Un Message de Visa Canada

Encore une fois, Visa Canada est heureuse d'agir en partenariat avec l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) dans le cadre de notre Aperçus touristiques semi-annuel. Alors que nous partageons les données de l'hiver dernier, nous espérons fournir des renseignements clés sur la manière dont les Canadiens et les visiteurs ont dépensé leurs dollars en activités de tourisme dans les catégories principales.

À Visa Canada, nous voulons contribuer au secteur du tourisme canadien, afin que nous puissions continuer à attirer et à charmer les voyageurs de partout dans le monde. Les titulaires de carte font confiance à la marque Visa tous les jours, en sachant que leur mode de paiement sera accepté dans le monde entier et sera protégé par les paliers de sécurité de Visa.

Visa lie les institutions financières, les marchands et les titulaires de carte autour du monde, ce qui rend les voyages internationaux plus faciles et apporte des milliards de dollars au secteur du tourisme. Nous continuons de créer des produits innovants qui ajoutent de la valeur pour nos partenaires, tels que l'AITC, et les membres de ceux-ci, afin d'améliorer l'accueil que nous offrons aux visiteurs du Canada

Veuillez agréer mes sincères salutations,

Rob Livingston
PRÉSIDENT
VISA CANADA

Un Message de l'Association de l'Industrie Touristique du Canada

L'AITC et Visa Canada sont heureux de vous présenter le second volet d'une série de rapports semestriels sur les dépenses des détenteurs d'une carte Visa voyageant au Canada en provenance d'autres pays, et celles des Canadiens voyageant à l'étranger. Le réseau mondial de Visa Canada permet de tracer un portrait détaillé et unique des habitudes de dépenses des détenteurs d'une carte. Les entreprises en tourisme sont alors en mesure d'adapter leurs stratégies concurrentielles en fonction de leurs cycles saisonniers.

Le Canada a observé une baisse des dépenses des voyageurs étrangers au cours de l'hiver, dont une chute de 15 % — soit l'équivalent de 63 millions $ — du côté des Américains. Une telle baisse est fort probablement attribuable aux conditions hivernales plutôt inhabituelles observées dans l'ouest du pays, où les stations de ski ont dû composer avec des pistes de gazon, alors que l'Est canadien a dû endurer des mois de grands froids.

En 2014, les voyageurs étrangers ont dépensé quelque 17,1 milliards $, faisant ainsi du tourisme le principal secteur d'exportations canadien en ce qui a trait aux services. Rappelons que l'industrie emploie plus de 600 000 Canadiens. Les visiteurs internationaux dépensant en moyenne trois fois plus que les voyageurs locaux, l'AITC cherche, avec ses partenaires, à hausser le nombre de voyages internationaux au pays. Nous espérons certes que le présent rapport fournira des renseignements utiles qui nous aideront à atteindre cet objectif.

Veuillez agréer mes sincères salutations,

Charlotte Bell
PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE
ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU CANADA

2015 APERÇUS TOURISTIQUES DE L'HIVER

RÉSUMÉ POUR L'HIVER 2015

Selon nos données de voyage VisaVue de 2015*, les visiteurs du Canada ont dépensé 1,9 M$ au cours de la période de voyage de l'hiver 2014-15. Cela représente une légère baisse des dépenses (-2,7 %) pour le deuxième hiver consécutif. Les Canadiens qui voyagent à l'extérieur du Canada ont également moins dépensé cet hiver; les dépenses sortantes ont baissé de 7,9 %.

TOURISME AU CANADA

Parmi les dix pays sources entrants, les États-Unis ont contribué le plus au niveau des revenus totaux, en fournissant 46,5 % des dépenses de l'hiver; la seule augmentation par rapport à l'année dernière provient de la Chine, qui a encouru une augmentation des dépenses de 22,0 % et contribué à 13,9 % des ventes. Tous les autres pays faisant partie des dix principaux pays ont connu une baisse des dépenses entrantes; le Brésil a connu la baisse la plus importante, soit 38,9 %.

VOYAGES À L'EXTÉRIEUR DU PAYS

Pendant que la croissance sortante a baissé au cours de la période hivernale, les Canadiens ont tout de même dépensé 6,1 milliards $ à l'échelle nationale au cours de la période de décembre à mars. Bien que les États-Unis demeurent la destination privilégiée des Canadiens, avec 64,8 % des ventes, chacune des dix destinations les plus populaires a enregistré une réduction des dépenses cet hiver. Les destinations ne faisant pas partie des dix destinations sortantes les plus populaires qui ont connu une augmentation comprennent le Costa Rica, avec 1,3 %, et Porto Rico, avec 1,0 %.

Les visiteurs au Canada ont profité de la diversité de notre culture et de nos paysages et dépensé leur argent dans plusieurs villes de l'ensemble du pays. Les visiteurs des États-Unis et du Royaume-Uni ont dépensé davantage à Toronto, ceux de la Chine ont dépensé le plus à Vancouver, ceux de la France, à Montréal, et ceux de l'Australie, à Whistler. La croissance des dépenses issues des visiteurs de la Chine a été répartie dans plusieurs segments du marché, avec des dépenses importantes réalisées dans le segment de la vente au détail (152 M$). Au sein des cinq autres principaux pays, de manière générale, les dépenses étaient en baisse, mais chaque pays a connu une croissance modeste dans certaines catégories de marché, particulièrement le service alimentaire. Les visiteurs du Royaume-Uni et de la France ont augmenté leurs dépenses dans les restaurants à service rapide, les Australiens ont augmenté leurs dépenses dans les restaurants et les Américains ont augmenté leurs dépenses dans les restaurants de service rapide et les restaurants traditionnels.

DÉPENSES ENTRANTES HIVERNALES

2013
1,8 G$

2014
1,7 G$

-2.7% baisse des dépenses

DÉPENSES SORTANTES HIVERNALES

2013
5,9 G$

2014
5,4 G$

-7.9% baisse des dépenses

Source : Toutes les données pour les périodes visées proviennent de VisaVue Travel

Tous les chiffres sont en dollars américains

**Voyage dépenses liées sur les cartes Visa de decémbre2014 - mars 2015.*

DÉPENSES ENTRANTES ET SORTANTES POUR L'HIVER 2014-15

Dépenses réalisées par carte Visa au Canada et par les Canadiens à l'étranger, de décembre 2014 à mars 2015

ENTRANTES

SORTANTES

TENDANCE SUR CINQ ANS DES DÉPENSES ENTRANTES HIVERNALES

TENDANCE SUR CINQ ANS DES DÉPENSES ENTRANTES

	2010	2011	2012	2013	2014
1	États-Unis 893 M$	États-Unis 909 M$	États-Unis 892 M$	États-Unis 864 M$	États-Unis 801 M$
2	Royaume-Uni 94 M$	Chine 117 M$	Chine 129 M$	Chine 183 M$	Chine 246 M$
3	Chine 88 M$	Royaume-Uni 95 M$	Royaume-Uni 92	France 93 M$	France 84 M$
4	France 86 M$	France 88 M$	France 91 M$	Royaume-Uni 83 M$	Royaume-Uni 79 M$
5	Australie 59 M$	Australie 57 M$	Australie 54 M$	Australie 45 M$	Australie 42 M$
6	Brésil 43 M$	Brésil 45 M$	Brésil 45 M$	Brésil 41 M$	Corée du Sud 33 M$
7	Corée du Sud 40 M$	Japon 40 M$	Japon 37 M$	Corée du Sud 34 M$	Japon 32 M$
8	Japon 37 M$	Corée du Sud 38 M$	Corée du Sud 35 M$	Japon 33 M$	Brésil 27 M$
9	Hong Kong 32 M$	Hong Kong 31 M$	Hong Kong 29 M$	Russie 32 M$	Hong Kong 23 M$
10	Russie 21 M$	Russie 26 M$	Russie 28 M$	Hong Kong 23 M$	Mexique 21 M$

DIX VILLES CANADIENNES LES PLUS VISITÉES PAR LES VISITEURS DES CINQ PAYS ENTRANTS PRINCIPAUX

1 ÉTATS-UNIS

1. *Toronto*
2. *Vancouver*
3. *Montréal*
4. *Whistler*
5. *Calgary*
6. *Mississauga*
7. *Niagara Falls*
8. *Richmond*
9. *Victoria*
10. *Cumberland**

3 FRANCE

1. *Montréal*
2. *Québec*
3. *Toronto*
4. *Dorval*
5. *Vancouver*
6. *Laval*
7. *Cumberland*
8. *Ascot*
9. *Chicoutimi*
10. *Calgary*

4 ROYAUME-UNI

1. *Toronto*
2. *Whistler*
3. *Vancouver*
4. *Montréal*
5. *Calgary*
6. *Mississauga*
7. *Banff*
8. *Edmonton*
9. *Victoria*
10. *Cumberland*

2 CHINE

1. *Vancouver*
2. *Richmond*
3. *Toronto*
4. *Burnaby*
5. *Mississauga*
6. *Markham*
7. *Coquitlam*
8. *Montréal*
9. *Calgary*
10. *Victoria*

5 AUSTRALIE

1. *Whistler*
2. *Vancouver*
3. *Toronto*
4. *Banff*
5. *Kelowna*
6. *Calgary*
7. *Montréal*
8. *Richmond*
9. *Vernon*
10. *Sun Peaks*

*Mount Washington Ski Resort

TENDANCES DES DÉPENSES ENTRANTES

Les achats généraux au détail ont généré la part la plus importante des dépenses liées au tourisme réalisées par des voyageurs internationaux sur des comptes Visa au cours de l'hiver 2014-15, ce qui représente une augmentation de 3,8 % pour des dépenses combinées de 489 M$. Les autres catégories de dépenses clés sont, entre autres, les suivantes :

HÉBERGEMENT — 204 M$ — 2,6 % baisse de 2013

RESTAURANTS — 141 M$ — 6,1 % augmentation

AUTRES DÉPENSES — 75 M$ — 2,5 % baisse de 2013

RESTAURANTS À SERVICE RAPIDE — 18 M$ — 4,9 % augmentation

HABITUDES DE DÉPENSES DES CINQ PAYS ENTRANTS PRINCIPAUX

HÉBERGEMENT · RESTAURANTS · VENTES AU DÉTAIL · AUTRES DÉPENSES · RESTAURANTS À SERVICE RAPIDE