



CANADA

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes - Sources : DGE, INSEE, Atout-France



HÔTELS

soit
73 150
nuitées en 2018



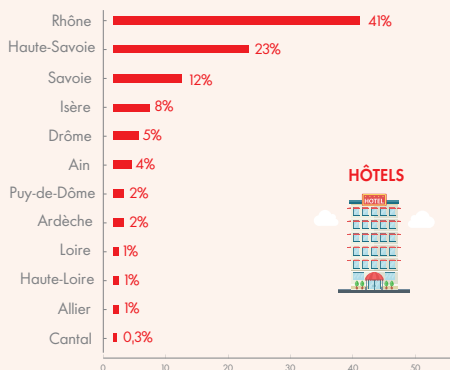
12^{ème}
clientèle internationale



+37%
en 6 ans

Les départements privilégiés

Rhône	Haute-Savoie	Savoie
41%	23%	12%
des nuitées	des nuitées	des nuitées



HÔTELS



L'HÔTELLERIE

Auvergne-Rhône-Alpes est la 3^{ème} région hôtelière pour l'accueil des Canadiens, derrière l'Ile-de-France et PACA.

Répartition par catégorie d'étoiles	MILLIERS DE NUITÉES	POIDS DANS LE TOTAL	VARIATION 2017/2018
	▼	▼	▼
NON CLASSES	5	7%	+21%
★ et ★★	15	21%	+28%
★★★	25	34%	+6%
★★★★ et ★★★★★	28	38%	+8%
TOTAL	73	100%	+12%

DONNEES DE CADRAGE



LA FRANCE EST

1^{ère}

DESTINATION
EUROPÉENNE
POUR LE QUÉBEC

un peu moins

D'1
MILLION
d'arrivées
en 2017

Elle occupe la

14^{ème}
place des marchés
pourvoyeurs
de touristes
internationaux

Le Canada est

12^{ème}
EN TERMES
DE NUITÉES

avec

10,75
MILLIONS
de nuitées sur
l'ensemble du territoire

Avec son territoire immense et une population multi-ethnique, le Canada comporte des profils de consommateurs extrêmement diversifiés : d'une part, une clientèle mature québécoise francophone principalement composée de répétiteurs et, d'autre part, des primo-visiteurs anglophones aux origines européennes ou asiatiques. Les Canadiens ont des réflexes nord-américains et répondent aux messages forts, à l'émotion.

DONNEES EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

PROFIL

En lien avec la stratégie du bureau canadien d'Atout-France, les actions d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme viseront des cibles prioritaires.



des couples séniors



les jeunes



les familles

Il faut fidéliser les clientèles du Québec et de l'Ontario en leur proposant une offre sans cesse renouvelée grâce à la promotion des événements tant culturels que sportifs.

VALLÉE DE
GASTRONOMIE
FRANCE

La région doit continuer d'être perçue en tant que destination gourmande, axe sur lequel la Vallée de la Gastronomie aura son rôle à jouer.



136€

DEPENSE MOYENNE
par jour et par personne
inférieure à celle de la
clientèle internationale.
(142€)

TYPES DE VOYAGES

Les Canadiens voyagent principalement de façon indépendante (FIT) et choisissent surtout des itinéraires personnalisés plutôt que des programmes organisés. Cet attrait nouveau pour l'itinérance encourage Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme à proposer une expérience différente autour de :

la ViaRhôna



les croisières
fluviales

Ils souhaitent éviter l'attraction touristique et vivre à la façon « locale ». On note également un engouement pour certains pour les vacances actives, avec des niches montantes.



le ski



le cyclotourisme

HEBERGEMENT

La connectivité aérienne via Air Transat et Air Canada, favorise la métropole de Lyon à détenir la première place en termes de nuitées hôtelières (avec plus de 40%) sur l'ensemble de la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Ils accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement.

Une part moins importante en revanche pour le shopping

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme sera donc présent sur le MTS (Mountain Travel Symposium) avec 14 stations alpines.

La destination sera vendue grâce à ses avantages concurrentiels : un hébergement et un forfait de ski plus compétitifs que les concurrents américains. Notons qu'outre les tarifs, la destination ski bénéficie de la « French Touch », un dépaysement expérientiel pour cette clientèle.