



**Les dépenses du marché australien devraient retrouver leur niveau de 2019 d'ici 2024.
Le nombre de voyages ne devrait pas être rétabli avant 2025.**

Renseignements sur le marché

Envie et capacité de voyager

Habituellement, les voyageurs australiens dépensent plus au Canada et y restent plus longtemps que ceux de nombreux autres marchés. Vu l'épargne élevée des ménages, et une demande touristique refoulée, les invités à valeur élevée (IVE) mettront de côté leurs préoccupations économiques au profit d'expériences de voyage uniques. Cependant, avec l'augmentation des taux d'intérêt et du coût de la vie, la proposition de valeur du Canada est essentielle, et l'industrie du tourisme doit mettre en évidence la valeur des expériences de voyage enrichissantes au pays.

Bien-être et voyages responsables

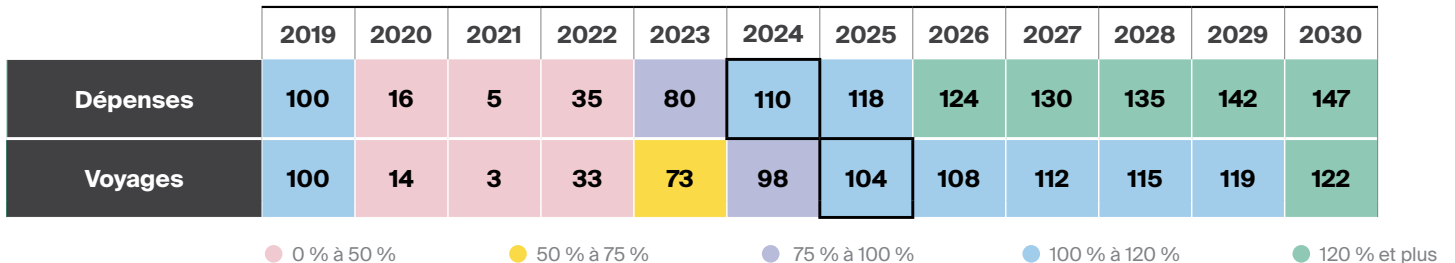
L'Australie connaît une augmentation du tourisme de bien-être axé sur la régénération psychologique ainsi que des consommateurs responsables qui utilisent les voyages comme force positive. Les voyageurs australiens privilégient les voyages qui ont des retombées positives à la fois sur les personnes et sur la planète, et sont attirés par les expériences de voyage enrichissantes et durables, la création de liens avec les résidents locaux et autochtones, et les expériences régénératrices qui permettent de redonner aux communautés.

Escapades en plein air

Les Australiens ont un désir de longue date de visiter le Canada et sont attirés par ses expériences de plein air emblématiques et sa faune en toutes saisons. Ils sont à la recherche de grands espaces comme les parcs nationaux, et nombre d'entre eux choisissent d'entreprendre des escapades routières pour explorer les diverses régions du pays, y compris la nature sauvage et les communautés locales. C'est l'occasion de souligner la facilité d'accès aux vastes espaces et aux expériences en milieu urbain et en région.

Prévisions pour le marché (automne 2022)¹

Niveaux de dépenses et de voyages (pourcentage par rapport à 2019)



Hypothèses et contexte utilisés pour réaliser les prévisions sur le marché de l'automne 2022¹



Intérêt pour les voyages et restrictions liées à la COVID-19

- La population australienne a réorienté sa consommation des biens vers les services, ce qui a particulièrement profité au secteur des voyages et de l'accueil.
- L'Australie, qui a levé ses restrictions liées à la COVID-19 en septembre 2022, a connu la plus forte reprise des voyages vers le Canada parmi les marchés de l'Asie-Pacifique. De plus, elle a été la principale source de demandes d'autorisation de voyage électronique dans la région de l'Asie-Pacifique au cours des 11 premiers mois de 2022.



Conditions pour voyager à l'étranger

- Le service aérien entre le Canada et l'Australie continue de reprendre. En 2022, on comptait 178 700 sièges sur les vols directs entre les deux pays, soit 60 % des sièges disponibles en 2019. En janvier 2023, on prévoyait que le service aérien cette année devrait atteindre 91 % des niveaux de 2019.
- L'inflation pèsera sur le budget des ménages, ce qui ralentira légèrement la croissance à court terme.



Économie

- Le produit intérieur brut (PIB) devrait ralentir en 2023 pour se situer entre 1,8 % et 2,0 %.
- La forte croissance de l'emploi et la pénurie de main-d'œuvre soutiendront la croissance des revenus.

¹ Perspectives touristiques : faits saillants des prévisions, automne 2022.



Ensemble des voyageurs long-courriers

Il s'agit de la population australienne de 18 ans et plus ayant effectué un voyage d'agrément long-courrier en dehors de l'Australie, de la Nouvelle-Zélande et des îles du Pacifique au cours des trois dernières années, ou prévoyant effectuer un tel voyage au cours des deux prochaines années.

Invités à valeur élevée

Les invités à valeur élevée (IVE) s'imprègnent d'une destination, s'intéressent à son patrimoine et à sa culture et cherchent sincèrement à laisser l'endroit dans un meilleur état qu'à leur arrivée. Ils sont généralement plus aisés et instruits que le voyageur moyen. Tous ont la même curiosité pour les expériences captivantes et enrichissantes.

Taille du marché potentiel²



Potentiel total de voyageurs long-courriers



Marché cible du Canada



Potentiel immédiat du Canada pour les deux prochaines années



Potentiel total d'IVE

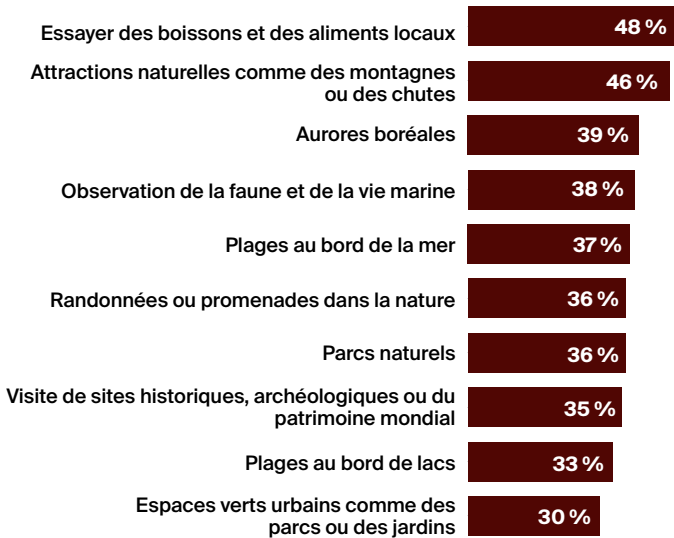


Marché cible d'IVE pour le Canada

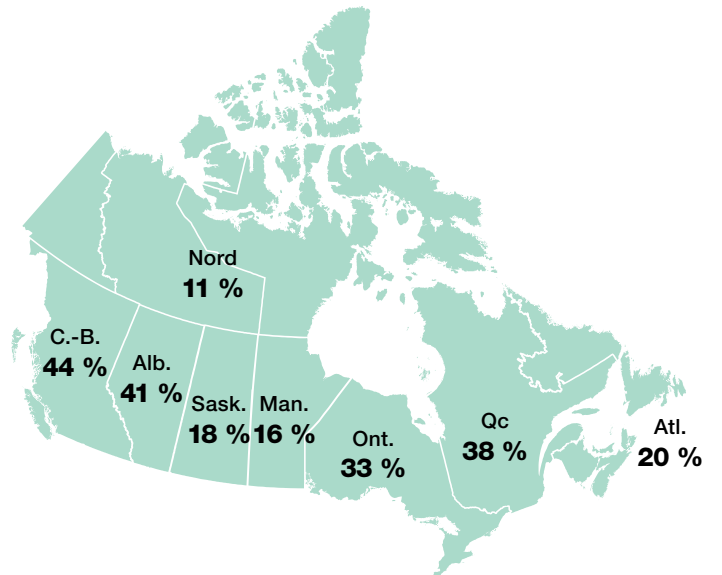
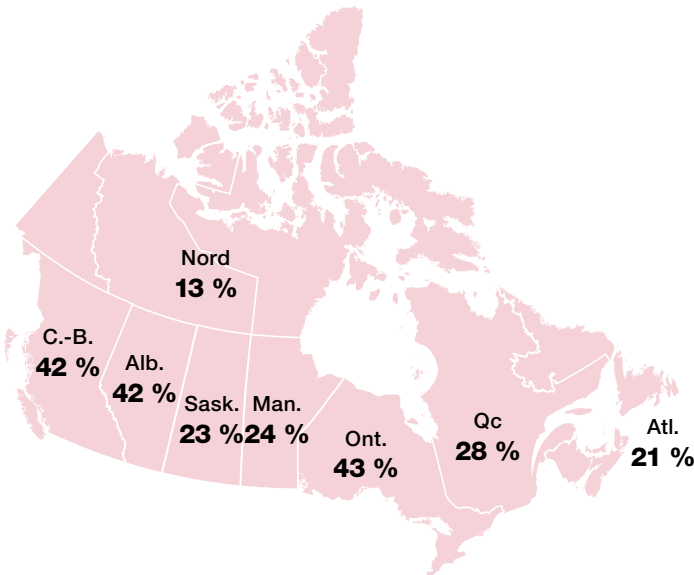


Potentiel immédiat d'IVE pour le Canada pour les deux prochaines années

Principales activités d'intérêt en vacances³



Probabilité de visiter des régions canadiennes (au cours des deux prochaines années)³



Recours à une agence de voyages pour un futur voyage au Canada³

Certainement / très probable / assez probable (net)
78 %

Certainement / très probable / assez probable (net)
91 %

Personne-ressource :

Julie King | Directrice générale | Téléphone : +61-428-026-093 | julie.king@jkingassociates.com

² Taille du marché mondial 2022.

³ Veille touristique mondiale 2021.