



Marché de première importance pour le Canada, l'Australie soutient à la fois la demande saisonnière et la dispersion géographique.

L'Australie a été le fer de lance de la reprise rapide du Canada : les dépenses des voyageurs ont atteint 820 millions de dollars en 2023, dépassant les niveaux de 2019. Toutefois, la croissance du nombre d'arrivées a ralenti en 2024 et la reprise s'annonce désormais plus longue. Les tendances actuelles laissent entrevoir une reprise complète du nombre de visiteurs de 2019 d'ici 2029.

- Après s'être apprécié en 2022 et en 2023, le dollar australien devrait faiblir, ce qui affectera l'abordabilité des voyages. La croissance économique devrait rebondir en 2026 après un ralentissement en 2025.
Les dépenses des voyageurs atteindront 136 % des niveaux de 2019 en 2026.
Le nombre d'arrivées augmentera de 9,6 % entre 2025 et 2026, mais restera inférieur aux niveaux d'avant la pandémie.
En 2026, le Canada devrait accueillir 307 700 voyageurs australiens qui dépenseront 1,1 milliard de dollars.

Dépenses et visites (pourcentage par rapport à 2019)¹

Table with 13 columns (years 2019-2030) and 2 rows (Dépenses, Visites). Includes a legend for percentage ranges: 0 à 50 %, 51 % à 75 %, 76 % à 100 %, 101 % à 120 %, 121 % et plus.

L'essor de l'industrie touristique représente une occasion économique sans précédent malgré le risque important de perturbations qui plane en 2025. Pour rester résiliente, notre industrie doit réaffirmer que le Canada demeure ouvert et accueillant.

Taille du marché potentiel²

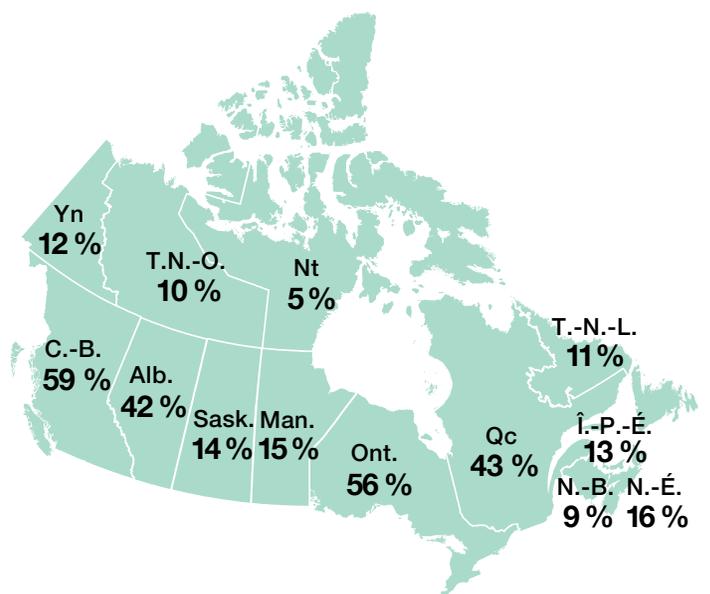


Potentiel total de voyageurs long-courriers

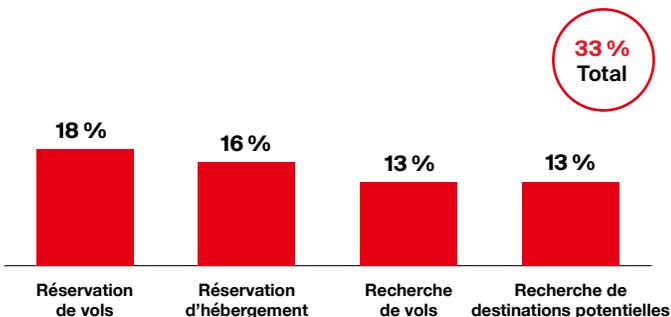


Potentiel immédiat pour le Canada

Probabilité de visiter des régions canadiennes



Recours aux services d'une agence de voyages pour un voyage au Canada²



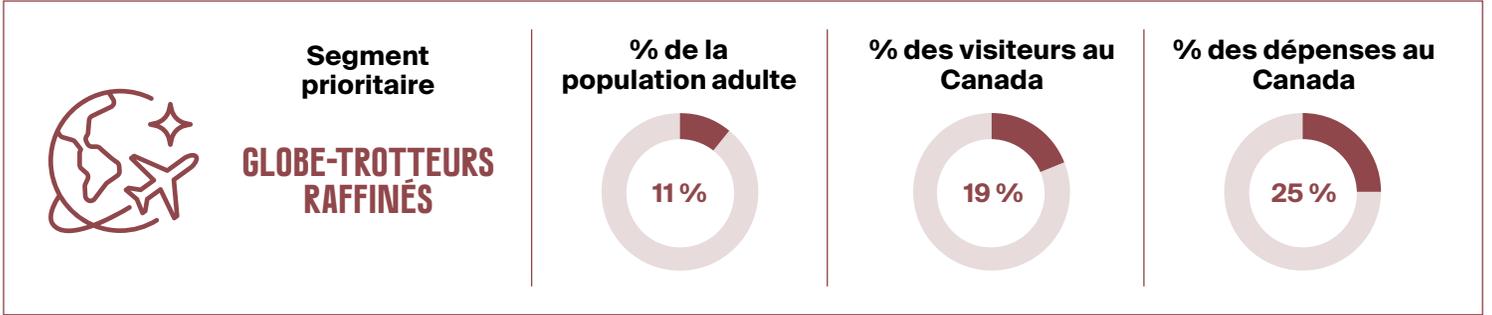
Les Perspectives touristiques de l'automne 2023 de DC ont été révisées de 2023 à 2025 afin de refléter les plus récentes données sur les arrivées.

¹ Perspectives touristiques 2025-2030 de Destination Canada

² Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale de 2024 de Destination Canada



Pour l'Australie, deux segments prioritaires clés ont été sélectionnés au terme d'une analyse poussée de leur correspondance aux produits du Canada, de leur influence économique potentielle, de leur alignement sur la marque et de leur capacité à profiter aux communautés canadiennes.



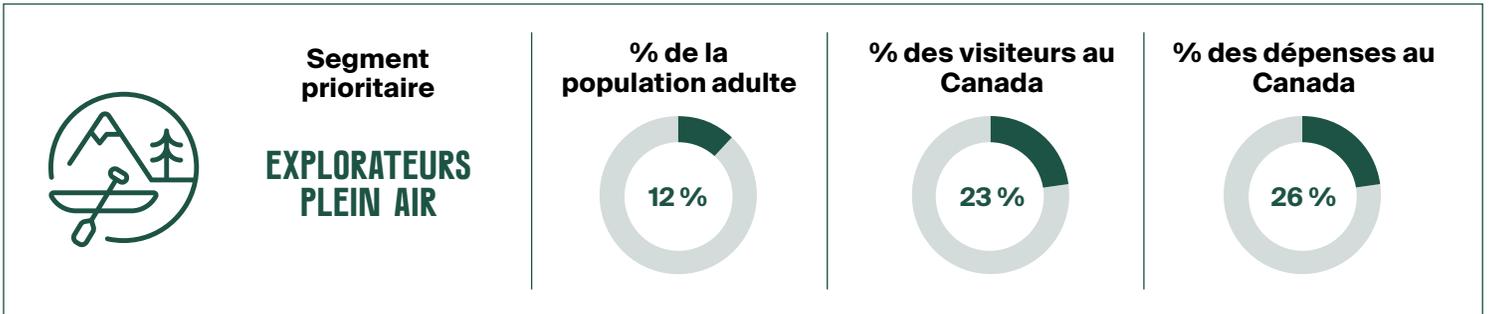
Nous privilégions le voyage et nous laissons tenter par des destinations de classe mondiale, des repas gastronomiques et des expériences exclusives. Nous sommes des voyageurs expérimentés, toujours en quête de nouveaux endroits uniques.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

- Cuisine locale
- Expériences ou attractions culturelles
- Santé et bien-être
- Visites guidées
- Expériences dans la nature

Type de professionnels des voyages	Niveau d'utilisation (par rapport au reste du marché)
Recours aux prof. des voyages (groupe)	★★★★★ (Très élevé)
Recours aux prof. des voyages (hors groupe)	★★★★★ (Très élevé)

ÂGE



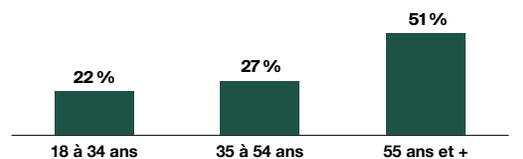
Nous sommes des explorateurs de la nature en quête de paysages inconnus et de défis. L'aventure nous permet de grandir, d'acquérir des compétences et de créer des traditions.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

- Expériences dans la nature
- Sports de haute intensité
- Sports nautiques et d'hiver
- Sports de loisirs

Type de professionnels des voyages	Niveau d'utilisation (par rapport au reste du marché)
Recours aux prof. des voyages (groupe)	★★★★☆ (Élevé)
Recours aux prof. des voyages (hors groupe)	★★★★☆ (Moyen)

ÂGE



Source : Programme de segmentation des voyageurs de 2024 de Destination Canada

Remarque : Les estimations de la taille des segments diffèrent de celles du Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale (PRVEM), qui applique des critères de sélection plus stricts, en particulier un profil de voyageur long-courrier plus étroitement défini.

**Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :**

Julie King | Directrice générale | Tél. : +61-428-026-093 | [julie.king@jkingassociates.com](mailto:julie.king@jkingassociates.com)