

VISA

TIAC AITC

2015

APERÇUS TOURISTIQUES DE L'ÉTÉ



Un Message de Visa Canada

Visa Canada est heureuse d'agir en partenariat avec l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) dans le cadre du rapport Aperçus touristiques de l'été 2015. Ce rapport, soit notre troisième rapport semestriel, offre aux membres, aux partenaires et aux intervenants de l'AITC un aperçu des tendances des dépenses des titulaires de carte Visa, à la fois au Canada et à l'étranger.

Le tourisme contribue dans une mesure considérable à l'économie du Canada, et les paiements électroniques sont l'un des principaux moteurs du succès de l'industrie touristique au Canada et à l'échelle mondiale. Alors que la façon dont les Canadiens magasinent et paient change, comme le démontrent les milliards d'appareils mobiles en usage, les innovations en matière de paiement numérique et le commerce électronique augmentent la valeur et la portée des paiements Visa sécurisés. Nous nous engageons à veiller à ce que l'industrie touristique du Canada continue à bénéficier des paiements électroniques, tout en offrant aux titulaires de carte Visa la confiance que leur paiement sera accepté partout.

En plus d'apporter des milliards de dollars à l'industrie touristique, les paiements électroniques offrent également aux visiteurs un moyen sécurisé et pratique de profiter de tout ce que notre pays peut leur offrir. Au fur et à mesure que les consommateurs adoptent de nouveaux modes de paiement, Visa travaillera en vue d'assurer l'accès universel au réseau de Visa et d'offrir des innovations dont les membres de l'AITC pourront profiter, en connectant ceux-ci aux institutions financières, aux marchands et aux titulaires de carte partout dans le monde.

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

L'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) est heureuse d'agir en partenariat avec Visa Canada pour vous présenter le troisième rapport Aperçus touristiques de notre série de rapports semestriels sur les dépenses des titulaires de carte Visa voyageant au Canada et des Canadiens voyageant à l'étranger. Les données canadiennes sur les voyages se limitent pour l'essentiel aux points d'entrée et aux volumes de dépenses. Le rapport Aperçus touristiques de Visa offre des renseignements exceptionnellement détaillés sur les habitudes de dépenses des voyageurs, y compris les villes visitées et les catégories d'achat, telles que la vente au détail, les restaurants et l'hébergement, recueillis à partir du réseau mondial de Visa.

Selon Visa Canada, les visiteurs ont dépensé 3,6 milliards de dollars américains au Canada de mai à septembre, ce qui représente, après la conversion de la devise, une augmentation à deux chiffres des dépenses sur douze mois. Il existe une corrélation entre cette augmentation des dépenses et l'augmentation de 7 % du nombre de visiteurs au Canada pendant la même période.

Les États-Unis sont l'un des principaux marchés, favorisés par un renouvellement de l'investissement du gouvernement fédéral dans le marketing des loisirs dans le cadre de l'initiative Accueillir l'Amérique. La bonne nouvelle, c'est que les visiteurs provenant des États-Unis se sont classés au premier rang cet été avec des dépenses de 1,9 milliard de dollars américains. La nouveauté dans cette édition est la répartition des dépenses des Américains par État, avec la Californie, New York et Washington en tête de liste. Puisque beaucoup d'entreprises canadiennes dans le secteur des voyages ciblent souvent le sud de la frontière, l'AITC espère que ces connaissances du marché les aideront à prendre des décisions plus éclairées pour 2016 et au-delà.



Rob Livingston
PRÉSIDENT
VISA CANADA



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



RÉSUMÉ POUR L'ÉTÉ 2015

Selon les données de 2015 de VisaVue Travel*, le tourisme entrant au Canada pendant la saison estivale (de mai à septembre) a rapporté des ventes de 3,6 G\$. Les Canadiens voyageant à l'extérieur du Canada ont dépensé 5,3 G\$.



ENTRANT :

Encore une fois, ce sont les États-Unis qui ont le plus contribué au revenu total : les dépenses estivales des Américains représentant environ 52 % des dépenses du tourisme entrant en général, soit 1,9 G\$. Même si les touristes américains proviennent de l'ensemble des États-Unis, ce sont les touristes provenant de la Californie qui ont le plus dépensé cet été (192 M\$), suivis de ceux de New York (147 M\$), de Washington (119 M\$), de Floride (88 M\$) et du Texas (78 M\$). Les touristes provenant de la Chine se classent en deuxième place parmi les plus grands dépensiers, avec 10,4 % du volume entrant en général (372 M\$).



SORTANT :

Pendant la saison des voyages estivale, les Canadiens ont dépensé 5,3 G\$ à l'étranger. Les États-Unis restent la destination préférée des Canadiens, avec 60 % des ventes (3,2 G\$). La deuxième destination préférée des Canadiens était le Royaume-Uni, avec 5,1 % des ventes (245 M\$).

Les visiteurs au Canada ont profité de la diversité de notre culture et de nos paysages et ont dépensé leur argent dans plusieurs villes de l'ensemble du pays. Les visiteurs des États-Unis et du Royaume-Uni ont dépensé davantage à Toronto, tandis que ceux de la Chine et de l'Allemagne ont dépensé le plus à Vancouver, et ceux de la France, à Montréal. Les touristes provenant de chacun des cinq pays principaux ont effectué d'importantes dépenses dans les catégories clés, telles que les achats au détail, l'hébergement et les restaurants.

TOURISME ENTRANT ESTIVAL

2015 – 3,6 G\$



TOURISME SORTANT ESTIVAL

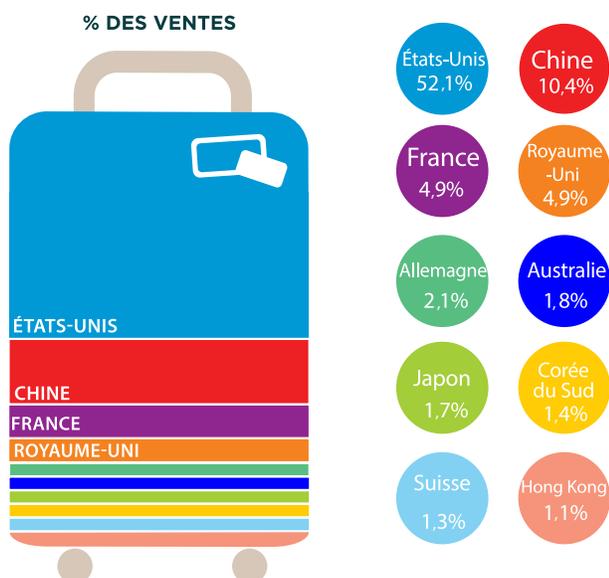
2015 – 5,3 G\$



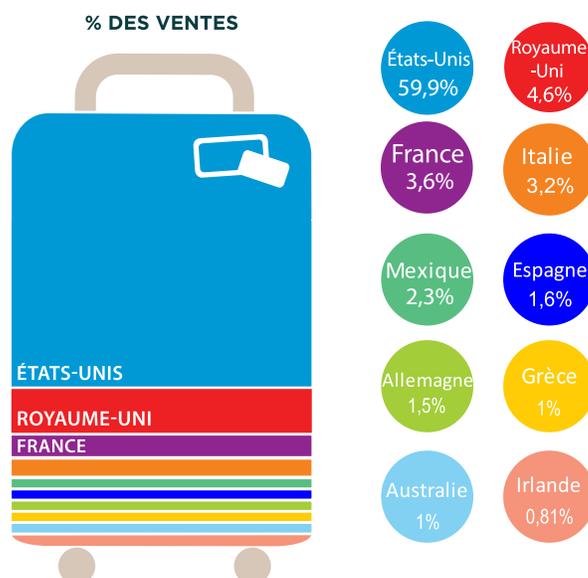
DÉPENSES ENTRANTES ET SORTANTES POUR L'ÉTÉ 2015

DÉPENSES RÉALISÉES PAR CARTE VISA PAR LES VISITEURS AU CANADA ET PAR LES CANADIENS À L'ÉTRANGER, DE MAI À SEPTEMBRE 2015

ENTRANTES



SORTANTES



*Remarque : Tous les montants en dollars sont exprimés en dollars américains (le taux de change à la date d'achat étant utilisé). La fluctuation des taux de change fausse les comparaisons en glissement annuel. Pour mieux comprendre le contexte, le taux de change moyen de la Banque du Canada pour la période allant de mai à septembre 2015 était d'un dollar canadien pour environ 78 cents américains; pour la période comparable de 2014, le taux de change était d'un dollar canadien pour environ 92 cents américains.



Tendances de dépenses du tourisme entrant



Les achats au détail généraux ont rapporté 903 M\$, ce qui est légèrement supérieur à un quart (25,8 %) des dépenses des touristes sur les comptes Visa réalisés par des voyageurs internationaux visitant le Canada pendant l'été 2015. Voici notamment d'autres catégories de dépenses :



HÉBERGEMENT

509 M\$ dépensés au cours de la période estivale de 2015, soit 16,51 % du total



AUTRES DÉPENSES – VOYAGES ET DIVERTISSEMENTS

172 M\$ dépensés au cours de la période estivale de 2015, soit 4,82 % du total



RESTAURANTS

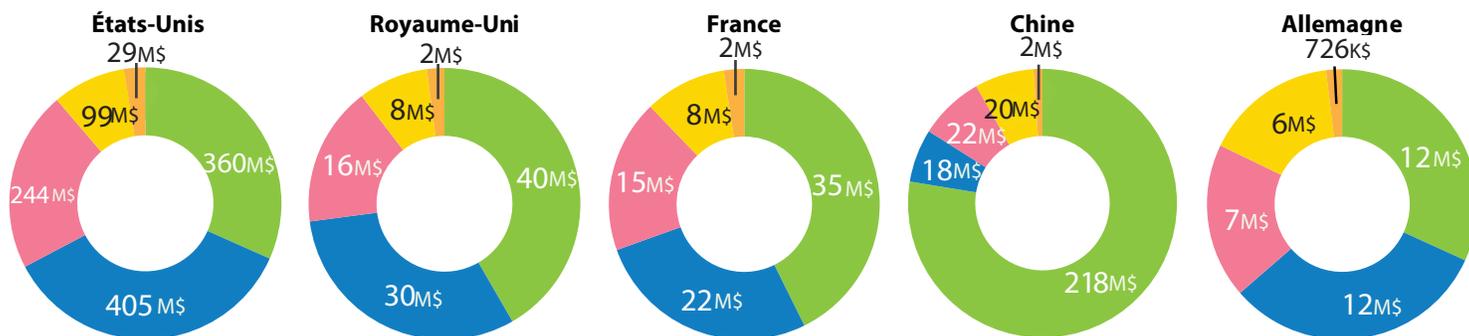
370 M\$ dépensés au cours de la période estivale de 2015, soit 10,35 % du total



RESTAURANTS À SERVICE RAPIDE

43 M\$ dépensés au cours de la période estivale de 2015, soit 1,21 % du total

HABITUDES DE DÉPENSES TOURISTIQUES DES CINQ PAYS ENTRANTS PRINCIPAUX



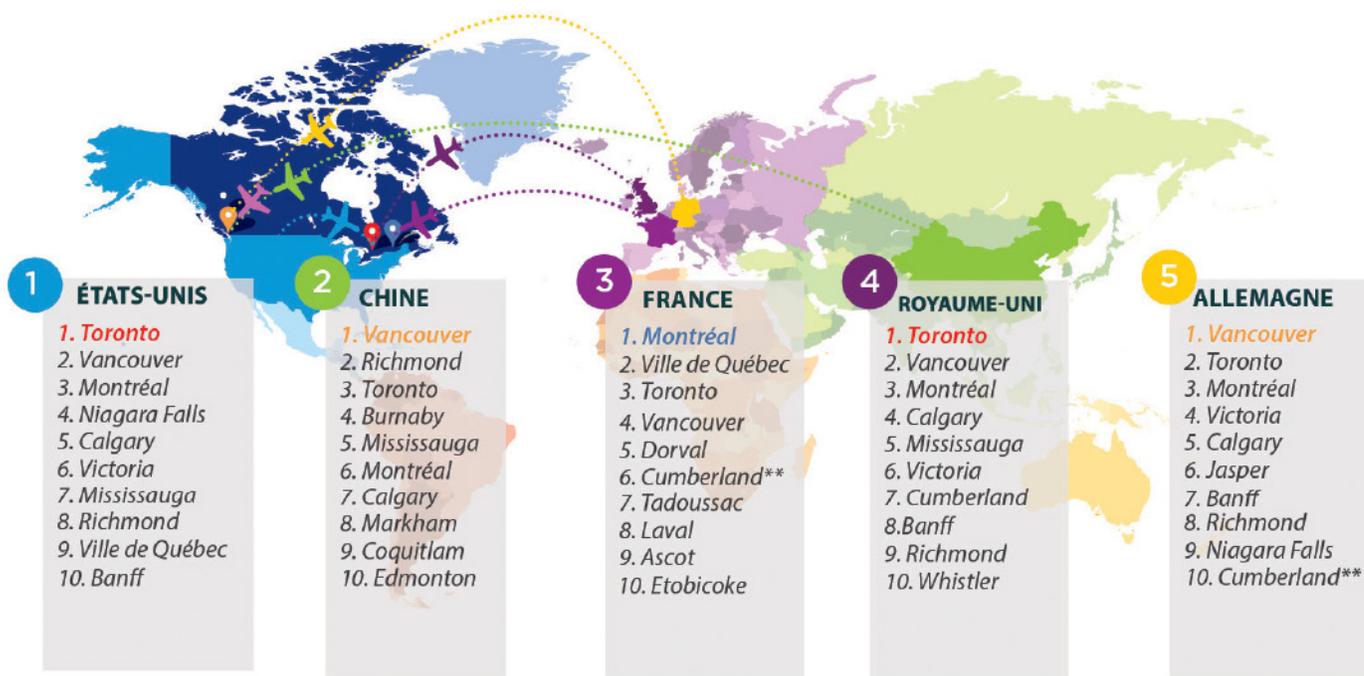
2015



- | | | |
|------------------------|---------------------|------------------------|
| 1. ÉTATS-UNIS 1,9 G\$ | 5. ALLEMAGNE 76 M\$ | 8. CORÉE DU SUD 51 M\$ |
| 2. CHINE 372 M\$ | 6. AUSTRALIE 64 M\$ | 9. SUISSE 46 M\$ |
| 3. FRANCE 176 M\$ | 7. JAPON 60 M\$ | 10. HONG KONG 39 M\$ |
| 4. ROYAUME-UNI 175 M\$ | | |



LES 10 VILLES CANADIENNES LES PLUS VISITÉES PAR LES VISITEURS DES CINQ PAYS ENTRANTS PRINCIPAUX



DÉPENSES DES VISITEURS PROVENANT DES 10 ÉTATS PRINCIPAUX DES ÉTATS-UNIS

