

INVESTIR DANS LE SECTEUR TOURISTIQUE CANADIEN

2026

PROPOSITION D'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE DU CANADA (1/2)



Le Canada offre un marché d'investissement touristique connecté au reste du monde. Il combine une demande résiliente et un soutien public durable, ce qui favorise l'afflux de visiteurs à haut rendement de différents segments.



Une demande touristique résiliente et à forte valeur

Diversifiée et axée sur la création de valeur, l'économie canadienne du tourisme offre aux investisseurs des recettes prévisibles et une résilience face aux cycles économiques. Entre 2021 et 2024, les dépenses touristiques ont progressé à un taux annuel composé de 30 % pour atteindre environ 130 G\$ CA¹, portées par un marché intérieur et une demande internationale solides.

En 2024, les dépenses touristiques intérieures ont atteint 99 G\$ CA². La même année, 19,9 millions de visiteurs étrangers³ ont généré 31 G\$ CA en exportations et une demande à forte valeur dans les villes carrefours et les régions touristiques, contribuant à limiter la volatilité des cycles de marché.

Les conditions d'investissement touristique au Canada sont renforcées par des moteurs de croissance conjoncturels et structurels. En 2025, le revenu par chambre disponible (RCD) des hôtels canadiens a progressé de 4,3 % pour atteindre 140 \$ CA, avec un taux d'occupation élevé de 66 %⁴. Cette dynamique soutenue s'explique par une demande qui dépasse l'offre depuis plus d'une décennie.



Un cadre d'investissement solide et compétitif à l'échelle mondiale

Le Canada offre un cadre institutionnel stable et compétitif à l'échelle internationale où la coordination entre les ordres de gouvernement ainsi que les investissements en infrastructures favorisent le développement des actifs touristiques.

Le pays figure parmi les meilleures destinations où investir. Il se classe au 2^e rang de l'indice de confiance des investisseurs étrangers de Kearney 2025⁵, au 8^e rang du rapport B-Ready de la Banque mondiale pour la qualité des services publics et l'efficacité opérationnelle⁶ et abrite la population la plus instruite au monde selon l'OCDE⁷.

La stratégie Tourisme 2030⁸, qui vise 178 G\$ CA de recettes annuelles⁹, définit une trajectoire de croissance à long terme claire. En parallèle, 180 G\$ CA d'investissements fédéraux en infrastructures¹⁰ renforcent les réseaux de transport, le logement et les infrastructures communautaires, consolidant la compétitivité des destinations à long terme.

PROPOSITION D'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE DU CANADA (2/2)



Le Canada offre un marché d'investissement touristique connecté au reste du monde. Il combine une demande résiliente et un soutien public durable, ce qui favorise l'afflux de visiteurs à haut rendement de différents segments.



Des occasions d'investissement viables et diversifiées à l'échelle du pays

La demande touristique au Canada génère des occasions d'investissement rentables liées à l'hébergement, à la mobilité et à l'offre expérientielle. Le secteur profite d'atouts naturels et culturels réputés et de puissants leviers de croissance régionaux.

Catégories d'actifs touristiques investissables	Étendue des actifs et différenciation internationale	Occasions par sous-secteur
▪ Marchés urbains propices aux investissements hôteliers haut de gamme ▪ Destinations haut de gamme en nature qui attirent des voyageurs à valeur élevée ▪ Offres combinées (centres de villégiature, attraits et expériences) favorisant la demande quatre saisons ▪ Corridors émergents favorisant les occasions de croissance régionale dans le Nord, le Pacifique, les Prairies, le Centre et le Canada atlantique	▪ Régions et corridors touristiques emblématiques à l'échelle du pays bénéficiant d'une reconnaissance mondiale ▪ Plus de 2 700 musées et institutions patrimoniales¹ ▪ 22 sites du patrimoine mondial de l'UNESCO² ▪ Plus de 48 parcs nationaux et aires de conservation³	▪ Hébergement : investissements dans les hôtels situés dans les principaux marchés urbains, les centres de villégiature haut de gamme en nature et les développements intégrés à usage mixte ▪ Transport : infrastructures facilitant l'accès aux grandes villes, la connectivité régionale et le développement de destinations à forte valeur ▪ Loisirs et divertissement : occasions évolutives axées sur l'expérience, incluant attraits, événements, activités de plein air et atouts culturels

POURQUOI INVESTIR DANS LE SECTEUR TOURISTIQUE CANADIEN?

Cette section présente les fondements structurels qui soutiennent l'attractivité du Canada en matière d'investissement touristique : les principaux leviers d'investissement et de développement du secteur, la taille et la dynamique de croissance du marché, les marchés étrangers prioritaires ainsi que le cadre politique et institutionnel qui appuie l'investissement à long terme.

UN CADRE D'INVESTISSEMENT STABLE ET COMPÉTITIF



Le Canada offre un cadre d'investissement à long terme stable, ouvert et connecté sur le monde, soutenu par des institutions solides, un marché libre ainsi qu'une innovation et des talents de classe mondiale.



Une économie de premier plan mondial

- **2^e rang** de l'indice de confiance des investisseurs étrangers 2025 de Kearney¹
- **8^e rang** du rapport B-Ready de la Banque mondiale pour la qualité des services publics et l'efficacité opérationnelle²
- **11^e rang** de l'indice de développement du secteur des voyages et du tourisme du Forum économique mondial³
- **13^e rang** de l'indice de prospérité Legatum 2023⁴
- Un **taux de change favorable** face aux principales devises étrangères pour les voyageurs et investisseurs étrangers



Un cadre opérationnel stable

- **13^e rang** de l'indice de l'état de droit 2025 du World Justice Project⁵
- **14^e rang** de l'indice de démocratie 2024 de l'Economist Intelligence Unit⁶
- **15^e rang** de l'indice de perception de la corruption 2024⁷
- Classé parmi les **20 meilleurs pays au monde** selon les indicateurs de gouvernance 2024 du Groupe de la Banque mondiale⁸



Un pôle d'innovation et de talents

- **Population la plus instruite au monde** selon l'OCDE⁹
- **2,3 millions** d'étudiants postsecondaires à l'échelle nationale¹⁰
- **14^e rang** de l'indice mondial de la compétitivité des talents de l'INSEAD 2025¹¹
- **17^e rang** de l'indice mondial de l'innovation 2025¹²
- **28 universités** parmi les 1 000 meilleures au monde selon le classement Times Higher Education 2026¹³

Sources : 1 [Indice de confiance des investisseurs étrangers de Kearney 2025](#). 2 [Rapport B-Ready de la Banque mondiale 2023](#). 3 [Indice de développement du secteur des voyages et du tourisme du Forum économique mondial 2024](#). 4 [Indice de prospérité Legatum](#). 5 [Indice de l'état de droit du WJP](#). 6 [Indice de démocratie de l'EIU](#). 7 [Indice de perception de la corruption](#). 8 [Indicateurs de gouvernance du Groupe de la Banque mondiale](#). 9 [OCDE](#). 10 [Statistique Canada - Effectifs et diplômés postsecondaires au Canada, 2023-2024](#), 2025. 11 [Indice mondial de la compétitivité des talents de l'INSEAD](#). 12 [Indice mondial de l'innovation de l'OMPI](#). 13 [Times Higher Education](#) – Classement mondial des universités 2026.

UN ÉCOSYSTÈME TOURISTIQUE FAVORABLE



Le Canada offre un écosystème touristique résilient et compétitif à l'échelle mondiale, soutenu par des fondements économiques solides, des atouts naturels et culturels reconnus internationalement, ainsi qu'un tissu dense d'entreprises et de talents spécialisés.



Une industrie vaste et en pleine expansion

- **130 G\$ CA** de dépenses touristiques en 2024¹
- **178 G\$ CA** de dépenses annuelles directes d'ici 2030²
- **51 G\$ CA** de contribution au PIB (valeur ajoutée) en 2024³
- **Plus de 2 millions d'emplois** dans les industries touristiques⁴
- **265 841 entreprises** actives dans le secteur en 2024⁴



Une marque et des valeurs reconnues mondialement

- Le Canada s'est classé **1^{er}** au classement mondial de réputation RepCore Nations 2025⁵ et **3^e** à l'indice des marques nationales 2025 d'Anholt⁷
- Ancrée dans l'authenticité, la nature et la connexion humaine, la marque du Canada rejoint la demande mondiale pour des **expériences immersives et ancrées dans le territoire**
- Le Canada attire des **invités profondément investis**, voyageurs bien nantis qui partagent nos valeurs et génèrent une valeur touristique exceptionnelle⁸



Un carrefour ouvert sur le monde

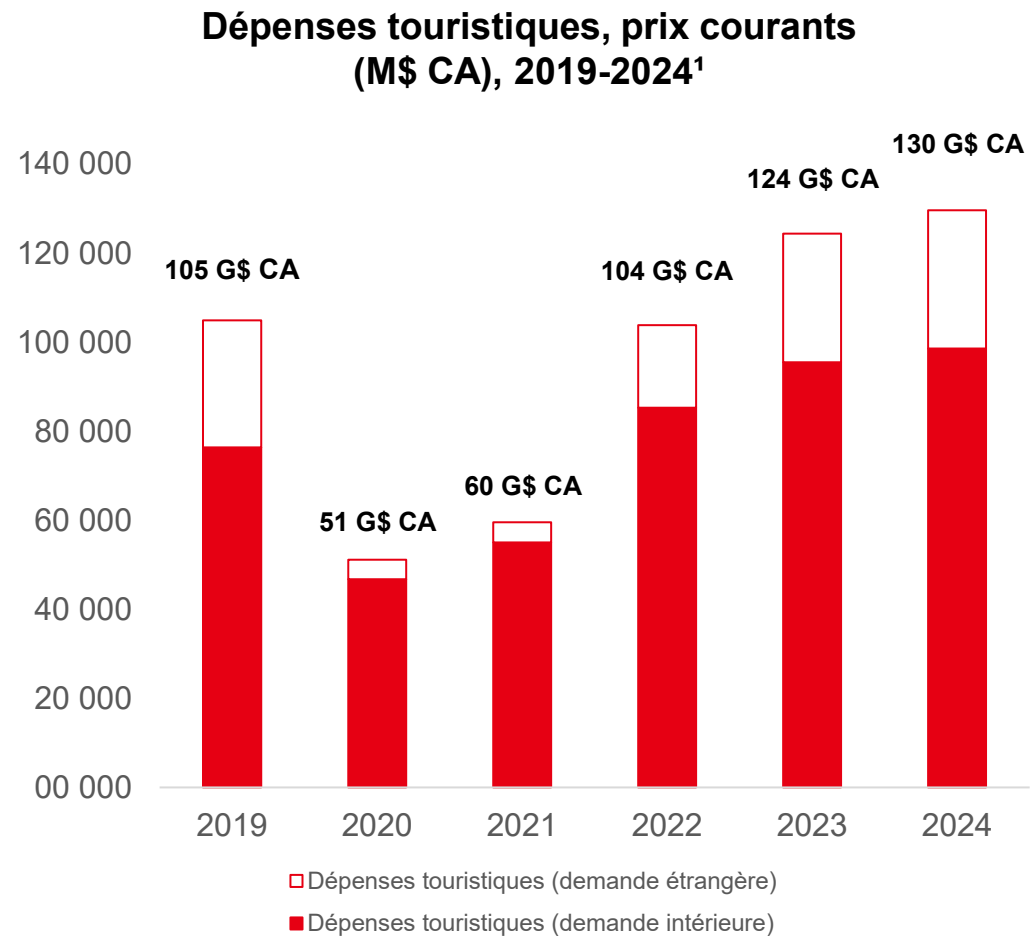
- **13 aéroports internationaux**⁹ desservant plus de **175 destinations internationales** dans plus de **70 pays**¹⁰
- Les ressortissants de **plus de 50 pays** peuvent entrer au Canada sans visa grâce à une **autorisation de voyage électronique (AVE)** simplifiée¹¹
- **7^e rang** de l'indice de performance logistique 2023 de la Banque mondiale¹²

Sources : 1 [Statistique Canada. Tableau 36-10-0230-01 Demande touristique au Canada, prix constants](#), 2026. 2-4 [Destination Canada - La contribution du tourisme en 2024](#), 5 [Reputation Lab](#), 6 [Anholt & Co](#), 7 [Destination Canada, Programme de segmentation des voyageurs](#). 8 [Association du transport aérien international](#). 9 [Transports Canada - Désignation des aéroports internationaux au Canada, document CI 302-032](#). 10 [Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada - Autorisation de voyage électronique \(AVE\)](#), 2025. 11 [Indice de performance logistique de la Banque mondiale](#).

UN SECTEUR TOURISTIQUE D'ENVERGURE ET EN CROISSANCE



Le secteur touristique canadien constitue un moteur de croissance à forte valeur pour l'ensemble de l'économie. En 2024, il a généré 130 G\$ CA de dépenses et une contribution de 51 G\$ CA au PIB². L'été record de 2025 a confirmé cette dynamique, soutenant l'emploi, les entreprises et l'investissement.



Le secteur touristique a progressé de 3,6 % en 2024, dépassant le taux de croissance du PIB national de 1,7 %.

Les dépenses touristiques totales ont atteint 130 G\$ CA en 2024, dépassant les niveaux préandémiques pour la deuxième année consécutive.

Les dépenses touristiques intérieures ont atteint 99 G\$ CA en 2024, illustrant la solidité de la demande au sein d'une population de plus de 40 millions d'habitants³.

Le Canada a accueilli **19,9 millions de visiteurs étrangers en 2024**⁴.

L'été 2025 a généré près de **59 G\$ CA de dépenses touristiques**⁵, lesquelles sont de plus en plus réparties entre les régions, ce qui soutient l'investissement au-delà des villes carrefours.

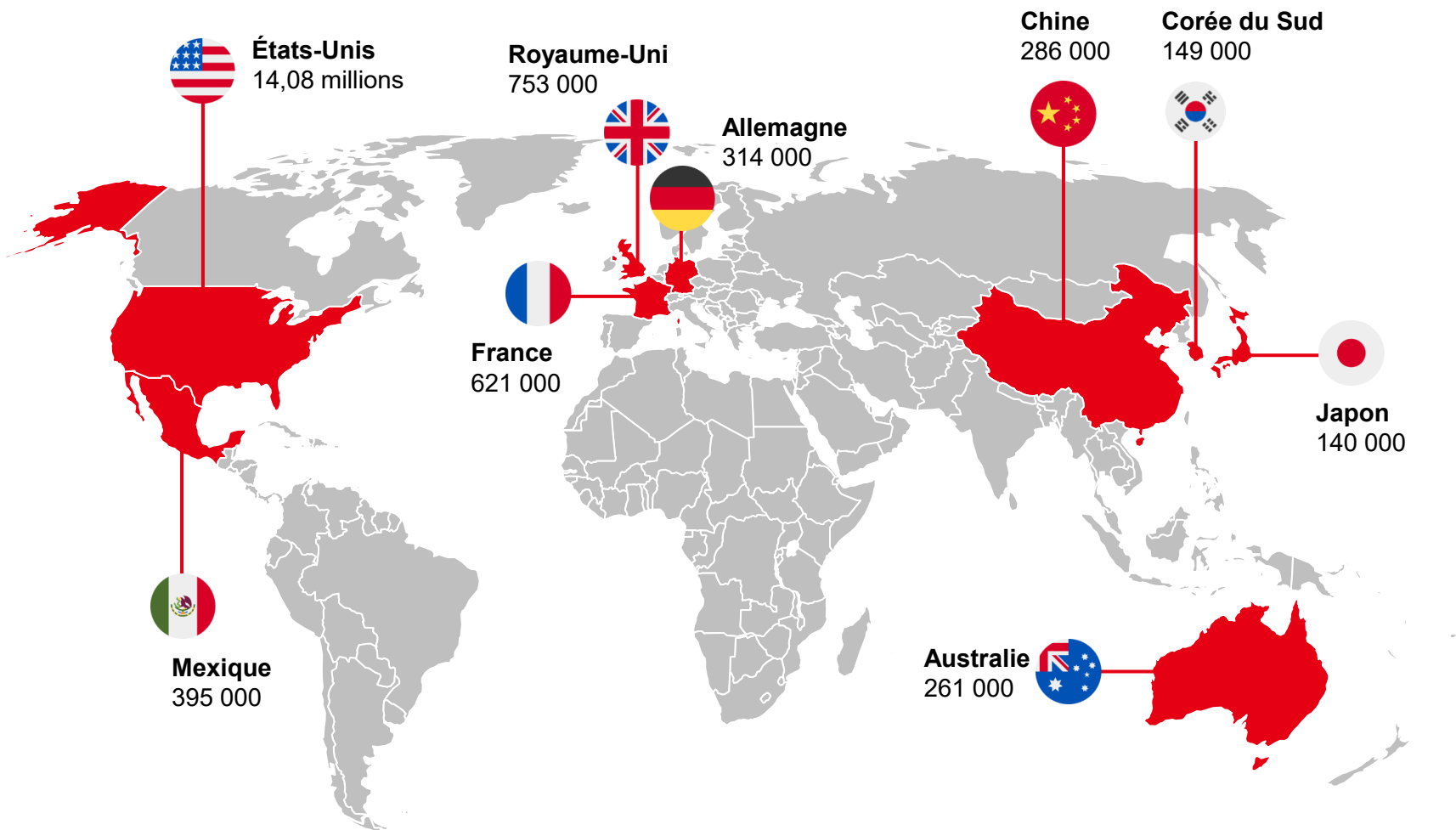
LE CANADA ATTIRE DES VISITEURS DE DIVERS MARCHÉS ÉTRANGERS



Principaux pays d'origine des visiteurs pour des séjours d'une nuit ou plus en 2024

Le Canada offre aux investisseurs une rare combinaison d'envergure de marché et de diversité des provenances. En 2024, le pays a accueilli près de 20 millions de visiteurs étrangers, principalement issus des marchés prioritaires de Destination Canada (États-Unis, Mexique, Royaume-Uni, France, Allemagne, Australie, Chine, Corée du Sud et Japon).

Destination Canada assure une présence directe sur ces neuf marchés prioritaires, ce qui profite aux investisseurs en favorisant un flux de visiteurs soutenu et diversifié en provenance des principales villes carrefours et régions à l'étranger.



UN CADRE FÉDÉRAL DE SOUTIEN À L'INVESTISSEMENT (1/2)



La Stratégie fédérale pour la croissance du tourisme (Canada 365) fait du tourisme un secteur économique de premier plan, soutenu par un cadre d'investissement coordonné entre les différents ordres de gouvernement.



Développement des marchés

Destination Canada pilote le développement des marchés étrangers, la stimulation de la demande et les renseignements sur le secteur, tandis que les organismes de marketing provinciaux, territoriaux et de destination investissent dans l'activation des marchés et le développement de produits. Ensemble, ces efforts **soutiennent un accès durable aux marchés, renforcent la confiance des investisseurs et représentent des investissements en marketing touristique international avoisinant 1 G\$ CA par an¹.**



Demande

Entre 2024 et 2026, 60 M\$ CA sont consacrés à l'attraction de grands congrès, conférences et événements internationaux afin de stimuler la demande par l'intermédiaire du Fonds d'attraction des congrès internationaux (FACI), dans le cadre du Programme d'attraction de congrès internationaux (PACI)².



Soutien aux communautés rurales et régionales

Les Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC) forment un réseau national d'organismes de développement économique locaux financés par le gouvernement fédéral qui soutiennent les petites entreprises des communautés rurales et régionales. Elles contribuent à **stimuler la demande touristique dans les régions émergentes en apportant des capitaux et un accompagnement au développement ou à l'amélioration de produits, expériences, hébergements et événements³.**

UN CADRE FÉDÉRAL DE SOUTIEN À L'INVESTISSEMENT (2/2)

La Stratégie fédérale pour la croissance du tourisme (Canada 365) fait du tourisme un secteur économique de premier plan, soutenu par un cadre d'investissement coordonné entre les différents ordres de gouvernement.



Partenaires autochtones

Entre 2022 et 2026, **plus de 25 M\$ CA ont été engagés pour le développement du tourisme autochtone**, notamment par l'intermédiaire du Fonds pour le tourisme autochtone, soutenant une croissance fondée sur les partenariats et ancrée dans le territoire¹.



Financement

La Banque de développement du Canada (BDC) apporte un soutien financier dédié au secteur touristique et a démontré sa capacité d'intervention à grande échelle (3,7 G\$ CA entre 2020 et 2022)².



Infrastructure

Les programmes fédéraux d'infrastructure, dont le Programme d'infrastructure Investir dans le Canada (180 G\$ CA), financent des améliorations ciblées en matière de connectivité des transports, d'infrastructure communautaire, de logement de la main-d'œuvre et de ressources qui favorisent la croissance du tourisme et la compétitivité des destinations³.

UN SOUTIEN STRUCTURÉ POUR VOS PROJETS D'INVESTISSEMENT



L'investissement en capital touristique est soutenu par des programmes coordonnés entre les ordres de gouvernement.

Yukon

Fonds de développement des destinations touristiques communautaires :

Jusqu'à 375 k\$ CA de dépenses en capital pour des hébergements, attraits et équipements. Le programme peut couvrir jusqu'à 75 % des coûts totaux et 50 % des dépenses en capital admissibles¹.

Colombie-Britannique

Programme de taxes municipales et régionales de district (MRDT) :

Cadre provincial de taxe sur l'hébergement permettant aux municipalités et districts régionaux d'appliquer une taxe sur les locations de courte durée et de réinvestir directement les recettes dans le développement touristique².

Alberta

Tourism Investment Program :

Programme provincial soutenant le développement de produits touristiques, les événements et festivals ainsi que la promotion des destinations rurales, avec un financement pouvant atteindre **500 k\$ CA par organisation**. Il vise à **renforcer la préparation des destinations, à stimuler la demande et à améliorer la viabilité commerciale des actifs touristiques**, notamment dans les marchés régionaux et ruraux³.

Saskatchewan

Tourism Development Program:

Financement par projet pouvant atteindre 40 k\$ CA, destiné à soutenir la création d'expériences, l'extension saisonnière et le développement des capacités des entreprises. Trois volets : Développement d'expériences, Expansion et croissance, Hivernisation⁴.

Ontario

Inclut le **Crédit d'impôt de l'Ontario à l'investissement régional**, un crédit d'impôt remboursable de 10 % soutenant les investissements en capital dans les régions admissibles en dehors de la région du Grand Toronto et Hamilton. Il s'applique aux dépenses liées à la construction, à la rénovation ou à l'acquisition de biens commerciaux et industriels admissibles⁵. La **taxe municipale sur l'hébergement** permet aux municipalités de réinvestir les recettes générées par les visiteurs dans le marketing touristique et les infrastructures de destination⁶.

Canada atlantique

Comprend **The Invitation Fund** (Nouveau-Brunswick)⁸, le programme touristique **RADIATE** (Nouvelle-Écosse)⁹, les programmes de développement touristique de l'**Île-du-Prince-Édouard**¹⁰ ainsi que les programmes de compétitivité touristique et de patrimoine culturel autochtone à **Terre-Neuve-et-Labrador**¹¹, tous intégrés dans des stratégies provinciales pluriannuelles.

Québec

PADAT : Programme provincial administré par **Investissement Québec** soutenant la **rénovation hôtelière, l'expansion et la création de nouvelles capacités d'hébergement**. Il propose des prêts à partir de **100 k\$ CA, avec des échéances pouvant atteindre 20 ans**, ainsi que des **garanties couvrant jusqu'à 70 %**, contribuant à réduire le risque et à mobiliser des financements privés pour les actifs d'hébergement touristique⁷.

LES ÉVÉNEMENTS D'AFFAIRES SOUTIENNENT UNE DEMANDE TOURISTIQUE TOUT AU LONG DE L'ANNÉE



Le tourisme d'affaires génère une demande touristique à forte valeur tout au long de l'année, soutenant l'hébergement haut de gamme, l'investissement dans les infrastructures événementielles et la compétitivité des principaux marchés urbains.



Plus de 70 congrès internationaux devraient générer plus de **570 M\$ CA** de retombées économiques directes¹



Les événements d'affaires contribuent à hauteur de **47 G\$ CA** par an à l'économie canadienne et soutiennent **plus de 240 000 emplois**¹



Le **Programme d'attraction de congrès internationaux (PACI)**, appuyé par un financement fédéral, a accordé des incitatifs totalisant **60 M\$ CA** entre **2023** et **2025**²



325 000 m² d'espaces dédiés aux congrès et événements, complétés par des sites distinctifs en plein air et des lieux emblématiques³



Occasions d'événements de grande envergure dans des secteurs comme la fabrication avancée, l'agroalimentaire, les industries numériques, les sciences de la vie, les ressources naturelles ainsi que la finance et l'assurance⁴



Plus de 20 villes canadiennes participent à l'indice international de suivi du développement durable, qui établit des normes mondiales en matière d'événements d'affaires durables⁵

CARTE DES OCCASIONS D'INVESTISSEMENT

Cette section traduit la demande touristique à forte valeur en occasions d'investissement concrètes. Elle présente les catégories d'actifs prioritaires, les dynamiques régionales et les corridors touristiques où le capital peut être investi (grandes villes, destinations et expériences).

DE LA DEMANDE À FORTE VALEUR AUX ACTIFS INVESTISSABLES



Les invités profondément investis de Destination Canada sont des voyageurs bien nantis qui partagent nos valeurs et qui génèrent une valeur touristique exceptionnelle. Le ciblage de ces segments contribue à atteindre 178 G\$ CA de recettes touristiques annuelles d’ici 2030.

Ciblage des invités à valeur élevée

Les invités profondément investis de l’étranger dépensent en moyenne de 3 à 4 fois plus que les visiteurs américains par séjour.



Explorateurs plein air : Voyageurs attirés par la nature, l’aventure et les paysages sauvages qui privilégient les itinéraires longs et centrés sur l’expérience et génèrent une forte valeur par séjour.



Passionnés de culture : Voyageurs motivés par le patrimoine, les arts, la culture autochtone et l’identité locale qui soutiennent la demande pour des attractions culturelles et des expériences emblématiques.



Globe-trotteurs raffinés : Voyageurs aisés et cosmopolites qui recherchent des hébergements de qualité supérieure, une accessibilité fluide et des expériences dans les grandes villes et destinations touristiques.



Familles sensibilisées : Voyageurs multigénérationnels à la recherche d’expériences sûres, accessibles et éducatives et qui privilégient les séjours prolongés et les périodes clés de voyage familial.

Catégories d’actifs investissables

Principales catégories d’actifs touristiques permettant de répondre à cette demande

-----●

Centres de villégiature et pavillons haut de gamme en nature : établissements de première qualité et de petite ou moyenne envergure qui misent sur des modèles à haut rendement et à faible volume dans des environnements naturels protégés..

-----●

Attractions et expériences : sites culturels, patrimoniaux, autochtones et naturels emblématiques qui attirent les visiteurs et favorisent les séjours prolongés.

-----●

Hôtels et infrastructures de tourisme de luxe dans les villes carrefours : hôtels de catégorie supérieure dans les grandes villes offrant une gamme complète de services, appuyés par des infrastructures d’hébergement de prestige.

-----●

Centres de villégiature familiaux et attractions quatre saisons : centres de villégiature et attraites qui intègrent des expériences offrant de multiples activités tout au long de l’année, conçus pour stabiliser la demande et fidéliser la clientèle.

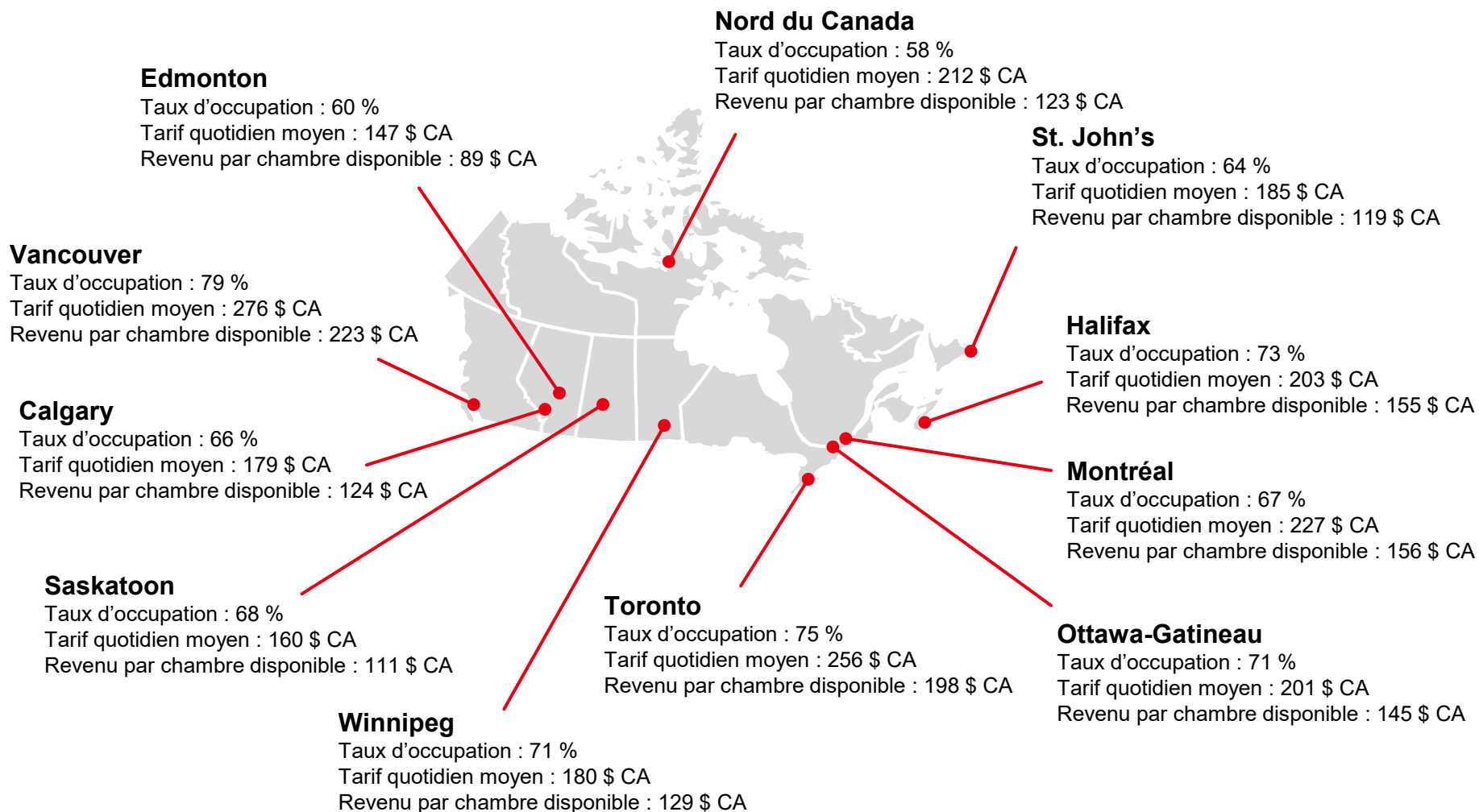
LES FONDEMENTS DE L'INVESTISSEMENT DANS LES HÔTELS URBAINS



Le rendement des hôtels urbains révèle des perspectives d'investissement intéressantes, tant dans les grands marchés que dans les marchés émergents.

Rendement des hôtels au pays en 2025 :

- Tarif quotidien moyen : 209 \$ CA
- Taux d'occupation : 66 %
- Revenu par chambre disponible (RCD) : 140 \$ CA
- Variation annuelle du RCD (2024–2025) : +4,3 %



CAPACITÉ TARIFAIRE ET STABILITÉ DU SEGMENT HAUT DE GAMME



Les résultats par segment soulignent la capacité à fixer les prix dans le haut de gamme et la stabilité du rendement dans les segments cœur de marché et économiques.

Catégorie	Taux d'occupation (%)	Variation annuelle (p.p)	Tarif quotidien moyen (\$ CA)	Variation annuelle (%)	RCD (\$ CA)	Variation annuelle (%)
Luxe	68,0 %	0,6	403 \$	4,3 %	281 \$	4,3 %
Haut de gamme supérieur	70,2 %	1,0	262 \$	2,3 %	187 \$	2,3 %
Haut de gamme	68,3 %	0,1	198 \$	3,0 %	138 \$	3,0 %
Milieu de gamme supérieur	67,7 %	-0,2	170 \$	2,9 %	117 \$	2,9 %
Milieu de gamme	61,3 %	0,4	150 \$	1,9 %	94 \$	1,9 %
Économique	56,0 %	0,3	132 \$	2,5 %	76 \$	2,5 %

Les hôtels de luxe et haut de gamme supérieur affichent une forte capacité à maintenir leurs tarifs, avec un RCD de 281 \$ CA dans le segment luxe et une variation annuelle de 4 % en 2025.

Les hôtels haut de gamme et milieu de gamme supérieur enregistrent un rendement stable généré par les flux de trésorerie, avec une croissance régulière du RCD dans les principaux marchés

Les hôtels milieu de gamme et économiques continuent d'accroître leurs recettes, reflet d'une demande domestique et régionale résiliente.

La croissance équilibrée des recettes dans tous les segments hôteliers souligne la vigueur des segments haut de gamme et économique, signe d'une demande soutenue et d'un pouvoir de fixation des prix résilient.

DES ACTIFS TOURISTIQUES TAILLÉS POUR L'INVESTISSEMENT

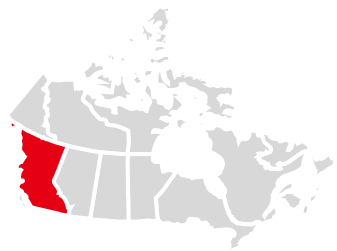


Les catégories d'actifs touristiques au Canada s'inscrivent en cohérence avec la demande régionale et des fondements d'investissement solides.



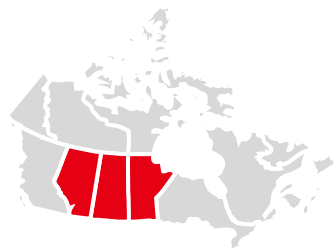
Nord du Canada

- Soutient des **investissements à faible volume et forte valeur**, ancrés dans des atouts naturels et des expériences autochtones d'exception et de renommée mondiale.
- La région comprend **des parcs nationaux et des sites de l'UNESCO** d'importance mondiale (Nahanni, et Kluane/Wrangell–St Elias/Tatshenshini-Atsika) générant une demande internationale haut de gamme pour des séjours prolongés.
- **Les pavillons à faible empreinte et les expériences guidées** offrent de meilleures occasions d'investissement que les projets hôteliers traditionnels.



Canada Pacifique

- Combine une forte **concentration d'attrait naturels** et un **rendement exceptionnel du segment haut de gamme**, soutenant les investissements axés sur la nature et les principaux marchés urbains
- La Colombie-Britannique compte **sept parcs nationaux et sites du patrimoine mondial de l'UNESCO**, dont les Parcs des montagnes Rocheuses canadiennes et SGang Gwaay.
- Les fondements urbains sont solides : **Vancouver a enregistré en 2024 un taux d'occupation de 78 % et un RCD de 233 \$ CA**, parallèlement à une croissance soutenue du segment haut de gamme.



Provinces des Prairies

- Offrent un potentiel de création de valeur appuyé par des **parcs emblématiques** et une **amélioration du rendement urbain**.
- L'Alberta, la Saskatchewan et le Manitoba abritent des **paysages naturels d'exception** et des **sites de l'UNESCO**, comme le parc provincial Dinosaur et le précipice à bisons Head-Smashed-In, soutenant la demande de circuits de grand tourisme et de séjours familiaux.
- **En 2024, la croissance du RCD dans l'Ouest canadien a été la plus forte du pays**, traduisant une reprise cyclique et une progression à partir d'une base plus faible.



Centre du Canada

- Représente **le marché d'investissement touristique le plus stable et le plus actif** à l'année, soutenu par la taille du marché, la densité de population et la solidité des principaux marchés urbains.
- L'Ontario et le Québec concentrent les flux de visiteurs les plus importants du pays, avec des taux d'occupation compris entre 66 % et 67 % en 2024, caractéristiques d'un **marché mature et liquide**.
- Le centre du Canada attire plus de **60 % des visiteurs internationaux au pays**, grâce à des villes portes d'entrée mondiales comme Toronto, Montréal et Québec.



Canada atlantique

- Offre des occasions d'investissement **axées sur le patrimoine et l'expérience** et caractérisées par des destinations de choix et une dynamique de rendement sélective.
- La région compte **sept sites du patrimoine mondial de l'UNESCO**, dont le parc national du Gros-Morne, L'Anse aux Meadows et la vieille ville de Lunenburg, soutenant une demande de séjours prolongés.
- Le rendement des principaux marchés urbains, notamment Halifax et St. John's, soutient le développement **d'hôtels-boutiques, de centres de villégiature côtiers et d'attractions culturelles**.

OCCASIONS D'INVESTISSEMENT AU SEIN DE CORRIDORS ÉTABLIS ET ÉMERGENTS

Les corridors touristiques de Destination Canada définissent des grappes où la fréquentation, les actifs et les infrastructures convergent pour créer des conditions favorables à l'investissement, en complément d'axes déjà établis à travers le pays.

Réseau de pavillons touristiques autochtones du Nord

Corridor éloigné, à faible volume et à forte valeur, couvrant le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut. Le marché mondial du tourisme autochtone pourrait atteindre 88 M\$ CA d'ici 2032, avec un taux de croissance annuel d'environ 4 %. **Demande haut de gamme pour des séjours prolongés**, fortes dépenses par visiteur et attrait marqué pour la nature et la culture.

Corridor Juan de Fuca

Corridor côtier transfrontalier reliant des communautés canadiennes et américaines autour du détroit de Juan de Fuca. Priorité au tourisme côtier durable, au bien-être des communautés, à la préservation des écosystèmes et aux liens avec le principal marché international du Canada, les États-Unis.

Itinéraire durable Prairies-Pacifique

Corridor de grand tourisme reliant l'Alberta et la Colombie-Britannique, structuré autour des parcs des Rocheuses canadiennes, qui attirent près de 5 millions de visiteurs par an. En 2024, les dépenses des Canadiens dans les Rocheuses ont atteint près de 2 G\$ CA, en hausse de 21 % par rapport à 2023 et de 59 % par rapport à 2019. **Fort rendement des grandes villes et des centres de villégiature**, avec des taux d'occupation en haute saison régulièrement supérieurs à 70–75 % à Banff, Lake Louise et Jasper.

Corridor du ciel boréal

Relie **Edmonton aux Territoires du Nord-Ouest**, en intégrant expériences culturelles autochtones, art, observation du ciel nocturne, tourisme de nature et patrimoine. Vise à combler les écarts d'offre, à développer de nouveaux produits prêts pour l'exportation et à renforcer les partenariats de transport afin d'améliorer l'expérience visiteur dans le Nord canadien.

Corridor touristique de l'UNESCO du Canada atlantique

Forte concentration d'actifs patrimoniaux avec 7 sites du patrimoine mondial de l'UNESCO, soit près d'un tiers du total canadien, répartis entre Terre-Neuve-et-Labrador, la Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick.

Séjours de grand tourisme plus longs que la moyenne nationale et forte intensité d'emplois touristiques par habitant, soutenant une croissance communautaire durable.

Itinéraire cyclable Ontario-Québec

Corridor actif accessible toute l'année reliant Ottawa, Montréal, Cornwall et les régions avoisinantes par des infrastructures cyclables et des expériences connexes. **Mobilise entreprises locales, vignobles, brasseries, artisans, tourisme autochtone et agrotourisme** pour structurer un itinéraire multimodal durable à forte attractivité nationale et internationale.

Parcours agrotouristique Saskatchewan-Manitoba

S'appuie sur l'une des régions agricoles les plus productives au monde pour développer des **expériences d'agrotourisme d'envergure internationale** : gastronomie locale, festivals, séjours à la ferme, tourisme autochtone et itinéraires éducatifs.

OCCASIONS D'INVESTISSEMENT PAR SOUS-SECTEUR

Cette section met en lumière les principaux sous-secteurs du tourisme canadien et montre comment la demande, le rendement et les fondements structurels se transforment en occasions d'investissement à travers les catégories d'actifs clés.

VUE D'ENSEMBLE DES OCCASIONS PAR SOUS-SECTEUR

Destination Canada a identifié l'hébergement, le transport ainsi que les loisirs et le divertissement comme les sous-secteurs clés permettant d'exploiter la demande des visiteurs à forte valeur, d'accélérer le développement régional et d'atteindre la cible de 160 G\$ CA de recettes touristiques annuelles d'ici 2030.



Hébergement : Le secteur de l'hébergement offre des occasions d'investissement dans l'hébergement de courte durée pour les clientèles d'agrément et d'affaires, soutenues par une demande résiliente, une capacité tarifaire solide et des marchés urbains dynamiques. En 2024, le secteur a généré 22 G\$ CA de dépenses de visiteurs¹, accompagnés de valeurs records au chapitre du tarif quotidien moyen et du RCD et d'une amélioration des marges de profit². Ces investissements constituent un levier clé pour tirer parti des dépenses des visiteurs à forte valeur dans les marchés urbains, les pavillons autochtones et les centres de villégiature.



Transport : Le secteur du transport facilite l'accès et la mobilité à travers les principaux marchés urbains, les destinations et les régions éloignées. En 2024, il a transporté 57 millions de passagers aériens nationaux et étrangers³, les visiteurs étrangers consacrant environ 29 % de leurs dépenses touristiques au transport⁴. Les investissements sont soutenus par des financements d'infrastructure de plusieurs milliards de dollars, ainsi que par des modernisations ciblées des aéroports et du transport ferroviaire, améliorant l'accessibilité des destinations éloignées, autochtones et à forte valeur touristique.



Loisirs et divertissement : Le secteur des loisirs et du divertissement offre un potentiel touristique évolutif fondé sur l'expérience, couvrant les attractions, les spectacles, les centres de villégiature et les événements. En 2024, il a généré 9,7 G\$ CA en dépenses de visiteurs⁵, lui qui est soutenu par plus de 2 700 institutions culturelles⁶, 22 sites du patrimoine mondial de l'UNESCO⁷ et de vastes réseaux de parcs nationaux et provinciaux. Ces investissements transforment les actifs récréatifs et culturels en recettes touristiques évolutives.

UN LEVIER EFFICACE POUR UNE CROISSANCE RENTABLE



Les investisseurs canadiens et étrangers connaissent déjà du succès au Canada, grâce à une forte demande, à un environnement commercial stable et transparent, et à un engagement commun à offrir une expérience exceptionnelle et de grande qualité aux visiteurs.

Principaux acteurs et partenaires actifs au Canada		Exemple de réussite	Marriott International et son partenaire local Truman se sont engagés à investir 1 G\$ CA dans trois hôtels de marque (JW Marriott, W Hotels et Autograph Collection) au sein du quartier de la culture et du divertissement/Stampede Park de Calgary. Ce projet de réaménagement multiusage à grande échelle s'appuie sur des événements majeurs et des attractions accessibles toute l'année. Il allie hébergement haut de gamme et régénération urbaine .
		Exemple de réussite	Rocky Mountaineer redéfinit le voyage de luxe avec des escapades ferroviaires de plusieurs jours au cœur de la Colombie-Britannique et de l'Alberta qui attirent des voyageurs étrangers à valeur élevée . Classé parmi les trajets en train les mieux cotés au monde , ce modèle combinant transport, hébergement, restauration et expériences thématiques montre comment les capitaux étrangers soutiennent une offre de mobilité touristique expérientielle et évolutive dans les destinations canadiennes.
		Exemple de réussite	Whistler Blackcomb, propriété de Vail Resorts, est la station de ski la plus vaste et souvent la mieux classée d'Amérique du Nord ⁸ , attirant des millions de visiteurs étrangers chaque année. En intégrant ses remontées mécaniques et ses infrastructures de montagne à une offre d'hébergement, de restauration, d'événements et de loisirs quatre saisons , la station propose une offre touristique expérientielle d'envergure dont le rayonnement mondial profite aux destinations du Canada.

SAISIR LE POTENTIEL DE RENDEMENT DU MARCHÉ CANADIEN DE L'HÉBERGEMENT



Le secteur canadien de l'hébergement offre des occasions d'investissement évolutives dans le domaine de l'hébergement à court terme pour les voyages d'agrément et d'affaires, portées par une demande résiliente, une capacité tarifaire solide et des marchés urbains dynamiques.

Pourquoi investir dans l'hébergement au Canada?

Au cours de la dernière décennie, une demande supérieure à l'offre, l'expansion des marges et la présence active de capitaux institutionnels ont positionné l'hébergement comme le principal levier d'investissement touristique au Canada.

 Un marché à forte valeur et une demande croissante 22 G\$ CA Dépenses des visiteurs en hébergement en 2024¹ +3,1 % Croissance des dépenses des visiteurs par rapport à 2023² 4,5 millions Croissance estimée de la demande de chambres d'ici 2030³	 Des résultats records pour les hôtels à l'échelle nationale 209 \$ CA Tarif quotidien moyen à l'échelle nationale en 2025⁴ 143 \$ CA Revenu par chambre disponible à l'échelle nationale en 2025³ 18 % Marge bénéficiaire des exploitants d'hébergement⁶	 Des marchés d'investissement actifs dans les grandes villes 1,3 G\$ CA Transactions d'investissement hôtelier en 2024⁵ +46 % Croissance des transactions en 2024 par rapport à 2023⁶ 3 269 Nouvelles chambres mises en marché en 2025⁶
---	---	---

Occasions d'investissement

Hôtels urbains haut de gamme et supérieur Hôtels haut de gamme offrant une gamme complète de services dans des métropoles comme Toronto, Vancouver et Montréal, permettant d'exploiter la demande pour le tourisme d'affaires, d'agrément et événementiel.	Centres de villégiature et pavillons en nature haut de gamme Actifs à forte valeur, de petite à moyenne envergure, en phase avec les explorateurs plein air et les expériences autochtones dans le Pacifique et le Nord du Canada.
Centres de villégiature intégrés et quatre saisons Centres de villégiature expérientiels à clientèle familiale conçus pour stabiliser l'activité quatre saisons et soutenir une fréquentation à l'année dans des destinations établies.	Développements hôteliers à usage mixte Projets hôteliers intégrés à de grandes infrastructures de congrès, sport et divertissement.

INVESTIR DANS LA MOBILITÉ AU SERVICE DU TOURISME



Le secteur canadien du transport soutient l’investissement touristique en reliant villes carrefours, destinations et régions éloignées, porté par une demande solide et des investissements publics structurants.

Pourquoi investir dans le transport au Canada?

Les investissements publics en infrastructures, la hausse des volumes de passagers et la diversification des modes de mobilité positionnent le transport comme un levier stratégique de l’investissement touristique.



Une demande multimodale solide et en croissance

29 %

Part des dépenses touristiques consacrée au transport en 2024¹

57 millions

Passagers aériens en 2024²

+2,8 %

Croissance des passagers aériens en 2024³

23 millions

Passagers des traversiers en Colombie-Britannique (nombre record)⁴

4,4 millions

Passagers de VIA Rail Canada⁵



Des investissements publics structurants pour la mobilité touristique

180 G\$ CA

Programme national d’infrastructure⁶

4,6 G\$ CA

Fonds national des corridors commerciaux⁷

1 G\$ CA

Fonds d’infrastructure pour l’Arctique⁸

500 M\$ CA

Programme d’aide aux immobilisations aéroportuaires⁸

161 M\$ CA

Modernisation de six aéroports au Nunavut¹⁰

25 M\$ CA

Fonds pour le tourisme autochtone, incluant le soutien à l’accès aux régions éloignées¹¹

Occasions d’investissement

Compagnies aériennes et connectivité régionale

Transporteurs nationaux et régionaux reliant les principales villes carrefours aux destinations éloignées, expansion des capacités aéroportuaires, développement de nouvelles liaisons et accès aux régions nordiques.

Croisières et tourisme côtier durables

Offres à forte valeur et à faible volume, alignées avec un tourisme expérientiel haut de gamme et soutenant le développement des destinations régionales et autochtones.

Mobilité automobile, véhicules récréatifs et autotourisme

Location de véhicules et de VR soutenant les itinéraires grand tourisme à travers le Pacifique, les Prairies, le Nord et l’Atlantique.

Réseaux de traversiers et transport maritime intérieur

Systèmes de traversiers, liaisons côtières et services des Grands Lacs facilitant la connectivité entre marchés urbains et destinations régionales.

23 Sources : 1 Statistique Canada. Tableau 36-10-0231-01 Offre de biens et services touristiques, prix constants, 2026. 2 Transports Canada – Les transports au Canada 2024 – Aperçus modaux. 3 Statistique Canada - Indicateurs nationaux du tourisme, quatrième trimestre de 2024. 4 BC Ferries. 5 VIA Rail Canada. 6 Logement, Infrastructures et Collectivités Canada. 7 Transports Canada - Fonds national des corridors commerciaux (FNCC) de Transports Canada. 8 Relations Couronne-Autochtones et Affaires du Nord Canada- Le gouvernement du Canada annonce un investissement d'un milliard de dollars pour renforcer l'infrastructure du commerce et du transport dans le Nord. 9 Transports Canada - Évaluation du Programme d'aide aux immobilisations aéroportuaires. 10 Transport Action Canada - Budget 2024 funds VIA Rail Long-Distance Fleet. 11 Nunatsiag. 11 Innovation, Sciences et Développement économique Canada - Le gouvernement du Canada lance une initiative d'importance à l'appui du tourisme autochtone.

INVESTIR DANS LES LOISIRS ET LE DIVERTISSEMENT



Le Canada offre des occasions d'investissement évolutives dans les loisirs et le divertissement, portées par une forte fréquentation étrangère et une demande récurrente pour les attractions, événements et expériences.

Pourquoi investir dans les loisirs et le divertissement?

Une forte participation des visiteurs, un rendement sectoriel élevé et des atouts naturels et culturels reconnus mondialement renforcent ce segment comme moteur clé des dépenses touristiques à forte valeur.



Forte croissance du secteur

9,7 G\$ CA Dépenses des visiteurs en loisirs et divertissement en 2024 ¹	+7,3 % Croissance des dépenses des visiteurs par rapport à 2023 ²
7,5 % Part des dépenses totales des visiteurs consacrées aux loisirs et au divertissement en 2024 ³	3,9 G\$ CA Contribution des spectacles et performances en direct au PIB ⁴



Infrastructure de loisirs et de divertissement

Plus de 2 700 Musées et institutions patrimoniales ⁵	22 Sites du patrimoine mondial de l'UNESCO ⁶	
48 Parcs nationaux et aires de conservation ⁷	Plus de 23 millions Visiteurs annuels des parcs nationaux ⁷	
3 millions Visiteurs à Canada's Wonderland	2,3 millions Visiteurs au Carnaval caribéen de Toronto	1,5 million Visiteurs au Stampede de Calgary

Occasions d'investissement

Attractions touristiques intégrées

Attractions culturelles, patrimoniales et naturelles de grande envergure qui attirent les visiteurs et favorisent les séjours prolongés dans les principales villes carrefours et régions touristiques.

Tourisme de plein air et d'aventure haut de gamme

Actifs liés au ski, à la montagne et aux espaces naturels, alignés avec des visiteurs étrangers bien nantis et une demande en loisirs quatre saisons.

Événements et divertissement en direct

Festivals majeurs, salles et infrastructures culturelles générant des flux réguliers et diversifiant les revenus touristiques.

Expériences culturelles et autochtones

Musées, centres d'interprétation et entreprises touristiques autochtones qui transforment les atouts culturels du Canada en expériences touristiques évolutives.

EXEMPLES DE RÉUSSITE

Cette section met en lumière des investissements réussis dans le secteur touristique canadien, illustrant les raisons qui ont poussé les entreprises à investir au pays, les résultats obtenus et la manière dont Destination Canada et ses partenaires locaux ont accompagné ces projets vers la réussite.



Investissement dans le tourisme d'aventure en plein air

Golden Skybridge, situé à **Golden, en Colombie-Britannique**, a été acquis en 2021 par **VIAD Corp (Pursuit Collection)**, opérateur américain spécialisé dans le tourisme expérientiel, pour 15 M\$ CA.

Située à proximité des **Parcs des montagnes Rocheuses canadiennes (site du patrimoine mondial de l'UNESCO)** et de **six parcs nationaux**, l'attraction profite d'un fort afflux de visiteurs étrangers et du tourisme bien établi dans les Rocheuses.



Développement d'une destination expérientielle haut de gamme

À la suite de l'acquisition, VIAD a investi 6 M\$ CA pour étoffer l'offre avec de nouvelles activités d'aventure, notamment **une tyrolienne et un saut à l'élastique**, repositionnant le site comme une destination offrant de multiples activités. Le projet a ainsi renforcé un actif expérientiel à forte marge, aligné avec la demande croissante pour le tourisme de plein air.



Moteur de demande régionale et prolongation des séjours

Golden Skybridge tire parti de la forte affluence touristique nationale et étrangère vers les Rocheuses, qui attirent des **millions de visiteurs chaque année** et favorisent des séjours à forte valeur sur plusieurs jours. L'investissement soutient la dispersion des visiteurs vers les communautés régionales au-delà des parcs nationaux et contribue au développement d'un tourisme expérientiel quatre saisons.



Investissement dans les infrastructures nordiques

Le Yukon Gathering Place est un centre de congrès construit à Whitehorse afin de renforcer le positionnement du Yukon sur les marchés national et international des **réunions, voyages de motivation, congrès et expositions (RVMCE)**. Le projet est réalisé en partenariat entre le **gouvernement du Yukon et Chu Níkwän LP, bras de développement économique de la Première Nation des Kwanlin Dün.**



Un catalyseur d'activité économique à l'année

Le Yukon Convention Bureau estime que l'expansion du marché des RVMCE pourrait générer **environ 20 M\$ CA par an en retombées économiques locales** dans les cinq années suivant une mise en exploitation réussie. L'installation contribue à diversifier la demande au-delà du tourisme d'agrément en haute saison, stabilisant l'occupation hôtelière ainsi que les dépenses en restauration et services locaux.



Un modèle de partenariat autochtone

Le Yukon Gathering Place intègre la participation de **Chu Níkwän LP, entité de développement économique de la Première Nation des Kwanlin Dün.** Ce modèle favorise ainsi une création de richesse locale durable tout en renforçant la confiance des investisseurs grâce à une approche responsable et appuyée par la communauté.



Expansion stratégique d'un modèle canadien de bien-être

Basé au Québec, Groupe Scandinave inc. est l'un des principaux opérateurs de spas nordiques au Canada, avec des établissements à Mont-Tremblant, Montréal, Blue Mountain, Whistler et Québec. L'investissement de 37,5 M\$ CA proposé pour **le développement de la vallée fluviale au sud-ouest d'Edmonton** marque l'expansion interprovinciale stratégique d'un modèle de bien-être haut de gamme éprouvé dans l'Ouest canadien.



Retombées économiques et emplois mesurables

Le développement devrait générer environ **121 M\$ CA de retombées économiques durant la phase de construction et les dix premières années d'exploitation**. Le projet prévoit la création de **330 emplois temporaires durant la construction et de 52 postes permanents à temps plein**, soutenant l'emploi local et une activité économique à l'année à partir de 2028.



Un soutien public structuré et coordonné

Le projet a bénéficié du soutien de **l'Investment and Growth Fund (IGF) de l'Alberta**, en collaboration avec la **Ville d'Edmonton, Edmonton Global et Explore Edmonton**. Le **programme Investor Concierge** de Travel Alberta a apporté des renseignements sur le marché et un appui financier, illustrant l'efficacité du modèle canadien de collaboration public-privé pour atténuer les risques d'investissement.

À PROPOS DE DESTINATION CANADA

Qui nous sommes, notre mandat et comment nous contacter.

À PROPOS DE NOUS



Destination Canada est une société d'État fédérale. Nous voulons faire en sorte que le tourisme soit source de prospérité et de bien-être pour le Canada dans son ensemble et enrichisse la vie de nos invités.

Aux côtés d'autres organismes fédéraux, Destination Canada contribue à la mise en œuvre de la stratégie fédérale de croissance du tourisme : *Canada 365 : Accueillir le monde. Chaque jour.*

Cette stratégie fixe deux objectifs majeurs pour le secteur touristique canadien :

1. Devenir l'une des sept premières destinations touristiques mondiales
2. Accroître le PIB touristique de 40 % d'ici 2030 pour atteindre 61 G\$

Elle définit également les priorités d'action suivantes :

- Investir dans les atouts touristiques
- Profiter des loisirs et du plein air
- Établir des partenariats pour développer le tourisme autochtone
- Attirer davantage d'événements internationaux

Le Canada a dépassé les défis de relance auxquels font face de nombreuses destinations mondiales. **La solidité du tourisme intérieur et le retour des visiteurs étrangers ont établi une base stable de croissance.** La prochaine phase reposera sur le développement de l'offre — hébergement, expériences, attractions et infrastructures touristiques — et sur la mobilisation de capitaux publics et privés pour créer davantage de valeur à l'échelle nationale.

Nous avons **l'occasion concrète d'atteindre 160 G\$ de recettes touristiques annuelles d'ici 2030**, à condition de lever les contraintes structurelles qui limitent actuellement le secteur à environ 140 G\$. Atteindre cet objectif représenterait **20 G\$ supplémentaires par an pour l'économie canadienne**, ce qui viendrait renforcer les communautés, soutenir les entreprises et consolider la résilience du secteur à long terme.



Pour en savoir plus sur les occasions d'investissement dans le secteur touristique canadien, écrivez à invest@destinationcanada.com, visitez le www.investirdansletourisme.ca ou balayez le code QR.



À PROPOS DE CE DOCUMENT



Ce document présente **une vue d'ensemble du secteur touristique canadien orientée vers l'investissement**, conçue pour aider **les investisseurs institutionnels, les exploitants et les développeurs à long terme** à explorer les occasions qui résident dans les atouts, services et autres leviers touristiques.

Il expose **les fondements de l'investissement touristique au Canada**, notamment la taille et la croissance du marché, les moteurs de la demande internationale, la compétitivité et l'environnement politique et institutionnel favorisant l'investissement à long terme. Il traduit ces fondements en **occasions d'investissement claires**, en reliant la demande des visiteurs à forte valeur aux sous-secteurs prioritaires, aux catégories d'actifs régionales et aux corridors touristiques à travers le pays.

Les dernières sections mettent en lumière des **projets prêts à l'investissement** ainsi que des **exemples d'investissements touristiques réussis**, illustrant la collaboration entre partenaires publics et privés dans le développement et la réalisation de projets. L'ensemble du contenu s'appuie sur la **stratégie *Tourisme 2030* de Destination Canada** et repose sur des données publiques, des références sectorielles et des contributions de partenaires.

Ce document constitue un **point de départ pour l'analyse et l'engagement des parties prenantes**. Il vise à fournir un cadre stratégique et ne constitue ni une approbation de projet ni un conseil financier.

MERCI