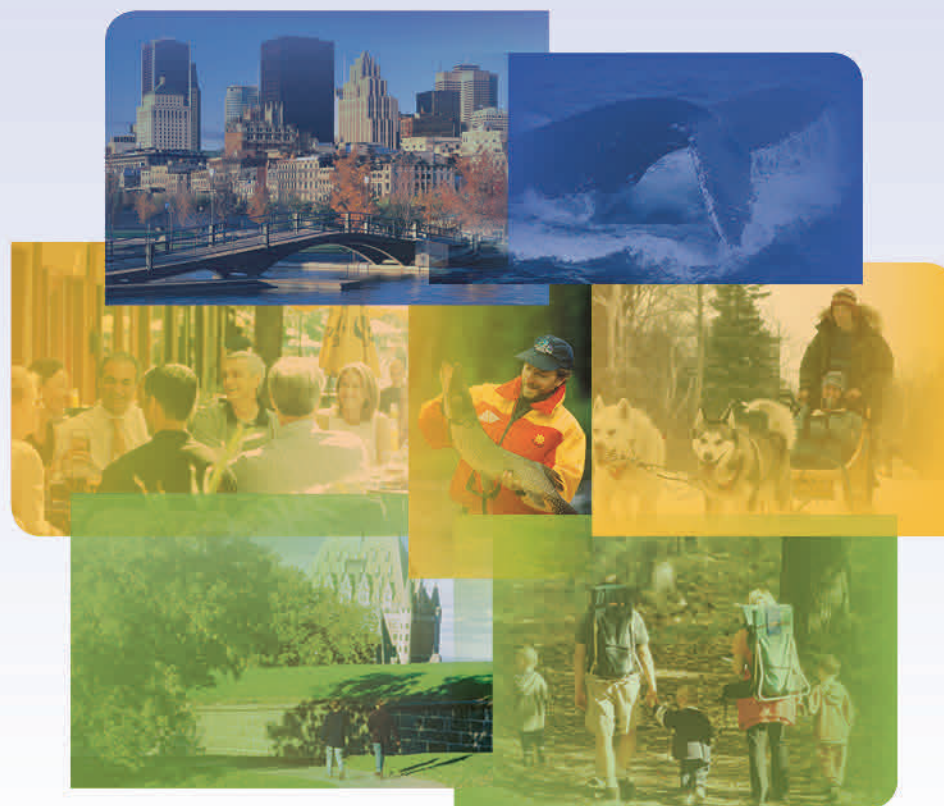




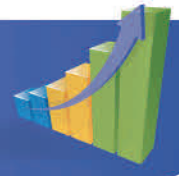
PROFIL STATISTIQUE  
Marché de la France



Direction des connaissances stratégiques en tourisme

Tourisme Québec

Mars 2013



**Coordination**

Jean Lamarre  
Direction des connaissances stratégiques en tourisme  
Tourisme Québec

**Recherche, analyse et rédaction**

Geneviève Bélanger  
Direction des connaissances stratégiques en tourisme  
Tourisme Québec

**Collaboration**

Ghislain Dumas et Geneviève Dussault  
Direction des connaissances stratégiques en tourisme  
Tourisme Québec

**Assistance technique**

Luc Boivin  
Direction des connaissances stratégiques en tourisme  
Tourisme Québec

**Collaboration spéciale**

Direction des marchés  
Tourisme Québec

**Révision linguistique**

Les publications du Québec

Pour de plus amples renseignements, consultez nos publications à l'adresse suivante :  
**[www.bonjourquebec.com/mto/publications/index.php](http://www.bonjourquebec.com/mto/publications/index.php)**

© Tourisme Québec

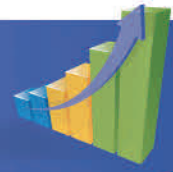
Dépôt légal

Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2013

Bibliothèque et Archives Canada, 2013

ISBN : 978-2-550-67150-3

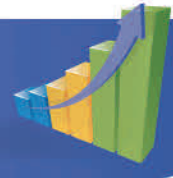




## TABLE DES MATIÈRES

Sommaire .....	4
1. Contexte économique et démographique .....	6
1.1 Données économiques.....	6
1.2 Données démographiques .....	8
2. Comportements de voyage des touristes français dans le monde et au Canada.....	9
2.1 Les touristes français dans le monde .....	9
2.2 Les touristes français au Canada .....	11
2.3 Activités recherchées par les touristes français.....	14
3. Les touristes français au Québec.....	15
3.1 Performance du marché français.....	15
3.2 Profil des touristes français au Québec.....	17
3.3 Les touristes français dans les régions touristiques du Québec.....	20
4. Données sur le transport aérien.....	21
4.1 Sièges disponibles à bord des vols en provenance de la France .....	21
4.2 Principales routes aériennes entre la France et le Québec .....	23
Références .....	24
Définitions .....	25
Annexe .....	26



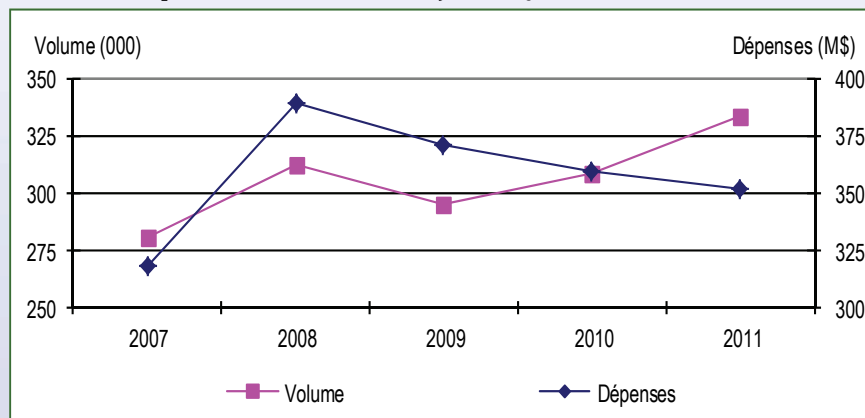


## SOMMAIRE

- La période actuelle est difficile pour l'économie française. La croissance du PIB est quasi nulle, la croissance du revenu personnel disponible est faible, et le taux de chômage est élevé. Cela engendre beaucoup d'incertitude au sein de la population.
- La France constitue la deuxième plus grande population d'Europe : elle comptait 65,3 millions d'habitants en 2011. D'ici 2021, la population totale de la France devrait croître à un rythme plus élevé que celle de l'ensemble des pays de l'Europe de l'Ouest<sup>1</sup>. Par ailleurs, il s'agit également d'une population vieillissante.
- De manière générale, les touristes français recherchent des activités associées à la nature et à la culture telles que la visite de parcs nationaux et de zones protégées et l'exploration de villes à proximité de la nature.

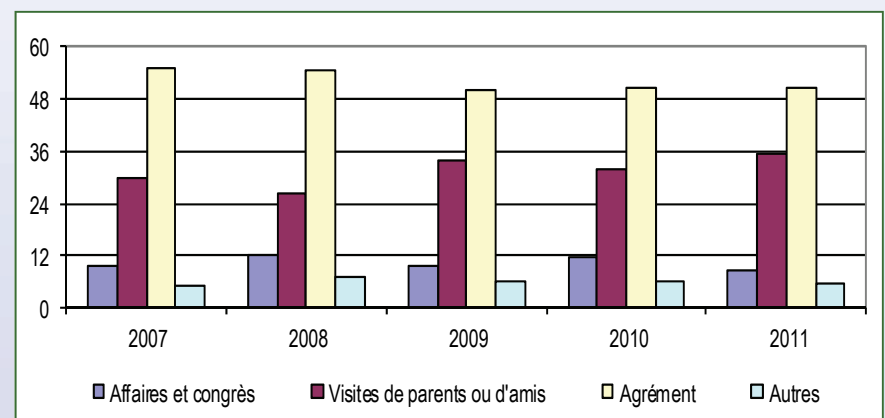
- La part du marché français dans le tourisme international au Québec a poursuivi son augmentation en 2011 et se situe à 11,4 %. Mis à part le marché américain, il s'agit du plus important marché international du Québec.
- En 2011, le volume de touristes français au Québec a augmenté de 8,3 %, pour un total de 334 000 visites-province, ce qui constitue la meilleure performance des cinq dernières années pour ce marché.
- Malgré une hausse du volume de touristes, les dépenses des Français au Québec ont diminué de 2,2 % en 2011, comparativement à l'année précédente. Les Français auraient donc choisi de voyager tout de même, en dépensant moins.

**Volume et dépenses des touristes français au Québec, 2007-2011**



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

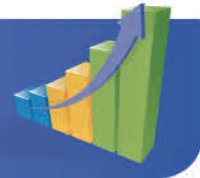
**Répartition du nombre de touristes français au Québec selon le but de voyage (%), 2007-2011**



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

<sup>1</sup>. Europe de l'Ouest : selon le codage statistique de l'ONU, l'Europe de l'Ouest comprend neuf pays, soit l'Allemagne, l'Autriche, la Belgique, la France, le Liechtenstein, le Luxembourg, Monaco, les Pays-Bas et la Suisse.

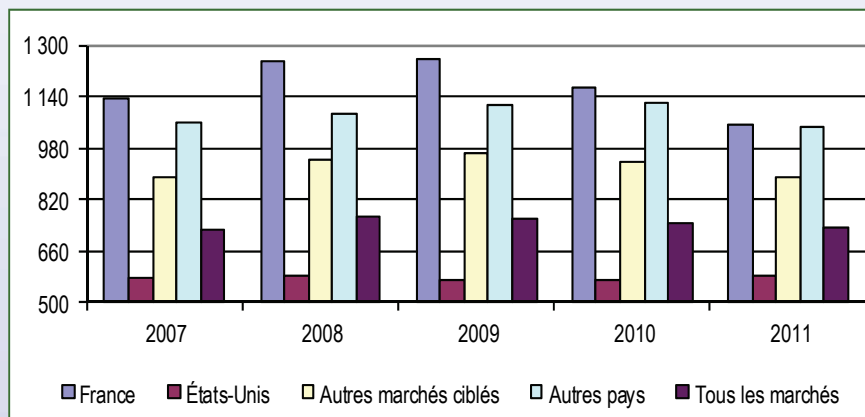




- La répartition des touristes français au Québec est plutôt égale entre les groupes d'âge. On observe que la majorité des touristes français visitant le Québec sont des personnes seules ou voyageant à deux, probablement des couples.
- Les dépenses moyennes par séjour des Français au Québec ont diminué légèrement en 2011, passant de 1 167 \$ par séjour en 2010 à 1 054 \$. Les touristes français effectuent au Québec des séjours plus longs que la moyenne des touristes des autres marchés ciblés.
- Parmi tous les touristes internationaux, les Français sont indiscutablement ceux qui parcourent la plus grande variété de régions touristiques au Québec. Ainsi, les données confirment que lors de leur séjour au Québec les Français visitent non seulement Montréal et Québec, mais aussi Manicouagan, le Saguenay–Lac-Saint-Jean et la Gaspésie.

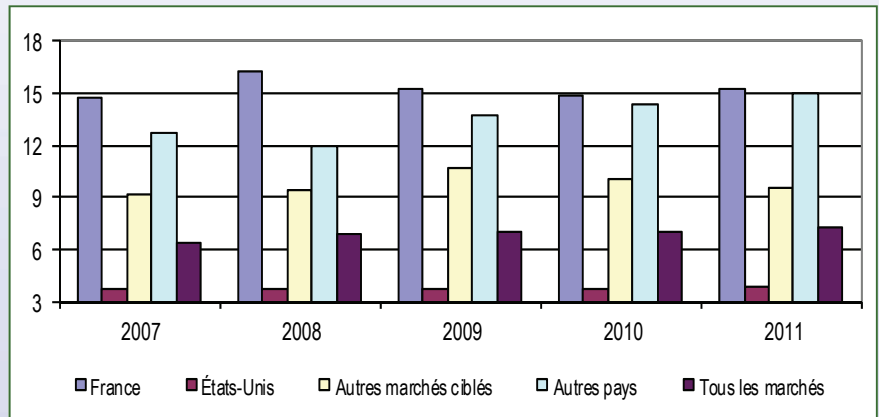
- Comparativement au reste du Canada, le Québec enregistre une part légèrement plus grande d'entrées aux frontières par les Français au cours de la saison hivernale, soit 32,0 % à l'hiver 2010-2011.
- Bon an mal an, la grande majorité des sièges disponibles à bord des vols directs en provenance de la France vers le Canada se trouvent sur des vols à destination de l'aéroport de Montréal-PET (70,3 % en 2011). Cependant, il faut garder à l'esprit que les vols de la France vers le Canada transportent aussi bien des Français se rendant au Canada que des Canadiens revenant de France.

Dépenses moyennes par séjour des touristes internationaux au Québec (\$), 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

Durée moyenne de séjour des touristes internationaux au Québec (jours), 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)





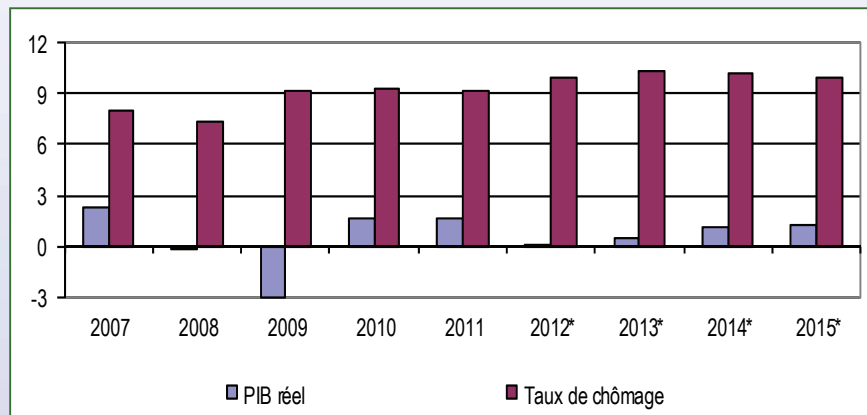
## 1. CONTEXTE ÉCONOMIQUE ET DÉMOGRAPHIQUE

### 1.1 Données économiques

La période actuelle est difficile pour l'économie française. La crise de la dette et les spéculations sur la sortie probable de la Grèce de la zone euro entraînent beaucoup d'incertitude, et un risque de récession. On prévoit que le PIB réel de la France sera stable en 2012 et en 2013 (+ 0,5 %). En 2011, la France occupait le 24<sup>e</sup> rang mondial selon le PIB par habitant.

Quant au taux de chômage, il est élevé (9,2 % en 2011) et le demeurera en 2012 et en 2013, d'après les prévisions de *Tourism Economics*. Pour ce qui est du revenu personnel disponible, on prévoit qu'il augmentera de 1,8 % en 2012, soit dans une mesure moindre que l'indice des prix à la consommation (2,0 %). Cela pourrait amener les Français à devoir faire des choix concernant leur budget de loisirs ou de voyages.

Figure 1.1.1  
Variation du PIB réel et évolution du taux de chômage en France (%), 2007-2015



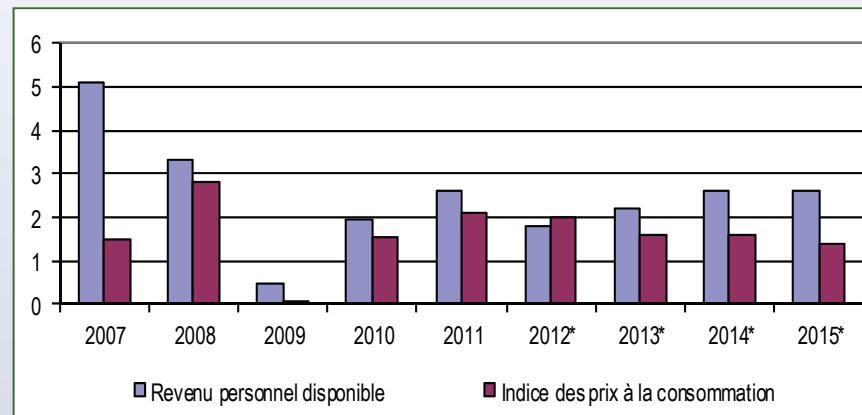
\* Prévisions

Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007 à 2015 (mise à jour du 3 octobre 2012)

Toutes ces données, de même que l'engagement du gouvernement à réduire les dépenses publiques ainsi que l'incertitude relative à la croissance économique mondiale, engendrent beaucoup d'incertitude au sein de la population française. En effet, selon une enquête réalisée par TNS Sofres en octobre 2012 auprès d'un échantillon de 1 098 personnes représentatives de la population française, 79 % des répondants se disent préoccupés par le chômage et l'emploi, ce qui constitue un niveau record pour cet indicateur. Il s'agit d'ailleurs du sujet le plus préoccupant pour les Français.

Notons que les Français, à égalité avec les Allemands, les Brésiliens et les Espagnols profitent du plus grand nombre de jours de congé annuels à l'échelle mondiale, soit 30 jours de congé en moyenne en 2011. De plus, les Français utilisent la totalité de ces jours de congé reçus.

Figure 1.1.2  
Variation du revenu personnel disponible et de l'indice des prix à la consommation en France (%), 2007-2015



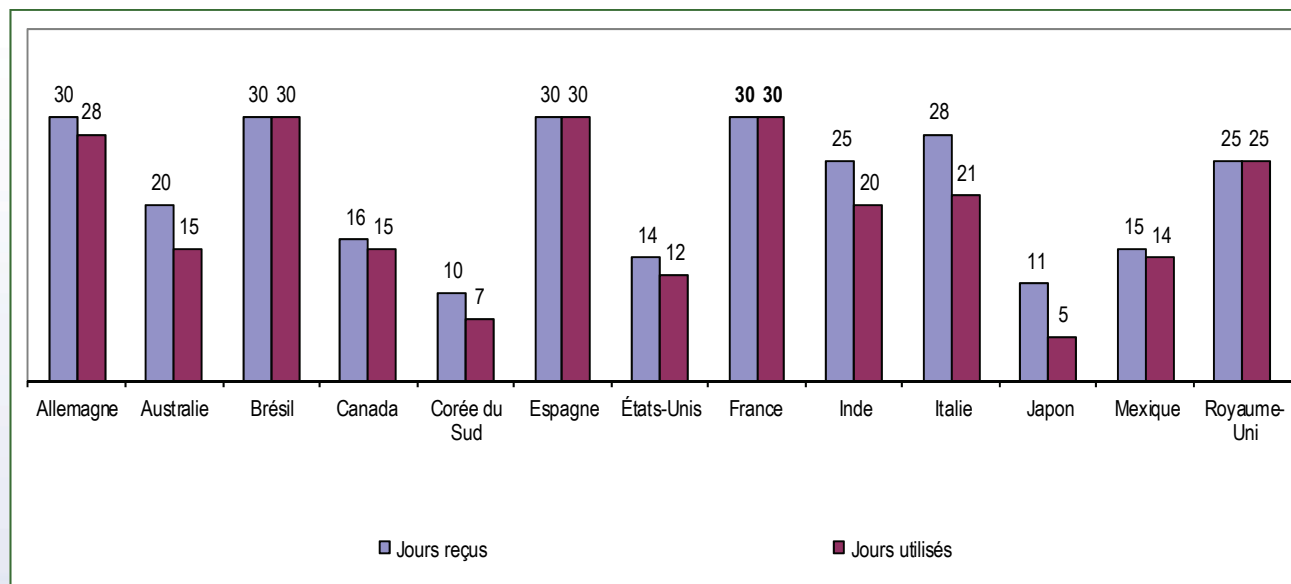
\* Prévisions

Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007 à 2015 (mise à jour du 3 octobre 2012)





Figure 1.1.3  
**Nombre de jours de congé annuels reçus et utilisés pour les marchés ciblés et le Canada, 2011**

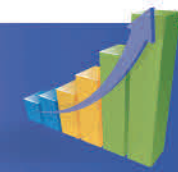


Note : Aucune donnée disponible pour la Belgique, la Chine et la Suisse

Source : Expedia, *Expedia.com 2011 Vacation Deprivation Study*, Enquête menée auprès de 7 803 répondants dans 20 pays, entre le 19 septembre et le 9 octobre 2011



## 1. Contexte économique et démographique

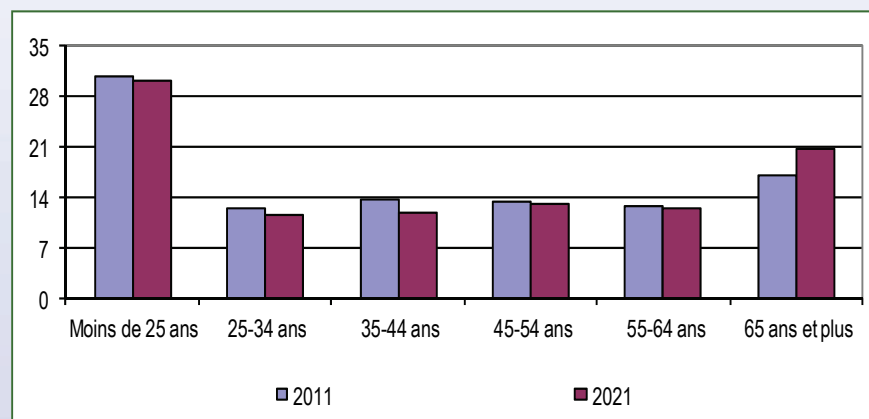


### 1.2 Données démographiques

La France constitue la deuxième plus grande population d'Europe, après l'Allemagne, et comptait 65,3 millions d'habitants en 2011. Selon les prévisions du U.S. Census Bureau, la population totale de la France devrait croître de 4,3 % d'ici 2021, comparativement à 1,4 % pour l'ensemble des pays de l'Europe de l'Ouest et à 8,9 % pour l'Amérique du Nord. La croissance de la population française est majoritairement due à la croissance naturelle de la population, soit la différence entre le taux de natalité et le taux de mortalité. L'apport migratoire est aussi tributaire de cette croissance, dans une moindre mesure.

Parmi les groupes d'âge, celui des 65 ans et plus connaîtra la croissance la plus importante et c'est aussi le seul dont la part relative augmentera. Il s'agit donc d'une population vieillissante. En 2021, ce groupe d'âge représentera 20,8 % de la population française contre 17,0 % en 2011.

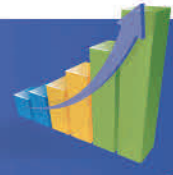
Figure 1.2.1  
Répartition de la population française selon le groupe d'âge (%),  
2011 et 2021



Source : US Census Bureau, International Data Base, 2011 et 2021  
(données extraites le 3 juillet 2012)







## 2. COMPORTEMENTS DE VOYAGE DES TOURISTES FRANÇAIS DANS LE MONDE ET AU CANADA

### 2.1 Les touristes français dans le monde

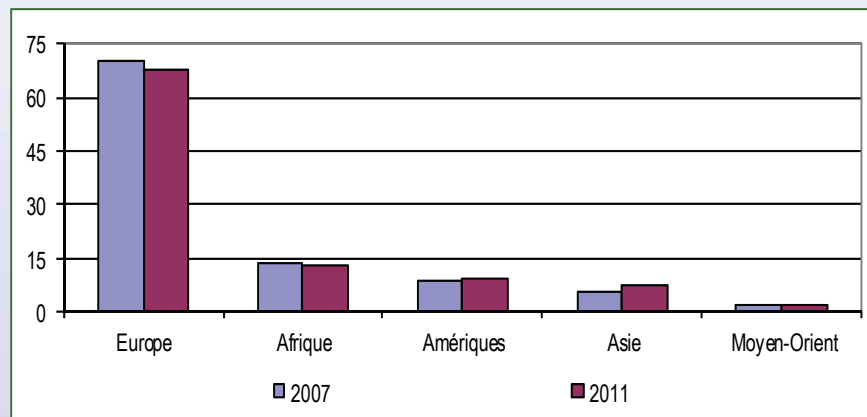
De 2007 à 2011, le nombre de touristes français dans le monde a augmenté de 7,0 % et l'essentiel de cette hausse a bénéficié, en nombre absolu, à l'Europe, à l'Asie et aux Amériques. Néanmoins, en 2011, plus des deux tiers des voyages internationaux des Français ont été faits en Europe, tandis que 13,1 % avaient pour destination l'Afrique.

En 2011, le Canada se situait au 4<sup>e</sup> rang des destinations long-courriers visitées par les Français. Les États-Unis, première destination long-courrier des Français, sont le principal concurrent du Canada sur ce marché. Entre 2007 et 2011, le nombre de voyages aux États-Unis par les Français a augmenté de 50,8 %, comparativement à une hausse de 22,8 % pour le Canada.

L'analyse des destinations long-courriers<sup>2</sup> visitées par les Français en 2011 révèle que ceux-ci s'inscrivent dans le mouvement mondial de diversification des destinations touristiques, amenant les pays émergents à occuper une part de marché du tourisme mondial de plus en plus grande. La Thaïlande et la Chine sont particulièrement prisées par les Français. Sans surprise, on constate que les Français sont nombreux à effectuer des voyages dans les départements d'outre-mer (Martinique, La Réunion, Guadeloupe).

Selon l'étude Veille touristique mondiale de la Commission canadienne du Tourisme (CCT), les intentions de voyages long-courriers des Français étaient propices à une croissance du marché pour l'année 2011 et les années suivantes. La propension à voyager au Canada était aussi beaucoup plus élevée en France (40 %) qu'au sein des autres marchés européens (de 23 % à 28 %).

Figure 2.1.1  
Répartition des touristes français dans le monde (%), 2007 et 2011



Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007 et 2011 (mise à jour du 30 mai 2012)

<sup>2</sup> Selon les critères définis par la Veille touristique mondiale de la Commission canadienne du tourisme, lorsque le marché d'origine est la France, la destination d'un trajet long-courrier doit se situer à l'extérieur de l'Europe, du Nord de l'Afrique et de la Méditerranée.



## 2. Comportements de voyage des touristes français dans le monde et au Canada

## 2.1 Les touristes français dans le monde



Tableau 2.1.1

Principales destinations long-courriers visitées par les touristes français (000), 2007, 2010 et 2011

Destination	2007		2010		2011		Δ (%)	
	Visites	%	Visites	%	Visites	%	2011/2010	2011/2007
<b>Total</b>	<b>7 473</b>	<b>100,0</b>	<b>8 629</b>	<b>100,0</b>	<b>9 259</b>	<b>100,0</b>	<b>7,3</b>	<b>23,9</b>
États-Unis	998	13,3	1 342	15,6	1 504	16,2	12,1	50,8
Thaïlande	373	5,0	462	5,4	564	6,1	22,2	51,2
Chine	463	6,2	513	5,9	511	5,5	-0,4	10,2
<b>Canada</b>	<b>375</b>	<b>5,0</b>	<b>435</b>	<b>5,0</b>	<b>460</b>	<b>5,0</b>	<b>5,7</b>	<b>22,8</b>
Martinique	380	5,1	372	4,3	388	4,2	4,3	2,2
La Réunion	281	3,8	346	4,0	360	3,9	4,1	28,4
Guadeloupe	387	5,2	333	3,9	350	3,8	5,2	-9,7
Sénégal	232	3,1	357	4,1	349	3,8	-2,2	50,1
Île Maurice	240	3,2	302	3,5	317	3,4	5,0	32,2
Inde	203	2,7	225	2,6	240	2,6	6,7	18,2
Autres destinations	3 540	47,4	3 941	45,7	4 215	45,5	6,9	19,0

Δ : Variation

 Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007, 2010 et 2011  
 (mise à jour du 30 mai 2012)


## 2. Comportements de voyage des touristes français dans le monde et au Canada



## 2.2 Les touristes français au Canada

Bon an mal an, le Québec est toujours la province canadienne la plus visitée par les Français. En 2011, plus de 62,3 % des visites-province des Français au Canada ont été faites au Québec, comparativement à 60,1 % en 2010. Entre 2010 et 2011, l'essentiel de la hausse des visites-province des Français au Canada est attribuable au Québec, alors que le nombre de visites-province en Ontario a diminué. Au cours des dernières années, on observe que les visites des Français en Colombie-Britannique sont en hausse.

Le portrait est légèrement différent en ce qui a trait aux dépenses des Français au Canada. Les dépenses des Français au Québec ont diminué en 2011, comparativement à l'année précédente. Puisque l'on observe que les dépenses sont plutôt stables ou en augmentation pour les autres provinces et territoires, on peut poser l'hypothèse que les Français profitent de leur voyage au Canada pour visiter d'autres provinces ou territoires canadiens, ou pour passer plus de temps dans ceux-ci.

Tableau 2.2.1

**Les touristes français au Canada selon la province de destination (en visites-province), 2007-2011**

Province de destination	2007		2008		2009		2010		2011		Δ (%) 2011/2010
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%	
<b>Canada</b>	<b>460</b>	<b>100,0</b>	<b>510</b>	<b>100,0</b>	<b>497</b>	<b>100,0</b>	<b>513</b>	<b>100,0</b>	<b>536</b>	<b>100,0</b>	<b>4,4</b>
Québec	281	61,1	313	61,3	296	59,4	308	60,1	334	62,3	8,3
Ontario	110	23,9	118	23,1	122	24,5	112	21,7	105	19,5	-6,0
Colombie-Britannique	23	5,1	27	5,4	26	5,1	31	6,0	35	6,6	14,2
Autres provinces et territoires	46	9,9	52	10,3	54	10,9	63	12,2	62	11,6	-0,8

Δ : Variation

 Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

Tableau 2.2.2

**Les dépenses des touristes français au Canada selon la province de destination, 2007-2011**

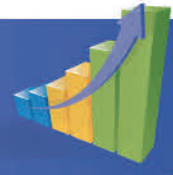
Province de destination	2007		2008		2009		2010		2011		Δ (%) 2011/2010
	Dépenses (M\$)	%	Dépenses (M\$)	%	Dépenses (M\$)	%	Dépenses (M\$)	%	Dépenses (M\$)	%	
<b>Canada</b>	<b>458</b>	<b>100,0</b>	<b>541</b>	<b>100,0</b>	<b>513</b>	<b>100,0</b>	<b>527</b>	<b>100,0</b>	<b>544</b>	<b>100,0</b>	<b>3,2</b>
Québec	318	69,3	390	72,0	371	72,2	360	68,3	352	64,7	-2,2
Ontario	79	17,3	77	14,3	76	14,8	75	14,3	74	13,6	-1,7
Colombie-Britannique	37	8,2	26	4,9	30	5,9	44	8,3	54	9,9	24,0
Autres provinces et territoires	24	5,2	48	8,8	36	7,1	48	9,2	64	11,8	32,6

Δ : Variation

 Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)


## 2. Comportements de voyage des touristes français dans le monde et au Canada

## 2.2 Les touristes français au Canada



L'examen des entrées à la frontière des touristes français au Canada par saison révèle que 69,1 % des entrées se font durant la saison estivale. Comparativement au reste du Canada, le Québec enregistre une part légèrement plus grande d'entrées au cours de la saison hivernale, soit 32,0 % à l'hiver 2010-2011.

Durant cette saison, c'est au cours du mois de février que l'on recense le plus grand nombre d'entrées au Québec, et en avril pour l'Ontario et la Colombie-Britannique. Durant la saison estivale, c'est pendant les mois de juillet et août que l'on enregistre le plus d'entrées au Québec, tandis que le mois de septembre enregistre une plus grande part d'entrées en Ontario.

Au cours de l'année 2011, la valeur de l'euro exprimée en dollar canadien est demeurée sous la barre du 1,40 \$. De manière générale, il ne semble pas y avoir de relation entre le taux de change et les voyages des Français au Canada. Le fait que le taux de change ait été moins favorable en 2010 et en 2011 qu'il ne l'a été en au cours des années précédentes n'a pas freiné la hausse du nombre de voyages et des dépenses des Français au Canada. Selon l'étude Veille touristique mondiale de la Commission canadienne du Tourisme (CCT), le taux de change défavorable ne fait pas partie des principaux obstacles aux voyages au Canada pour les voyageurs long-courriers français.

Tableau 2.2.3

**Entrées des touristes français à la frontière du Canada selon la saison et la province d'entrée, novembre 2010 à octobre 2011**

Saison	Canada		Québec		Ontario		Colombie-Britannique		Autres provinces et territoires	
	Volume	%	Volume	%	Volume	%	Volume	%	Volume	%
<b>Novembre 2010 à octobre 2011</b>	<b>457 148</b>	<b>100,0</b>	<b>340 256</b>	<b>100,0</b>	<b>78 082</b>	<b>100,0</b>	<b>23 948</b>	<b>100,0</b>	<b>14 862</b>	<b>100,0</b>
Saison hivernale <sup>1</sup>	141 168	30,9	108 958	32,0	21 835	28,0	6 329	26,4	4 046	27,2
Saison estivale <sup>2</sup>	315 980	69,1	231 298	68,0	56 247	72,0	17 619	73,6	10 816	72,8

1. La saison hivernale chevauche deux années civiles et s'étend de novembre à avril.

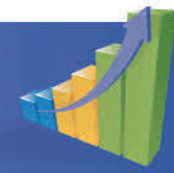
2. La saison estivale s'étend de mai à octobre d'une même année civile.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux : dénombrement à la frontière*, 2010 et 2011 (compilation spéciale)



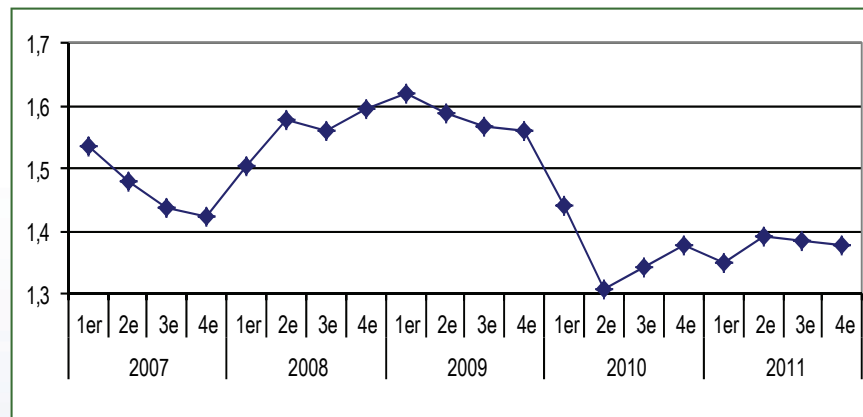
2. Comportements de voyage des touristes français dans le monde et au Canada

2.2 Les touristes français au Canada



Selon la même étude, la perception du Canada par les voyageurs français en ce qui concerne les prix s'est améliorée d'année en année entre 2007 et 2011. Cela augure bien pour le Canada, puisque le marché français serait sensible aux prix et à la recherche d'une bonne valeur, soit des tarifs aériens abordables, un bon rapport qualité-prix et des prix d'hébergement, de restauration et de divertissement raisonnables.

Figure 2.2.1  
**Valeur de l'euro exprimée en dollar canadien (moyenne trimestrielle), 2007-2011**



Source : Banque du Canada, Taux de change, 2007 à 2011  
 (données extraites le 2012-08-22)



## 2. Comportements de voyage des touristes français dans le monde et au Canada



## 2.3 Activités recherchées par les touristes français

De manière générale, les touristes français recherchent des activités associées à la nature et à la culture, comme l'illustrent les données de l'étude Veille touristique mondiale de la CCT.

Parmi les activités recherchées et en comparaison avec plusieurs destinations concurrentes, le Canada occupe le premier rang en ce qui concerne la perception des touristes français à l'égard des choix suivants :

- Admirer la beauté des paysages
- Visiter des parcs nationaux et des zones protégées
- Explorer des villes débordant de vie à proximité de la nature
- Explorer la nature à proximité d'une ville cosmopolite

Comparativement aux six pays concurrents (États-Unis, Australie, Chine, Afrique du Sud, Thaïlande, Mexique) déterminés par la CCT, le Canada se classe au dernier rang dans la perception des touristes français en ce qui a trait aux activités recherchées suivantes :

- Expérience du caractère unique et du mode de vie local du pays
- Expérience des attractions et de la culture autochtone

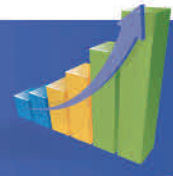
Tableau 2.3.1

**Activités recherchées par les touristes français, 2011**

Importance accordée par le touriste	Activités recherchées	Positionnement concurrentiel du Canada
1	Admirer la beauté des paysages	1
2	Dégustation de saveurs régionales	4
3	Expérience du caractère unique et des modes de vie locaux du pays	6
4	Visite de parcs nationaux et de zones protégées	1
5	Visite d'attractions historiques et culturelles	5
6	Expérience des attractions et de la culture autochtones	6
7	Observation de la faune dans son environnement naturel	3
8	Exploration de villes débordant de vie à proximité de la nature	1
9	Exploration de la nature à proximité d'une ville cosmopolite	1
10	Expériences culturelles urbaines	2

Source : Commission canadienne du tourisme, *Veille touristique mondiale – France Rapport sommaire - 2011*.





### 3. LES TOURISTES FRANÇAIS AU QUÉBEC

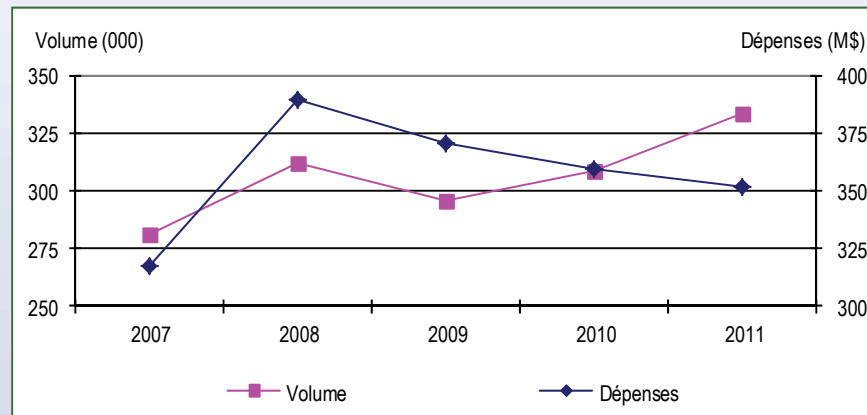
#### 3.1 Performance du marché français

La part du marché français dans le tourisme international au Québec a continué d'augmenter en 2011 et se situe à 11,4 %. Mis à part le marché américain, il s'agit du plus important marché international du Québec.

En 2011, le volume de touristes français au Québec a augmenté de 8,3 %, pour un total de 334 000 visites-province, ce qui constitue la meilleure performance des cinq dernières années pour ce marché. On observe une hausse du volume de visites dans la même mesure pour les autres marchés ciblés (+ 7,5 %), et une légère baisse pour le marché américain (- 1,0 %). Contrairement à la France, les autres marchés ciblés ne performant pas à la hauteur de ce que l'on observait préalablement à la récession de 2008-2009, toujours sur le plan du volume de touristes.

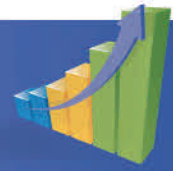
Malgré une hausse du volume de touristes, les dépenses des Français au Québec ont diminué de 2,2 % en 2011, comparativement à l'année précédente. Comme la durée de séjour moyenne est demeurée stable, cette légère baisse des dépenses pourrait s'expliquer en partie par la conjoncture économique difficile qu'a connue la France en 2011. Les Français auraient donc choisi de visiter le Québec tout de même, en dépensant moins. De plus, en 2011, plus de Français ont visité le Québec dans le cadre d'une visite de parents et amis, ce qui pourrait aussi expliquer la baisse des dépenses. Pour l'ensemble des marchés internationaux, les dépenses des touristes ont augmenté de 1,6 %, tandis que le volume a augmenté de 2,8 %.

Figure 3.1.1  
Volume et dépenses des touristes français au Québec, 2007-2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)



3. Les touristes français au Québec  
 3.1 Performance du marché français

 Tableau 3.1.1  
 Les touristes internationaux au Québec selon le marché d'origine (en visites-province), 2007-2011

Année	France			États-Unis			Autres marchés ciblés			Autres pays			Tous les marchés		
	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)
2007	281	9,2		1 979	65,0		547	18,0		239	7,8		3 046	100,0	
2008	313	10,4	11,2	1 837	61,2	-7,2	568	18,9	3,9	285	9,5	19,3	3 003	100,0	-1,4
2009	296	10,9	-5,5	1 727	63,5	-6,0	439	16,1	-22,7	259	9,5	-9,1	2 720	100,0	-9,4
2010	308	10,8	4,4	1 809	63,5	4,7	465	16,3	6,0	266	9,3	2,7	2 848	100,0	4,7
2011	334	11,4	8,3	1 791	61,2	-1,0	500	17,1	7,5	303	10,4	14,1	2 928	100,0	2,8

Δ : Variation annuelle

 Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

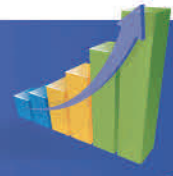
 Tableau 3.1.2  
 Les dépenses des touristes internationaux au Québec selon le marché d'origine, 2007-2011

Année	France			États-Unis			Autres marchés ciblés			Autres pays			Tous les marchés		
	Dépenses (M\$)	%	Δ (%)	Dépenses (M\$)	%	Δ (%)	Dépenses (M\$)	%	Δ (%)	Dépenses (M\$)	%	Δ (%)	Dépenses (M\$)	%	Δ (%)
2007	318	14,4		1 147	52,0		487	22,1		253	11,5		2 204	100,0	
2008	390	16,9	22,6	1 067	46,4	-6,9	535	23,3	10,0	310	13,5	22,2	2 302	100,0	4,4
2009	371	17,9	-4,9	984	47,7	-7,8	423	20,5	-20,9	287	13,9	-7,2	2 066	100,0	-10,3
2010	360	17,0	-2,9	1 029	48,5	4,6	436	20,5	2,9	297	14,0	3,4	2 122	100,0	2,7
2011	352	16,3	-2,2	1 044	48,4	1,4	444	20,6	1,8	316	14,7	6,4	2 156	100,0	1,6

Δ : Variation annuelle

 Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

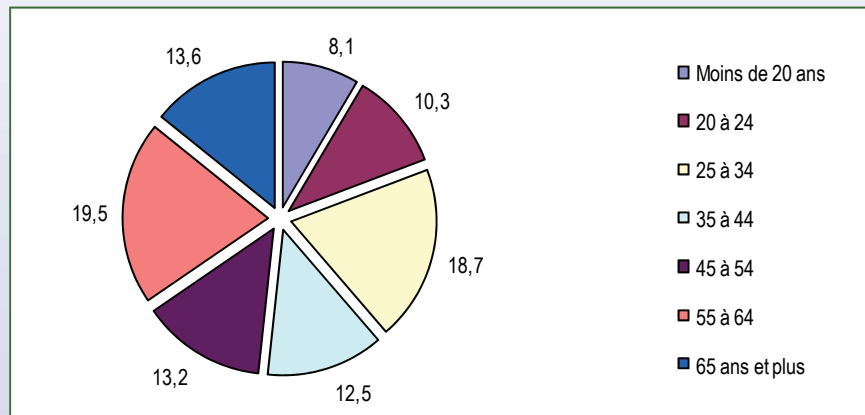


### 3.2 Profil des touristes français au Québec

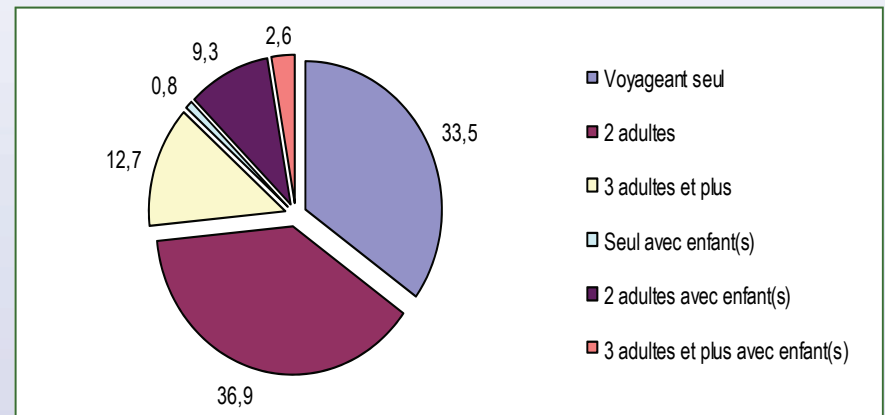
La répartition des touristes français au Québec est plutôt égale entre les groupes d'âge et le groupe le plus nombreux est celui des 55 à 64 ans, avec 19,5 % du total. En 2011, un peu plus du tiers des touristes français au Québec avaient moins de 35 ans, environ 25 % avaient entre 35 et 54 ans et le tiers avaient plus de 55 ans. En ce qui concerne la composition des groupes de voyage, on observe que la majorité (70,4 %) des touristes français visitant le Québec sont des personnes seules ou voyageant à deux, probablement des couples. Les familles (un ou des adultes voyageant avec un ou des enfants) ne composent que 12,8 % des groupes de voyage.

Figure 3.2.1  
Répartition des touristes français au Québec selon le groupe d'âge (%), 2011



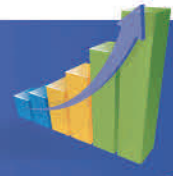
Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)

Figure 3.2.2  
Répartition des touristes français au Québec selon la composition du groupe de voyage (%), 2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)

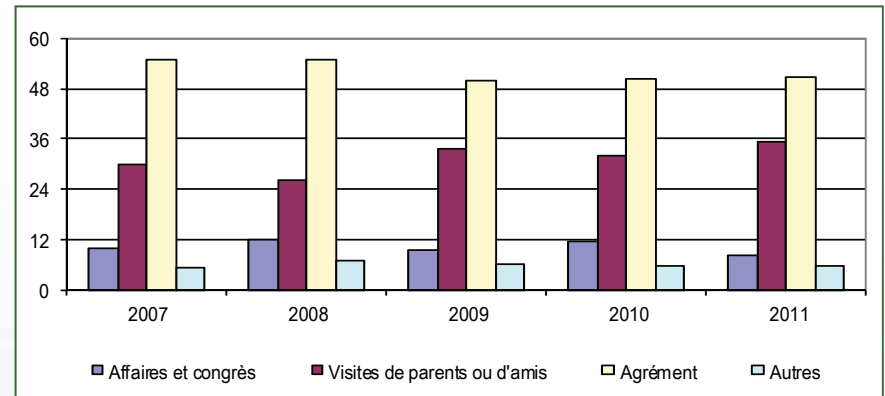




En 2011, les touristes français visitaient majoritairement le Québec dans le cadre d'un voyage d'agrément (50,6 %), tandis que les visites de parents ou d'amis étaient le but de voyage principal de plus du tiers d'entre eux (35,2 %).

On observe que les visites de parents et amis ont amené plus de touristes au Québec en 2011 que lors des quatre années précédentes, tandis que l'inverse s'est produit pour les voyages d'affaires et de congrès.

Figure 3.2.3  
**Répartition du nombre de touristes français au Québec selon le but de voyage (%), 2007-2011**



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)



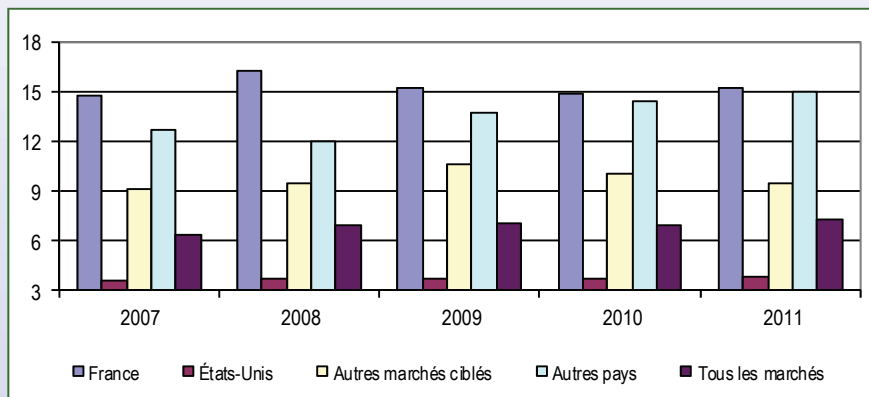
3. Les touristes français au Québec  
3.2 Profil des touristes français au Québec



Les dépenses moyennes par séjour des Français ont diminué légèrement en 2011, passant de 1 167 \$ en 2010 à 1 054 \$. Au cours de leur séjour au Québec, les touristes français dépensent un peu plus que la moyenne des touristes des autres marchés ciblés. Cela s'explique en partie par le fait qu'en moyenne les touristes français effectuent au Québec des séjours plus longs (15,2 jours en 2011) que les touristes des autres marchés ciblés (9,5 jours en 2011).

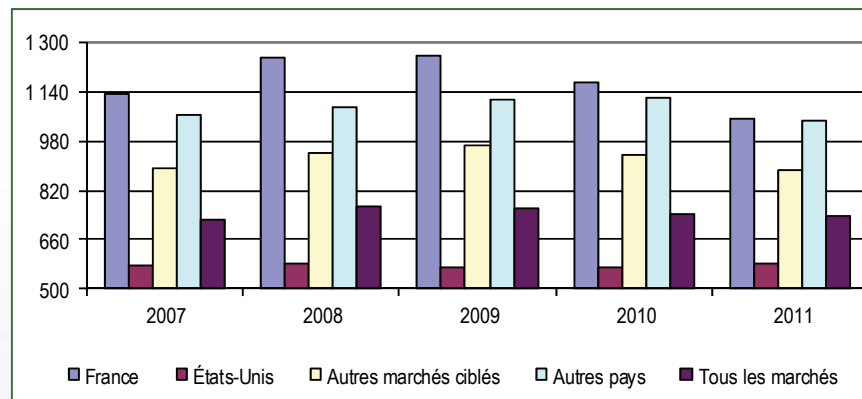
Par ailleurs, les dépenses moyennes par nuitée des touristes français au Québec sont moins élevées que celles de la moyenne des touristes américains et des autres marchés ciblés.

Figure 3.2.5  
**Durée moyenne de séjour des touristes internationaux au Québec (jours), 2007-2011**



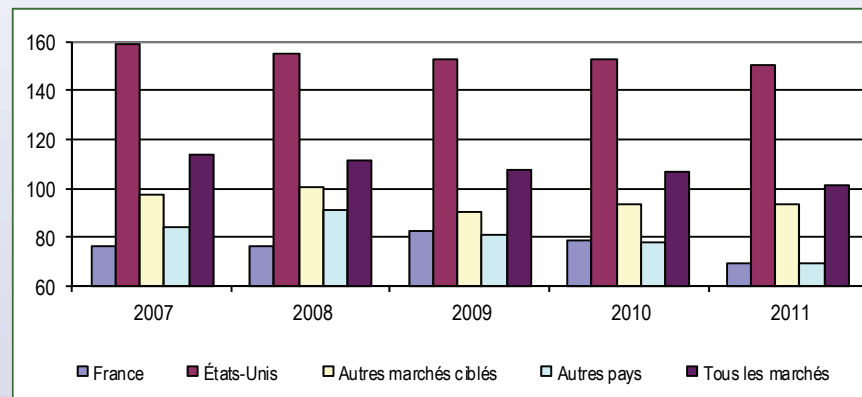
Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

Figure 3.2.4  
**Dépenses moyennes par séjour des touristes internationaux au Québec (\$), 2007-2011**



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

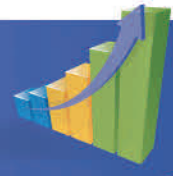
Figure 3.2.6  
**Dépenses moyennes par nuitée des touristes internationaux au Québec (\$), 2007-2011**



Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)



## 3. Les touristes français au Québec



## 3.3 Les touristes français dans les régions touristiques du Québec

En 2011, seulement 29,8 % des visites-régions<sup>3</sup> des Français avaient pour but la région de Montréal, comparativement à 50,7 % en moyenne pour les touristes des autres marchés ciblés. Parmi tous les touristes internationaux les Français sont indiscutablement ceux qui visitent la plus grande variété de régions touristiques au Québec.

Les données confirment que les Français profitent de leur séjour au Québec pour visiter un grand nombre de régions touristiques, notamment celles de Manicouagan, du Saguenay-Lac-Saint-Jean et de la Gaspésie.

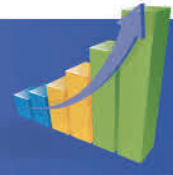
Tableau 3.3.1  
Répartition des touristes internationaux au Québec selon la région touristique (en visites-régions), 2011

Région touristique	France		États-Unis		Autres marchés ciblés		Autres pays		Tous les marchés	
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Volume (000)	%
<b>Total</b>	<b>738</b>	<b>100,0</b>	<b>2 077</b>	<b>100,0</b>	<b>827</b>	<b>100,0</b>	<b>411</b>	<b>100,0</b>	<b>4 052</b>	<b>100,0</b>
Région de Québec	203	27,5	527	25,4	235	28,5	79	19,2	1 044	25,8
Montréal	220	29,8	977	47,0	419	50,7	251	61,1	1 867	46,1
Autres régions	315	42,7	573	27,6	172	20,8	81	19,7	1 141	28,2

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)

<sup>3</sup>. Notons que, durant un voyage au Québec, un touriste peut faire plus d'une visite-région, soit une pour chaque région touristique visitée.





#### 4. DONNÉES SUR LE TRANSPORT AÉRIEN

##### 4.1 Sièges disponibles à bord des vols en provenance de la France

Bon an mal an, la grande majorité des sièges disponibles à bord des vols directs en provenance de la France vers le Canada se trouvent sur des vols à destination de l'aéroport de Montréal-PET (70,3 % en 2011). Cependant, il faut garder à l'esprit que les vols de la France vers le Canada transportent aussi bien des Français se rendant au Canada que des Canadiens revenant de France.

En 2011, le nombre de sièges disponibles à bord des vols directs de la France vers les aéroports de Montréal et de Québec a augmenté de 5,2 % par rapport à l'année précédente.

La grande majorité de ces sièges disponibles sont offerts sur des vols provenant de l'aéroport de Paris-De Gaulle, mais on en trouve aussi sur des vols en provenance d'autres aéroports, par exemple ceux de Lyon, de Marseille et de Toulouse. Encore une fois, ces sièges disponibles sont proposés aussi bien aux Canadiens qu'aux Français, pour circuler entre les deux pays, et leurs fluctuations ne sont donc pas uniquement liées aux comportements des touristes français visitant le Québec.

Tableau 4.1.1  
**Nombre de sièges disponibles à bord des vols directs en provenance de la France vers les aéroports canadiens, 2008-2011**

Aéroport de destination	2008		2009		2010		2011	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
<b>Total</b>	<b>992 055</b>	<b>100,0</b>	<b>990 992</b>	<b>100,0</b>	<b>1 031 846</b>	<b>100,0</b>	<b>1 137 433</b>	<b>100,0</b>
Calgary	15 473	1,6	5 082	0,5	7 260	0,7	7 338	0,6
<b>Montréal-PET</b>	<b>721 879</b>	<b>72,8</b>	<b>708 106</b>	<b>71,5</b>	<b>758 062</b>	<b>73,5</b>	<b>800 137</b>	<b>70,3</b>
Ottawa	2 100	0,2	-	-	-	-	-	-
<b>Québec</b>	<b>31 001</b>	<b>3,1</b>	<b>36 933</b>	<b>3,7</b>	<b>34 474</b>	<b>3,3</b>	<b>33 852</b>	<b>3,0</b>
Toronto	217 246	21,9	233 248	23,5	226 256	21,9	283 638	24,9
Vancouver	4 356	0,4	7 623	0,8	5 794	0,6	12 468	1,1

Source : Association internationale du transport aérien (IATA), 2008 à 2011 (compilation spéciale)



## 4. Données aériennes

## 4.1 Sièges disponibles à bord des vols en provenance de la France

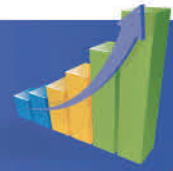


Tableau 4.1.2

Nombre de sièges disponibles à bord des vols directs en provenance de la France vers les aéroports de Montréal et de Québec, 2008-2011

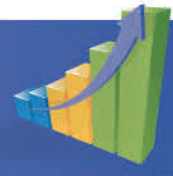
Aéroport de destination	Aéroport de provenance	2008		2009		2010		2011		Δ (%) 2011/2010
		Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	
<b>Total</b>		<b>752 880</b>	<b>100,0</b>	<b>745 039</b>	<b>100,0</b>	<b>792 536</b>	<b>100,0</b>	<b>833 989</b>	<b>100,0</b>	<b>5,2</b>
<b>Montréal-PET</b>										
	Paris-De Gaulle	586 121	77,9	582 631	78,2	632 579	79,8	656 990	78,8	3,9
	Paris-Orly	56 030	7,4	53 139	7,1	49 976	6,3	45 311	5,4	-9,3
	<b>sous-total</b>	<b>642 151</b>	<b>85,3</b>	<b>635 770</b>	<b>85,3</b>	<b>682 555</b>	<b>86,1</b>	<b>702 301</b>	<b>84,2</b>	<b>2,9</b>
	Bordeaux	8 190	1,1	7 980	1,1	8 400	1,1	10 707	1,3	27,5
	Lyon	18 882	2,5	17 583	2,4	18 003	2,3	23 805	2,9	32,2
	Marseille	18 633	2,5	17 163	2,3	17 946	2,3	23 370	2,8	30,2
	Nantes	8 553	1,1	8 610	1,2	8 820	1,1	11 328	1,4	28,4
	Nice	15 180	2,0	10 920	1,5	11 436	1,4	13 941	1,7	21,9
	Toulouse	10 290	1,4	10 080	1,4	10 902	1,4	14 685	1,8	34,7
<b>Québec</b>										
	Paris-De Gaulle	22 719	3,0	26 274	3,5	22 362	2,8	29 340	3,5	31,2
	Paris-Orly	8 282	1,1	6 460	0,9	3 230	0,4	-	-	-
	<b>sous-total</b>	<b>31 001</b>	<b>4,1</b>	<b>32 734</b>	<b>4,4</b>	<b>25 592</b>	<b>3,2</b>	<b>29 340</b>	<b>3,5</b>	<b>14,6</b>
	Bordeaux	-	-	-	-	1 623	0,2	-	-	-
	Marseille	-	-	-	-	4 029	0,5	4 512	0,5	12,0
	Nantes	-	-	4 199	0,6	3 230	0,4	-	-	-

Δ : Variation

Note : Seuls les vols en provenance de l'aéroport de Paris-De Gaulle sont offerts à l'année, les autres ne sont pas offerts durant la saison hivernale.

Source : Association internationale du transport aérien (IATA), 2008 à 2011 (compilation spéciale)





## 4.2 Principales routes aériennes entre la France et le Québec

Plusieurs vols directs sont disponibles entre la France et le Québec. Sans surprise, la grande majorité (85,1 %) des passagers qui se déplacent entre la France et le Québec le font à bord d'un vol direct et la route la plus empruntée est le vol direct entre Paris-De Gaulle et Montréal-PET. La majorité des passagers qui voyagent entre la France et la ville de Québec le font aussi à bord d'un vol direct à partir de l'aéroport Paris-De Gaulle. Notons que les parts de marché présentées concernent les vols dans les deux directions, entre la France et le Québec.

Tableau 4.2.1

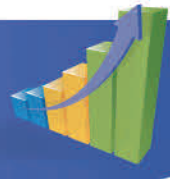
**Part de marché des principales routes aériennes entre la France et le Québec (% de sièges occupés), 2011**

Type de vol	Itinéraire			Part de marché (%)
<b>Direct</b>				<b>85,1</b>
	Paris-De Gaulle	-	Montréal-PET	54,3
	Paris-Orly	-	Montréal-PET	8,0
	Paris-De Gaulle	-	Québec	4,8
	Lyon	-	Montréal-PET	4,3
	Marseille	-	Montréal-PET	3,7
	Toulouse	-	Montréal-PET	2,7
	Nice	-	Montréal-PET	2,5
	Nantes	-	Montréal-PET	2,0
	Bordeaux	-	Montréal-PET	2,0
	Marseille	-	Québec	0,7
<b>Indirect</b>				<b>14,9</b>
	Paris-De Gaulle	Montréal-PET	Québec	2,0
	Nice	Paris-De Gaulle	Montréal-PET	0,9
	Marseille	Paris-De Gaulle	Montréal-PET	0,8
	Toulouse	Paris-De Gaulle	Montréal-PET	0,8
	Lyon	Paris-De Gaulle	Montréal-PET	0,7
	Bordeaux	Paris-De Gaulle	Montréal-PET	0,7
	Montpellier	Paris-De Gaulle	Montréal-PET	0,4
	Nantes	Paris-De Gaulle	Montréal-PET	0,4
	Paris-De Gaulle	London-Heathrow	Montréal-PET	0,4
	Nice	London-Heathrow	Montréal-PET	0,4
	Autres	Autres	Montréal-PET	5,9
	Autres	Autres	Québec	1,1
	Autres	Autres	Autres	0,5

Note : Le nombre total de sièges occupés sur ces routes aériennes était, en 2011, de 920 758. Cela inclut les sièges occupés par des passagers dans les deux directions.

Source : Association internationale du transport aérien (IATA), 2011 (compilation spéciale)





## RÉFÉRENCES

ASSOCIATION INTERNATIONALE DU TRANSPORT AÉRIEN (AITA), (compilation spéciale).

BANQUE DU CANADA, taux de change.

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (CIA). *The World Factbook*, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME (CCT). *Regard approfondi sur le marché de la France*, 2010.

CCT. *Veille touristique mondiale 2011, rapport sommaire*, France.

Expedia.com, *2011 Vacation Deprivation Study*, <http://media.expedia.com/media/content/expus/graphics/other/pdf/vacation-deprivation-fact-sheetnov2011.pdf>

MINISTÈRE DES FINANCES ET DE L'ÉCONOMIE, *Notes sur l'économie et le commerce, la France*, [http://www.mdeie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents\\_soutien/exportation/notes\\_economie/note\\_economie\\_france.pdf](http://www.mdeie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents_soutien/exportation/notes_economie/note_economie_france.pdf), 28 mai 2012.

STATISTIQUE CANADA. *Enquête sur les voyages internationaux, 2007 à 2011*.

STATISTIQUE CANADA, *Enquête sur les voyages internationaux : dénombrement à la frontière, 2010 et 2011*.

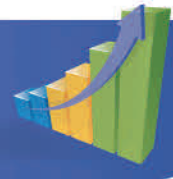
TNS SOFRES. *Baromètre des préoccupations des Français*, <http://www.tns-sofres.com/points-de-vue/87D1C02A9B704D77B94D141244DCC657.aspx>, octobre 2012.

OXFORD ECONOMICS, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics.

U.S. Census Bureau, International Data Base, <http://www.census.gov/population/international/data/idb/informationGateway.php>







## DÉFINITIONS

**Autres marchés ciblés** : Les marchés ciblés excluant les États-Unis et le ou les pays dont il est question dans le présent profil statistique.

**Buts du voyage** : Les principales raisons pour lesquelles les visiteurs ont fait un voyage : pour l'agrément (vacances, congé, agrément), pour la visite de parents et d'amis, pour les affaires et les congrès (raisons liées au travail) et pour d'autres buts (raisons personnelles).

**Dépenses touristiques** : Dépenses effectuées au Québec par tous les visiteurs.

**Entrées à la frontière du Canada** : Nombre de touristes internationaux (résidents des États-Unis et des autres pays que les États-Unis) qui entrent au Canada par les différents bureaux d'entrée de l'Agence des services frontaliers du Canada.

**Excursionnistes** : Personnes qui ont fait un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de leur ville, dont la distance à l'aller est d'au moins 40 kilomètres.

**Marchés ciblés** : France, Australie, France, Brésil, Chine, Corée du Sud, France, États-Unis, France, Inde, France, Japon, France, France, Suisse.

**Produit intérieur brut (PIB)** : Valeur sans double compte des biens et des services produits au cours d'une période donnée. Le PIB réel correspond à une estimation en volume sous la forme de dollars réels, c'est-à-dire en tenant compte de l'effet de l'inflation.

**Sièges disponibles** : Sièges offerts par les compagnies aériennes et destinés à être occupés par des passagers. Ces sièges n'ont pas nécessairement été vendus.

**Sièges occupés** : Sièges vendus à des passagers par les compagnies aériennes.

**Tourisme** : Les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. (*Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT)*).

**Touristes** : Personnes qui ont fait un voyage d'une nuit ou plus, mais d'une durée de moins de un an, à l'extérieur de leur ville et qui ont utilisé de l'hébergement commercial ou privé.

**Visites-province** : Voyages qui ont été faits dans une province. À noter qu'une visite-province peut inclure plusieurs visites-régions.

**Visites-régions** : Voyages qui ont été faits dans une région touristique.

**Visiteurs** : Terme qui englobe à la fois les touristes et les excursionnistes.



1. Contexte économique et démographique
- 1.1 Données économiques



Tableau 1  
Données économiques de la France, 2007-2015

Indicateur	Année								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012*	2013*	2014*	2015*
PIB réel (Δ%)	2,2	-0,2	-3,0	1,6	1,7	0,0	0,5	1,2	1,2
Taux de chômage (%)	8,0	7,4	9,1	9,3	9,2	10,0	10,4	10,2	10,0
Revenu personnel disponible (Δ%)	5,1	3,3	0,5	2,0	2,6	1,8	2,2	2,6	2,6
Indice des prix à la consommation (Δ%)	1,5	2,8	0,1	1,5	2,1	2,0	1,6	1,6	1,4

Δ : Variation annuelle

\* Prévisions

Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007 à 2015  
(mise à jour du 3 octobre 2012)

Tableau 2  
Classement des marchés ciblés et du Canada selon le PIB par habitant (\$ PPA internationaux courants), 2011

Pays	Rang	PIB
Allemagne	18	39 211,46
Australie	17	39 438,16
Belgique	19	38 605,22
Brésil	72	11 719,23
Canada	16	40 440,20
Chine	90	8 465,83
Corée du Sud	30	30 253,81
Espagne	27	32 423,72
États-Unis	9	48 441,56
<b>France</b>	<b>24</b>	<b>34 993,42</b>
Inde	119	3 651,99
Italie	26	32 927,55
Japon	25	34 293,68
Mexique	56	15 269,90
Royaume-Uni	23	35 493,81
Suisse	8	49 151,40

Source : La Banque mondiale, Base de données du programme international de comparaison de la Banque mondiale, Indicateurs du développement dans le monde  
(données extraites le 5 octobre 2012)





1. Contexte économique et démographique
- 1.2 Données démographiques

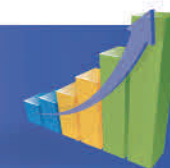
Tableau 1  
Structure d'âge de la population française, 2011 et 2021

Structure d'âge	2011		2021		Δ (%)
	Nombre (000)	%	Nombre (000)	%	
<b>Total</b>	<b>65 296</b>	<b>100,0</b>	<b>68 073</b>	<b>100,0</b>	<b>4,3</b>
Moins de 25 ans	20 116	30,8	20 550	30,2	2,2
25-34 ans	8 064	12,4	7 936	11,7	-1,6
35-44 ans	8 885	13,6	8 118	11,9	-8,6
45-54 ans	8 807	13,5	8 825	13,0	0,2
55-64 ans	8 298	12,7	8 500	12,5	2,4
65 ans et plus	11 125	17,0	14 143	20,8	27,1
<b>Composantes de la variation de la population - 2011</b>					
Natalité brute par 1000 habitants	12,8				
Mortalité brute par 1000 habitants	8,7				
Nombre net d'immigrants par 1000 habitants	1,1				
<b>Apport des composantes à la variation de la population - 2011</b>					
Accroissement naturel de la population	78,7 %				
Apport migratoire	21,3 %				

Δ : Variation

Source : US Census Bureau, International Data Base, 2011 et 2021  
(données extraites le 3 juillet 2012)





- 2. Comportements de voyage des touristes français dans le monde et au Canada
- 2.1 Les touristes français dans le monde

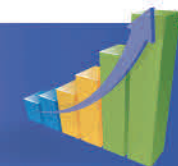
Tableau 1  
Évolution du nombre de touristes français selon la destination, 2007 et 2011

Destination	2007		2011		Écart	Δ (%)
	Volume	%	Volume	%		
<b>Le Monde</b>	<b>38 469 043</b>	<b>100,0</b>	<b>41 146 303</b>	<b>100,0</b>	<b>2 677 260</b>	<b>7,0</b>
Europe	27 072 547	70,4	28 019 404	68,1	946 857	3,5
Afrique	5 218 407	13,6	5 385 046	13,1	166 639	3,2
Amériques	3 350 538	8,7	3 935 087	9,6	584 549	17,4
Asie	2 181 265	5,7	2 941 085	7,1	759 820	34,8
Moyen-Orient	646 286	1,7	865 681	2,1	219 395	33,9
<i>Canada</i>	<i>374 785</i>	<i>1,0</i>	<i>460 185</i>	<i>1,1</i>	<i>85 400</i>	<i>22,8</i>

Δ : Variation

Source : Oxford Economics, Tourism Economics, Tourism Decision Metrics, 2007 et 2011  
(mise à jour du 30 mai 2012)





2. Comportements de voyage des touristes français dans le monde et au Canada  
 2.2 Les touristes français au Canada

Tableau 1

Entrées des touristes français à la frontière du Canada selon le mois et la province d'entrée, novembre 2010 à octobre 2011

Saison	Canada		Québec		Ontario		Colombie-Britannique		Autres provinces et territoires	
	Volume	%	Volume	%	Volume	%	Volume	%	Volume	%
<b>Novembre 2010 à octobre 2011</b>	<b>457 148</b>	<b>100,0</b>	<b>340 256</b>	<b>100,0</b>	<b>78 082</b>	<b>100,0</b>	<b>23 948</b>	<b>100,0</b>	<b>14 862</b>	<b>100,0</b>
<b>Saison hivernale<sup>1</sup></b>										
novembre 2010	15 421	3,4	11 539	3,4	2 723	3,5	737	3,1	422	2,8
décembre 2010	26 967	5,9	20 820	6,1	4 303	5,5	1 205	5,0	639	4,3
janvier 2011	21 409	4,7	16 758	4,9	3 207	4,1	867	3,6	577	3,9
février 2011	27 615	6,0	22 900	6,7	3 058	3,9	929	3,9	728	4,9
mars 2011	20 140	4,4	15 567	4,6	2 878	3,7	1 151	4,8	544	3,7
avril 2011	29 616	6,5	21 374	6,3	5 666	7,3	1 440	6,0	1 136	7,6
<b>Hiver 2010 - 2011</b>	<b>141 168</b>	<b>30,9</b>	<b>108 958</b>	<b>32,0</b>	<b>21 835</b>	<b>28,0</b>	<b>6 329</b>	<b>26,4</b>	<b>4 046</b>	<b>27,2</b>
<b>Saison estivale<sup>2</sup></b>										
mai 2011	35 642	7,8	26 550	7,8	6 298	8,1	2 028	8,5	766	5,2
juin 2011	43 092	9,4	31 448	9,2	7 693	9,9	2 675	11,2	1 276	8,6
juillet 2011	70 519	15,4	51 672	15,2	11 484	14,7	4 750	19,8	2 613	17,6
août 2011	71 983	15,7	51 987	15,3	12 137	15,5	4 616	19,3	3 243	21,8
septembre 2011	59 505	13,0	42 638	12,5	12 637	16,2	2 429	10,1	1 801	12,1
octobre 2011	35 239	7,7	27 003	7,9	5 998	7,7	1 121	4,7	1 117	7,5
<b>Été 2011</b>	<b>315 980</b>	<b>69,1</b>	<b>231 298</b>	<b>68,0</b>	<b>56 247</b>	<b>72,0</b>	<b>17 619</b>	<b>73,6</b>	<b>10 816</b>	<b>72,8</b>

1. La saison hivernale chevauche deux années civiles et s'étend de novembre à avril.

2. La saison estivale s'étend de mai à octobre d'une même année civile.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux : dénombrement à la frontière*, 2010 et 2011 (compilation spéciale)

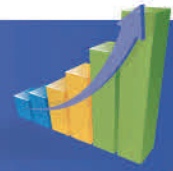
Tableau 2

Valeur de l'euro exprimée en dollar canadien (moyenne trimestrielle), 2007-2011

Année	Trimestre	Euro (\$ CAD)
2007	1er	1,5354
	2e	1,4810
	3e	1,4367
	4e	1,4230
2008	1er	1,5057
	2e	1,5783
	3e	1,5620
	4e	1,5951
2009	1er	1,6217
	2e	1,5890
	3e	1,5694
	4e	1,5604
2010	1er	1,4406
	2e	1,3073
	3e	1,3438
	4e	1,3766
2011	1er	1,3487
	2e	1,3934
	3e	1,3835
	4e	1,3788

Source : Banque du Canada, Taux de change, 2007 à 2011 (données extraites le 2012-08-22)





3. Les touristes français au Québec  
 3.2 Profil des touristes français au Québec

Tableau 1

**Les touristes français au Québec selon le groupe d'âge et la composition du groupe de voyage (en visites-province), 2011**

Caractéristique	Volume	%
<b>Total</b>	<b>333 900</b>	<b>100,0</b>
<b>Groupe d'âge</b>		
Moins de 20 ans	27 200	8,1
20 à 24	34 400	10,3
25 à 34	62 300	18,7
35 à 44	41 700	12,5
45 à 54	44 000	13,2
55 à 64	65 200	19,5
65 ans et plus	45 500	13,6
Non disponible	13 700	4,1
<b>Composition du groupe de voyage</b>		
Non disponible	13 700	4,1
Voyageant seul	112 000	33,5
2 adultes	123 100	36,9
3 adultes et plus	42 300	12,7
Seul avec enfant(s)	2 800	0,8
2 adultes avec enfant(s)	31 200	9,3
3 adultes et plus avec enfant(s)	8 800	2,6

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2011 (compilation spéciale)

Tableau 2

**Les touristes français au Québec selon le but de voyage (en visites-province), 2007-2011**

But de voyage	2007		2008			2009			2010			2011		
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>100,0</b>	<b>313</b>	<b>100,0</b>	<b>11,2</b>	<b>296</b>	<b>100,0</b>	<b>-5,5</b>	<b>308</b>	<b>100,0</b>	<b>4,4</b>	<b>334</b>	<b>100,0</b>	<b>8,3</b>
Affaires et congrès	28	9,9	38	12,1	35,6	29	9,7	-23,9	36	11,6	25,1	28	8,4	-21,7
Visites de parents ou d'amis	84	30,0	82	26,1	-3,2	100	33,9	22,7	99	31,9	-1,6	118	35,2	19,4
Agrément	154	54,9	171	54,8	10,9	148	50,1	-13,6	156	50,6	5,3	169	50,6	8,4
Autres	15	5,2	22	7,0	50,7	19	6,3	-15,0	18	5,9	-2,7	19	5,8	5,5

Δ : Variation annuelle

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)



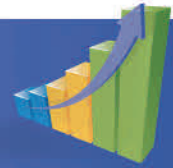

 3. Les touristes français au Québec  
 3.2 Profil des touristes français au Québec

 Tableau 3  
**Les touristes internationaux au Québec selon le marché d'origine (en visites-province), 2007-2011**

Marché	2007	2008	2009	2010	2011
<b>France</b>					
Volume (000)	281	313	296	308	334
Nuitées (000)	4 153	5 083	4 507	4 589	5 074
Dépenses (M\$)	318	390	371	360	352
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>14,8 jrs</i>	<i>16,3 jrs</i>	<i>15,3 jrs</i>	<i>14,9 jrs</i>	<i>15,2 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>1 130 \$</i>	<i>1 246 \$</i>	<i>1 254 \$</i>	<i>1 167 \$</i>	<i>1 054 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>77 \$</i>	<i>77 \$</i>	<i>82 \$</i>	<i>78 \$</i>	<i>69 \$</i>
<b>États-Unis</b>					
Volume (000)	1 979	1 837	1 727	1 809	1 791
Nuitées (000)	7 226	6 893	6 450	6 750	6 935
Dépenses (M\$)	1 147	1 067	984	1 029	1 044
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>3,7 jrs</i>	<i>3,8 jrs</i>	<i>3,7 jrs</i>	<i>3,7 jrs</i>	<i>3,9 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>579 \$</i>	<i>581 \$</i>	<i>570 \$</i>	<i>569 \$</i>	<i>583 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>159 \$</i>	<i>155 \$</i>	<i>153 \$</i>	<i>152 \$</i>	<i>151 \$</i>
<b>Autres marchés ciblés</b>					
Volume (000)	547	568	439	465	500
Nuitées (000)	4 988	5 346	4 673	4 677	4 754
Dépenses (M\$)	487	535	423	436	444
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>9,1 jrs</i>	<i>9,4 jrs</i>	<i>10,6 jrs</i>	<i>10,1 jrs</i>	<i>9,5 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>890 \$</i>	<i>943 \$</i>	<i>964 \$</i>	<i>936 \$</i>	<i>887 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>98 \$</i>	<i>100 \$</i>	<i>91 \$</i>	<i>93 \$</i>	<i>93 \$</i>
<b>Autres pays</b>					
Volume (000)	239	285	259	266	303
Nuitées (000)	3 025	3 405	3 554	3 814	4 547
Dépenses (M\$)	253	310	287	297	316
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>12,7 jrs</i>	<i>12,0 jrs</i>	<i>13,7 jrs</i>	<i>14,3 jrs</i>	<i>15,0 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>1 061 \$</i>	<i>1 087 \$</i>	<i>1 110 \$</i>	<i>1 119 \$</i>	<i>1 043 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>84 \$</i>	<i>91 \$</i>	<i>81 \$</i>	<i>78 \$</i>	<i>70 \$</i>
<b>Tous les marchés</b>					
Volume (000)	3 046	3 003	2 720	2 848	2 928
Nuitées (000)	19 392	20 726	19 185	19 830	21 310
Dépenses (M\$)	2 204	2 302	2 066	2 122	2 156
<i>Durée moyenne de séjour (nuitées)</i>	<i>6,4 jrs</i>	<i>6,9 jrs</i>	<i>7,1 jrs</i>	<i>7,0 jrs</i>	<i>7,3 jrs</i>
<i>Dépenses moyennes par séjour</i>	<i>724 \$</i>	<i>767 \$</i>	<i>759 \$</i>	<i>745 \$</i>	<i>736 \$</i>
<i>Dépenses moyennes par nuitée</i>	<i>114 \$</i>	<i>111 \$</i>	<i>108 \$</i>	<i>107 \$</i>	<i>101 \$</i>

 Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)




- 3. Les touristes français au Québec
- 3.3 Les touristes français dans les régions touristiques du Québec

Tableau 1  
Répartition des touristes français au Québec selon la région touristique (en visites-régions), 2007-2011

Région touristique	2007		2008			2009			2010			2011		
	Volume (000)	%	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)	Volume (000)	%	Δ (%)
<b>Total</b>	<b>727</b>	<b>100,0</b>	<b>807</b>	<b>100,0</b>	<b>10,9</b>	<b>733</b>	<b>100,0</b>	<b>-9,2</b>	<b>717</b>	<b>100,0</b>	<b>-2,1</b>	<b>738</b>	<b>100,0</b>	<b>2,9</b>
02 Gaspésie	31	4,2	38	4,8	24,7	36	4,8	-7,6	34	4,8	-3,9	33	4,5	-3,2
03 Bas-Saint-Laurent	29	4,0	14	1,7	-52,6	18	2,5	34,3	14	2,0	-21,7	30	4,0	104,9
04 Région de Québec	164	22,5	193	23,9	18,2	170	23,2	-12,1	168	23,5	-1,0	203	27,5	20,7
07 Mauricie	38	5,3	36	4,5	-5,0	42	5,7	15,7	40	5,6	-4,5	30	4,1	-24,4
08 Cantons-de-l'Est	14	2,0	14	1,8	-1,4	9	1,3	-35,2	18	2,5	91,3	17	2,3	-4,0
09 Montérégie	12	1,7	21	2,6	67,5	19	2,6	-7,3	14	2,0	-24,6	14	1,9	-2,8
11 Laurentides	34	4,7	36	4,4	4,7	31	4,2	-13,7	23	3,2	-25,6	27	3,7	19,1
12 Montréal	216	29,6	233	28,9	8,0	215	29,3	-7,7	227	31,7	5,8	220	29,8	-3,4
13 Outaouais	7	0,9	13	1,6	90,9	14	1,9	8,7	7	1,0	-47,4	6	0,8	-13,9
15 Saguenay-Lac-Saint-Jean	49	6,7	57	7,1	18,1	47	6,4	-18,2	43	6,0	-8,7	41	5,6	-3,3
16 Manicouagan	56	7,7	60	7,4	6,4	51	6,9	-15,1	52	7,2	2,6	48	6,5	-7,1
Autres régions	79	10,8	93	11,5	17,7	82	11,1	-11,8	76	10,6	-6,6	68	9,2	-10,5

Δ : Variation annuelle

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2011 (compilation spéciale)

