

Fiche de renseignements sur les voyageurs internationaux de la génération Y

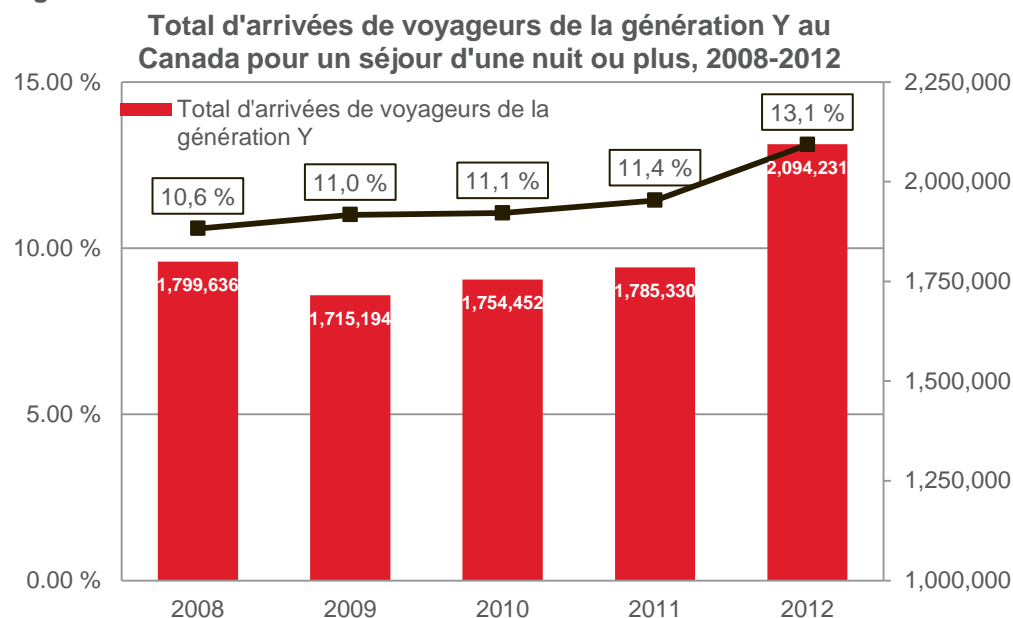


Objet

La présente fiche de renseignements donne un aperçu de la taille du marché des voyageurs de la génération Y pour le Canada, de ses caractéristiques et de ses tendances en matière de voyage.

1.1. Voyages de la génération Y au Canada : nombre et point d'origine

Figure 1



Définition des voyageurs de la génération Y
Par « voyageurs de la génération Y », on entend les visiteurs non résidents âgés de 18 à 34 ans qui séjournent au Canada une nuit ou plus sans leurs parents, sans enfants et sans autres compagnons de voyage que des personnes de leur groupe d'âge.

Le nombre d'arrivées de voyageurs de la génération Y au Canada est passé d'environ 1,8 million en 2008 à près de 2,1 millions en 2012. Les Y ont représenté environ 13 % du nombre total d'arrivées de visiteurs étrangers au Canada en 2012.

Selon les estimations de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), les Y représentent environ 20 % des voyageurs dans le monde. Il s'agit par ailleurs de l'un des segments de voyageurs qui enregistrent la plus forte croissance à l'échelle mondiale. Le Canada a l'occasion d'augmenter sa part du marché des voyageurs de la génération Y dans les prochaines années.

Source : Caractéristiques de l'EVI, Statistique Canada, 2012, et OMT

Figure 2

Arrivées de voyageurs de la génération Y pour des séjours d'une nuit ou plus au Canada, 2010-2012						
	2010		2011		2012	
	Nombre d'arrivées	% du total	Nombre d'arrivées	% du total	Nombre d'arrivées	% du total
Étranger	840 731	47,9 %	881 981	49,4 %	912 736	43,6 %
États-Unis	913 721	52,1 %	903 349	50,6 %	1 181 495	56,4 %
Nombre total d'arrivées de voyageurs de la génération Y	1 754 452	100,0 %	1 785 330	100,0 %	2 094 231	100,0 %

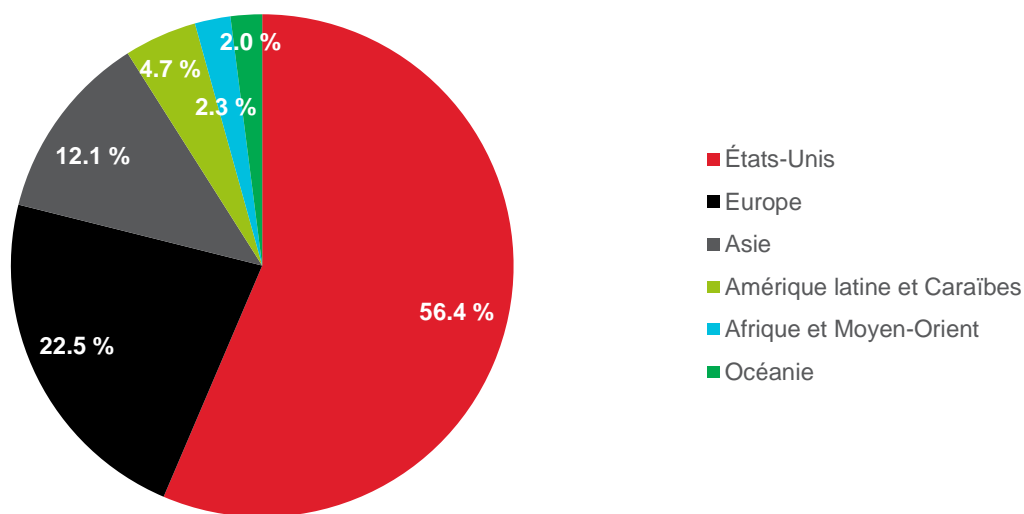
Environ 56 % des Y en voyage au Canada proviennent des États-Unis, et 44 % viennent d'ailleurs à l'étranger.

Les États-Unis sont de loin la principale source de visiteurs de la génération Y au Canada. Viennent ensuite l'Europe, l'Asie, puis l'Amérique latine et les Caraïbes.

Source : Caractéristiques de l'EVI, Statistique Canada, 2012

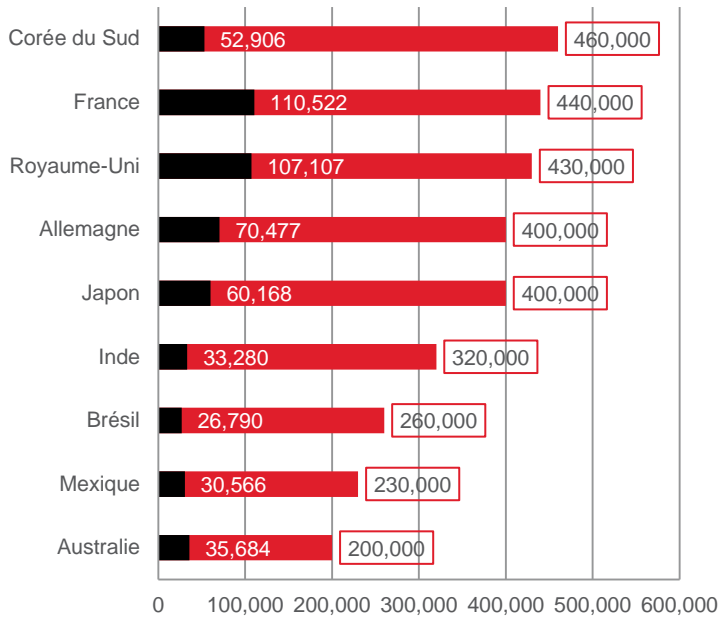
Figure 3

Voyageurs de la génération Y au Canada pour une nuit ou plus en 2012, par région d'origine



Figures 4, 5 et 6

Arrivées de voyageurs étrangers de la génération Y et potentiel des marchés en 2012



Actuellement, le Canada n'attire qu'une partie du potentiel de voyageurs de la génération Y. Les possibilités de croissance sont considérables dans ces marchés.

Source : Estimations de l'Unité de la recherche de la CCT, d'après les données de la Veille touristique mondiale, 2014

■ Arrivées au Canada
■ Marché potentiel

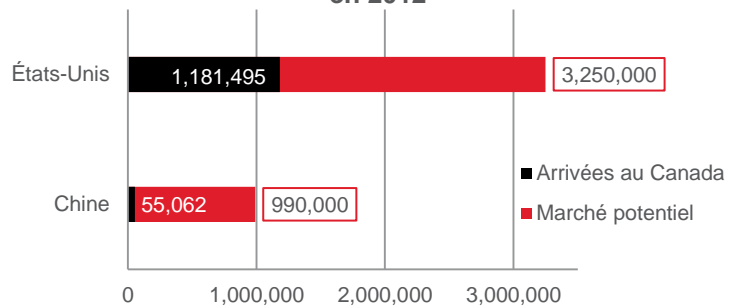
Définition du potentiel du marché

Le nombre de voyageurs de la génération Y qui envisagent activement un voyage au Canada dans les deux années à venir.

Les voyageurs de la génération Y venus de l'étranger (hors États-Unis) proviennent surtout des 10 marchés étrangers de la CCT. Environ 85 % des Y en voyage au Canada proviennent des États-Unis ou de l'un de ces 10 marchés.

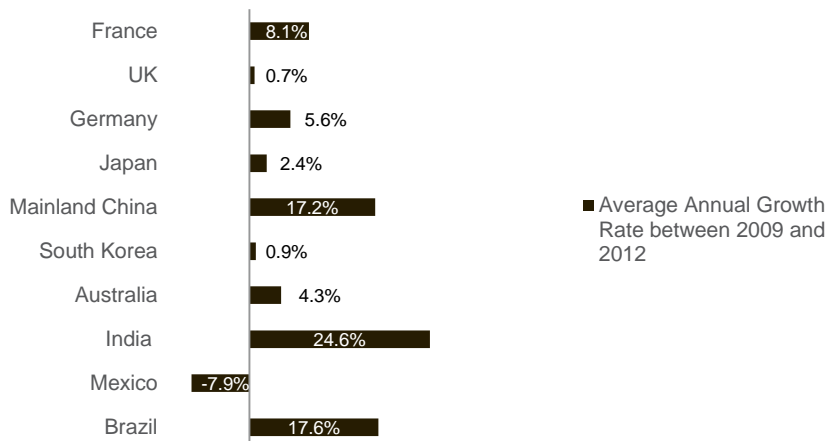
Source : Caractéristiques de l'EVI, Statistique Canada, 2012

Arrivées de voyageurs américains et chinois de la génération Y et potentiel des marchés en 2012



■ Arrivées au Canada
■ Marché potentiel

Taux de croissance des arrivées de 2009 à 2012 (10 marchés principaux)



■ Average Annual Growth Rate between 2009 and 2012

Parmi les 10 marchés étrangers de la CCT (hors États-Unis), ce sont l'Inde, le Brésil et la Chine qui ont enregistré la plus forte croissance du nombre de visiteurs entre 2009 et 2012. Le Mexique est le seul marché où ce nombre a diminué depuis 2009. Ce recul s'explique toutefois par l'instauration d'un visa de visiteur obligatoire pour les Mexicains par le gouvernement du Canada en 2009.

Source : Caractéristiques de l'EVI, Statistique Canada, 2012

2.2. Durée des voyages et montant dépensé

Figure 7

Recettes touristiques totales de 2012						
	Génération Y		Autres voyageurs (excluant la génération Y)		Tous les voyageurs (y compris la génération Y)	
	Dépenses totales (\$)	Part (%)	Dépenses totales (\$)	Part (%)	Dépenses totales (\$)	Part (%)
États-Unis	684 080 302	30,4 %	5 649 705 812	56,4 %	6 333 786 114	51,6 %
Étranger	1 569 033 029	69,6 %	4 368 652 914	43,6 %	5 937 685 943	48,4 %
Total	2 253 113 331	100,0 %	10 018 358 726	100,0 %	12 271 472 057	100,0 %
Part des dépenses totales (%)	18,4 %		81,6 %		100,0 %	

Les jeunes voyageurs ont dépensé 2,25 milliards de dollars au Canada en 2012, soit 18,4 % des recettes touristiques du Canada provenant des voyageurs étrangers.

Les dépenses des Y provenant des marchés étrangers représentent 70 % des recettes provenant de l'ensemble des Y internationaux, tandis que celles des Y américains représentent 30 % de l'ensemble des recettes du tourisme récepteur attribuables à la génération Y.

Source : Caractéristiques de l'EVI, Statistique Canada, 2012

Les Y ont représenté 12,4 % des dépenses attribuables au tourisme récréatif récepteur au Canada en 2012, soit 733 millions de dollars.

Les voyageurs récréatifs de la génération Y dépensent en moyenne 1 077 dollars par voyage au Canada. Ils dépensent plus que la moyenne des autres voyageurs (740 dollars par voyage), car ils ont tendance à séjourner plus longtemps au Canada.

Les voyageurs étrangers de la génération Y (excluant les Américains) dépensent davantage par séjour récréatif que les autres voyageurs étrangers. Par contre, les Y des États-Unis dépensent moins par séjour que le reste des voyageurs américains, surtout parce que ces derniers séjournent en moyenne plus longtemps.

Source : Caractéristiques de l'EVI, Statistique Canada, 2012

Figure 8

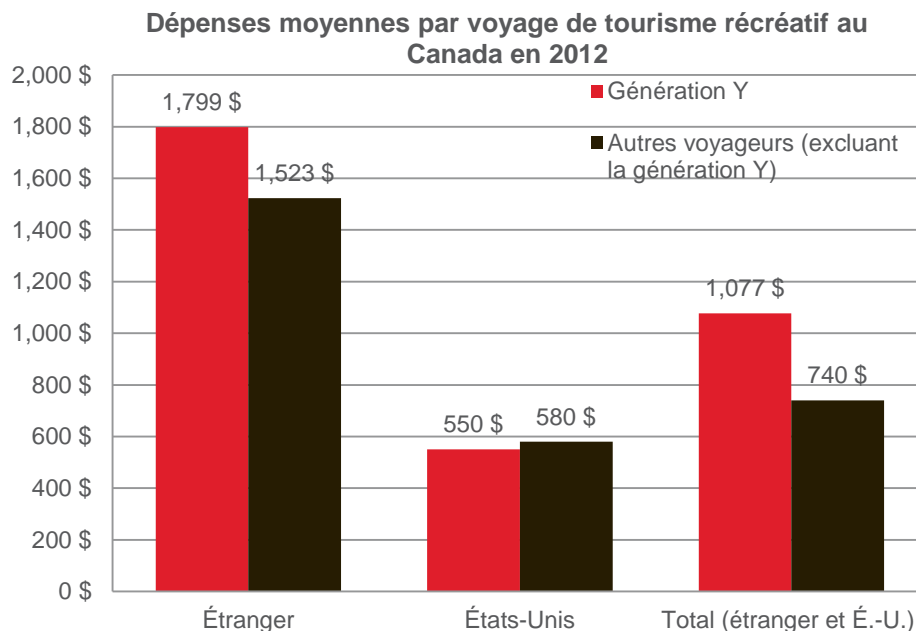
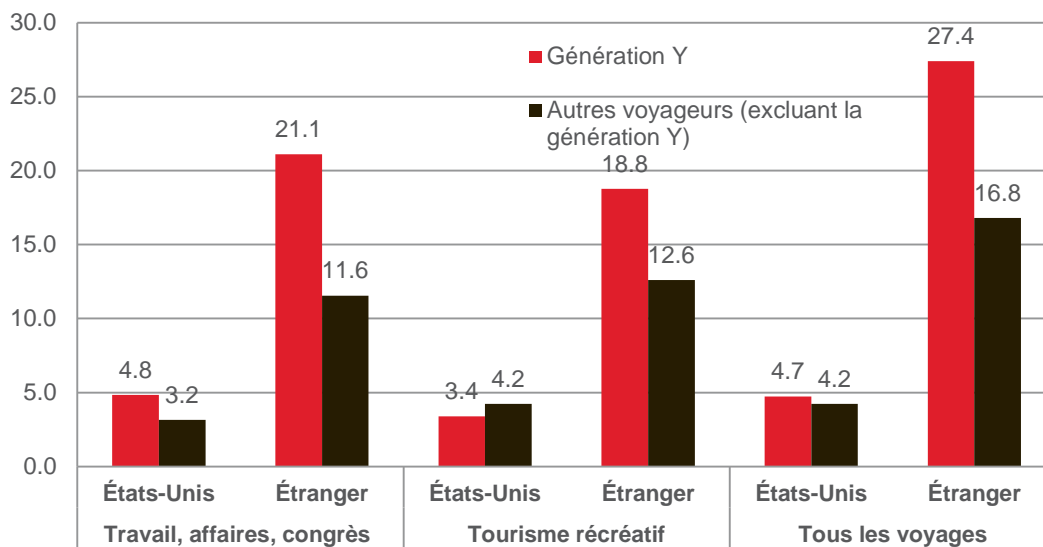


Figure 9

**Durée moyenne des voyages au Canada en 2012
(nombre de jours)**



La durée moyenne des séjours de voyageurs de la génération Y au Canada dépasse celle des autres voyageurs. Les Y passent en moyenne 4,7 jours au Canada s'ils sont américains et 27,4 jours s'ils viennent de l'étranger, contre 4,2 jours (voyageurs américains) et 16,8 jours (voyageurs étrangers) pour tous les autres voyageurs du Canada.

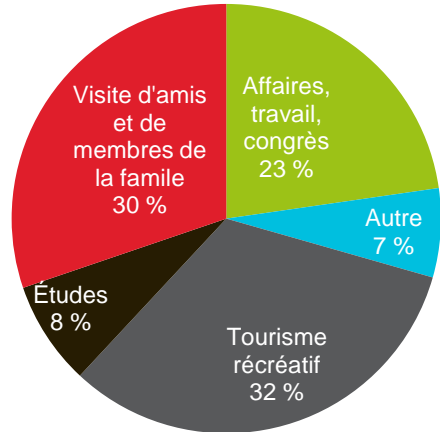
Qu'ils soient en voyage d'affaires ou de tourisme récréatif, les Y séjournent plus longtemps à destination que les autres voyageurs. Le marché des États-Unis fait exception : les voyageurs américains séjournent en moyenne plus longtemps s'ils font partie d'un segment autre que la génération Y.

Source : Caractéristiques de l'EVI, Statistique Canada, 2012

3.3. But du voyage

Figure 10

Séjours d'une nuit ou plus des voyageurs de la génération Y en 2012, par but du voyage

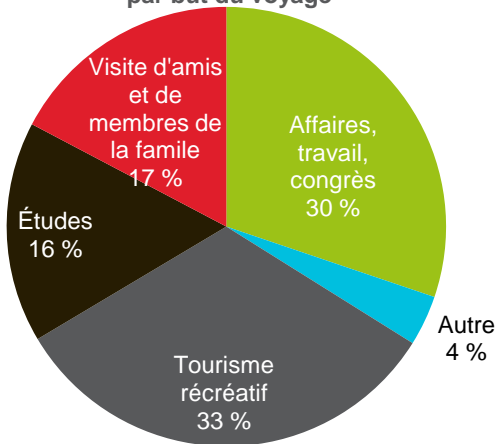


Les voyageurs de la génération Y viennent au Canada pour deux raisons principales : le tourisme récréatif et la visite d'amis et de membres de la famille (VAF). Depuis une dizaine d'années, la proportion de voyages récréatifs a diminué au profit des voyages d'étude, d'affaires et de VAF. Plus que jamais, les voyageurs de la génération Y choisissent le Canada pour d'autres raisons que le simple tourisme récréatif.

Source : Caractéristiques de l'EVI, Statistique Canada, 2012

Figure 11

Dépenses des voyageurs de la génération Y en 2012, par but du voyage



Les voyages récréatifs et les voyages d'affaires (y compris les congrès) sont les deux types de voyages qui entraînent le plus de dépenses, soit respectivement 33 % et 30 % des dépenses totales des voyageurs de la génération Y au Canada.

Source : Caractéristiques de l'EVI, Statistique Canada, 2012

Pour en savoir plus

Pour de plus amples renseignements sur les voyages au Canada de la génération Y à l'échelle internationale, veuillez communiquer avec l'équipe de Recherche de la Commission canadienne du tourisme, à l'adresse suivante :

research@ctc-cct.ca