

# Faits saillants de la Veille touristique mondiale de 2021



États-Unis

Canada



Veille touristique  
mondiale



 DESTINATION  
CANADA

# Vue d'ensemble de l'enquête : marché des États-Unis

La population cible est composée de résidents de 18 ans ou plus qui possédaient un passeport valide ou prévoyaient en obtenir un et qui, au cours des trois dernières années, ont effectué un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence, pour un séjour comprenant au moins une nuitée dans un établissement d'hébergement payant, ou qui projetaient d'en faire un au cours des deux prochaines années.



## Calendrier de l'étude sur le terrain



**2021**

Remarque : Nous menons cette enquête chaque année et avons indiqué les différences notables avec la dernière vague de novembre 2020 à l'aide des symboles ▲ / ▼.



## Définition géographique des voyages admissibles

**À l'extérieur de l'État de résidence**



## Répartition de l'échantillon dans le cadre de la VTM

Répartition de l'échantillon : **À l'échelle nationale**  
 Voyageurs ayant récemment visité le Canada : **1 378**  
 Autres voyageurs : **6 427**  
 Taille totale de l'échantillon : **7 805**

Répartition de l'échantillon : **États frontaliers<sup>1</sup>**  
 Voyageurs ayant récemment visité le Canada : **546**  
 Autres voyageurs : **1 817**  
 Taille totale de l'échantillon : **2 363**

Répartition de l'échantillon : **États quasi frontaliers<sup>2</sup>**  
 Voyageurs ayant récemment visité le Canada : **322**  
 Autres voyageurs : **1 744**  
 Taille totale de l'échantillon : **2 066**

Répartition de l'échantillon : **États du Sud<sup>3</sup>**  
 Voyageurs ayant récemment visité le Canada : **510**  
 Autres voyageurs : **2 866**  
 Taille totale de l'échantillon : **3 376**

<sup>1</sup> États frontaliers : Dakota du Nord, Idaho, Maine, Michigan, Minnesota, Montana, New Hampshire, New York, Vermont et Washington.

<sup>2</sup> États quasi frontaliers : Connecticut, Dakota du Sud, Delaware, district de Columbia, Illinois, Indiana, Iowa, Maryland, Massachusetts, New Jersey, Ohio, Oregon, Pennsylvanie, Rhode Island, Wisconsin et Wyoming.

<sup>3</sup> États du Sud : Alabama, Alaska, Arizona, Arkansas, Californie, Caroline du Nord, Caroline du Sud, Colorado, Floride, Géorgie, Hawaï, Kansas, Kentucky, Louisiane, Mississippi, Missouri, Nebraska, Nevada, Nouveau-Mexique, Oklahoma, Tennessee, Texas, Utah, Virginie et Virginie-Occidentale.

# Survol du marché

Il est important d'examiner les résultats en tenant compte de l'incidence de la pandémie de COVID-19 durant la période de collecte des données (octobre 2021).

## Situation liée à la COVID-19 aux États-Unis

En octobre 2021, les restrictions associées à la COVID-19 aux États-Unis variaient d'un État à l'autre et étaient définies selon l'ordre de gouvernement, fédéral ou étatique, ayant compétence sur un endroit donné. Les sociétés sous réglementation fédérale étaient soumises aux restrictions les plus strictes, y compris la vaccination et le port du masque obligatoires<sup>1</sup>. Les citoyens américains qui voyageaient par avion à l'intérieur du pays n'étaient pas tenus de se faire vacciner, mais le port du masque était obligatoire à bord des avions et dans les aéroports<sup>2</sup>.

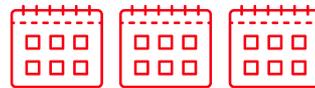
## Situation liée aux voyages à l'étranger

En octobre 2021, aucune restriction fédérale ne s'appliquait aux voyages entre les États américains. Cependant, certains États, comme Hawaï, exigeaient que les voyageurs présentent un résultat négatif au test de dépistage de la COVID-19 et/ou une preuve de vaccination pour pouvoir entrer dans l'État ou éviter la mise en quarantaine<sup>3</sup>. La capacité des voyageurs américains de visiter des pays étrangers s'améliorait. Beaucoup de grandes destinations concurrentes accueilleraient les voyageurs entièrement vaccinés, mais exigeaient qu'ils se soumettent à un test PCR à leur arrivée (p. ex. le Mexique)<sup>4</sup>, tandis que d'autres (p. ex. l'Australie) demeuraient fermées aux visiteurs<sup>5</sup>. Tous les voyageurs, y compris les citoyens américains, devaient présenter un résultat négatif de test PCR ou antigénique avant de pouvoir entrer aux États-Unis<sup>6</sup>.

Le 9 août 2021, le Canada a rouvert ses frontières aux citoyens américains entièrement vaccinés ayant reçu un vaccin approuvé par Santé Canada. Tous les visiteurs devaient effectuer un test moléculaire avant d'entrer au pays, mais les voyageurs vaccinés étaient exemptés des exigences de mise en quarantaine<sup>7</sup>.

## Indicateurs des voyages

Les États-Unis sont un marché établi où les voyages à l'extérieur de l'État de résidence et les intentions de voyage sont élevés. Un peu plus de la moitié des voyageurs américains ont déjà visité le Canada.



Voyages à l'extérieur de l'État de résidence dans les trois dernières années

**90 %** ↘



Intention d'effectuer un voyage à l'extérieur de l'État de résidence au cours des deux prochaines années

**84 %** ↗



Intention de visiter le Canada au cours des deux prochaines années

**40 %** ↗

Proportion ayant déjà visité le Canada

**53 %**

↗ / ↘ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

<sup>1</sup> Forbes, octobre 2021.

<sup>2</sup> CDC, octobre 2021.

<sup>3</sup> Washington Post, décembre 2021.

<sup>4</sup> Schengen Visa News, décembre 2021.

<sup>5</sup> NBC News, octobre 2021.

<sup>6</sup> CDC, décembre 2021.

<sup>7</sup> Gouvernement du Canada, septembre 2021.

# FAITS SAILLANTS

Renseignements	Conséquences
<p><b>Les voyageurs américains sont prêts à recommencer à voyager.</b> Beaucoup plus de voyageurs américains affirment que les voyages leur manquent et se disent maintenant à l'aise de voyager. La probabilité qu'ils utilisent un moyen de transport donné est en hausse pour tous les moyens de transport, mais ils sont surtout à l'aise à l'idée de voyager en avion à l'intérieur du pays.</p>	<p><i>Il serait possible de tirer parti du regain d'intérêt des Américains pour le voyage. Puisque de nombreux États américains se font concurrence sur le marché touristique intérieur, il est important de trouver des façons de différencier le Canada pour convaincre les voyageurs américains qu'il vaut la peine de traverser la frontière.</i></p>
<p><b>On constate une diminution générale de la plupart des inquiétudes liées à la COVID-19, dont les exigences de mise en quarantaine, mais les mesures de santé et de sécurité imposées par les destinations sont toujours source de préoccupation.</b> L'obligation de présenter une preuve de vaccination demeure également un facteur important pour les voyageurs américains.</p>	<p><i>Pour attirer des visiteurs potentiels et distinguer le Canada des destinations concurrentes aux États-Unis, il faut communiquer les mesures sanitaires actuellement en vigueur au Canada et démontrer qu'il est facile d'entrer au pays pour les voyageurs entièrement vaccinés.</i></p>
<p><b>Les voyages sont la dépense prioritaire pour la prochaine année. Les voyageurs américains prévoient de dépenser plus pour des voyages d'agrément après la pandémie qu'avant.</b> On s'attend à ce que les dépenses consacrées aux voyages à l'extérieur des États-Unis affichent la croissance la plus élevée en pourcentage. Ces dépenses équivalent presque au double des dépenses anticipées pour les voyages intérieurs hors de l'État de résidence.</p>	<p><i>L'importance actuellement accordée aux voyages dans les budgets ainsi que les dépenses anticipées élevées pour les voyages à l'extérieur des États-Unis après la pandémie représentent une belle occasion pour le Canada.</i></p>
<p><b>L'intérêt pour l'essai de boissons et d'aliments locaux et pour plusieurs activités en nature a diminué tant d'un point de vue général que dans le contexte d'un voyage au Canada.</b> Cependant, l'intérêt pour l'observation des aurores boréales est demeuré stable, et il s'agit maintenant de la principale activité à laquelle les voyageurs américains consacraient un voyage. De plus, l'observation des aurores boréales pendant un voyage au Canada est maintenant l'une des deux activités les plus attrayantes pour les Américains.</p>	<p><i>Bien que les activités en nature demeurent populaires pour un voyage au Canada, l'intérêt pour certaines de ces activités faiblit. Les expériences uniques, comme l'observation des aurores boréales pendant un voyage au Canada, pourraient être un attrait puissant pour les voyageurs américains.</i></p>
<p><b>Maintenant que les inquiétudes liées à la santé se dissipent, le coût est de nouveau le principal obstacle à un voyage au Canada.</b></p>	<p><i>Les voyageurs américains se soucient beaucoup du coût, et il faut trouver des façons de convaincre les visiteurs potentiels du bon rapport qualité-prix de vacances au Canada, surtout si l'on tient compte de la concurrence féroce livrée par les destinations américaines.</i></p>
<p><b>Pour les voyageurs américains qui envisagent une visite au Canada, la fin du printemps est presque aussi populaire que la haute saison estivale.</b> De plus, beaucoup d'activités de vacances prisées sont aussi populaires au printemps qu'en été. Cependant, les visites printanières sont traditionnellement moins courantes que les visites estivales, ce qui laisse entrevoir le potentiel d'augmenter les voyages des Américains durant cette saison intermédiaire.</p>	<p><i>Il serait possible d'inciter davantage d'Américains à visiter le Canada au printemps en faisant la promotion d'activités populaires à la fois au printemps et à l'été.</i></p>
<p><b>Les agences de voyages et les voyagistes jouent un rôle de plus en plus important dans la planification des voyages des États-Unis vers le Canada.</b> La majorité des visiteurs américains potentiels se disent maintenant susceptibles d'avoir recours à une agence de voyages pour faire des recherches ou pour réserver un voyage au Canada.</p>	<p><i>Pour inciter les Américains à visiter le Canada, il faut établir et entretenir des relations avec les professionnels des voyages des États-Unis.</i></p>

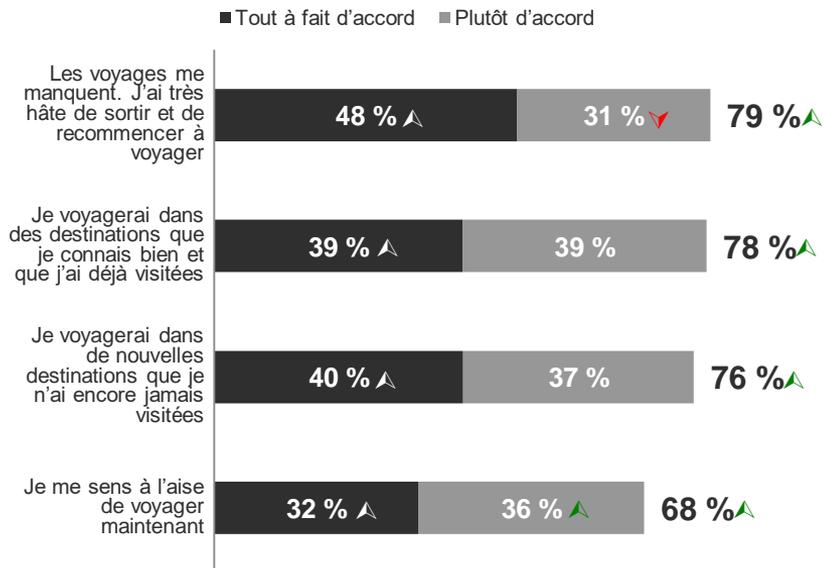
# COVID-19

## Points à considérer

# Attitudes à l'égard des voyages et des moyens de transport

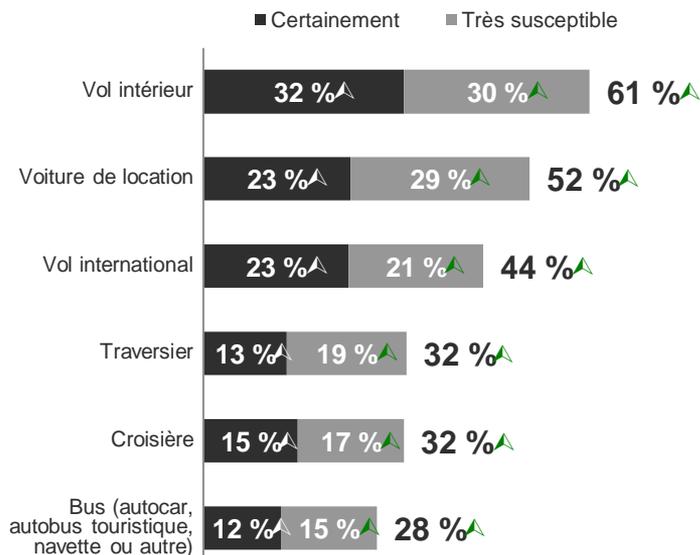
- ▶ La demande provenant des Américains est en hausse. Beaucoup plus de voyageurs se disent maintenant à l'aise de voyager (68 %, contre 32 % en 2020). Bien que la tranquillité d'esprit soit plus grande chez les voyageurs de moins de 55 ans, les 55 ans et plus se sentent presque aussi à l'aise à l'idée de voyager.
- ▶ À mesure que les restrictions liées à la COVID-19 s'assouplissent, les voyageurs américains ont aussi une plus grande tranquillité d'esprit vis-à-vis de tous les moyens de transport, particulièrement les vols intérieurs (61 %, contre 39 % en 2020).

## Attitudes à l'égard des voyages



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.  
 Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805].  
 6 COV13. Concernant vos prochaines vacances, et si les restrictions gouvernementales le permettent, dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes?

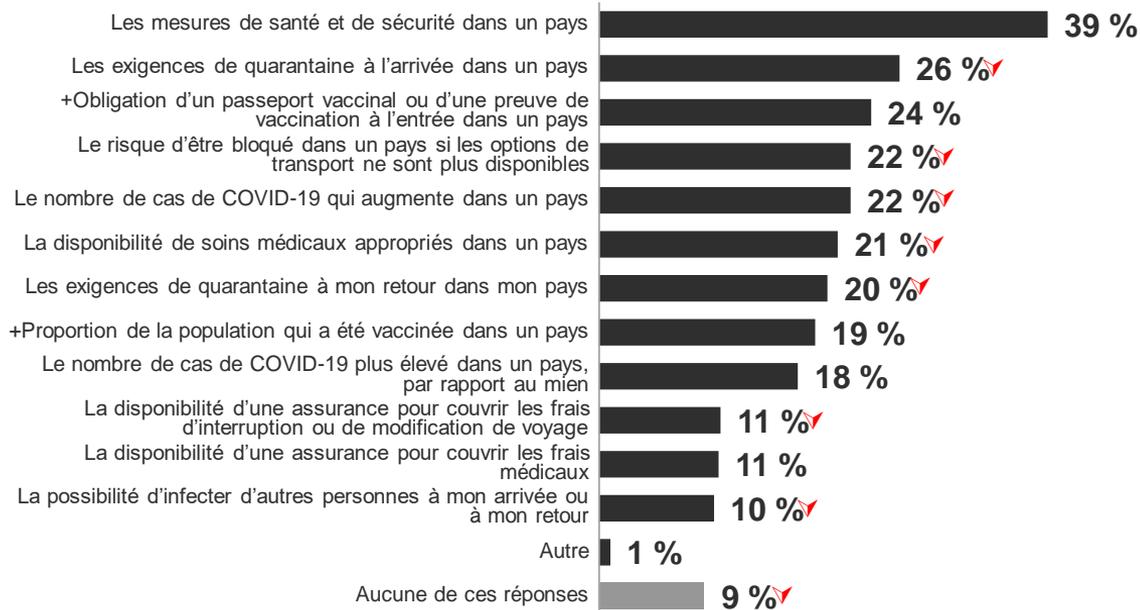
## Moyens de transport



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.  
 Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805].  
 COV16. Si les restrictions gouvernementales le permettent, quelle est la probabilité que vous utilisiez l'un des moyens de transport suivants?

# Facteurs les plus importants dans le choix d'une destination

- ▶ Les mesures de santé et sécurité imposées par les destinations demeurent la principale préoccupation des Américains au moment de choisir une destination. De façon générale, les inquiétudes liées aux exigences de mise en quarantaine à l'arrivée à destination et au retour, au risque de se retrouver coincé à l'étranger, au nombre de cas de COVID-19, aux soins médicaux et à d'autres facteurs en lien avec la COVID-19 se dissipent. Les voyageurs américains, particulièrement les 55 ans et plus, accordent beaucoup d'importance à l'obligation de présenter une preuve de vaccination lors de la sélection d'une destination de voyage.
- ▶ En octobre 2021, les voyageurs vaccinés n'étaient pas tenus de se mettre en quarantaine à leur arrivée au Canada ni à leur retour aux États-Unis.



▲ / ✓ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

\* Nouvel énoncé dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805].

NEW Q3 : Lorsque vous pensez à faire un voyage de vacances hors de votre pays, quels facteurs parmi les suivants sont les plus importants pour choisir votre destination? (Sélectionnez jusqu'à trois réponses.)

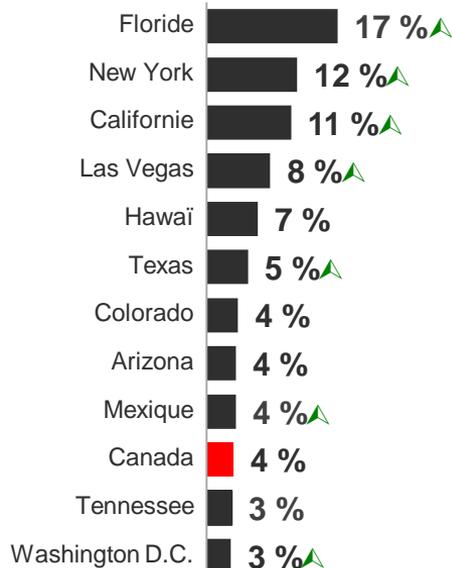
# Indicateurs clés de rendement

# Considération spontanée des destinations à l'extérieur de l'État de résidence (deux prochaines années)

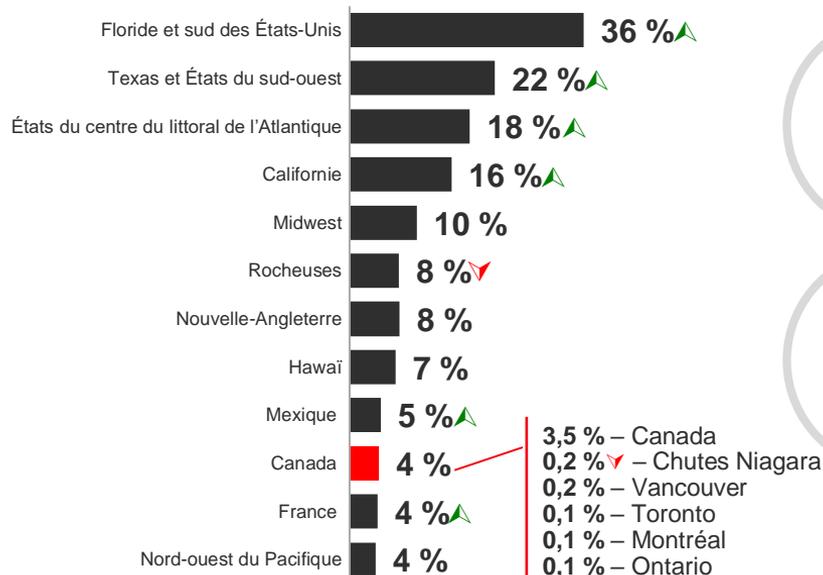
La **considération spontanée** est un indice de la présence des destinations dans l'esprit des consommateurs. Pour la mesurer, on demande aux voyageurs de penser à des destinations sans qu'on les aide en mentionnant telle ou telle autre destination d'abord.

- Le Canada, à égalité avec la France et le nord-ouest du Pacifique, se classe au dixième rang des destinations à l'extérieur de l'État de résidence que les voyageurs américains envisagent spontanément de visiter au cours des deux prochaines années. Parallèlement, les mentions de la Floride et du sud des États-Unis, du Texas et des États du sud-ouest, du centre du littoral de l'Atlantique et de la Californie affichent une hausse considérable par rapport à 2020, tout comme les mentions du Mexique et de la France.

## Les 12 principales marques de destination<sup>1</sup>



## Les 12 principaux pays de destination<sup>2</sup>



8 %▲  
ne savent pas

16 %▼  
ne prévoient pas voyager

▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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

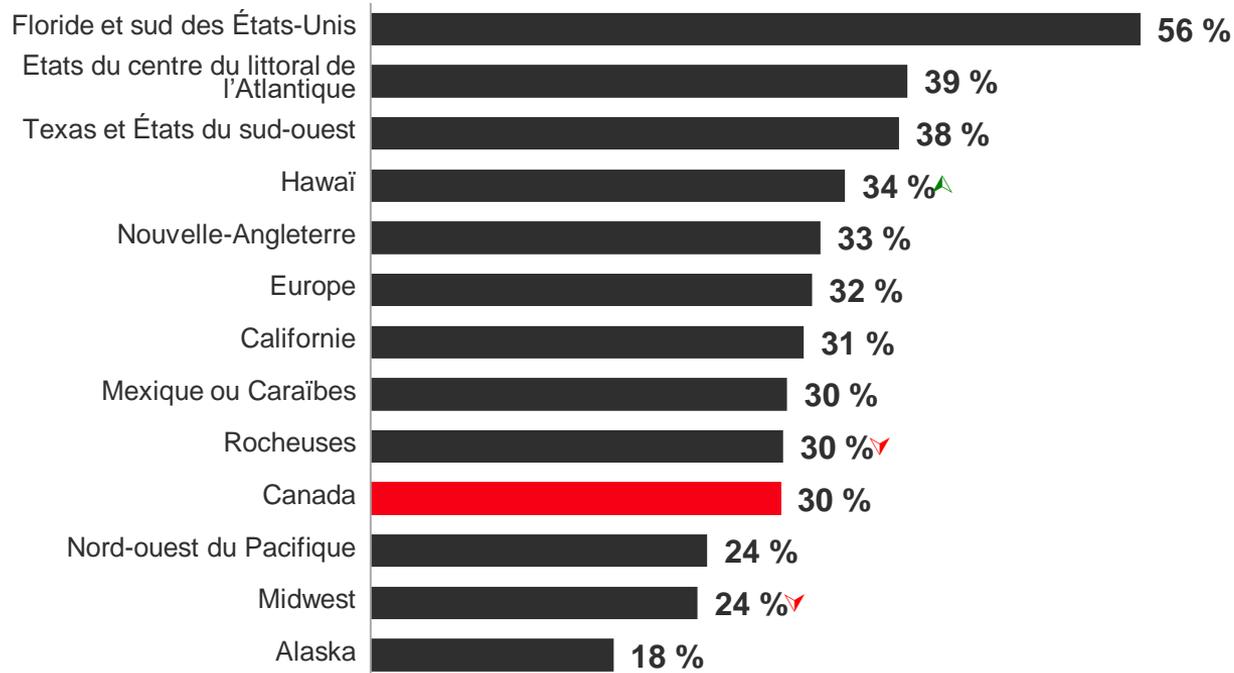
<sup>2</sup> Total des mentions de la marque par pays (p. ex. pourcentage de personnes qui ont répondu le Canada ou toute destination au Canada).

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805].  
QS8. Vous avez indiqué que vous êtes susceptible d'effectuer un voyage de vacances à l'extérieur de votre État de résidence au cours des deux prochaines années. Quelles destinations envisagez-vous sérieusement? (Veuillez indiquer jusqu'à trois destinations.)

# Considération assistée des destinations (deux prochaines années)

La considération assistée se mesure à l'aune de la proportion de voyageurs qui affirment envisager sérieusement de visiter une destination après qu'on leur ait suggéré une liste de destinations potentielles. Le Canada ne figure peut-être pas parmi les premières destinations venant à l'esprit de ces voyageurs, mais il fait partie des endroits qu'ils envisagent de visiter dans les deux prochaines années.

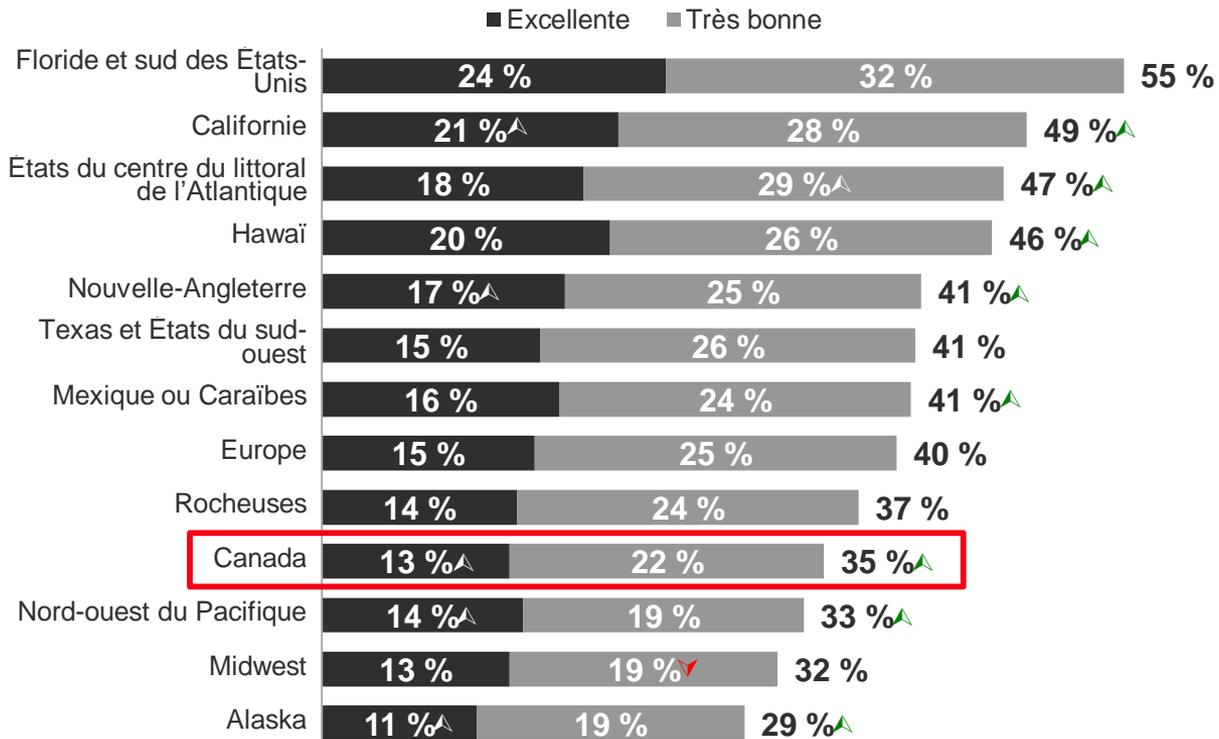
► Le Canada se classe au huitième rang pour la considération assistée, à égalité avec le Mexique ou les Caraïbes et les Rocheuses. Comparativement à 2020, une proportion beaucoup plus grande de voyageurs américains a mentionné Hawaï, tandis que la popularité des Rocheuses et du Midwest est en baisse.



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

# Connaissance des possibilités de vacances

- La connaissance du Canada comme destination a beaucoup augmenté. Il se classe maintenant au dixième rang du classement des destinations concurrentes à l'extérieur de l'État de résidence. Plusieurs autres destinations ont aussi fait d'importants progrès à cet égard en 2021.



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

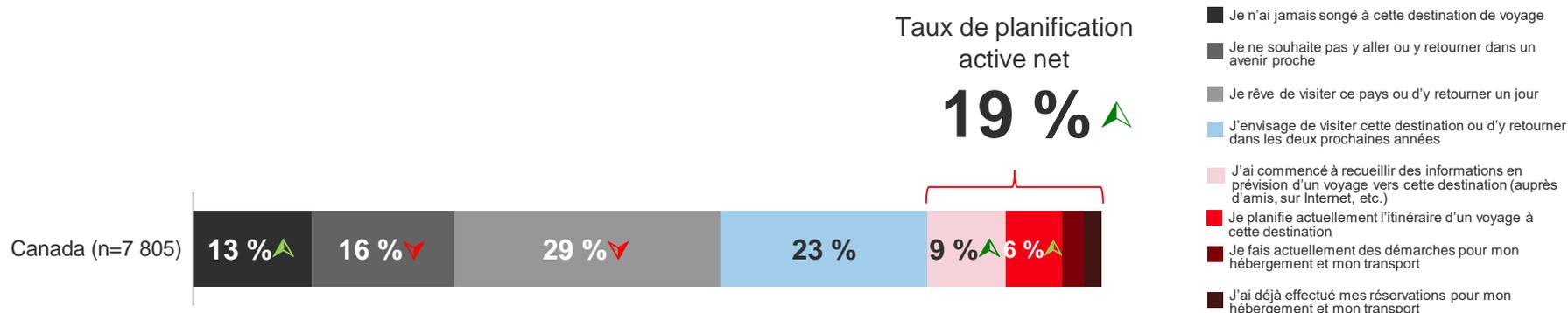
Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant de visiter cette destination (n=varie).

QMP3. Quelle note accorderiez-vous à votre niveau de connaissance sur les possibilités de voyages de vacances pour chacune des destinations suivantes? (Sélectionnez une seule réponse pour chacun.)

# Étape du cycle d'achat par marché

Les voyages à l'extérieur de l'État de résidence font l'objet d'un cycle décisionnel vers l'achat : les consommateurs doivent en effet passer par plusieurs étapes, à partir de celle où ils ne connaissent rien de la destination jusqu'à celle où ils réservent leur voyage. Le taux de planification active net représente les quatre dernières étapes (ou le bas de l'entonnoir) de ce cycle vers l'achat.

- ▶ De 18 % à 35 % des voyageurs américains en sont à l'une des quatre dernières étapes du cycle vers l'achat d'un voyage vers l'une des principales destinations extérieures à l'État de résidence qui font concurrence au Canada. Le Canada partage le onzième rang du classement général avec une autre destination, et 19 % des voyageurs américains en sont à l'une des quatre dernières étapes du cycle vers l'achat d'un voyage au Canada (en forte hausse par rapport à 2020). Bien que ces données soient encourageantes, elles indiquent que les voyageurs américains envisagent sérieusement de visiter plusieurs destinations et que le Canada pourrait avoir de la difficulté à convertir les voyageurs potentiels en visiteurs réels, d'autant plus que les voyageurs américains préfèrent les voyages intérieurs.
- ▶ Comparativement à 2020, les voyageurs américains ont progressé dans le cycle vers l'achat : moins de répondants indiquent ne pas souhaiter visiter le pays ou être à l'étape du rêve, et beaucoup plus de répondants en sont aux étapes de la collecte d'information et de la planification d'itinéraire. Ces résultats indiquent que le Canada parvient bien à faire progresser les voyageurs américains dans le cheminement vers l'achat.



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) – il convient de noter que tous les répondants ont évalué le Canada ainsi que deux destinations choisies au hasard parmi les destinations concurrentes.

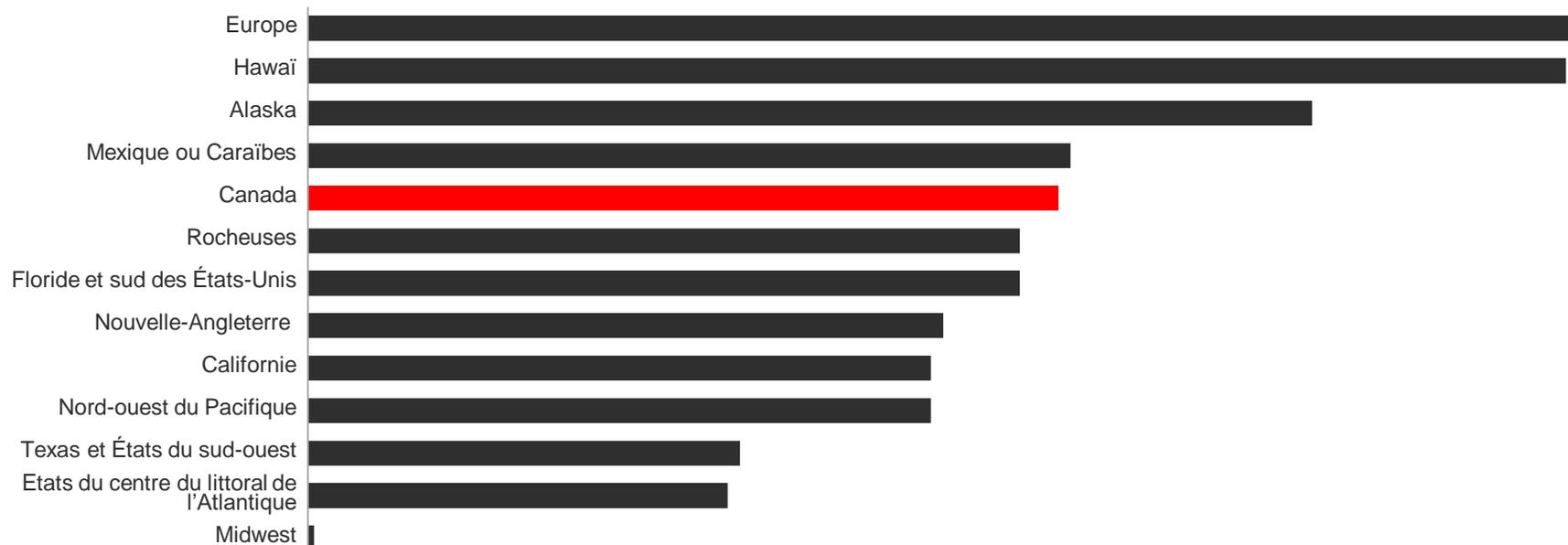
QMP1. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre situation actuelle lorsque vous envisagez chacune des destinations suivantes pour un voyage de vacances?

# Taux de recommandation net

Le taux de recommandation net permet d'évaluer la probabilité qu'un répondant recommande une destination. Il s'agit d'un indicateur important pour la promotion, puisqu'un taux de recommandation net élevé indique que les gens qui ont visité le Canada sont susceptibles d'encourager les autres à faire de même. Les données sont recueillies auprès de voyageurs qui ont déjà visité chaque destination et ont été normalisées pour faciliter la comparaison des taux de recommandation nets de tous les concurrents.

► Le Canada est passé du sixième rang du classement général en 2020 au cinquième rang en 2021.

Données normalisées



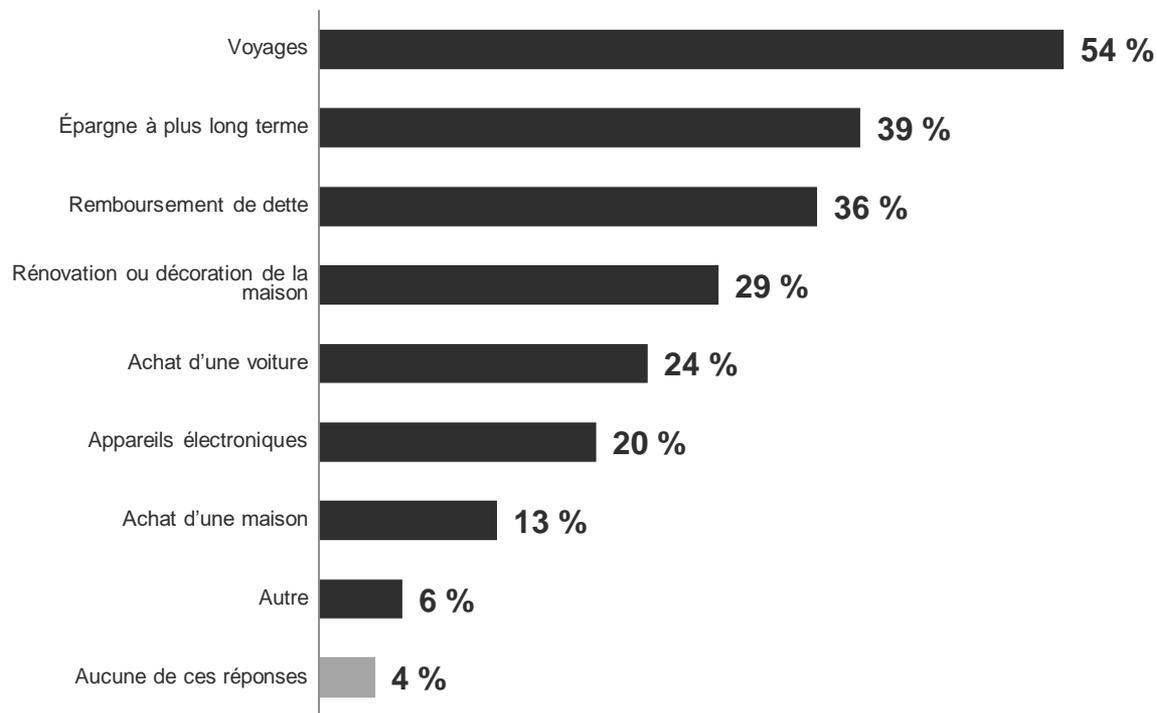
Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) qui ont visité chaque destination.

MP11. Que vous ayez déjà visité ces destinations ou non, quelle est la probabilité que vous recommandiez chacune des destinations de vacances suivantes à un ami, à un membre de votre famille ou à un collègue?

# Dépenses consacrées aux voyages et intentions de voyage vers le Canada

# Priorités en matière de dépenses pour la prochaine année<sup>+</sup>

- En 2021, le voyage figurait en tête des priorités en matière de dépenses immédiates pour les voyageurs des États-Unis, loin devant les priorités secondaires comme l'épargne et le remboursement de dette.



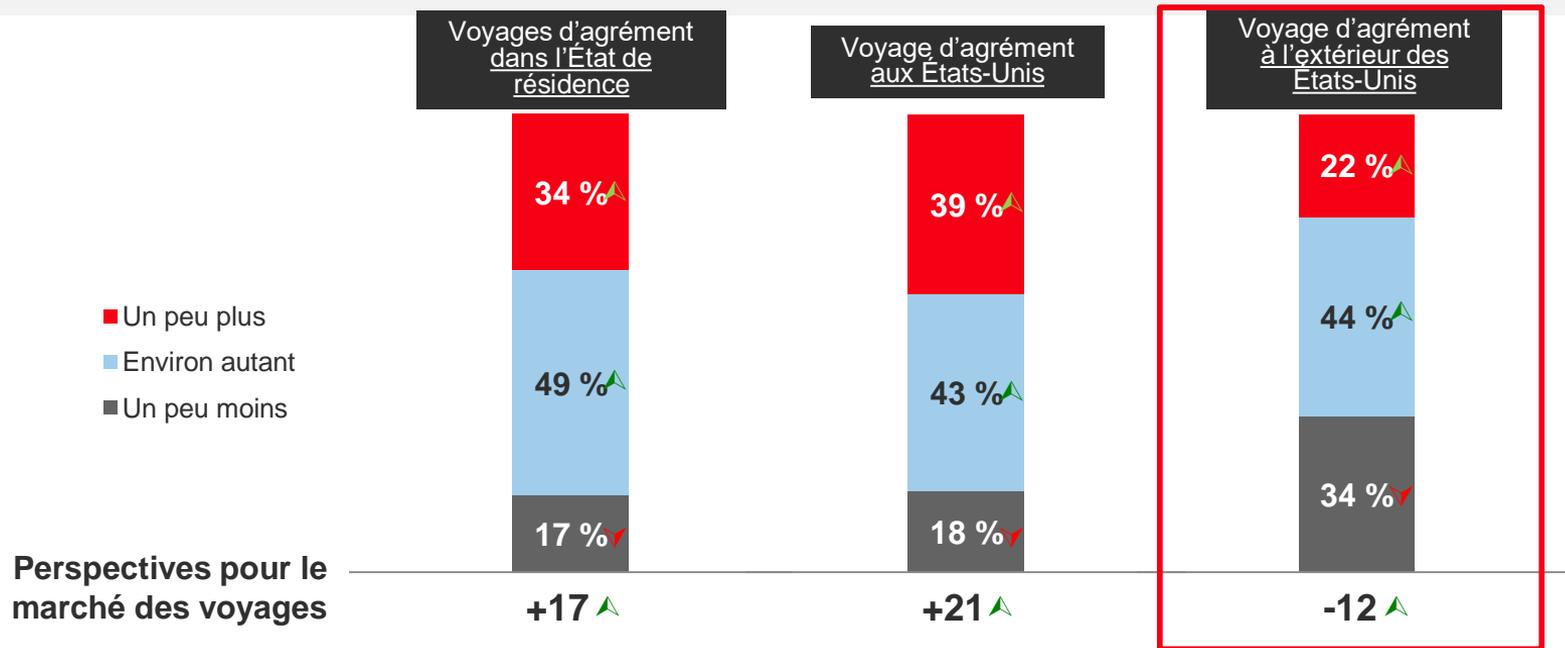
<sup>+</sup> Nouvelle question dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805].  
AT. Parmi les options suivantes, pour lesquelles allez-vous dépenser en priorité au cours des 12 prochains mois? (Sélectionnez jusqu'à trois réponses)

# Intentions en matière de dépenses pour un voyage (12 prochains mois)

On calcule les perspectives pour le marché des voyages en soustrayant la proportion de voyageurs affirmant qu'ils dépenseront moins en voyages dans les 12 prochains mois qu'au cours des 12 derniers mois de la proportion des voyageurs affirmant qu'ils dépenseront plus en voyages dans les 12 prochains mois.

- ▶ Les voyageurs des États-Unis prévoient dépenser davantage pour tous les types de voyages pendant la prochaine année que dans la dernière année. Les perspectives pour les voyages d'agrément aux États-Unis affichent la plus grande amélioration (-15 en 2020 contre +21 en 2021).
- ▶ Bien que les perspectives pour les voyages à l'extérieur des États-Unis demeurent négatives (-12), elles sont nettement meilleures que celles de 2020 (-38).



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

# Dépenses consacrées aux voyages<sup>+</sup>

- ▶ Les voyageurs américains prévoient dépenser un peu plus pour voyager après la pandémie qu'avant, quelle que soit la destination.
- ▶ On s'attend à ce que les dépenses consacrées aux voyages à l'extérieur des États-Unis affichent la croissance la plus élevée en pourcentage. Les dépenses anticipées pour les voyages à l'étranger (6 229 \$) équivalent presque au double des dépenses anticipées pour les voyages intérieurs hors de l'État de résidence (3 326 \$).

## Dépenses annuelles moyennes des ménages pour des voyages de vacances

AVANT LA PANDÉMIE

APRÈS LA PANDÉMIE

VARIATION NETTE

APRÈS LA PANDÉMIE

MOINS

AVANT LA PANDÉMIE

### Voyager à l'intérieur de l'État de résidence

1 544 \$

1 569 \$

+25 \$ (+2 %)

### Voyager à l'intérieur des États-Unis

3 016 \$

3 326 \$

+310 \$ (+10 %)

### Voyager à l'extérieur des États-Unis

5 587 \$

6 229 \$

+642 \$ (+11 %)

<sup>+</sup> Nouvelles questions dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Répondants ayant effectué un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence en 2019 (n=3 847 au pays / n=4 052 court-courriers / n=2 230 long-courriers).

TP2\_INT. Concernant les voyages de vacances que vous avez effectués en 2019, environ combien votre ménage a-t-il dépensé au total pour chaque destination? Une estimation approximative est acceptable, mais si vous ne vous en souvenez pas, sélectionnez « Je ne sais pas ». (AVANT la pandémie)

Base : Répondants prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence après la pandémie de COVID-19 (n=3 848 au pays / n=4 048 court-courriers / n=2 795 long-courriers).

TP2B\_INT. Concernant les voyages de vacances que vous comptez faire après la pandémie de COVID-19, environ combien votre ménage a-t-il l'intention de dépenser au total pour chaque destination? Une estimation approximative est acceptable, mais si vous avez de la difficulté à prédire le montant, sélectionnez « Je ne sais pas ». (APRÈS la pandémie)

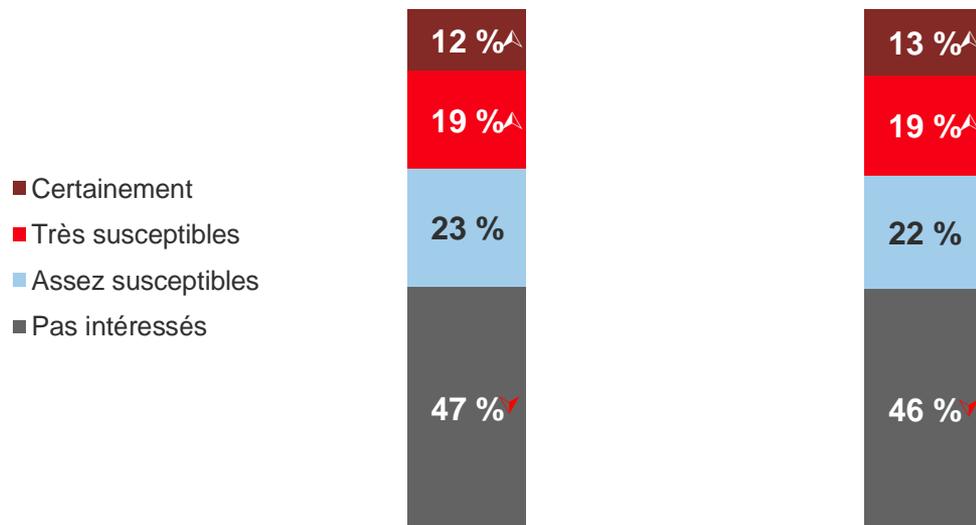
# Probabilité de visiter le Canada au cours des deux prochaines années

- ▶ Comparativement à 2020, la probabilité de visiter le Canada dans les deux prochaines années est en forte hausse. Les voyageurs américains sont plus susceptibles d'envisager un voyage au Canada, qu'il soit de courte ou de longue durée.
- ▶ L'intention de visiter le Canada au cours des deux prochaines années est à son taux le plus élevé chez les voyageurs de 18 à 54 ans.

Probabilité de faire un voyage de :

Une à trois nuits

Quatre nuits ou plus



**40 %**

sont susceptibles  
(certainement/très  
susceptibles) de  
visiter le Canada  
au cours des deux  
prochaines  
années

▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

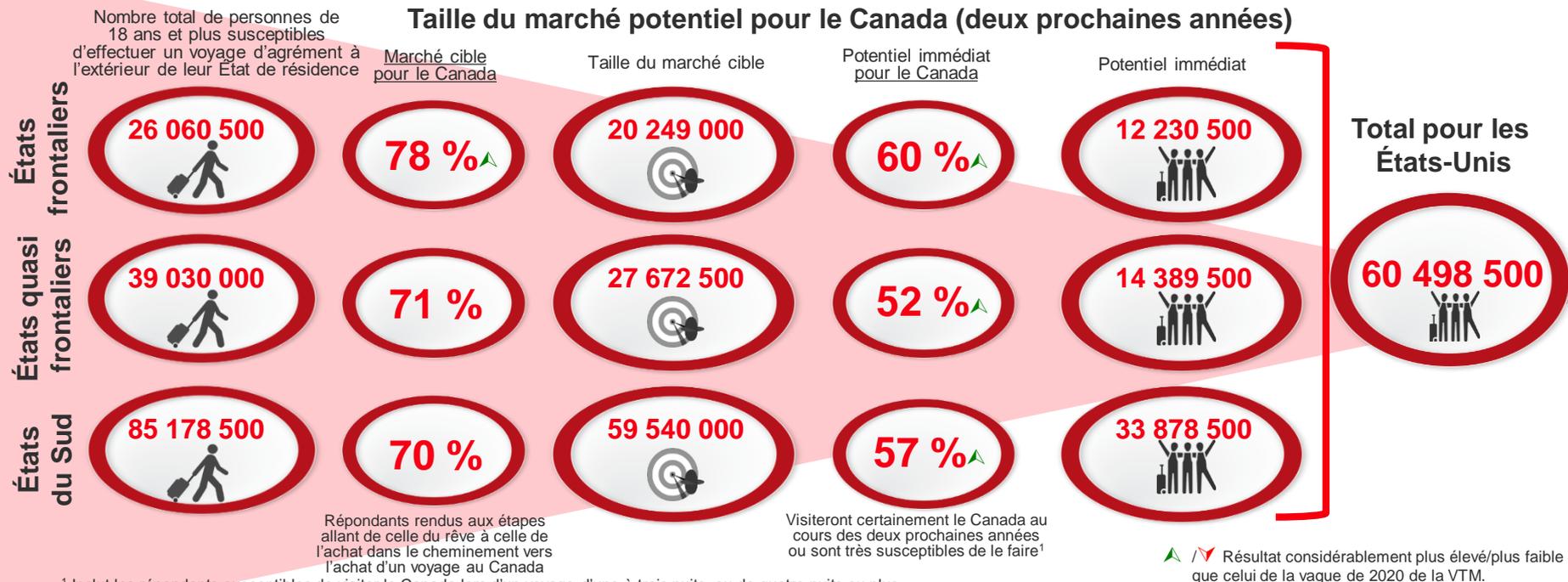
Remarque : Les répondants considérés comme n'étant pas intéressés sont ceux ayant répondu « Peu susceptible » ou « Pas du tout susceptible », ou ayant indiqué qu'ils n'avaient aucune intention de visiter le Canada.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805]. QMP6. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous fassiez un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années? (Sélectionnez une seule réponse.)

# Taille du marché potentiel pour le Canada

Les données de l'enquête permettent d'estimer la taille du marché potentiel pour le Canada à deux égards : le marché cible (la proportion de voyageurs, parmi tous les voyageurs américains, qui se trouvent aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat d'un voyage au Canada) et le marché potentiel immédiat (la proportion de voyageurs parmi ceux du marché cible qui ont l'intention de visiter le Canada au cours des deux prochaines années).

- ▶ La proportion de voyageurs américains qui envisagent une visite au Canada est stable, mais l'intention de visiter le pays au cours des deux prochaines années a augmenté considérablement au sein de ce groupe, ce qui se traduit par un marché potentiel immédiat de 60,5 millions de personnes.



<sup>1</sup> 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 = répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805]; 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=5 691)

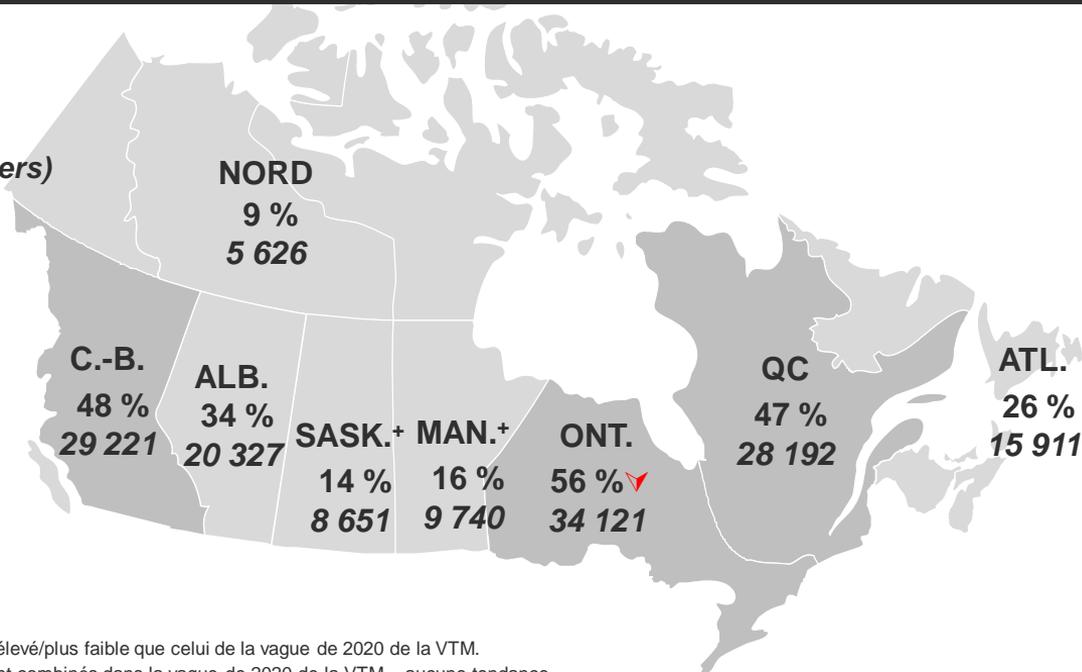
QMP1. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre situation actuelle lorsque vous envisagez chacune des destinations suivantes pour un voyage de vacances?  
QMP6. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous fassiez un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années?

# Taille du marché potentiel pour les régions

- ▶ Bien que l'intérêt pour l'Ontario ait considérablement diminué depuis 2020, l'Ontario, la Colombie-Britannique et le Québec demeurent les provinces les plus susceptibles d'attirer la plus grande part de voyageurs américains.

Potentiel immédiat pour le Canada : **60 498 500**

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



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

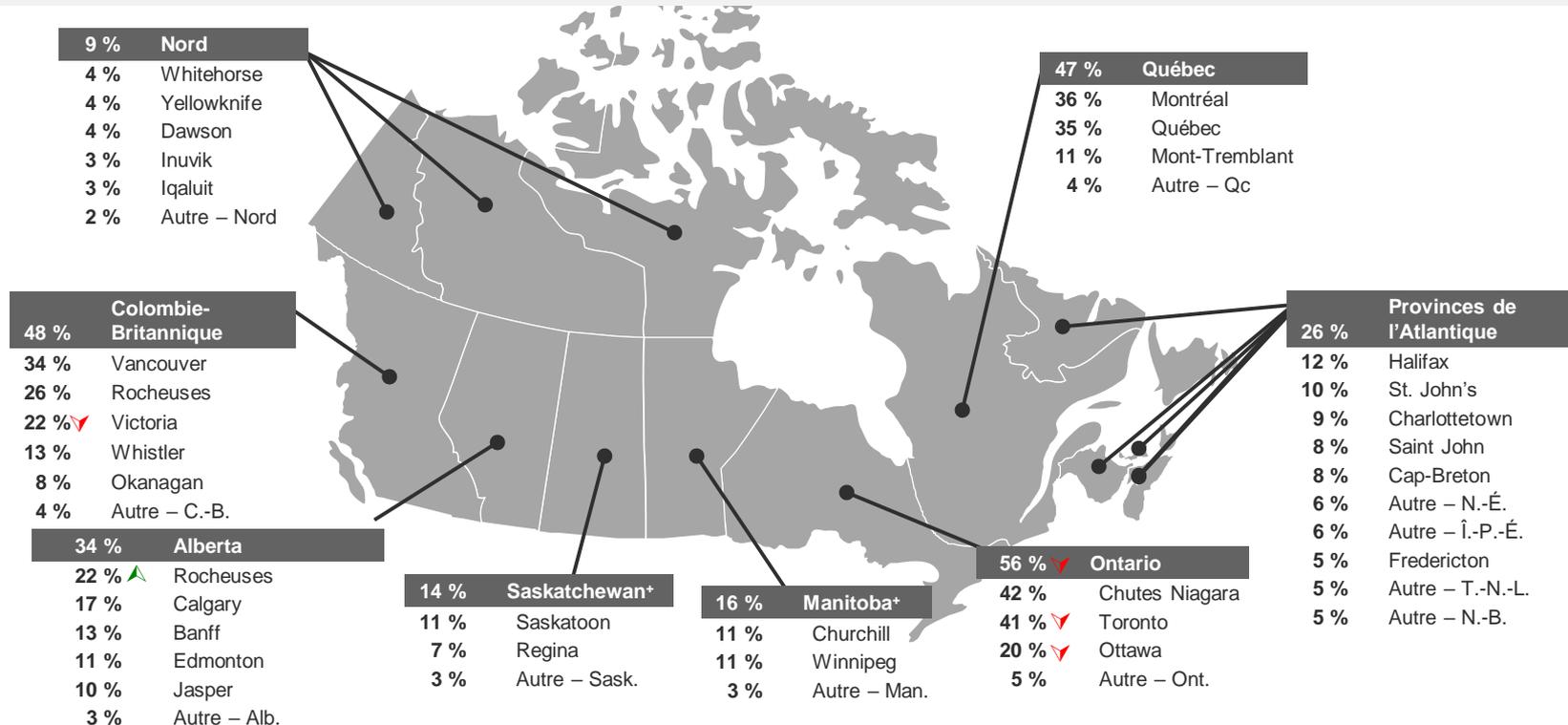
+ La Saskatchewan et le Manitoba étaient combinés dans la vague de 2020 de la VTM – aucune tendance.

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 le Canada ou sont très susceptibles de le faire (n=3 227).

QMP7. Si vous deviez faire un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années, laquelle/lesquelles des destinations canadiennes suivantes seriez-vous susceptible de visiter?

# Destinations canadiennes susceptibles d'être visitées

► La baisse d'intérêt pour Toronto et Ottawa entraîne également une diminution de l'intérêt général pour l'Ontario. Dans les autres provinces canadiennes, l'intérêt pour les Rocheuses de l'Alberta est en hausse, tandis que l'intérêt pour Victoria a diminué.



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

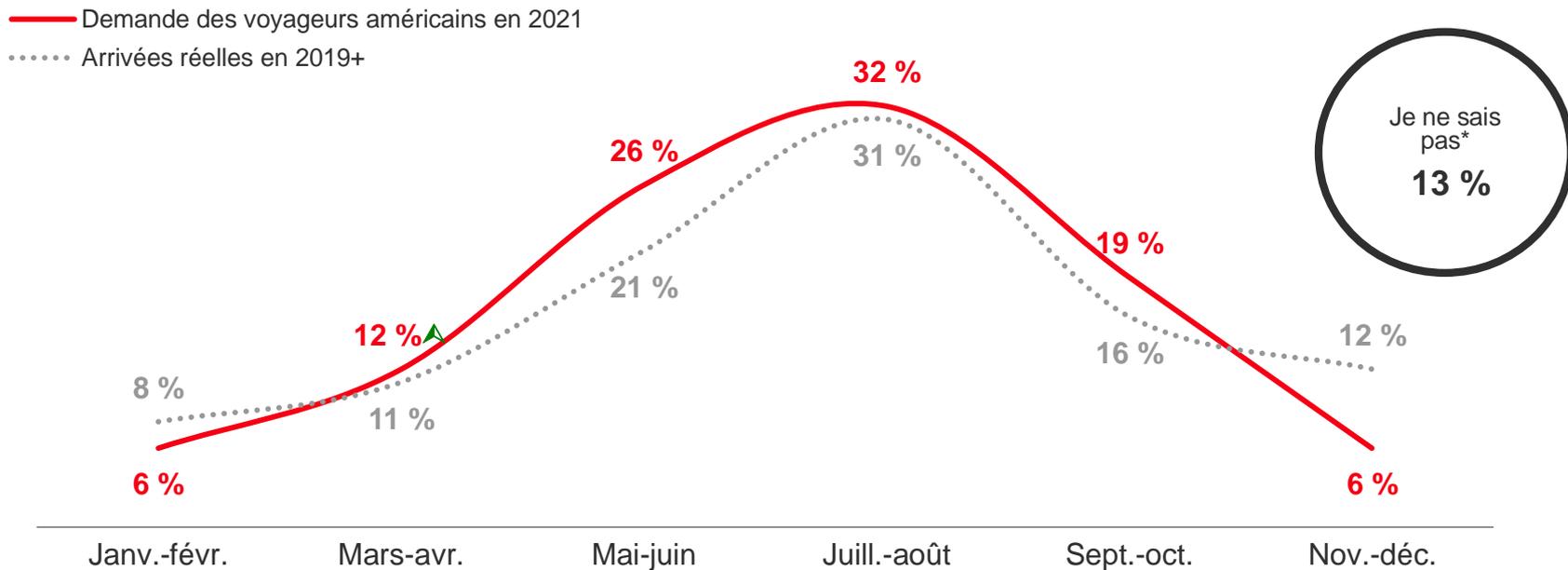
\* La Saskatchewan et le Manitoba étaient combinés dans la vague de 2020 de la VTM – aucune tendance.

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 le Canada ou sont très susceptibles de le faire (n=3 227).

QMP7. Si vous deviez faire un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années, laquelle/lesquelles des destinations canadiennes suivantes seriez-vous susceptible de visiter? QMP7a-g. Quelles destinations de voyage êtes-vous susceptible de visiter en/au/dans la région du [province/région]?

# Demande saisonnière pour le Canada aux États-Unis

- ▶ Les mois de juillet et d'août sont les plus populaires chez les voyageurs américains qui envisagent une visite au Canada. Il s'agit aussi des mois auxquels on enregistre le plus grand nombre d'arrivées de visiteurs des États-Unis.
- ▶ Puisque la demande actuelle surpasse les visites habituelles à la fin du printemps, il existe un potentiel d'augmenter les voyages des Américains durant ces mois.



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

+ Source : Statistique Canada, Dénombrement à la frontière, 2019.

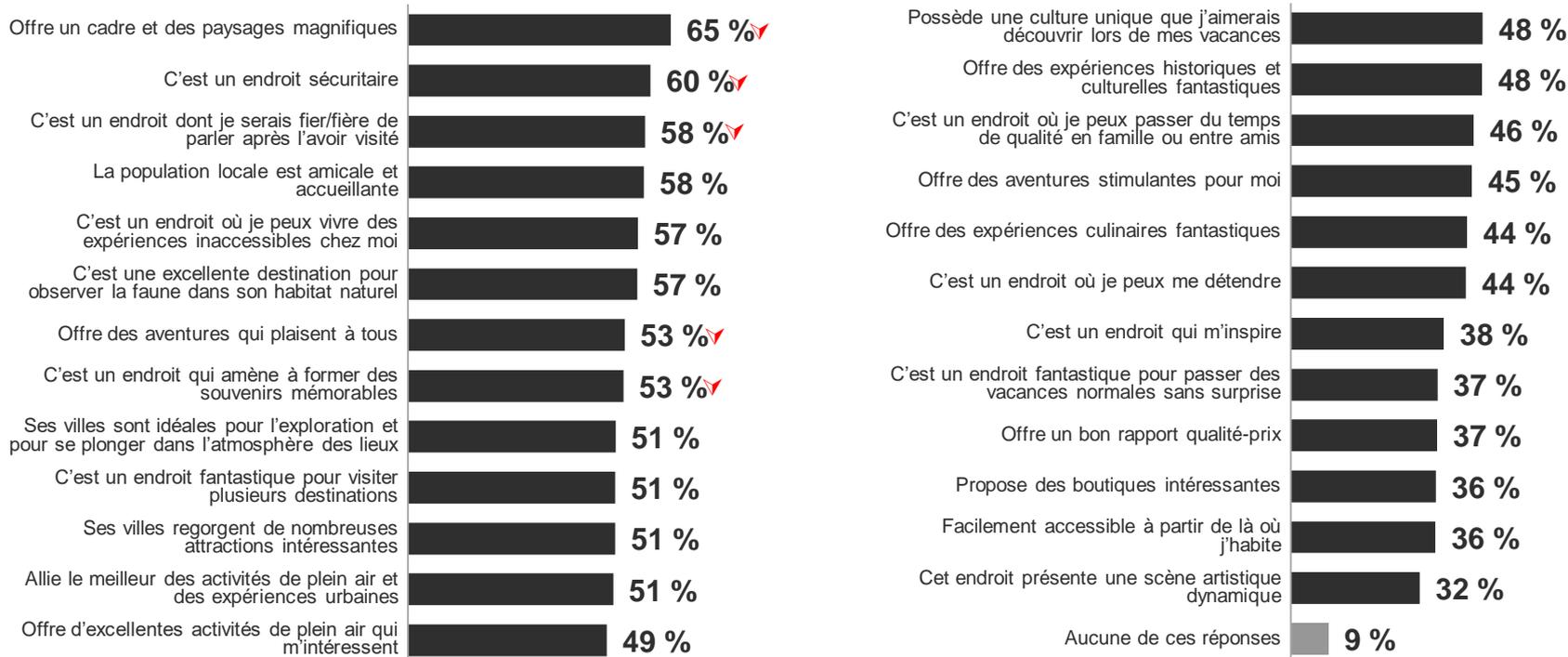
\* Les réponses « Je ne sais pas » sont exclues du graphique de la demande saisonnière.

22 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, excluant les réponses « Je ne sais pas » (n=5 035). PC3. À quelle période de l'année envisageriez-vous de faire un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

# Impressions du Canada

# Impressions du Canada en tant que destination de vacances

► Chez les voyageurs américains, le Canada est réputé pour son cadre et ses paysages magnifiques et pour son caractère sécuritaire, et ils le considèrent comme un endroit dont ils seraient fiers de parler après l'avoir visité. Cependant, la proportion de ces voyageurs qui associent le Canada à ces principaux attributs a diminué en 2021.

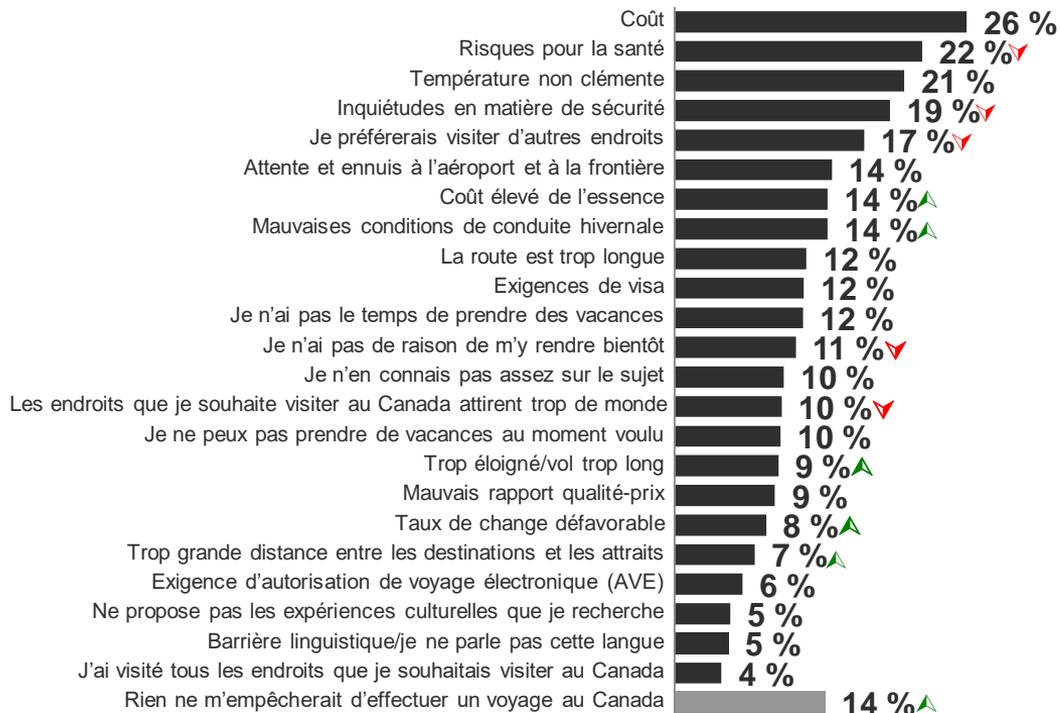


▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805]. QMP5\_NEW. Nous voudrions connaître vos impressions générales sur certaines destinations, même si vous n'y êtes jamais allé(e). Veuillez sélectionner toutes les destinations qui, selon vous, s'appliquent à l'énoncé. Sélectionnez « Aucune de ces réponses » si vous pensez qu'aucune des destinations ne s'applique.

# Principaux obstacles à un voyage au Canada

- À mesure que la disponibilité mondiale des vaccins contre la COVID-19 a augmenté au cours de l'année, les inquiétudes quant aux risques pour la santé ont perdu en importance et le coût est redevenu le principal obstacle à une visite au Canada pour les visiteurs américains potentiels. Les inquiétudes en matière de sécurité, la préférence pour d'autres endroits, l'absence de raisons de s'y rendre bientôt et les préoccupations liées à l'achalandage ont aussi perdu en importance. D'un autre côté, le coût élevé de l'essence, les conditions pour la conduite hivernale, la longueur du vol, le taux de change et la distance entre les destinations sont tous des obstacles de plus en plus déterminants.



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805]. MP9. Lesquels des éléments suivants pourraient vous dissuader de visiter le Canada? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

# Intérêts en matière de vacances

# Activités d'intérêt lors d'un voyage de vacances

- ▶ Pendant leurs vacances, les voyageurs des États-Unis veulent surtout essayer des boissons et des aliments locaux et faire des activités en nature.
- ▶ L'intérêt général pour une vaste gamme d'activités de vacances, qui comprennent à la fois des activités en ville et en nature, a diminué comparativement à 2020.



+ Nouvel énoncé dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805].

MP10. De manière générale, quelles activités aimez-vous faire ou quels lieux aimez-vous visiter lors d'un voyage de vacances? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

# Activités centrales pour les voyages

► L'observation des aurores boréales est la principale activité à laquelle les voyageurs américains consacraient un voyage, ce qui représente une occasion en or pour le Canada. La visite d'attractions naturelles, comme les montagnes et les chutes, est aussi une activité de voyage centrale populaire, mais l'intérêt est en baisse par rapport à 2020.



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

+ Nouvel énoncé dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 683]. MP12. Parmi les activités suivantes, y a-t-il une ou plusieurs activités qui soient assez importantes pour que vous y consacriez un voyage?

# Saison où participer à des activités pendant ses vacances\*

- Le printemps et l'été sont les saisons préférées des voyageurs américains pour participer à plusieurs activités de vacances populaires, particulièrement les activités en nature. D'autres activités prisées, comme les festivals touchant à la nourriture et aux boissons, la visite de brasseries et de vineries et les festivals culturels, sont populaires du printemps à l'automne. Il y a également plusieurs activités urbaines qui sont populaires toute l'année.

	Été	Automne	Hiver	Printemps
Essayer des boissons et des aliments locaux	77 %	64 %	53 %	75 %
+Plages au bord de la mer	89 %	16 %	10 %	37 %
Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes	63 %	41 %	15 %	62 %
Randonnées ou promenades dans la nature	64 %	54 %	13 %	72 %
Aurores boréales	34 %	38 %	60 %	32 %
Parcs naturels	63 %	47 %	15 %	67 %
Observation de la faune et de la vie marine	70 %	38 %	19 %	62 %
+Plages au bord de lacs	87 %	18 %	8 %	42 %
Festivals ou événements touchant à la nourriture et aux boissons	70 %	51 %	31 %	64 %
Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial	66 %	49 %	25 %	66 %
Restaurants de fine cuisine	70 %	61 %	55 %	72 %
Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage	72 %	57 %	48 %	69 %
Couleurs automnales	-	100 %	-	-
Visiter des musées ou des galeries d'art	69 %	63 %	54 %	72 %
Brasseries ou vineries	71 %	63 %	43 %	71 %
Festivals culturels ou traditionnels	65 %	53 %	30 %	66 %
Camping	71 %	38 %	13 %	54 %
Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones	72 %	59 %	39 %	73 %

	Été	Automne	Hiver	Printemps
Parcs d'attractions ou thématiques	73 %	34 %	16 %	61 %
Spectacles	70 %	52 %	39 %	66 %
Visites guidées de ville	65 %	53 %	28 %	72 %
Vie nocturne	75 %	46 %	40 %	62 %
Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins	72 %	46 %	15 %	75 %
Festivals de musique	73 %	40 %	24 %	62 %
Achat de vêtements et de chaussures	64 %	49 %	45 %	64 %
Kayak, canot ou planche à rame	84 %	25 %	8 %	53 %
Circuits autonomes en voiture ou voyages en voiture	57 %	48 %	14 %	62 %
Floraison printanière	-	-	-	100 %
Exploration d'endroits où la plupart des touristes ne vont pas	54 %	41 %	26 %	56 %
Visites guidées dans la nature	52 %	45 %	15 %	66 %
Croisières	64 %	27 %	24 %	48 %
Tyrolienne	76 %	34 %	11 %	59 %
Visites guidées en train	48 %	54 %	32 %	62 %
Pêche ou chasse	62 %	41 %	22 %	60 %
Visites guidées en bateau	69 %	21 %	13 %	49 %
Voyager vers des destinations éloignées	65 %	40 %	22 %	61 %

	Été	Automne	Hiver	Printemps
Festivals d'hiver	-	-	100 %	-
Spas ou centres de bien-être	67 %	54 %	55 %	69 %
Festivals d'humour	66 %	47 %	44 %	67 %
Événements sportifs	66 %	48 %	39 %	58 %
Visites culinaires ou cours de cuisine	63 %	54 %	47 %	69 %
Plongée autonome	80 %	14 %	12 %	39 %
Promenades à vélo	62 %	37 %	11 %	64 %
Vélo de montagne	59 %	31 %	14 %	58 %
Magasinage dans des boutiques de luxe	64 %	48 %	48 %	64 %
Festivals de cinéma	61 %	45 %	41 %	60 %
Ski alpin ou planche à neige	-	-	100 %	-
Vélo sur route	59 %	30 %	14 %	58 %
Visites guidées en avion ou en hélicoptère	59 %	36 %	22 %	59 %
Visites d'installations agricoles et de fermes	45 %	39 %	16 %	57 %
Golf	66 %	29 %	15 %	62 %
Location de véhicule récréatif (VR)	61 %	40 %	23 %	58 %
Raquette ou ski de fond	-	-	100 %	-
Rodéos	54 %	34 %	23 %	49 %

■ 50 % ou plus des répondants intéressés par l'activité y participeraient durant cette saison.

■ Entre 40 % et 49 % des répondants intéressés par l'activité y participeraient durant cette saison.

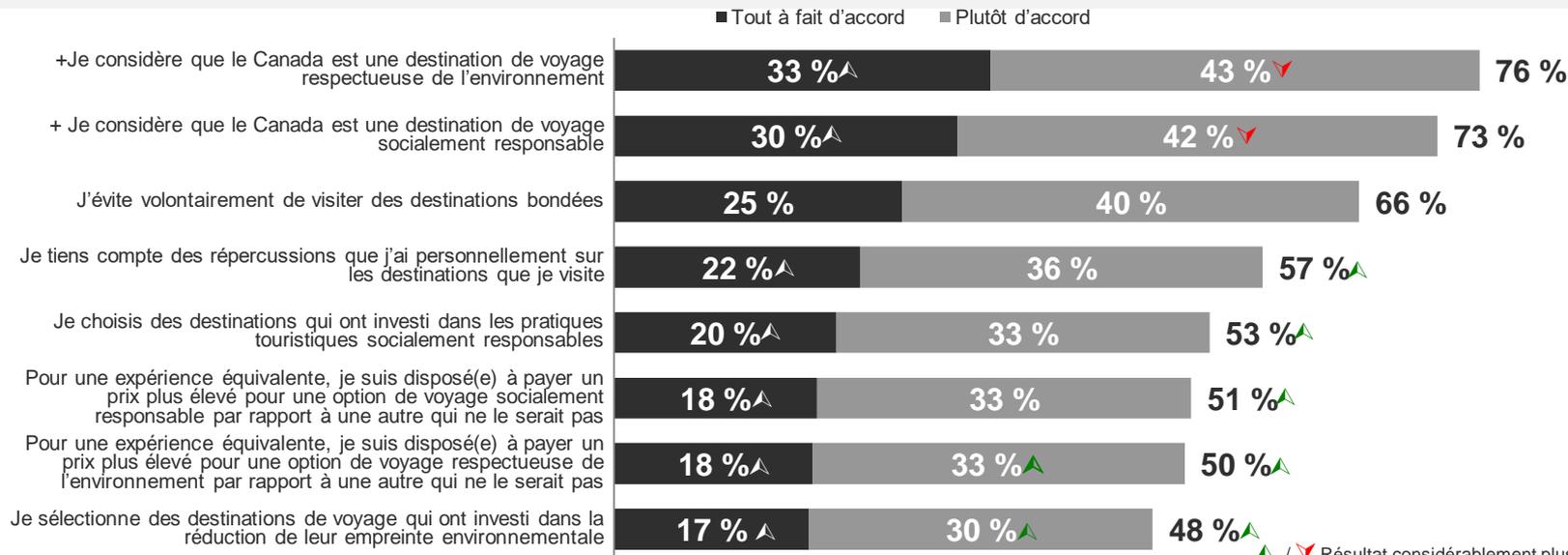
\* Nouvelle question dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

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

MP10A. Concernant les activités ou les endroits qui vous intéressent pendant vos vacances, à quel moment pratiqueriez-vous généralement ces activités? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.) Notez que les saisons font référence aux saisons de la destination.

# Voyage durable

- ▶ Comparativement à 2020, beaucoup plus de voyageurs américains disent tenir compte de leur incidence personnelle lorsqu'ils visitent une destination. On constate également une augmentation de la proportion des répondants qui disent privilégier les destinations qui ont investi dans les pratiques touristiques responsables sur les plans social et environnemental, et qui se disent prêts à payer un prix plus élevé pour accéder à ces options de voyage.
- ▶ Près des trois quarts des voyageurs intéressés par un voyage au Canada considèrent ce pays comme une destination responsable sur les plans social et environnemental.
- ▶ Cependant, une proportion beaucoup plus petite de voyageurs, soit 16 % pour les deux réponses, cite la disponibilité d'options de voyage écologiques ou socialement responsables comme l'un des facteurs les incitant à choisir le Canada comme destination de voyage<sup>1</sup>.



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

<sup>1</sup> Les données se trouvent à la page 32.

\* 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 (n=5 691).

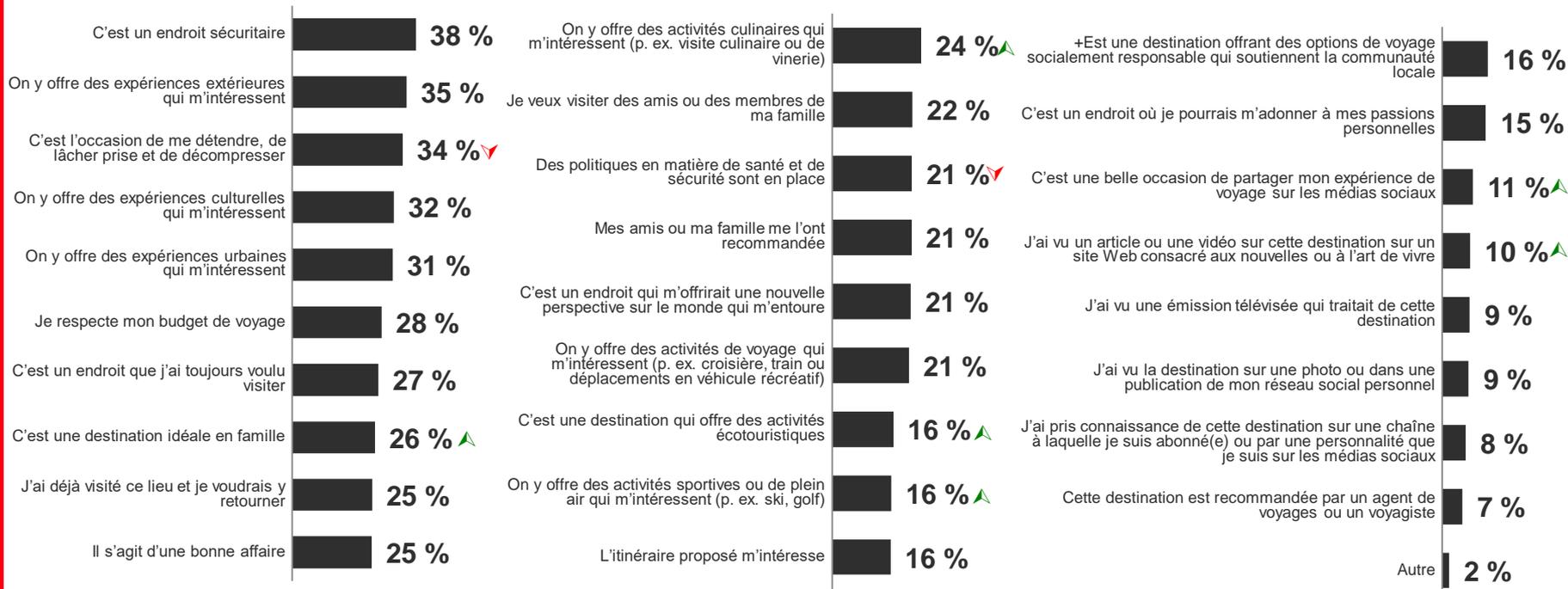
Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=7 805].

PC31. 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 ». Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les énoncés suivants...

# Principales caractéristiques d'un futur voyage au Canada

# Facteurs influençant le choix de la destination

- ▶ Le caractère sécuritaire de la destination, l'offre d'expériences extérieures d'intérêt et l'occasion de se détendre sont les principaux facteurs incitant les voyageurs des États-Unis à choisir le Canada comme destination de vacances.
- ▶ Depuis 2020, l'occasion de se détendre est une raison moins importante de choisir le Canada, tandis que l'attrait en tant que destination pour un voyage en famille a gagné en importance.



+ Nouvel énoncé dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) et envisageant un voyage au Canada [n=1 330].

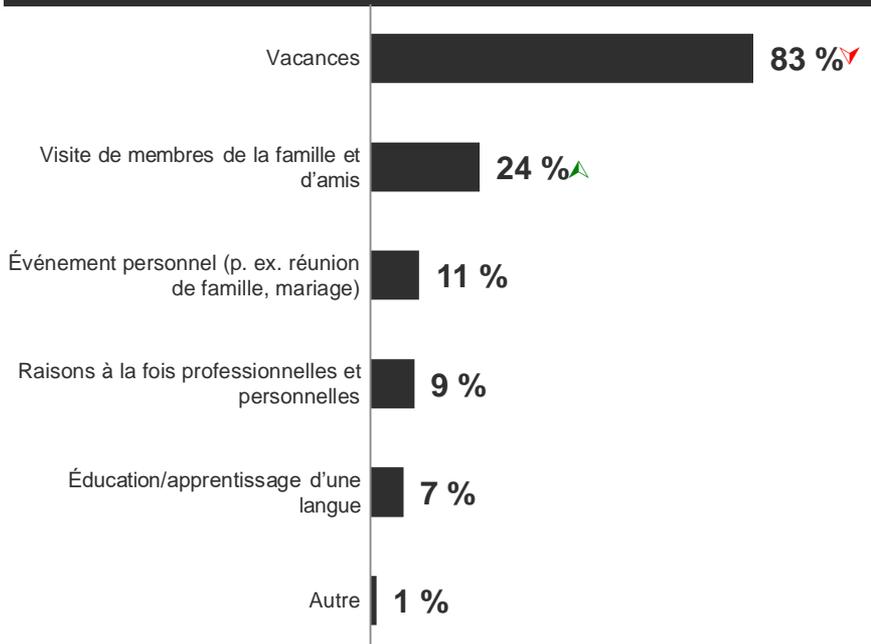
FT3. Parmi les facteurs suivants, lesquels influenceraient votre choix de destination? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

# Motif principal du futur voyage et groupe de voyage

- ▶ Malgré une baisse en 2021, les vacances continueront d'être la principale raison pour laquelle les voyageurs américains visiteront le Canada au cours des deux prochaines années, suivies de la visite des amis et de la famille, qui est de plus en plus populaire.
- ▶ Les groupes de voyageurs des États-Unis qui visiteront le Canada seront principalement composés de membres de la famille immédiate, et seront surtout des familles avec enfants ou des couples.

## Motif du voyage

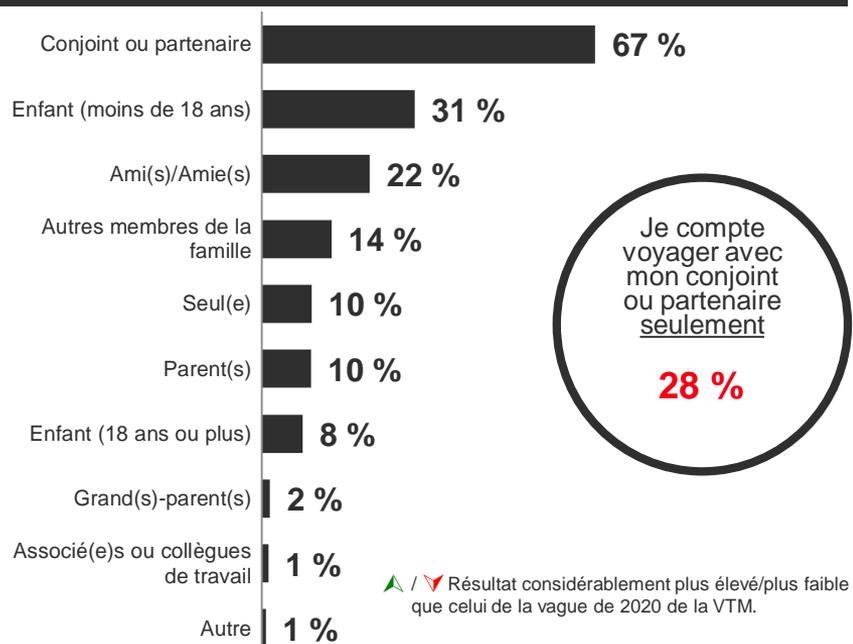


▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) et envisageant un voyage au Canada [n=1 330].

FT2. Si vous faisiez un voyage au Canada, quel en serait l'objectif principal?

## Groupe de voyage



Je compte voyager avec mon conjoint ou partenaire seulement

28 %

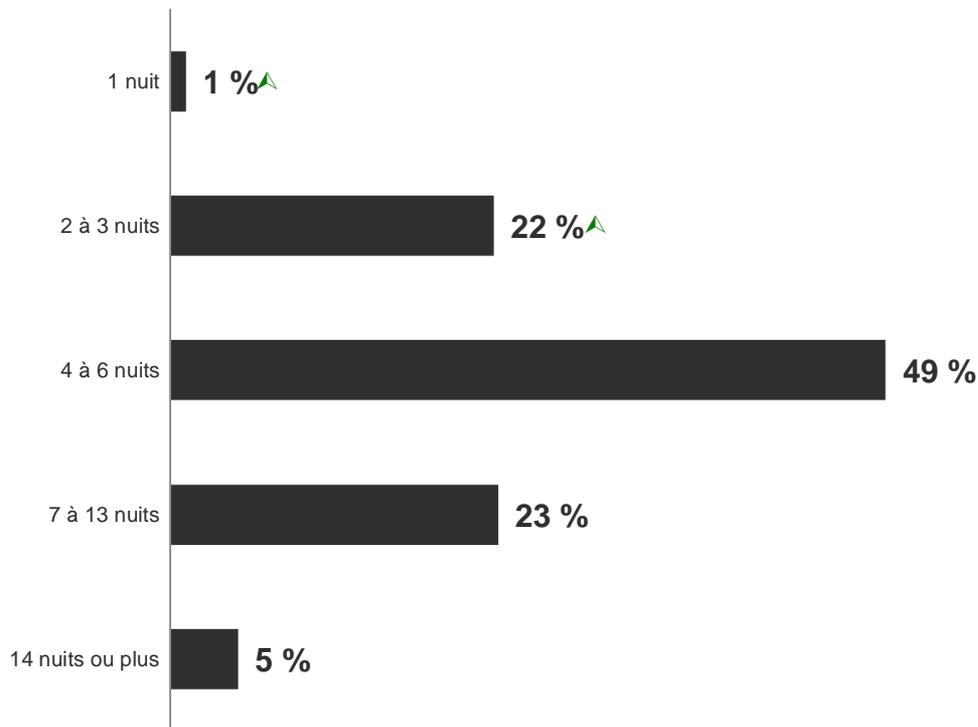
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) et envisageant un voyage au Canada [n=1 330].

FT5. Avec qui partiriez-vous en voyage au Canada? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

# Durée du futur voyage

- ▶ La plupart des voyageurs américains aimeraient passer au moins quatre nuits au Canada et ont une préférence marquée pour les voyages de quatre à six nuits. Bien que la majorité préfère les voyages plus longs, on constate une hausse importante de la proportion de voyageurs américains planifiant un voyage au Canada de deux ou trois nuits (particulièrement populaires chez les 18 à 34 ans).



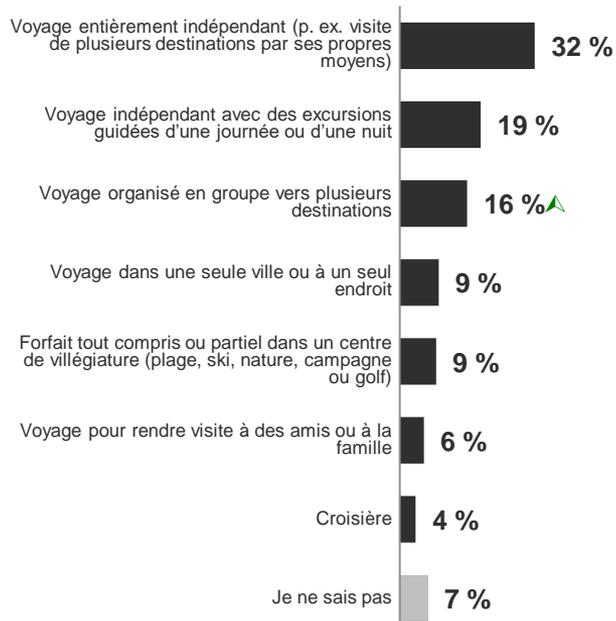
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) et envisageant un voyage au Canada [n=1 330].  
FT4. Combien de nuits passeriez-vous en voyage au Canada?

# Type de voyage et hébergement pour le futur voyage

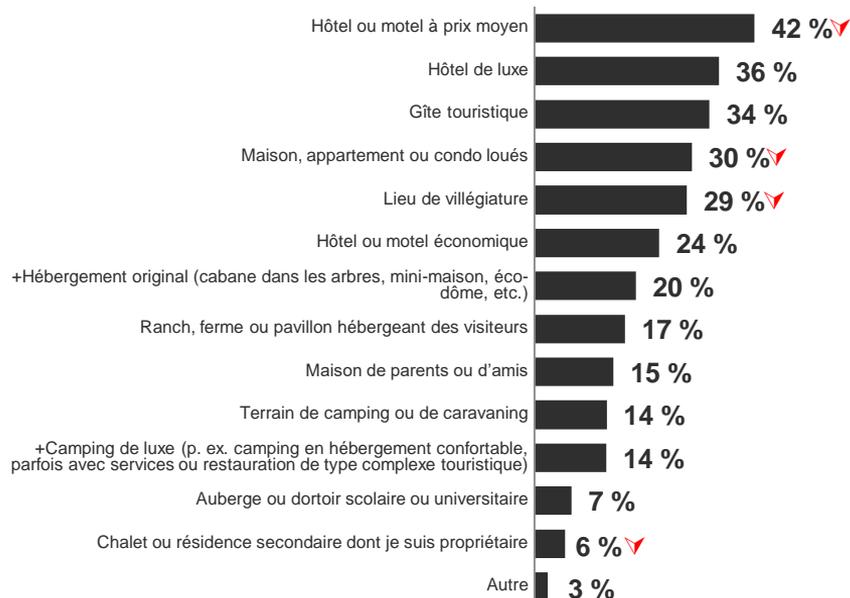
- ▶ La plupart des voyageurs américains préféreraient faire un voyage indépendant au Canada, quoique l'intérêt pour les voyages organisés est en hausse.
- ▶ Malgré une diminution par rapport à 2020, les hôtels à prix moyen se démarquent toujours comme le type d'hébergement le plus prisé pour un voyage au Canada. La proportion de voyageurs qui envisagent la location d'une maison ou d'un appartement et l'hébergement dans un lieu de villégiature a aussi diminué en 2021.

## Type de voyage



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.  
 Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) et envisageant un voyage au Canada [n=1 330].  
 FT9. Quel type de voyage seriez-vous le plus susceptible de réserver pour un déplacement au Canada? (Sélectionnez une seule réponse.)

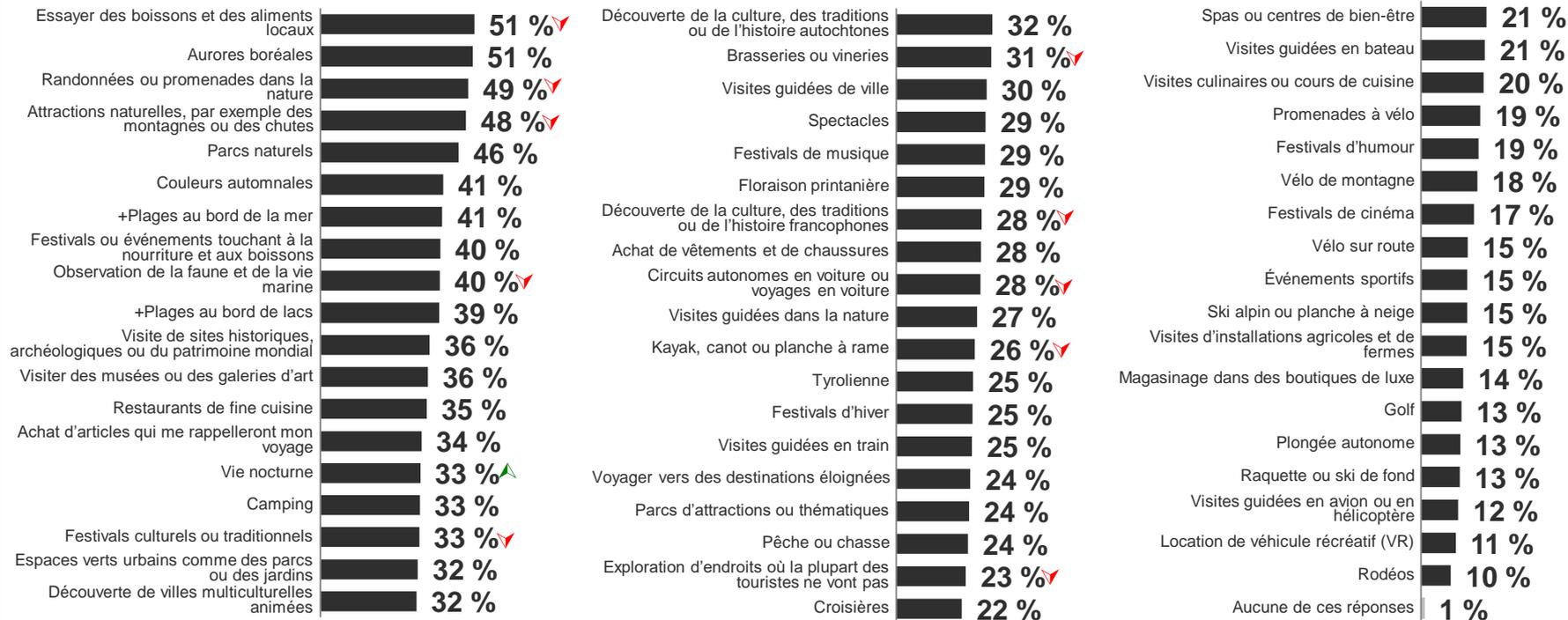
## Type d'hébergement



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.  
 + Nouvel énoncé dans la VTM de 2021 – aucune tendance.  
 Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) et envisageant un voyage au Canada [n=1 330].  
 FT10. Dans quels types d'hébergement envisageriez-vous de séjourner pendant un voyage au Canada? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

# Activités d'intérêt pour un futur voyage au Canada

► Comparativement à 2020, on observe une baisse d'intérêt pour plusieurs activités populaires pendant un voyage au Canada, dont l'essai de boissons et d'aliments locaux, les randonnées ou promenades en nature et la visite d'attractions naturelles comme des montagnes ou des chutes. L'intérêt pour l'observation des aurores boréales fait toutefois exception, qui est maintenant *ex æquo* au premier rang des activités les plus populaires pour un voyage au Canada.



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

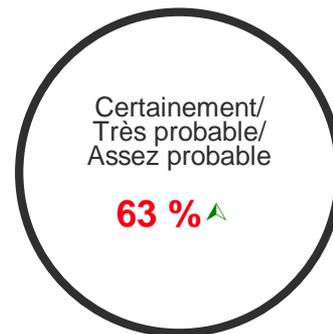
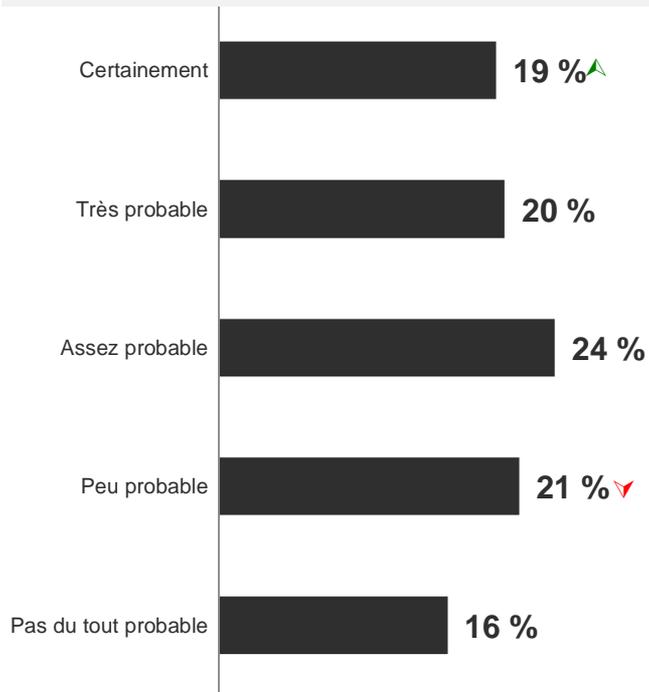
\* Nouvel énoncé dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) et envisageant un voyage au Canada [n=1 330].

FT11. À quelles activités aimeriez-vous participer pendant un voyage au Canada? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

# Recours à une agence de voyages pour un futur voyage

- Les agences de voyages et les voyagistes jouent un rôle important dans la planification des voyages des États-Unis vers le Canada. Une majorité croissante de visiteurs potentiels des États-Unis se disent susceptibles d'avoir recours à une agence de voyages pour faire des recherches ou pour réserver un voyage au Canada.



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un voyage d'agrément à l'extérieur de leur État de résidence (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) et envisageant un voyage au Canada [n=1 330].

FT6. 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 un voyage organisé ou réserver des vols ou des hôtels. Parmi les agences de voyages, mentionnons Collette Vacations ou Liberty Travel, mais pas les services de réservation en ligne comme Expedia ou Travelocity. Quelle est la probabilité que vous fassiez appel à une agence de voyages ou à un voyagiste pour vous aider dans vos recherches ou pour réserver un voyage au Canada?