



Faits saillants du marché mexicain en un coup d'œil

On estime à deux millions le nombre de voyageurs d'agrément long-courriers mexicains qui ont l'intention de visiter le Canada dans les deux prochaines années.

Rendement en 2017



Arrivées¹

359 k (↑47 %)



Dépenses par voyage
(en moyenne)²

1 924 \$

- La progression des arrivées a profité d'une augmentation considérable de la capacité aérienne entre le Mexique et le Canada (en hausse de 71 % par rapport à 2016), mais aussi des répercussions favorables des changements apportés aux exigences de visa en 2016.
- L'augmentation de la capacité aérienne directe résulte principalement de l'ajout de nouveaux vols exploités par Interjet à destination de Montréal, de Toronto et de Vancouver, et de l'élargissement des services d'Aeromexico vers Calgary.

Prévisions pour 2018



Nombre de visiteurs²

433 k (↑19 %)



Dépenses²

741 M\$ (↑22 %)



Capacité aérienne³

↑**37 %**



Devise locale vs CAD⁴

↑**2,7 %**

Renseignements sur le marché



Les voyages de loisirs et récréatifs au Canada ont progressé plus que les voyages effectués pour toute autre raison, affichant une hausse estimative de 114 % par rapport à 2016.²



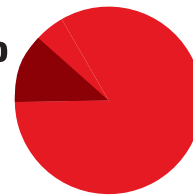
En 2017, le Canada est arrivé au troisième rang (derrière les États-Unis et l'Espagne) des pays que les voyageurs mexicains envisageaient de visiter au cours des deux prochaines années.⁵



Trois quarts des Mexicains qui avaient récemment visité le Canada ont mentionné avoir consulté un agent de voyages avant le départ, soit pour obtenir des renseignements ou pour réserver.⁵

Investissement selon les canaux

16 %
professionnels
des voyages



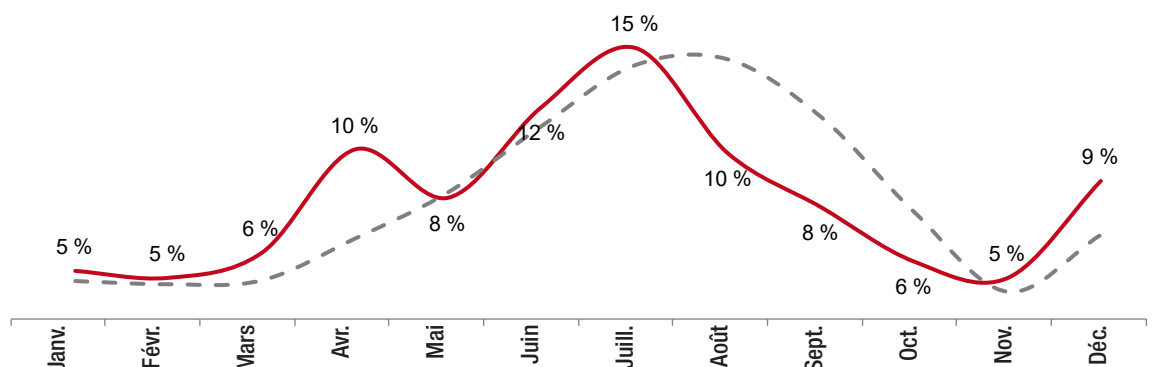
84 %
marketing auprès des
consommateurs et
médiatisation méritée

Saisons touristiques¹

% des arrivées au Canada par mois

— Mexique

- - - Moyenne des marchés de Destination Canada



Potentiel du marché⁵



2 661 500

Marché cible pour le Canada



60 %

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



1 594 000

Potentiel immédiat pour le Canada

Principaux facteurs de motivation⁵

Principaux aspects d'une destination que recherchent les voyageurs mexicains

- 1** Expériences de voyage stimulantes sur le plan intellectuel
- 2** Fierté d'en parler après le voyage
- 3** Visite de plusieurs destinations
- 4** Expériences uniques en toute saison
- 5** Culture unique que j'aimerais découvrir lors de mes vacances
- 6** Endroit sécuritaire
- 7** Temps de qualité en famille ou entre amis
- 8** Endroit où je peux me détendre
- 9** Villes idéales pour l'exploration et pour se plonger dans l'atmosphère des lieux
- 10** Combinaison d'activités de plein air et d'expériences urbaines

Publics cibles



Adeptes d'expériences authentiques de 18 à 34 ans

Ils veulent sortir de leur zone de confort en s'imprégnant de la culture locale et en vivant des expériences qu'ils ne peuvent vivre chez eux.

Stratégie de contenu

Découvrir des expériences authentiques et culturellement uniques grâce à des itinéraires faciles et captivants.



Contact avec la beauté naturelle du Canada

Participer à des activités de plein air attrayantes en découvrant la beauté naturelle du Canada.



Découvertes culturellement attrayantes

Découvrir la culture, les personnalités et la cuisine canadiennes qu'on ne retrouve pas chez soi.



Découverte de trésors cachés

Trouver les attractions moins visitées qui rendront l'expérience au Canada unique.



Esprits libres de 35 à 54 ans

Ils souhaitent décrocher du quotidien en visitant une nouvelle région en vogue qui rehaussera leur statut.

Stratégie de contenu

Inspirer avec des expériences liées à des lieux emblématiques et des expériences « de niche » susceptibles de rendre le voyage au Canada unique et digne d'être partagé.



Exploration de régions, non pas de destinations uniques

Visiter des destinations multiples en favorisant des circuits combinant paysages urbains et expéditions en plein air.



Découverte de la beauté naturelle du Canada

Se laisser éblouir par les magnifiques paysages; observer les animaux sauvages dans leur habitat naturel.



Visite de villes dynamiques

Explorer des lieux urbains emblématiques et conjuguer à ces visites des expériences locales de niche se déroulant tant dans des villes qu'à l'extérieur de celles-ci.

Canada

Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec :

M. Jorge Morfin

Directeur de compte

PR Central

Mexico, Mexique

jorge.morfin@prcentral.com

¹ Statistique Canada, Dénombrement à la frontière, 2017.

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

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

⁴ Tourism Economics, mars 2018.

⁵ Veille touristique mondiale 2017.