Présentation Marché Canadien 2019

- Atout France
- CRT Paris Ile-de-France
- Intervenant

Présentation Atout France

France.fr

LE CANADA

France.fr

SOMMAIRE

1/ Canada - Contexte économique et géographique

Indicateurs, résultats 2018 et prévisions 2019

2/ Canada – Conjoncture touristique

Tourisme inbound, les Canadiens à l'étranger, les Canadiens en France, SWOT, connectivité aérienne

3/ Le profil du Canadien

4/ Le marché touristique

5/ Perspectives de développement

6/ Atout France au Canada

7/ Annexes

France.fr

CONTEXTE ÉCONOMIQUE & GÉOGRAPHIQUE

1 / CANADA – contexte économique

Principaux indicateurs

CANADA 2017
PIB : + 3.0 %
Taux d'intérêt : 1.0 %
Inflation : 1.6 %
Chômage : 6.3 %
CAD – USD : 1.30 CAD
CAD – EUR : 1.47 CAD
Confiance des entreprises : 100.6 (Oct 2017)

	PRÉVISIONS 2018	2019
PIB :	+ 1.8 %	+ 1.7 %
Taux d'intérêt :	1.75 %	2.0 %
Inflation :	2.3 %	1.7 %
Chômage :	5.8 %	5.8 %
CAD – USD :	1.37 CAD	1.28 CAD
CAD – EUR :	1.53 CAD	1.48 CAD
Confiance des entreprises :	100.7 (Oct 2018)	

Feu vert donné à un traité de libre échange Canada – États-Unis – Mexique revisité, cependant incertitude quant à l'abandon des droits tarifaires…

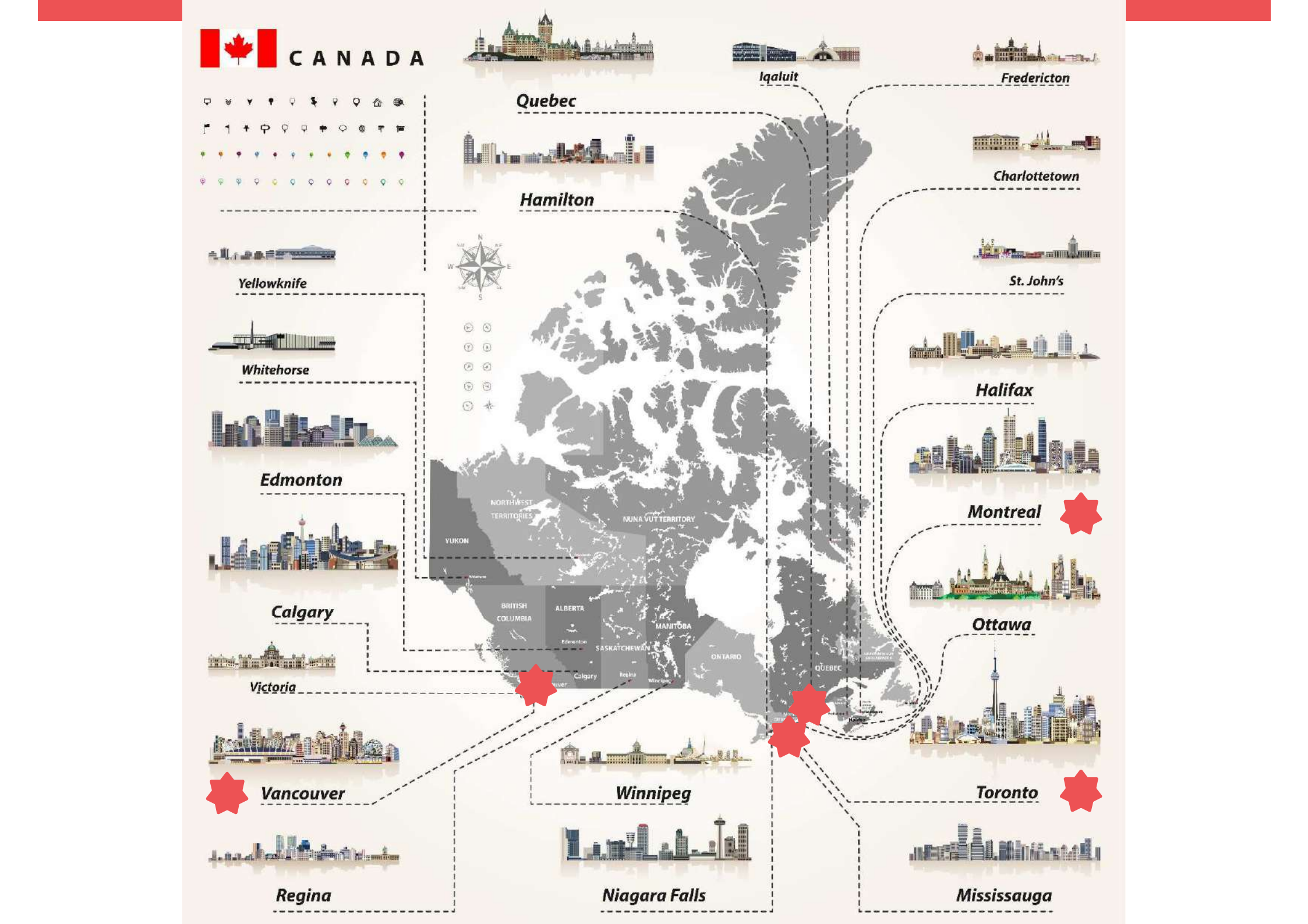
NOTES : la dette des ménages toujours importante, effet de richesse qui se dissipe

Sources : OCDE, BNC prévisions économiques

1 / CANADA – contexte économique

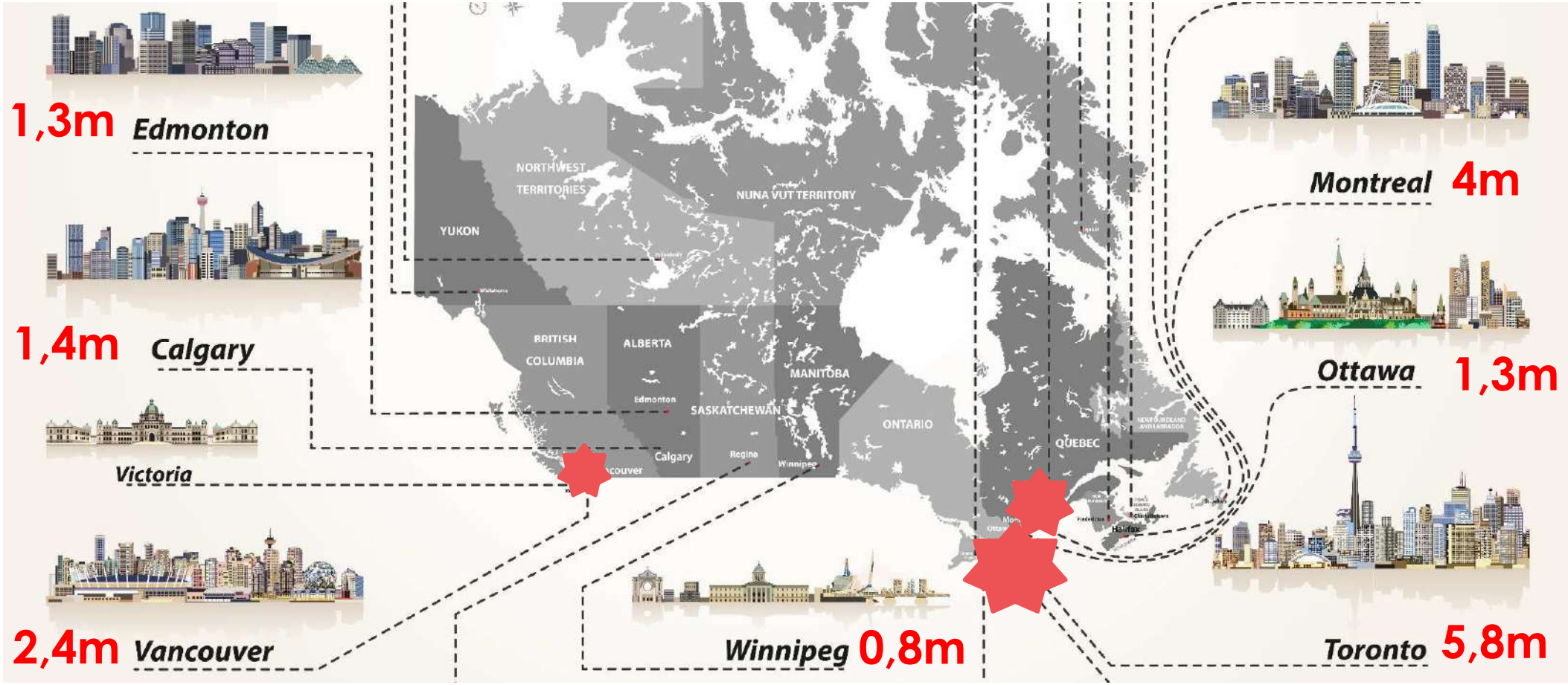
- ✓ 10e puissance économique mondiale
- ✓ PIB qui croit, mais plus lentement : entre1.5 % à 2 %
- ✓ 2019, année électorale – gouvernement fédéral
- ✓ Relations diplomatiques tendues entre les États-Unis et le Canada (et la Chine).
- ✓ Au Québec (5,4%), en Ontario (5,5%) et en Colombie-Britannique (4,5 %), le chômage est faible. Indicateur national : 5,8 %
- ✓ Création d'emplois à temps plein remarquable au 1er trimestre
- ✓ 83 % des 18-54 ans ont un emploi, résultat d'une immigration jeune.
- ✓ Problèmes de main d'œuvre dans certains secteurs

Sources : BNC prévisions économiques, T1 2019


CANADA
Quebec
Iqaluit
Fredericton
Hamilton
Charlottetown
Yellowknife
St. John's
Whitehorse
Halifax
Edmonton
Montreal
Calgary
Ottawa
Victoria
Vancouver
Winnipeg
Toronto
Regina
Niagara Falls
Mississauga
NORTHWEST TERRITORIES
NUNAVUT TERRITORY
YUKON
BRITISH COLUMBIA
ALBERTA
MANITOBA
SASKATCHEWAN
ONTARIO
QUÉBEC

1 / CANADA – contexte économique

Population des principales agglomérations



Note : Québec (QC) : 800 000, Halifax (Nouvelle-Écosse) : 403 000

1 / CANADA – contexte économique

- ✓ Les ventes au détail ont diminué à la fin 2018 - premiers effets ressentis de la hausse des taux d'intérêt; le secteur immobilier résidentiel connaît aussi un ralentissement
- ✓ Les exportations soutiennent la croissance; les entreprises investissent cependant peu à l'étranger
- ✓ Hausse des salaires légèrement au-dessus du niveau de l'inflation
- ✓ Endettement des ménages toujours important
- ✓ La Banque du Canada devrait attendre le 2e semestre 2019 avant d'envisager de nouvelles hausses des taux d'intérêt (+0,25)
- ✓ 53 % des Canadiens déclarent ne pas utiliser tous leurs congés

Sources : BNC prévisions économiques, T1 2019

1 / CANADA – contexte économique

Prévisions économiques provinciales

	2016	2017	2018p	2019p	2020p
PIB réel (croissance en %)					
Terre-Neuve-et-Labrador	1.8	0.9	0.0	2.9	1.2
Île-du-Prince-Édouard	1.8	3.5	2.5	2.0	1.1
Nouvelle-Écosse	1.5	1.5	1.0	0.8	1.4
Nouveau-Brunswick	1.4	1.8	1.2	1.2	1.1
Québec	1.4	2.8	2.3	1.8	1.3
Ontario	2.3	2.8	2.4	1.6	1.6
Manitoba	1.6	3.2	1.7	1.7	1.0
Saskatchewan	-0.4	2.2	0.9	1.9	1.6
Alberta	-4.2	4.4	2.2	1.8	2.4
Colombie-Britannique	3.2	3.8	2.3	2.4	2.6
Canada	1.1	3.0	2.0	1.8	1.7

	2016	2017	2018p	2019p	2020p
PIB nominal (croissance en %)					
Terre-Neuve-et-Labrador	1.8	4.3	5.7	2.9	3.4
Île-du-Prince-Édouard	4.5	4.8	4.6	4.5	3.7
Nouvelle-Écosse	2.2	2.9	3.3	2.8	3.7
Nouveau-Brunswick	3.6	4.3	4.4	2.7	3.0
Québec	2.8	5.0	4.0	3.6	3.1
Ontario	4.4	4.1	4.3	3.2	3.6
Manitoba	2.3	5.4	3.8	3.1	3.0
Saskatchewan	-4.8	4.8	5.3	2.4	3.8
Alberta	-6.8	10.0	4.1	4.1	5.6
Colombie-Britannique	6.0	6.9	4.6	4.1	4.6
Canada	1.9	5.6	4.0	3.6	3.6

	2016	2017	2018p	2019p	2020p
Emploi (croissance en %)					
Terre-Neuve-et-Labrador	-1.4	-3.7	0.4	0.3	-0.9
Île-du-Prince-Édouard	-2.2	3.0	3.0	1.4	1.0
Nouvelle-Écosse	-0.4	0.7	1.5	0.5	0.3
Nouveau-Brunswick	-0.1	0.4	0.3	0.3	0.3
Québec	0.9	2.2	0.9	0.7	0.6
Ontario	1.1	1.8	1.6	1.2	0.7
Manitoba	-0.5	1.6	0.6	0.9	0.7
Saskatchewan	-0.9	-0.1	0.4	0.6	0.6
Alberta	-1.6	1.0	1.9	1.5	0.8
Colombie-Britannique	3.1	3.7	1.1	0.8	1.0
Canada	0.7	1.9	1.3	1.0	0.7

	2016	2017	2018p	2019p	2020p
Taux de chômage (%)					
Terre-Neuve-et-Labrador	13.4	14.8	13.9	12.4	12.6
Île-du-Prince-Édouard	10.7	9.8	9.4	9.0	9.0
Nouvelle-Écosse	8.3	8.4	7.6	7.5	7.4
Nouveau-Brunswick	9.5	8.1	8.0	8.1	7.5
Québec	7.1	6.1	5.4	5.4	5.2
Ontario	6.5	6.0	5.6	5.5	5.7
Manitoba	6.1	5.4	6.0	5.8	5.8
Saskatchewan	6.3	6.3	6.1	6.0	5.6
Alberta	8.1	7.8	6.6	6.2	5.9
Colombie-Britannique	6.0	5.1	4.7	4.5	4.5
Canada	7.0	6.3	5.8	5.7	5.7

Sources : BNC prévisions économiques, février 2019

2 /CANADA – contexte économique : Commerce CANADA – FRANCE

Le commerce du Canada avec les pays du G7

2017 EXPORTATIONS		2017 IMPORTATIONS
Exportations de biens : 3,5 milliards de dollars Produit le plus exporté : Minerais et concentrés de fer Exportations de services : 2,9 milliards de dollars Total des exportations : 6,4 milliards de dollars	FRANCE	Importations de biens : 4,6 milliards de dollars Produit le plus importé : Vin et brandy Importations de services : 3,3 milliards de dollars Total des importations : 7,9 milliards de dollars
Exportations de biens : 4,4 milliards de dollars Produit le plus exporté : Métaux précieux, bijoux, et pierres précieuses Exportations de services : 2,2 milliards de dollars Total des exportations : 6,6 milliards de dollars	ALLEMAGNE	Importations de biens : 15,2 milliards de dollars Produit le plus importé : Voitures particulières Importations de services : 2,6 milliards de dollars Total des importations : 17,8 milliards de dollars
Exportations de biens : 2,4 milliards de dollars Produit le plus exporté : Produits pharmaceutiques Exportations de services : 0,5 milliard de dollars Total des exportations : 2,8 milliards de dollars	ITALIE	Importations de biens : 6,1 milliards de dollars Produit le plus importé : Vin et brandy Importations de services : 1,2 milliards de dollars Total des importations : 7,3 milliards de dollars
Exportations de biens : 12,2 milliards de dollars Produit le plus exporté : Charbon Exportations de services : 1,9 milliard de dollars Total des exportations : 14,0 milliards de dollars	JAPON	Importations de biens : 13,6 milliards de dollars Produit le plus importé : Voitures particulières Importations de services : 2,6 milliards de dollars Total des importations : 16,1 milliards de dollars
Exportations de biens : 18,7 milliards de dollars Produit le plus exporté : Or sous forme brut Exportations de services : 6,4 milliards de dollars Total des exportations : 25,1 milliards de dollars	ROYAUME-UNI	Importations de biens : 8,1 milliards de dollars Produit le plus importé : Pièces et autre matériel pour aéronefs Importations de services : 8,0 milliards de dollars Total des importations : 16,1 milliards de dollars
Exportations de biens : 410,8 milliards de dollars Produit le plus exporté : Pétrole brut Exportations de services : 61,8 milliards de dollars Total des exportations : 472,6 milliards de dollars	ÉTATS-UNIS	Importations de biens : 370,7 milliards de dollars Produit le plus importé : Camions légers, fourgonnettes et VUS Importations de services : 75,7 milliards de dollars Total des importations : 446,4 milliards de dollars

LE SAVIEZ-VOUS?

- Le commerce total (importations plus exportations) de biens et de services du Canada avec les pays du G7 s'est chiffré à plus de 1 billion de dollars en 2017, ce qui représente plus des trois quarts du commerce total du Canada avec le monde.
- À l'exclusion des États-Unis, l'Allemagne était en 2017 le pays du G7 duquel le plus grand nombre d'entreprises canadiennes ont importé et le Royaume-Uni était le pays du G7 vers lequel le plus grand nombre d'entreprises canadiennes ont exporté.
- En 2017, le Canada détenait des investissements directs d'une valeur de 633 milliards de dollars dans les autres économies du G7, dépassant les investissements directs de 508 milliards de dollars détenus par les autres pays du G7 au Canada.
- Parmi les pays du G7, le Canada a un déficit des services de voyage avec le Royaume-Uni, les États-Unis, la France et l'Italie. Les Canadiens dépensent donc davantage lors de leurs voyages dans ces destinations comparativement à ce que les résidents de ces pays dépensent lors de leurs voyages au Canada. Le Canada a un excédent des services de voyage avec l'Allemagne et le Japon.

France.fr

CONJONCTURE TOURISTIQUE

2 / CANADA – conjoncture touristique

Tourisme inbound en 2018

2 / CANADA – conjoncture touristique

Tourisme inbound en 2018

La France s'est démarquée parmi les marchés de cette région en 2018, établissant sept nouveaux records mensuels, y compris en décembre (41 000 visiteurs, +2,3 %), pour un total annuel record de 604 000, qui surpasse de **4,7 %** le record précédent établi en 2017.

Arrivées par point d'entrée pour la période de janvier à décembre

			France	Allemagne	R.-U.
Arrivées directes par voie aérienne	YYZ	Arrivées	57 380	109 978	278 673
		Variation annuelle (%)	-20,2 %	-2,8%	-6,6%
		% du total	**9,5 %**	**27,1%**	**35,2%**
	YVR	Arrivées	23 852	74 213	149 489
		Variation annuelle (%)	40,5 %	5,4 %	1,5 %
		% du total	**3,9 %**	**18,3 %**	**18,9 %**
	YUL	Arrivées	355 527	47 614	52 711
		Variation annuelle (%)	21,4 %	11,8 %	1,0 %
		% du total	**58,8 %**	**11,7 %**	**6,7 %**
	YYC	Arrivées	3 162	24 257	68 636
		Variation annuelle (%)	-13,2 %	5,7 %	-2,9 %
		% du total	**0,5 %**	**6,0 %**	**8,7 %**
	Tous les autres aéroports	Arrivées	16 278	21 393	42 708
		Variation annuelle (%)	169,4 %	-2,5 %	4,3 %
		% du total	**2,7 %**	**5,3 %**	**5,4 %**
	Total partiel	Arrivées	456 199	277 455	592 217
		Variation annuelle (%)	16,5 %	2,4 %	-2,8 %
		% du total	**75,5 %**	**68,3 %**	**74,8 %**

2 / CANADA – conjoncture touristique

Tourisme inbound en 2018

La Chine a connu des résultats exceptionnels en 2018. Ce marché a en effet établi 10 records mensuels ainsi qu'un nouveau record annuel, franchissant pour la première fois la barre des 700 000 visiteurs (**737 000**, **+6,1 %**).

Tout juste derrière le Royaume-Uni, la Chine est demeurée le *deuxième marché* long-courrier en importance pour le Canada en 2018.

- 38 % des arrivées aériennes de Chine par l'aéroport de Vancouver
- 29,5 % par Toronto
- 5,5 % par Montréal

2 / CANADA – conjoncture touristique

Tourisme inbound en 2018

Le total annuel d'arrivées au Canada en provenance du **Mexique** en 2018 est de 404 000 (+4,9 %, soit 19 000 visiteurs de plus qu'en 2017). Il s'agit non seulement d'un nouveau record, mais c'est la première fois que ce marché dépasse la barre des 400 000 arrivées. Avec ces résultats exceptionnels, le nombre de visiteurs de ce marché s'approche de celui de l'Allemagne.

- 32 % des arrivées aériennes du Mexique par l'aéroport de Toronto
- 24 % par Vancouver
- 15 % par Montréal

2 / CANADA - conjoncture touristique

Les voyages des Canadiens à l'étranger en 2018

Les Canadiens ont effectué 33,4 millions de séjours avec nuitées à l'étranger (USA et étranger) en 2018, en hausse de 2,2 %

12 millions voyages à l'étranger (hors USA) en 2018, ce qui représente une baisse de -2,2 % par rapport à 2017, année record.

64 % de tous les voyages avec nuitées en 2018 ont eu pour destination les États-Unis, en hausse de +4,9 %

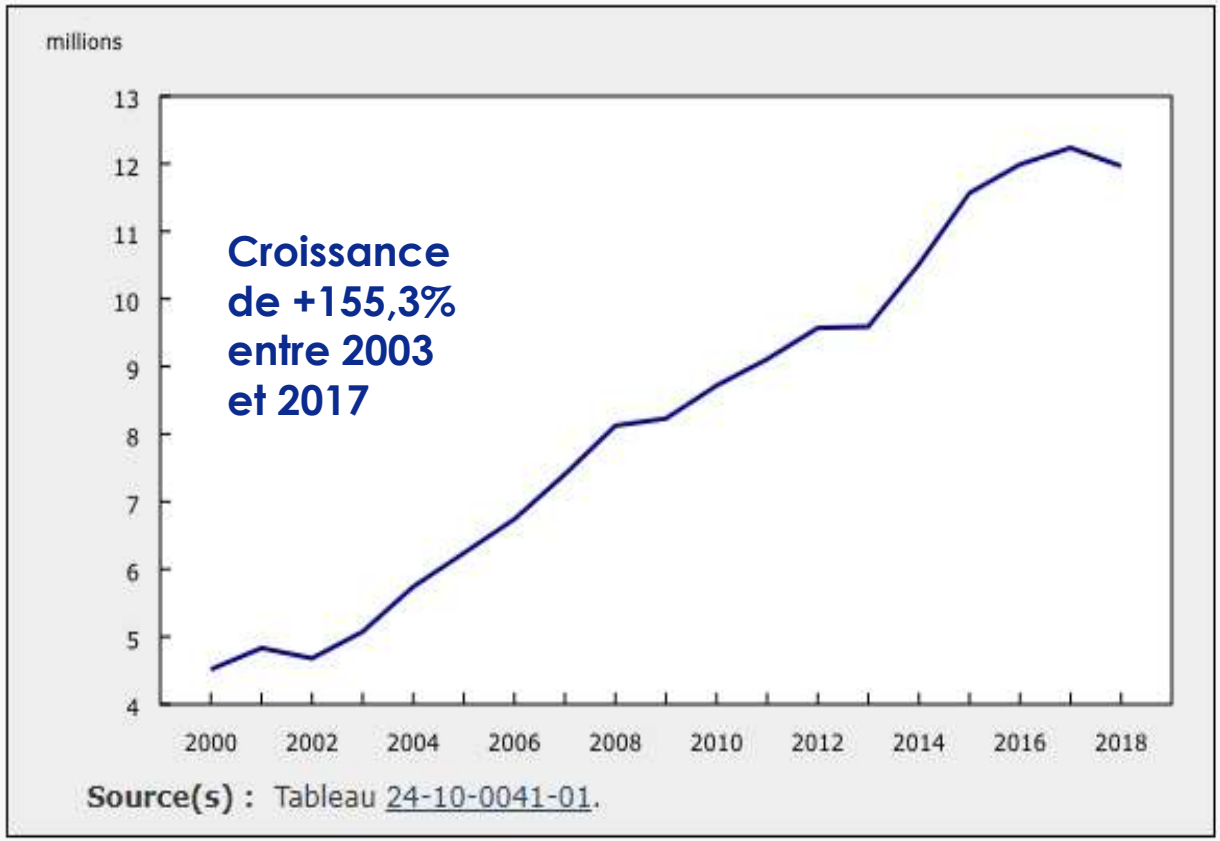
France.fr

2 / CANADA – conjoncture touristique

Les voyages des Canadiens à l'étranger en 2018

Première baisse du nombre de voyages des Canadiens à l'étranger (hors USA) en 15 ans.

- 2,22 % par rapport à 2017 ; +7,2 % entre 2016 et 2017



Décembre 2018 :
Le nombre de voyages vers des pays outre-mer a augmenté de +2,4 % par rapport à novembre pour atteindre 1,0 million de voyages, soit **le deuxième plus haut niveau enregistré pour le mois de décembre.**

2014	10,512462
2015	11,566293
2016	11,990233
2017	12,236812
2018	11,965154

France.fr

2 / CANADA – conjoncture touristique

Les pays les plus visités (hors USA)

2016	Visites
Pays visités	,000
Mexique	1,926
UK	1,192
France	**1,140**
Cuba	800
Allemagne	574
Rep dominicaine	487
Chine	480
Italie	469
Espagne	399
Irlande	254
Australie	245
Hong Kong	243
Pays Bas	240
Jamaïque	221

2017	%	Visites
Pays visités		,000
Mexique	+16.0	2,240
UK	+35.0	1,608
France	**+21.0**	**1,383**
Cuba	+7.25	858
Allemagne	+28.0	735
Italie	+29.0	605
Rep dominicaine	+12.7	549
Chine	+3.8	498
Espagne	+16.8	466
Pays Bas	+52.9	367
Bahamas*		357
Jamaïque	+38.9	307
Hong Kong	+15.2	280
Irlande	+8.2	275

Source : Statistique Canada

2 / CANADA – conjoncture touristique

Les Canadiens en France / DGE

2015

1,013m arrivées
Nuitées : **10 747 000**

2016

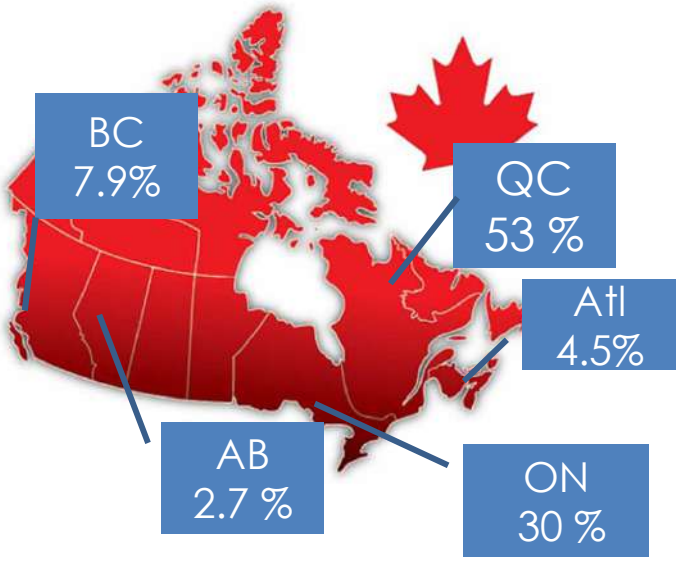
1,25m arrivées [+ 11%]
Nuitées : **11 477 000** [+ 6.8%]

2017

999 018 arrivées [-11%]
Nuitées : **9 943 024** [-14%]

2 / CANADA – conjoncture touristique

Les Canadiens en France / DGE



Estimations: Stat Can 2017

VISITEURS

2012	2013	2014	2015	2016	2017
861 258	996 000	1,02M	1,01M	1,13M	999 018

NUITÉES

2012	2013	2014	2015	2016	2017
9,1M	10,3M	10,9M	10,7M	11,5M	9,9M

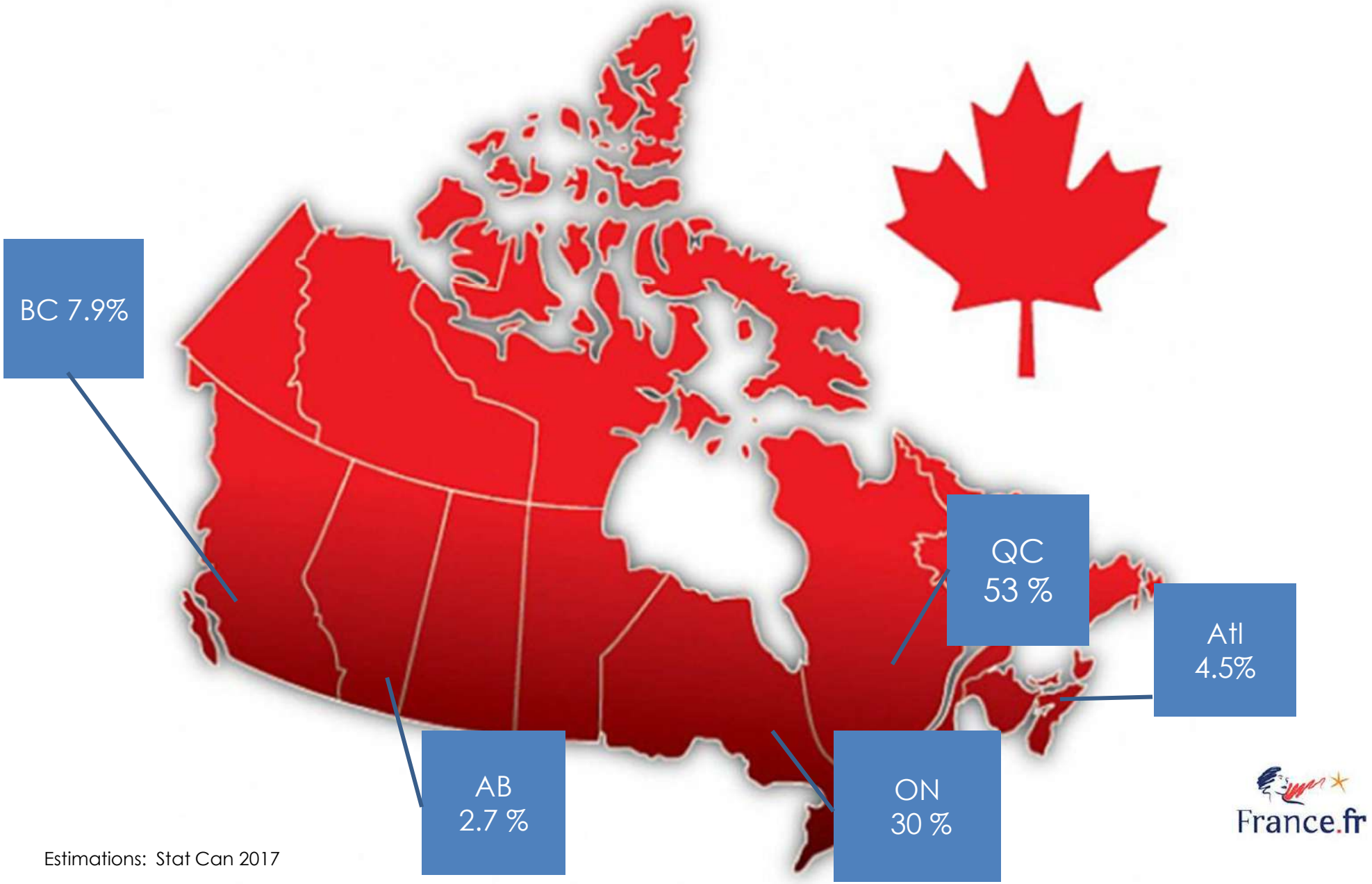
DURÉE

2012	2013	2014	2015	2016	2017
10,56	10,3	10,7	10,6	10,2	n. a.

France.fr

2 / CANADA – conjoncture touristique

Les Canadiens en France / Bassins émetteurs (Statistique Canada)



Estimations: Stat Can 2017

France.fr

2 / CANADA – conjoncture touristique

Voyages des Canadiens selon la province de résidence – pays les plus visités (2017)

QUÉBEC	ONTARIO	BRIT. COLUMBIA
France	UK	Mexique
Mexique	Mexique	UK
Cuba	Cuba	Allemagne
Rep. dominicaine	Allemagne	France
Espagne	France	Hong Kong
Italie	Italie	Chine
Allemagne	Cuba	Espagne

Source : Statistique Canada

1 / CANADA – conjoncture touristique

SWOT 2018 – 2019

Forces

L'Europe est de retour après une période d'appréhensions

Taux de change plus favorable en 2019

La connectivité aérienne se développe, forte concurrence.
8,5 millions de sièges entre le Canada et l'Europe en 2018 (+7.3%)

Selon le Conference Board, les voyages internationaux des Canadiens (hors USA) devraient croître annuellement de +4,9 % entre 2018 et 2022

Faiblesses

Les destinations méditerranéennes, l'Asie et l'Europe de l'Est gagnent en popularité

Hors du Québec, perception de cherté de la France

65 +

En 2025, le Canada sera le 4e plus grand marché de seniors.

Les gilets jaunes ont marqué les esprits.

2 / CANADA – conjoncture touristique

Forces

Programmation des tour-opérateurs variée

Connectivité aérienne remarquable

Bon taux d'intermédiation (20 – 25 %), cependant une communauté de conseillers vieillissante

Faiblesses

Forte concentration de la distribution

Réseau de conseillers éparpillé, difficile à prospecter

Difficultés à convaincre les familles avec enfants de voyager en France

Opportunités

Émergence des low cost et augmentation des liaisons aériennes vers la France

Augmentation de la présence française au Canada (+10 % en Ontario en 2018)

Menaces

Ralentissement économique

La demande pour le locatif est très forte

Désengagement de certains tour-opérateurs vis-à-vis de la France + effet Brexit + perte de terrain en Ontario

2 / CANADA – conjoncture touristique

Desserte annuelle - Montréal

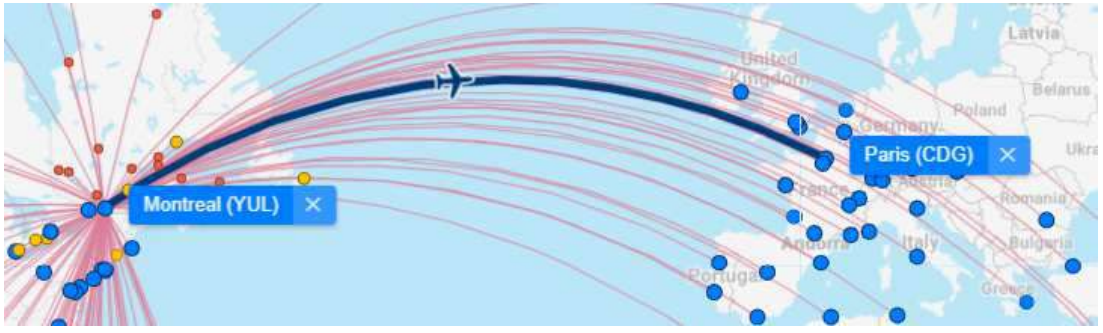
Montreal → Paris

3432 miles · 7h 00

Montreal (YUL) → Paris (CDG)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa	HIVER	ÉTÉ
Air France	su	mo	tu	we	th	fr	sa	2x / j	3x / j
Air Canada	su	mo	tu	we	th	fr	sa	1x / j	2x / j
Air Transat	su	mo	tu	we	th	fr	sa	1x / j	2x / j

**Navettes Air France reliant Ottawa et Québec à YUL*

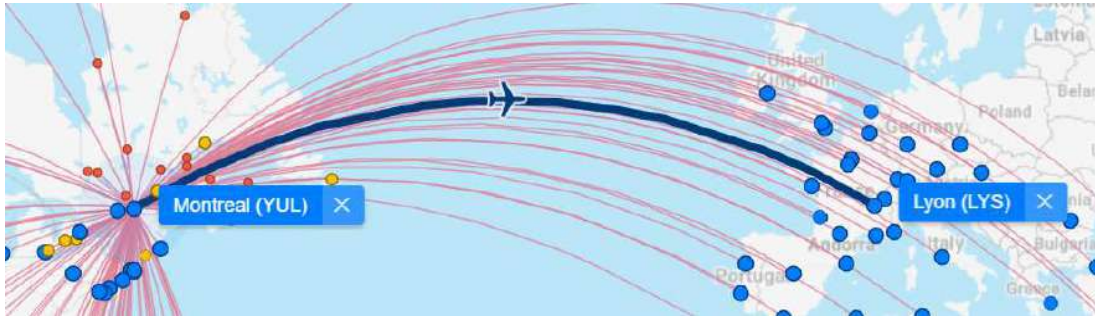


Montreal → Lyon

3645 miles · 7h 05

Montreal (YUL) → Lyon (LYS)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Canada	su	mo	tu	we	th	fr	sa

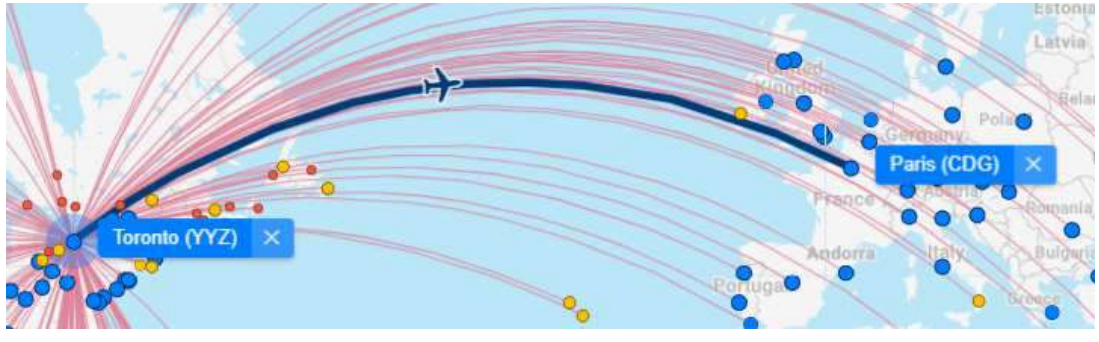


Toronto → Paris

3741 miles · 7h 30

Toronto (YYZ) → Paris (CDG)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa	10x /sem
Air France	su	mo	tu	we	th	fr	sa	



Vancouver → Paris

4924 miles · 9h 45

Vancouver (YVR) → Paris (CDG)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air France	su	mo	tu	we	th	fr	sa

2 / CANADA – conjoncture touristique

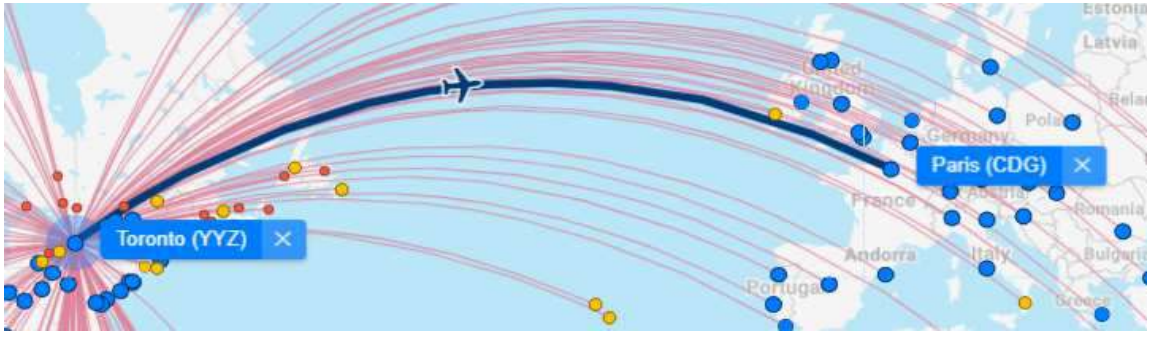
Desserte saisonnière vers Paris *(ex : Juillet)*

Toronto → Paris

3741 miles · 7h 30

Toronto (YYZ) → Paris (CDG)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air France	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Canada	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Transat	su	mo	tu	we	th	fr	sa



Vancouver → Paris

4924 miles · 9h 45

Vancouver (YVR) → Paris (CDG)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air France	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Canada	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Transat	su	mo	tu	we	th	fr	sa

Calgary → Paris

4575 miles · 8h 50

Calgary (YYC) → Paris (CDG)

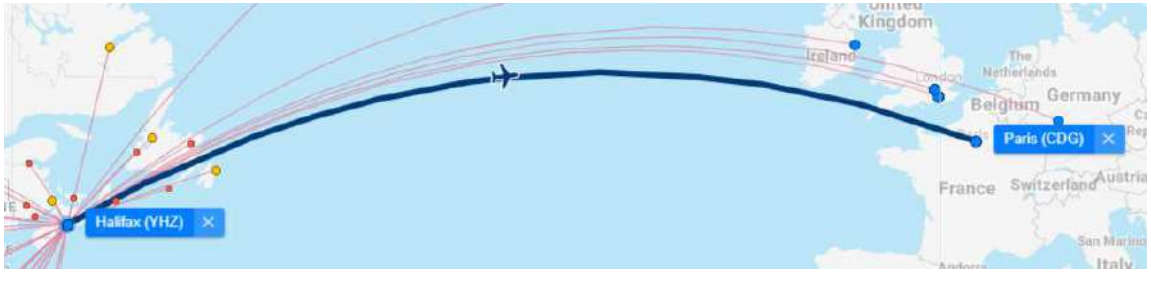
	su	mo	tu	we	th	fr	sa
WestJet	su	mo	tu	we	th	fr	sa

Halifax → Paris

3029 miles · 6h 05

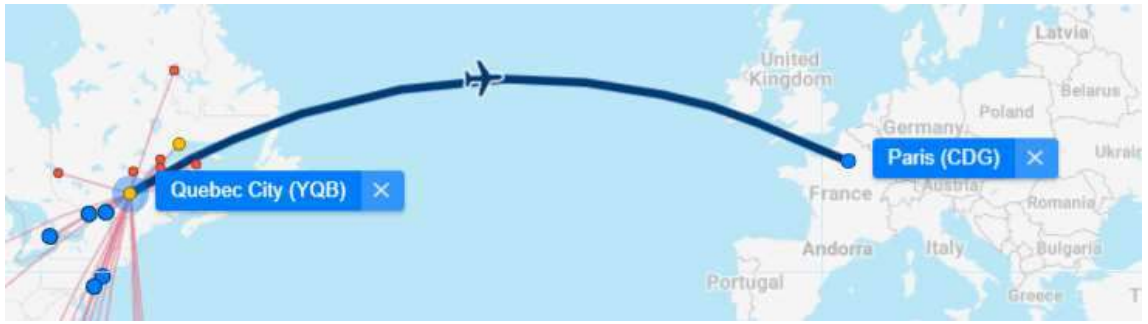
Halifax (YHZ) → Paris (CDG)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
WestJet	su	mo	tu	we	th	fr	sa



2 / CANADA – conjoncture touristique

Desserte saisonnière vers Paris



Jusqu'à 3 vols directs par semaine

France.fr

2 / CANADA – conjoncture touristique

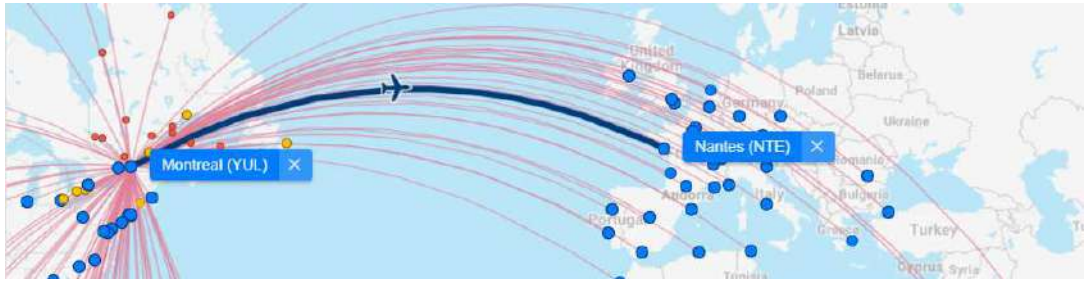
Desserte aérienne saisonnière – Montréal *(ex : Juillet)*

Montreal → Nantes

3317 miles · 6h 25

Montreal (YUL) → Nantes (NTE)

Air Transat — su **mo** tu **we** th fr **sa**

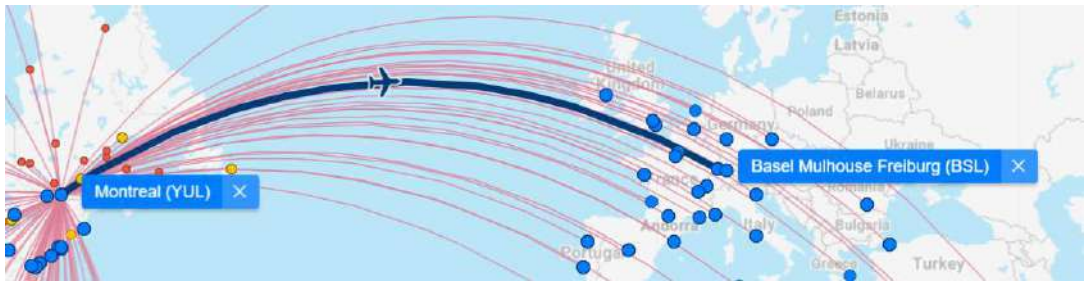


Montreal → Basel Mulhouse Freiburg

3680 miles · 7h 15

Montreal (YUL) → Basel Mulhouse Freib...

Air Transat — su **mo** tu we th fr sa



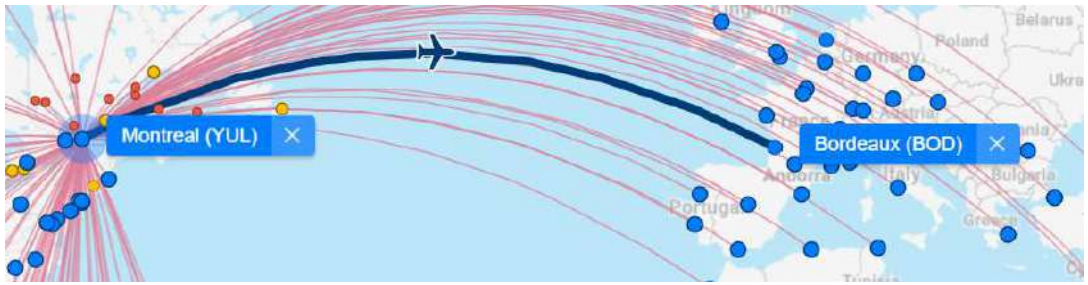
Montreal → Bordeaux

3429 miles · 6h 55

Montreal (YUL) → Bordeaux (BOD)

Air Canada — su **mo** tu **we** **th** fr **sa**

Air Transat — **su** mo **tu** we th **fr** sa

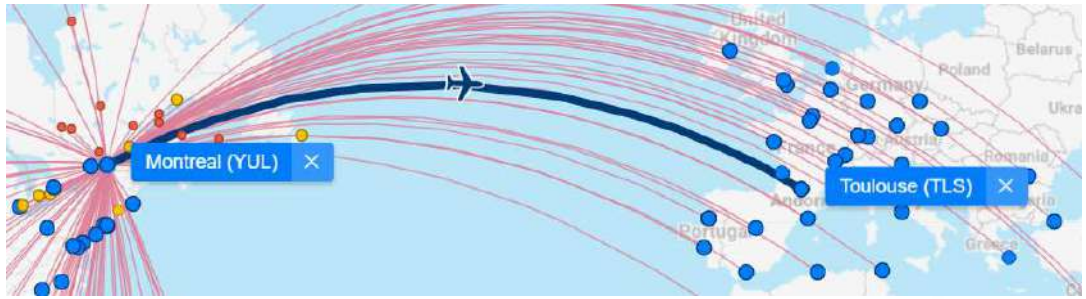


Montreal → Toulouse

3559 miles · 7h 00

Montreal (YUL) → Toulouse (TLS)

Air Transat — su **mo** tu **we** th **fr** **sa**



2 / CANADA – conjoncture touristique

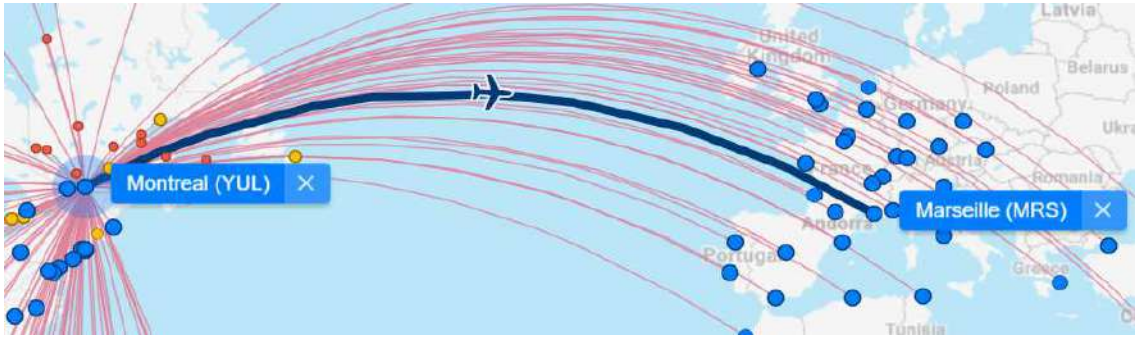
Desserte aérienne saisonnière – Montréal *(ex : Juillet)*

Montreal → Marseille

3731 miles · 7h 20

Montreal (YUL) → Marseille (MRS)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Canada				✓		✓	
Air Transat		✓		✓		✓	✓

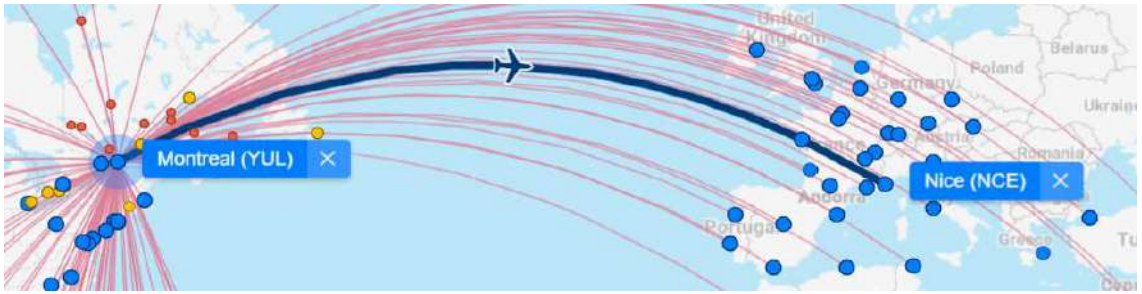


Montreal → Nice

3808 miles · 7h 25

Montreal (YUL) → Nice (NCE)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Canada		✓	✓		✓		✓
Air Transat	✓		✓		✓		



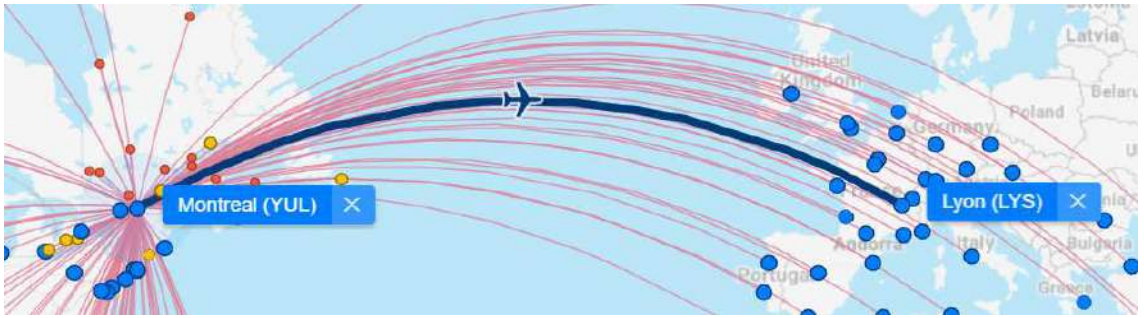
Montreal → Lyon

3645 miles · 7h 05

Montreal (YUL) → Lyon (LYS)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Canada		✓		✓		✓	✓
Air Transat	✓	✓		✓		✓	✓

ANNUEL



Montreal → Paris Orly

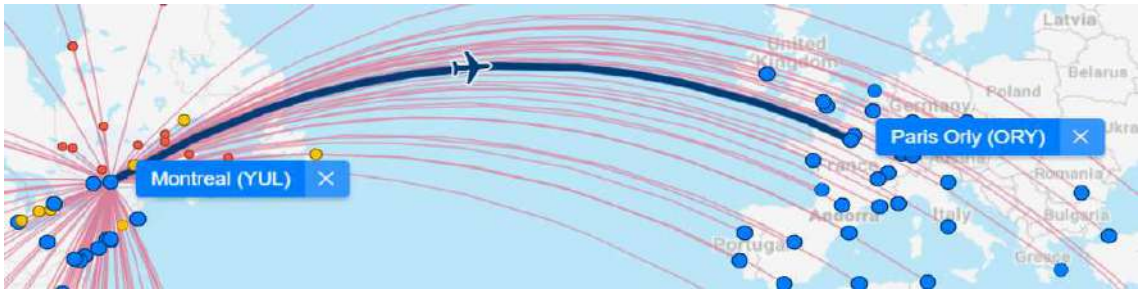
3433 miles · 7h 00

Montreal (YUL) → Paris Orly (ORY)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Corsair	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Openskies for LEVEL France			✓		✓		✓

Fin avril à octobre

3 vols/sem de mai à août; 4 vols / sem en sept + oct



2 / CANADA – conjoncture touristique

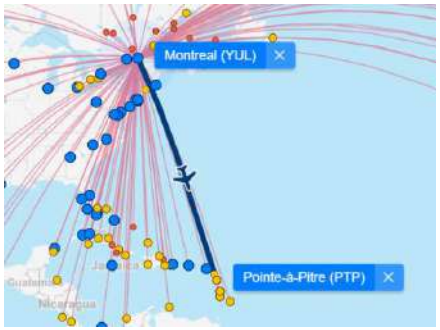
Desserte aérienne saisonnière - Outremer

Montreal → Pointe-à-Pitre

2138 miles · 4h 45

Montreal (YUL) → Pointe-à-Pitre (PTP)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Canada		●		●			●
Air Transat	●			●			
Norwegian		●		●		●	

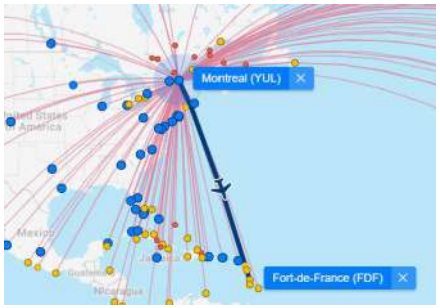


Montreal → Fort-de-France

2259 miles · 5h 00

Montreal (YUL) → Fort-de-France (FDF)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Canada	●		●		●		
Air Transat	●			●			
Norwegian	●		●		●		●

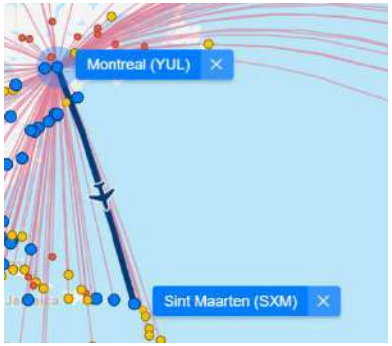


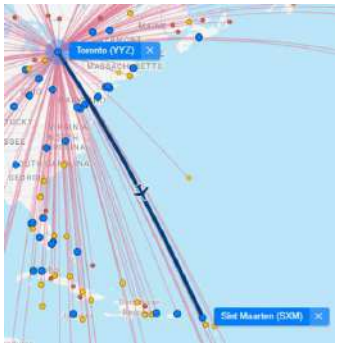
Montreal → Sint Maarten

1991 miles · 4h 45

Montreal (YUL) → Sint Maarten (SXM)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Transat							●
Sunwing					●		





Halifax → Saint-Pierre

376 miles · 1h 15

Halifax (YHZ) → Saint-Pierre (FSP)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Saint Pierre	●	●		●		●	

Toronto → Sint Maarten

2015 miles · 4h 35

Toronto (YYZ) → Sint Maarten (SXM)

	su	mo	tu	we	th	fr	sa
Air Canada				●			●
Air Transat							●
Sunwing					●		
WestJet	●		●		●	●	

PROFIL DU CANADIEN

3 / PROFIL DU CANADIEN

- 36,7m d'habitants
- Plus de 20 % des Canadiens s'identifient *minorité visible*
- Différence de cultures et valeurs entre anglophones et francophones
- Âge moyen : 40,6 ans

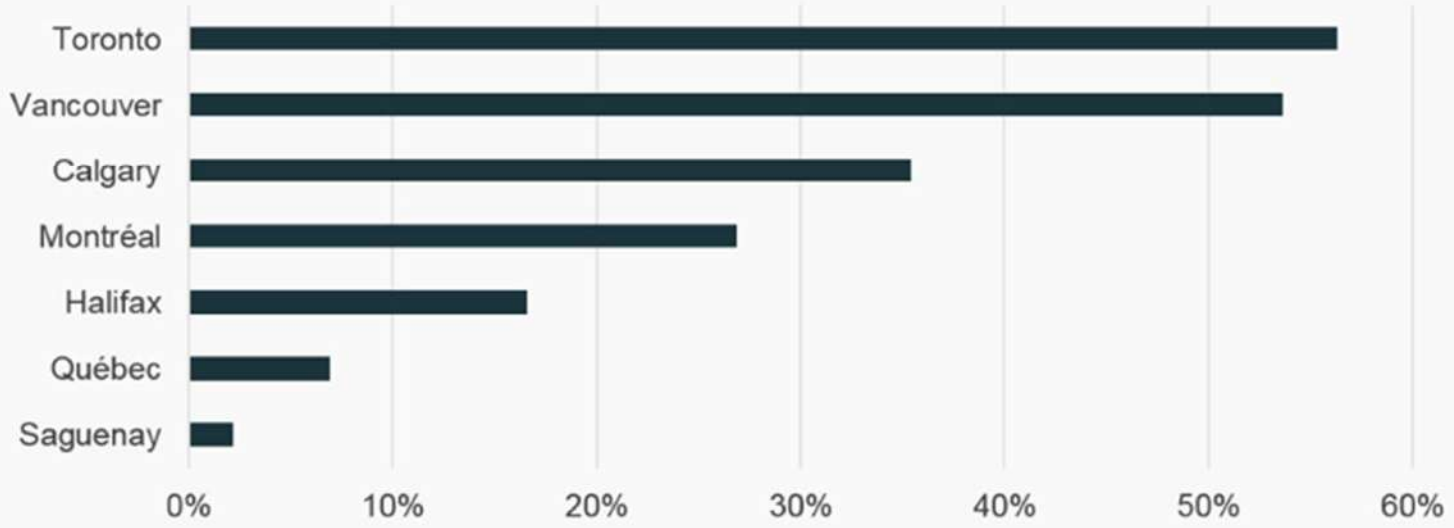
3 / PROFIL DU CANADIEN

- 82 % des Canadiens vivent dans une grande ville ou communauté urbaine
- 65 % de la population détient un diplôme collégial (lycée) ou supérieur
- Le groupe des 65 ans et + est plus important que le groupe de 0-14 ans.

Sources : Statistique Canada, Recensement de la population, 2016 et 1996; Enquête générale sociale sur l'identité sociale, 2013.

▶ Description du graphique 4

Proportion des jeunes de 15 à 34 ans qui appartiennent à une minorité visible, certaines régions métropolitaines de recensement, 2016



Sources : Statistique Canada, Recensement de la population, 2016 et 1996; Enquête générale sociale sur l'identité sociale, 2013.

3 / PROFIL DU CANADIEN

- Les Ontariens sont de loin ceux qui voyagent le plus : hébergement 4* et 5*, shopping, golf, etc.

- Les Québécois aiment l'art de vivre à la française, le vin, la gastronomie et les mets typiques. Les séjours sont plus longs, pour permettre de visiter les amis et la location d'appartements est plus fréquente.

- Les Britanno-Colombiens ont aussi une passion grandissante pour le vin et la gastronomie et le budget qu'ils consacrent au voyage en Europe est plus élevé que la moyenne. Le shopping est important et la *bucket list* les motive.

ENQUÊTE 2018 ABONNÉS ATOUT FRANCE CANADA

MÉTHODOLOGIE et SYNTHÈSE

2 598 répondants *

1 389 francophones (53,46%)
1 209 anglophones (46,54%)

** Sondage réalisé en ligne auprès de 2 598 Canadiens en décembre 2018*

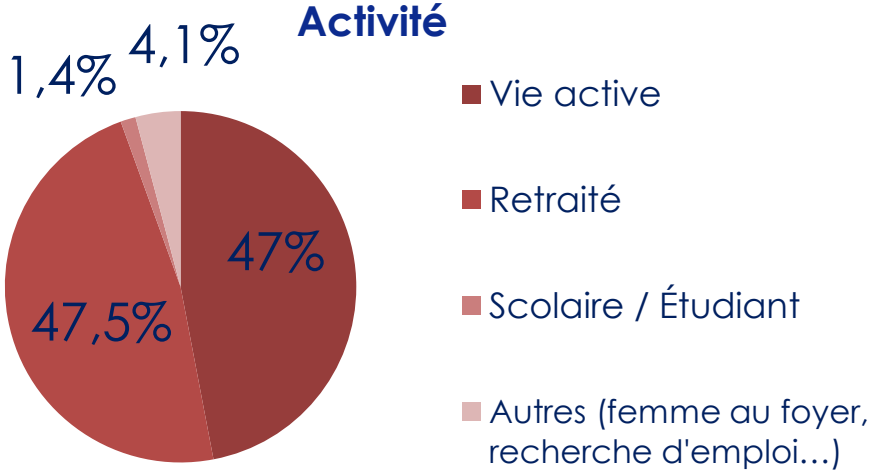
En 2017: 1378 répondants
905 francophones (65,7%)
473 anglophones (34,3%)

Une augmentation de +88,53% du nombre global de participants
ainsi qu'une augmentation de +53,48% de francophones
et +155,6% d'anglophones

France.fr

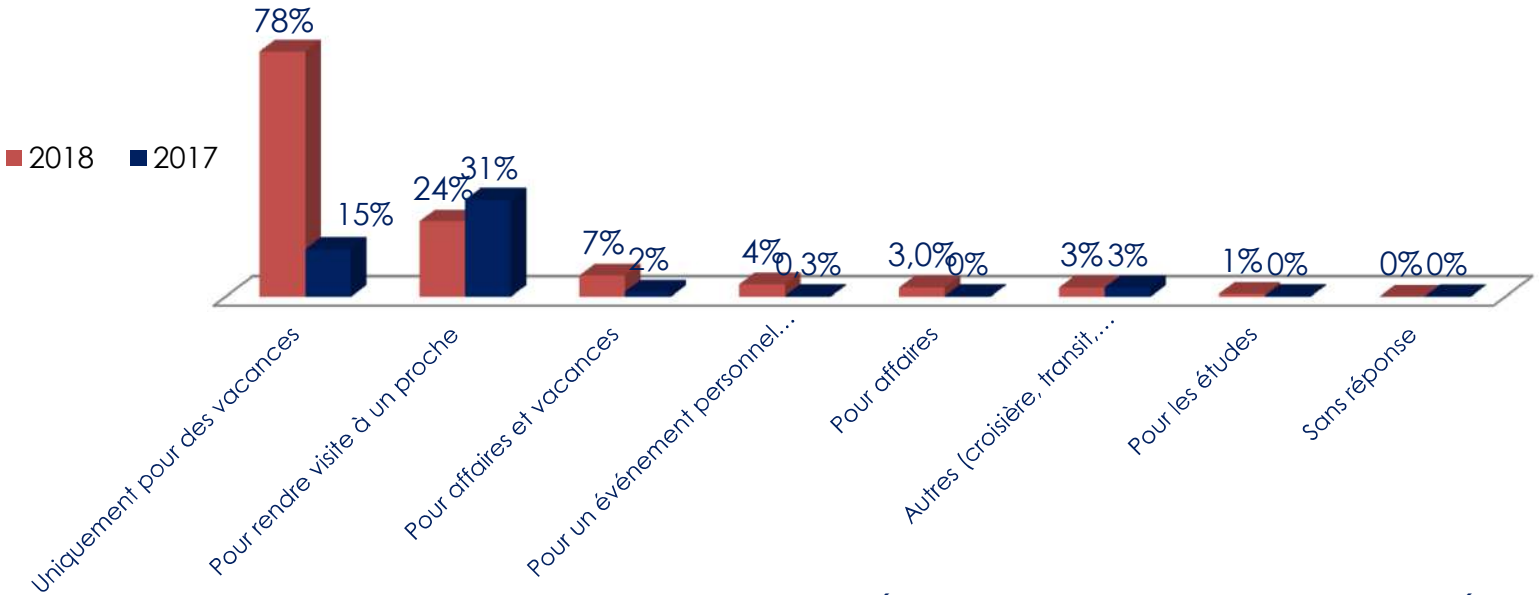
Profil des répondants*

Activité



L'âge moyen des répondants est **57 ans**, 60 ans pour les francophones et 54 ans pour les anglophones

Raisons du voyage en France



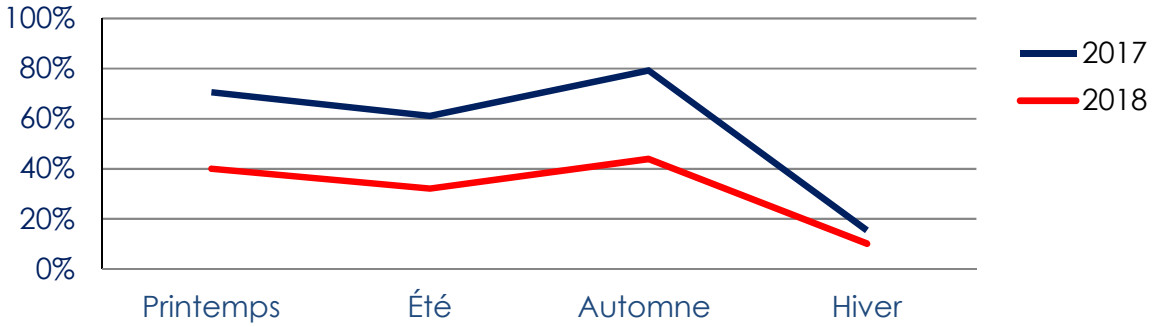
France.fr

***2 598** répondants, 398 (15.3%) ont voyagé en France en 2018**

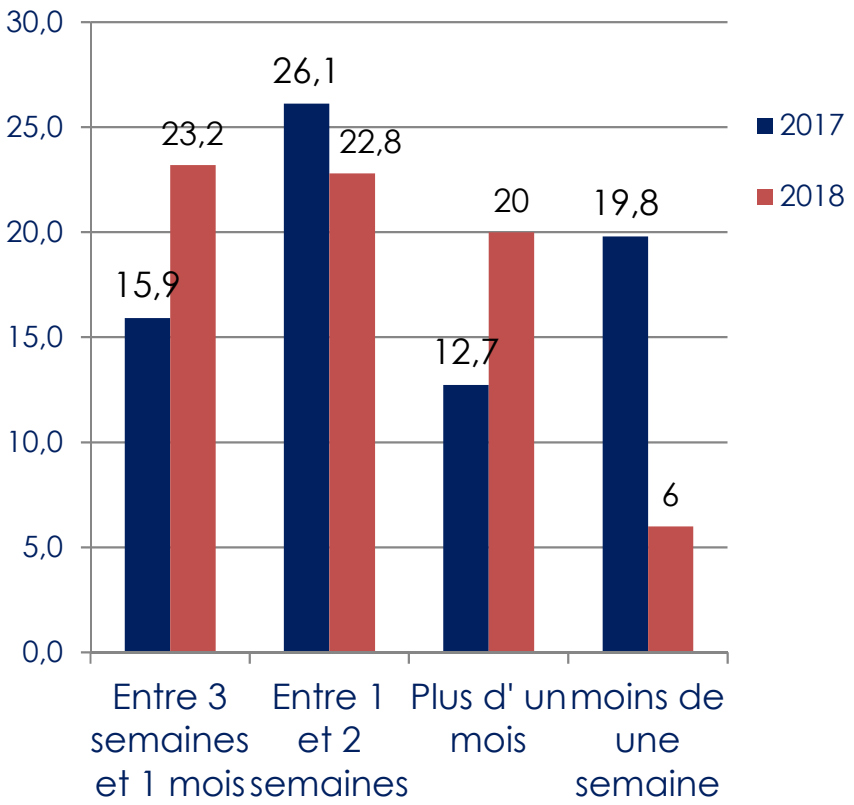
Profil des répondants* partis en France en 2018

ORGANISATION

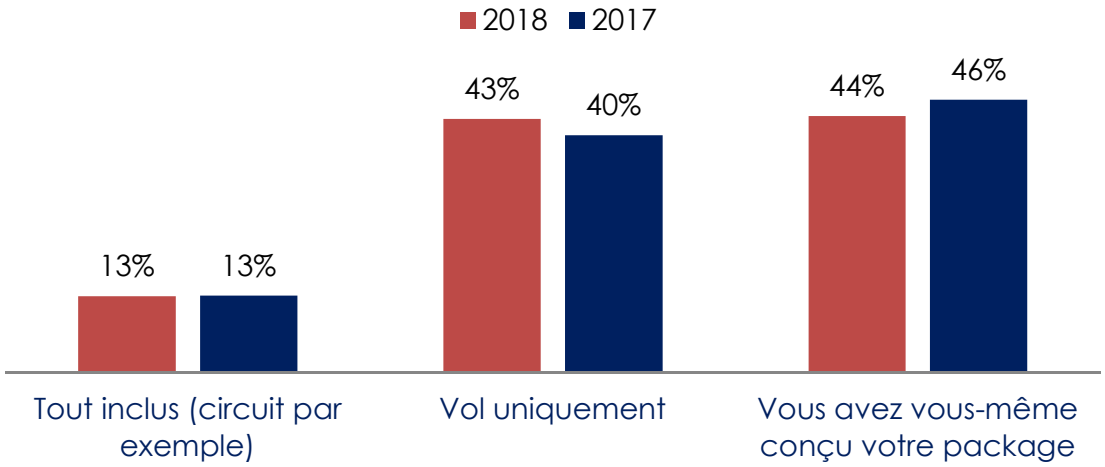
Période de séjour



Durée des séjours



Types de produits achetés

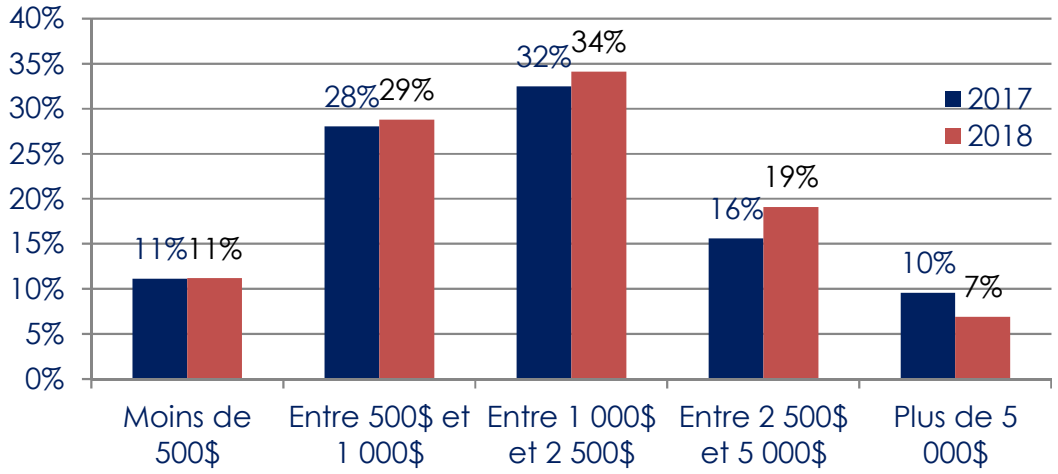


France.fr

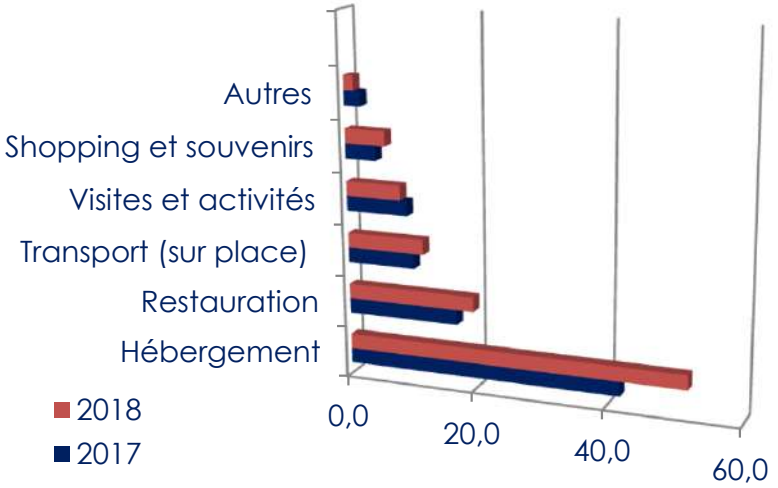
398 répondants (15.3%) ont voyagé en France

Profil des répondants* partis en France en 2018

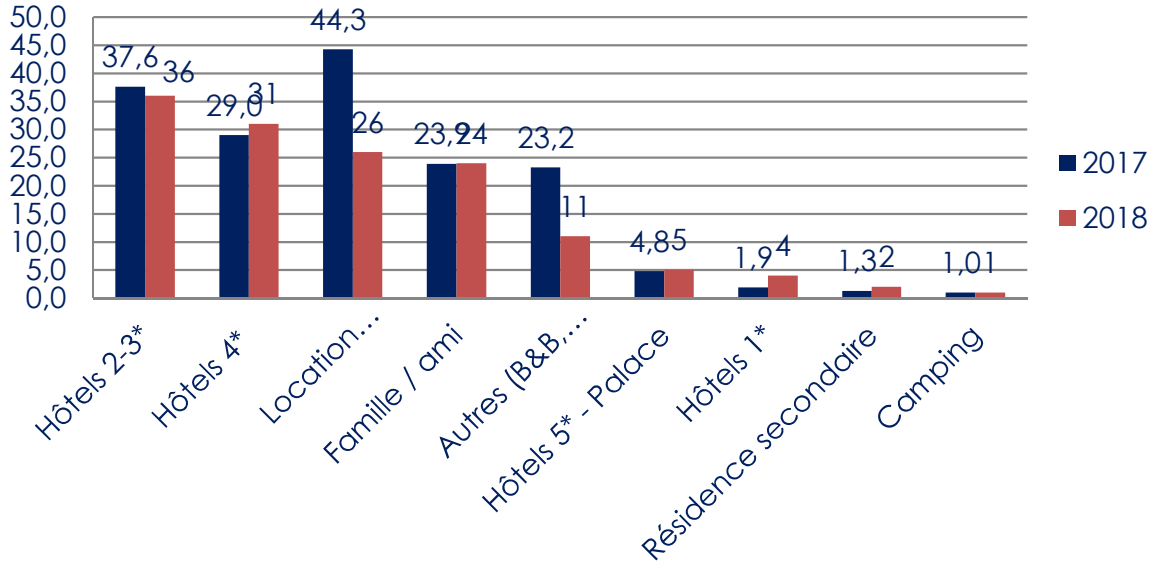
Dépenses moyennes



Postes de dépenses



Type d'hébergement choisi



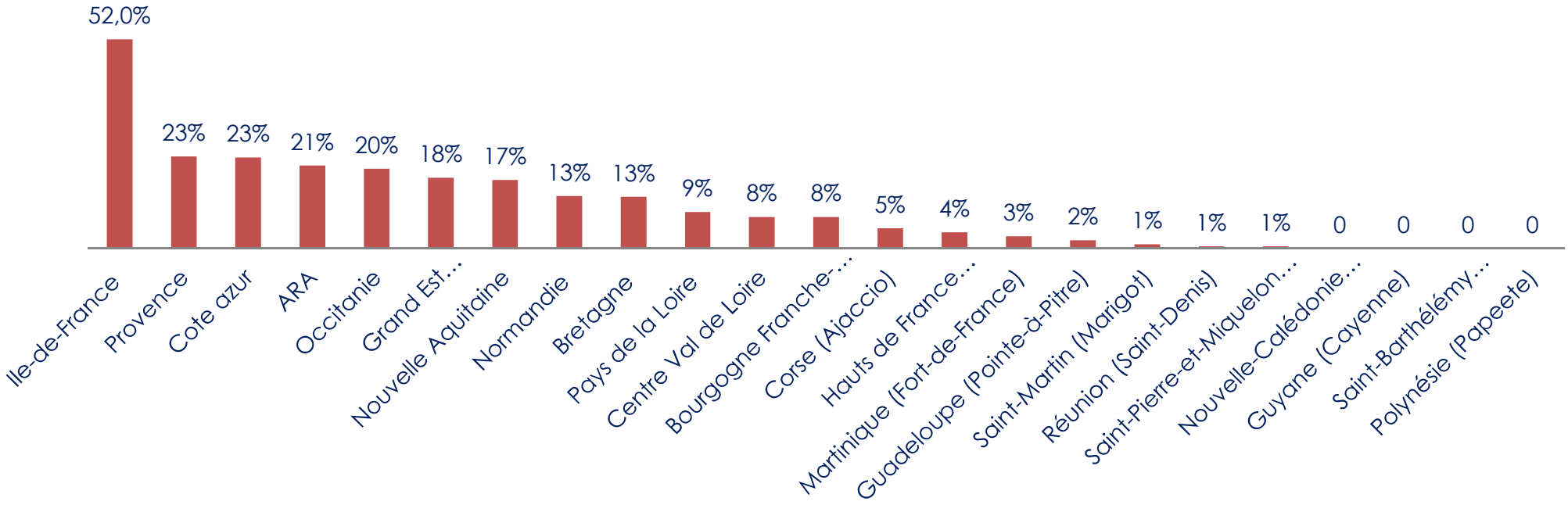
L'hôtellerie 2-3* arrive en tête des préférences des sondés **(36 %)**, suivie par **l'hôtellerie 4* (31%) et la location d'appartements et villas (26 %).**

France.fr

*398 répondants (15.3%) ont voyagé en France

Profil des répondants* partis en France en 2018
DESTINATION

Régions ou les repondants ont séjourné au moins une nuit

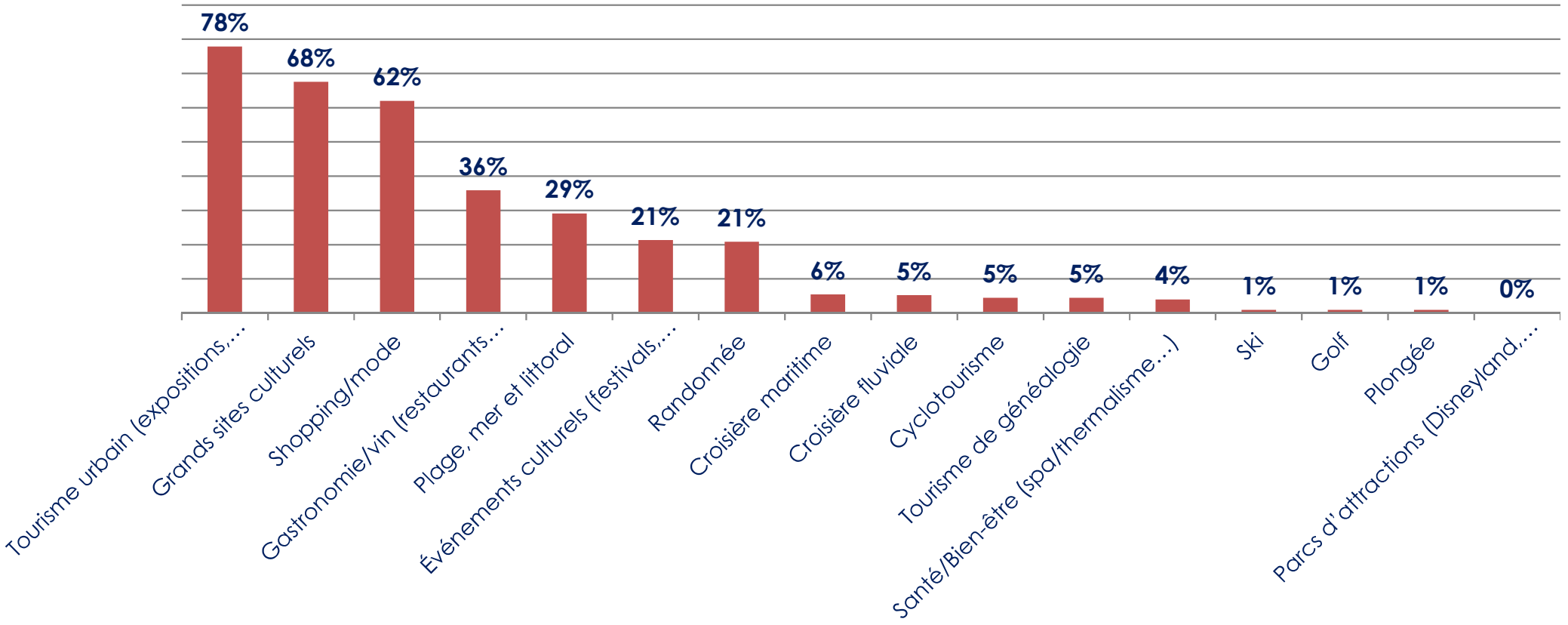


France.fr

*398 répondants (15.3%) ont voyagé en France

Profil des répondants* partis en France en 2018
CENTRES D'INTÉRÊT

Activités pratiquées pendant le séjour en France



France.fr

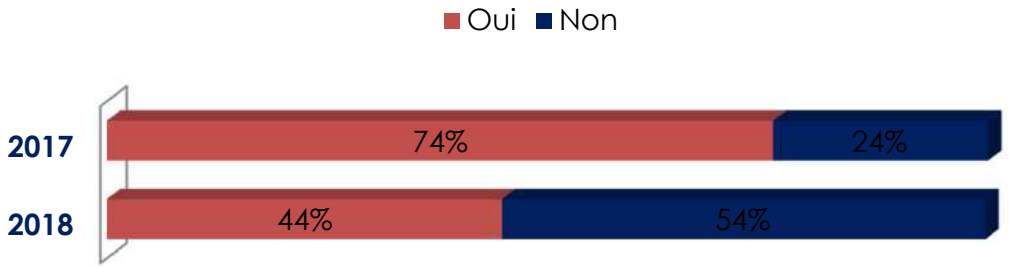
*398 répondants (15.3%) ont voyagé en France

Profil des répondants* partis en France en 2018

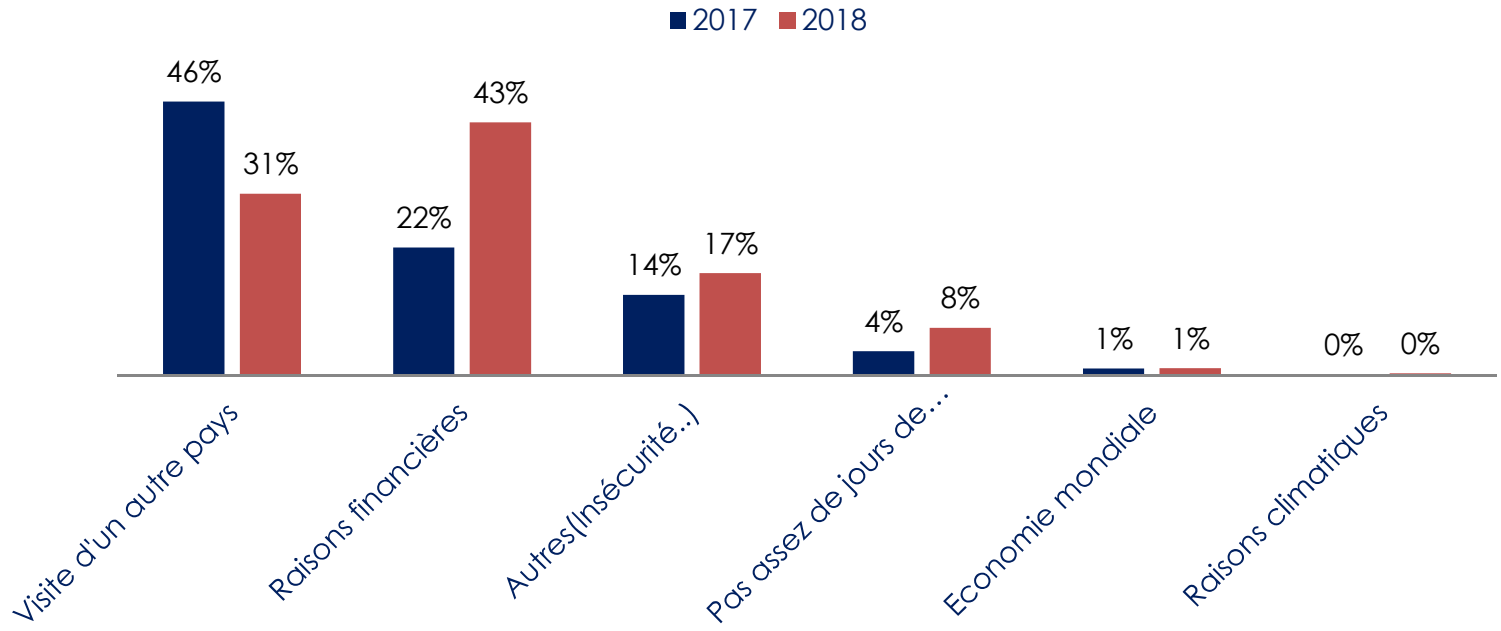
PROCHAIN VOYAGE

43,7% (1140) des sondés envisage de se rendre en France dans les prochaines années.

Intention de voyager en France au cours des prochaines années



Raisons de non voyage en France



France.fr

*398 répondants (15.3%) ont voyagé en France

3 / PROFIL DU CANADIEN

Les Canadiens se rejoignent dans leurs souhaits de :

- recherche d'une expérience unique ou de la vie à la locale
- découverte des joyaux cachés
- d'expériences de qualité à bon tarif
- de voyager avec leurs enfants lorsque possible
- d'éviter la prise de risque ou les foules
- faire des rencontres tout en voyageant
- s'ils voyagent en groupes, ils préfèrent les petits groupes
- s'ils en ont la capacité, ils ne craignent pas les activités sportives douces (vélo de route, randonnée, etc.)
- participer à une croisière fluviale
- visites plus interactives

MARCHÉ TOURISTIQUE

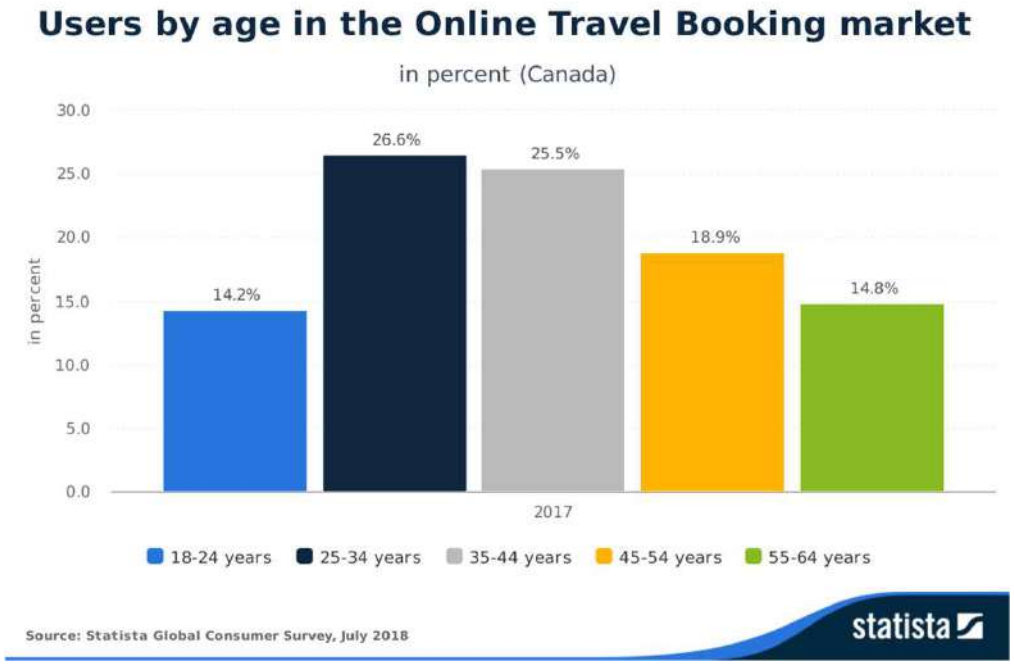
4 / LE MARCHÉ TOURISTIQUE AU CANADA

La distribution et l'intermédiation

OTAs les plus utilisés :

- TripAdvisor, Expedia.ca, Booking.com, Hotels.com, etc.

- Utilisateurs : **10 millions**
- Pénétration : **28 %**
- **66 %** des utilisateurs ont entre 18 - 44 ans



France.fr

4 / LE MARCHÉ TOURISTIQUE AU CANADA

La distribution et l'intermédiation

Nombre estimé d'agents et conseillers en voyage : **20 000**

- Province du Québec : 800 détaillants disposant d'un permis OPC
- Ontario : 2 400 détaillants licenciés TICO
- Manitoba : 100 agences (nombre d'agents estimé : 700 agents)

Proportion des agents et conseillers travaillant de leur domicile ou dits Indépendants : **25-30 %**

Tour-opérateur vs Agence de voyage : *la particularité québécoise*

Dans la province du Québec, une agence peut proposer des circuits à la revente par d'autres agents, indépendants ou affiliés à des tiers, sans avoir à s'enregistrer en tant que tour-opérateur.

France.fr

4 / LE MARCHÉ TOURISTIQUE AU CANADA

La distribution et l'intermédiation

Les incontournables du tourisme d'affaires

CCTA – Canadian Corporate Travel Association

BCD travel · American Express · Travel Edge · HRG · Vision · UNIGLOBE The Premiere Travel Group · UNIGLOBE One Travel · tti travel · MaritimeTravel We Know Travel Best. · Carlson Wagonlit Travel · EGENCIA · MeritBiz

>$4.2B	40%	4.3M	8.7M
CCTA Members booked in Travel Services in 2017	Estimated share of managed travel volume in Canada	Travellers Served in 2017	CCTA Member transactions in 2017

Les consortia

RÉSEAU ENSEMBLE – L'expertise en voyage

VIRTUOSO.

nexion TRAVEL GROUP

TPI

TRAVELSAVERS CANADA

TRAVEL LEADERS NETWORK™

The Travel Agent Next Door

France.fr

4 / LE MARCHÉ TOURISTIQUE AU CANADA

La distribution et l'intermédiation

Les tour-opérateurs

4 / LE MARCHÉ TOURISTIQUE AU CANADA

La distribution et l'intermédiation

Les agences

CAA Voyages ÇA VOUS AVANTAGE

CAA Travel

marlin travel

club voyages

merit travel ...for the experience

travelcuts See the world your way

Laurier Du Vallon Voyages et Découvertes

FLIGHT CENTRE

COSTCO WHOLESALE travel

UNIGLOBE Travel

CanadaOne TRAVEL For Trips That Move You

Voyages traditours au coeur des traditions

voyagesobjectifterre Le spécialiste des voyages de groupes

Groupe Voyages VP Architectes de vos voyages

Carlson Wagonlit Travel

BLACK TIE DREAMS CRAFTED

France.fr

4 / LE MARCHÉ TOURISTIQUE AU CANADA

La programmation en perspective

En dépit des demandes de la clientèle, les produits programmés restent très classiques : Tour Eiffel, Louvre, croisières sur la Seine, etc. Qu'est-ce qui freine l'intégration de nouveaux produits ?

Vastes possibilités de combiner la destination Paris Île de France avec d'autres villes en France qui mènent beaucoup d'actions de promotion. Le séjour moyen des Canadiens en France est de près de 10 nuits dont 5 à Paris.

Les Canadiens sont toujours intéressés par les pass (musées, transports, coupe-files)

La qualité des hébergements est cruciale

PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT

5 / PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT

- Amplifier la presence online de la destination sur les cibles du Canada anglophone afin de contre-balancer le marketing des transporteurs assez ciblé sur la province du Québec
- Communiquer sur l'accessibilité et la qualité de manière générale
- Les transporteurs *low cost* nous permettent de cibler une clientèle plus jeune ou frugale. A nous de développer des propositions adaptées aux différents moyens des clientèles.
- Cueillir les clientèles de l'Ouest qui ne demandent qu'à découvrir la France
- Mieux travailler avec les tour-opérateurs et agences; les aider à obtenir des produits distincts avec une valeur ajoutée
- Miser sur une presse fidèle et attentive qui sait mettre en valeur les tendances.
- Assurer une présence sur le marché, idéalement tous les deux ans

France.fr

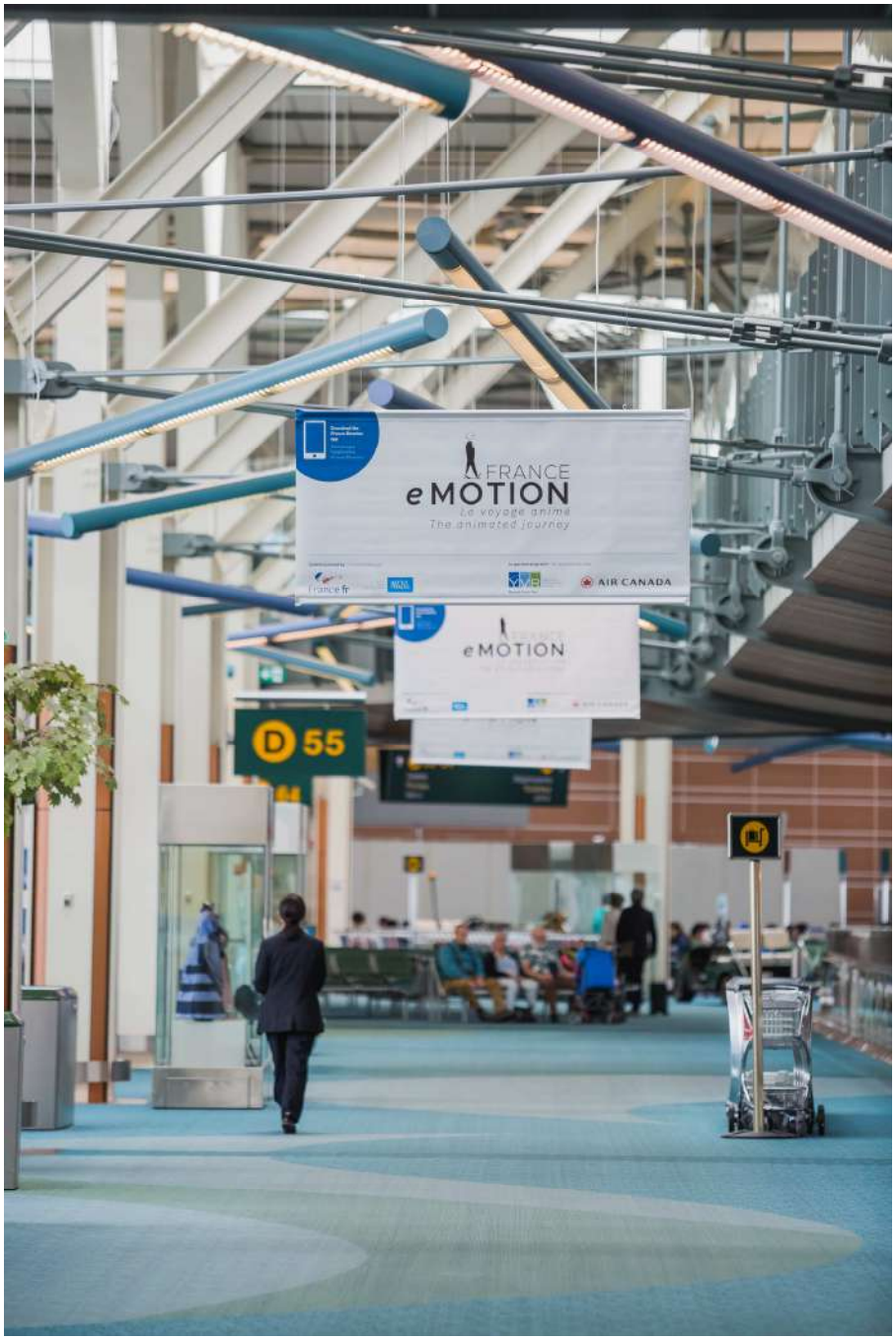
ATOUT FRANCE AU CANADA : OPÉRATIONS EXEMPLAIRES

6/ ATOUT FRANCE AU CANADA

France eMotion à l'aéroport international de Vancouver – été 2018

France.fr

6/ ATOUT FRANCE AU CANADA



Les alliances françaises d'Ottawa et Calgary présentent l'exposition et Toronto devrait suivre…
Présentation possible lors du Congrès mondial acadien (Août 2019) ainsi qu'à Montréal possiblement dans une école de tourisme.

France.fr

6/ ATOUT FRANCE AU CANADA

Opération exemplaire

- 1ère edition
- 16 rédacteurs en chef canadiens
- 2 conférenciers prestigieux
- Un salon professionnel en présence de 13 partenaires / destinations
- 2,5 jours d'activités en Bretagne
- 4 post-tours au choix : 1) Bretagne, 2) Nantes, 3) Toulouse Occitanie et 4) Provence-Alpes-Côte d'Azur
- Une soirée de clôture célébrant la *40e Route du Rhum*, en partenariat avec Club Med, le CRT Bretagne et Saint-Malo.

6/ ATOUT FRANCE AU CANADA

Opération exemplaire

TOP CANADIAN MEDIA MEET-UP

DINARD – SAINT-MALO

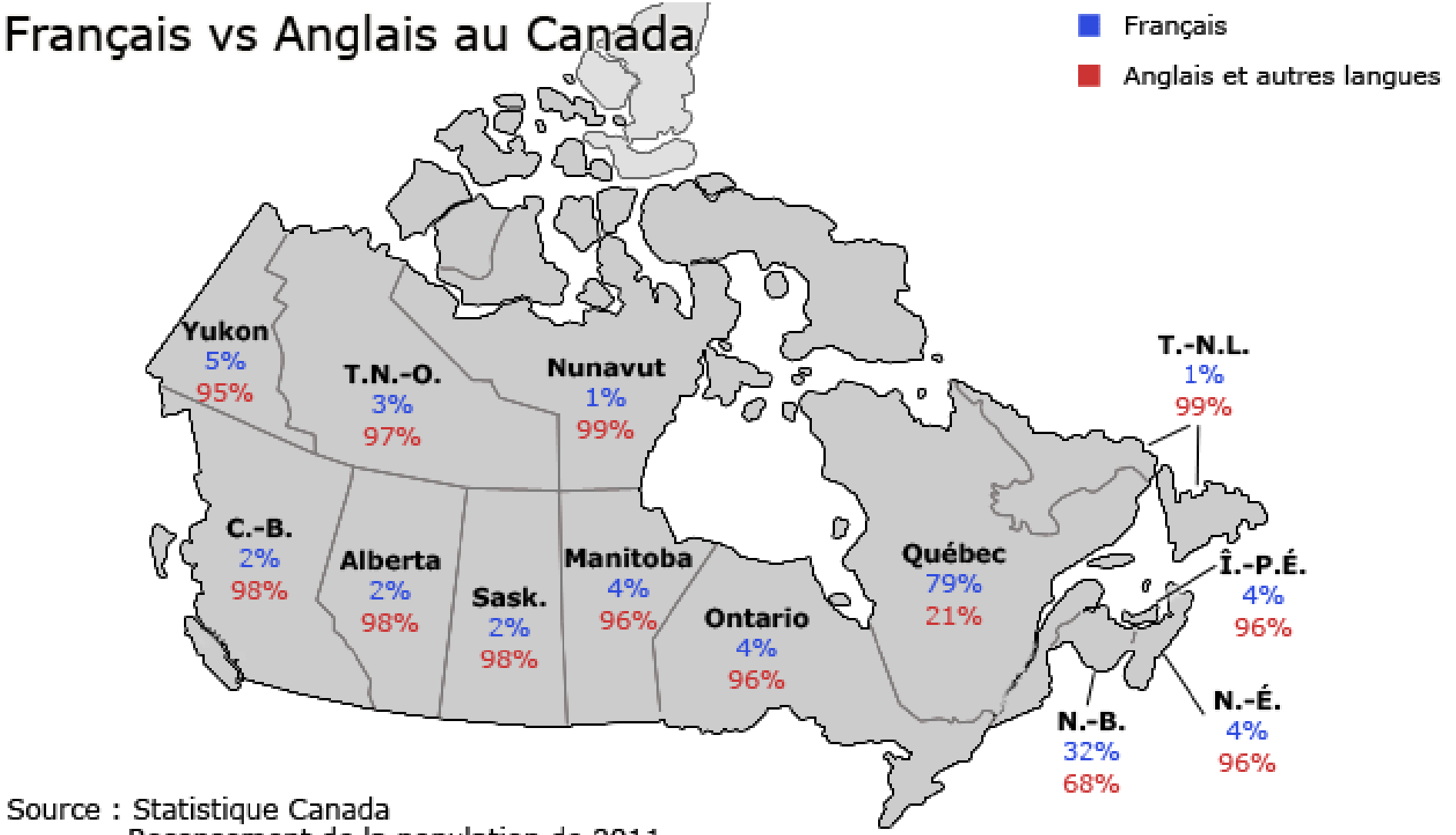
AIRFRANCE

Tourisme BRETAGNE

France.fr

ANNEXES

Usage du français au Canada



Source : Statistique Canada
Recensement de la population de 2011

2 / CANADA – conjoncture touristique

Canada – France connectivité annuelle

25 % des 579 000 nouveaux sièges (vols directs) proposés en 2018 entre le Canada et l'Europe ont eu pour destination **la France**.

Air France
- Montréal vers Paris CDG (jusqu'à 3 vols/jour) + navettes de/vers Ottawa et Québec city
- Toronto vers Paris CDG (1 vol par jour)
- Vancouver vers Paris CDG (jusqu'à 5 vols / semaine)

Air Canada
- Montréal vers Paris CDG (jusqu'à 2 vols/jour)
- Montréal vers Lyon (3 - 5 vols / semaine)
- Toronto vers Paris CDG (jusqu'à 2 vols / jour)
- Montréal vers Fort-de-France, Martinique (3 vols / sem minimum)

rouge (Air Canada)
- Montréal vers Pointe-à-Pitre, Guadeloupe (minimum 1 vol / semaine)

Air Transat
- Montréal vers Paris CDG (jusqu'à 13 vols par semaine; max 3 vols /jour)

Air Saint-Pierre
-Halifax (N-S) vers Saint-Pierre-et-Miquelon (jusqu'à 4 vols / semaine),

2 / CANADA – conjoncture touristique

Canada – France connectivité saisonnière

Air Canada et Air Canada rouge
- Montréal vers Nice (jusqu'à 4 vols/semaine entre Juin et Octobre)
- Montréal vers Marseille (3 vols/semaine entre Juin et Oct)
- Montréal vers Bordeaux (jusqu'à 4 vols/semaine entre Juin et Sept) NOUVEAU
- Montréal vers Fort-de-France (jusqu'à 4 vols l'été)
- Montréal vers Pointe-à-Pitre (jusqu'à 4 vols)
- Vancouver vers Paris CDG (3 vols par semaine)

Westjet
- Halifax vers Paris CDG (jusqu'à 7 vols / semaine Juin à Octobre)
- Calgary vers Paris CDG (jusqu'à 4 vols/semaine, Mai à Octobre) NOUVEAU
- Toronto vers Saint Martin (jusqu'à 4 vols / semaine)

Air Transat [France métro. MAI À OCT] [Caraïbes DEC à AVRIL]
- Montréal vers Marseille (5), Toulouse (4), Lyon (4), Nice (3), Bordeaux (4), Nantes (3), Mulhouse (2)
- Toronto vers Paris CDG (jusqu'à 5 vols / semaine)
- Vancouver (3 vols / semaine) ou Québec vers Paris CDG
- Montréal vers Fort-de-France (jusqu'à 2 vols / semaine, Dec à Avril)
- Montréal vers Pointe-à-Pitre (jusqu'à 2 vols / semaine, Dec à Avril)

Corsairfly Montréal vers Paris Orly entre avril et oct (2 à 7 vols / semaine)

Level (Iberia)
- Montréal vers Paris Orly entre mai et oct (3 vols / semaine)

Vacances passées et intentions de voyage en Europe des Canadiens *(Vividata, automne 2018)*

		Âge					
	Total Canadiens	**14-17**	**18-24**	**25-34**	**35-49**	**50-64**	**65+**
Population totale	31 004 000	1 650 000	3 356 000	5 059 000	7 235 000	7 688 000	6 016 000
A fait un voyage de vacances en Europe au cours des 12 derniers mois	1 848 000	43 000*	137 000	206 000	360 000	498 000	604 000
	5,96%	2,61%	4,08%	4,07%	4,98%	6,48%	10,04%
A l'intention de faire un voyage de vacances en Europe au cours des 12 prochains mois	2 341 000	118 000	240 000	328 000	493 000	582 000	579 000
	7,55%	7,15%	7,15%	6,48%	6,81%	7,57%	9,62%

France.fr

Vacances passées et intentions de voyage en Europe des Canadiens (*Vividata, automne 2018*)

	Région de provenance					
	Prov. Atlantiques	Québec	Ontario	Manitoba/ Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique
Population totale	2 072 000	7 187 000	12 054 000	2 056 000	3 492 000	4 144 000
A fait un voyage de vacances en Europe au cours des 12 derniers mois	118 000	464 000	782 000	77 000	144 000	264 000
	5,69%	6,46%	6,49%	3,75%	4,12%	6,37%
A l'intention de faire un voyage de vacances en Europe au cours des 12 prochains mois	119 000	431 000	1 169 000	101 000	227 000	294 000
	5,74%	6,00%	9,70%	4,91%	6,50%	7,09%

France.fr

Vacances passées et intentions de voyage en Europe des Québécois *(Vividata, automne 2018)*

		ÂGE					
	Total Québécois	**14-17**	**18-24**	**25-34**	**35-49**	**50-64**	**65+**
Population totale	7 187 000	377 000	714 000	1 102 000	1 659 000	1 826 000	1 509 000
A fait un voyage de vacances en Europe au cours des 12 derniers mois	464 000	37000*	25000*	41000*	44 000	115 000	201 000
	6,46%	9,81%	3,50%	3,72%	2,65%	6,30%	13,32%
A l'intention de faire un voyage de vacances en Europe au cours des 12 prochains mois	431 000	23000*	32 000	59 000	74 000	116 000	126 000
	6,00%	6,10%	4,48%	5,35%	4,46%	6,35%	8,35%

France.fr

Vacances passées et intentions de voyage en Europe des Québécois *(Vividata, automne 2018)*

	Principales régions de provenance		
	Ville de Québec et région	**Grande région de Montréal**	**Ottawa/Gatineau**
Population totale	705 000	3 532 000	281 000
A fait un voyage de vacances en Europe au cours des 12 derniers mois	45 000	216 000	19 000
	6,38%	6,12%	6,76%
A l'intention de faire un voyage de vacances en Europe au cours des 12 prochains mois	56 000	208 000	22 000
	7,94%	5,89%	7,83%

France.fr

ENQUÊTE 2018 ABONNÉS ATOUT FRANCE CANADA

MÉTHODOLOGIE et SYNTHÈSE

2 598 répondants *

1 389 francophones (53,46%)
1 209 anglophones (46,54%)

** Sondage réalisé en ligne auprès de 2 598 Canadiens en décembre 2018*

En 2017: 1378 répondants
905 francophones (65,7%)
473 anglophones (34,3%)

Une augmentation de +88,53% du nombre global de participants
ainsi qu'une augmentation de +53,48% de francophones
et +155,6% d'anglophones

France.fr

Synthèse du lectorat francophone

1389 répondants

Identité du lectorat francophone :

- Majoritairement **féminin** (61,6 %)
- 57,2 % sont **retraités** et 39,6 % **actifs**.
- Ils résident à 98 % **au Québec.**

Habitudes de consommation :

- 50,5 % partent en vacances **1 à 2 fois par an**, 24 % **moins de 1 fois**.
- 22,4 % d'entre eux partent **entre 3 semaines et 1 mois**, 27,6 % partent **entre 2 et 3 semaines** et 23 % des francophones, **entre 1 et 2 semaines**.
- Ils voyagent surtout **en couple** (68,7 %) ou **avec des amis** (27,8 %).
- 26,8 % ont l'habitude de prendre des vacances **pour rendre visite à des proches**.
- **19,9 % se sont rendus en France en 2018**.

France.fr

Synthèse du lectorat francophone *(suite)*

Tendances concernant les comportements touristiques en France :

- 78,6 % des répondants sont venus **uniquement pour des vacances** et 26,8 % d'entre eux **ont rendu visite à un proche**.
- 42,8 % ont **conçu eux-mêmes leur séjour** et 42.4% ont acheté leurs billets d'avion uniquement.
- Air Transat reste la compagnie aérienne privilégiée (66 %), suivie par Air Canada (30,2 %) et Air France(23,5 %).
- Ils préfèrent voyager en automne (48 %) et au printemps (38.6 %).
- 59,9% viennent en France **en couple**.
- 34,6 % dépensent entre **500 $ et 1 000 $ par personne**, et l'hébergement reste leur poste budgétaire le plus important (55 %). Ils préfèrent séjourner en hôtellerie 2 -3* ou louer leur propre hébergement (29.2%).
- Ils séjournent en France **18 jours en moyenne**.

France.fr

Synthèse du lectorat francophone *(suite)*

Autres tendances des voyageurs francophones en France :

- Le **tourisme urbain** a été leur principal centre d'intérêt avec les **grands sites culturels**. La gastronomie et le tourisme balnéaire arrivent ensuite, suivis par le shopping.
- Leur moyen de transport sur place est la **location de voiture** (32,4 %).
- Les régions les plus visitées demeurent l'**Ile-de-France**, puis la région **PACA**, la région **Occitanie et la région Auvergne-Rhône-Alpes**.
- L'infolettre Club France a inspiré 60% d'entre eux, et 2 % considèrent qu'elle a été décisive dans leur choix de destination.

Tendances des prochaines années :

- La majorité des répondants francophones **envisagent de se rendre en France** dans les années à venir (54.6 %).

France.fr

Synthèse du lectorat anglophone

1209 répondants

Identité du lectorat anglophone :

- Majoritairement **féminin** (65,5%)
- 36 % sont retraités et 55.6 % actifs.
- Ils résident à **45,7 % en Ontario et à 24.6% en Colombie-Britannique.**

Habitudes de consommation :

- 44 % partent en vacances **1 à 2 fois par an**.
- 22,2 % d'entre eux partent **entre 3 semaines et 1 mois**, 26,3 % partent **entre 2 et 3 semaines** et 23,6 % **plus de 1 mois**.
- Ils voyagent surtout **en couple** (61,2 %), **seuls** (37,9 %) ou avec **des amis** (30,8 %).
- 31,6 % ont l'habitude de prendre des vacances pour **rendre visite à des proches**.
- 16,4 % prennent l'avion en **classe business** ou **1ère classe**.
- 10 % se sont rendus **en France en 2018.**

France.fr

Synthèse du lectorat anglophone *(suite)*

Tendances concernant les comportements touristiques en France :

- 75 % sont venus uniquement pour des vacances.
- 46 % ont **conçu eux-mêmes leur séjour** et 44,4 % ont acheté leurs **billets d'avion uniquement**.
- **Air Canada** est la compagnie aérienne privilégiée (55,2 %), suivie par **Air France**(38 %) et **Air Transat** (19%).
- Ils préfèrent voyager en **été** (37 %) et au **printemps** (34,7 %).
- 46, 8% viennent en France **en couple** et 21% **seules**.
- 28,2 % dépensent **entre 2 500 $ et 5 000 $ par personne**, et **l'hébergement** reste leur poste budgétaire le plus important (43,5 %). Ils préfèrent **louer leur propre hébergement** (39,5 %) ou en **hôtellerie 2-3*** (33 %) ou **4*** (26,6%).
- Ils séjournent en France **13 jours en moyenne.**

France.fr

Synthèse du lectorat anglophone *(suite)*

Autres tendances des voyageurs anglophones en France :

- Les **grands sites culturels, le tourisme urbain, le shopping et la gastronomie** sont les activités les plus plébiscitées.
- Leur moyen de transport sur place est le train (47,6%) et la **location de voiture** (34,7 %).
- Les régions les plus visitées demeurent l'**Ile-de-France**, puis la région **PACA**, **l'Occitanie** et **la Normandie**.
- L'infolettre Club France a inspiré 68,5 % d'entre eux, et 6,5 % considèrent qu'elle a été décisive dans leur choix de destination.

Tendances des prochaines années :

- 34 % des répondants anglophones **envisagent de se rendre en France 2019**.

France.fr

Marché Canadien
Paris Ile-de-France

478 000

touristes,
soit la 11 ème clientèle internationale

340

millions d'euros de recette touristique,
soit la 11ème clientèle internationale

2 500 000

nuitées,
soit la 10 ème clientèle internationale

49,3%

de repeaters

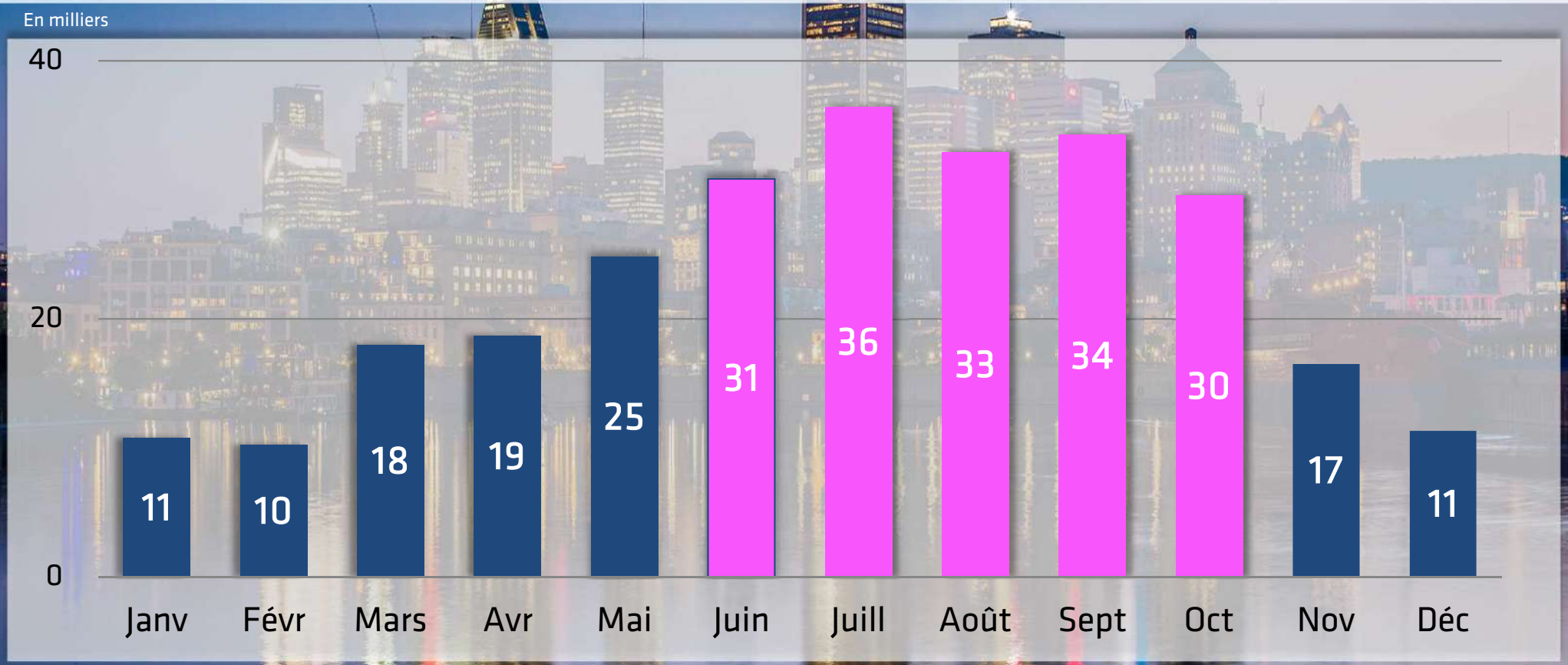
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats 2017

Mode de transport

	Pour arriver en Île-de-France	Pour quitter l'Île-de-France
	62,3%	79,8%
	20,9 %	13,2%
	16,8%	7,0%

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats 2017

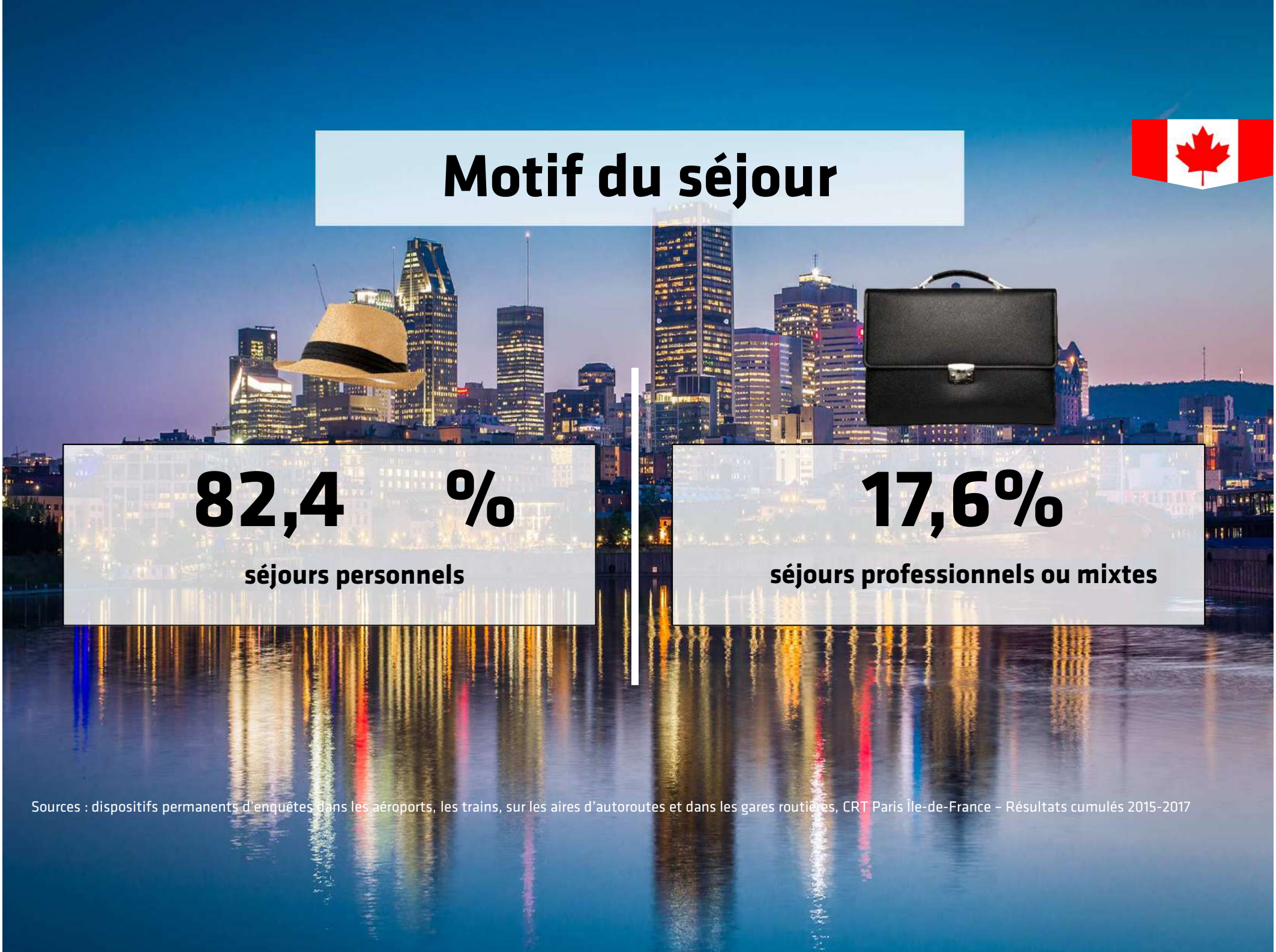
Arrivées hôtelières mensuelles à Paris Île-de-France



Sources : INSEE – DGE – CRT Paris Île-de-France – Résultats 2018

Profils des clientèles Loisirs & Affaires

Motif du séjour



82,4 %

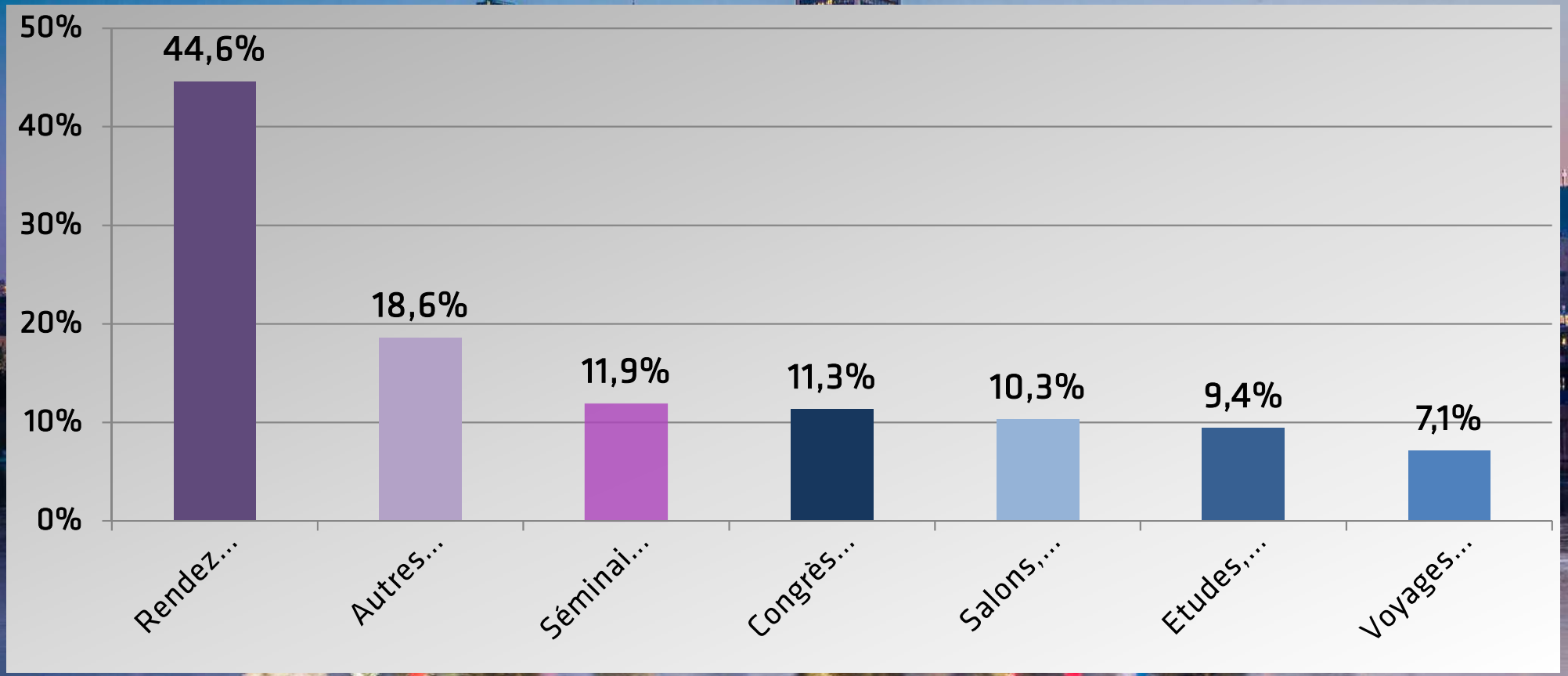
séjours personnels

17,6%

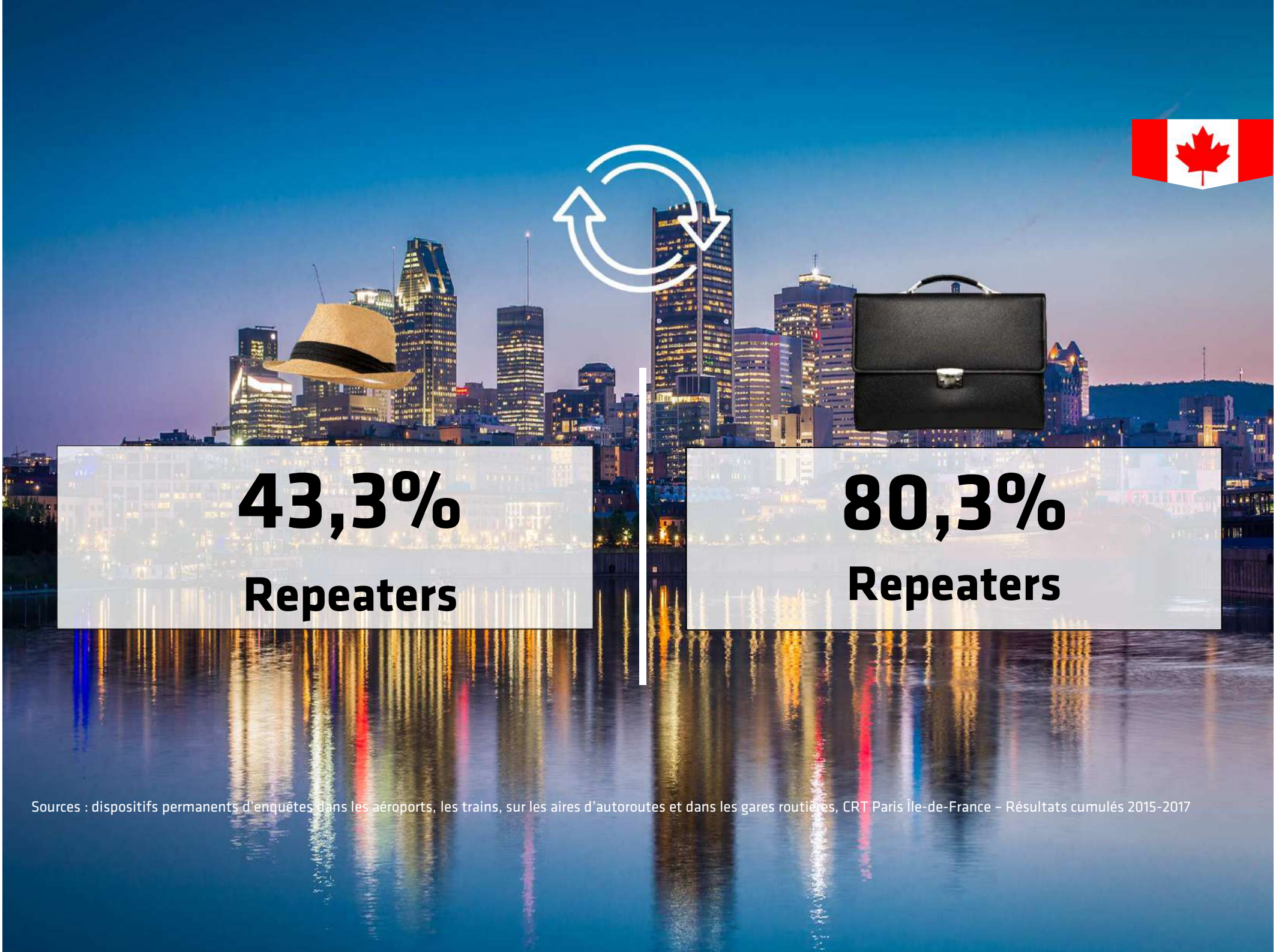
séjours professionnels ou mixtes

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Motifs détaillés des séjours professionnels



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Parts des séjours

82,4%

17,6%

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Parts des nuitées

82,3%

17,7%

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

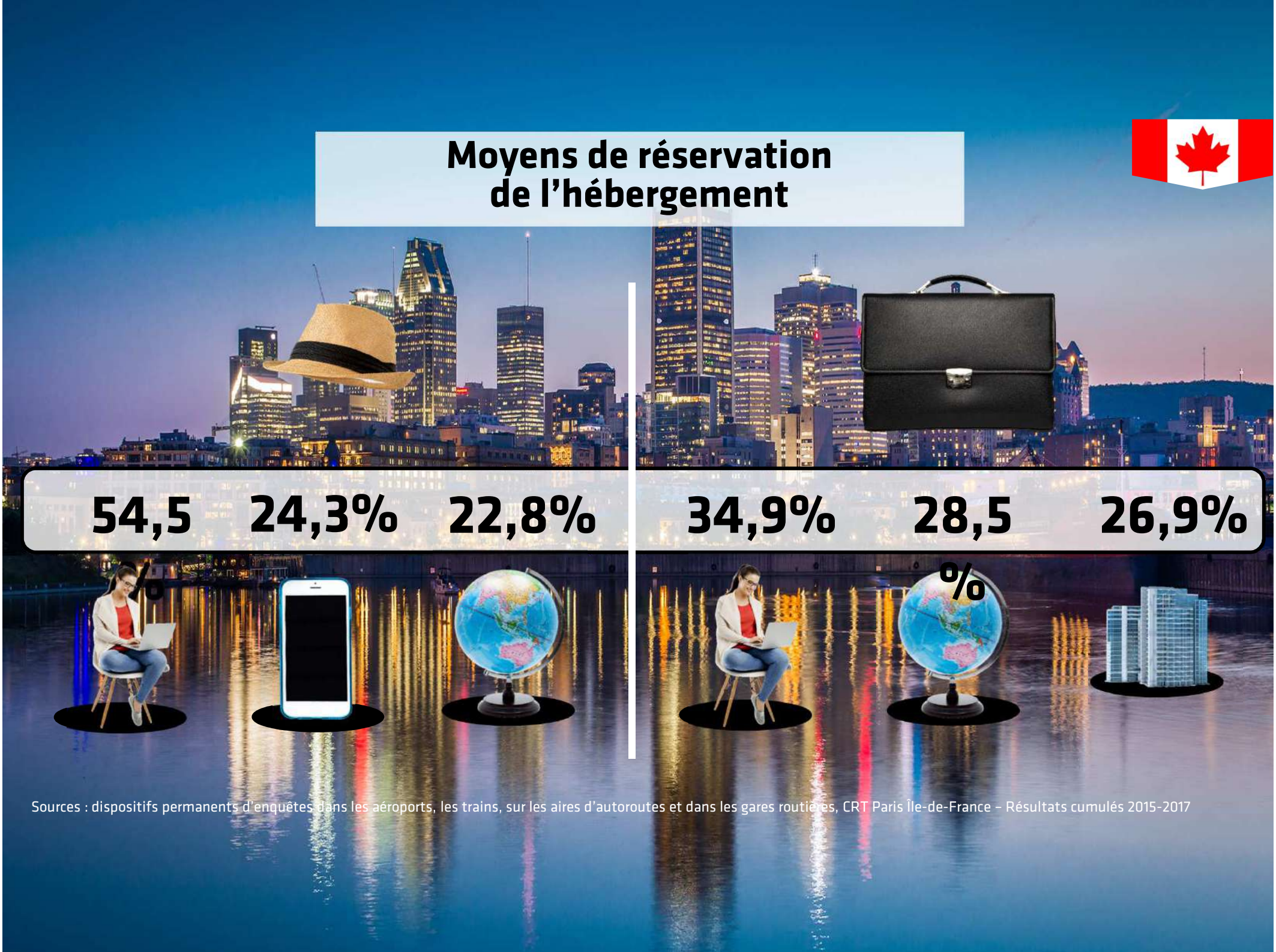
Durée du séjour

5,3
nuits

5,3
nuits

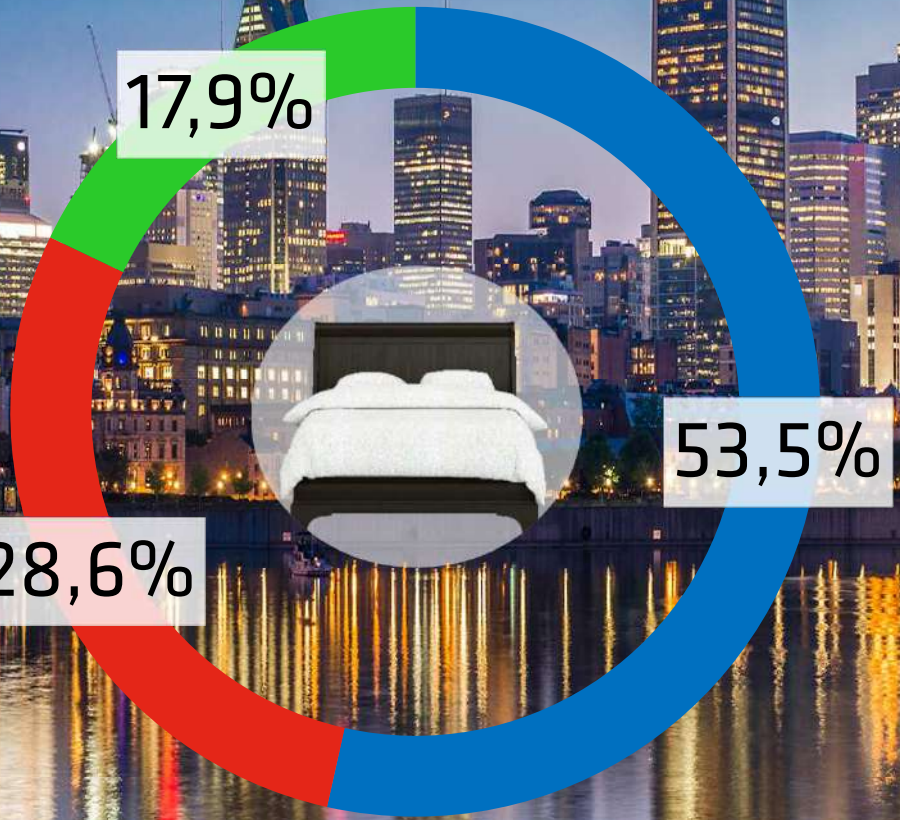
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Moyens de réservation de l'hébergement



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

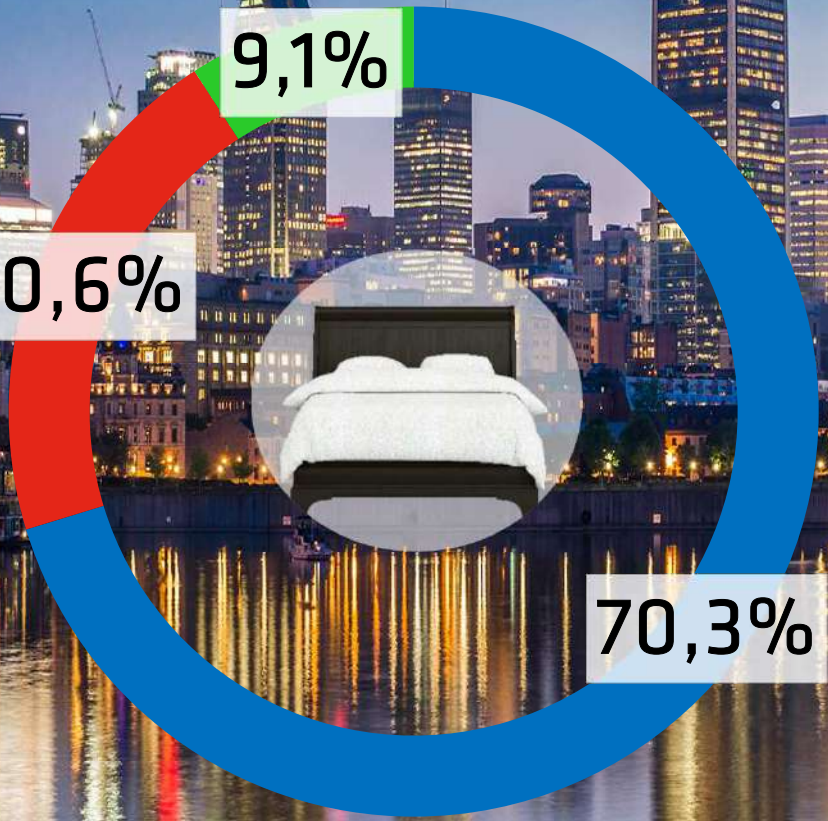
Hébergement



- Hôtellerie
- Reste Marchand
- Non marchand

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

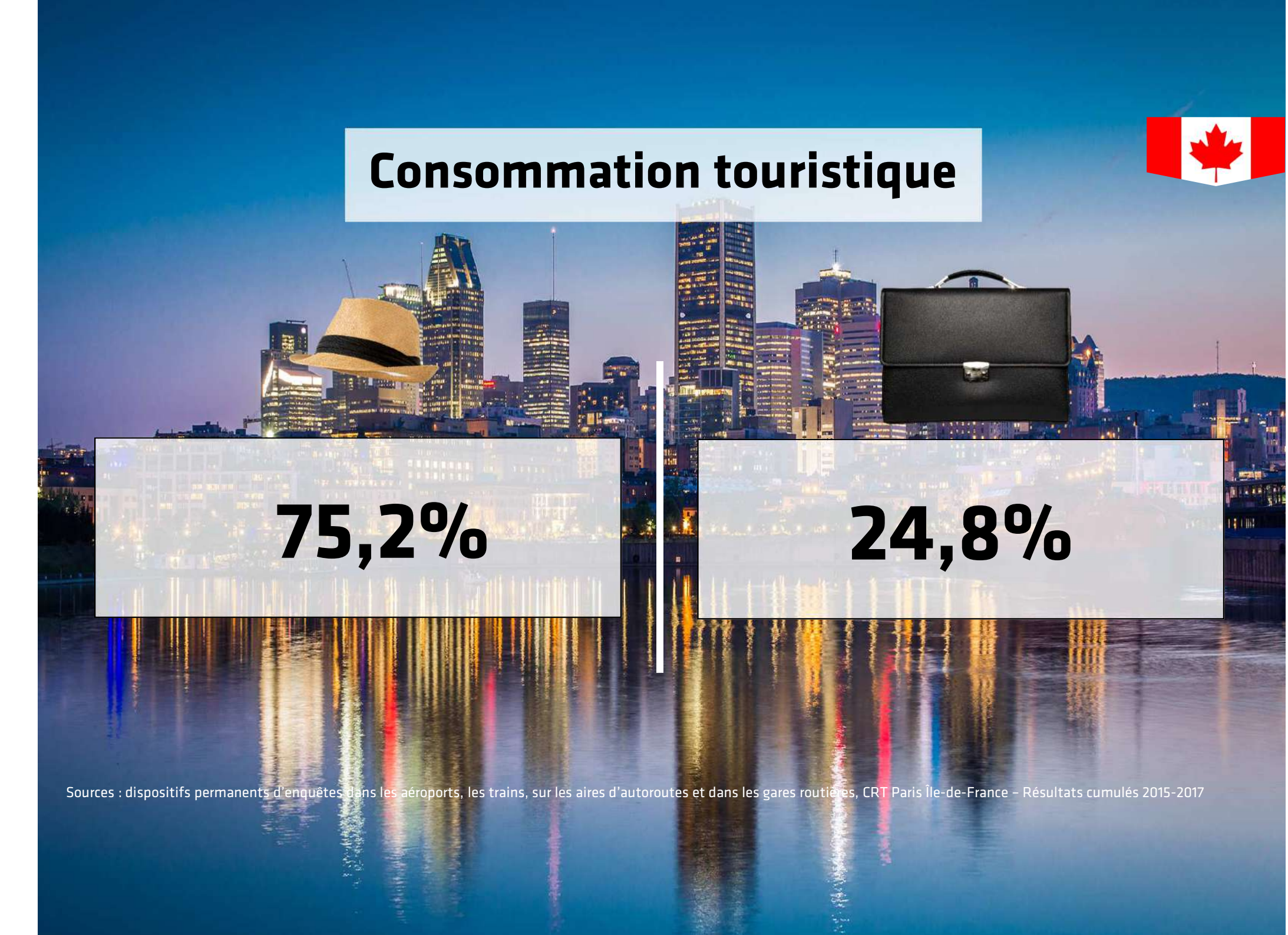
Hébergement



- Hôtellerie
- Reste Marchand
- Non marchand

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Consommation touristique



75,2%

24,8%

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Dépense moyenne par personne et par jour

132 €

202 €

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

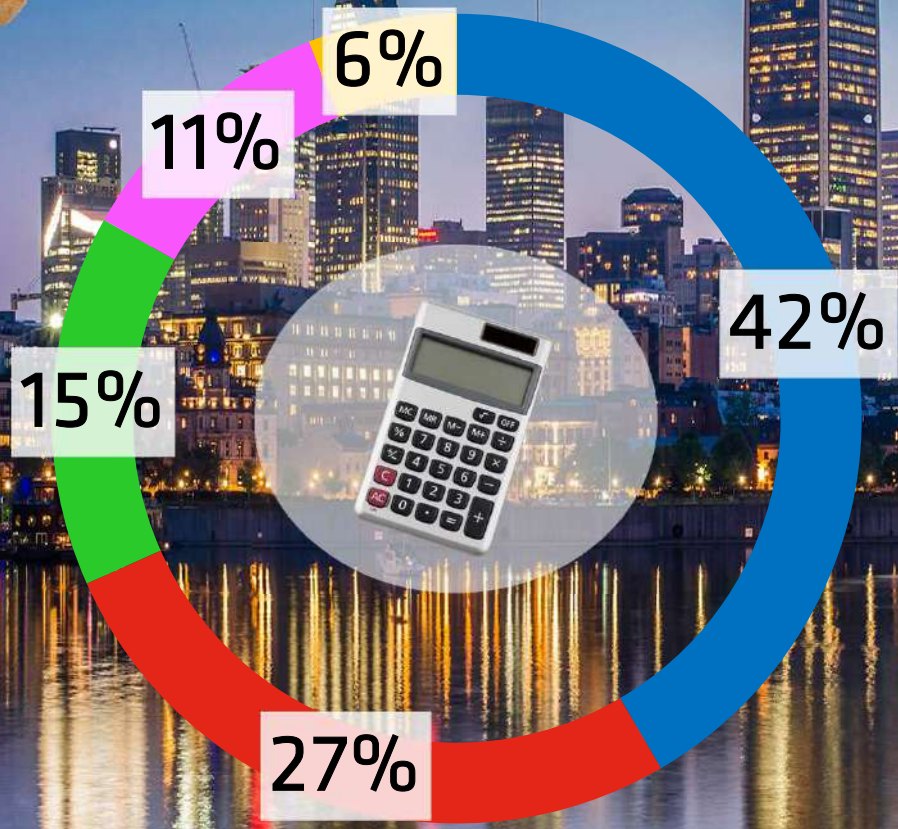
Budget moyen du séjour

693 €

1066 €

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

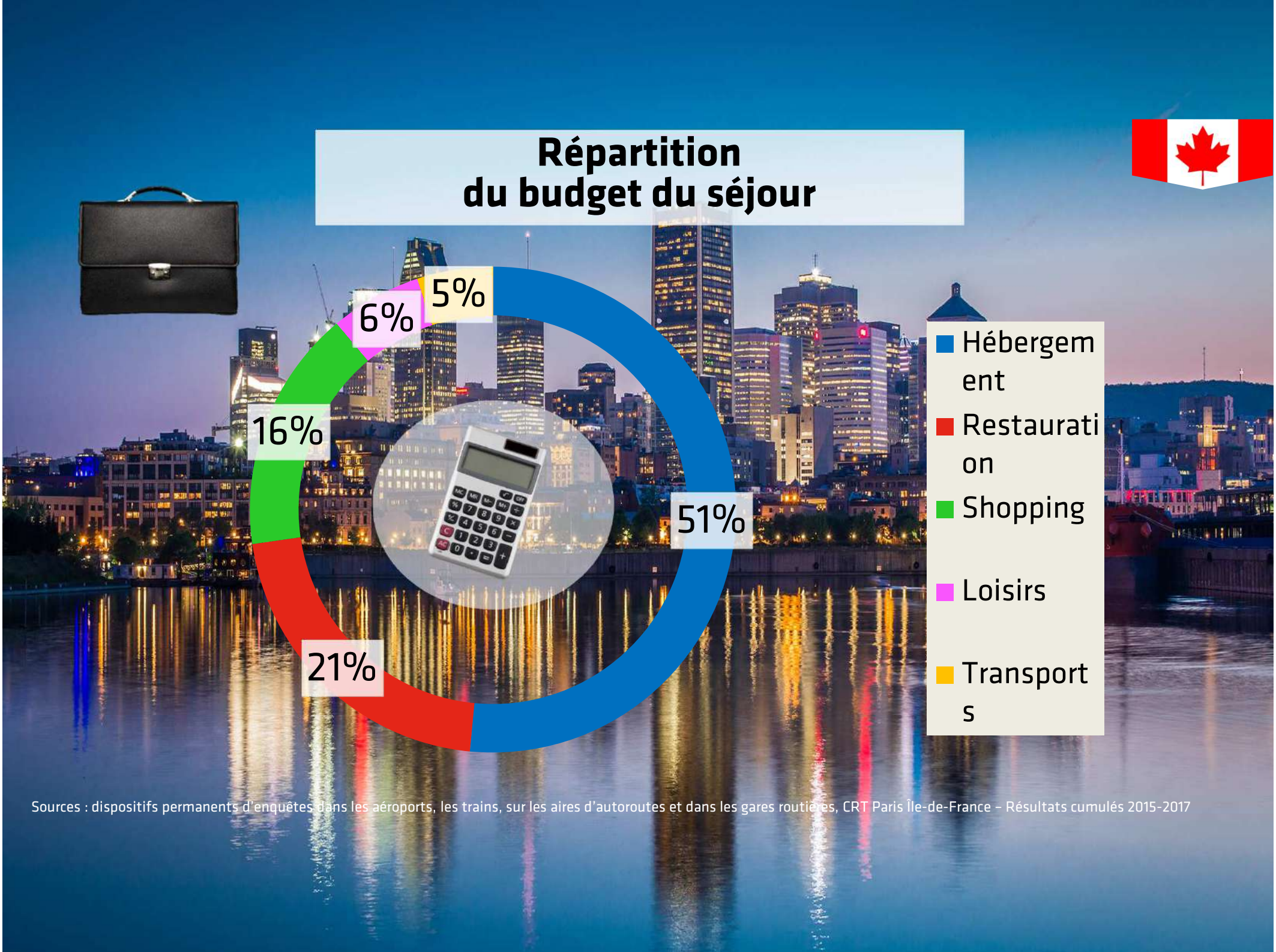
Répartition du budget du séjour



- Hébergement
- Restauration
- Shopping
- Loisirs
- Transports

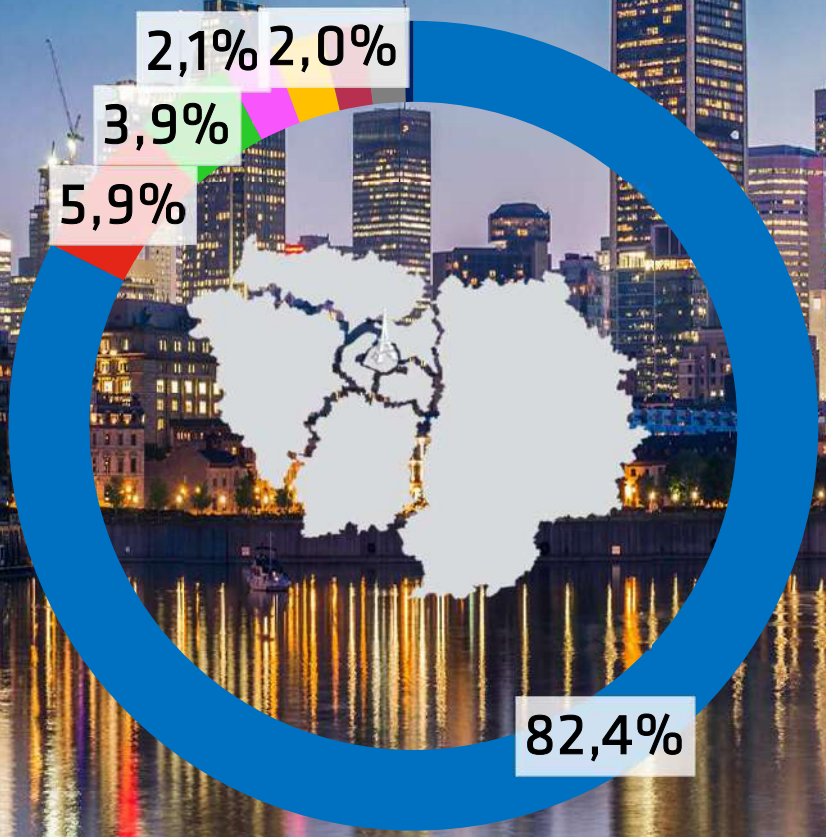
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Répartition du budget du séjour



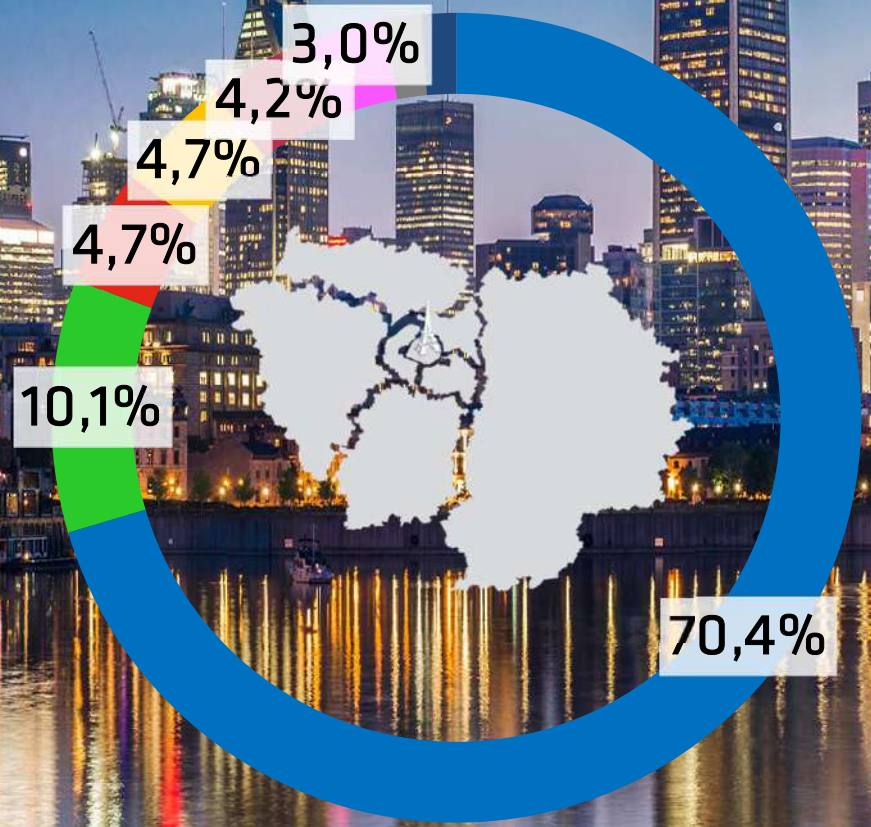
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Département principal de séjour



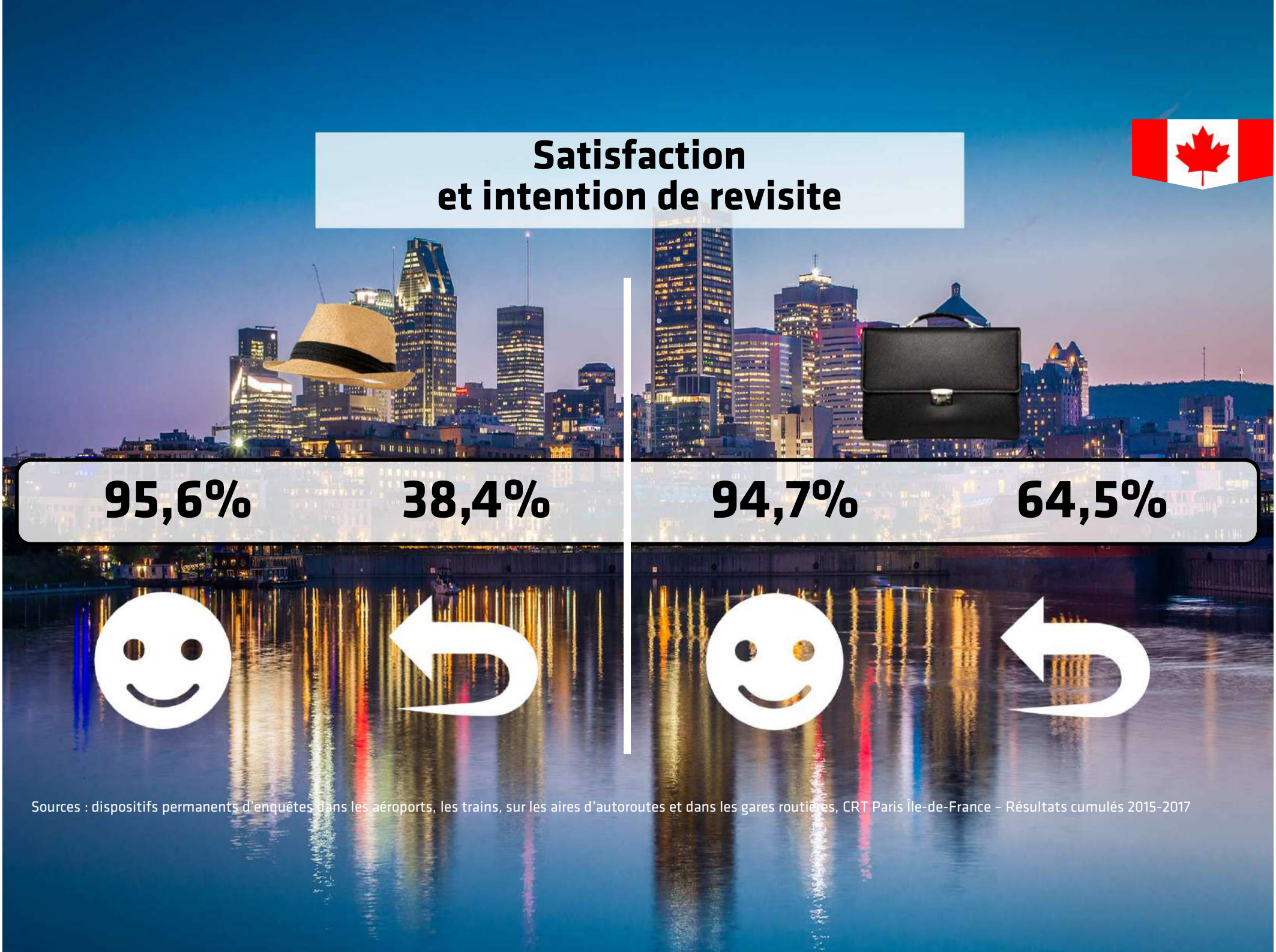
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Département principal de séjour



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Satisfaction et intention de revisite



95,6%	38,4%	94,7%	64,5%

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Actions et dispositifs de promotion B²B Clientèles Loisirs

PARIS REGION
COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME

19 au 20/03

20 et 21/04

RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Ville : Marseille

Type : Workshop avec rendez-vous préprogrammés

Cible : Tour-opérateurs en provenance de 68 pays

Organisateurs : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France / Office de Tourisme et des Congrès de Paris / Atout France

21 au 24/05

MISSION PARIS REGION USA-CANADA

Villes : Boston – Toronto-Montréal

Type : Workshops - démarchages

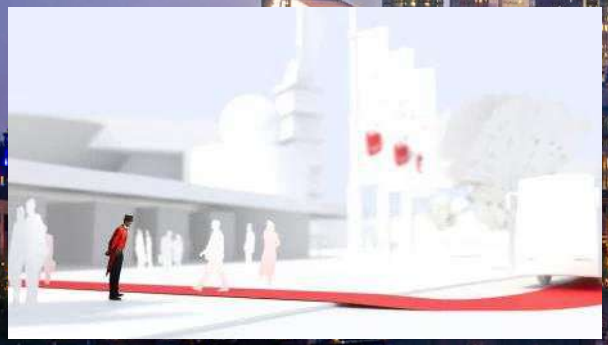
Cible : Tour-opérateurs i, agences de voyages

Organisateurs : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France / ATF

Actions et dispositifs de promotion B²B Clientèles d'Affaires

PARIS REGION
COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME

Toute l'année



PACK ACCUEIL SALONS ET CONGRES

- **Type : Dispositifs de services, navettes gratuites WiFi,**
  aux aéroports et sur les sites et parcs d'exposition
- **Cible : Visiteurs, exposants et congressistes**
- **Organisateurs : Comité Régional du Tourisme**
  Paris Aéroport / Viparis
- **23 salons, 17 congrès et 2 événements corporate**
- **148 jours de déploiement**

Synthèse du marché canadien

1. Un marché très contrasté : fidélisation pour le Québec francophone et conquête pour le reste du territoire d'origine anglophone ou asiatique.
2. Une clientèle Affaires et Loisirs qui n'hésite pas à sortir de Paris pour s'héberger.
3. Le nombre de visiteurs canadiens sur Paris Ile-de-France est stable sur les dernières années.
   Par contre, la durée du séjour augmente de manière constante.
4. Une clientèle Loisirs qui réserve de plus en plus via les plateformes entre particuliers.
5. Période de voyages de juin à octobre.

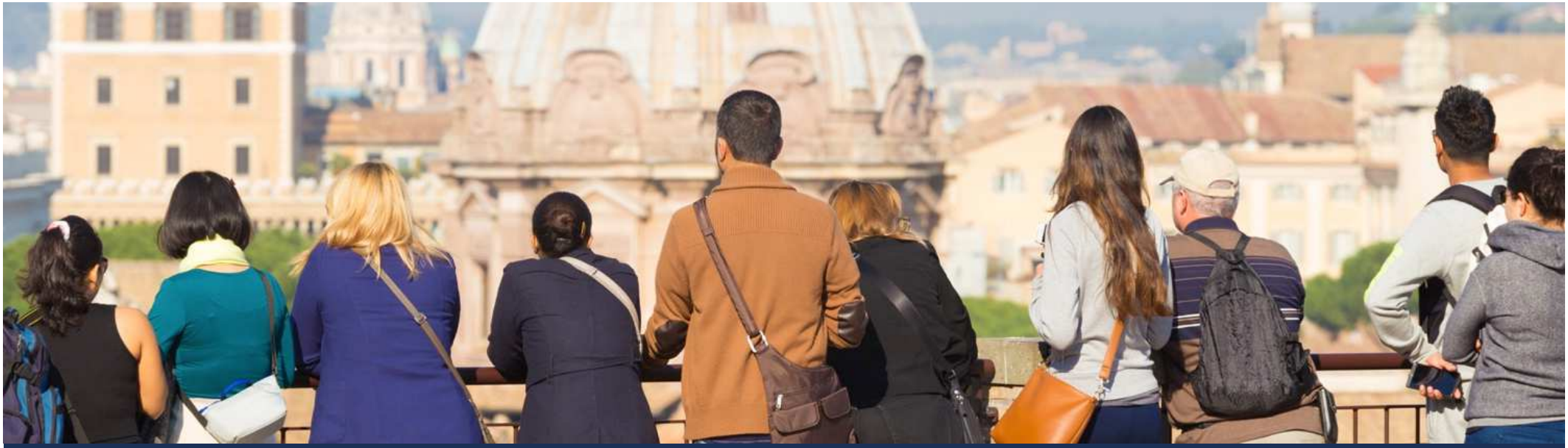
Marché Canadien Intervenant

- MARS 2019 -

LEADER QUÉBÉCOIS DES VOYAGES ORGANISÉS DEPUIS 1979

GVQ c’est plus de…

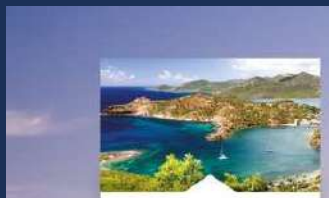
- ✔ 120 000 voyageurs
- ✔ 2 300 groupes accompagnés
- ✔ 200 employés
- ✔ 170 itinéraires différents



NOTRE PROPOSITION

- ✔ Expertise du milieu
- ✔ Rapport qualité/prix
- ✔ Service à la clientèle irréprochable
- ✔ Voyages qui suivent les tendances

DES VOYAGES THÉMATIQUES



DESTINATIONS SOLEIL

Exit la grisaille ! Faites le plein de soleil différemment avec cette collection « caliente ! ». À vous la chaleur et la plage.

PAGES 74, 91, 94, 96, 100, 102, 166, 167, 191, 196, 213

FÉERIE DE NOËL

Les marchés de Noël s'installent sur les grandes places des villes. Le temps semble s'arrêter et la magie de Noël prend alors tout son sens. Rien n'est plus agréable que d'admirer les petits objets artisanaux en dégustant un bon verre de vin chaud.

PAGES 40, 83, 85, 90

GASTRONOMIE

Vous aimez manger aux tables de chefs cuisiniers en vogue ? Nos forfaits élaborés pour les amoureux de la cuisine et du vin vous feront découvrir des gens exceptionnels. L'authenticité sera au rendez-vous !

PAGES 42, 46, 162, 174, 176, 180, 184 à 186, 190, 195, 220

HISTOIRE ET CULTURE

Envie de visiter des musées éclatés, voir un spectacle ou encore d'explorer des lieux mythiques chargés d'histoire ? La collection Histoire et Culture saura combler vos attentes.

PAGES 76, 78, 87, 89, 96, 104, 151, 155, 157, 164, 172, 178, 184, 188, 193, 198, 205, 214 à 216, 220, 222 à 224

HORTICULTURE

Celastrus, gaultheria et ilex sont des noms qui vous disent quelque chose ? Vous êtes donc un passionné d'horticulture. Vivez votre passion lors de nos courts ou de nos longs circuits.

PAGES 44, 46, 87, 90

NATURE ET GRANDS ESPACES

Cette collection vous offre les beautés du monde. Aventure captivante et découverte de sites uniques. Respirez le grand air et découvrez des itinéraires authentiques.

PAGES 18 à 24, 31 à 33, 47, 50, 56, 60 à 63, 66, 68, 70, 94, 95, 100, 108, 109, 158, 173, 200, 210, 225

QUÉBEC À L'HONNEUR

La Belle Province sous toutes ses coutures ! Que vous soyez un voyageur épicurien, urbain ou curieux trouvez le forfait qu'il vous faut dans cette collection.

PAGES 27 à 43, 112, 113

RANDONNÉES PÉDESTRES

« Moi mes souliers ont beaucoup voyagé » comme le chantait Félix Leclerc. En montagne, dans les parcs nationaux ou même dans les îles lointaines, découvrez de nouveaux paysages tout en vivant votre passion de la randonnée pédestre.

PAGES 23, 58 à 64, 99, 171, 172, 175, 176

SÉJOURS URBAINS

L'effervescence des grandes villes vous anime ? Les séjours urbains sont parfaits pour vous ! Passez plusieurs jours au cœur des plus grandes villes comme New York, Paris et Barcelone et imprégnez-vous de leur énergie.

PAGES 45, 65, 68, 81, 83, 88, 89, 92, 93, 153, 179

DUO VILLES

Profitez du même voyage pour découvrir deux villes. Imaginez pouvoir profiter de la plage et de la mer et explorer les attraits historiques lors du même voyage. Les « duos villes », la collection adaptée pour ceux qui aiment la diversité et en voir plus !

PAGES 85, 153, 167, 169, 179, 208, 209

TRAINS

Grâce au train admirez des paysages enchanteurs dans un cadre pratique et sécuritaire. Une façon unique de voyager et de profiter des plus beaux panoramas. Un voyage inoubliable d'un grand confort !

PAGES 39, 40, 84, 90, 159, 182, 187, 203

VÉLOS

L'envie de rouler dans de nouveaux pays vous appelle ? Voyagez à vélo permet d'établir des contacts privilégiés avec les populations locales et de découvrir des régions entières à votre rythme.

PAGES 42, 47, 71, 86, 98, 160, 171, 194

NOTRE CLIENTÈLE

- 55 ans et plus
- En constante évolution
- Clientèle plus active
- Veulent de l’authenticité
- Majoritairement des couples
- Clients de plus en plus informés
- Recherche de nouvelles expériences
- Partagent les mêmes intérêts

NOTRE DISTRIBUTION

- ✔ B2C
- ✔ 7 points de ventes
- ✔ Distribution des brochures

- ✔ B2B
- ✔ 800 agences de voyages
- ✔ Ententes avec regroupements

UNE HISTOIRE D'AMOUR ENTRE LA FRANCE ET GVQ

- ✔ Une implication constante dans la promotion de la France au Canada depuis plus de 30 ans
- ✔ Une équipe dédiée à la création de produits sur la France
- ✔ Des formations / présentations fréquentes auprès des agences et des clients

Vivez la France

AVEC GVQ

CHARMES D'ALSACE

17 juin et 16 septembre 2019

9 jours | 7 repas

À partir de
2 629 $*

Occ. double • Vols : Air Transat
*Basé sur le départ du 16 septembre 2019

Inclut UN RABAIS de 100 $ / PERS
si réservé avec dépôt avant le 10 mai 2019

DE LYON À L'ALSACE, L'EST DE LA FRANCE

14 juin et 6 septembre 2019

12 jours | 13 repas

À partir de
3 699 $*

Occ. double • Vols : Air Transat
*Basé sur le départ du 14 juin 2019

PARIS ET LONDRES

11 juin et 10 octobre 2019

10 jours | 9 repas

À partir de
2 699 $*

Occ. double • Vols : Air Transat
*Basé sur le départ du 10 octobre 2019

Inclut UN RABAIS de 50 $ / PERS
si réservé avec dépôt avant le 10 mai 2019

LE GRAND TOUR DE FRANCE EN TRAIN

6 septembre 2019

22 jours | 23 repas

À partir de
4 979 $

Occ. double
Vols : Air Canada

Inclut UN RABAIS de 100 $ / PERS
si réservé avec dépôt avant le 10 mai 2019

COULEURS DE PROVENCE

17 mai et 2 octobre 2019

9 jours | 8 repas

À partir de
2 799 $*

Occ. double • Vols : Air Transat (mai) ou Air Canada Rouge (octobre) *Basé sur le départ du 2 octobre 2019

Inclut UN RABAIS de 100 $ / PERS
si réservé avec dépôt avant le 10 mai 2019

LA CORSE ENTRE MER ET MONTAGNES

27 mai et 7 septembre 2019

13 jours | 20 repas

À partir de
4 599 $*

Occ. double • Vols : Air Transat
*Basé sur le départ du 7 septembre 2019

Inclut UN RABAIS de 100 $ / PERS
si réservé avec dépôt avant le 10 mai 2019

SUR LA ROUTE DES PLUS BEAUX VILLAGES DE FRANCE

20 mai et 7 septembre 2019

11 jours | 12 repas

À partir de
3 599 $*

Occ. double • Vols : Air Transat
*Basé sur le départ du 7 septembre 2019

Inclut UN RABAIS de 100 $ / PERS
si réservé avec dépôt avant le 10 mai 2019

PARIS MON PREMIER AMOUR

9 juin et 21 septembre 2019

8 jours | 8 repas

À partir de
2 249 $*

Occ. double • Vols : Air Canada
*Basé sur le départ du 21 septembre 2019

Inclut UN RABAIS de 50 $ / PERS
si réservé avec dépôt avant le 10 mai 2019

PARIS MON PREMIER AMOUR

- ✔ Spectacle multimédia PARISTORY
- ✔ Croisière sur la Seine
- ✔ Hôtel très bien situé et très apprécié par nos clients
- ✔ 10 billets de métro
- ✔ 8 repas dont 2 soupers
- ✔ Visite en liberté ou, si vous préférez, visite d'un quartier différent chaque jour proposée par l'accompagnateur

PARIS MON PREMIER AMOUR

À partir de

2199 $

Par pers. | Occ. double

8 jours | 8 repas

CE FORFAIT INCLUT

- Vols avec Air Canada
- Tous les transferts
- Transport en autocar grand tourisme
- Hébergement pour 6 nuits
- 8 repas
- Services d'un accompagnateur
- Activités au programme *(sauf optionnelles)*
- Taxes et frais de service

J1 MONTRÉAL – PARIS

Vols vers Paris.

J2 PARIS (6 NUITS)

Arrivée à Paris. Transfert vers l'hôtel. Installation. L'accompagnateur remettra à chaque voyageur **10 billets de métro**. Toutes les visites prévues dans ce programme se font à pied, en bus ou en métro. Possibilité d'achat de billets de métro supplémentaires à vos frais dans toutes les stations de métro. S

J3 PARIS STORY

Rien de mieux pour débuter votre séjour que d'aller voir le tout nouveau ***Paris Story***, un spectacle multimédia sur la Ville Lumière ! Découvrez les secrets et les lieux insolites inhérents à l'histoire de Paris ! PD

J4 ET J5 PARIS

Découvrez Paris à votre propre rythme ou suivez l'accompagnateur en métro et à pied. Le choix d'activités ne manque pas à Paris. 2PD

J6 CROISIÈRE SUR LA SEINE

Un séjour à Paris ne saurait être complet sans une **croisière sur la Seine** où défilent les plus beaux monuments de la capitale française. Panorama exceptionnel. Reste de la journée libre pour découvrir la capitale française à votre propre rythme ou sous les bons conseils de votre accompagnateur. PD

J7 PARIS

Découvrez Paris à votre propre rythme ou suivez l'accompagnateur en métro et à pied. PD/S

J8 PARIS - MONTRÉAL

Transfert vers l'aéroport et vols de retour. PD

HÉBERGEMENT (OU SIMILAIRE)

Paris : Hôtel Ibis Montmartre

Dates de départ	Occ.	Promo 40 ans	Réservez tôt		Prix régulier
		30 NOV. 2018	15 FÉVR. 2019	10 MAI 2019	
9 au 16 juin 2019	Double	**2249 $**	**2299 $**	-	2349 $
21 au 28 sept. 2019	Double	**2199 $**	-	**2249 $**	2299 $

DÉPARTS RÉGIONAUX / VOLS DE CORRESPONDANCE

À partir de 175 $ pour le départ de Québec.

BAIE-COMEAU | BAGOTVILLE | GASPÉ | ÎLES-DE-LA-MADELEINE | MONT-JOLI
OTTAWA | QUÉBEC | ROUYN-NORANDA | SEPT-ÎLES | VAL-D'OR

Voir page 17 pour les tarifs des autres villes. Prix par personne incluant l'aller-retour, selon disponibilité.

PARIS ET LONDRES

À partir de

2649 $

Par pers. | Occ. double

10 jours | 9 repas

CE FORFAIT INCLUT

- Vols avec Air Canada (départ de mai) ou Air Transat (départ d'octobre)
- Tous les transferts
- Train EUROSTAR entre Paris et Londres
- Hébergement pour 8 nuits
- 9 repas
- Services d'un accompagnateur
- Activités au programme *(sauf optionnelles)*
- Taxes et frais de service

J1 MONTRÉAL - PARIS

Vols vers Paris.

J2 PARIS (4 NUITS)

Arrivée à Paris. Accueil à l'aéroport et **tour panoramique** afin de vous familiariser avec les principaux monuments de Paris : l'Opéra, la place de la Concorde, les Champs-Élysées, l'Arc de triomphe, la place du Trocadéro, la tour Eiffel, les Invalides, le Louvre, la cathédrale Notre-Dame-de-Paris, Saint-Michel et le quartier Latin, le Panthéon, la place de la Bastille et bien d'autres ! Installation à l'hôtel. S

J3 À J5 PARIS

Ville monumentale, ville culturelle, ville romantique, ville gastronomique, ville de la mode et de la création, Paris est aussi une ville qui bouge, une ville qui ose. Profitez du temps libre pour visiter Paris dans toute sa splendeur. Découvrez sa gastronomie, sans oublier son vin ! Écrivez vos cartes postales dans un bistro parisien. Profitez d'une **promenade en bateau-mouche sur la Seine** pour vous permettre d'admirer les monuments bordant le fleuve et de respirer l'air vivifiant de la Ville Lumière ! 3PD

J6 PARIS - LONDRES (4 NUITS)

Transfert à la Gare du Nord à Paris. **À bord de l'Eurostar**, transportez-vous vers Londres à une vitesse maximale de 300 km/h ! Une chance unique de traverser le tunnel sous la Manche, un tunnel d'une longueur de 50 km : les 39 km forés sous la Manche en font le plus long tunnel sous-marin au monde ! Accueil à la gare St. Pancras de Londres. Départ pour le **tour panoramique** de Londres. Voyez, entre autres, le Tower Bridge, la tour de Londres, la cathédrale Saint-Paul, Trafalgar Square, Downing Street, l'abbaye de Westminster, le parlement, Buckingham Palace et Hyde Park. Installation à l'hôtel. PD

J7 À J9 LONDRES

Découvrez à votre rythme la capitale anglaise et ses différents quartiers. Dégustez les mille et une facettes de Londres par sa gastronomie dans différents restaurants et pubs de la capitale. Savourez ses bières veloutées dans ses brasseries typiquement anglaises. Chacun découvrira à son propre rythme cette ville qui saura vous étonner à chaque coin de rue. Londres est la ville par excellence pour les balades. Vous vous devez de découvrir tous ses trésors cachés ! 3PD

J10 LONDRES - MONTRÉAL

Transfert vers l'aéroport et vols de retour. PD

HÉBERGEMENTS (OU SIMILAIRE)

Paris : Hôtel Ibis Montmartre

Londres : St. Giles

Dates de départ	Occ.	Promo 40 ans	Réservez tôt		Prix régulier
		30 NOV. 2018	15 FÉVR. 2019	10 MAI 2019	
12 au 21 mai 2019	Double	**2899 $**	**2949 $**	-	2999 $
10 au 19 oct. 2019	Double	**2649 $**	-	**2699 $**	2749 $

$ PAIEMENT COMPTANT : obtenez 50 $ ou 100 $ de rabais supplémentaire (voir p. Promotions)

DÉPARTS RÉGIONAUX / VOLS DE CORRESPONDANCE POUR LE DÉPART DU 12 MAI 2019

À partir de 175 $ pour le départ de Québec.

BAIE-COMEAU | BAGOTVILLE | GASPÉ | ÎLES-DE-LA-MADELEINE | MONT-JOLI OTTAWA | QUÉBEC | ROUYN-NORANDA | SEPT-ÎLES | VAL-D'OR

Voir page 17 pour les tarifs des autres villes. Prix par personne incluant l'aller-retour, selon disponibilité.

LE GRAND TOUR DE FRANCE EN TRAIN

Voyage en train aux quatre coins de la France

À partir de

4 779 $

Par pers. | Occ. double

22 jours | 23 repas

CE FORFAIT INCLUT

- Vols avec Air Canada
- 2 transferts
- 8 trajets en train en 2e classe
- Hébergement pour 20 nuits
- 23 repas
- Services d'un accompagnateur
- Services de guides locaux
- Activités au programme *(sauf optionnelles)*
- Taxes et frais de service

Date de départ	Occ.	Promo 40 ans 30 NOV. 2018	Réservez tôt 10 MAI 2019	Prix régulier
6 au 27 septembre 2019	Double	**4 779 $**	**4 979 $**	5 079 $

$ PAIEMENT COMPTANT : obtenez 50 $ ou 100 $ de rabais supplémentaire (voir p. Promotions)

DÉPARTS RÉGIONAUX / VOLS DE CORRESPONDANCE

À partir de 175 $ pour le départ de Québec.

BAIE-COMEAU | BAGOTVILLE | GASPÉ | ÎLES-DE-LA-MADELEINE | MONT-JOLI
OTTAWA | QUÉBEC | ROUYN-NORANDA | SEPT-ÎLES | VAL-D'OR

Voir page 17 pour les tarifs des autres villes. Prix par personne incluant l'aller-retour, selon disponibilité.

- MERCI -

RENDEZ-VOUS SUR PRO.VISITPARISREGION.COM