

États-Unis | Mexique

Le Canada rayonne sur la scène mondiale. La réputation de la marque du Canada est excellente et sa position dans les classements de réputation à l'échelle mondiale est particulièrement bonne et ne cesse de s'améliorer. La réputation de la marque influence directement si les voyageurs envisagent et choisissent le Canada plutôt que d'autres destinations. La nouvelle plateforme de marque du Canada *Le Canada, naturellement* renforce l'idée que les voyages au Canada réservent une expérience réellement authentique. Les voyageurs ont l'occasion de vivre des expériences inoubliables en pleine nature, rehaussées par l'accueil des Canadiens. Cette promesse se concrétise lorsque les voyageurs en font l'expérience au Canada.

Dans ce contexte, l'incertitude macroéconomique persiste et pourrait contribuer à l'évolution rapide des indicateurs économiques et des perspectives du marché.



Tendances globales

L'économie américaine demeure relativement robuste, favorisant la poursuite des voyages à l'étranger et transfrontaliers. Toutefois, la confiance des consommateurs américains a considérablement diminué en 2025, se redressant légèrement au début de 2026¹. La baisse de confiance retarde ou réduit généralement les dépenses discrétionnaires des voyageurs pour les voyages. Les ménages aisés, en particulier les 10 % les mieux nantis, continuent de représenter une part disproportionnée de la demande pour les voyages en provenance des États-Unis, ce qui contribue à soutenir le marché malgré l'incertitude économique plus large². La valeur du dollar américain contribue également au soutien du marché, car elle demeure élevée par rapport au dollar canadien et permet donc de maintenir des prix assez réguliers pour les voyages au Canada.

Au Mexique, l'économie est stable, l'inflation ralentit et les taux d'intérêt diminuent graduellement. La valeur du peso mexicain est restée relativement élevée au cours de la dernière année, y compris par rapport au dollar canadien, ce qui favorise les voyages à l'étranger.



Tendances en matière de voyages

L'Amérique du Nord demeure le marché de tourisme accessible le plus important pour le Canada. Les voyageurs en provenance des États-Unis continuent d'être les plus nombreux et offrent d'importantes possibilités au Canada en matière de voyages court-courriers. Le Mexique offre une occasion croissante, bien que les tendances de voyage aient évolué après l'entrée en vigueur des exigences en matière de visas en 2024. Dans les deux marchés, les prévisions de 2026 par rapport à l'année dernière pour les voyages au Canada demeurent bonnes : l'augmentation du nombre de voyageurs prévus s'élève à 9,9 % pour le Mexique et à 4,6 % pour les États-Unis³.

Les voyageurs américains continuent de privilégier la commodité et les courts séjours, ce qui fait des destinations intérieures l'option la plus facile et la plus attrayante. Au cours de la dernière année, les préoccupations relatives à la complexité à la frontière, notamment en ce qui concerne les visas et les processus d'entrée, ont connu une hausse et ont incité certains voyageurs américains à remettre leur voyage en question³. Toutefois, le Canada dispose encore d'une excellente occasion d'attirer des voyageurs américains. Les Américains sont de plus en plus à la recherche d'occasions de se déconnecter du monde numérique, ce qui stimule la demande pour des expériences de voyage régénérantes axées sur la nature. En outre, les principaux segments de voyageurs aux États-Unis perçoivent de plus en plus le Canada comme une destination qui offre une scène artistique et musicale et des festivals de premier plan⁴.

Les États-Unis et le Mexique jouent tous deux un rôle essentiel dans le soutien du rendement du Canada en hiver : ils voyagent en grands nombres au pays, ce qui contribue de manière indispensable à maintenir les niveaux d'occupation partout au Canada durant cette saison. Les arrivées par avion pour des séjours d'une nuit ou plus en provenance du Mexique entre décembre 2025 et février 2026 ont augmenté de 14 % par rapport à l'année dernière⁵, ce qui indique que la demande pour les voyages en hiver donne réellement lieu à des visites en provenance de ce marché.

Dans les deux marchés, les voyageurs comptent beaucoup sur les outils de recherche numériques et les médias sociaux pour inspirer leurs voyages. Le recours des voyageurs aux outils d'intelligence artificielle (IA) pour la planification des voyages continue de croître rapidement, particulièrement pour décider où aller et pour créer des itinéraires⁴.



Incidence pour le Canada

Les citoyens américains n'ont besoin que d'un passeport valide pour visiter le Canada, tandis que les voyageurs mexicains doivent satisfaire aux critères d'admissibilité en matière de visa ou d'autorisation de voyage électronique (AVE), selon leurs antécédents de voyage et leurs documents.

Au sortir d'une année 2025 marquée par une activité touristique inégale en provenance des États-Unis, les perspectives laissent entrevoir une forte reprise et une croissance encore plus soutenue à partir de 2026. Dans ce contexte de reprise, le mode de déplacement des Américains est tout aussi important que leur nombre. Les perspectives indiquent que les arrivées par avion augmenteront beaucoup plus rapidement que les déplacements terrestres. D'ici 2030, les dépenses des voyageurs arrivant par avion en provenance des États-Unis devraient augmenter en moyenne de 6,7 % par an, dépassant largement la croissance de 4,1 % prévue pour les arrivées par voie terrestre et maritime⁶. En revanche, la persistance d'une baisse des voyages de la population canadienne aux États-Unis continue de peser sur la capacité aérienne transfrontalière. En 2025, la capacité aérienne en provenance des États-Unis a diminué de 7 %, principalement en raison de la réduction de l'offre des transporteurs canadiens de 14 %. À l'inverse, les transporteurs américains ont connu une croissance de 4 %. Par rapport à 2025, la capacité aérienne directe devrait diminuer d'un autre 1 % en 2026, puisqu'il est attendu qu'elle atteigne le même niveau de 93 % de 2019⁷.

Les arrivées des voyageurs mexicains au Canada en provenance des États-Unis ont considérablement diminué au cours de la dernière année, soit de 15 %⁷. Ces données illustrent l'importance de la capacité aérienne directe en raison de la réduction de la demande pour les correspondances aux États-Unis. En 2026, la capacité aérienne en provenance du Mexique a déjà augmenté de 6 % par rapport à l'année dernière et devrait atteindre 126 % des niveaux de 2019 d'ici la fin de l'année, offrant ainsi d'excellentes liaisons vers le Canada⁷.

Pour les vendeurs canadiens, l'occasion de saisir consiste à tirer parti de l'attrait mondial grandissant du Canada en mettant en valeur l'étendue et la diversité de ses expériences façonnées par ses cultures dynamiques et ses paysages naturels. Le Canada attire l'attention du monde entier et cet engouement est l'un des principaux facteurs influençant le choix des destinations chez les voyageurs américains et mexicains.

Des offres uniques axées sur l'expérience qui allient la nature aux villes, aux arts, aux festivals et aux expériences gastronomiques du Canada peuvent contribuer à faire transitionner les voyageurs de l'étape de la considération à celle de la conversion. Chez les voyageurs mexicains, il serait particulièrement avantageux de tirer parti de cette occasion en hiver. En revanche, chez les voyageurs américains, il conviendrait d'élargir l'offre tout au long de l'année.

Il est également important de reconnaître que les enjeux transfrontaliers ont incité certains voyageurs américains à se questionner sur la façon dont ils pourraient être reçus. Il est donc d'autant plus important de démontrer clairement que tous les visiteurs sont bienvenus et appréciés.

¹The Conference Board, mars 2026.

²Resonance, Future of Luxury Travel Report, 2026.

³Destination Canada, Perspectives touristiques canadiennes.

⁴Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale, 2025.

⁵Statistique Canada, Indicateur avancé des arrivées internationales au Canada, 2026.

⁶OAG Analyseur de données, avril 2026.

⁷Statistique Canada, Programme de Dénombrement à la frontière (LPI pour le mode aérien révisée pour 2024), 2025.



- Le volume des voyages d'agrément à l'étranger devrait augmenter de 5 % en variation annuelle en 2026¹.
- Le dollar américain devrait rester relativement fort par rapport au dollar canadien, ce qui favorisera les voyages transfrontaliers et renforcera l'attrait du Canada pour les voyageurs américains.
- Le choix de la destination des voyageurs américains est influencé par la convivialité des lieux visités, la culture et la possibilité de se détendre. Pour ce qui est du Canada en particulier, le rapport qualité-prix, les expériences enrichissantes et sa popularité croissante constituent d'importants facteurs de motivation².
- Le nombre d'arrivées en provenance des États-Unis s'est rétabli après avoir reculé au début de 2025, les arrivées par vol direct revenant à la normale; toutefois, la persistance d'une baisse des voyages de la population canadienne aux États-Unis continue de peser sur la capacité aérienne transfrontalière.
- Par rapport à 2025, la capacité aérienne directe devrait diminuer de 1 % en 2026, ce qui correspond à environ 250 000 sièges en moins, portant le total de sièges disponibles à un peu plus de 18 millions. La capacité aérienne atteint 93 % du niveau de 2019³.

Dépenses et visites au Canada (hausse en % par rapport à 2025)⁴

	2025*	2026	2027	2028	2029	2030
Dépenses	15,02 G\$	+5 %	+15 %	+25 %	+33 %	+42 %
Visites	13,36 M	+1 %	+12 %	+21 %	+28 %	+33 %

● 0 %-50 %
 ● 51 %-75 %
 ● 76 %-100 %
 ● 101 %-120 %
 ● 121 %+

Les dépenses et le nombre de visiteurs devraient tous deux augmenter d'ici 2030, la croissance des dépenses devant celle du nombre de visiteurs. Par rapport à 2025, le nombre de visiteurs devrait progresser de 24 %, pour passer de 13,36 M à 16,6 M, tandis que les dépenses devraient s'accroître de 42 %, passant de 15,02 milliards de dollars à 21,27 milliards de dollars.

Explorer les Perspectives touristiques canadiennes 2026-2035 :

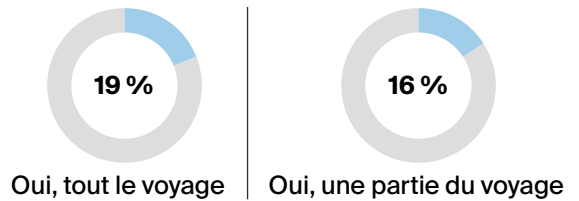
www.consortiumdedonneestouristiques.ca/perspectives-touristiques-2026-2035

Occasion à saisir pour le Canada



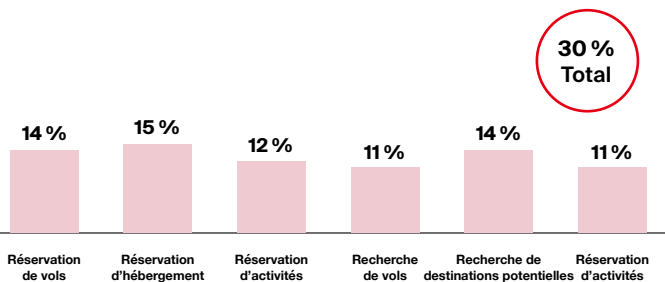
Visiteurs potentiels au Canada au cours des deux prochaines années (visiteront certainement ou très probablement)²

Voyage de groupe organisé au Canada (trois dernières années)²



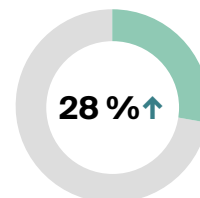
Les voyages de groupe organisés ont une place modeste dans ce marché, les voyageurs étant légèrement plus enclins à choisir un voyage de groupe pour l'intégralité de leur séjour (19 %) que pour une partie de celui-ci (16 %).

Recours à une agence de voyages ou à un voyageur pour un voyage au Canada (trois dernières années)²



Aux États-Unis, on observe un faible recours aux agences de voyages et aux voyageurs, puisque 30 % des voyageurs seulement font appel à leurs services pour leur séjour au Canada. Ces professionnels jouent un rôle assez homogène dans les domaines de l'hébergement, des vols et des activités, avec un recours légèrement plus fréquent pour la réservation d'hébergements et de vols.

Recours à des outils d'IA pour rechercher, planifier et réserver un voyage²



Explorer le rapport sur les faits saillants du Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale :

www.consortiumdedonneestouristiques.ca/programme-de-recherche-sur-les-voyageurs-a-lechelle-mondiale/rapports-sur-les-faits-saillants

¹ Global Traveller Services, Oxford Economics, 2026

² Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale, 2025

³ Traffic Analyzer, OAG, avril 2026

⁴ Perspectives touristiques de Destination Canada, 2026

*Les données de 2025 sont des prévisions de Destination Canada et peuvent différer légèrement des données définitives sur les arrivées et les dépenses.

↑/↓ Forte hausse/baisse par rapport à l'année précédente



GLOBE-TROTTEURS RAFFINÉS

Nous privilégions le voyage et nous laissons tenter par des destinations de classe mondiale, des repas gastronomiques et des expériences exclusives. Nous sommes des voyageurs expérimentés, toujours en quête de nouveaux endroits uniques.

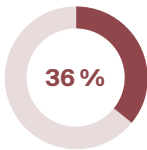
Taille du segment des globe-trotteurs raffinés²



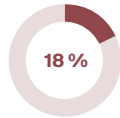
Globe-trotteurs raffinés voyageant potentiellement au Canada au cours des deux prochaines années (visiteront certainement ou très probablement)²



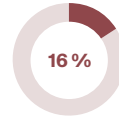
Recours à une agence de voyages ou à un voyageur pour un voyage au Canada (trois dernières années)⁵



Voyage de groupe organisé au Canada (trois dernières années)⁵

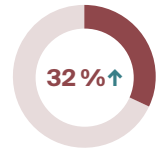


Oui, tout le voyage



Oui, une partie du voyage

Recours à des outils d'IA pour rechercher, planifier et réserver un voyage²



EXPLORATEURS PLEIN AIR

Nous sommes des explorateurs de la nature en quête de paysages inconnus et de défis. L'aventure nous permet de grandir, d'acquérir des compétences et de créer des traditions.

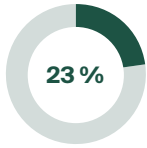
Taille du segment des explorateurs plein air²



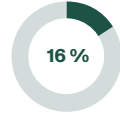
Explorateurs plein air voyageant potentiellement au Canada au cours des deux prochaines années (visiteront certainement ou très probablement)²



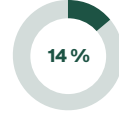
Recours à une agence de voyages ou à un voyageur pour un voyage au Canada (trois dernières années)⁵



Voyage de groupe organisé au Canada (trois dernières années)⁵

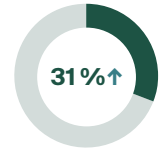


Oui, tout le voyage



Oui, une partie du voyage

Recours à des outils d'IA pour rechercher, planifier et réserver un voyage²



PASSIONNÉS DE CULTURE

Nous sommes sociables et libres d'esprit. Nous recherchons des expériences uniques et authentiques ainsi qu'une vie urbaine dynamique. La nouveauté, la culture, l'art et les liens renforcent notre confiance et nous énergisent.

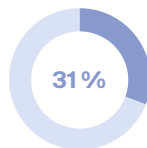
Taille du segment des explorateurs plein air²



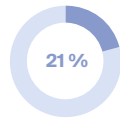
Explorateurs plein air voyageant potentiellement au Canada au cours des deux prochaines années (visiteront certainement ou très probablement)²



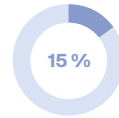
Recours à une agence de voyages ou à un voyageur pour un voyage au Canada (trois dernières années)⁵



Voyage de groupe organisé au Canada (trois dernières années)⁵

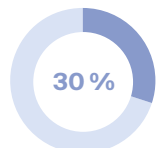


Oui, tout le voyage



Oui, une partie du voyage

Recours à des outils d'IA pour rechercher, planifier et réserver un voyage²



² Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale, 2025

⁵ Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale, 2024 et 2025

↑/↓ Forte hausse/baisse par rapport à l'année précédente

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Kyla Hochfilzer | directrice principale du marketing, Amérique du Nord

Tél. : +604-638-8364 | hochfilzer.kyla@destinationcanada.com



- Le volume des voyages d'agrément à l'étranger devrait augmenter de 9 % en variation annuelle en 2026¹.
- Depuis le 29 février 2024, les citoyens mexicains doivent obtenir un visa pour entrer au Canada, rendant indispensables une anticipation suffisante et un dossier bien préparé pour concrétiser les projets de voyage. L'autorisation de voyage électronique (AVE) est valable uniquement pour les voyages en avion et réservée aux personnes titulaires d'un visa américain de non-immigrant en cours de validité ou ayant détenu un visa canadien au cours des dix dernières années.
- Le peso mexicain devrait rester relativement fort par rapport au dollar canadien, ce qui soutiendra la demande de voyages à l'étranger malgré les complications liées aux visas.
- Si la sécurité et la prévisibilité constituent les principaux facteurs influençant le choix de la destination, les voyageurs mexicains recherchent également des expériences enrichissantes et authentiques. Pour ce qui est du Canada, les principaux facteurs de motivation sont la fierté de le visiter et sa popularité croissante².
- Par rapport à 2025, la capacité aérienne directe devrait croître de 6 % en 2026, ce qui correspond à un peu moins de 3,8 millions de sièges disponibles. La capacité aérienne atteint 126 % du niveau de 2019³.

Dépenses et visites au Canada (hausse en % par rapport à 2025)⁴

	2025*	2026	2027	2028	2029	2030
Dépenses	719 M\$	+10 %	+26 %	+39 %	+49 %	+60 %
Visites	365 k	+10 %	+23 %	+31 %	+36 %	+40 %

● 0 %-50 % ● 51 %-75 % ● 76 %-100 % ● 101 %-120 % ● 121 %+

Les dépenses et le nombre de visiteurs devraient tous deux augmenter d'ici 2030, la croissance des dépenses devant celle du nombre de visiteurs. Par rapport à 2025, le nombre de visiteurs devrait progresser de 40 %, pour passer de 365,5 k à 512,5 k, tandis que les dépenses devraient s'accroître de 60 %, passant de 719 millions de dollars à 1,15 milliard de dollars.

Explorer les Perspectives touristiques canadiennes 2026-2035 :

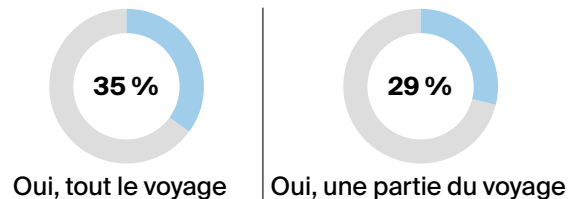
www.consortiumdedonneestouristiques.ca/perspectives-touristiques-2026-2035

Occasion à saisir pour le Canada



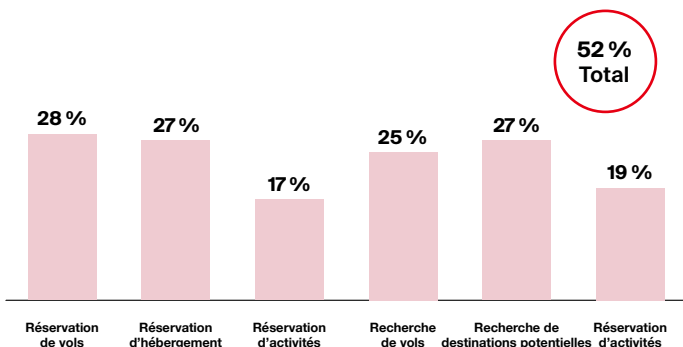
Visiteurs potentiels au Canada au cours des deux prochaines années (visiteront certainement ou très probablement)²

Voyage de groupe organisé au Canada (trois dernières années)²



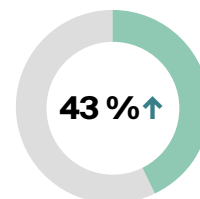
Les voyages de groupe organisés ont également leur place dans ce marché, les voyageurs étant plus enclins à choisir un voyage de groupe pour l'intégralité de leur séjour (35 %) que pour une partie de celui-ci (29 %).

Recours à une agence de voyages ou à un voyageur pour un voyage au Canada (trois dernières années)²



Ces données montrent un recours notable aux agences de voyages et aux voyageurs, plus de la moitié des voyageurs faisant appel à leurs services pour leur séjour au Canada (52 %). Ces professionnels jouent un rôle essentiel tant dans la recherche de renseignements que dans la réservation, notamment en ce qui concerne l'hébergement et les vols.

Recours à des outils d'IA pour rechercher, planifier et réserver un voyage²



Explorer le rapport sur les faits saillants du Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale :

www.consortiumdedonneestouristiques.ca/programme-de-recherche-sur-les-voyageurs-a-lechelle-mondiale/rapports-sur-les-faits-saillants

¹ Global Traveller Services, Oxford Economics, 2026

² Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale, 2025

³ Traffic Analyzer, OAG, avril 2026

⁴ Perspectives touristiques de Destination Canada, 2026

*Les données de 2025 sont des prévisions de Destination Canada et peuvent différer légèrement des données définitives sur les arrivées et les dépenses.

↑/↓ Forte hausse/baisse par rapport à l'année précédente



GLOBE-TROTTEURS RAFFINÉS

Nous privilégions le voyage et nous laissons tenter par des destinations de classe mondiale, des repas gastronomiques et des expériences exclusives. Nous sommes des voyageurs expérimentés, toujours en quête de nouveaux endroits uniques.

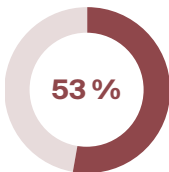
Taille du segment des globe-trotteurs raffinés²



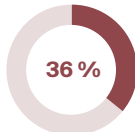
Globe-trotteurs raffinés voyageant potentiellement au Canada au cours des deux prochaines années (visiteront certainement ou très probablement)²



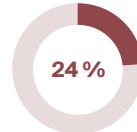
Recours à une agence de voyages ou à un voyageur pour un voyage au Canada (trois dernières années)⁵



Voyage de groupe organisé au Canada (trois dernières années)⁵

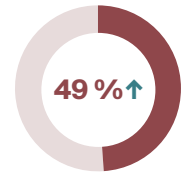


Oui, tout le voyage



Oui, une partie du voyage

Recours à des outils d'IA pour rechercher, planifier et réserver un voyage²



EXPLORATEURS PLEIN AIR

Nous sommes des explorateurs de la nature en quête de paysages inconnus et de défis. L'aventure nous permet de grandir, d'acquérir des compétences et de créer des traditions.

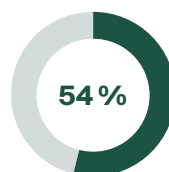
Taille du segment des explorateurs plein air²



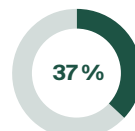
Explorateurs plein air voyageant potentiellement au Canada au cours des deux prochaines années (visiteront certainement ou très probablement)²



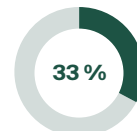
Recours à une agence de voyages ou à un voyageur pour un voyage au Canada (trois dernières années)⁵



Voyage de groupe organisé au Canada (trois dernières années)⁵

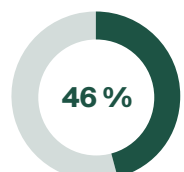


Oui, tout le voyage



Oui, une partie du voyage

Recours à des outils d'IA pour rechercher, planifier et réserver un voyage²



² Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale, 2025

⁵ Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale, 2024 et 2025

↑/↓ Forte hausse/baisse par rapport à l'année précédente

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Alethia M. García Viana | Directrice générale | Tél. : +52-55-5514-4850 | alethia.garcia@prcentral.com