



CONTEXT IS EVERYTHING

ÉTUDE DE MARCHÉ EN ALLEMAGNE 2026

Réalisée pour : ETRA
20 mars 2026

Alex Mazanik, CAIP
amazonik@crg.ca
(416) 820-7026

William Schatten, CAIP
wschatten@crg.ca
(416) 388-9455

50 Carroll Street, Toronto, Ontario

www.crg.ca



CONTENTS

OBJECTIFS PRINCIPAUX	3
MÉTHODOLOGIE	4-8
RÉSUMÉ	9-15
COMPORTEMENT DES VOYAGEURS	16-22
CONNAISSANCE ET PERCEPTION DU CANADA	23-27
INTÉRÊT POUR VISITER LE CANADA ATLANTIQUE	28-34
FACTEURS MOTIVANTS ET OBSTACLES	35-49
COMPORTEMENT EN MATIÈRE DE PLANIFICATION DE VOYAGE	50-54
CONTEXTE GÉOPOLITIQUE	55-59
PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL	60-72

CONTEXT IS EVERYTHING

OBJECTIFS PRINCIPAUX

♀ Hopewell Rocks, N.-B.

Aperçu :

Le Context Research Group (CRG) s'est associé à l'Entente sur le tourisme dans la région de l'Atlantique (ETRA) et à l'Association de l'industrie touristique de l'Île-du-Prince-Édouard (TIAPEI) pour mener une étude de marché visant à examiner la perception qu'ont les voyageurs allemands du Canada atlantique en tant que destination de voyage long-courrier. Cette étude a pour objectif de mieux comprendre comment les voyageurs allemands perçoivent les provinces du Canada atlantique et d'évaluer le positionnement de la région dans un paysage touristique international concurrentiel. Les résultats fourniront à l'ETRA et à ses partenaires provinciaux des informations exploitables pour renforcer les stratégies de marketing, améliorer le positionnement de la destination et mieux adapter l'offre touristique aux attentes des voyageurs allemands.

Objectifs :

Les objectifs de cette enquête sont d'évaluer :

- Évaluer la notoriété et la perception du Canada atlantique et de ses provinces auprès des voyageurs allemands sur les longs courriers.
- Comprendre les comportements de voyage, y compris les voyages antérieurs au Canada, les habitudes de voyage et les expériences vécues au Canada atlantique.
- Évaluer les intentions de voyage futures et la planification des voyages, y compris la probabilité de visiter le Canada atlantique et les voyages potentiels dans plusieurs provinces.
- Identifier les principaux facteurs favorables et les obstacles au voyage, y compris les motivations, les considérations d'accessibilité et les perceptions géopolitiques plus larges.

MÉTHODOLOGIE

♀ Hopewell Rocks, N.-B.

Méthodologie :

- CAWI (entretien en ligne assisté par ordinateur)

Critères d'éligibilité :

- Adultes âgés de 18 ans et plus résidant en Allemagne
- Ayant effectué au moins un voyage d'agrément long-courrier hors d'Europe au cours des trois dernières années ou prévoyant d'en effectuer un au cours des deux prochaines années.

Taille de l'échantillon :

- Total : n = 1 012
- N'a jamais visité le Canada : n=607
- Ont visité le Canada au cours des 5 à 10 dernières années : n=101
- Ont visité le Canada au cours des 5 dernières années : n=304

Dates des travaux sur le terrain :

- 8 février – 20 février 2026

Durée médiane des entretiens :

- 13,3 minutes

Pondération :

- Les résultats sont pondérés en fonction de l'âge et du sexe afin de garantir leur représentativité par rapport aux populations de voyageurs concernées.
- Les personnes n'ayant jamais visité le Canada sont pondérées de manière à refléter la population allemande de voyageurs au long cours, en utilisant les données du marché allemand de 2024 issues du Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale (PRVEM) de Destination Canada
- Les personnes ayant déjà visité le Canada sont pondérées de manière à refléter le profil des visiteurs allemands, en utilisant l'Enquête sur les voyages des visiteurs (EVV) de Statistique Canada, 2023.

MÉTHODOLOGIE

♀ Hopewell Rocks, N.-B.

Marge d'erreur :

- $\pm 3,1 \%$

Arrondis :

En raison des arrondis, la somme des chiffres peut ne pas correspondre aux totaux. Par exemple, la somme de toutes les valeurs peut s'élever à 99 % ou 101 %.

Tests de signification :

- Les différences statistiquement significatives (avec un niveau de confiance de 95 %) sont indiquées tout au long du rapport lorsque cela est possible.
- Les proportions sont comparées à l'aide de tests non paramétriques bilatéraux, et les moyennes sont comparées à l'aide de tests t bilatéraux.

Considérations relatives au rapport :

Tout au long du rapport, les différences significatives par marché et par segment de voyageurs sont mises en évidence lorsque cela est pertinent.

Régions :

Allemagne de l'Ouest

- Hesse (Hessen)
- Rhénanie-du-Nord-Westphalie (Nordrhein-Westfalen)
- Rhénanie-Palatinat (Rheinland-Pfalz)
- Sarre

Allemagne du Nord

- Brême
- Hambourg
- Basse-Saxe (Niedersachsen)
- Schleswig-Holstein

Allemagne de l'Est

- Berlin
- Brandebourg
- Mecklembourg-Poméranie occidentale (Mecklenburg-Vorpommern)
- Saxe (Sachsen)
- Saxe-Anhalt (Sachsen-Anhalt)
- Thuringe (Thüringen)

Allemagne du Sud

- Bade-Wurtemberg
- Bavière (Bayern)

DESTINATION CANADA : SEGMENTS DE VOYAGEURS

♀ Hopewell Rocks, N.-B.

Aperçu

En 2024, Destination Canada (DC) a lancé son programme de segmentation des voyageurs. Ce programme définit et classe les voyageurs des marchés cibles — tant internationaux que nationaux — en sept segments clés, en se basant sur une combinaison de valeurs comportementales — dépenses de voyage, fréquence des voyages, préférences saisonnières et activités — et de facteurs psychographiques tels que les motivations émotionnelles et les valeurs fondamentales en matière de voyage. (Voir la diapositive suivante pour la description des segments)

Justification

Le cadre de segmentation de Destination Canada offre une compréhension à l'échelle nationale des principaux segments de voyageurs visitant le Canada. Pour compléter cette perspective, la présente étude applique ce cadre afin d'explorer comment ces segments interagissent avec certaines provinces de la région de l'Atlantique, notamment le Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve-et-Labrador, la Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard.

En s'alignant sur le cadre de Destination Canada, l'étude garantit la cohérence avec la recherche touristique nationale, tout en générant des informations qui favorisent un marketing de destination plus ciblé, le développement de produits et la planification stratégique pour les partenaires touristiques du Canada atlantique.

DESTINATION CANADA : SEGMENTS DE VOYAGEURS

♀ Hopewell Rocks, N.-B.

Explorateurs en plein air

Voyageurs attirés par la nature, la faune et l'aventure en plein air, à la recherche de paysages pittoresques et d'expériences actives dans des environnements naturels.

Passionnés de culture

Voyageurs intéressés par la culture, l'histoire, les traditions et les festivals locaux, recherchant souvent des liens authentiques avec les destinations et les communautés.

Globe-trotteurs raffinés

Voyageurs expérimentés qui apprécient les expériences de voyage haut de gamme et soigneusement sélectionnées, notamment les visites guidées, les attractions uniques et les expériences gastronomiques.

Familles sensibilisées

Familles voyageant avec des enfants qui privilégient les expériences communes enrichissantes, les attractions adaptées aux familles et les occasions de passer du temps de qualité ensemble.

DESTINATION CANADA : SEGMENTS DE VOYAGEURS – SUITE

♀ Hopewell Rocks, N.-B.

Vacanciers urbains

Voyageurs attirés par les destinations urbaines offrant des attractions culturelles, des boutiques, des restaurants et des divertissements.

Adeptes de simplicité

Voyageurs qui préfèrent les séjours détendus et sans complication, axés sur le confort, la facilité d'organisation et les occasions de se détendre.

Familles soleil et plaisir

Familles à la recherche de vacances simples et agréables, axées sur les loisirs, les activités familiales et les expériences détendues.

RÉSUMÉ



Un marché long-courrier solide ayant déjà une expérience du Canada

Les voyageurs allemands représentent un marché long-courrier très précieux pour le Canada. Beaucoup ont déjà l'habitude de voyager à l'étranger et sont à l'aise pour planifier des voyages plus longs comprenant plusieurs destinations. Ceux qui ont déjà visité le Canada se distinguent comme particulièrement importants, car ils ont tendance à voyager plus fréquemment et sont plus ouverts à l'idée d'explorer différentes régions lors de leurs retours. Cette tendance positionne favorablement le Canada atlantique en tant que destination pouvant tirer profit des voyages répétés et d'une exploration plus approfondie du pays.

La notoriété est inégale, mais les perceptions sont déjà positives

La notoriété du Canada atlantique varie d'une région à l'autre et reste étroitement liée à l'expérience antérieure du Canada. Terre-Neuve-et-Labrador et la Nouvelle-Écosse sont les provinces les plus connues. Malgré cela, les perceptions sont très positives une fois que les voyageurs ont découvert la région. Le Canada atlantique est systématiquement décrit comme attrayant, ce qui indique que le principal défi ne consiste pas à améliorer le produit, mais à accroître la visibilité et la notoriété.

L'intérêt grandit à mesure que les voyageurs se familiarisent avec le Canada

L'intérêt pour le Canada atlantique est le plus fort chez les voyageurs qui ont déjà visité le Canada. La Nouvelle-Écosse et Terre-Neuve-et-Labrador arrivent en tête des choix, tandis que les jeunes voyageurs manifestent un intérêt particulièrement marqué. La plupart des voyageurs envisagent de visiter plusieurs provinces au cours d'un même voyage, ce qui suggère que le Canada atlantique est mieux positionné en tant qu'expérience régionale cohérente plutôt que comme quatre destinations distinctes.

La nature et les expériences authentiques sont les principaux attraits

Les principales motivations pour le Canada atlantique correspondent étroitement aux raisons pour lesquelles les Allemands se rendent au Canada en premier lieu. Les paysages pittoresques, la faune, l'exploration en plein air et la découverte de lieux uniques se distinguent comme les expériences les plus attrayantes. Les éléments culturels renforcent encore l'attrait de la région. Ensemble, ces attributs créent une destination qui semble authentique et immersive, ce qui correspond fortement aux voyageurs à la recherche d'expériences de voyage significatives et mémorables.

Le principal obstacle est le manque de notoriété, et non le manque d'attrait

Les obstacles à la visite du Canada atlantique sont principalement liés à une connaissance limitée de la région. De nombreux voyageurs en savent tout simplement moins sur cette région que sur d'autres parties du Canada. Le coût et la distance sont mentionnés, mais jouent un rôle secondaire. Une fois que les voyageurs découvrent les paysages, les expériences et la culture de la région, leur intérêt augmente considérablement. Cela suggère qu'une meilleure communication et une visibilité accrue pourraient considérablement renforcer l'intérêt pour la région.

Le comportement de planification met en évidence le besoin de conseils de voyage clairs

Les voyageurs qui prévoient un voyage dans le Canada atlantique commencent généralement leurs recherches bien à l'avance et s'appuient fortement sur les recherches en ligne et les sites Web touristiques officiels. Les agents de voyage restent également importants, en particulier pour l'organisation des vols ou des itinéraires plus complexes. La connaissance des options de vols directs est inégale. Fournir des informations de planification claires et pratiques sera essentiel pour transformer l'intérêt en réservations effectives.

Le Canada atlantique correspond aux profils des voyageurs à forte valeur ajoutée en Allemagne

Le Canada atlantique trouve un écho très favorable auprès de plusieurs segments de voyageurs à forte valeur ajoutée en Allemagne. Alors que Destination Canada identifie généralement les « explorateurs en plein air » et les « globe-trotteurs raffinés » comme segments prioritaires, les résultats montrent que la région attire également fortement les « amateurs de culture ». Dans toutes les provinces, les visiteurs potentiels sont attirés par un mélange de nature, de culture et d'expériences locales authentiques. Cette combinaison positionne bien le Canada atlantique comme une destination pour les voyageurs à la recherche de voyages plus profonds et plus immersifs, au-delà des hauts lieux touristiques traditionnels.



Envisagent de visiter le pays au cours des deux prochaines années

A déjà visité le Canada : 59 %

N'a jamais visité le Canada : 41 %

Les voyageurs allemands qui envisagent de se rendre au Nouveau-Brunswick sont principalement attirés par les expériences liées à la nature et aux paysages, notamment la visite de parcs, la découverte des villes côtières, l'observation de la faune et la découverte de la culture autochtone et du patrimoine local. Ces éléments contribuent fortement à l'attrait de la province en tant que destination offrant des paysages authentiques et des expériences ancrées dans la culture. Les découvertes culinaires, les sites historiques et les expériences emblématiques, comme l'observation des marées les plus hautes du monde, renforcent encore l'attrait du Nouveau-Brunswick, même si elles constituent le plus souvent des motivations complémentaires qui enrichissent l'expérience de voyage globale plutôt que d'être les principaux moteurs du voyage.

Du point de vue de la planification du voyage, la facilité de transport à travers la province apparaît comme le facteur le plus important lors de l'évaluation d'un séjour. Les voyageurs accordent également une grande importance à la perception de la destination comme étant accueillante et inclusive, ainsi qu'à la possibilité de combiner plusieurs provinces de l'Atlantique au cours d'un même voyage. Cela reflète la nature itinérante des voyages long-courriers en provenance d'Allemagne, où les voyageurs explorent fréquemment plusieurs destinations à travers le Canada au cours d'un même itinéraire.

Les voyageurs intéressés par le Nouveau-Brunswick sont le plus souvent des « explorateurs en plein air » et des « amateurs de culture ». Ces segments sont motivés par la possibilité de se reconnecter avec la nature, de découvrir une culture locale authentique et de vivre des expériences de voyage enrichissantes avec d'autres personnes. Les « explorateurs en plein air » sont particulièrement attirés par les destinations offrant l'observation de la faune, des environnements naturels pittoresques et des possibilités d'aventures en plein air, tandis que les « amateurs de culture » apprécient le patrimoine, les traditions locales et les occasions de s'immerger dans les communautés à travers la gastronomie, les festivals et les attractions culturelles. Ensemble, ces segments mettent en avant le positionnement du Nouveau-Brunswick en tant que destination alliant beauté naturelle, richesse culturelle et communautés accueillantes.



📍 Battle Harbour, T.-N.-L.

Envisagent de visiter le pays au cours des deux prochaines années

A déjà visité le Canada : 68 %

N'a jamais visité le Canada : 53 %

Terre-Neuve-et-Labrador attire fortement les voyageurs allemands à la recherche de paysages uniques, de rencontres avec la faune et d'explorations immersives en plein air. Des expériences telles que la visite de parcs, l'exploration de paysages côtiers sauvages et l'observation de la faune comptent parmi les motivations les plus influentes qui suscitent l'intérêt pour la province. Les expériences culturelles, notamment la culture autochtone et le patrimoine local, ainsi que la découverte culinaire et les sites historiques, enrichissent encore davantage l'attrait de la destination. Des expériences uniques telles que l'observation des icebergs et des paysages océaniques spectaculaires renforcent le positionnement de la province en tant que destination offrant des expériences de voyage rares et mémorables qui se distinguent des destinations long-courriers plus conventionnelles.

Lorsqu'ils planifient un voyage dans la province, les voyageurs allemands accordent une grande importance à la facilité des déplacements au sein de Terre-Neuve-et-Labrador, ce qui reflète la vaste étendue géographique de la province et l'importance de pouvoir explorer ses paysages de manière efficace. Les voyageurs soulignent également la possibilité de visiter plusieurs provinces de l'Atlantique au cours d'un même voyage, ce qui renforce le rôle de Terre-Neuve-et-Labrador dans des itinéraires régionaux plus larges.

Les voyageurs intéressés par Terre-Neuve-et-Labrador sont le plus souvent des « explorateurs en plein air » et des « amateurs de culture ». Ces segments sont motivés par la possibilité de découvrir des paysages naturels spectaculaires, de se connecter à la culture locale et de vivre des expériences de voyage enrichissantes et authentiques. Les « explorateurs en plein air » sont particulièrement attirés par les destinations offrant des merveilles naturelles uniques, l'observation de la faune et une exploration immersive en plein air dans des environnements peu fréquentés, tandis que les « amateurs de culture » apprécient le riche patrimoine culturel, les traditions locales et les occasions de se rapprocher des communautés à travers la gastronomie, les récits, les festivals et les attractions culturelles. Ensemble, ces segments mettent en avant le positionnement de la province en tant que destination alliant des environnements naturels spectaculaires à une culture distinctive et à des expériences locales authentiques.



♀ Lunenburg, N.-É.

Envisagent de visiter le pays au cours des deux prochaines années

A déjà visité le Canada : 69 %

N'a jamais visité le Canada : 53 %

La Nouvelle-Écosse suscite un intérêt large et équilibré chez les voyageurs allemands, qui manifestent un vif intérêt pour le tourisme, la découverte des villes côtières, la visite des parcs, l'observation de la faune et la découverte de la culture et du patrimoine autochtones. Ces motivations positionnent la province comme une destination où les voyageurs peuvent profiter à la fois de la beauté naturelle et de la richesse culturelle au sein d'un paysage relativement accessible et diversifié. Les activités de plein air telles que la randonnée et la marche sur sentiers renforcent encore l'attrait de la province pour les voyageurs à la recherche d'expériences actives dans des environnements pittoresques, tandis que la découverte culinaire et les sites historiques ajoutent une dimension culturelle supplémentaire.

Pour les voyageurs qui envisagent de se rendre en Nouvelle-Écosse, la possibilité d'organiser le transport à travers la province est le facteur le plus important à prendre en compte lors de la planification, ce qui souligne l'importance de pouvoir explorer confortablement différentes régions, routes côtières et communautés. La possibilité de visiter plusieurs provinces de l'Atlantique au cours d'un même voyage est également un facteur clé pour de nombreux voyageurs, reflétant leur intérêt à découvrir plusieurs destinations dans le cadre d'un périple plus large au Canada atlantique. De plus, la perception de la destination comme accueillante et inclusive joue un rôle important dans les décisions de voyage, renforçant l'importance d'une réputation positive de la destination parallèlement aux considérations pratiques liées au voyage.

Les voyageurs intéressés par la Nouvelle-Écosse sont le plus souvent des « explorateurs en plein air » et des « amateurs de culture », des segments qui apprécient les destinations offrant un mélange de nature, de culture et d'expériences locales authentiques. Les « explorateurs en plein air » sont attirés par les paysages côtiers de la province, les possibilités d'observation de la faune et les activités de plein air, tandis que les « amateurs de culture » sont motivés par la possibilité de découvrir le patrimoine, les traditions locales et les attractions culturelles. Ensemble, ces segments renforcent le positionnement de la Nouvelle-Écosse en tant que destination où les voyageurs peuvent découvrir des paysages côtiers, un patrimoine culturel et des communautés dynamiques au cours d'un seul et même voyage.



♀ Basin Head, Î.-P.-É.

Envisagent de visiter le pays au cours des deux prochaines années

A déjà visité le Canada : 64 %

N'a jamais visité le Canada : 44 %

L'Île-du-Prince-Édouard séduit les voyageurs allemands grâce à ses paysages côtiers pittoresques, ses parcs et ses expériences de voyage décontractées, offrant une destination qui allie beauté naturelle et rythme de découverte plus tranquille. Les visites touristiques et la découverte d'environnements côtiers uniques comptent parmi les principales motivations de visite, suivies par la visite des parcs, l'observation de la faune et la découverte de la culture et du patrimoine autochtones. Les expériences culinaires et les traditions gastronomiques locales renforcent encore l'attrait de la province, positionnant l'Île-du-Prince-Édouard comme une destination réputée pour ses expériences locales authentiques et ses charmants environnements côtiers.

Les voyageurs qui envisagent de se rendre à l'Île-du-Prince-Édouard accordent une grande importance à la facilité de déplacement au sein de la province, ce qui reflète une préférence pour les destinations simples à explorer et permettant aux voyageurs de découvrir plusieurs attractions en tout confort. La perception de la destination comme accueillante et conviviale est également un facteur important qui influence les décisions de voyage. Comme pour les autres provinces de l'Atlantique, de nombreux voyageurs prévoient de combiner leur séjour à l'Île-du-Prince-Édouard avec d'autres destinations du Canada atlantique, ce qui renforce l'importance des itinéraires régionaux reliant les expériences d'une province à l'autre.

Les voyageurs intéressés par l'Île-du-Prince-Édouard sont le plus souvent des « explorateurs en plein air » et des « amateurs de culture », attirés par des destinations offrant des paysages pittoresques, une authenticité culturelle et des occasions de se détendre tout en explorant. Ces voyageurs apprécient les destinations qui offrent une beauté naturelle, des expériences locales authentiques et des environnements peu fréquentés, ce qui correspond parfaitement à la réputation de la province pour son charme côtier, son hospitalité et ses possibilités d'exploration paisible.

COMPORTEMENT DES VOYAGEURS

Les voyageurs allemands sur les longues distances sont actifs et tournés vers l'international, le Canada se classant comme la deuxième destination la plus visitée hors d'Europe.

En moyenne, les voyageurs déclarent avoir effectué 4,8 voyages avec nuitée au cours des trois dernières années, bien que ceux qui ont visité le Canada soient des voyageurs nettement plus expérimentés, avec une moyenne de 6,6 voyages, comparé à une activité de voyage plus faible chez ceux qui ne l'ont pas visité. Cela suggère que le Canada attire un segment de voyageurs très engagés.

Visiter plusieurs destinations canadiennes au cours d'un même voyage est presque aussi courant que de répartir les visites sur plusieurs voyages.

Dans le Canada atlantique, la Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard sont les provinces les plus visitées. Toutefois, les voyageurs ayant visité une province de la région sont beaucoup plus susceptibles d'en avoir visité d'autres, ce qui indique que la région est généralement explorée dans son ensemble au fil du temps.

À l'avenir, les visiteurs ayant déjà séjourné au Canada restent le marché le plus prometteur, et les jeunes voyageurs (25-34 ans) sont les plus susceptibles d'augmenter leurs futurs voyages au Canada, ce qui met en évidence une opportunité de créer une demande à long terme.

Le Canada est la deuxième destination la plus prisée des voyageurs allemands, après les destinations européennes.

Au cours des trois dernières années, les voyageurs allemands ont effectué en moyenne 4,8 voyages avec nuitée.

Ceux qui ont visité le Canada ont déclaré une activité de voyage supérieure à la moyenne, avec 6,6 voyages avec nuitée, tandis que ceux qui ne se sont pas rendus au Canada ont déclaré une activité de voyage inférieure à la moyenne.

Les « explorateurs en plein air » et les « familles sensibilisées » étaient plus susceptibles d'avoir visité le Canada que les autres segments.

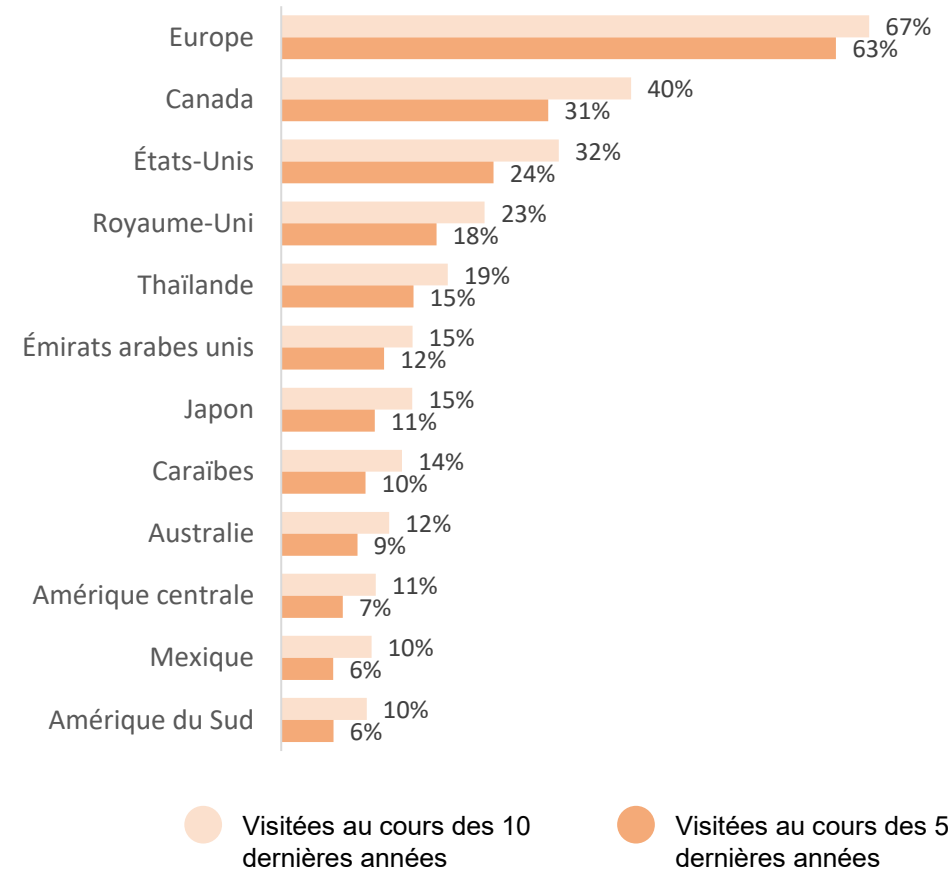
Ceux qui ont déjà visité le Canada sont également plus susceptibles d'avoir entre 25 et 44 ans, de disposer d'un revenu familial supérieur à 60 000 € et d'occuper un emploi à temps plein.

Nombre moyen de voyages effectués (au cours des 3 dernières années)

4,8
Total

6,6
A déjà visité le Canada

Destinations déjà visitées



S7. Combien de voyages d'agrément distincts de longue distance d'au moins quatre nuits avez-vous effectués au cours des trois dernières années en dehors de l'Allemagne ? (Réponse chiffrée); Répondants ayant effectué un voyage au cours des 3 dernières années (n = 921).

T1. Parmi les voyages d'agrément longue distance que vous avez effectués au cours des dix dernières années, quelles destinations avez-vous visitées ? (Sélection multiple); Tous les répondants (n = 1 012).

T1B. Parmi les destinations que vous avez sélectionnées, lesquelles avez-vous visitées au cours des 5 dernières années ? (Sélection multiple); Répondants ayant effectué un voyage au cours des 10 dernières années (n=994).

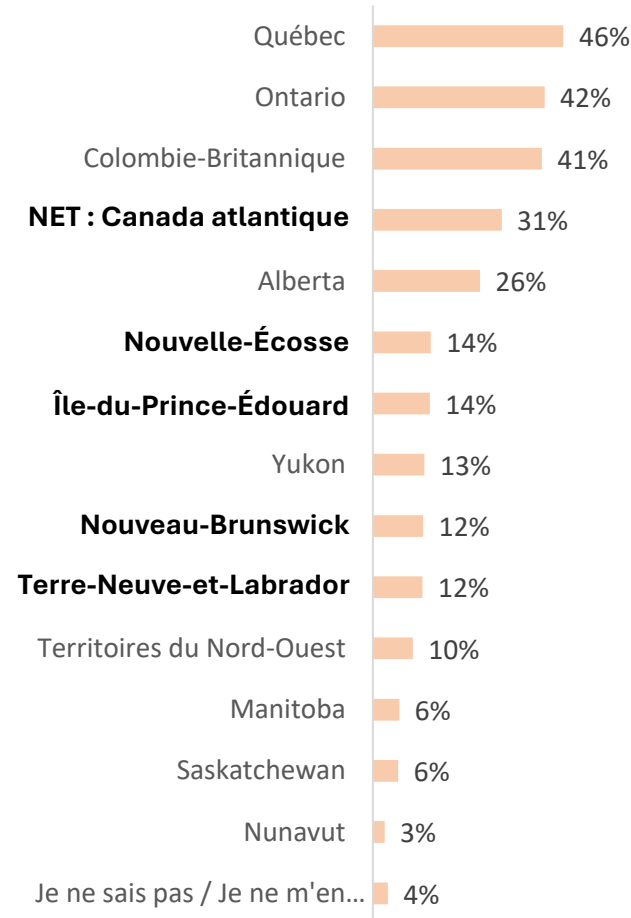
VOYAGES PRÉCÉDENTS AU CANADA

Parmi ceux qui ont déjà visité le Canada, environ un sur trois s'est rendu dans le Canada atlantique par le passé, et environ un sur sept a visité chacune des provinces de l'Atlantique.

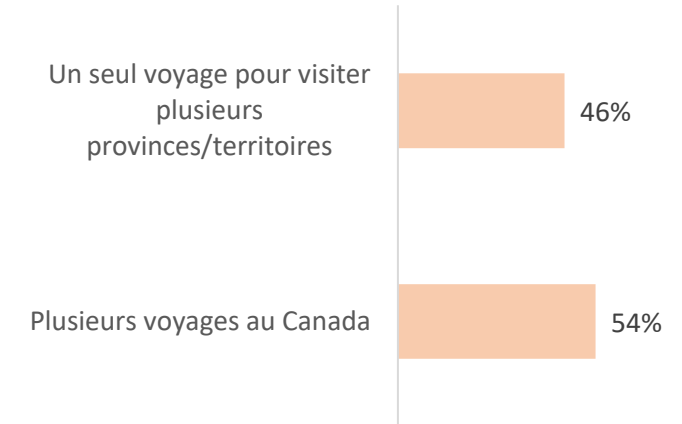
Visiter plusieurs destinations canadiennes au cours d'un même voyage est presque aussi courant que de répartir les visites sur plusieurs voyages.

Les voyageurs qui ont visité une province de la région de l'Atlantique sont également plus susceptibles d'en avoir visité d'autres, ce qui suggère que ces destinations sont souvent explorées ensemble au cours de différents voyages.

Destinations canadiennes visitées



Parmi ceux qui ont visité plusieurs provinces...



T2. Quelles provinces/territoires canadiens avez-vous visités au cours des cinq/dix dernières années ? (Sélection multiple) / T3. Avez-vous visité ces deux/toutes ces provinces/territoires au cours d'un seul voyage, ou avez-vous effectué plusieurs voyages au Canada pendant cette période ? (Sélection unique)

Répondants ayant visité le Canada (n = 405).

DURÉE DU SÉJOUR PAR PROVINCE

En moyenne, les voyageurs allemands ont passé 12,6 nuits au Canada pendant leur séjour.

Parmi ceux qui ont visité chacune des provinces de l'Atlantique, le nombre moyen de nuits passées dans cette province varie, Terre-Neuve-et-Labrador enregistrant la moyenne la plus élevée (5,3 nuits), suivie de la Nouvelle-Écosse (4,9), du Nouveau-Brunswick (3,6) et de l'Île-du-Prince-Édouard (3,4).

Parmi les voyageurs allemands visitant le Canada atlantique, les vols directs vers la région sont tout aussi courants que les vols vers une autre destination canadienne avant de poursuivre vers le Canada atlantique.

Remarque : ces chiffres reflètent le temps passé dans chaque province au cours d'un voyage au Canada et ne signifient pas que toutes les provinces ont été visitées au cours du même voyage.

Nombre moyen de nuits passées	
Canada	12,6
Nouveau-Brunswick	3,6
Terre-Neuve-et-Labrador	5,3
Nouvelle-Écosse	4,9
Île-du-Prince-Édouard	3,4

Remarque : Le nombre de nuitées est calculé à partir des répondants ayant visité chaque province ; il correspond aux nuitées passées dans cette province au cours d'un voyage au Canada, qui peut inclure des visites dans plusieurs provinces.

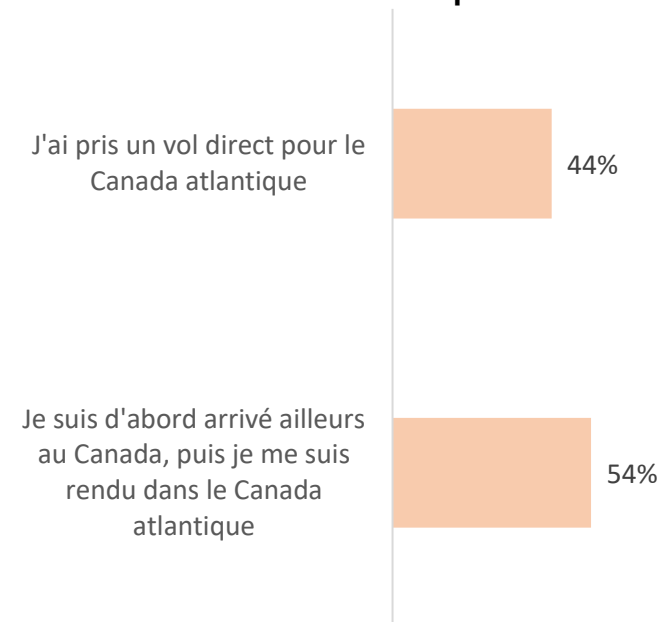
T4. En pensant à votre dernier voyage au Canada, combien de nuits environ avez-vous passé au Canada lors de ce voyage ? (Réponse numérique)

Répondants ayant visité le Canada (n = 405).

T5. En repensant à votre dernier voyage et aux [#] nuits passées au Canada, combien de nuits avez-vous passées dans le Canada atlantique ? (Saisie numérique)/ T6B. En repensant à votre dernier voyage au Canada lors duquel vous avez visité le Canada atlantique, où êtes-vous d'abord arrivé en avion ? (Sélection unique)

Répondants ayant visité le Canada atlantique (n = 127).

Parmi les personnes ayant visité le Canada atlantique...



Les voyageurs allemands dépensent en moyenne 8 329 \$ par voyage lorsqu'ils visitent le Canada.

Les dépenses estimées dans chaque province de l'Atlantique varient entre environ 3 094 \$ et 3 680 \$ par visite, Terre-Neuve-et-Labrador enregistrant la dépense moyenne la plus élevée.

Les dépenses provinciales estimées ont été calculées en répartissant proportionnellement les dépenses totales du voyage en fonction de la part des nuits passées dans chaque province par rapport au nombre total de nuits passées par le voyageur au Canada.

Dépenses totales du voyage au Canada (CAD)

8 329

par parti

**Dépenses estimées
Dans chaque province (CAD)**

Nouveau-Brunswick	3 154
Terre-Neuve-et-Labrador	3 680
Nouvelle-Écosse	3 514
Île-du-Prince-Édouard	3 094

T7. En repensant à votre dernier voyage au Canada, quel était votre budget total pour ce voyage, en euros (€) ? Notez qu'une estimation approximative suffit. (Converti en CAD) (Saisie numérique)
Répondants ayant visité le Canada (n = 405).

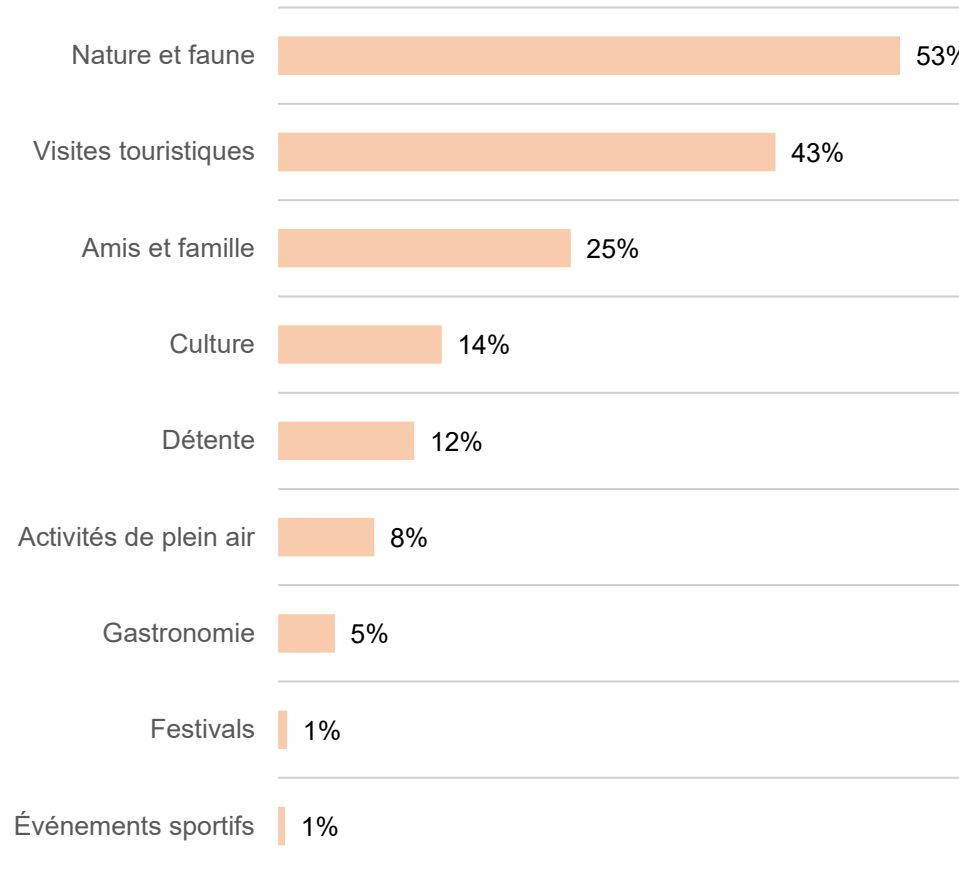
RAISONS DE CHOISIR LE CANADA ATLANTIQUE (RÉPONSES OUVERTES)

La nature et la faune constituent le principal attrait pour les visiteurs allemands au Canada atlantique, citées par près de six personnes sur dix comme raison principale de leur choix de cette région.

Le tourisme occupe également une place importante, reflétant un vif intérêt pour les paysages côtiers et les routes panoramiques de la région, tandis que la culture et la possibilité de rendre visite à des proches ou de voyager avec eux constituent des motivations secondaires, mais néanmoins significatives.

Parmi ceux qui ont visité Terre-Neuve-et-Labrador, la nature et la faune ressortent encore plus fortement comme facteur de motivation, renforçant le positionnement de la province autour de paysages distinctifs et d'expériences en plein air.

Principaux facteurs motivant la visite du Canada atlantique



“ J’ai décidé de visiter le Canada atlantique parce que j’ai été immédiatement attiré par cette région qui allie nature, tranquillité et culture authentique. Les provinces semblent moins peuplées que d’autres régions du Canada, et c’est ce qui les rend attrayantes à mes yeux. ”

“ J’ai choisi le Canada atlantique parce que je voulais voir les magnifiques paysages naturels et les régions côtières, et découvrir de près la culture et l’histoire canadiennes. Je voulais également explorer des endroits isolés et moins touristiques. ”

T6. Pourquoi avez-vous choisi de visiter le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard) ? (Question ouverte)
Répondants ayant visité le Canada atlantique (n = 127).

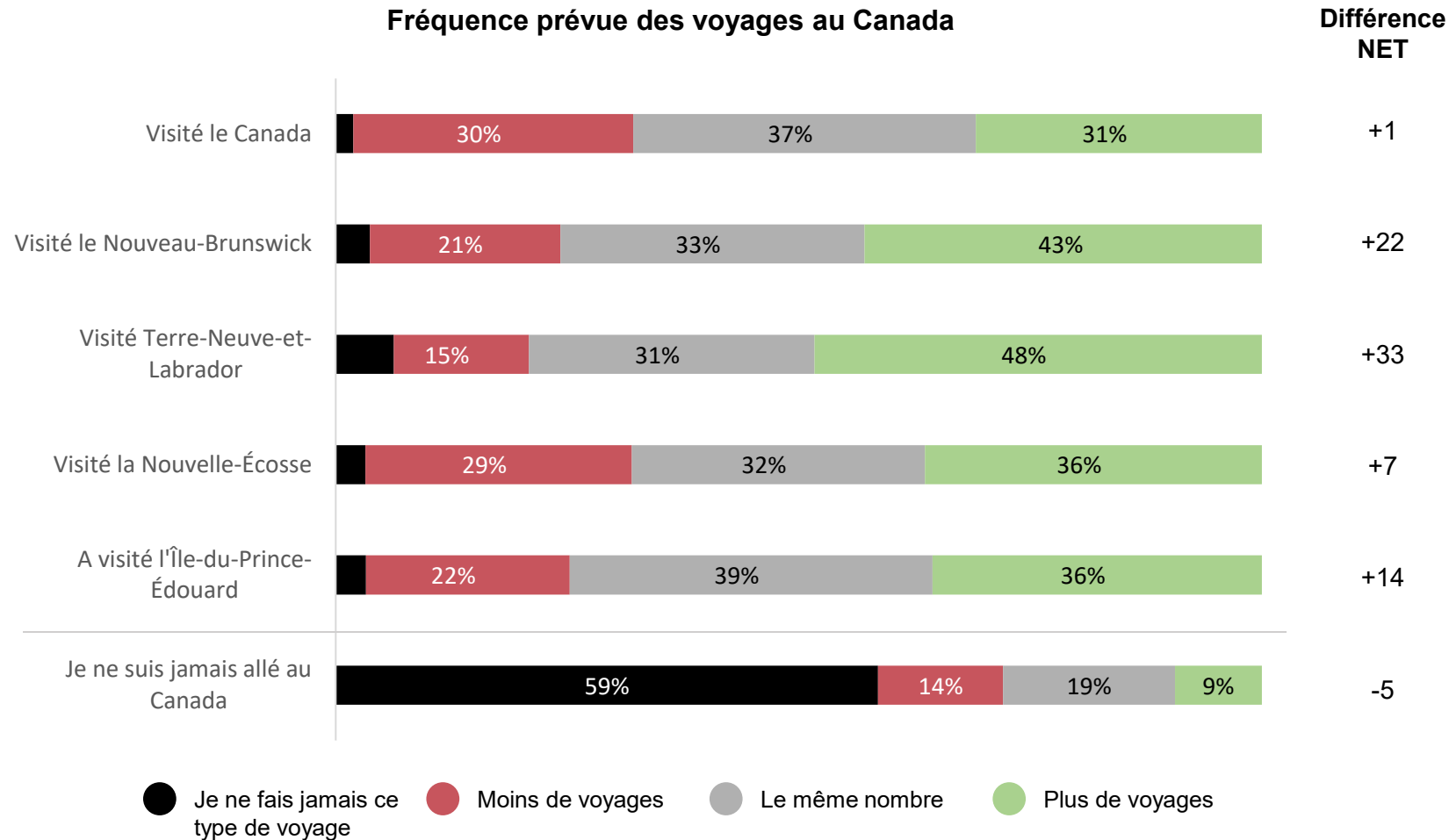
Près de quatre voyageurs sur dix ayant déjà visité le Canada envisagent d'effectuer le même nombre de voyages au Canada à l'avenir. Ils sont également tout aussi susceptibles d'indiquer qu'ils effectueront soit plus, soit moins de voyages.

Il est à noter que les voyageurs ayant déjà visité les provinces de l'Atlantique sont plus susceptibles de déclarer leur intention de revenir et d'effectuer d'autres voyages au Canada, ce qui suggère que des expériences de voyage positives dans la région peuvent encourager les visites répétées.

En revanche, six voyageurs allemands sur dix qui ne se sont jamais rendus au Canada ne prévoient pas d'y faire un voyage.

Les personnes plus jeunes (25-34 ans) sont nettement plus susceptibles de prévoir davantage de voyages au Canada que les autres tranches d'âge cette année.

Fréquence prévue des voyages au Canada



Remarque : Différence NETTE = Plus de trajets – Moins de trajets

T8. Pour chacun des types de voyage suivants, envisagez-vous de faire plus de voyages, le même nombre de voyages ou moins de voyages cette année par rapport à l'année dernière (Voyages au Canada) (Réponse unique).

Tous les répondants (n = 1 012).

CONNAISSANCE ET PERCEPTION DU CANADA

La notoriété du Canada atlantique auprès des voyageurs allemands varie selon les régions et est fortement influencée par leur expérience antérieure du Canada. Les niveaux de notoriété sont globalement similaires dans les quatre provinces de l'Atlantique, Terre-Neuve-et-Labrador et la Nouvelle-Écosse devant légèrement le Nouveau-Brunswick et l'Île-du-Prince-Édouard.

Les voyageurs allemands qui ont déjà visité le Canada sont beaucoup plus enclins à planifier de futurs voyages, près de la moitié d'entre eux prévoyant activement une nouvelle visite. En comparaison, la plupart de ceux qui n'ont jamais visité le Canada en sont encore à un stade précoce d'inspiration : beaucoup rêvent d'un voyage ou envisagent de partir, mais n'ont pas encore établi de plans concrets.

La connaissance des choses à faire et à voir dans le Canada atlantique varie également considérablement en fonction de l'expérience de voyage. Parmi les personnes ayant déjà visité le Canada, environ deux tiers déclarent bien connaître la région, tandis que ce pourcentage tombe à environ un tiers chez celles qui ne s'y sont jamais rendues.

La perception des provinces du Canada atlantique est très positive chez ceux qui connaissent la région. Dans les quatre provinces, environ huit voyageurs familiers sur dix les considèrent comme des destinations attrayantes, la Nouvelle-Écosse et Terre-Neuve-et-Labrador arrivant en tête, tandis que les autres provinces obtiennent également de bons résultats tant auprès des personnes ayant déjà visité le Canada que de celles qui ne l'ont pas encore fait.



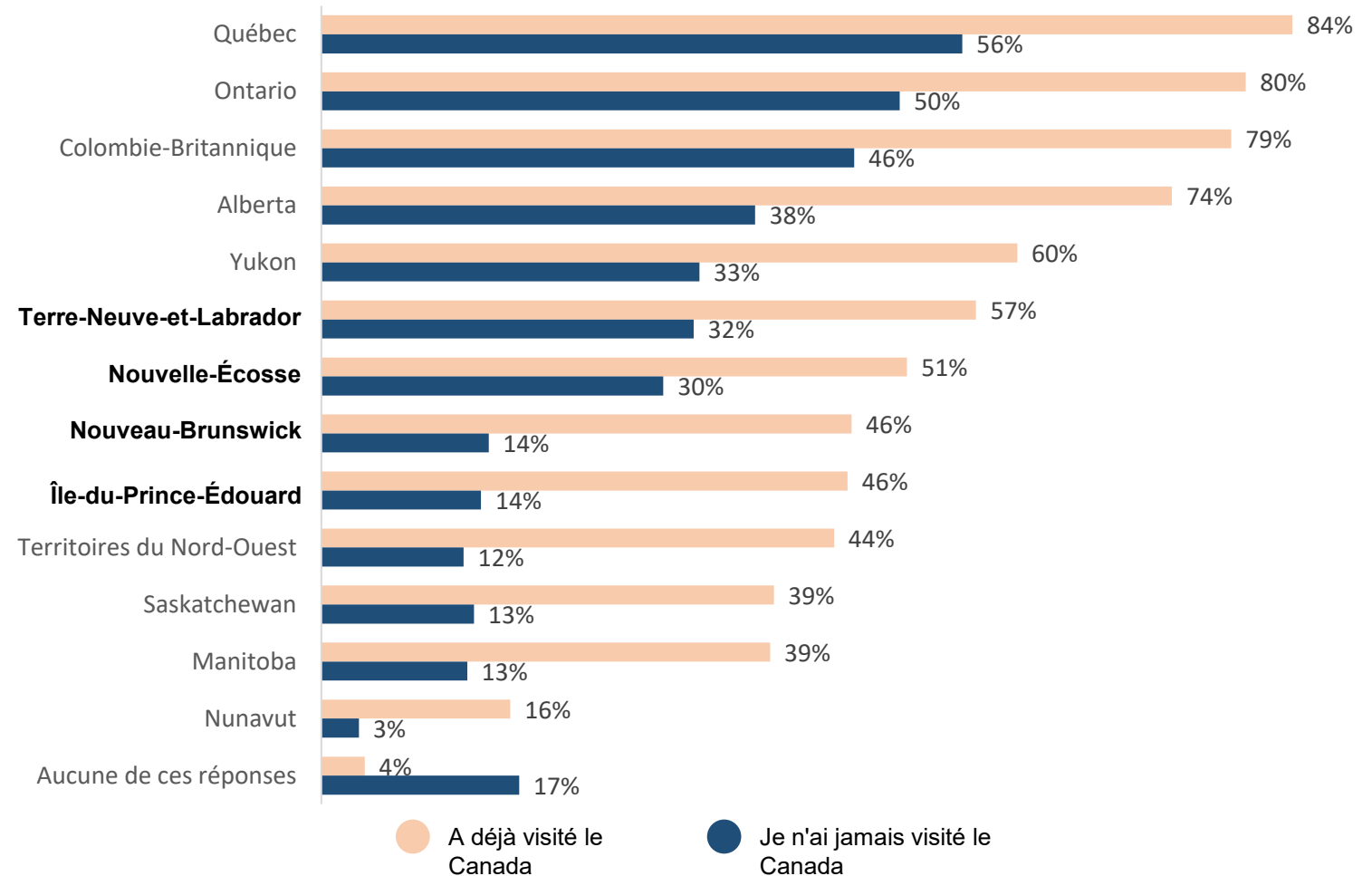
♀ Plage de Greenwich, Île-du-Prince-Édouard

La notoriété des provinces canadiennes est la plus élevée pour les destinations principales telles que le Québec, l'Ontario, la Colombie-Britannique et l'Alberta. Le Yukon se distingue également par une notoriété relativement forte auprès des voyageurs allemands.

Les provinces de l'Atlantique se situent dans la moyenne en termes de notoriété auprès des voyageurs allemands, avec une notoriété relativement similaire entre les quatre provinces. La notoriété est systématiquement plus élevée chez ceux qui ont déjà visité le Canada.

La notoriété varie selon le profil : les personnes qui connaissent Terre-Neuve-et-Labrador sont plus susceptibles d'être des hommes plus âgés, à revenus élevés, adeptes des activités de plein air ; la notoriété de la Nouvelle-Écosse concerne davantage les familles motivées par des objectifs, à revenus élevés ; celle du Nouveau-Brunswick concerne davantage les jeunes adultes ; et celle de l'Île-du-Prince-Édouard concerne davantage les adeptes des activités de plein air.

Notoriété des provinces et territoires canadiens



A1. En pensant spécifiquement au Canada, avant cette enquête, de quelles provinces ou territoires canadiens, le cas échéant, avez-vous déjà entendu parler ? (Réponses multiples)
Tous les répondants (rebasés) (n = 1 012).

INTENTION DE VOYAGE AU CANADA

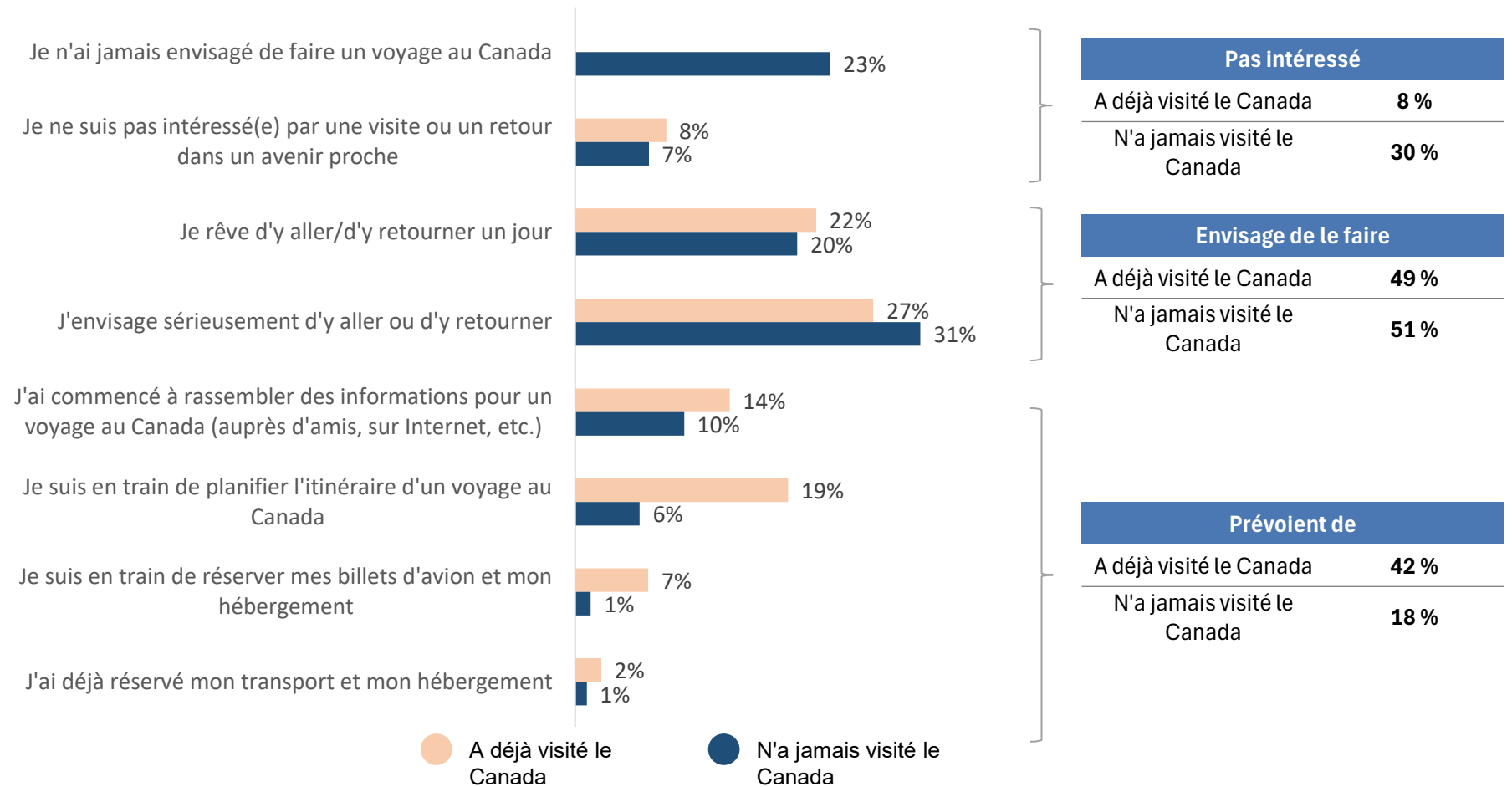
Les voyageurs allemands qui ont déjà visité le Canada sont bien plus engagés dans la planification de leur voyage, près de la moitié d'entre eux étant en phase de planification active, contre moins d'un cinquième de ceux qui n'ont jamais visité le Canada auparavant.

Parmi ceux qui n'ont jamais visité le Canada, un groupe important en est encore au stade de l'inspiration : beaucoup rêvent d'un voyage ou envisagent sérieusement d'en faire un, mais ne l'ont pas encore planifié.

Un quart de ceux qui n'ont jamais visité le Canada n'ont jamais envisagé d'y faire un voyage d'agrément. Ce phénomène est plus fréquent chez les personnes à faibles revenus.

Les voyageurs en phase de planification sont plus susceptibles d'appartenir à la catégorie des « familles sensibilisées », tandis que ceux en phase de réflexion ont tendance à être des « explorateurs en plein air ».

Intention de voyager au Canada

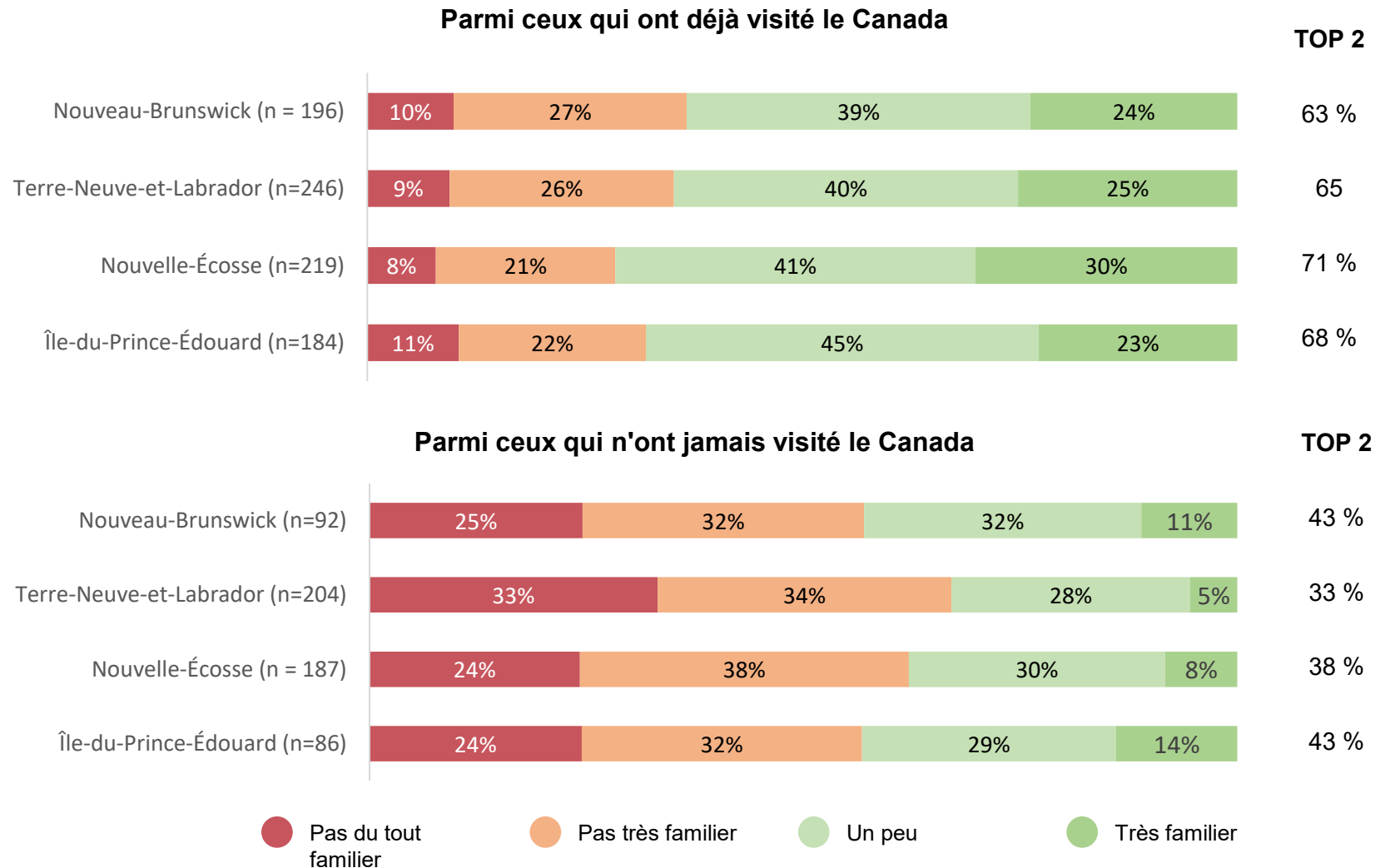


A2. Laquelle des affirmations suivantes décrit le mieux votre intention de visiter le Canada pour un voyage d'agrément long-courrier au cours des deux prochaines années ? (Sélection unique)
Tous les répondants (n = 1 012).

La connaissance des choses à voir et à faire dans le Canada atlantique est nettement plus élevée chez les voyageurs ayant déjà visité le Canada, environ deux tiers d'entre eux déclarant connaître chaque province.

La Nouvelle-Écosse est la province la mieux connue de ce groupe, tandis que Terre-Neuve-et-Labrador, l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick affichent également des niveaux de connaissance solides et assez proches les uns des autres. Les personnes plus jeunes (25-34 ans) sont plus susceptibles de connaître les activités et les sites touristiques des provinces du Canada atlantique.

Parmi ceux qui n'ont jamais visité le Canada, la connaissance diminue considérablement, avec seulement environ un sur trois estimant connaître ce qu'il y a à voir et à faire dans la plupart des provinces.



A3. Dans quelle mesure connaissez-vous ce qu'il y a à voir et à faire dans chacune des provinces du Canada atlantique suivantes pendant vos vacances (échelle à 4 points)

Répondants ayant déjà entendu parler des provinces de l'Atlantique ou les ayant déjà visitées.

L'ATTRACTIVITÉ DU CANADA ATLANTIQUE

Parmi les personnes connaissant bien la région, l'attrait est uniformément élevé dans les quatre provinces de l'Atlantique, environ huit personnes sur dix les considérant chacune comme une destination attrayante.

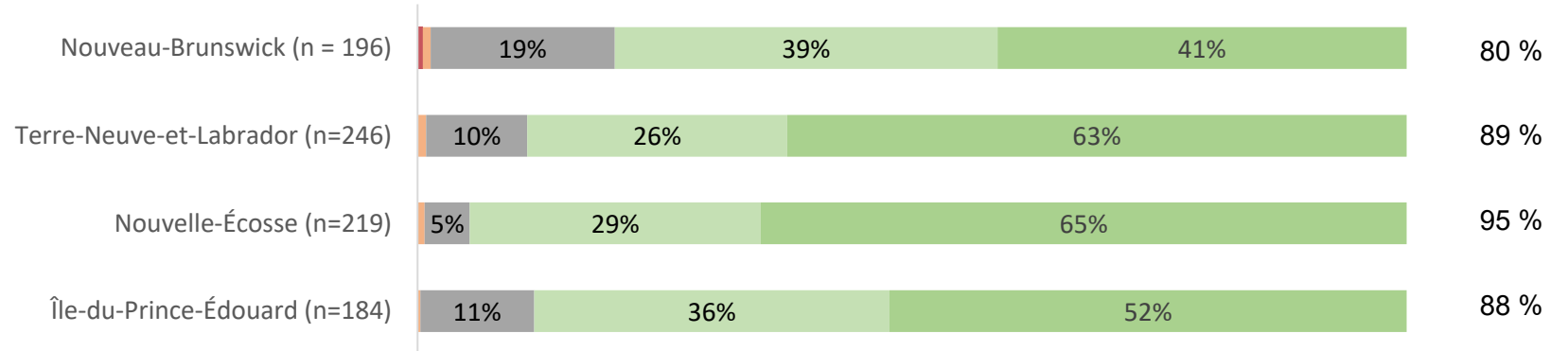
Parmi ceux qui ont déjà visité le Canada, la Nouvelle-Écosse arrive en tête en termes d'attrait, suivie de près par Terre-Neuve-et-Labrador, l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick.

Parmi ceux qui n'ont jamais visité le Canada, l'attrait est légèrement inférieur mais reste solide dans toutes les provinces. La Nouvelle-Écosse et le Nouveau-Brunswick suscitent un attrait plus fort auprès de ce groupe.

Ceux qui trouvent le Nouveau-Brunswick attrayant sont généralement des « familles sensibilisées », tandis que les « adeptes de simplicité » sont les moins susceptibles de trouver Terre-Neuve-et-Labrador ou l'Île-du-Prince-Édouard attrayantes.

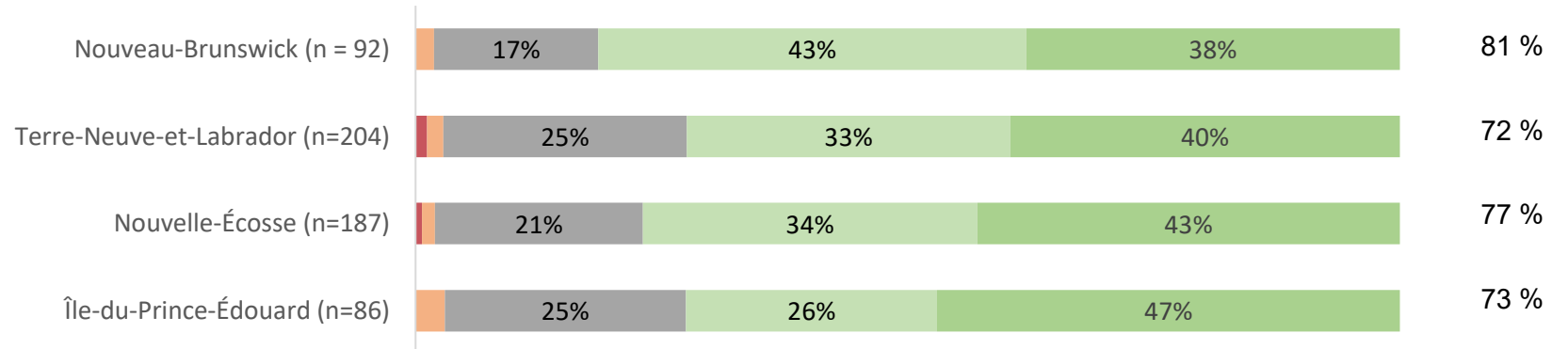
Parmi ceux qui ont visité le Canada

TOP 2



Parmi ceux qui n'ont jamais visité le Canada

TOP 2



● Très peu attrayant ● Plutôt peu attrayant ● Neutre ● Plutôt attrayant ● Très attrayant

A4. Dans l'ensemble, comment évalueriez-vous chacune des provinces du Canada atlantique suivantes en tant que destination de voyage ? (échelle de 5 points)

Répondants ayant entendu parler des provinces du Canada atlantique ou les ayant déjà visitées.

INTÉRÊT POUR VISITER LE CANADA ATLANTIQUE

L'intérêt pour le Canada atlantique est le plus fort chez les voyageurs allemands ayant déjà visité le Canada, ce qui confirme l'importance des visites passées dans l'orientation des intentions de voyage futures. C'est la Nouvelle-Écosse et Terre-Neuve-et-Labrador qui suscitent le plus d'intérêt.

Bien que l'intérêt soit moindre chez ceux qui n'ont jamais visité le Canada, la tendance générale reste la même, ces deux provinces suscitant le plus d'intérêt. Les jeunes voyageurs, en particulier ceux âgés de 25 à 44 ans, sont plus enclins à envisager un voyage dans la région que les segments plus âgés.

L'attrait du Canada atlantique en tant que destination autonome est le plus fort chez les visiteurs récents du Canada et les voyageurs qui connaissent déjà ses provinces. Cependant, cette perception positive ne se traduit pas par des visites exclusives, car l'attrait en tant que destination autonome reste tout aussi élevé chez ceux qui prévoient de visiter uniquement la région et ceux qui la combinent avec le reste du Canada.

Lorsqu'ils envisagent un voyage au Canada atlantique, la plupart des voyageurs considèrent la région comme une expérience multi-provinciale. Environ trois quarts d'entre eux indiquent qu'ils visiteraient plus d'une province.

Pour ceux qui ont déjà visité le Canada, la voiture est le moyen de transport préféré pour se déplacer entre les provinces, ce qui reflète un désir de flexibilité et d'exploration. Parmi ceux qui n'ont jamais visité le Canada, l'avion et la voiture sont tous deux considérés comme des options viables.

La diversité des paysages et des panoramas est le principal facteur incitant à visiter plusieurs provinces, parallèlement à la possibilité de découvrir différentes communautés et cultures et à la facilité de se déplacer dans la région.



📍 Cable John Cove, Terre-Neuve-et-Labrador

CONSIDÉRATIONS RELATIVES AUX VOYAGES DANS LE CANADA ATLANTIQUE

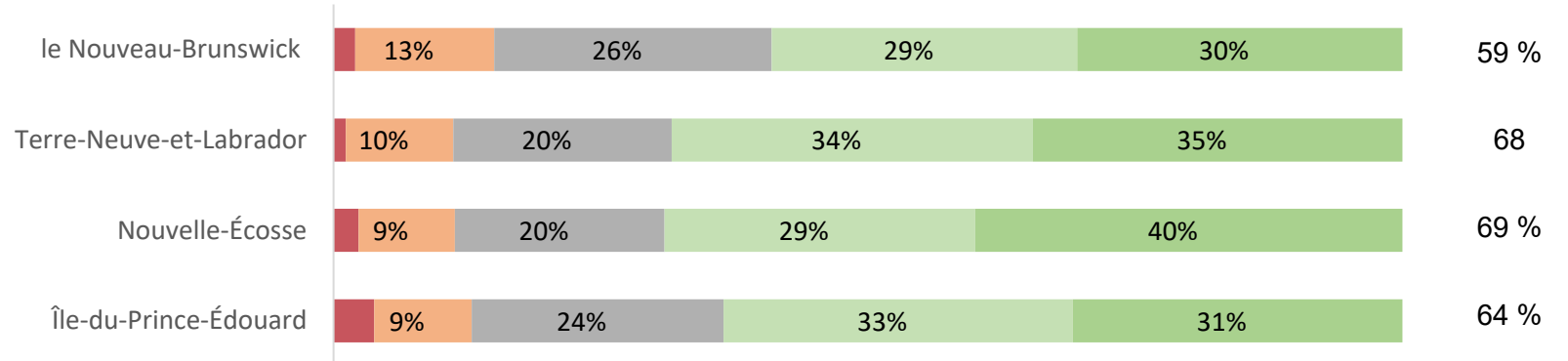
Les voyageurs allemands ayant déjà visité le Canada sont plus enclins à envisager de se rendre dans le Canada atlantique, Terre-Neuve-et-Labrador et la Nouvelle-Écosse étant les provinces les plus fréquemment envisagées, chacune étant citée par plus des deux tiers des voyageurs.

Les niveaux d'intérêt diminuent chez ceux qui n'ont jamais visité le Canada, mais la tendance est similaire. Terre-Neuve-et-Labrador et la Nouvelle-Écosse se classent en tête des provinces les plus envisagées, suivies du Nouveau-Brunswick, puis de l'Île-du-Prince-Édouard.

Les personnes plus jeunes (25-34 ans, 35-44 ans) sont plus enclines à envisager de visiter des destinations du Canada atlantique que les autres tranches d'âge.

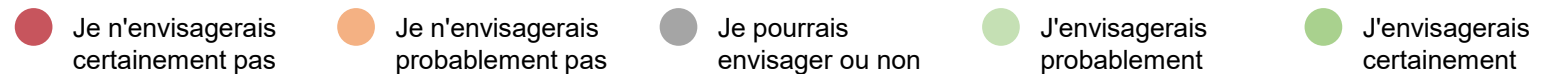
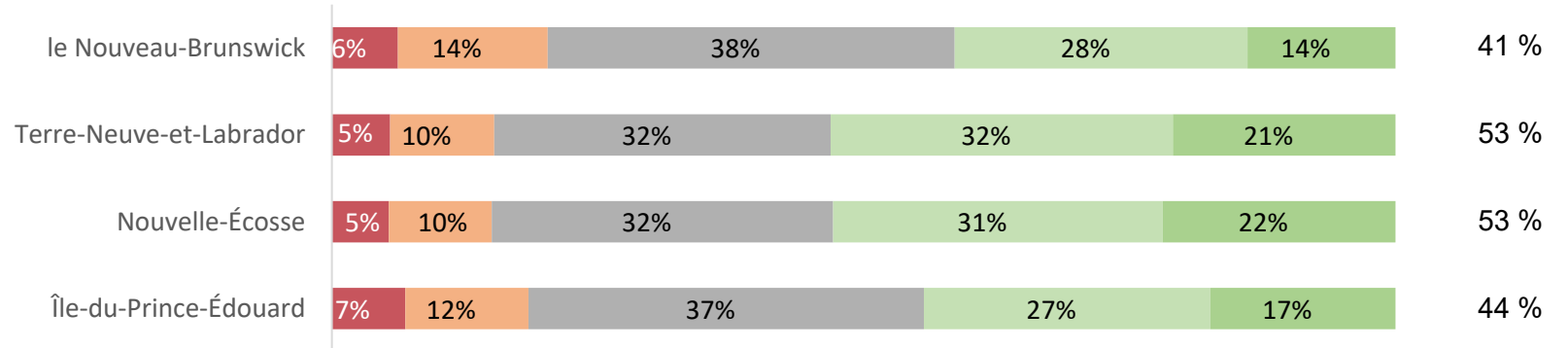
Intention – Pour ceux qui sont déjà allés au Canada

TOP 2



Intention – Pour ceux qui ne sont jamais allés au Canada

TOP 2

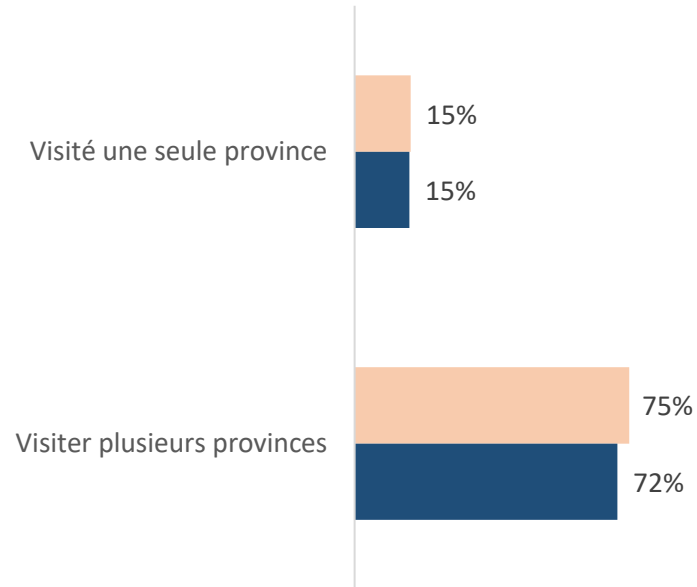


F1. Lorsque vous envisagez vos projets de voyage pour les deux prochaines années, dans quelle mesure êtes-vous susceptible d'envisager chacune des destinations suivantes du Canada atlantique dans le cadre d'un voyage d'agrément long-courrier au Canada ? (échelle de 5 points) Répondants qui envisagent et planifient un voyage au Canada (n = 796).

Environ trois quarts des voyageurs allemands indiquent qu'ils visiteraient plusieurs provinces s'ils planifiaient un voyage au Canada atlantique, cette tendance se confirmant aussi bien chez ceux qui ont déjà visité le Canada que chez ceux qui ne l'ont jamais fait.

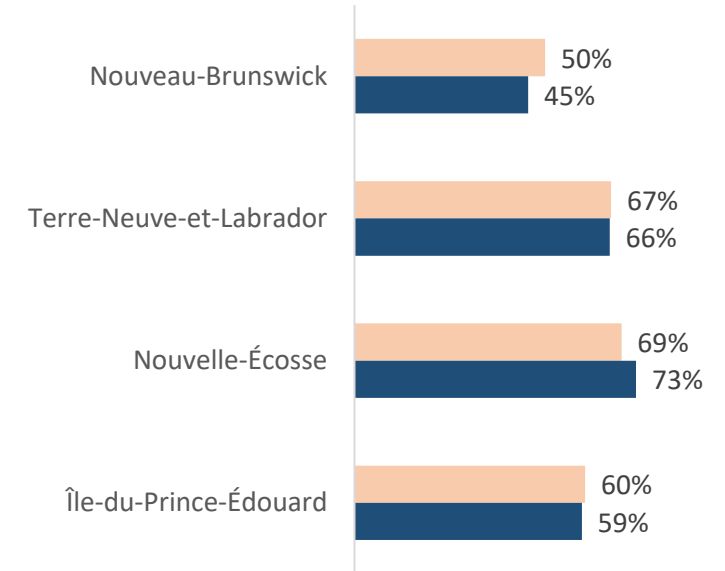
Terre-Neuve-et-Labrador et la Nouvelle-Écosse sont les provinces les plus fréquemment citées comme destinations à inclure dans leur itinéraire, suivies de près par l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick, qui suscitent un intérêt tout aussi marqué chez les deux segments de voyageurs.

Composition des voyages au Canada atlantique



● A déjà visité le Canada ● N'a jamais visité le Canada

Provinces du Canada atlantique à visiter



F3. Si vous planifiez un voyage au Canada atlantique, visiteriez-vous une seule province de la région ou plusieurs provinces du Canada atlantique ? (Réponse unique)

Répondants envisageant de voyager dans plus d'une province du Canada atlantique (n = 515).

F3B. Quelles provinces du Canada atlantique envisageriez-vous de visiter lors de ce voyage ? (Sélection multiple)

Répondants qui visiteraient plusieurs provinces (n = 381).

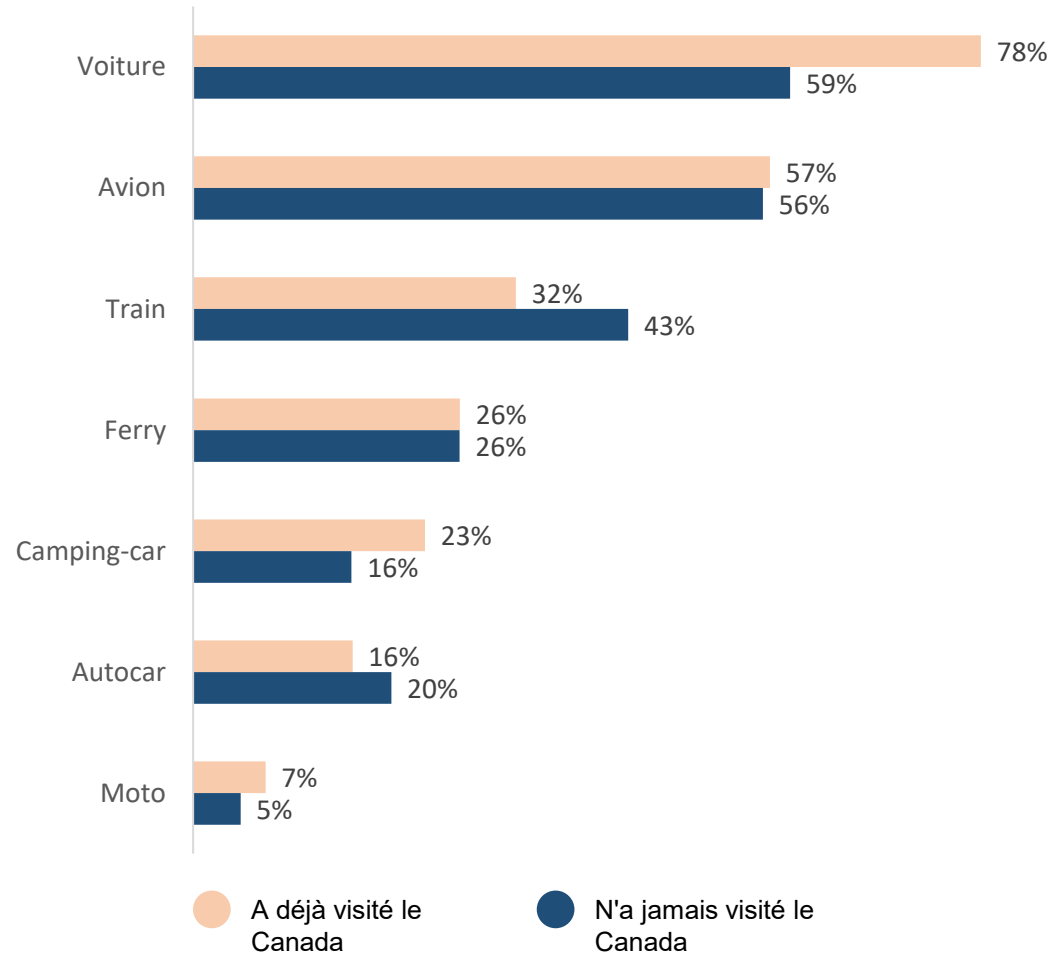
Les trois quarts des voyageurs allemands ayant déjà visité le Canada indiquent que la voiture serait leur principal moyen de transport entre les provinces.

Parmi l'ensemble des voyageurs, l'avion et la voiture sont considérés de manière similaire, plus de la moitié indiquant qu'ils utiliseraient l'une ou l'autre de ces options pour se déplacer d'une province à l'autre.

Les voyageurs ayant déjà visité le Canada sont moins susceptibles de citer le train comme principal moyen de transport entre les provinces.

Les voyageurs qui prévoient de prendre l'avion pour se déplacer d'une province à l'autre sont plus susceptibles d'envisager de visiter l'Île-du-Prince-Édouard, tandis que ceux qui prévoient de voyager en camping-car sont plus susceptibles de voyager avec des enfants.

Principal moyen de transport pour voyager entre les provinces



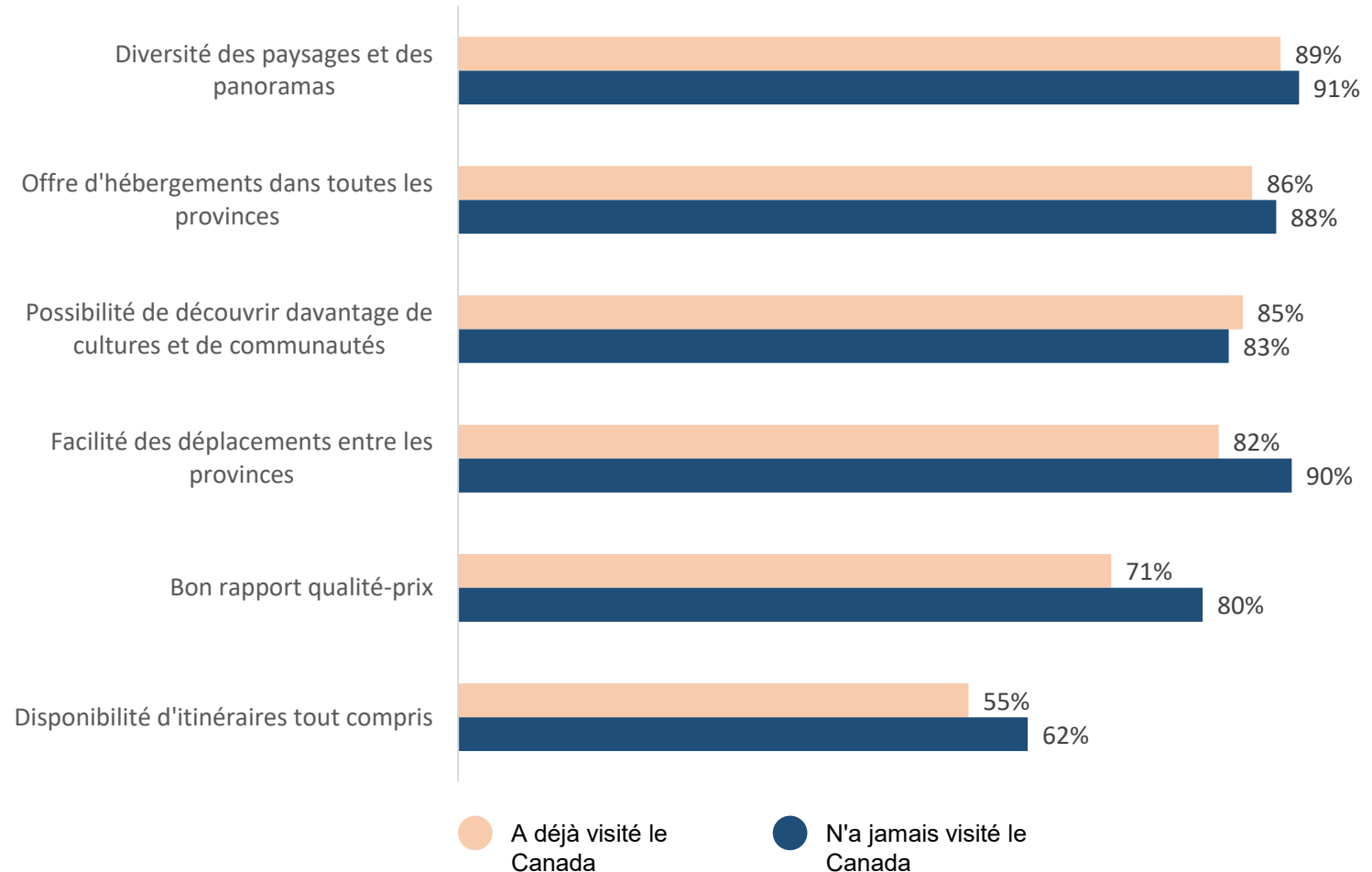
F4. Quel(s) mode(s) de transport utiliseriez-vous pour voyager entre les provinces du Canada atlantique ? (Sélection multiple)
Répondants qui visiteraient plusieurs provinces (n = 379).

La diversité des paysages et des panoramas est le principal facteur incitant à visiter plusieurs provinces du Canada atlantique ; neuf voyageurs sur dix, qu'ils aient déjà visité le Canada ou non, la citent comme un élément important.

La disponibilité des hébergements, la facilité de déplacement entre les provinces et la possibilité de découvrir différentes cultures et communautés locales sont également des facteurs très influents. Les personnes n'ayant jamais visité le Canada accordent une importance particulièrement grande à la facilité de transport, neuf sur dix la citant comme un facteur clé.

Le rapport qualité-prix est un facteur clé pour huit voyageurs sur dix n'ayant jamais visité le Canada et sept sur dix parmi ceux qui y sont déjà allés. La disponibilité d'itinéraires tout compris joue un rôle plus secondaire.

Facteurs influençant les déplacements dans plusieurs provinces (TOP 2 % d'importance)

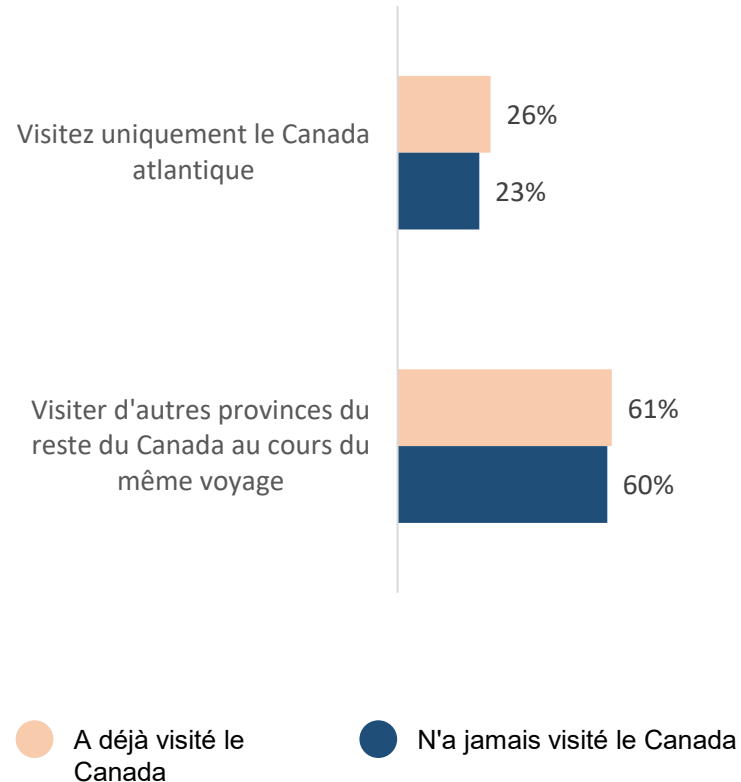


F4B. Dans quelle mesure chacun des facteurs suivants influence-t-il votre décision de visiter plusieurs provinces du Canada atlantique au cours d'un même voyage ? (Échelle de 5 points)
 Répondants qui visiteraient plusieurs provinces (n = 381).

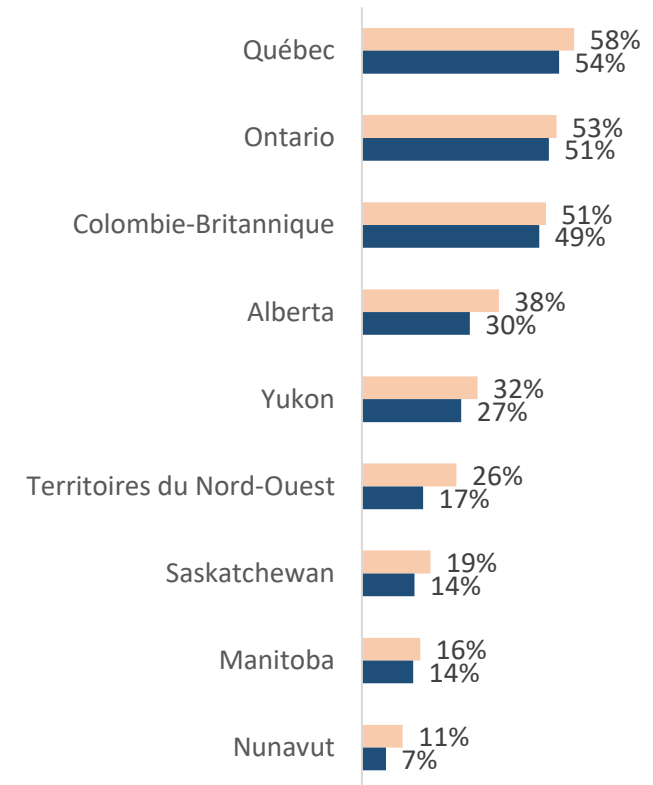
De nombreux voyageurs considèrent le Canada atlantique comme faisant partie d'un itinéraire plus large au Canada : six sur dix le combinent avec d'autres provinces, tandis que seulement environ deux sur dix prévoient de se concentrer uniquement sur le Canada atlantique. Cette tendance est constante, que les voyageurs aient déjà visité le Canada ou non.

Parmi ceux qui souhaitent visiter plusieurs provinces, le Québec, l'Ontario et la Colombie-Britannique apparaissent comme les principales destinations complémentaires.

Visiter le Canada atlantique seul ou en combinaison avec d'autres provinces



Provinces canadiennes envisagées



F5. Si vous planifiez un voyage dans le Canada atlantique, visiteriez-vous uniquement le Canada atlantique ou visiteriez-vous d'autres provinces du reste du Canada au cours du même voyage ? (Réponse unique); Répondants intéressés par un voyage dans au moins une province du Canada atlantique (n = 614).

F6. Quelles autres provinces ou territoires canadiens envisageriez-vous de visiter dans le cadre d'un voyage dans le Canada atlantique ? (Sélection multiple); Répondants intéressés par la visite d'autres provinces du Canada (n = 370).

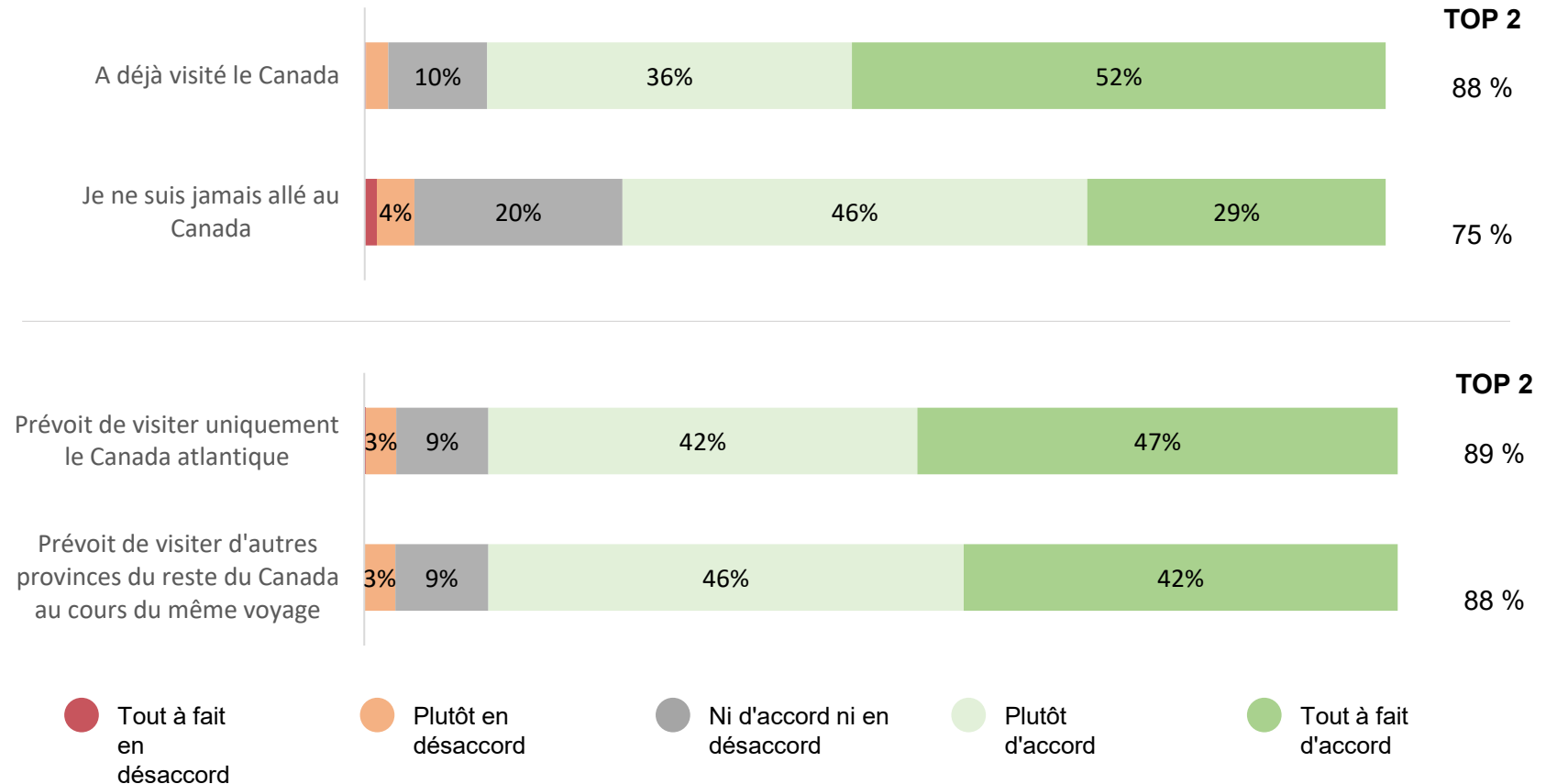
DESTINATION À PART ENTIÈRE

Le fait d'avoir déjà visité le Canada renforce l'attrait du Canada atlantique en tant que destination à part entière : près de neuf anciens visiteurs sur dix perçoivent la région de cette manière, contre les trois quarts des personnes n'ayant jamais visité le pays. Cependant, cet attrait ne se traduit pas nécessairement par un voyage exclusivement dans cette région.

L'attrait est nettement plus élevé chez ceux qui ont visité le Canada récemment (au cours des cinq dernières années) que chez ceux qui ont voyagé il y a plus longtemps ou qui ne s'y sont jamais rendus.

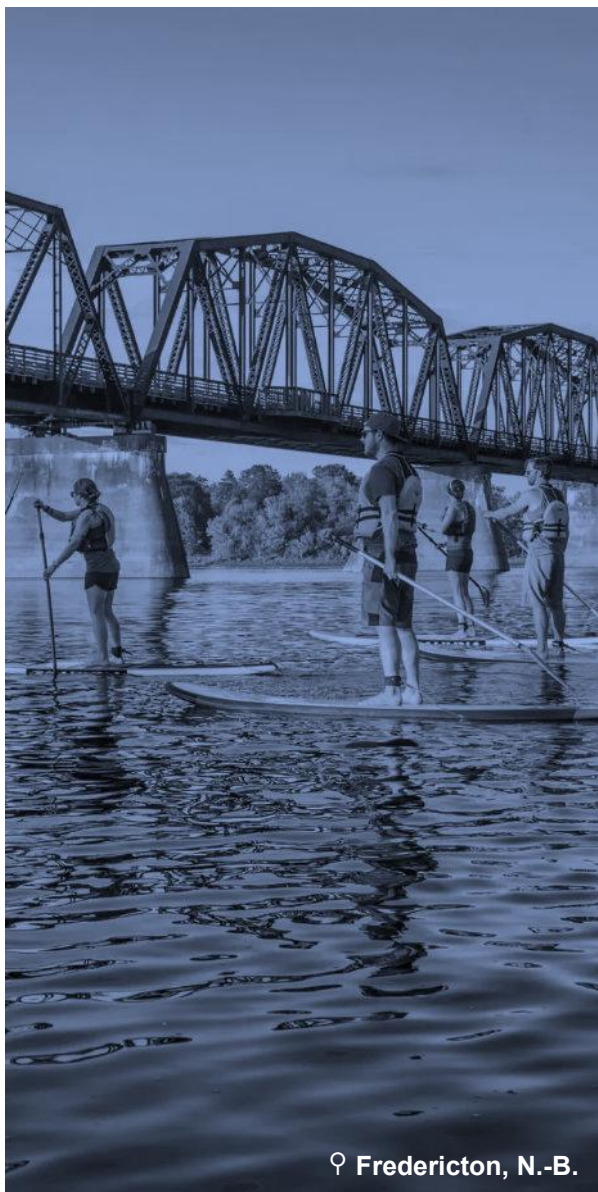
La notoriété contribue également à l'attrait, les voyageurs connaissant au moins une province de l'Atlantique étant nettement plus susceptibles de la considérer comme une destination à part entière.

Le Canada atlantique en tant que destination à part entière



G1B. En pensant spécifiquement au Canada atlantique en tant que destination de voyage, dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec l'affirmation suivante : [Le Canada atlantique est suffisamment attrayant pour être visité en tant que destination à part entière]. (Échelle de 5 points); Tous les répondants (n = 1 012).

F5. Si vous planifiez un voyage au Canada atlantique, visiteriez-vous uniquement le Canada atlantique ou visiteriez-vous d'autres provinces du reste du Canada au cours du même voyage ? (Choix unique); Répondants intéressés par un voyage dans au moins une province du Canada atlantique (n = 614).



📍 Fredericton, N.-B.

FACTEURS MOTIVANTS ET OBSTACLES

Les voyageurs allemands sont principalement attirés par le Canada atlantique pour ses expériences en pleine nature, les visites touristiques, la découverte de lieux uniques, la visite de parcs, la randonnée et l'observation de la faune figurant systématiquement parmi les principales motivations dans toutes les provinces. La nature et la faune se distinguent comme les atouts majeurs de la région, soutenus par des atouts secondaires tels que la culture, l'accueil des communautés et les expériences d'aventure en plein air. D'autres expériences, telles que l'observation des marées les plus hautes du monde, la découverte de la gastronomie locale, les activités de bien-être et la visite de sites historiques ou de galeries, constituent d'importants facteurs de motivation secondaires qui renforcent l'intérêt global.

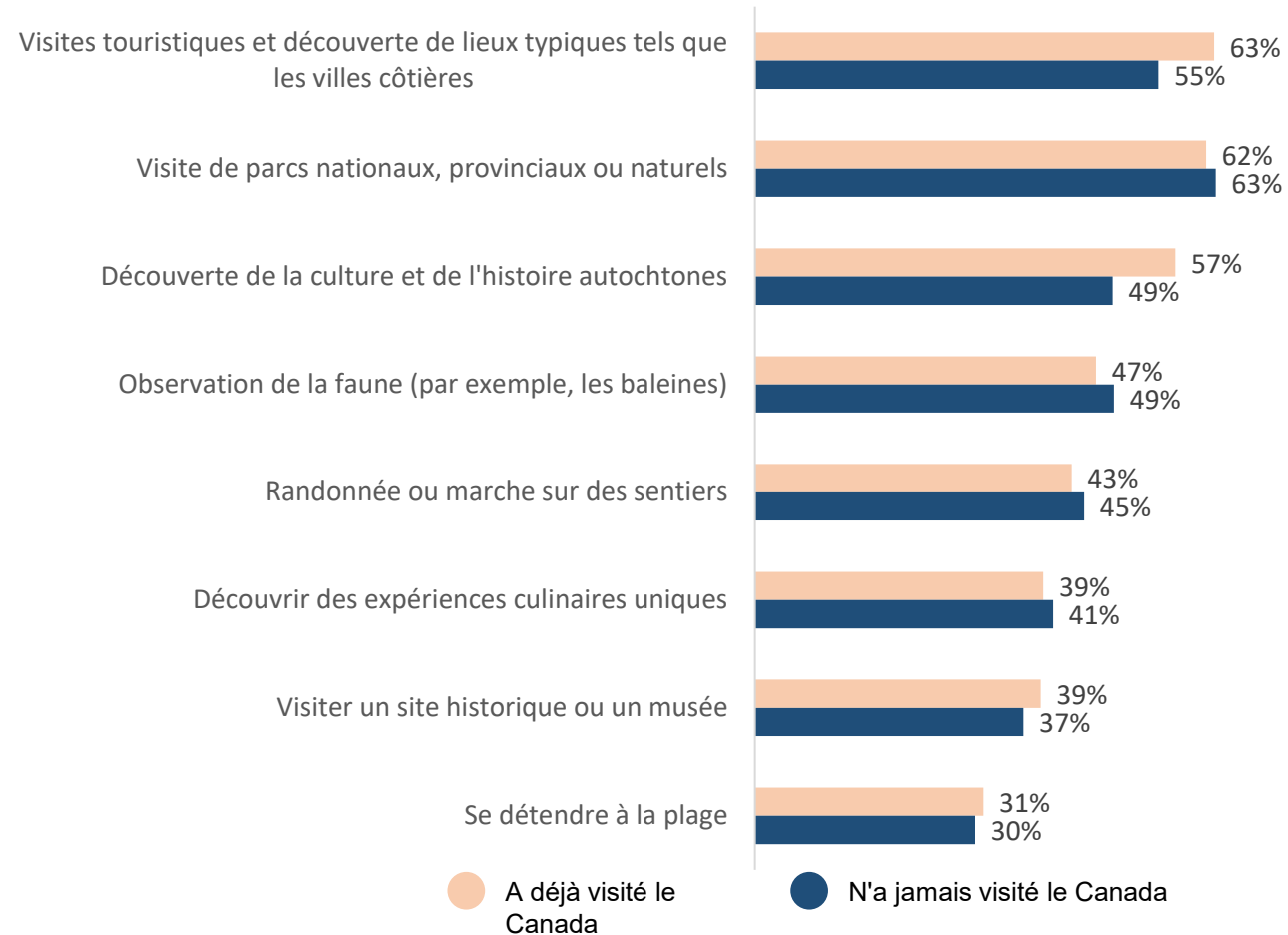
Dans toutes les provinces, l'organisation du transport sur place reste la considération la plus importante, suivie de facteurs tels que la perception du Canada atlantique comme un lieu accueillant et la possibilité de visiter plusieurs provinces. Cependant, la faible notoriété de la destination reste le principal obstacle, près de la moitié des voyageurs allemands citant un manque de connaissances sur le Canada atlantique. Les préoccupations liées aux coûts, l'attrait perçu comme moindre et la distance à parcourir constituent également des obstacles modérés, tandis que des facteurs tels que le climat, l'éloignement ou le nombre limité d'attractions jouent un rôle relativement mineur dans les décisions de voyage.

Les visites touristiques et les expériences en pleine nature sont les principaux facteurs qui incitent les voyageurs allemands à visiter le Nouveau-Brunswick, et ce, dans les deux groupes.

La visite de parcs et l'exploration de lieux distincts, tels que les villes côtières, constituent les motivations les plus fortes, en particulier chez les « explorateurs en plein air » et les « familles sensibilisées ». Viennent ensuite la découverte de la culture autochtone et l'observation de la faune. La randonnée et la marche sur sentiers jouent également un rôle important, surtout pour les « explorateurs en plein air ».

D'autres expériences viennent renforcer la motivation à voyager au Nouveau-Brunswick. Il s'agit notamment de découvrir des expériences culinaires uniques, de visiter des sites historiques ou des musées, et d'observer les marées les plus hautes du monde. La visite de sites historiques est particulièrement attrayante pour les « familles sensibilisées », mais l'est moins pour les « globe-trotteurs raffinés ».

Principales raisons de visiter



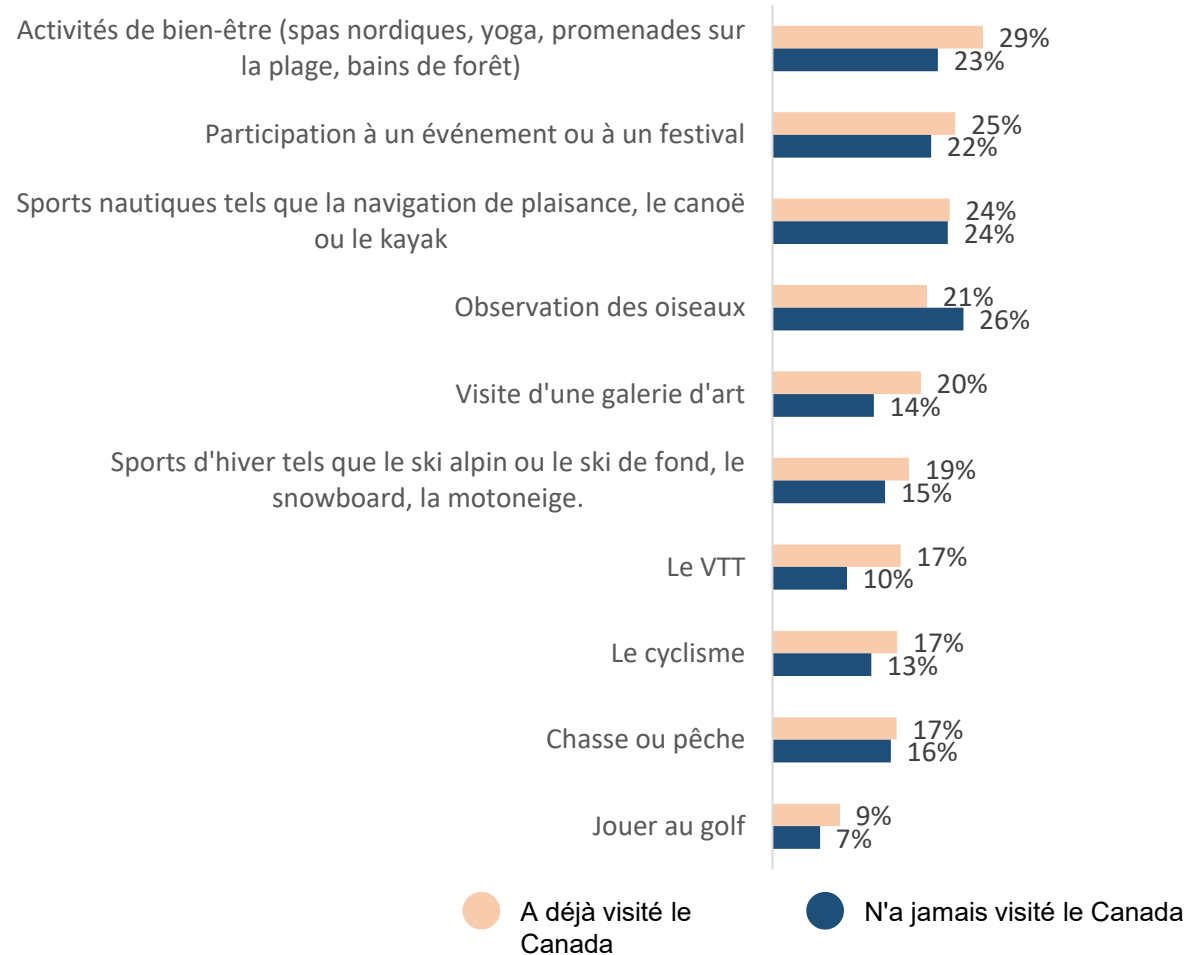
C1. Si vous deviez voyager dans le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard), dans quelle mesure chacun des facteurs suivants influencerait-il votre décision de vous y rendre ? (Échelle de 3 points); Répondants envisageant de visiter le Nouveau-Brunswick (n = 395).

Plusieurs activités de plein air et de loisirs ne constituent pas des facteurs de motivation importants pour les voyageurs allemands qui envisagent de se rendre au Nouveau-Brunswick, en particulier parmi certains segments. Le golf se distingue comme l'activité la moins influente, surtout chez les « explorateurs en plein air ».

Des activités telles que la chasse ou la pêche, les sports d'hiver, le cyclisme et le VTT ont également une influence globalement plus limitée. Cependant, certaines activités trouvent un écho plus fort auprès des « familles sensibilisées », notamment le cyclisme et le VTT, ainsi que l'observation des oiseaux.

Les expériences telles que les sports nautiques, les activités de bien-être, les festivals et les galeries d'art ont tendance à être davantage des considérations secondaires plutôt que des facteurs clés. La visite de galeries d'art est nettement moins motivante pour les « explorateurs en plein air ».

Principales raisons de visiter



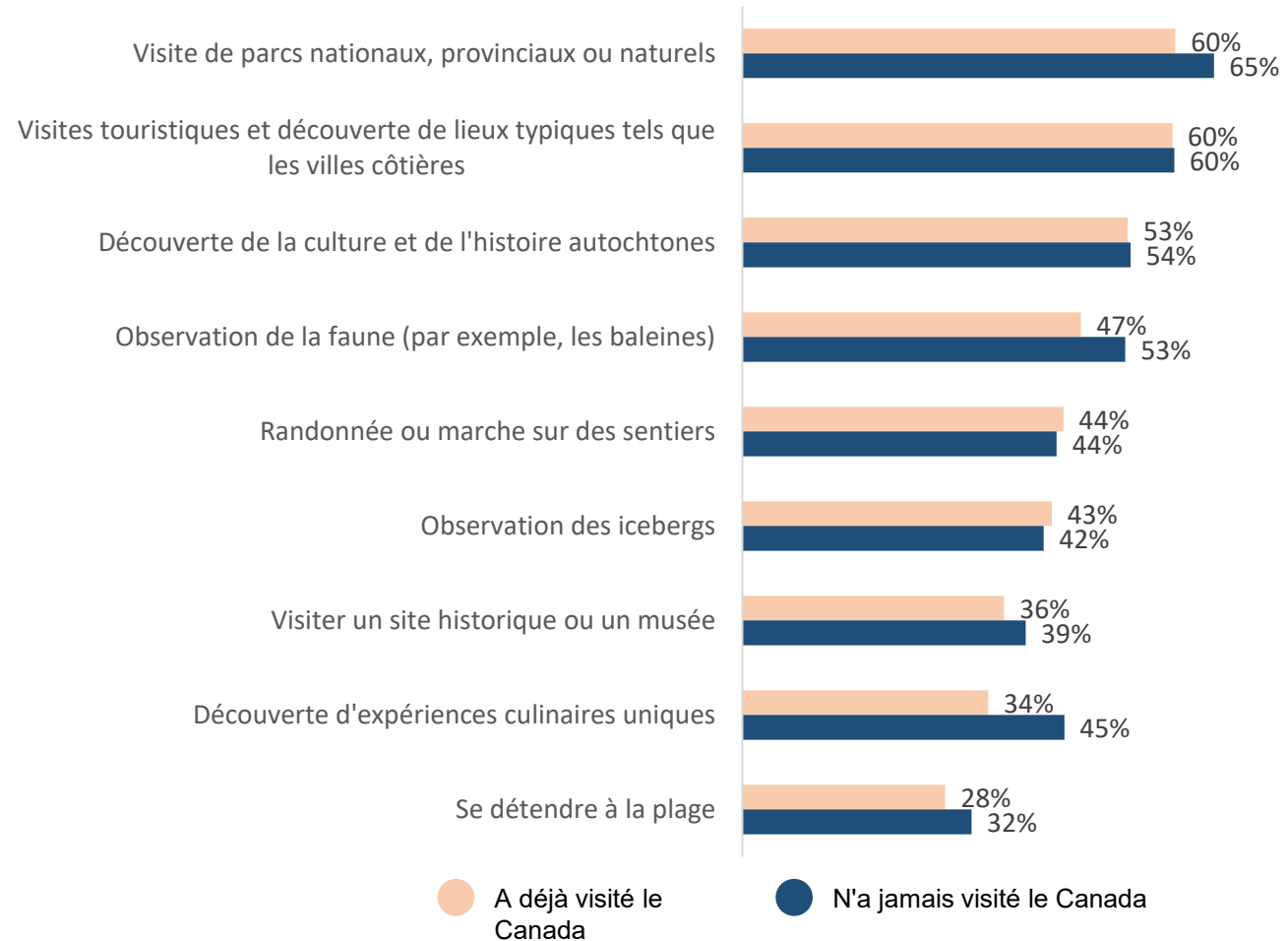
C1. Si vous deviez voyager dans le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard), dans quelle mesure chacun des facteurs suivants influencerait-il votre décision de vous y rendre ? (échelle de 3 points); Répondants envisageant de visiter le Nouveau-Brunswick (n = 395).

Les expériences en pleine nature sont les principaux facteurs qui incitent les voyageurs allemands à visiter Terre-Neuve-et-Labrador sur les deux marchés.

La visite de parcs et l'exploration de lieux distincts, tels que les villes côtières, constituent les motivations les plus fortes, en particulier chez les amateurs de plein air. Viennent ensuite la découverte de la culture autochtone et l'observation de la faune. La randonnée joue également un rôle important dans l'intérêt manifesté, surtout chez les amateurs de plein air.

Plusieurs autres expériences contribuent également à l'attrait de Terre-Neuve-et-Labrador. L'observation des icebergs se distingue comme un attrait unique de la province, tandis que la découverte d'expériences culinaires et la visite de sites historiques constituent des motivations complémentaires. La visite de sites historiques est particulièrement attrayante pour les familles sensibilisées.

Principales raisons de visiter



C1. Si vous deviez voyager dans le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard), dans quelle mesure chacun des facteurs suivants influencerait-il votre décision de vous y rendre ? (échelle de 3 points); Répondants envisageant de visiter Terre-Neuve-et-Labrador (n = 480).

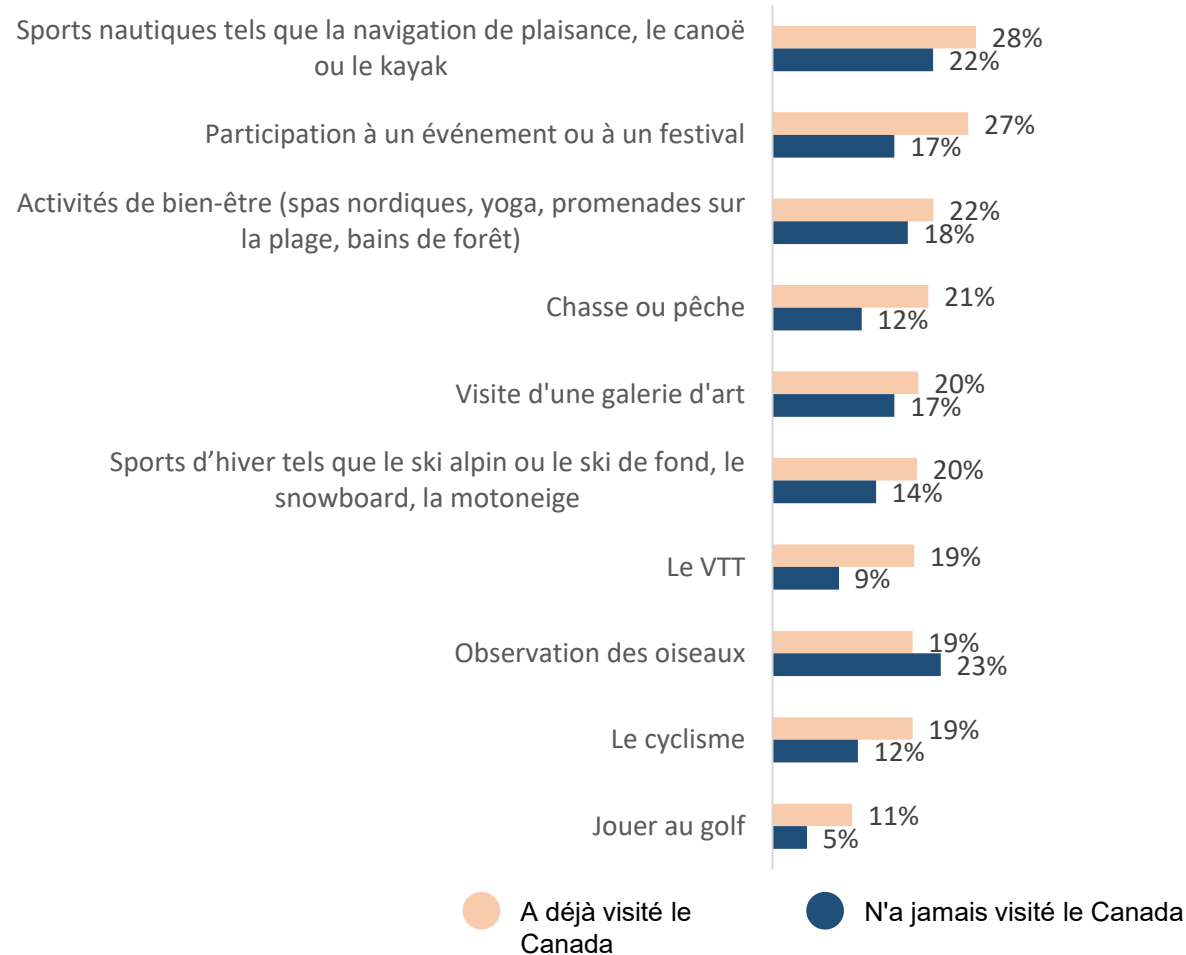
Des activités telles que les expériences de bien-être, la découverte culinaire, les sports nautiques, l'observation des oiseaux et la participation à des festivals sont souvent citées comme raisons de visiter la province.

Assister à des événements en direct ou à des festivals motive davantage les amateurs de culture, mais moins les explorateurs en plein air et les globe-trotteurs raffinés. La visite de galeries d'art joue également un rôle complémentaire, bien qu'elle soit moins motivante pour ces deux groupes.

Les loisirs de plein air suscitent un intérêt mitigé selon les segments. Le cyclisme trouve davantage d'écho auprès des « familles sensibilisées », tandis que le VTT est moins motivant pour les « globe-trotteurs raffinés ».

Certaines activités de niche présentent un attrait globalement limité. Le golf, en particulier, n'est pas un facteur de motivation fort, surtout chez les « explorateurs en plein air ».

Principales raisons de visiter



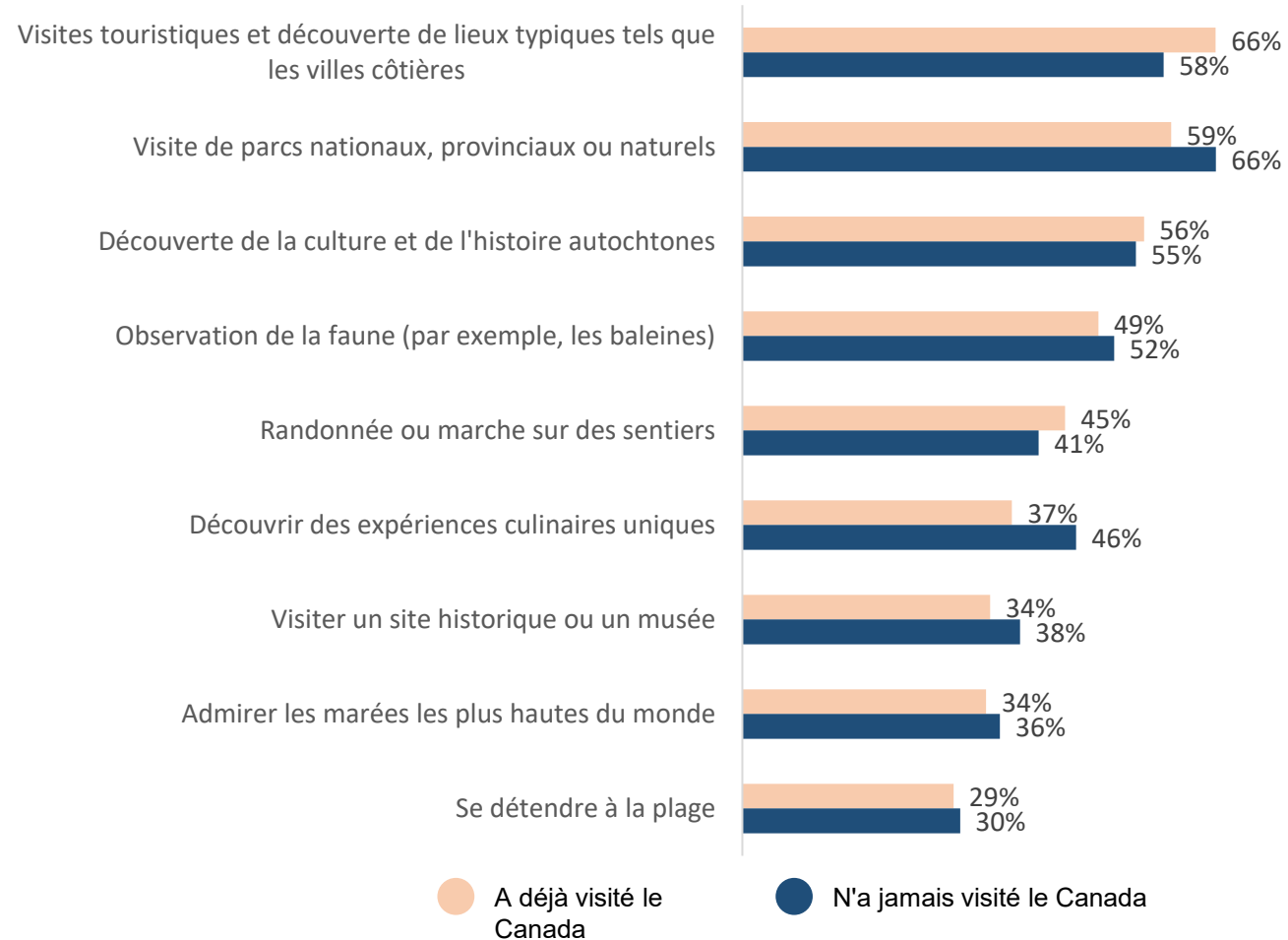
C1. Si vous deviez voyager dans le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard), dans quelle mesure chacun des facteurs suivants influencerait-il votre décision de vous y rendre ? (échelle de 3 points); Répondants envisageant de visiter Terre-Neuve-et-Labrador (n = 480).

Le tourisme et la découverte de lieux typiques, tels que les villes côtières, constituent la principale raison qui incite les voyageurs allemands à visiter la Nouvelle-Écosse, près des deux tiers d'entre eux citant ce facteur comme motivation principale.

La visite de parcs nationaux, provinciaux ou naturels est citée à un niveau tout aussi élevé, en particulier parmi les « explorateurs en plein air », suivie par la découverte de la culture et de l'histoire autochtones et l'observation de la faune. La randonnée ou la marche sur sentier joue également un rôle important, surtout pour les « explorateurs en plein air ».

La découverte d'expériences culinaires uniques contribue également à l'intérêt pour la province. La visite de sites historiques ou de musées est plus motivante pour les « familles sensibilisées », mais moins pour les « globe-trotteurs raffinés », tandis que le tourisme en général est également moins un facteur déterminant pour ce segment.

Principales raisons de visiter



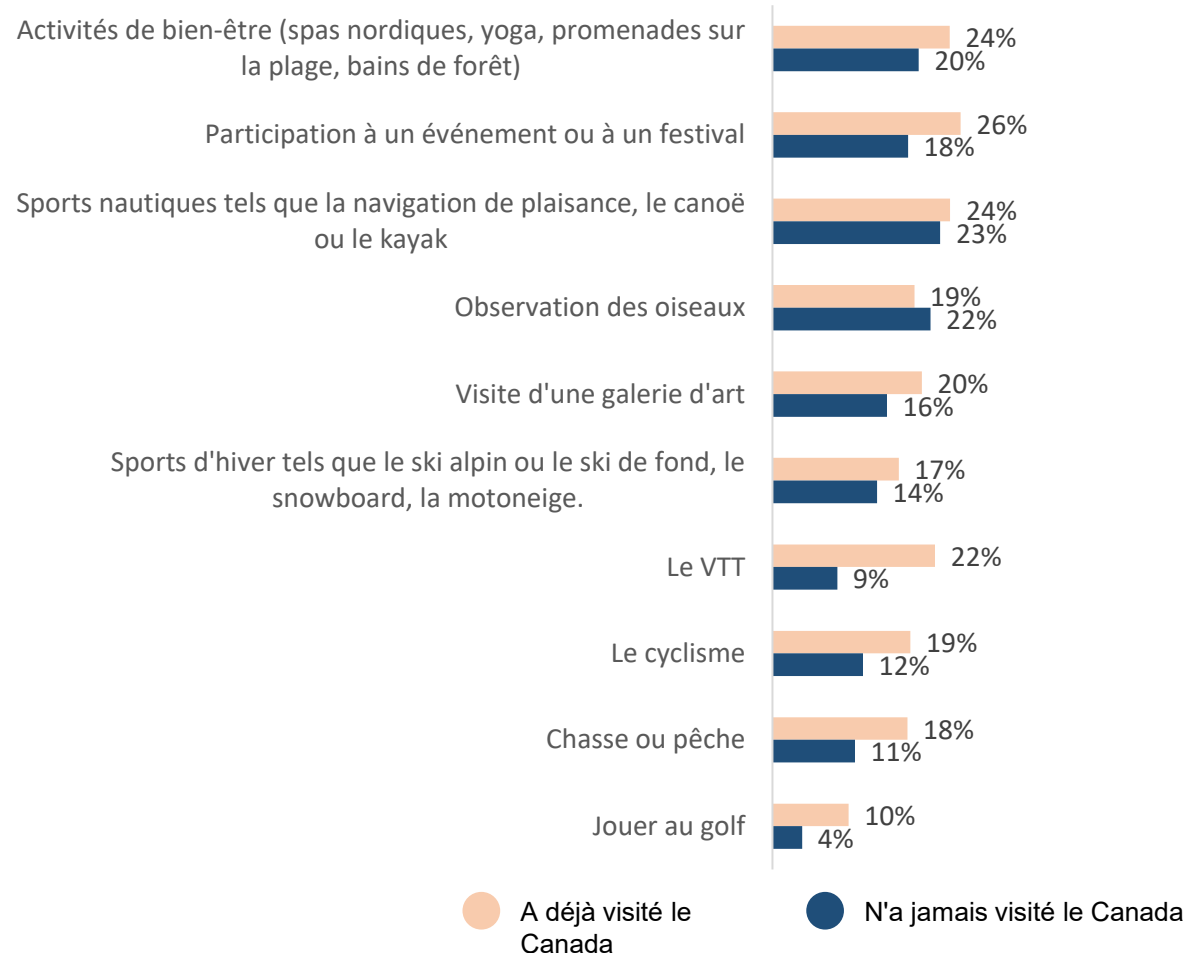
C1. Si vous deviez voyager dans le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard), dans quelle mesure chacun des facteurs suivants influencerait-il votre décision de vous y rendre ? (échelle de 3 points); Répondants envisageant de visiter la Nouvelle-Écosse (n = 481).

Le golf, la chasse et la pêche sont les activités les plus souvent citées comme ne motivant pas les voyageurs allemands à visiter la Nouvelle-Écosse, en particulier parmi certains segments. Le golf, en particulier, n'est pas un facteur de motivation important chez les « explorateurs en plein air ».

D'autres activités, telles que les sports d'hiver et le VTT, présentent également un attrait global limité, le VTT étant moins motivant pour les globe-trotteurs raffinés.

En revanche, des expériences telles que les sports nautiques, les activités de bien-être, la participation à des événements en direct ou à des festivals, l'observation des oiseaux et la visite de galeries d'art sont plus souvent considérées comme des raisons secondaires plutôt que comme des motivations principales du voyage. La participation à des événements en direct est plus motivante pour les « Passionnés de culture », mais l'est moins pour les « Globe-trotteurs raffinés ».

Principales raisons de visiter



C1. Si vous deviez voyager dans le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard), dans quelle mesure chacune des considérations suivantes influencerait-elle votre décision de vous y rendre ? (échelle de 3 points); Répondants envisageant de visiter la Nouvelle-Écosse (n = 481).

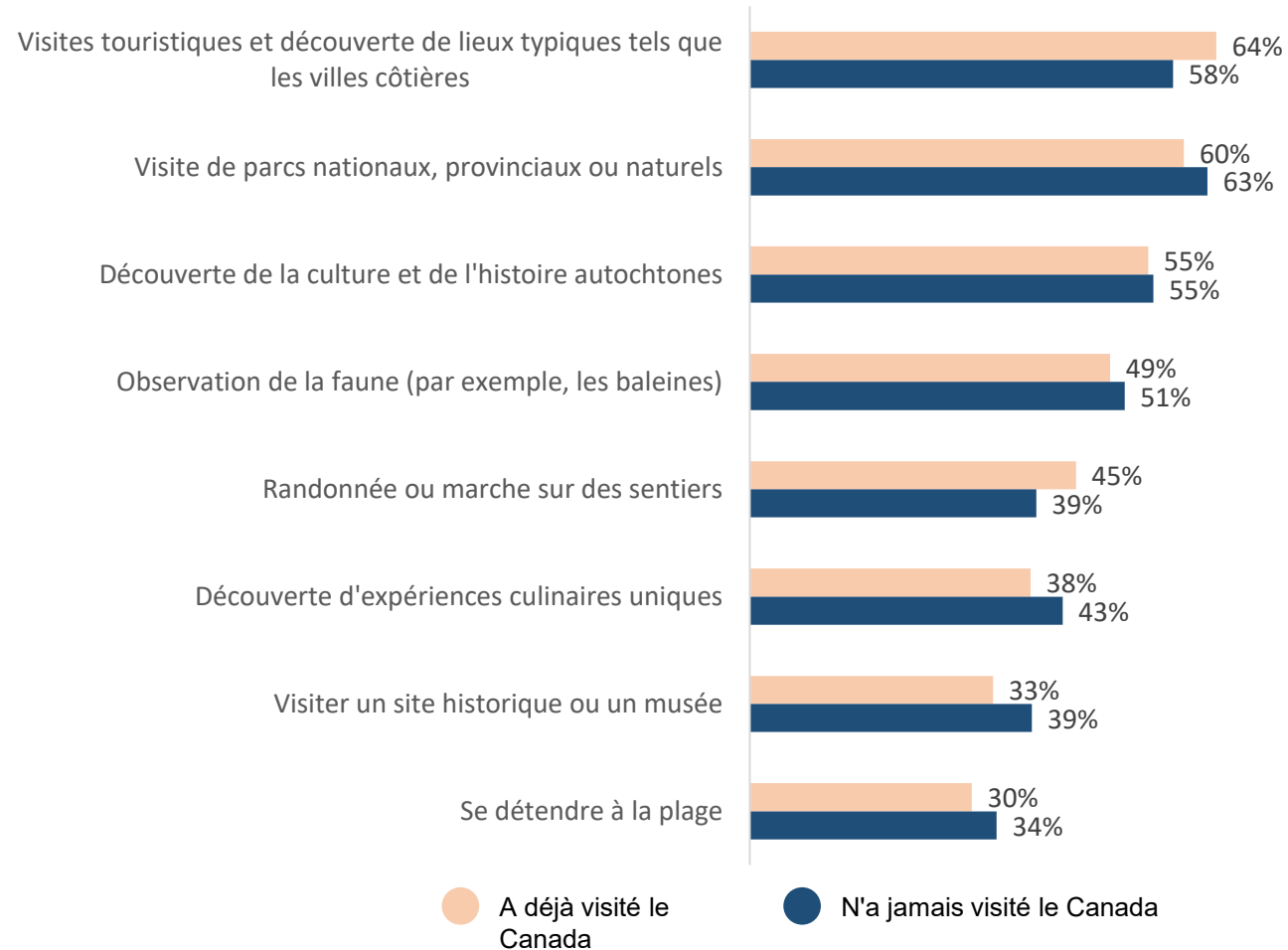
FACTEURS INFLUENÇANT LA VISITE DE L'ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

La visite touristique et la découverte de lieux distincts, tels que les villes côtières, constituent le principal facteur incitant les voyageurs allemands à visiter l'Île-du-Prince-Édouard, suivies de près par la visite de parcs nationaux, provinciaux ou naturels et la découverte de la culture et de l'histoire autochtones.

La visite de parcs et l'observation de la faune sont des motivations particulièrement fortes pour les « explorateurs en plein air », la randonnée ou la marche sur des sentiers jouant également un rôle important pour ce segment. La découverte d'expériences culinaires uniques contribue également à l'intérêt pour la province.

La visite de sites historiques ou de musées est plus motivante pour les familles sensibilisées. Plusieurs autres expériences contribuent à renforcer cette motivation, notamment la détente à la plage, qui est plus souvent citée comme une considération secondaire plutôt que comme un facteur principal.

Principales raisons de visiter



C1. Si vous deviez voyager dans le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard), dans quelle mesure chacun des facteurs suivants influencerait-il votre décision de vous y rendre ? (échelle de 3 points); Répondants envisageant de visiter l'Île-du-Prince-Édouard (n = 424).

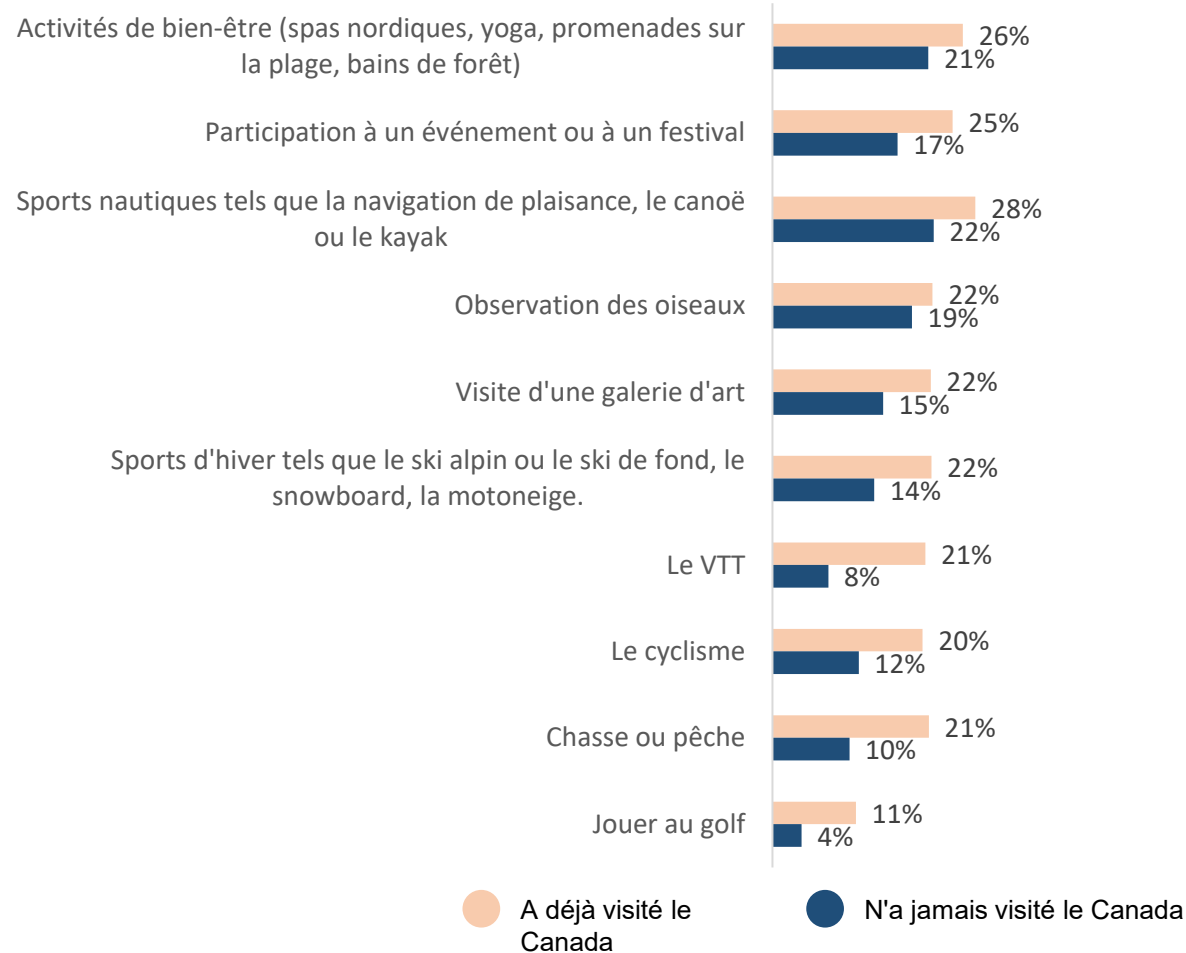
Le golf, la chasse et la pêche sont les activités les moins susceptibles d'inciter les voyageurs allemands à visiter l'Île-du-Prince-Édouard, le golf étant particulièrement peu attractif auprès des « explorateurs en plein air ».

Les sports d'hiver, le cyclisme et le VTT ne constituent souvent pas non plus une motivation, bien que le cyclisme et le VTT trouvent davantage d'écho auprès des « familles sensibilisées ».

Les expériences telles que les sports nautiques, les activités de bien-être, les événements, l'observation des oiseaux et les galeries d'art sont généralement des considérations secondaires, les sports nautiques suscitant toutefois l'intérêt de tous les segments.

Les événements motivent davantage les « amateurs de culture », mais moins les « globe-trotteurs raffinés », tandis que les galeries d'art motivent moins les « explorateurs en plein air » et les « globe-trotteurs raffinés ».

Principales raisons de visiter



C1. Si vous deviez voyager dans le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard), dans quelle mesure chacun des facteurs suivants influencerait-il votre décision de vous y rendre ? (échelle de 3 points); Répondants envisageant de visiter l'Île-du-Prince-Édouard (n = 424).

LES FACTEURS D'ATTRACTION DU CANADA ATLANTIQUE (RÉPONSES OUVERTES)

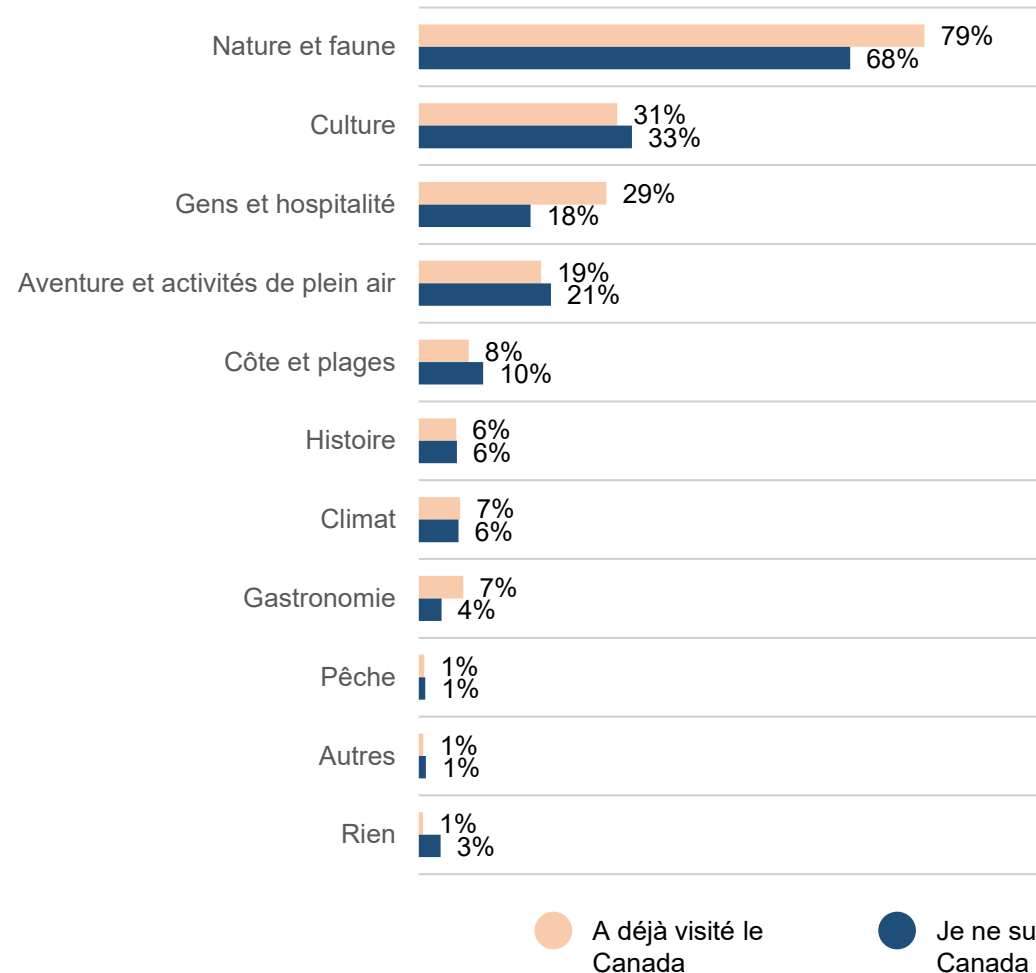
La nature et la faune constituent l'attrait principal, cité par près des trois quarts des voyageurs.

La culture, les habitants et leur hospitalité, ainsi que les activités d'aventure et de plein air constituent des atouts secondaires importants, renforçant l'image d'une région pittoresque, accueillante et dynamique.

Les côtes et les plages, l'histoire, la gastronomie et le climat jouent un rôle moindre, mais néanmoins complémentaire, dans l'attrait global de la région.

Les voyageurs qui mettent en avant la nature et la faune sont plus susceptibles d'avoir déjà visité Terre-Neuve-et-Labrador, tandis que ceux qui mentionnent l'histoire sont plus susceptibles d'avoir visité le Nouveau-Brunswick ou l'Île-du-Prince-Édouard.

Principaux facteurs d'attrait



“ La nature impressionnante est probablement ce que le Canada a de mieux à offrir. ”

“ ... grâce à des documentaires sur le sport, je sais qu'on peut y pratiquer de superbes sports d'hiver, du ski de fond au ski alpin. ”

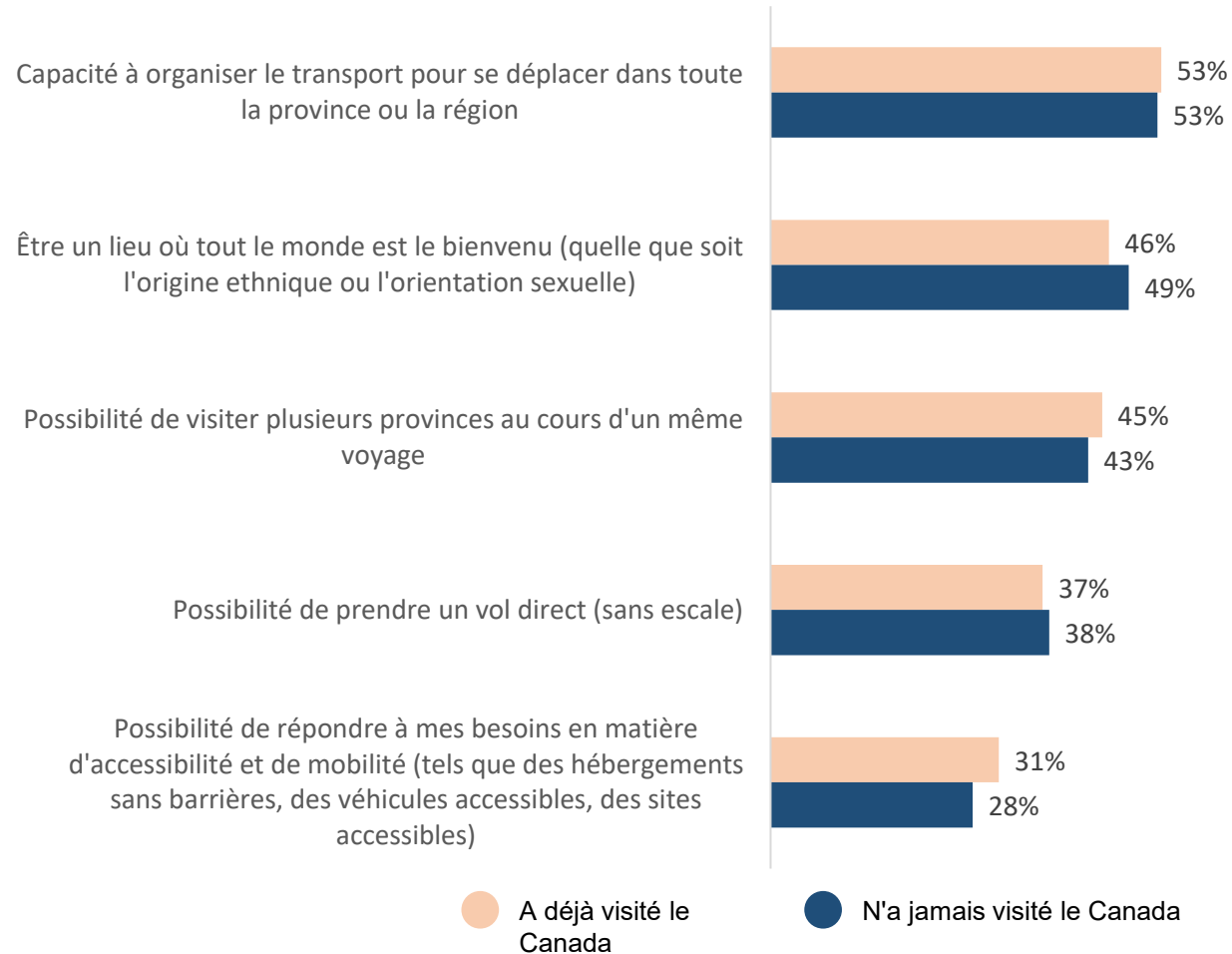
C2. En pensant au Canada atlantique en tant que destination de vacances en général, qu'est-ce qui vous attire dans cette région, le cas échéant ? (question ouverte); Tous les répondants (n = 1 012).

Sur les deux marchés, la possibilité d'organiser le transport pour se déplacer dans toute la province est la considération la plus importante pour les voyageurs allemands qui visitent le Nouveau-Brunswick, plus de la moitié d'entre eux la jugeant d'une importance cruciale.

La perception d'une destination accueillante et la possibilité de visiter plusieurs provinces au cours d'un même voyage sont également des considérations clés, toutes deux jugées d'une importance cruciale par de nombreux voyageurs.

La disponibilité de vols directs (sans escale) est un peu moins cruciale, mais reste largement considérée comme un facteur important lors de la planification d'un voyage dans la province.

Facteurs importants à prendre en compte (TOP 2)



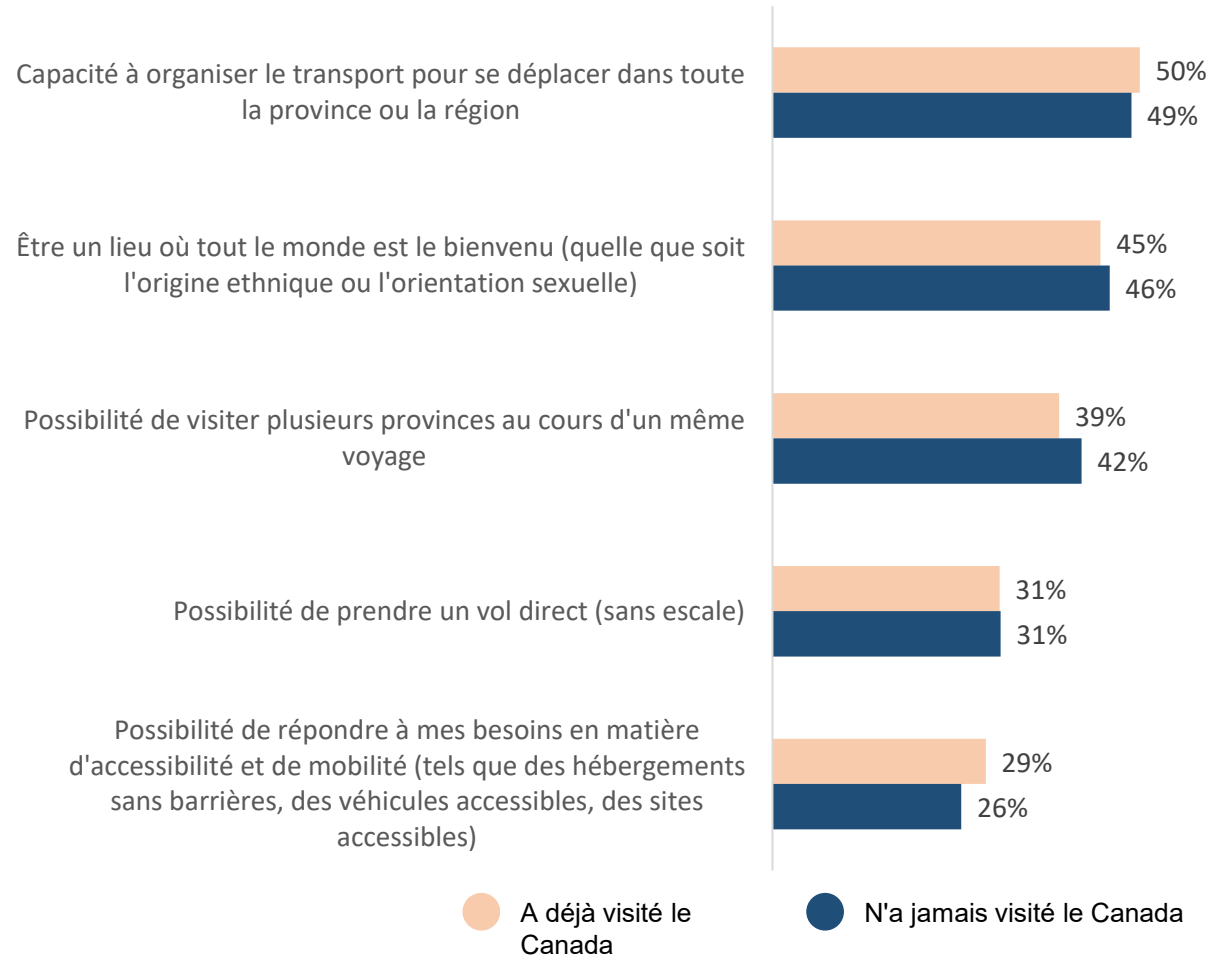
C3. Quelle importance accorderiez-vous à chacun des facteurs suivants si vous envisagiez de visiter le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard) ? (Échelle de 4 points)
 Répondants envisageant de visiter le Nouveau-Brunswick (n = 395).

Sur ces deux marchés, la possibilité d'organiser le transport pour voyager à travers la province est la considération la plus importante pour les voyageurs allemands visitant Terre-Neuve-et-Labrador, près de la moitié d'entre eux la jugeant d'une importance cruciale.

La possibilité de visiter plusieurs provinces au cours d'un même voyage et la perception d'une destination accueillante sont également des considérations clés, toutes deux jugées d'une importance cruciale par de nombreux voyageurs.

La disponibilité de vols directs (sans escale) est généralement considérée comme importante, bien que moins de voyageurs la jugent d'une importance cruciale par rapport à d'autres facteurs.

Facteurs importants à prendre en compte (TOP 2)



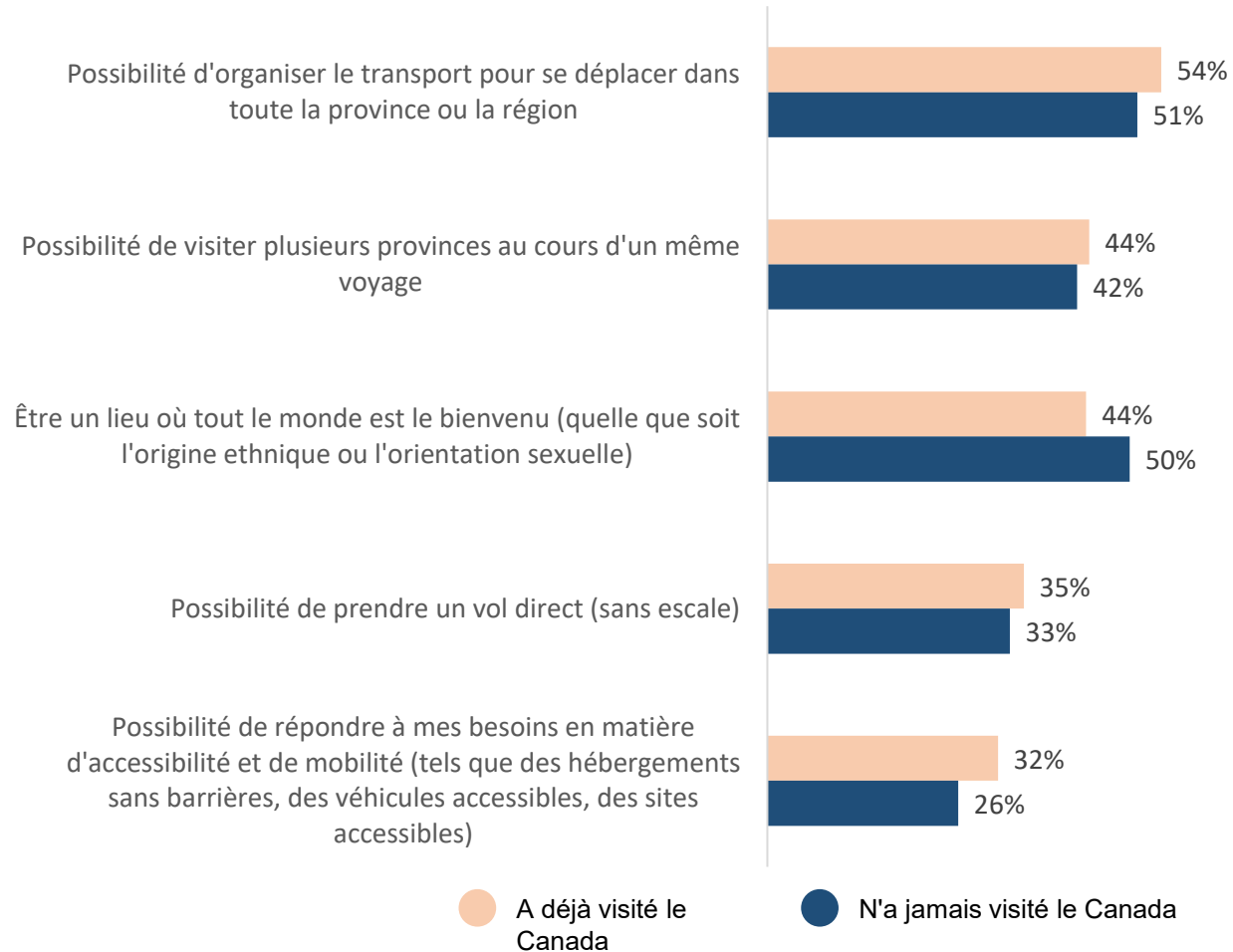
C3. Quelle importance accorderiez-vous à chacun des facteurs suivants si vous envisagiez de visiter le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard) ? (Échelle de 4 points)
Répondants envisageant de visiter Terre-Neuve-et-Labrador (n = 480).

La possibilité d'organiser le transport pour voyager dans toute la province est la considération la plus importante pour les voyageurs allemands qui prévoient de visiter la Nouvelle-Écosse, un peu plus de la moitié d'entre eux la jugeant d'une importance cruciale.

La perception de la Nouvelle-Écosse comme une destination accueillante et la possibilité de visiter plusieurs provinces au cours d'un même voyage sont également des considérations clés, toutes deux jugées d'une importance cruciale par de nombreux voyageurs.

La disponibilité de vols directs (sans escale) est largement considérée comme importante, même si moins de voyageurs la jugent d'une importance cruciale par rapport à d'autres facteurs.

Facteurs importants à prendre en compte (TOP 2)



C3. Quelle importance accorderiez-vous à chacun des facteurs suivants si vous envisagiez de visiter le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard) ? (Échelle de 4 points)
 Répondants envisageant de visiter la Nouvelle-Écosse (n = 481).

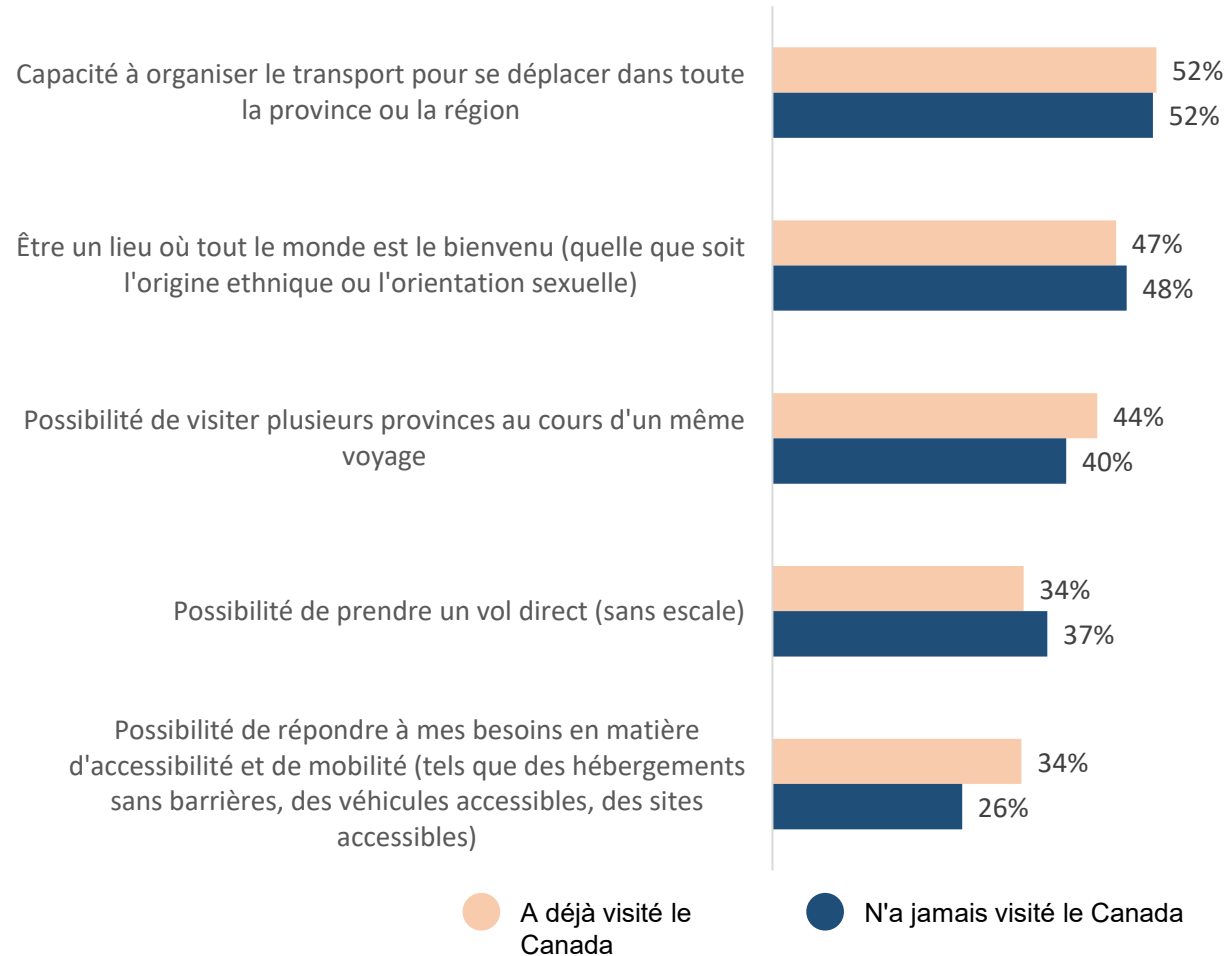
CONSIDÉRATIONS RELATIVES AU VOYAGE – ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

La possibilité d'organiser le transport pour se déplacer dans toute la province est l'un des aspects les plus importants pour les voyageurs allemands qui prévoient de se rendre à l'Île-du-Prince-Édouard, plus de la moitié d'entre eux la jugeant d'une importance cruciale.

La perception de l'Île-du-Prince-Édouard comme une destination accueillante et la possibilité de visiter plusieurs provinces au cours d'un même voyage sont également des considérations clés, toutes deux jugées d'une importance cruciale par de nombreux voyageurs.

La disponibilité de vols directs (sans escale) est largement considérée comme importante, bien que moins de voyageurs la jugent d'une importance cruciale par rapport à d'autres facteurs.

Facteurs importants à prendre en compte (TOP 2)



C3. Quelle importance accorderiez-vous à chacun des facteurs suivants si vous envisagiez de visiter le Canada atlantique (c'est-à-dire les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse ou de l'Île-du-Prince-Édouard) ? (échelle de 4 points)
Répondants envisageant de visiter l'Île-du-Prince-Édouard (n = 424).

OBSTACLES À LA VISITE DU CANADA ATLANTIQUE (RÉPONSES OUVERTES)

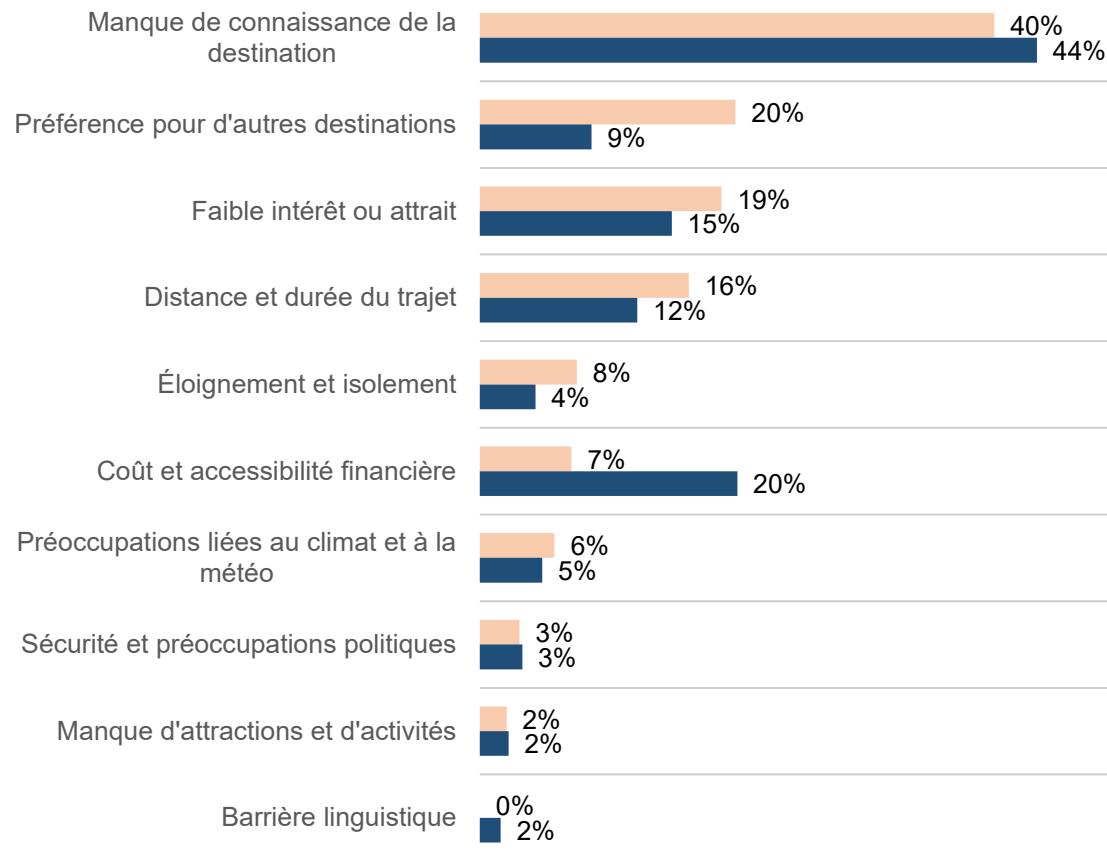
Parmi les personnes envisageant un voyage au Canada, environ trois sur dix n'envisagent pas le Canada atlantique comme destination : 23 % des personnes ayant déjà visité le Canada et 33 % de celles qui ne l'ont pas encore visité.

Le manque de connaissance de la destination est de loin l'obstacle le plus important, cité par près de la moitié des voyageurs allemands comme raison pour laquelle ils n'ont pas envisagé de visiter le Canada atlantique.

Les préoccupations liées au coût et à l'accessibilité financière, ainsi que le faible intérêt ou attrait général, constituent des obstacles secondaires mentionnés par environ un répondant sur six.

La distance, la durée du trajet et la préférence pour d'autres destinations constituent des défis modérés, tandis que des facteurs tels que l'éloignement, les préoccupations climatiques et le nombre limité d'attractions jouent un rôle relativement mineur.

Principaux obstacles



“ Les gens parlent toujours d'autres régions, ce qui donne l'impression que celles-ci ne présentent aucun intérêt. ”

“ J'imagine que les endroits du Canada atlantique sont intéressants et magnifiques, mais comme je ne suis jamais allé au Canada auparavant, j'aurais tendance à visiter d'autres provinces d'abord. ”

● A déjà visité le Canada ● N'a pas visité le Canada

F2. Qu'est-ce qui vous empêche, le cas échéant, d'envisager le Canada atlantique comme destination de vacances ? (Question ouverte)
 Répondants qui n'envisagent pas de voyager au cours des deux prochaines années dans au moins une des provinces du Canada atlantique et qui ont déjà visité le Canada (n = 86).; Répondants qui n'envisagent pas de se rendre dans au moins une des provinces du Canada atlantique au cours des deux prochaines années et qui n'ont jamais visité le Canada (n = 139).

COMPORTEMENT EN MATIÈRE DE PLANIFICATION DE VOYAGE

Les voyageurs allemands affichent des délais de planification variés pour leurs voyages dans le Canada atlantique. Environ un tiers d'entre eux déclarent effectuer leurs recherches et réserver moins d'un mois à l'avance, une tendance qui vaut aussi bien pour les anciens visiteurs que pour les non-visiteurs. Des délais de planification plus longs sont également courants, en particulier chez les anciens visiteurs, 28 % d'entre eux indiquant qu'ils effectuent leurs recherches et réservent quatre à six mois à l'avance, contre une proportion légèrement inférieure chez les non-visiteurs.

La recherche en ligne est la principale source d'informations touristiques pour le Canada atlantique, suivie des sites web officiels de tourisme. Les visiteurs ayant déjà séjourné dans la région sont plus enclins à utiliser des sites de réservation tels qu'Expedia, tandis que les non-visiteurs s'appuient davantage sur les agences de voyages et les voyagistes. L'utilisation varie également selon les segments : les « globe-trotteurs raffinés » sont plus enclins à consulter les sites web officiels de tourisme, les jeunes voyageurs ont davantage recours aux réseaux sociaux, et les voyageurs retraités s'appuient plus souvent sur les agences de voyages ou les voyagistes.

La connaissance des vols directs entre l'Allemagne et le Canada atlantique est plus élevée chez les anciens visiteurs que chez les non-visiteurs. Cependant, une incertitude persiste quant à la destination de ces vols. Si la Nouvelle-Écosse est la plus souvent citée, certains voyageurs associent à tort d'autres provinces de l'Atlantique à un accès direct ou restent indécis, en particulier les personnes âgées de 55 ans et plus et les retraités.

Environ la moitié des voyageurs allemands déclarent qu'ils feraient appel à une agence de voyages ou à un voyagiste pour planifier un voyage au Canada atlantique, l'intérêt étant légèrement plus élevé chez les non-visiteurs. Les principales raisons invoquées sont l'aide pour les vols et l'hébergement, tandis que l'intérêt pour le recours à des agences est le plus élevé chez les anciens visiteurs âgés de 35 à 44 ans et les non-visiteurs âgés de 65 ans et plus.



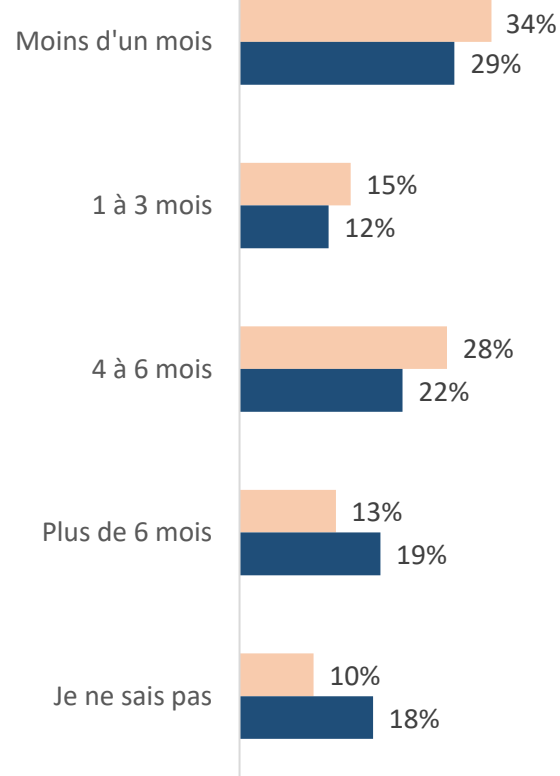
📍 Halifax, Nouvelle-Écosse

DÉLAIS DE PLANIFICATION DES VOYAGES

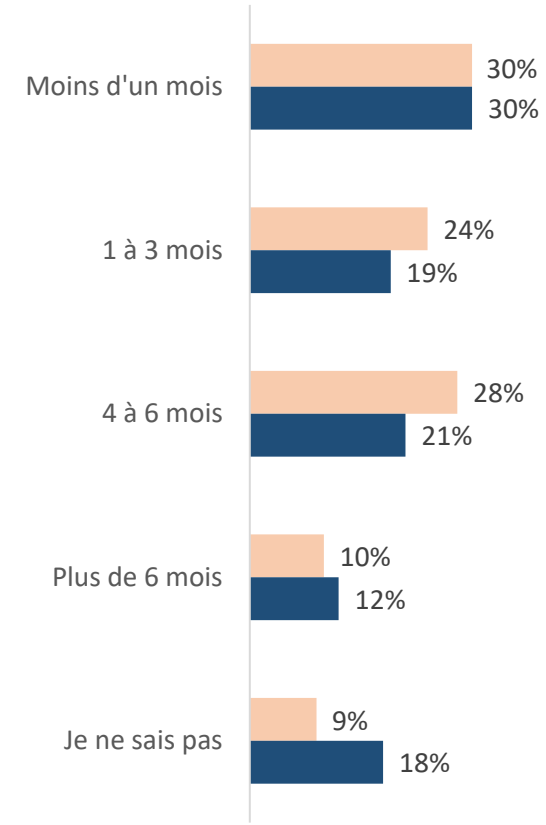
Environ un tiers des voyageurs allemands planifient et réservent leurs voyages vers le Canada atlantique moins d'un mois à l'avance, une tendance constante sur les deux marchés.

Des délais de planification plus longs sont également courants, 28 % des voyageurs ayant déjà visité le Canada déclarant effectuer leurs recherches et réserver 4 à 6 mois à l'avance. Une proportion légèrement inférieure de non-visiteurs déclare faire de même pour les recherches (22 %) et la réservation (21 %).

Nombre de mois à l'avance pour la recherche et la planification



Nombre de mois à l'avance pour réserver



● A déjà visité le Canada ● N'a jamais visité le Canada

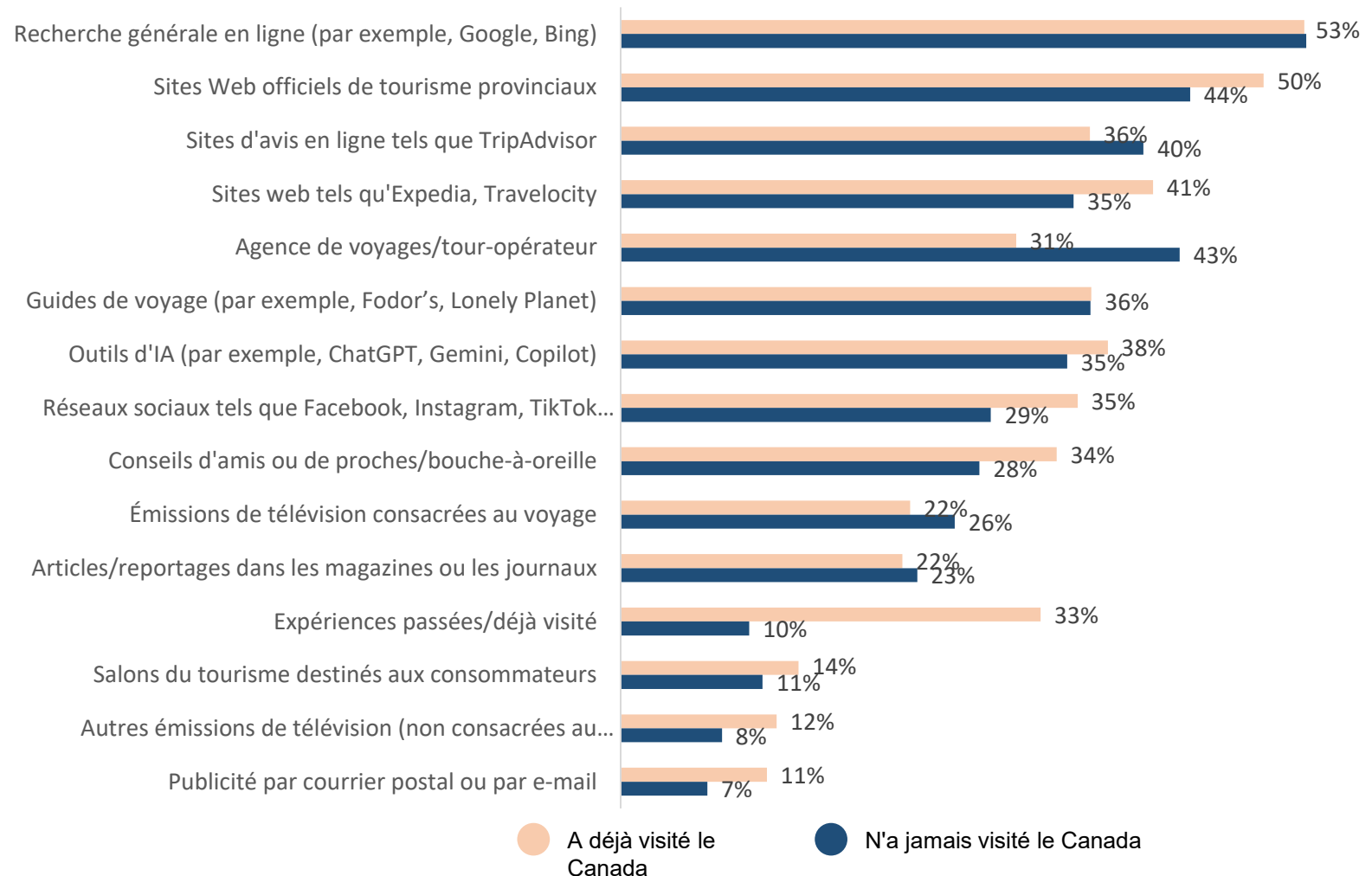
P1. Combien de mois à l'avance commenceriez-vous à planifier/rechercher un tel voyage dans le Canada atlantique ? (Réponse catégorielle)
Répondants qui envisagent de voyager dans l'une des provinces du Canada atlantique au cours des deux prochaines années. (n=614)
P2. Et combien de mois à l'avance commenceriez-vous à réserver un tel voyage dans le Canada atlantique ? (Réponse catégorielle)
Répondants qui envisagent de voyager au cours des deux prochaines années dans au moins une des provinces du Canada atlantique. (n=613)

La recherche en ligne est la principale source d'information sur le Canada atlantique pour les voyageurs allemands, suivie par les sites web officiels de tourisme ; les personnes ayant déjà visité la région privilégient des sites web tels qu'Expedia, tandis que celles qui ne l'ont jamais visitée s'appuient davantage sur les agences de voyage et les voyagistes.

Les voyageurs s'appuient également sur divers outils de planification, notamment les agences de voyage, les guides touristiques, les sites de réservation et les outils d'IA tels que ChatGPT ou Gemini, chacun étant utilisé par environ un tiers des personnes interrogées.

L'utilisation des sources d'information varie selon le segment de voyageurs. Les globe-trotteurs raffinés sont plus enclins à consulter les sites web officiels de tourisme, tandis que les jeunes voyageurs s'appuient davantage sur les réseaux sociaux.

Sources d'informations touristiques



P3. Où chercheriez-vous des informations sur le Canada atlantique ? (Réponses multiples)

Répondants qui envisagent de voyager dans les deux prochaines années dans au moins une des provinces du Canada atlantique. (n=614)

VOLS SANS ESCALE AU DÉPART DE L'ALLEMAGNE

Les trois cinquièmes des voyageurs allemands ayant visité le Canada connaissent l'existence de vols directs entre l'Allemagne et le Canada atlantique, contre la moitié de ceux qui n'y sont jamais allés.

Cependant, une certaine confusion règne quant aux destinations réelles de ces vols. Si la Nouvelle-Écosse, seule province de l'Atlantique desservie par des vols directs, est la plus souvent citée, moins d'un quart des voyageurs associent à tort les autres provinces à un accès direct ou restent indécis.

Au-delà de l'Allemagne, certains voyageurs connaissent l'existence de liaisons directes depuis d'autres marchés européens, le plus souvent le Royaume-Uni, suivi de la France et des Pays-Bas.

Dans l'ensemble, l'incertitude reste plus élevée chez les voyageurs plus âgés (55 ans et plus) et les retraités.

Connaissance des vols directs entre l'Allemagne et le Canada atlantique

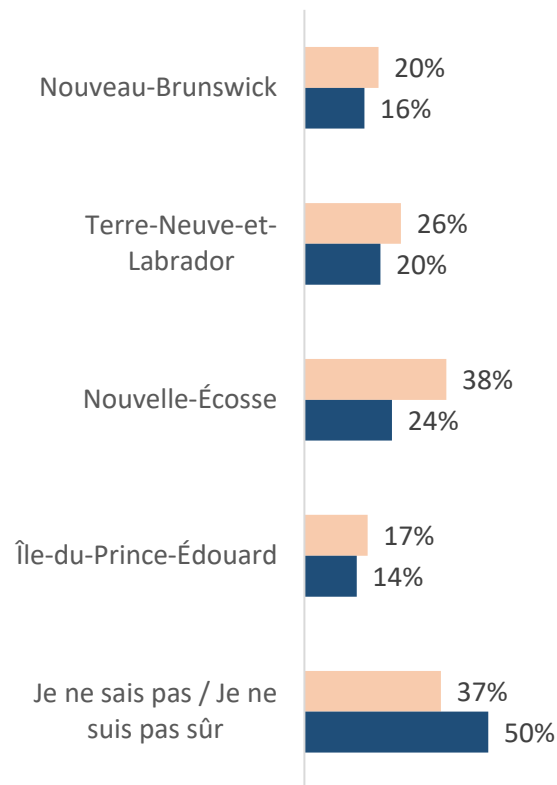
Personnes ayant déjà visité le Canada

61 %

Personnes n'ayant jamais visité le Canada

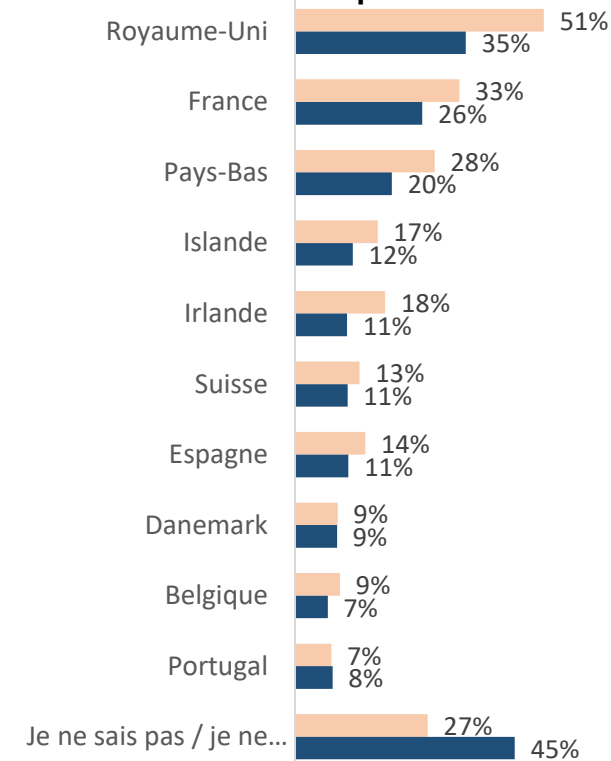
50 %

Perceptions des vols directs depuis l'Allemagne vers...



● A déjà visité le Canada ● N'a jamais visité le Canada

Perceptions concernant les vols directs vers le Canada atlantique depuis...



P4. À votre connaissance, existe-t-il des vols directs (sans escale) vers le Canada atlantique depuis l'Allemagne ? (Réponse unique) / P5B. À votre connaissance, depuis lesquels de ces autres pays peut-on prendre un vol direct (sans escale) vers le Canada atlantique ? (Réponses multiples) Tous les répondants (n = 1 012).

P5. Vers quelle(s) province(s) du Canada atlantique pouvez-vous prendre un vol direct (sans escale) depuis l'Allemagne ? (Sélection multiple) Répondants ayant connaissance de vols directs (sans escale) depuis l'Allemagne (n=550).

Environ la moitié des voyageurs allemands indiquent qu'ils feraient appel à une agence de voyages ou à un voyageur pour planifier un voyage dans le Canada atlantique, l'intérêt étant légèrement plus marqué chez ceux qui n'ont jamais visité le Canada, principalement pour obtenir de l'aide dans la recherche et la réservation de vols et d'hébergements.

L'utilisation varie selon les segments : les voyageurs du nord de l'Allemagne sont plus enclins à demander de l'aide pour le transport terrestre, tandis que les voyageurs plus âgés (65 ans et plus) ont tendance à faire appel à des agents pour réserver leurs vols et leurs activités.

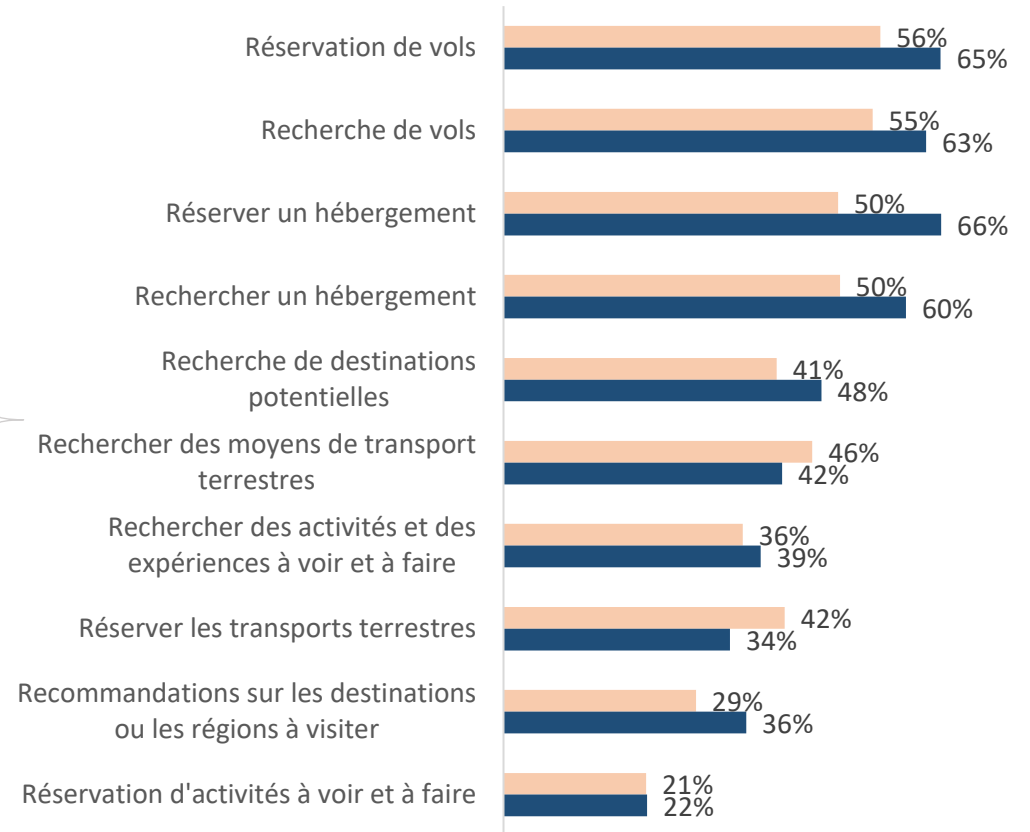
Ceux qui ont déjà visité le Canada sont plus enclins à faire appel à des agents pour le transport terrestre que ceux qui ne l'ont jamais visité, tandis que ces derniers font état d'un recours plus large, notamment en s'appuyant davantage sur des agents pour la réservation d'hébergements.

Probabilité de faire appel à une agence de voyages ou à un voyageur

	A déjà visité le Canada	N'a jamais visité le Canada
Total	49 %	52 %
Nouveau-Brunswick	53 %	64 %
Terre-Neuve-et-Labrador	55 %	58 %
Nouvelle-Écosse	51 %	61 %
Île-du-Prince-Édouard	58 %	62 %

● A déjà visité le Canada
 ● N'a jamais visité le Canada

Raisons de faire appel à une agence de voyages ou à un voyageur



P6. Si vous planifiez un voyage dans le Canada atlantique, dans quelle mesure seriez-vous susceptible de faire appel à un agent de voyages ou à un voyageur pour vous aider à planifier, organiser ou réserver votre voyage ? (Échelle de 5 points)
Tous les répondants (n = 1 012).

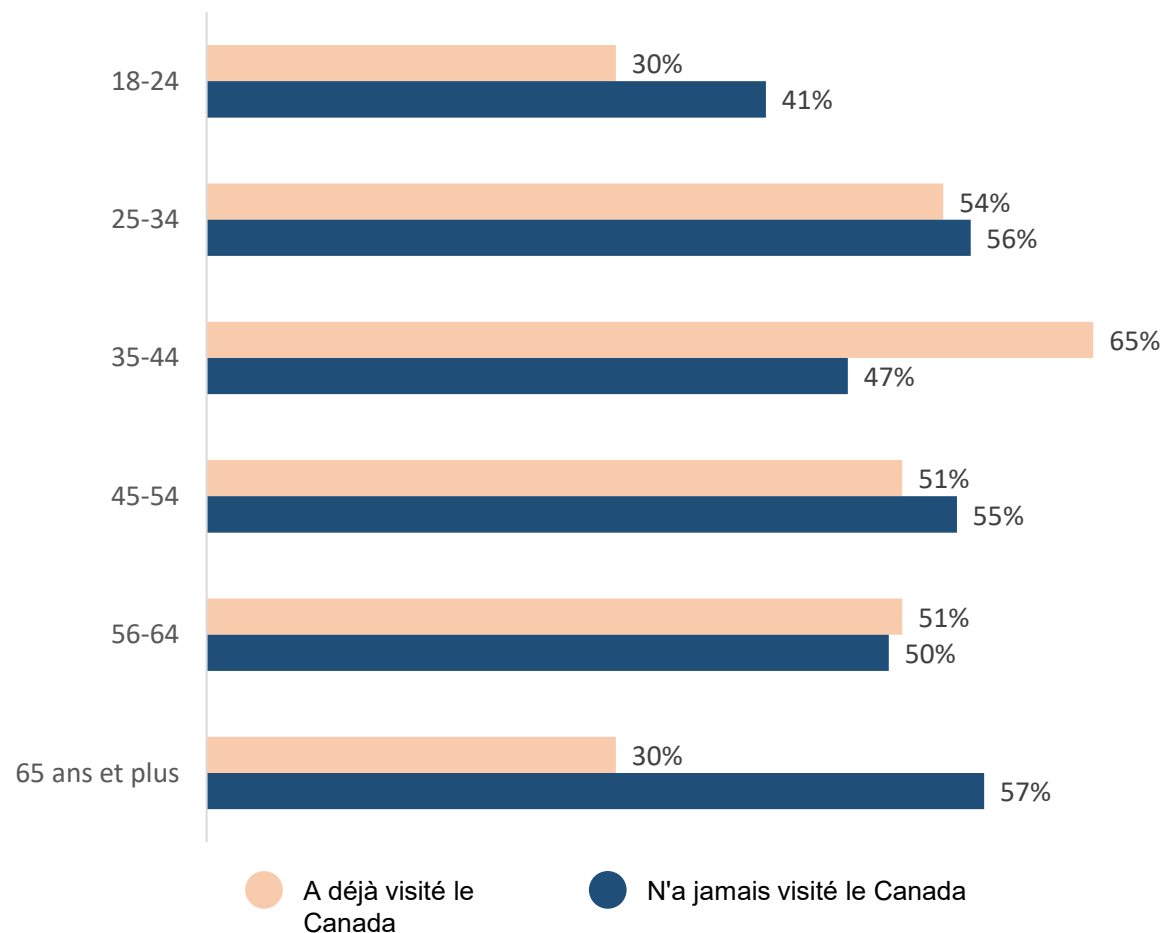
P7. Pour quels services feriez-vous probablement appel à une agence de voyages ou à un voyageur lorsque vous planifiez un voyage dans le Canada atlantique ? (Sélection multiple)

Répondants susceptibles de faire appel à des agents de voyage ou à des voyageurs. (n=514).

Environ deux voyageurs allemands sur trois âgés de 35 à 44 ans déclarent avoir recours à des agences de voyages ou à des voyagistes, ce qui en fait le groupe d'âge le plus représenté parmi ceux qui ont visité le Canada. En revanche, parmi ceux qui n'ont pas visité le Canada, les voyageurs âgés de 65 ans et plus sont les plus susceptibles de recourir à une aide à l'organisation de voyages, avec près de trois sur cinq.

Parmi les non-visiteurs, le recours aux agences de voyages est relativement constant d'un groupe d'âge à l'autre, avec des taux similaires chez les 25-34 ans (56 %) et les 45-54 ans (55 %).

Probabilité par tranche d'âge de faire appel à une agence de voyages ou à un voyagiste (TOP 2)



P6. Si vous prévoyiez un voyage dans le Canada atlantique, dans quelle mesure seriez-vous susceptible de faire appel à une agence de voyages ou à un voyagiste pour vous aider à planifier, organiser ou réserver votre voyage ? (échelle de 5 points)

Tous les répondants (n = 1 012).

CONTEXTE GÉOPOLITIQUE

Les voyageurs allemands qui ont déjà visité le Canada ont une perception plus positive du pays que ceux qui ne l'ont pas fait. Dans les deux groupes, le Canada est largement considéré comme une destination sûre, dont les valeurs correspondent aux convictions personnelles des voyageurs, et comme politiquement neutre. Ces perceptions sont particulièrement fortes chez ceux qui ont visité le Canada au cours des cinq dernières années, qui sont nettement plus enclins à avoir une opinion favorable du Canada sur des critères tels que la sécurité, la concordance des valeurs, la facilité d'entrée et les taux de change avantageux. La perception de l'accessibilité est particulièrement forte chez les voyageurs ayant visité Terre-Neuve-et-Labrador, tandis que les travailleurs à temps plein sont nettement plus enclins à considérer que le Canada offre un bon rapport qualité-prix grâce à un taux de change favorable.

Le climat géopolitique actuel semble avoir un impact modéré sur l'intérêt de visiter le Canada chez les voyageurs allemands ayant déjà visité le pays, tandis que son effet est moindre chez ceux qui ne l'ont pas visité, car moins de personnes dans ce groupe font état d'un intérêt accru pour ce voyage. Pour le Canada atlantique en particulier, le climat géopolitique semble avoir encore moins d'influence que pour le Canada dans son ensemble, une plus grande proportion de voyageurs, tant parmi les visiteurs que parmi les non-visiteurs, déclarant qu'il n'a eu aucun impact sur leur intérêt à visiter la région.

À l'avenir, l'intention de voyager au Canada reste relativement stable chez ceux qui s'y sont déjà rendus, tandis que les non-visiteurs sont plus susceptibles de rester complètement en dehors du marché. Les anciens visiteurs affichent une légère augmentation nette de leur intention de faire davantage de voyages au Canada par rapport à l'année dernière, tandis que les non-visiteurs affichent une légère baisse. En revanche, les deux groupes font état d'une baisse plus marquée de leur intention de voyager aux États-Unis. Cette tendance suggère que le Canada pourrait actuellement être perçu plus favorablement que les États-Unis en tant que destination touristique, ce qui reflète potentiellement des dynamiques géopolitiques plus larges et un changement de sentiment politique à l'égard des États-Unis.

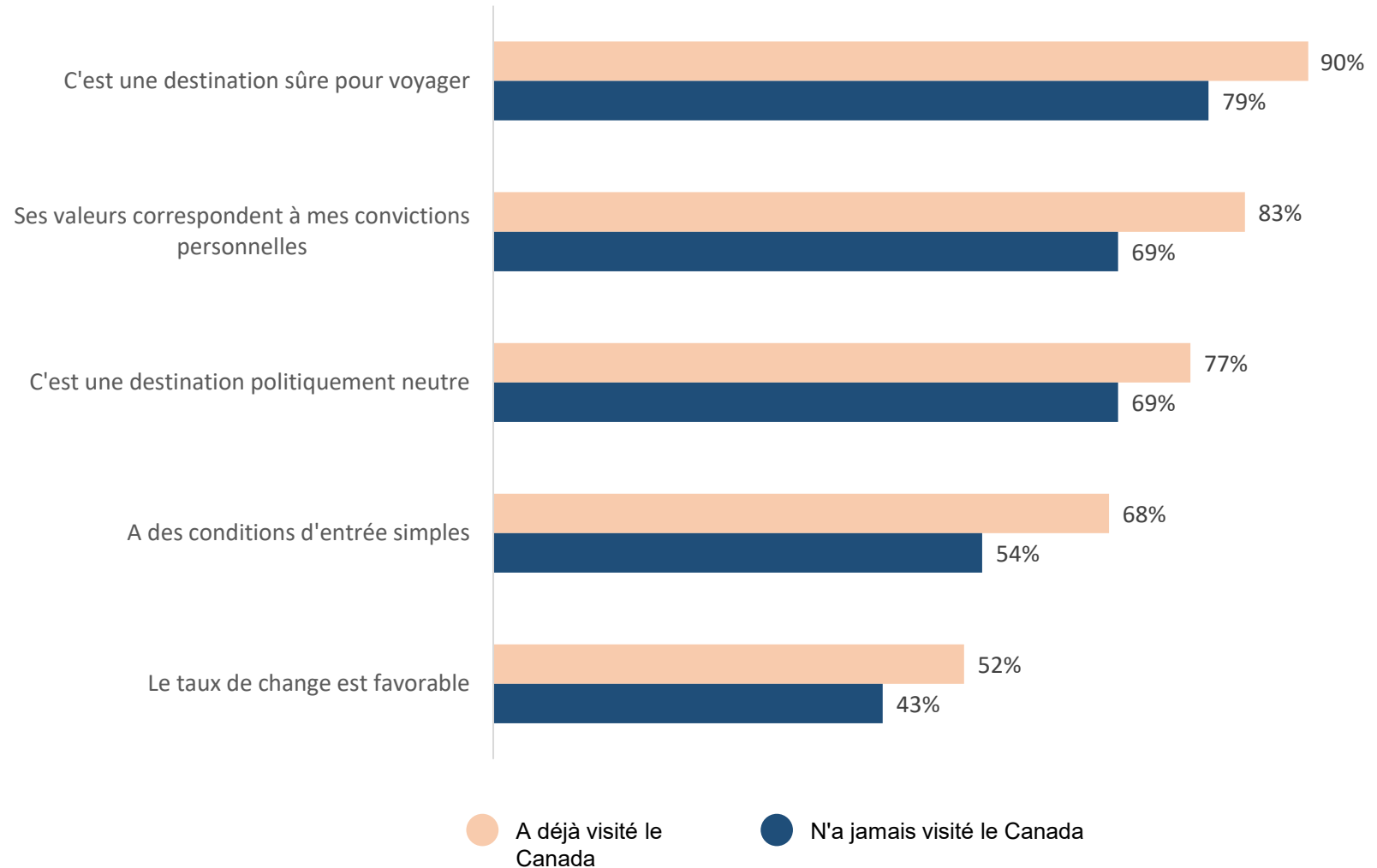
Les voyageurs allemands ayant déjà visité le Canada ont une perception plus positive du pays que ceux qui ne l'ont pas encore fait. Dans les deux groupes, le Canada est largement considéré comme une destination sûre, dont les valeurs correspondent aux convictions personnelles, et politiquement neutre.

Les visiteurs récents (au cours des 5 dernières années) ont une perception nettement plus favorable du Canada en tant que destination, notamment en ce qui concerne la sécurité, la compatibilité des valeurs, la facilité d'entrée et les taux de change avantageux.

Les visiteurs de Terre-Neuve-et-Labrador sont particulièrement enclins à considérer que le Canada a des conditions d'entrée simples.

Les travailleurs à temps plein sont également nettement plus enclins à considérer que le Canada offre un taux de change favorable.

Le Canada en tant que destination touristique (TOP 2)



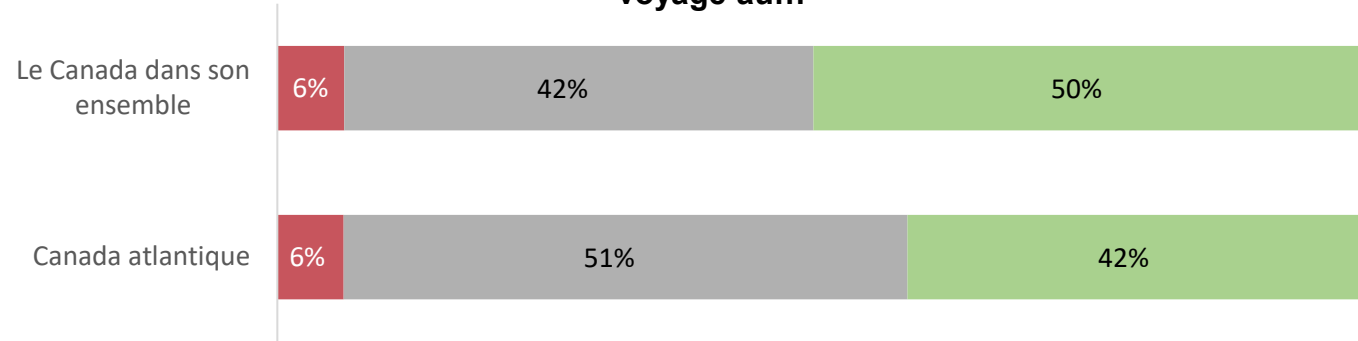
G1. En ne pensant qu'au Canada en tant que destination de voyage, dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec l'affirmation selon laquelle le Canada... (échelle de 5 points); Tous les répondants (n = 1 012).

Le climat géopolitique actuel semble avoir un impact modéré sur les voyageurs allemands ayant déjà visité le Canada, mais un impact moindre sur ceux qui ne l'ont pas encore fait, car ils sont moins nombreux à signaler une augmentation de leur intérêt pour ce voyage.

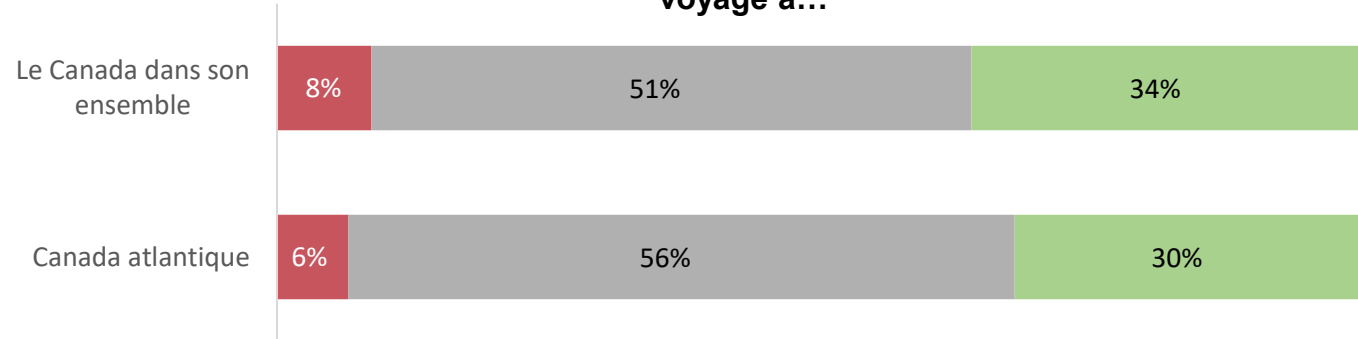
En ce qui concerne plus particulièrement le Canada atlantique, le climat géopolitique a encore moins d'influence que pour le Canada dans son ensemble, une plus grande proportion de voyageurs dans les deux groupes indiquant qu'il n'y a pas d'impact sur leur intérêt pour la région.

Les voyageurs allemands qui manifestent un plus grand intérêt pour le Canada et les provinces de l'Atlantique sont nettement plus susceptibles d'avoir visité le pays au cours des cinq dernières années et d'occuper un emploi à temps plein.

A déjà visité le Canada - Le climat politique a influencé mon intérêt pour un voyage au...



N'a jamais visité le Canada - Le climat politique a influencé mon intérêt pour un voyage à...



● A diminué mon intérêt ● N'a eu aucun impact sur mon intérêt ● A accru mon intérêt

G2. Compte tenu du climat géopolitique mondial actuel, dans quelle mesure cela a-t-il affecté votre intérêt pour un voyage vers... (échelle à 3 points)

Tous les répondants (n = 1 012).

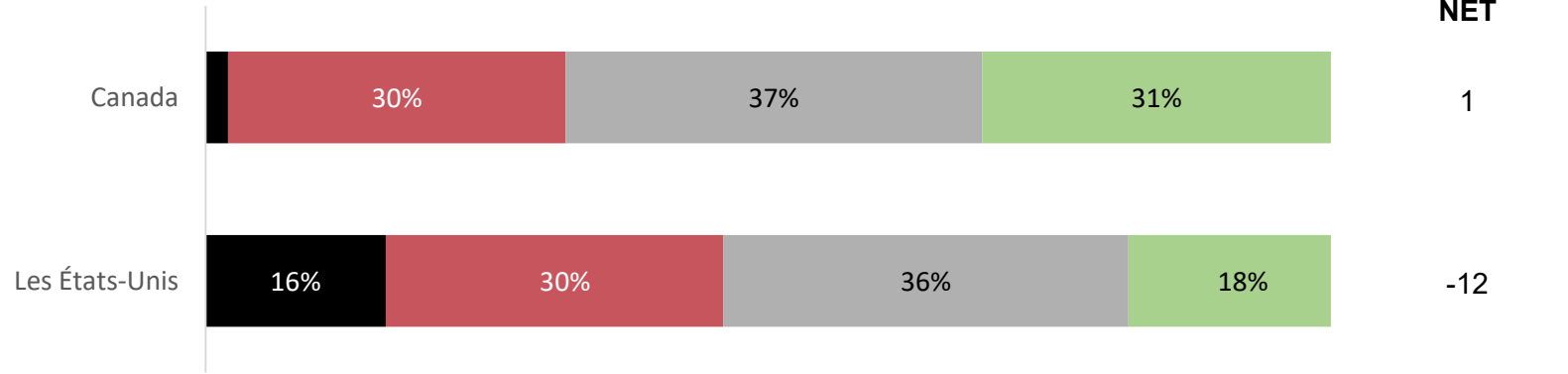
TYPES DE VOYAGES AU CANADA ET AUX ÉTATS-UNIS

Parmi les voyageurs allemands ayant déjà visité le Canada, les intentions de voyage restent relativement stables d'une année sur l'autre, tandis que les non-visiteurs affichent la tendance la plus marquée à ne toujours pas envisager de voyage.

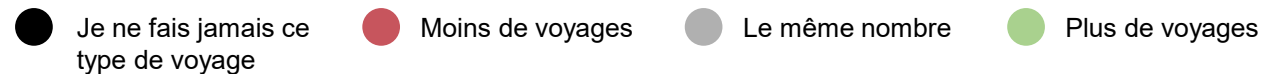
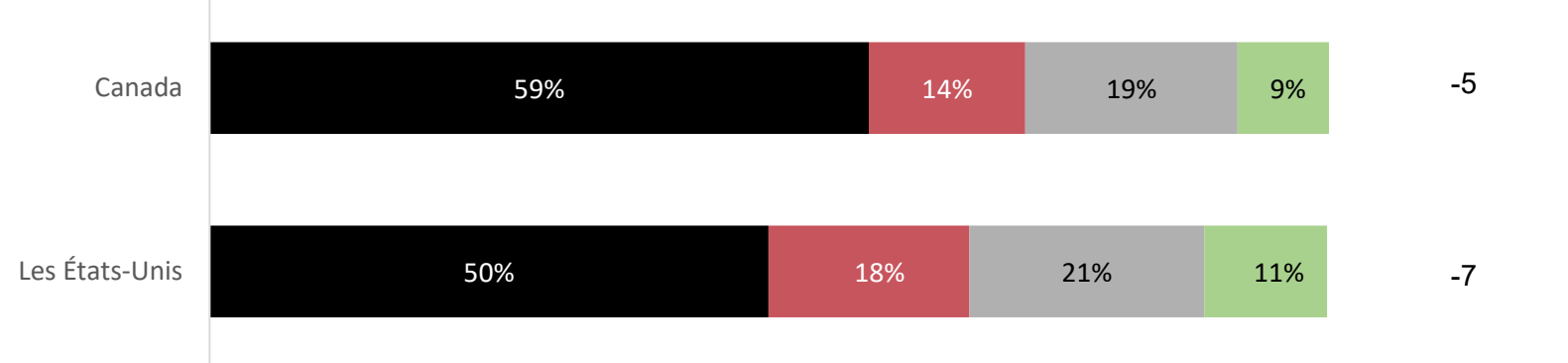
On observe une légère augmentation des intentions de voyager davantage chez les anciens visiteurs (+1), comparée à une baisse chez les non-visiteurs (-5) ; cependant, les deux groupes signalent des baisses plus importantes de leurs intentions de voyager aux États-Unis (-12 et -7, respectivement).

Cette tendance suggère que le Canada pourrait actuellement être perçu plus favorablement comme destination de voyage par rapport aux États-Unis. La dynamique géopolitique générale et le sentiment politique à l'égard des États-Unis pourraient influencer ces perceptions et ces intentions de voyage.

A déjà visité le Canada - Fréquence des voyages prévus vers...



N'a jamais visité le Canada - Fréquence prévue des voyages vers...



Remarque : Différence NETTE = Plus de voyages – Moins de voyages

T8. Pour chacun des types de voyages suivants, envisagez-vous de faire plus de voyages, le même nombre de voyages ou moins de voyages cette année par rapport à l'année dernière ? (Échelle à 4 points)
Tous les répondants (n = 1 012).

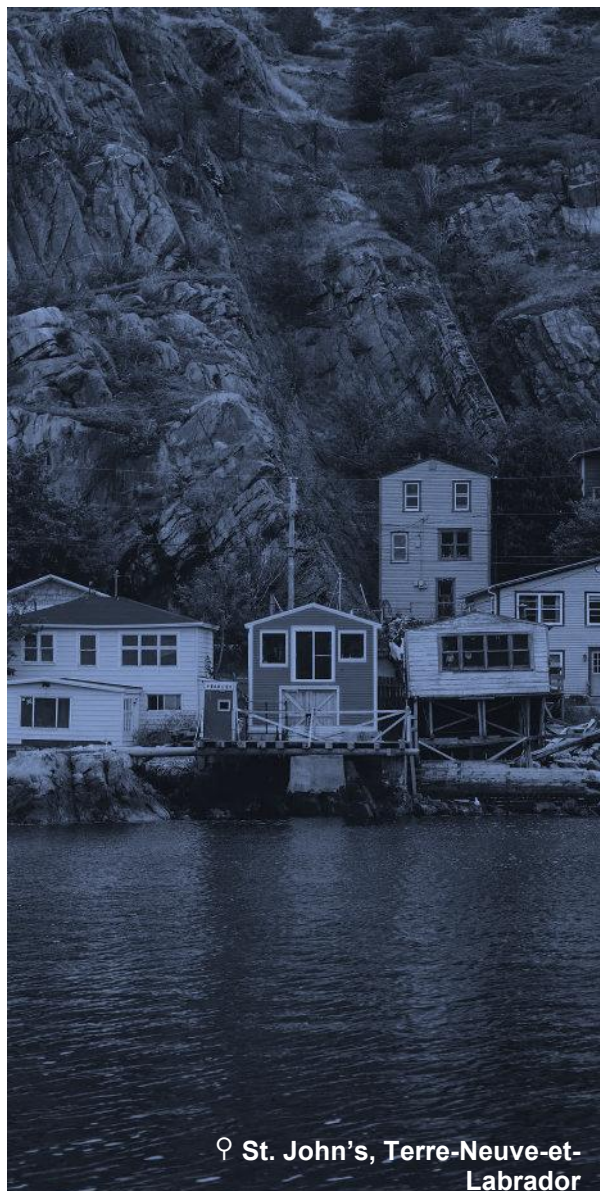
PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL

Dans les quatre provinces de l'Atlantique, les voyageurs allemands qui envisagent de s'y rendre sont principalement motivés par les expériences dans la nature, les activités culturelles et les possibilités de voyages authentiques. Le segment de voyageurs le plus important dans chaque province est celui des « explorateurs en plein air », qui représente environ un tiers des visiteurs potentiels, suivi par les « amateurs de culture » et les « globe-trotteurs raffinés », ce qui souligne un fort intérêt pour la nature, le patrimoine et les expériences de voyage immersives.

Dans toutes les provinces, les voyageurs sont le plus souvent accompagnés de leur conjoint ou partenaire, tandis qu'une proportion plus faible voyage avec des enfants ou un mélange de membres de la famille et d'amis. Le marché potentiel couvre une large tranche d'âge, avec une représentation particulièrement forte parmi les voyageurs âgés de 25 à 54 ans.

La plupart des visiteurs potentiels occupent un emploi à temps plein et se répartissent dans les tranches de revenus moyens à élevés, ce qui suggère une base de voyageurs financièrement active. Sur le plan géographique, les répondants se trouvent le plus souvent dans l'ouest et le sud de l'Allemagne, qui représentent les plus grandes parts de voyageurs potentiels envisageant des voyages vers les provinces de l'Atlantique.

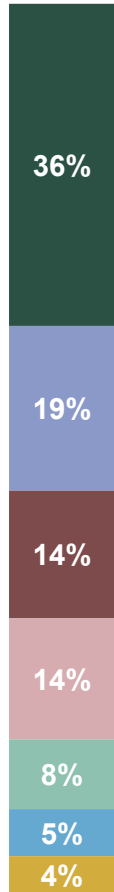
Dans l'ensemble, si les motivations et les profils des voyageurs restent globalement cohérents d'une province à l'autre, la segmentation met en évidence des opportunités de positionner chaque destination autour de la nature, de la culture et d'expériences régionales authentiques qui séduisent ces groupes de voyageurs clés.



📍 St. John's, Terre-Neuve-et-Labrador

PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : NOUVEAU-BRUNSWICK

A déjà visité le Canada



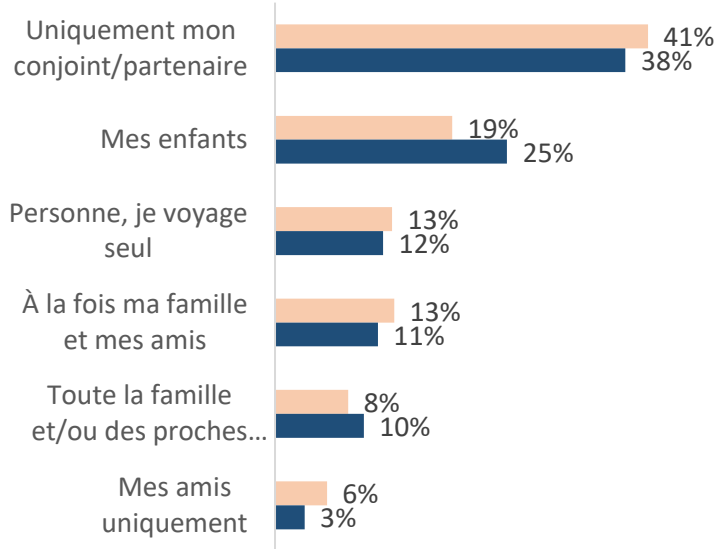
N'a jamais visité le Canada



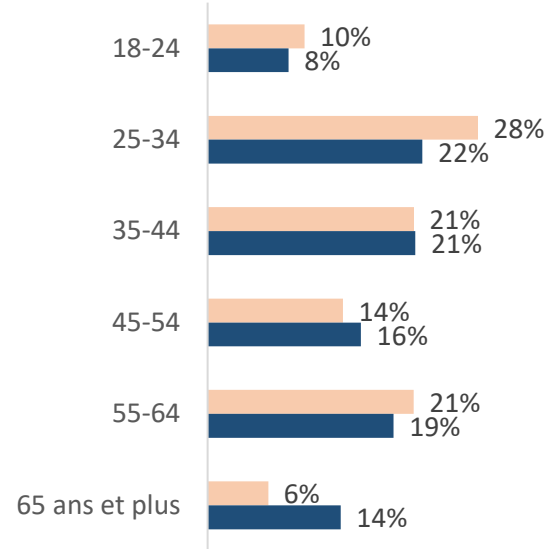
	Principales activités touristiques	Motivations de voyage	Destination idéale
Explorateurs en plein air	<ul style="list-style-type: none"> Expériences dans la nature Expériences culturelles Visites guidées 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez l'aventure Vivez des expériences authentiques Passer du temps de qualité avec les autres 	<ul style="list-style-type: none"> Des merveilles naturelles uniques Peu de monde Possibilité d'observer la faune
Passionnés de culture	<ul style="list-style-type: none"> Expériences culturelles Expériences dans la nature Cuisine locale 	<ul style="list-style-type: none"> Rencontrer de nouvelles personnes Vivez des expériences authentiques Vivez l'aventure 	<ul style="list-style-type: none"> Un riche patrimoine culturel Facile d'accès Festivals et événements locaux
Globe-trotteurs raffinés	<ul style="list-style-type: none"> Découverte de la nature Visites guidées Expériences culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> S'ouvrir à de nouvelles perspectives Vivez des expériences authentiques Se faire plaisir 	<ul style="list-style-type: none"> Des merveilles naturelles uniques Un riche patrimoine culturel Expériences gastronomiques
Des séjours à thème Familles	<ul style="list-style-type: none"> Attractions destinées aux familles Expériences dans la nature Cuisine locale 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez l'aventure Vivez des expériences authentiques Passer du temps de qualité avec les autres 	<ul style="list-style-type: none"> Adapté aux enfants Possibilité d'observer la faune Aventures en plein air
Vacanciers urbains	<ul style="list-style-type: none"> Découverte de la nature Shopping Expériences culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> Se faire plaisir Profiter et s'amuser Vivez l'aventure 	<ul style="list-style-type: none"> Pas trop cher Facile d'accès Attractions célèbres
Adeptes de simplicité	<ul style="list-style-type: none"> Cuisine locale Découverte de la nature Hébergements 	<ul style="list-style-type: none"> Trouver du temps pour se détendre Se faire plaisir Échapper au quotidien 	<ul style="list-style-type: none"> Facile d'accès Pas trop de monde Pas trop cher
Familles soleil et plaisir	<ul style="list-style-type: none"> Attractions pour toute la famille Visites guidées Découverte de la nature 	<ul style="list-style-type: none"> Se faire plaisir Échapper au quotidien Profiter d'un voyage simple 	<ul style="list-style-type: none"> Adapté aux enfants Facile d'accès Pas trop de monde

PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : NOUVEAU-BRUNSWICK – SUITE

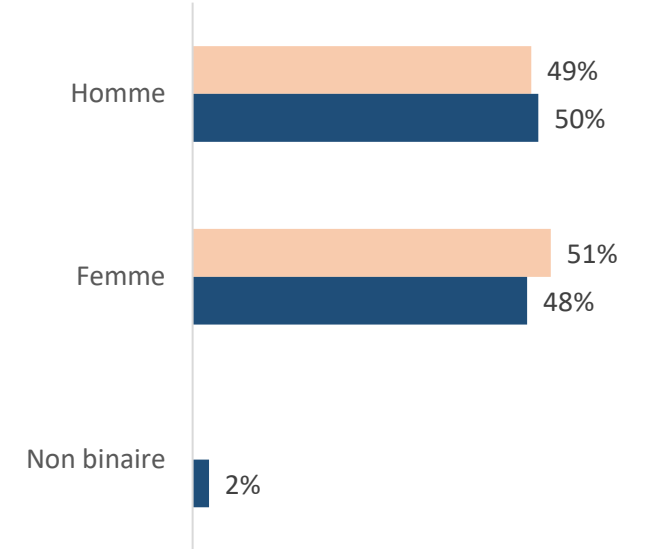
Groupe de voyageurs idéal



Âge

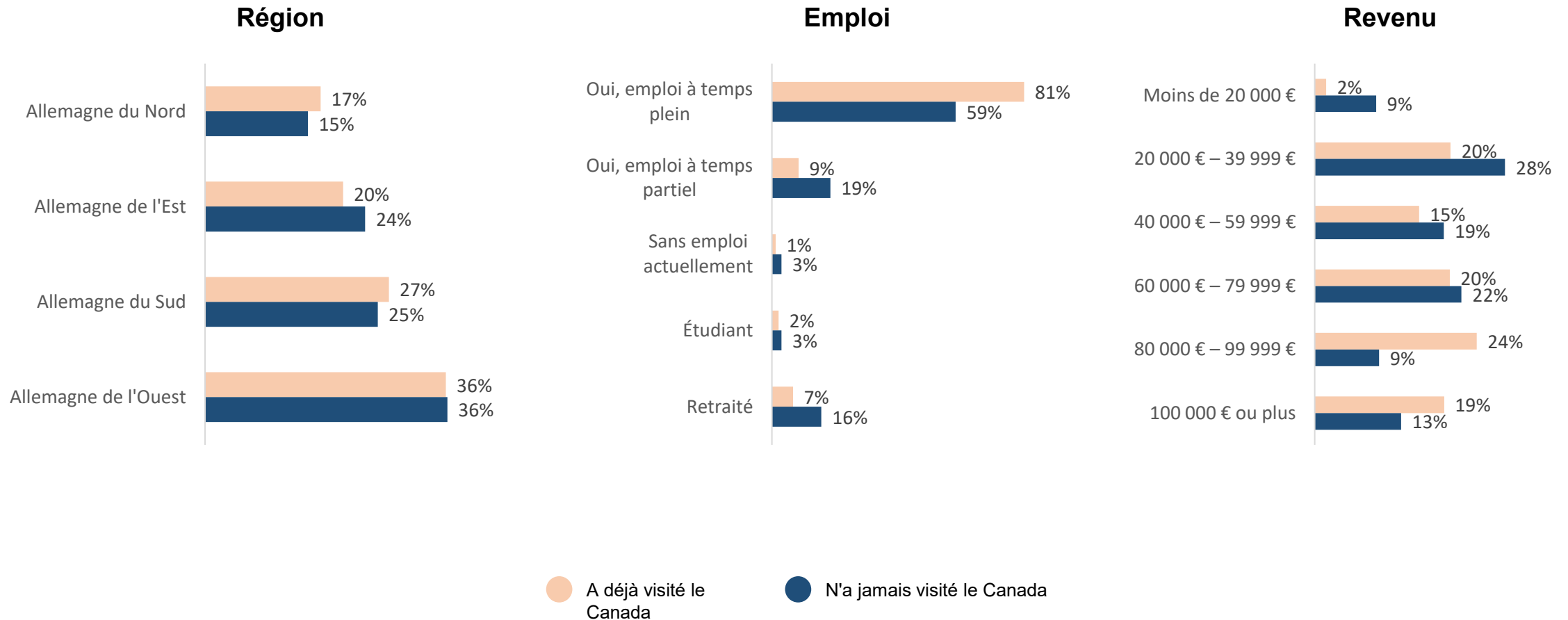


Sexe



● A déjà visité le Canada
 ● N'a jamais visité le Canada

PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : NOUVEAU-BRUNSWICK – SUITE



PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : TERRE-NEUVE-ET-LABRADOR

A déjà visité le Canada

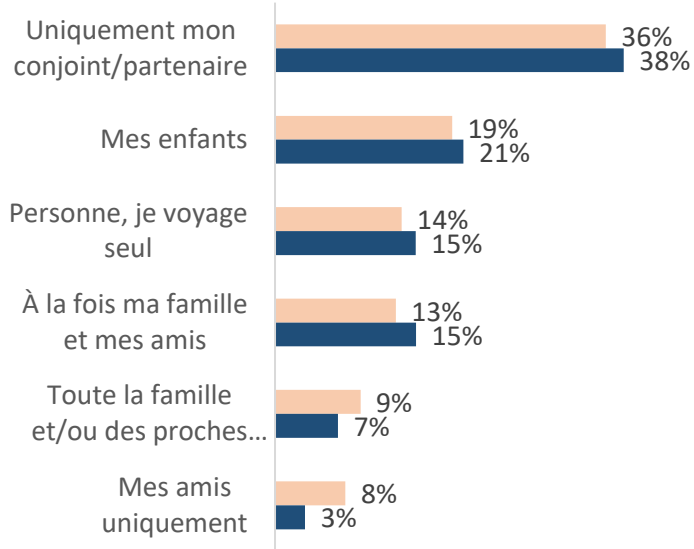


N'a jamais visité le Canada

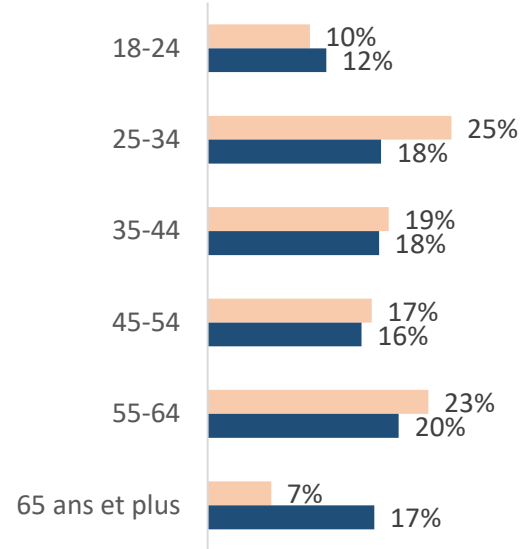


	Principales activités touristiques	Motivations de voyage	Destination idéale
Explorateurs en plein air	<ul style="list-style-type: none"> Expériences dans la nature Expériences culturelles Visites guidées 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez l'aventure Vivez des expériences authentiques S'ouvrir à de nouvelles perspectives 	<ul style="list-style-type: none"> Des merveilles naturelles uniques Peu de monde Possibilité d'observer la faune
Passionnés de culture	<ul style="list-style-type: none"> Expériences culturelles Expériences dans la nature Cuisine locale 	<ul style="list-style-type: none"> Rencontrer de nouvelles personnes S'ouvrir à de nouvelles perspectives Vivez des expériences authentiques 	<ul style="list-style-type: none"> Un riche patrimoine culturel Facile d'accès Festivals et événements locaux
Globe-trotteurs raffinés	<ul style="list-style-type: none"> Découverte de la nature Visites guidées Expériences culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez des expériences authentiques S'ouvrir à de nouvelles perspectives Se faire plaisir 	<ul style="list-style-type: none"> Expériences gastronomiques Merveilles naturelles uniques Un riche patrimoine culturel
Une destination qui a du sens Familles	<ul style="list-style-type: none"> Expériences nature Attractions pour toute la famille Cuisine locale 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez l'aventure Vivez des expériences authentiques Passer du temps de qualité avec les autres 	<ul style="list-style-type: none"> Adapté aux enfants Facile d'accès Un riche patrimoine culturel
Vacanciers urbains	<ul style="list-style-type: none"> Expériences culturelles Expériences nature Festivals et événements 	<ul style="list-style-type: none"> Se faire plaisir Échapper au quotidien Vivez des expériences authentiques 	<ul style="list-style-type: none"> Pas trop cher Facile à parcourir Facile d'accès
Adeptes de simplicité	<ul style="list-style-type: none"> Découverte de la nature Cuisine locale Expériences culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> Prenez le temps de vous détendre Évadez-vous du quotidien Profitez-en et amusez-vous 	<ul style="list-style-type: none"> Facile d'accès Pas trop de monde Pas trop cher
Familles soleil et plaisir	<ul style="list-style-type: none"> Attractions pour toute la famille Visites guidées Cuisine locale 	<ul style="list-style-type: none"> Se faire plaisir Profiter et s'amuser Échapper au quotidien 	<ul style="list-style-type: none"> Adapté aux enfants Pas trop de monde Facile d'accès

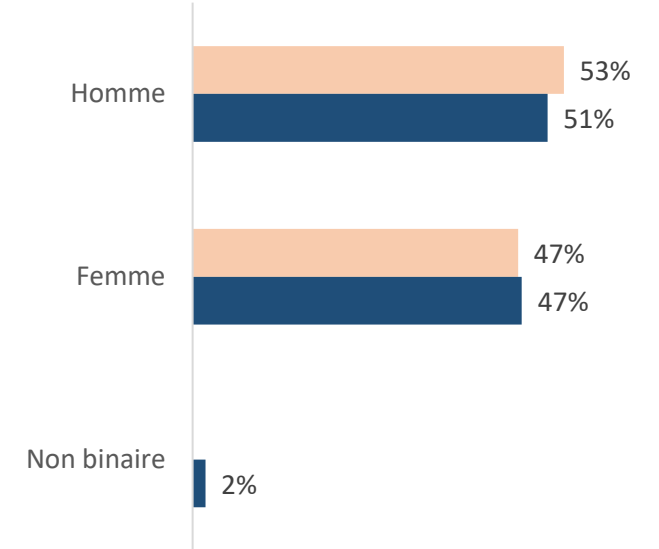
Groupe de voyageurs idéal



Âge

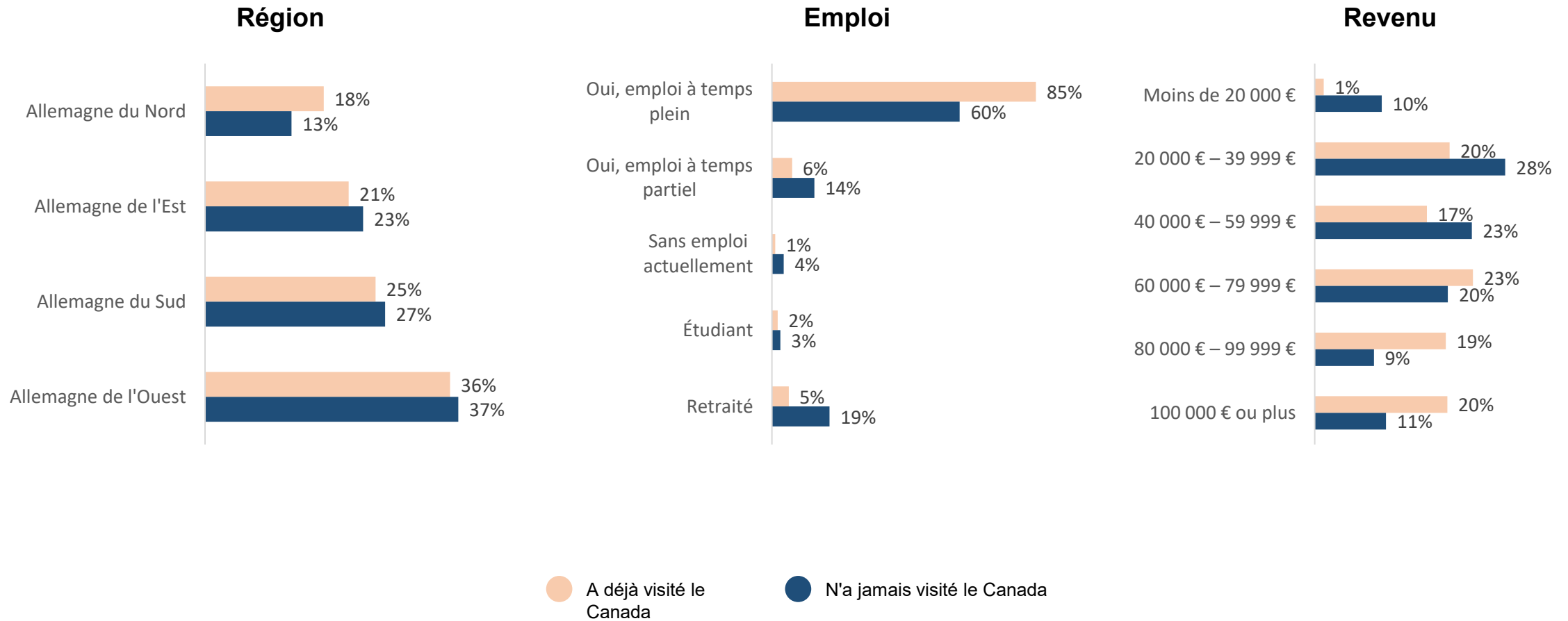


Sexe



● A déjà visité le Canada
 ● N'a jamais visité le Canada

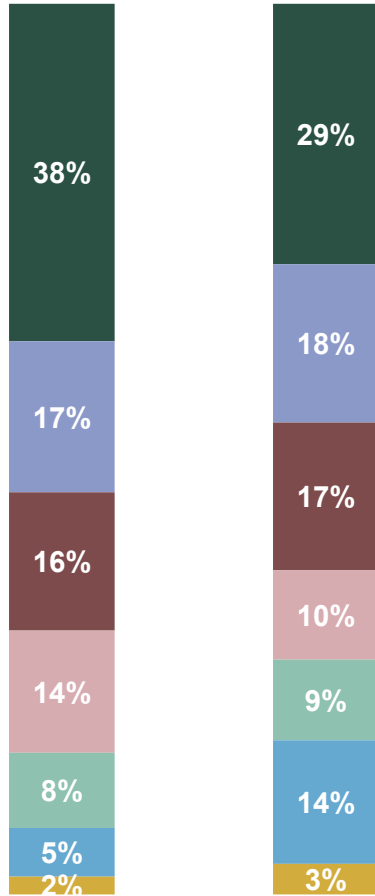
PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : TERRE-NEUVE-ET-LABRADOR – SUITE



PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : NOUVELLE-ÉCOSSE

A déjà visité le Canada

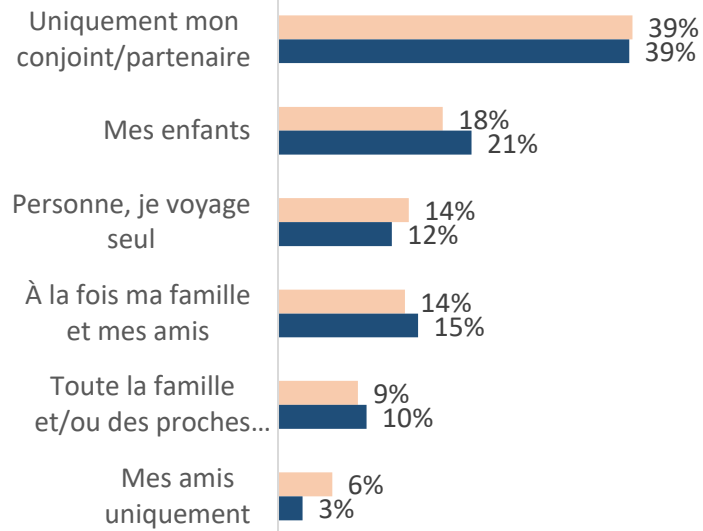
N'a jamais visité le Canada



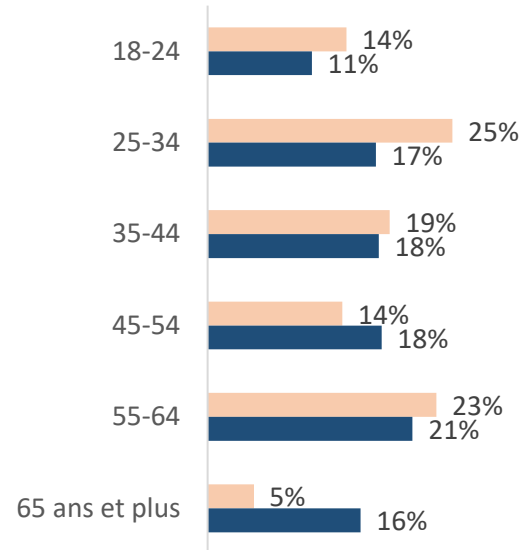
	Principales activités touristiques	Motivations de voyage	Destination idéale
<p>Explorateurs en plein air</p>	<ul style="list-style-type: none"> Expériences dans la nature Cuisine locale Expériences culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez l'aventure Vivez des expériences authentiques S'ouvrir à de nouvelles perspectives 	<ul style="list-style-type: none"> Des merveilles naturelles uniques Possibilité d'observer la faune Peu de monde
<p>Passionnés de culture</p>	<ul style="list-style-type: none"> Expériences culturelles Expériences dans la nature Cuisine locale 	<ul style="list-style-type: none"> Rencontrer de nouvelles personnes Vivez des expériences authentiques S'ouvrir à de nouvelles perspectives 	<ul style="list-style-type: none"> Un riche patrimoine culturel Facile d'accès Festivals et événements locaux
<p>Globe-trotteurs raffinés</p>	<ul style="list-style-type: none"> Découverte de la nature Visites guidées Expériences culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez des expériences authentiques S'ouvrir à de nouvelles perspectives Se faire plaisir 	<ul style="list-style-type: none"> Merveilles naturelles uniques Attractions célèbres Un riche patrimoine culturel
<p>Une destination qui a du sens Familles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Expériences dans la nature Attractions pour toute la famille Cuisine locale 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez l'aventure Vivez des expériences authentiques Passer du temps de qualité avec les autres 	<ul style="list-style-type: none"> Adapté aux enfants Peu fréquenté Facile d'accès
<p>Vacanciers urbains</p>	<ul style="list-style-type: none"> Découverte de la nature Shopping Expériences culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> Se faire plaisir Profiter et s'amuser Passer du temps de qualité avec les autres 	<ul style="list-style-type: none"> Attractions célèbres Facile d'accès Pas trop cher
<p>Adeptes de simplicité</p>	<ul style="list-style-type: none"> Découverte de la nature Cuisine locale Santé et bien-être 	<ul style="list-style-type: none"> Se faire plaisir Échapper au quotidien Trouver du temps pour se détendre 	<ul style="list-style-type: none"> Facile d'accès Pas trop de monde Pas trop cher
<p>Familles soleil et plaisir</p>	<ul style="list-style-type: none"> Attractions pour toute la famille Découverte de la nature Expériences culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> Se faire plaisir Profiter et s'amuser Vivez l'aventure 	<ul style="list-style-type: none"> Adapté aux enfants Facile d'accès Pas trop cher

PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : NOUVELLE-ÉCOSSE – SUITE

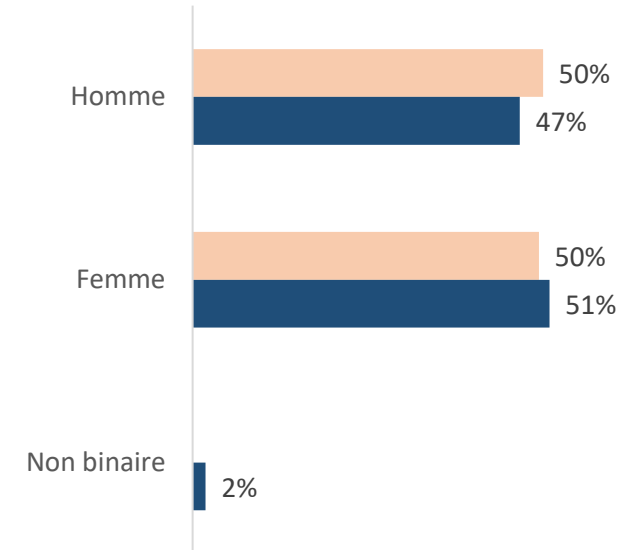
Le groupe de voyageurs idéal



Âge

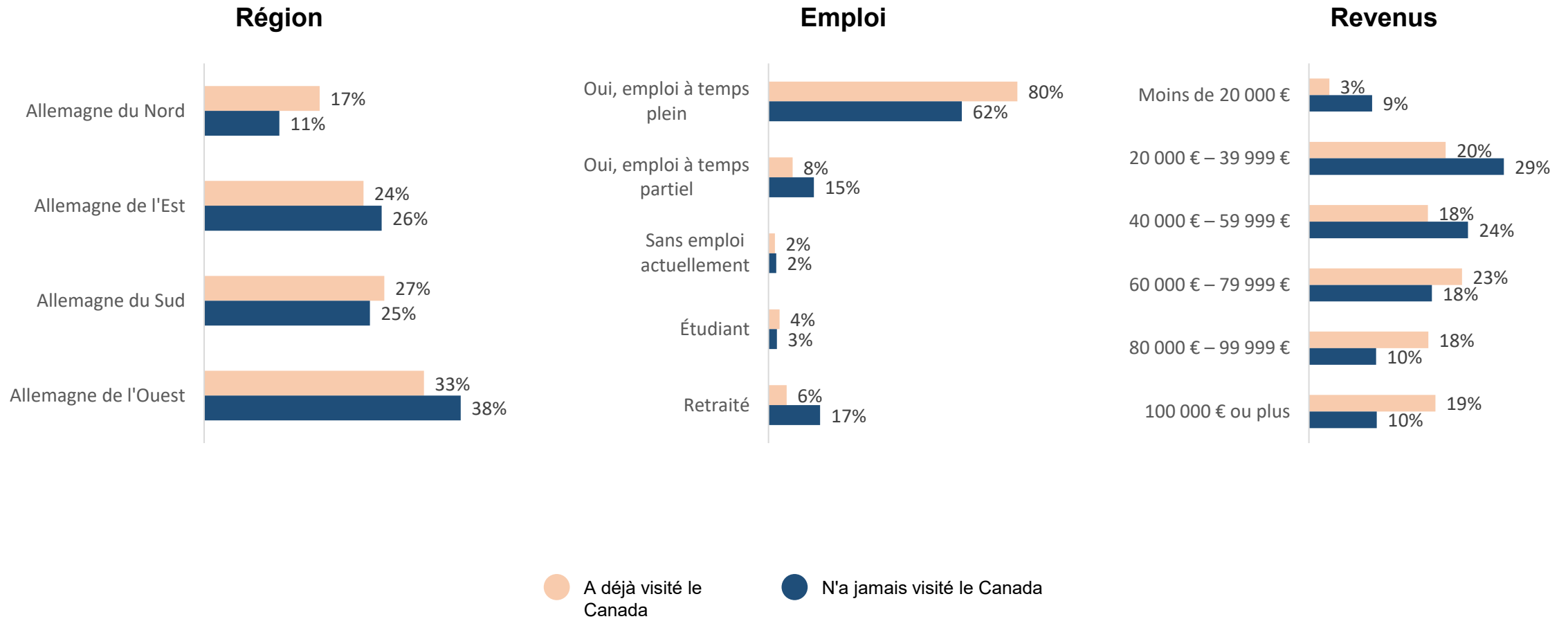


Sexe



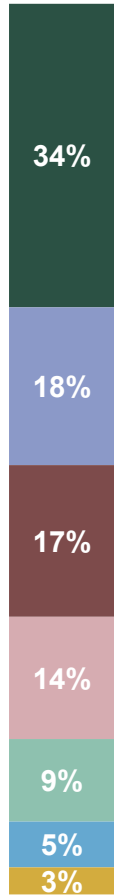
● A déjà visité le Canada
 ● N'a jamais visité le Canada

PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : NOUVELLE-ÉCOSSE – SUITE

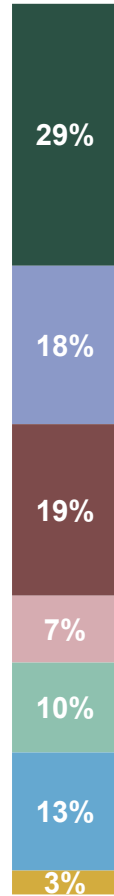


PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

A déjà visité le Canada



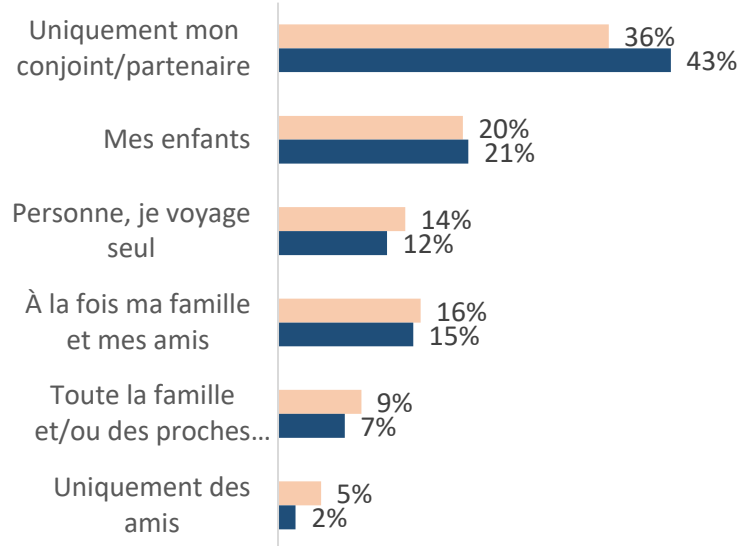
N'a jamais visité le Canada



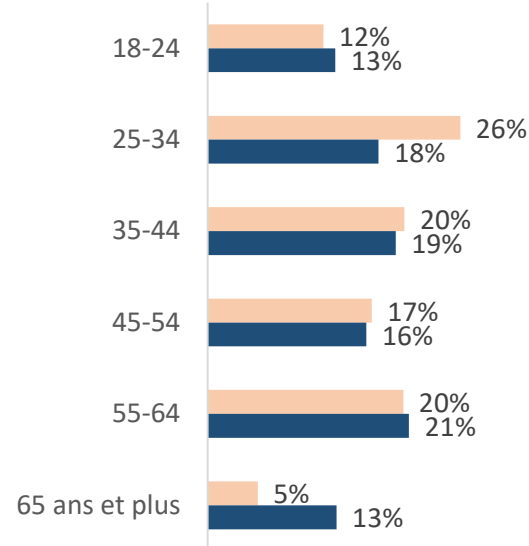
	Principales activités touristiques	Motivations de voyage	Destination idéale
Explorateurs en plein air	<ul style="list-style-type: none"> Expériences dans la nature Expériences culturelles Visites guidées 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez l'aventure Vivez des expériences authentiques Passer du temps de qualité avec les autres 	<ul style="list-style-type: none"> Des merveilles naturelles uniques Possibilité d'observer la faune Peu de monde
Passionnés de culture	<ul style="list-style-type: none"> Expériences culturelles Expériences dans la nature Cuisine locale 	<ul style="list-style-type: none"> Envie d'aventure Rencontrer de nouvelles personnes Vivez des expériences authentiques 	<ul style="list-style-type: none"> Un riche patrimoine culturel Facile d'accès Festivals et événements locaux
Globe-trotteurs raffinés	<ul style="list-style-type: none"> Découverte de la nature Expériences culturelles Visites guidées 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez des expériences authentiques S'ouvrir à de nouvelles perspectives Se faire plaisir 	<ul style="list-style-type: none"> Merveilles naturelles uniques Expériences gastronomiques Attractions célèbres
Familles sensibilisées Familles	<ul style="list-style-type: none"> Attractions pour toute la famille Expériences nature Cuisine locale 	<ul style="list-style-type: none"> Vivez l'aventure Vivez des expériences authentiques Échapper au quotidien 	<ul style="list-style-type: none"> Adapté aux enfants Un riche patrimoine culturel Possibilité d'observer la faune
Vacanciers urbains	<ul style="list-style-type: none"> Expériences culturelles Festivals et événements Expériences dans la nature 	<ul style="list-style-type: none"> Se faire plaisir Échapper au quotidien Profiter et s'amuser 	<ul style="list-style-type: none"> Pas trop cher Attractions célèbres Expériences gastronomiques
Adeptes de simplicité	<ul style="list-style-type: none"> Découverte de la nature Cuisine locale Visites guidées 	<ul style="list-style-type: none"> Prendre le temps de se détendre Se faire plaisir Échapper au quotidien 	<ul style="list-style-type: none"> Facile d'accès Pas trop de monde Pas trop cher
Familles soleil et plaisir	<ul style="list-style-type: none"> Attractions pour toute la famille Découverte de la nature Expériences culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> Profitez et amusez-vous Passer du temps de qualité avec les autres Se faire plaisir 	<ul style="list-style-type: none"> Adapté aux enfants Facile d'accès Pas trop cher

PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD – SUITE

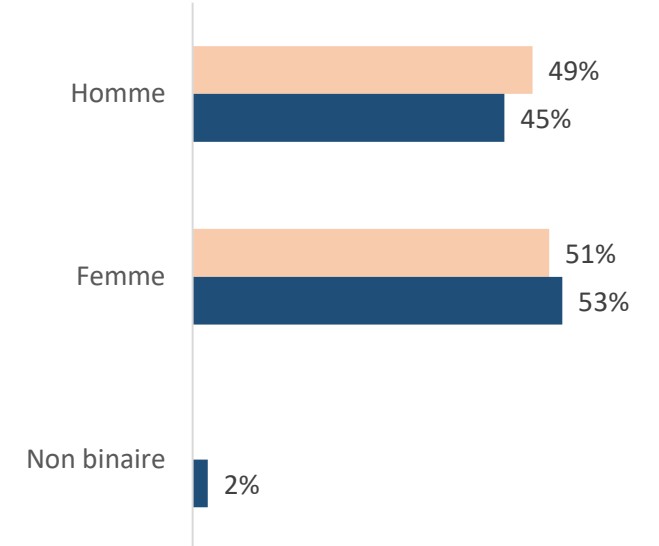
Groupe de voyageurs idéal



Âge



Sexe



● A déjà visité le Canada
 ● N'a jamais visité le Canada

PROFIL DU VOYAGEUR POTENTIEL : ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD – SUITE

