RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

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 la 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 évènements, 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

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

CANADA

Taux de change moyen

1,45 CAD [2023]	1,37 CAD [2022]

Quelques données économiques

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

- 32% PRINTEMPS
- 19% AUTOMNE
- 35% ÉTÉ Dont septembre
- 14% HIVER dont Noël

Principaux bassins émetteurs

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

Périodes de réservation

(sports d'hiver et séjours Caraïbes compris)

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Profil voyageurs 2022

- LA FRANCE est la 1ère 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.

Principales destinations visitées en France

TOP 3 des motivations de voyages en France (2022)

1. Tourisme culturel
2. Tourisme urbain
3. Gastronomie

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

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **Tournée médiatique au Canada** : Rencontres médias / Médias internationaux

- **France 360 - Année 2024** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

TOURNÉE MÉDIATIQUE AU CANADA PRESTATION

Marchés d'intervention :	Canada
Type de rendez-vous :	Rencontres médias
Cibles :	Médias internationaux

Rencontres presse et influenceurs

OBJECTIFS

- Générer des demandes d'accueil et retombées
- Encourager la réservation de séjours en France autour d'une thématique privilégiée
- Affiner le positionnement d'une destination auprès du public canadien

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés (hôteliers, agences réceptives, sites ou musées, marques...)

Nombre de partenaires souhaités :

5-6
Visibilité partenaire :
E-news dédiées aux journalistes voyage et art de vivre
Communiqués vers les journalistes presse professionnelle
Articles dédiés sur le site presse Canada

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

1 octobre 2024
Précisions tarifaires :
Coûts approximatif : 8 000 dollars CAD HT / TTC (pour 2 villes)

FORMAT

Liste des sessions :
Tournée médiatique (2024) Canada
Date de début
05 novembre 2024
Date de fin
08 novembre 2024
Date limite d'inscription
01 octobre 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Évènements à Montréal et Toronto et option happening + rencontres virtuelles ; Présentations des partenaires suivies d'un workshop presse et d'un cocktail dînatoire ; Animations autour de la thématique avec invités spéciaux lorsque possible ; Suivi pour générer des accueils presse

Indicateur de performance :

Présences, rendez-vous effectués, demandes d'accueil et suivi, mentions, articles et reportages

Edition précédente :

Tournée média 2022 thème : Voyager de manière durable et responsable en France et Tournée 2023, le Voyage futé.
70 journalistes et influenceurs présents, retombées dans la presse professionnelle et demandes d'accueil dans les régions présentes. Le rapport peut être transmis sur demande.

Profil visiteur :

Journalistes et influenceurs sport, tourisme, art de vivre
Visiteur attendu :

70 contacts sur deux villes
Media / Support :

LinkedIn et site presse Canada (option webinaire également disponible)

Mélanie Paul'Hus melanie.paul-hus@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

FRANCE 360 - ANNÉE 2024 PRESTATION

Marchés d'intervention :	Brésil	Canada Etats-Unis Mexique
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B	
Cibles :	Professionnels internationaux	

Ce rendez-vous réunira entre 120 et 200 professionnels du tourisme, originaires de Frances, des États-Unis, du Canada, du Mexique, du Brésil ainsi que les marchés clés d'Amérique du Sud. Le dossier technique de l'opération sera disponible courant avril 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

Indicateur de performance :

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

Edition précédente :

- Nombre d'acheteurs participants

- Nombre de rendez-vous commerciaux

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

Les opérations à la carte

- **E-learning France Connaisseur** : Formations / Professionnels internationaux
- **Webinaires dédiés (2024)** : Formations
- **Programme France en e-learning - module expert** : Formations
- **Campagne #ExploreFrance 2024** :
- **SPONSORING FRANCE CONNAISSEUR** : Formations
- **Campagne bleisure au Canada** : Campagnes / Organisateurs d'événements MICE internationaux

E-LEARNING FRANCE CONNAISSEUR OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Afrique du Sud	Arabie Saoudite	Barheïn Brésil Canada Egypte	Emirats Arabes Unis
Type de rendez-vous :	Formations			
Cibles :	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.

OBJECTIFS

- Promouvoir votre offre auprès des agents de voyages internationaux
- Motiver et soutenir les agents de voyages pour mieux vendre la France.
- Créer une base de contacts et un réseau d’agents spécialistes de la France.

FORMAT

Format de l'opération :

Formation à distance.
Accès 24h/24 et 7j/7.

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

WEBINAIRES DÉDIÉS (2024) OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Canada
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.

OBJECTIFS

- Présenter l'offre et les nouveautés des partenaires francais
- Rassurer les professionnels et présenter concrètement le nouveau parcours clients
- Générer de nouveaux contacts et créer une opportunité de dialogue entre partenaires et professionnels canadiens.

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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

PROGRAMME FRANCE EN E-LEARNING - MODULE EXPERT

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Canada
Type de rendez-vous :	Formations
Espaces et filières :	Grands évènements

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

OBJECTIFS

- Informer des nouveautés et actions de votre destination
- Promouvoir la diversité de l'offre française
- Certifier les Agents de Voyage

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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE #EXPLOREFRANCE 2024 OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Allemagne	Belgique	Canada	Espagne	Etats-Unis	Italie	Pays-Bas	Royaume-Uni

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.

OBJECTIFS

- Rassurer les touristes sur les conditions d'accueil (sanitaires et expériences plaisirs)
- Positionner la France autour du Tourisme durable, du plaisir et de la convivialité
- Stimuler les envies de voyage en France et déclencher des réservations de séjours

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, volument de vente, chiffre d'affaire engendré, etc.

Media / Support :

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

Reseau social :
Réseau social
france.fr

MANDRILLON - Sophie s.m@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

SPONSORING FRANCE CONNAISSEUR OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Canada
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".

OBJECTIFS

- Promouvoir la diversité de l'offre française. Motiver et soutenir les TO et AGV.
- Informer les AGV sur les produits, nouveautés et actions de la destination France.
- Créer une base de contacts et un réseau d'agents spécialistes de la France.

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 éductour 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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE BLEISURE AU CANADA OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Canada
Type de rendez-vous :	Campagnes
Cibles :	Organisateurs 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.

OBJECTIFS

- Promouvoir l'offre françaises auprès d'une cible à haute contribution
- Encourager les comportements responsables et allonger les séjours
- Associer les destinations françaises au bien-être

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