

Faits saillants de la Veille touristique mondiale de 2021



Veille touristique
mondiale



Japon

Canada

 DESTINATION
CANADA

Vue d'ensemble de l'enquête : marché du Japon

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'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taiwan)



Répartition de l'échantillon dans le cadre de la VTM

Répartition de l'échantillon :
À l'échelle nationale

Voyageurs ayant récemment visité le Canada : **100**
Autres voyageurs : **1 400**
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 Japon

Au début de 2021, les Japonais hésitaient à se faire vacciner. Le pays devait accueillir les Jeux olympiques d'été en juillet 2021, et on craignait que l'événement entraîne une superpropagation puisque seulement 3,5 % de la population japonaise était vaccinée dans les semaines précédant l'ouverture des Jeux¹. Le pays a donc fait appel à l'armée au début juillet pour accélérer la distribution des vaccins, et administrait alors un million de doses par jour. En automne 2021, en plus d'avoir atteint un taux de vaccination élevé, le Japon imposait toujours le port du masque et la distanciation physique. Le taux de mortalité attribuable à la COVID-19 était beaucoup plus bas au Japon qu'aux États-Unis et en Europe².

Situation liée aux voyages à l'étranger

Le 1^{er} octobre 2021, le Japon a levé l'état d'urgence lié à la COVID-19 pour la première fois en plus de six mois³. Bien que certaines mesures aient été allégées, les voyageurs japonais à titre privé devaient se mettre en quarantaine pendant 10 jours à leur retour au pays⁴. Il existait une demande refoulée pour les voyages, mais la plupart des voyages étaient effectués à l'intérieur du Japon, et seulement 50 000 citoyens japonais ont voyagé à l'étranger en octobre 2021⁵.

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 quarantaine⁶.

¹ BBC News, novembre 2021.

² BBC News, novembre 2021.

³ CBS News, octobre 2021.

⁴ Japan Travel Voice, novembre 2021.

⁵ The Japan Times, novembre 2021.

⁶ Gouvernement du Canada, septembre 2021.

Indicateurs des voyages

Le Japon est un marché établi où les voyages long-courriers étaient élevés par le passé et où les intentions de voyage s'améliorent.

Voyages long-courriers
au cours des trois
dernières années



85 % ▼

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



49 % ▲

Intention de visiter le Canada
au cours des deux prochaines années



15 %

Proportion ayant déjà visité
le Canada

30 %

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

POINTS SAILLANTS

Observations	Conséquences
<p>Bien qu'il existe une demande refoulée pour les voyages chez les Japonais, la proportion de personnes qui sont maintenant à l'aise de voyager demeure relativement basse. Beaucoup plus de voyageurs japonais se sont dit à l'aise de voyager en 2021 comparativement à 2020, mais cette proportion reste faible. Il semble probable que la reprise des voyages à l'étranger se déroulera de façon graduelle et prudente au Japon.</p>	<p><i>Pour tirer parti de l'occasion que présente le regain d'intérêt des Japonais pour le voyage et les encourager à visiter le Canada, il sera important que les communications reflètent le caractère sécuritaire du Canada en tant que destination.</i></p>
<p>Les inquiétudes liées au nombre de cas, au risque de se retrouver coincé à l'étranger, à la possibilité d'infecter d'autres personnes et à l'assurance voyage en contexte de COVID-19 se sont dissipées, mais les exigences de mise en quarantaine (à la destination comme au retour au Japon) sont toujours source de préoccupation. L'obligation de présenter un passeport vaccinal n'est pas un facteur important pour les voyageurs japonais.</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. Cependant, les taux de voyages à l'étranger risquent de demeurer faibles jusqu'à ce que le Japon assouplisse ses exigences de mise en quarantaine pour les citoyens rentrant au pays.</i></p>
<p>Les voyages sont la dépense prioritaire pour la prochaine année. Cependant, les voyageurs du Japon prévoient dépenser moins pour voyager après la pandémie qu'avant. On s'attend à ce que les dépenses consacrées aux voyages long-courriers affichent la diminution la plus marquée, mais les dépenses anticipées pour les voyages long-courriers équivalent à près 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 relativement élevées pour les voyages long-courriers après la pandémie représentent une belle occasion pour le Canada, mais les perspectives à court terme sont limitées.</i></p>
<p>Chez les voyageurs japonais, on constate une hausse de l'intérêt pour l'observation des aurores boréales, tant d'un point de vue général que dans le contexte d'un voyage au Canada, et il s'agit maintenant de la principale activité à laquelle ils consacraient un voyage. L'intérêt pour d'autres activités en plein air demeure également élevé.</p>	<p><i>L'observation des aurores boréales pendant un voyage au Canada pourrait être un attrait puissant pour les voyageurs japonais et une bonne façon de différencier le Canada de certains concurrents.</i></p>
<p>La faible connaissance des possibilités de vacances au Canada, une constante chez ce public, est maintenant l'un des principaux obstacles à une visite au Canada, suivant de près le coût et la distance de voyage.</p>	<p><i>À un moment où les voyageurs japonais prévoient dépenser moins pour des voyages long-courriers, il pourrait être utile de mieux les sensibiliser aux possibilités de vacances au Canada afin 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>L'intérêt pour un voyage au Canada à la fin du printemps et au début de l'automne surpasse les visites habituelles durant ces mois. De plus, les Japonais préfèrent le printemps et l'automne à l'été pour la pratique de nombreuses activités de vacances prisées, tandis que d'autres activités sont populaires du printemps à l'automne ou encore toute l'année.</p>	<p><i>Il serait possible de répartir les visites des Japonais sur trois saisons en faisant la promotion d'activités populaires en dehors de la haute saison estivale.</i></p>
<p>Les agents de voyages et les voyagistes jouent un rôle important dans la planification de voyages du Japon vers le Canada. La majorité des visiteurs japonais 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 Japonais à visiter le Canada, il faut établir et entretenir des relations avec les professionnels des voyages du Japon.</i></p>

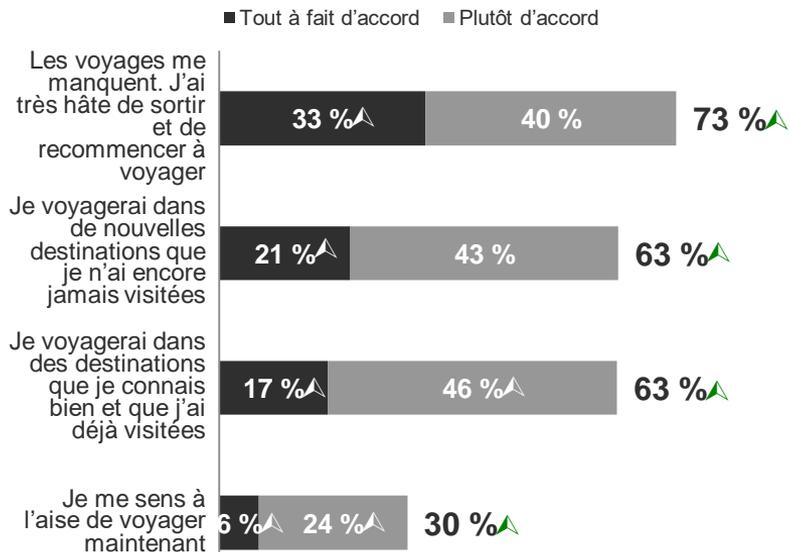
COVID-19

Points à considérer

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

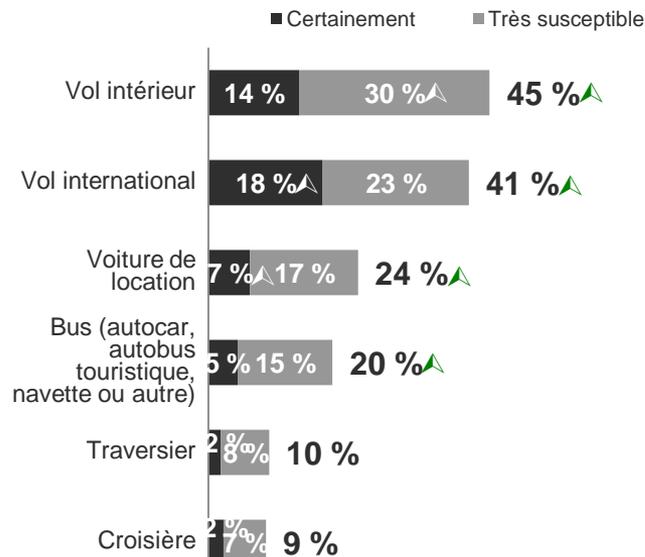
- ▶ Les Japonais font toujours preuve de prudence en ce qui a trait à la reprise des voyages. Bien qu'ils aient hâte de recommencer à voyager (73 %, contre 61 % en 2020), seuls 30 % (contre 16 % en 2020) se disent maintenant à l'aise de voyager. Les voyageurs plus âgés (55 ans et plus) demeurent particulièrement vigilants.
- ▶ À mesure que les restrictions liées à la COVID-19 s'assouplissent, les voyageurs japonais retrouvent lentement leur tranquillité d'esprit vis-à-vis de la plupart des moyens de transport, dont les vols internationaux (41 %, contre 37 % 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?

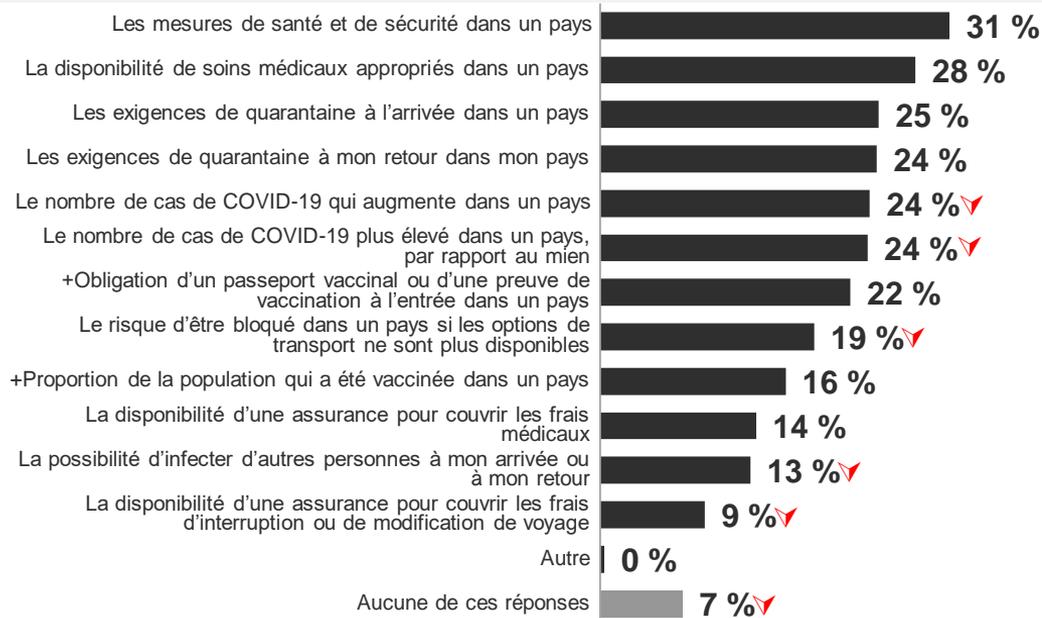
Moyens de transport



▲ / ▼ 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 au nombre de cas de COVID-19, au risque de se retrouver coincé à l'étranger, à la possibilité d'infecter d'autres personnes et à l'assurance voyage sont de moins en moins importantes lors du choix d'une destination. Les voyageurs japonais 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.
- ▶ Les mesures sanitaires et les soins médicaux sont maintenant les préoccupations les plus importantes pour les voyageurs japonais, suivis des exigences de mise en quarantaine à la destination et au retour au Japon. En octobre 2021, les voyageurs vaccinés n'étaient pas tenus de se mettre en quarantaine à leur arrivée au Canada, mais les voyageurs d'agrément devaient se mettre en quarantaine pendant 10 jours à leur retour au Japon.



▲ ▼ 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)

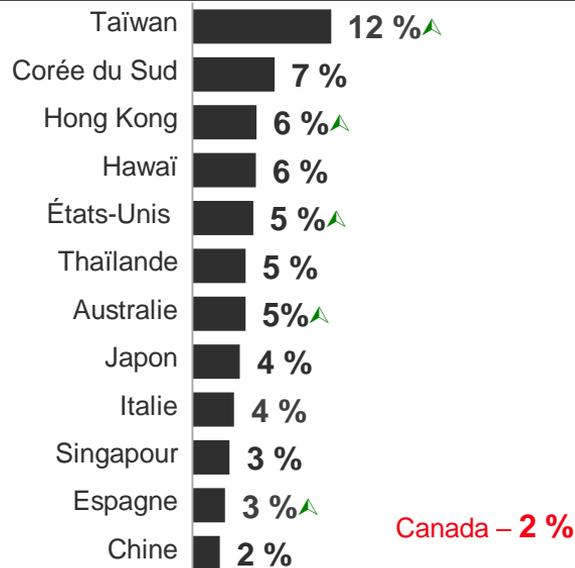
Indicateurs clés de rendement

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

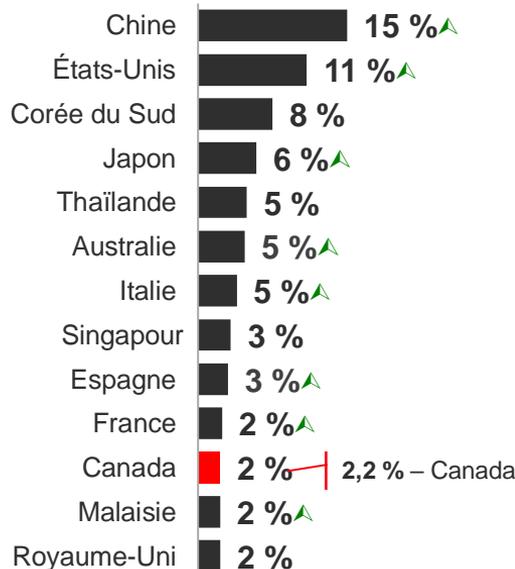
La considération spontanée est un indice de la présence des destinations dans l'esprit des consommateurs. Pour la mesurer, on demande aux voyageurs de penser à des destinations sans qu'on les aide en mentionnant telle ou telle autre destination d'abord.

- ▶ Le Canada, à égalité avec la France, la Malaisie et le Royaume-Uni, figure au dixième rang des pays que les voyageurs japonais envisagent spontanément de visiter dans les deux prochaines années. La Chine et les États-Unis sont les destinations les plus populaires et affichent des résultats nettement supérieurs à ceux de 2020.
- ▶ Bien que les intentions de voyage se soient améliorées depuis 2020, environ la moitié des voyageurs japonais ne prévoient toujours pas voyager dans les deux prochaines années.

Les 12 principales marques de destination¹



Les 12 principaux pays de destination²



4 %
ne savent
pas

51 %▼
ne
prévoient
pas
voyager

▲ / ▼ 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).

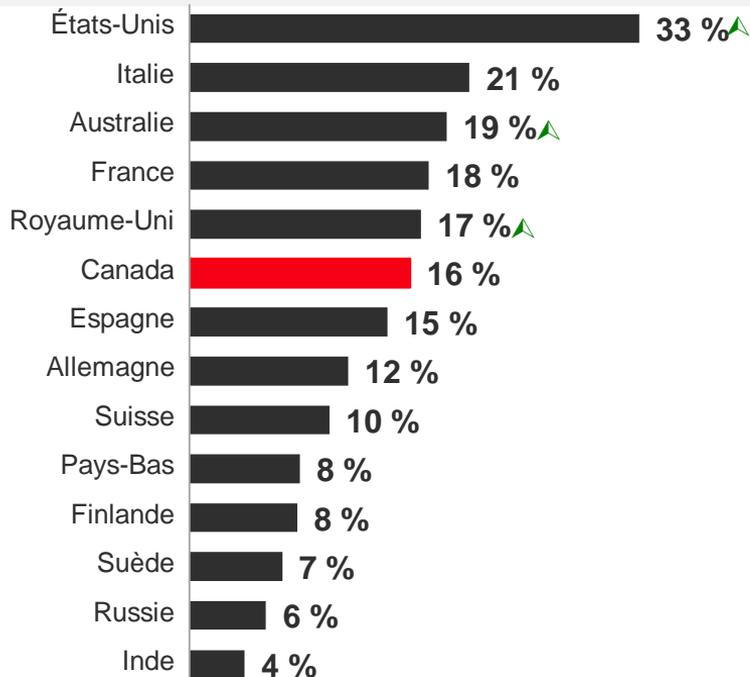
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

S8. Vous avez indiqué que vous êtes susceptible d'effectuer un voyage de vacances long-courrier à l'extérieur de l'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud et Taïwan) 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.

- Pour ce qui est de la considération assistée, le Canada est passé du troisième rang en 2020 au sixième rang en 2021. Les mentions de l'Australie et du Royaume-Uni ont considérablement augmenté durant la même période. Grâce à des résultats nettement supérieurs en 2021, les États-Unis demeurent au premier rang et ont élargi l'écart qui les sépare des autres destinations.



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

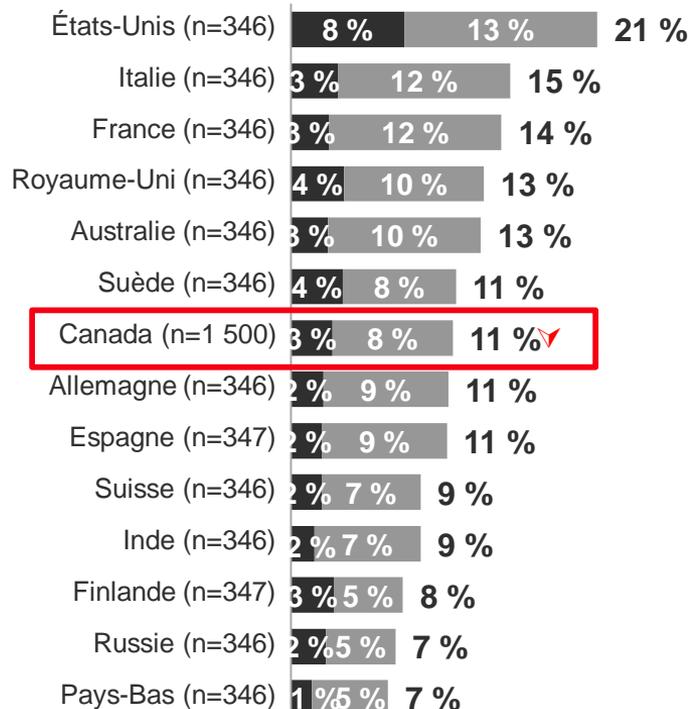
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

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 demeure au septième rang au chapitre de la connaissance de la destination, après une chute considérable en 2021. Les États-Unis sont toujours loin devant tous les concurrents. La faible connaissance des possibilités de vacances au Canada, une constante chez les voyageurs japonais, pourrait être un obstacle à une visite au Canada¹.

■ Excellente ■ Très bonne



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

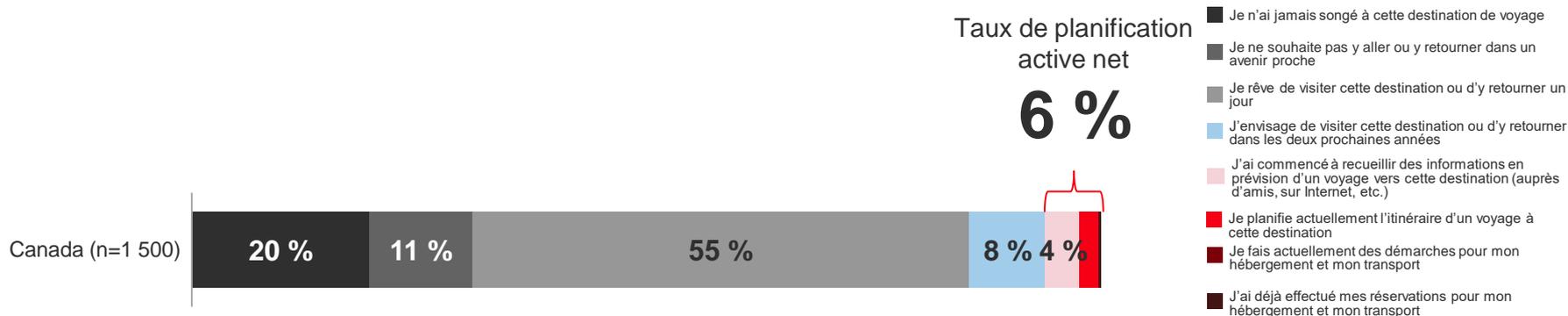
¹ Les données se trouvent à la page 25.

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 marché

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 2 % à 10 % des voyageurs japonais 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 cinquième rang du classement général, à égalité avec deux autres destinations, et 6 % des voyageurs japonais en sont à l'une des quatre dernières étapes du cycle vers l'achat d'un voyage vers le Canada. Le faible taux de planification active net pour toutes les destinations indique que les voyageurs japonais n'ont pas l'intention de faire un voyage long-courrier à l'étranger à court terme. Le Canada pourrait avoir de la difficulté à convertir le peu de voyageurs potentiels en visiteurs.



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

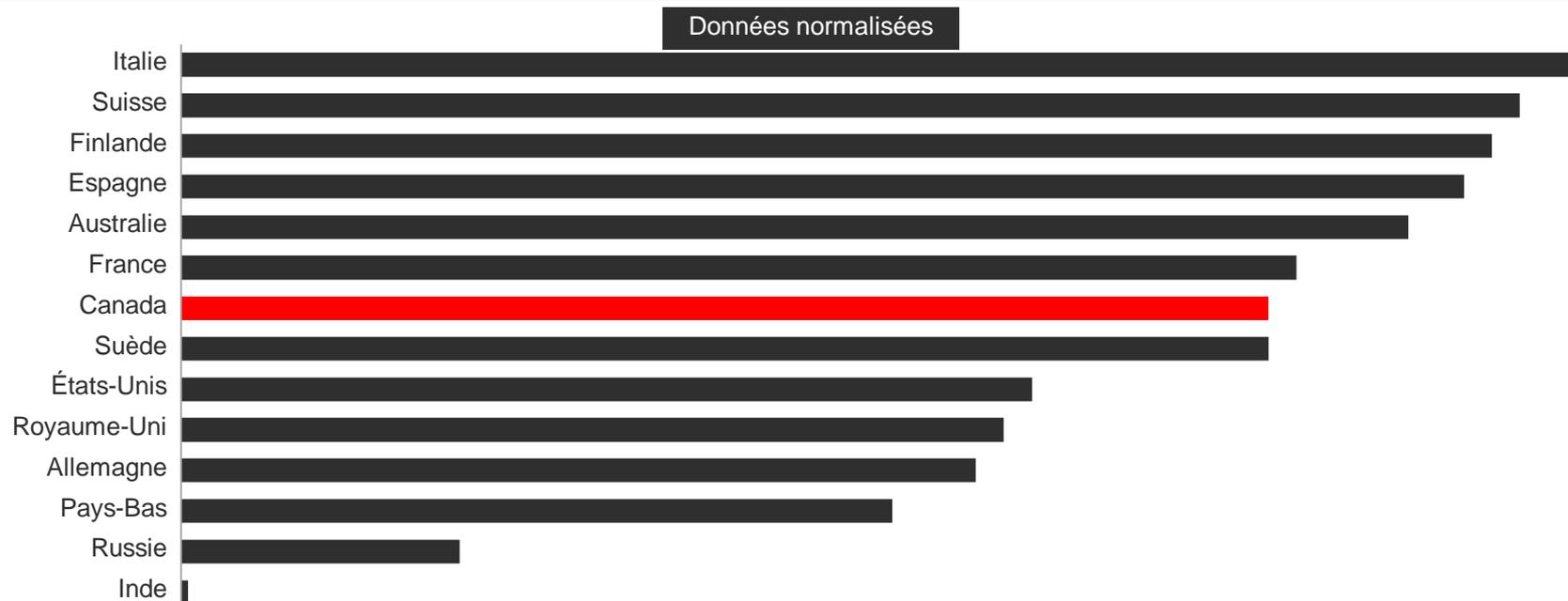
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) – il convient de noter que tous les répondants ont évalué le Canada ainsi que deux pays choisis au hasard parmi les destinations concurrentes.

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

Taux de recommandation net

Le **taux de recommandation net** permet d'évaluer la probabilité qu'un répondant recommande une destination. Il s'agit d'un indicateur important pour la promotion, puisqu'un **taux de recommandation net élevé** indique que les gens qui ont visité le Canada sont susceptibles d'encourager les autres à faire de même. Les données sont recueillies auprès 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**.

- ▶ Bien que les taux de recommandation nets de certaines destinations européennes et de l'Australie soient demeurés relativement stables, le Canada a constaté un recul qui l'a fait chuter du premier rang en 2020 jusqu'au septième rang en 2021.

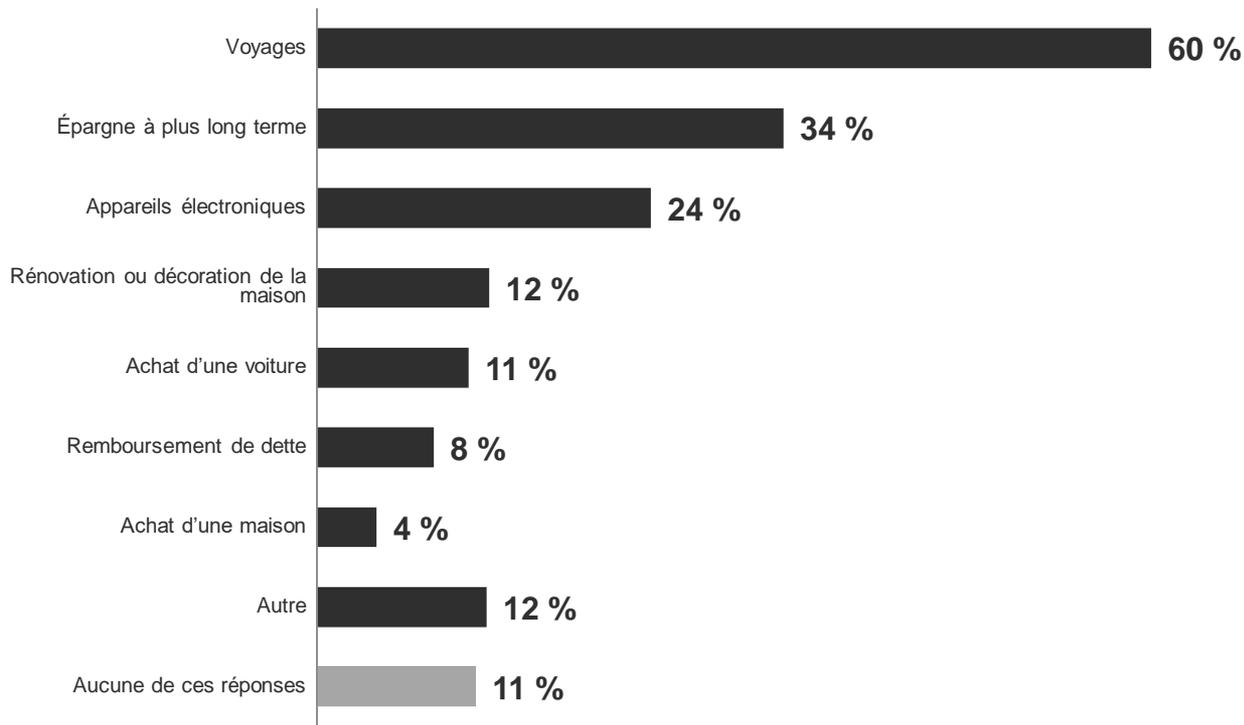


Base : Pour chaque destination, voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) ayant déjà visité cette destination. MP11. Que vous ayez déjà visité ces destinations ou non, quelle est la probabilité que vous recommandiez chacune des destinations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



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

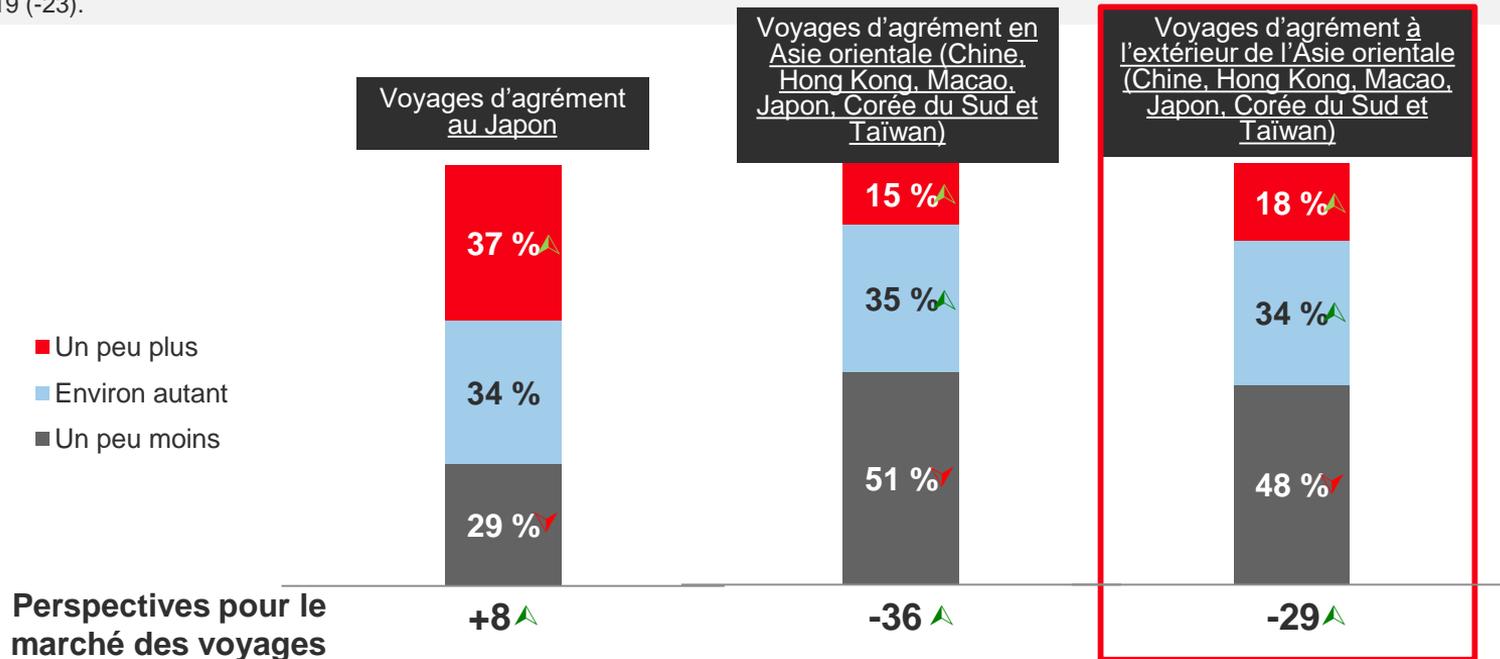
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

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)

Les perspectives pour le marché des voyages se calculent 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 Japon prévoient dépenser davantage pour tous les types de voyages pendant la prochaine année que dans la dernière année. Les perspectives pour les voyages intérieurs affichent la plus grande amélioration (-27 en 2020 contre +8 en 2021).
- ▶ Bien que les perspectives pour les voyages long-courriers demeurent négatives, elles ont considérablement augmenté depuis 2020 (-57) et s'approchent du taux de 2019 (-23).



▲ / ▼ 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⁺

- ▶ Bien que le voyage soit une dépense prioritaire et que les perspectives pour les dépenses consacrées aux voyages se soient améliorées comparativement à 2 020, les voyageurs japonais prévoient tout de même dépenser moins pour voyager après la pandémie qu'avant.
- ▶ On s'attend à ce que les dépenses consacrées aux voyages long-courriers affichent la diminution la plus marquée en pourcentage, mais les dépenses anticipées pour les voyages long-courriers (4 140 \$) demeurent considérablement plus élevées que les dépenses anticipées pour les voyages court-courriers (2 442 \$).

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 Japon

1 866 \$

1 864 \$

-2 \$ (-0,1 %)

Voyager en Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taïwan)

2 599 \$

2 442 \$

-157 \$ (-6 %)

Voyager à l'extérieur de l'Asie orientale (Chine, Hong Kong, Macao, Japon, Corée du Sud, Taïwan)

4 960 \$

4 140 \$

-820 \$ (-17 %)

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

Base : Répondants ayant effectué un voyage d'agrément long-courrier en 2019 (n=463 au pays / n=220 court-courriers / n=238 long-courriers).

TP2_INT. Concernant les voyages de vacances que vous avez effectués en 2019, environ combien votre ménage a-t-il dépensé au total pour chaque destination? Une estimation approximative est acceptable, mais si vous ne vous en souvenez pas, sélectionnez « Je ne sais pas ». (AVANT la pandémie)

Base : Répondants prévoyant effectuer un voyage d'agrément long-courrier après la pandémie de COVID-19 (n=462 au pays / n=204 court-courriers / n=237 long-courriers).

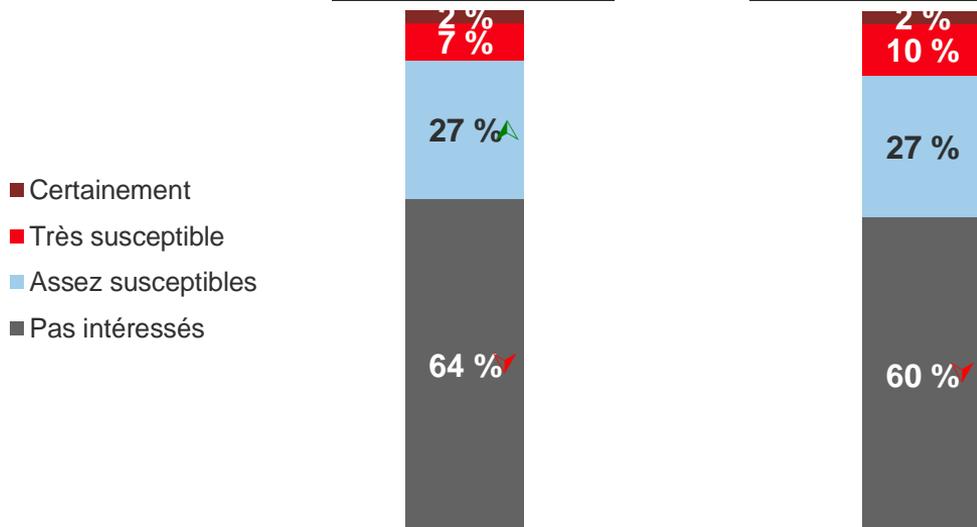
TP2B_INT. Concernant les voyages de vacances que vous comptez faire après la pandémie de COVID-19, environ combien votre ménage a-t-il l'intention de dépenser au total pour chaque destination? Une estimation approximative est acceptable, mais si vous avez de la difficulté à prédire le montant, sélectionnez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

Probabilité de visiter le Canada au cours des deux prochaines années

- ▶ Chez les voyageurs du Japon dans l'ensemble, la probabilité de visiter le Canada dans les deux prochaines années demeure stable à 15 %.
- ▶ 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 japonais qui ont l'intention de visiter le Canada dans les deux prochaines années sont aussi susceptibles d'envisager un court voyage d'une à trois nuits qu'un long voyage de quatre nuits.

Probabilité de faire un voyage de : Une à trois nuits

Quatre nuits ou plus



15 %
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 japonais, 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 japonais qui envisagent une visite au Canada est demeurée stable en 2021, et l'intention de visiter le pays au cours des deux prochaines années est également constante au sein de ce groupe, ce qui se traduit par un marché potentiel immédiat de 2,3 millions de personnes.

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

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

15 648 500



Marché cible pour le Canada

69 %

Taille du marché cible

10 829 000



Potentiel immédiat pour le Canada

21 %

Potentiel immédiat

2 295 500



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

Visiteront certainement le Canada au cours des deux prochaines années ou sont très susceptibles de le faire¹

▲ / ▼ 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=1 035).

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

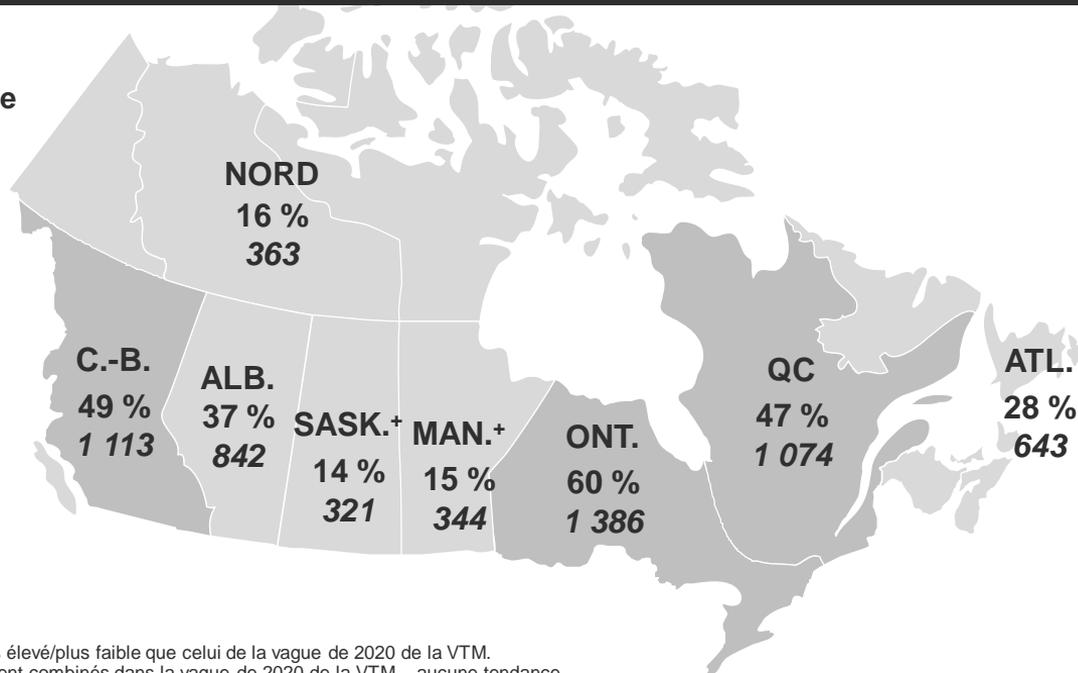
MP6. D'un point de vue réaliste, quelle est la probabilité que vous fassiez un voyage de vacances au Canada au cours des deux prochaines années?

Taille du marché potentiel pour les régions

- ▶ L'intérêt des voyageurs du Japon pour les régions du Canada n'a pas beaucoup changé depuis 2020. L'Ontario, la Colombie-Britannique et le Québec demeurent les provinces les plus susceptibles d'attirer la plus grande part de voyageurs japonais.

Potentiel immédiat pour le Canada : **2 295 500**

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.

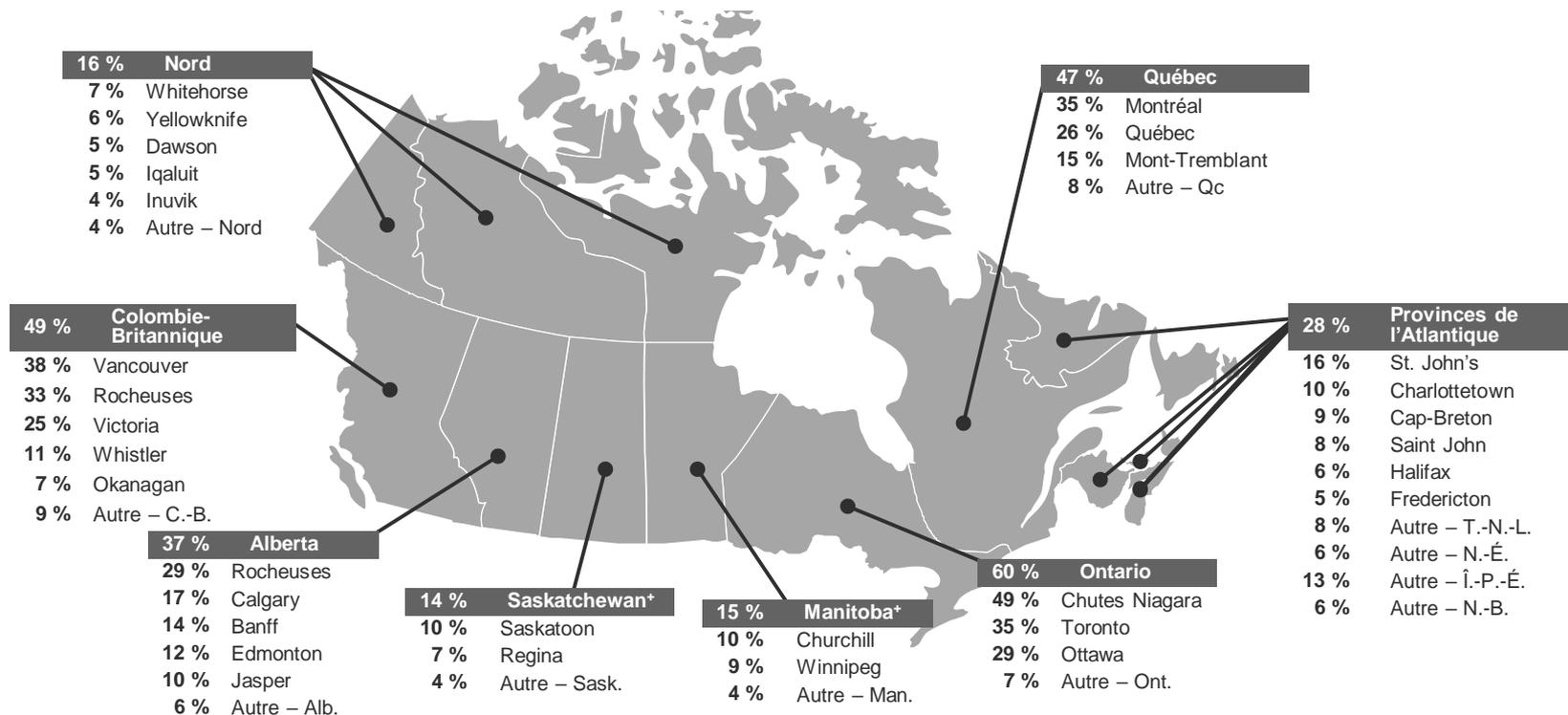
+ La Saskatchewan et le Manitoba étaient combinés dans la vague de 2020 de la VTM – aucune tendance.

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=275).

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

► L'intérêt des voyageurs du Japon pour les différentes destinations canadiennes est semblable à 2020.



▲ / ▼ 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.

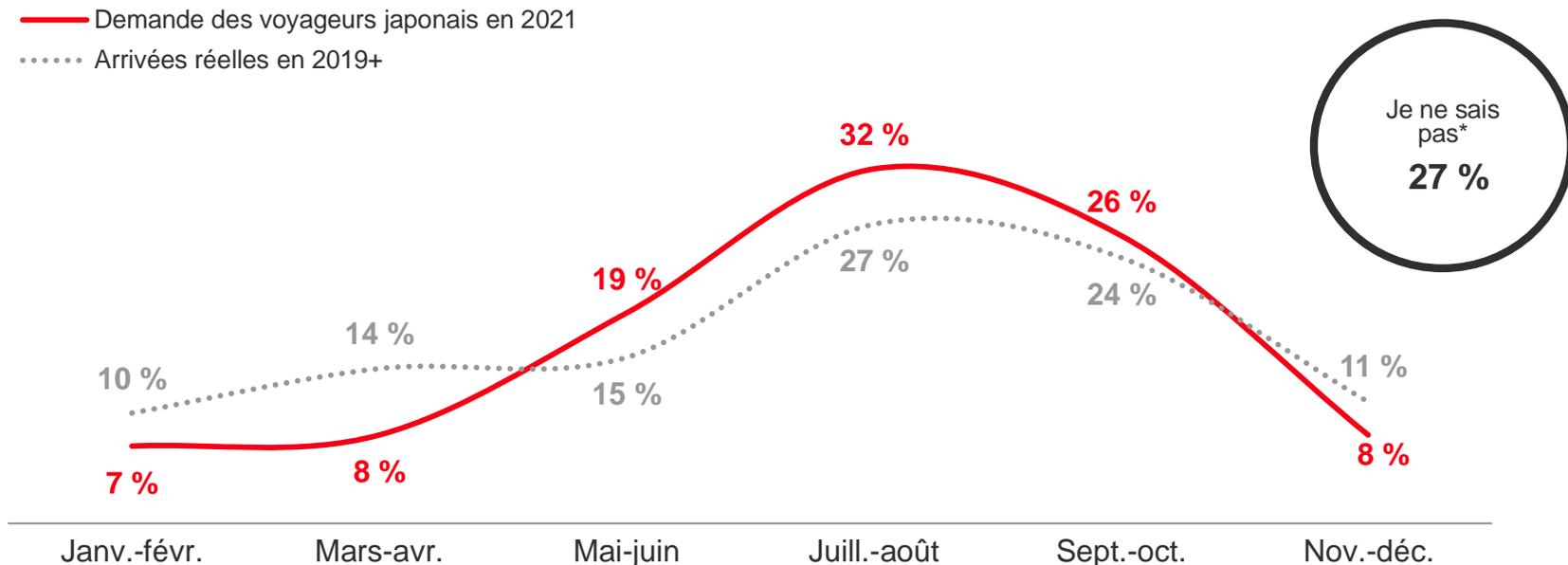
Base : Répondants rendus aux étapes allant de celle du rêve à celle de l'achat dans le cheminement vers l'achat d'un voyage au Canada, qui visiteront certainement le Canada ou sont très susceptibles de le faire (n=275).

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 Japon

- ▶ Les mois de juillet et d'août sont les plus populaires chez les voyageurs du Japon qui envisagent une visite au Canada. Il s'agit aussi des mois auxquels on enregistre le plus grand nombre d'arrivées de visiteurs japonais.
- ▶ Bien que ces périodes ne soient pas tout à fait aussi populaires que la haute saison estivale, il existe un potentiel d'augmenter les voyages des Japonais à la fin du printemps et au début de l'automne, puisque la demande actuelle surpasse les visites habituelles durant ces périodes.



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

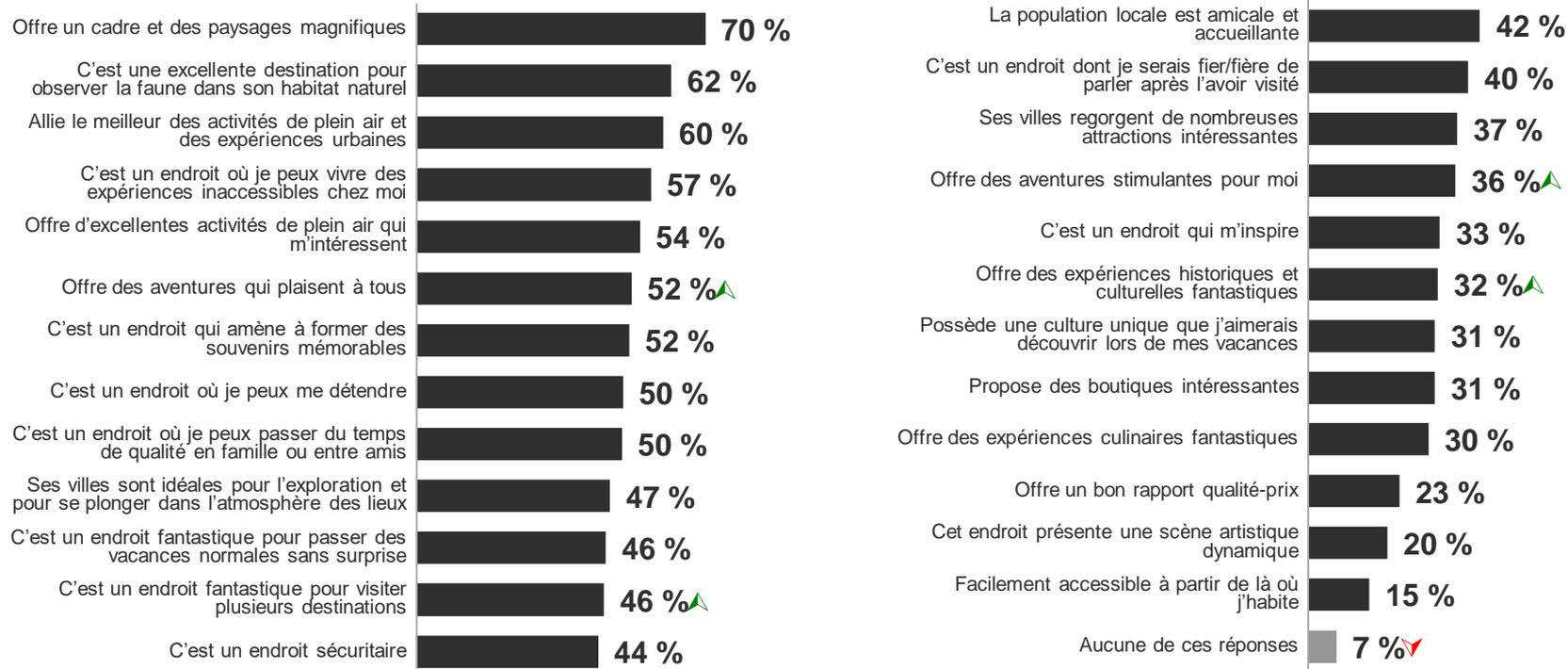
* Les réponses « Je ne sais pas » sont exclues du graphique de la demande saisonnière.

▲ / ▼ 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 Japon, le Canada est réputé pour son cadre et ses paysages magnifiques, les possibilités d'observation de la faune, et sa combinaison d'activités de plein air et d'expériences urbaines. La perception du Canada comme un pays offrant des aventures, des occasions de visiter plusieurs destinations et des expériences historiques et culturelles s'est améliorée en 2021.



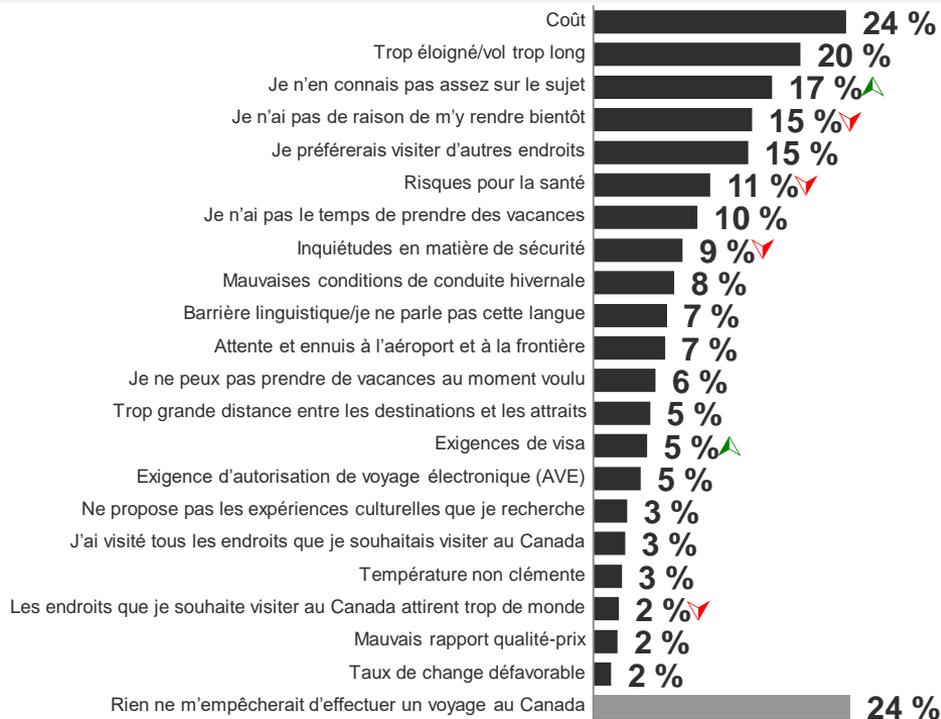
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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

- ▶ En 2021, le coût est redevenu le principal obstacle à un voyage au Canada pour les visiteurs potentiels du Japon et a déclassé l'absence de raison de s'y rendre bientôt, qui a perdu en importance comparativement à l'année précédente. Parallèlement, le manque de connaissances à propos du Canada est devenu un obstacle potentiel plus important 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.



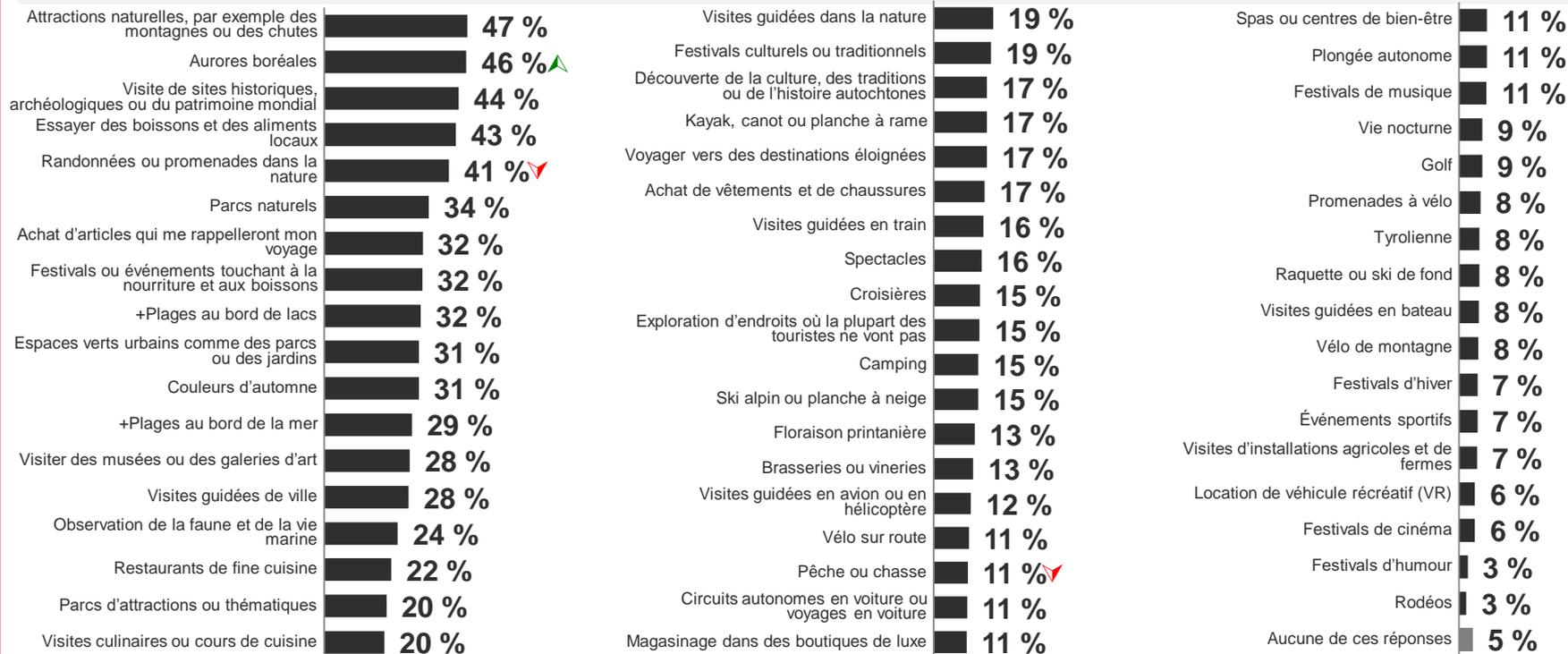
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

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 Japon veulent surtout faire des activités en nature, visiter des sites historiques et essayer des boissons et des aliments locaux.
- ▶ L'intérêt pour l'observation des aurores boréales a augmenté comparativement à 2020 et cette activité figure maintenant au deuxième rang du classement général des activités de vacances, tandis que la randonnée est passée du premier au cinquième rang.



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

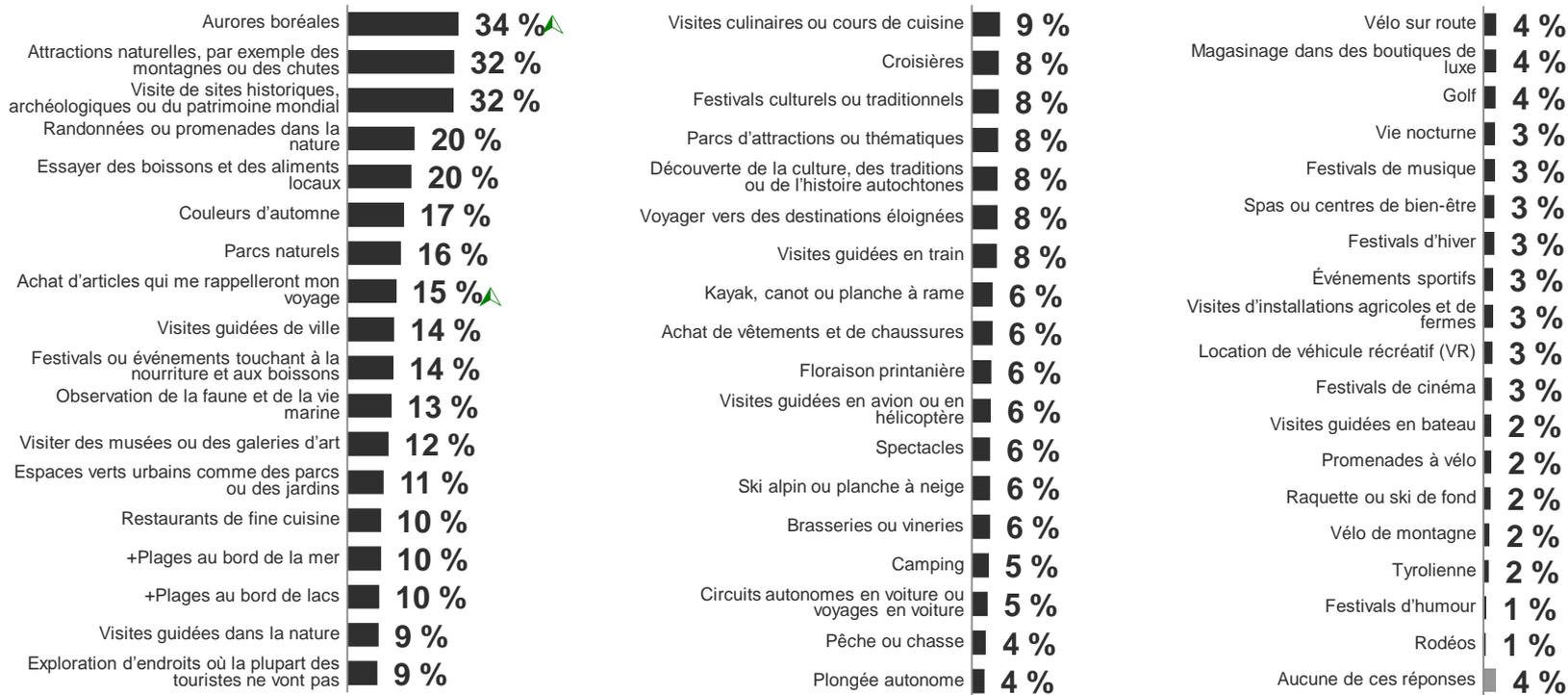
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

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 japonais consacraient un voyage et l'intérêt pour cette activité a augmenté en 2021, ce qui représente une occasion en or pour le Canada. La visite d'attractions naturelles, comme les montagnes et les chutes, et la visite de sites historiques sont aussi des activités de voyage centrales populaires.



▲ / ▼ 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=1 418).

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*

- Les Japonais préfèrent le printemps et l'automne à l'été pour la pratique de nombreuses activités de vacances populaires, comme la visite de sites historiques, la randonnée et l'exploration de parcs naturels. D'autres activités, comme la visite d'attractions naturelles, les festivals touchant à la nourriture et aux boissons et la visite de plages au bord de lacs, 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
Attractions naturelles, par exemple des montagnes ou des chutes	52 %	52 %	14 %	53 %
Aurores boréales	14 %	16 %	84 %	10 %
Visite de sites historiques, archéologiques ou du patrimoine mondial	40 %	60 %	19 %	70 %
Essayer des boissons et des aliments locaux	57 %	72 %	49 %	72 %
Randonnées ou promenades dans la nature	39 %	65 %	9 %	69 %
Parcs naturels	42 %	57 %	13 %	72 %
Achat d'articles qui me rappelleront mon voyage	59 %	63 %	46 %	72 %
Festivals ou événements touchant à la nourriture et aux boissons	54 %	61 %	35 %	61 %
+Plages au bord de lacs	63 %	54 %	14 %	61 %
Espaces verts urbains comme des parcs ou des jardins	42 %	56 %	19 %	77 %
Couleurs d'automne	s. o.	100 %	s. o.	s. o.
+Plages au bord de la mer	84 %	27 %	11 %	48 %
Visiter des musées ou des galeries d'art	53 %	72 %	46 %	71 %
Visites guidées de ville	38 %	62 %	29 %	73 %
Observation de la faune et de la vie marine	61 %	32 %	14 %	58 %
Restaurants de fine cuisine	51 %	68 %	53 %	60 %
Parcs d'attractions ou thématiques	48 %	55 %	17 %	80 %
Visites culinaires ou cours de cuisine	46 %	59 %	36 %	64 %

	Été	Automne	Hiver	Printemps
Visites guidées dans la nature	35 %	49 %	19 %	56 %
Festivals culturels ou traditionnels	57 %	64 %	32 %	63 %
Découverte de la culture, des traditions ou de l'histoire autochtones	56 %	61 %	41 %	74 %
Kayak, canot ou planche à rame	81 %	20 %	6 %	36 %
Voyager vers des destinations éloignées	52 %	50 %	26 %	63 %
Achat de vêtements et de chaussures	49 %	56 %	42 %	75 %
Visites guidées en train	39 %	52 %	23 %	62 %
Spectacles	47 %	62 %	49 %	70 %
Croisières	67 %	37 %	12 %	37 %
Exploration d'endroits où la plupart des touristes ne vont pas	43 %	47 %	22 %	65 %
Camping	66 %	46 %	13 %	54 %
Ski alpin ou planche à neige	s. o.	s. o.	100 %	s. o.
Floraison printanière	s. o.	s. o.	s. o.	100 %
Brasseries ou vineries	45 %	78 %	31 %	55 %
Visites guidées en avion ou en hélicoptère	40 %	39 %	21 %	65 %
Vélo sur route	35 %	45 %	9 %	77 %
Pêche ou chasse	58 %	42 %	20 %	53 %
Circuits autonomes en voiture ou voyages en voiture	50 %	57 %	24 %	74 %

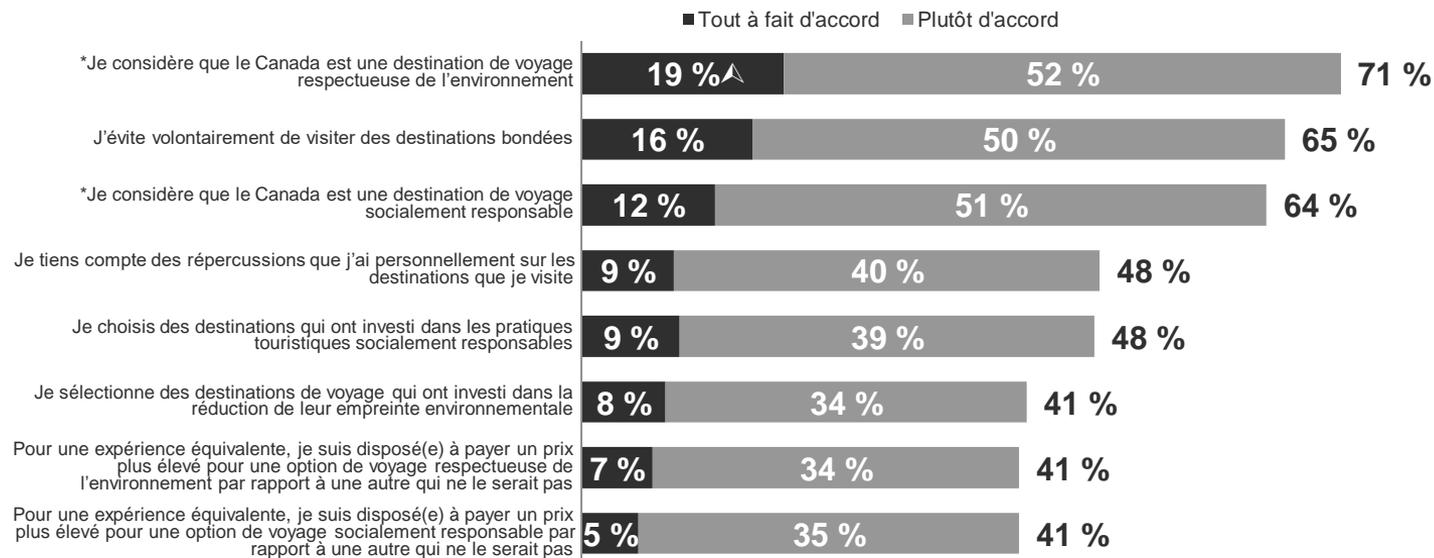
	Été	Automne	Hiver	Printemps
Magasinage dans des boutiques de luxe	55 %	59 %	51 %	73 %
Spas ou centres de bien-être	50 %	58 %	67 %	65 %
Plongée autonome	88 %	15 %	8 %	23 %
Festivals de musique	54 %	48 %	32 %	59 %
Vie nocturne	75 %	50 %	45 %	57 %
Golf	32 %	55 %	10 %	73 %
Promenades à vélo	46 %	50 %	10 %	70 %
Tyrolienne	63 %	44 %	19 %	53 %
Raquette ou ski de fond	s. o.	s. o.	100 %	s. o.
Visites guidées en bateau	66 %	34 %	14 %	40 %
Vélo de montagne	44 %	38 %	24 %	66 %
Festivals d'hiver	s. o.	s. o.	100 %	s. o.
Événements sportifs	61 %	46 %	26 %	62 %
Visites d'installations agricoles et de fermes	32 %	47 %	29 %	63 %
Location de véhicule récréatif (VR)	60 %	44 %	12 %	46 %
Festivals de cinéma	58 %	63 %	57 %	68 %
Festivals d'humour	48 %	38 %	51 %	49 %
Rodéos	46 %	36 %	29 %	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.

Voyage durable

- ▶ Un peu moins de la moitié des voyageurs du Japon disent tenir compte de leur incidence personnelle lorsqu'ils visitent une destination. Une proportion légèrement inférieure 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 (17 %) 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=1 035).

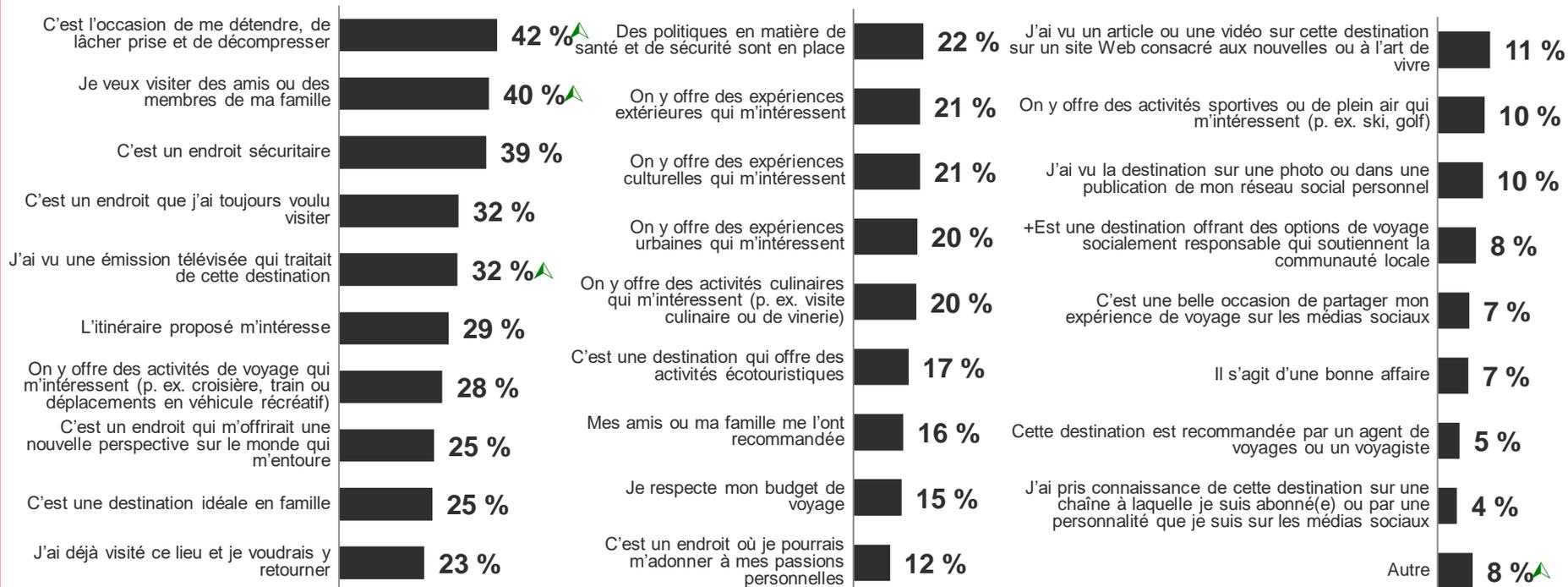
Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) [n=1 500].

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

- ▶ Les possibilités de détente, les visites d'amis et de la famille et le caractère sécuritaire de la destination sont les principaux facteurs incitant les voyageurs du Japon à choisir le Canada comme destination de vacances.
- ▶ Les deux premiers facteurs, ainsi que le visionnement d'une émission télévisée mettant le Canada en vedette, ont gagné en importance comparativement à 2020.

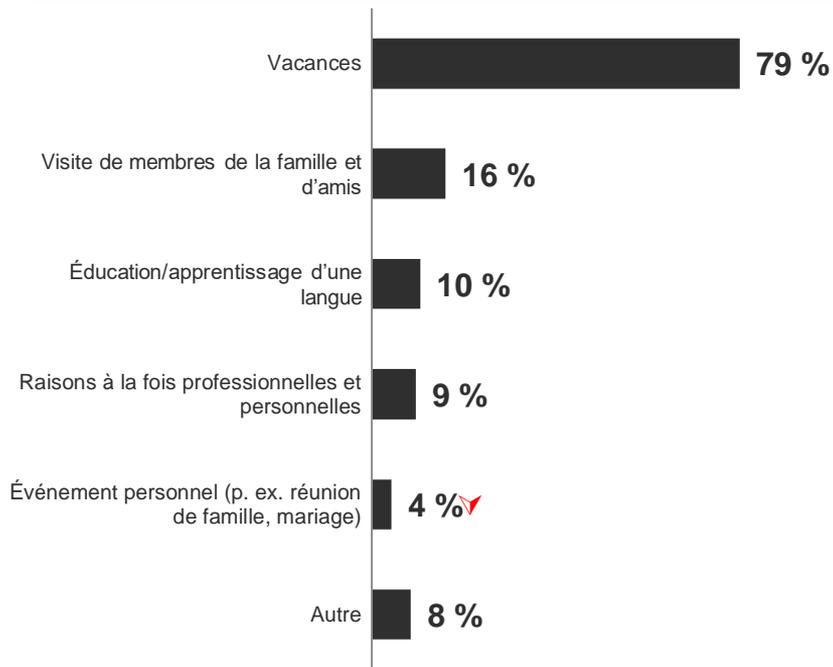


▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

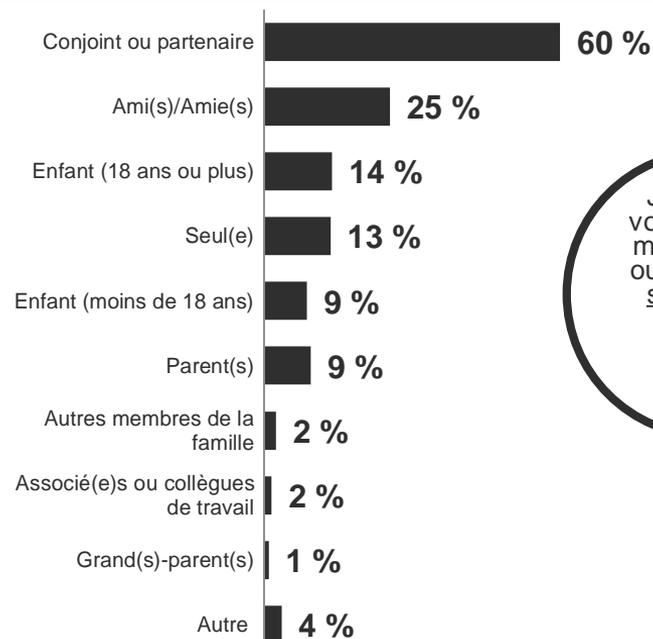
Motif principal du futur voyage et groupe de voyage

- ▶ Les vacances sont la principale raison pour laquelle les voyageurs japonais visiteront le Canada au cours des deux prochaines années, suivies de loin des visites des amis et de la famille.
- ▶ Les groupes de voyageurs du Japon qui visiteront le Canada seront principalement composés de membres de la famille immédiate, et seront surtout des couples ou des familles avec de grands enfants. L'intention de visiter le Canada avec des amis est aussi élevée.

Motif du voyage



Groupe de voyage



Je compte voyager avec mon conjoint ou partenaire seulement

39 %

/ 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=261).

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

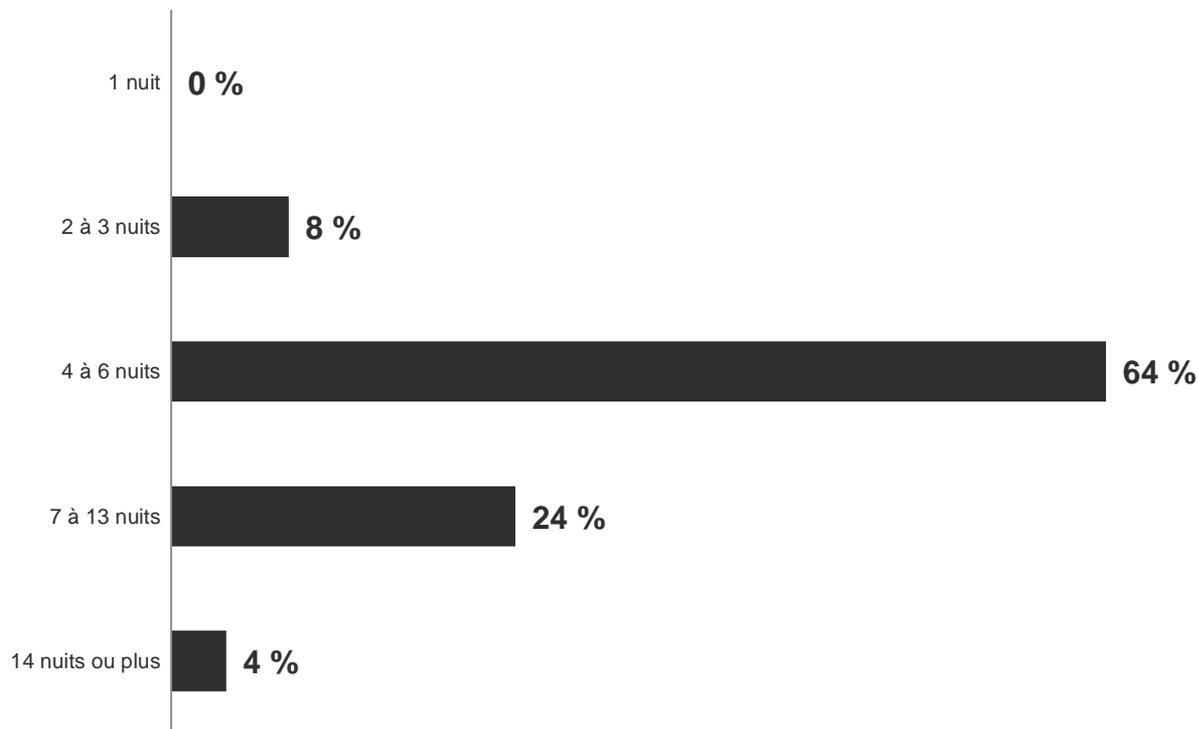
/ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=261).

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

Durée du futur voyage

► La plupart des voyageurs japonais aimeraient passer au moins quatre nuits au Canada et ont une préférence marquée pour les voyages de quatre à six nuits.



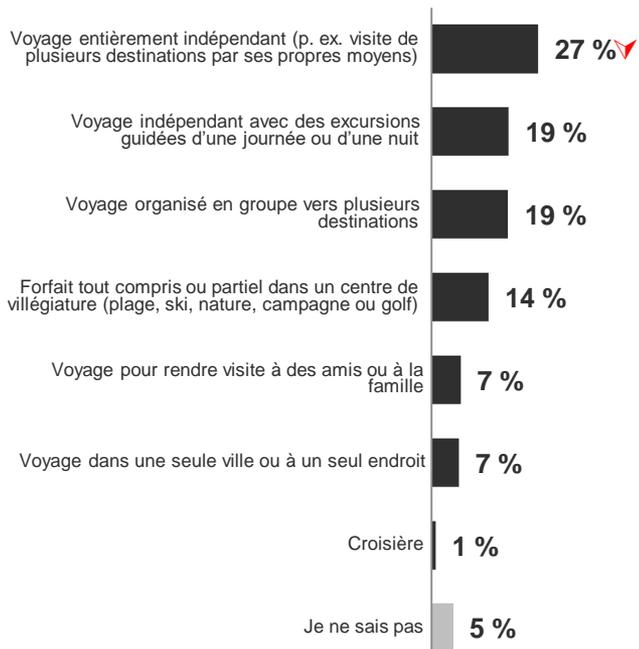
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

Base : Voyageurs d'agrément long-courriers (au cours des trois dernières années ou des deux prochaines années) envisageant d'aller au Canada (n=261).
FT4. Combien de nuits passeriez-vous en voyage [à la destination]?

Type de voyage et hébergement pour le futur voyage

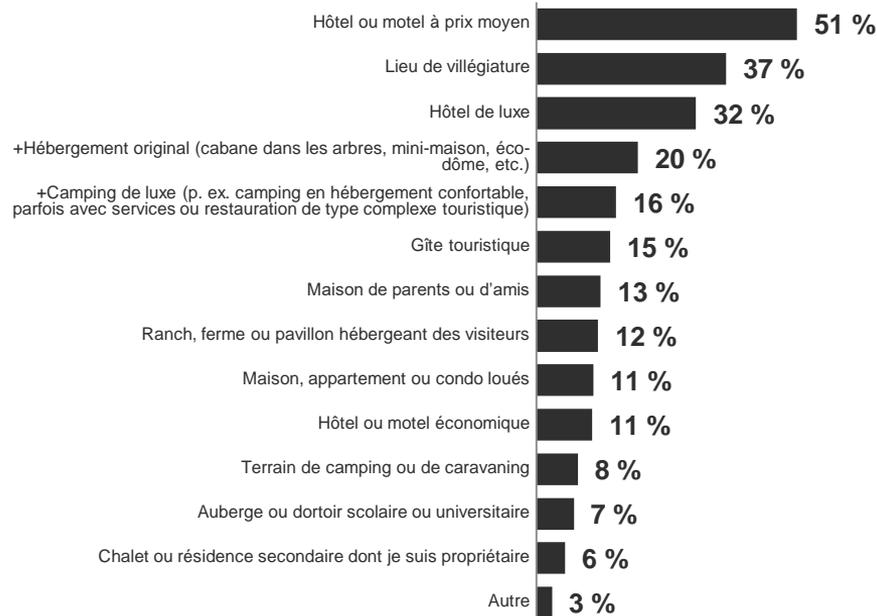
- ▶ Bien que les voyageurs japonais aient toujours tendance à préférer faire un voyage indépendant au Canada, la demande pour les voyages entièrement indépendants a diminué considérablement en 2021.
- ▶ Les hôtels à prix moyen sont le type d'hébergement le plus prisé pour un voyage au Canada.

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=261).
 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=261).
 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

- L'intérêt des voyageurs japonais pour l'observation des aurores boréales au Canada a augmenté considérablement en 2021. Elle se classe maintenant au troisième rang des activités d'intérêt pour un voyage au Canada. Ces résultats représentent une excellente occasion pour le Canada, puisque l'observation des aurores boréales est aussi la principale activité à laquelle ils consacraient un voyage. Les voyageurs japonais affichent aussi une préférence marquée pour la pratique d'autres activités en nature pendant un voyage au Canada.



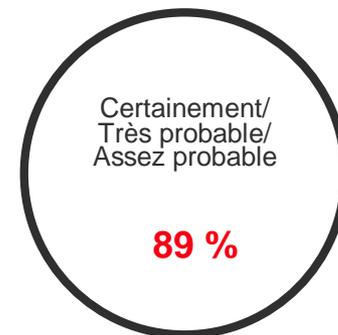
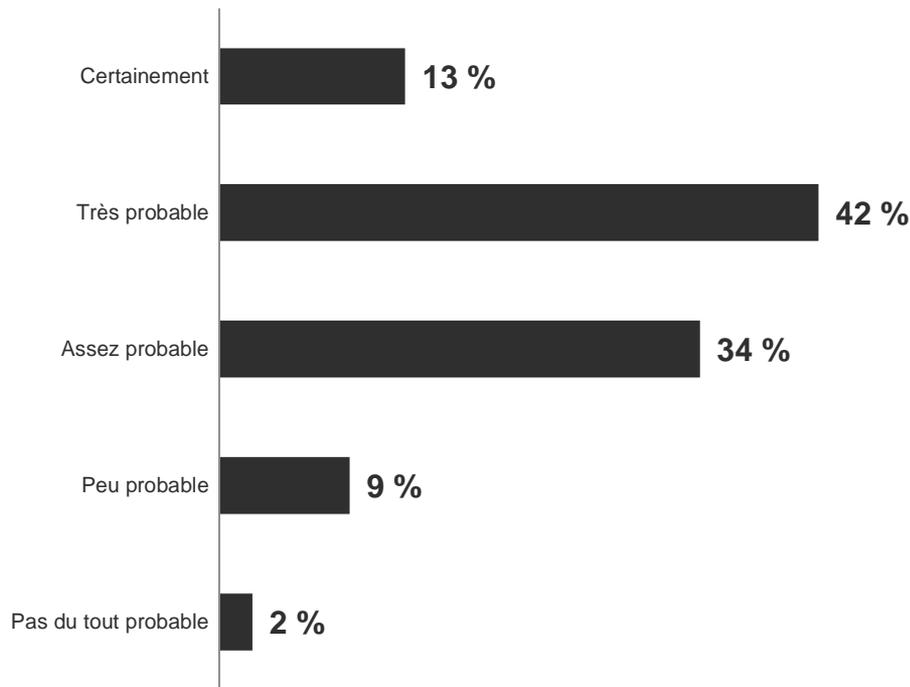
▲ / ▼ Résultat considérablement plus élevé/plus faible que celui de la vague de 2020 de la VTM.

* 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=261). 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 Japon vers le Canada. La vaste majorité des visiteurs potentiels du Japon 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=261).

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 H.I.S ou JTB, mais pas les services de réservation en ligne comme Expedia ou Rakuten. 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 vers [destination]?