



## Canada

Les Canadiens voyagent en dépit du contexte inflationniste et se détournent des États-Unis.

Selon Statistique Canada, le nombre de voyages à l'étranger effectués par des résidents du Canada a poursuivi sa tendance à la hausse en 2024, et a été supérieur de 10 % au niveau atteint en 2023 [représentant 92,6 % du niveau affiché en 2019]. Les voyages des résidents canadiens effectués hors USA ont dépassé le niveau observé avant la pandémie pour la première fois en 2024 [13 M, +5,2 % par rapport à 2019 et +31% par rapport à 2023].

Au 3e trimestre 2024, la France était le 2e pays hors USA visité par les Canadiens, après l'Italie et devant le Royaume-Uni.

Selon les estimations du Conference Board of Canada, la France aurait enregistré 1,1 M d'arrivées de Canadiens en France entre janvier et novembre 2024.

## Chiffres clés

**10e**  
économie mondiale

**1,2 M**  
de Canadiens en France en  
2024 (est.)

**969**  
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

L'économie canadienne, au 10e rang mondial, a atterri en douceur avec une croissance estimée à 1,3% en 2024. Bien que la situation économique soit meilleure qu'attendue, le Canada fait toujours face à des freins structurels (tensions sur le marché locatif, déficit de productivité) l'empêchant d'atteindre sa croissance potentielle. Alors que les banques prévoyaient fin 2024 un rebond de croissance en 2025, poussée par le raffermissement des dépenses de consommation des ménages et des investissements des entreprises, les prévisions ont été revues à la baisse à la suite des tensions commerciales entre le Canada et les Etats-Unis. La Banque du Canada, qui prévoyait une croissance annuelle de 2,1% en 2025 en octobre dernier, a revu ses prévisions à la baisse début 2025 et anticipe dorénavant une croissance de 1,8%. Les grandes banques canadiennes ont également revu leurs prévisions, avec une croissance désormais attendue entre 1,2% et 1,8%

- Population : 41,7 millions d'habitants (2025) dont environ 60 % détenant un passeport
- Taux de croissance (PIB réel) en 2024 : 1,3 %
- Prévision du taux de croissance 2025 : entre 1,2 et 1,8 %.
- PIB par habitant 2024 en US Dollars, prix courants : 64 570 USD (FMI)
- Taux de chômage (mars 2025) : 6,7 %

### Positionnement de la destination France

#### Positionnement de la destination France

**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 ces dernières années), 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 est constitué de profils de clientèles variés.

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, selon les estimations.

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 à 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 n'a pas calmé les ardeurs des voyageurs mais a affecté les plus jeunes générations (millennials et génération Z) dont le taux d'endettement est plus élevé. 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'été 2025, Air France proposera jusqu'à 59 vols par semaine (Montréal, Québec, Ottawa, Toronto, Vancouver). Air Canada relie Montréal à Paris, Toulouse et Lyon toute l'année. Entre le 16 juin et le 1er septembre 2025, les voyageurs auront le choix entre 10 vols par semaine vers Toronto et 14 vols hebdomadaires déjà disponibles vers Montréal. En saison estivale, Montréal est également reliée à Nice.

Air Transat a annualisé certaines liaisons dont Montréal - Marseille, Montréal - Nantes et Montréal - Lyon qui vient s'ajouter au service Montréal - Paris CDG, en plus de l'offre maintenue vers 5 autres aéroports régionaux, sans oublier les Antilles françaises dont la Martinique, toute l'année.

Un nouveau joueur apparaît en 2025 : FrenchBee proposera une liaison quotidienne Montréal - Paris.

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 CDG en haute saison, Halifax-Paris CDG et St.John's-Paris CDG ainsi que Toronto/Montréal - Saint-Martin SXM.

## Recommandations pour aborder ce marché

### Recommandations pour aborder ce marché

En résumé, les recommandations d'Atout France pour 2024-2025 :

- 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 poursuite 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

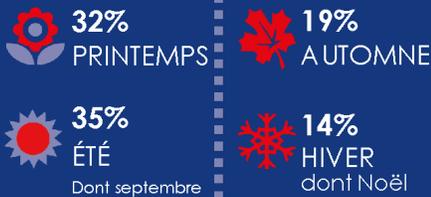
# Le marché Canada en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

### CANADA

#### Quelques données économiques

-  41 MILLIONS d'habitants
-  53 371 USD \$ PIB / habitant (2023)
-  +1,1% CROISSANCE de l'économie en 2023



#### Périodes de réservation

(sports d'hiver et séjours Caraïbes compris)



#### Principales destinations visitées en France



#### Taux de change moyen



1,4 CAD  
[2024]

1,46 CAD  
[2023]

#### Données touristiques

- 8,6 MILLIONS** de voyages à l'étranger avec nuitées (hors USA) en 2023 [Statistique Canada] ↗
- 1 million** d'arrivées de Canadiens en France en 2024 [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 2023

-  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 voyagent 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 (2023)



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)