

Faits saillants du marché indien en un coup d'œil

Près de trois millions de voyageurs long-courriers indiens ont l'intention de voyager au Canada dans les deux prochaines années.

Rendement en 2017



Arrivées¹

254 k (↑18 %)



Dépenses par voyage
(en moyenne)²

1 486 \$

- L'augmentation considérable de la capacité aérienne (en hausse de 53 % par rapport à 2016) a contribué à satisfaire l'appétit de l'Inde pour les voyages à l'étranger.
- Les arrivées par vol direct à Toronto ont augmenté de 42 %, notamment grâce à l'ajout d'un nouveau vol d'Air Canada entre Mumbai et Toronto en juillet 2017.

Prévisions pour 2018



Nombre de visiteurs²
273 k (↑7 %)



Dépenses²
521 M\$ (↑10 %)



Capacité aérienne³
↑37 %



Devise locale vs CAD⁴
↑1,7 %

Renseignements sur le marché



La visite de parents et d'amis fait partie des principaux facteurs de motivation des voyageurs indiens qui viennent au Canada : plus de la moitié des touristes venus au pays en 2016 affirment que c'était la principale raison de leur voyage au Canada.²



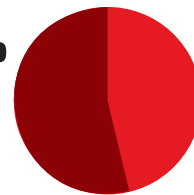
Le voyageur d'agrément indien souhaite généralement visiter des destinations qui lui permettent de se plonger dans des décors naturels saisissants et de vivre des expériences qui plaisent à tous les membres de son groupe de voyage.⁵



En 2017, un nombre accru de voyageurs indiens ont affirmé avoir une très bonne ou une excellente connaissance des possibilités de vacances au Canada, par rapport à 2016. En outre, le nombre de voyageurs qui trouvent que les exigences de visa constituent un obstacle aux voyages au Canada a diminué, ce qui favorise la perception d'accessibilité du Canada.⁵

Investissement selon les canaux

53 %
professionnels
des voyages

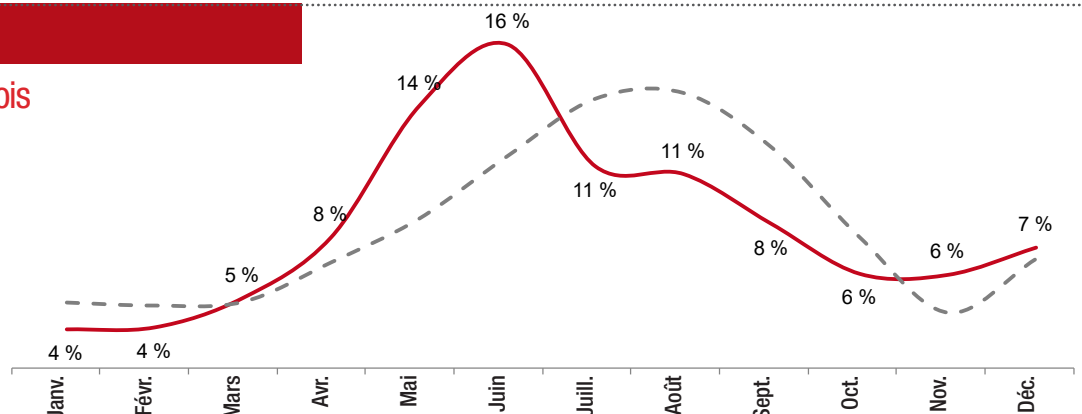


48 %
marketing auprès des
consommateurs et
médiation méritée

Saisons touristiques¹

% des arrivées au Canada par mois

— Inde
- - Moyenne des marchés de Destination Canada



Potentiel du marché⁵



3 785 500

Marché cible pour le Canada



78 %

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



2 941 500

Potentiel immédiat pour le Canada

Principaux facteurs de motivation⁵

Principaux aspects d'une destination que recherchent les voyageurs indiens

- 1 Facilement accessible à partir de là où j'habite
- 2 Cadre et paysages magnifiques
- 3 Aventures qui plaisent à tous
- 4 Endroit fantastique pour observer la faune dans son habitat naturel
- 5 Endroit fantastique pour visiter plusieurs destinations
- 6 Fierté d'en parler après le voyage
- 7 Temps de qualité en famille ou entre amis
- 8 Expériences culinaires fantastiques
- 9 Boutiques intéressantes
- 10 Endroit où je peux me détendre

Publics cibles



Voyageurs à revenu net élevé de 25 à 44 ans

S'ils doivent voyager loin, ils veulent s'assurer d'en voir et d'en faire le plus possible et de participer à des activités qui les plongeront dans la culture de la destination.

Stratégie de contenu

Stimuler et inspirer au moyen d'expériences uniques et emblématiques qui les plongeront dans la culture canadienne.



Visite de villes dynamiques

Explorer des lieux urbains emblématiques et conjuguer à ces visites des expériences locales « de niche ».



Plaisir et bien-être

Découvrir des spécialités culinaires, des expériences liées au bien-être et des divertissements propres au Canada.



Découvrir le plein air

Présenter des activités d'aventure légères outre l'observation de la nature et de la faune (p. ex. ski, kayak, golf).



Voyageurs à revenu net élevé de 55 à 64 ans

Ils veulent tout voir et tout faire durant leurs voyages – pouvoir partager leurs expériences avec leur famille et leurs amis leur apporte de la joie.

Stratégie de contenu

Satisfaire le besoin de vivre diverses expériences grâce à un contenu inspirant et à des itinéraires structurés qui expriment l'abondance.



Découverte des merveilles de la nature

Admirer les attraits et merveilles des richesses naturelles emblématiques du Canada (p. ex. chutes Niagara).



Voyages guidés

Visiter les meilleurs endroits grâce aux conseils d'experts locaux.



Découvertes culinaires

Découvrir la créativité culinaire de différentes régions du Canada.

Canada

Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec :

M. Carl Vaz

Directeur de compte

Charson Advisory Services Pvt Ltd

Mumbai, Inde

cvaz@charsonadvisory.com

¹ Statistique Canada, Dénombrement à la frontière, 2017.

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

³ Données du SRS Analyser de l'IATA, mars 2018.

⁴ Tourism Economics, mars 2018.

⁵ Veille touristique mondiale 2017.