



## Faits saillants du marché chinois en un coup d'œil

Près de onze millions de voyageurs d'agrément long-courriers chinois ont l'intention de visiter le Canada dans les deux prochaines années.

### Rendement en 2017



Arrivées<sup>1</sup>

**682 k (↑12 %)**



Dépenses par voyage  
(en moyenne)<sup>2</sup>

**2 387 \$**

- Le Canada a accueilli un nombre record de touristes chinois en 2017.
- La Chine est demeurée au deuxième rang des marchés étrangers du Canada en ce qui concerne les dépenses touristiques.
- L'augmentation considérable de la capacité aérienne directe (en hausse de 27 % par rapport à 2016) et la solidité de l'économie chinoise ont soutenu la croissance des arrivées en 2017, malgré le recul de la valeur du yuan par rapport au dollar canadien.
- Huit compagnies aériennes proposaient aux Chinois des vols directs vers quatre villes canadiennes : Calgary, Montréal, Toronto et Vancouver.

### Prévisions pour 2018



Nombre de visiteurs<sup>2</sup>  
**766 k (↑13 %)**



Dépenses<sup>2</sup>  
**1,79 G\$ (↑18 %)**



Capacité aérienne<sup>3</sup>  
**↑8 %**



Devise locale vs CAD<sup>4</sup>  
**↑2,3 %**

### Renseignements sur le marché



Les visiteurs chinois ont apporté une contribution estimée à 1,6 milliard de dollars à l'économie canadienne en 2017.<sup>2</sup>



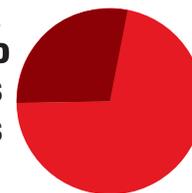
L'augmentation prévue de la capacité aérienne, la résilience de l'économie et l'accessibilité accrue des visas grâce aux 11 centres de réception des demandes de visa ouverts en Chine sont de bon augure pour une croissance soutenue des arrivées en 2018.



L'Année du tourisme Canada-Chine 2018 est une excellente occasion pour Destination Canada et les partenaires d'accroître leur présence, leur réputation et leurs ventes dans l'un des marchés dont l'économie progresse le plus rapidement.

### Investissement selon les canaux

**29 %**  
professionnels  
des voyages

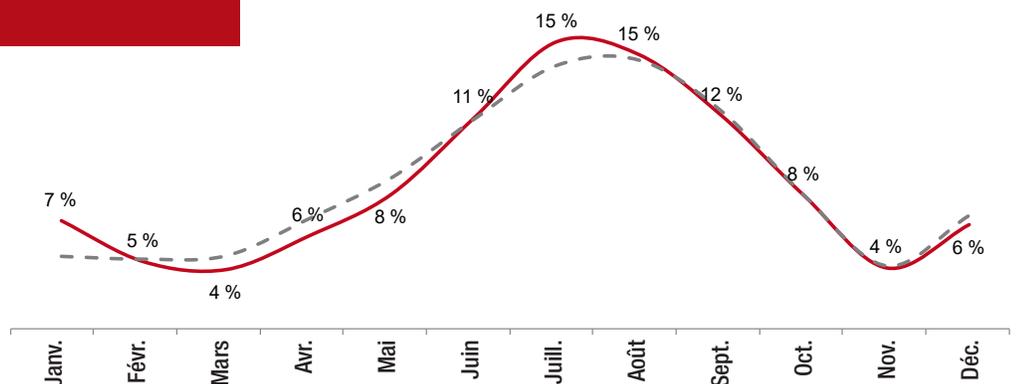


**71 %**  
marketing auprès des  
consommateurs et  
médiation méritée

### Saisons touristiques<sup>1</sup>

% des arrivées au Canada par mois

— Chine  
- - Moyenne des marchés de Destination Canada



## Potentiel du marché<sup>5</sup>



**16 337 500**

Marché cible pour le Canada



**67 %**

comptent certainement ou très probablement  
visiter le Canada dans un horizon de deux ans



**10 930 000**

Potentiel immédiat pour le Canada

## Principaux facteurs de motivation<sup>5</sup>

Principaux aspects d'une destination que recherchent les voyageurs chinois

- 1 Cadre et paysages magnifiques
- 2 Activités estivales de plein air qui m'intéressent
- 3 Bon rapport qualité-prix
- 4 Endroit fantastique pour des vacances normales sans surprise
- 5 Endroit sécuritaire
- 6 Temps de qualité en famille ou entre amis
- 7 Fierté d'en parler après le voyage
- 8 Possibilité de vivre des expériences inaccessibles chez moi
- 9 Endroit où je peux me détendre
- 10 Expériences culinaires fantastiques

## Publics cibles

### Voyageurs songeant à l'évasion de 35 à 44 ans

Ils souhaitent s'évader du quotidien et passer des vacances relaxantes sans avoir besoin de trop réfléchir, tout en vivant une expérience mémorable.

#### Stratégie de contenu

Fournir des itinéraires et des forfaits pratiques et sans tracas qui relient les voyageurs chinois à des expériences et des destinations moins connues sans qu'ils aient à les découvrir eux-mêmes :



#### Expériences « tout inclus »

Présenter des escapades et des expériences haut de gamme, luxueuses, sécuritaires et pratiques.



#### Expérience authentique du Canada

Présenter des activités d'aventure légères et exaltantes dans des forfaits ou des itinéraires faciles à acheter.



#### Découverte de produits du terroir

Dénicher des produits gastronomiques et des biens matériels qui ne sont fabriqués ou ne se trouvent qu'au Canada.



### Esprits libres de 35 à 44 ans

Se définissent par les lieux visités et les expériences qu'ils y ont vécues. Souhaitent visiter des régions en vogue qui rehausseront leur statut.

#### Stratégie de contenu

Inspirer avec des expériences de luxe liées à des lieux emblématiques et « de créneaux » susceptibles de rendre le voyage au Canada unique et digne d'être partagé :



#### Découverte de trésors cachés

Découvrir des attractions et des activités peu connues susceptibles de rendre le voyage au Canada unique et digne d'être partagé.



#### Découverte du Canada spectaculaire

Acquisition de crédibilité en tant que voyageur en expérimentant des lieux et attractions spectaculaires, qui existent uniquement au Canada.



#### Visite de villes dynamiques

Exploration de lieux urbains emblématiques, conjuguée à des expériences locales « de créneaux » se déroulant tant dans des villes qu'à l'extérieur de celles-ci.

Canada

Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec :

**Mme Wei Li**

Directrice générale régionale, Asie-Pacifique  
Destination Canada  
Beijing, Chine

[li.wei@destinationcanada.cn](mailto:li.wei@destinationcanada.cn)

<sup>1</sup> Statistique Canada, Dénombrement à la frontière, 2017.

<sup>2</sup> Estimations du Service de recherche de Destination Canada, fondées sur les données provisoires de l'EV1 du T1 au T3 de Statistique Canada et les données ajustées de l'E311 (avril 2018).

<sup>3</sup> Données du SRS *Analysier* de l'IATA, mars 2018.

<sup>4</sup> Tourism Economics, mars 2018.

<sup>5</sup> Veille touristique mondiale 2017.