

ÉTUDE MAPLE MIGRATION

COMPRENDRE L'IMPACT DES TARIFS DOUANIERS SUR LES DÉPLACEMENTS ET LES INVESTISSEMENTS DES CANADIENS QUI SE RENDENT AUX ÉTATS-UNIS.



À l'ère des politiques commerciales changeantes et des tensions économiques, les Canadiens qui voyagent régulièrement au sud de la frontière se trouvent à une intersection unique de la vie transfrontalière et des différends commerciaux internationaux. Alors que les tarifs douaniers remodelent le paysage économique, comment les visiteurs fréquents - et potentiellement les résidents à temps partiel - aux États-Unis adaptent-ils leur mode de vie, leurs décisions d'achat et leurs habitudes de voyage ?

L'étude Maple Migration d'Ipsos fournit des informations sans précédent sur les expériences, les perceptions et les changements de comportement des Canadiens qui passent régulièrement de longues périodes aux États-Unis. L'étude Maple Migration, une combinaison unique d'études quantitatives et qualitatives utilisant les communautés en ligne d'Ipsos, apporte aux entreprises une compréhension précieuse de la réponse de ce groupe démographique aisé à l'évolution des pressions économiques. Les communautés d'Ipsos excellent dans la mise en relation d'un sujet avec un public désireux de s'engager sur ce sujet.

Ce que couvre l'étude initiale de quatre semaines

Réalités de la vie transfrontalière : Comment les snowbirds et les sunbirds canadiens **perçoivent et vivent l'impact des tarifs douaniers américains** sur leur mode de vie dans les deux pays.

Changements dans le comportement des consommateurs : Examen de **l'évolution des habitudes d'achat, des décisions d'investissement immobilier et des habitudes de dépense** dans les deux pays à la suite de la mise en œuvre des tarifs douaniers.

Planification de l'avenir et adaptations : Comment les snowbirds et les sunbirds **ajustent leurs plans à long terme, la durée de leurs voyages et leurs stratégies financières** en réponse aux pressions économiques.



Agenda et méthodologie

Un échantillon en ligne de **250 Canadiens** qui possèdent une propriété ou une multipropriété aux États-Unis, ou qui y ont passé au moins un mois par an en moyenne au cours des trois dernières années.

L'engagement **initial de quatre semaines** comprend une communauté en ligne qualitative/quantitative qui mesure les opinions sur les sujets décrits, après quoi la communauté reste active pour un engagement ad hoc moyennant un coût supplémentaire.



Ce que couvre l'étude initiale de quatre semaines (suite)

Cette étude est idéale pour les organisations qui cherchent à obtenir des informations stratégiques grâce à des données quantitatives et qualitatives riches sur :

- **L'impact réel des tarifs douaniers et des commentaires du gouvernement américain** sur un groupe démographique qui traverse régulièrement la frontière canado-américaine.
- **Raisons des changements de comportement** - économiques ou pour faire une « déclaration ».
- **Décisions d'investissement et d'entretien immobilier** sous la pression économique, et si les décisions sont temporaires (location d'une maison ou d'une multipropriété, etc.) ou s'ils ont l'intention de vendre, la **persistance des décisions**.
- **Ajustements de la durée des voyages et considérations relatives à d'autres destinations**
- **Adaptation de la planification financière** à la vie transfrontalière, notamment la modification des comptes bancaires, des cartes de crédit et des produits d'assurance aux États-Unis, **la fidélité à la marque**.
- Impact sur **les locations de voitures, les hôtels, les AirBNB, etc.**
- Impact sur **les visites de famille aux États-Unis** et sur les vacances.
- S'ils prévoient toujours de visiter les États-Unis, **ce qui a changé** et ce qui n'a pas changé.

Engagement initial de quatre semaines

Voici comment l'engagement initial de quatre semaines se déroulera :

- *Engagement initial d'Ipsos pour les premiers abonnés*
- Première semaine - quant, lecture des données de base, et « apprendre à vous connaître ».
- Deuxième semaine - analyse sectorielle (compagnies aériennes, banques, immobilier, etc.)
- *Deuxième engagement d'Ipsos pour tous les abonnés*
- Troisième et quatrième semaines - suivi et prospection.

Les premiers abonnés peuvent participer à l'élaboration des questions, des sujets et des thèmes des première et deuxième semaines, ainsi qu'à l'élaboration des sujets des troisième et quatrième semaines.

Après la quatrième semaine

Rapport final aux clients et engagement **à la carte** sur n'importe quel sujet à un coût qui varie en fonction de l'engagement.



Approche de la communauté en ligne

Les informations uniques disponibles uniquement par l'intermédiaire d'une communauté peuvent inclure :

- des forums de discussion et des blogs permettant de saisir l'évolution des sentiments.
- Des enquêtes ciblées sur des impacts tarifaires spécifiques.

La plateforme est enrichie par les outils d'analyse propriétaires d'Ipsos, alimentés par l'IA, qui transforment les études statiques en compréhension humaine multidimensionnelle. Elle est également indépendante de l'appareil, ce qui permet aux répondants de participer, qu'ils soient au Canada ou aux États-Unis. Vous pouvez vous connecter à tout moment pour consulter les résultats.

Coûts et livrables

Cette étude initiale de quatre semaines est disponible en complément de l'étude « [Trump, Tarifs et Tumulte](#) », ou seule. Veuillez nous contacter pour plus de détails sur les prix.

Comment fonctionne une communauté Ipsos ?

Les communautés sont **un collectif humain « toujours actif »**. Elles combinent la recherche **quantitative et qualitative** et permettent un suivi et un engagement direct. Bien que des incitations soient utilisées, les sujets populaires comme celui-ci génèrent des discussions car les membres *veulent* parler de ces questions. Vous pouvez y accéder à tout moment et en tout lieu, pendant les quatre premières semaines et au-delà.

Pour obtenir plus de renseignements :

Gregory Jack

Senior Vice President
Affaires publiques

Gregory.Jack@ipsos.com

Naumi Haque

Senior Vice President
Connaissance du marché

Naumi.Haque@ipsos.com

Robin Seed

Vice President
Communautés en ligne Canada

Robin.Seed@ipsos.com