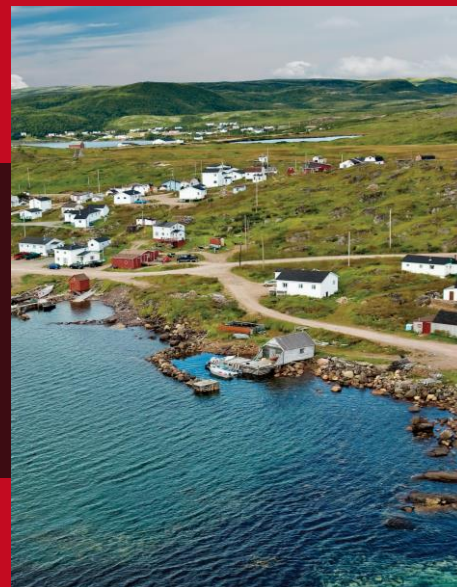


# Accueillir le monde entier

Assemblée publique annuelle 2017







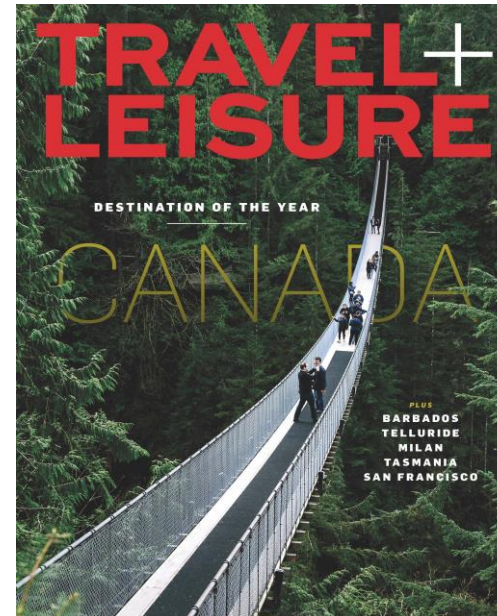
# **Introduction par le président du conseil**

# La nouvelle vision du tourisme du Canada



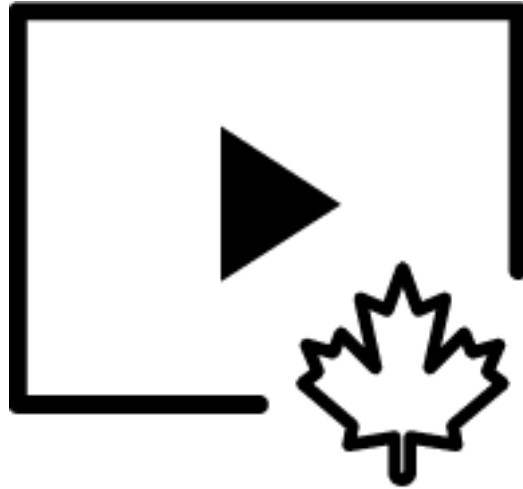
2016

# Le Canada, champion du monde



Condé Nast  
**Traveler**  
The New York Times

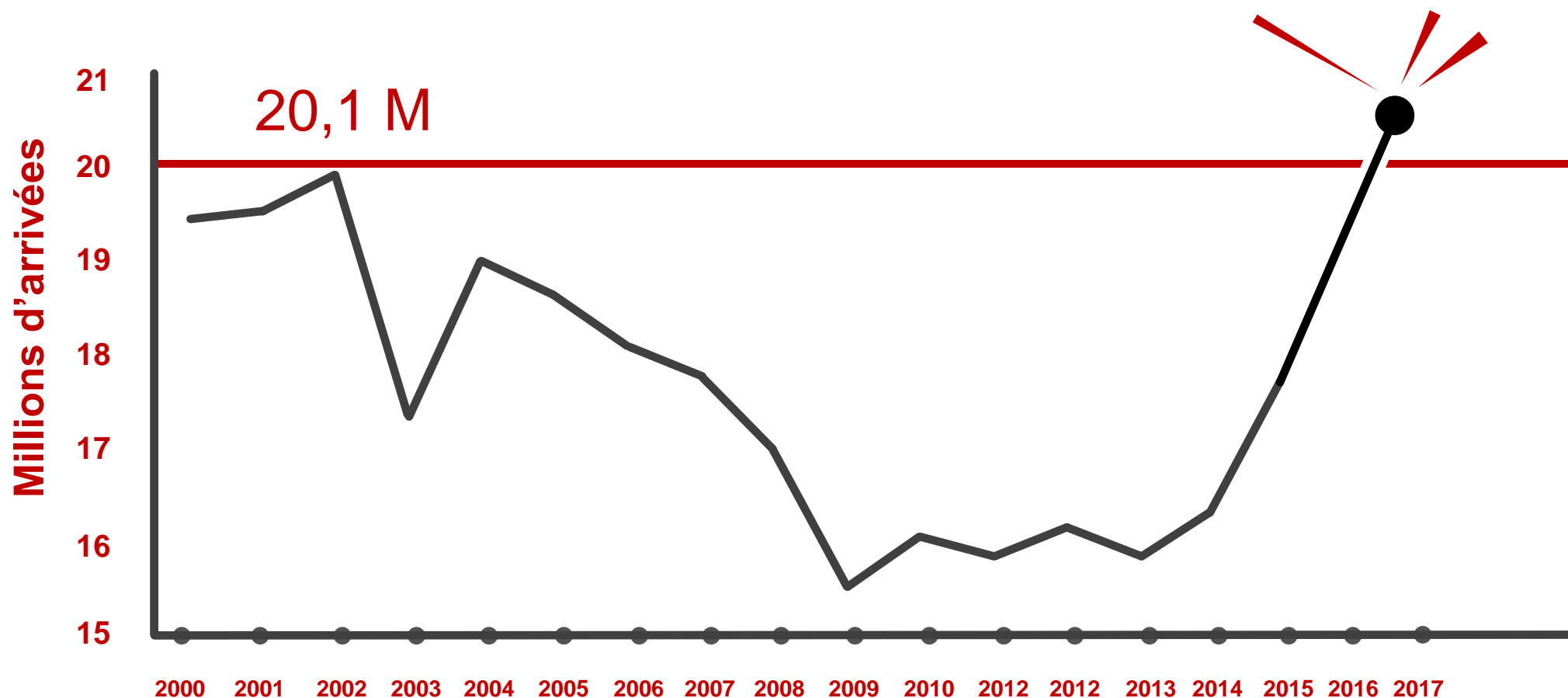
# Vidéo 1 : Faits saillants du rapport annuel de 2016



2017



# En bonne voie de battre tous les records



# Arrivées pour une nuit ou plus en provenance des États-Unis en 2017

Voiture



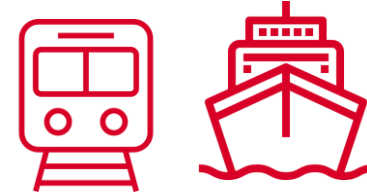
+0,1 %

Avion

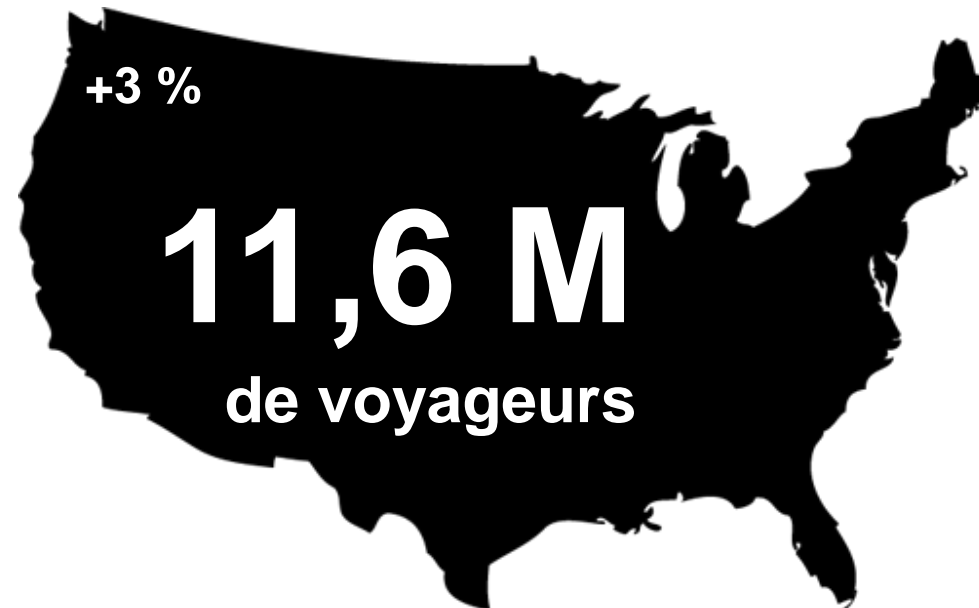


+5 %

Autres

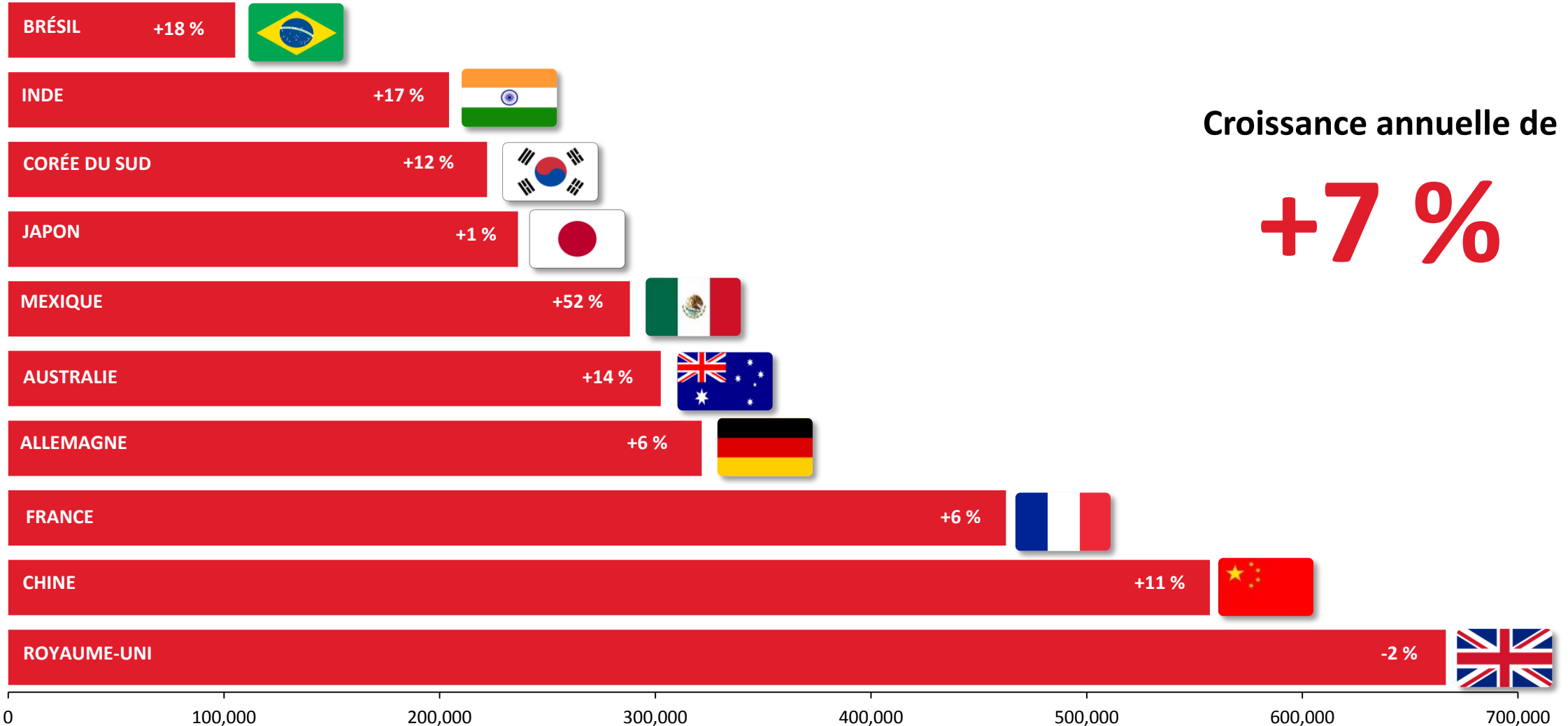


+10 %



Janvier-septembre 2017

# Rendement des marchés étrangers (États-Unis exclus) en 2017 (de janv. à sept.)



# Programme Voyages génération Y

**FAR & WIDE**  
CANADA

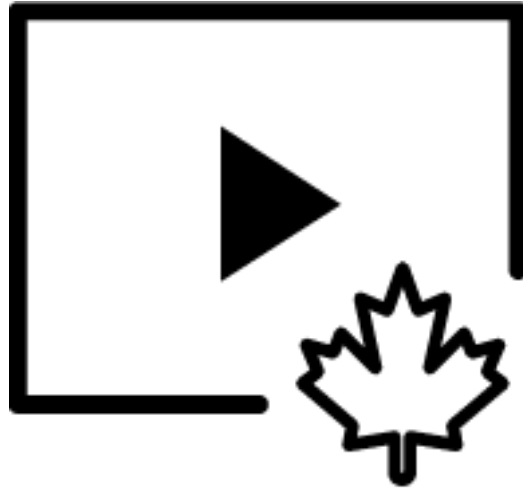
**INFINIMENT**  
CANADA



**CANADA 150**



# Vidéo 2 : Canada 150





# Accueillir l'Amérique

# Objectifs



**1,035 M**

**Voyageurs d'agrément**



**629 M\$**

**Dépenses des visiteurs**

# Faits saillants du rendement à ce jour



**21 M\$**

Investissement  
des partenaires



**81 M**

Bassin de  
consommateurs  
pour le recyclage



**1 M**

Pistes



# Faits saillants du rendement à ce jour



**160 M**

Visionnements  
de vidéos



**10,8 M**

Engagement et actions  
dans les médias sociaux



**265**

Articles de  
médiatisation méritée

# Survol du programme de marketing à frais partagés

**34**



Campagnes

**13**



Initiatives nationales  
et interprovinciales

**9,6 M\$**



Investissement de  
l'industrie

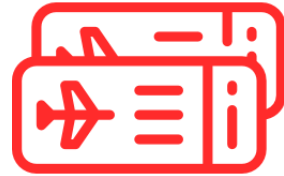


# Les occasions en Chine

# Le marché chinois : ce qu'il faut savoir



**2<sup>e</sup> rang des marchés étrangers enregistrant la plus forte croissance**



**Record historique de voyages long-courriers**

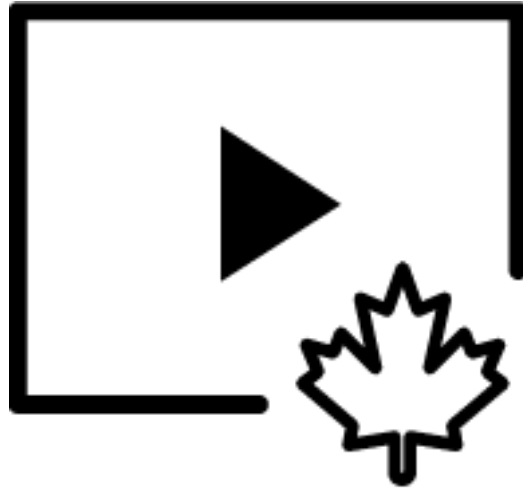


**Augmentation des voyages en avion**



**Nouveaux centres de réception des demandes de visa dans des villes de niveau 2**

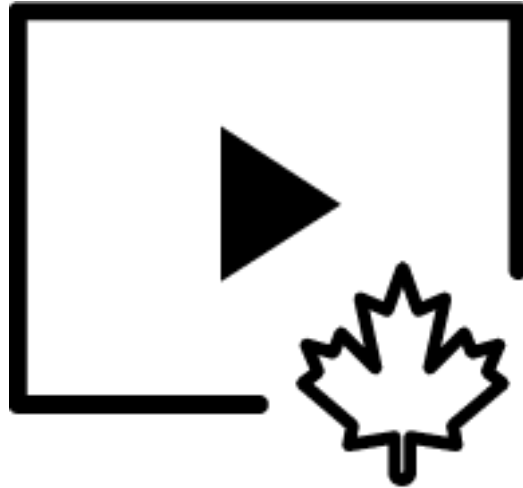
# Vidéo 3 : Chine





# Explorer de nouvelles destinations

# Vidéo 4 : Des destinations rurales ou isolées





**Destination  
Canada**

**et**

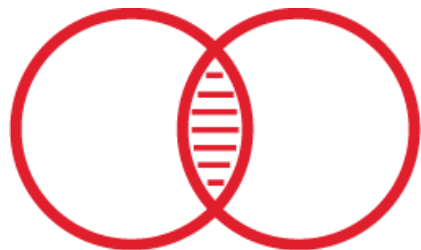
**l'ATAC**



# Recherche menée conjointement sur les perceptions



L'authenticité  
d'abord



De l'intérêt, mais  
peu de notoriété



Les consommateurs  
cherchent des voyages  
émotionnels axés sur les  
expériences



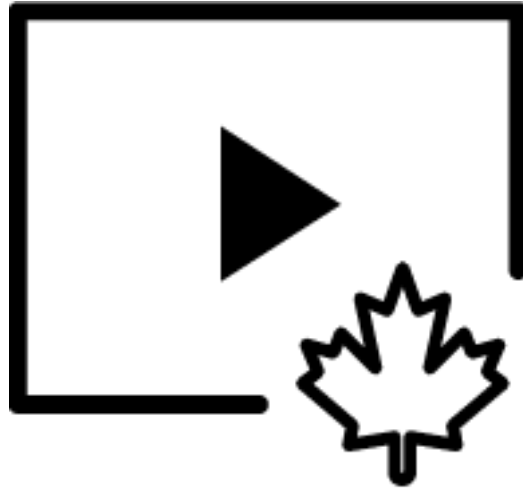
L'avantage  
du Canada



Des liens personnels  
et authentiques



# Vidéo 5 : l'ATAC





# ALIGNEMENT



Alignement

Collaboration



Alignement

Collaboration

Réussite



Destination  
Canada

et

Statistique  
Canada



# Étoile du Nord 2022

Ensemble, traçons un parcours ambitieux

# Étoile du Nord 2022







**Des questions?**



# DESTINATION CANADA

