

PROGRAMME DE RECHERCHE SUR LES VOYAGEURS À L'ÉCHELLE MONDIALE DE 2025

RAPPORT SUR LES FAITS SAILLANTS POUR LE JAPON



Canada



Rivière à la Truite Terre-Neuve-et-Labrador



CONSORTIUM
DE DONNÉES TOURISTIQUES CANADIENNES

TABLE DES MATIÈRES

03

Survol de l'étude :
marché du Japon

14

Tourisme autochtone

04

Principales
constatations

18

Comportements de
voyage

05

Taille du marché

23

Voyage récent au
Canada

10

Prise en considération
du Canada comme
destination de voyage



SURVOL DE L'ÉTUDE : MARCHÉ DU JAPON



Le Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale (PRVEM) est une enquête annuelle commandée par Destination Canada (DC) et réalisée par YouGov Canada. Réalisée en ligne en japonais, l'enquête s'appuyait sur un échantillon provenant d'un groupe de répondants sélectionnés à l'échelle nationale.

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 profondément investis (IPI) : il s'agit de quatre segments ciblés par DC comme ayant des valeurs économiques et des valeurs de responsabilité plus élevées qui profitent le plus aux collectivités canadiennes.



Calendrier de l'étude sur le terrain

Du 1^{er} au
15 décembre 2025



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

Répartition de l'échantillon :	À l'échelle nationale
Public d'IPI :	855
Autres voyageurs :	645
Taille totale de l'échantillon :	1500

En 2023, Destination Canada a changé de prestataire au profit de YouGov Canada, qui utilise désormais son modèle exclusif pour cette enquête.





La considération pour le Canada demeure faible chez les voyageurs japonais, le potentiel immédiat pour les deux prochaines années étant de 1,5 million de personnes. Le climat géopolitique actuel contribue d'ailleurs à la popularité du Canada auprès des voyageurs japonais : 20 % d'entre eux affirment qu'ils sont plus susceptibles de visiter le Canada.



Les visiteurs potentiels au Canada sont plus susceptibles de visiter le pays pendant l'été, suivi de l'automne, l'Ontario et la Colombie-Britannique comptant le plus grand nombre de visiteurs potentiels.



Les voyageurs japonais sont plus susceptibles de consacrer l'entièreté de leurs vacances aux visites de sites historiques ou du patrimoine mondial, à l'essai de spécialités et de boissons du coin et aux attractions naturelles. Ils s'intéressent également aux promenades dans la nature et à l'achat de souvenirs.



Chez les voyageurs japonais, le Canada ne se distingue pas comme une destination de tourisme autochtone de prédilection. Ils mentionnent que la sécurité et le confort, ainsi que l'accessibilité et la facilité de déplacement augmenteraient leur intérêt pour les expériences culturelles autochtones.



Bien que l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) soit courante et en augmentation chez les voyageurs japonais, les agences de voyages sont encore le moyen le plus populaire pour réserver des vols et de l'hébergement.

TAILLE DU MARCHÉ



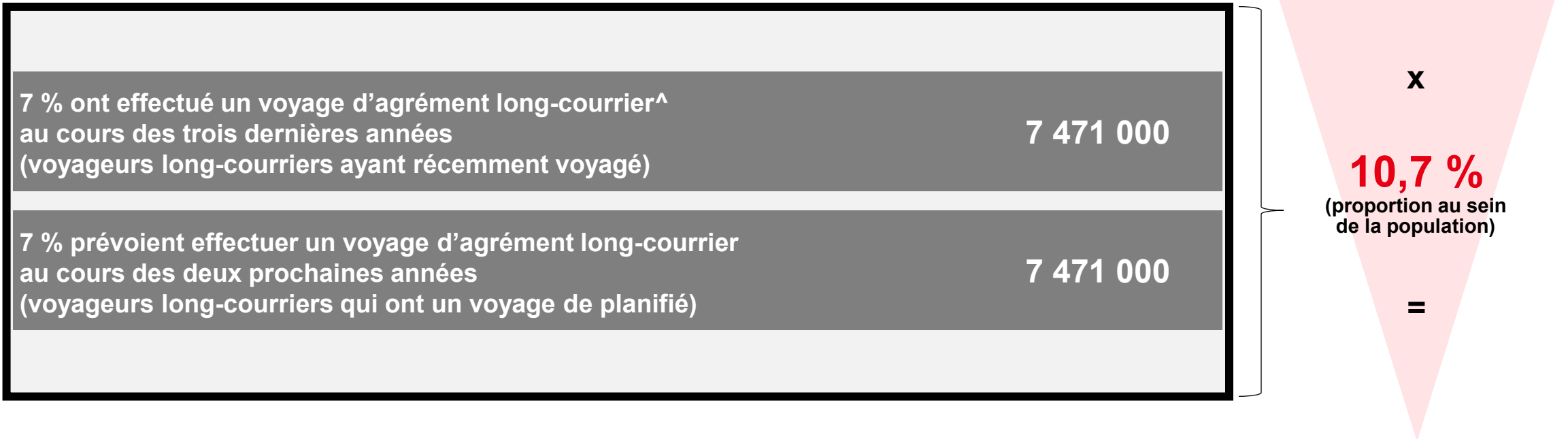
Parc provincial Killarney
Ontario



TAILLE DU MARCHÉ – VOYAGEURS LONG-COURRIERS

Nombre de personnes âgées de 18 ans ou plus au Japon

106 729 000



Nombre total de voyageurs d'agrément long-courriers potentiels (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années)

11 420 000

^ Long-courrier = à l'extérieur de l'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud et Taïwan).
Remarque : Les résultats sont ceux de l'enquête omnibus réalisée par YouGov Canada en 2023.
Base : Ensemble de la population âgée de 18 ans ou plus (n=2524).

TAILLE DU MARCHÉ POTENTIEL POUR LE CANADA (DEUX PROCHAINES ANNÉES)

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

11 420 000

X

55,6 % ↓

=

Marché cible pour le Canada
(répondants rendus aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada)

Taille du marché cible

6 353 000

X

24,4 %

=

Potentiel immédiat pour le Canada
(personnes qui visiteront certainement ou très probablement le Canada au cours des deux prochaines années¹)

Potentiel immédiat

1 551 000

¹ Inclut les répondants 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=1500]; 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=842).

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

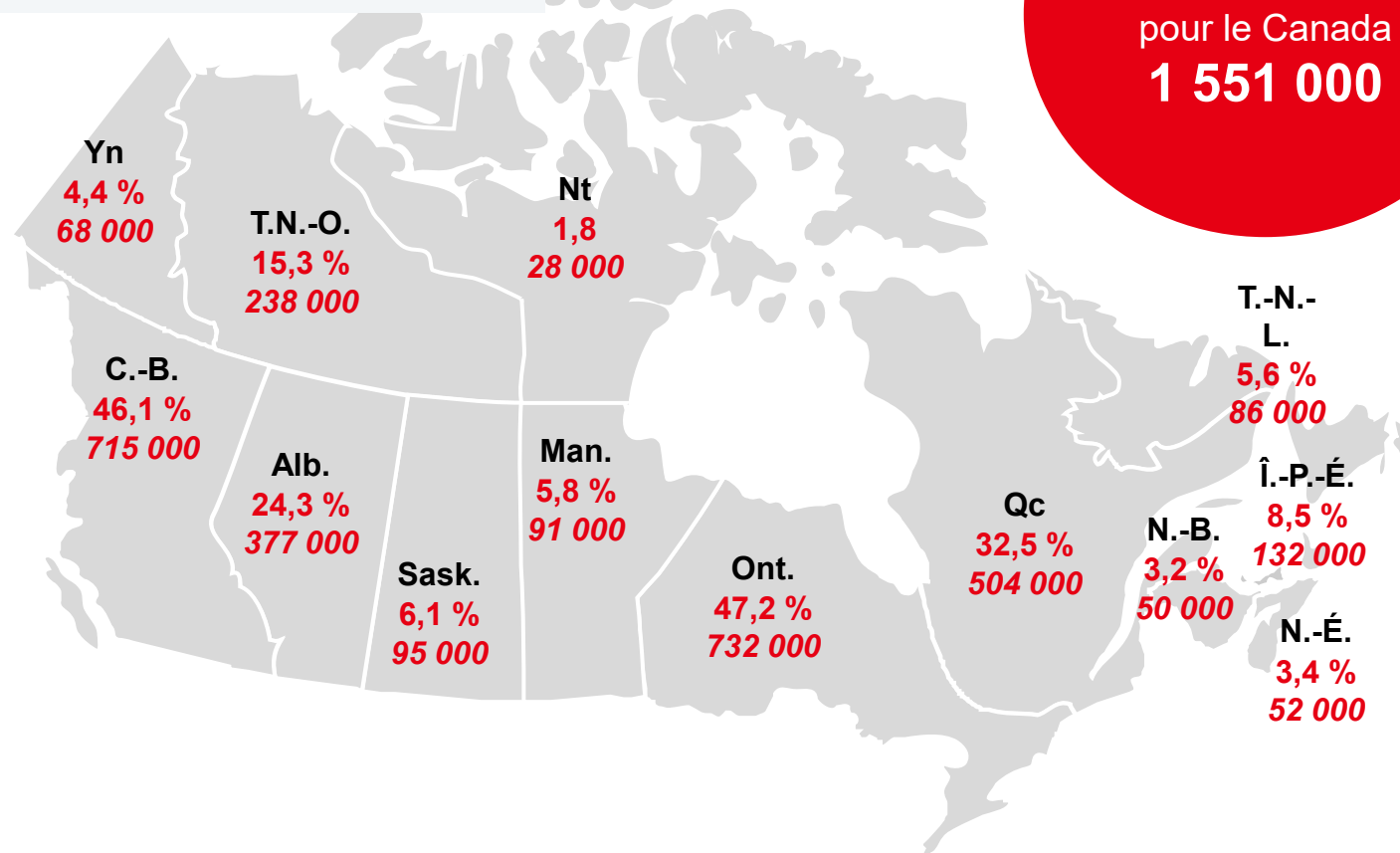
E1. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous effectuiez un voyage de vacances au Canada **au cours des deux prochaines années**? (Sélectionnez une seule réponse.)

TAILLE DU MARCHÉ POTENTIEL PAR RÉGION

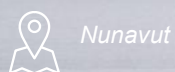
L'Ontario et la Colombie-Britannique ont chacun le potentiel d'attirer plus de 700 000 voyageurs japonais au cours des deux prochaines années.

Légende :
 Proportion susceptible de visiter la région
 Potentiel immédiat

Potentiel immédiat pour le Canada
1 551 000



Base : Répondants rendus 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=842).
 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.)



Nunavut




PÉRIODE DE L'ANNÉE ENVISAGÉE POUR VOYAGER AU CANADA (DEUX PROCHAINES ANNÉES)

Province ou territoire	Hiver (déc., janv., févr.)	Printemps (mars, avr., mai)	Été (juin, juill., août)	Automne (sept., oct., nov.)
Colombie-Britannique	6 %	11 %	17 %	13 %
Alberta	3 %	6 %	11 %	8 %
Saskatchewan	1 %	3 %	3 %	1 %
Manitoba	1 %	3 %	3 %	1 %
Ontario	4 %	11 %	18 %	14 %
Québec	2 %	7 %	14 %	10 %
Nouveau-Brunswick	0 %	1 %	2 %	1 %
Nouvelle-Écosse	1 %	1 %	2 %	1 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %	3 %	4 %	3 %
Terre-Neuve-et-Labrador	1 %	3 %	2 %	1 %
Yukon	1 %	1 %	2 %	1 %
Territoires du Nord-Ouest	3 %	3 %	4 %	4 %
Nunavut	0 %	1 %	1 %	0 %

Les voyageurs japonais montrent le plus grand intérêt pour l'été, suivi de l'automne, et l'Ontario et la Colombie-Britannique sont les destinations les plus populaires lors de ces deux saisons.

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=842). E3a-m. À quelle période de l'année envisagez-vous de visiter [PROVINCE]? (Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.)

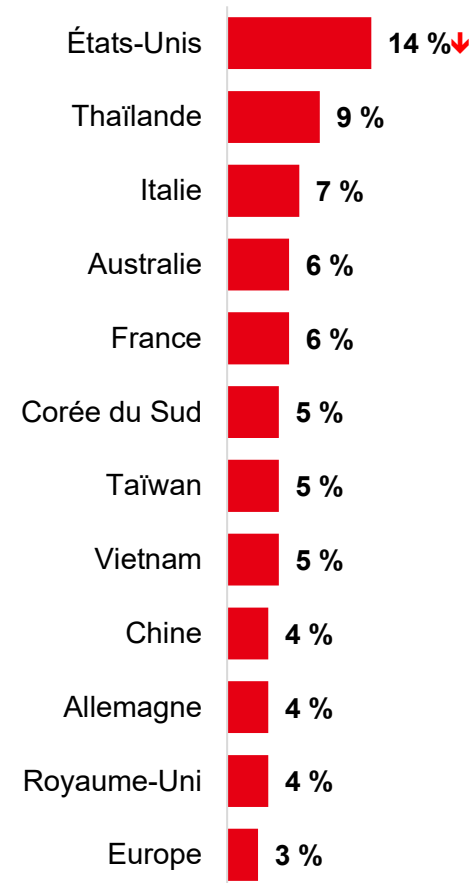


 Whitehorse
Yukon

PRVEM pour le Japon –
décembre 2025

PRISE EN CONSIDÉRATION DU CANADA COMME DESTINATION DE VOYAGE

CONSIDÉRATION SPONTANÉE DES DESTINATIONS (DEUX PROCHAINES ANNÉES)¹



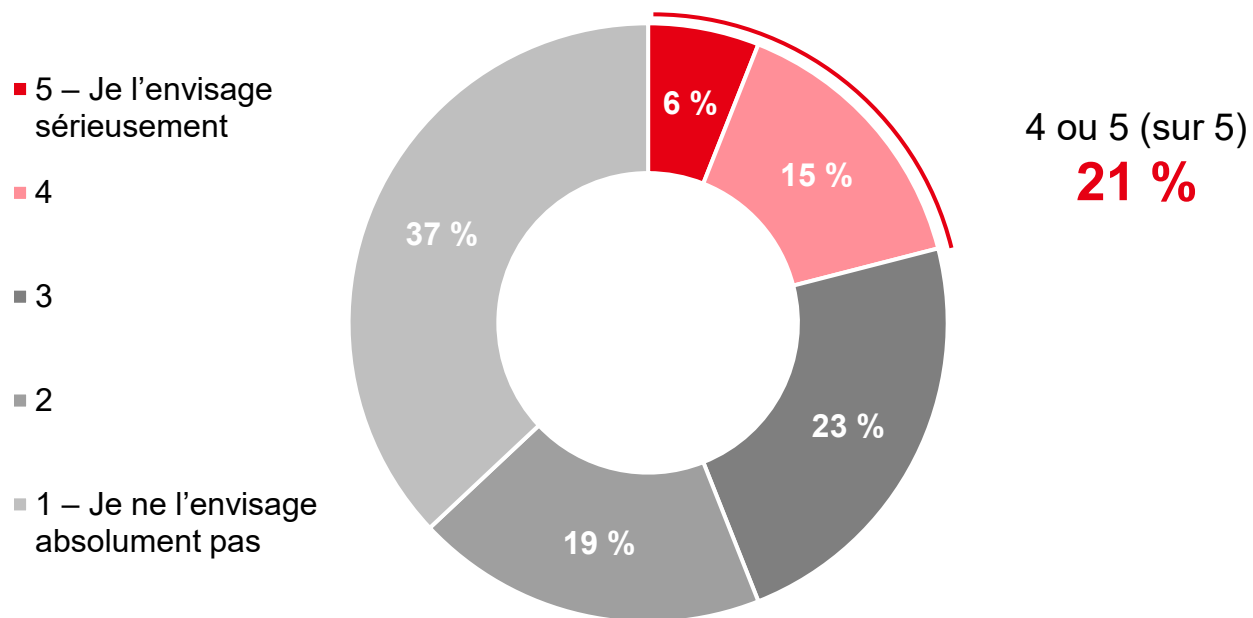
Mentions du Canada
Total : 2 %

Le Canada ne fait toujours pas partie des destinations les plus envisagées par les voyageurs japonais. En outre, la considération des États-Unis est en baisse par rapport à 2024.

¹ 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=1500].
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.)



CONSIDÉRATION ASSISTÉE DU CANADA (DEUX PROCHAINES ANNÉES)



Plus de deux voyageurs japonais sur dix envisageraient de visiter le Canada au cours des deux prochaines années.

↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)

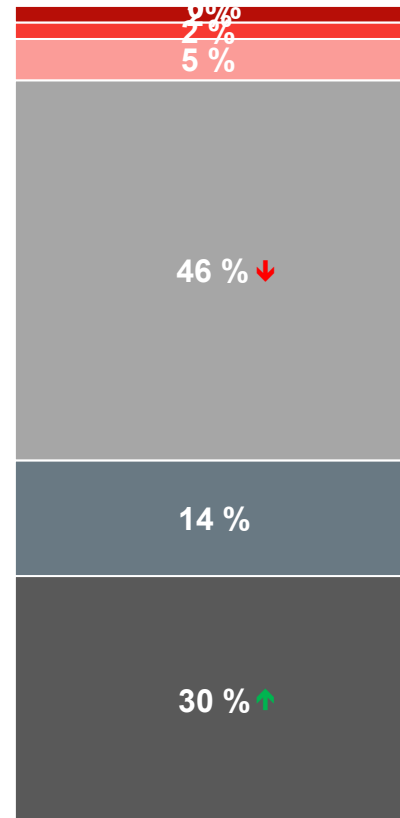
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1500].
C2. Vous l'avez peut-être déjà indiqué, mais envisageriez-vous de visiter les destinations suivantes au cours des deux prochaines années? Répondez selon une échelle à cinq niveaux : le niveau 1 correspond à « Je ne l'envisage absolument pas » et le niveau 5 correspond à « Je l'envisage sérieusement ».

PRVEM pour le Japon –
décembre 2025



ÉTAPE DU CYCLE D'ACHAT POUR LE CANADA

- J'ai déjà effectué mes réservations pour mon hébergement et mon transport
- Je fais actuellement des démarches pour mon hébergement et mon transport
- Je planifie actuellement l'itinéraire d'un voyage dans ce pays
- J'ai commencé à recueillir des informations en prévision d'un voyage vers cette destination
- J'envisage de visiter cette destination ou d'y retourner dans les deux prochaines années
- Je rêve de visiter cette destination ou d'y retourner un jour
- Je ne souhaite pas y aller ou y retourner dans un avenir proche
- Je n'ai jamais songé à cette destination de voyage



Planification active d'un voyage au Canada
4 %

Comme en 2024, seulement 4 % des voyageurs japonais sont en planification active d'un voyage au Canada.

↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)

Remarque : Toutes les personnes sondées ont évalué le Canada ainsi que trois pays choisis au hasard parmi les destinations concurrentes.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont évalué le Canada (n=1500).

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.)

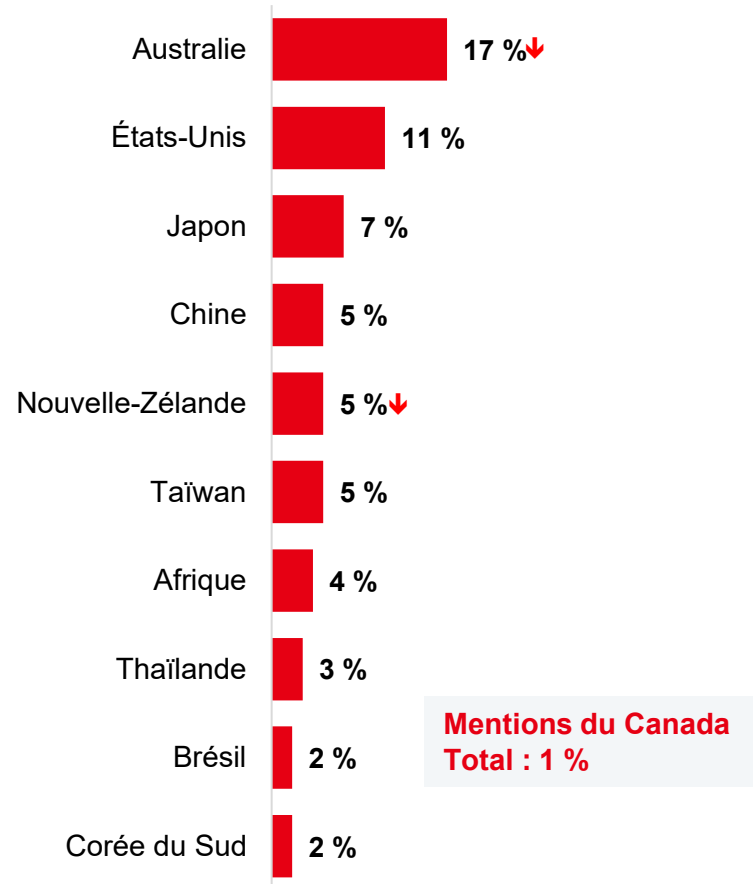
TOURISME AUTOCHTONE



Carcross
Yukon



CONSIDÉRATION SPONTANÉE DES DESTINATIONS DE TOURISME AUTOCHTONE



Chez les voyageurs japonais, le Canada n'est toujours pas une destination de prédilection en matière de tourisme autochtone. À cet égard, les mentions de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande ont diminué par rapport à 2024.

↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)

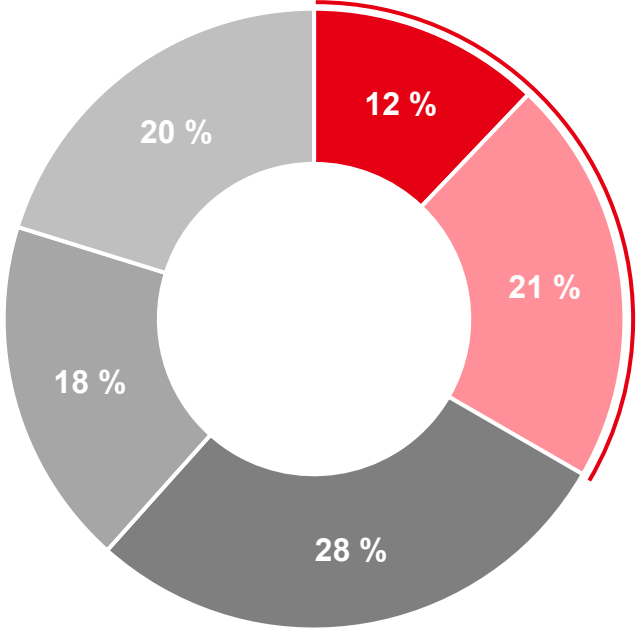
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1500].

B4. [DESCRIPTION] Quelles destinations vous viennent à l'esprit lorsque vous pensez au **tourisme autochtone**? (Indiquez un maximum de trois destinations à l'intérieur ou à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens.) [DESCRIPTION] Remarque : Veuillez noter que vos réponses peuvent inclure d'autres destinations que celles envisagées dans le cadre d'un voyage de vacances.

INTÉRÊT POUR LE CANADA EN TANT QUE DESTINATION DE TOURISME AUTOCHTONE

Plus d'un tiers des voyageurs japonais montrent de l'intérêt pour les expériences autochtones au Canada, un résultat semblable à celui de l'année précédente.

- 5 = Beaucoup d'intérêt
- 4
- 3
- 2
- 1 = Aucun intérêt



4 ou 5 (sur 5)
33 %

Remarque : Les personnes sondées ont dû indiquer leur intérêt pour les destinations autochtones (C10) ou les facteurs suscitant l'intérêt pour les expériences culturelles autochtones (C11).
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=724].
 C10. Vous le savez sans doute déjà : 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. Quel est votre niveau d'intérêt à participer à des expériences culturelles autochtones et à des activités touristiques dans les destinations suivantes?

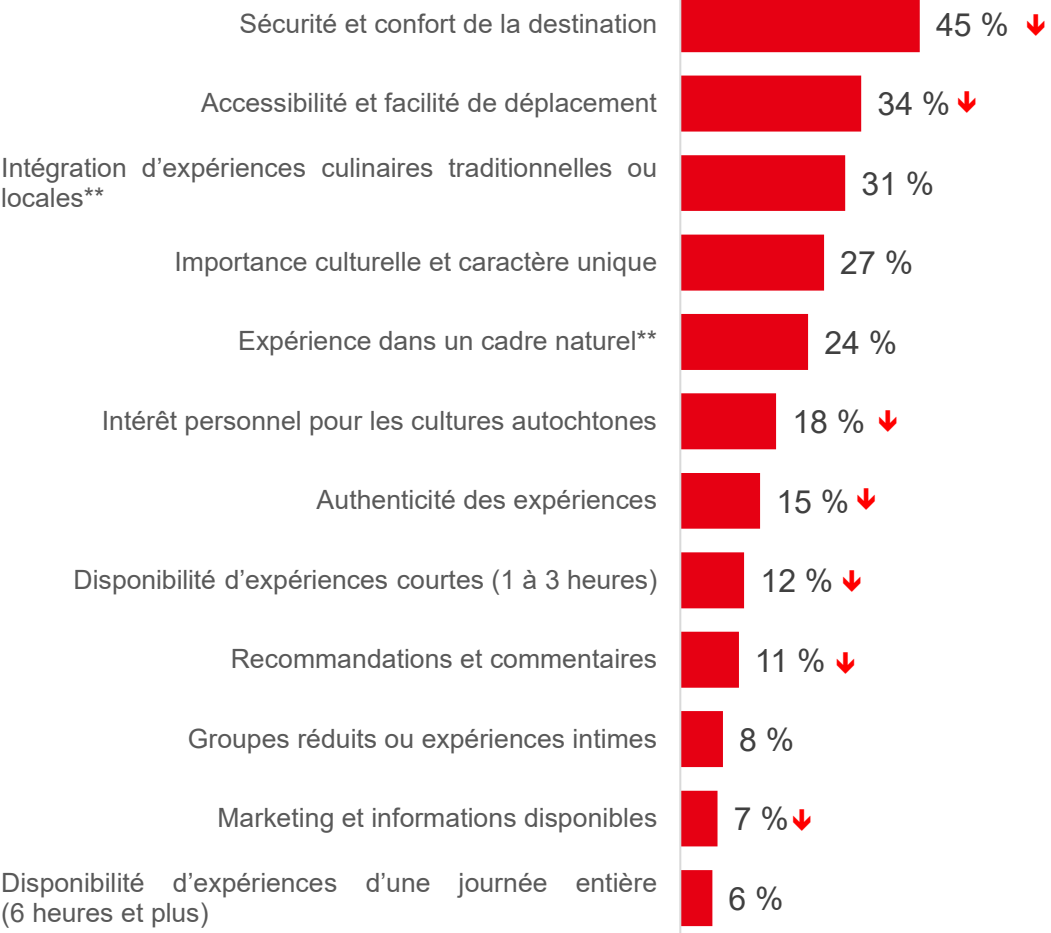
↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)



Kelowna
Colombie-Britannique

FACTEURS DE MOTIVATION POUR LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

La sécurité et le confort, suivis de l'accessibilité et de la facilité de déplacement, sont les principaux facteurs de motivation pour les expériences culturelles autochtones, mais les résultats de nombreux facteurs ont connu une baisse par rapport à l'année précédente.



Victoria
Colombie-Britannique

** Nouvel énoncé ajouté en 2025.
 Remarque : Les personnes sondées ont dû indiquer leur intérêt pour les destinations autochtones (C10) ou les facteurs suscitant l'intérêt pour les expériences culturelles autochtones (C11).
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=730].
 C11. Quels facteurs augmenteraient votre intérêt à participer à des activités ou expériences culturelles et touristiques autochtones dans une destination? (Sélectionnez jusqu'à trois réponses.)

COMPORTEMENTS DE VOYAGE



FARINE
FIVE ROSES



Montréal
Québec



ACTIVITÉS DE VOYAGE CENTRALES – 10 PRINCIPALES RÉPONSES

30 %

Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial

30 %

Essai de spécialités et de boissons du coin

29 %

Attractions naturelles

21 %

Promenades dans la nature

19 %

Aurores boréales

16 %

Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage

14 %

Galeries d'art ou musées

14 %

Visites culinaires ou cours de cuisine

14 %

Marchés locaux

11 %

Couleurs d'automne

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont indiqué une activité (n=1464).
D5. Parmi les activités suivantes, y a-t-il une ou plusieurs activités qui soient assez importantes pour que vous y consacriez un voyage?



Les voyageurs japonais sont plus susceptibles de consacrer l'entièreté de leurs vacances à la visite de sites historiques ou du patrimoine mondial, à l'essai de spécialités et de boissons du coin ou aux attractions naturelles.



ACTIVITÉS D'INTÉRÊT EN GÉNÉRAL (LISTE COMPLÈTE)



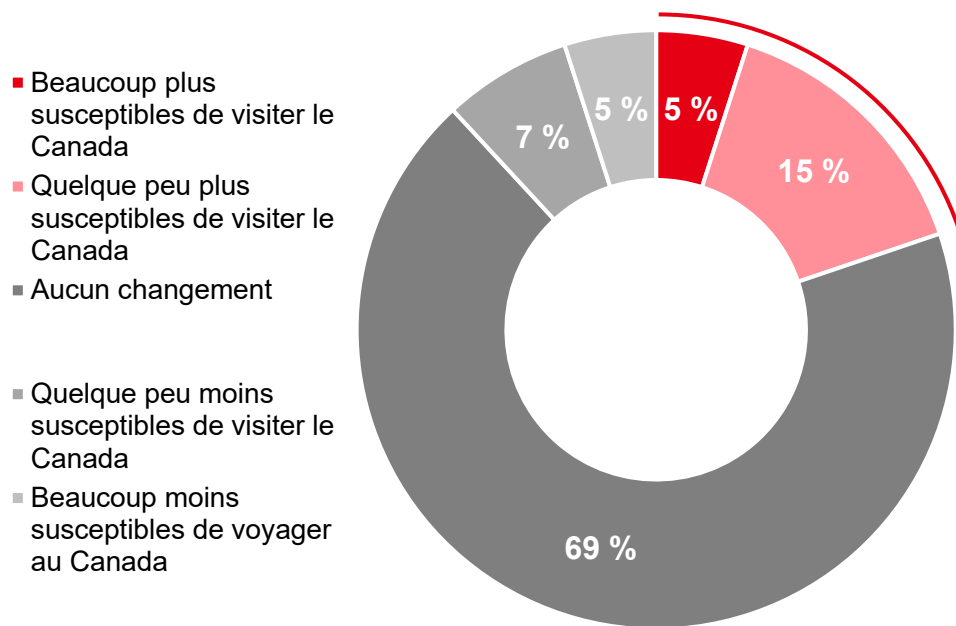
Pendant leurs vacances, les voyageurs japonais démontrent de l'intérêt pour l'essai de spécialités du coin, les promenades dans la nature, les attractions naturelles et la visite de sites historiques ou archéologiques.



Sentier Cup and Saucer
Ontario

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1500].
D4. En général, quelles activités et quels endroits vous intéressent pendant les vacances? (Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.)

INCIDENCE DÉCLARÉE DU CLIMAT GÉOPOLITIQUE SUR LES VOYAGES AU CANADA



Beaucoup plus susceptibles / quelque peu plus susceptibles de visiter le Canada
20 %

Deux voyageurs japonais sur dix estiment que le climat géopolitique les rendrait plus susceptibles de visiter le Canada, mais seulement 5 % d'entre eux affirment qu'il les rendrait beaucoup plus susceptibles de visiter le pays.

Description du climat géopolitique

Le climat géopolitique peut comprendre des facteurs comme la politique, les relations internationales, les différends commerciaux ou les conflits mondiaux.

Remarque : On a demandé aux répondants de se prononcer sur leur choix de compagnie aérienne (D18) ou d'indiquer l'incidence du climat géopolitique sur leurs voyages au Canada (E16).
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=737]. E16. Dans quelle mesure le climat géopolitique actuel influe-t-il sur votre propension à voyager au Canada?



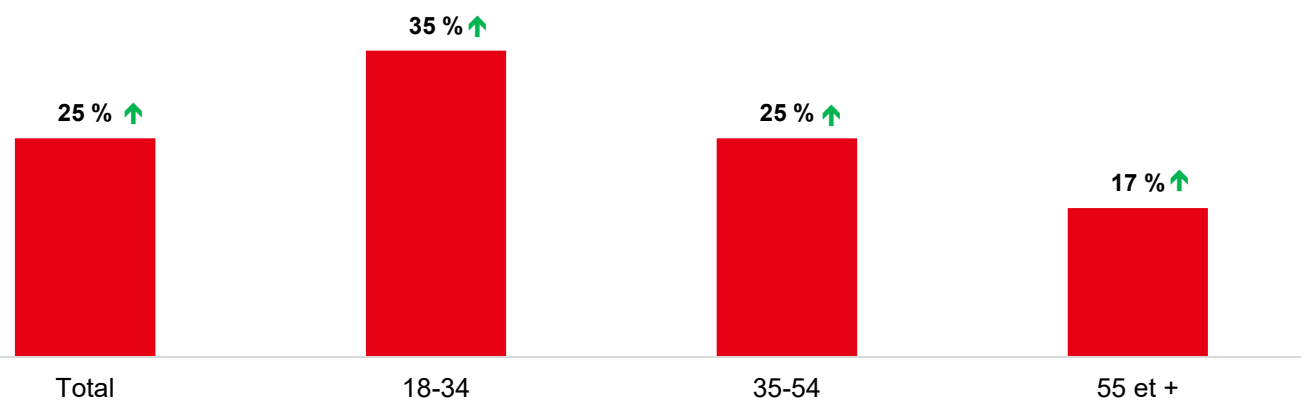
Musée canadien pour les droits de la personne, Winnipeg

Manitoba

PRVEM pour le Japon – décembre 2025



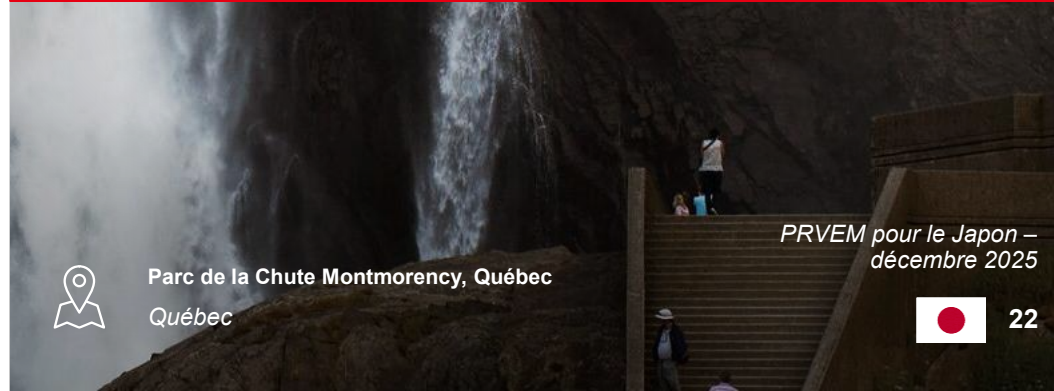
RECOURS À DES OUTILS D'IA POUR PLANIFIER UN VOYAGE SELON L'ÂGE



Le recours à l'IA pour la planification de voyages est en croissance chez les voyageurs japonais, en particulier chez les jeunes : plus d'un tiers d'entre eux y ont recours.

↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)

Remarque : La question a été modifiée en 2025 pour inclure la mention « réserver un voyage ».
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années); 2025 (n=1517); 18 à 34 ans en 2025 (n=564); 35 à 54 ans en 2025 (n=529); 55 ans et plus en 2025 (n=424).
D14. Avez-vous déjà utilisé un outil d'intelligence artificielle (comme ChatGPT ou Bard) pour effectuer des recherches sur un voyage ou planifier ou réserver un voyage?



Parc de la Chute Montmorency, Québec
Québec

PRVEM pour le Japon –
décembre 2025



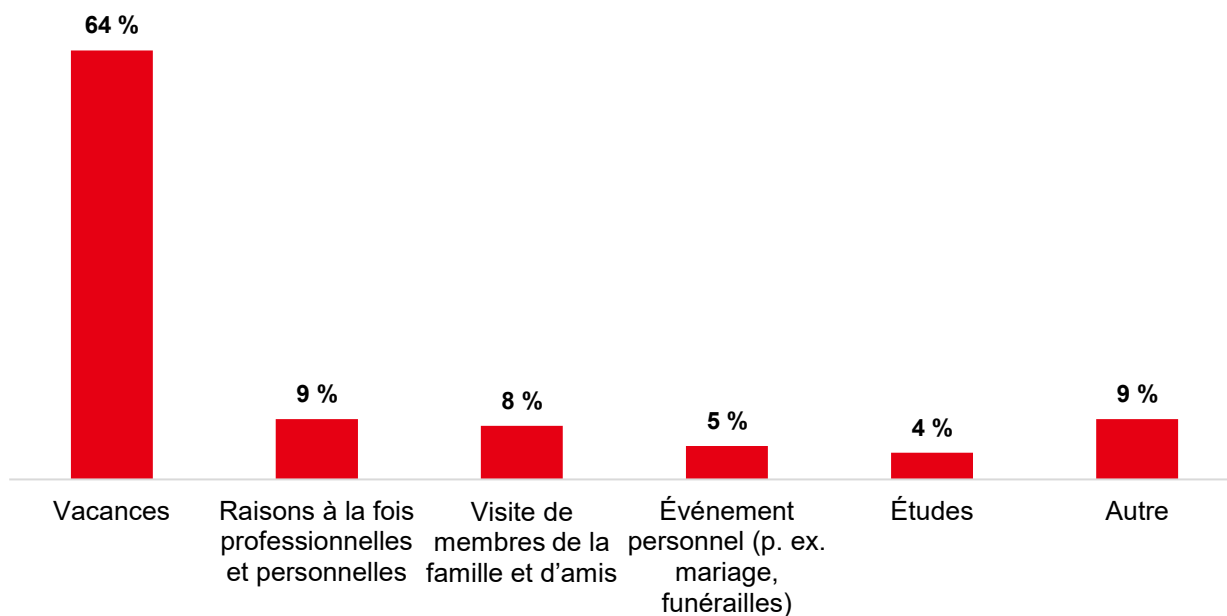
VOYAGE RÉCENT AU CANADA



Le Pays de la Sagouine
Nouveau-Brunswick



MOTIF PRINCIPAL D'UN VOYAGE RÉCENT



↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont voyagé au Canada au cours des trois dernières années (n=56).
 F2. Quel était le motif principal de ce voyage? (Sélectionnez une seule réponse.)



Les vacances sont restées le principal motif des voyageurs japonais ayant visité le Canada au cours des trois dernières années.

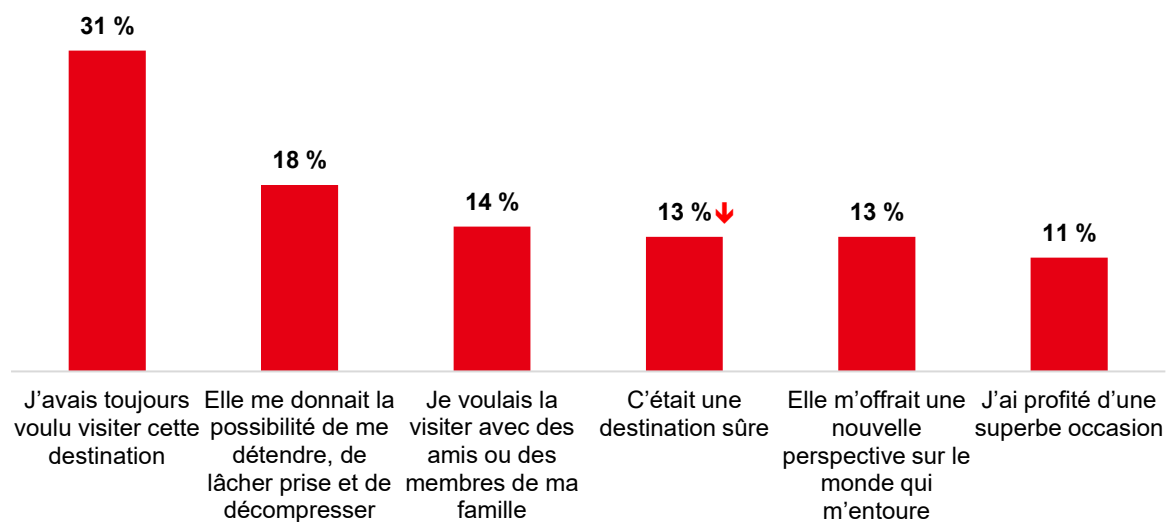


Réserve de parc national Nahanni
 Territoires du Nord-Ouest

PRVEM pour le Japon –
 décembre 2025



FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION D'UN VOYAGE RÉCENT – SIX PRINCIPALES RÉPONSES



Les voyageurs japonais sont attirés par le Canada en raison du fait qu'ils ont toujours voulu visiter cette destination et des occasions de se détendre. Par rapport à 2024, moins de voyageurs mentionnent la sécurité comme raison principale de visiter le pays.

↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont voyagé au Canada au cours des trois dernières années dans le cadre de vacances (n=37*).

F3. Parmi les éléments suivants, lesquels avez-vous pris en considération pour choisir votre destination? (Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.)

* Base constituée d'un petit nombre de réponses (<50) – il faut interpréter les résultats avec prudence.



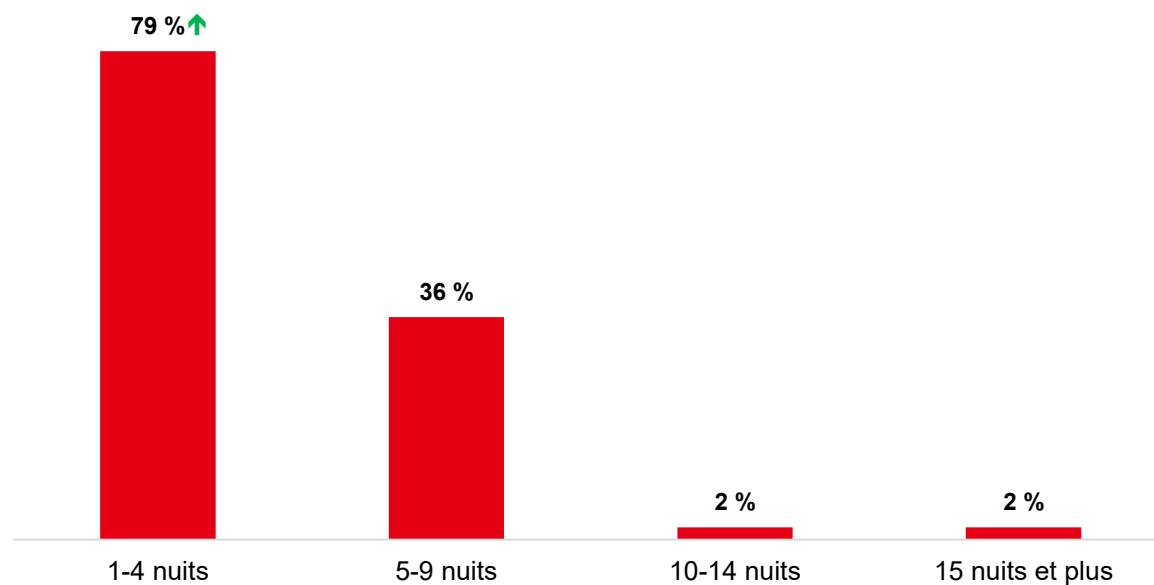
Parc provincial du sentier Fundy

Nouveau-Brunswick

PRVEM pour le Japon –
décembre 2025



NOMBRE DE NUITS D'UN VOYAGE RÉCENT



↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont voyagé au Canada au cours des trois dernières années (n=56).
F4. Combien de nuits avez-vous passées à cette destination?

Les séjours au Canada d'une durée maximale de 4 nuits sont les plus populaires, ce qui représente une hausse par rapport à l'année précédente.

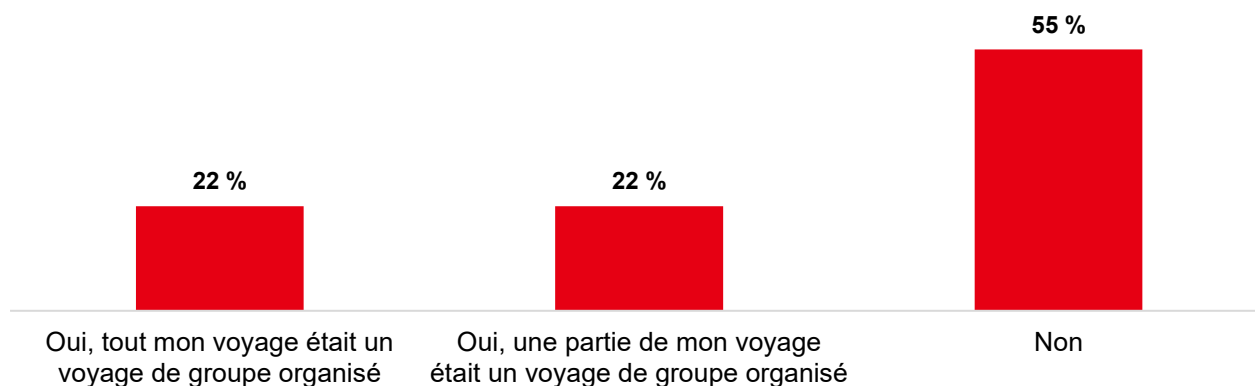


Canyon Barren, parc Algonquin
Ontario

PRVEM pour le Japon –
décembre 2025



VOYAGE RÉCENT EN GROUPE ORGANISÉ



Plus de quatre voyageurs sur dix ayant visité le Canada au cours des trois dernières années ont affirmé qu'au moins une partie de leur voyage était un voyage de groupe organisé.

↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)

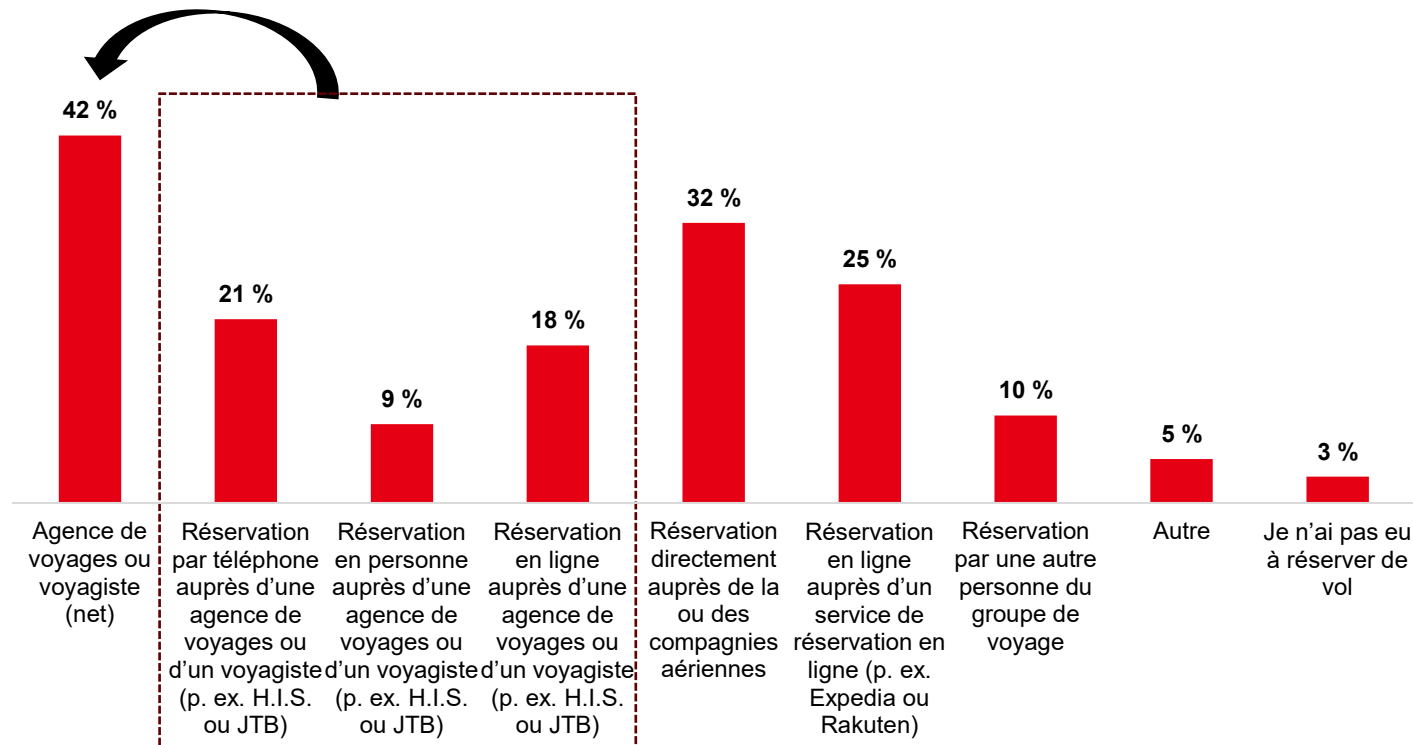
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont voyagé au Canada au cours des trois dernières années (n=56).
 F11. Un voyage de groupe organisé comprend un itinéraire de plusieurs jours selon un forfait incluant une combinaison d'hébergement, de transport, de nourriture ou d'activités. Votre voyage s'est-il déroulé dans le cadre d'un voyage de groupe organisé?



 Saskatoon
 Saskatchewan

PRVEM pour le Japon –
 décembre 2025

RÉSERVATION DE VOLS LORS D'UN VOYAGE RÉCENT



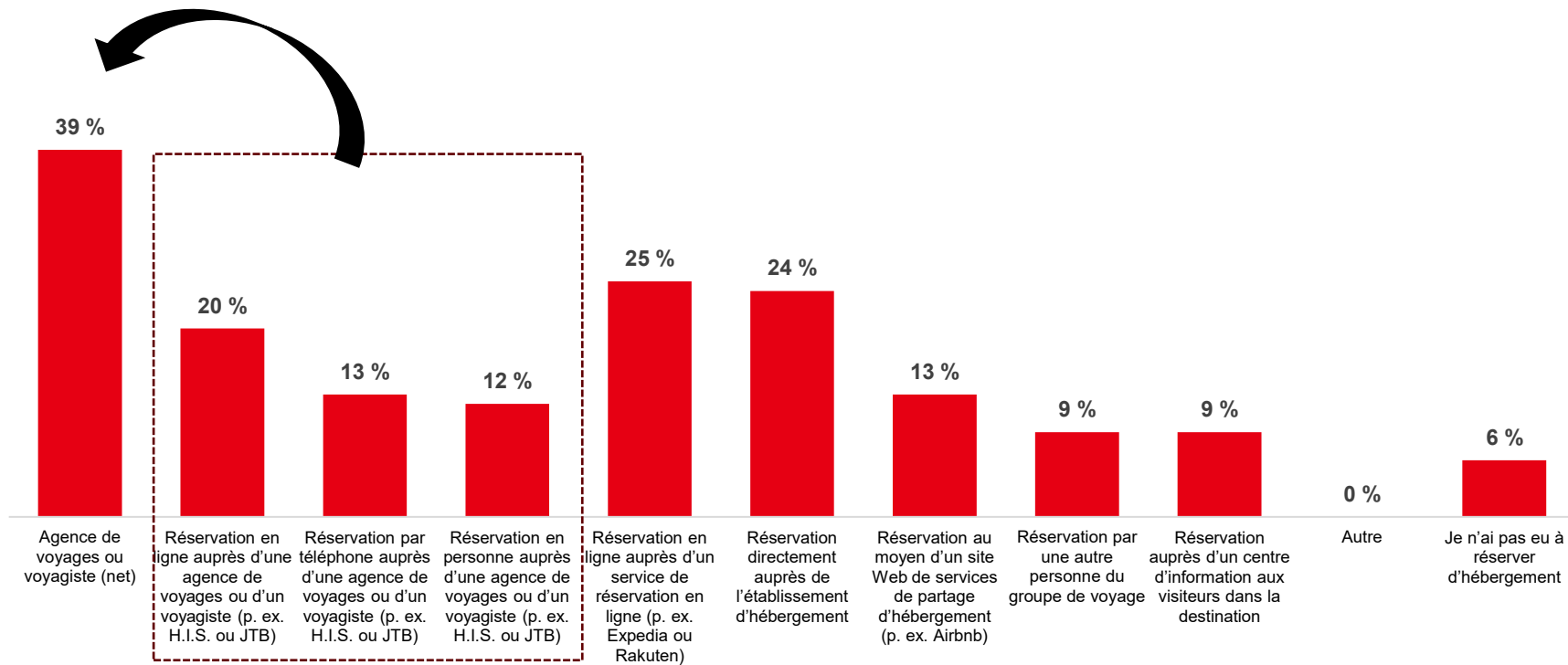
La réservation de vols par l'intermédiaire d'une agence de voyages ou d'un voyageur ou directement auprès des compagnies aériennes ont été les méthodes les plus populaires auprès des voyageurs japonais ayant visité le Canada récemment.



Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont voyagé au Canada au cours des trois dernières années (n=56).
 F12. Comment avez-vous réservé votre vol pour ce voyage? (Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.)



RÉSERVATION D'HÉBERGEMENT LORS D'UN VOYAGE RÉCENT



Comme pour la réservation de vols, les voyageurs japonais ayant visité le Canada récemment ont surtout eu recours à des agences de voyages ou à des voyageurs pour réserver leur hébergement.

↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont voyagé au Canada au cours des trois dernières années (n=56).

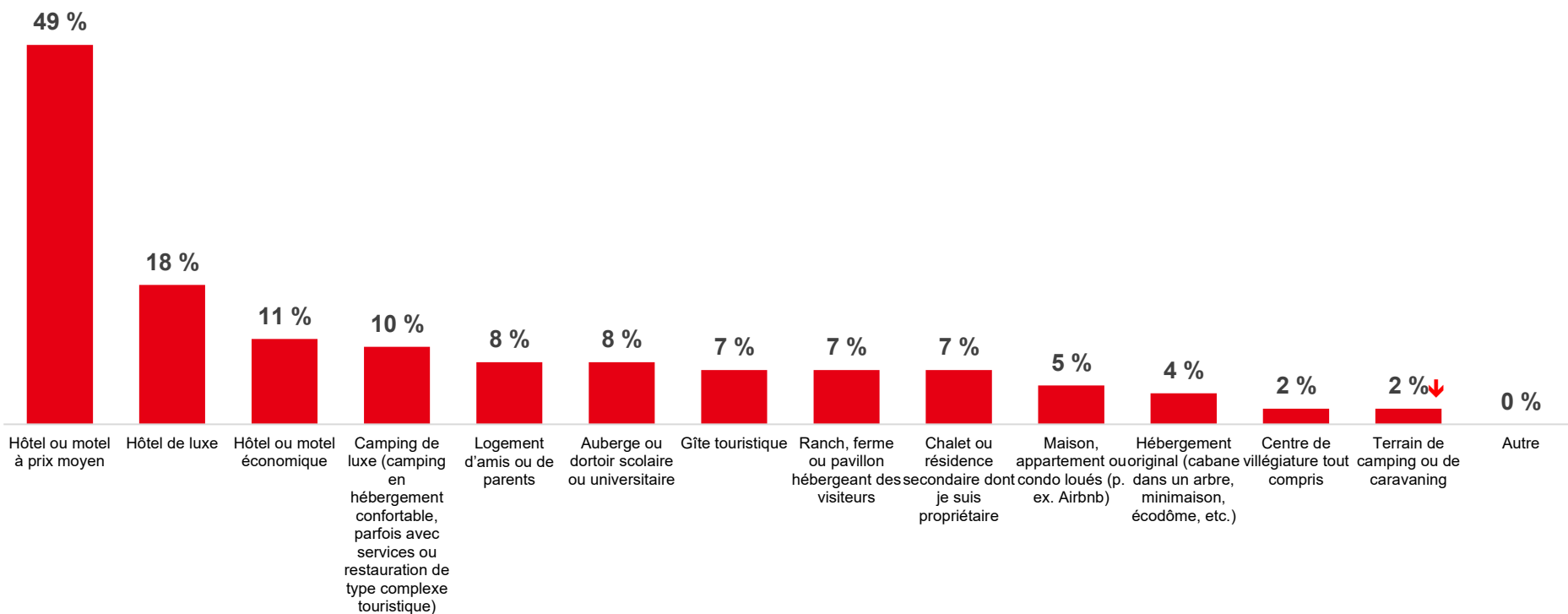
F13. Comment avez-vous réservé votre hébergement pour ce voyage? (Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.)

PRVEM pour le Japon – décembre 2025

Mont Thor
Nunavut



TYPE D'ÉTABLISSEMENT D'HÉBERGEMENT LORS D'UN VOYAGE RÉCENT

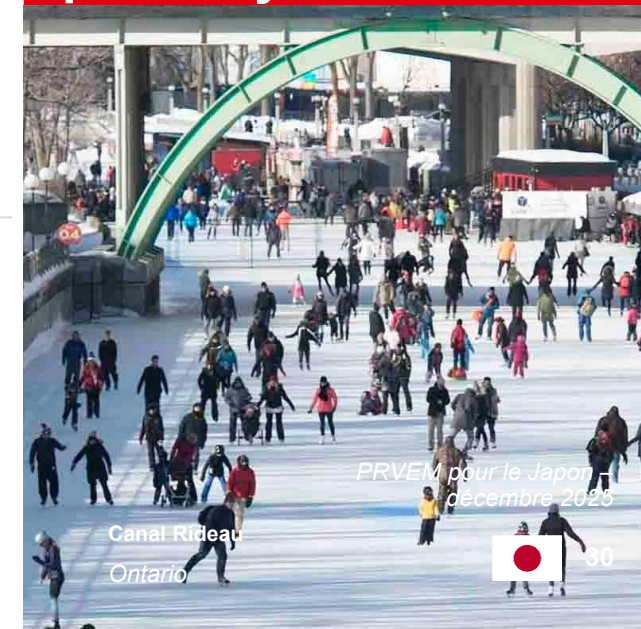


↑ / ↓ = Résultat considérablement plus élevé/plus faible (2025 p/r à 2024)

Base : Voyageurs long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont voyagé au Canada au cours des trois dernières années et qui ont réservé un hébergement (n=53).

F14. Dans quel type d'établissement d'hébergement avez-vous séjourné lors de ce voyage? (Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.)

Les voyageurs japonais ayant récemment voyagé au Canada ont le plus souvent séjourné dans un hôtel ou un motel à prix moyen.



PRVEM pour le Japon
décembre 2026

Canal Rideau
Ontario



MERCI

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

