

CONFIDENTIEL

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

RAPPORT BRUT

ENSEMBLE DU MEXIQUE PAR RAPPORT AU PUBLIC D'INVITÉS À VALEUR ÉLEVÉE



consortium
DE DONNÉES TOURISTIQUES CANADIENNES

Table des matières

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

Vue d'ensemble de l'enquête : marché du Mexique

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 55 000 \$ (MXN) ou plus par mois ou qui sont à la retraite.



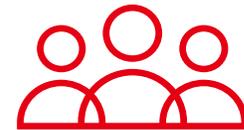
Calendrier de l'étude sur le terrain

Du 11 au 24 décembre 2023



Définition géographique des voyages admissibles

À l'extérieur du Mexique et de l'Amérique centrale



Répartition de l'échantillon

Répartition de l'échantillon :	À l'échelle nationale
Public d'invités à valeur élevée (IVE) :	376
Autres voyageurs :	1 195
Taille totale de l'échantillon :	1 571

- 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 du Mexique.



Taille du marché

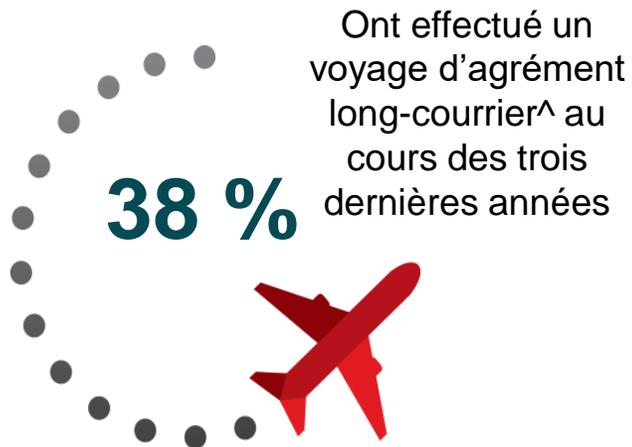


Yellowknife

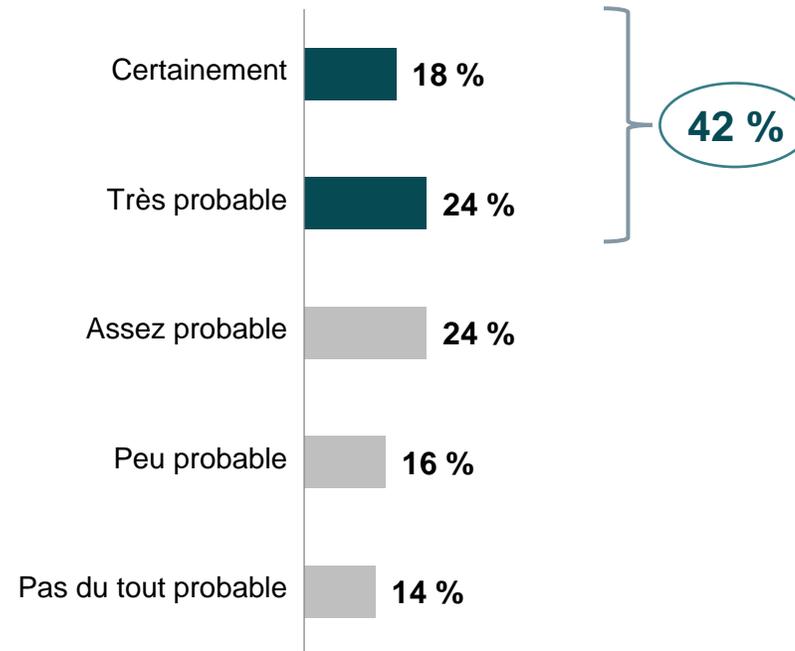
Territoires du Nord-Ouest



Voyages d'agrément long-courriers effectués (ensemble de la population dans trois 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 * Trois villes cibles = Mexico, Monterrey, Guadalajara.
^ Long-courrier = à l'extérieur du Mexique et de l'Amérique centrale.
Remarque : Les résultats sont ceux de l'enquête omnibus réalisée par YouGov Canada en 2023.
Base : Ensemble de la population des trois villes cibles âgée de 18 ans ou plus (n=659).

Taille du marché des voyageurs d'agrément long-courriers

Nombre total de personnes âgées de 18 ans ou plus¹



x

Proportion au sein de la population



=

Taille du marché cible



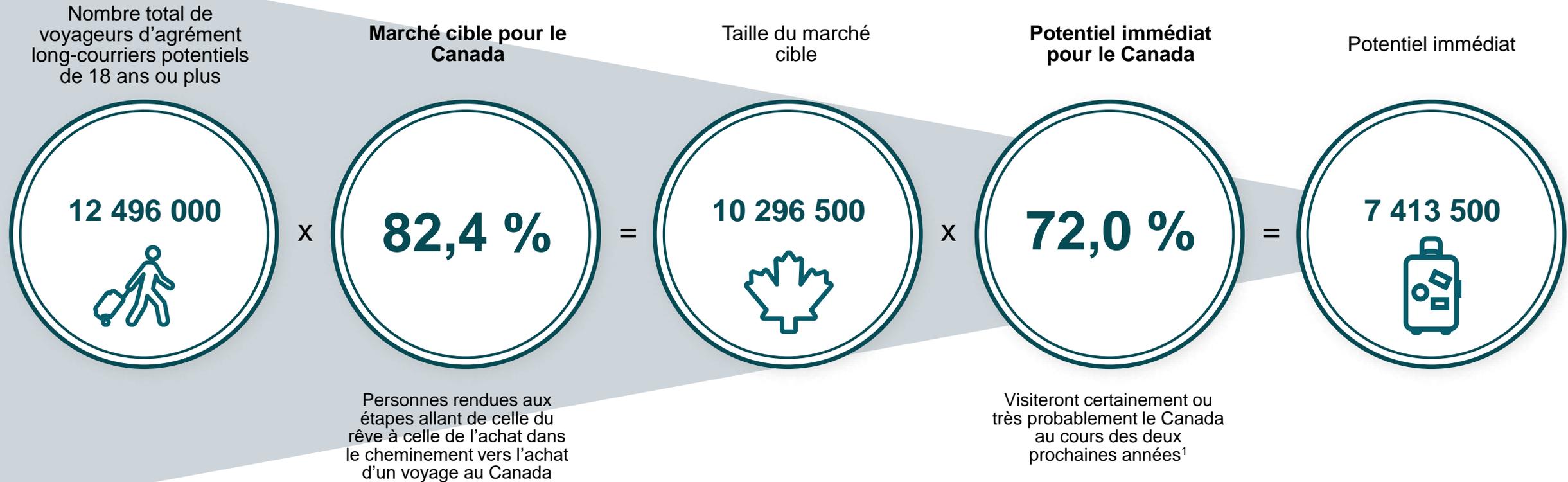
Proportion totale de voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années)

6 ¹ Source : Estimations du recensement de 2020, Institut national de la statistique et de la géographie du Mexique. 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, dans les trois villes cibles (n=659).



Taille du marché potentiel pour le Canada

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



¹ 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=1 571]; 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=1 311).

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 le Canada

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

Nombre total de voyageurs d'agrément long-courriers potentiels de 18 ans ou plus

IVE

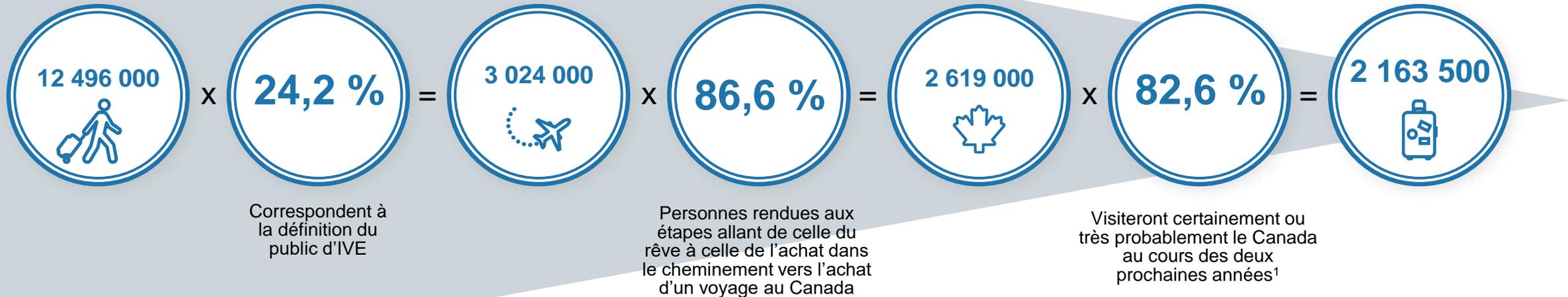
Nombre total d'IVE

Marché cible pour le Canada – public d'IVE

Taille du marché cible – public d'IVE

Potentiel immédiat pour le Canada – public d'IVE

Potentiel immédiat – public d'IVE



¹ 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=376); 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=332).

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.)

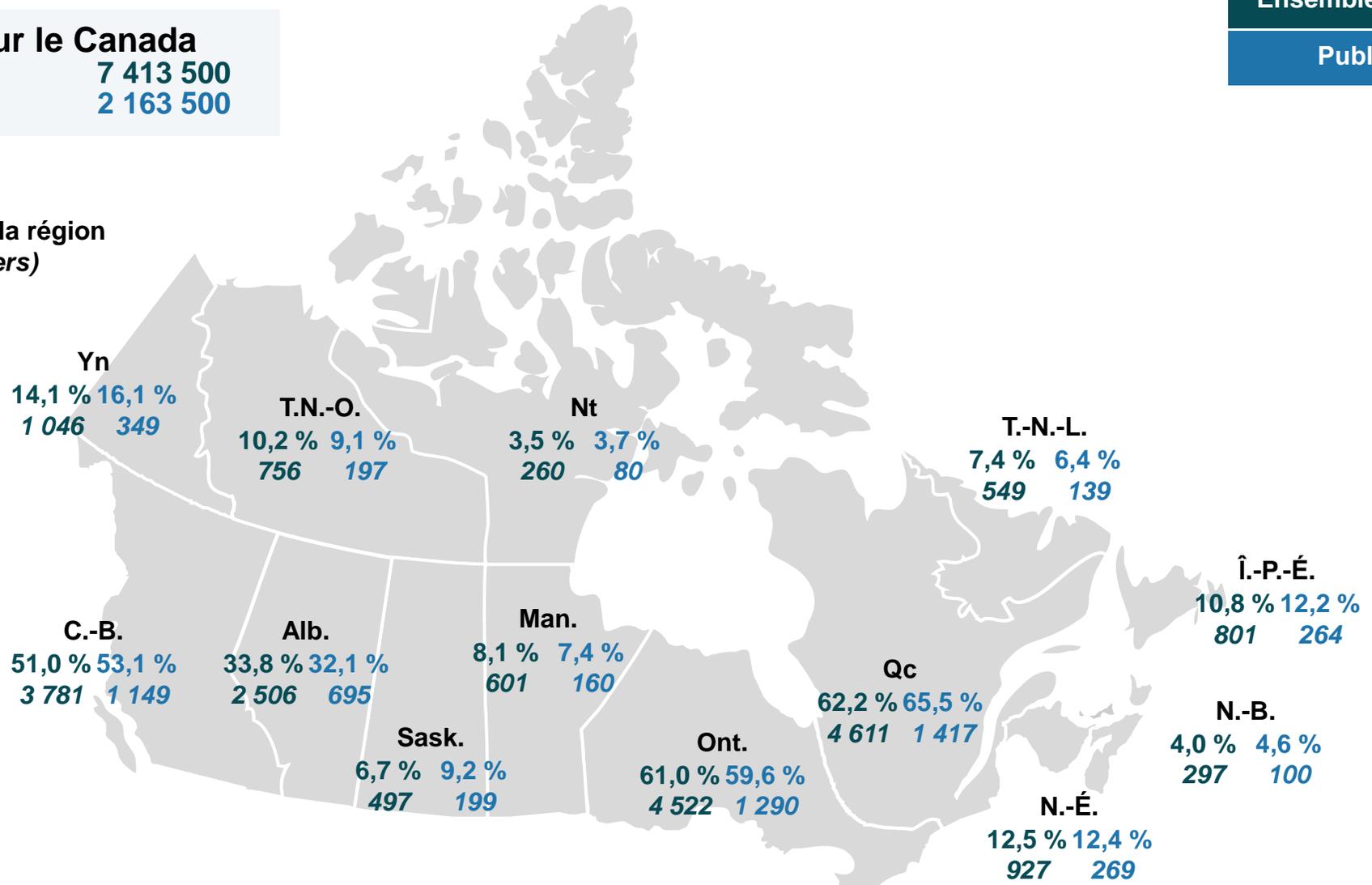
E1. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous effectuiez un voyage de vacances au Canada au cours des **deux prochaines années**? (Sélectionnez une seule réponse.)

Taille du marché potentiel pour les régions

Potentiel immédiat pour le Canada
 Ensemble du Mexique : 7 413 500
 Public d'IVE : 2 163 500

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=1 571)	Public d'IVE (n=376)
Considération spontanée de la destination	Proportion mentionnant le Canada ou une destination canadienne parmi les destinations envisagées ¹	19 %	26 %⁺
Considération assistée de la destination	Proportion répondant 4 ou 5 sur 5 (« Je l'envisage sérieusement ») au sujet du Canada	67 %	71 %
Connaissance assistée des possibilités de voyage au Canada	Proportion ayant une excellente ou une très bonne connaissance des possibilités de voyage au Canada	51 %	62 %⁺
Voyages précédents	Proportion ayant déjà effectué un voyage d'agrément au Canada	44 %	65 %⁺

¹ 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 du Mexique et de l'Amérique centrale 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 du Mexique et de l'Amérique centrale?

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

Indicateur	Définition	Ensemble des voyageurs long-courriers	Public d'IVE
Considération spontanée de la destination pour un voyage en <u>automne</u>	Proportion mentionnant le Canada ou une destination canadienne ¹	27 %	32 %
Considération assistée de la destination pour un voyage en <u>automne</u>	Proportion envisageant le Canada pour un voyage en septembre, en octobre ou en novembre ²	33 %	38 %⁺
Considération spontanée de la destination pour un voyage en <u>hiver</u>	Proportion mentionnant le Canada ou une destination canadienne ¹	38 %	38 %
Considération assistée de la destination pour un voyage en <u>hiver</u>	Proportion envisageant le Canada pour un voyage en décembre, en janvier ou en février ²	38 %	39 %
Considération spontanée comme destination de <u>tourisme autochtone</u>	Proportion mentionnant le Canada ou une destination canadienne	2 %	4 %

¹ Parmi les personnes ayant répondu aux questions sur les voyages en hiver ou en automne.

² 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=776); IVE (n=188)

B3. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous envisagez de voyager pour découvrir la **saïson automnale**? Ensemble (n=795); IVE (n=188)

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=1 311); IVE (n=332)

B4. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous pensez au **tourisme autochtone**? Ensemble (n=1 571); IVE (n=376)

+ / **-** = 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=1 571)	Public d'IVE (n=376)
Voyages d'agrément long-courriers effectués	Proportion ayant effectué un voyage d'agrément long-courrier au cours des trois dernières années	76 %	100 % +
Intentions d'effectuer un voyage long-courrier	Proportion prévoyant ¹ effectuer un voyage d'agrément long-courrier au cours des deux prochaines années	84 %	100 % +
Perspectives du marché (variation nette des voyages long-courriers)	Proportion prévoyant <u>dépenser un peu plus</u> pour des voyages à l'extérieur du Mexique et de l'Amérique centrale au cours des 12 prochains mois, MOINS celle prévoyant <u>dépenser un peu moins</u>	-1 %	+24 %

¹ 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 du Mexique et de l'Amérique centrale, lors duquel vous avez passé au moins une nuitée dans un établissement d'hébergement payant? (Sélectionnez une seule réponse.)

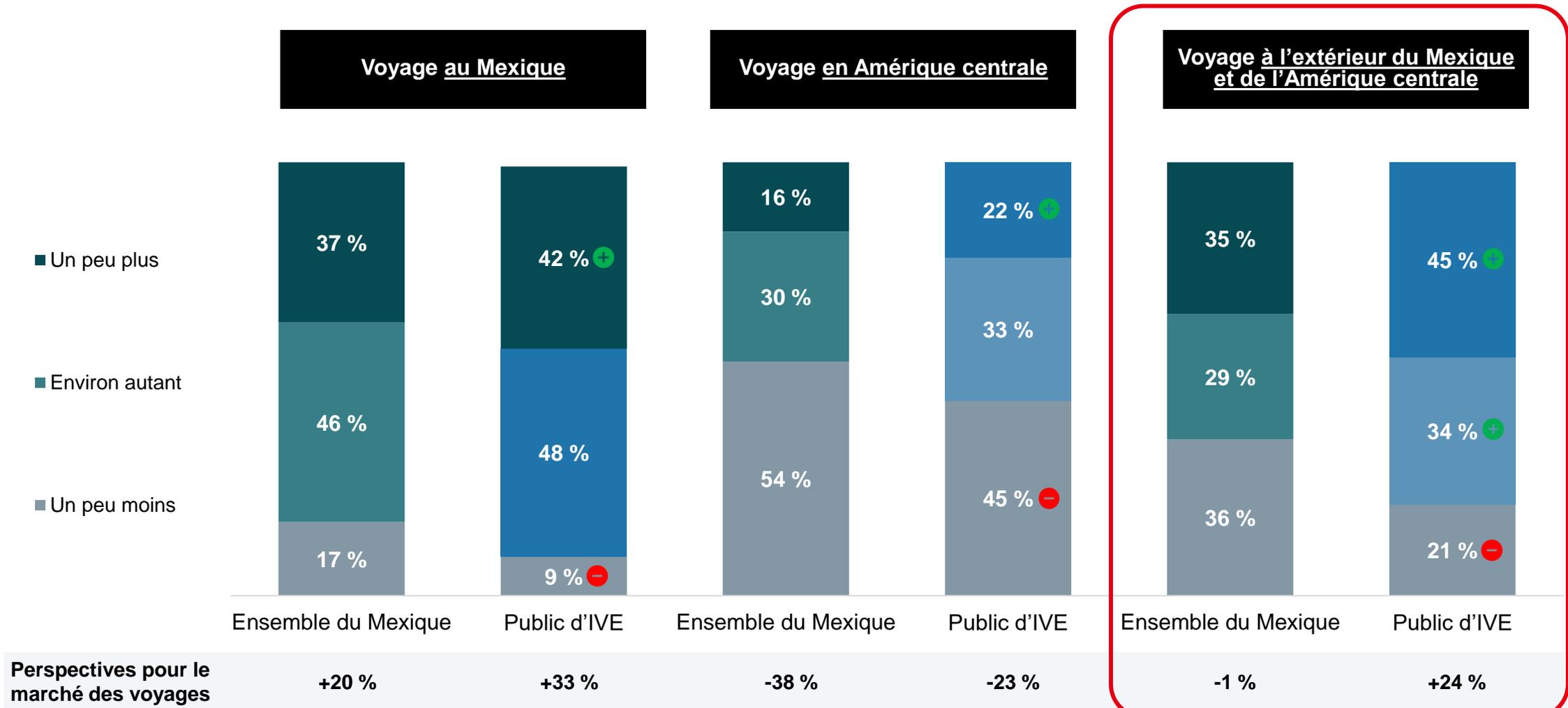
A9. Au cours des deux prochaines années, quelle est la probabilité que vous effectuiez un voyage de vacances long-courrier de quatre nuits ou plus à l'extérieur du Mexique et de l'Amérique centrale, lors duquel vous passerez au moins une nuitée dans un établissement d'hébergement payant? (Sélectionnez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

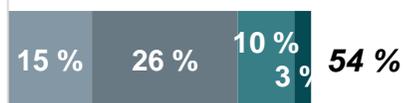
Public d'IVE

■ 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

Voyages de vacances nationaux (dans mon pays)



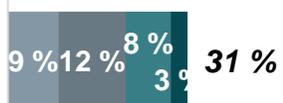
Voyages de vacances à l'étranger (à l'extérieur de mon pays)



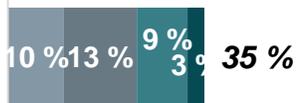
Voyages et réunions d'affaires (à l'extérieur de mon pays)



Voyages pour assister à des congrès ou événements d'affaires (à l'extérieur de mon pays)



Jours de congé ajoutés à un voyage d'affaires



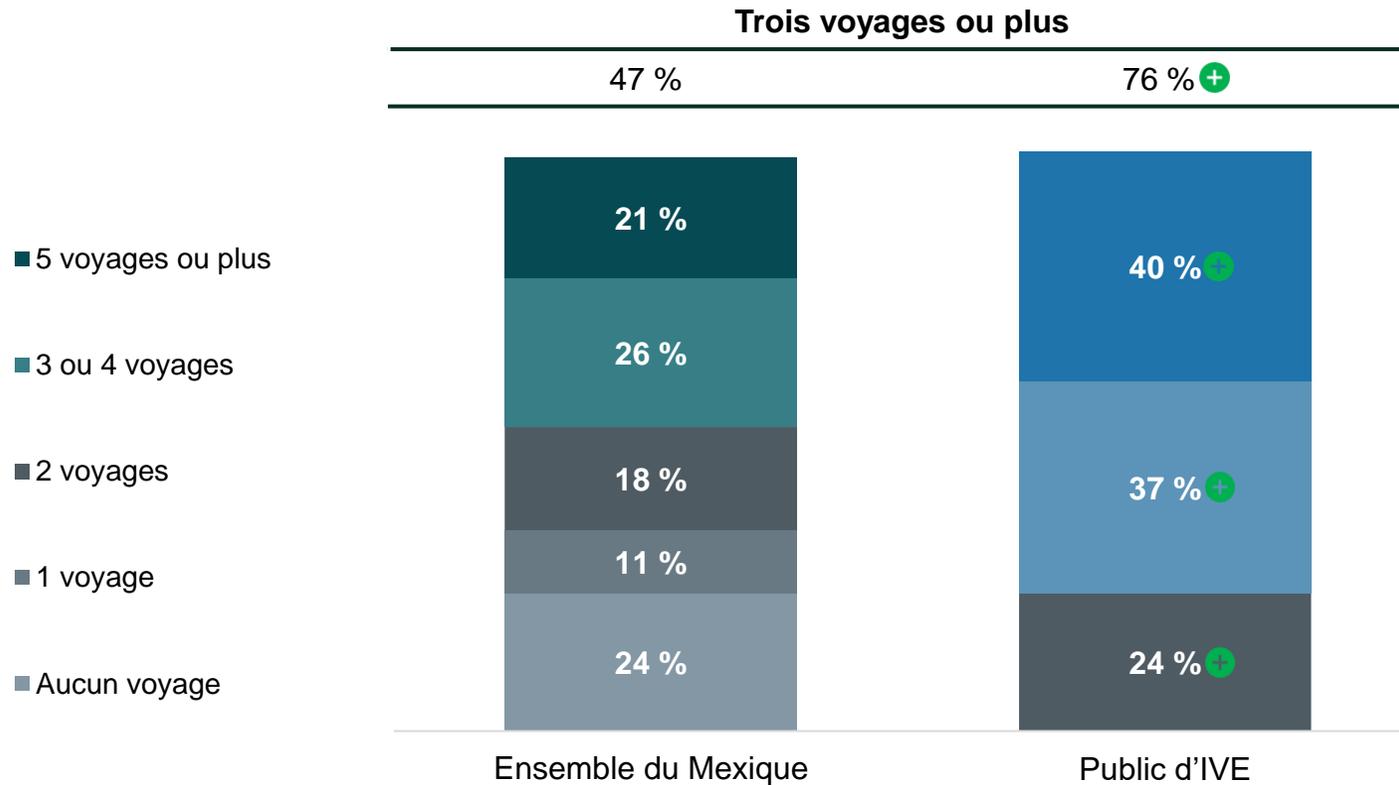
Voyages de vacances au cours desquels je choisis d'également travailler à distance depuis ma destination



+ / - = 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

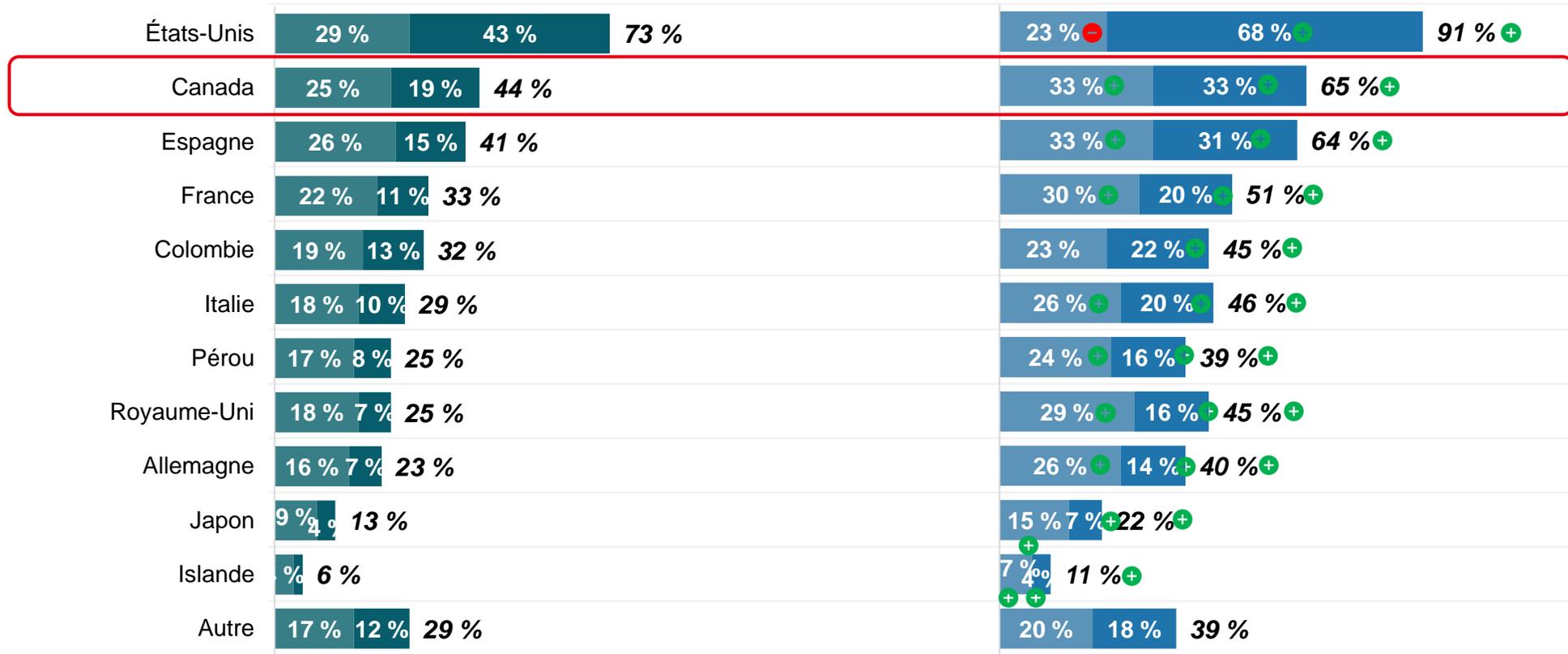


Voyages précédents

Ensemble du Mexique

Public d'IVE

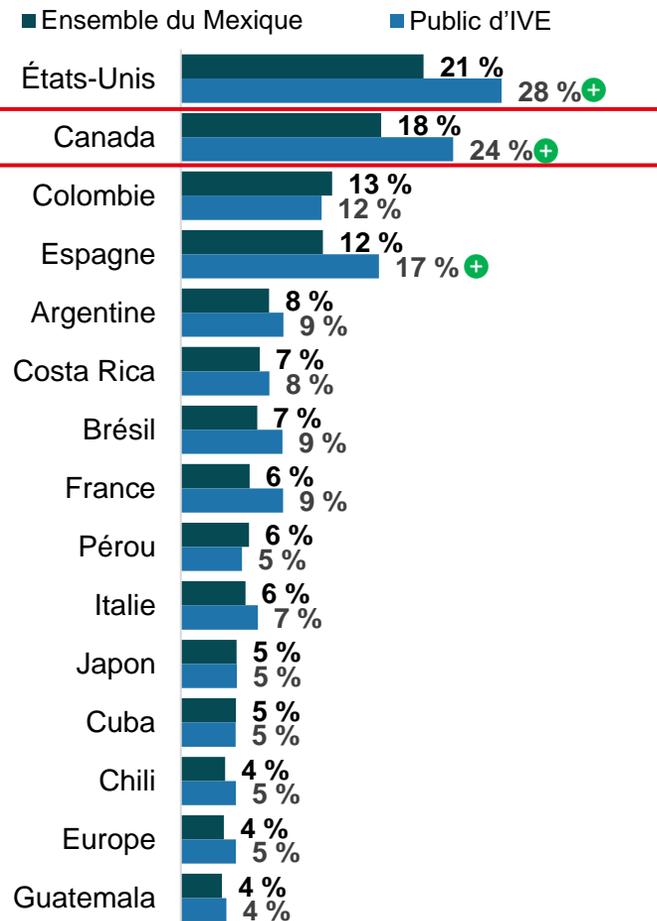
■ Visité il y a plus de trois ans ■ Visité au cours des trois dernières années *Déjà visité*



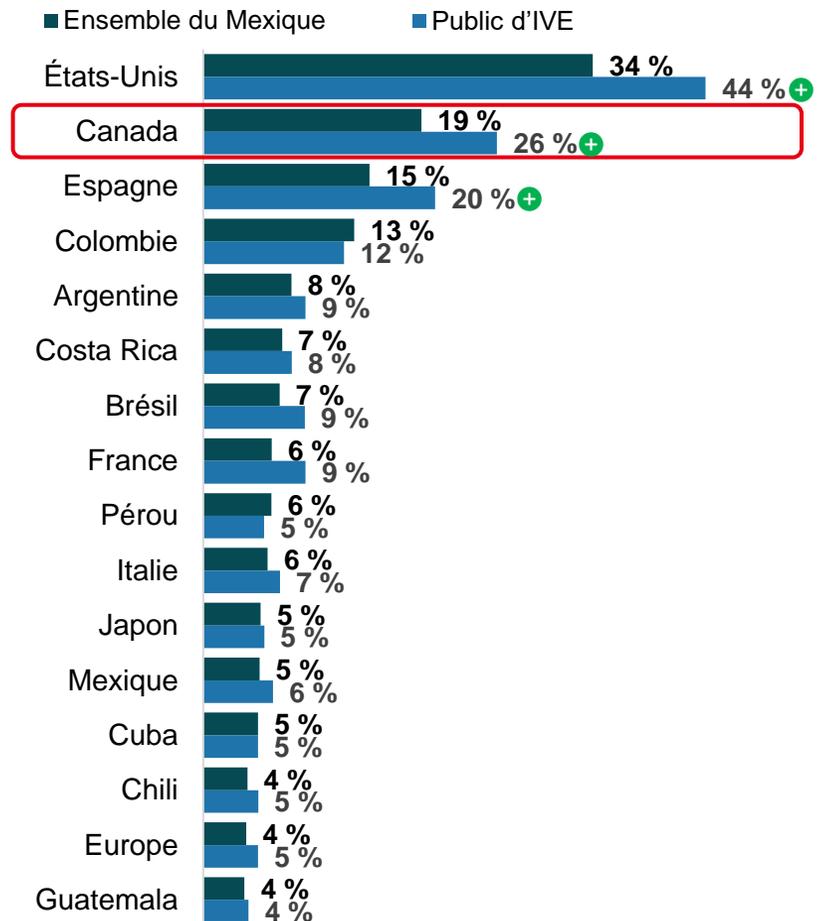
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



Principales marques de destination¹



Principales destinations²



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

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

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

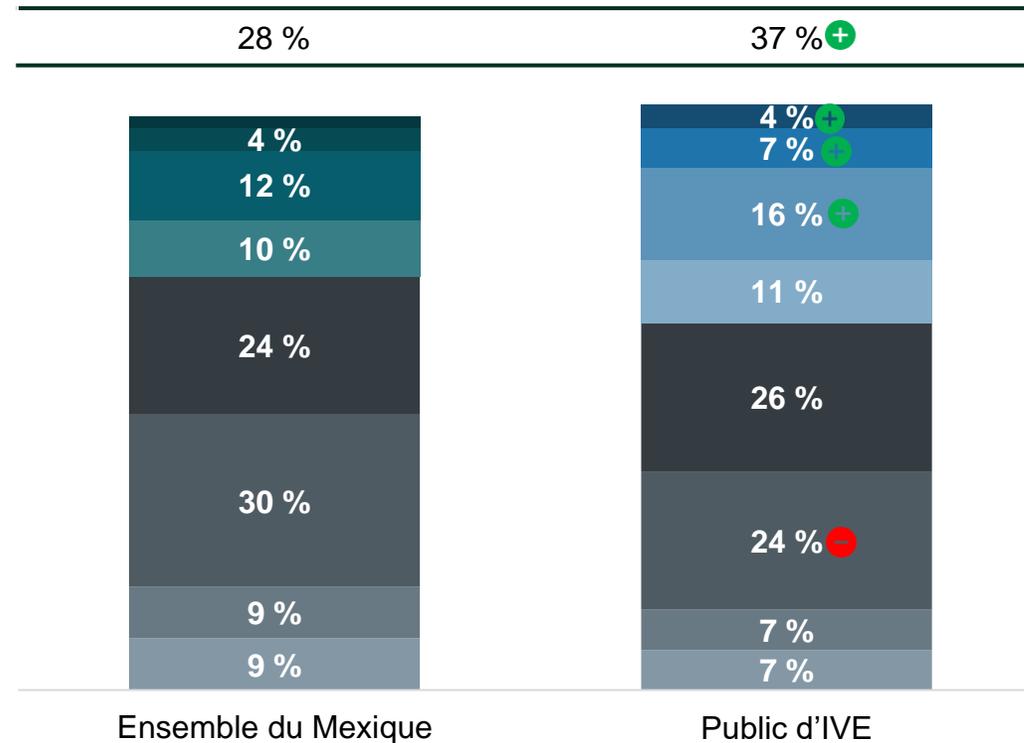
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 571]; IVE (n=376).

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)

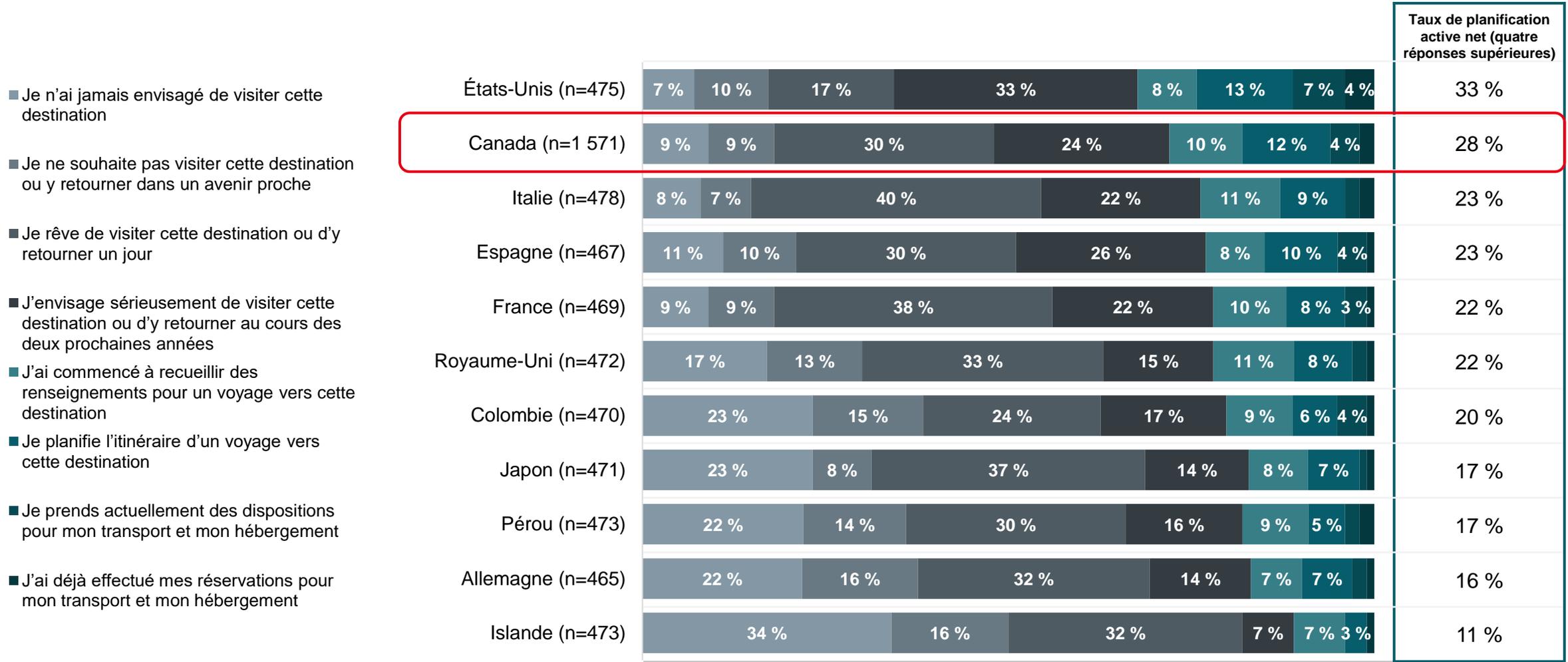


- J'ai déjà effectué mes réservations pour mon transport et mon hébergement
- Je prends actuellement des dispositions pour mon transport et mon hébergement
- Je planifie l'itinéraire d'un voyage vers cette destination
- J'ai commencé à recueillir des renseignements pour un voyage vers cette destination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

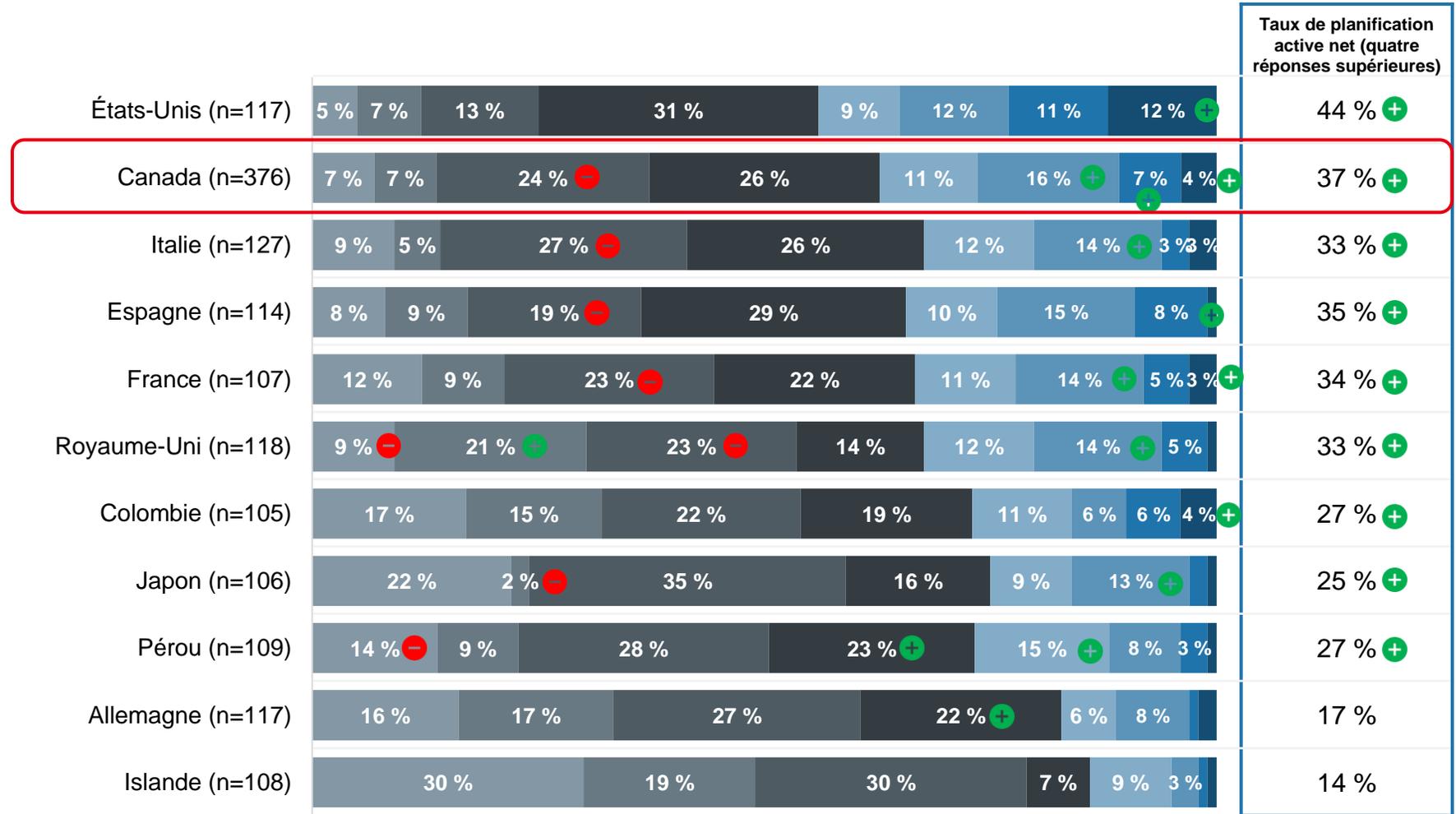


Étape du cycle d'achat – ensemble du Mexique



Étape du cycle d'achat – public d'IVE

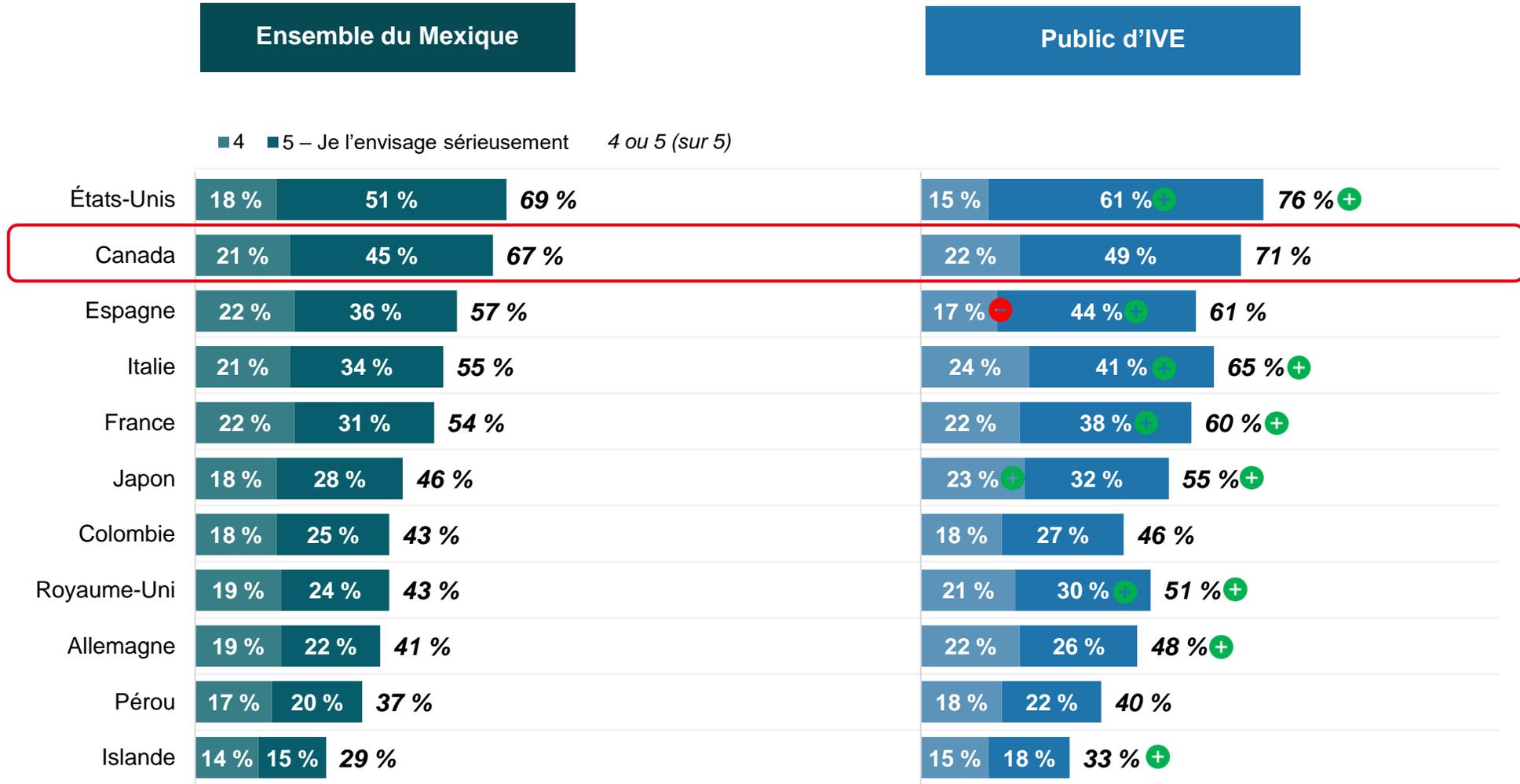
- Je n'ai jamais envisagé de visiter cette destination
- Je ne souhaite pas visiter cette destination ou y retourner dans un avenir proche
- Je rêve de visiter cette destination ou d'y retourner un jour
- J'envisage sérieusement de visiter cette destination ou d'y retourner au cours des deux prochaines 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)



Considération des destinations (deux prochaines années)



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



Considération des destinations par saison

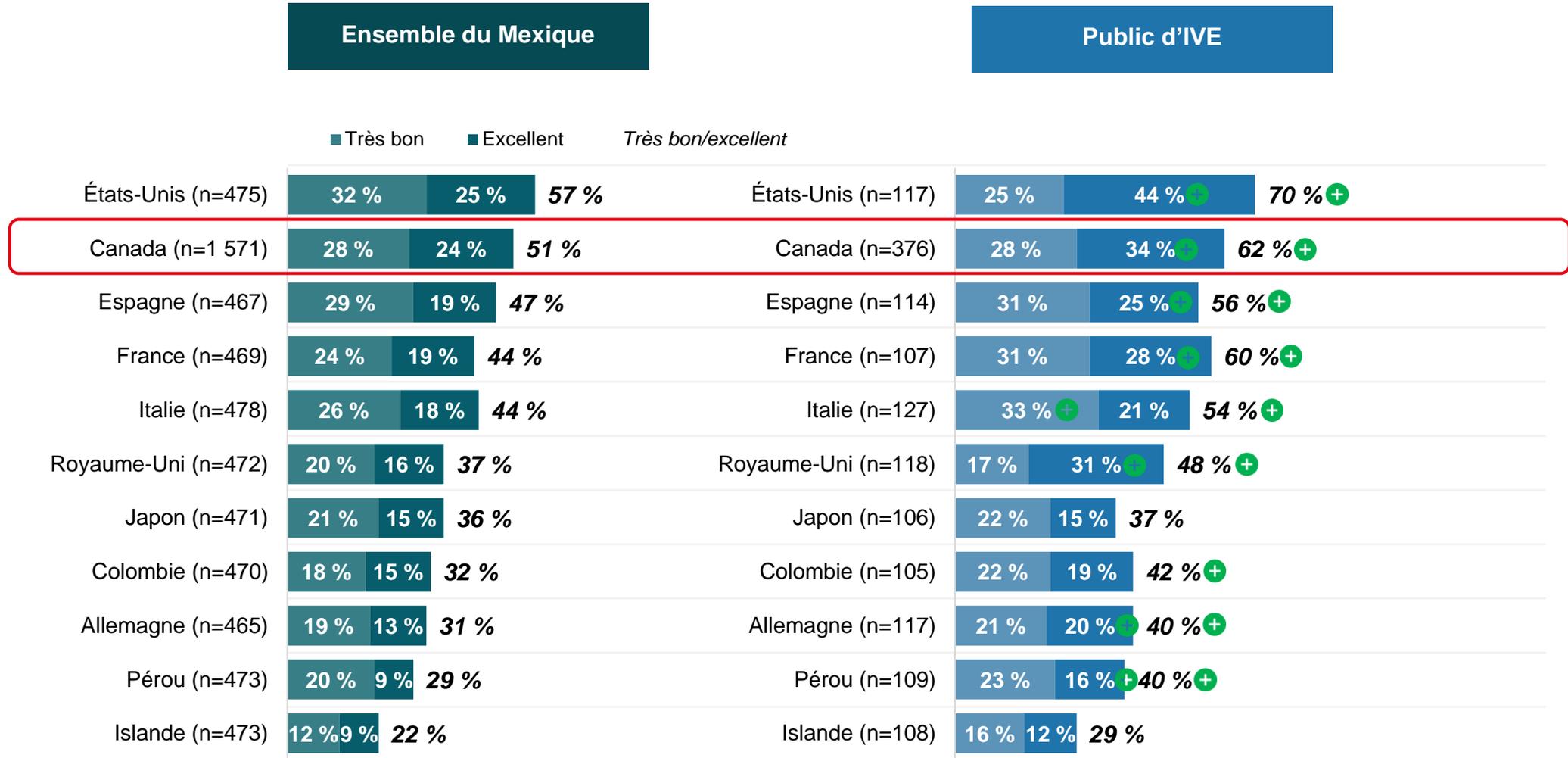
Ensemble du Mexique	Hiver (déc., janv., févr.)	Printemps (mars, avr., mai)	Été (juin, juill., août)	Automne (sept., oct., nov.)
Canada (n=1 311)	38 %	36 %	39 %	33 %
Colombie (n=294)	31 %	46 %	37 %	26 %
France (n=388)	32 %	41 %	42 %	33 %
Allemagne (n=298)	29 %	35 %	45 %	28 %
Islande (n=243)	30 %	42 %	40 %	33 %
Italie (n=409)	29 %	39 %	39 %	33 %
Japon (n=329)	30 %	38 %	42 %	32 %
Pérou (n=306)	25 %	46 %	35 %	26 %
Espagne (n=363)	25 %	41 %	44 %	33 %
Royaume-Uni (n=333)	25 %	44 %	44 %	30 %
États-Unis (n=392)	42 %	37 %	40 %	38 %

Public d'IVE	Hiver (déc., janv., févr.)	Printemps (mars, avr., mai)	Été (juin, juill., août)	Automne (sept., oct., nov.)
Canada (n=332)	39 %	37 %	40 %	38 % +
Colombie (n=75)	33 %	53 %	33 %	39 % +
France (n=86)	33 %	45 %	48 %	37 %
Allemagne (n=80)	33 %	43 %	43 %	32 %
Islande (n=58)	20 %	47 %	45 %	24 %
Italie (n=110)	32 %	39 %	45 %	39 %
Japon (n=83)	23 %	47 % +	41 %	33 %
Pérou (n=86)	26 %	53 %	40 %	32 %
Espagne (n=93)	29 %	52 % +	46 %	31 %
Royaume-Uni (n=85)	25 %	49 %	48 %	37 %
États-Unis (n=103)	46 %	43 %	45 %	43 %

+ / - = 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)

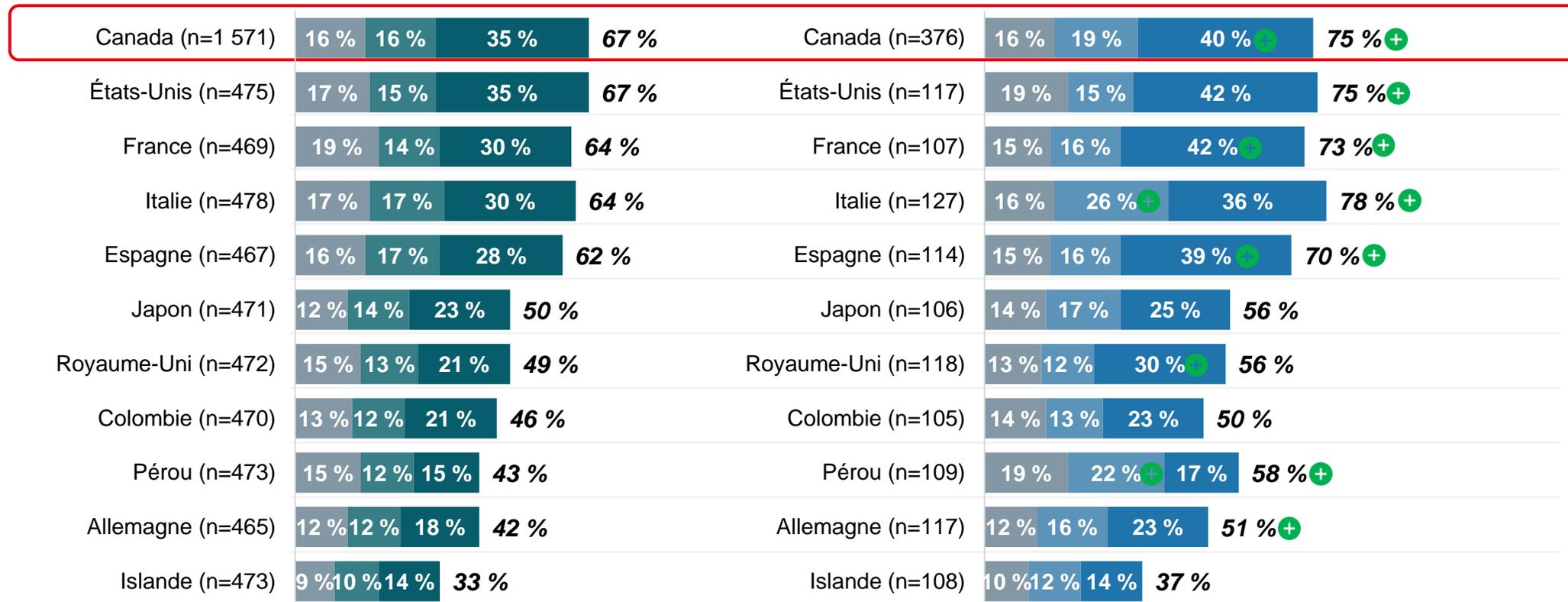


Adéquation de la destination

Ensemble du Mexique

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)

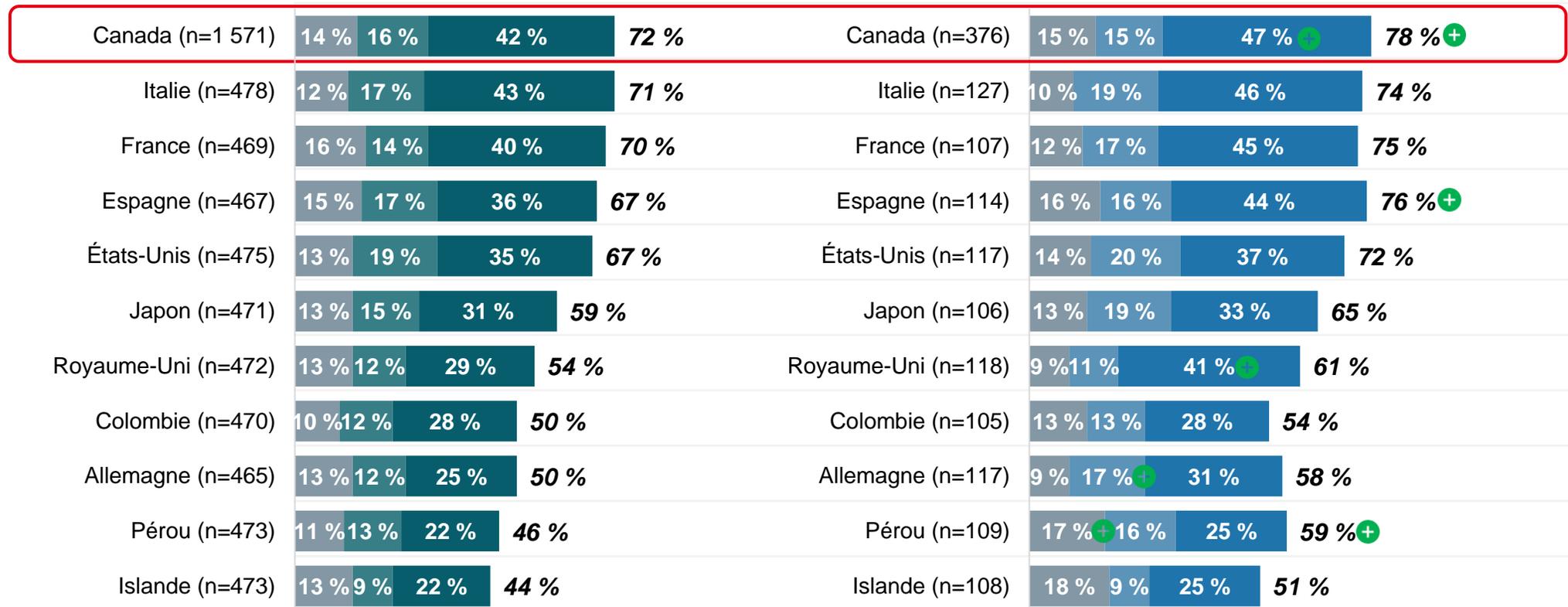


Attrait de la destination

Ensemble du Mexique

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 du Mexique

Public d'IVE

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

Ensemble du Mexique				Public d'IVE					
	Taux				Taux				
Canada (n=704)	4 %	20 %	76 %	+72 %	Canada (n=250)	4 %	20 %	75 %	+71 %
Japon (n=214)	10 %	19 %	71 %	+61 %	Japon (n=88)	8 %	23 %	69 %	+61 %
Espagne (n=645)	10 %	25 %	65 %	+56 %	Espagne (n=244)	7 %	21 %	72 %	+65 % +
Italie (n=451)	11 %	24 %	65 %	+54 %	Italie (n=176)	10 %	24 %	66 %	+56 %
France (n=520)	11 %	25 %	64 %	+53 %	France (n=194)	11 %	21 %	68 %	+58 %
Royaume-Uni (n=397)	14 %	27 %	59 %	+45 %	Royaume-Uni (n=172)	8 %	26 %	66 %	+58 % +
États-Unis (n=1 138)	16 %	26 %	58 %	+43 %	États-Unis (n=340)	13 %	25 %	62 %	+49 %
Allemagne (n=364)	17 %	27 %	57 %	+40 %	Allemagne (n=153)	12 %	28 %	61 %	+49 %
Islande (n=100)	20 %	24 %	56 %	+36 %	Islande (n=47*)	17 %	20 %	64 %	+47 %
Pérou (n=397)	18 %	29 %	53 %	+35 %	Pérou (n=156)	12 %	32 %	56 %	+43 %
Colombie (n=515)	18 %	29 %	52 %	+34 %	Colombie (n=178)	18 %	28 %	54 %	+36 %

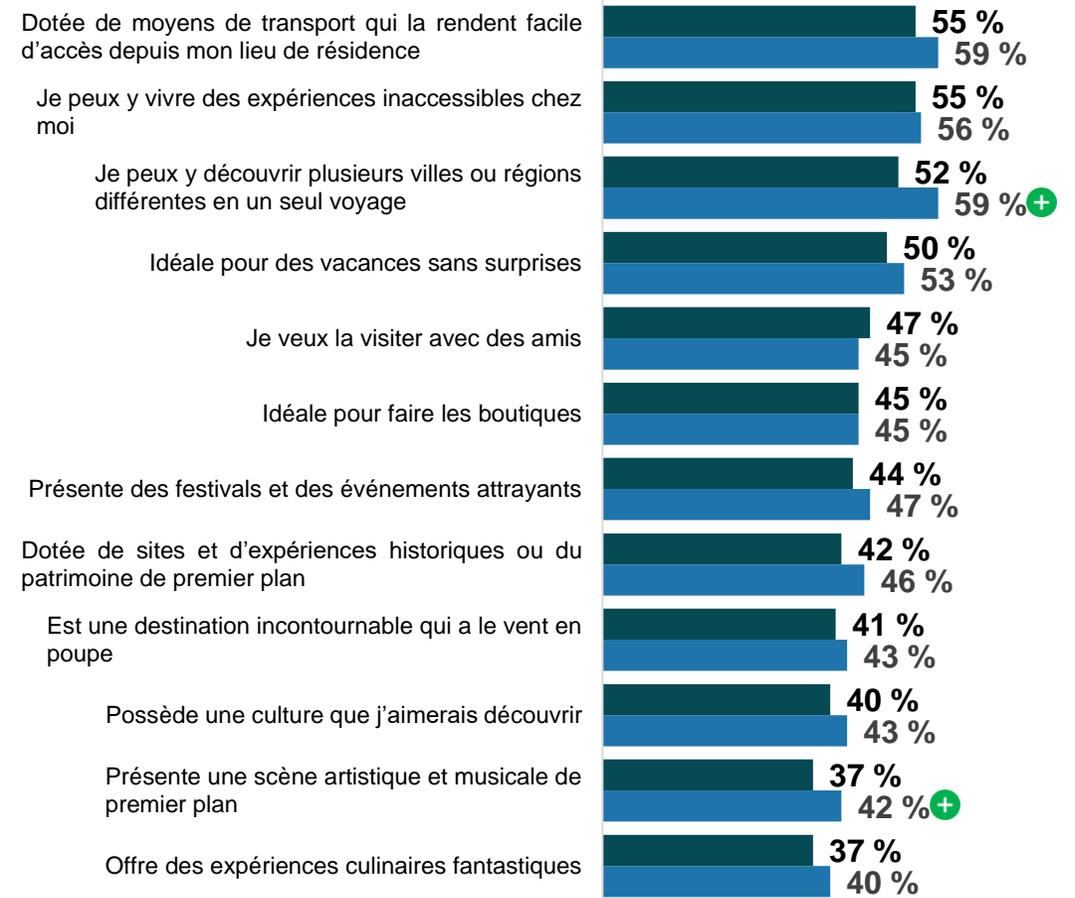
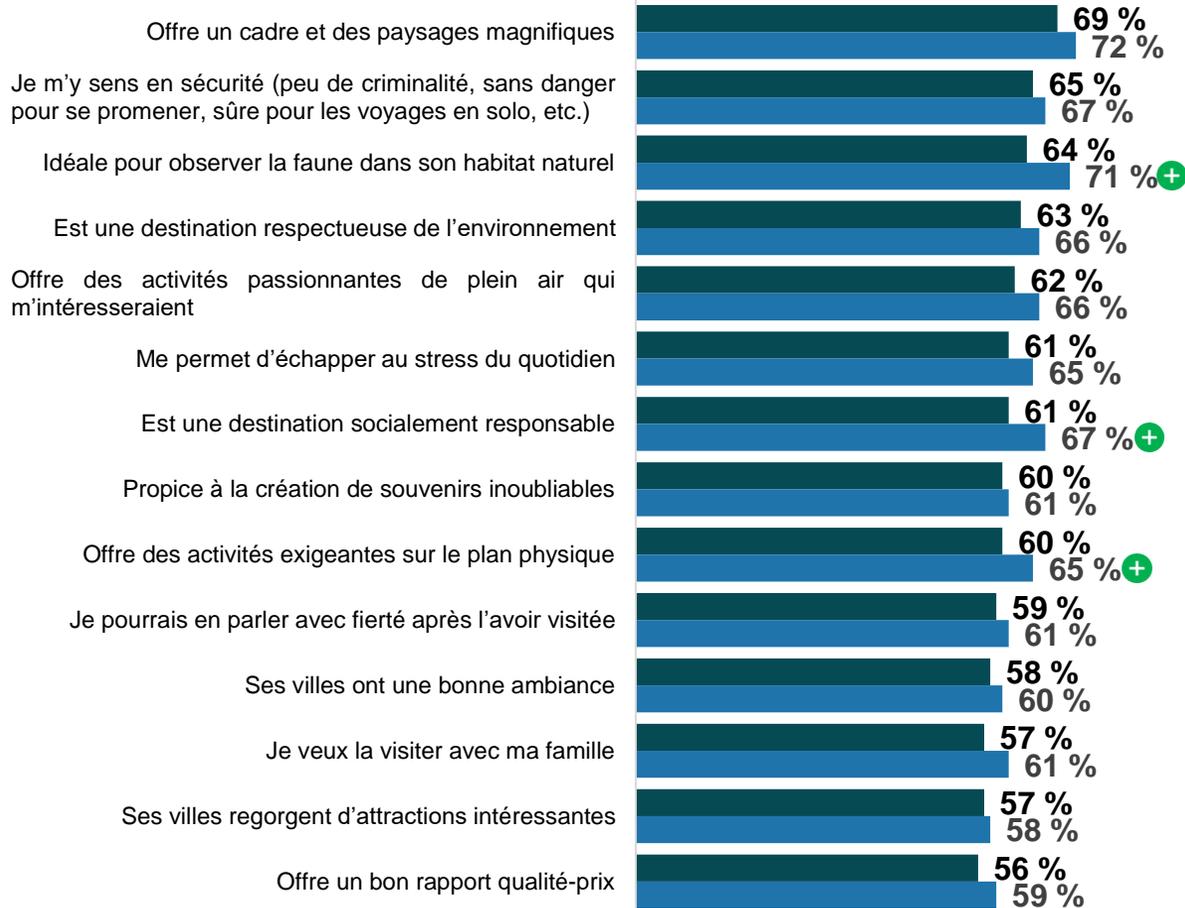
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



Impressions du Canada en tant que destination de vacances



■ Ensemble du Mexique ■ Public d'IVE



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



Attributs de la destination : forces et faiblesses relatives – ensemble du Mexique



	n=	Canada	Colombie	France	Allemagne	Islande	Italie	Japon	Pérou	Espagne	Royaume-Uni	États-Unis
Motivations de première importance	Me permet d'échapper au stress du quotidien					Force						
	Propice à la création de souvenirs inoubliables											
	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.)	Force	Faiblesse		Force	Force		Force	Faiblesse			
	Je peux y découvrir plusieurs villes ou régions différentes en un seul voyage					Faiblesse						
	Offre un bon rapport qualité-prix											
	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		Faiblesse						Faiblesse			Force
	Je peux y vivre des expériences inaccessibles chez moi											
	Est une destination respectueuse de l'environnement	Force	Faiblesse			Force		Force		Faiblesse		
	Est une destination socialement responsable		Faiblesse					Force				
	Est une destination incontournable qui a le vent en poupe											
À faire	Offre des activités exigeantes sur le plan physique	Force		Faiblesse		Force	Faiblesse		Force	Faiblesse		Force
	Idéale pour faire les boutiques		Faiblesse			Faiblesse			Faiblesse			Force
	Ses villes regorgent d'attractions intéressantes											
	Offre des activités passionnantes de plein air qui m'intéresseraient								Force			
	Offre des expériences culinaires fantastiques	Faiblesse	Force	Force		Faiblesse	Force			Force	Faiblesse	
	Présente une scène artistique et musicale de premier plan	Faiblesse				Faiblesse			Faiblesse		Force	
	Présente des festivals et des événements attrayants	Faiblesse				Faiblesse			Faiblesse			Force
À voir	Ses villes ont une bonne ambiance											
	Offre un cadre et des paysages magnifiques					Force			Force			
	Idéale pour observer la faune dans son habitat naturel	Force	Force	Faiblesse		Force	Faiblesse		Force	Faiblesse		
	Dotée de sites et d'expériences historiques ou du patrimoine de premier plan	Faiblesse				Faiblesse			Force			Faiblesse
	Possède une culture que j'aimerais découvrir	Faiblesse						Force	Force			Faiblesse



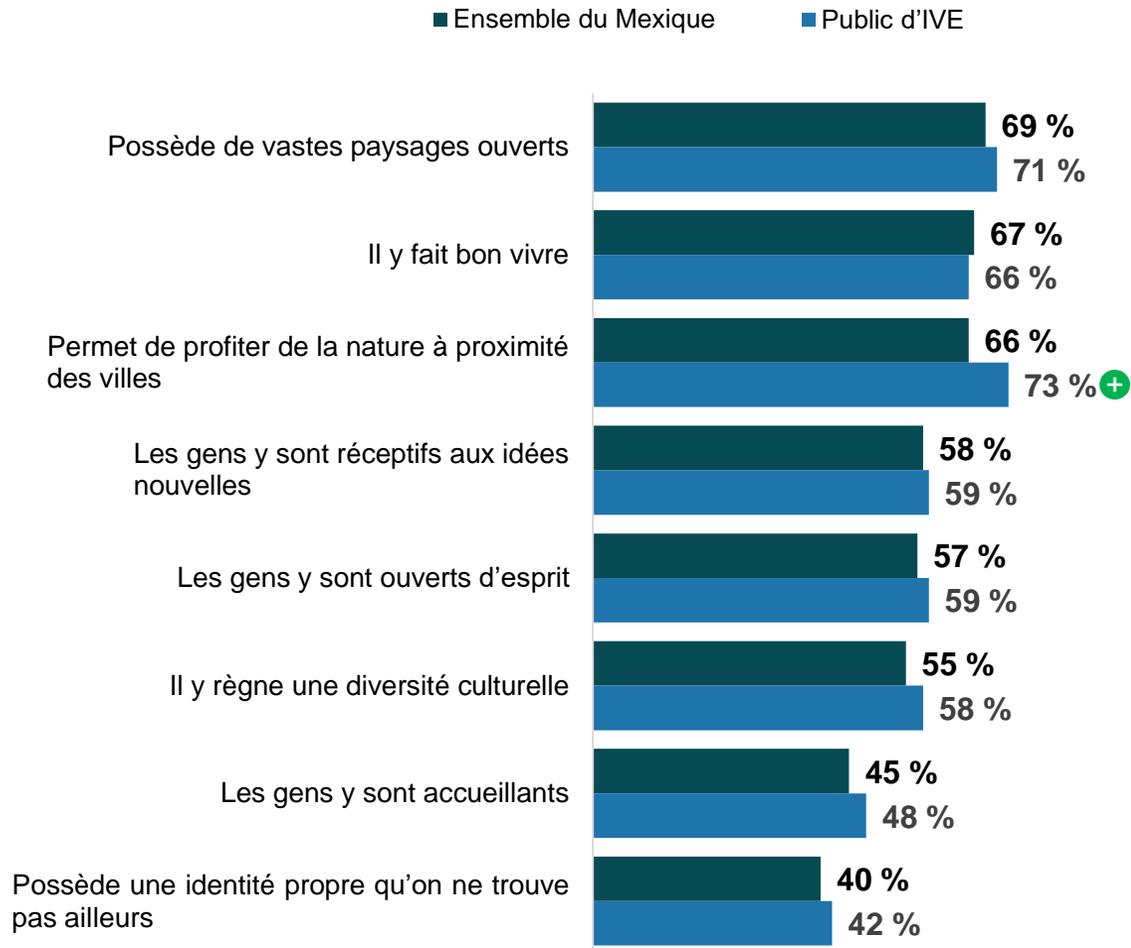
Attributs de la destination : forces et faiblesses relatives – public d'IVE



	n=	Canada	Colombie	France	Allemagne	Islande	Italie	Japon	Pérou	Espagne	Royaume-Uni	États-Unis
		376	105	107	117	108	127	106	109	114	118	117
Motivations de première importance	Me permet d'échapper au stress du quotidien								Force			
	Propice à la création de souvenirs inoubliables											
	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.)	Force	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											
	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		Faiblesse									Force
	Je peux y vivre des expériences inaccessibles chez moi							Force				
	Est une destination respectueuse de l'environnement	Force	Faiblesse			Force		Force				Faiblesse
	Est une destination socialement responsable	Force				Force		Force				
	Est une destination incontournable qui a le vent en poupe	Faiblesse		Force			Force					
À faire	Offre des activités exigeantes sur le plan physique	Force		Faiblesse		Force	Faiblesse	Faiblesse	Force	Faiblesse	Faiblesse	Force
	Idéale pour faire les boutiques			Force		Faiblesse			Faiblesse		Force	Force
	Ses villes regorgent d'attractions intéressantes			Force								
	Offre des activités passionnantes de plein air qui m'intéresseraient										Faiblesse	
	Offre des expériences culinaires fantastiques	Faiblesse		Force		Faiblesse	Force			Force	Faiblesse	
	Présente une scène artistique et musicale de premier plan	Faiblesse				Faiblesse			Faiblesse		Force	
À voir	Présente des festivals et des événements attrayants	Faiblesse				Faiblesse			Faiblesse			Force
	Ses villes ont une bonne ambiance								Faiblesse			
	Offre un cadre et des paysages magnifiques					Force						
	Idéale pour observer la faune dans son habitat naturel	Force	Force	Faiblesse		Force	Faiblesse		Force	Faiblesse	Faiblesse	
	Dotée de sites et d'expériences historiques ou du patrimoine de premier plan	Faiblesse				Faiblesse	Force		Force	Force		Faiblesse
	Possède une culture que j'aimerais découvrir	Faiblesse						Force	Force			Faiblesse



Énoncés relatifs à la valeur de la marque du Canada



Énoncés relatifs à la valeur de la marque – ensemble du Mexique



	Canada	Colombie	France	Allemagne	Islande	Italie	Japon	Pérou	Espagne	Royaume-Uni	États-Unis
n=	1 571	470	469	465	473	478	471	473	467	472	475
Possède de vastes paysages ouverts					Force			Force			
Permet de profiter de la nature à proximité des villes	Force		Faiblesse		Force	Faiblesse		Force			
Il y règne une diversité culturelle											
Les gens y sont accueillants		Force		Faiblesse			Faiblesse	Force		Faiblesse	Faiblesse
Les gens y sont ouverts d'esprit				Force			Faiblesse	Faiblesse			Force
Les gens y sont réceptifs aux idées nouvelles								Faiblesse			
Il y fait bon vivre	Force	Faiblesse						Faiblesse			
Possède une identité propre qu'on ne trouve pas ailleurs	Faiblesse						Force				Faiblesse



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



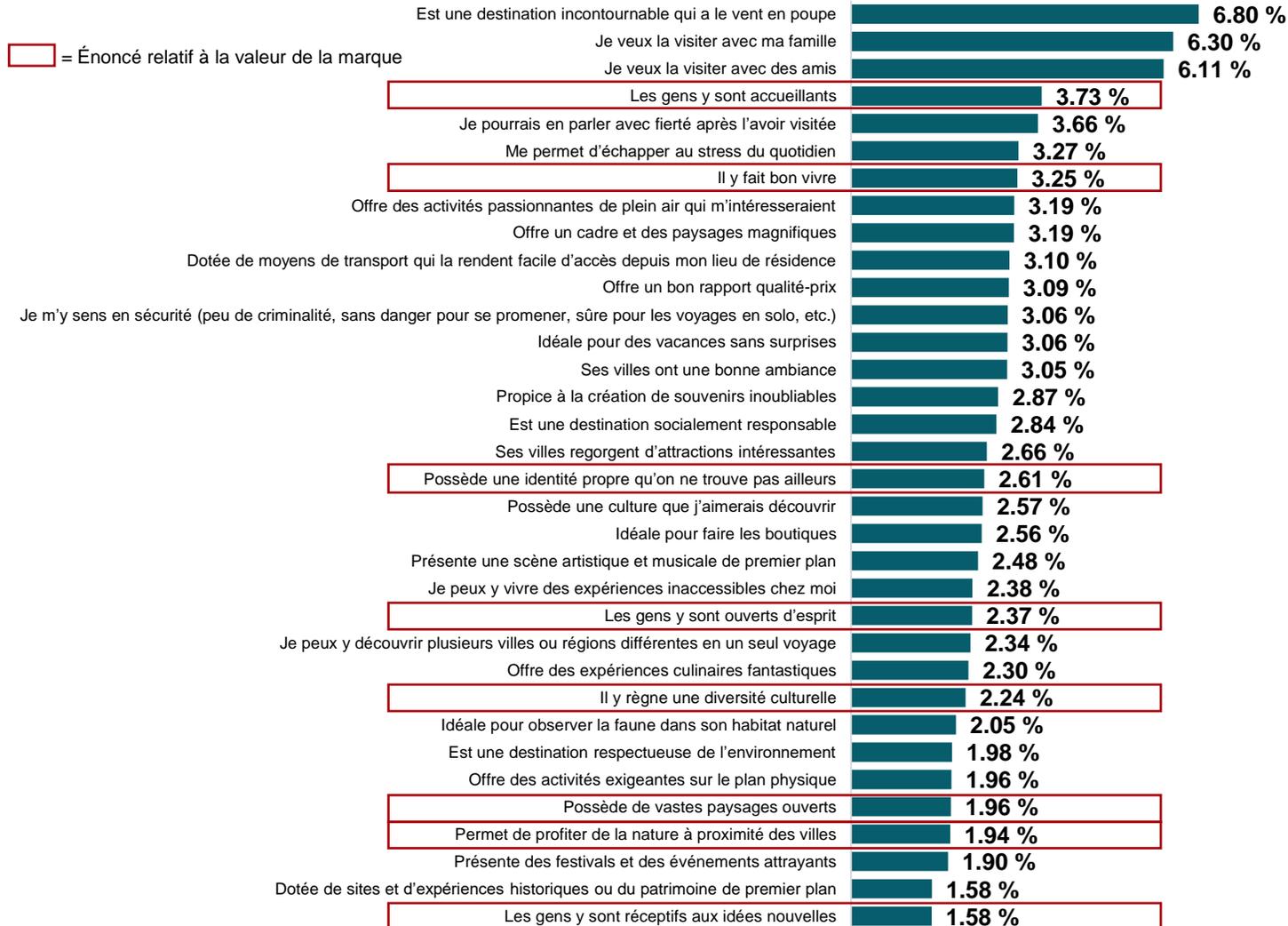
	Canada	Colombie	France	Allemagne	Islande	Italie	Japon	Pérou	Espagne	Royaume-Uni	États-Unis
n=	376	105	107	117	108	127	106	109	114	118	117
Possède de vastes paysages ouverts								Force			
Permet de profiter de la nature à proximité des villes	Force				Force	Faiblesse		Force			
Il y règne une diversité culturelle		Force									
Les gens y sont accueillants		Force		Faiblesse				Force		Faiblesse	Faiblesse
Les gens y sont ouverts d'esprit				Force			Faiblesse	Faiblesse			
Les gens y sont réceptifs aux idées nouvelles								Faiblesse			
Il y fait bon vivre	Force	Faiblesse					Faiblesse	Faiblesse			
Possède une identité propre qu'on ne trouve pas ailleurs	Faiblesse						Force	Force	Faiblesse		Faiblesse



Attributs de la destination : analyse des facteurs de motivation – ensemble du Mexique



Les attributs qui influent le plus sur la considération d'une destination sont les suivants : « Est une destination incontournable qui a le vent en poupe »; « Je veux la visiter avec ma famille »; « Je veux la visiter avec des amis »; « Les gens y sont accueillants ». Parmi les énoncés relatifs à la valeur de la marque, « Les gens y sont accueillants » et « Il y fait bon vivre » sont les plus susceptibles d'influer sur la considération d'une destination.



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 %.

ENSEMBLE DU MEXIQUE

Si les médias sociaux ne jouent pas un rôle majeur dans la planification des voyages des Mexicains, ceux-ci les considèrent comme un canal incontournable pour une publicité efficace (47 %).

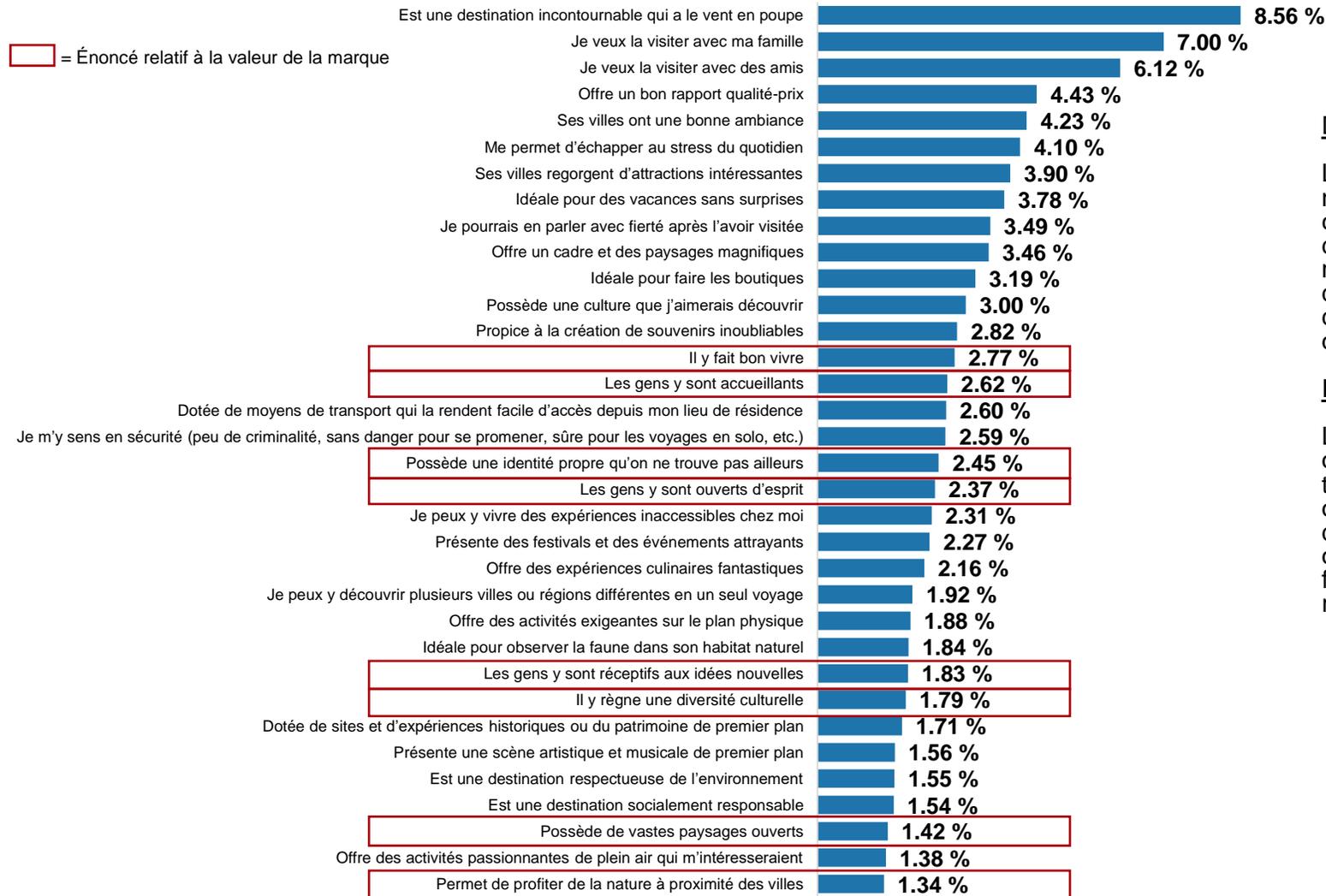
Profil de voyageurs à l'échelle mondiale de YouGov (États-Unis) – Base en 2023 : États cibles (Mexico D.F., Nuevo León et Jalisco), 18 ans ou plus



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



Les attributs qui influent le plus sur la considération d'une destination chez les IVE sont les suivants : « Est une destination incontournable qui a le vent en poupe »; « Je veux la visiter avec ma famille »; « Je veux la visiter avec des amis ».



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

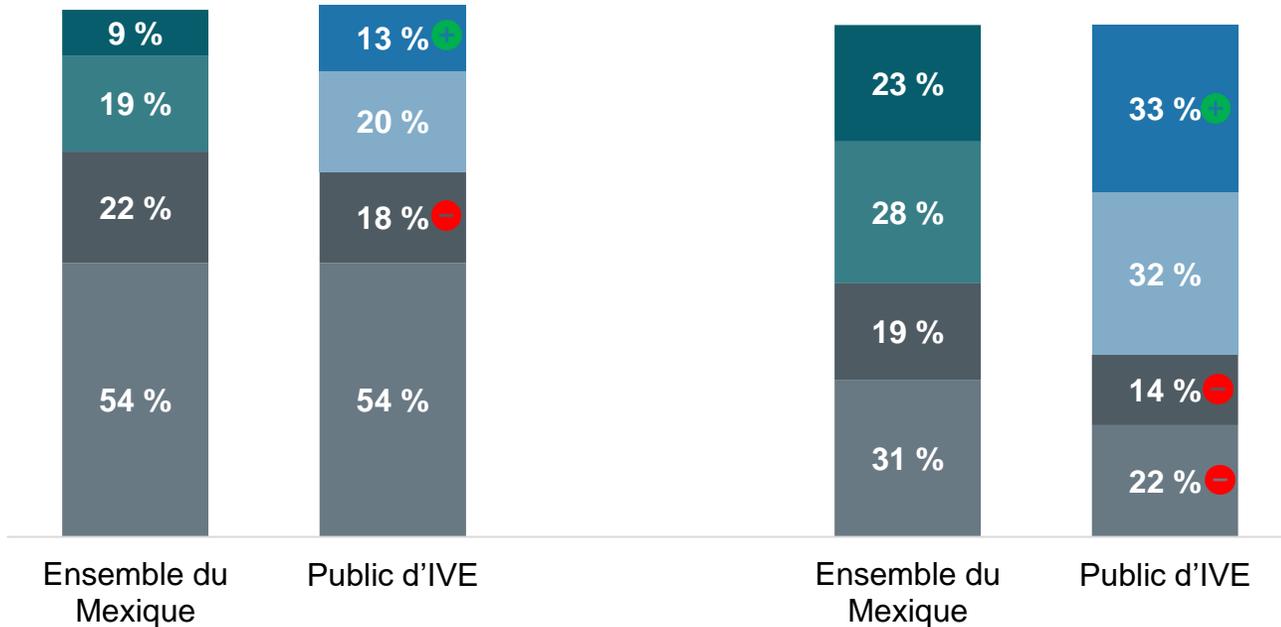
28 %

33 % +

51 %

65 % +

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



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

Ensemble du Mexique : 59 %
Public d'IVE : 72 % +

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=1 571]; IVE (n=376).

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)

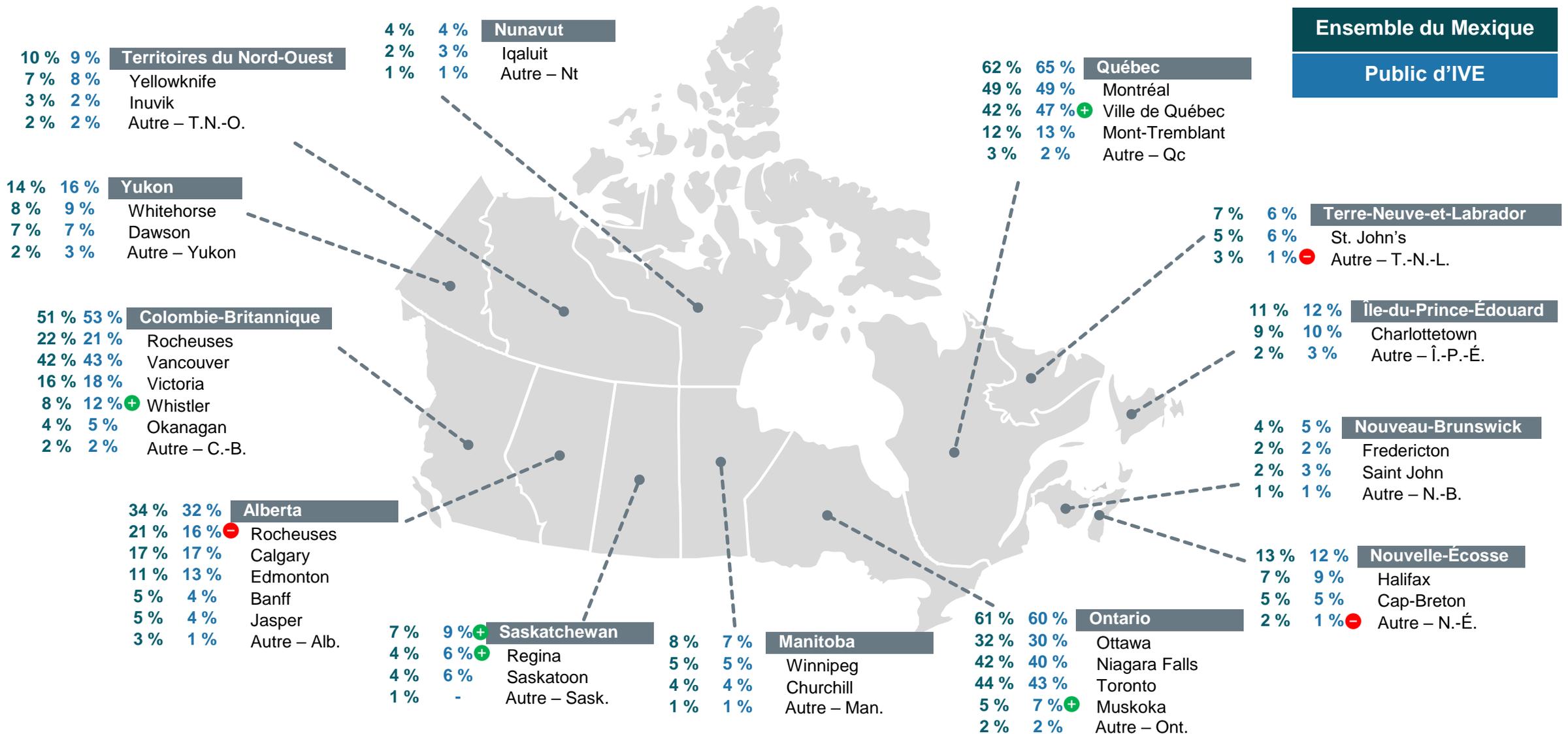


Destinations canadiennes susceptibles d'être visitées



Ensemble du Mexique

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=1 311); IVE (n=332).

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.)

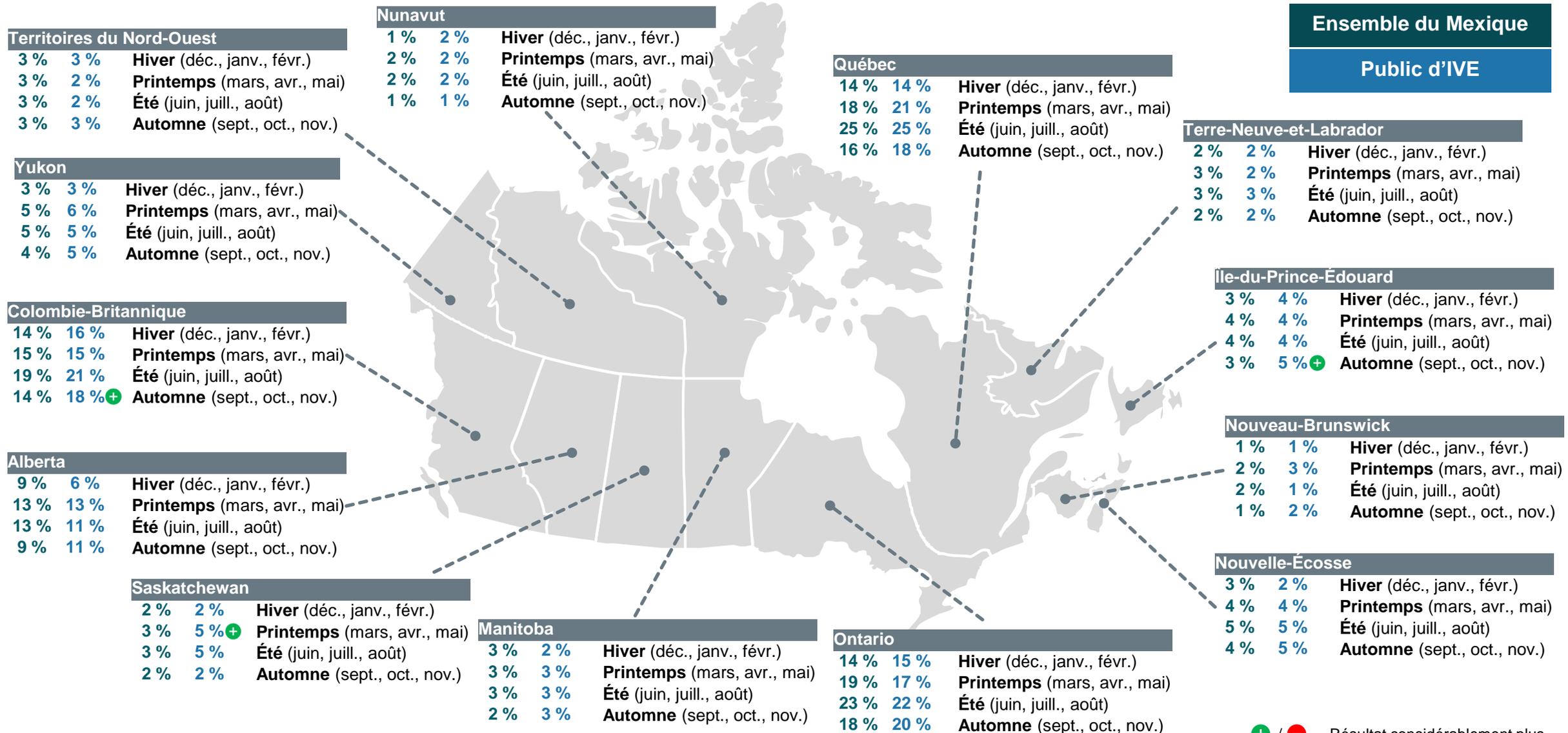
E4a-m. En/au/à/aux [PROVINCE], quelles destinations êtes-vous susceptibles de visiter? (Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.)

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

PRVEM pour le Mexique – décembre 2023



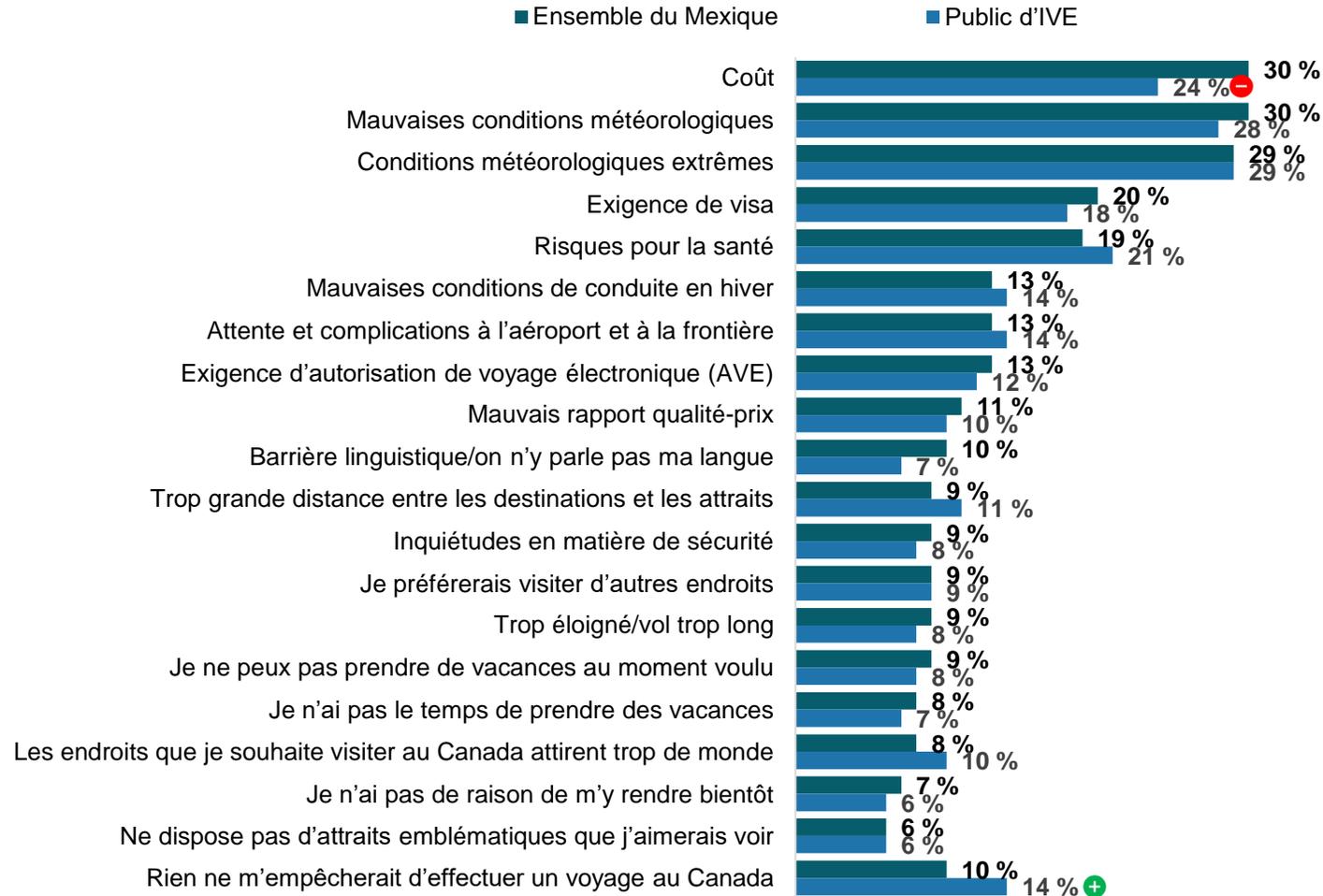
Période de l'année envisagée pour visiter le Canada (deux prochaines années)



Ensemble du Mexique
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 du Mexique (n=1 571)	Public d'IVE (n=376)
Plages en bord de mer	Plages en bord de mer
Goûter aux spécialités et aux boissons du coin	Goûter aux spécialités et aux boissons du coin
Promenades dans la nature	Promenades dans la nature
Restaurants de fine cuisine	Restaurants de fine cuisine
Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)	Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
Parcs naturels	Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)
Marchés locaux (marchés publics, marchés fermiers, marchés nocturnes, etc.)	Parcs naturels
Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial	Marchés locaux (marchés publics, marchés fermiers, marchés nocturnes, etc.)
Aurores boréales	Galeries d'art ou musées
Galeries d'art ou musées	Visites guidées de ville

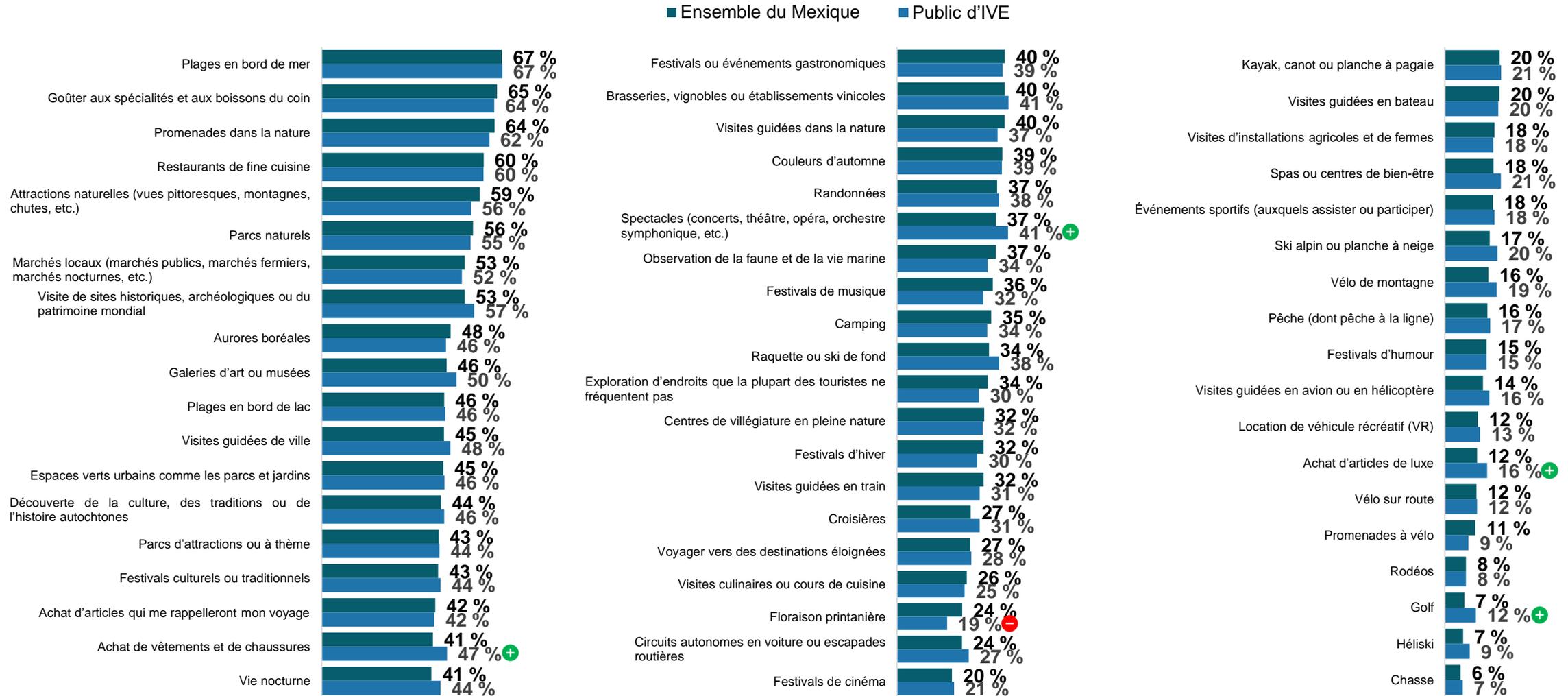
Activités de voyage centrales – 10 principales réponses

Ensemble du Mexique (n=1 565)	Public d'IVE (n=375)
Plages en bord de mer	Plages en bord de mer
Restaurants de fine cuisine	Restaurants de fine cuisine
Goûter aux spécialités et aux boissons du coin	Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial
Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)	Goûter aux spécialités et aux boissons du coin
Aurores boréales	Aurores boréales
Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial	Galeries d'art ou musées +
Parcs naturels	Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.) -
Promenades dans la nature	Parcs naturels
Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones	Vie nocturne
Galeries d'art ou musées	Marchés locaux (marchés publics, marchés fermiers, marchés nocturnes, etc.)

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



Activités d'intérêt en général

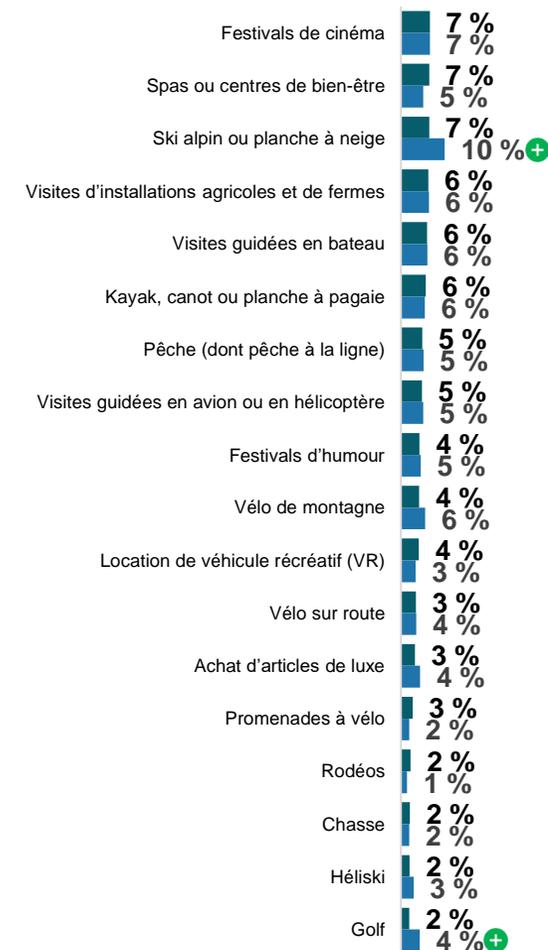


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



Activités de voyage centrales

■ Ensemble du Mexique ■ Public d'IVE



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



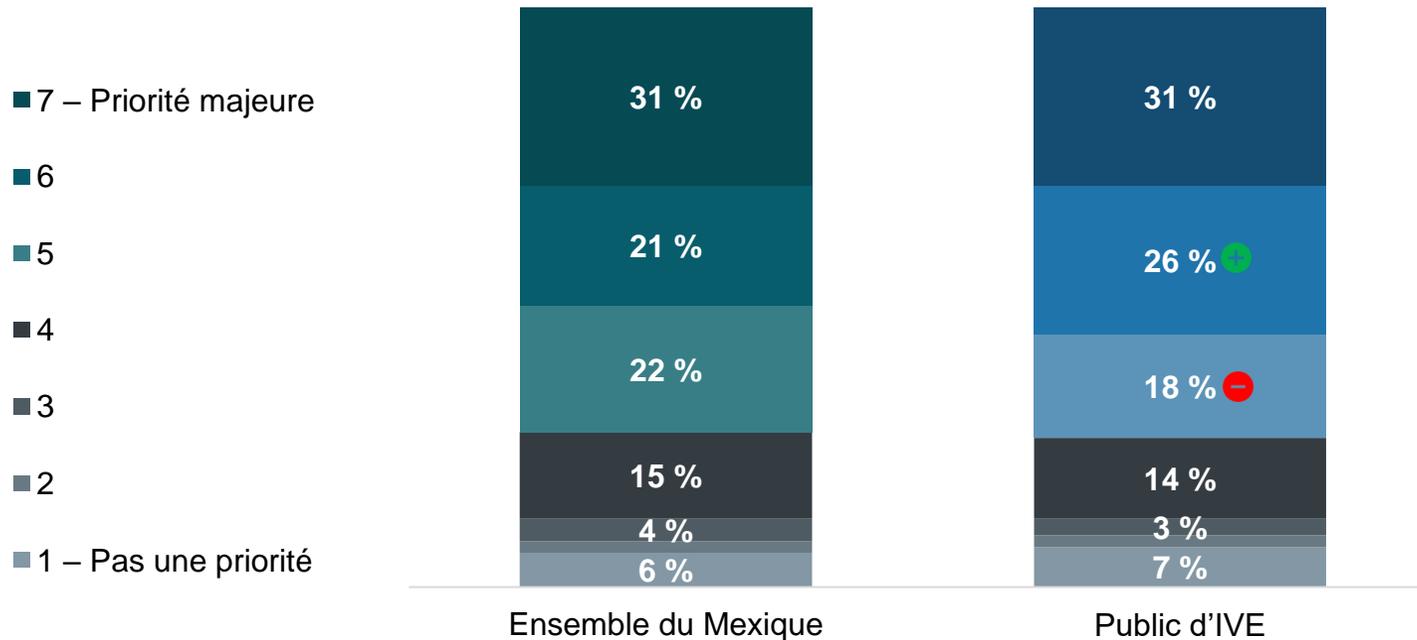
Priorité accordée aux voyages durables au moment d'envisager un voyage



Réponses de 5 à 7 (sur 7)

74 %

74 %



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



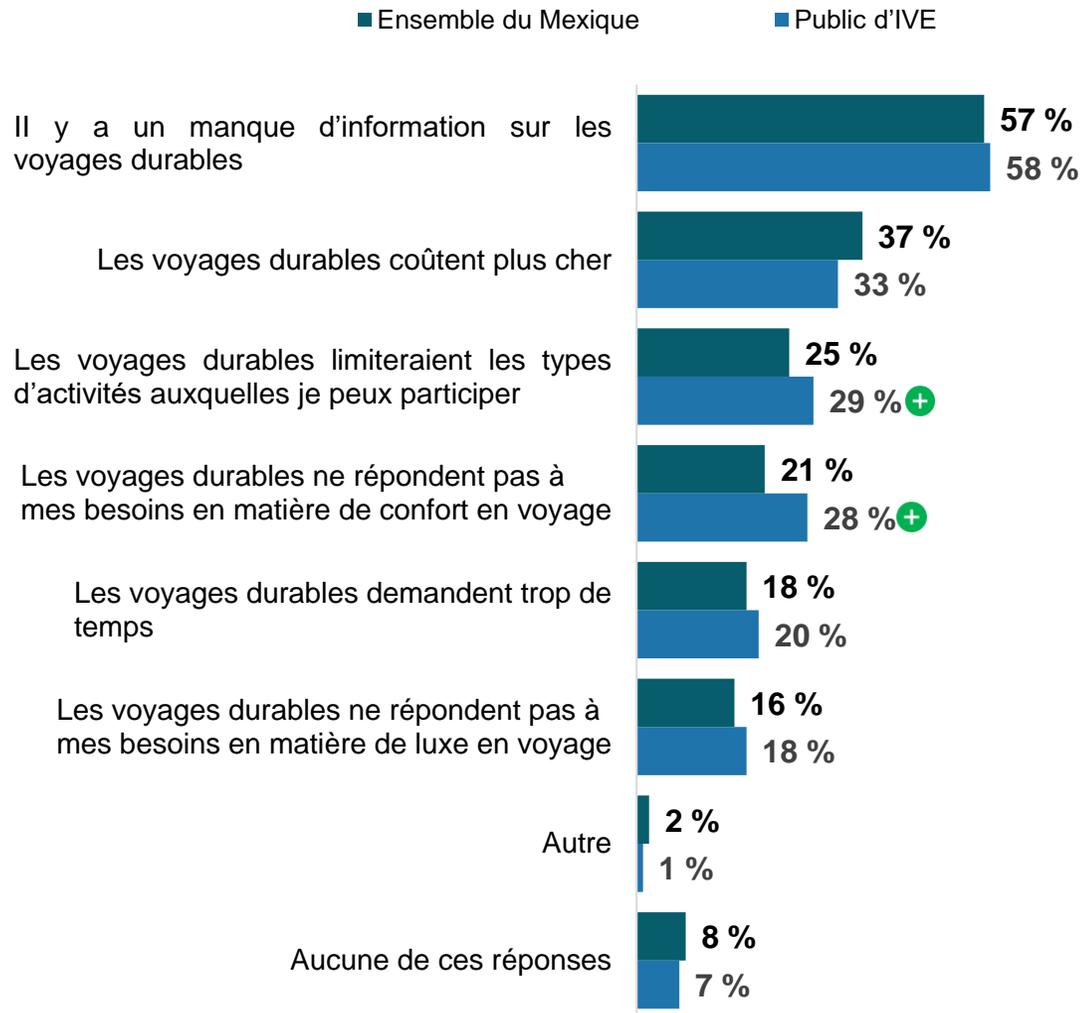
Description du voyage durable

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



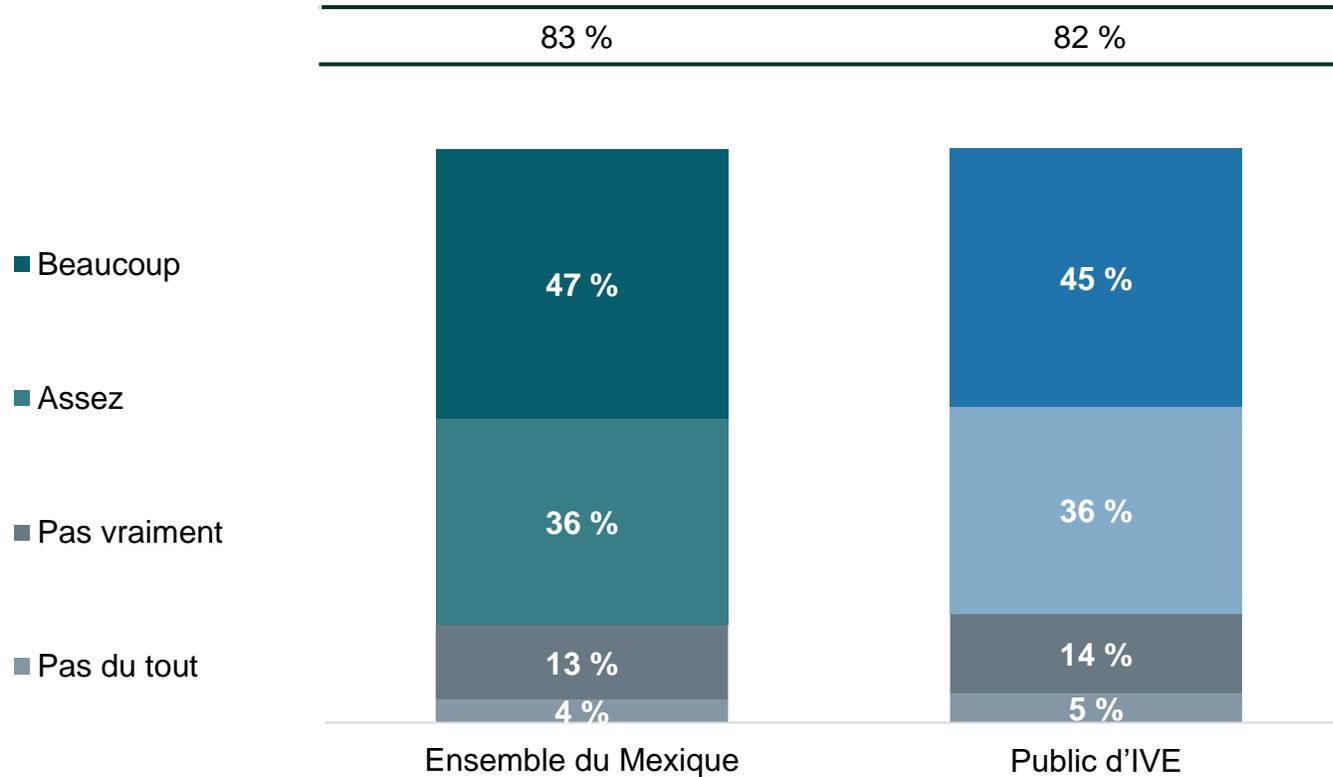
Description du voyage durable

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)



Deux réponses supérieures



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

27 %

32 %

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)

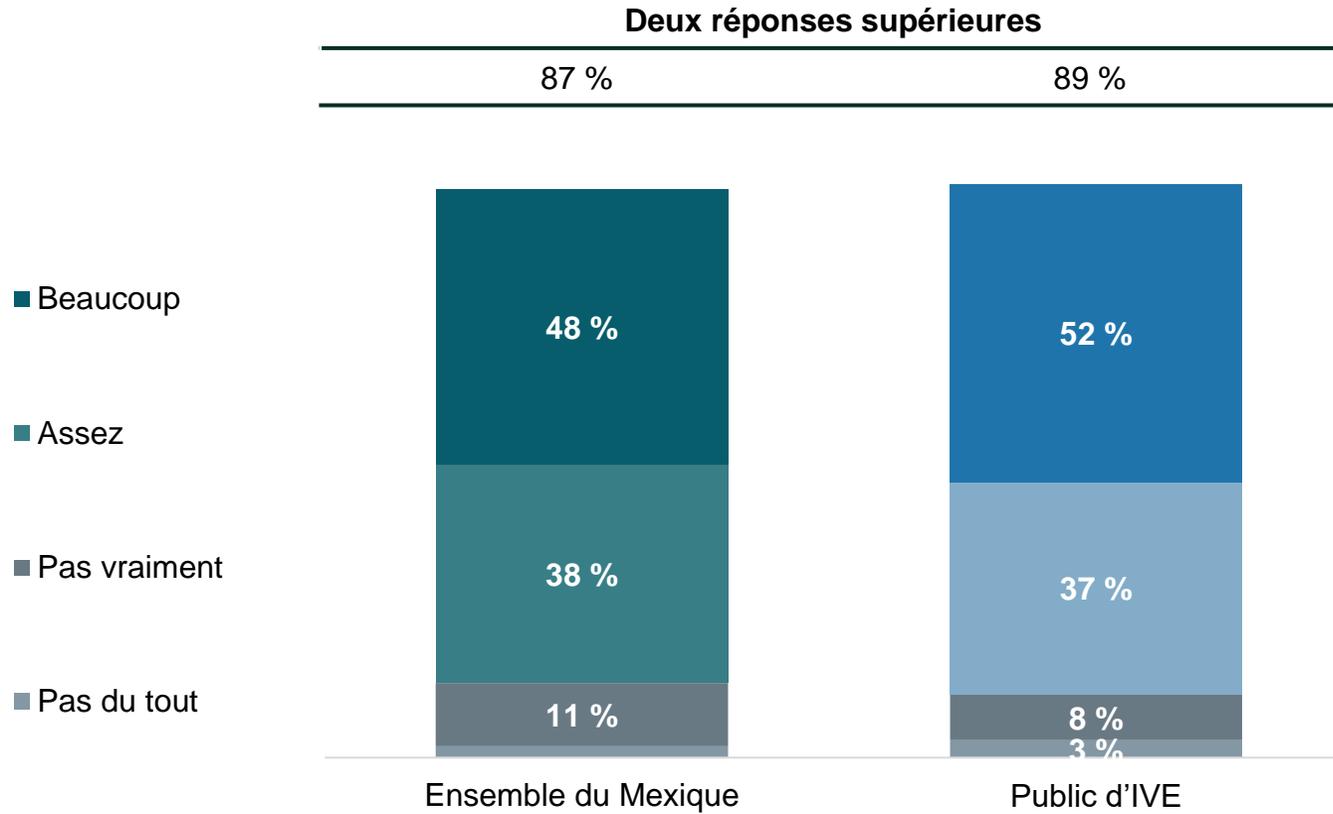
Remarque : Les personnes sondées ont été interrogées soit sur les événements météorologiques extrêmes (questions D10 et D11), soit sur les conflits et troubles internationaux (questions D12 et D13).

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=777]; IVE (n=200).

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?





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

	Ensemble du Mexique	Public d'IVE
	24 %	30 % +

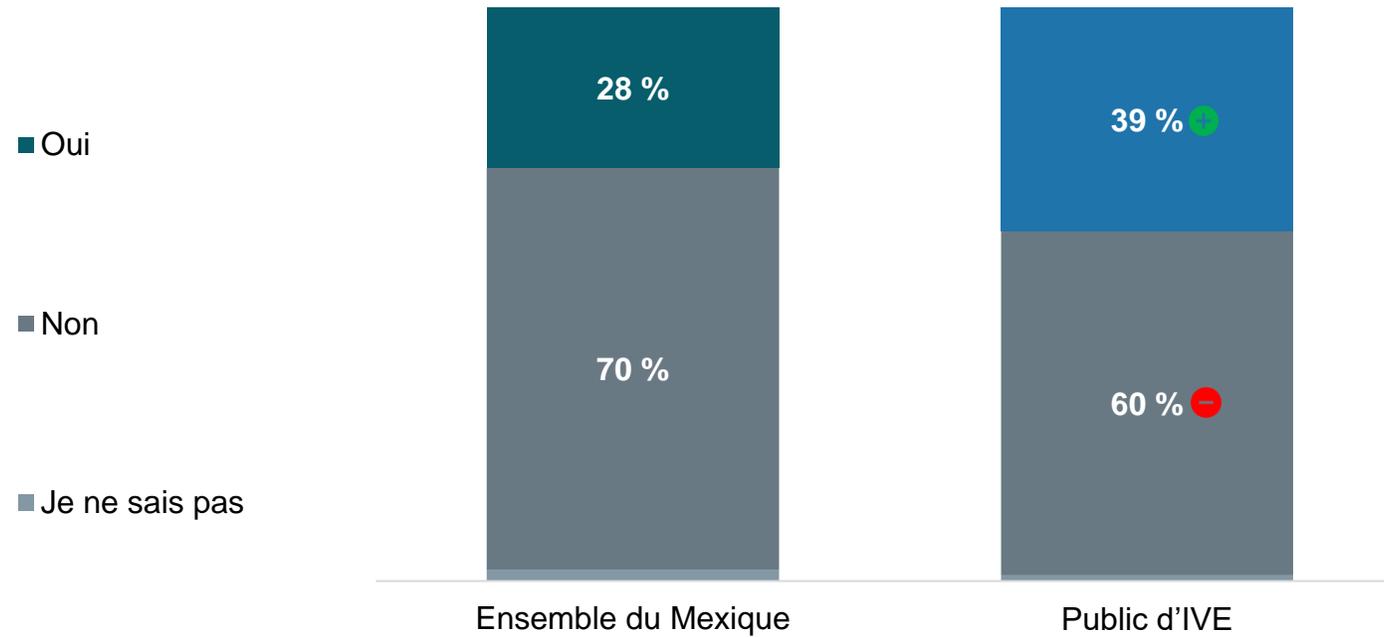
Description des conflits internationaux

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=794]; IVE (n=176).
 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

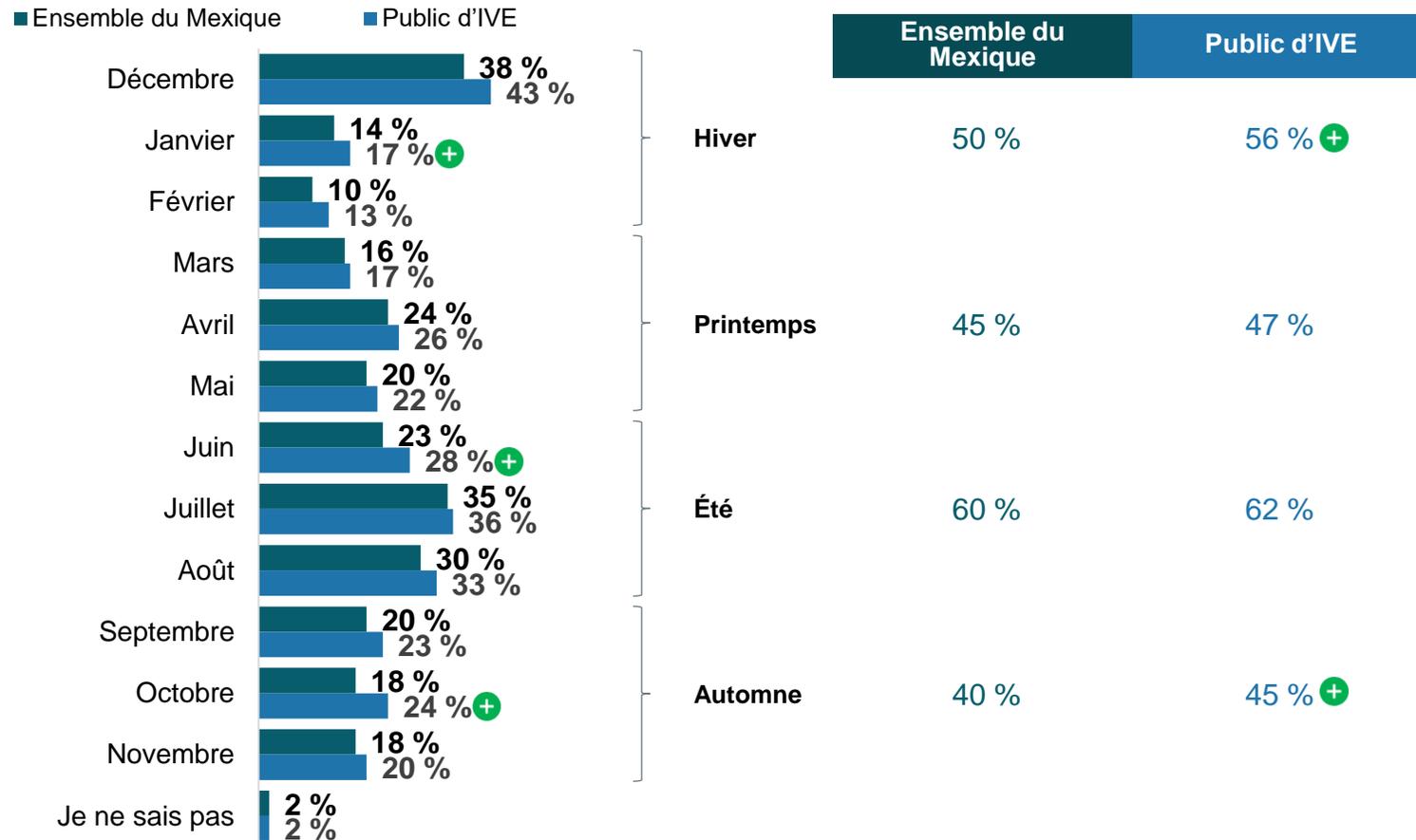


Yellowknife

Territoires du Nord-Ouest



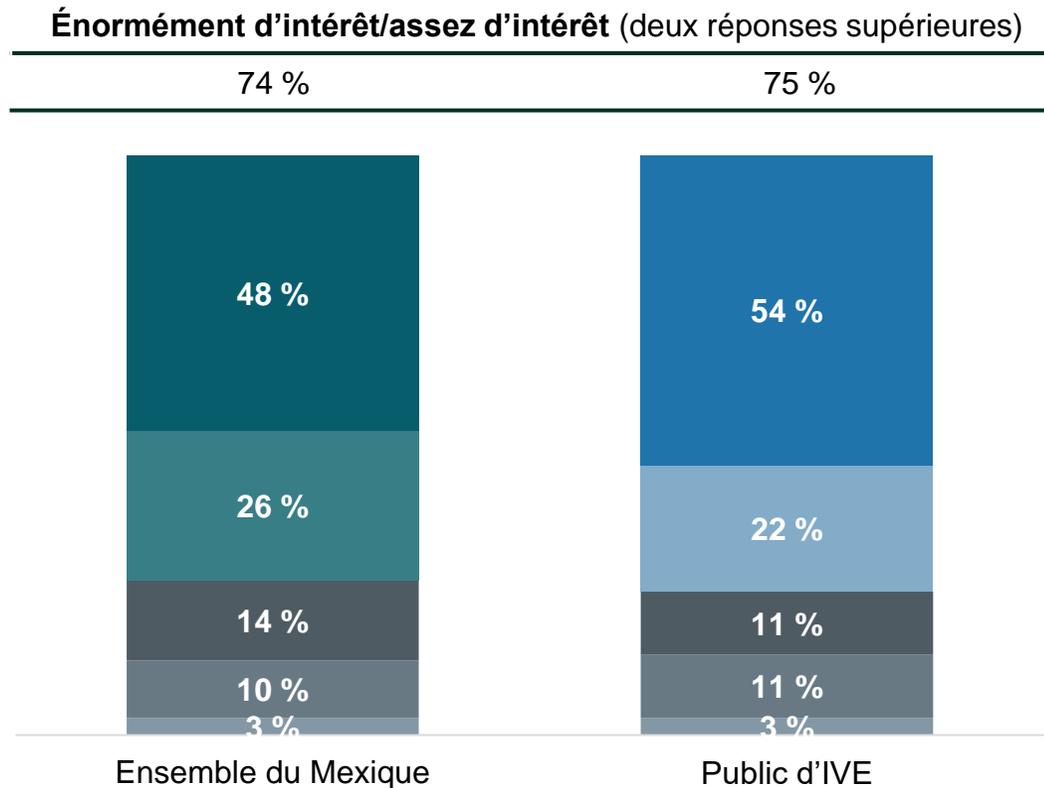
Période de l'année préférée pour les voyages de vacances



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



Intérêt pour les vacances d'hiver



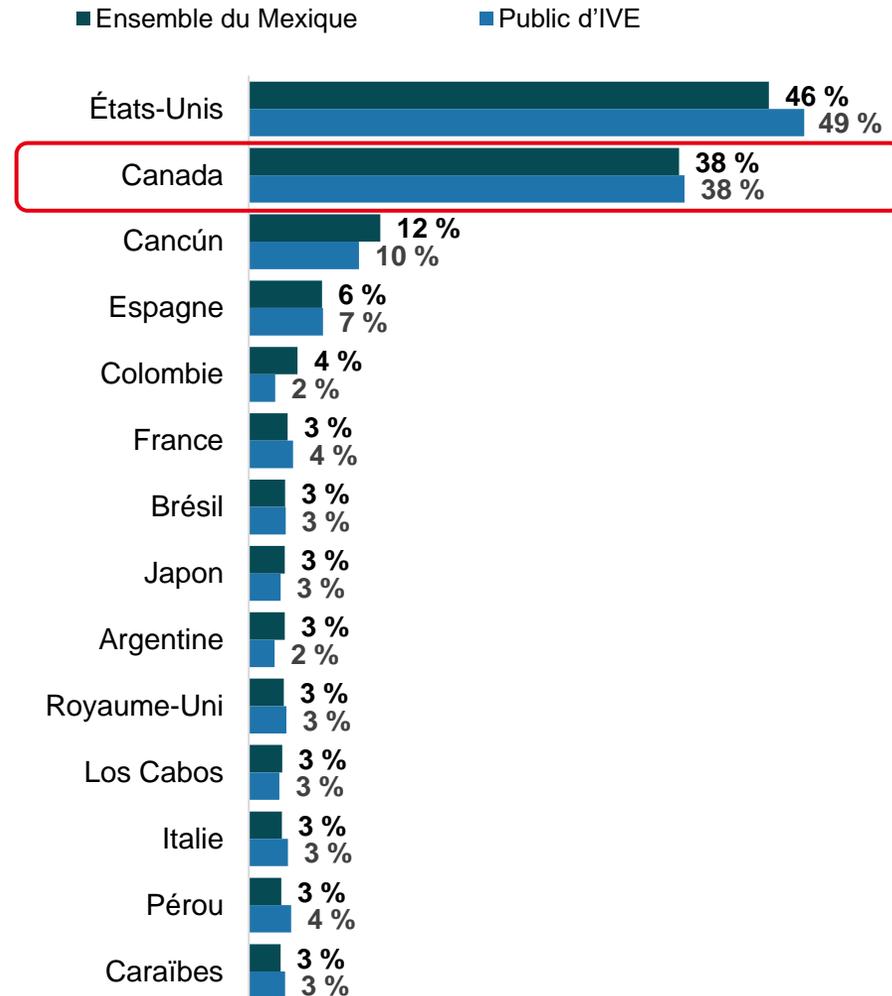
Description de la saison hivernale

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.

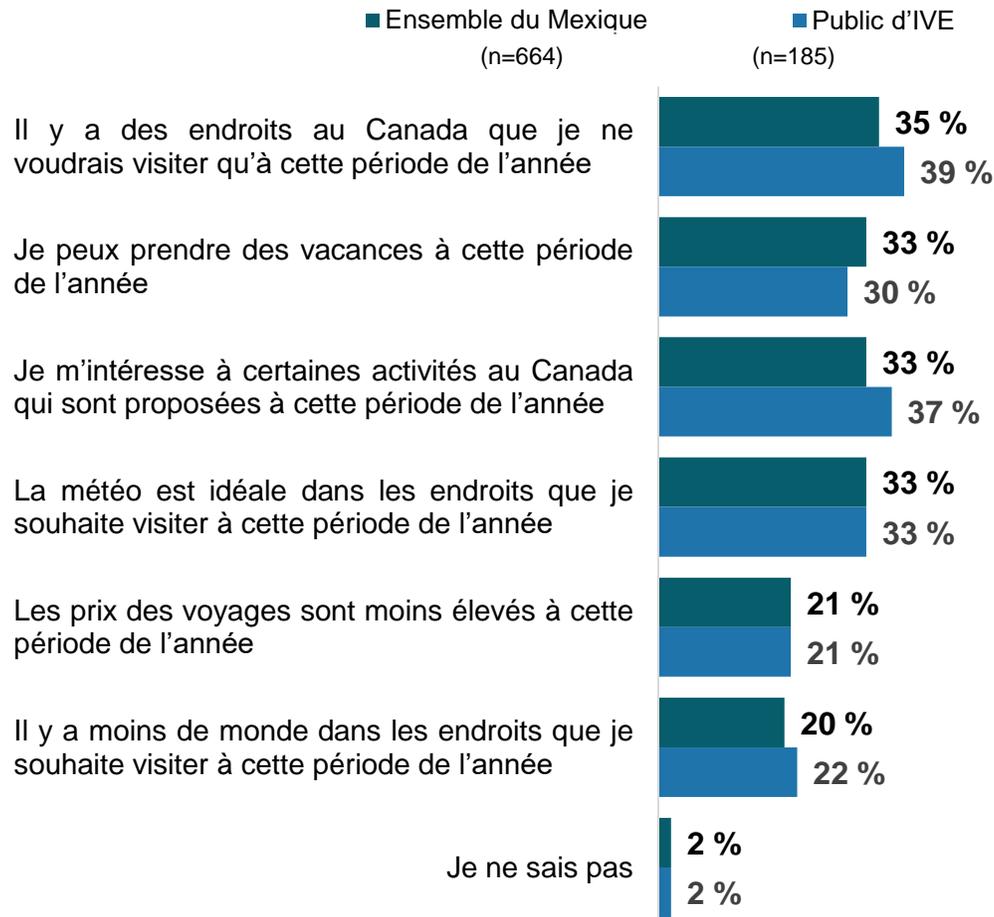
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

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=776]; IVE (n=188).

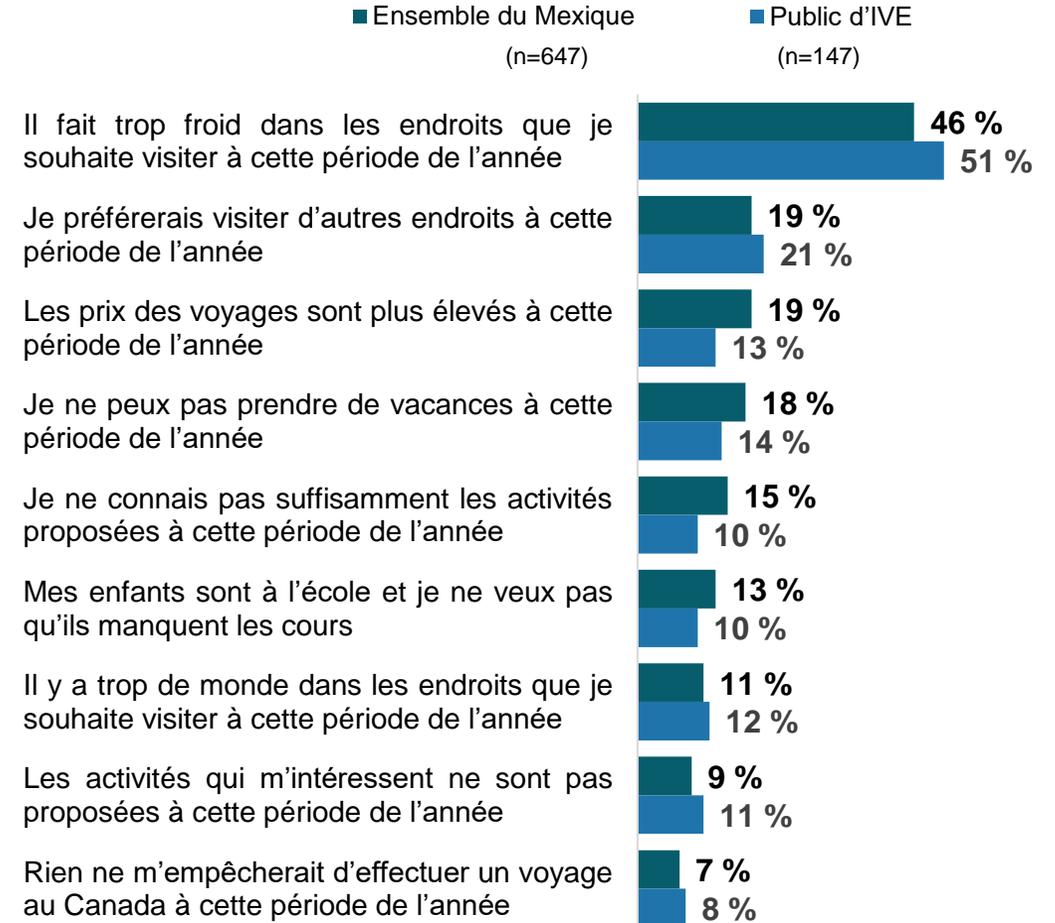
B2. Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous envisagez de voyager pour découvrir la **saison hivernale**? (Indiquez un maximum de trois destinations à l'intérieur ou à l'extérieur du Mexique et de l'Amérique centrale.) [DESCRIPTION] Veuillez noter que vos réponses peuvent inclure d'autres 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

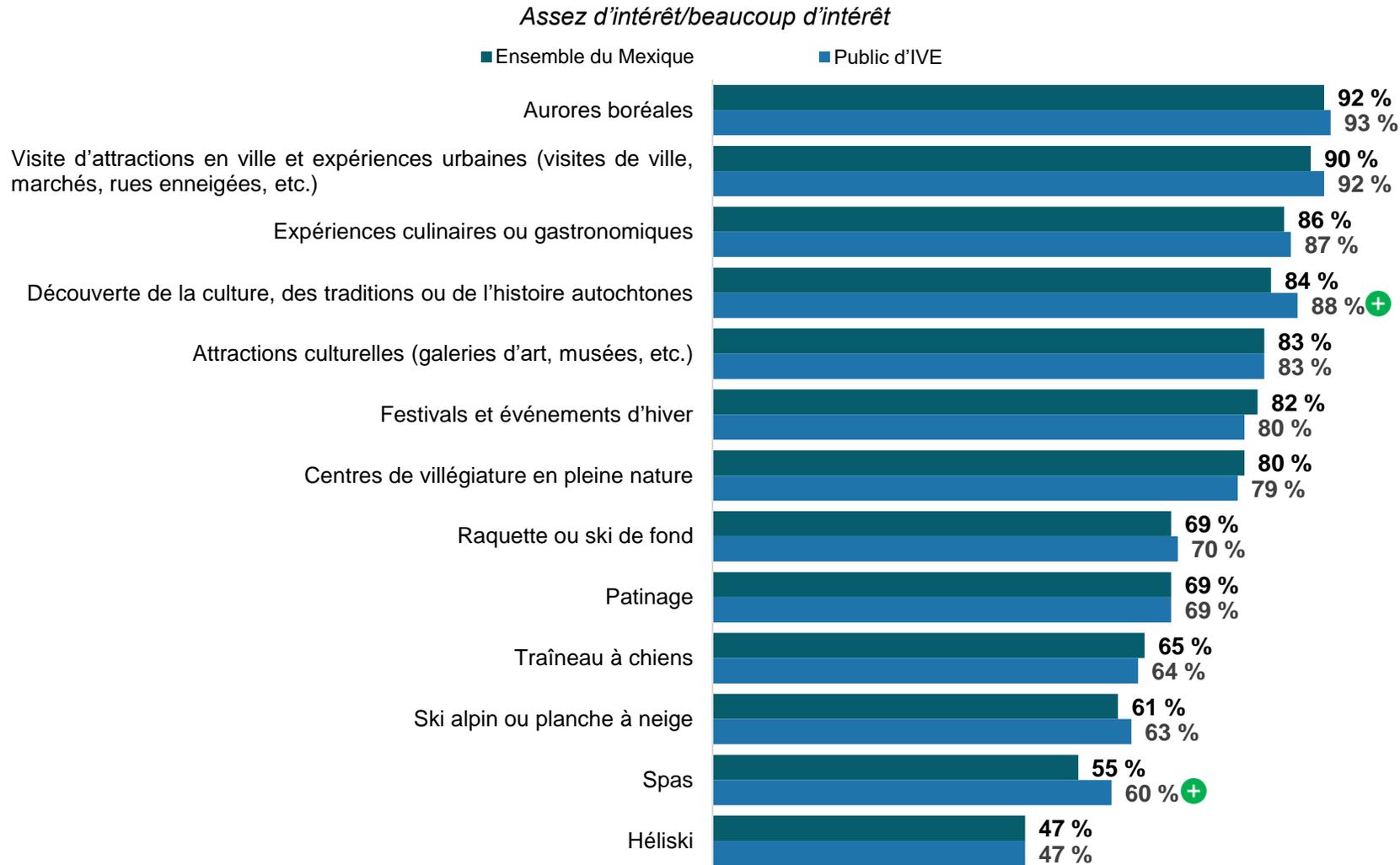


Base : Personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui envisagent de visiter le pays, une province ou un territoire en décembre, en janvier ou en février.
 E8a. Vous avez indiqué précédemment que vous envisagiez de passer 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



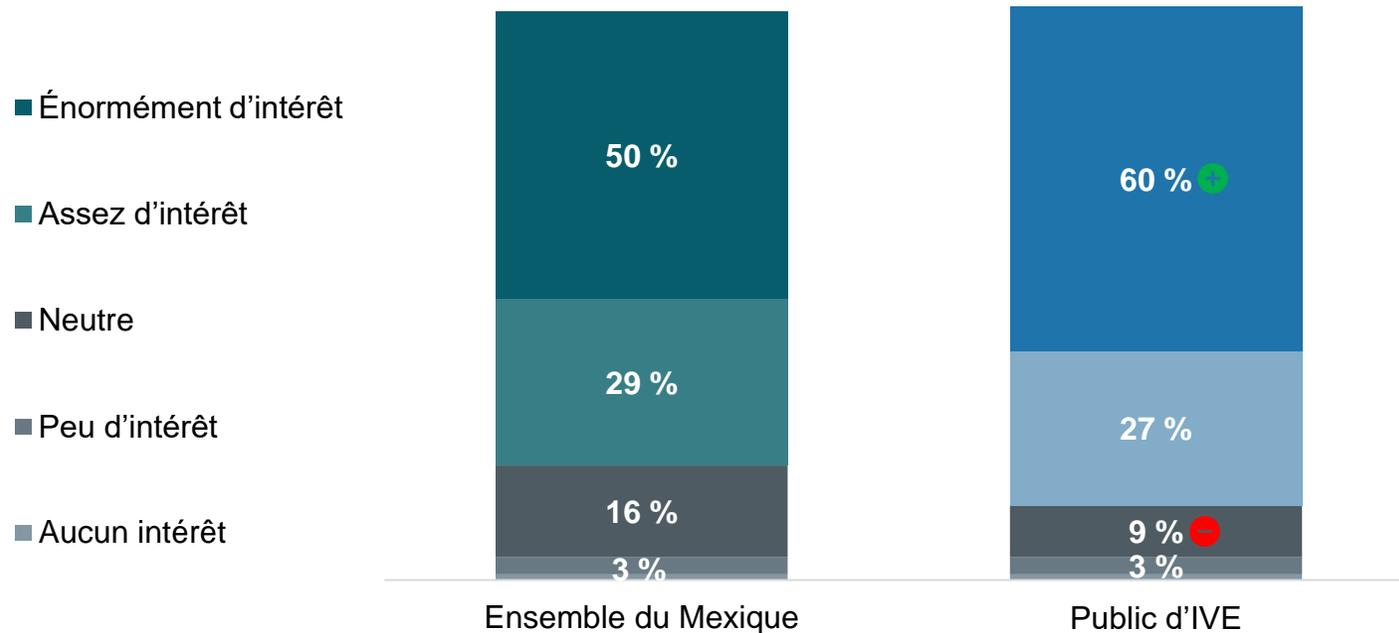
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

Intérêt pour les vacances d'automne

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

79 %

88 % +



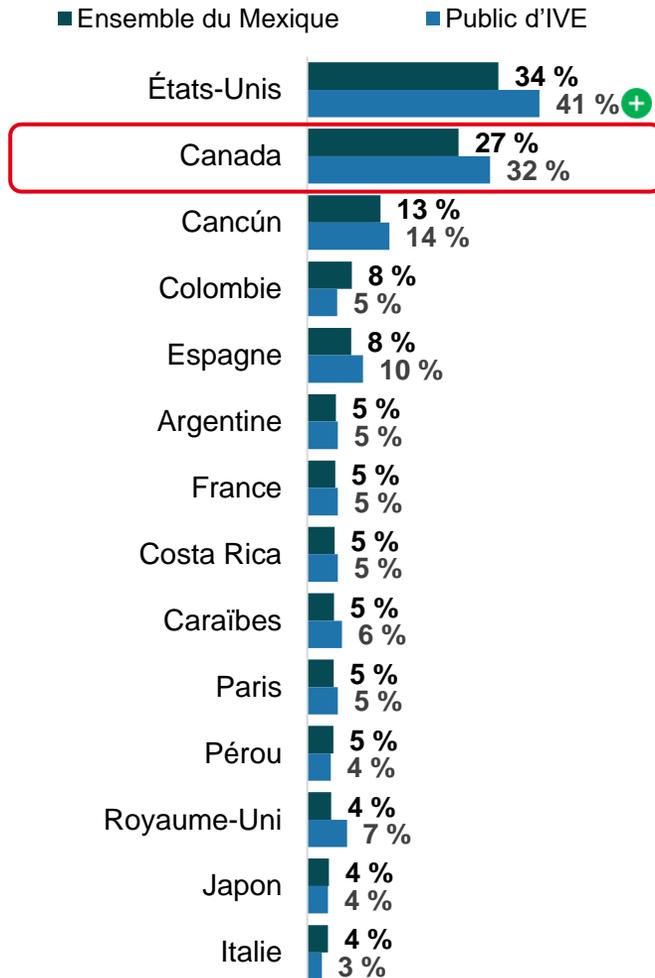
Description de la saison automnale

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

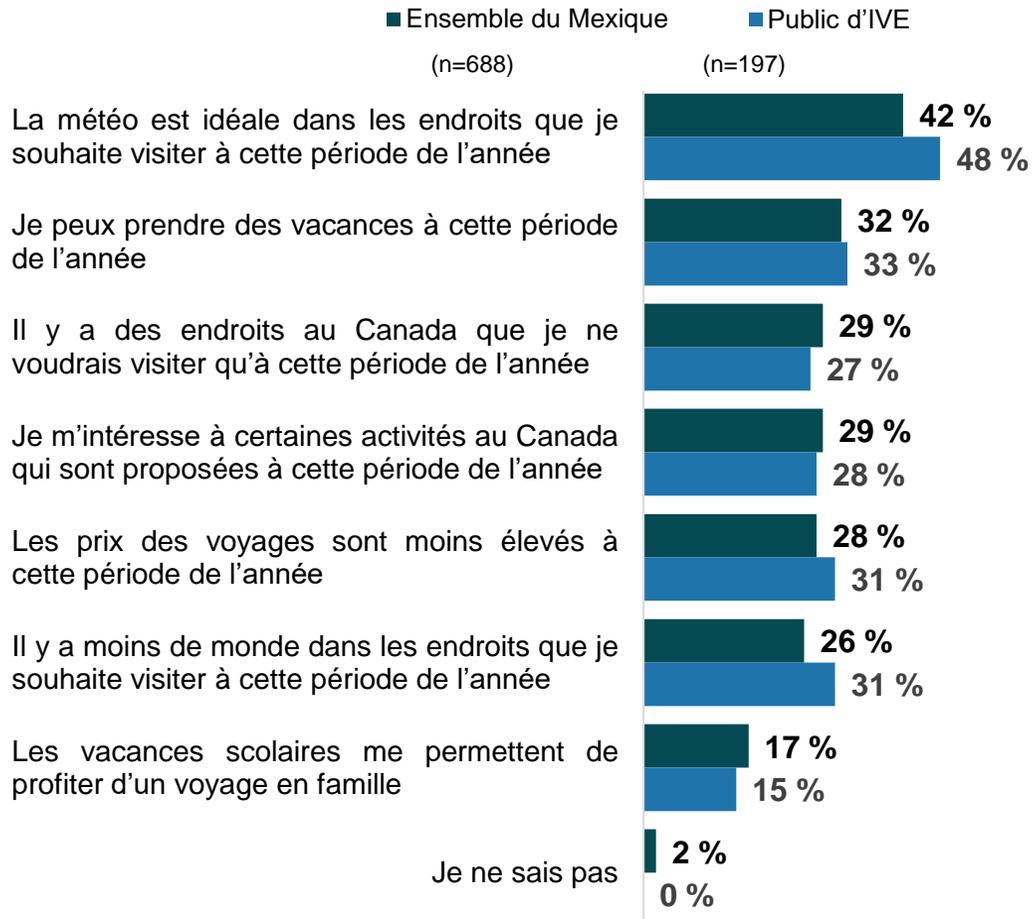
L'automne est la saison qui se trouve entre l'été et l'hiver. Dans la plupart des destinations, l'automne est souvent assez calme après un été bien chargé. Dans certaines destinations, les températures baissent et les feuilles des arbres se teintent de rouge, d'orange et de jaune avant de tomber. Bien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

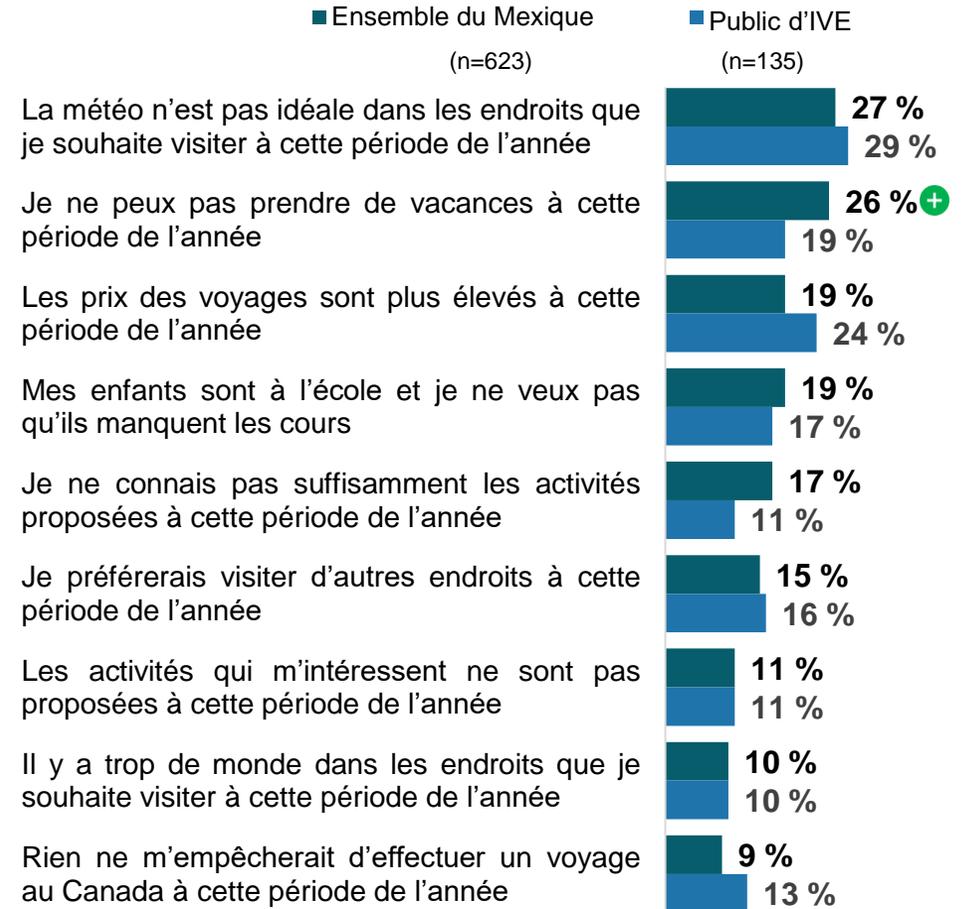
Remarque : Les personnes sondées ont été interrogées soit sur les voyages en hiver (questions B2 et D2), soit sur les voyages en automne (questions B3 et D3).
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=795]; IVE (n=188).
 B3. Quelles 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 du Mexique et de l'Amérique centrale.) [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

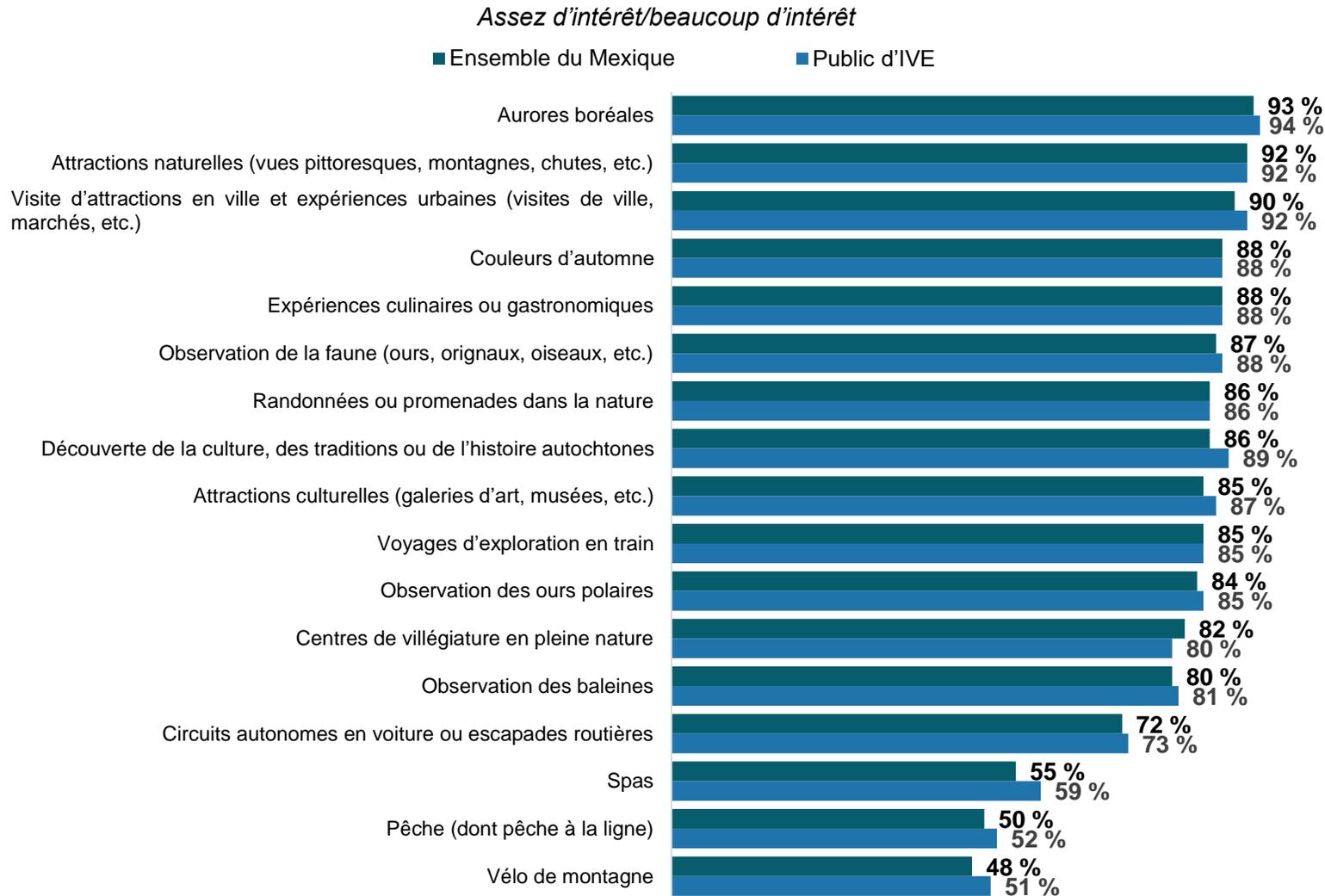


Base : Personnes rendues aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui envisagent de visiter le pays, une province ou un territoire en septembre, en octobre ou en novembre.
 E6a. Vous avez indiqué précédemment que vous envisagiez de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



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





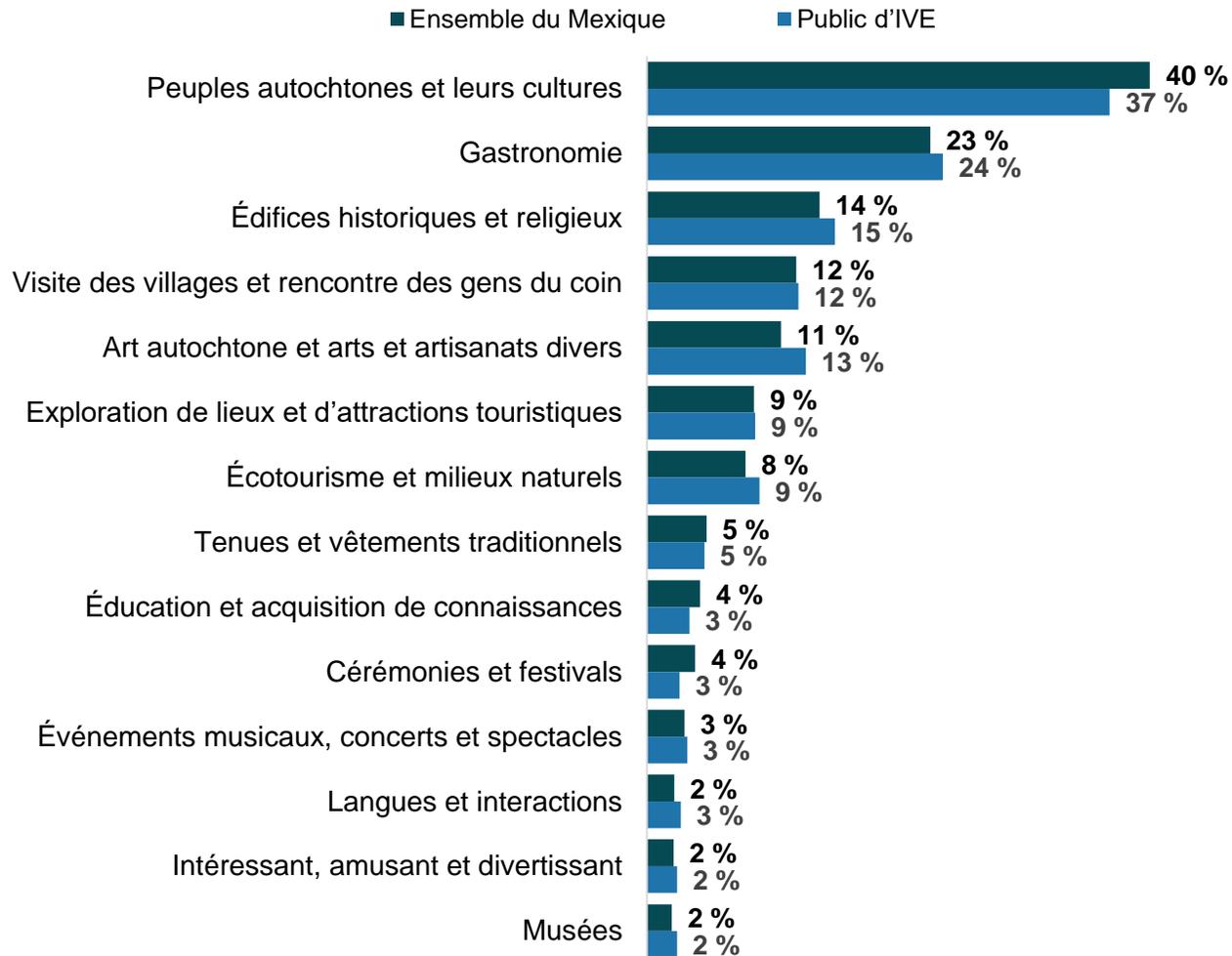
Tourisme autochtone



Colombie-Britannique



Mentions spontanées – Activités culturelles et touristiques autochtones



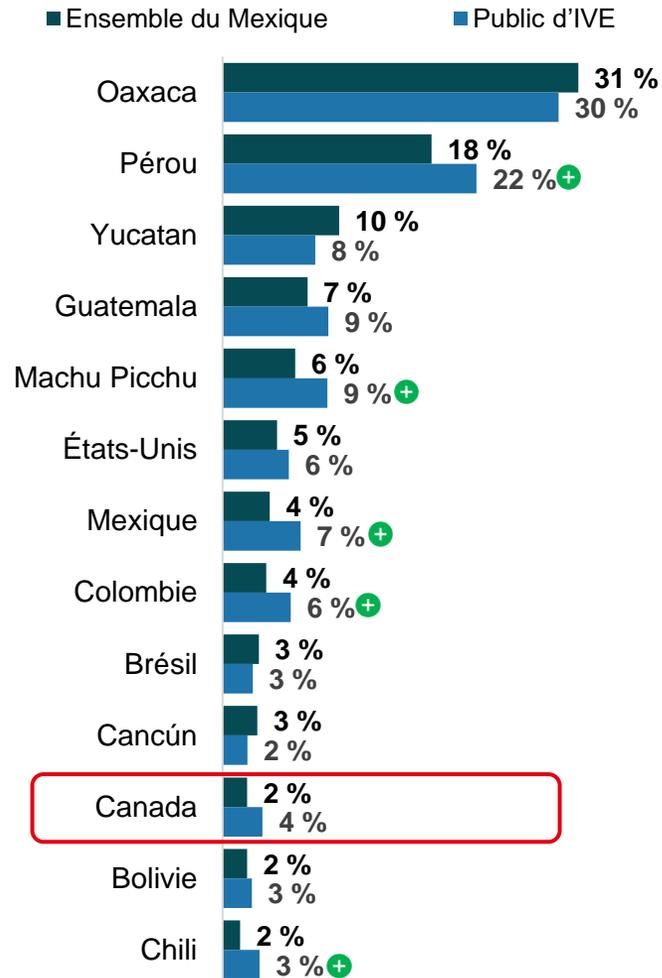
Description des peuples autochtones

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)

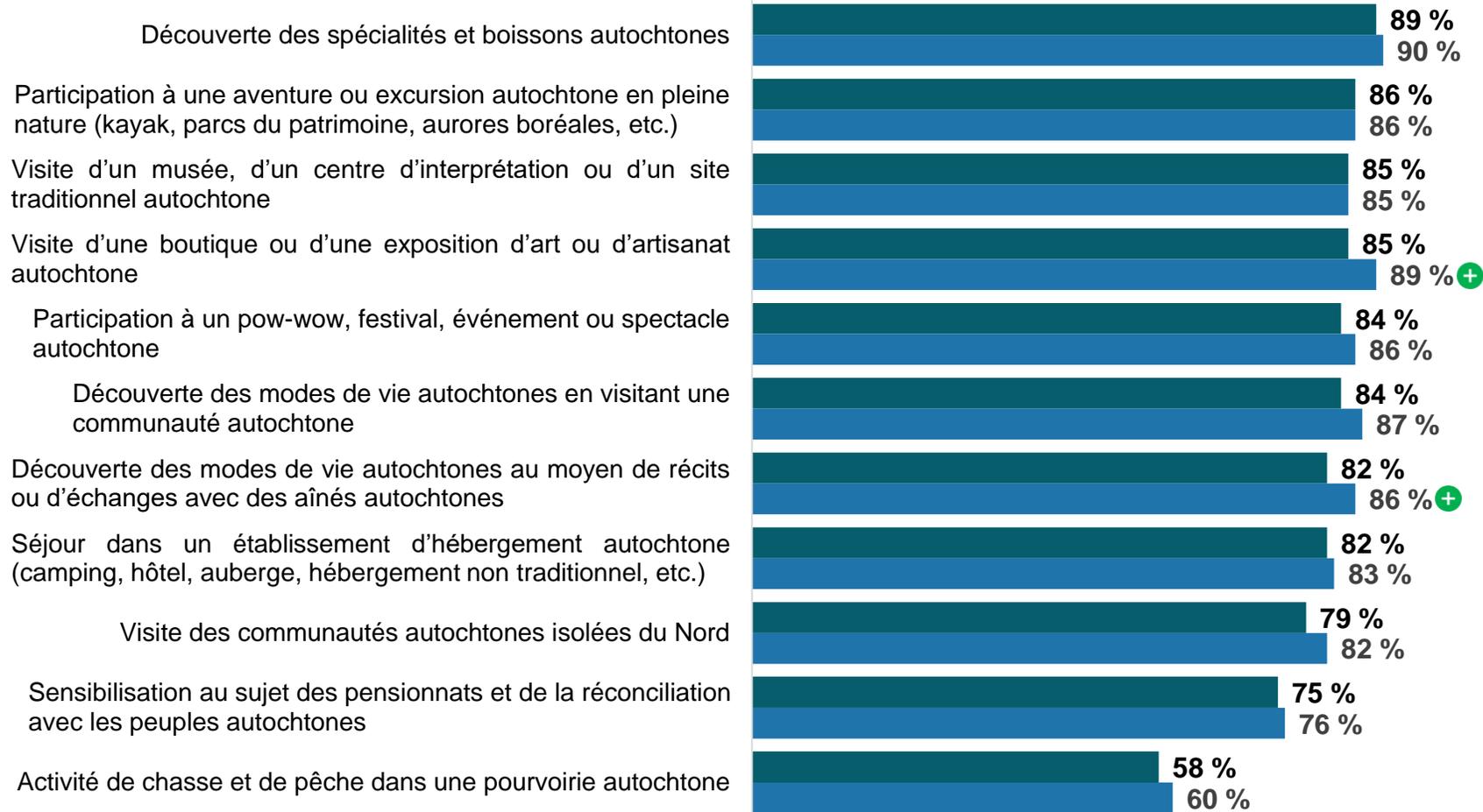


Intérêt pour les activités culturelles et touristiques autochtones



Assez d'intérêt/beaucoup d'intérêt

■ Ensemble du Mexique ■ 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)





Voyage récent



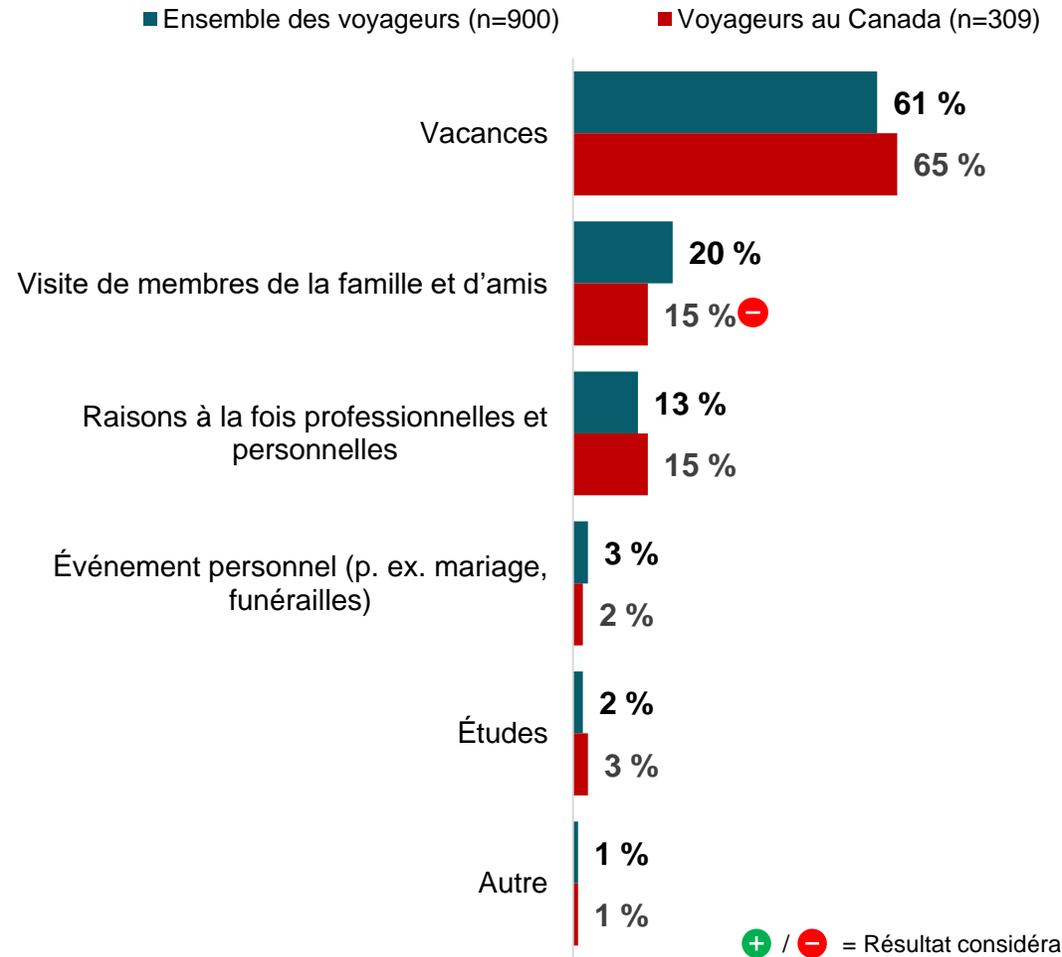
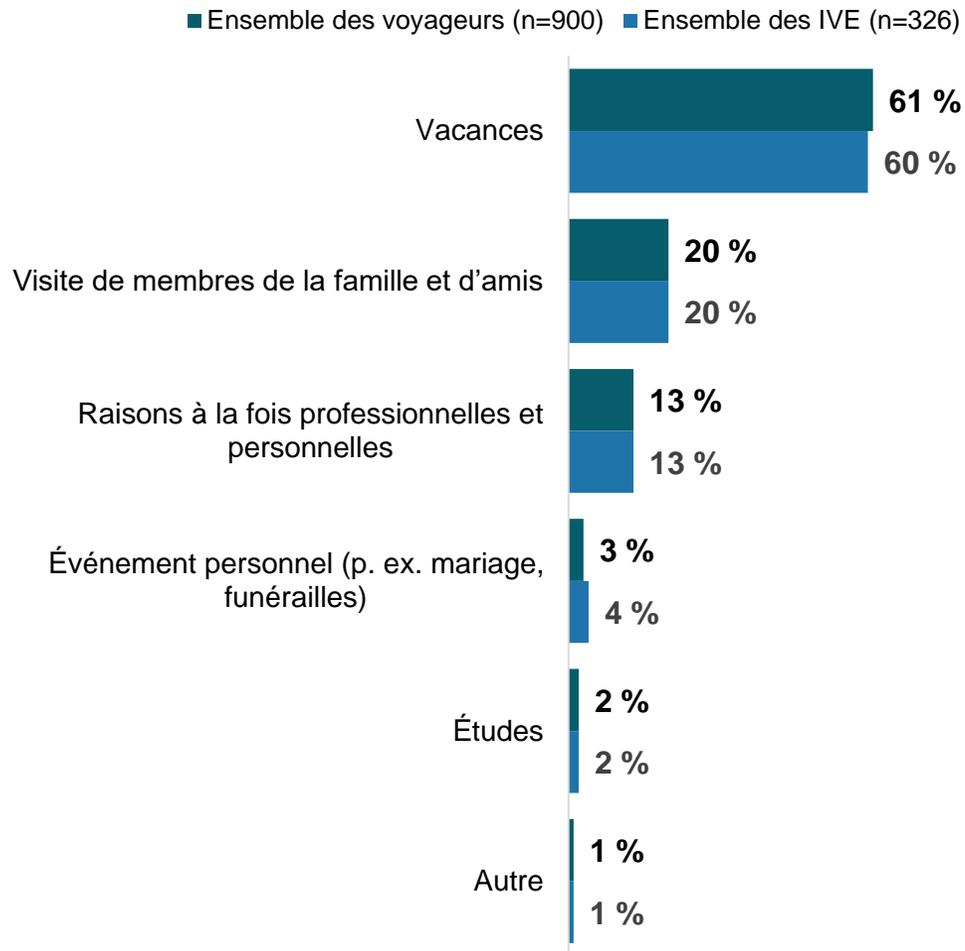
 Lac Louise
Alberta



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)



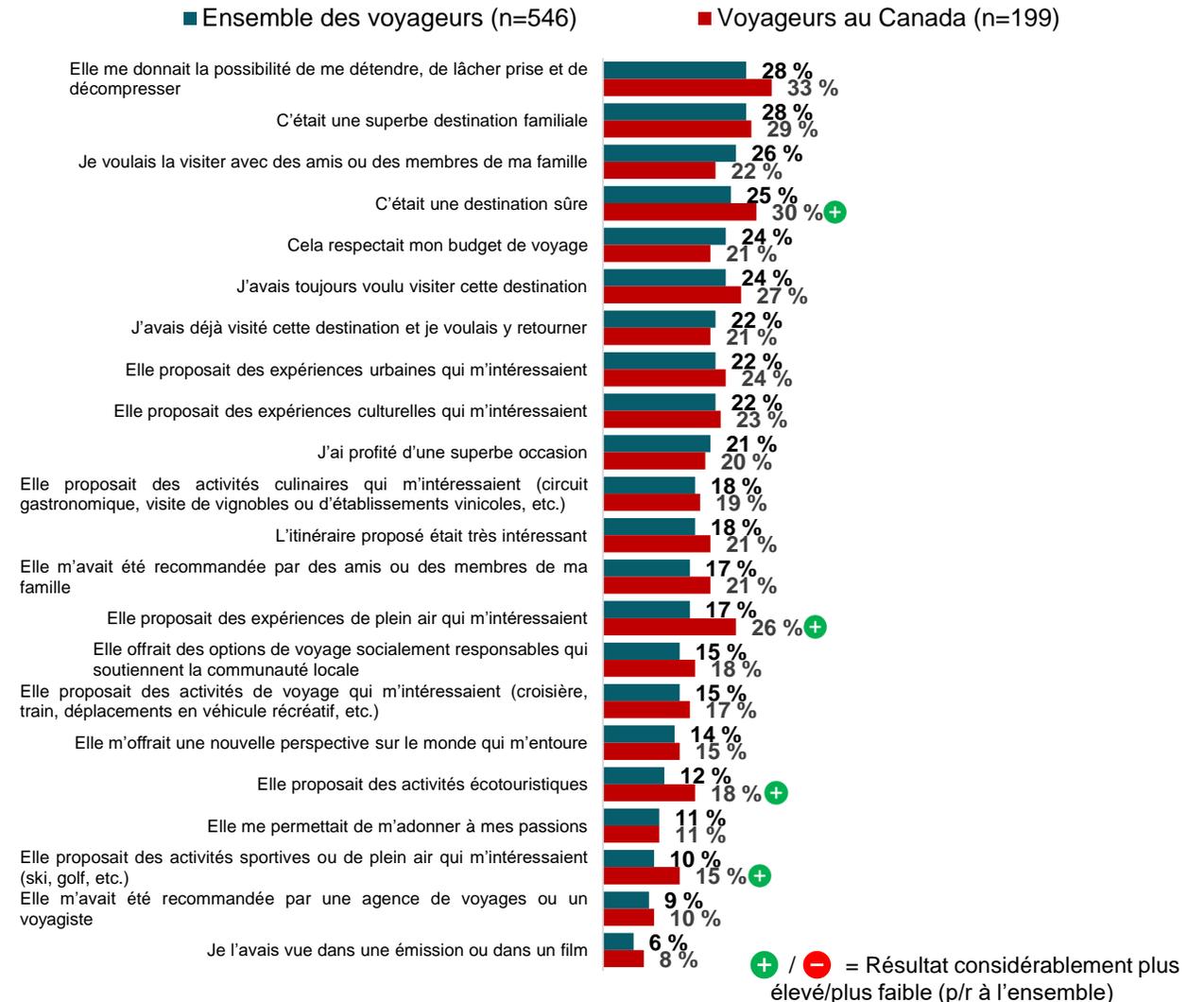
Facteurs de choix de la destination d'un voyage récent



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



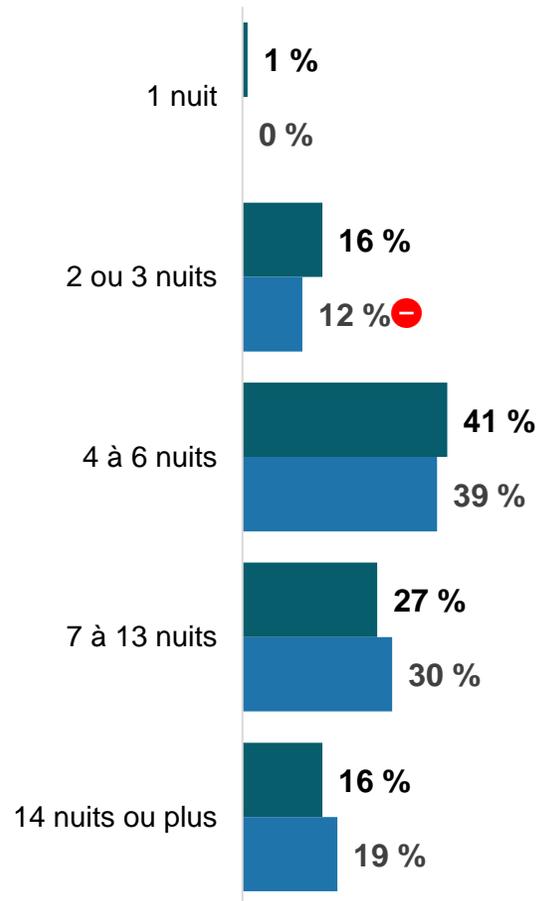
Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada



Nombre de nuits d'un voyage récent

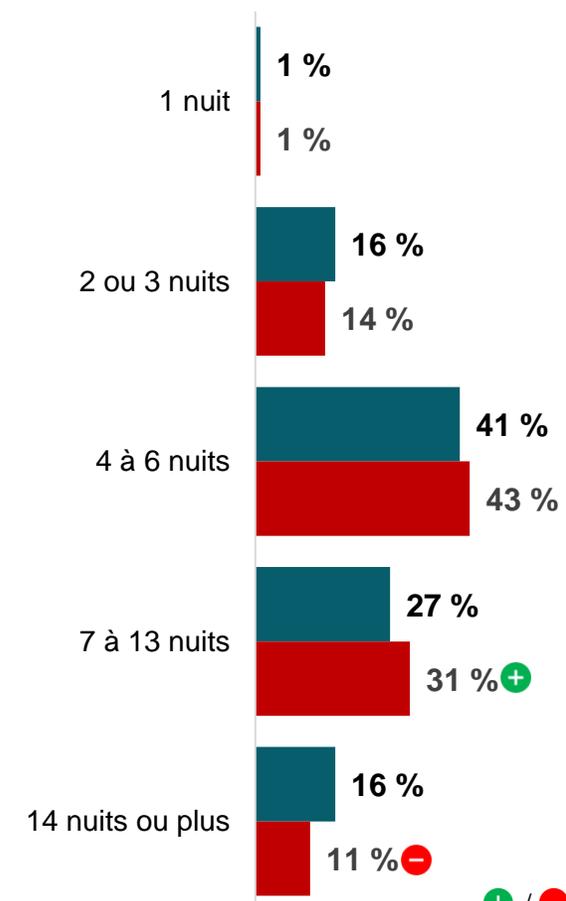
Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des IVE toutes destinations confondues

■ Ensemble des voyageurs (n=900) ■ Ensemble des IVE (n=326)



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

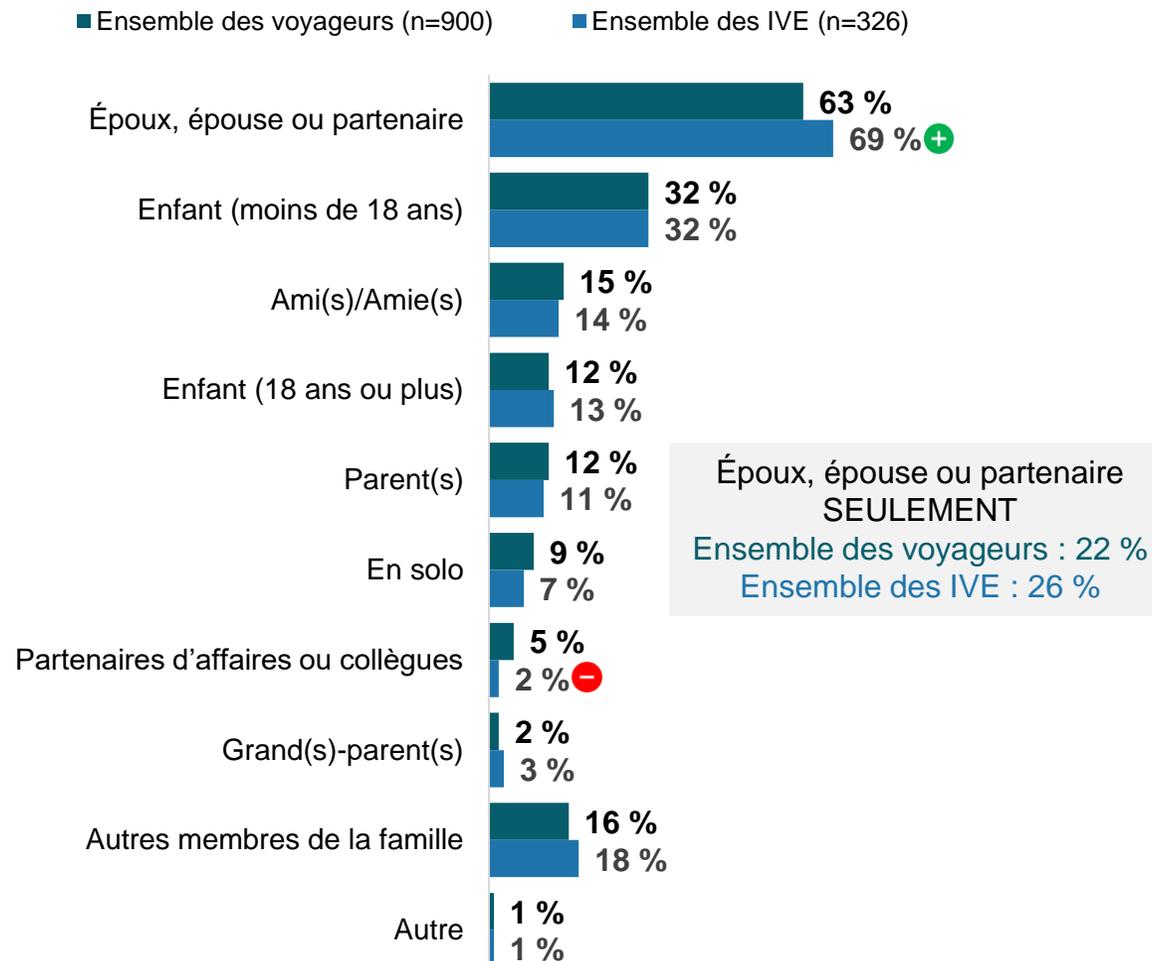
■ Ensemble des voyageurs (n=900) ■ Voyageurs au Canada (n=309)



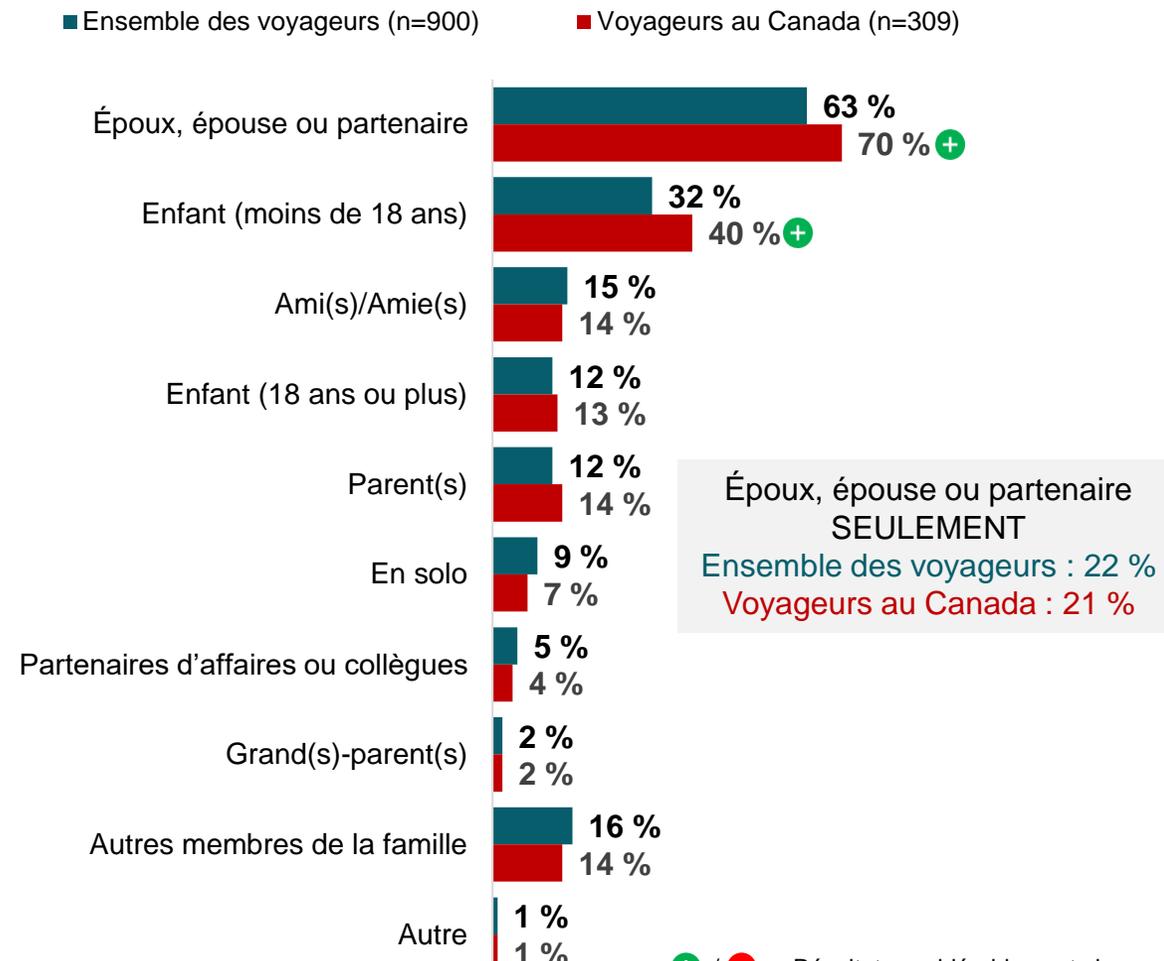
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

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

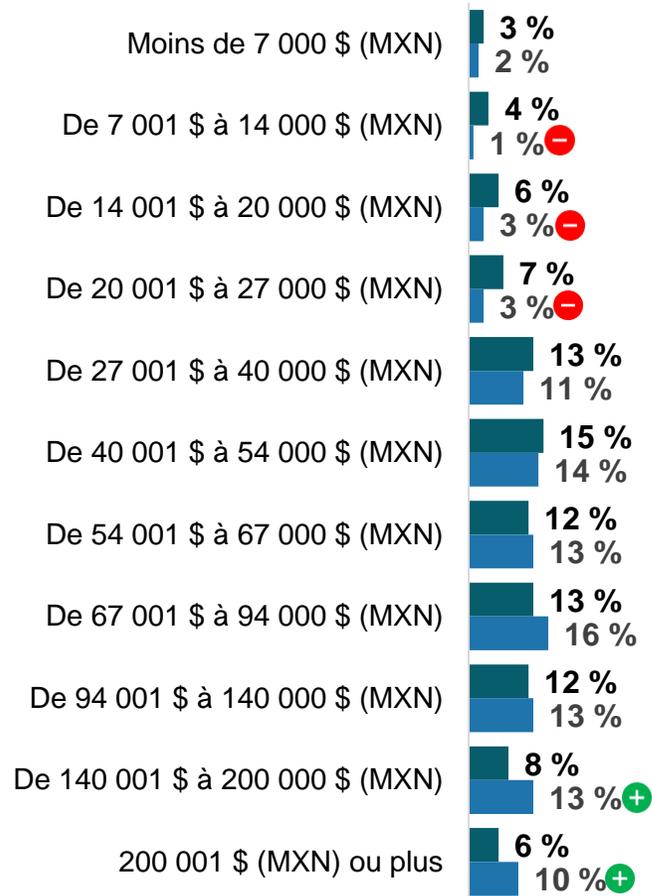


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

Dépenses lors d'un voyage récent

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

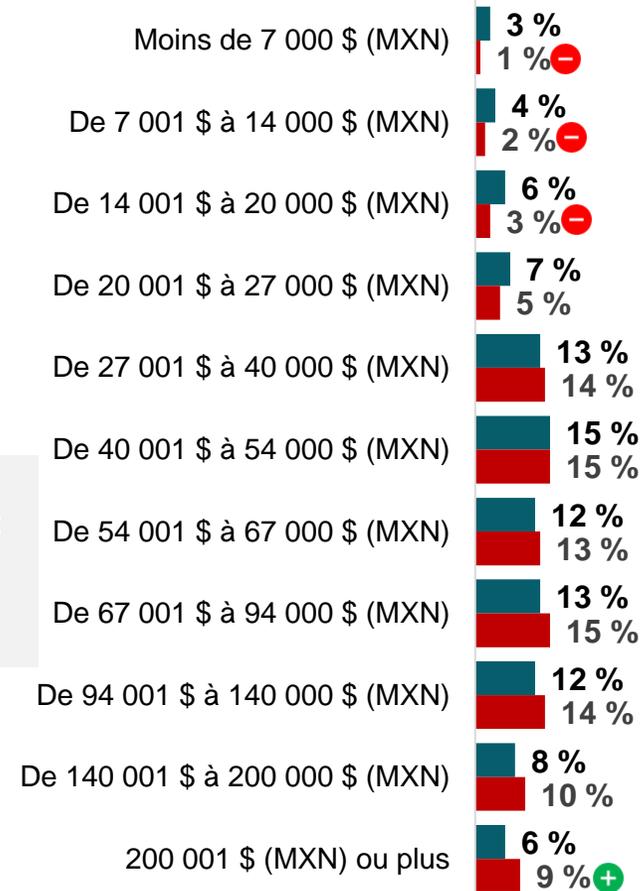
■ Ensemble des voyageurs (n=900) ■ Ensemble des IVE (n=326)



Dépenses moyennes
 Ensemble des voyageurs :
 77 251 \$ (MXN)
 Ensemble des IVE :
 98 526 \$ (MXN) +

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

■ Ensemble des voyageurs (n=900) ■ Voyageurs au Canada (n=309)



Dépenses moyennes
 Ensemble des voyageurs :
 77 251 \$ (MXN)
 Voyageurs au Canada :
 90 752 \$ (MXN) +

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



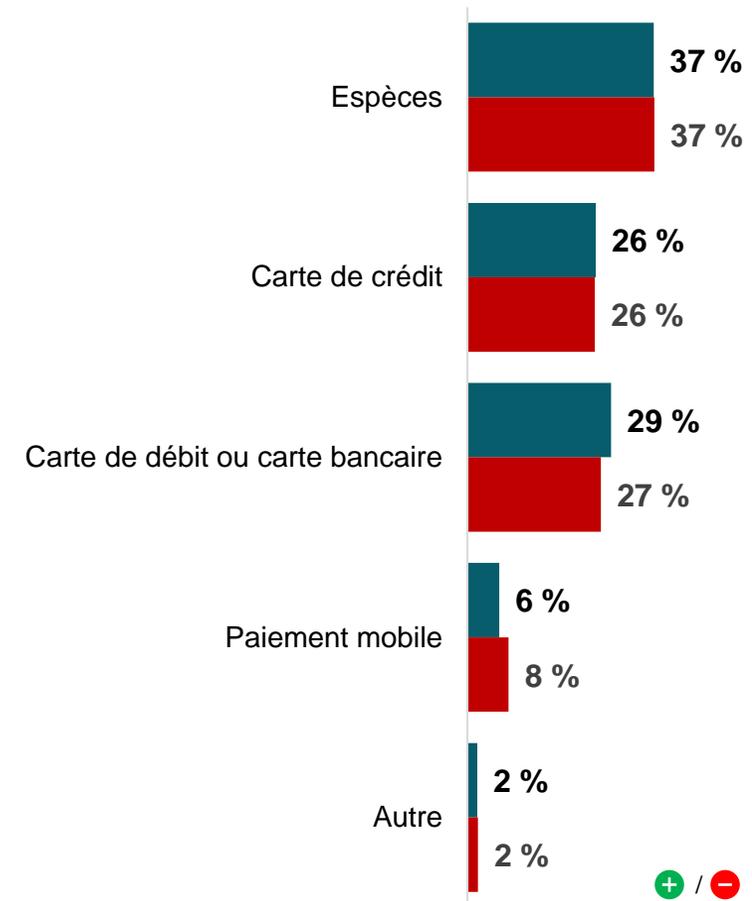
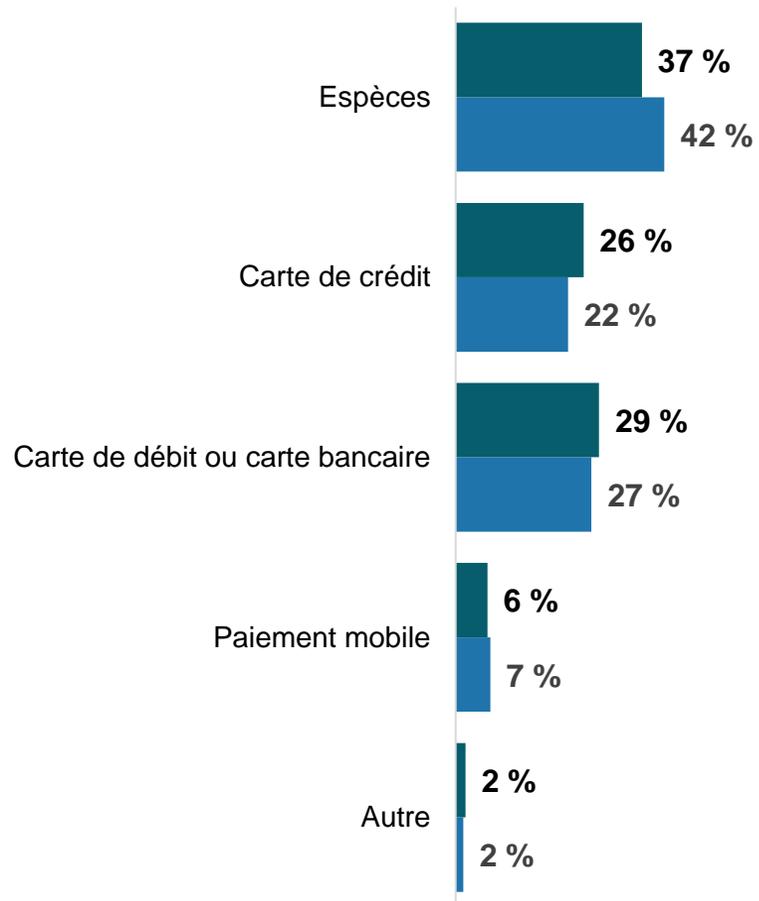
Modes de paiement lors d'un voyage récent

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

■ Ensemble des voyageurs (n=900) ■ Ensemble des IVE (n=326)

■ Ensemble des voyageurs (n=900) ■ Voyageurs au Canada (n=309)



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



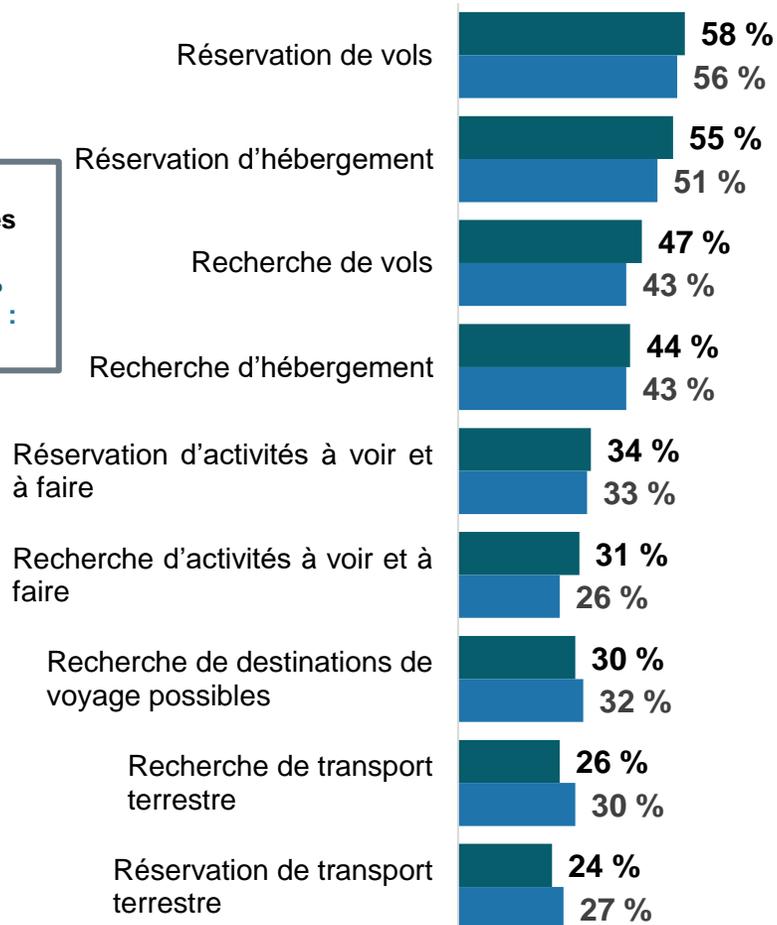
Recours à une agence de voyages ou à un voyageur lors d'un voyage récent



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

■ Ensemble des voyageurs (n=387) ■ Ensemble des IVE (n=155)

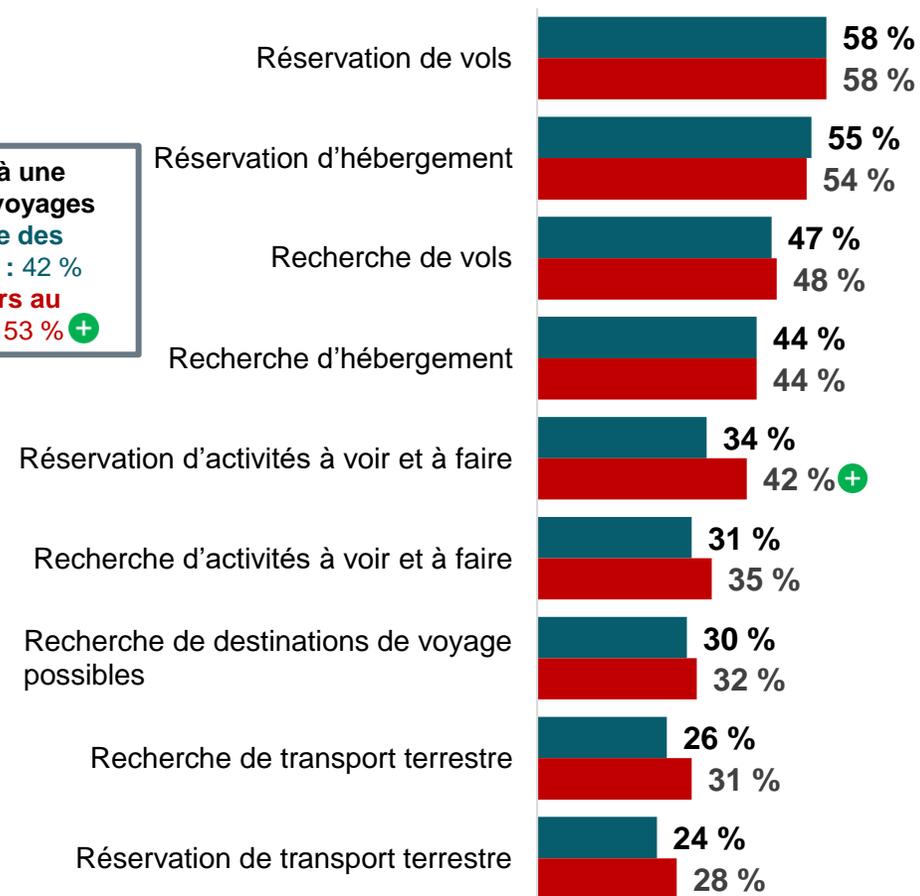
Recours à une agence de voyages
Ensemble des voyageurs : 42 %
Ensemble des IVE : 44 %



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

■ Ensemble des voyageurs (n=387) ■ Voyageurs au Canada (n=173)

Recours à une agence de voyages
Ensemble des voyageurs : 42 %
Voyageurs au Canada : 53 % +



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=387); IVE (n=155); voyageurs au Canada (n=173).

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 Mundo Joven ou Viajes El Corte Inglés; les services de réservation en ligne comme Despegar ou BestDay 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)

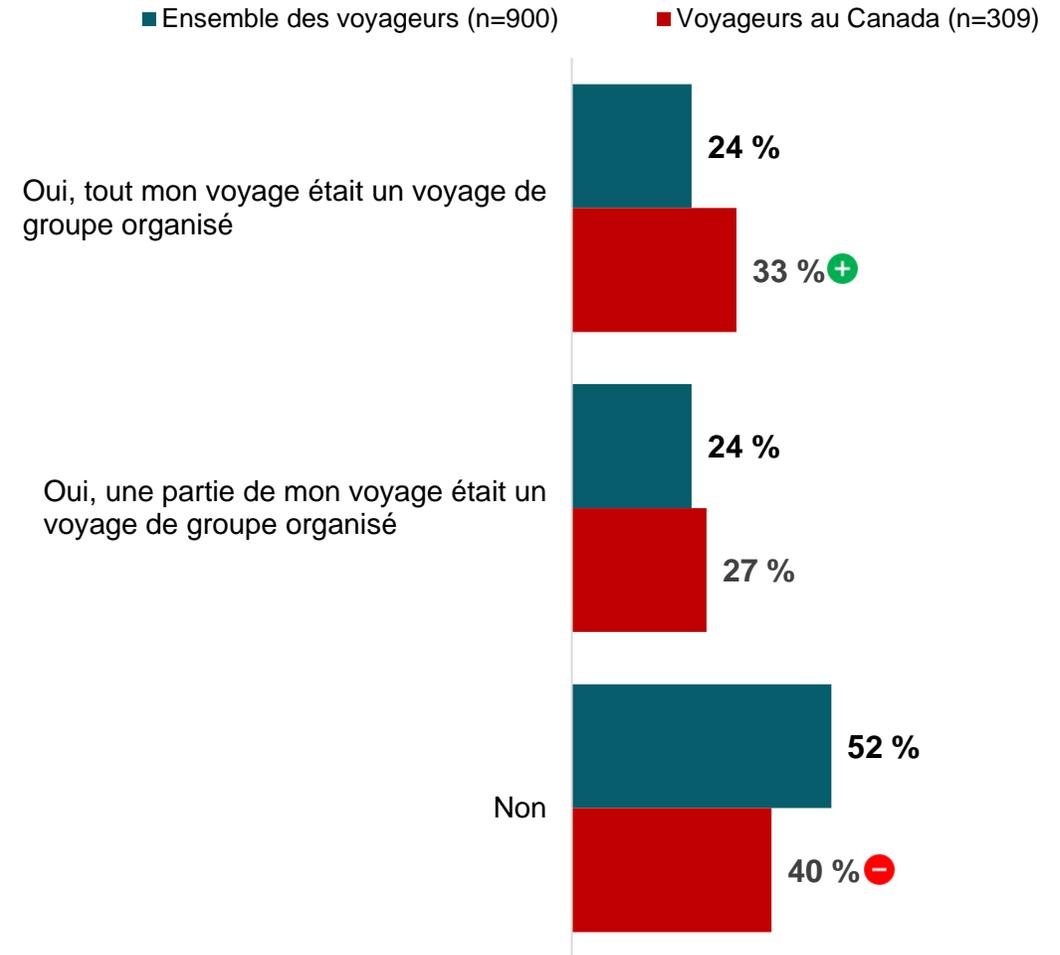
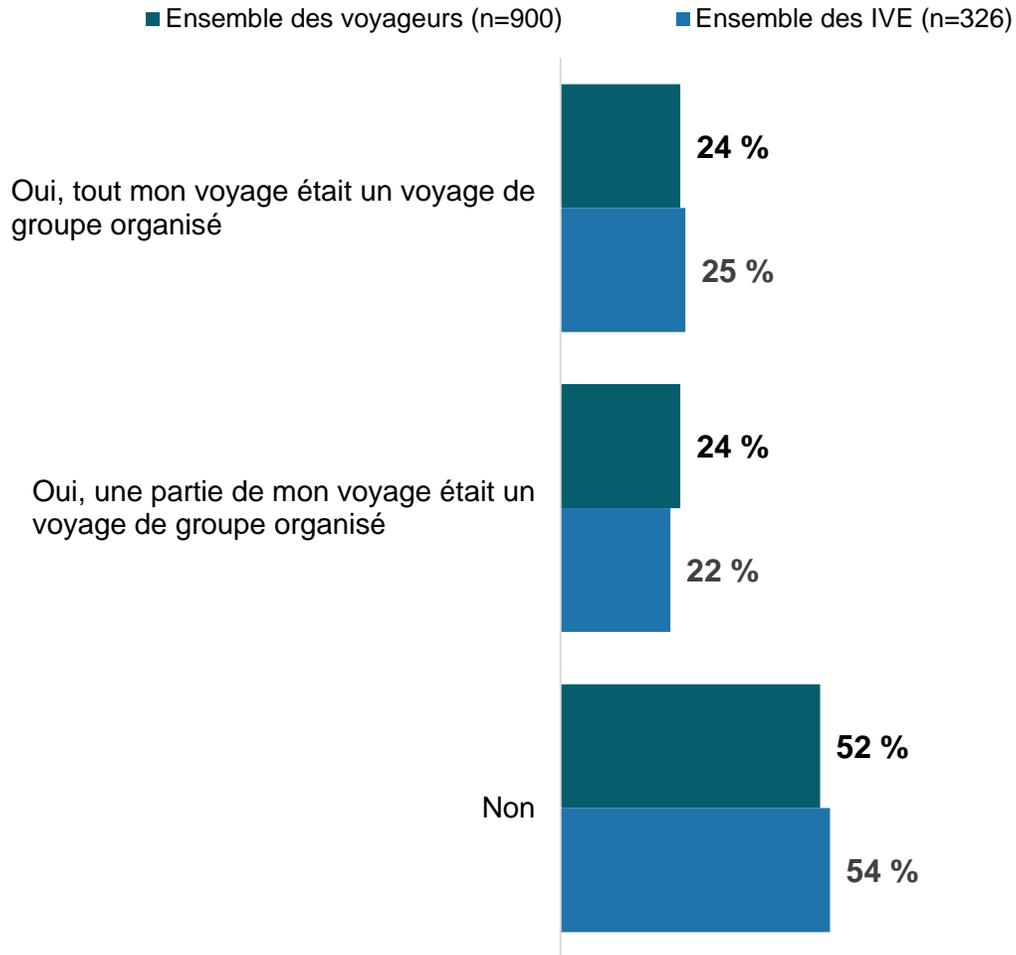


Voyage récent en groupe organisé (en tout ou en partie)



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



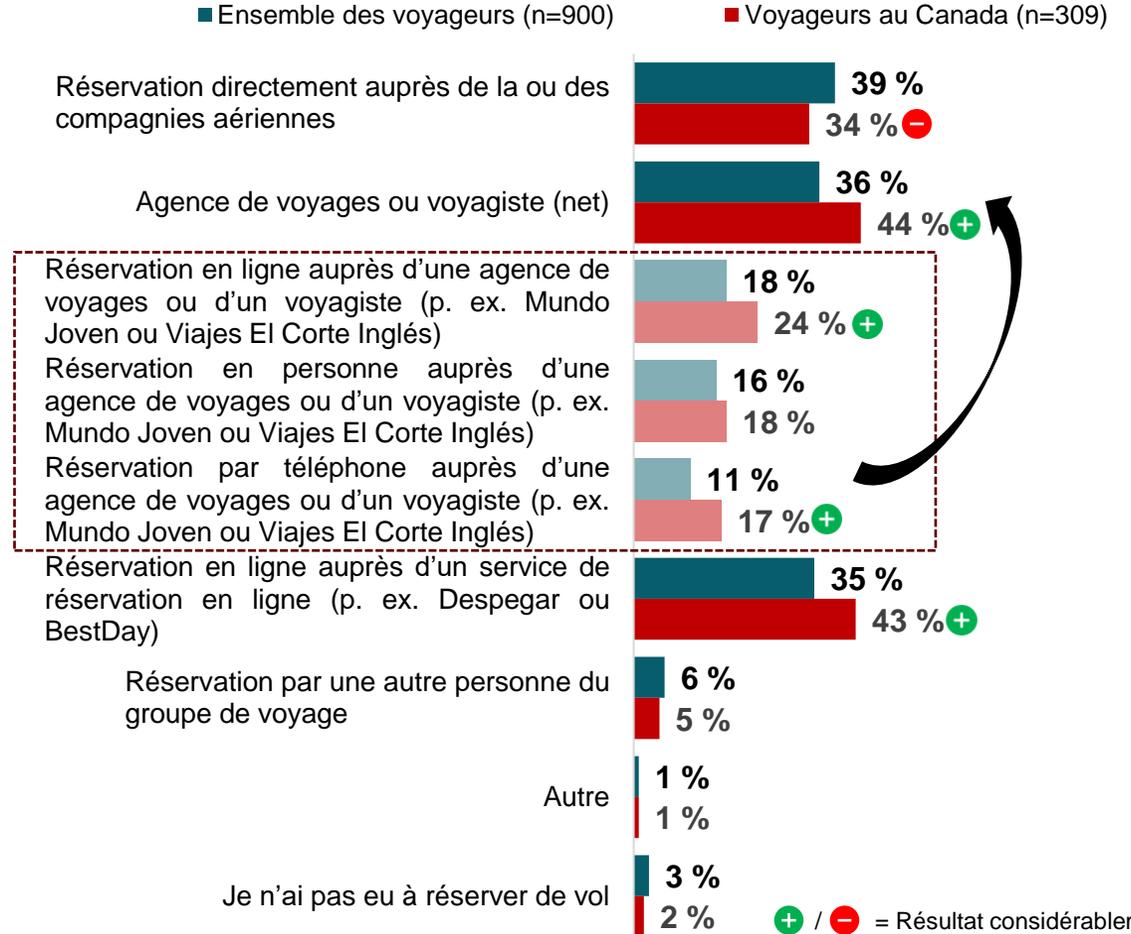
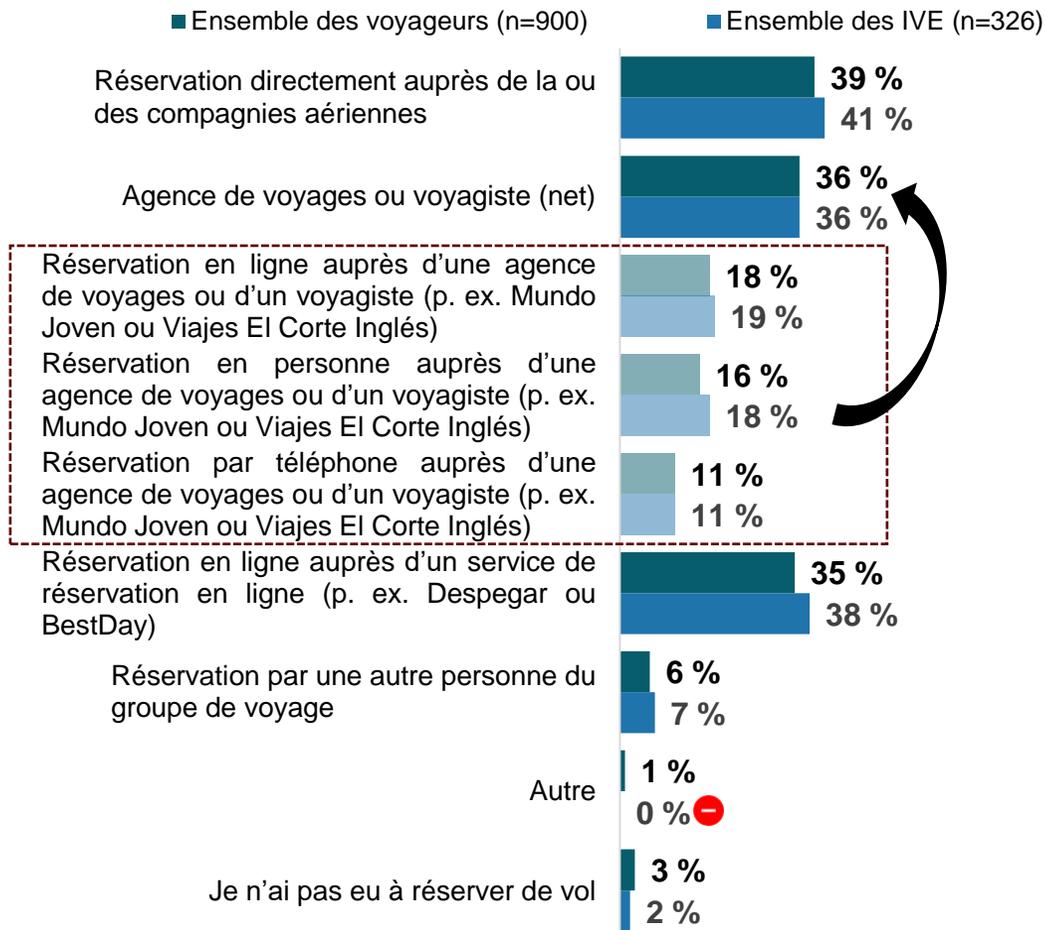
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



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



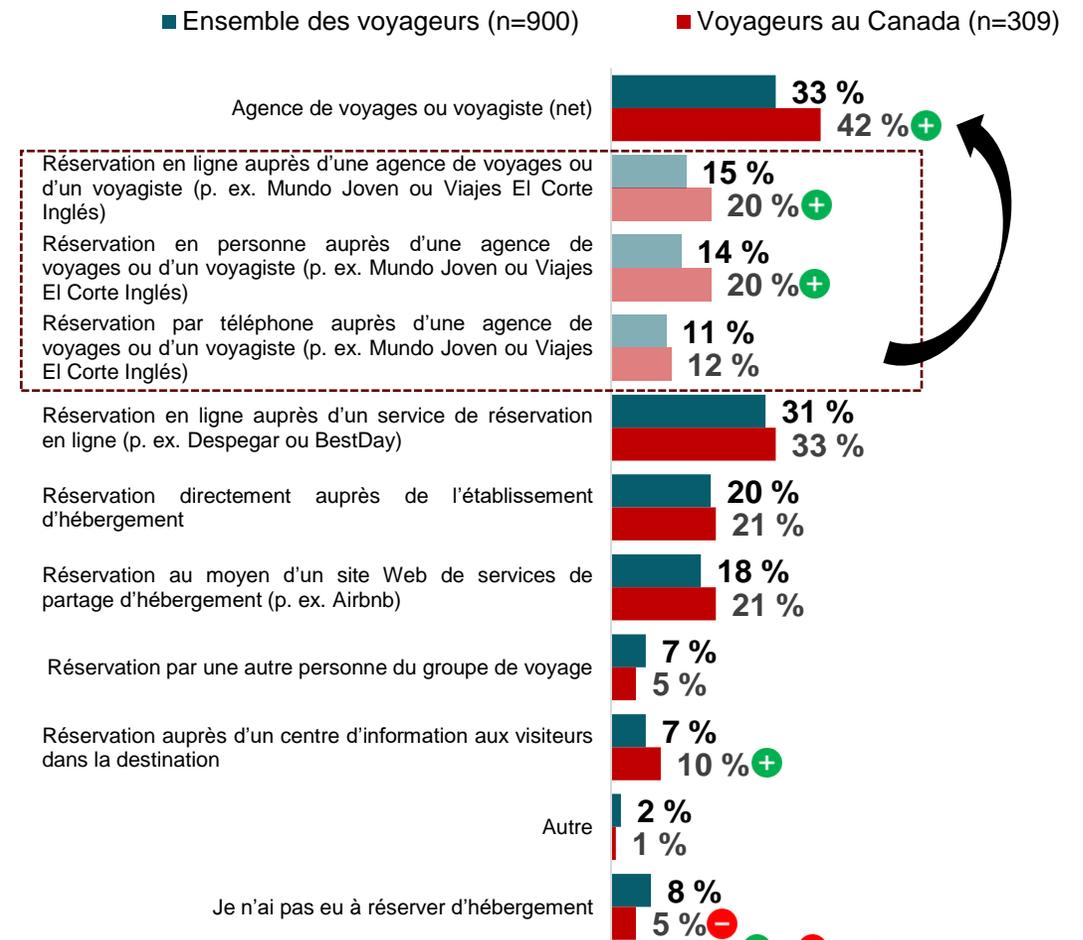
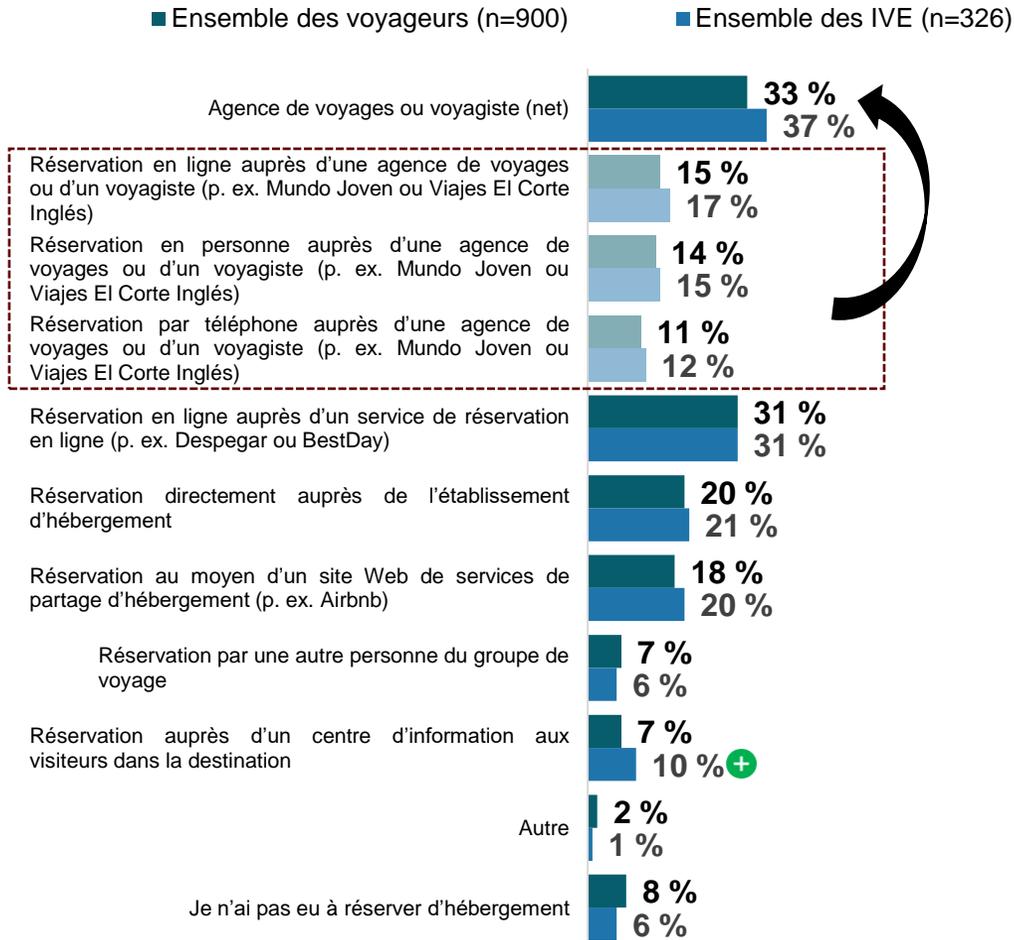
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



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



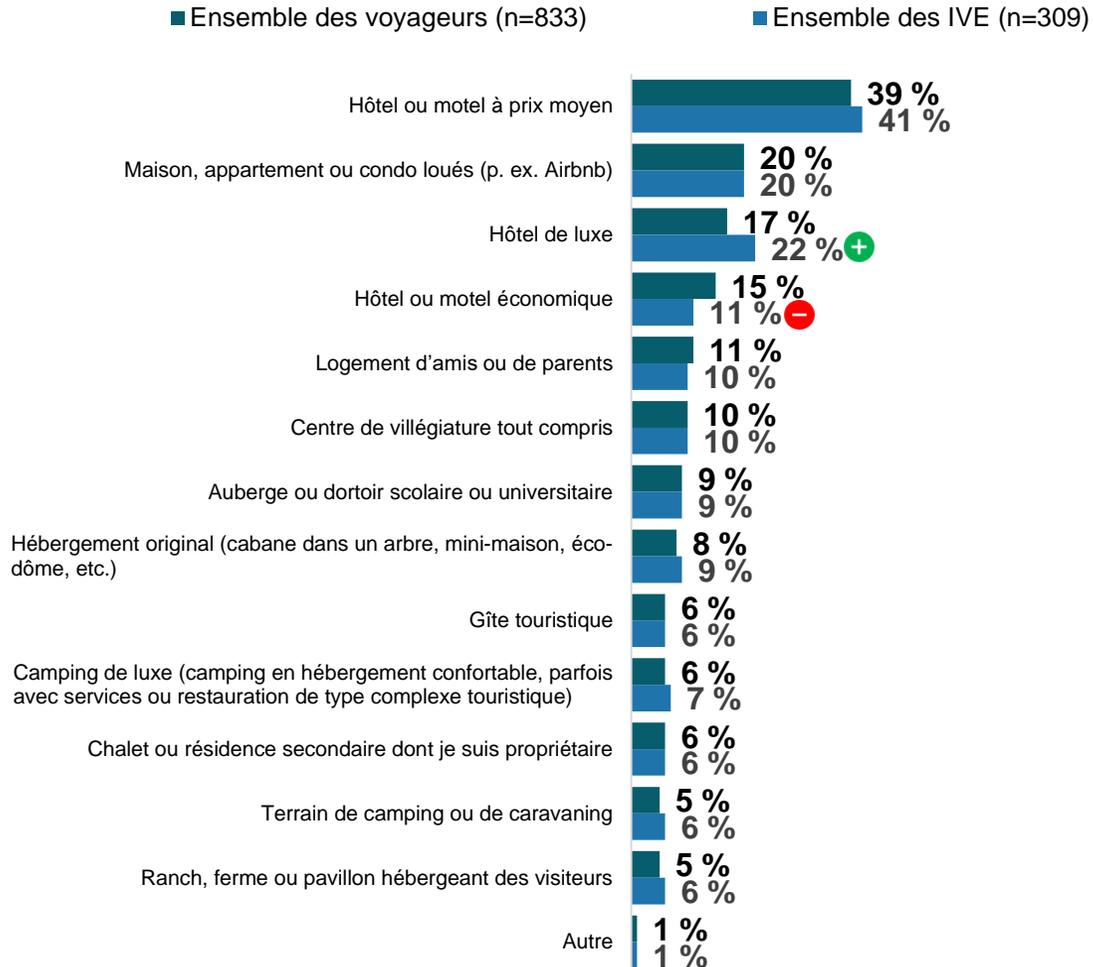
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



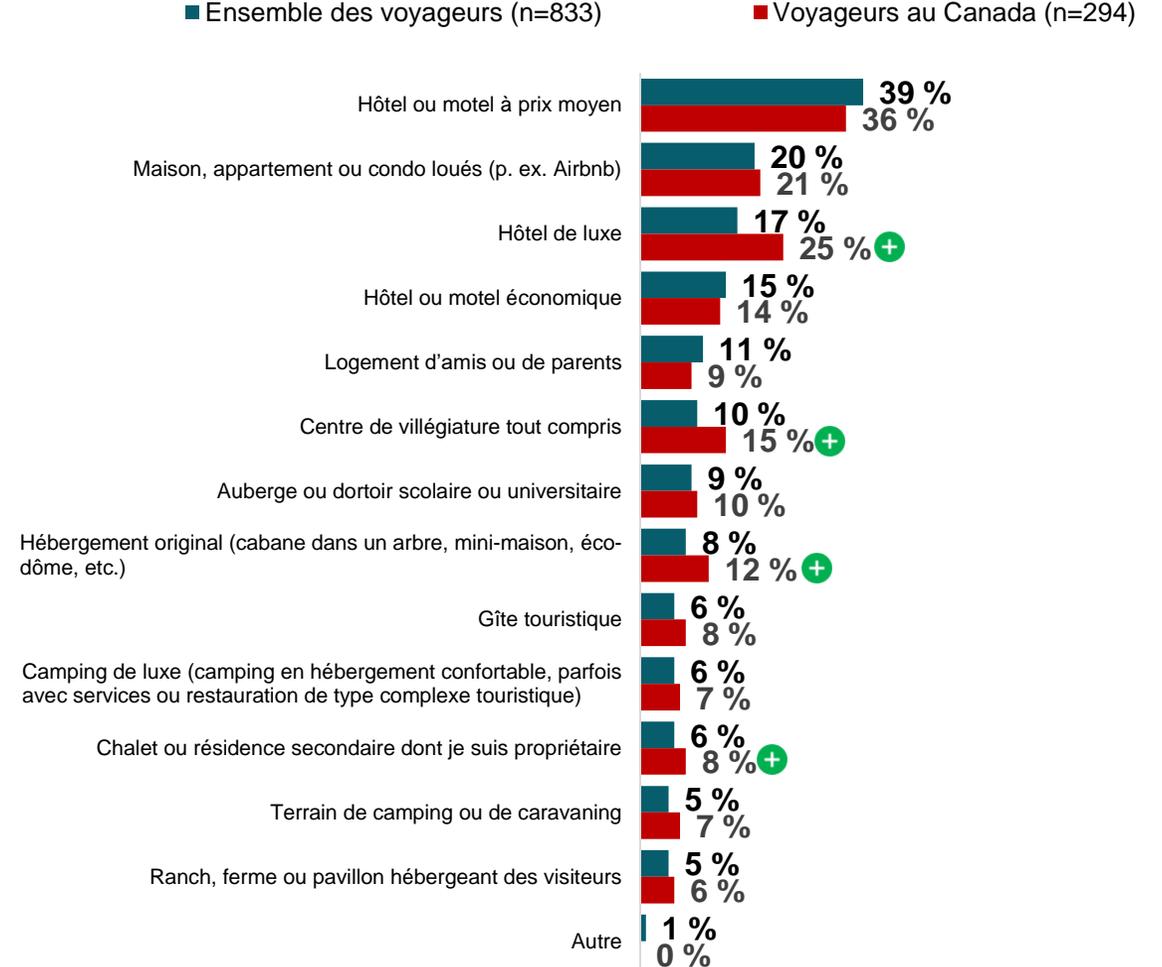
Type d'établissement d'hébergement lors d'un voyage récent



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



+ / - = 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

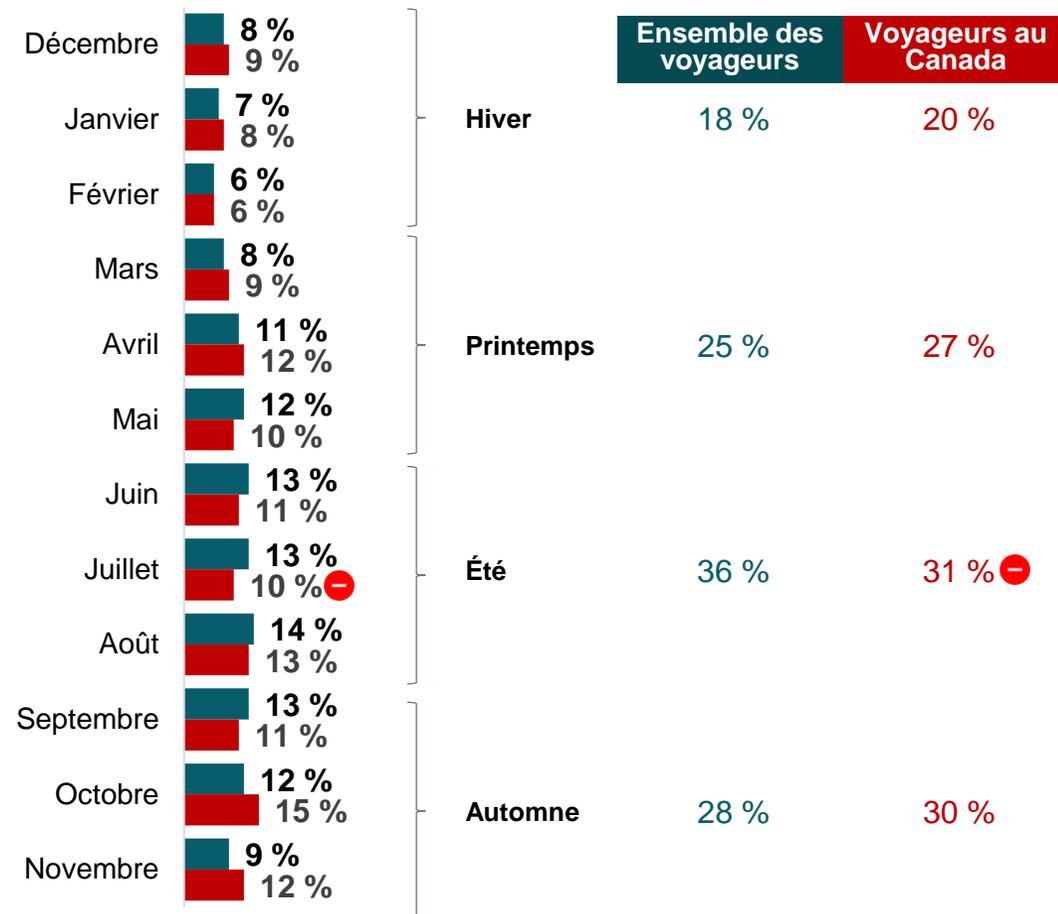
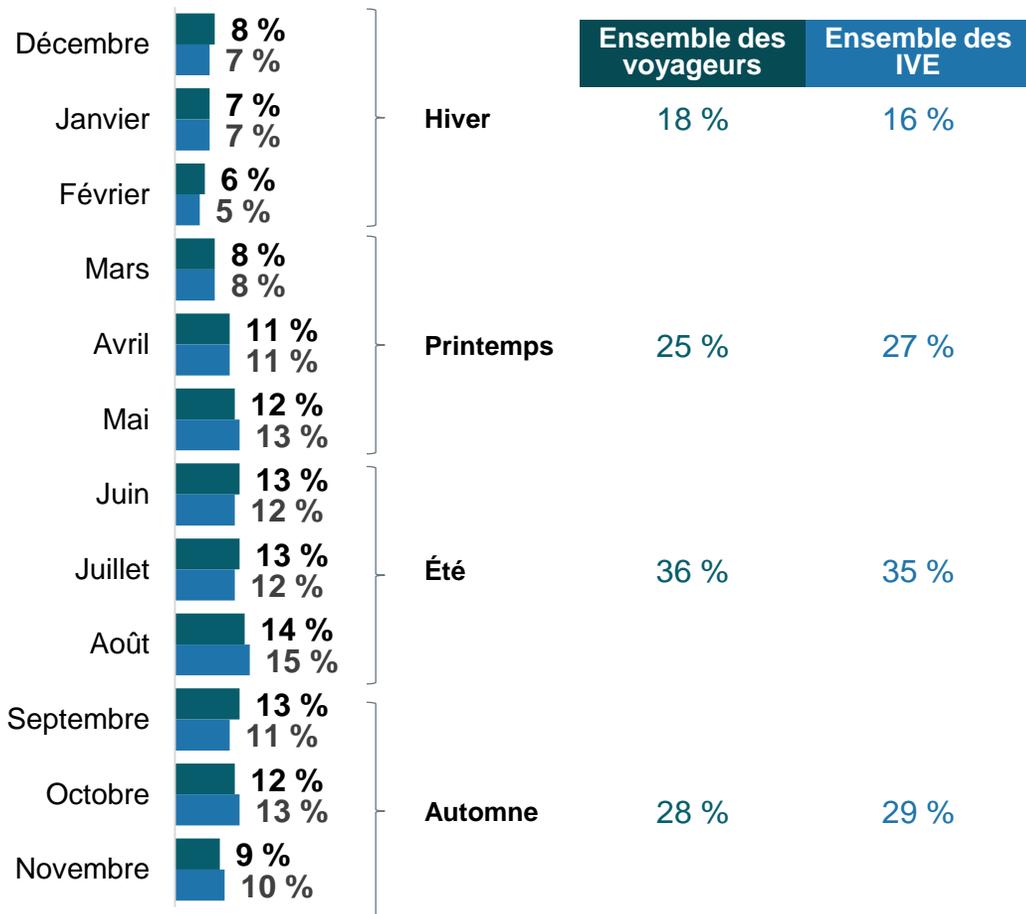
Ensemble des voyageurs toutes destinations confondues et ensemble des voyageurs au Canada

■ Ensemble des voyageurs (n=900)

■ Ensemble des IVE (n=326)

■ Ensemble des voyageurs (n=900)

■ Voyageurs au Canada (n=309)



+ / - = 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=309)	Ensemble des IVE (n=133)
Promenades dans la nature	Promenades dans la nature
Goûter aux spécialités et aux boissons du coin	Goûter aux spécialités et aux boissons du coin
Restaurants de fine cuisine	Marchés locaux (marchés publics, marchés fermiers, marchés nocturnes, etc.)
Achat de vêtements et de chaussures	Restaurants de fine cuisine
Parcs naturels	Visites guidées de ville
Marchés locaux (marchés publics, marchés fermiers, marchés nocturnes, etc.)	Parcs naturels
Attractions naturelles (vues pittoresques, montagnes, chutes, etc.)	Achat de vêtements et de chaussures
Vie nocturne	Visites guidées dans la nature
Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage	Galeries d'art ou musées
Espaces verts urbains comme les parcs et jardins	Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage

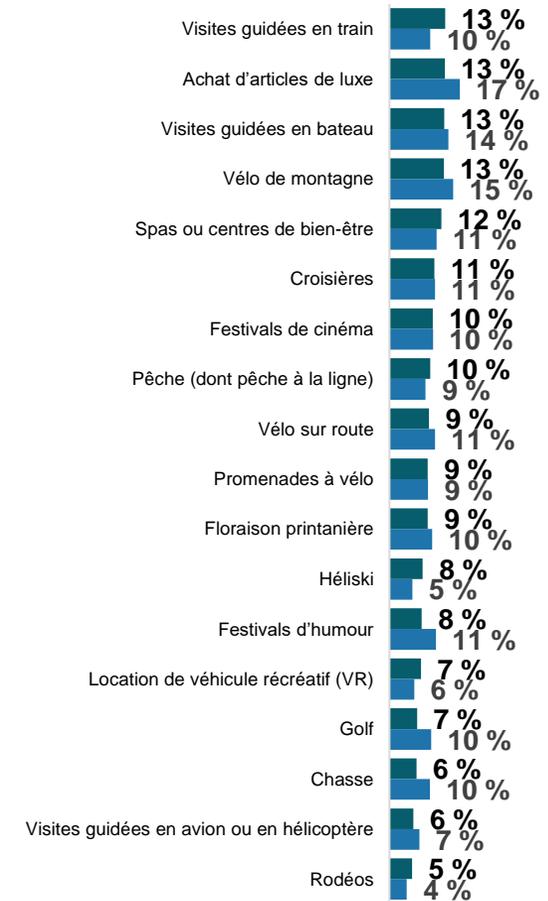
+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)



Activités pratiquées lors d'un voyage récent au Canada



■ Ensemble des voyageurs ■ Ensemble des IVE

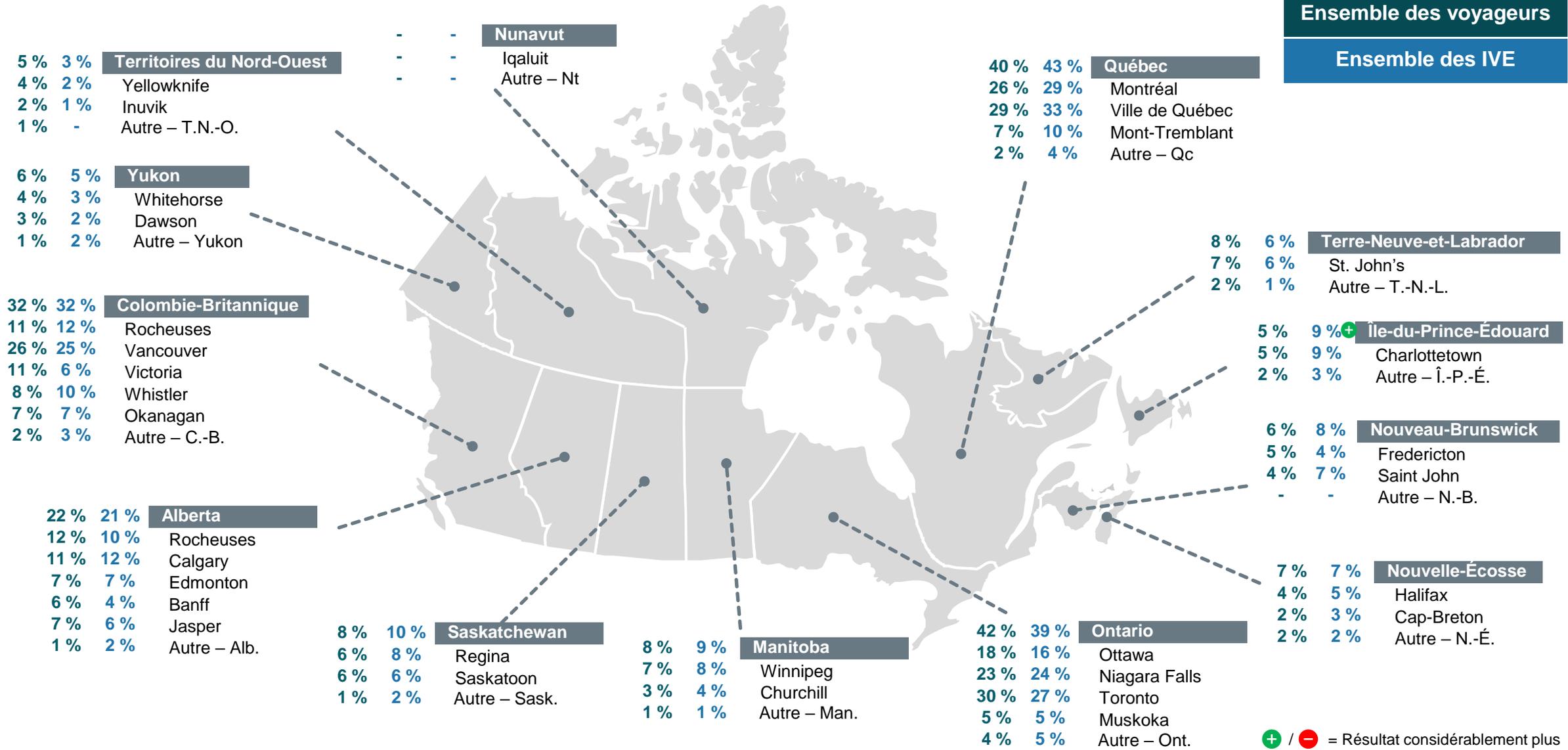


+ / - = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (p/r à l'ensemble)

Destinations canadiennes visitées lors d'un voyage récent



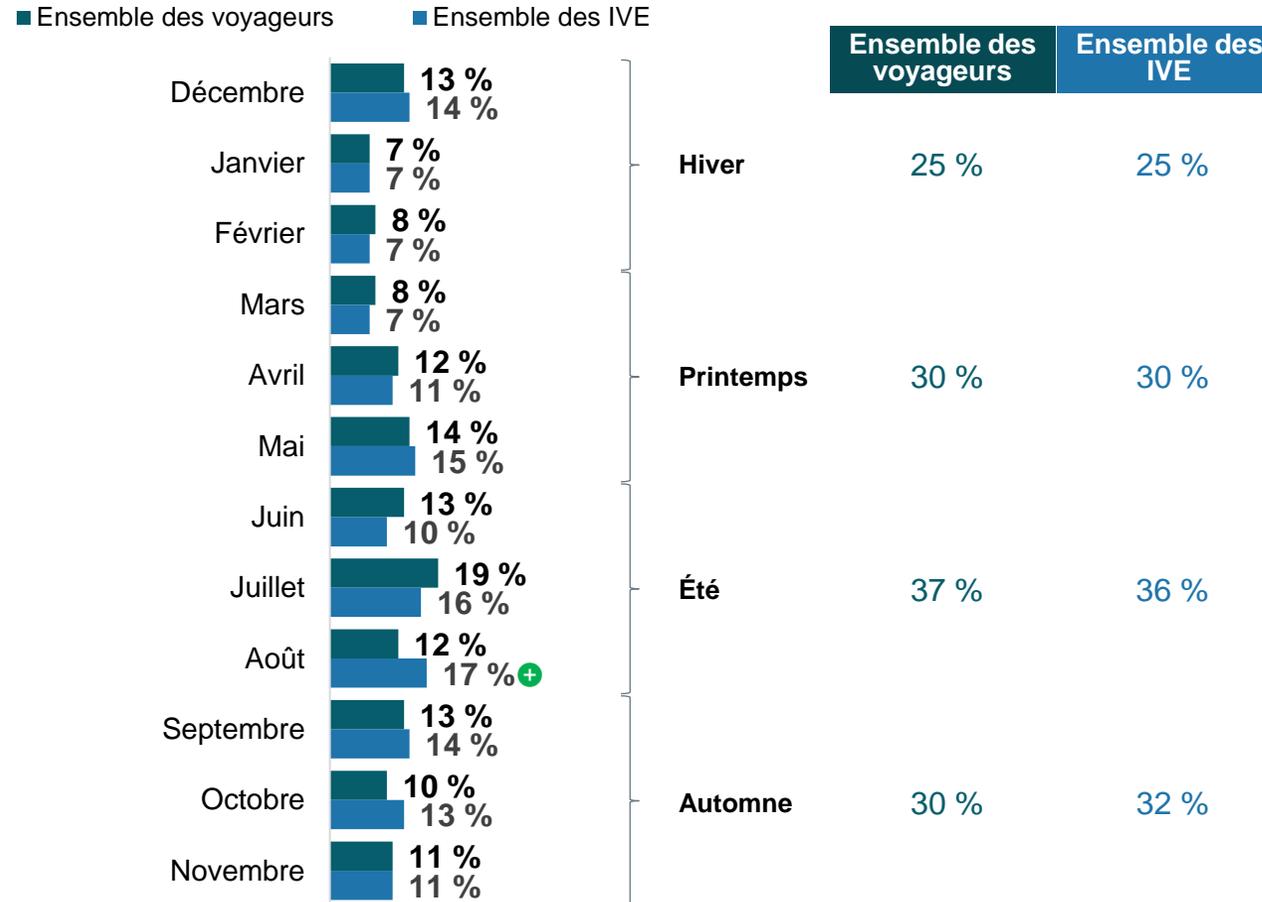
Ensemble des voyageurs
Ensemble des IVE



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



Période des voyages au Canada



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

Données démographiques

	Ensemble des voyageurs long-courriers (n=1 571)	Public d'IVE (n=376)
Genre		
Homme	48 %	49 %
Femme	52 %	51 %
Autre	-	-
Âge		
De 18 à 34 ans	35 %	28 % -
De 35 à 54 ans	41 %	42 %
55 ans ou plus	24 %	30 % +
Enfant(s) de moins de 18 ans vivant à la maison		
Oui	59 %	62 %
En emploi		
Oui	78 %	75 %
Détient un visa américain		
Oui	63 %	82 % +
A visité le Canada au cours des 10 dernières années		
Oui	48 %	69 % +
Revenu du ménage (mensuel)		
Moins de 7 050 \$ (MXN)	7 %	1 % -
De 7 050 \$ à 36 499 \$ (MXN)	27 %	3 % -
De 36 500 \$ à 54 999 \$ (MXN)	23 %	4 % -
55 000 \$ (MXN) ou plus	33 %	89 % +

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



MERCI

Pour toute question, écrivez à research@destinationcanada.com.



consortium
DE DONNÉES TOURISTIQUES CANADIENNES