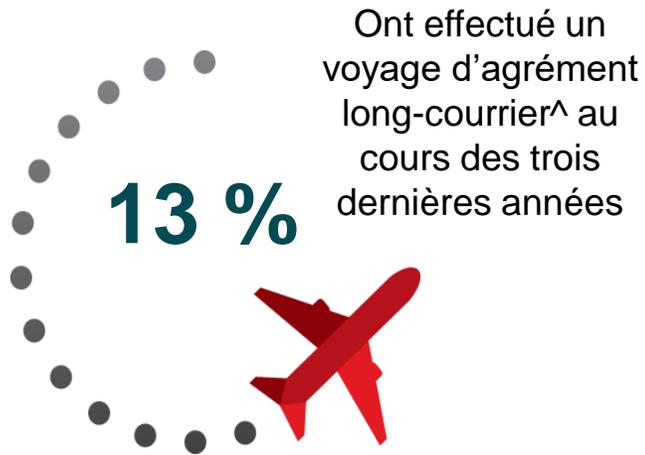


Yellowknife

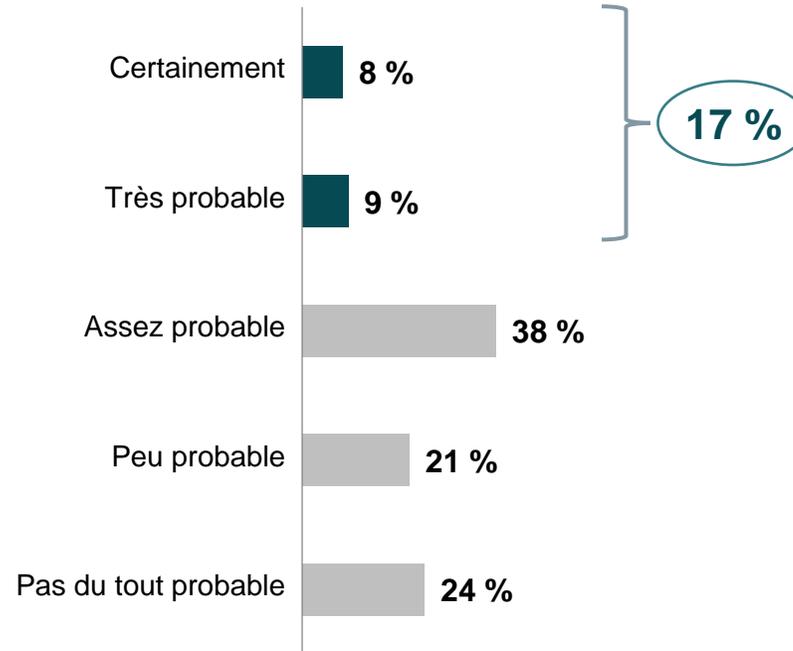
Territoires du Nord-Ouest



# Voyages d'agrément long-courriers effectués (ensemble de la population dans 11 villes cibles\*)



## 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 \* 11 villes cibles = Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Chengdu, Shenyang, Hangzhou, Suzhou, Xian, Qingdao, Nanjing.  
<sup>^</sup> Long-courrier = à l'extérieur de l'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taiwan).  
 Remarque : Les résultats sont ceux d'une enquête téléphonique omnibus aléatoire effectuée en 2014.  
 Base : Ensemble de la population des 11 villes cibles âgée de 18 ans ou plus (n=4 475).



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



Nombre total de personnes âgées de 18 ans ou plus<sup>1</sup>



x

Proportion au sein de la population



=

Taille du marché cible



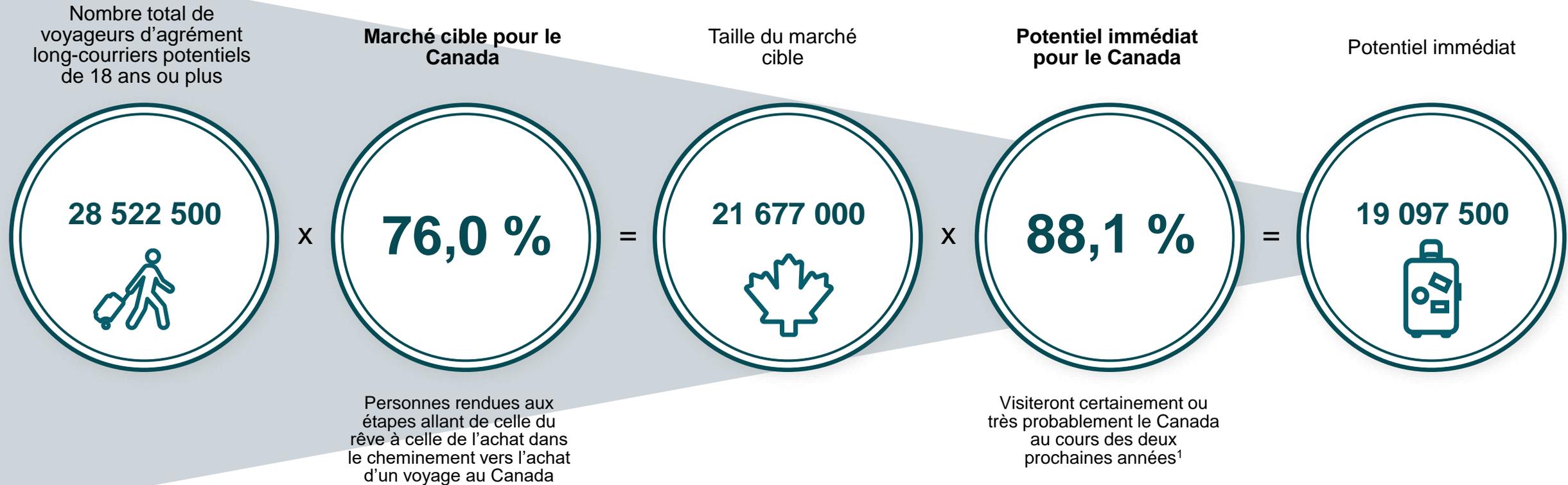
Proportion totale de voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années)

6 <sup>1</sup> Source : Estimations du recensement de 2020, Bureau national de la statistique de la Chine.  
Remarque : Les résultats sont ceux d'une enquête téléphonique omnibus aléatoire effectuée en 2014.  
Base : Ensemble de la population des 11 villes cibles âgée de 18 ans ou plus (n=4 475).



# 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=2 204]; 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=1 676).

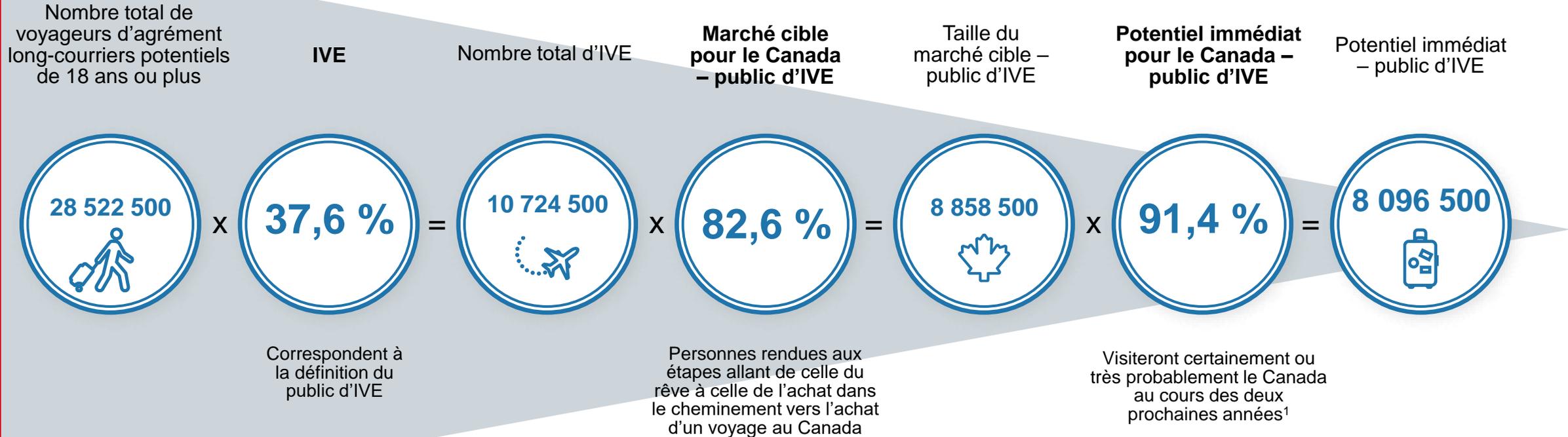
C1. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre situation actuelle lorsque vous envisagez chacune des destinations suivantes pour un voyage de vacances? (Sélectionnez une seule réponse pour chacune.)

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=828); 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=684).

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.)

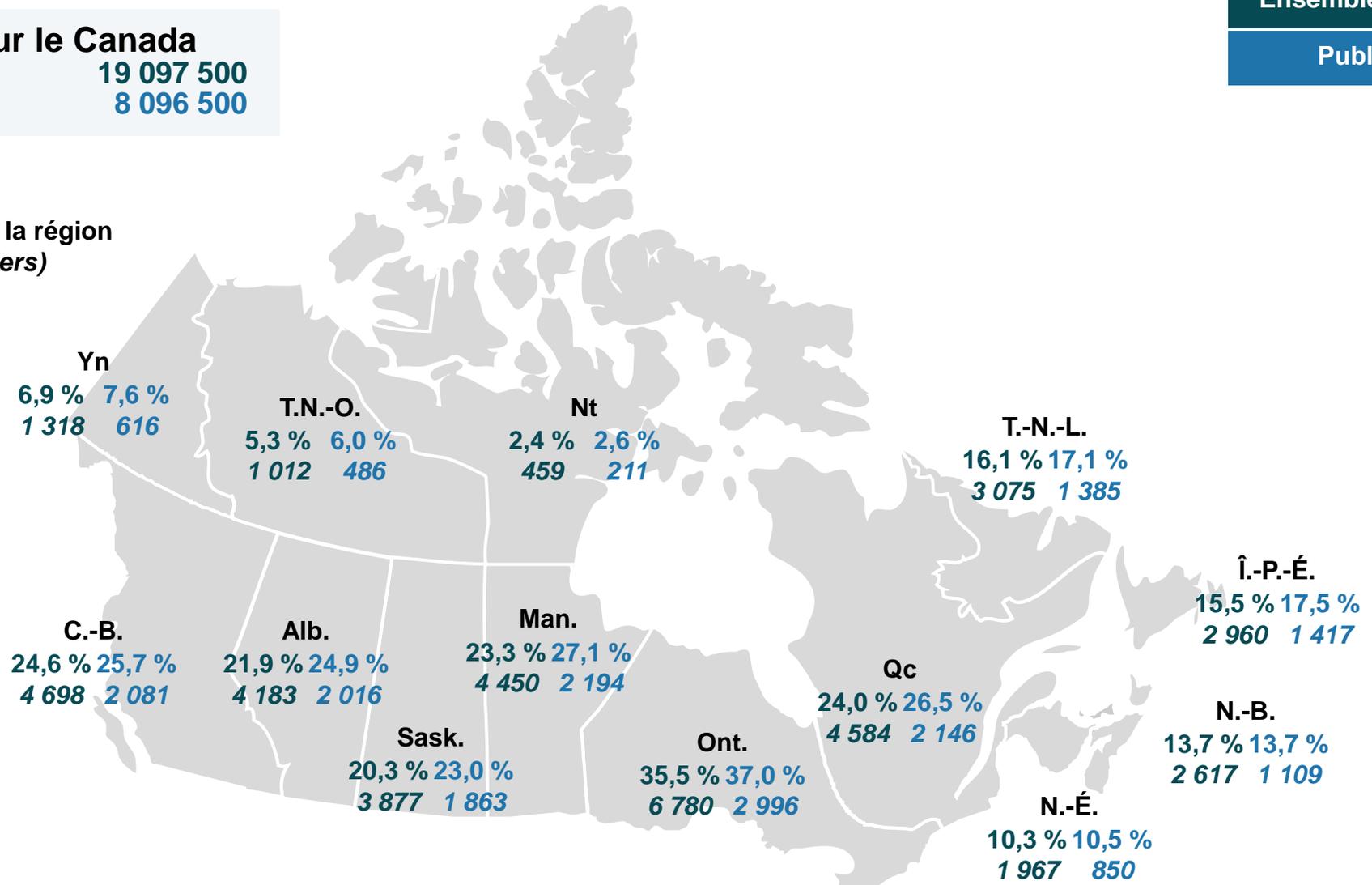


# Taille du marché potentiel pour les régions

**Potentiel immédiat pour le Canada**  
 Ensemble de la Chine : 19 097 500  
 Public d'IVE : 8 096 500

**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=2 204)	Public d'IVE (n=828)
Considération spontanée de la destination	Proportion mentionnant le Canada ou une destination canadienne parmi les destinations envisagées <sup>1</sup>	5 %	6 %
Considération assistée de la destination	Proportion répondant 4 ou 5 sur 5 (« Je l'envisage sérieusement ») au sujet du Canada	63 %	68 % <sup>+</sup>
Connaissance assistée des possibilités de voyage au Canada	Proportion ayant une excellente ou une très bonne connaissance des possibilités de voyage au Canada	64 %	73 % <sup>+</sup>
Voyages précédents	Proportion ayant déjà effectué un voyage d'agrément au Canada	56 %	71 % <sup>+</sup>

<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'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taïwan) 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'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taïwan)?

<sup>+</sup> / <sup>-</sup> = 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>	8 %	11 % <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>	34 %	35 %
<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 %	11 %
<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>	27 %	29 %
<b>Considération spontanée comme destination de <u>tourisme autochtone</u></b>	Proportion mentionnant le Canada ou une destination canadienne	4 %	5 %

<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=1 130); IVE (n=423)

B3. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous envisagez de voyager pour découvrir la **saïson automnale**? Ensemble (n=1 074); IVE (n=405)

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=1 676); IVE (n=684)

B4. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous pensez au **tourisme autochtone**? Ensemble (n=2 204); IVE (n=828)

<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=2 204)	Public d'IVE (n=828)
<b>Voyages d'agrément long-courriers effectués</b>	Proportion ayant effectué un voyage d'agrément long-courrier au cours des trois dernières années	<b>92 %</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>93 %</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'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taïwan) au cours des 12 prochains mois, <b>MOINS</b> celle prévoyant <u>dépenser un peu moins</u>	<b>+14 %</b>	<b>+29 %</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'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taïwan), lors duquel vous avez passé au moins une nuitée dans un établissement d'hébergement payant? (Sélectionnez une seule réponse.)

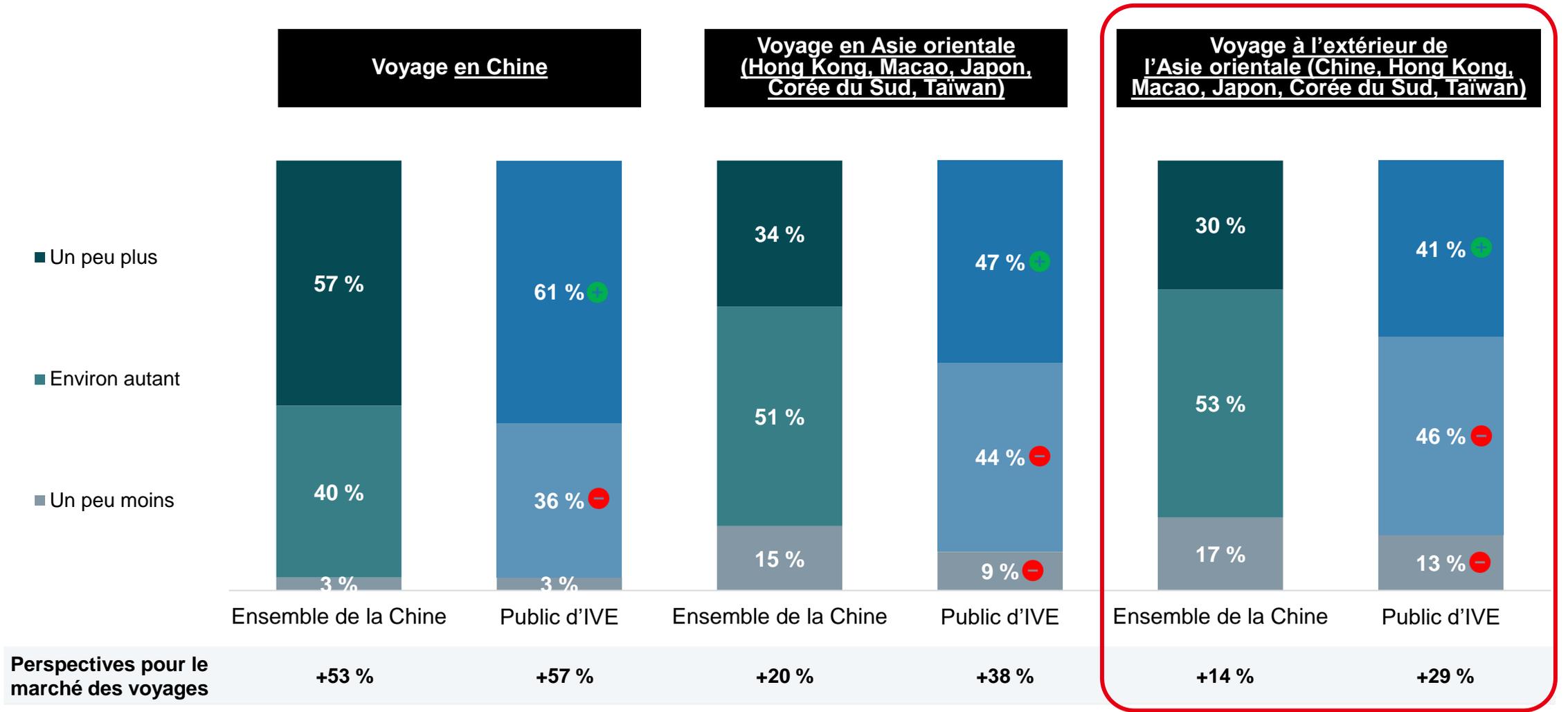
A9. Au cours des deux prochaines années, quelle est la probabilité que vous effectuiez un voyage de vacances long-courrier de quatre nuits ou plus à l'extérieur de l'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taïwan), lors duquel vous passerez au moins une nuitée dans un établissement 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)

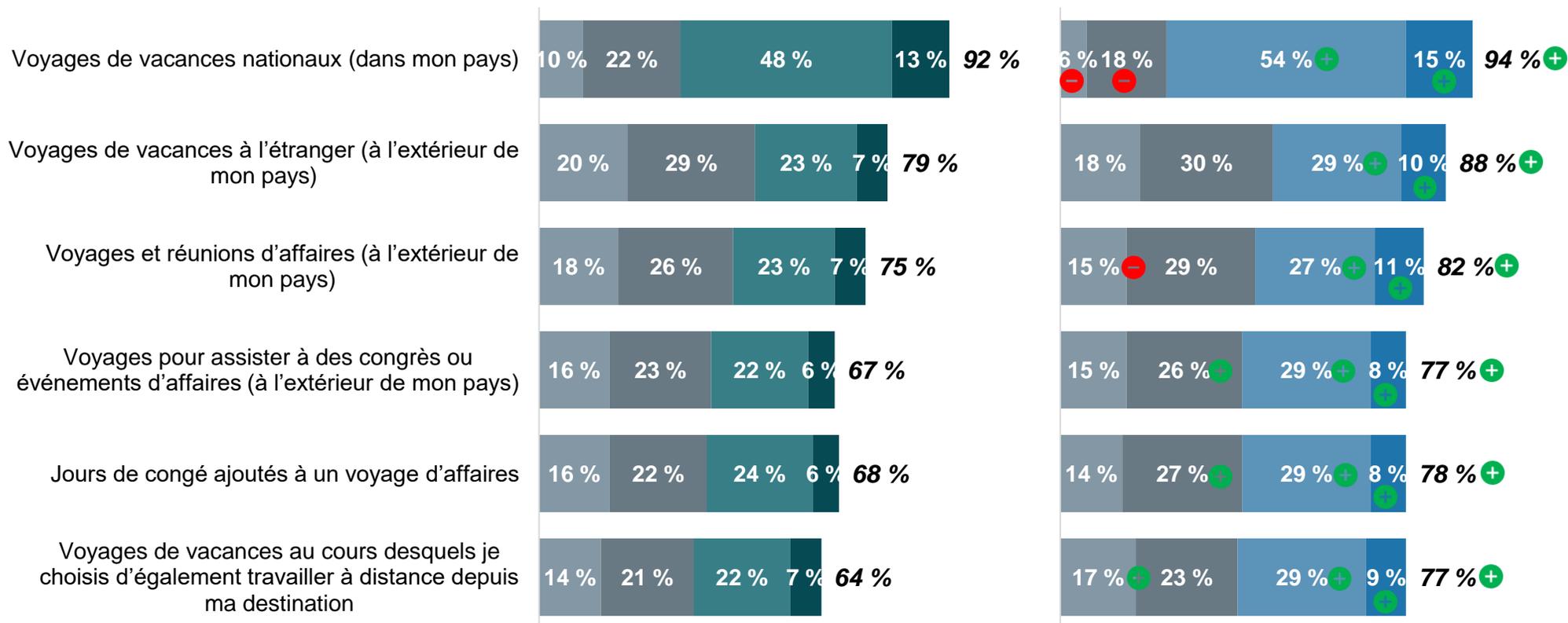


# Types de voyages

## Ensemble de la Chine

## Public d'IVE

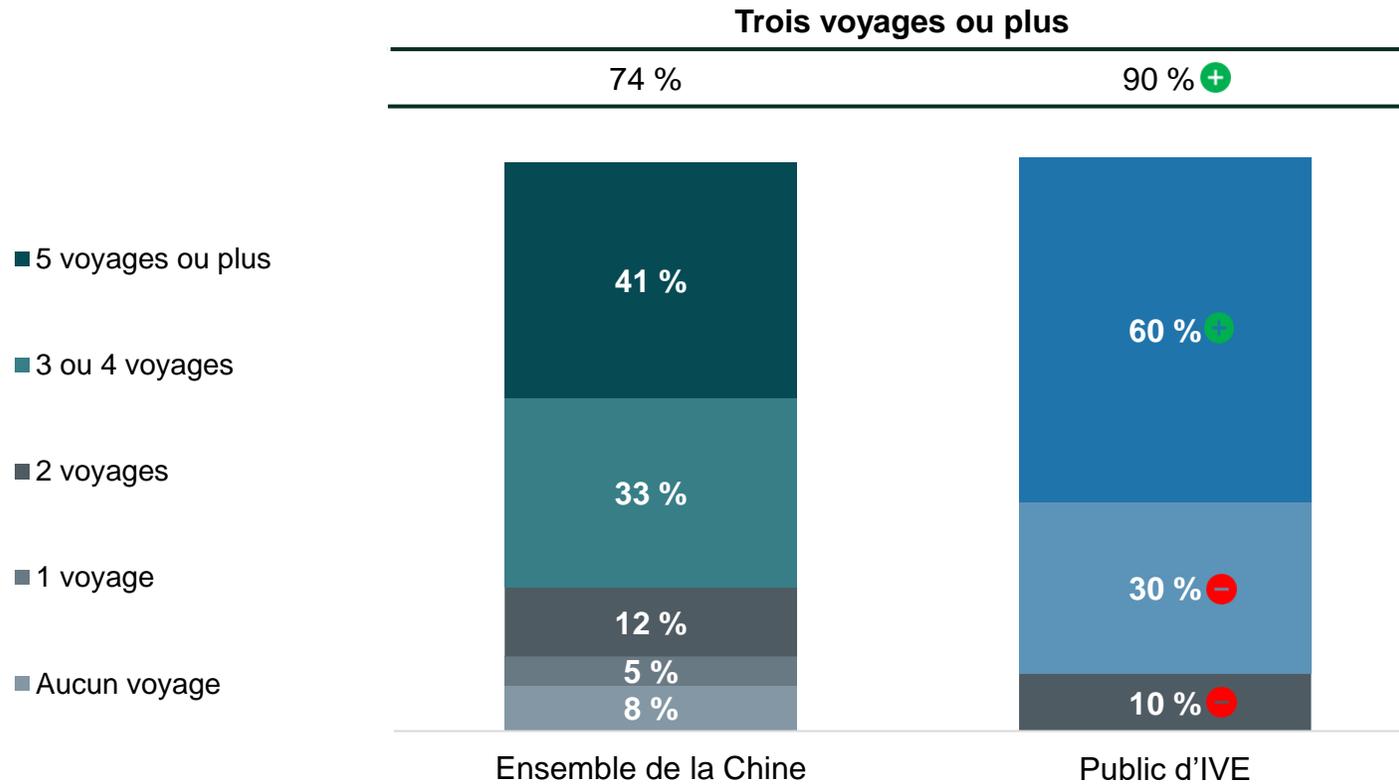
■ Parfois (une fois tous les deux ans) ■ Régulièrement (une fois par an) ■ Souvent (plusieurs fois par an) ■ Très souvent (environ une fois par mois ou plus) Au moins une fois tous les deux ans



+ / - = 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

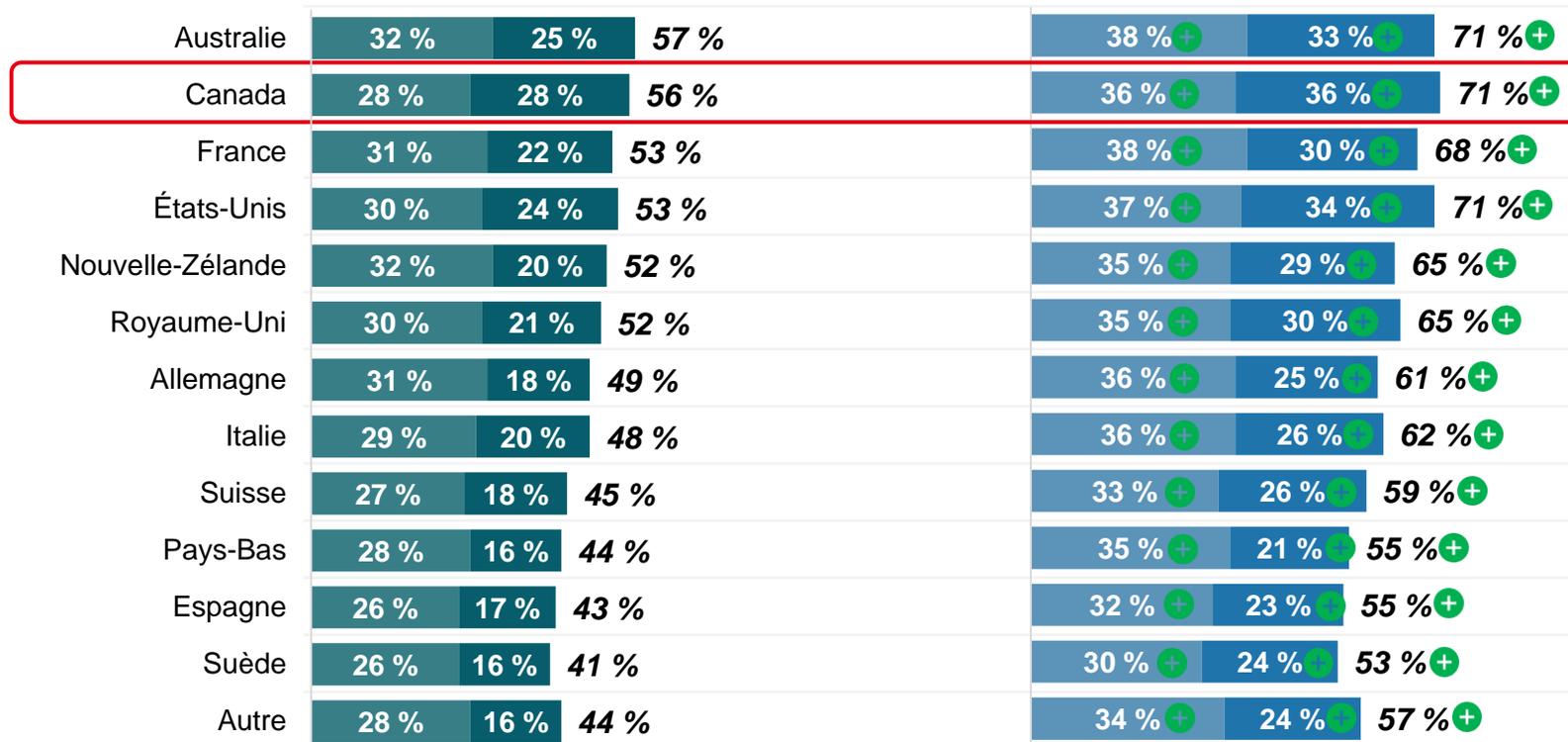


# Voyages précédents

## Ensemble de la Chine

## Public d'IVE

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

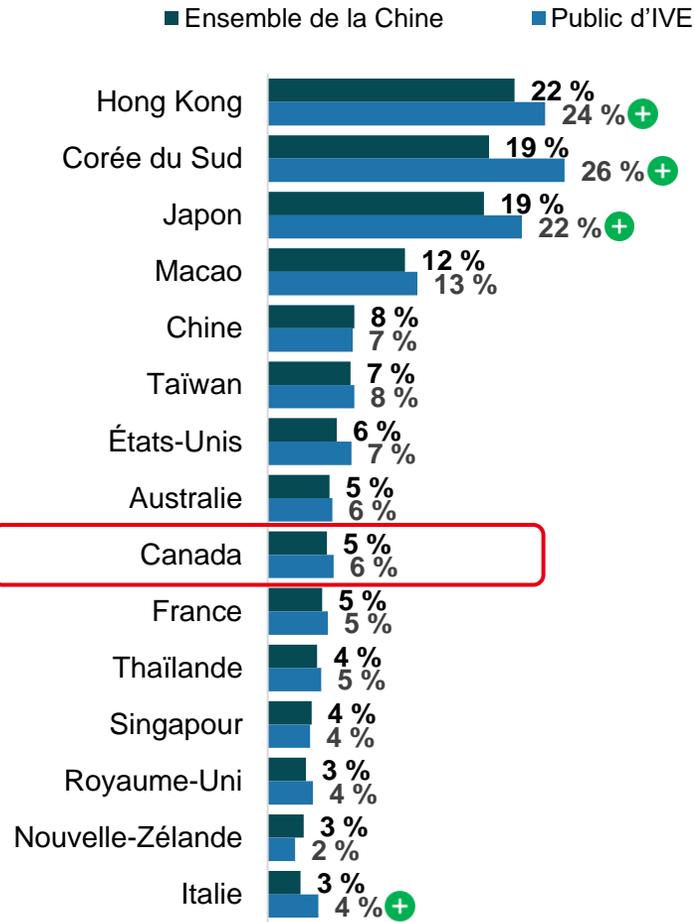


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

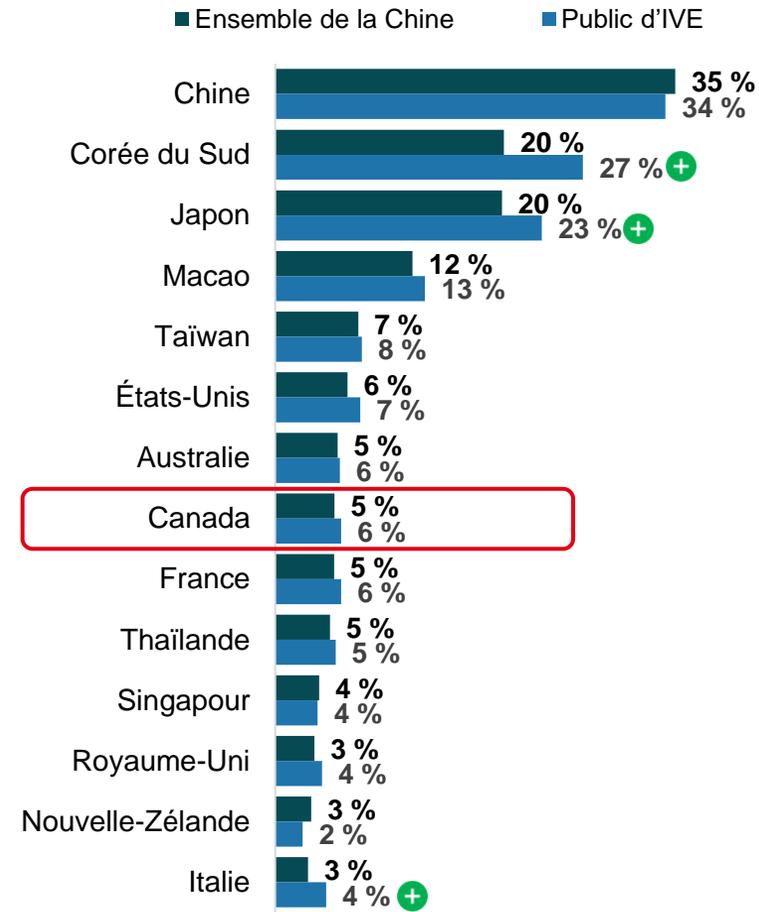


# Considération spontanée des destinations long-courriers (deux prochaines années)

## 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=2 204]; IVE (n=828).

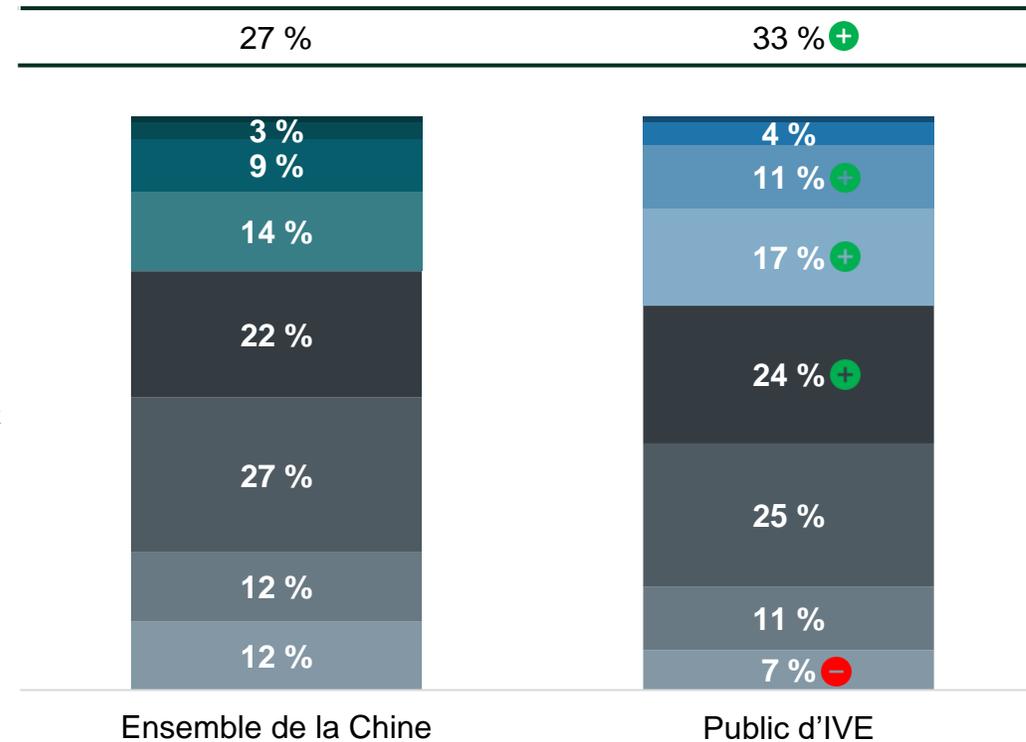
B1. Vous avez indiqué que vous êtes susceptible d'effectuer un voyage de vacances long-courrier au cours des deux prochaines années. Quelles destinations envisagez-vous sérieusement? (Indiquez un maximum de trois destinations.)



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



Taux de planification active net (quatre réponses supérieures)

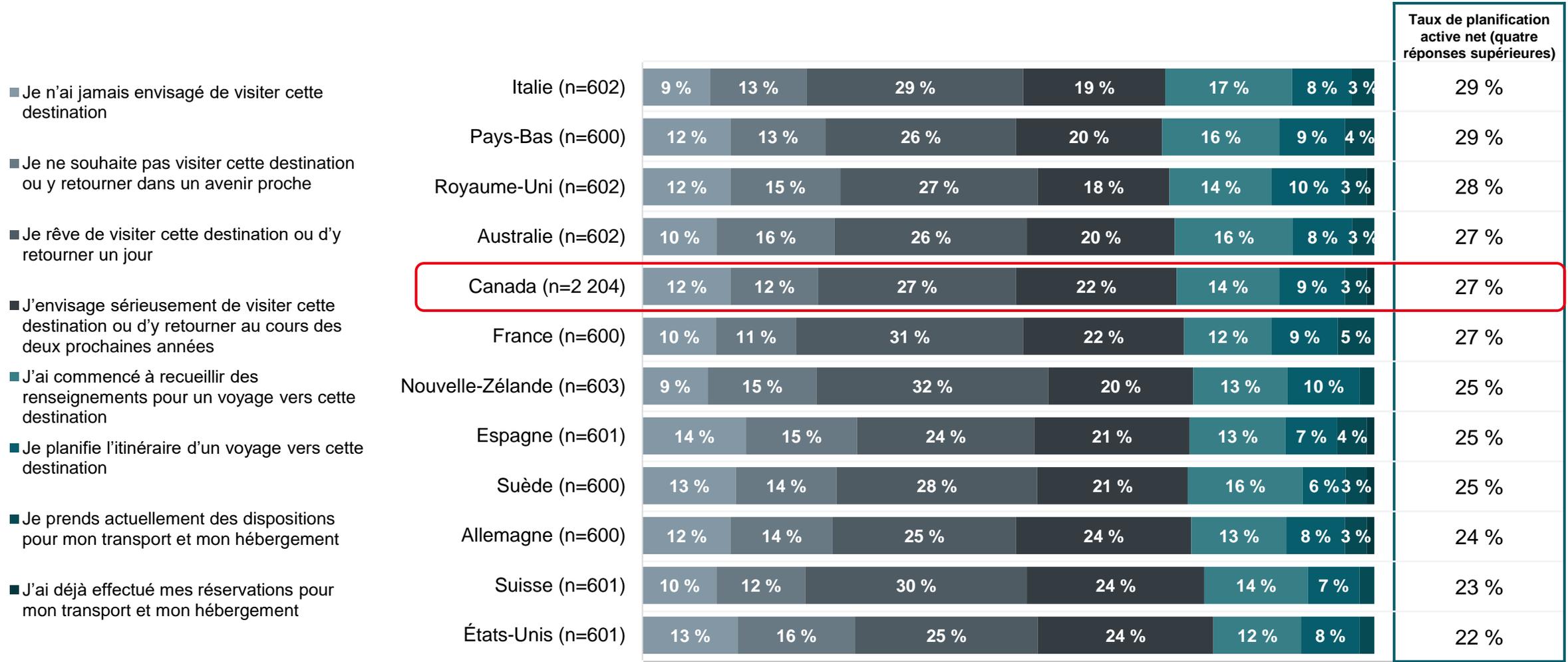


- J'ai déjà effectué mes réservations pour mon transport et mon hébergement
- Je prends actuellement des dispositions pour mon transport et mon hébergement
- Je planifie l'itinéraire d'un voyage vers cette destination
- J'ai commencé à recueillir des renseignements pour un voyage vers cette destination
- 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

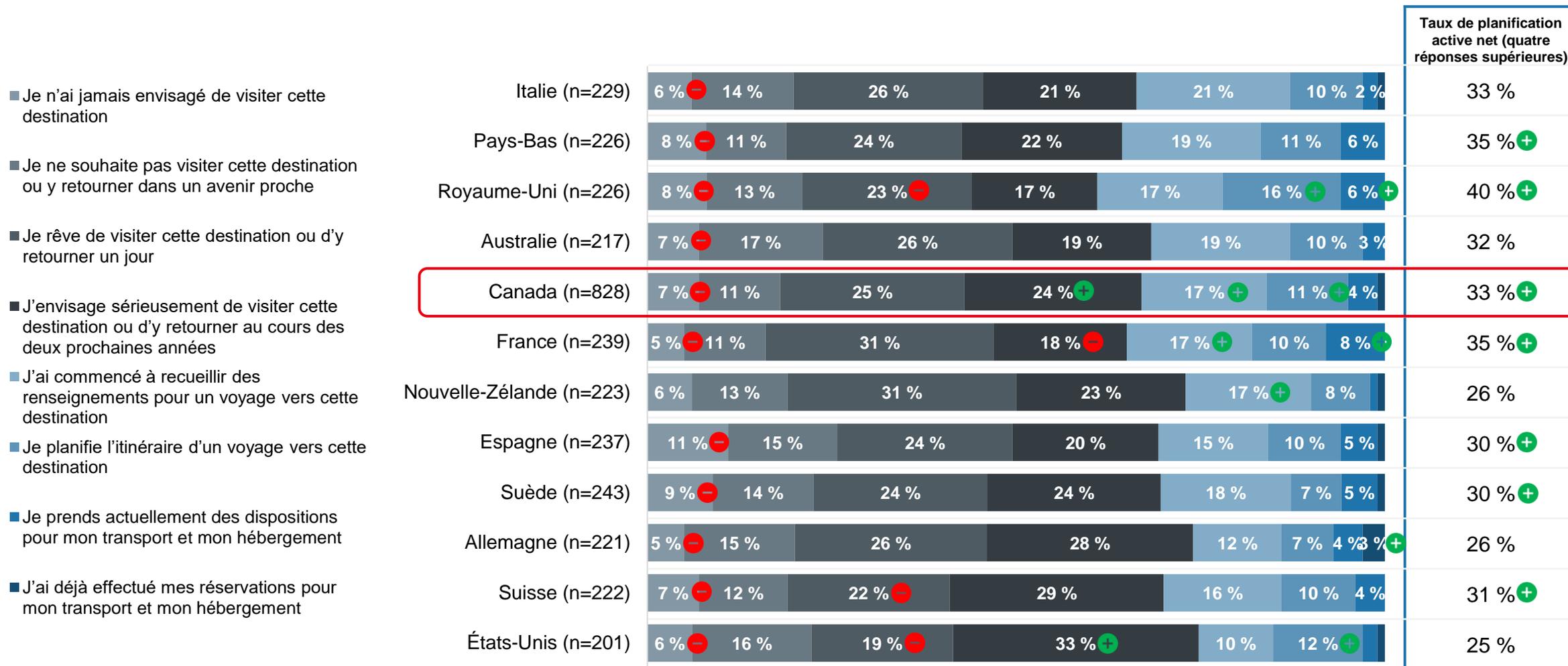
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Étape du cycle d'achat – ensemble de la Chine



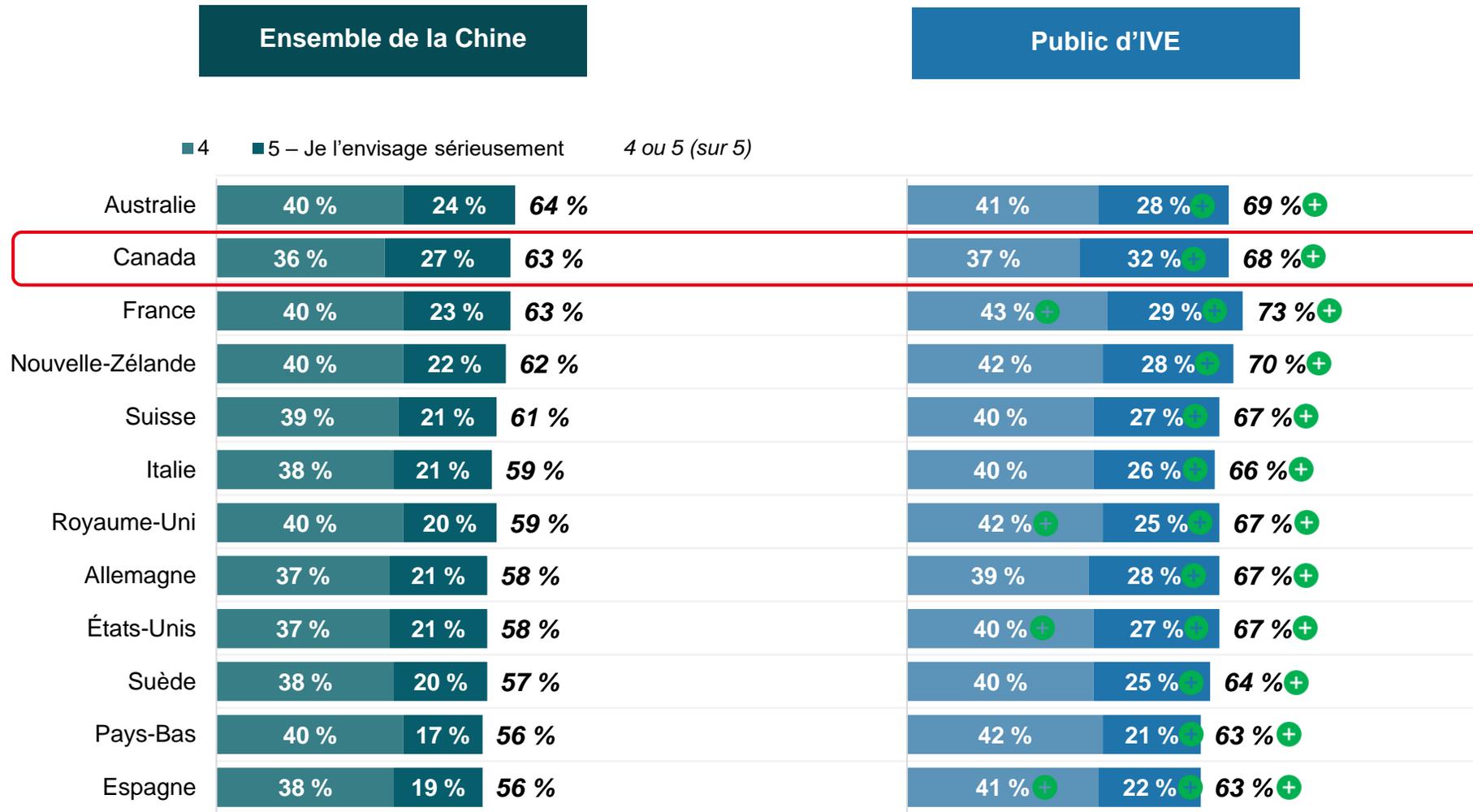
# Étape du cycle d'achat – public d'IVE



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



# Considération des destinations (deux prochaines années)



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



# Considération des destinations par saison



Ensemble de la Chine	Hiver (déc., janv., févr.)	Printemps (mars, avr., mai)	Été (juin, juill., août)	Automne (sept., oct., nov.)
<b>Australie</b> (n=443)	27 %	39 %	34 %	34 %
<b>Canada</b> (n=1 676)	27 %	37 %	38 %	34 %
<b>France</b> (n=476)	25 %	42 %	36 %	31 %
<b>Allemagne</b> (n=443)	23 %	41 %	35 %	31 %
<b>Italie</b> (n=465)	24 %	38 %	35 %	32 %
<b>Pays-Bas</b> (n=450)	21 %	43 %	35 %	33 %
<b>Nouvelle-Zélande</b> (n=460)	26 %	37 %	39 %	33 %
<b>Espagne</b> (n=424)	25 %	41 %	37 %	32 %
<b>Suède</b> (n=444)	29 %	40 %	39 %	32 %
<b>Suisse</b> (n=466)	29 %	38 %	33 %	30 %
<b>Royaume-Uni</b> (n=444)	22 %	40 %	39 %	30 %
<b>États-Unis</b> (n=429)	22 %	36 %	38 %	31 %

Public d'IVE	Hiver (déc., janv., févr.)	Printemps (mars, avr., mai)	Été (juin, juill., août)	Automne (sept., oct., nov.)
<b>Australie</b> (n=166)	34 % <span style="color: green;">+</span>	42 %	34 %	31 %
<b>Canada</b> (n=684)	29 %	40 %	39 %	35 %
<b>France</b> (n=201)	27 %	44 %	37 %	34 %
<b>Allemagne</b> (n=177)	25 %	45 %	40 %	33 %
<b>Italie</b> (n=183)	21 %	42 %	37 %	34 %
<b>Pays-Bas</b> (n=183)	26 %	45 %	38 %	33 %
<b>Nouvelle-Zélande</b> (n=180)	29 %	32 % <span style="color: red;">-</span>	43 %	34 %
<b>Espagne</b> (n=176)	27 %	41 %	37 %	36 %
<b>Suède</b> (n=188)	30 %	39 %	41 %	34 %
<b>Suisse</b> (n=181)	33 %	38 %	34 %	31 %
<b>Royaume-Uni</b> (n=180)	29 % <span style="color: green;">+</span>	42 %	44 %	33 %
<b>États-Unis</b> (n=156)	25 %	38 %	37 %	37 % <span style="color: green;">+</span>

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

25

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 sont rendus aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage vers [DESTINATION].  
 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?

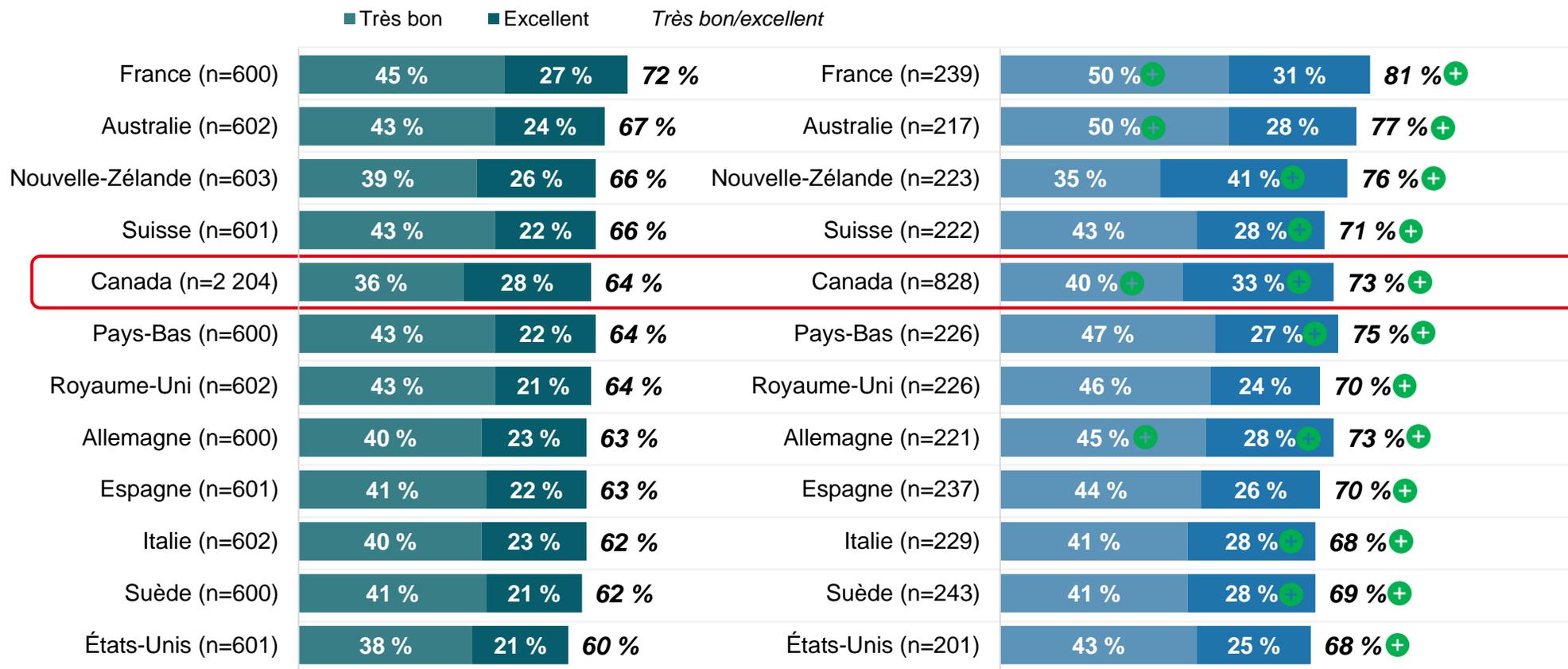
PRVEM pour la Chine – décembre 2023



# Connaissance des possibilités de vacances

## Ensemble de la Chine

## Public d'IVE



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

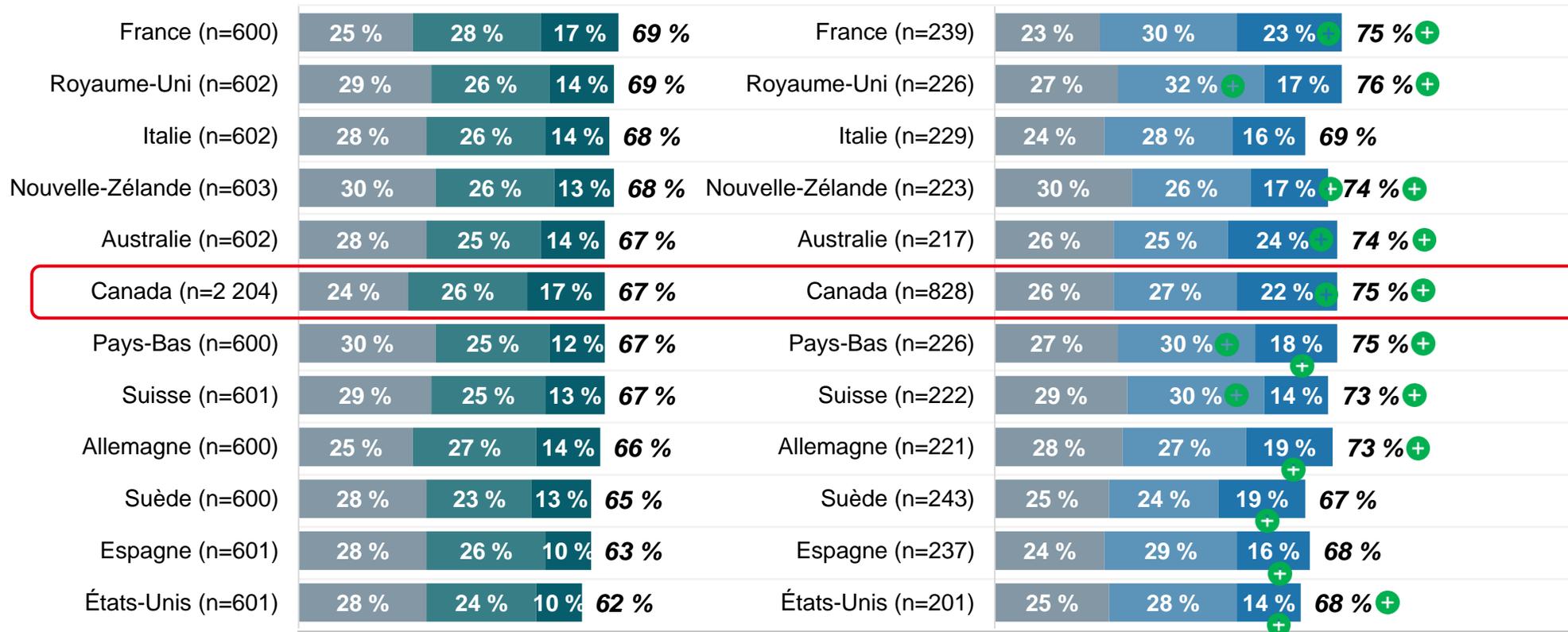


# Adéquation de la destination

## Ensemble de la Chine

## 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)

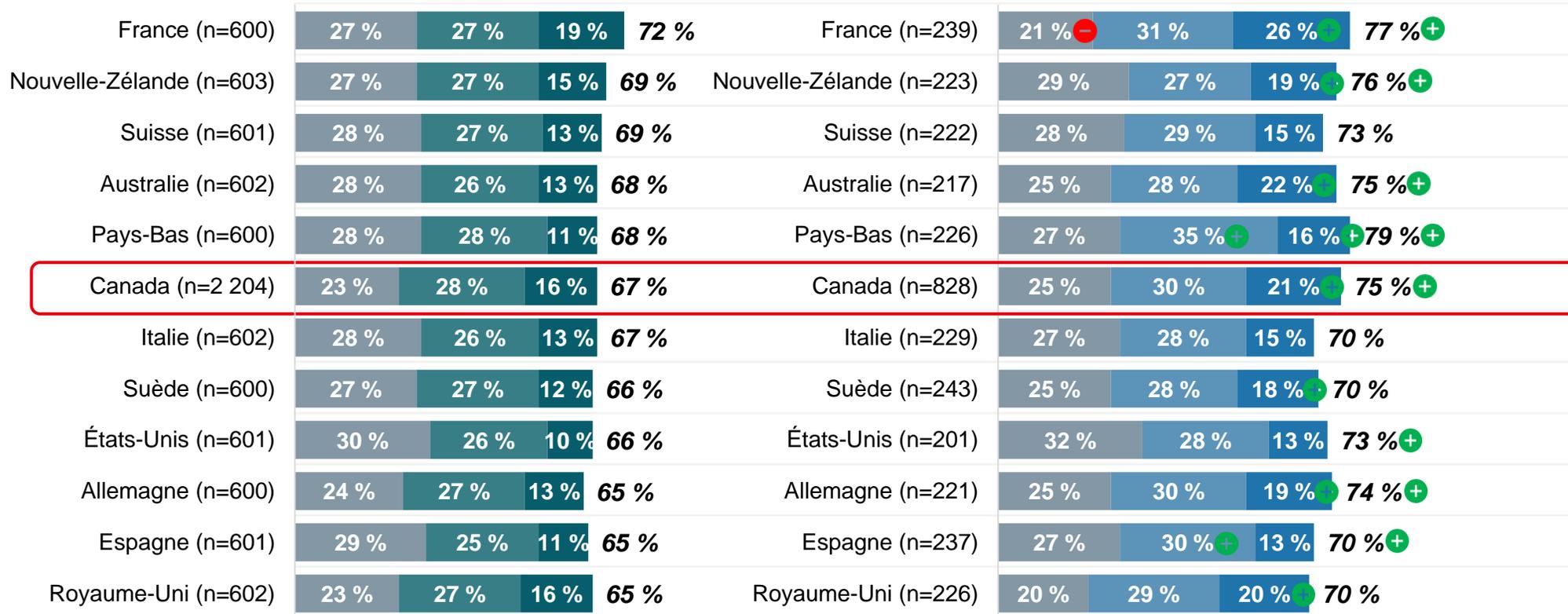


# Attrait de la destination

## Ensemble de la Chine

## Public d'IVE

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



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



# Taux de recommandation net

## Ensemble de la Chine

## Public d'IVE

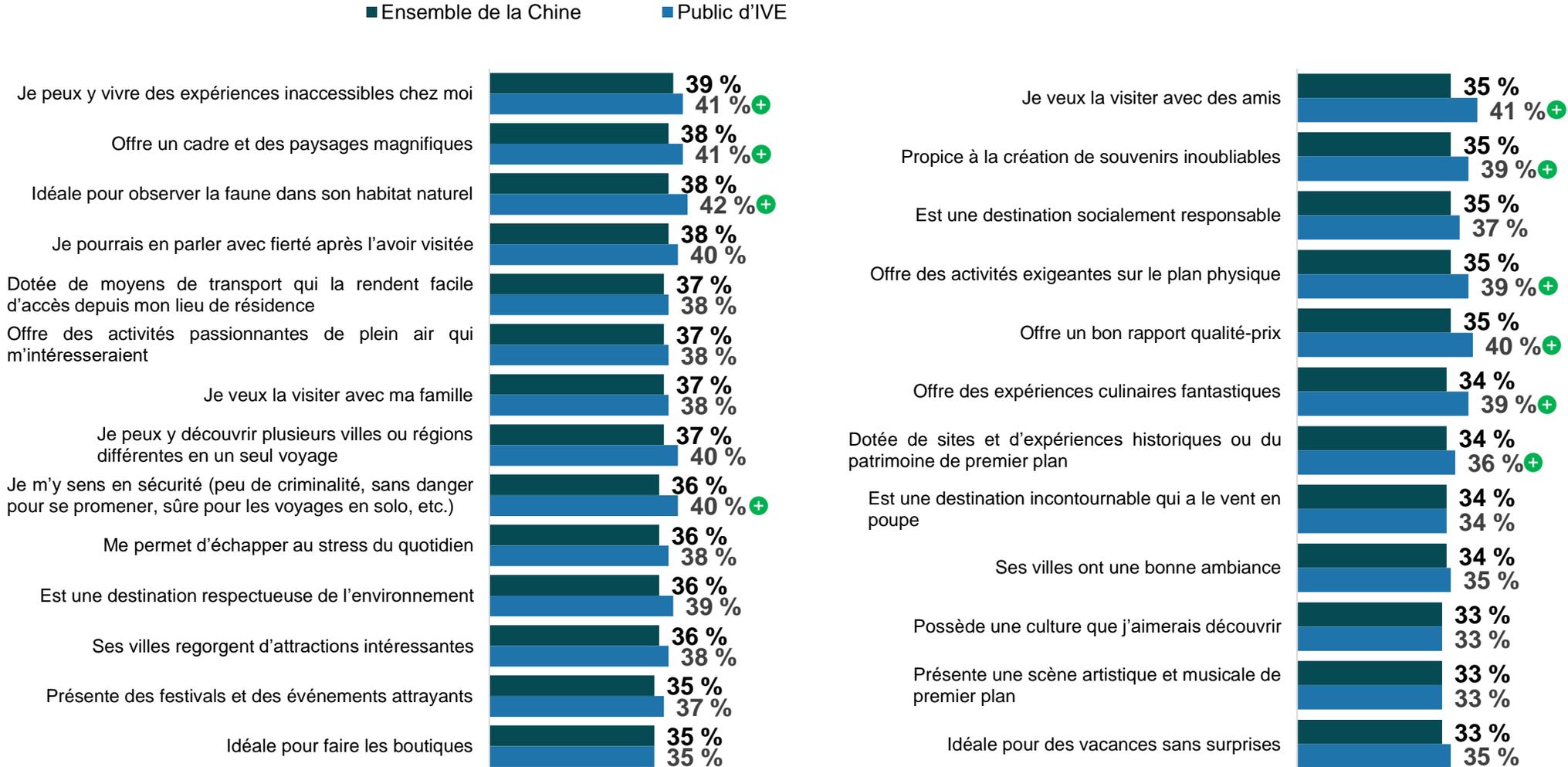
■ Détracteurs (0 à 6) ■ Neutres (7 et 8) ■ Promoteurs (9 et 10)

Ensemble de la Chine				Public d'IVE					
	Taux			Taux		Taux			Taux
Canada (n=1 229)	12 %	41 %	47 %	+35 %	Canada (n=589)	11 %	40 %	49 %	+38 %
Nouvelle-Zélande (n=1 137)	13 %	45 %	42 %	+30 %	Nouvelle-Zélande (n=537)	12 %	40 % <span style="color:red">-</span>	48 % <span style="color:green">+</span>	+36 % <span style="color:green">+</span>
Australie (n=1 253)	13 %	45 %	42 %	+29 %	Australie (n=585)	12 %	41 % <span style="color:red">-</span>	47 % <span style="color:green">+</span>	+35 % <span style="color:green">+</span>
France (n=1 168)	15 %	42 %	43 %	+28 %	France (n=563)	14 %	41 %	45 %	+32 %
Italie (n=1 067)	14 %	45 %	41 %	+27 %	Italie (n=514)	12 %	43 %	45 % <span style="color:green">+</span>	+33 % <span style="color:green">+</span>
Suisse (n=998)	15 %	44 %	41 %	+27 %	Suisse (n=486)	13 %	43 %	44 %	+31 %
Espagne (n=952)	14 %	46 %	40 %	+26 %	Espagne (n=454)	13 %	44 %	42 %	+29 %
Allemagne (n=1 090)	16 %	43 %	41 %	+25 %	Allemagne (n=505)	14 %	39 % <span style="color:red">-</span>	48 % <span style="color:green">+</span>	+34 % <span style="color:green">+</span>
Royaume-Uni (n=1 137)	15 %	45 %	40 %	+25 %	Royaume-Uni (n=540)	14 %	43 %	43 %	+29 %
Suède (n=910)	16 %	45 %	40 %	+24 %	Suède (n=442)	14 %	42 %	44 % <span style="color:green">+</span>	+29 %
Pays-Bas (n=972)	16 %	45 %	39 %	+23 %	Pays-Bas (n=459)	15 %	43 %	42 %	+27 %
États-Unis (n=1 172)	18 %	43 %	39 %	+22 %	États-Unis (n=587)	14 % <span style="color:red">-</span>	45 %	41 %	+27 % <span style="color:green">+</span>

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



# Impressions du Canada en tant que destination de vacances



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



# Attributs de la destination : forces et faiblesses relatives – ensemble de la Chine



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



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



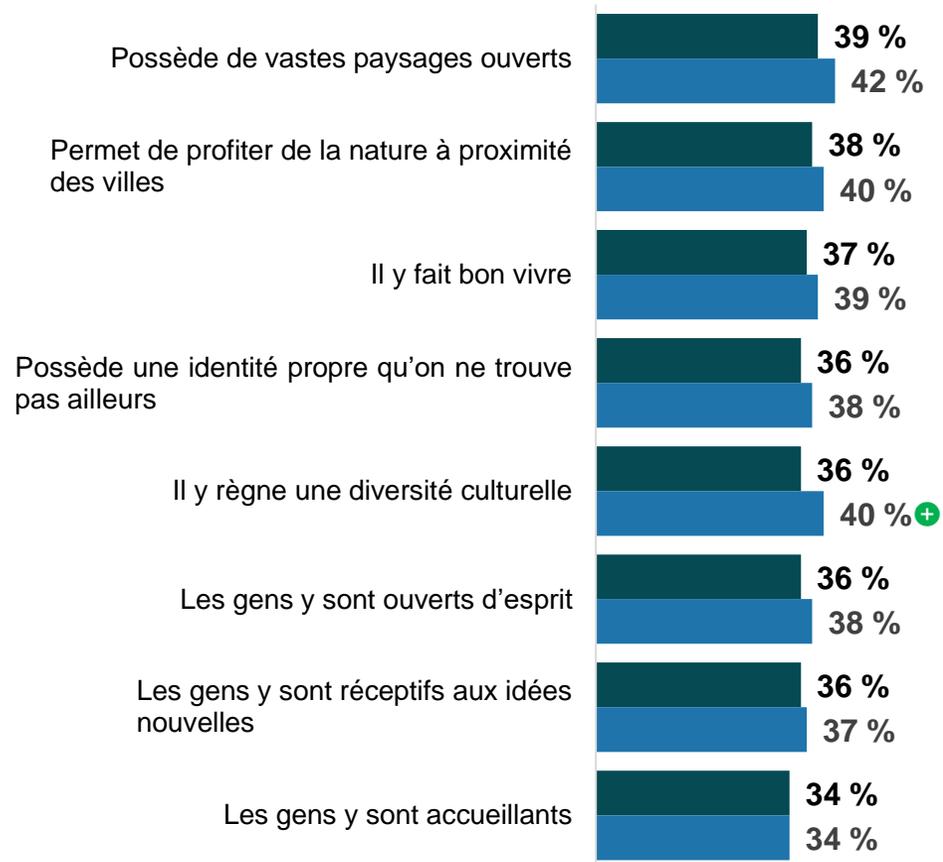
		Canada	Australie	France	Allemagne	Italie	Pays-Bas	Nouvelle-Zélande	Espagne	Suède	Suisse	Royaume-Uni	États-Unis
		n= 828	217	239	221	229	226	223	237	243	222	226	201
Motivations de première importance	Me permet d'échapper au stress du quotidien							Force					Faiblesse
	Propice à la création de souvenirs inoubliables				Faiblesse		Faiblesse		Force		Force		Faiblesse
	Je pourrais en parler avec fierté après l'avoir visitée										Faiblesse		
Besoins généraux	Je m'y sens en sécurité (peu de criminalité, sans danger pour se promener, sûre pour les voyages en solo, etc.)			Faiblesse			Force	Force	Faiblesse		Force		Faiblesse
	Je peux y découvrir plusieurs villes ou régions différentes en un seul voyage					Faiblesse							
	Offre un bon rapport qualité-prix							Force					
	Dotée de moyens de transport qui la rendent facile d'accès depuis mon lieu de résidence			Force	Force		Faiblesse	Faiblesse					Force
Type de voyage	Je veux la visiter avec des amis			Faiblesse				Force					Force
	Je veux la visiter avec ma famille				Faiblesse	Force	Force			Faiblesse		Faiblesse	
	Idéale pour des vacances sans surprises					Faiblesse		Force	Force				
	Je peux y vivre des expériences inaccessibles chez moi			Faiblesse			Faiblesse						
	Est une destination respectueuse de l'environnement								Faiblesse	Force	Force	Faiblesse	Faiblesse
	Est une destination socialement responsable												Faiblesse
	Est une destination incontournable qui a le vent en poupe	Faiblesse					Faiblesse				Force		
À faire	Offre des activités exigeantes sur le plan physique					Faiblesse						Force	
	Idéale pour faire les boutiques		Faiblesse	Force					Faiblesse	Faiblesse	Force		Force
	Ses villes regorgent d'attractions intéressantes								Force				
	Offre des activités passionnantes de plein air qui m'intéresseraient			Faiblesse			Force						
	Offre des expériences culinaires fantastiques												Force
	Présente une scène artistique et musicale de premier plan			Force		Force		Faiblesse					
À voir	Présente des festivals et des événements attrayants					Force			Force		Faiblesse		Faiblesse
	Ses villes ont une bonne ambiance												
	Offre un cadre et des paysages magnifiques							Force					
	Idéale pour observer la faune dans son habitat naturel	Force		Faiblesse			Faiblesse		Faiblesse				
	Dotée de sites et d'expériences historiques ou du patrimoine de premier plan		Faiblesse	Force		Force	Force	Faiblesse		Force			Faiblesse
Possède une culture que j'aimerais découvrir	Faiblesse												

Force Faiblesse



# Énoncés relatifs à la valeur de la marque du Canada

■ Ensemble de la Chine   ■ Public d'IVE



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



# Énoncés relatifs à la valeur de la marque – ensemble de la Chine



	Canada	Australie	France	Allemagne	Italie	Pays-Bas	Nouvelle-Zélande	Espagne	Suède	Suisse	Royaume-Uni	États-Unis
n=	2 204	602	600	600	602	600	603	601	600	601	602	601
Possède de vastes paysages ouverts	Force				Faiblesse							
Permet de profiter de la nature à proximité des villes		Force										
Il y règne une diversité culturelle		Faiblesse								Faiblesse		Force
Les gens y sont accueillants						Force		Force				Faiblesse
Les gens y sont ouverts d'esprit		Faiblesse	Force				Faiblesse					
Les gens y sont réceptifs aux idées nouvelles							Faiblesse					Force
Il y fait bon vivre							Force					
Possède une identité propre qu'on ne trouve pas ailleurs												



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



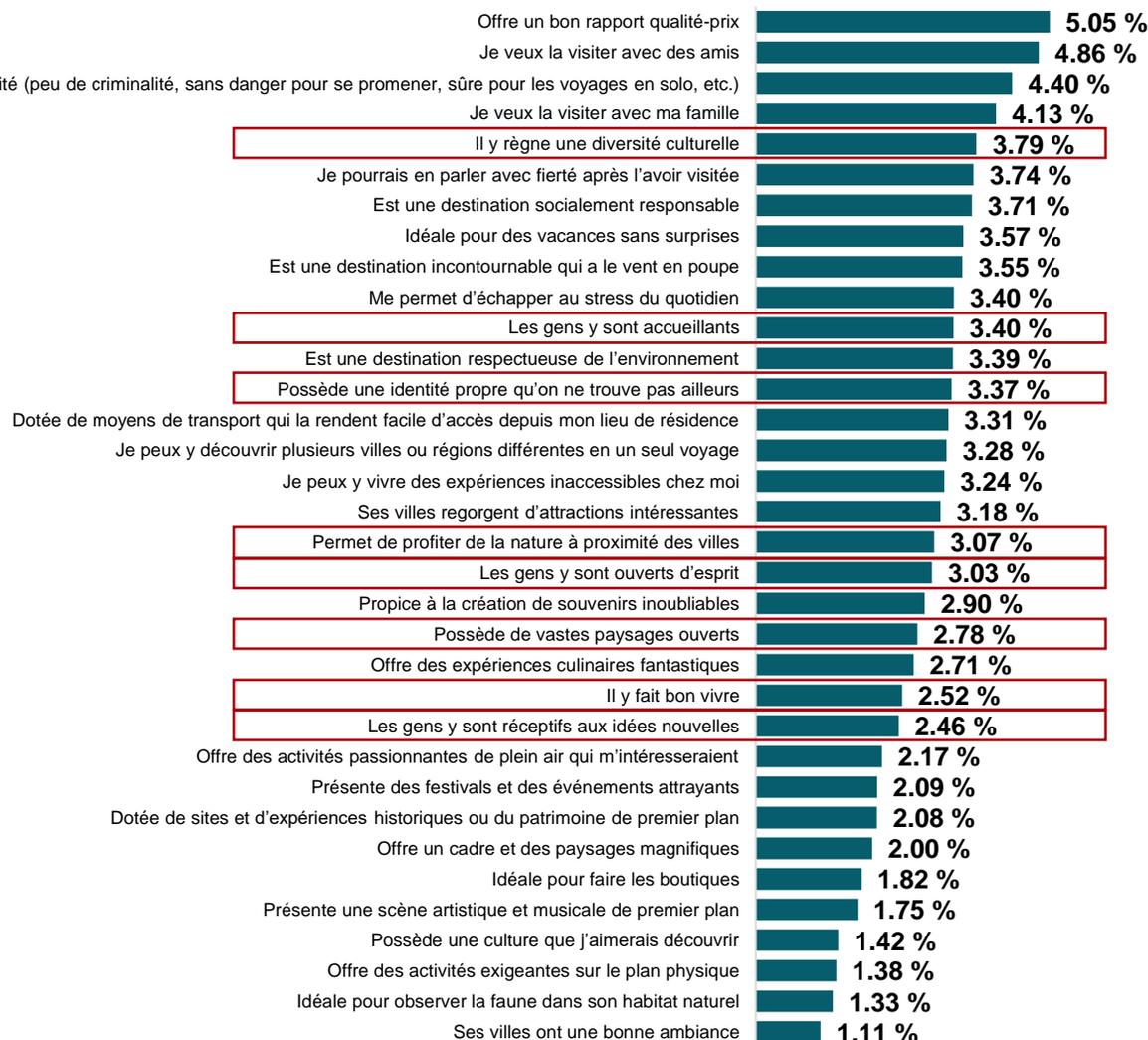
	Canada	Australie	France	Allemagne	Italie	Pays-Bas	Nouvelle-Zélande	Espagne	Suède	Suisse	Royaume-Uni	États-Unis
n=	828	217	239	221	229	226	223	237	243	222	226	201
Possède de vastes paysages ouverts							Force					Faiblesse
Permet de profiter de la nature à proximité des villes		Force	Faiblesse	Faiblesse			Faiblesse					
Il y règne une diversité culturelle		Faiblesse			Faiblesse				Force			Force
Les gens y sont accueillants	Faiblesse				Force		Faiblesse				Force	Faiblesse
Les gens y sont ouverts d'esprit			Force	Force					Faiblesse			
Les gens y sont réceptifs aux idées nouvelles						Faiblesse						Force
Il y fait bon vivre												Faiblesse
Possède une identité propre qu'on ne trouve pas ailleurs												



# Attributs de la destination : analyse des facteurs de motivation – ensemble de la Chine



= Énoncé relatif à la valeur de la marque



## Description

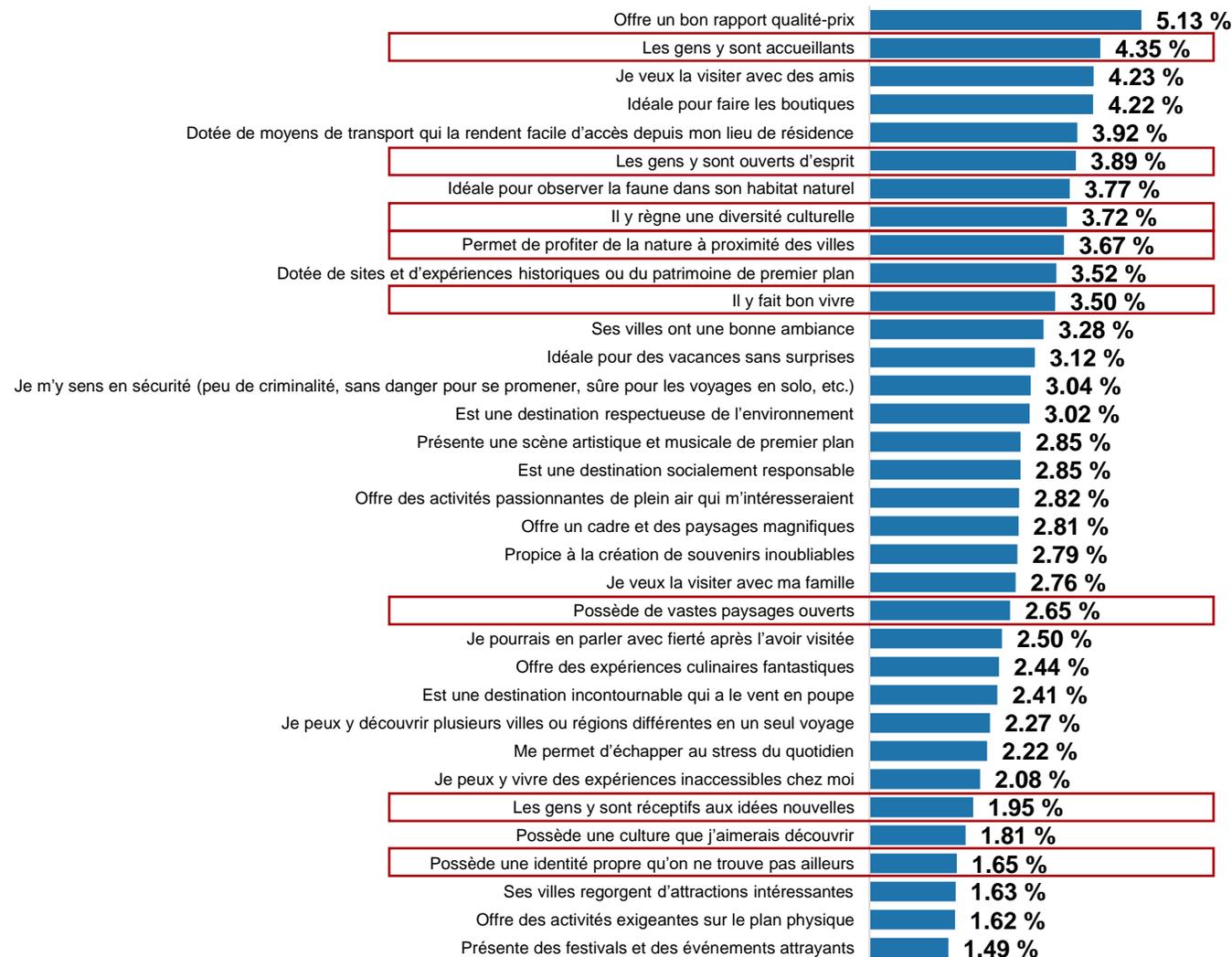
L'analyse des principaux facteurs de motivation vise à isoler les meilleures variables prédictives d'une variable dépendante. Dans le cas présent, la variable dépendante est la considération d'une destination (question C2). Au moyen d'une combinaison de régressions linéaires et logistiques, l'analyse 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 %.



= 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)

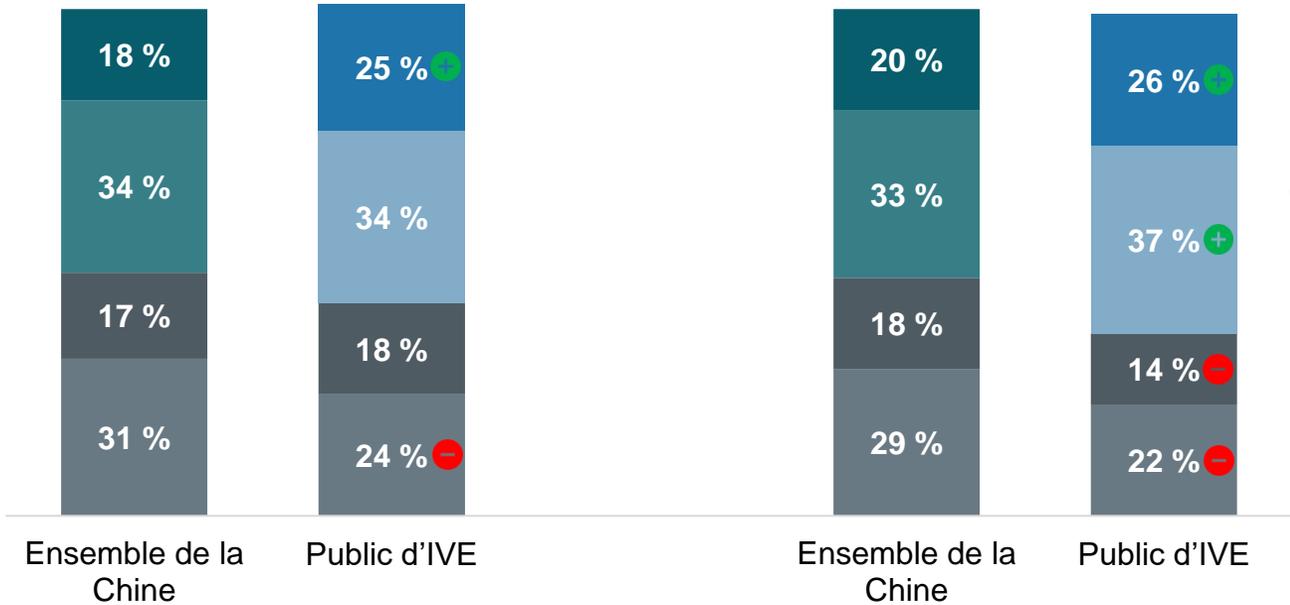
### Deux réponses supérieures

### Deux réponses supérieures

52 %      59 % +

53 %      64 % +

- Certainement
- Très probable
- Assez probable
- Pas d'intérêt



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

**Ensemble de la Chine : 67 %**  
**Public d'IVE : 75 % +**

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.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=2 204]; IVE (n=828).

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.)

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

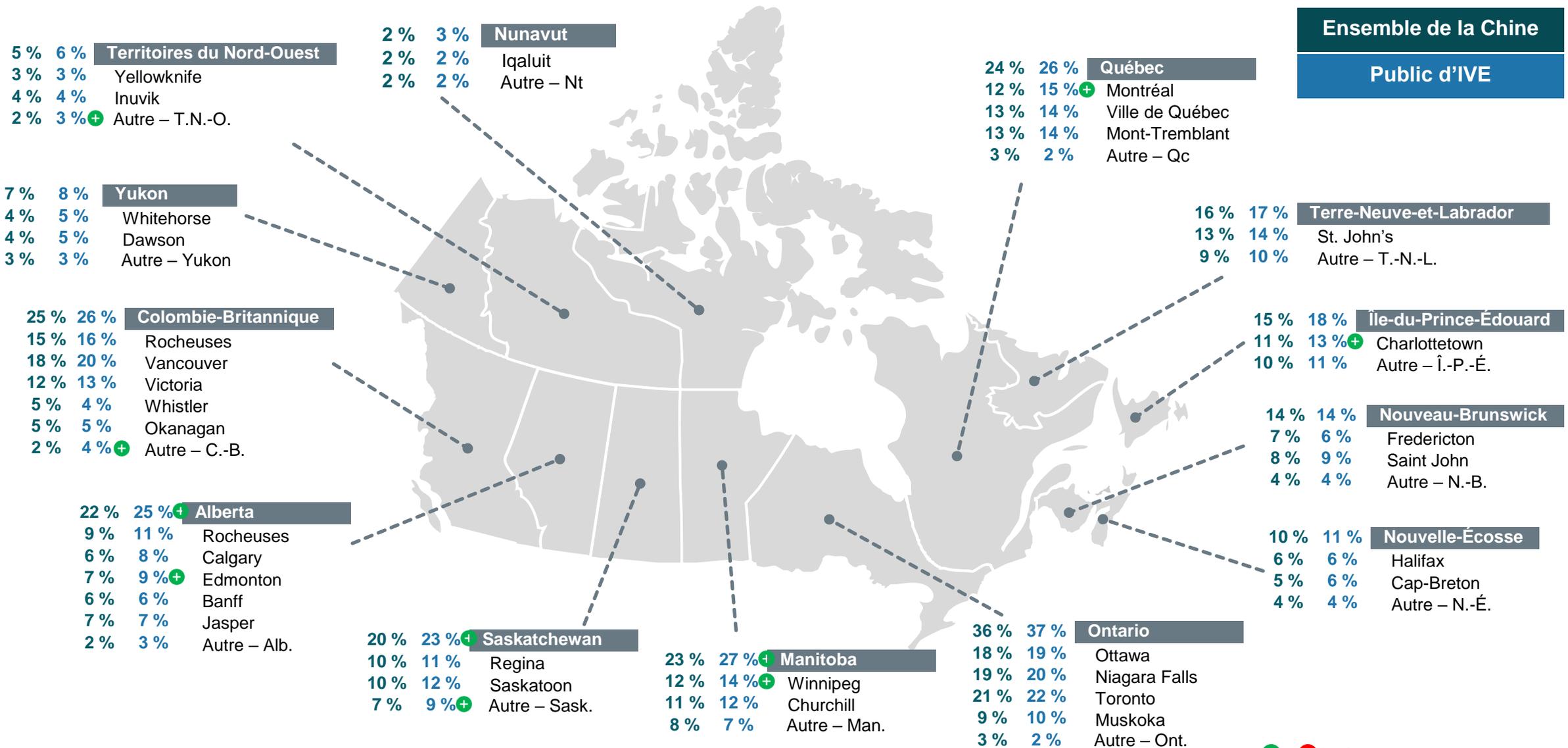


# Destinations canadiennes susceptibles d'être visitées



Ensemble de la Chine

Public d'IVE



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=1 676); IVE (n=684).

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.)

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

PRVEM pour la Chine – décembre 2023

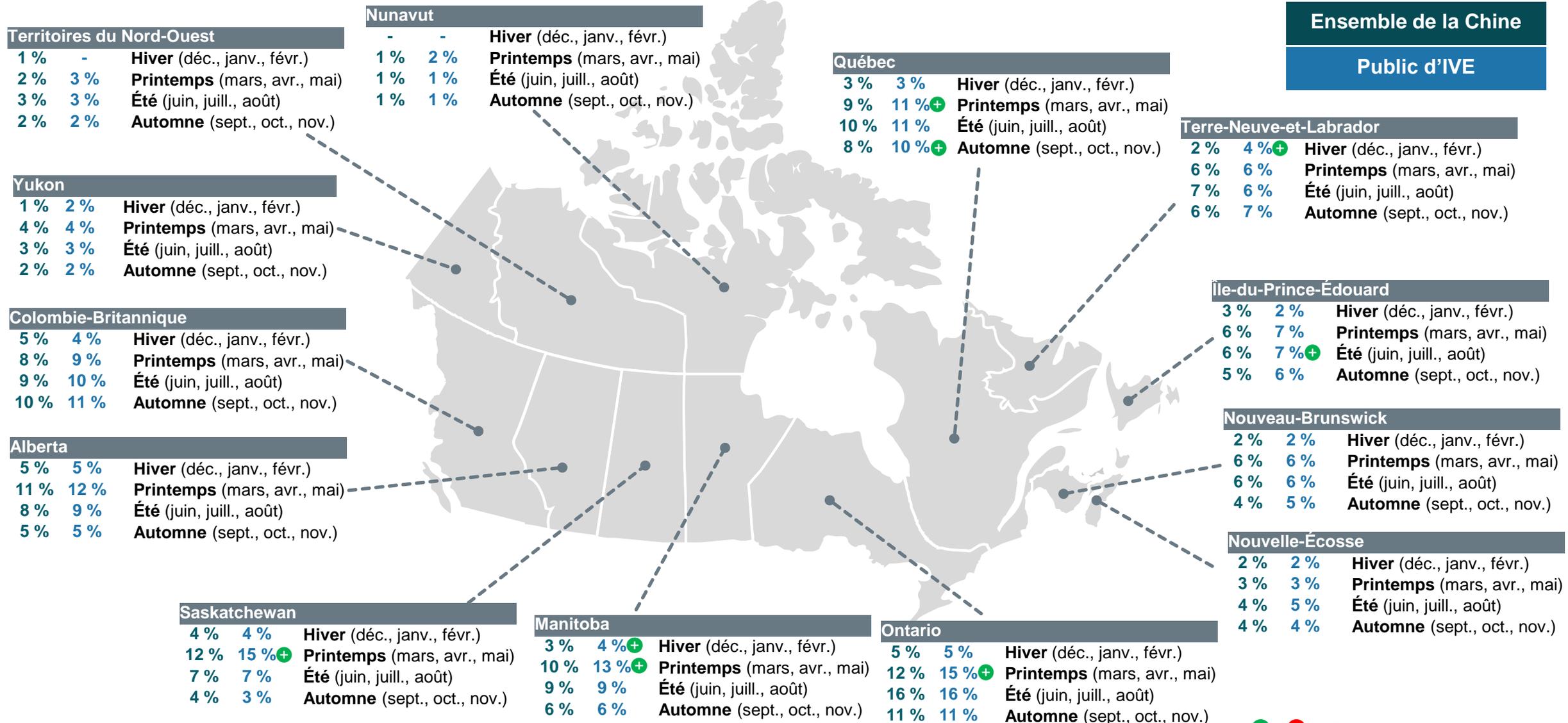


# Période de l'année envisagée pour visiter le Canada (deux prochaines années)



Ensemble de la Chine

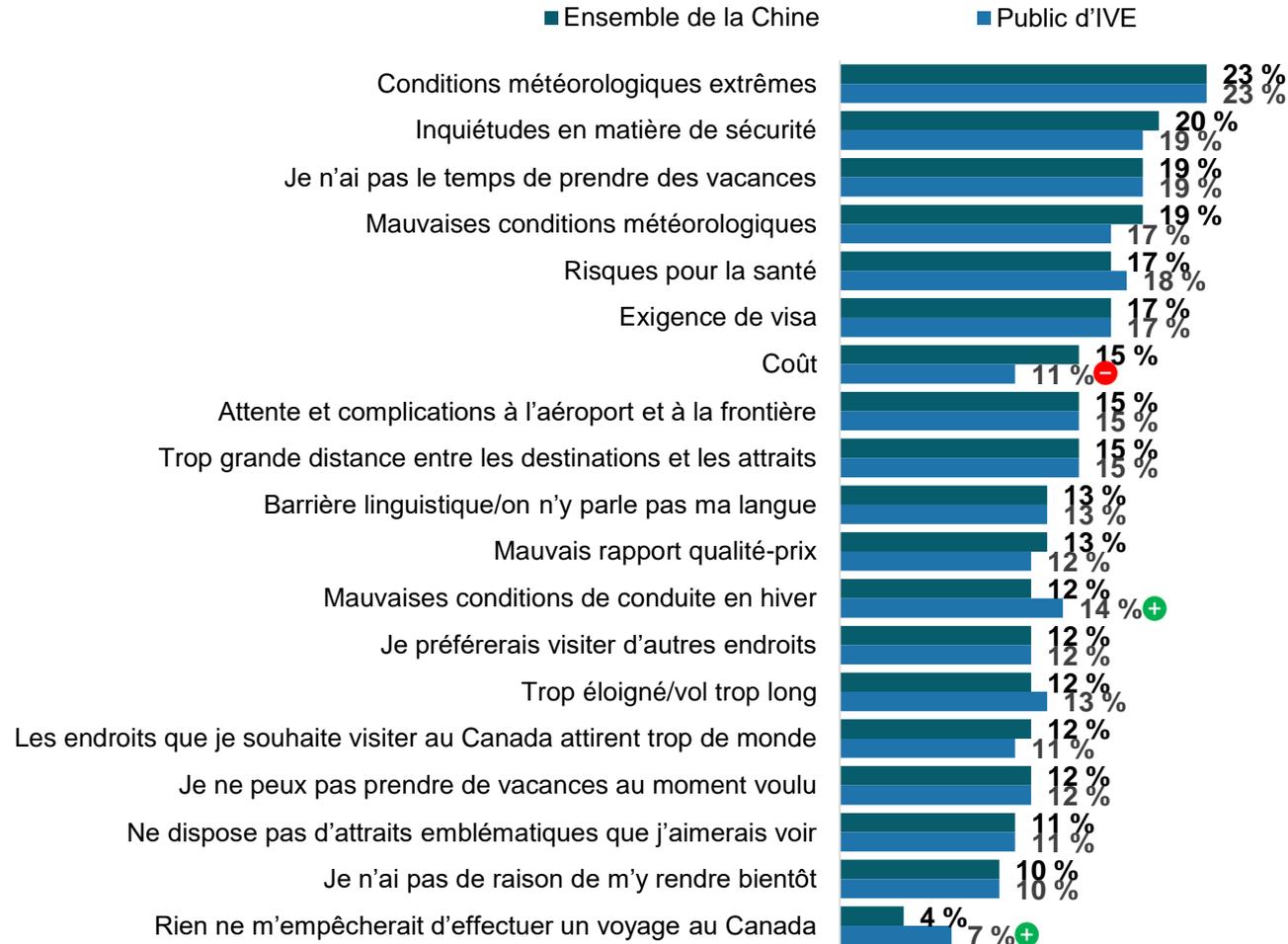
Public d'IVE



+ / - = 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 la Chine (n=2 204)	Public d'IVE (n=828)
Promenades dans la nature	Promenades dans la nature
Plages en bord de mer	Plages en bord de mer
Goûter aux spécialités et aux boissons du coin	Plages en bord de lac
Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)	Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)
Plages en bord de lac	Goûter aux spécialités et aux boissons du coin
Parcs d'attractions ou à thème	Parcs d'attractions ou à thème
Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial	Parcs naturels +
Parcs naturels	Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
Festivals culturels ou traditionnels	Observation de la faune et de la vie marine
Couleurs d'automne	Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones

## Activités de voyage centrales – 10 principales réponses

Ensemble de la Chine (n=2 196)	Public d'IVE (n=821)
Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)	Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)
Goûter aux spécialités et aux boissons du coin	Goûter aux spécialités et aux boissons du coin
Promenades dans la nature	Promenades dans la nature
Parcs d'attractions ou à thème	Parcs d'attractions ou à thème
Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial	Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
Plages en bord de mer	Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones +
Plages en bord de lac	Plages en bord de mer
Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones	Plages en bord de lac
Couleurs d'automne	Observation de la faune et de la vie marine
Observation de la faune et de la vie marine	Festivals culturels ou traditionnels

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



# Activités d'intérêt en général

■ Ensemble de la Chine ■ Public d'IVE

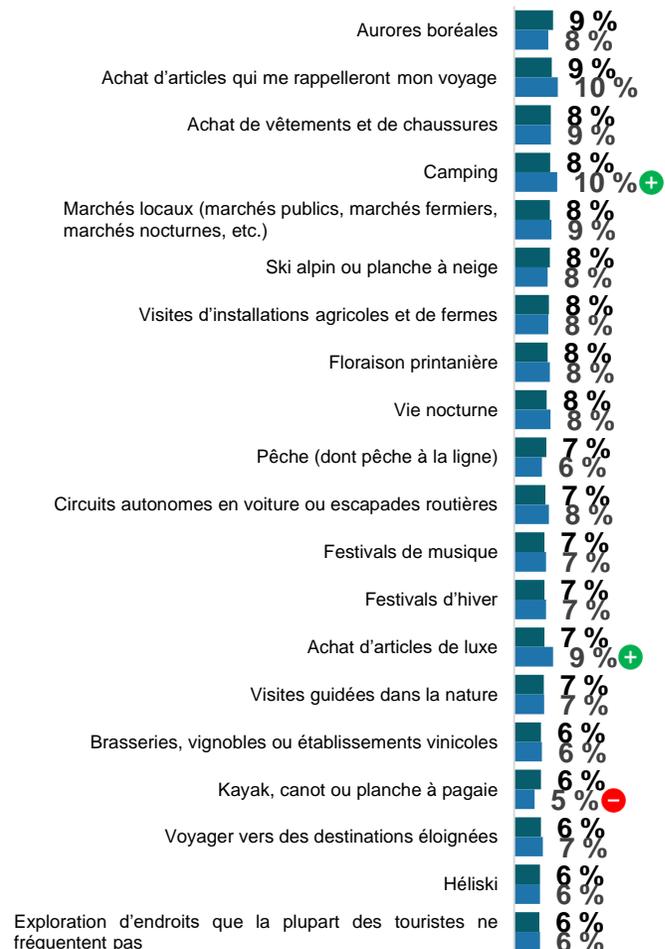
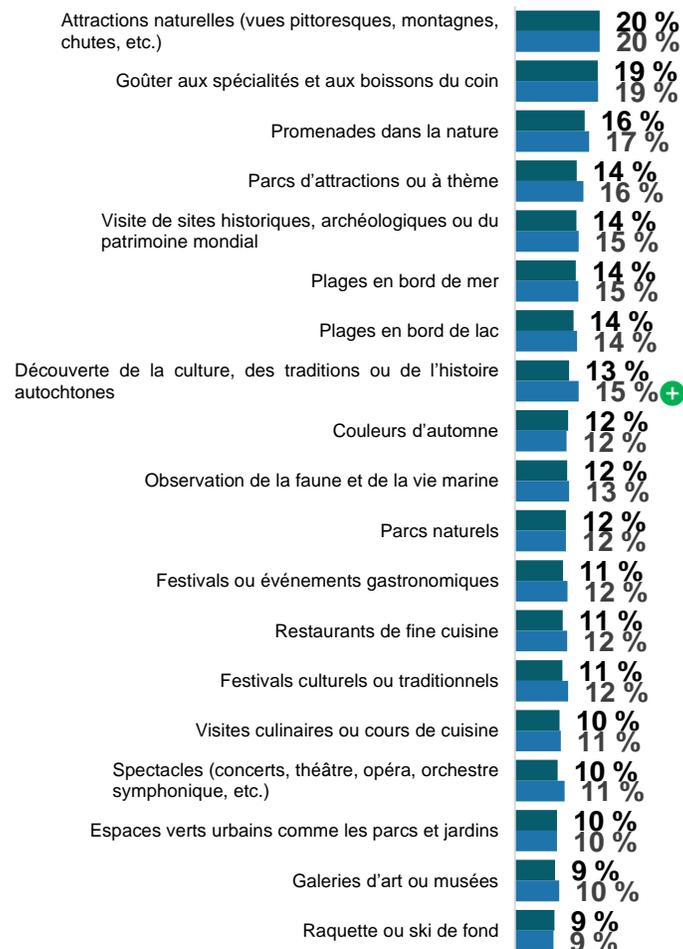


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Activités de voyage centrales

■ Ensemble de la Chine ■ Public d'IVE



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



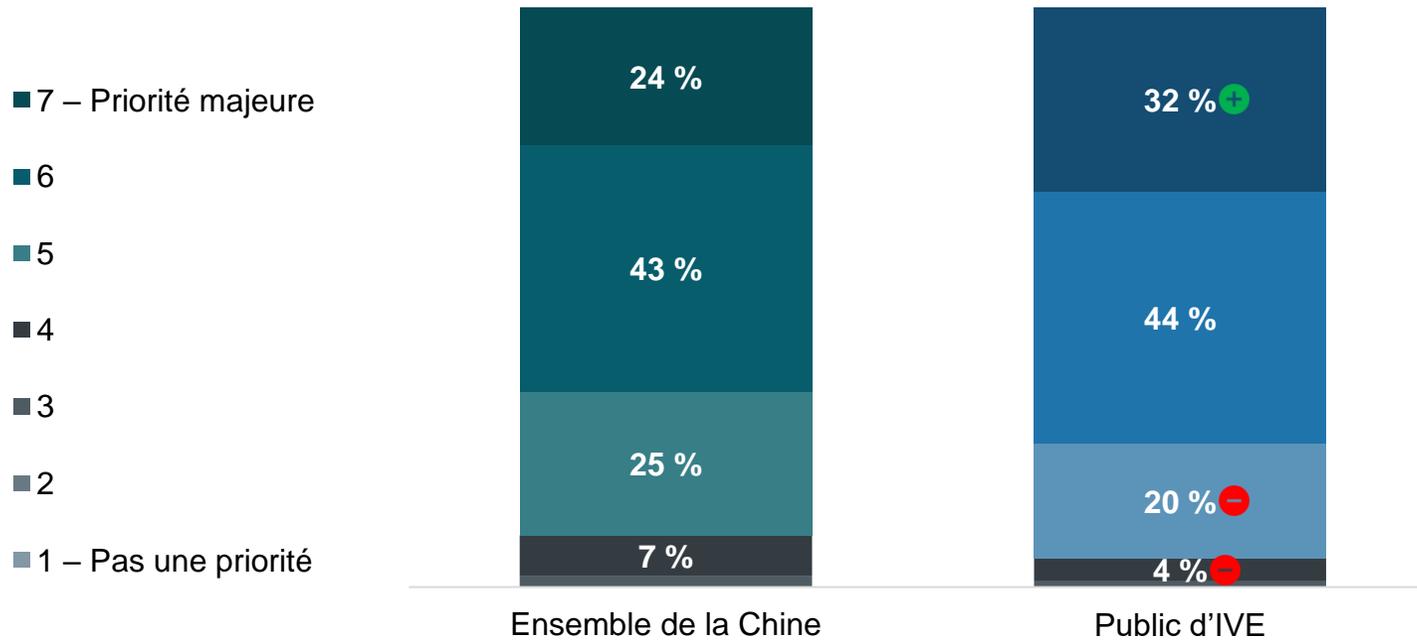
# Priorité accordée aux voyages durables au moment d'envisager un voyage



## Réponses de 5 à 7 (sur 7)

91 %

95 % +



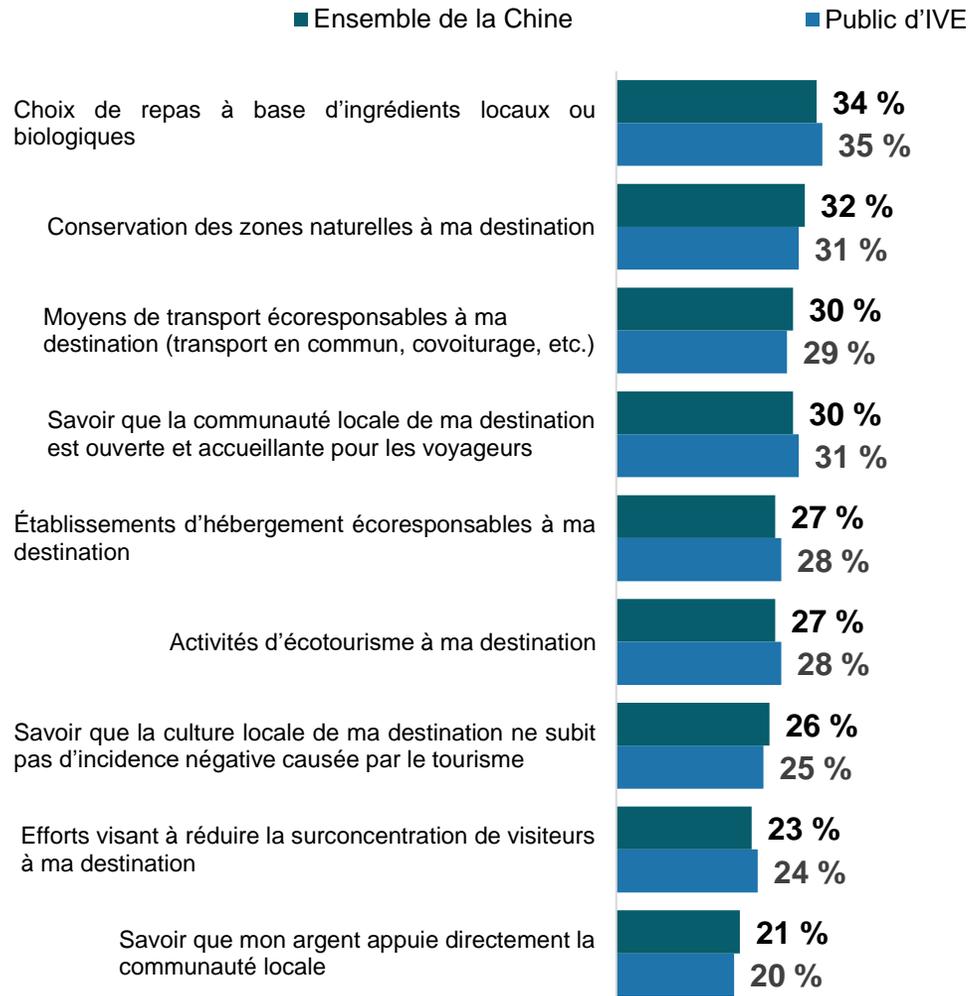
### Description du voyage durable

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)



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



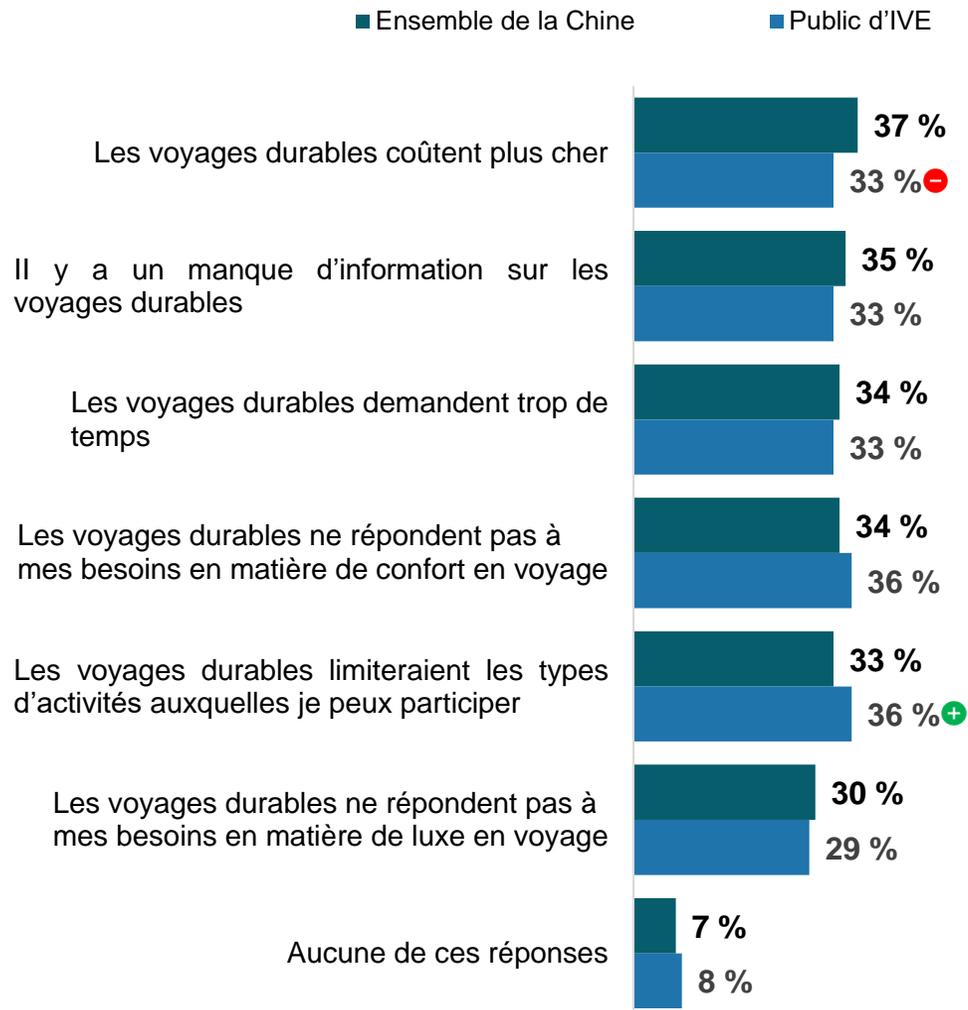
## Description du voyage durable

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

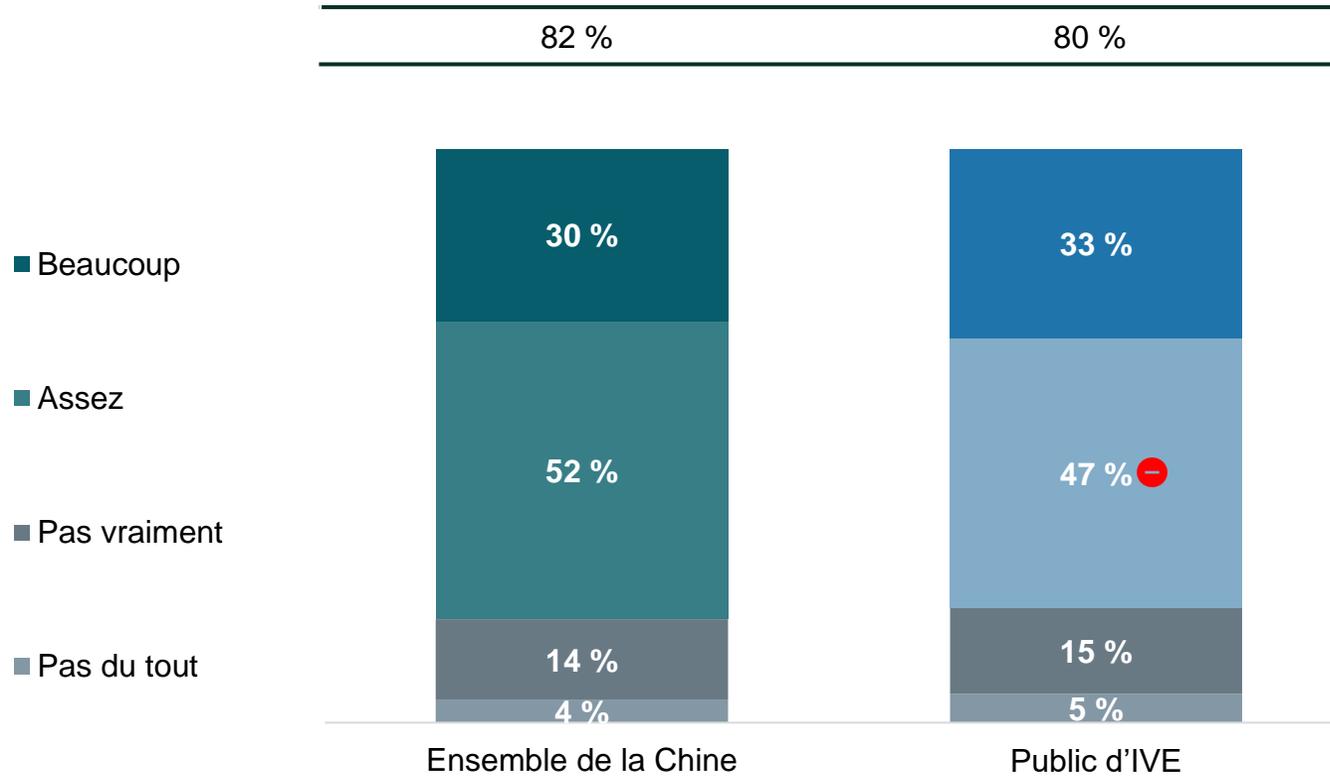
Le voyage durable est défini comme « voyage qui réduit au minimum les répercussions négatives sur l'environnement, l'économie et la société de la destination, tout en apportant des contributions positives aux populations locales et en protégeant le patrimoine naturel et culturel de la destination ».

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



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

## Deux réponses supérieures



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

Proportion	Ensemble de la Chine	Public d'IVE
	53 %	54 %

### 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=1 092]; IVE (n=413).

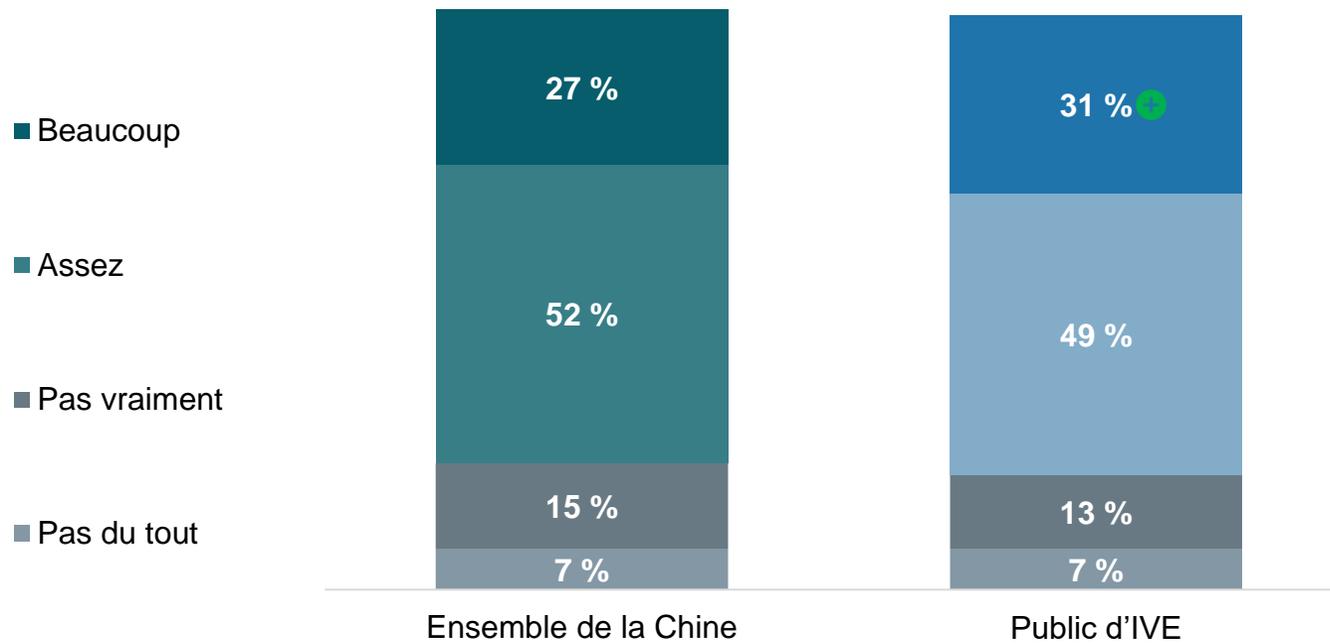
D10. [DESCRIPTION] À quel point la possibilité d'événements météorologiques extrêmes perturbant vos projets de voyage vous inquiète-t-elle?

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

79 %                      80 %



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

48 %                      47 %

**Description des conflits internationaux**

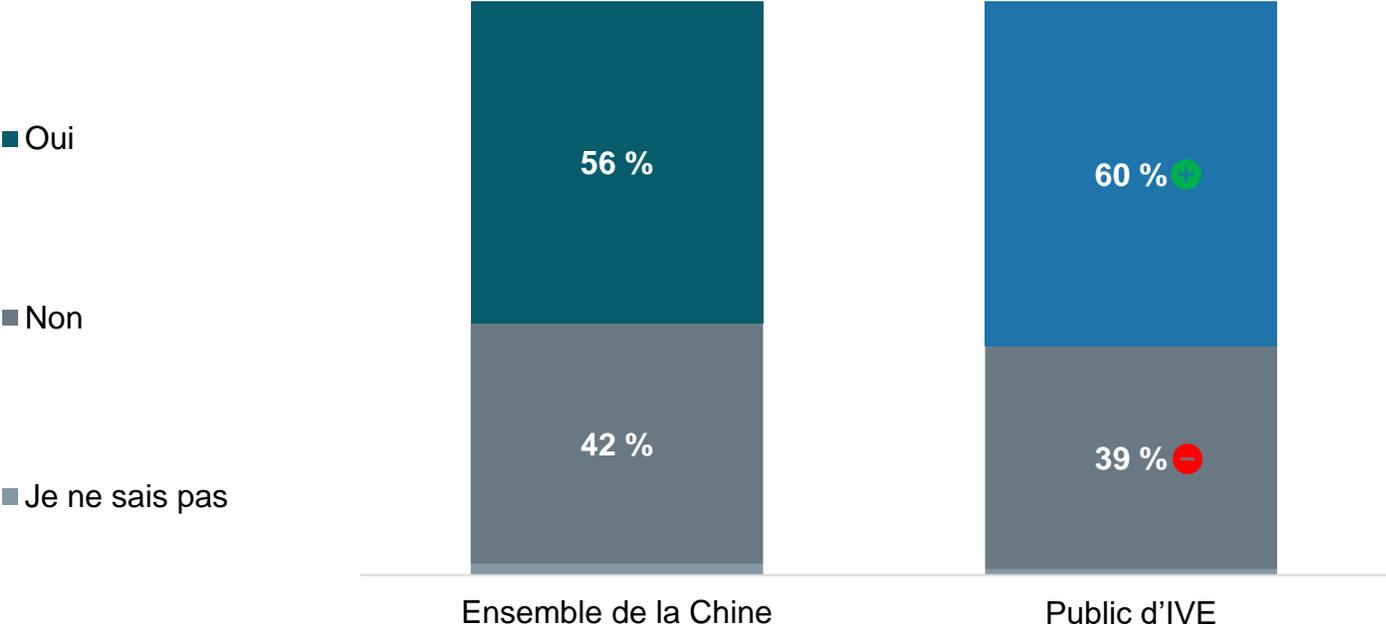
Comme vous le savez peut-être, diverses régions du monde sont actuellement en proie à des conflits ou à des troubles internationaux.

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=1 112]; IVE (n=415).  
 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?

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



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



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

PRVEM pour la Chine – décembre 2023

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=2 204]; IVE (n=828).  
D14. Avez-vous déjà utilisé un outil d'intelligence artificielle (comme ChatGPT ou Bard) pour effectuer des recherches sur un voyage ou planifier un voyage?



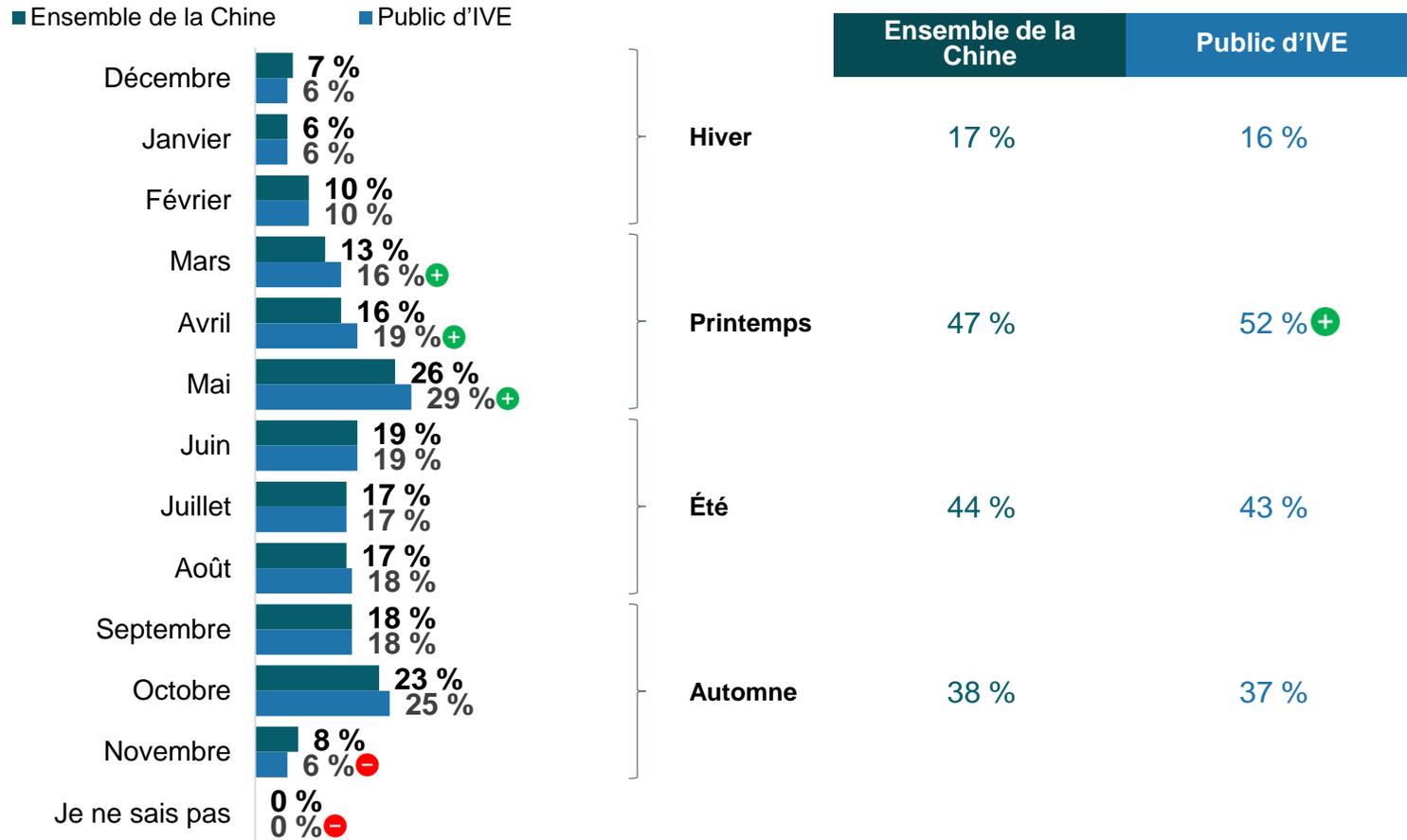
# Voyages saisonniers



Yellowknife  
Territoires du Nord-Ouest



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



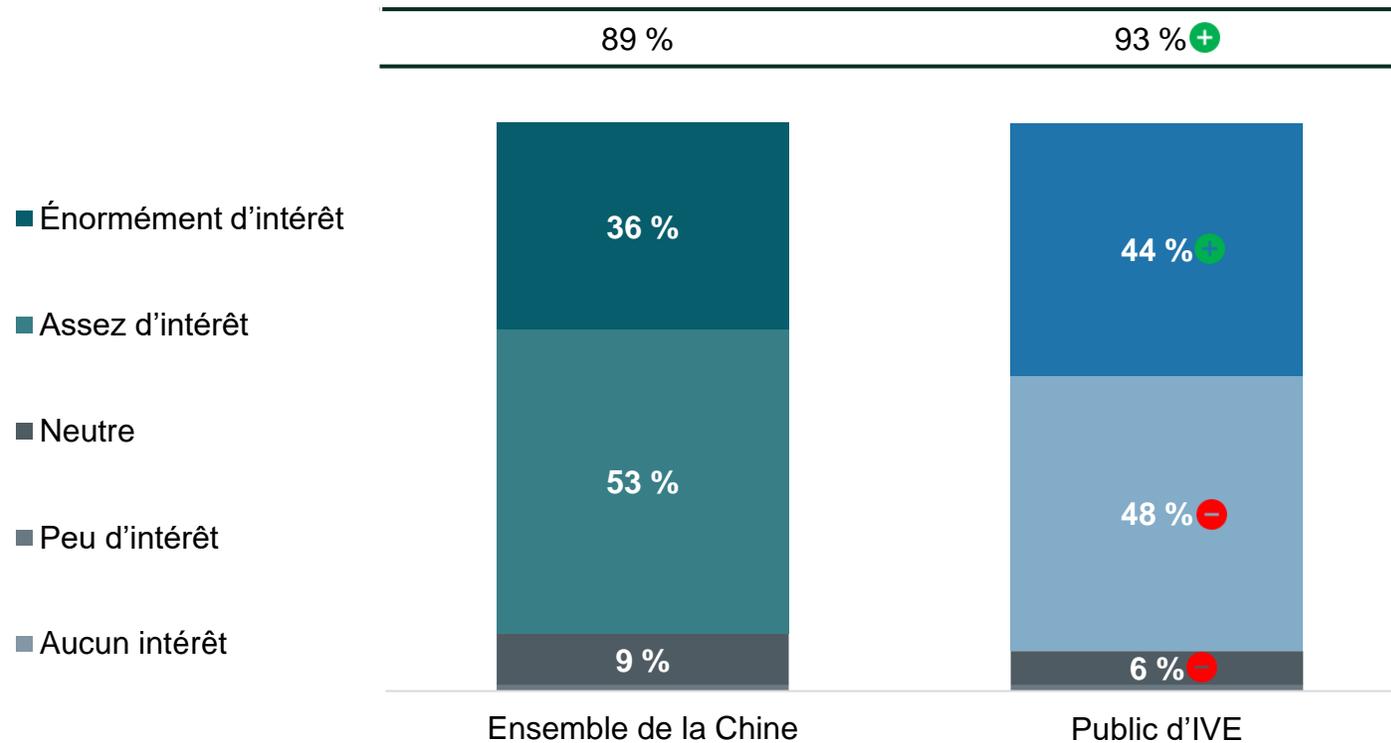
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

PRVEM pour la Chine – décembre 2023



# Intérêt pour les vacances d'hiver

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



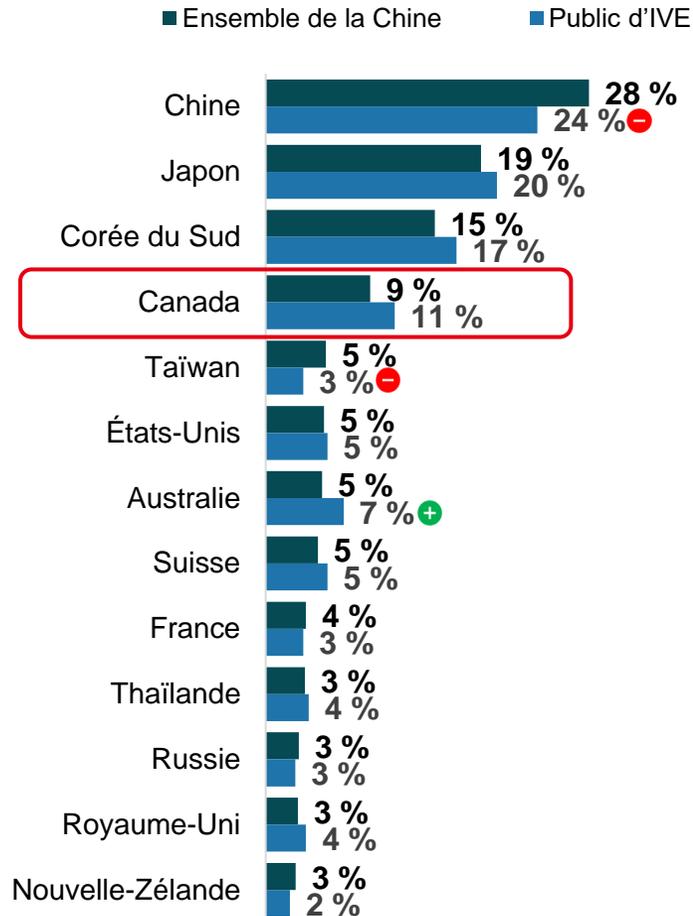
### Description de la saison hivernale

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)

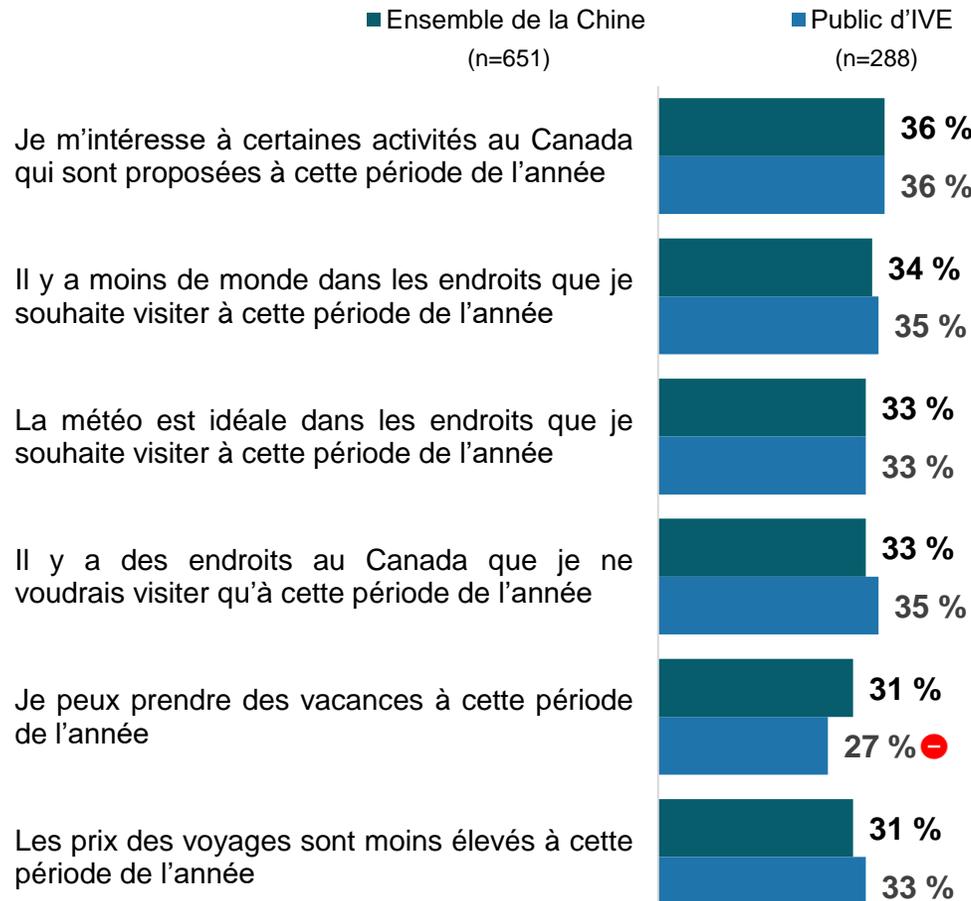
Remarque : Les personnes sondées ont été interrogées soit sur les voyages en hiver (questions B2 et D2), soit sur les voyages en automne (questions B3 et D3).

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 130]; IVE (n=423).

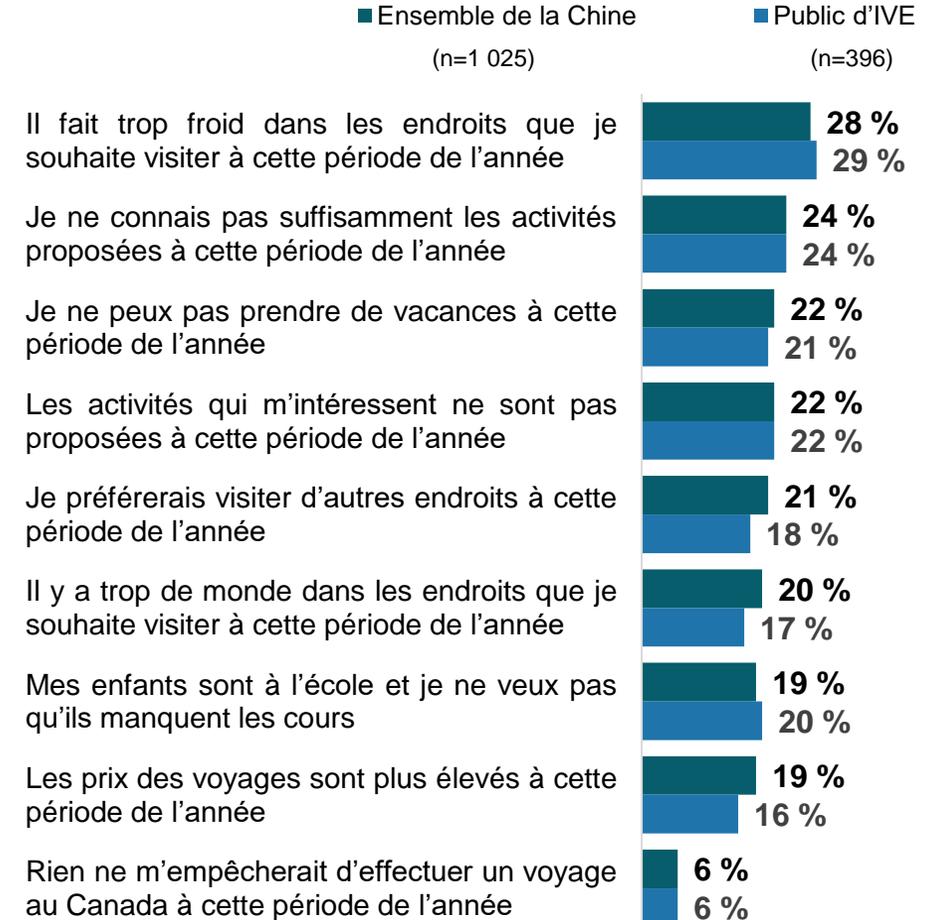
B2. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous envisagez de voyager pour découvrir la **saison hivernale**? (Indiquez un maximum de trois destinations à l'intérieur ou à l'extérieur de l'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taiwan.) [DESCRIPTION] Veuillez noter 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**?

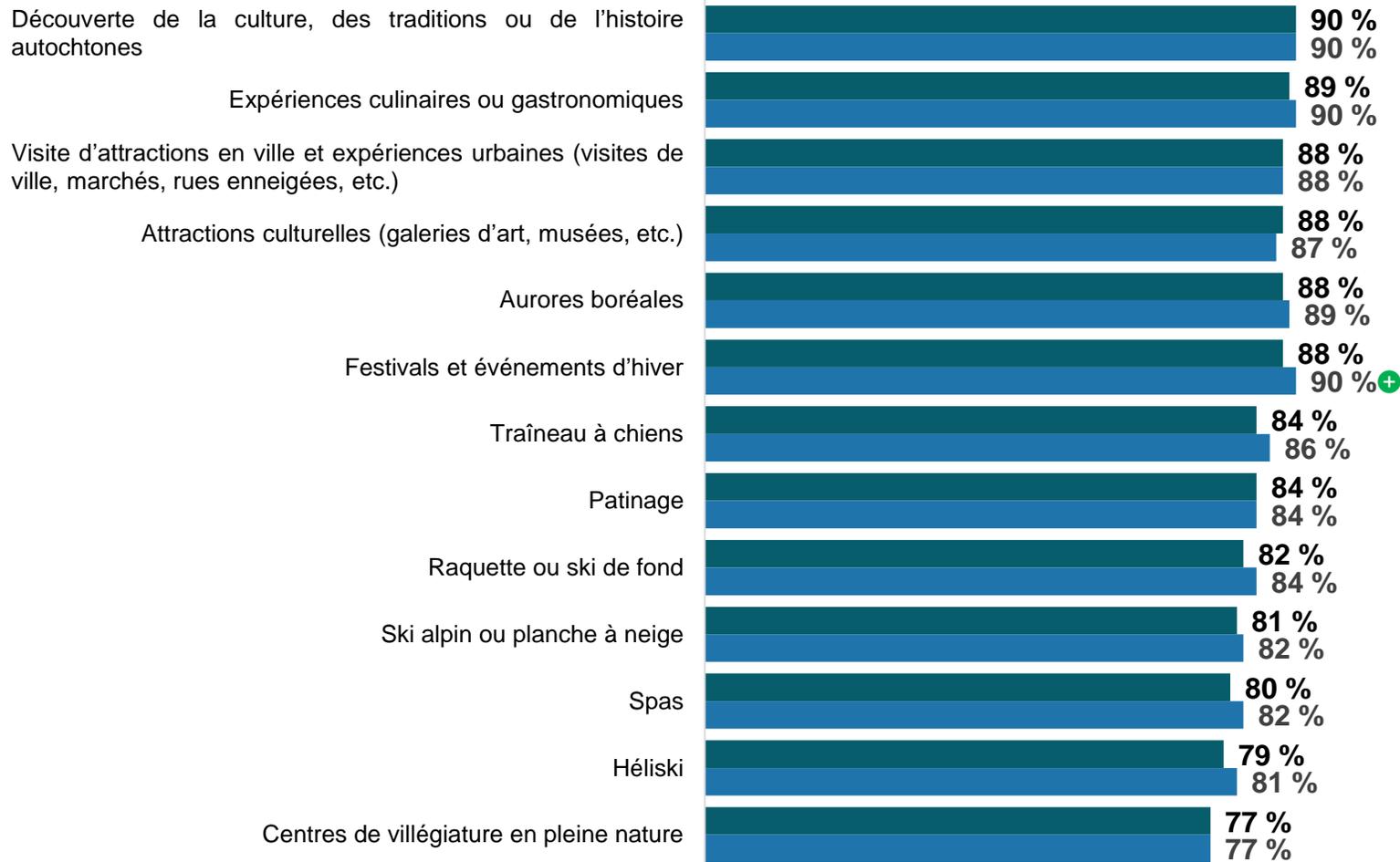
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Intérêt pour les activités hivernales au Canada

Assez d'intérêt/beaucoup d'intérêt

■ Ensemble de la Chine ■ Public d'IVE

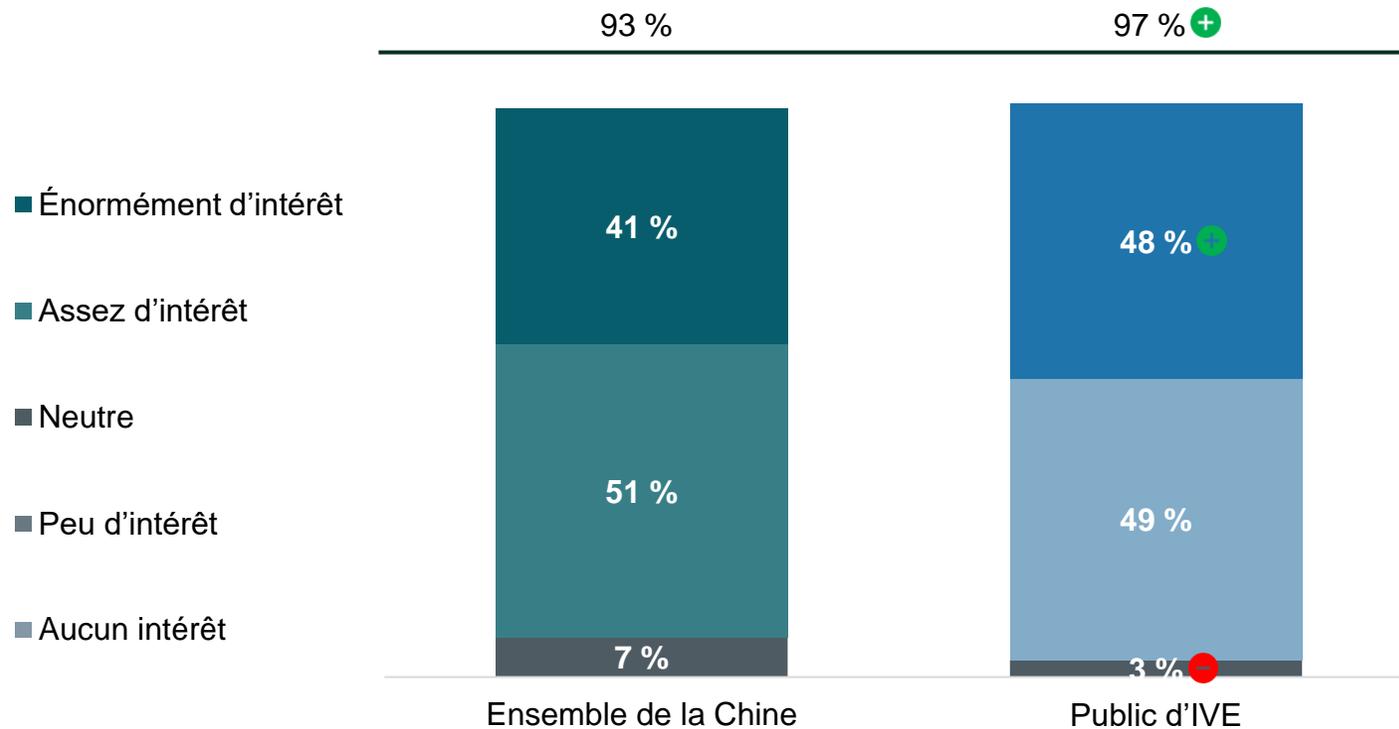


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Intérêt pour les vacances d'automne

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



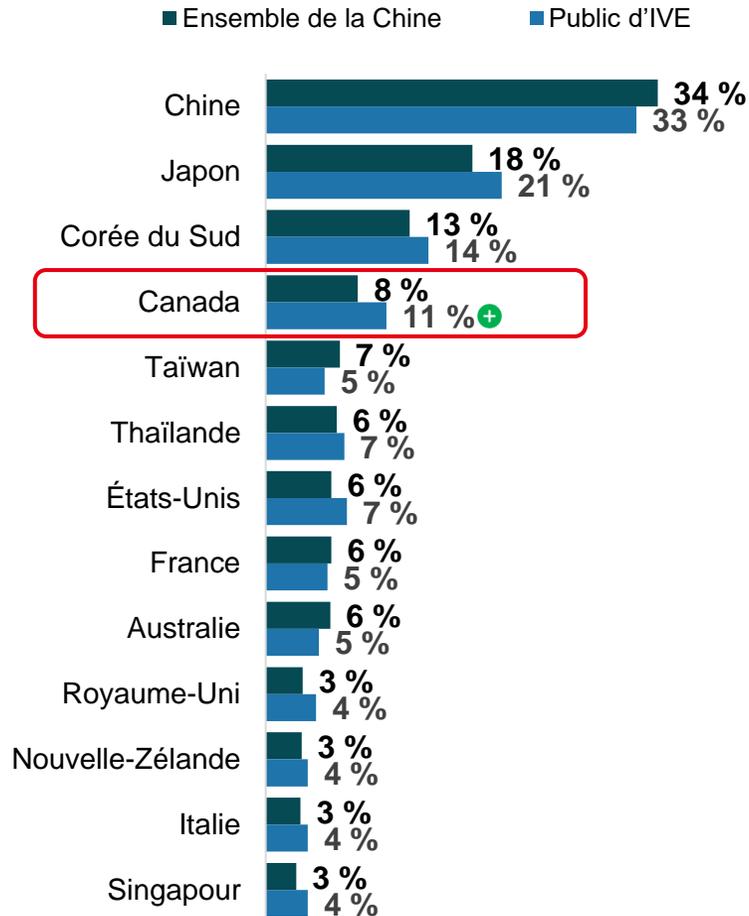
### Description de la saison automnale

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

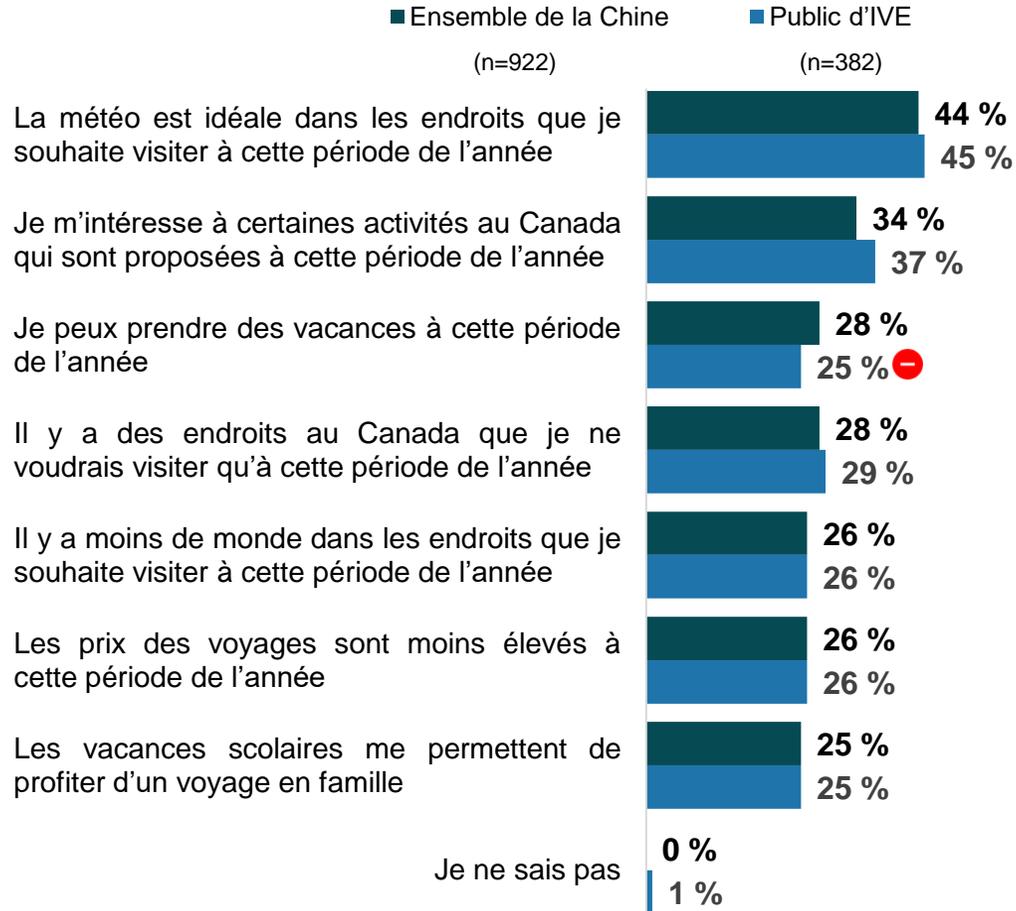
L'automne est la saison qui se trouve entre l'été et l'hiver. Dans la plupart des destinations, l'automne est souvent assez calme après un été bien chargé. Dans certaines destinations, les températures baissent et les feuilles des arbres se teintent de rouge, d'orange et de jaune avant de tomber. Bien 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)

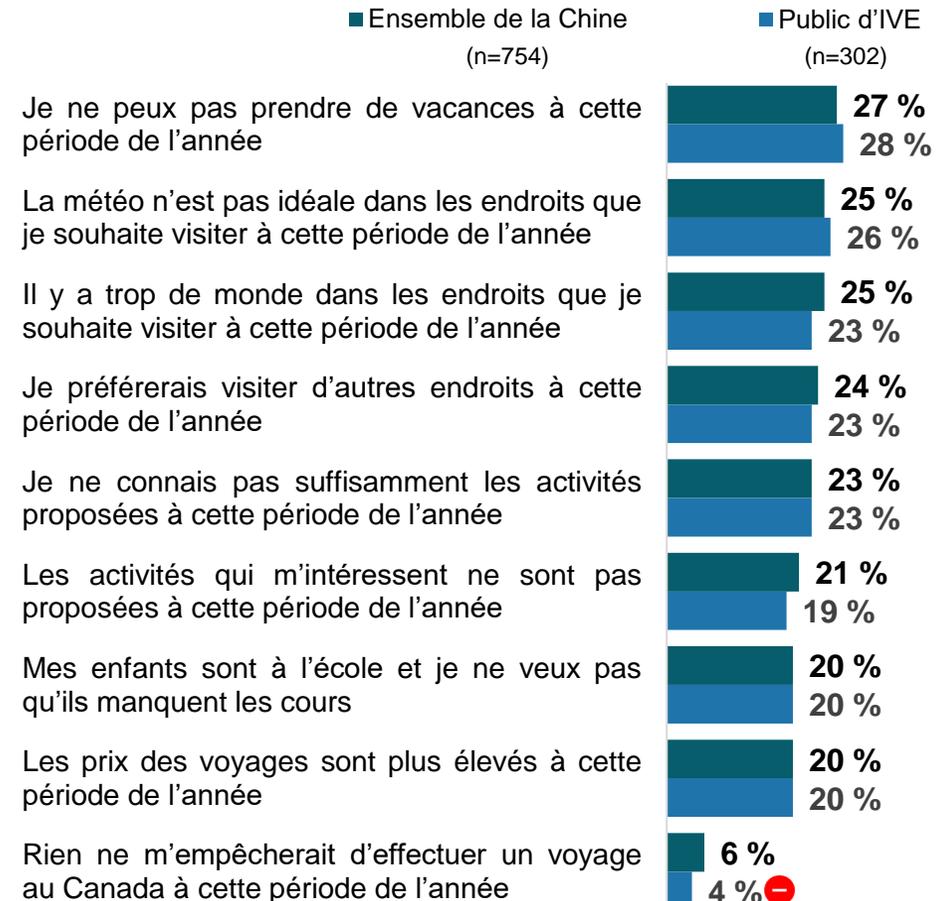
Remarque : Les personnes sondées ont été interrogées soit sur les voyages en hiver (questions B2 et D2), soit sur les voyages en automne (questions B3 et D3).  
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 074]; IVE (n=405).  
 B3. 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'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taiwan.) [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



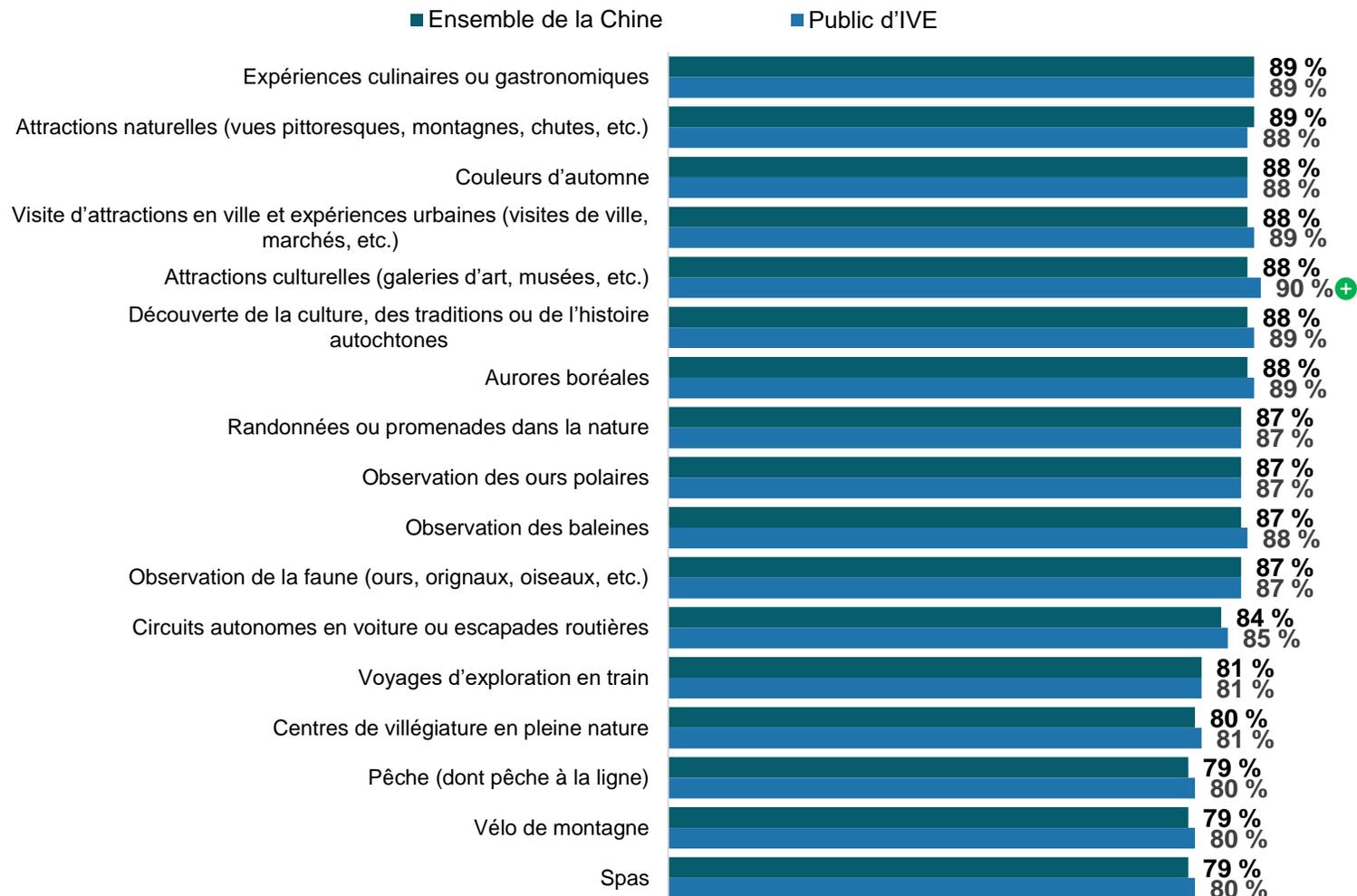
Base : Personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui envisagent de visiter le pays, une province ou un territoire en septembre, en octobre ou en novembre.  
 E6a. Vous avez indiqué précédemment que vous envisagiez de 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



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





# Tourisme autochtone

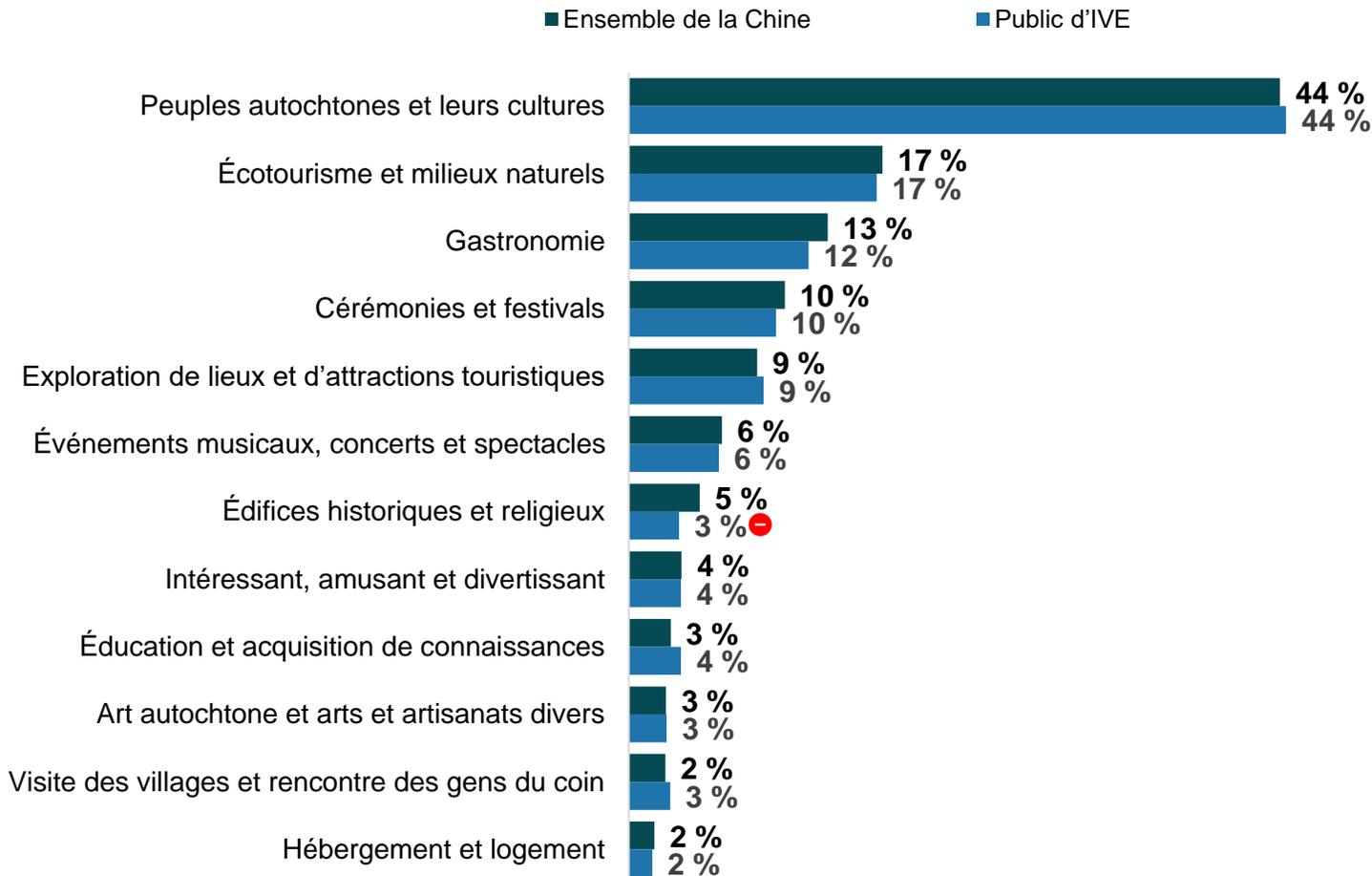
DESTINATION  
CANADA



Colombie-Britannique



# Mentions spontanées – Activités culturelles et touristiques autochtones



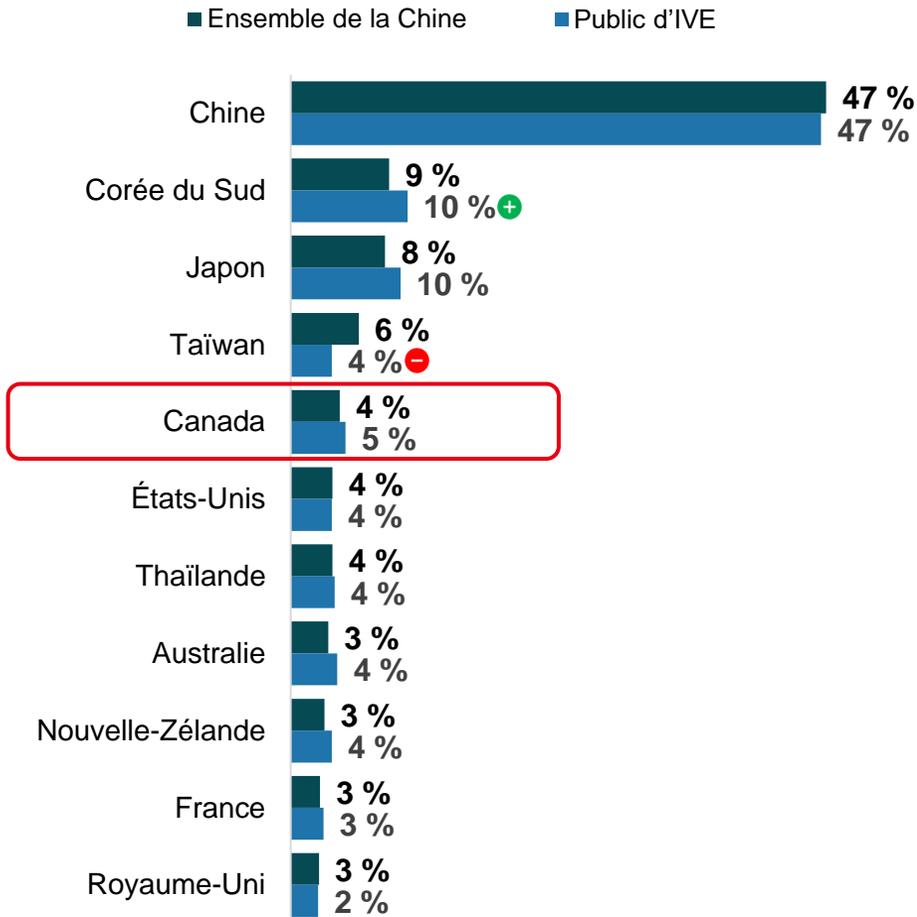
## Description des peuples autochtones

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 la Chine    ■ 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.

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

PRVEM pour la Chine – décembre 2023





# Voyage récent

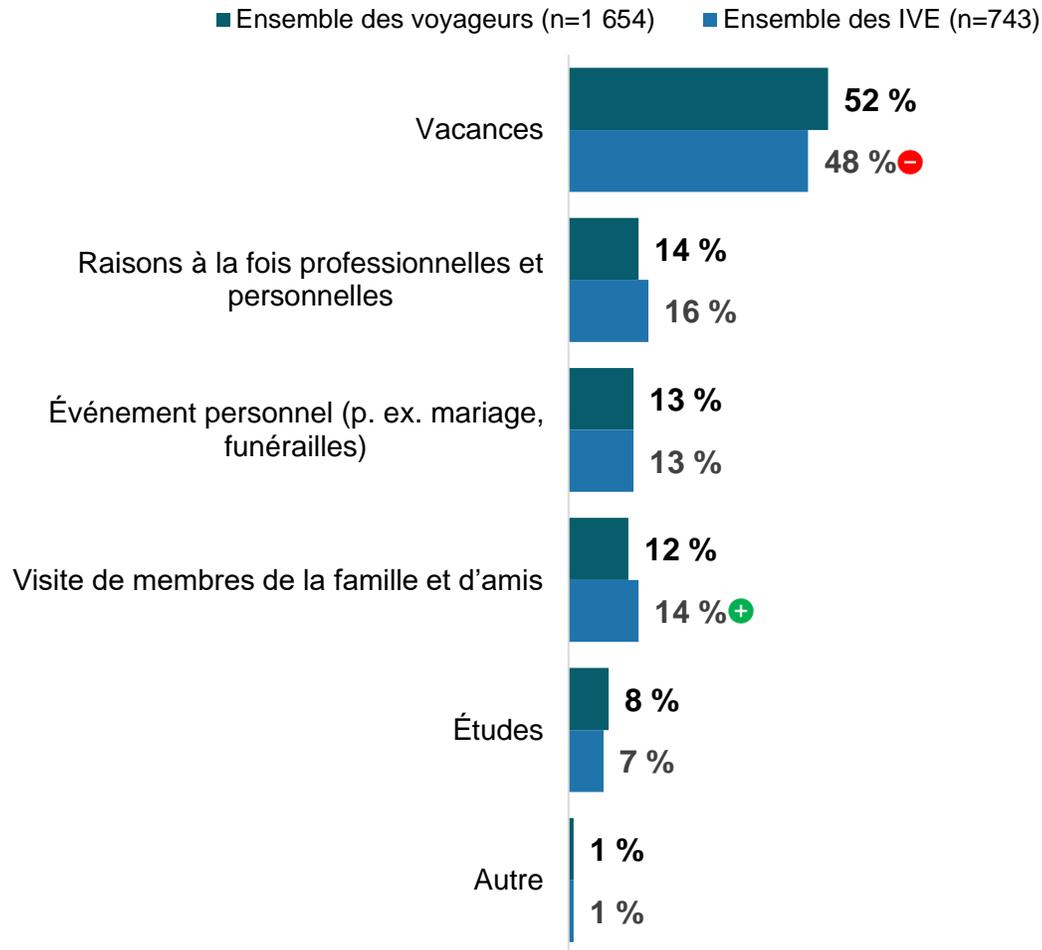


 Lac Louise  
Alberta

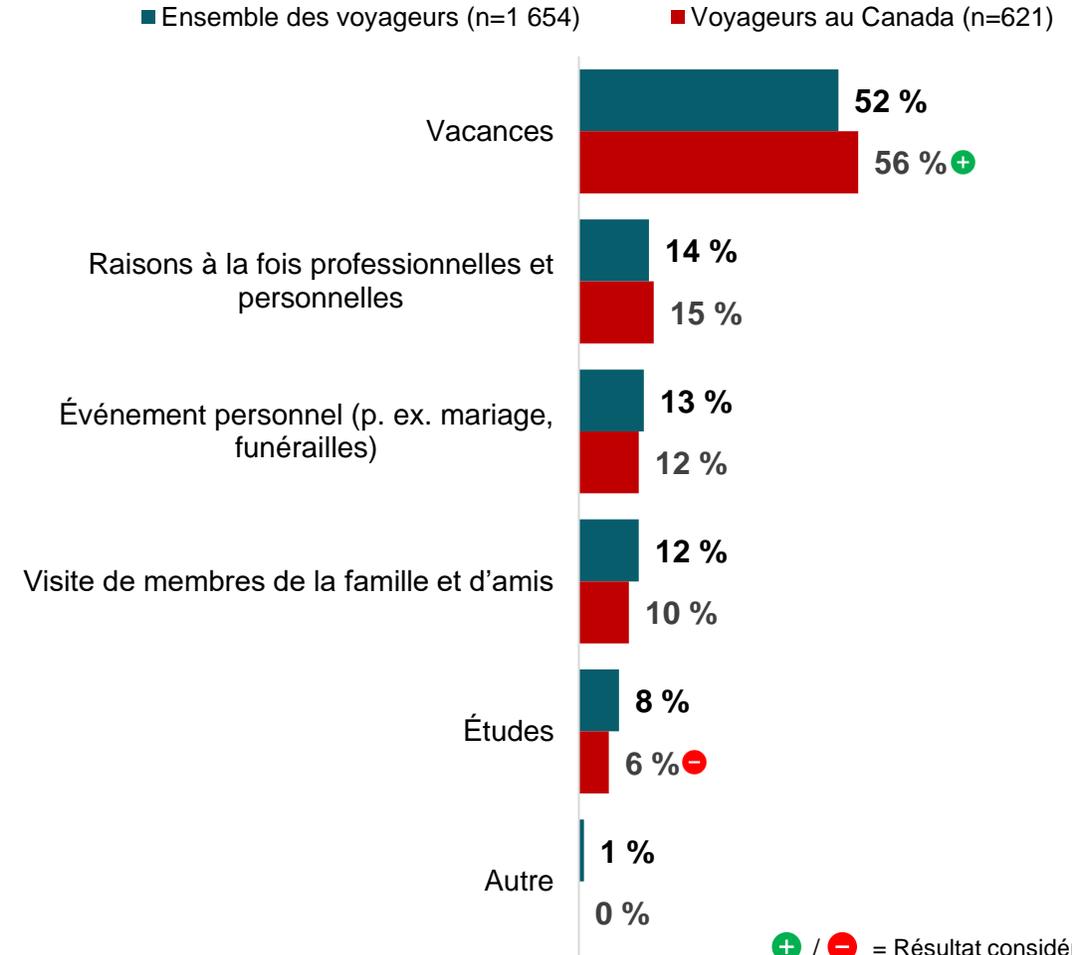


# Motif principal d'un voyage récent

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



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



# 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=861)    ■ Ensemble des IVE (n=358)



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

■ Ensemble des voyageurs (n=861)    ■ Voyageurs au Canada (n=348)



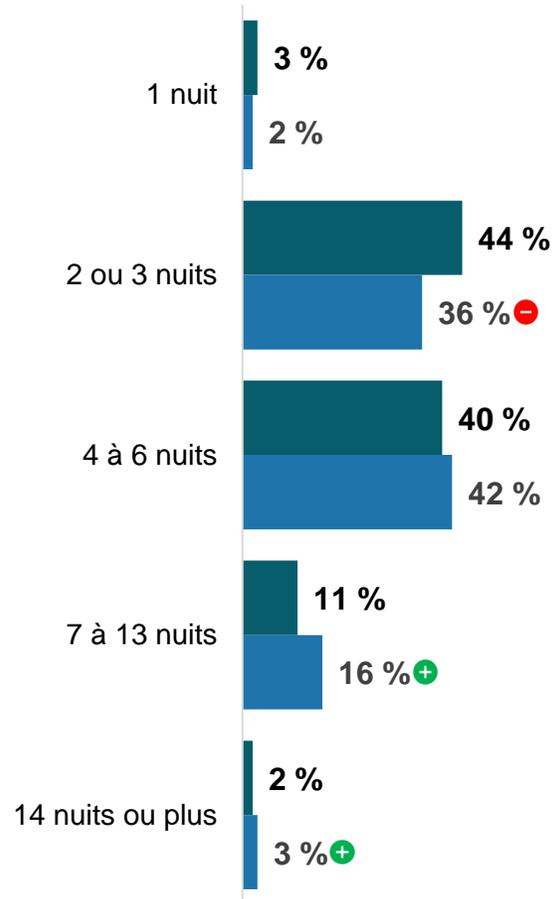
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Nombre de nuits d'un voyage récent

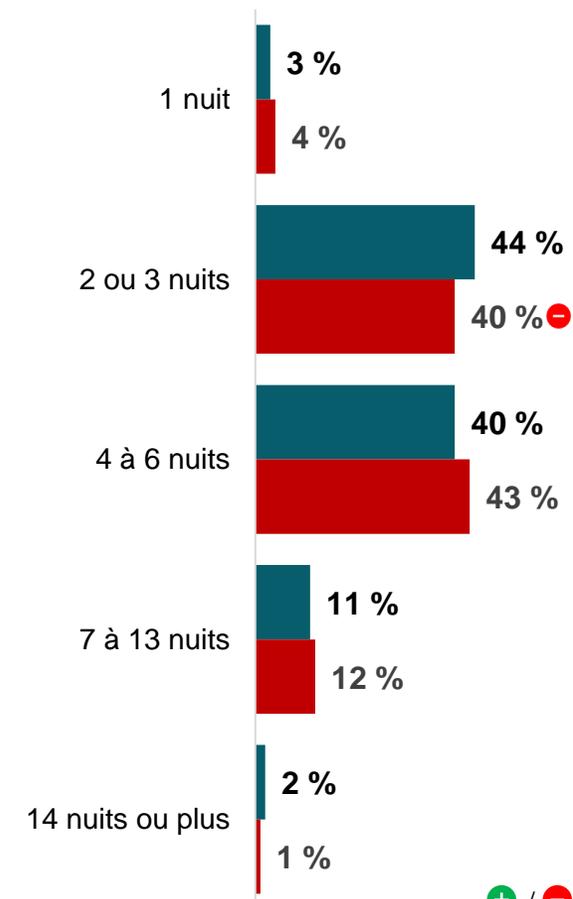
Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

■ Ensemble des voyageurs (n=1 654) ■ Ensemble des IVE (n=743)



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

■ Ensemble des voyageurs (n=1 654) ■ Voyageurs au Canada (n=621)

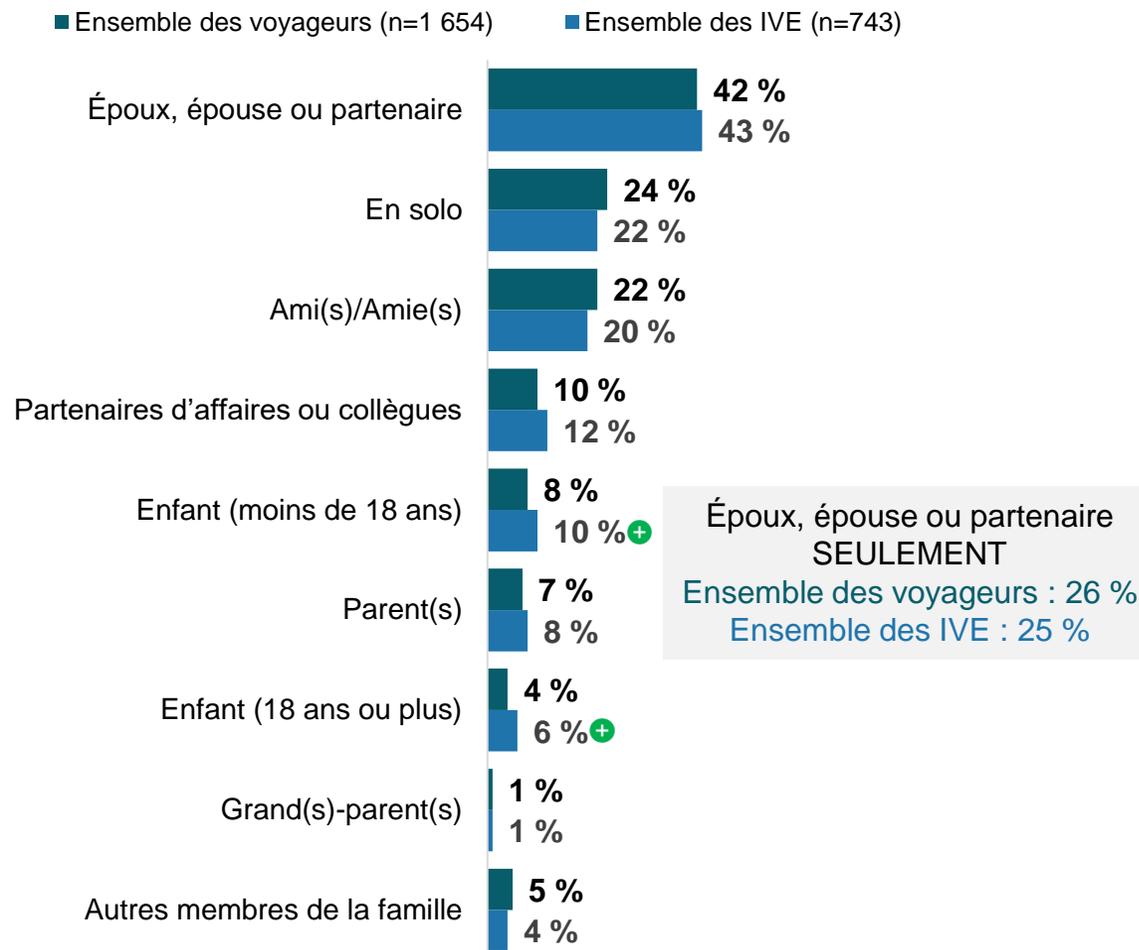


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

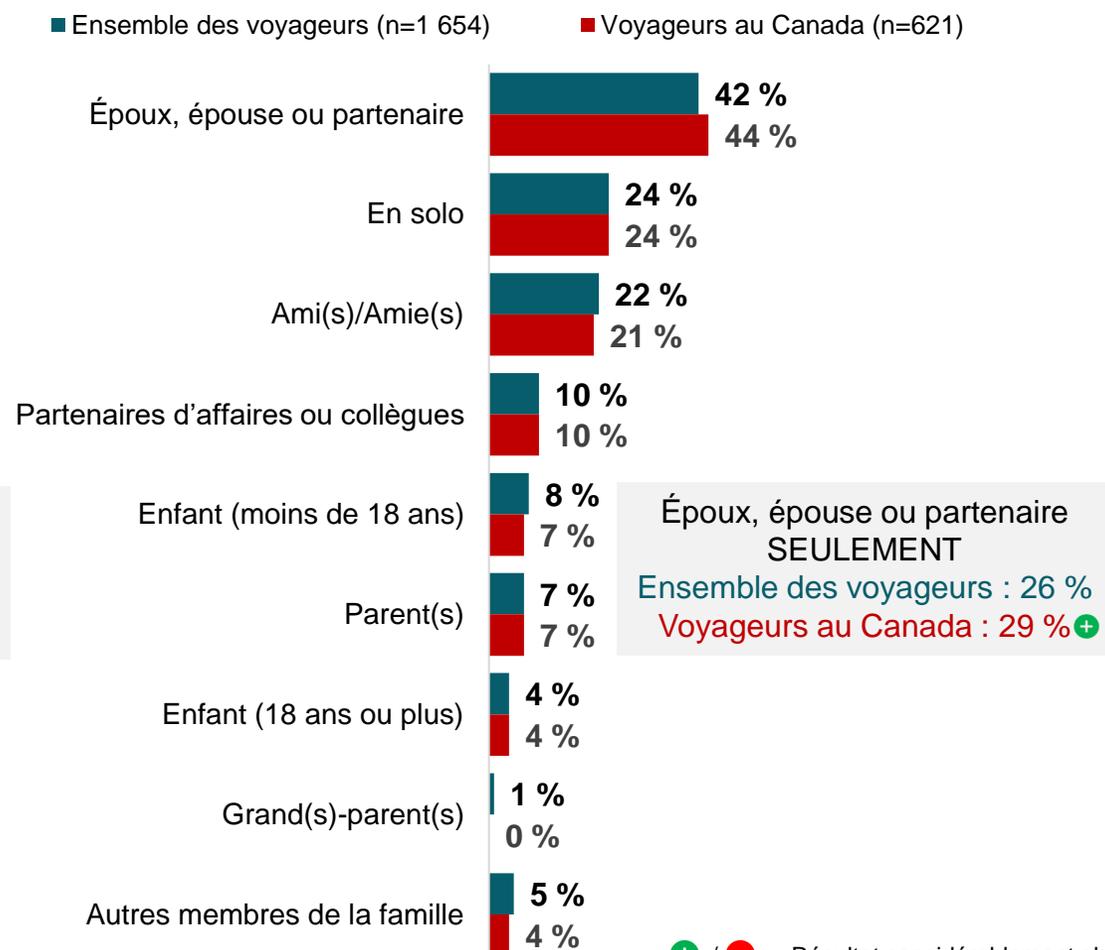


# Groupe de voyage d'un voyage récent

## 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



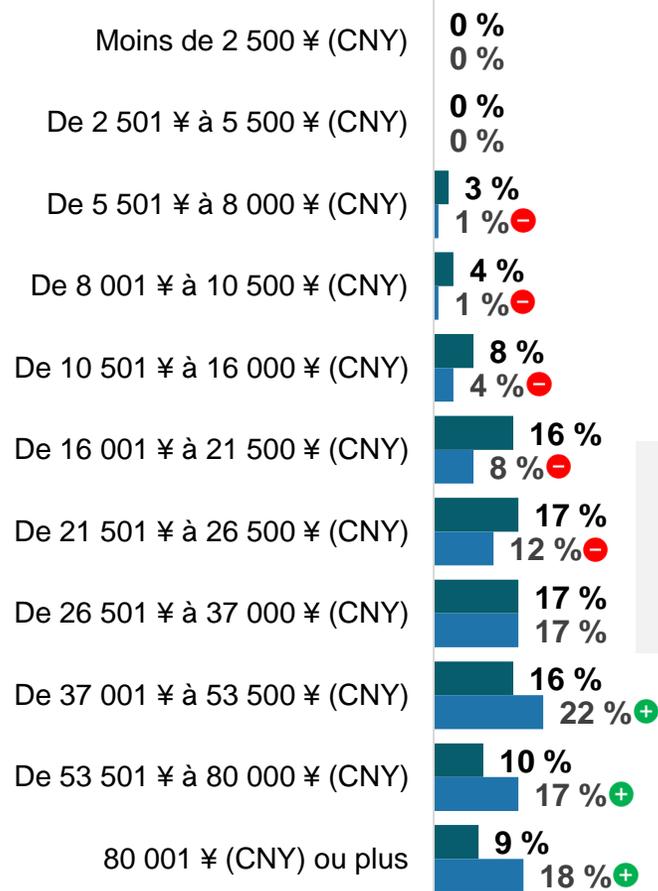
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Dépenses lors d'un voyage récent

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

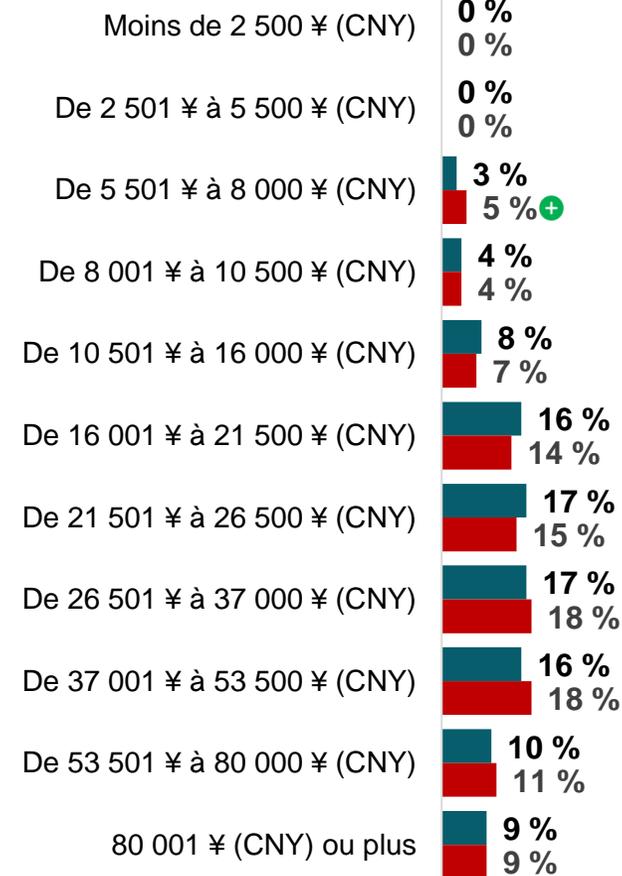
■ Ensemble des voyageurs (n=1 654) ■ Ensemble des IVE (n=743)



Dépenses moyennes  
 Ensemble des voyageurs :  
 37 845 ¥ (CNY)  
 Ensemble des IVE :  
 51 024 ¥ (CNY) +

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

■ Ensemble des voyageurs (n=1 654) ■ Voyageurs au Canada (n=621)



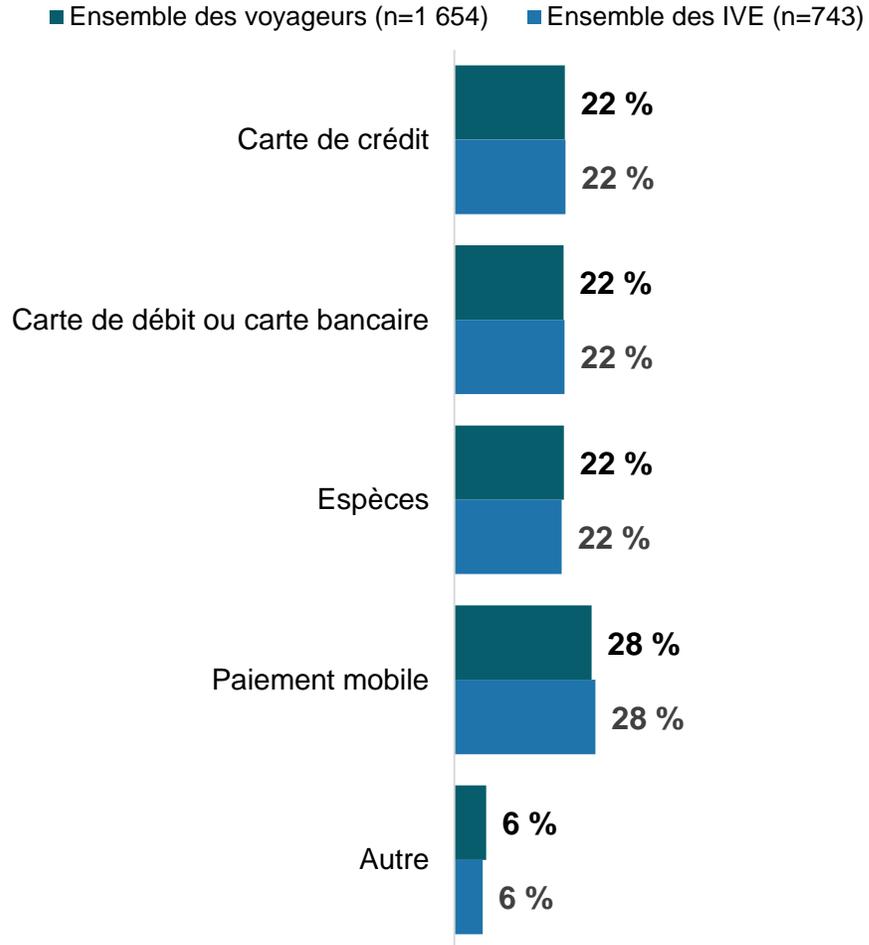
Dépenses moyennes  
 Ensemble des voyageurs :  
 37 845 ¥ (CNY)  
 Voyageurs au Canada :  
 38 106 ¥ (CNY)

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

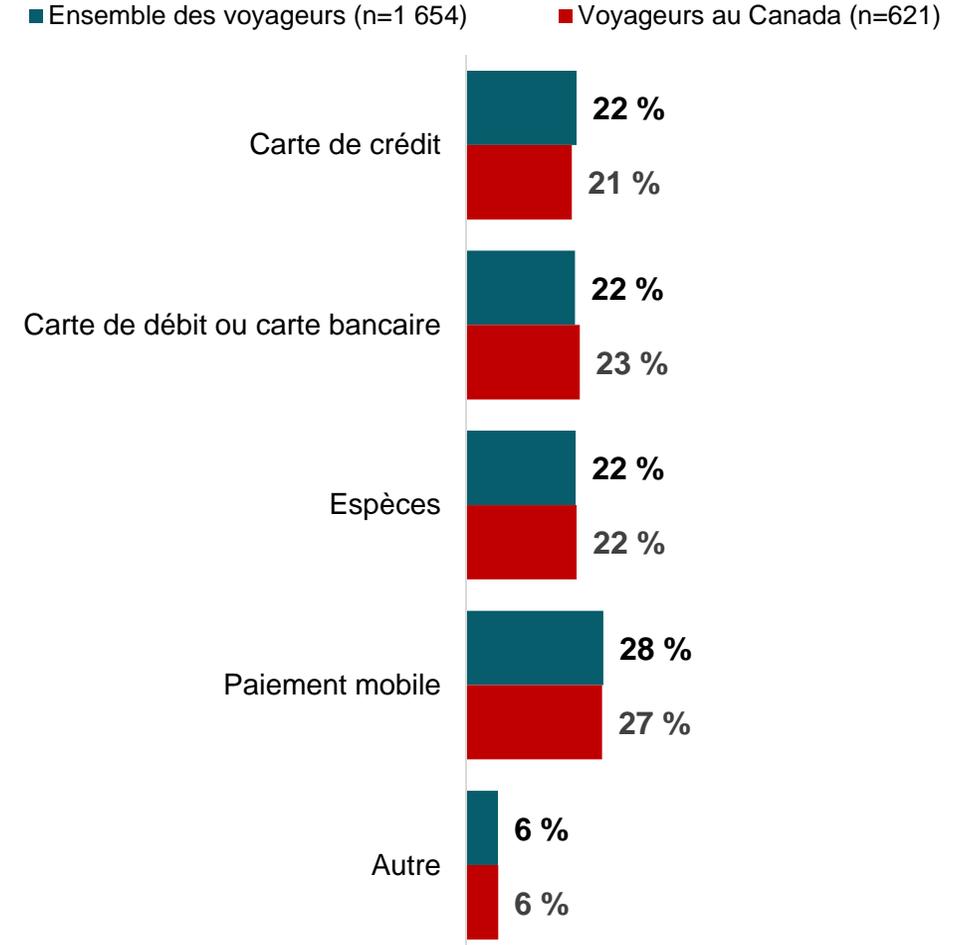


# Modes de paiement lors d'un voyage récent

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

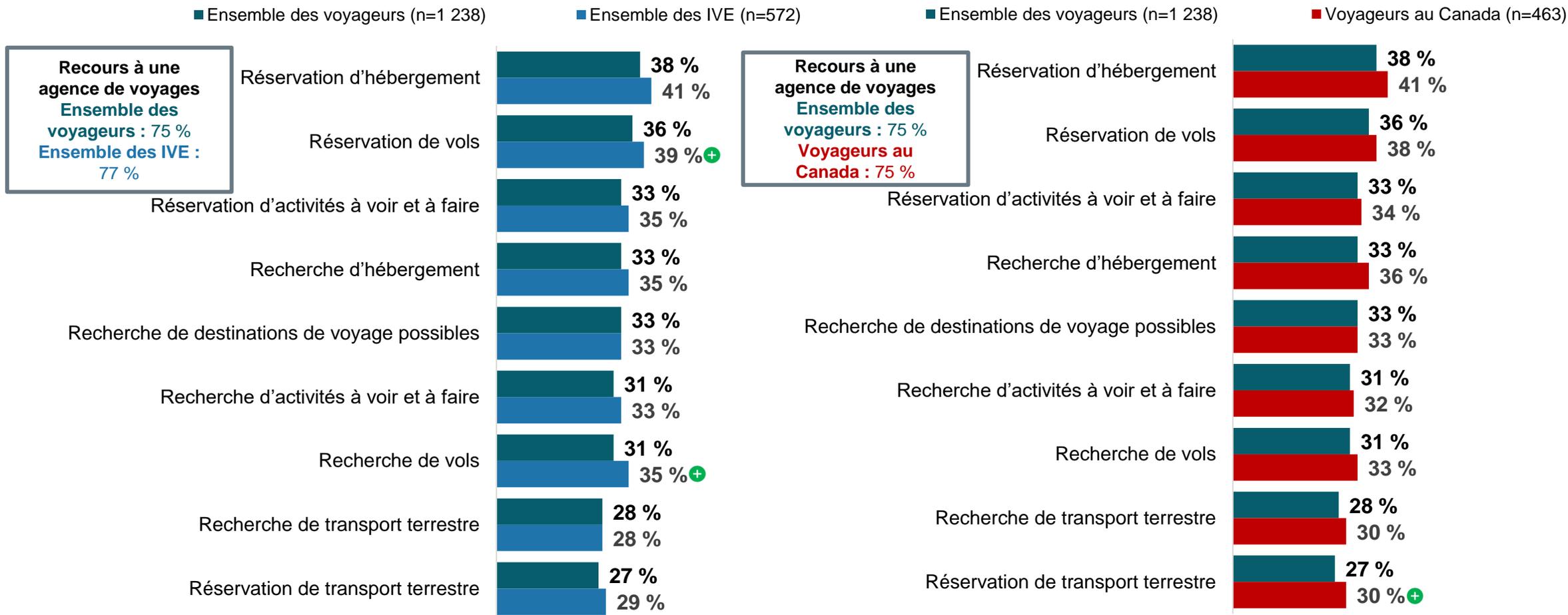


# Recours à une agence de voyages ou à un voyageur lors d'un voyage récent



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

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



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=1 238); IVE (n=572); voyageurs au Canada (n=463).

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 CITS, CYTS ou Utour; les services de réservation en ligne comme Ctrip, Qunar, Fliggy ou TUNIU 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?

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

PRVEM pour la Chine – décembre 2023

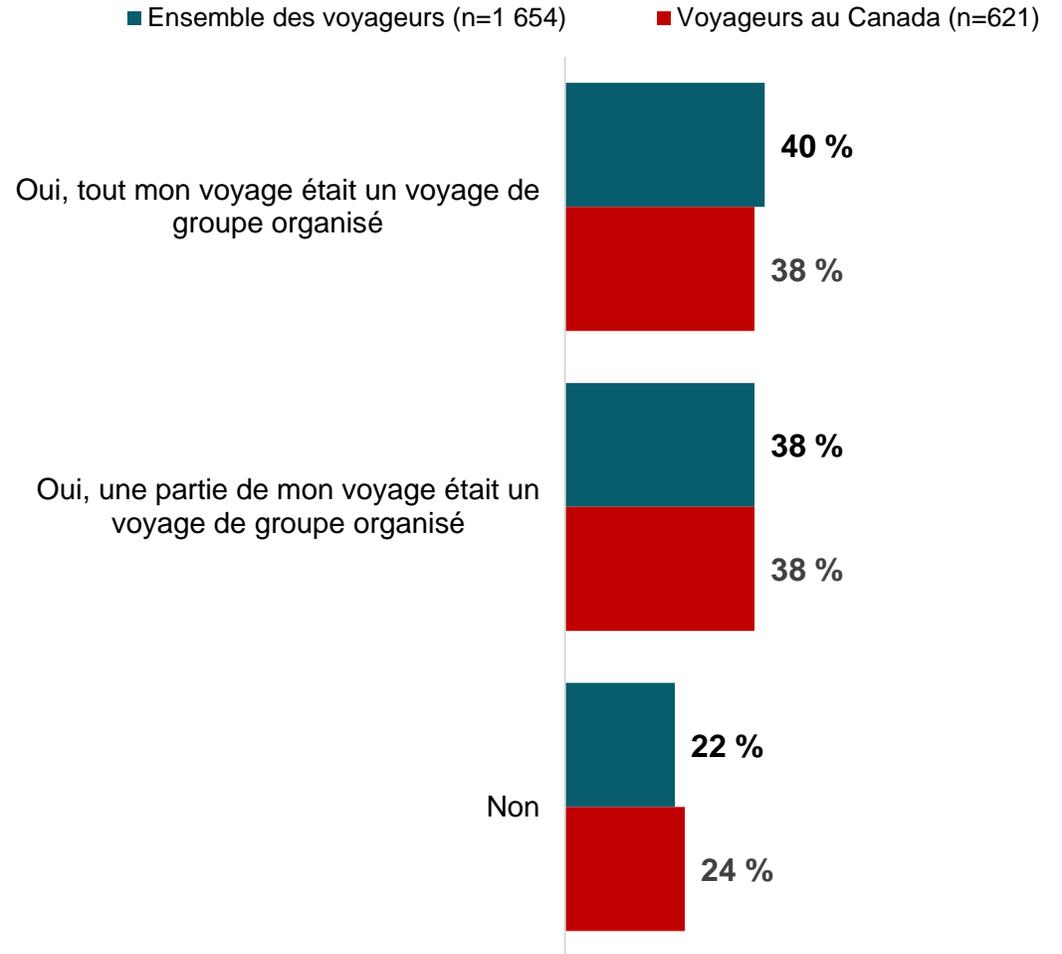
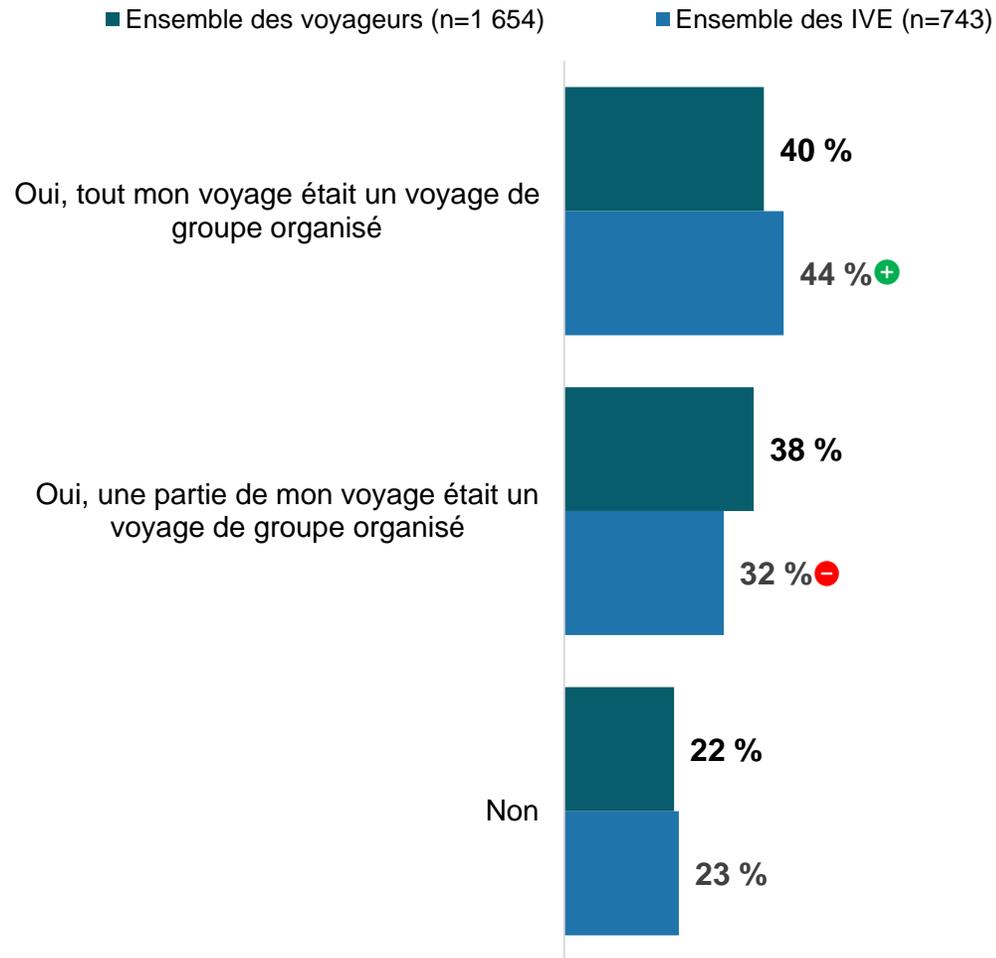


# Voyage récent en groupe organisé (en tout ou en partie)



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



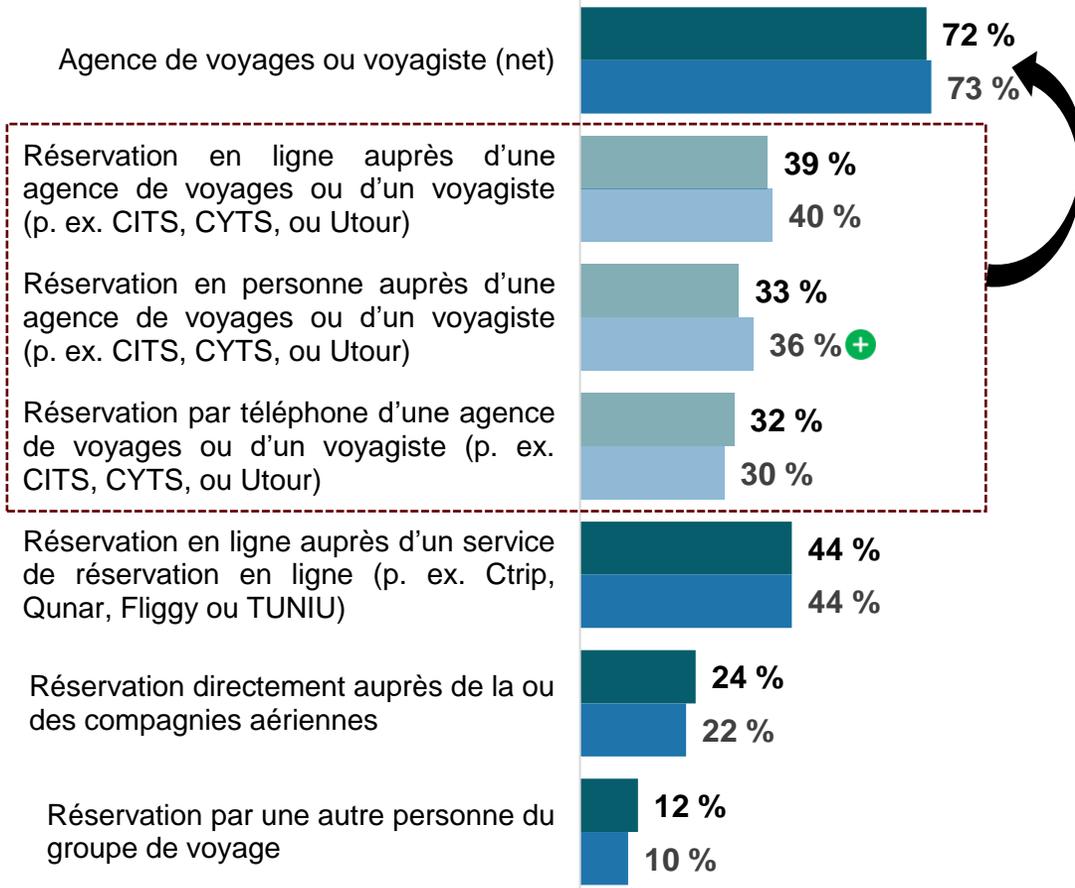
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# Réservation de vols lors d'un voyage récent

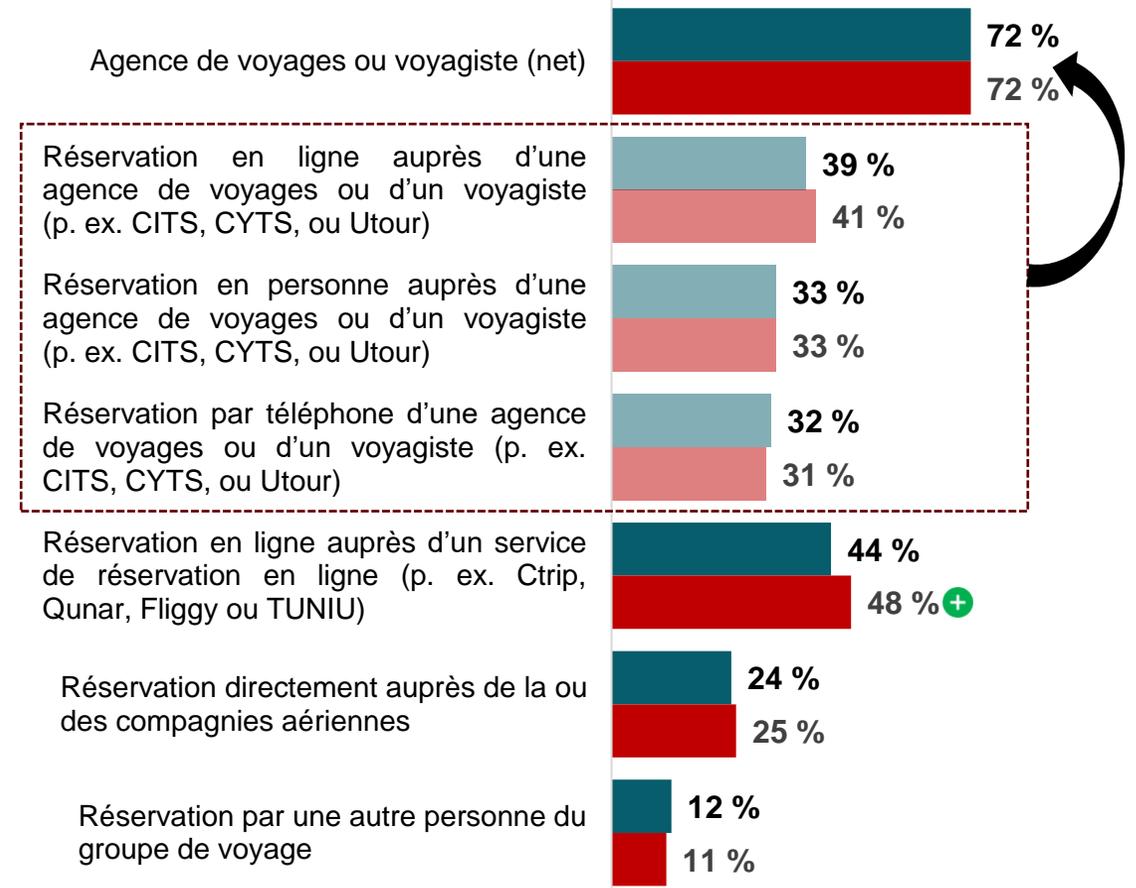
## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

■ Ensemble des voyageurs (n=1 654) ■ Ensemble des IVE (n=743)



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

■ Ensemble des voyageurs (n=1 654) ■ Voyageurs au Canada (n=621)

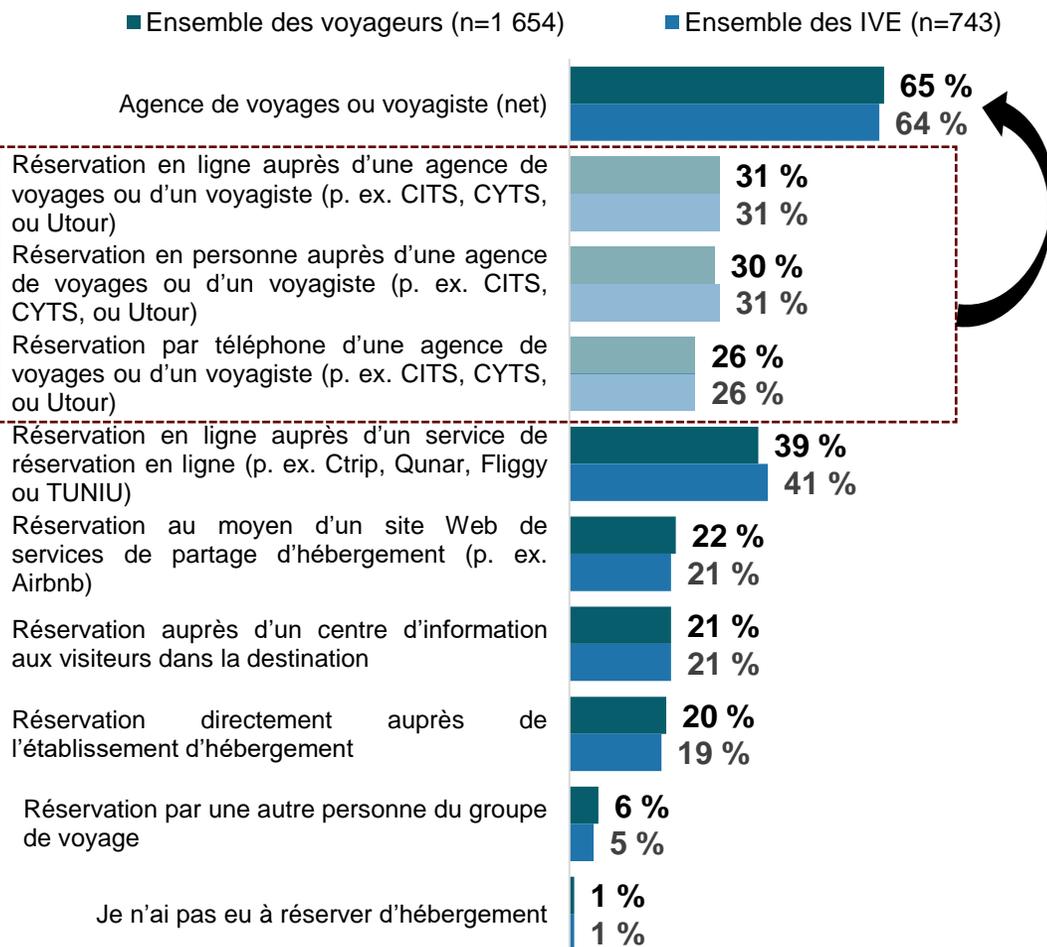


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

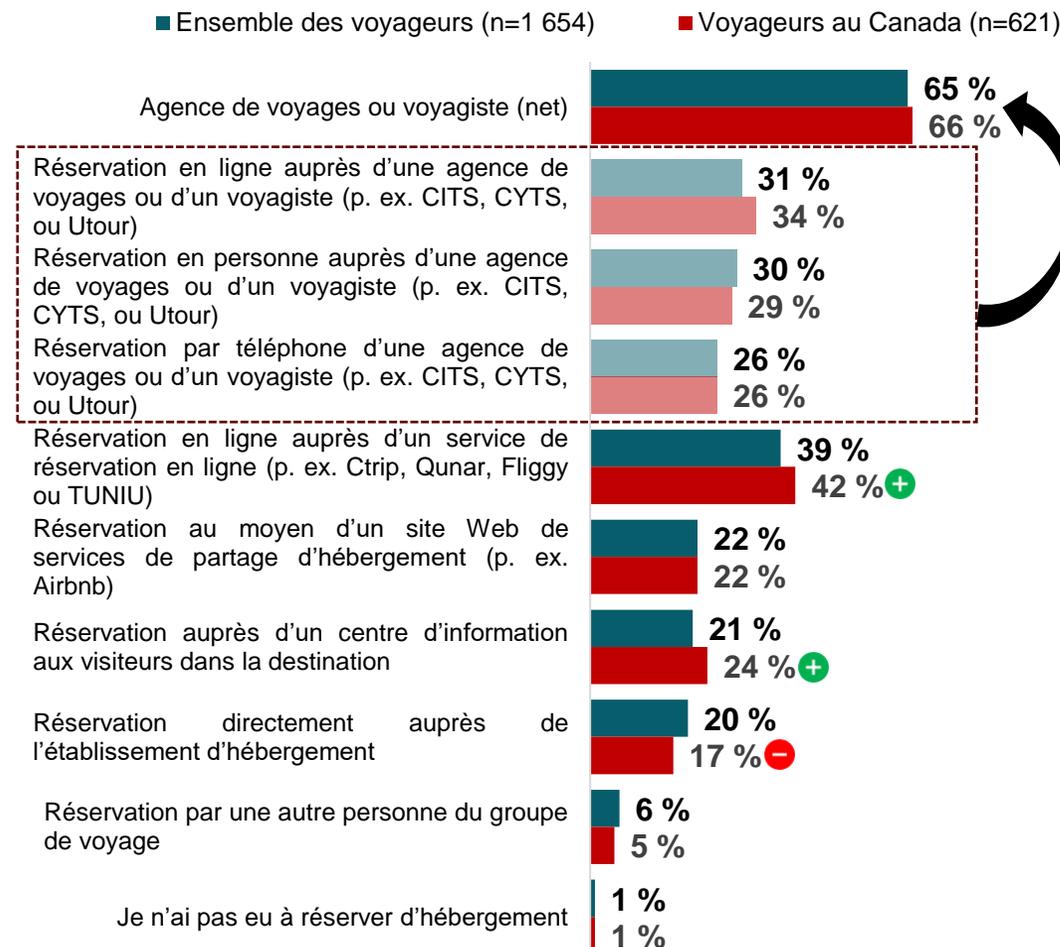


# Réservation d'hébergement lors d'un voyage récent

## 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



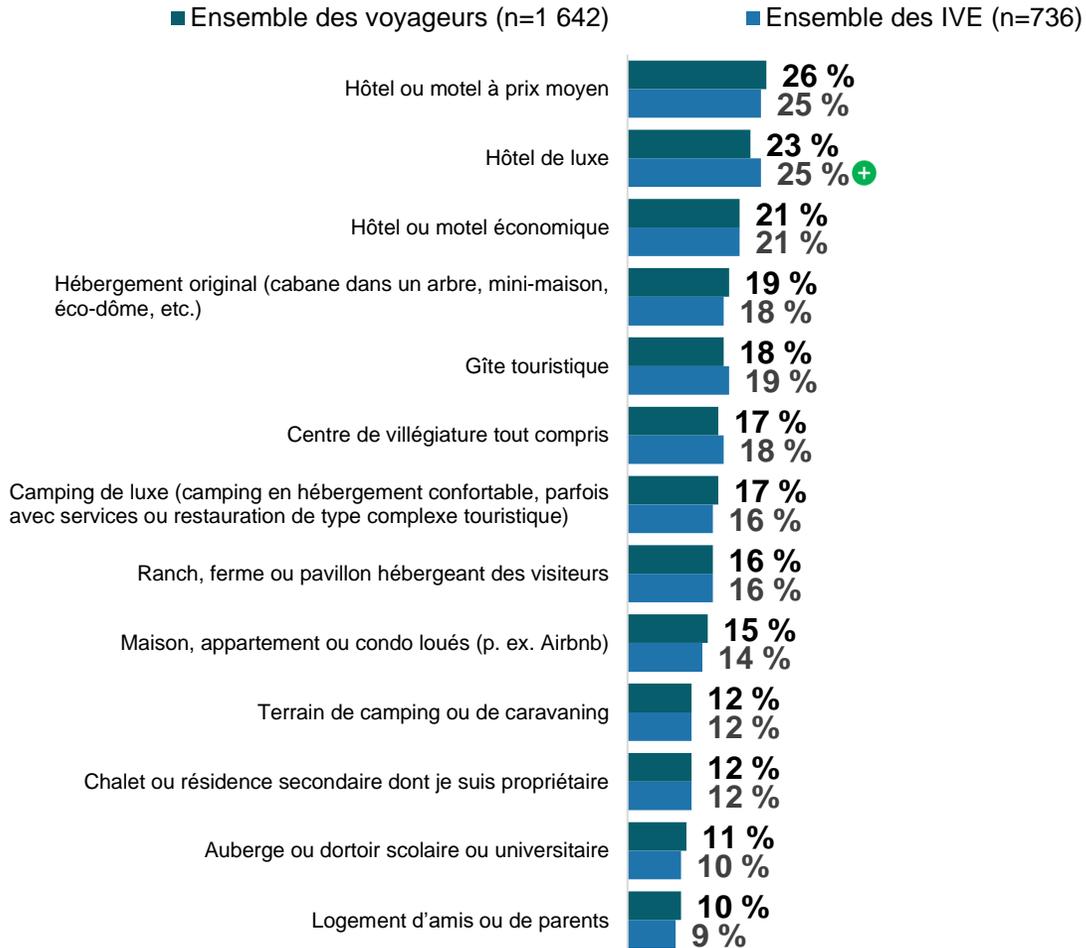
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



# 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)

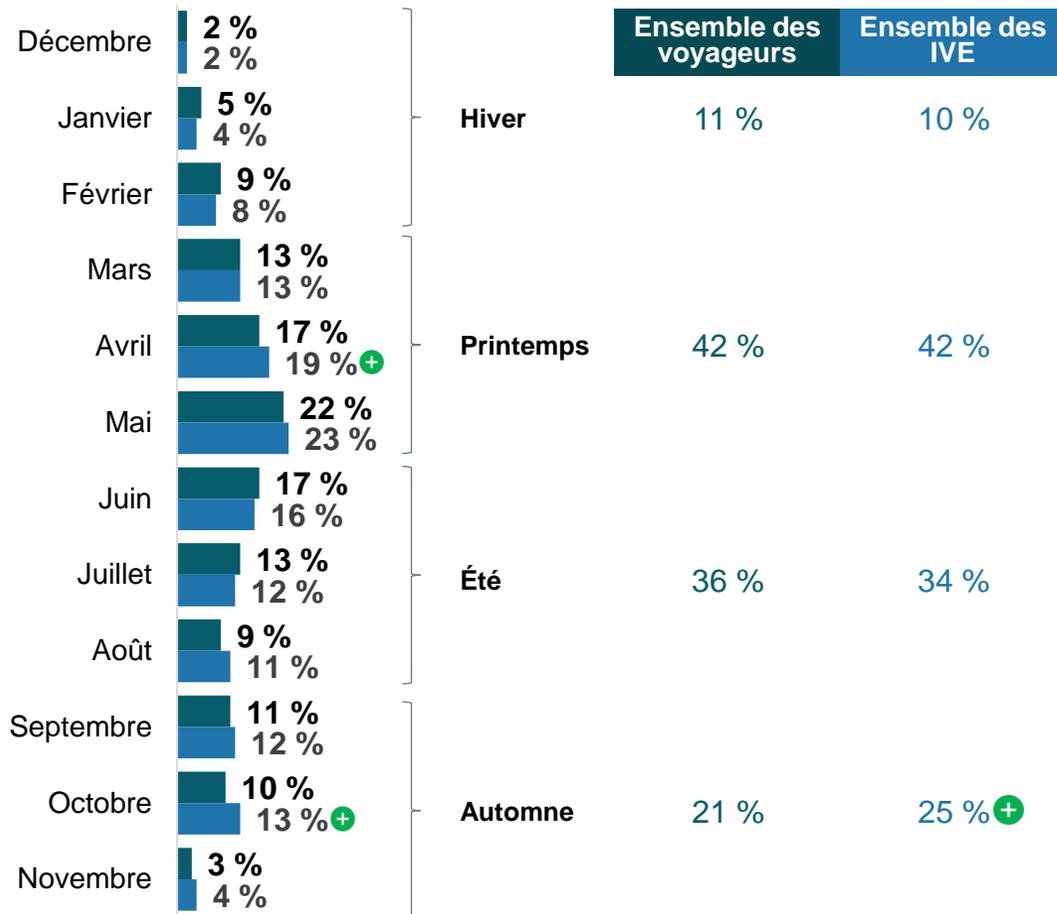


# Période du voyage récent

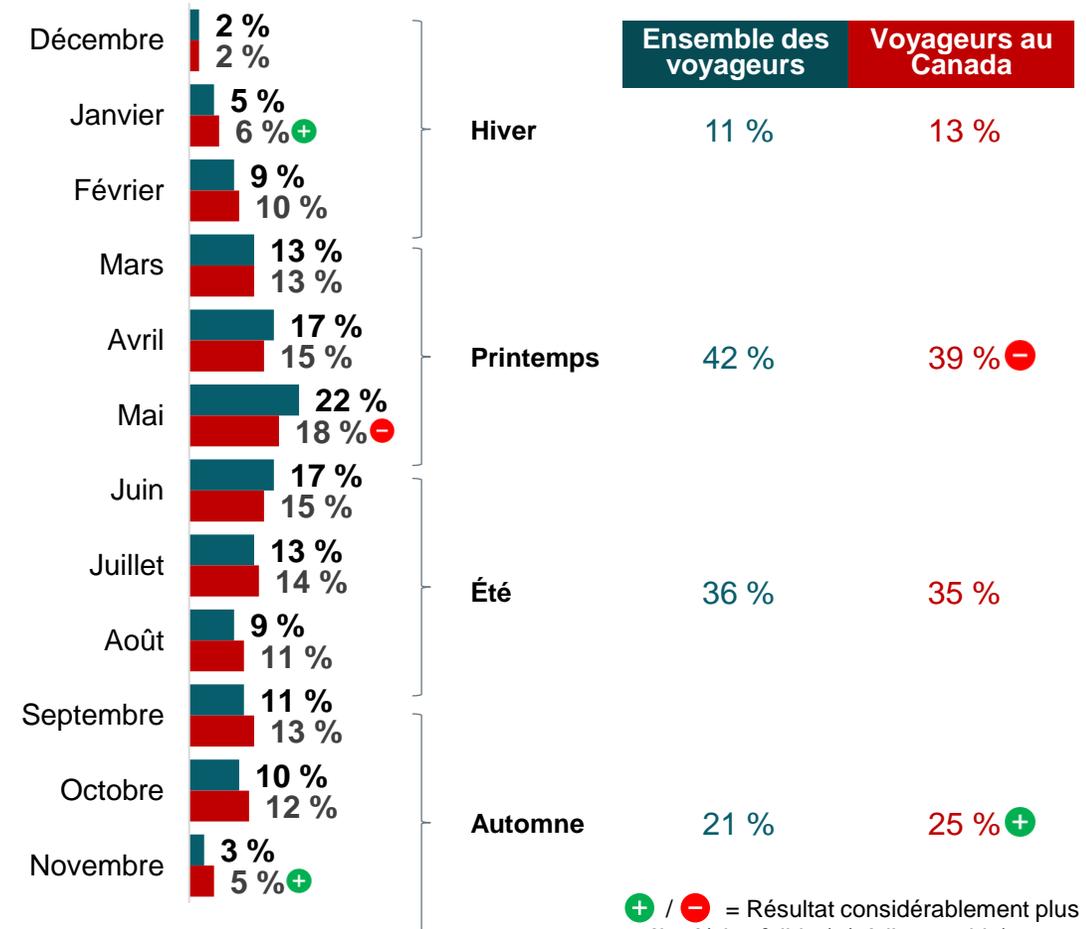
## Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

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

■ Ensemble des voyageurs (n=1 654) ■ Ensemble des IVE (n=743)



■ Ensemble des voyageurs (n=1 654) ■ Voyageurs au Canada (n=621)



+ / - = 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=621)	Ensemble des IVE (n=295)
Promenades dans la nature	Promenades dans la nature +
Plages en bord de mer	Plages en bord de lac +
Plages en bord de lac	Plages en bord de mer
Goûter aux spécialités et aux boissons du coin	Goûter aux spécialités et aux boissons du coin +
Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)	Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)
Raquette ou ski de fond	Parcs naturels +
Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial	Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones	Parcs d'attractions ou à thème
Festivals culturels ou traditionnels	Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones
Visites culinaires ou cours de cuisine	Observation de la faune et de la vie marine +

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

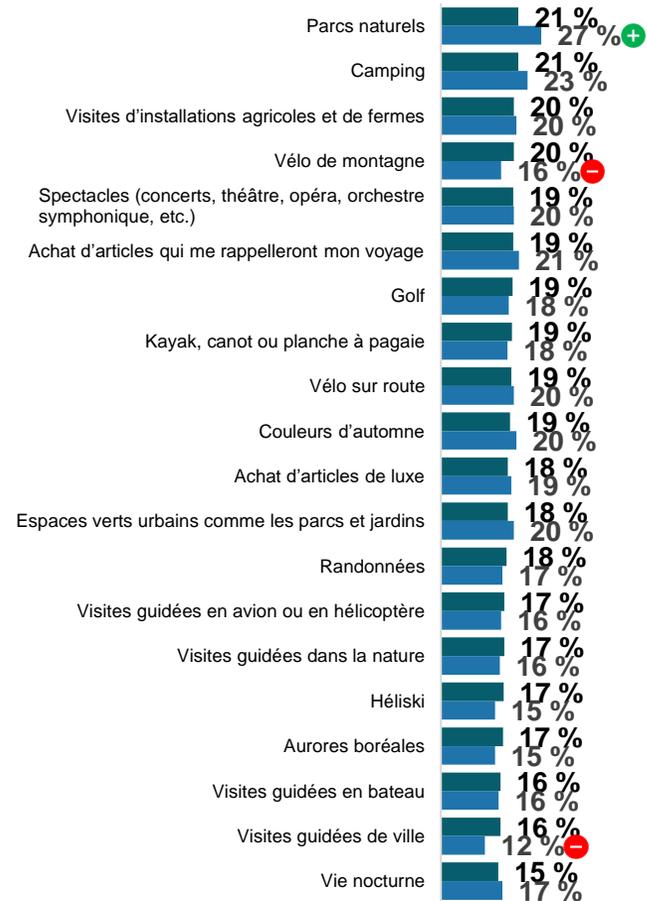
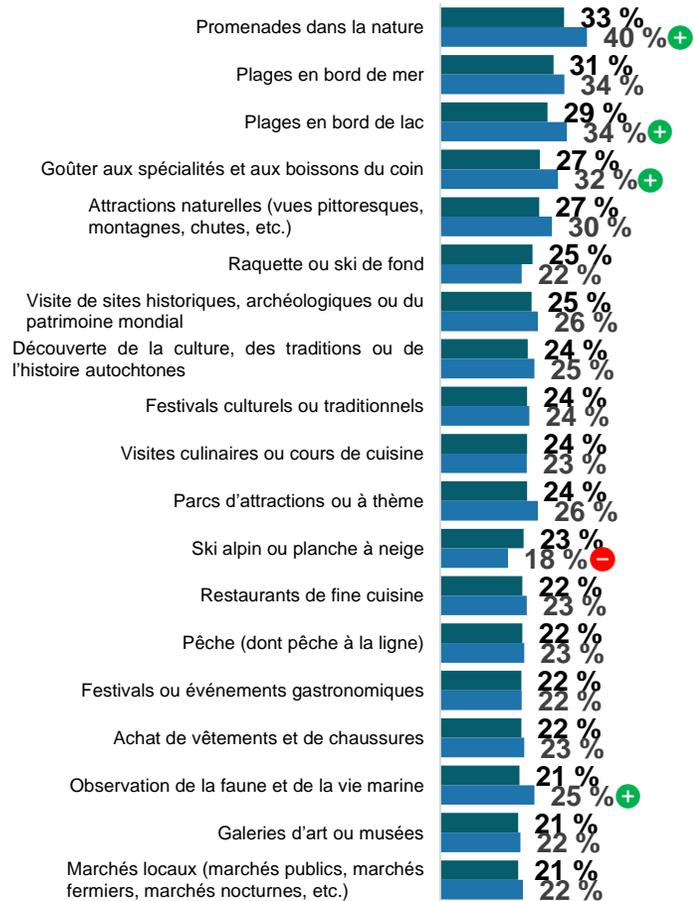
PRVEM pour la Chine – décembre 2023



# 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

1 %	2 %	<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
1 %	2 %	Yellowknife
1 %	2 %	Inuvik
-	1 %	Autre – T.N.-O.

1 %	1 %	<b>Nunavut</b>
-	-	Iqaluit
1 %	1 %	Autre – Nt

22 %	23 %	<b>Québec</b>
13 %	13 %	Montréal
12 %	14 %	Ville de Québec
13 %	15 %	Mont-Tremblant
2 %	3 %	Autre – Qc

4 %	5 %	<b>Yukon</b>
3 %	4 %	Whitehorse
2 %	3 %	Dawson
2 %	2 %	Autre – Yukon

9 %	11 %+	<b>Terre-Neuve-et-Labrador</b>
6 %	7 %	St. John's
5 %	6 %	Autre – T.-N.-L.

19 %	25 %+	<b>Colombie-Britannique</b>
11 %	15 %+	Rocheuses
14 %	19 %+	Vancouver
9 %	11 %	Victoria
4 %	5 %	Whistler
3 %	4 %	Okanagan
1 %	1 %	Autre – C.-B.

12 %	10 %	<b>Île-du-Prince-Édouard</b>
9 %	8 %	Charlottetown
7 %	6 %	Autre – Î.-P.-É.

19 %	21 %	<b>Alberta</b>
10 %	14 %+	Rocheuses
8 %	9 %	Calgary
8 %	10 %+	Edmonton
6 %	7 %	Banff
6 %	8 %	Jasper
2 %	2 %	Autre – Alb.

13 %	14 %	<b>Nouveau-Brunswick</b>
6 %	8 %	Fredericton
8 %	8 %	Saint John
5 %	4 %	Autre – N.-B.

23 %	25 %	<b>Saskatchewan</b>
13 %	14 %	Regina
13 %	15 %	Saskatoon
9 %	9 %	Autre – Sask.

25 %	25 %	<b>Manitoba</b>
15 %	15 %	Winnipeg
15 %	17 %	Churchill
8 %	6 %	Autre – Man.

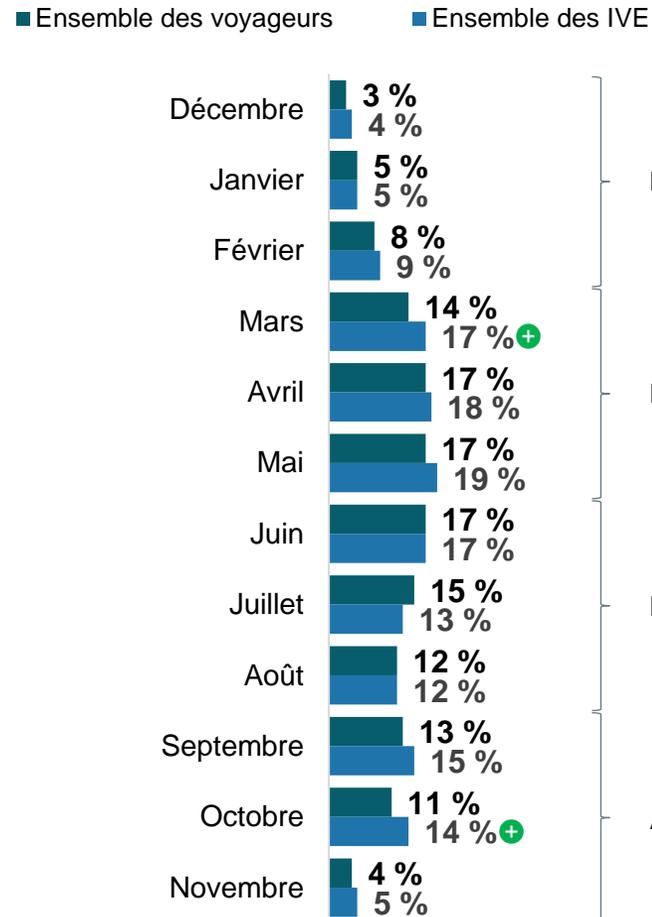
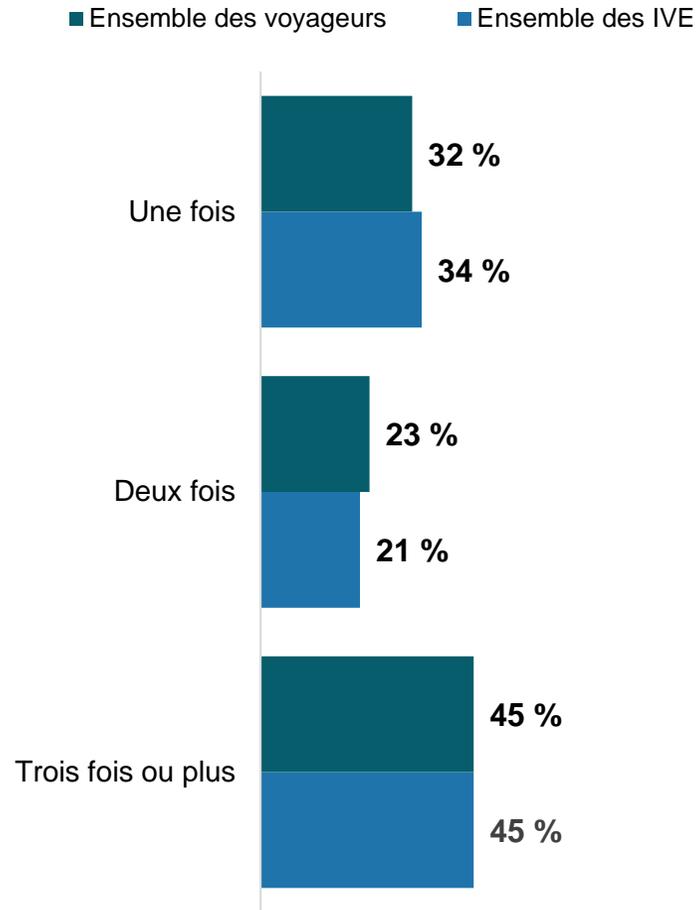
30 %	32 %	<b>Ontario</b>
13 %	16 %+	Ottawa
15 %	15 %	Niagara Falls
12 %	16 %+	Toronto
9 %	11 %	Muskoka
4 %	3 %	Autre – Ont.

13 %	14 %	<b>Nouvelle-Écosse</b>
9 %	10 %	Halifax
8 %	8 %	Cap-Breton
3 %	4 %	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
<b>Hiver</b>	13 %	14 %
<b>Printemps</b>	42 %	44 %
<b>Été</b>	39 %	36 %
<b>Automne</b>	26 %	30 % +

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



# Données démographiques

	Ensemble des voyageurs long-courriers (n=2 204)	Public d'IVE (n=828)
<b>Genre</b>		
Homme	56 %	55 %
Femme	44 %	45 %
<b>Âge</b>		
De 18 à 34 ans	36 %	31 % -
De 35 à 54 ans	44 %	45 %
55 ans ou plus	20 %	24 % +
<b>Enfant(s) de moins de 18 ans vivant à la maison</b>		
Oui	57 %	57 %
<b>En emploi</b>		
Oui	90 %	82 % -
<b>Revenu du ménage (mensuel)</b>		
Moins de 6 001 ¥ (CNY)	5 %	3 % -
De 6 001 ¥ à 10 000 ¥ (CNY)	16 %	3 % -
De 10 001 ¥ à 30 000 ¥ (CNY)	40 %	7 % -
30 001 ¥ (CNY) ou plus	39 %	87 % +

+ / - = 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