

Faits saillants de la Veille touristique mondiale de 2021



Veille touristique
mondiale



France

Canada



Indigenous
Perspectives
Perspectives
autochtones



DESTINATION
CANADA

Vue d'ensemble de l'enquête : marché de la France

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 projettent 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'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens



Répartition de l'échantillon dans le cadre de la VTM

Répartition de l'échantillon :
À l'échelle nationale

Voyageurs ayant récemment visité le Canada : **185**
Autres voyageurs : **1 315**
Taille totale de l'échantillon : **1 500**

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 en France

En octobre 2021, la France avait diverses mesures en place pour combattre la propagation de la COVID-19, y compris le passeport sanitaire et le port du masque. Puisque le taux de vaccination y était élevé, on s'attendait à ce que la France commence à assouplir certaines restrictions avant la fin de l'année¹. La cinquième vague, stimulée par le variant Omicron qui faisait déjà rage au Royaume-Uni, n'a atteint la France qu'en novembre 2021.

Situation liée aux voyages à l'étranger

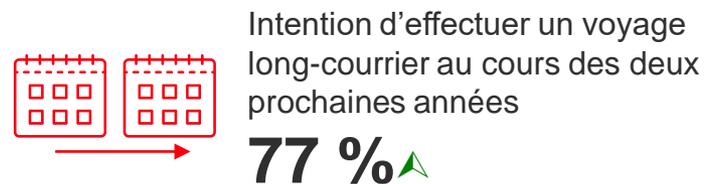
Étant donné la stabilité du nombre de cas de COVID-19 en France, la capacité des voyageurs de visiter des pays étrangers s'améliorait. Beaucoup de grandes destinations concurrentes accueillent les voyageurs entièrement vaccinés, mais exigeaient qu'ils se soumettent à un test PCR à leur arrivée (p. ex. l'Afrique du Sud²), tandis que d'autres (p. ex. l'Australie) demeuraient fermées aux visiteurs³. Le gouvernement français a commencé à utiliser un code à trois couleurs pour classer les pays en fonction du degré de circulation de la COVID-19. Les pays « verts » sont ceux où le risque de contracter la maladie est faible, les pays « orange » sont ceux où le risque est modéré, et les pays « rouges » sont ceux qui présentent le risque le plus élevé. Les voyageurs vaccinés pouvaient entrer au pays sans restrictions, mais les voyageurs non vaccinés qui revenaient d'un pays classé sur la liste « rouge » devaient se soumettre à un test PCR ou antigénique de moins de 48 heures et se mettre en quarantaine pendant 10 jours. En octobre 2021, le Canada figurait sur la liste des pays « verts »⁴.

Le 7 septembre 2021, le Canada a rouvert ses frontières aux visiteurs non-résidents 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 quarantaine⁵.

3

Indicateurs des voyages

La France est un marché établi où les voyages long-courriers et les intentions de voyage, notamment vers le Canada, sont élevés.



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

¹ The Connexion, septembre 2021.

² Business Insider South Africa, janvier 2022.

³ NBC News, octobre 2021.

⁴ Crisis 24, octobre 2021

⁵ Gouvernement du Canada, septembre 2021.

FAITS SAILLANTS

Renseignements	Conséquences
<p>Les voyageurs français se sentent plus optimistes quant aux voyages par rapport à 2020. Beaucoup plus de voyageurs français affirment que les voyages leur manquent et se disent maintenant à l'aise de voyager, et la probabilité qu'ils utilisent un moyen de transport donné est en hausse pour tous les moyens de transport.</p>	<p><i>Il serait possible de tirer parti du regain d'enthousiasme des Français pour le voyage. Puisque de nombreuses destinations se font concurrence sur le marché de la France, il est important de trouver des façons de différencier le Canada.</i></p>
<p>Les inquiétudes liées à la santé et la sécurité, aux soins médicaux, au risque de se retrouver coincé à l'étranger et au nombre de cas de COVID-19 se sont dissipées, mais la potentielle mise en quarantaine (à la destination comme au retour en France) est toujours source de préoccupation. L'obligation de présenter un passeport vaccinal est un facteur relativement important pour les voyageurs français.</p>	<p><i>Pour attirer des visiteurs potentiels et distinguer le Canada de la concurrence, il faut communiquer les exigences d'entrée et l'exemption de mise en quarantaine pour les voyageurs entièrement vaccinés. Il sera aussi important de fournir les détails relatifs à l'obligation de présenter un passeport vaccinal.</i></p>
<p>Les voyages sont la dépense prioritaire pour la prochaine année. Les voyageurs de la France prévoient dépenser un peu plus pour des voyages court-courriers et long-courriers après la pandémie qu'avant. On s'attend à ce que les dépenses consacrées aux voyages long-courriers affichent la croissance la plus élevée en pourcentage après la pandémie. En outre, les dépenses anticipées pour les voyages long-courriers équivalent presque au double des dépenses anticipées pour les voyages court-courriers.</p>	<p><i>L'importance actuellement accordée aux voyages dans les budgets ainsi que les dépenses anticipées élevées pour les voyages long-courriers après la pandémie représentent une belle occasion pour le Canada.</i></p>
<p>L'intérêt pour les activités de plein air, tant d'un point de vue général que dans le contexte d'un voyage au Canada, demeure élevé, et les voyageurs français préfèrent éviter les destinations achalandées. De plus, l'intérêt pour l'observation des aurores boréales a augmenté, et il s'agit maintenant de la principale activité à laquelle les voyageurs français consacraient un voyage. L'intérêt pour l'observation des aurores boréales pendant un voyage au Canada est aussi en hausse.</p>	<p><i>Les voyageurs français manifestent toujours un vif intérêt pour les activités extérieures. Par ailleurs, les expériences uniques à des endroits peu achalandés, comme l'observation des aurores boréales pendant un voyage au Canada, pourraient être un attrait puissant pour ce public.</i></p>
<p>Les voyageurs français citent constamment le coût comme le principal obstacle à un voyage au Canada.</p>	<p><i>Les voyageurs français 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. Les incitatifs et offres de voyage pourraient aussi les encourager à visiter le Canada.</i></p>
<p>Les voyageurs français ont une préférence marquée pour la visite de nouvelles destinations comparativement aux endroits déjà visités, et le fait que certains voyageurs ont déjà visité tous les endroits qui les intéressaient au Canada est un obstacle de plus en plus important. La baisse d'intérêt pour les visites au Québec en 2021 est possiblement un signe que les voyageurs français pourraient être prêts à explorer d'autres régions du Canada.</p>	<p><i>Il serait possible de promouvoir de nouvelles destinations hors Québec pour attirer les voyageurs français.</i></p>
<p>Pour les voyageurs français qui envisagent une visite au Canada, la fin du printemps est plus populaire que la haute saison estivale. De plus, beaucoup d'activités de vacances sont aussi populaires ou plus 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 Français durant cette saison intermédiaire.</p>	<p><i>Il serait possible de répartir les visites des Français sur deux saisons en faisant la promotion d'activités populaires au printemps.</i></p>
<p>Les agences de voyages et les voyagistes jouent un rôle important dans la planification de voyages de la France vers le Canada. La majorité des visiteurs français potentiels se disent 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 Français à visiter le Canada, il faut établir et entretenir des relations avec les professionnels des voyages de la France.</i></p>

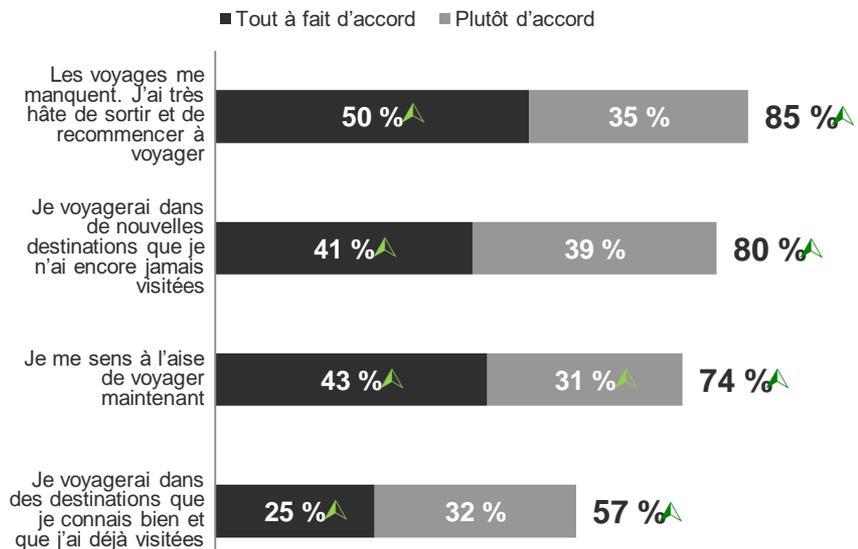
COVID-19

Points à considérer

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

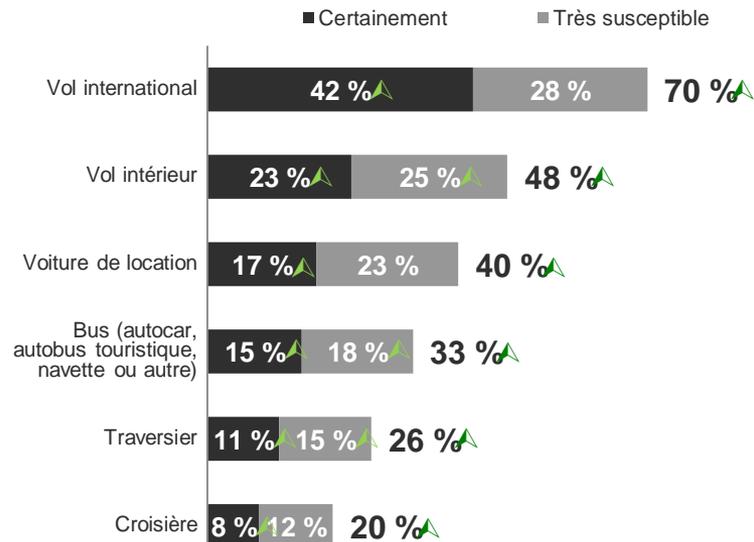
- ▶ Beaucoup plus de voyageurs français ont hâte de recommencer à voyager (85 %, en forte hausse par rapport à 78 % en 2020). Ils sont aussi plus susceptibles de se sentir à l'aise de voyager maintenant (74 %, contre 29 %). Cependant, les voyageurs plus âgés (55 ans et plus) demeurent prudents. Avec cette hausse du niveau de confiance, les Français indiquent une préférence marquée pour les nouvelles destinations comparativement aux destinations familières, mais les voyageurs de 55 ans et plus s'intéressent moins aux nouvelles destinations.
- ▶ À mesure que les restrictions liées à la COVID-19 s'assouplissent, les voyageurs français ont aussi une plus grande tranquillité d'esprit vis-à-vis de tous les moyens de transport, dont les vols internationaux (70 %, contre 56 % 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 : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].
 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?

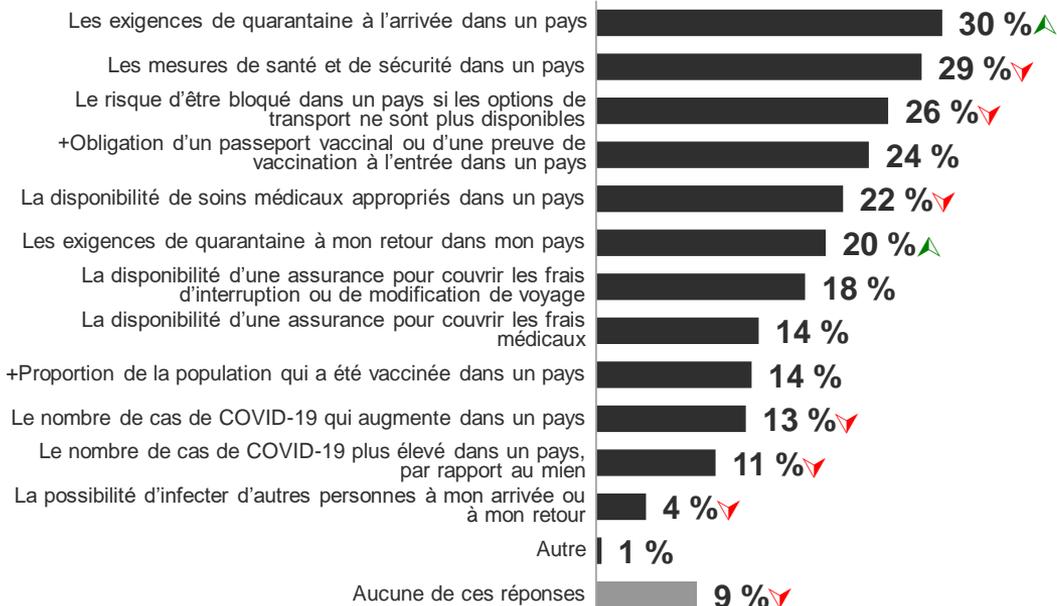
Moyens de transport



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].
 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 inquiétudes liées à la santé et la sécurité, au risque de se retrouver coincé à l'étranger, aux soins médicaux et au nombre de cas de COVID-19 sont de moins en moins importantes lors du choix d'une destination. Les voyageurs français accordent une importance relativement élevée aux exigences relatives aux preuves de vaccination et aux passeports vaccinaux dans la sélection d'une destination.
- ▶ La possibilité de devoir se mettre en quarantaine à leur destination et à leur retour en France est une préoccupation croissante. En octobre 2021, les voyageurs vaccinés n'étaient pas tenus de se mettre en quarantaine à leur arrivée au Canada ni à leur retour en France.



▲ / ▼ 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 : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

NEWQ3 : 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)

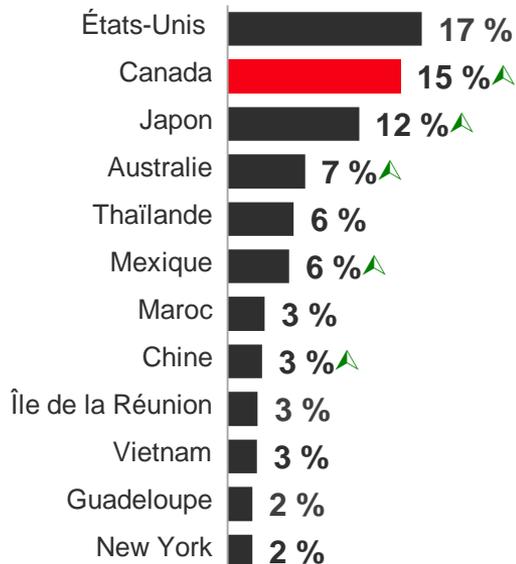
Indicateurs clés de rendement

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

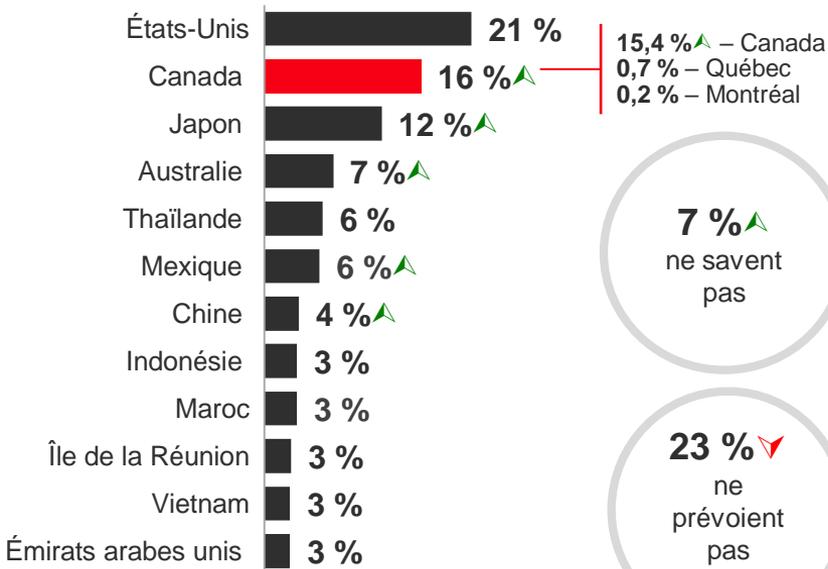
La **considération spontanée** est un indice de la présence des destinations dans l'esprit des consommateurs. Pour la mesurer, on demande aux voyageurs de penser à des destinations sans qu'on les aide en mentionnant telle ou telle autre destination d'abord.

- ▶ Le Canada figure au deuxième rang des pays que les voyageurs français envisagent de visiter dans les deux prochaines années et a recueilli 16 % des mentions (une hausse considérable par rapport à 13 % en 2020). Le Canada se classe devant le Japon, qui a aussi été mentionné beaucoup plus souvent qu'en 2020. Les mentions des États-Unis, qui se classent au premier rang dans ce marché, sont stables.

Les 12 principales marques de destination¹



Les 12 principaux pays de destination²



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

¹ Réponses fournies telles quelles par les répondants (p. ex. pourcentage de répondants 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).

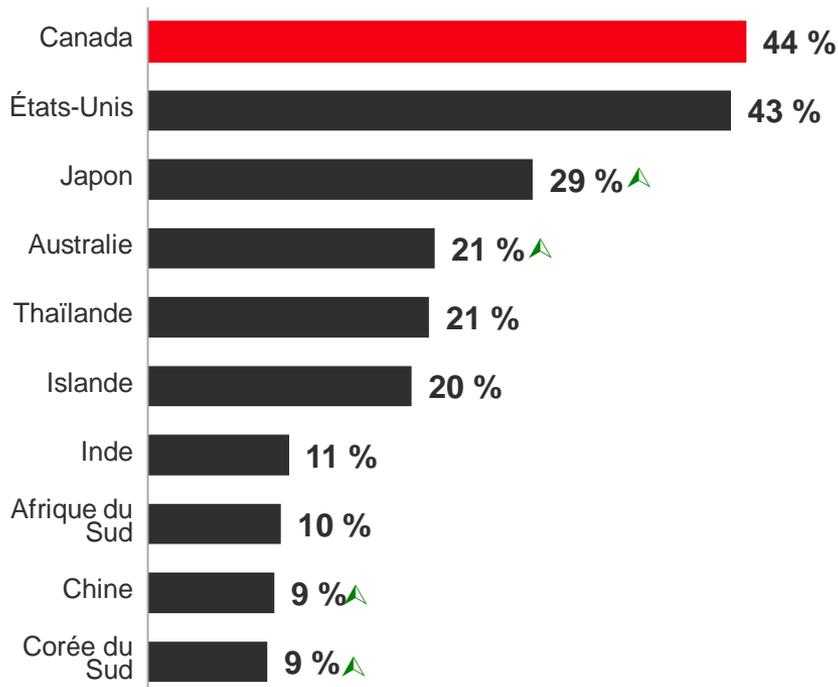
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

S8. Vous avez indiqué que vous êtes susceptible d'effectuer un voyage de vacances long-courrier à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens 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 continue de se classer au premier rang pour la considération assistée, mais l'écart qui le sépare des États-Unis s'amenuise. Bien que le classement du Japon et de l'Australie se soit grandement amélioré en 2021, ces pays sont toujours loin derrière le Canada et les États-Unis.



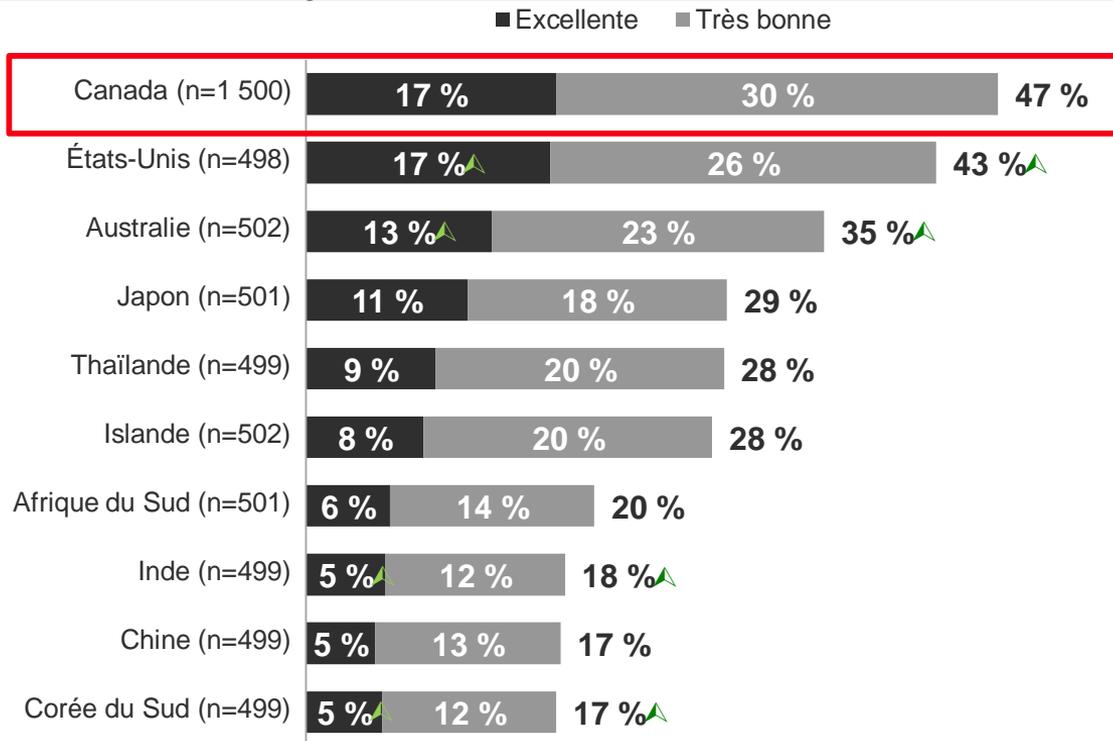
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

BVC1. Vous l'avez peut-être déjà indiqué, mais quelles destinations envisageriez-vous sérieusement de visiter au cours des deux prochaines années? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

Connaissance des possibilités de vacances

- Parmi les destinations long-courriers concurrentes, le Canada se classe au premier rang au chapitre de la connaissance de la destination. Les États-Unis ont enregistré une amélioration notable de cet indicateur en 2021 et se rapprochent du Canada. L'Australie a aussi connu une forte hausse et est confortablement installée au troisième rang.



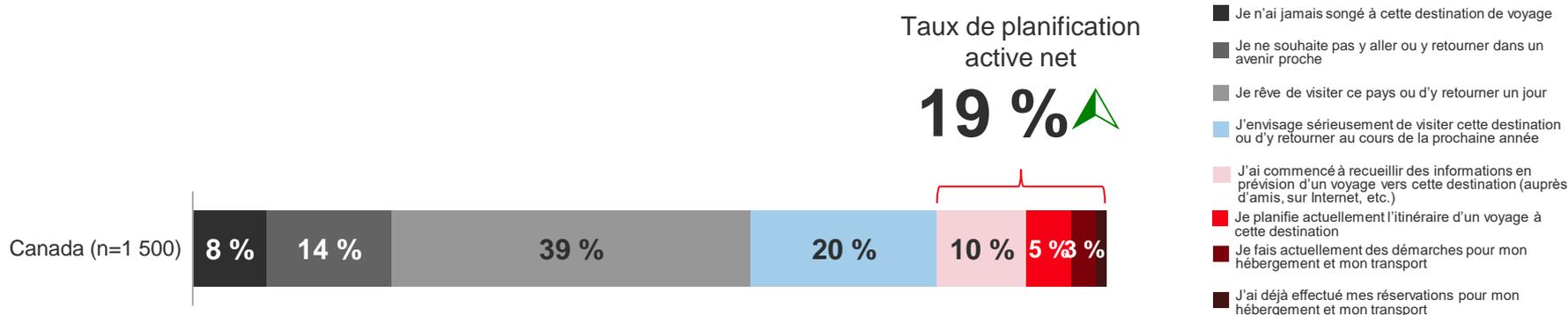
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Pour chaque destination, voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) évaluant cette destination. MP3. Quelle note accorderiez-vous à votre niveau de connaissance sur les possibilités de voyages de vacances pour chacune des destinations suivantes?

Étape du cycle d'achat par pays

Les voyages long-courriers 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 9 % à 20 % des voyageurs français en sont à l'une des quatre dernières étapes du cycle vers l'achat d'un voyage vers l'une des principales destinations long-courriers qui font concurrence au Canada. Le Canada figure au deuxième rang du classement général, et 19 % des voyageurs français 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 16 % en 2020. Les États-Unis ont aussi observé une amélioration considérable de leurs résultats en 2021 et se classent au premier rang.



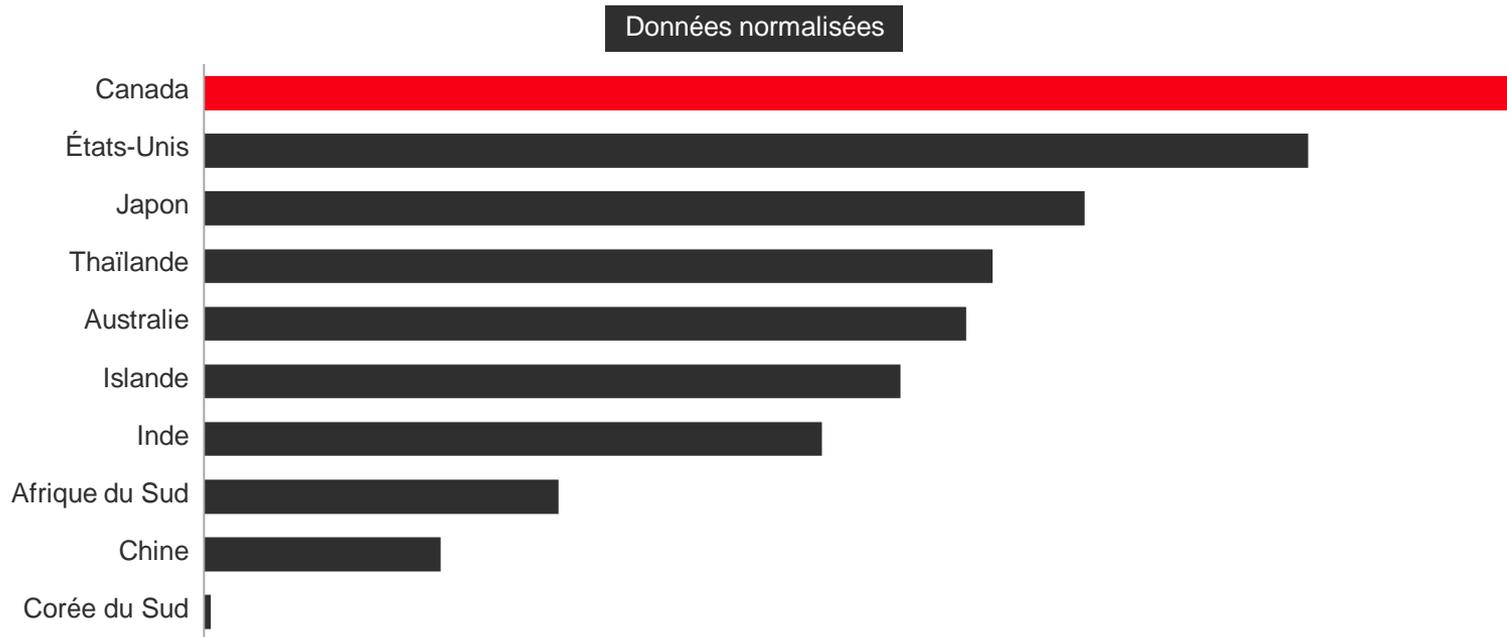
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (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 pays choisis au hasard parmi les destinations concurrentes.

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 demeure au premier rang du classement général, comme en 2020.

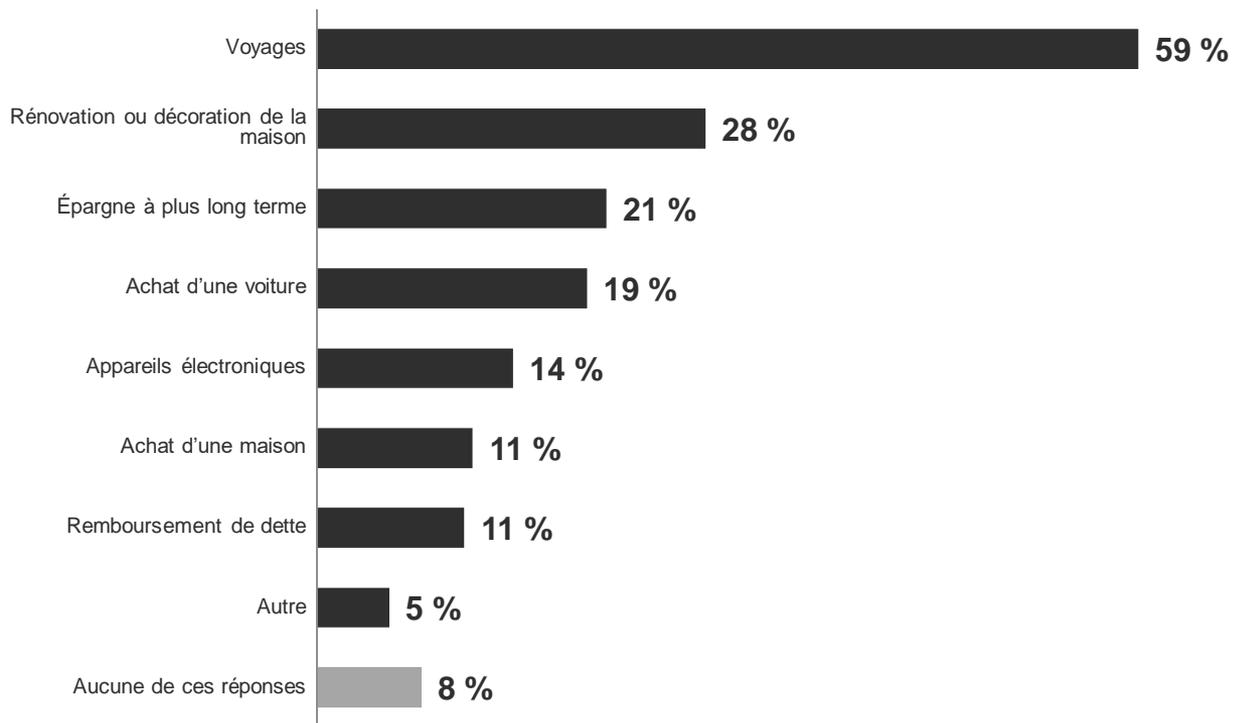


Base : Pour chaque destination, voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) ayant déjà visité cette destination. MP11. Que vous ayez déjà visité ces destinations ou non, quelle est la probabilité que vous recommandiez chacune des destinations 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⁺

► En 2021, le voyage figurait en tête des priorités en matière de dépenses immédiates pour les voyageurs de la France, loin devant les priorités secondaires comme la rénovation de la maison et l'épargne.



⁺ Nouvelle question dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

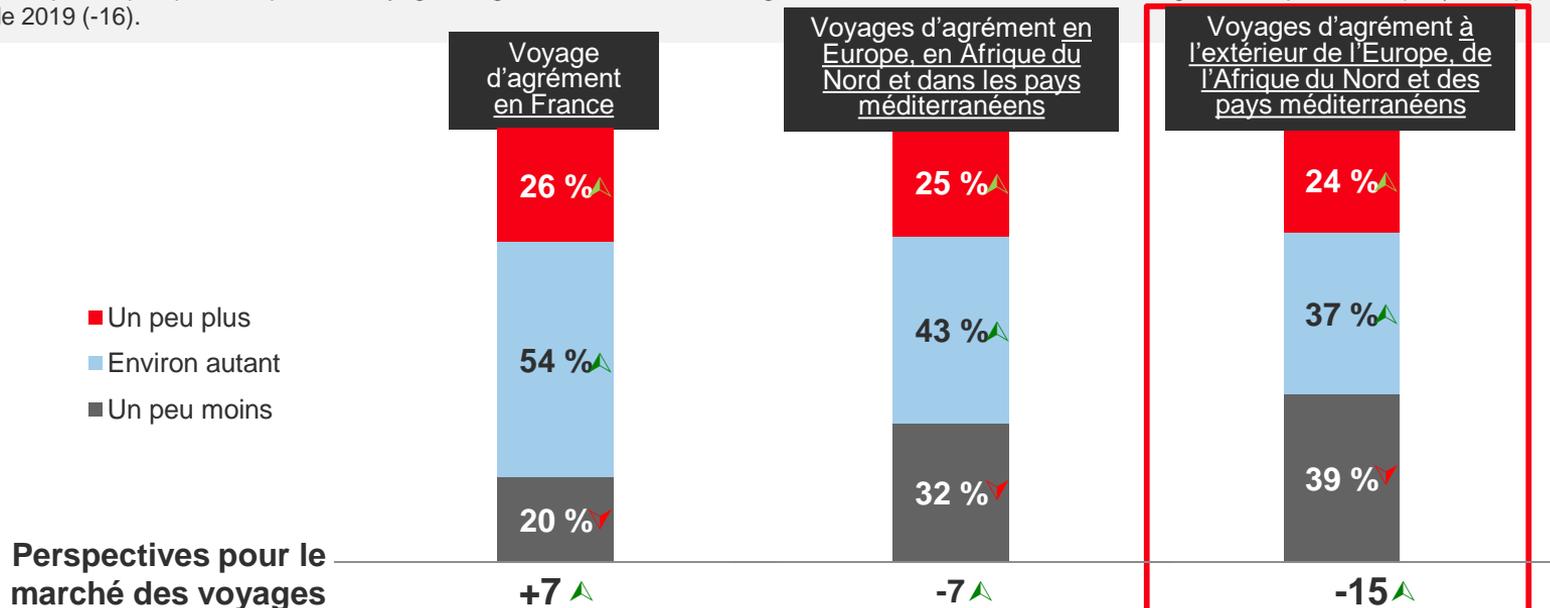
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

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 de la France prévoient dépenser davantage pour tous les types de voyages pendant la prochaine année que dans la dernière année. Les perspectives pour les voyages court-courriers affichent la plus grande amélioration (-33 en 2020 contre -7 en 2021).
- ▶ Bien que les perspectives pour les voyages long-courriers demeurent négatives, elles ont considérablement augmenté depuis 2020 (-36) et s'approchent du taux de 2019 (-16).



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

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

S2. 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...?

Dépenses consacrées aux voyages⁺

- ▶ Les voyageurs français prévoient dépenser un peu plus pour voyager après la pandémie qu'avant, tant pour les voyages court-courriers que les voyages long-courriers.
- ▶ On s'attend à ce que les dépenses consacrées aux voyages long-courriers affichent la croissance la plus élevée en pourcentage après la pandémie. En outre, les dépenses anticipées pour les voyages long-courriers (5 197 \$) équivalent presque au double des dépenses anticipées pour les voyages court-courriers (2 715 \$).

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 en France

1 882 \$

1 855 \$

-27 \$

(-1 %)

Voyager en Europe, en Afrique du Nord et dans les pays méditerranéens

2 663 \$

2 715 \$

52 \$

(+2 %)

Voyager à l'extérieur de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens

4 981 \$

5 197 \$

216 \$

(+4 %)

⁺ Nouvelles questions dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers ayant voyagé en 2019 (n=660 au pays / n=559 court-courriers / n=447 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 : Voyageurs d'agrément long-courriers prévoyant voyager après la pandémie de COVID-19 (n=625 au pays / n=565 court-courriers / n=537 long-courriers).

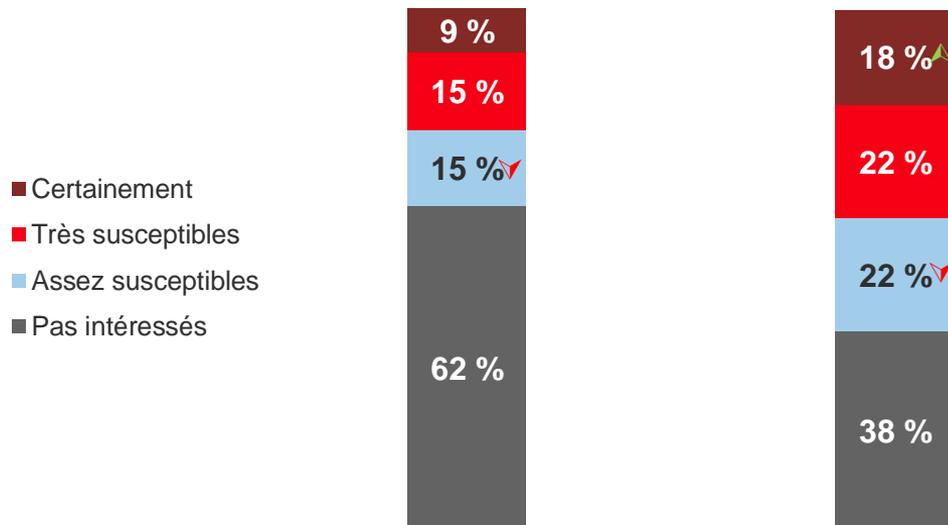
TP2B_INT. Concernant les voyages de vacances que vous comptez faire après la pandémie de COVID-19, environ combien votre ménage a-t-il l'intention de dépenser au total pour chaque destination? Une estimation approximative est acceptable, mais si vous avez de la difficulté à prédire le montant, sélectionnez « Je ne sais pas ». (APRÈS la pandémie)

Probabilité de visiter le Canada au cours des deux prochaines années

- ▶ Chez les voyageurs de la France dans l'ensemble, la probabilité de visiter le Canada dans les deux prochaines années est en forte hausse par rapport à 2020.
- ▶ 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 34 ans, et à son taux le plus bas chez les 55 ans et plus.
- ▶ Les voyageurs français sont beaucoup plus susceptibles d'envisager un voyage au Canada de quatre nuits ou plus qu'un voyage d'une à trois nuits.

Probabilité de faire un voyage de : Une à trois nuits

Quatre nuits ou plus



45 % 

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 : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

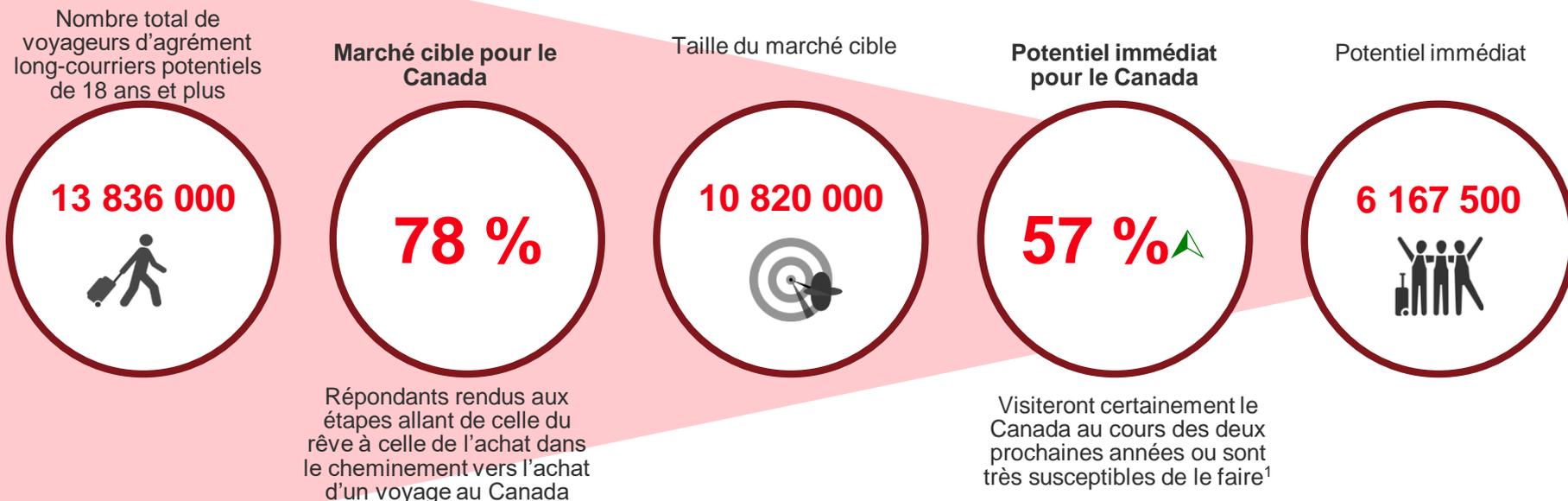
MP6. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous fassiez un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années?

Taille du marché potentiel pour 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 français, 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 français qui envisagent une visite au Canada est demeurée stable en 2021, 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 6,2 millions de personnes.

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



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

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=1 500]; 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=1190).

MP1. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre situation actuelle lorsque vous envisagez chacun des pays suivants pour un voyage de vacances?

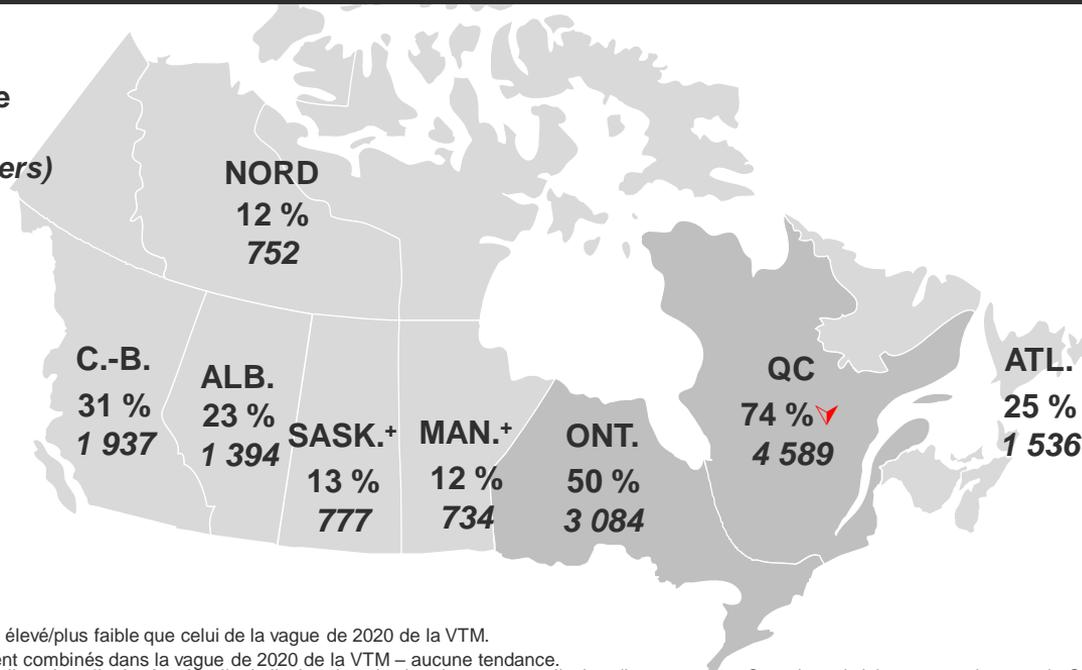
MP6. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous fassiez un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années?

Taille du marché potentiel pour les régions

- ▶ L'intérêt pour le Québec, qui est invariablement la destination préférée des voyageurs français, a chuté. Malgré cette baisse, le Québec devrait attirer la plus grande part de voyageurs français, suivi de l'Ontario.

Potentiel immédiat pour le Canada : **6 167 500**

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.

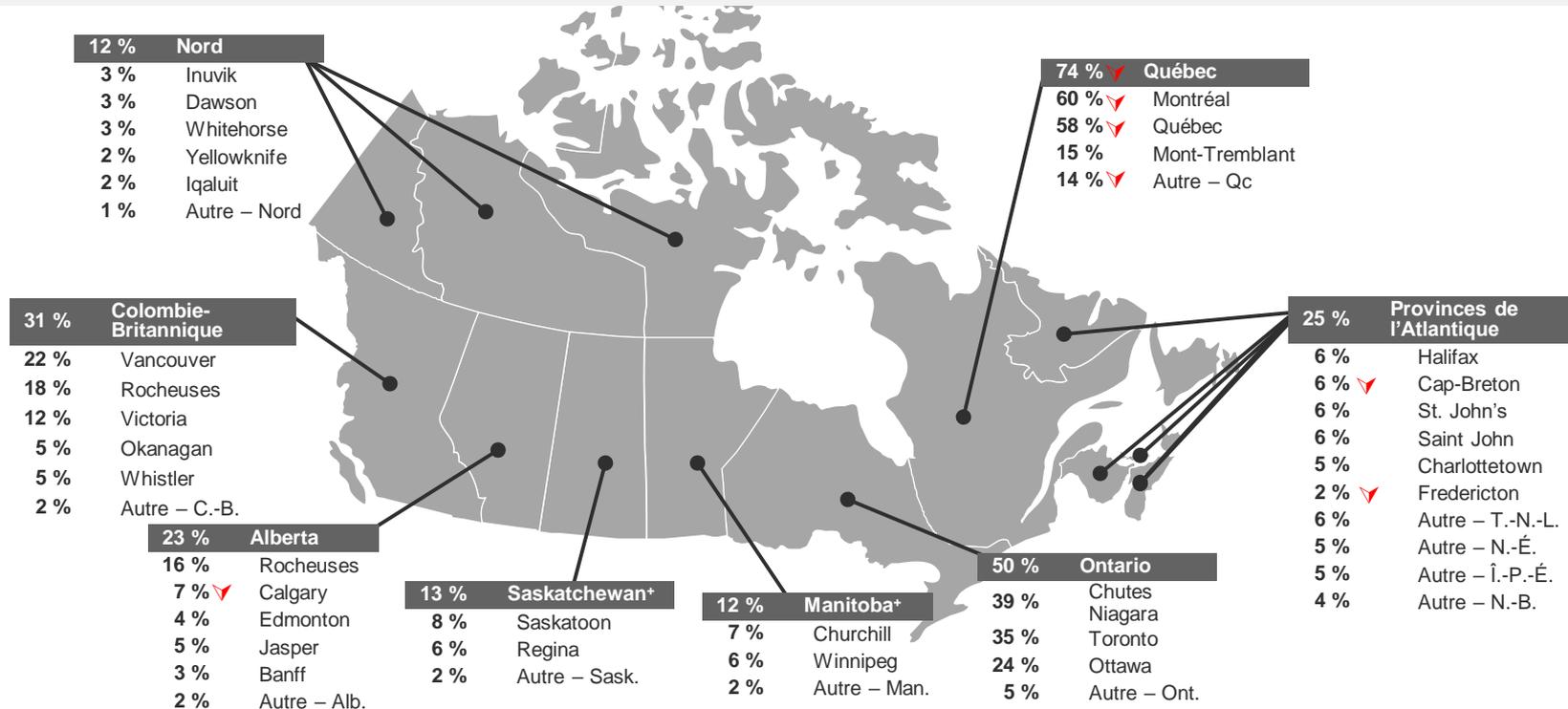
+ La Saskatchewan et le Manitoba étaient combinés dans la vague de 2020 de la VTM – aucune tendance.

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=686).

MP7. 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? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

Destinations canadiennes susceptibles d'être visitées

► En plus de la baisse d'intérêt pour une visite au Québec, les voyageurs français sont beaucoup moins intéressés par une visite à Montréal et à Québec. On constate aussi une diminution de l'intérêt pour l'île du Cap-Breton et Fredericton dans les provinces de l'Atlantique, et pour Calgary.



▲ / ▼ 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.

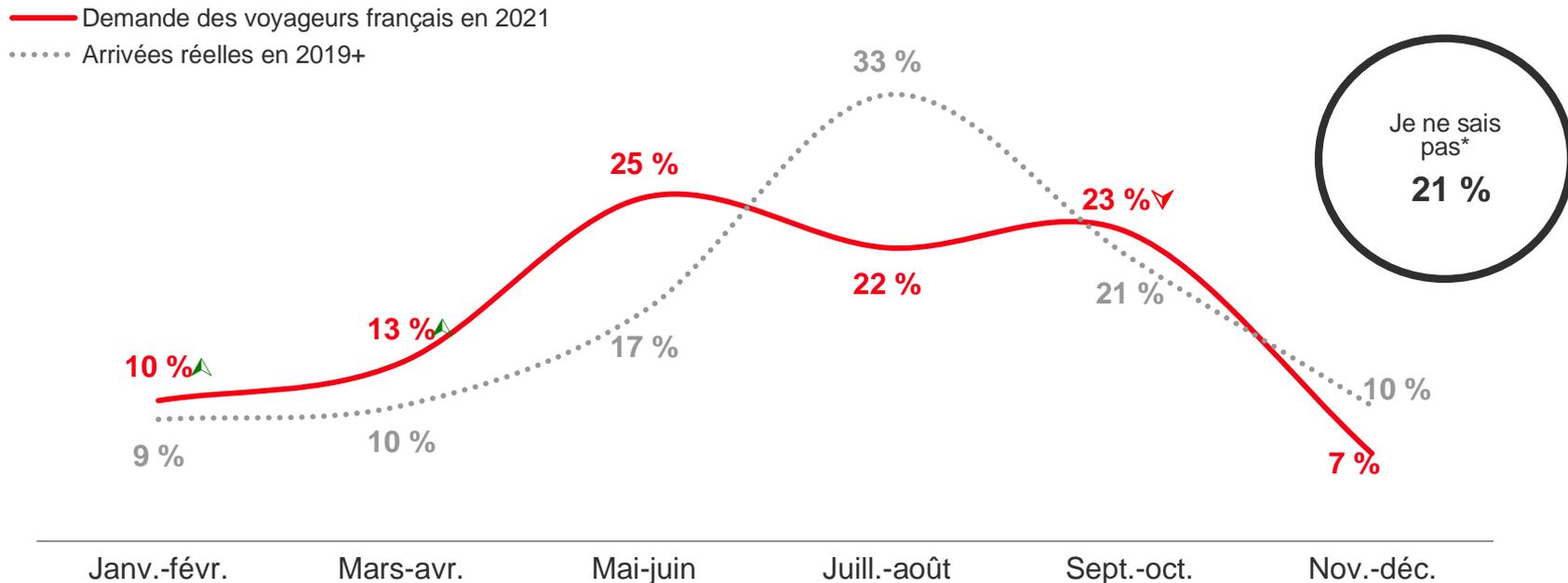
Base : Répondants rendus aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui visiteront certainement le Canada ou sont très susceptibles de le faire (n=686).

MP7. 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? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

MP7a-i. Quelles destinations de voyage êtes-vous susceptible de visiter en/au/dans la région du [province/région]? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

Demande saisonnière pour le Canada en France

- ▶ Les mois de mai et de juin sont les plus populaires chez les voyageurs de la France qui envisagent une visite au Canada. Cependant, juillet et août sont les mois auxquels on enregistre le plus grand nombre d'arrivées de visiteurs français.
- ▶ Puisque la demande actuelle surpasse les visites habituelles durant ces mois, il existe un potentiel d'augmenter les visites des Français à la fin du printemps ainsi qu'en janvier-février et en mars-avril, deux périodes beaucoup plus populaires qu'en 2020.



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

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

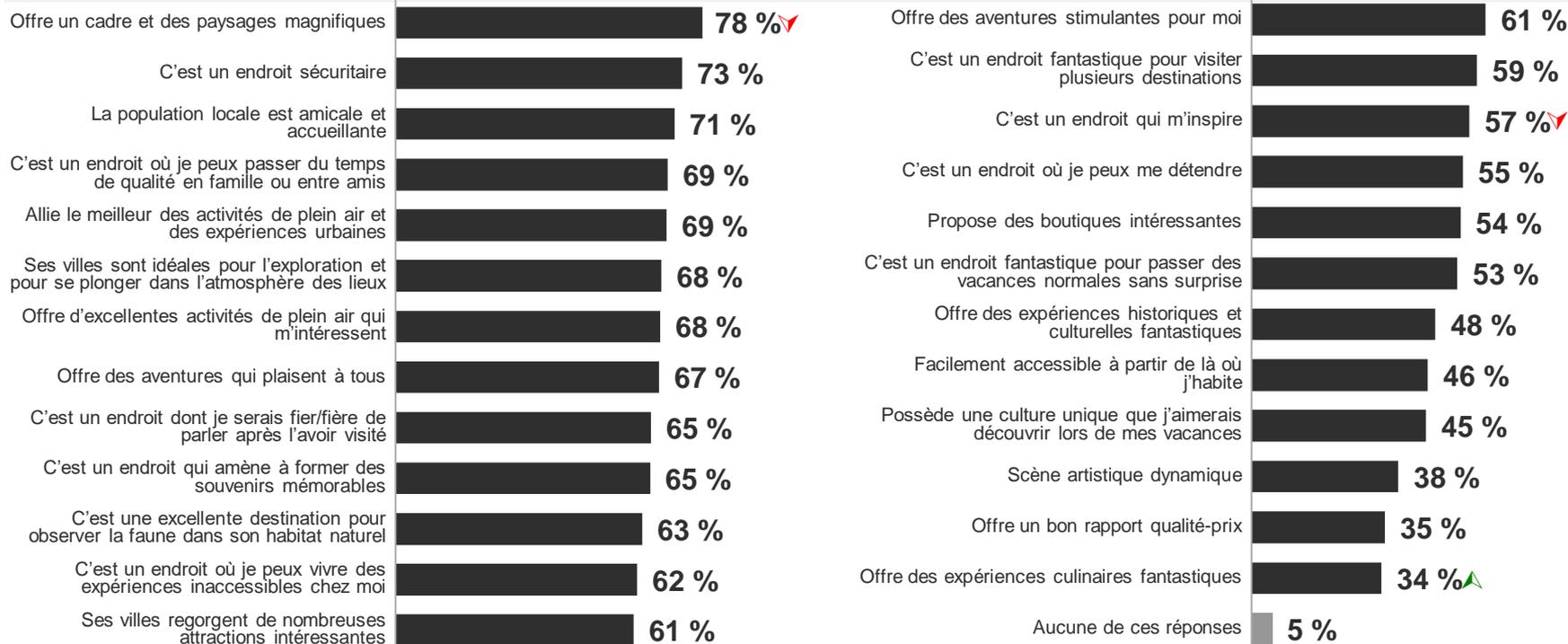
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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=945).
 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 de la France, le Canada est réputé pour son cadre et ses paysages magnifiques, son caractère sécuritaire et sa population amicale et accueillante. Cependant, la proportion de voyageurs français qui associent le Canada à un cadre et des paysages magnifiques a diminué considérablement en 2021. Bien qu'il ne soit pas particulièrement reconnu comme une destination offrant des expériences culinaires fantastiques, plus de voyageurs français qu'auparavant ont associé le Canada à cet attribut en 2021.



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

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

MP5_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

- ▶ Comme c'était le cas en 2020, les préoccupations relatives au coût sont le principal obstacle à un voyage au Canada pour les visiteurs français potentiels en 2021. Les inquiétudes quant aux risques pour la santé et la sécurité ont perdu en importance à mesure que la disponibilité mondiale des vaccins contre la COVID-19 a augmenté au cours de l'année. Bien que la proportion de voyageurs concernés par cet obstacle soit petite, le fait d'avoir visité tous les endroits qu'ils souhaitent visiter au Canada a gagné en importance, surtout chez les jeunes (18 à 34 ans).
- ▶ Plus de voyageurs français qu'auparavant affirment que rien ne les empêcherait d'effectuer un voyage au Canada, et les voyageurs de 55 ans et plus sont les plus susceptibles de partager cette opinion.



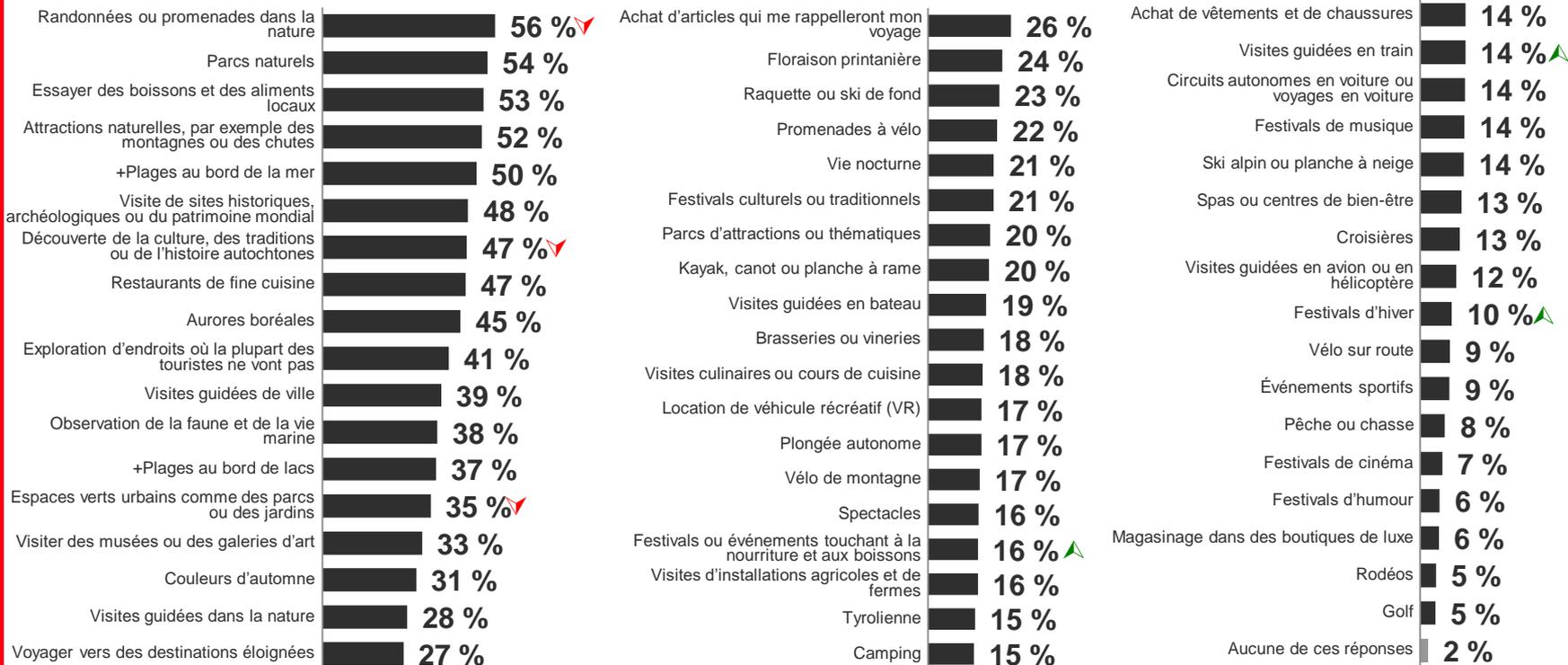
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500]. MP9. Lesquels des éléments suivants pourraient vous dissuader de visiter le Canada? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

Intérêts en matière de vacances

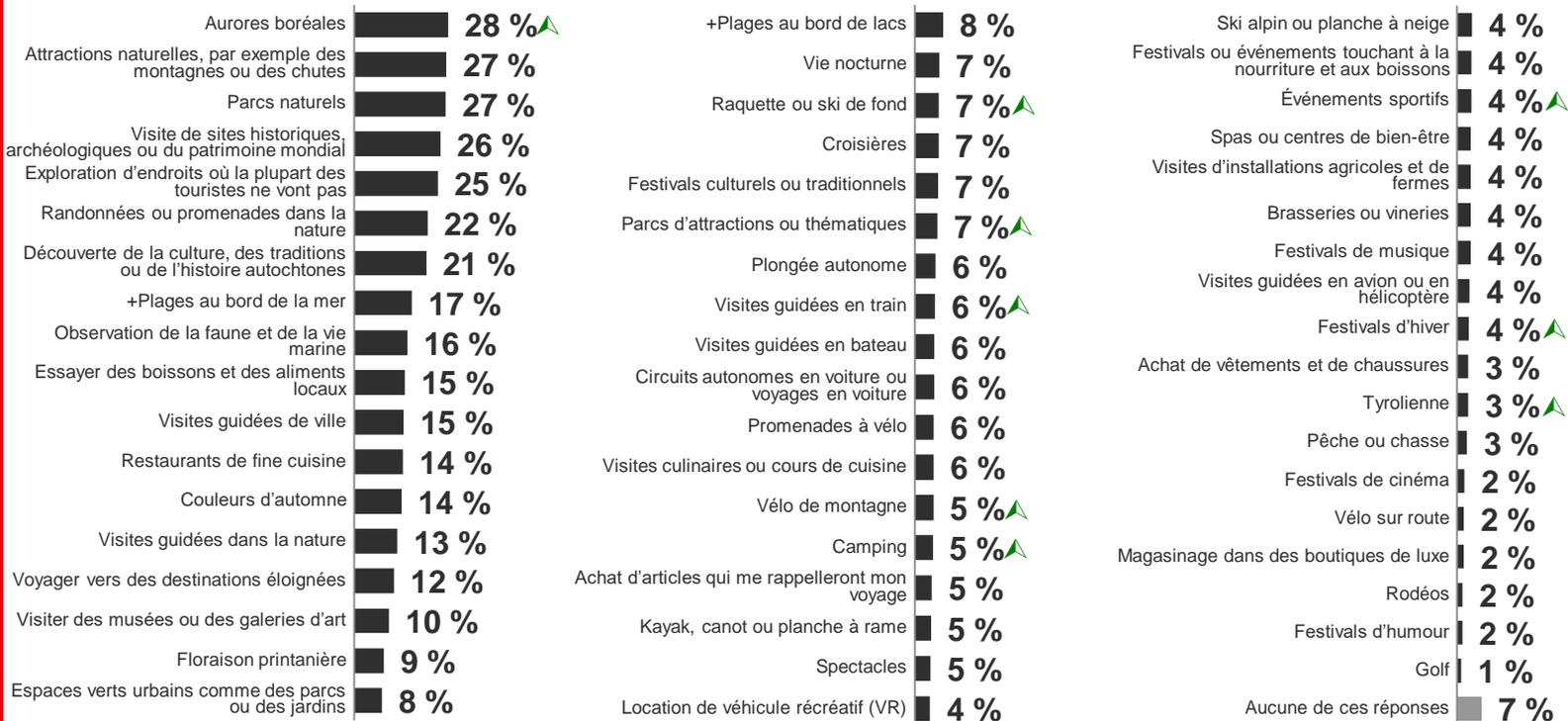
Activités d'intérêt durant des vacances

- ▶ Les voyageurs français ont une nette préférence pour les activités de plein air, quoique l'intérêt pour la randonnée et les promenades en nature, l'activité la plus populaire, a beaucoup diminué.
- ▶ L'intérêt pour la culture autochtone et les parcs urbains a aussi baissé depuis 2020, mais l'intérêt pour certaines activités de créneau, comme les festivals touchant à la nourriture et aux boissons, les visites guidées en train et les festivals d'hiver, est en hausse.



Activités centrales pour les voyages

► L'intérêt pour l'observation des aurores boréales a augmenté chez les voyageurs français, et il s'agit maintenant de la principale activité à laquelle ils consacraient un voyage, ce qui représente une occasion en or pour le Canada. L'intérêt pour certaines activités de créneau offertes au Canada, comme la raquette et le ski de fond, les visites guidées en train, le vélo de montagne, le camping, les festivals d'hiver et la tyrolienne, a également augmenté en 2021.



▲ / ▼ 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 : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) ayant répondu (n=1 461).

MP12. Parmi les activités suivantes, y a-t-il une ou plusieurs activités qui soient assez importantes pour que vous y consacriez un voyage? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

Saison où participer à des activités pendant ses vacances*

► Beaucoup d'activités en plein air, comme la randonnée ou les promenades dans la nature et la visite de parcs naturels et d'attractions naturelles, sont aussi populaires ou plus populaires au printemps qu'en été. L'été est la saison de prédilection pour de nombreuses activités nautiques, comme la visite de plages au bord de la mer et de plages au bord de lacs ainsi que le kayak et le canot. D'autres activités prisées, comme essayer des boissons et des aliments locaux, faire l'expérience de la culture autochtone, et visiter des restaurants de fine cuisine et des galeries d'art ou des musées, sont populaires toute l'année.

	Été	Automne	Hiver	Printemps		Été	Automne	Hiver	Printemps		Été	Automne	Hiver	Printemps
Randonnées ou promenades dans la nature	60 %	47 %	22 %	73 %	Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage	70 %	56 %	54 %	74 %	Camping	79 %	18 %	10 %	45 %
Parcs naturels	57 %	39 %	20 %	67 %	Floraison printanière	s. o.	s. o.	s. o.	100 %	Achat de vêtements et de chaussures	67 %	55 %	56 %	66 %
Essayer des boissons et des aliments locaux	73 %	59 %	57 %	76 %	Raquette ou ski de fond	s. o.	s. o.	100 %	s. o.	Visites guidées en train	42 %	36 %	34 %	64 %
Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes	58 %	33 %	22 %	60 %	Promenades à vélo	68 %	31 %	11 %	70 %	Circuits autonomes en voiture ou voyages en voiture	46 %	35 %	30 %	64 %
Plages au bord de la mer	90 %	12 %	8 %	32 %	Vie nocturne	77 %	35 %	35 %	56 %	Festivals de musique	71 %	26 %	22 %	61 %
Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial	63 %	47 %	27 %	66 %	Festivals culturels ou traditionnels	67 %	40 %	33 %	63 %	Ski alpin ou planche à neige	s. o.	s. o.	100 %	s. o.
Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones	70 %	60 %	50 %	75 %	Parcs d'attractions ou thématiques	69 %	33 %	19 %	72 %	Spas ou centres de bien-être	58 %	48 %	56 %	64 %
Restaurants de fine cuisine	71 %	60 %	61 %	73 %	Kayak, canot ou planche à rame	79 %	14 %	11 %	51 %	Croisières	55 %	19 %	16 %	50 %
Aurores boréales	20 %	30 %	66 %	29 %	Visites guidées en bateau	74 %	20 %	13 %	48 %	Visites guidées en avion ou en hélicoptère	55 %	36 %	21 %	60 %
Exploration d'endroits où la plupart des touristes ne vont pas	42 %	39 %	28 %	62 %	Brasseries ou vineries	65 %	56 %	53 %	70 %	Festivals d'hiver	s. o.	s. o.	100 %	s. o.
Visites guidées de ville	60 %	48 %	31 %	78 %	Visites culinaires ou cours de cuisine	58 %	49 %	50 %	68 %	Vélo sur route	62 %	27 %	17 %	60 %
Observation de la faune et de la vie marine	62 %	29 %	21 %	60 %	Location de véhicule récréatif (VR)	66 %	40 %	34 %	66 %	Événements sportifs	56 %	40 %	47 %	65 %
Plages au bord de lacs	86 %	16 %	7 %	42 %	Plongée autonome	86 %	13 %	10 %	39 %	Pêche ou chasse	55 %	34 %	23 %	57 %
Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins	67 %	42 %	19 %	79 %	Vélo de montagne	69 %	32 %	19 %	62 %	Festivals de cinéma	58 %	38 %	44 %	53 %
Visiter des musées ou des galeries d'art	64 %	57 %	58 %	74 %	Spectacles	56 %	48 %	54 %	68 %	Festivals d'humour	52 %	38 %	42 %	67 %
Couleurs d'automne	s. o.	100 %	s. o.	s. o.	Festivals ou événements touchant à la nourriture et aux boissons	62 %	41 %	36 %	60 %	Magasinage dans des boutiques de luxe	67 %	44 %	56 %	64 %
Visites guidées dans la nature	53 %	38 %	22 %	70 %	Visites d'installations agricoles et de fermes	42 %	30 %	19 %	65 %	Rodéos	61 %	25 %	20 %	58 %
Voyager vers des destinations éloignées	59 %	36 %	34 %	63 %	Tyrolienne	71 %	25 %	17 %	61 %	Golf	59 %	23 %	13 %	67 %

■ 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.

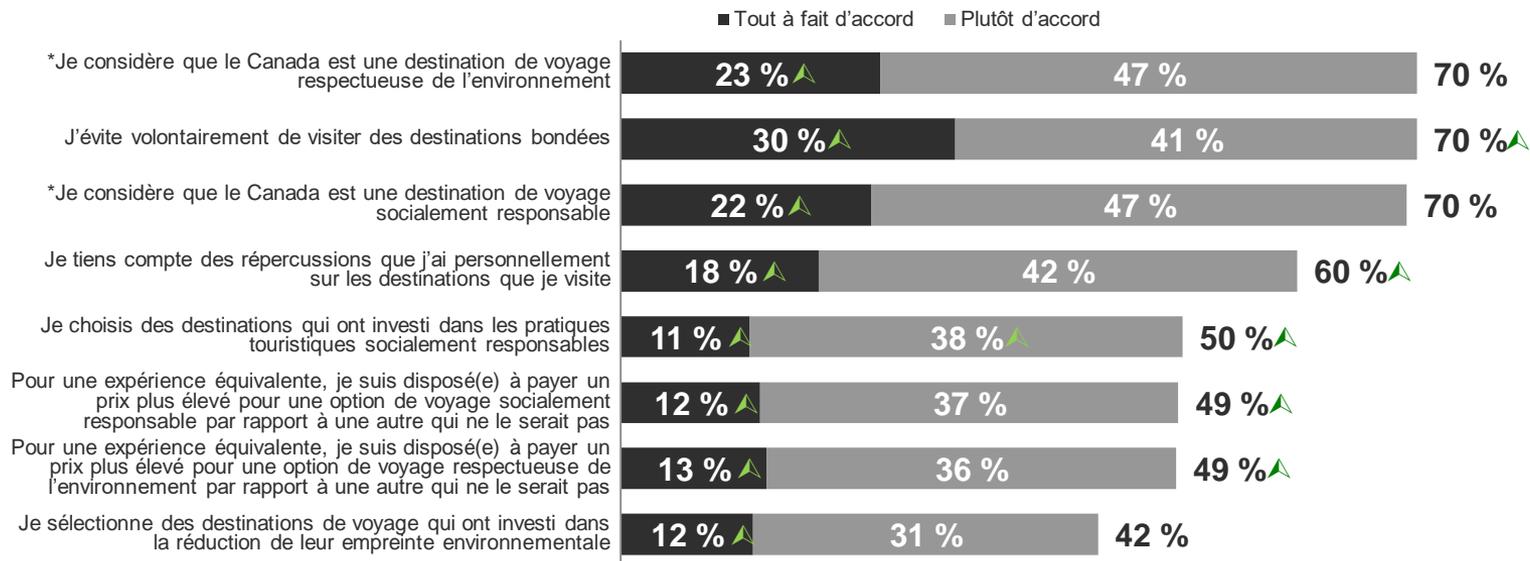
* Nouvelle question dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

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

- ▶ Parmi les voyageurs français, 60 % disent tenir compte de leur incidence personnelle lorsqu'ils visitent une destination, et près de la moitié se disent disposés à payer un prix plus élevé pour des options de voyage responsables sur les plans social et environnemental (en forte hausse par rapport à 2020).
- ▶ Beaucoup plus de voyageurs français qu'auparavant disent éviter volontairement de visiter des destinations bondées.
- ▶ La majorité 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 cite la disponibilité d'options de voyage écologiques (17 %) ou socialement responsables (10 %) comme l'un des facteurs influençant leur choix de destination¹.



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

¹ 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=1190).

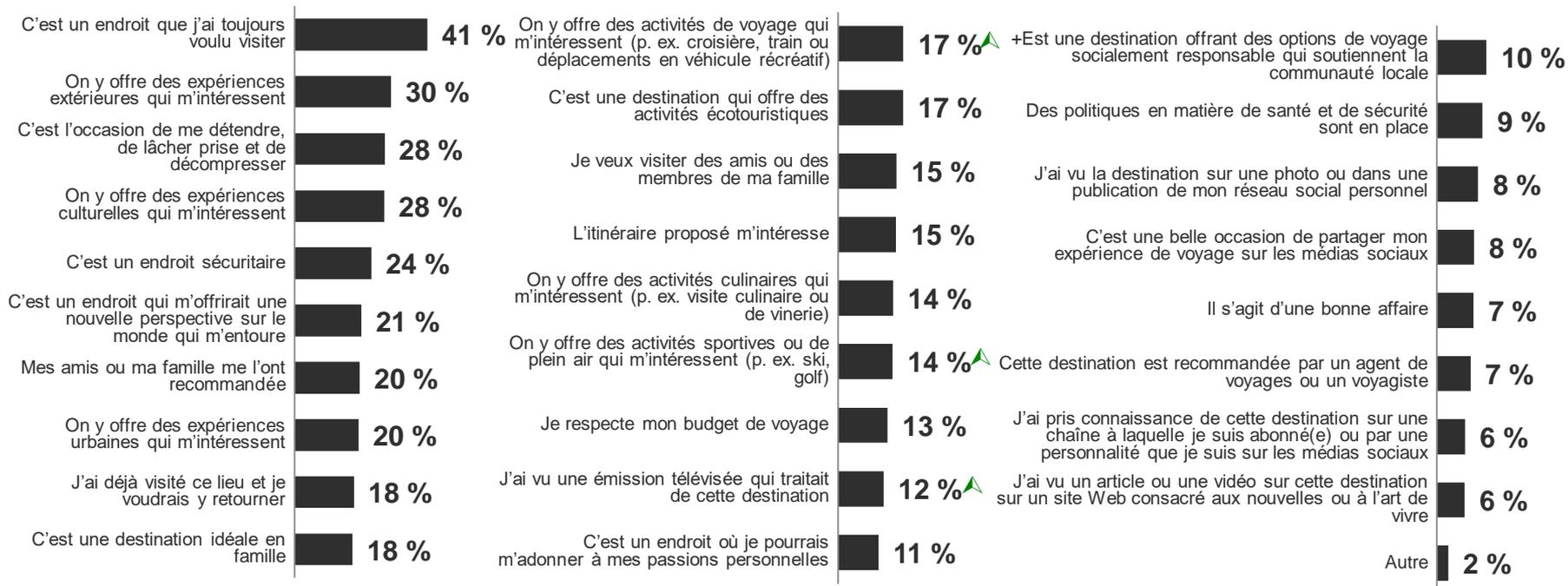
30 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

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 désir de longue date de visiter l'endroit, l'offre d'expériences extérieures d'intérêt, l'occasion de se détendre et l'offre d'expériences culturelles d'intérêt sont les principaux facteurs incitant les voyageurs français à choisir le Canada comme destination de vacances.
- ▶ L'offre d'activités de voyage intéressantes (p. ex. croisière, train ou déplacements en véhicule récréatif), l'offre d'activités sportives d'intérêt et le visionnement d'une émission télévisée mettant le Canada en vedette sont toutes des raisons plus fréquentes de choisir le Canada en 2021.



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

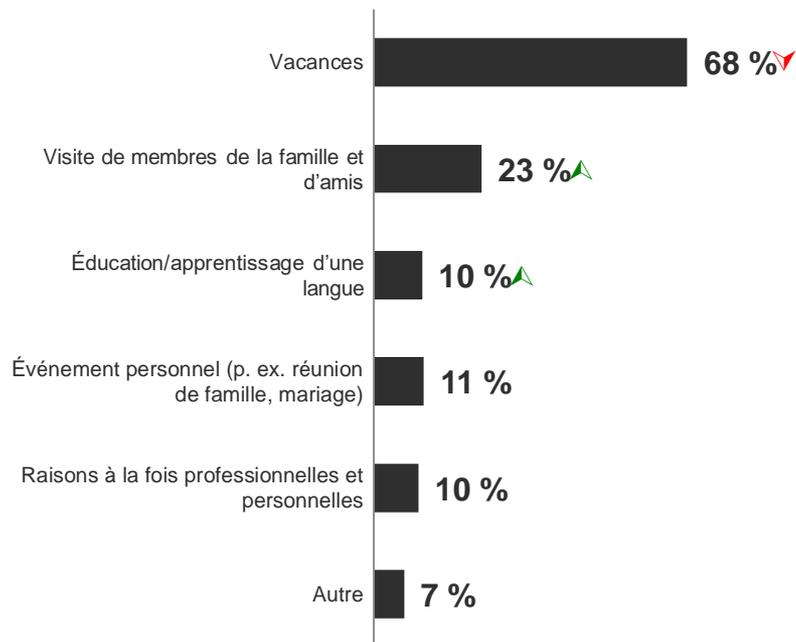
+ Nouvel énoncé dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=673). FT3. Parmi les facteurs suivants, lesquels influenceraient votre choix de voyager [à la destination]? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

Motif principal du futur voyage et groupe de voyage

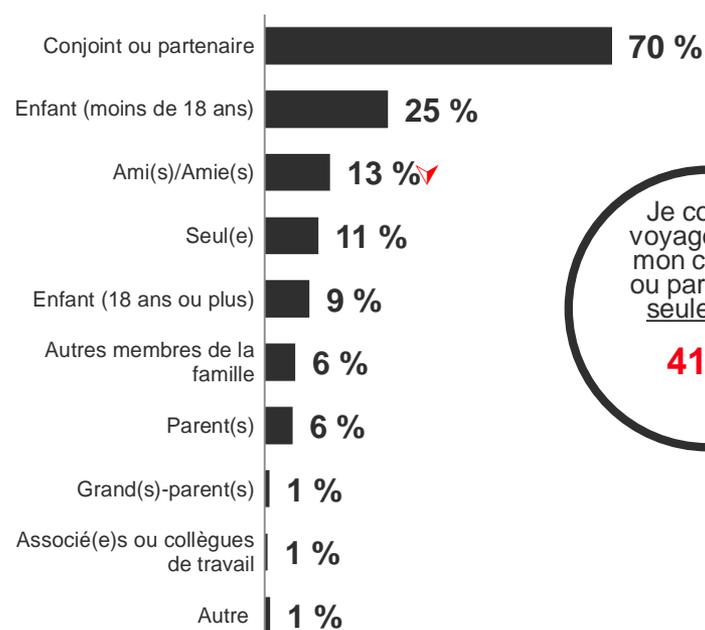
- ▶ Les vacances sont la principale raison pour laquelle les voyageurs français visiteront le Canada au cours des deux prochaines années, mais l'intérêt est en baisse. Les visites des amis et de la famille et les voyages éducatifs seront de plus en plus populaires.
- ▶ Les groupes de voyageurs de la France qui visiteront le Canada seront principalement composés de membres de la famille immédiate, et seront surtout des couples ou des familles avec enfants. L'intention de visiter le Canada avec des amis a diminué depuis 2020.

Motif du voyage



▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=673).
 FT2. Si vous faisiez un voyage au Canada, quel en serait l'objectif principal?

Groupe de voyage



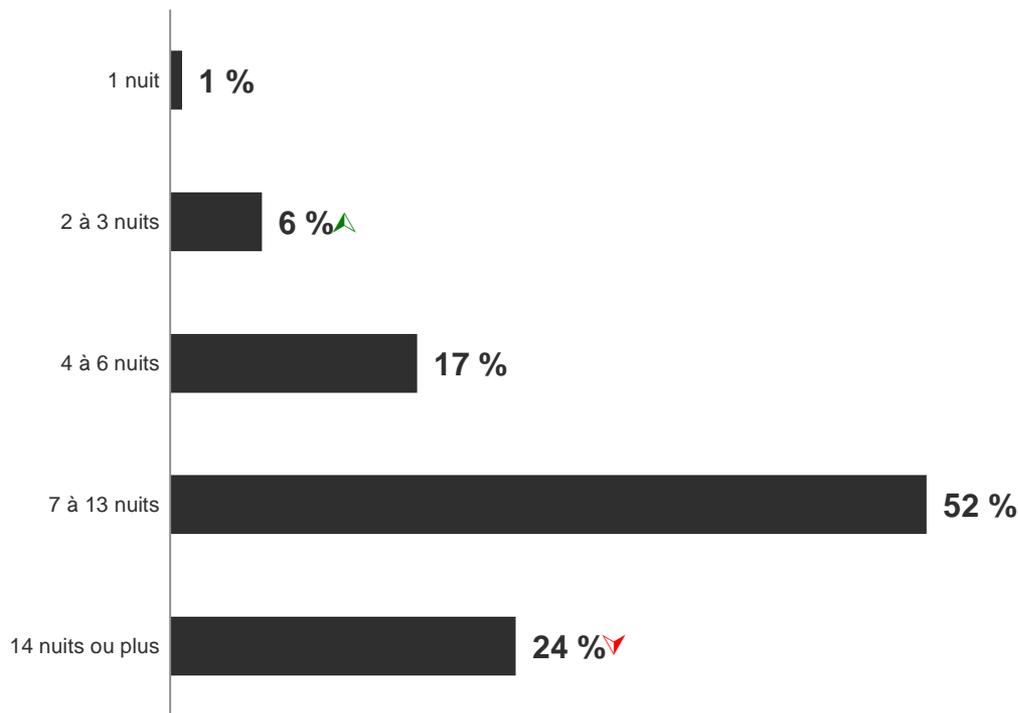
Je compte voyager avec mon conjoint ou partenaire seulement

41 %

▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=673).
 FT5. Avec qui partiriez-vous en voyage au Canada? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

Durée du futur voyage

- ▶ La plupart des voyageurs de la France aimeraient passer au moins une semaine au Canada, et la majorité d'entre eux souhaitent faire un voyage d'une semaine ou deux. Bien qu'un nombre considérable de voyageurs français aimeraient faire un voyage de plus de deux semaines au Canada, cette proportion a diminué depuis 2020.



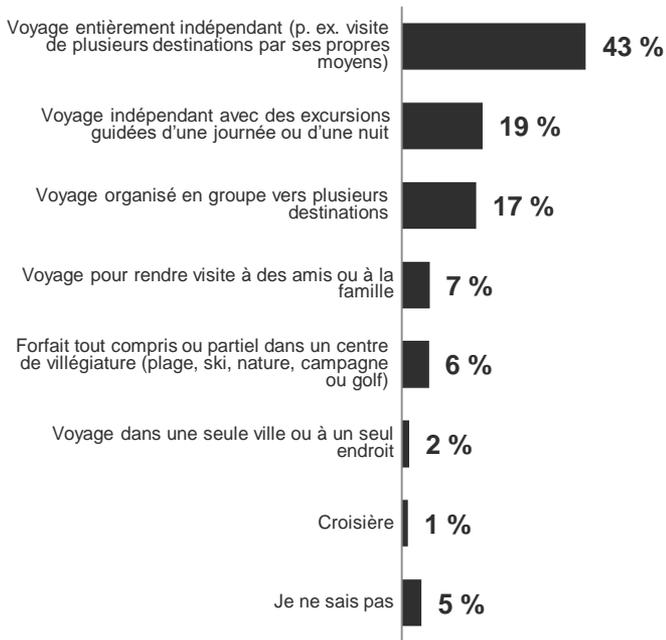
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=673).
FT4. Combien de nuits passeriez-vous en voyage au Canada?

Type de voyage et hébergement pour le futur voyage

- ▶ La plupart des voyageurs de la France préféreraient faire un voyage indépendant au Canada, en intégrant ou non des excursions guidées à leur itinéraire.
- ▶ Les hôtels à prix moyen demeurent le type d'hébergement le plus prisé pour un voyage au Canada.

Type de voyage



Type d'hébergement

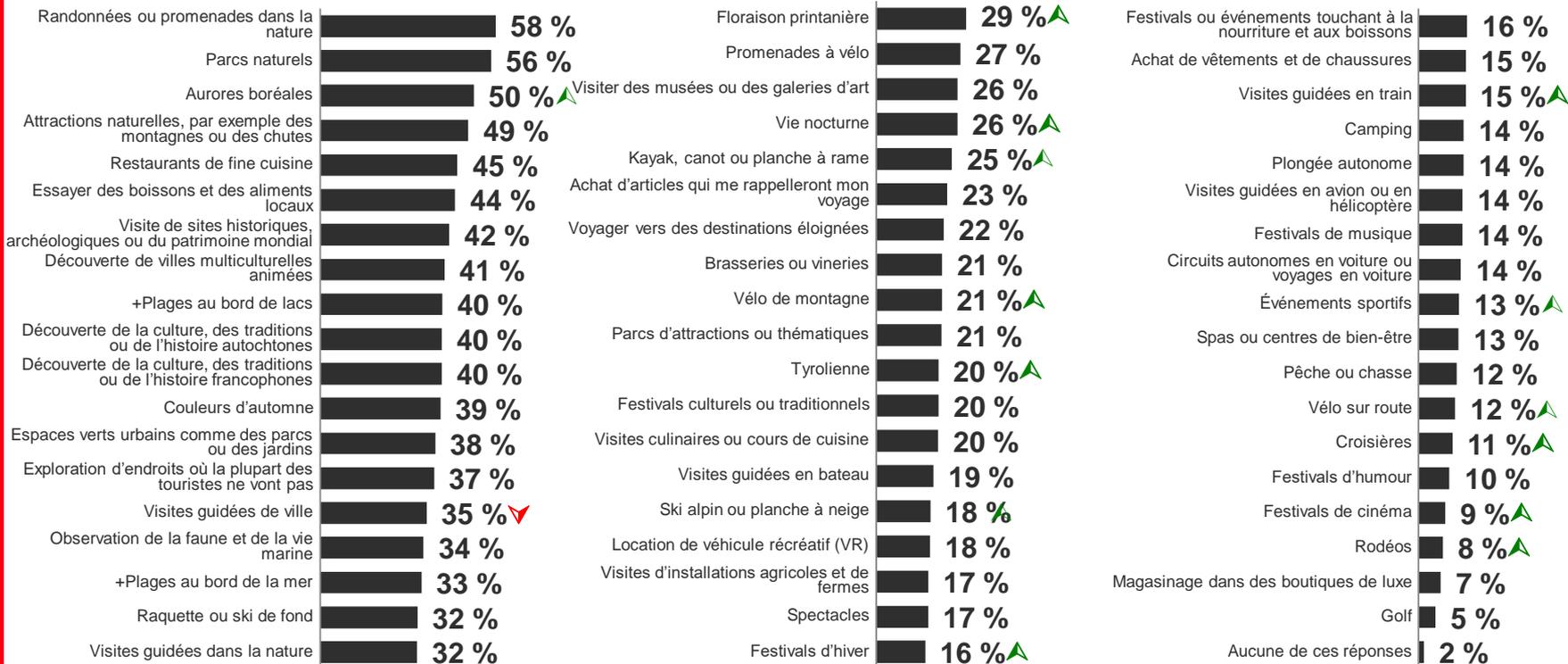


▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.
 Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=673).
 FT9. Quel type de voyage seriez-vous le plus susceptible de réserver pour un déplacement au Canada? (Sélectionnez une seule réponse.)

▲ / ▼ 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 : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=673).
 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

► Les voyageurs français privilégient toujours les activités en nature pour un voyage au Canada. Il est intéressant de noter que l'intérêt pour l'observation des aurores boréales est en forte hausse et qu'elle se classe maintenant au troisième rang des activités les plus populaires pour un voyage au Canada. L'intérêt pour plusieurs autres activités de créneau a aussi augmenté par rapport à 2020.



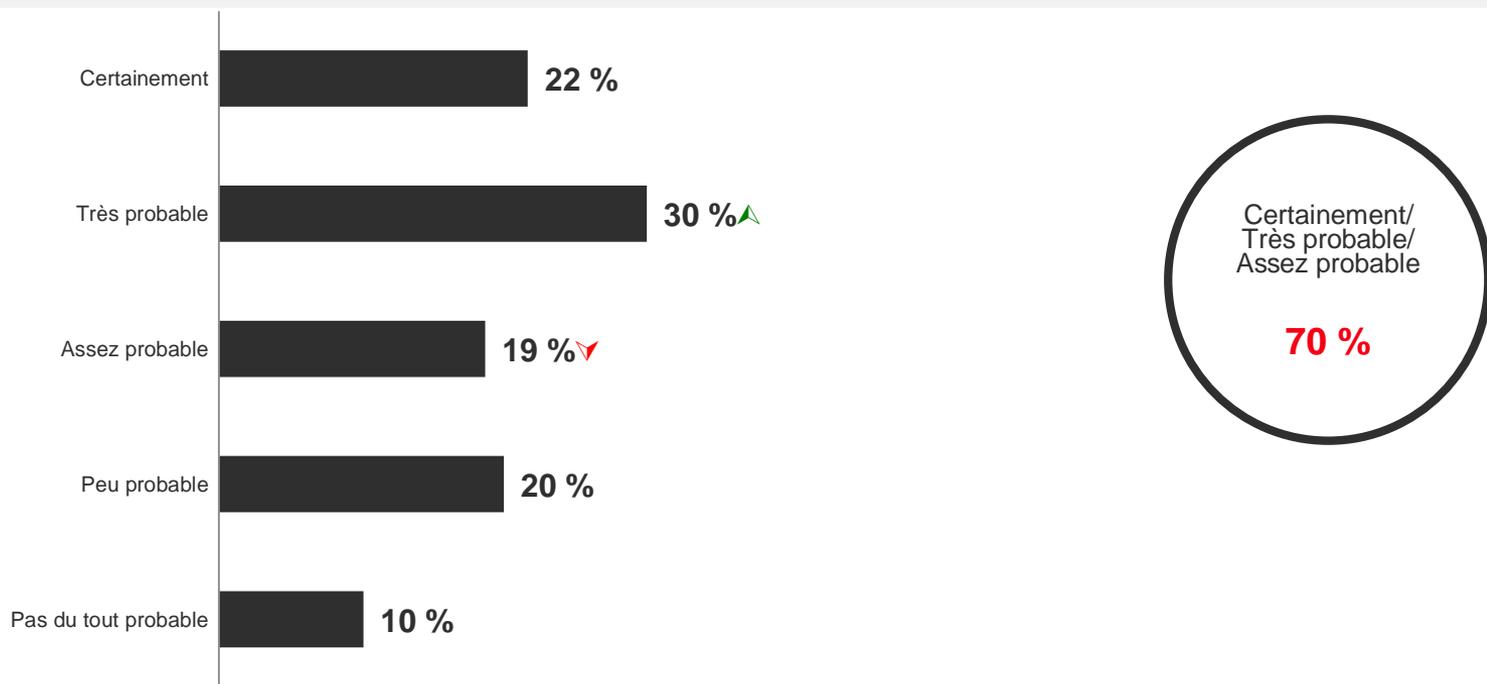
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=673). 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 de voyages de la France vers le Canada. En effet, 70 % des visiteurs français potentiels se disent susceptibles d'avoir recours à une agence de voyages pour faire des recherches ou pour réserver un voyage au Canada. On remarque d'ailleurs que la proportion de voyageurs se disant très susceptibles d'avoir recours à une agence de voyages a augmenté considérablement, tandis que moins de voyageurs français affirment qu'il est assez probable qu'ils aient recours à une agence.



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

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=673).
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 Carrefour Voyages ou Voyageurs du Monde, mais pas les services de réservation en ligne comme Expedia ou Opodo. 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?