

Faits saillants de la Veille touristique mondiale de 2021



Royaume-Uni

Canada



**Veille touristique
mondiale**



Vue d'ensemble de l'enquête : marché du Royaume-Uni



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 : **196**
Autres voyageurs : **1 304**
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 au Royaume-Uni

Le Royaume-Uni a levé presque toutes les restrictions associées à la COVID-19 en juillet 2021, une approche radicalement différente de celle de nombreux pays d'Europe, où le passeport vaccinal, le port du masque et la distanciation physique étaient toujours en vigueur. Malgré un taux de vaccination élevé, le nombre de cas de COVID-19 au Royaume-Uni était en hausse rapide en octobre 2021. Les nombres de cas quotidiens dépassaient alors ceux de la France, de l'Allemagne, de l'Italie et de l'Espagne réunis¹. Le gouvernement britannique a envisagé la mise en œuvre d'un plan B prévoyant le resserrement des mesures de confinement, mais n'est passé à l'action qu'en décembre 2021 lorsque le variant Omicron a atteint le Royaume-Uni².

Situation liée aux voyages à l'étranger

La capacité des voyageurs de visiter des pays étrangers fluctuait au gré de la hausse des cas de COVID-19 au Royaume-Uni. Plusieurs destinations (p. ex. le Maroc) imposaient ou menaçaient d'imposer des restrictions plus strictes aux voyageurs du Royaume-Uni, ce qui a ébranlé leur confiance³. De nombreux grands concurrents accueillent les voyageurs entièrement vaccinés, mais exigeaient qu'ils se soumettent à un test PCR à leur arrivée (p. ex. l'Afrique du Sud⁴), tandis que d'autres (p. ex. l'Australie) étaient fermés aux visiteurs⁵. Le gouvernement britannique faisait un suivi des destinations rapportant des cas élevés de COVID-19. Les voyageurs revenant d'un pays figurant sur la liste « rouge » devaient se soumettre à un test, mais après le 24 octobre 2021, il était acceptable d'effectuer un test rapide plutôt qu'un test PCR. Les personnes dont le test était positif devaient s'isoler pendant 10 jours⁶.

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 quarantaine⁷.

Indicateurs des voyages

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



Voyages long-courriers
au cours des trois
dernières années

77 % ▼



Intention d'effectuer un voyage
long-courrier au cours des deux
prochaines années

71 % ▲

Intention de visiter le Canada
au cours des deux prochaines années

32 % ▲



Proportion ayant déjà visité
le Canada

36 %

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

¹ CNN, octobre 2021.

² The Guardian, octobre 2021.

³ Airport Technology, octobre 2021.

⁴ Business Insider South Africa, janvier 2022.

⁵ NBC News, octobre 2021.

⁶ GOV.UK, octobre 2021.

⁷ Gouvernement du Canada, septembre 2021.

FAITS SAILLANTS

Renseignements	Conséquences
<p>Les voyageurs britanniques se sentent plus optimistes quant aux voyages par rapport à 2020. Beaucoup plus de voyageurs du Royaume-Uni se disent maintenant à l'aise de voyager, et la probabilité qu'ils utilisent un moyen de transport donné est en hausse pour la plupart des moyens de transport.</p>	<p><i>Il serait possible de tirer parti du regain d'intérêt des Britanniques pour le voyage. Puisque de nombreuses destinations se font concurrence sur le marché du Royaume-Uni, il est important de trouver des façons de différencier le Canada.</i></p>
<p>Les inquiétudes liées aux soins médicaux et à l'assurance voyage en contexte de COVID-19 se sont dissipées, mais la potentielle mise en quarantaine (à la destination comme au retour au Royaume-Uni) est toujours source de préoccupation. L'obligation de présenter un passeport vaccinal n'est pas un facteur important pour les voyageurs britanniques.</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.</i></p>
<p>Les voyages sont la dépense prioritaire pour la prochaine année. Les voyageurs du Royaume-Uni prévoient dépenser un peu plus pour voyager après la pandémie qu'avant. On s'attend à ce que les dépenses consacrées aux voyages court-courriers (en Europe, en Afrique du Nord et dans les pays méditerranéens) affichent le pourcentage de croissance le plus élevé, mais les dépenses anticipées pour les voyages long-courriers équivalent à plus du 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, particulièrement pour les attractions naturelles et l'observation de la faune, a diminué tant d'un point de vue général que dans le contexte d'un voyage au Canada. Cependant, l'intérêt pour l'observation des aurores boréales a augmenté, et il s'agit maintenant de la principale activité à laquelle les voyageurs britanniques consacraient un voyage. L'intérêt pour l'observation des aurores boréales pendant un voyage au Canada est aussi en hausse.</p>	<p><i>Bien que les activités de plein air 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 britanniques.</i></p>
<p>Les voyageurs britanniques citent constamment le coût comme le principal obstacle à un voyage au Canada.</p>	<p><i>Les voyageurs britanniques 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>Pour les voyageurs britanniques qui envisagent une visite au Canada, la fin du printemps et le début de l'automne sont presque aussi populaires que la haute saison estivale. De plus, certaines activités de vacances prisées sont aussi populaires au printemps qu'en été tandis que d'autres se pratiquent du printemps à l'automne ou encore toute l'année. Toutefois, les visites printanières et automnales sont traditionnellement moins courantes que les visites estivales, ce qui laisse entrevoir le potentiel d'augmenter les voyages des Britanniques durant les saisons intermédiaires.</p>	<p><i>Il serait possible de répartir les visites des Britanniques sur trois saisons en faisant la promotion d'activités populaires au printemps et à l'automne.</i></p>
<p>Les agents de voyages et les voyagistes jouent un rôle important dans la planification de voyages du Royaume-Uni vers le Canada. La majorité des visiteurs britanniques potentiels se disent susceptibles d'avoir recours à un agent de voyages pour faire des recherches ou pour réserver un voyage au Canada.</p>	<p><i>Pour inciter les Britanniques à visiter le Canada, il faut établir et entretenir des relations avec les professionnels des voyages du Royaume-Uni.</i></p>

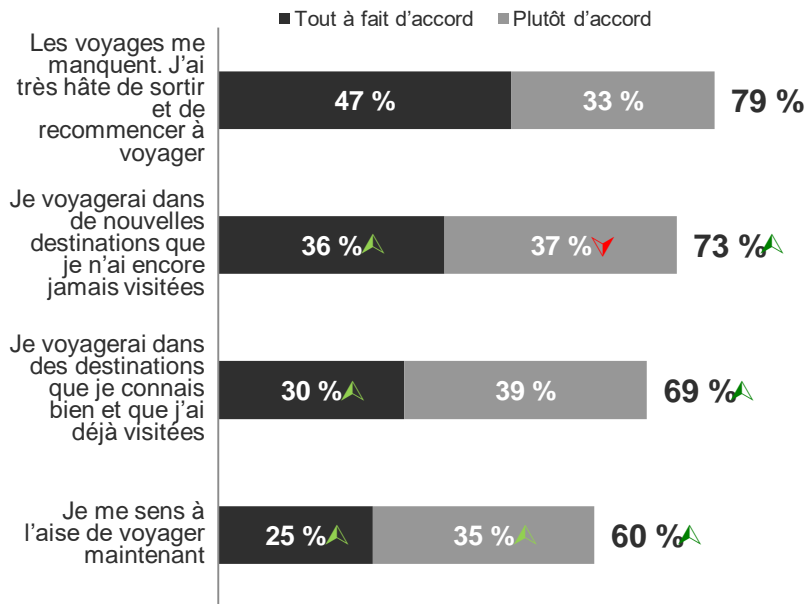
COVID-19

Points à considérer

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

- ▶ Beaucoup plus de voyageurs britanniques se disent maintenant à l'aise de voyager (60 %, contre 24 % en 2020). Cependant, les voyageurs plus âgés (55 ans et plus) demeurent prudents. Avec cette hausse du niveau de confiance, les Britanniques sont plus enthousiastes à l'idée de voyager en général, et ils ont une légère préférence pour les nouvelles destinations comparativement aux destinations familières.
- ▶ À mesure que les restrictions liées à la COVID-19 s'assouplissent, les voyageurs britanniques ont une plus grande tranquillité d'esprit vis-à-vis de la plupart des moyens de transport, dont les vols internationaux (65 %, contre 48 % en 2020).

Attitudes à l'égard des voyages

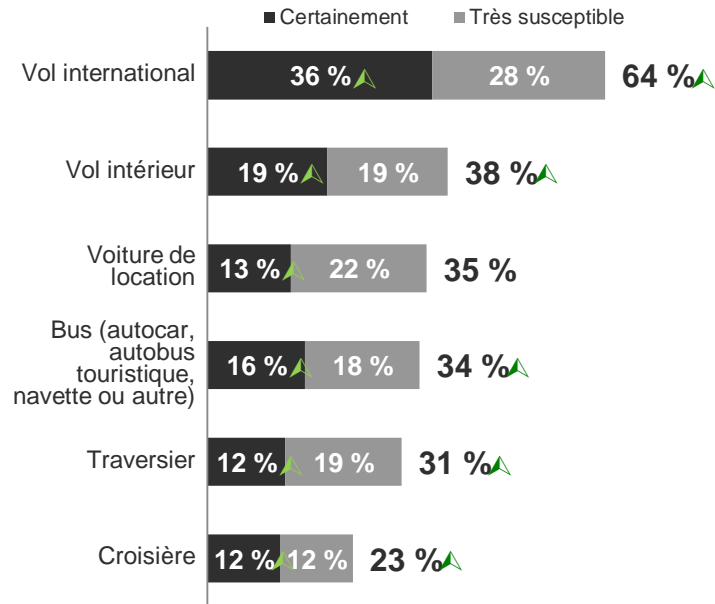


▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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



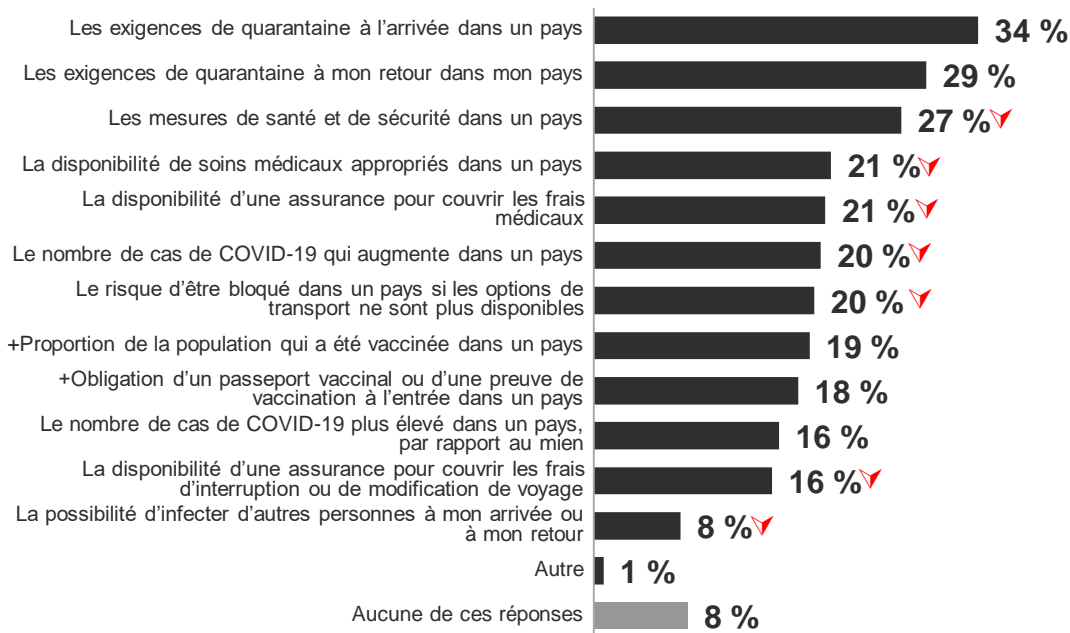
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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

- ▶ De façon générale, les inquiétudes liées aux mesures sanitaires, aux soins médicaux, à l'assurance voyage, au nombre de cas de COVID-19 et aux autres considérations concernant la COVID-19 sont de moins en moins importantes lors du choix d'une destination. Les voyageurs britanniques n'accordent pas non plus beaucoup d'importance aux exigences relatives aux preuves de vaccination et aux passeports vaccinaux dans la sélection de leur destination.
- ▶ La possibilité de devoir se mettre en quarantaine à leur destination et à leur retour au Royaume-Uni est leur principale préoccupation. En octobre 2021, les voyageurs vaccinés n'étaient pas tenus de se mettre en quarantaine à leur arrivée au Canada ni à leur retour au Royaume-Uni.



▲ / ▼ 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.)

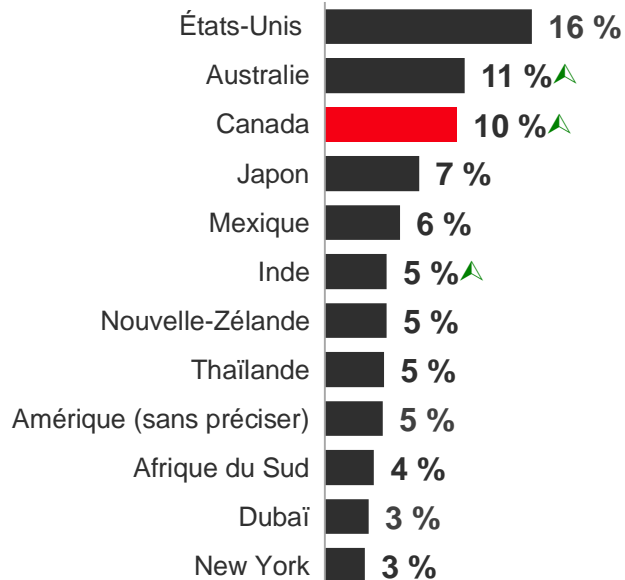
Indicateurs clés de rendement

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

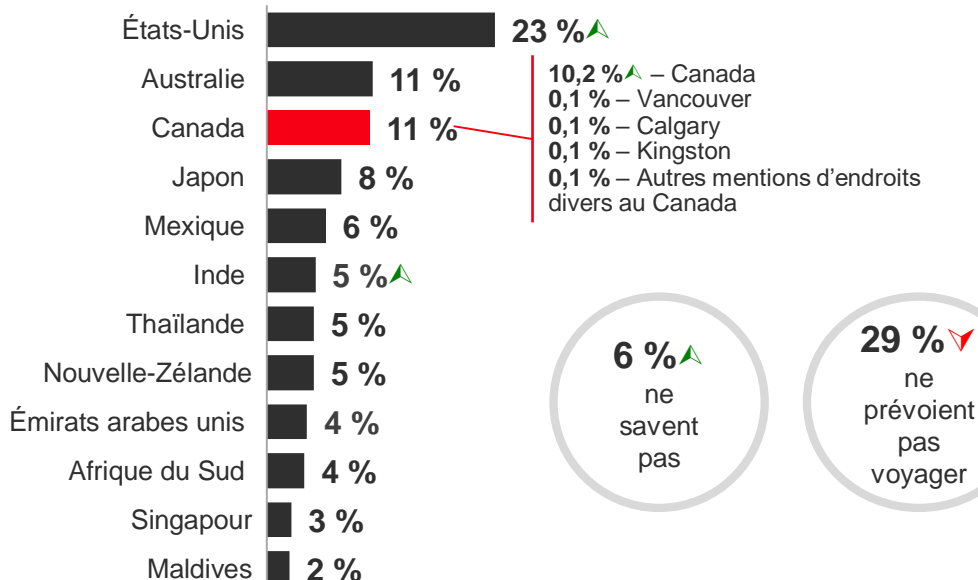
La **considération spontanée** est un indice de la présence des destinations dans l'esprit des consommateurs. Pour la mesurer, on demande aux voyageurs de penser à des destinations sans qu'on les aide en mentionnant telle ou telle autre destination d'abord.

- ▶ Le Canada, à égalité avec l'Australie, figure au deuxième rang des pays que les voyageurs du Royaume-Uni envisagent de visiter dans les deux prochaines années. Parallèlement, les mentions des États-Unis, qui se classent constamment au premier rang dans ce marché, affichent une forte hausse par rapport à 2020.

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).

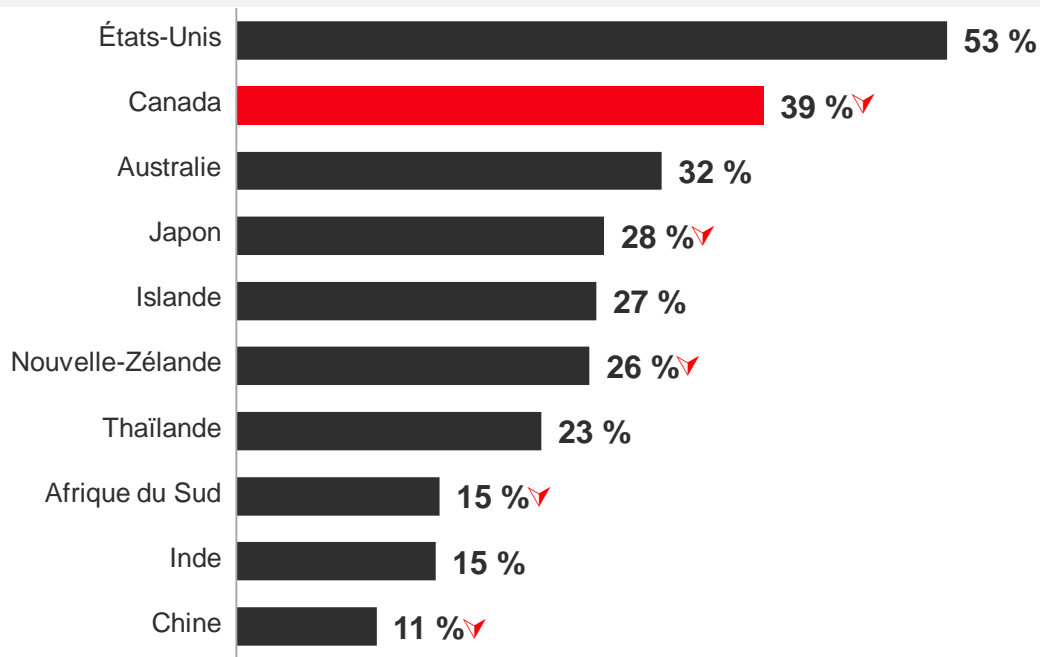
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

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.

- ▶ Malgré une baisse notable depuis 2020, le Canada demeure au deuxième rang pour la considération assistée. Il est loin derrière les États-Unis et est suivi de près par l'Australie.



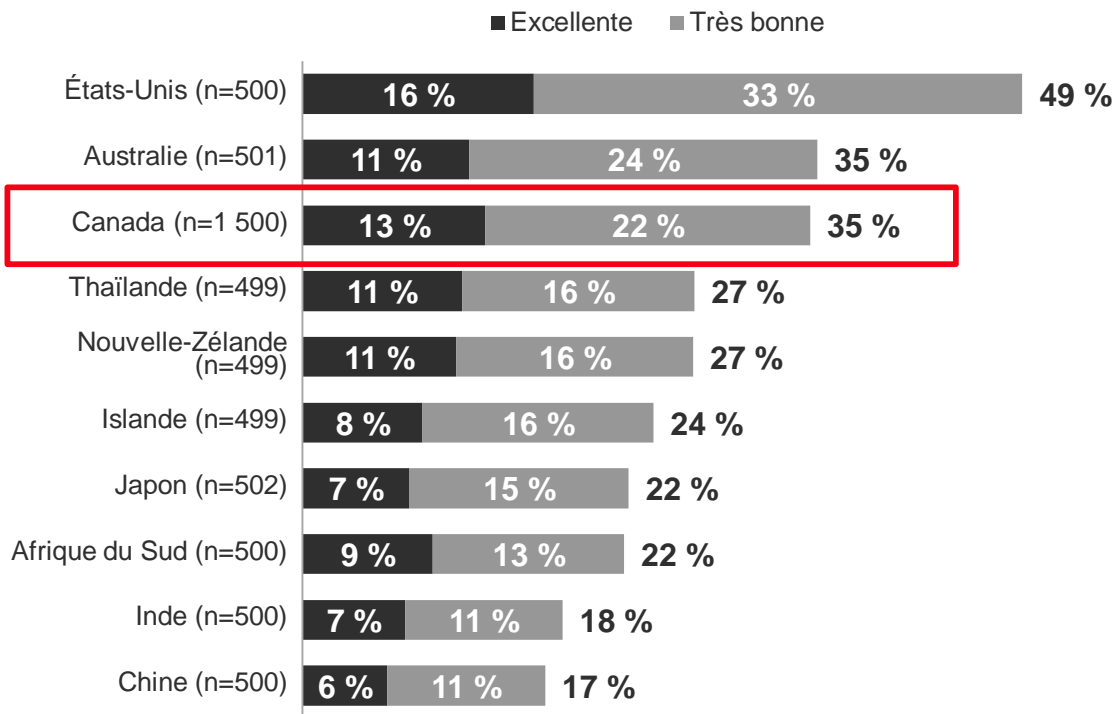
▲ ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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 concurrentes long-courriers, le Canada est bien classé au chapitre de la connaissance de la destination. Il arrive en deuxième place, à égalité avec l'Australie, mais il est devancé par les États-Unis par une marge considérable.



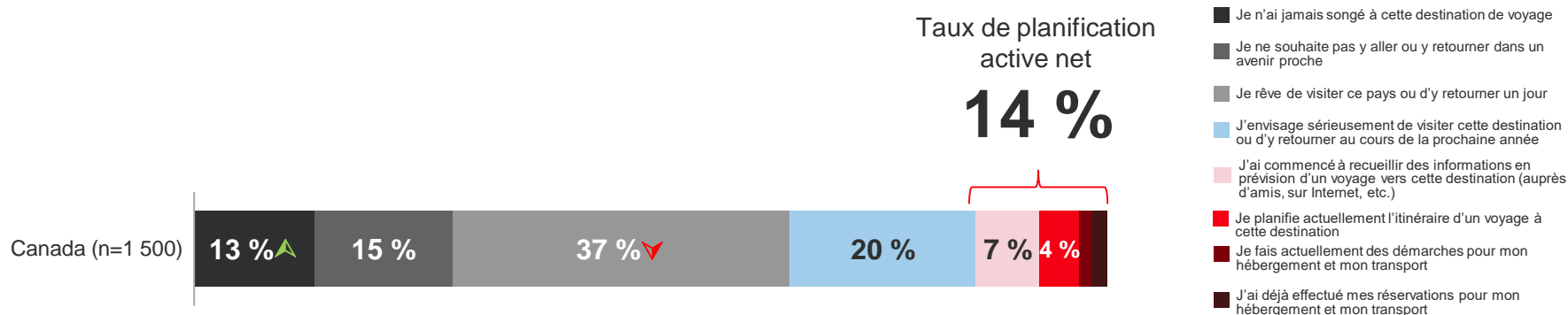
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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 19 % des voyageurs britanniques 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 se classe au troisième rang du classement général, à égalité avec trois autres destinations, et 14 % des voyageurs britanniques en sont à l'une des quatre dernières étapes du cycle vers l'achat d'un voyage vers le Canada. Ces données indiquent que les voyageurs du Royaume-Uni envisagent sérieusement de visiter plusieurs destinations et que le Canada pourrait avoir de la difficulté à convertir les voyageurs potentiels en visiteurs réels.
- ▶ Comparativement à 2020, moins de voyageurs britanniques affirment rêver de visiter le Canada, tandis que plus de voyageurs disent n'avoir jamais songé à le visiter. Ces résultats portent à croire qu'on pourrait faire davantage pour promouvoir le Canada au Royaume-Uni aux étapes de la connaissance et de la considération.



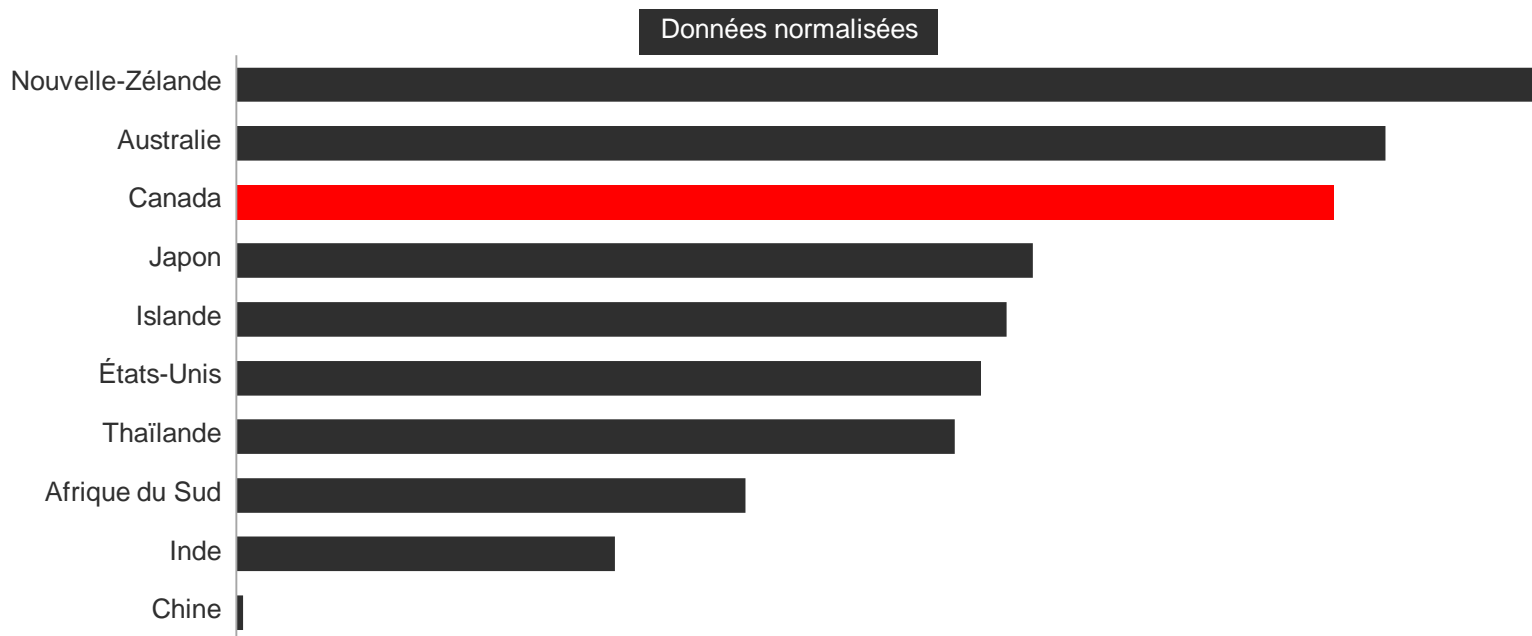
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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 des voyageurs qui ont déjà visité la destination et ont été normalisées pour faciliter la comparaison des taux de recommandation nets de tous les concurrents.

- ▶ Par rapport aux destinations concurrentes, le Canada est passé du deuxième rang du classement général en 2020 au troisième rang en 2021, en raison d'une baisse considérable de son taux de recommandation net global.

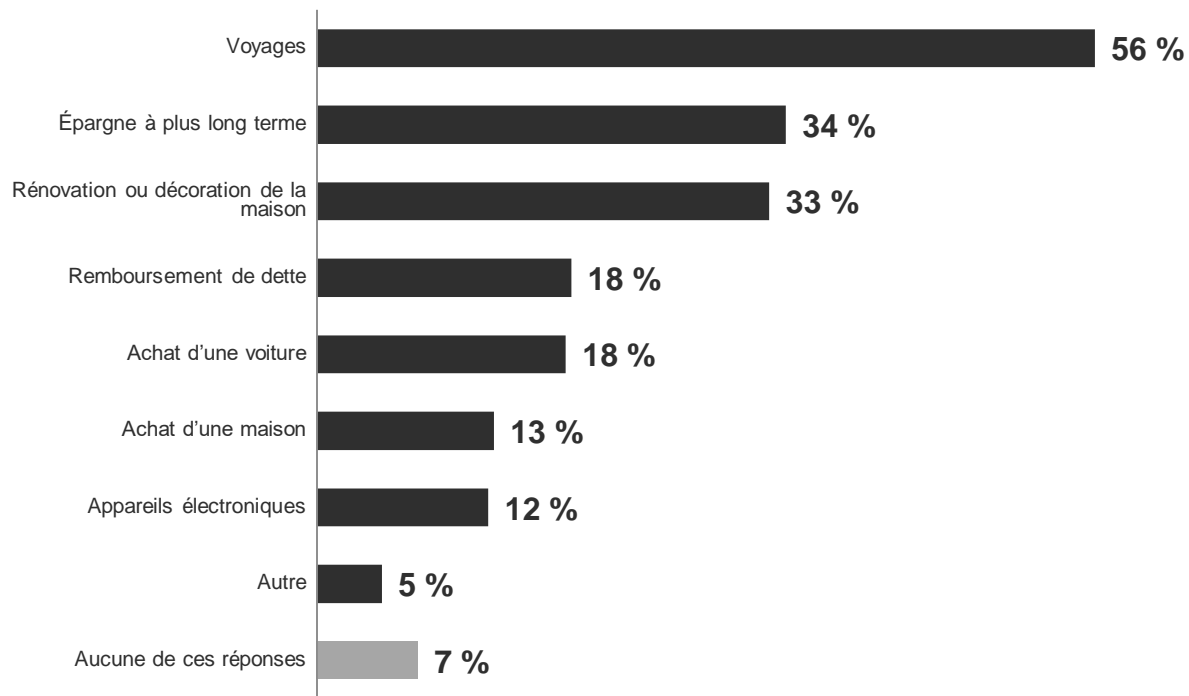


Base : Pour chaque destination, voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) ayant déjà visité cette destination.
 MP11. Que vous ayez déjà visité ces destinations ou non, quelle est la probabilité que vous recommandiez chacune des destinations 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 du Royaume-Uni, loin devant les priorités secondaires comme l'épargne et les rénovations domiciliaires.



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

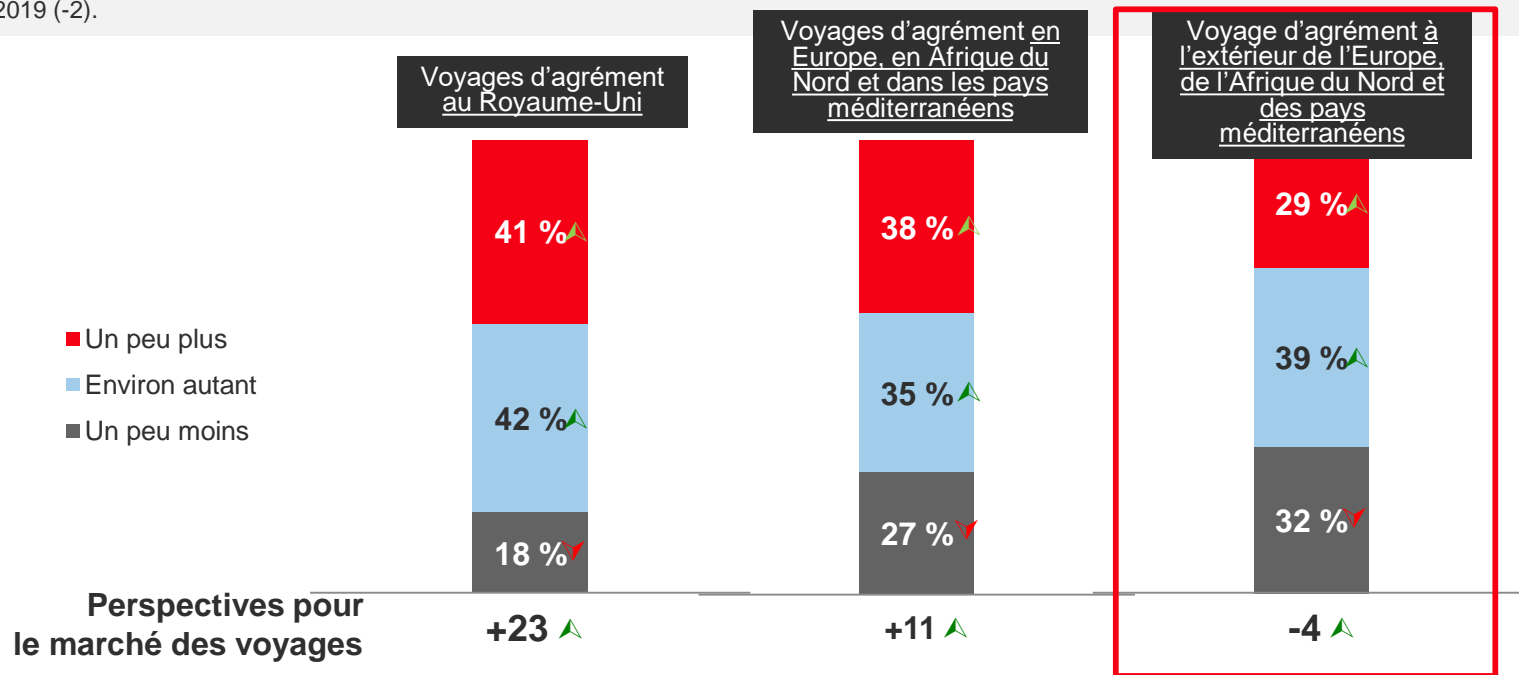
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

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 qu'au cours des 12 derniers mois.

- ▶ Les voyageurs du Royaume-Uni 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 (-35 en 2020 contre +11 en 2021).
- ▶ Bien que les perspectives pour les voyages long-courriers demeurent négatives, elles ont considérablement augmenté depuis 2020 (-41) et s'approchent du taux de 2019 (-2).



▲ / ▼ 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 britanniques 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 court-courriers (en Europe, en Afrique du Nord et dans les pays méditerranéens) affichent la croissance la plus élevée en pourcentage, mais les dépenses anticipées pour les voyages long-courriers (7 510 \$) équivalent à plus du double des dépenses anticipées pour les voyages court-courriers (3 692 \$).

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 au Royaume-Uni

1 829 \$

1 875 \$

+46 \$ (+3 %)

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

3 382 \$

3 692 \$

+310 \$ (+9 %)

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

7 102 \$

7 510 \$

+408 \$ (+6 %)

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

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers ayant voyagé en 2019 (n=629 au pays / n=580 court-courriers / n=532 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)

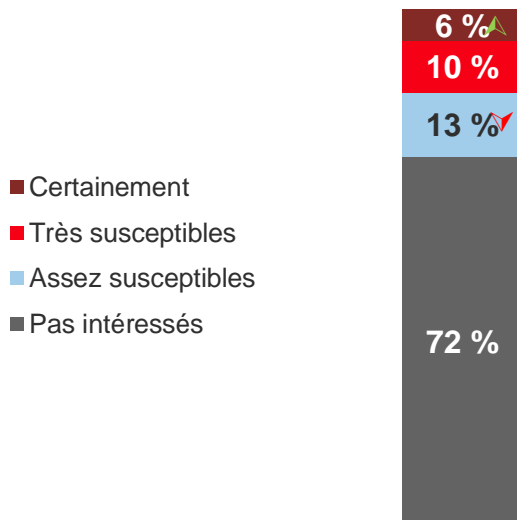
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers prévoyant voyager après la pandémie de COVID-19 (n=648 au pays / n=628 court-courriers / n=586 long-courriers).

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)

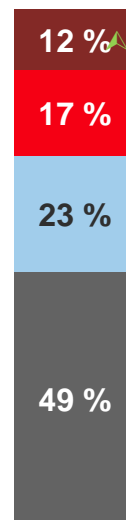
Probabilité de visiter le Canada au cours des deux prochaines années

- ▶ Chez les voyageurs du Royaume-Uni 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 du Royaume-Uni sont beaucoup plus susceptibles d'envisager un voyage au Canada de quatre nuits ou plus qu'un court voyage d'une à trois nuits.

Probabilité de faire un voyage de : Une à trois nuits



Probabilité de faire un voyage de : Quatre nuits ou plus



32 % ▲
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].

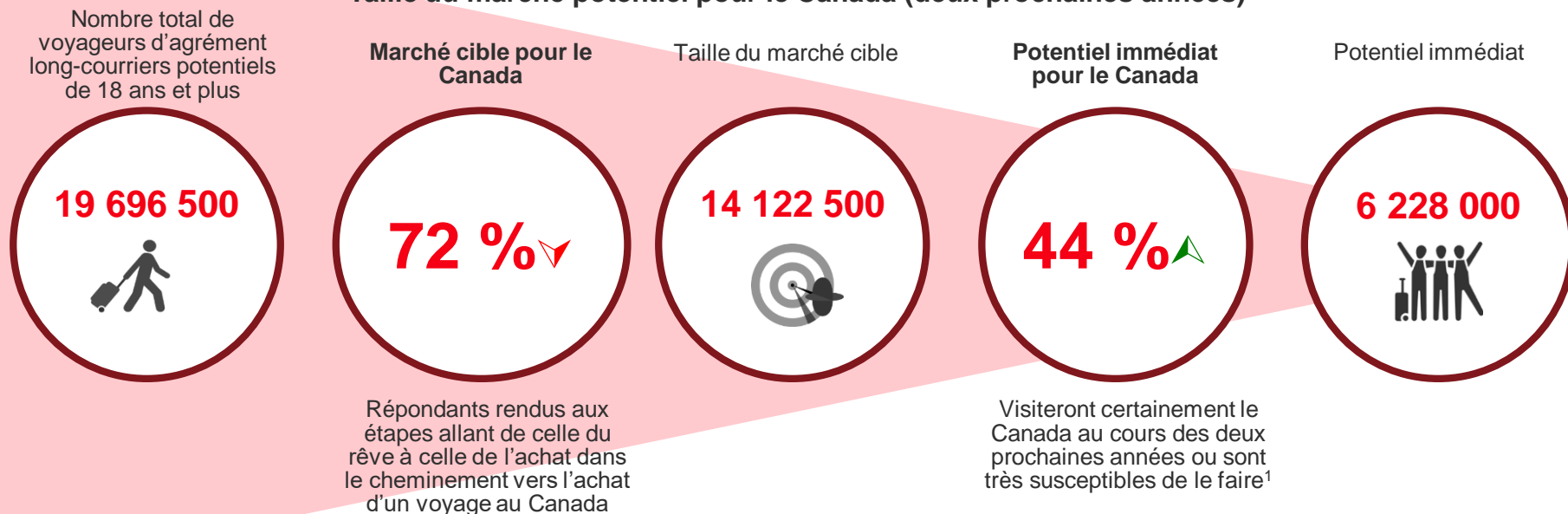
MP6. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous fassiez un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années?

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 britanniques, 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 britanniques qui envisagent une visite au Canada a diminué 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=1 084).

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

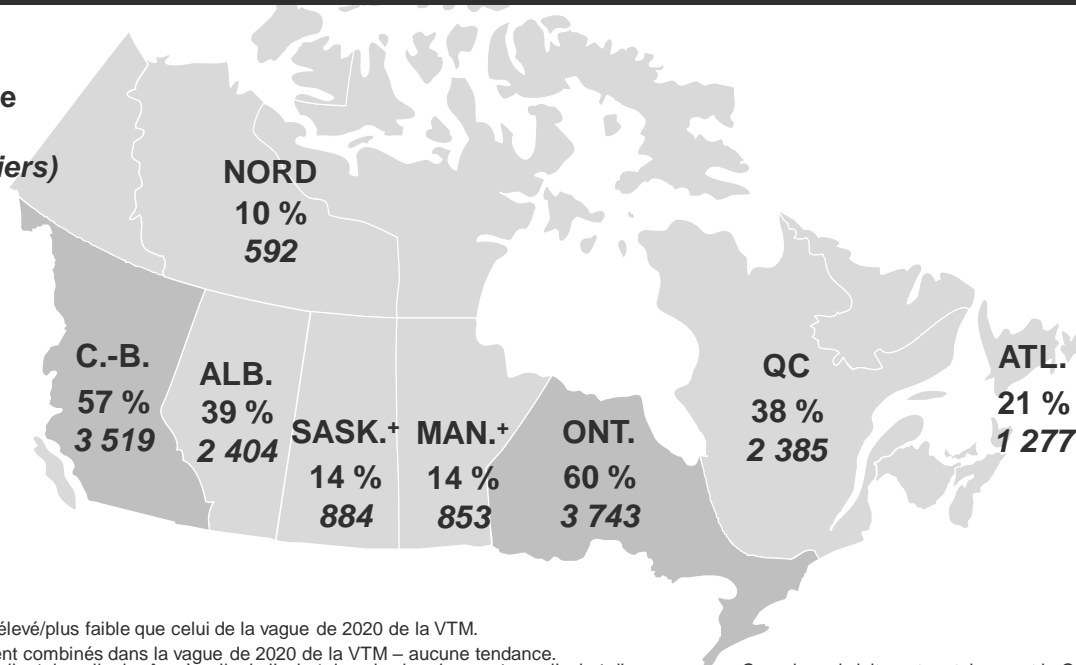
MP6. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous fassiez un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années?

Taille du marché potentiel pour les régions

- ▶ L'intérêt des voyageurs du Royaume-Uni envers les régions du Canada n'a pas beaucoup changé depuis 2020. L'Ontario et la Colombie-Britannique demeurent les provinces les plus susceptibles d'attirer la plus grande part de voyageurs du Royaume-Uni.

Potentiel immédiat pour le Canada : **6 228 000**

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.

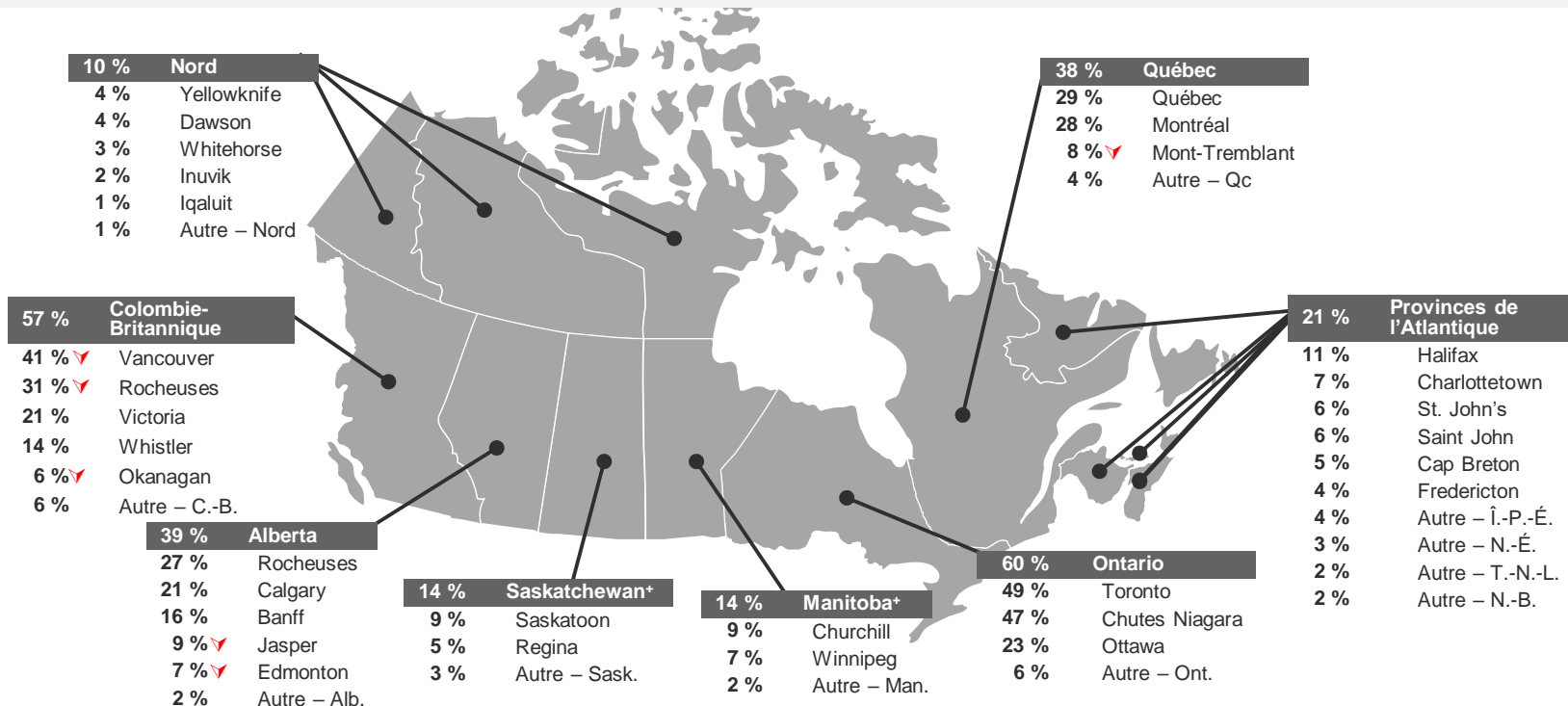
+ La Saskatchewan et le Manitoba étaient combinés dans la vague de 2020 de la VTM – aucune tendance.

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=487).

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

- Bien que l'intérêt des voyageurs du Royaume-Uni envers les différentes régions canadiennes soit généralement semblable à 2020, l'intérêt pour certaines destinations de l'Ouest canadien, et pour Mont-Tremblant au Québec, a chuté en 2021.



▲ / ✓ 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.

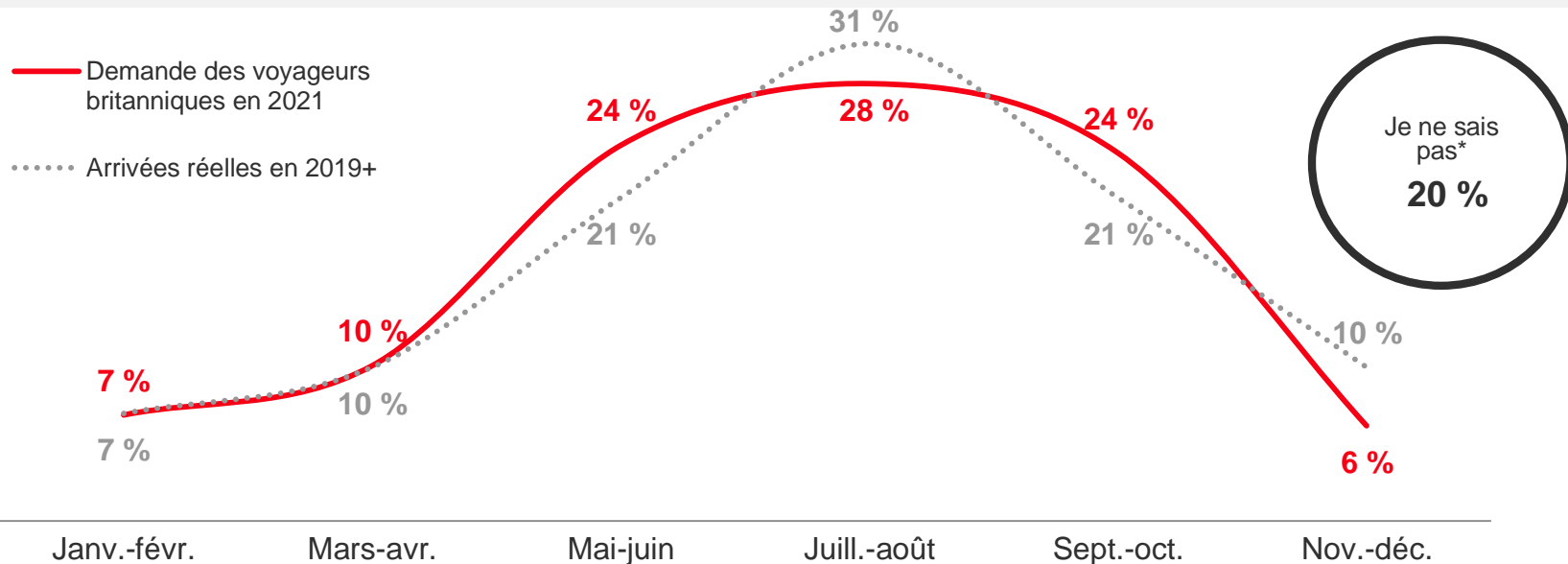
Base : Répondants rendus aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui visiteront certainement le Canada ou sont très susceptibles de le faire (n=487).

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 au Royaume-Uni

- ▶ Les mois de juillet et d'août sont les plus populaires chez les voyageurs du Royaume-Uni qui envisagent une visite au Canada. Il s'agit aussi des mois auxquels on enregistre le plus grand nombre d'arrivées de visiteurs du Royaume-Uni.
- ▶ Dans le marché britannique, la demande en matière de voyage est presque aussi élevée à la fin du printemps et au début de l'automne que pendant la haute saison estivale. Puisque la demande actuelle surpasse les visites habituelles durant ces mois, il existe un potentiel d'augmenter les voyages des Britanniques durant les saisons intermédiaires.



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

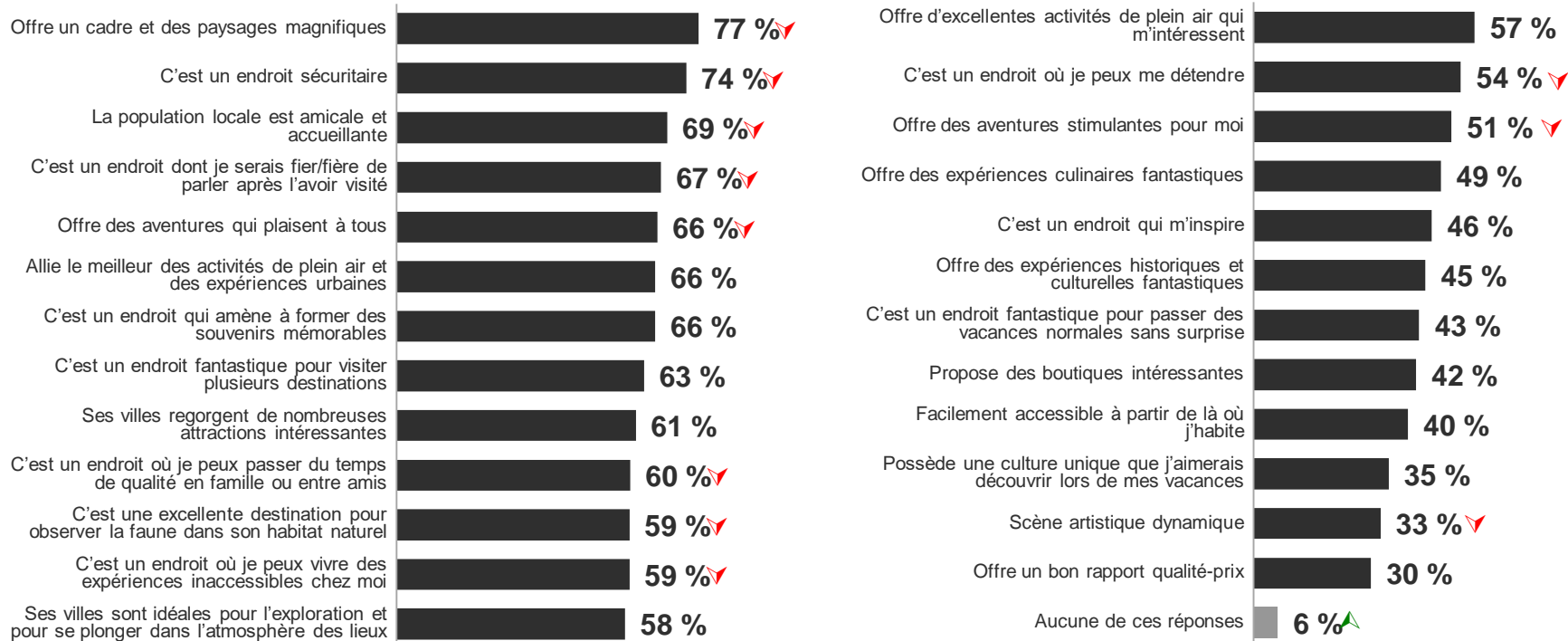
* Les réponses « Je ne sais pas » sont exclues du graphique de la demande saisonnière.

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

Impressions du Canada

Impressions du Canada en tant que destination de vacances

► Chez les voyageurs du Royaume-Uni, le Canada est réputé pour son cadre et ses paysages magnifiques, son caractère sécuritaire et sa population amicale et accueillante. Cependant, la proportion de ces voyageurs qui associent le Canada à ces principaux attributs, de même qu'à plusieurs autres attributs, a diminué 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 demeurent le principal obstacle à un voyage au Canada pour les visiteurs britanniques 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, mais les préoccupations entourant les exigences de visa se sont accentuées, surtout chez les voyageurs de 18 à 34 ans.



▲ / ▼ 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

- ▶ Pendant leurs vacances, les voyageurs du Royaume-Uni 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 : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500]. 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 britanniques 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 : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) ayant répondu (n=1 465).

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+


- L'été est la saison de prédilection pour participer à presque toutes les activités de vacances énumérées, mais certaines activités prisées, notamment la visite d'attractions et de parcs naturels et les randonnées ou promenades en nature, sont aussi populaires au printemps qu'en été. D'autres activités, comme faire l'expérience de la culture autochtone, les festivals culturels et la visite de brasseries et de vineries, sont populaires du printemps à l'automne. Il y a également plusieurs activités, notamment celles qui sont axées sur la ville, qui sont populaires toute l'année.

	Été	Automne	Hiver	Printemps
Essayer des boissons et des aliments locaux	81 %	59 %	54 %	72 %
Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes	65 %	37 %	20 %	62 %
Aurores boréales	15 %	29 %	74 %	23 %
Plages au bord de la mer	91 %	14 %	6 %	34 %
Observation de la faune et de la vie marine	71 %	36 %	22 %	64 %
Parcs naturels	65 %	39 %	18 %	65 %
Randonnées ou promenades dans la nature	70 %	49 %	17 %	72 %
Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial	71 %	46 %	26 %	64 %
Plages au bord de lacs	85 %	16 %	9 %	40 %
Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins	76 %	47 %	20 %	70 %
Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones	76 %	57 %	43 %	74 %
Visiter des musées ou des galeries d'art	68 %	59 %	53 %	73 %
Festivals ou événements touchant à la nourriture et aux boissons	75 %	42 %	35 %	60 %
Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage	72 %	53 %	46 %	64 %
Festivals culturels ou traditionnels	70 %	45 %	36 %	63 %
Couleurs d'automne	s. o.	100 %	s. o.	s. o.
Visites guidées de ville	69 %	46 %	36 %	69 %
Restaurants de fine cuisine	75 %	54 %	52 %	67 %

	Été	Automne	Hiver	Printemps
Exploration d'endroits où la plupart des touristes ne vont pas	59 %	36 %	26 %	57 %
Brasseries ou vineries	71 %	50 %	37 %	68 %
Achat de vêtements et de chaussures	65 %	45 %	47 %	58 %
Circuits autonomes en voiture ou voyages en voiture	63 %	38 %	16 %	59 %
Spectacles	76 %	49 %	46 %	62 %
Voyager vers des destinations éloignées	74 %	39 %	21 %	62 %
Floraison printanière	s. o.	s. o.	s. o.	100 %
Visites guidées en bateau	77 %	21 %	11 %	45 %
Vie nocturne	78 %	40 %	39 %	58 %
Visites guidées dans la nature	60 %	37 %	20 %	67 %
Kayak, canot ou planche à rame	82 %	21 %	12 %	50 %
Parcs d'attractions ou thématiques	83 %	26 %	17 %	56 %
Visites guidées en train	52 %	48 %	32 %	63 %
Spas ou centres de bien-être	66 %	49 %	56 %	64 %
Croisières	74 %	21 %	20 %	41 %
Festivals d'hiver	s. o.	s. o.	100 %	s. o.
Festivals de musique	82 %	20 %	18 %	47 %
Camping	74 %	24 %	12 %	48 %

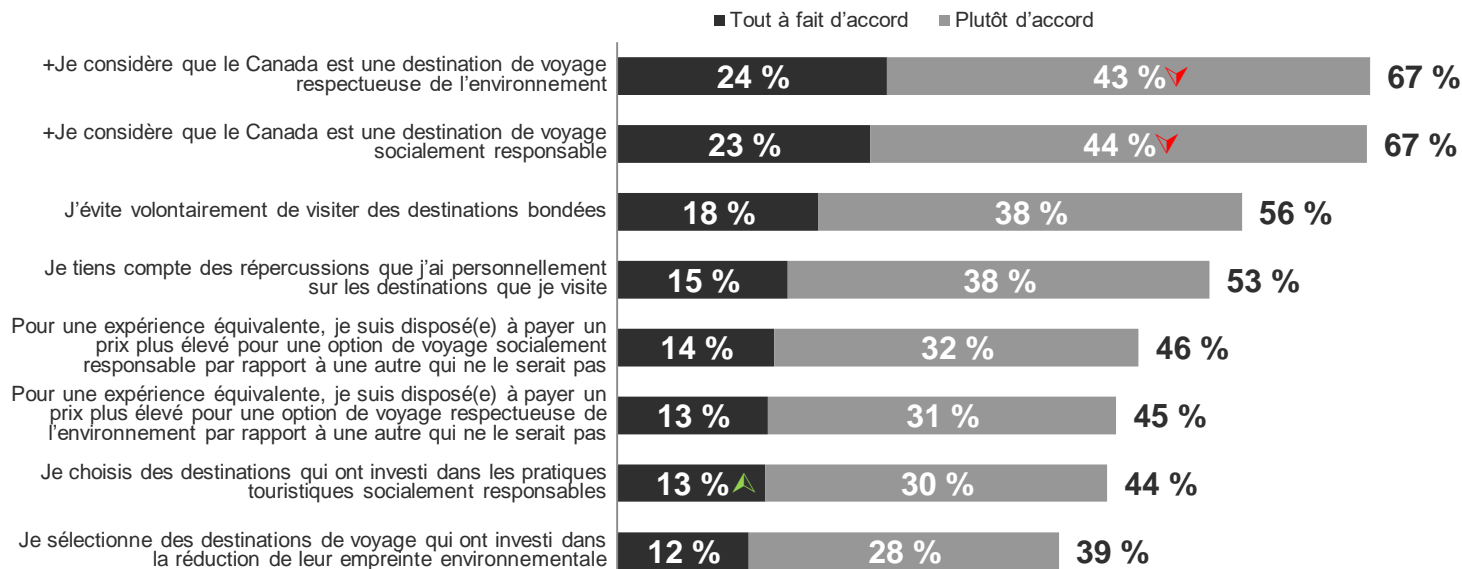
	Été	Automne	Hiver	Printemps
Plongée autonome	83 %	16 %	10 %	38 %
Événements sportifs	69 %	39 %	34 %	55 %
Tyrolienne	76 %	28 %	14 %	51 %
Magasinage dans des boutiques de luxe	65 %	40 %	47 %	59 %
Promenades à vélo	70 %	28 %	10 %	58 %
Visites culinaires ou cours de cuisine	61 %	46 %	45 %	79 %
Vélo de montagne	73 %	32 %	14 %	58 %
Ski alpin ou planche à neige	-	-	100 %	-
Visites guidées en avion ou en hélicoptère	62 %	28 %	15 %	49 %
Vélo sur route	66 %	26 %	15 %	53 %
Location de véhicule récréatif (VR)	66 %	36 %	23 %	61 %
Festivals d'humour	65 %	37 %	37 %	57 %
Pêche ou chasse	57 %	32 %	23 %	57 %
Raquette ou ski de fond	-	-	100 %	-
Festivals de cinéma	59 %	32 %	36 %	63 %
Rodéos	75 %	22 %	13 %	43 %
Golf	62 %	19 %	17 %	51 %
Visites d'installations agricoles et de fermes	51 %	30 %	13 %	59 %

 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.

Voyage durable

- ▶ Un peu plus de la moitié des voyageurs du Royaume-Uni disent tenir compte de leur incidence personnelle lorsqu'ils visitent une destination, et une proportion semblable de voyageurs se disent disposés à payer un prix plus élevé pour des options de voyage responsables sur les plans social et environnemental.
- ▶ 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 (10 %) ou socialement responsables (8 %) 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=1 084).

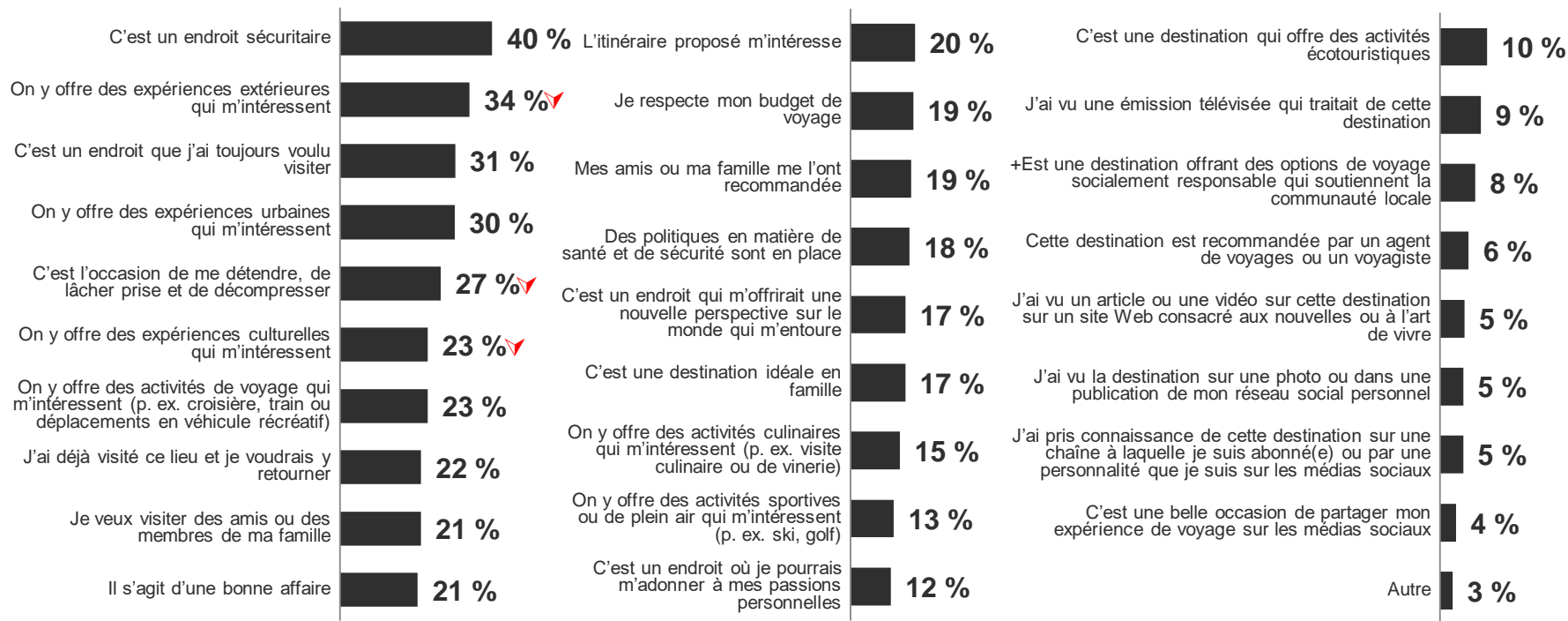
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

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 caractère sécuritaire de la destination, l'offre d'expériences extérieures d'intérêt et le désir de longue date de visiter l'endroit sont les principaux facteurs incitant les voyageurs du Royaume-Uni à choisir le Canada comme destination de vacances.
- ▶ Les expériences extérieures, les expériences culturelles et l'occasion de se détendre sont toutes des raisons moins importantes qu'en 2020 de choisir le 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.

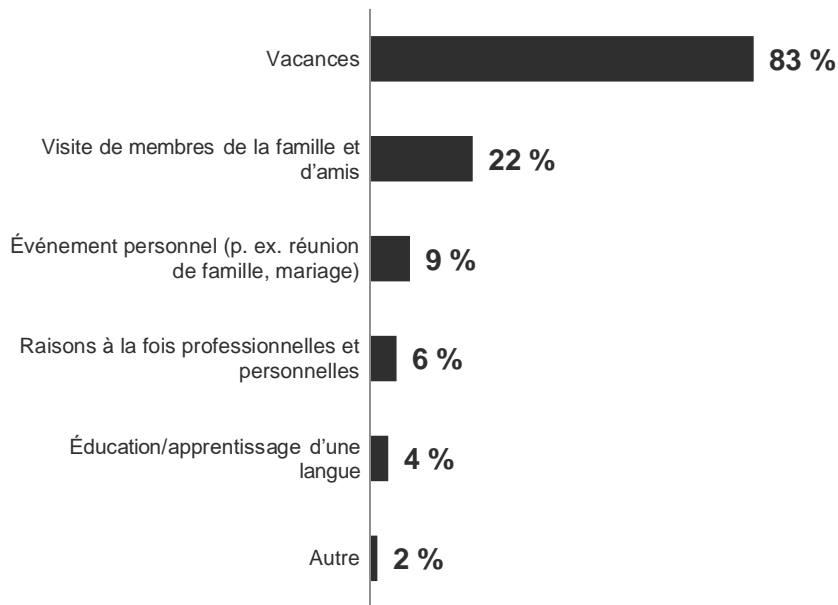
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=613).

FT3. Quels éléments parmi les suivants prendriez-vous en considération pour choisir de voyager au Canada? (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 britanniques visiteront le Canada au cours des deux prochaines années, suivies des visites des amis et de la famille.
- ▶ Les groupes de voyageurs du Royaume-Uni 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.

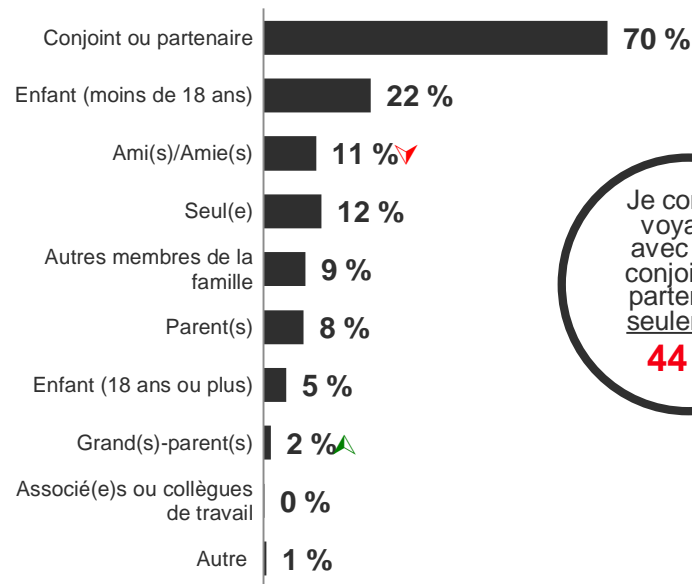
Motif du voyage



▲ / ▼ 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=613).
FT2. Si vous faisiez un voyage au Canada, quel en serait l'objectif principal?

Groupe de voyage



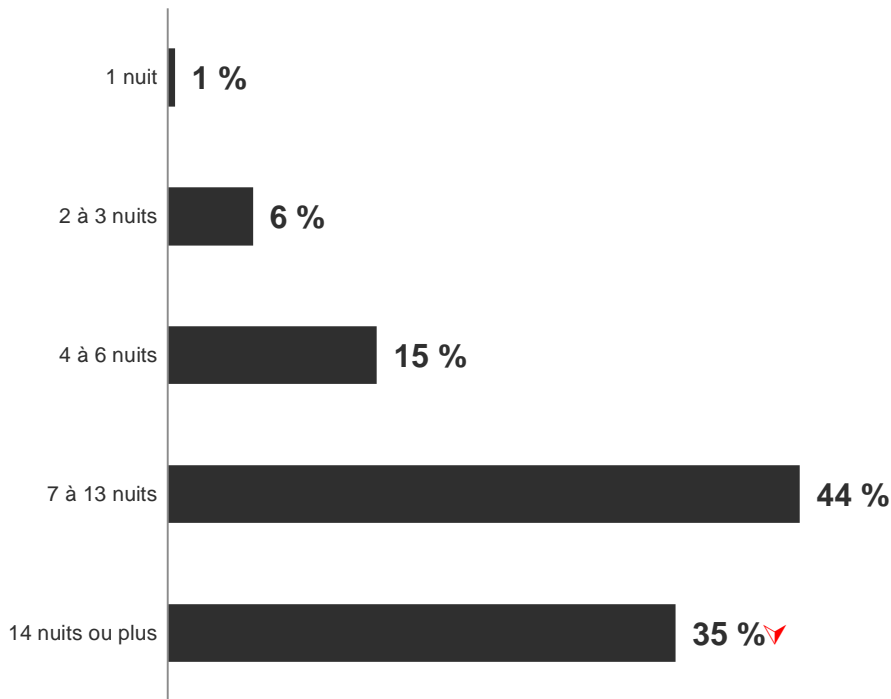
Je compte voyager avec mon conjoint ou partenaire seulement 44 %



▲ / ▼ 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=613).
FT5. Avec qui partiriez-vous en voyage au Canada? (Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes.)

Durée du futur voyage

- ▶ La plupart des voyageurs du Royaume-Uni 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 du Royaume-Uni aimeraient faire un voyage de plus de deux semaines au Canada, ce nombre a diminué depuis 2020.



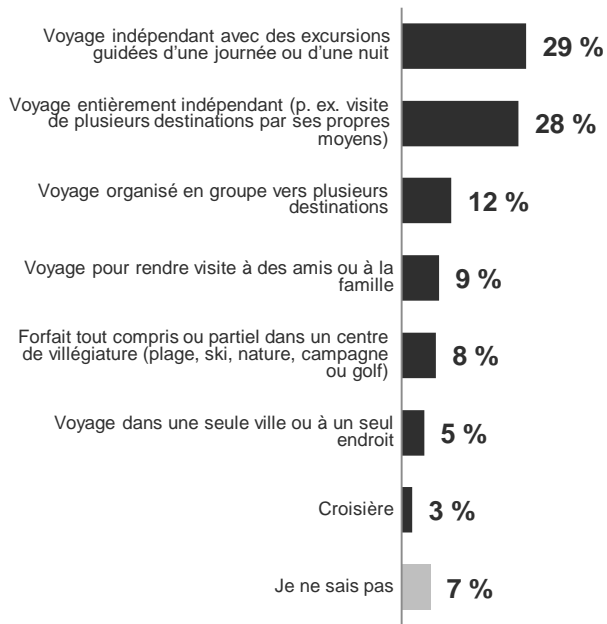
 /  Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=613).
FT4. Combien de nuits passeriez-vous en voyage au Canada?

Type de voyage et hébergement pour le futur voyage

- ▶ La plupart des voyageurs du Royaume-Uni préféreraient faire un voyage indépendant au Canada, en intégrant ou non des excursions guidées à leur itinéraire.
- ▶ 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. Les mentions de plusieurs autres types d'hébergement abordables ont aussi chuté en 2021.

Type de voyage

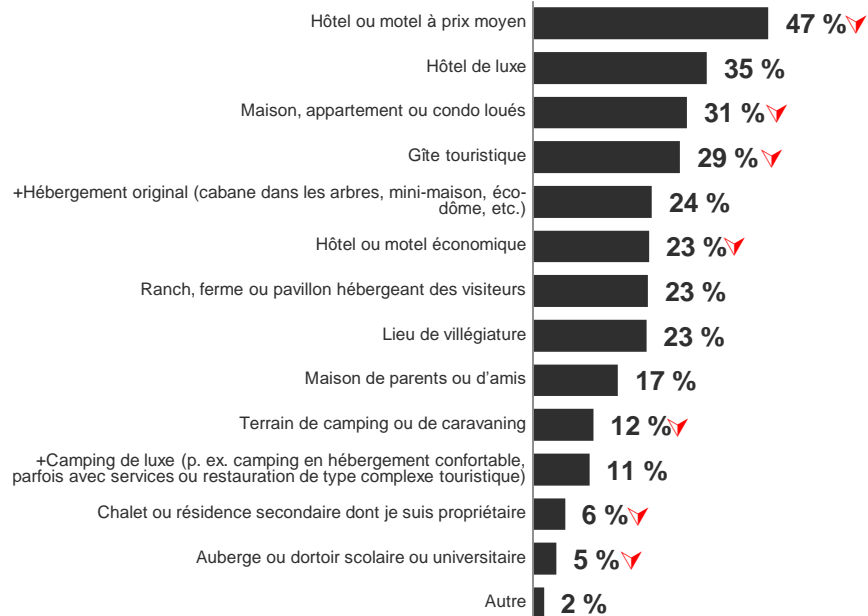


▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=613).

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.

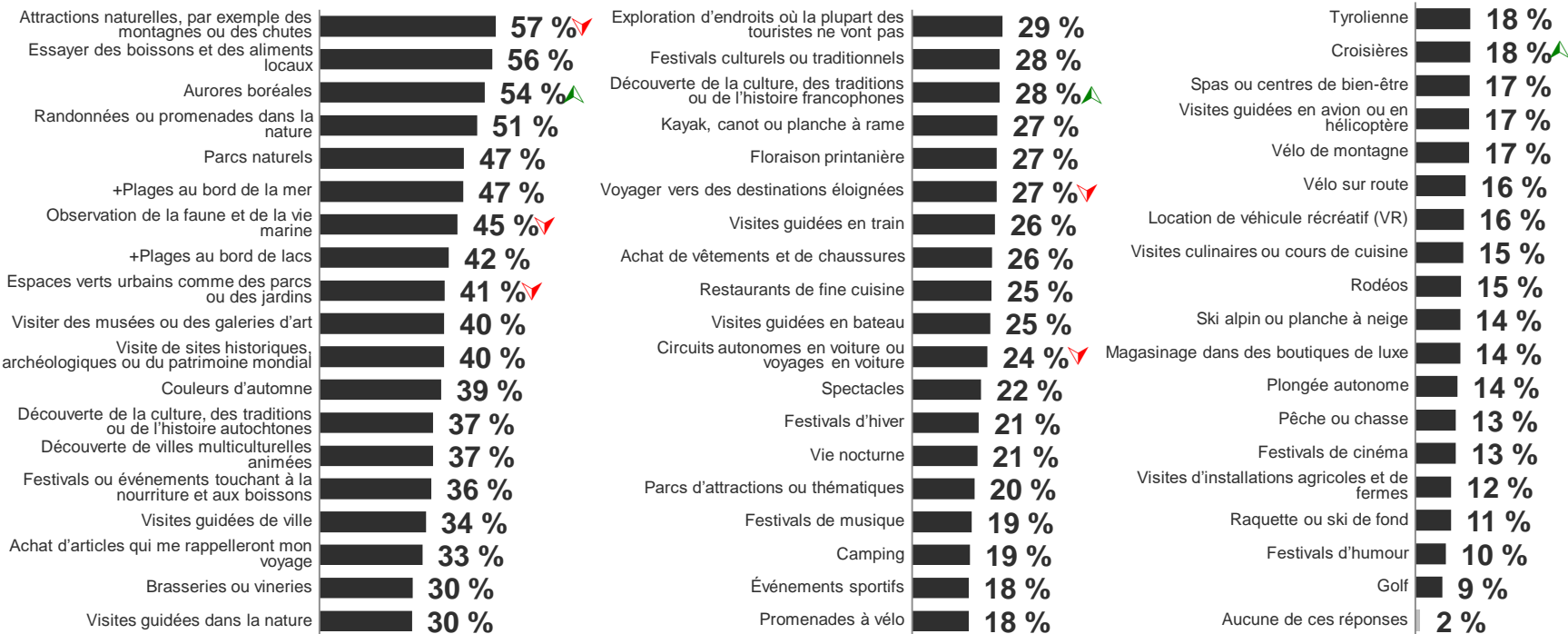
+ Nouvel énoncé dans la VTM de 2021 – aucune tendance.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=613).

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

► Bien que les voyageurs du Royaume-Uni privilégient toujours les activités en nature pour un voyage au Canada, l'intérêt envers certaines de ces activités populaires est en baisse par rapport à 2020. L'intérêt pour l'observation des aurores boréales fait toutefois exception et a augmenté considérablement en 2021. Elle se classe maintenant au troisième rang des activités d'intérêt pour un voyage au Canada.



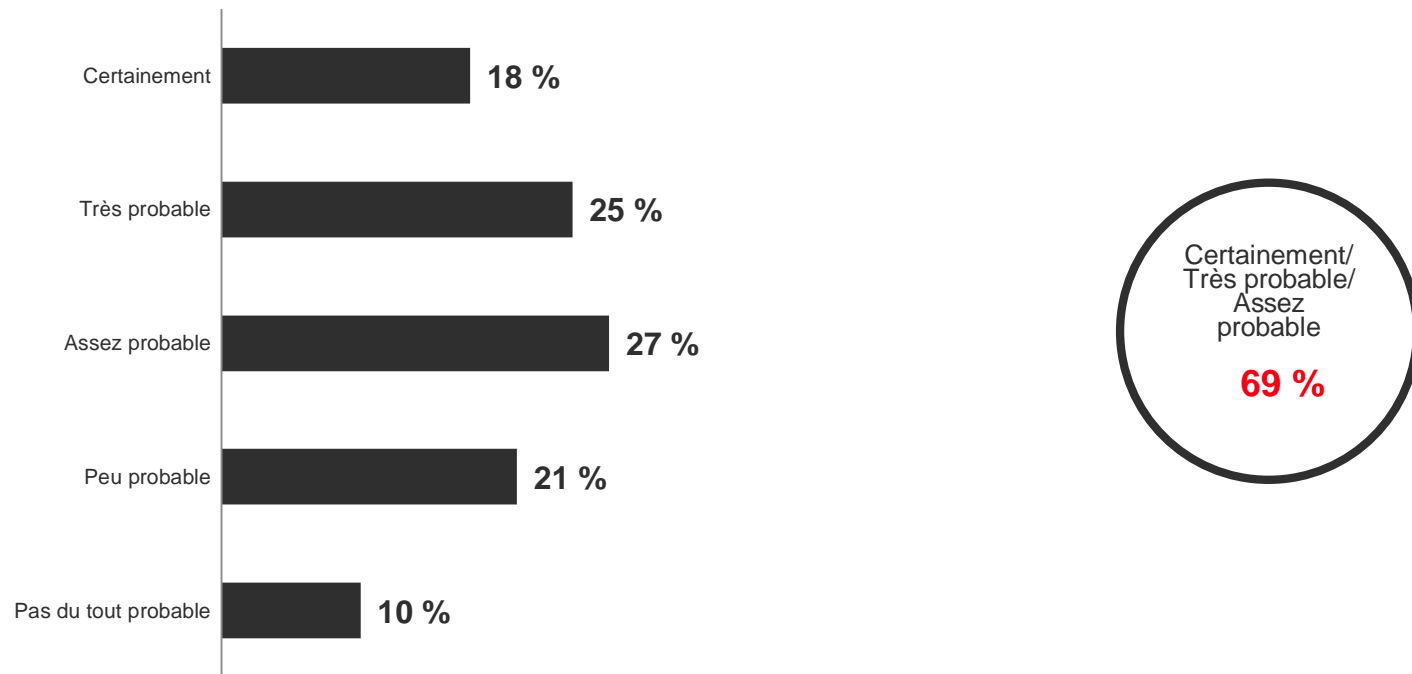
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=613). 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 du Royaume-Uni vers le Canada. La vaste majorité des visiteurs britanniques potentiels 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 : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=613).

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 Trailfinders ou Flight Centre, mais pas les services de réservation en ligne comme Expedia ou Booking.com. 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?