



## Plan d'actions 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

**900 000**

Canadiens attendus en 2023

**1,2**

millions de Canadiens  
accueillis en 2019

**969**

millions d'euros de recettes  
en 2019

## En savoir plus sur les clientèles de ce 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 %
- Prévision 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

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

#### • 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 clientèles 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**

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

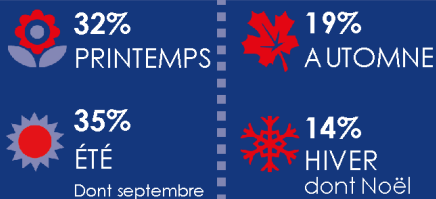
# Le marché Canada en un clin d'oeil

## 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 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 (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)

## Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [France 360 - Année 2024](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Top Canadian Media Meet Up 2024](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Destination France 2025](#) : Salons / Professionnels français, Professionnels internationaux

<b>Marchés d'intervention :</b>	Canada	Etats-Unis	Mexique
<b>Type de rendez-vous :</b>	Rencontres B2B		
<b>Cibles :</b>	Professionnels internationaux		

Ce rendez-vous réunira entre 120 et 200 professionnels du tourisme, originaires de France, des États-Unis, du Canada, du Mexique, Le dossier technique de l'opération sera disponible fin mai 2024.

## OBJECTIFS

- Permettre aux acteurs du tourisme français et des Amériques de nouer de nouveaux contacts ou d'entretenir des liens existants, tout en présentant pour les uns leurs produits, servi
- Être une plateforme éducative, et créatrice de synergies en donnant la parole à des représentants « leaders » de notre industrie
- Présenter une offre touristique renouvelée

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et Privés [Hôteliers, agences réceptives, etc....]<

### Nombre de partenaires souhaités :

60

### Visibilité partenaire :

Plusieurs options: Webinaires, Posts LinkedIn, E-news,...

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : 29 Juillet 2024

### Précisions tarifaires :

Coûts approximatif : A partir de \$ 4,990 HT

## FORMAT

### Liste des sessions :

France 360-Année 2024

Date de début

11 novembre 2024

Date de fin

13 novembre 2024

Date limite d'inscription

29 juillet 2024

### Lieu :

### Format de l'opération :

Événement de 3 jours en présentiel , 1 jours et demi de workshop (rdv pre-programés, diner de gala, ateliers de formation. Nouveauté

2024 : espace start-up , innovation.

### Indicateur de performance :

Nombre d'invités - Ration invites rendez-vous - Sondage post opération sur les demandes enregistrées par les acheteurs

### Edition précédente :

- Nombre d'acheteurs participants: 75

- Nombre de rendez-vous commerciaux : 1986

### Profil visiteur :

Tour Opérateurs et Agents de Voyage - Espace Start Up

### Visiteur attendu :

120 - 150

### Media / Support :

E-news dédiées vers les professionnels du tourisme et Communiqués de presse vers les journalistes presse professionnelle - Réseaux sociaux: Facebook - LinkedIn

**Nathalie Poto** nathalie.poto@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés  
d'intervention** Canada

:

**Type de  
rendez-vous :** Rencontres  
médias

**Cibles :** Médias  
internationaux

**Espaces et  
filières :** Culture & patrimoine    Gastronomie    Outre-mer    Slow tourism    Tourisme durable    Travel Tech    Vélotourisme Ville

Atout France au Canada crée un événement exceptionnel réunissant les 20 meilleurs rédacteurs en chef/décideurs de contenu du Canada avec une possibilité de participation de 3 journalistes américains.

## OBJECTIFS

- apprenez à connaître les représentants des médias canadiens à l'occasion d'un riche programme de rencontres
- présentez vos nouveautés et votre stratégie de marque aux prescripteurs canadiens
- générez des retombées de qualité et de futurs accueils

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, offices de tourisme, musées, sites et entreprises culturelles et touristiques, magasins et entreprises dont artisanat, mode et art de vivre, chaînes d'hôtels, travel tech, agences réceptives, transporteurs

### Nombre de partenaires souhaités :

12 à 15 sociétés exposantes et 3-4 sponsors

### Visibilité partenaire :

Article dédié dans une e-news presse multipartenaires ;  
Posts en amont et durant l'événement sur LinkedIn ;  
Dossier de presse hébergé et diffusé ; Logo sur toutes les communications entourant l'événement ; 20 rendez-vous préprogrammés de 15 min chacun et activités et occasions de networking sur 1,5 jour

## FORMAT

### Liste des sessions :

Top Canadian Media Meet Up 2024

Date de début

22 octobre 2024

Date de fin

24 octobre 2024

Date limite d'inscription

30 juillet 2024

### Lieu :

### Indicateur de performance :

Retombées et demandes d'accueils ou soutien technique à la suite du workshop

### Edition précédente :

Cet événement a vu le jour en 2018 et a été organisé en Bretagne. Près de 20 prescripteurs ont participé. Partenaires et participants ont plébiscité ce format ponctuel et la qualité du programme et des échanges.

### Profil visiteur :

Rédacteurs et influenceurs tourisme, art de vivre, bien-être, gastronomie, outdoor et médias luxe.

### Visiteur attendu :

Jusqu'à 22 représentants des médias canadiens et jusqu'à 3 représentants des médias US.



**Carole Larocque** carole.larocque@atout-france.fr  
**PAUL-HUS - Mélanie** melanie.paul-hus@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

# DESTINATION FRANCE 2025 PRESTATION

<b>Marchés d'intervention :</b>	Canada	
<b>Type de rendez-vous :</b>	Salons	
<b>Cibles :</b>	Professionnels français	Professionnels internationaux

Destination France 2025, tournée canadienne, est un programme de rencontres et de formations pour les professionnels du tourisme du Canada.

## OBJECTIFS

- Permettre aux acteurs du tourisme français et du Canada de nouer de nouveaux contacts ou d'entretenir des liens existants, tout en présentant leurs nouveaux produits.
- Rencontrer des marchés moins sollicités comme l'Ouest canadien.
- Présenter une offre touristique renouvelée.

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Exposants français et locaux (Institutionnels, privés, adhérents, transporteurs, sites, prestataires de services).

### Nombre de partenaires souhaités :

Jusqu'à 25

### Visibilité partenaire :

Possibilité de visibilité à la carte.

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

12 décembre 2024

## FORMAT

### Liste des sessions :

Destination France 2025

Date de début

17 février 2025

Date de fin

20 février 2025

Date limite d'inscription

12 décembre 2024

### Lieu :

### Format de l'opération :

Lundi 17 février : Montréal (Québec)

Mardi 18 février : Toronto (Ontario)

Mercredi 19 février : Calgary (Alberta)

Jeudi 20 février : Vancouver (Colombie-Britannique)

La journée se compose de présentations des partenaires, d'une participation au workshop (avec rendez-vous pré-programmés), d'un dîner assis.

A noter la présence du réseau diplomatique aux événements.

### Edition précédente :

- 235 participants.
- 27 exposants.
- Lancement des rendez-vous pré-programmés.
- Présence du réseau diplomatique.

### Profil visiteur :

- Voyagistes programmant la destination. - Agents de voyages appartenant à des réseaux tels que Transat, TPI, Virtuoso, Nexion, Signature, Travel Leaders, etc.

### Visiteur attendu :

200 - 240

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

## Les opérations à la carte

- [E-learning France Connaisseur](#) : Formations / Professionnels internationaux
- [SPONSORING FRANCE CONNAISSEUR](#) : Formations
- [Webinaire + Sponsoring "plateforme de formation en ligne"](#) : Communication B2B / Professionnels internationaux
- [Webinaires dédiés \(2024\)](#) : Formations
- [Programme France en e-learning - module expert](#) : Formations
- [Campagne #ExploreFrance 2024](#) : Formations
- [Campagne bleisure au Canada](#) : Campagnes / Organismes d'événements MICE internationaux

# E-LEARNING FRANCE CONNAISSEUR

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :**

**Type de rendez-vous :**

**Cibles :**

Formations

Professionnels internationaux

Depuis 2023, France Connaisseur, le programme de formation à destination des agents de voyages étrangers est proposé dans différents pays. De façon très interactive, il permet à la distribution internationale de mieux connaître ou de consolider ses connaissances générales sur les destinations françaises.

L'offre des adhérents peut être intégrée aux contenus des modules de formation afin de la faire connaître aux agents de voyages.

## OBJECTIF

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Formation à distance.

Accès 24h/24 et 7j/7.

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Formations

Ce programme propose aux conseillers en voyage et agents de réservation canadiens une formation en ligne, avec la possibilité d'obtenir une certification "France connaisseur" et/ou "France expert".

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, sites culturels, privés, opérateurs de croisières, DMC, etc.

### Nombre de partenaires souhaités :

Illimité

## FORMAT

### Lieu :

### Format de l'opération :

Création d'une campagne B2B sur quelques semaines avec lot, séjour à gagner ou participation à un éducteur à la clé pour les professionnels ayant complété un ou plusieurs modules désignés durant la période d'activation.

### Indicateur de performance :

Attestation délivrée, sous certaines conditions, aux agents de voyages.

Devenir "Connaisseur France" ou "Expert France".

### Profil visiteur :

conseillers en voyage et agents de réservation

### Visiteur attendu :

illimité

### Media / Support :

Plateforme LMS de Atout France, presse professionnelle, newsletter / canaux Atout France et ACTA association canadienne des agences de voyage

**Favel - Samantha** [samantha.fave@atout-france.fr](mailto:samantha.fave@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

# WEBINAIRE + SPONSORING "PLATEFORME DE FORMATION EN LIGNE"

OPÉRATION À LA CARTE

## Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : B2B

Cibles : Professionnels internationaux

## Espaces et filières :

Transport

Culture & patrimoine

Gastronomie

Littoral

Montagne

Slow tourisme

Tourisme de mémoire

Tourisme durable

Ce package vous offre une visibilité de 30 jours sur notre plateforme de formation en ligne "France Connaisseur", dédiée aux agents de voyages et tour-opérateurs Canadiens. Votre marque sera présente dans l'ensemble de l'écosystème de la plateforme de formation : email de bienvenue, notifications et relances, vidéo tutoriel.

Lors de ce mois de visibilité, bénéficiez d'un webinaire en 2 sessions (FR/EN) de 45min à 1h pour prendre la parole devant les agents connectés pour promouvoir vos offres et votre territoire !

## OBJECTIF

## FORMAT

### Format de l'opération :

Période à choisir : 30 jours de visibilité sur "France Connaisseur" renforcée par un webinaire B2B en deux sessions (francophone et anglophone) durant l'activation.

### Profil visiteur :

Professionnels du voyage sur le marché canadien francophone et anglophone : agents de voyages, tour-opérateurs, transporteurs.

Nombre de participants attendus aux webinaires 50 à 150

Nombre d'apprenants sur "France Connaisseur" 588

**Guimas - Edouard** edouard.guimas@atout-france.fr  
**Marine Almeras** marine.almeras@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)



# WEBINAIRES DÉDIÉS (2024) OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Formations

Webinaires dédiés à la cible professionnelle québécoise (en français) et canadienne (en anglais). Ces Webinaires peuvent être mis en place pour former les différentes cibles avec des formats ludiques soit sous la forme d'atelier ou bien de dégustation virtuelle, idéalement à coupler au sponsoring du programme d'e-learning France Connaisseur.

L'objectif est d'utiliser ce format pour rester au contact des professionnels et leur présenter en temps réel les évolutions de la destination, tout en étant à leur écoute afin de les aider à mieux commercialiser nos produits.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

tour-opérateurs, agences de voyages, presse professionnelle

**Nombre de partenaires souhaités :**

3-5

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Diffusion sur GotoWebinar  
Format bilingue de 45 minutes ou option de programmer deux webinaires différents afin de parler à chaque clientèle (francophone ou anglophone).  
Les présentations et supports visuels doivent être traduits pour chaque webinaire. L'équipe Atout France peut aider avec la traduction sur demande.

**Indicateur de performance :**

Nombre d'inscrits  
Fréquence des questions

**Media / Support :**

Réseaux et canaux France.fr / LinkedIn + LinkedIn E-blast dans la presse professionnelle

**Favel - Samantha** [samantha.fave@atout-france.fr](mailto:samantha.fave@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :**

**Type de rendez-vous :**

**Espaces et filières :**

Formations

Grands événements

Proposer aux agents de voyage une formation en ligne, avec la possibilité d'obtenir une certification "France Connaisseur" et/ou "France expert - (destination) specialist"

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels, sites culturels, privés, etc.

**Nombre de partenaires souhaités :**

Illimité

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Les

### **Modules Experts**

sont préparés par vos soins et peuvent être intégrés à France Connaisseur ou proposés sur un autre support de votre choix. Le format doit permettre aux conseillers et acteurs de l'intermédiation de gérer eux-mêmes le temps investi en formation. À l'issue de cette formation, l'agent se voit attribuer un certificat qui le valorisera et qui lui permettra d'intégrer le réseau des spécialistes France.

**Indicateur de performance :**

Nombre d'agents certifiés

Itinéraires créés

**Media / Support :**

Information et visibilité dans la presse professionnelle, les réseaux d'agences et les tours opérateurs

**Favel - Samantha** [samantha.fave@atout-france.fr](mailto:samantha.fave@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

### Marchés d'intervention :

Dans le cadre de la reprise de l'activité touristique en Europe, Atout France et 13 CRT/ADT de France métropolitaine lance une campagne graduelle, agile, pensée pour s'adapter à l'évolution de la conjoncture / du contexte sanitaire en France et sur les marchés internationaux.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, partenaires privés

## FORMAT

### Format de l'opération :

#### Volet 1 – Tronc Commun – Objectif : notoriété France

- Valorisation des 13 régions métropolitaines
- Promotion de la marque Explore France

#### Volet 2 – Objectif : notoriété focus régionaux

- Campagnes segmentées par marque de destination
- Marque Explore France + marques de destination

#### Volet 3 – Objectif : conversion / déclencher des séjours

- Campagne de conversion en lien avec les acteurs privés, dont transporteurs et distribution
- Marque Explore France + marques de destination + marques des privés

### Indicateur de performance :

Reach, impressions, clicks, vues vidéos, vues vidéos 100%, engagement, volume de vente, chiffre d'affaire engendré, etc.

### Media / Support :

Digital : réseaux sociaux, programmatique, display, sites affinitaires, etc.

### Reseau social :

Réseau social  
[france.fr](https://france.fr)

**MANDRILLON - Sophie** [s.m@atout-france.fr](mailto:s.m@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

# CAMPAGNE BLEISURE AU CANADA

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :**

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Cibles :** Organismes d'événements MICE internationaux

**Espaces et filières :** MICE

Campagne digitale ciblant les voyageurs d'affaires, leur proposant des extensions de séjours faciles à organiser et respectueuses de l'environnement.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels, hébergements, transporteurs

**Nombre de partenaires souhaités :**

4

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

25 % des Canadiens ont déclaré avoir récemment combiné un voyage d'affaires avec quelques jours ou plus de temps libre, déclarant que cela avait été bénéfique pour leur bien-être et leur productivité. Plan média Facebook + contenu rédactionnel dans des médias économiques. Les destinations intéressées proposent un itinéraire de 3 jours à proximité de grands centres, accessible en train, avec suggestions d'activités encadrées adaptées au voyageur solo.

**Indicateur de performance :**

clics, taux d'engagement, impressions web

**Media / Support :**

Facebook avec ciblage voyageurs d'affaire ; communautés de voyageurs de l'aéroport urbain Billy Bishop à Toronto ; médias économiques tels lesaffaires.com, globeandmail.com, podcast Les Dérangeants, macleans, etc.

**Guimas - Edouard** edouard.guimas@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

