



## Canada

Les Canadiens mettent le cap sur l'Europe

Le Canada, 10e économie mondiale, a généré 6,7 millions de départs internationaux (hors USA) en 2022, 66 % des flux de 2019. Oxford Economics estime qu'en 2023, la France accueillera plus de 900 000 Canadiens, une remontée qui laisse espérer un retour prochain à la fréquentation de 2019 (1,2 million de Canadiens / 969 millions d'euros de recettes).

### Chiffres clés

<b>900 000</b>	<b>1,2</b>	<b>969</b>
Canadiens attendus en 2023	millions de Canadiens accueillis en 2019	millions d'euros de recettes en 2019

### En savoir plus sur les clientèles de ce marché

#### Principales données économiques du marché

### Principales données économiques du marché

- Population : 40 millions d'habitants (2023) dont environ 60 % détenant un passeport
- Taux de croissance en 2022 : 3,4 %
- Prévission du taux de croissance 2023 : entre 1,1 et 1,5 %
- PIB par habitant 2023 en US Dollars : 55 085 USD
- Taux de chômage (août 2023) : 5,5 %

## Positionnement de la destination France

### Positionnement de la destination France

Le Canada, 10e économie mondiale, a généré **6,7 millions de départs internationaux** (hors USA) en 2022, 66 % des flux de 2019.

Oxford Economics estime qu'en 2023, **la France accueillera plus de 900 000 Canadiens**, une remontée qui laisse espérer un retour prochain à la fréquentation de 2019 (1,2 million de Canadiens / 969 millions d'euros de recettes).

**Destination favorite des Québécois en Europe et dans le top 3 des destinations européennes pour les Canadiens anglophones, la France est choisie pour des séjours assez longs (9,9 nuits).**

Près de 8 touristes canadiens sur 10 voyagent en France pour le loisir ou la visite à la famille et aux amis.

## Principales motivations de séjour et mode de réservation

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

#### • Activités et destinations favorites

Dans l'ensemble, les Canadiens sont attirés par l'**offre patrimoniale et culturelle, Paris et les grandes villes, la gastronomie et le vin.**

**Une niche amatrice de plein air et de sport** est également à considérer, le ski (belle performance en 2023), le vélo, la randonnée et dans une moindre mesure le golf sont des activités que les Canadiens affectionnent.

Comme pour les États-Unis et l'Australie, la visite des **sites de mémoire** est fréquente et peut être considérée un produit d'appel.

Après Paris, cependant, la destination **Provence-Alpes-Côte d'Azur** attire le plus les voyageurs de toutes les provinces canadiennes.

#### • Profil des voyageurs

Le marché canadien d'avant crise se caractérisait par un profil de clientèle varié.

D'une part, les Québécois, clientèle mature répétitrice qui voyage partout en France et y visite aussi famille et amis. Cette clientèle représente un peu plus de 50 % de tous les départs en France.

D'autre part, les anglophones, et notamment les Ontariens qui sont les champions canadiens des départs à l'étranger, qui visitent l'Europe (Royaume-Uni, Italie, etc.) et qu'il faut continuer de séduire.

#### • Mode d'hébergement

En termes d'hébergement, les Canadiens choisissent des hôtels (45%) mais se tournent aussi logiquement vers la location d'appartements et villas lorsqu'ils effectuent des séjours plus longs.

En hôtellerie classique, ils réservent généralement en 4 ou 5 étoiles.

- **Mode de réservation**

Le taux d'intermédiation (agences incluant les OTA) est estimé à 68 % et varie selon la provenance des clients mais également en fonction du type de séjours, d'activités, de destinations et de budget.

Les réservations de croisières fluviales et maritimes ont bien repris et de nouveaux joueurs tentent de s'implanter dans ce marché lucratif pour les acteurs de l'intermédiation.

L'inflation, très forte au Canada en 2023, n'a pas calmé les ardeurs des voyageurs mais pourrait influencer les prochains mois. Les clientèles canadiennes modifient leurs habitudes de voyage à la recherche d'un meilleur rapport qualité prix, ce qui peut favoriser les destinations dont l'offre est bien désaisonnalisée.

- **La connectivité aérienne continue à se développer**

Pour l'hiver 2023-24, Air France proposera jusqu'à 38 vols par semaine (Montréal, Québec, Ottawa, Toronto, Vancouver, Pointe-à-Pitre).

Air Canada reprend dès octobre 2023 la liaison Montréal - Lyon en plus des liaisons à l'année entre Montréal, Toronto et Paris CDG ; le transporteur à la feuille d'érable améliore encore le service vers les destinations outre-mer en reliant Fort-de-France à Toronto pour la première fois dès décembre prochain et bonifie également la fréquence du vol saisonnier Montréal-Nice pour l'été 2024.

Air Transat annualise sa liaison Montréal - Marseille qui vient s'ajouter au service Montréal - Paris CDG et allonge les période d'opération de sa liaison vers Nantes pour permettre aux Canadiens de voyager pour la période des Fêtes, en plus de l'offre maintenue vers 5 autres aéroports régionaux, sans oublier les Antilles françaises.

Dans l'ouest canadien WestJet se rapproche à nouveau d'Air France-KLM pour faciliter les déplacements des Canadiens (partage de codes) en plus d'opérer une liaison directe Calgary-Paris en haute saison ainsi que Toronto/Montréal - Saint-Martin SXM.

WestJet vient d'acquérir le tour-opérateur spécialisé Sunwing (séjours dans le sud) et intégrera sous peu l'ensemble des activités sous une seule marque, occupant 38 % du marché balnéaire. Enfin, Corsair opère entre juin et décembre entre Montréal et Paris-Orly.

## **Recommandations pour aborder ce marché**

### **Recommandations pour aborder ce marché**

En résumé, les recommandations d'Atout France pour 2023-2024 :


- Collaboration avec les réseaux de distribution et les transporteurs et ciblage par segments (haut de gamme, longs séjours, bleisure...)
- Déploiement de campagnes - et notamment poursuite des campagnes Explore France - avec une plus grande part de conversion vs notoriété sur le Québec
- Mobilisation de la presse et reprise des actions d'influence (grands événements, actualités, propositions durables, accueil vélo) en partenariat avec la distribution
- Actions d'attractivité en commun avec Business France ou le réseau diplomatique

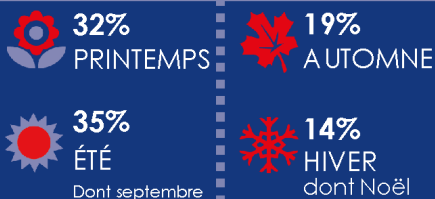
# Le marché Canada en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

### CANADA

#### Quelques données économiques

-  40 MILLIONS d'habitants
-  55 085 USD \$ PIB / habitant (2022)
-  +3,4% CROISSANCE de l'économie en 2022



#### Périodes de réservation

(sports d'hiver et séjours Caraïbes compris)



#### Principales destinations visitées en France



**ATOUT FRANCE**  
Agence de développement touristique de la France

#### Taux de change moyen



1,45 CAD  
[2023]

1,37 CAD  
[2022]

#### Données touristiques




- 6,1** MILLIONS de voyages à l'étranger avec nuitées (hors USA) en 2022, 64% des flux de 2019 [Statistique Canada] ↗
- 900 000** arrivées de Canadiens en France en 2022 [estimations Oxford Economics] ↗
- 74 %** motivation loisirs (44%)  
visite famille et amis (28 %) [Stat. Canada]
- 0,5 %** des nuitées en station de montagne [2022-2023]

#### Principaux bassins émetteurs

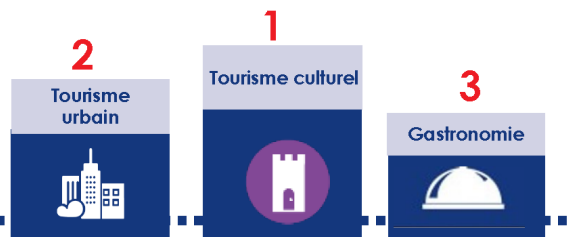
Provinces du Québec, de l'Ontario et de la Colombie-Britannique



#### Profil voyageurs 2022

-  LA FRANCE est la 1<sup>ère</sup> destination européenne des Québécois et dans le top 5 pour les Canadiens anglophones.
-  Motivation loisirs ou VFR pour 80 % des clients. Près du tiers voyageant en couple. À Paris, plus de séjours en famille 37 %.
-  Ils arrivent en avion et louent des véhicules. Ils s'intéressent de plus en plus au train.

#### TOP 3 des motivations de voyages en France (2022)



Contact marché Canada | melanie.paul-hus@atout-france.fr

[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) | [www.france.fr](http://www.france.fr)