

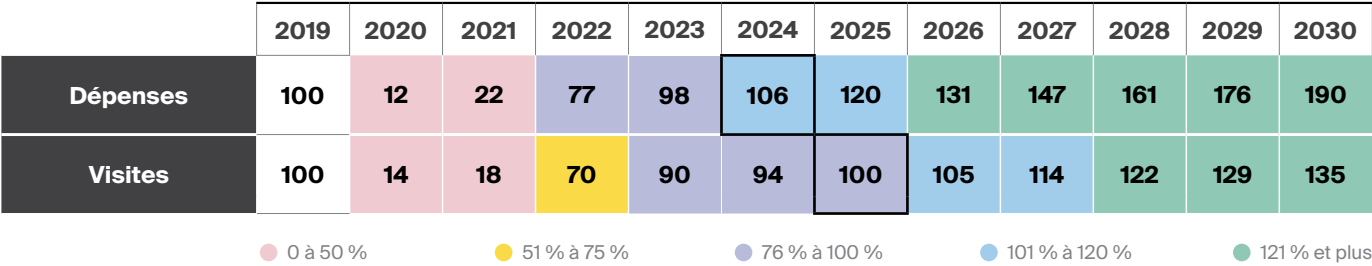


En 2024, la France était la troisième source d'arrivées en importance au Canada et demeure un marché cible, en particulier pour l'Est du Canada.

La France a été l'un des marchés européens à se redresser le plus rapidement en ce qui a trait aux arrivées et aux dépenses. En 2025, le nombre d'arrivées pour une nuit ou plus atteindra les niveaux de 2019, tandis que les dépenses devraient les dépasser de 20 %.

- L'appréciation de l'euro dans les dernières années a accru le pouvoir d'achat des voyageurs français. Il devrait continuer d'augmenter en 2025, mais de façon plus progressive. L'économie française devrait connaître une croissance modeste en 2025 et plus soutenue en 2026.
- Les dépenses des visiteurs français augmenteront de 13,4 % en 2025, atteignant 120 % des niveaux de 2019.
- Le nombre d'arrivées augmentera de 6,9 % en 2025 et de 5,2 % en 2026.
- En 2026, le Canada devrait accueillir 697 800 visiteurs français qui dépenseront 1,3 milliard de dollars.

Dépenses et visites (pourcentage par rapport à 2019)¹

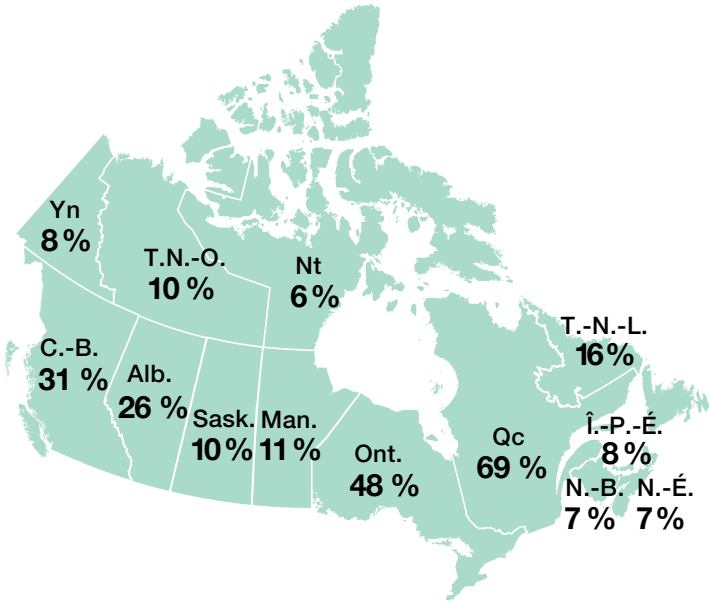


L'essor de l'industrie touristique représente une occasion économique sans précédent malgré le risque important de perturbations qui plane en 2025. Pour rester résiliente, notre industrie doit réaffirmer que le Canada demeure ouvert et accueillant.

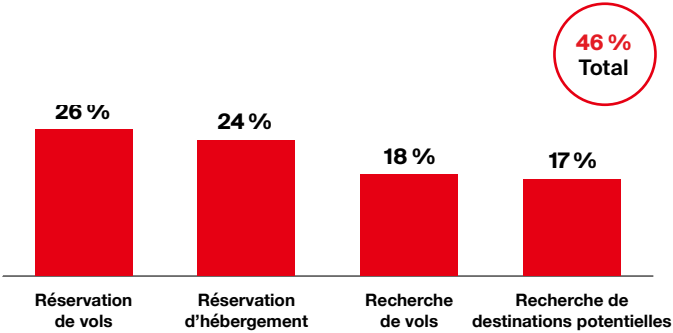
Taille du marché potentiel²



Probabilité de visiter des régions canadiennes



Recours aux services d'une agence de voyages pour un voyage au Canada²



Les Perspectives touristiques de l'automne 2023 de DC ont été révisées de 2023 à 2025 afin de refléter les plus récentes données sur les arrivées.

¹ Perspectives touristiques 2025-2030 de Destination Canada

² Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale de 2024 de Destination Canada



Pour la France, deux segments prioritaires clés ont été sélectionnés au terme d'une analyse poussée de leur correspondance aux produits du Canada, de leur influence économique potentielle, de leur alignement sur la marque et de leur capacité à profiter aux communautés canadiennes.



Segment prioritaire

GLOBE-TROTTEURS RAFFINÉS

% de la population adulte

11 %

% des visiteurs au Canada

23 %

% des dépenses au Canada

31 %

Nous privilégions le voyage et nous laissons tenter par des destinations de classe mondiale, des repas gastronomiques et des expériences exclusives. Nous sommes des voyageurs expérimentés, toujours en quête de nouveaux endroits uniques.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

- Cuisine locale
- Expériences ou attractions culturelles
- Santé et bien-être
- Visites guidées

Type de professionnels des voyages	Niveau d'utilisation (par rapport au reste du marché)
Recours aux prof. des voyages (groupe)	★★★★★ (Très élevé)
Recours aux prof. des voyages (hors groupe)	★★★★★ (Très élevé)

ÂGE

15 % 29 % 56 %

18 à 34 ans 35 à 54 ans 55 ans et +



Segment prioritaire

EXPLORATEURS PLEIN AIR

% de la population adulte

13 %

% des visiteurs au Canada

23 %

% des dépenses au Canada

27 %

Nous sommes des explorateurs de la nature en quête de paysages inconnus et de défis. L'aventure nous permet de grandir, d'acquérir des compétences et de créer des traditions.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

- Expériences dans la nature
- Sports de haute intensité
- Sports nautiques et d'hiver
- Sports de loisirs

Type de professionnels des voyages	Niveau d'utilisation (par rapport au reste du marché)
Recours aux prof. des voyages (groupe)	★★★★☆ (Moyen)
Recours aux prof. des voyages (hors groupe)	★★★★☆ (Moyen)

ÂGE

30 % 32 % 38 %

18 à 34 ans 35 à 54 ans 55 ans et +

Source : Programme de segmentation des voyageurs de 2024 de Destination Canada

Remarque : Les estimations de la taille des segments diffèrent de celles du Programme de recherche sur les voyageurs à l'échelle mondiale (PRVEM), qui applique des critères de sélection plus stricts, en particulier un profil de voyageur long-courrier plus étroitement défini.

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Cyrielle Bon | Directrice générale | Tél. : +33-0-7-71-21-97-87 | cyrielle@360tourisme.fr