

# Indicateurs de la performance touristique du Québec au 1<sup>er</sup> trimestre 2016

*Août 2016*

## Faits saillants du 1<sup>er</sup> trimestre 2016

Hausse prévue des dépenses des touristes au Québec en 2016	+ 5,1 %
Hausse des entrées de touristes internationaux à la frontière du Canada par le Québec	+ 21,1 %
Hausse du nombre moyen d'unités de location occupées quotidiennement au Québec	+ 3,5 %
Hausse du nombre d'emplois dans les secteurs associés au tourisme au Québec	+ 2,6 %
Valeur estimée des projets d'investissement en tourisme au Québec	261,9 M\$

## Table des matières



**C**ontexte

2



**I**ndicateurs économiques

4



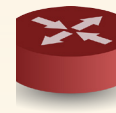
**D**énombrément des touristes à la frontière du Canada

6



**E**mplois dans le secteur du tourisme

8



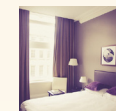
**B**aromètre d'opinion

3



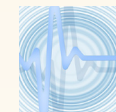
**A**ccessibilité aérienne

5



**F**réquentation des établissements d'hébergement

7



**R**ésumé

9

## Indicateurs de la performance touristique du Québec au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

### Contexte

#### À propos de la situation économique

L'année 2016 s'ouvre alors que 2015 a été globalement décevante en termes de croissance économique. Le commerce mondial était au ralenti et il a même enregistré une légère baisse au premier trimestre de 2016 selon l'Organisation mondiale du commerce. L'année 2015 a également confirmé la baisse des prix du pétrole, facteur qui influe grandement sur les échanges commerciaux.

Les principaux marchés cibles du Québec n'ont connu qu'une faible augmentation de leur PIB en 2015 et, parmi ceux-ci, le Brésil a subi une baisse. Par ailleurs, Desjardins ne prévoit que très peu de changements à cet égard pour 2016 et 2017. À noter cependant que les prévisions pour les États-Unis et l'Ontario sont bonnes, ce qui devrait s'avérer positif pour le Québec.

#### Variation du PIB réel des principaux marchés ciblés par le Québec (%), 2014-2017

Marché	15/14	16/15p	17/16p
Canada	1,1	1,3	2,4
<b>Québec</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>	<b>1,8</b>
Ontario	2,6	2,7	2,8
États-Unis	2,4	2,0	2,5
Allemagne	1,4	1,7	1,6
France	1,2	1,6	1,6
Royaume-Uni	2,3	1,9	2,2
Chine	6,9	6,5	6,2
Brésil	- 3,9	- 3,7	0,7
Mexique	2,5	2,4	2,8
<b>Monde</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,6</b>

p : prévisions

Source : « Études économiques », dans DESJARDINS, *Prévisions économiques et financières*, le 20 juin 2016.

#### Prévisions de la variation des dépenses des touristes dans les quatre principales provinces (%), 2016-2018

Province	2016p	2017p	2018p
<b>Québec</b>	<b>5,1</b>	<b>6,6</b>	<b>4,3</b>
Ontario	4,8	5,2	4,8
Alberta	4,2	5,2	5,0
Colombie-Britannique	5,6	5,8	5,5

p : prévisions

Source : « Tourism Insights for Canada, the Provinces, and Yukon », dans THE CONFERENCE BOARD OF CANADA, *Travel Markets Outlook*, printemps 2016.

L'incertitude quant au référendum sur le Brexit ainsi que la crise économique et politique au Brésil sont les événements qui ont le plus retenu l'attention au premier trimestre de 2016 dans les principaux marchés cibles du Québec.

#### À propos des dépenses des touristes

Selon le Conference Board du Canada, les prévisions de croissance des dépenses des touristes sont positives pour 2016, 2017 et 2018, et l'Alberta devrait renouer avec la croissance. Toujours selon le Conference Board, le Québec se démarquerait en 2017 par rapport aux autres provinces, surtout en raison des célébrations entourant le 375<sup>e</sup> anniversaire de Montréal.

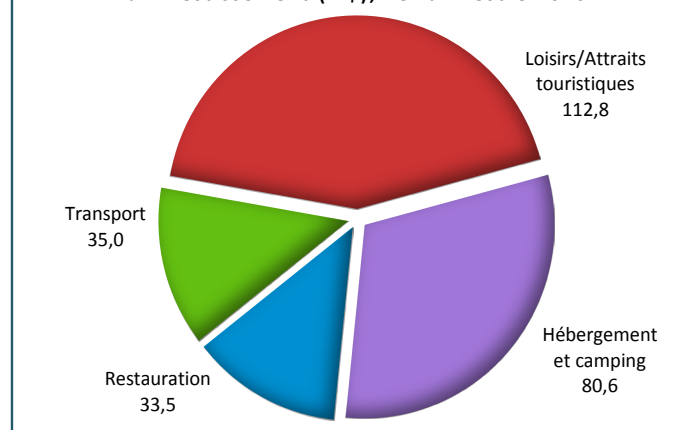
#### À propos des investissements au Québec

Les investissements annoncés ont atteint plus de 260 millions de dollars au Québec au premier trimestre de 2016. Le secteur des attractions accapare la plus grande part de ceux-ci, soit 43 % de l'ensemble.

#### Les projets d'investissement en tourisme au Québec (M\$), 2016

Type de projet	1er trimestre		Cumulatif annuel	
	Nombre	Coût	Nombre	Coût
20 M\$ et plus	5	155,8	5	155,8
Moins de 20 M\$	18	106,1	18	106,1
Indéterminé	9	..	9	..
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>261,9</b>	<b>32</b>	<b>261,9</b>

#### Répartition des projets d'investissement en tourisme au Québec selon le secteur d'investissement (M\$), 1er trimestre 2016



.. : donnée non disponible

Compilation du ministère du Tourisme

Source : LES ENTREPRISES SVOBODA M.V. INC., *L'indicateur des projets au Québec*, 2016.

## Indicateurs de la performance touristique du Québec au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

### B aromètre d'opinion

Variation de la valeur moyenne de l'indice de confiance des consommateurs pour les principaux marchés ciblés par le Québec, 2015-2016

Marché	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
Canada	- 18,4	- 18,4
<b>Québec</b>	<b>- 8,1</b>	<b>- 8,1</b>
Ontario	- 20,5	- 20,5
États-Unis	- 4,0	- 4,0
Allemagne	0,4	0,4
France	5,4	5,4
Royaume-Uni	- 6,6	- 6,6
Chine	- 4,7	- 4,7
Brésil	- 3,1	- 3,1
Mexique	- 1,3	- 1,3

Compilation du ministère du Tourisme

Sources : CONFERENCE BOARD DU CANADA, *Index of consumer confidence*.

« Economic Sentiment Indicator », dans EUROPEAN COMMISSION, *Economic and Financial Affairs, Economic databases and indicators*.

« Index of Consumer Sentiment », dans UNIVERSITY OF MICHIGAN, *Surveys of Consumers*.

TRADING ECONOMICS, *Confiance des consommateurs*.

#### L'indice de confiance des consommateurs au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- À l'exception de la France et de l'Allemagne, l'indice de confiance des consommateurs a diminué dans tous les principaux marchés ciblés du Québec par rapport à 2015. L'Ontario affichait la baisse la plus importante, soit plus de 20 points d'écart.

#### L'indice touristique du ministère du Tourisme (MTO) au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- Au Québec, les entrepreneurs et les professionnels du tourisme ont jugé que le premier trimestre de 2016 était plutôt à la hausse par rapport à 2015, et ce, à tout point de vue. Les conditions météorologiques ont été considérées comme particulièrement favorables, et les personnes sondées se sont également montrées confiantes pour le mois d'avril.

#### À propos de l'année 2016

- À l'exception du Royaume-Uni et du Brésil, l'indice de confiance était à la hausse dans tous les principaux marchés ciblés par le Québec en 2015. L'absence de reprise économique, la stagnation des échanges commerciaux et un climat politique instable sur plusieurs marchés risquent de plomber cette confiance dans la première moitié de l'année 2016, et des variations à la baisse comme celles observées au premier trimestre risquent de caractériser l'année. Au final, le moral des consommateurs devrait fluctuer au rythme des événements qui se dérouleront d'ici la fin du mois de juillet.
- Les entrepreneurs et les professionnels du tourisme du Québec ne se sont pas montrés très enthousiastes en 2015. Ils étaient cependant confiants pour 2016, et les résultats de ce premier trimestre devraient les encourager. Des fluctuations à la hausse sont donc à prévoir pour l'indice touristique du Ministère.

#### Variation de l'indice touristique du ministère du Tourisme, 2015-2016

Indice	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
<b>1. INDICE D'ENSEMBLE</b>	<b>9,0</b>	<b>9,0</b>
<b>2. CONDITIONS POUR LA PÉRIODE</b>	<b>12,6</b>	<b>12,6</b>
Achalandage touristique	11,1	11,1
Revenu	9,8	9,8
Chiffre d'affaires	10,3	10,3
Conditions météorologiques	22,8	22,8
<b>3. PERSPECTIVE</b>	<b>4,8</b>	<b>4,8</b>
Achalandage touristique	2,1	2,1
Information et réservations	7,5	7,5

Source : Ministère du Tourisme du Québec, 2015 et 2016.

## Indicateurs de la performance touristique du Québec au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

### Indicateurs économiques

#### Le dollar canadien au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- Le dollar canadien a faibli, comparativement à 2015, face au dollar américain, à l'euro et à la livre sterling. Il s'agit d'une baisse de 10,5 % par rapport à la devise américaine (0,13 \$), de 8,6 % par rapport à l'euro (0,12 \$) et de 4,8 % par rapport à la livre sterling (0,09 \$).

#### Le prix de l'essence ordinaire à la pompe au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- Le prix de l'essence était en baisse par rapport à 2015, et ce, dans tous les principaux centres urbains du Canada. C'est dans les régions de Montréal et d'Edmonton que la baisse a été la plus prononcée.

#### L'indice implicite des prix de la demande touristique au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- Oltre les services de transport qui ont perdu 3,2 points par rapport à 2015, la valeur moyenne des services touristiques a augmenté, notamment en ce qui a trait aux services d'hébergement et de restauration.
- Globalement cependant, la valeur moyenne des biens et services touristiques affichait une légère baisse par rapport à 2015, alors que celle des dépenses touristiques totales est demeurée stable.

#### À propos de l'année 2016

- Un regain de l'économie mondiale ne semble pas prévisible à court terme, et rien n'indique que les prix du pétrole vont remonter ou que le dollar canadien reprendra de la vigueur. Ces deux constats pourraient être favorables à l'industrie touristique du Québec, mais l'instabilité sur la majorité des marchés cibles ou traditionnels du Québec pourrait atténuer cet effet positif.

#### Valeur moyenne du dollar américain et de l'euro en dollar canadien, 2015-2016

Devise	2015		2016	
	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
Dollar américain	1,24	1,24	1,37	1,37
Euro	1,40	1,40	1,52	1,52
Livre sterling	1,88	1,88	1,97	1,97

Compilation du ministère du Tourisme

Source : BANQUE DE CANADA, *Moyennes mensuelles des taux de change, 2015 et 2016.*

#### Valeur moyenne du prix de l'essence ordinaire à la pompe selon le centre urbain (\$), 2015-2016

Centre urbain	2015		2016	
	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
Québec	1,03	1,03	0,95	0,95
Montréal	1,11	1,11	0,99	0,99
Ottawa-Gatineau	0,97	0,97	0,88	0,88
Toronto	0,99	0,99	0,93	0,93
Edmonton	0,82	0,82	0,72	0,72
Calgary	0,86	0,86	0,79	0,79
Vancouver	1,15	1,15	1,10	1,10
Victoria	1,08	1,08	1,03	1,03

Compilation du ministère du Tourisme

Source : STATISTIQUE CANADA, CANSIM, Tableau 326-0009 - *Essence et mazout, prix de détail moyens selon le centre urbain*, extraction faite le 2016-07-06.

#### Variation de la valeur moyenne de l'indice implicite des prix de la demande touristique, 2015-2016

Type de service	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
Biens et services touristiques	- 0,2	- 0,2
Services de transport	- 3,2	- 3,2
Services d'hébergement	3,5	3,5
Services de restauration	3,2	3,2
Autres biens et services touristiques	1,8	1,8
Total, dépenses touristiques	0,0	0,0

Compilation du ministère du Tourisme

Source : STATISTIQUE CANADA, CANSIM, Tableau 387-0008 - *Indices implicites de prix, demande touristique, données trimestrielles désaisonnalisées*, extraction faite le 2016-07-06.

## Indicateurs de la performance touristique du Québec au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

### Accessibilité aérienne

#### Variation du nombre de sièges disponibles sur les vols de passagers dans les quatre principales provinces (%), 2015-2016

Province de destination	Provenance	1er trimestre		Annuel	
		Vols directs	Vols avec escales	Vols directs	Vols avec escales
Québec	Reste du Canada	5,9	- 8,4	5,9	- 8,4
	États-Unis	9,2	- 16,1	9,2	- 16,1
	Autres pays	4,0	48,1	4,0	48,1
Ontario	Reste du Canada	6,4	- 6,4	6,4	- 6,4
	États-Unis	5,1	- 79,2	5,1	- 79,2
	Autres pays	7,1	8,3	7,1	8,3
Alberta	Reste du Canada	6,5	- 6,7	6,5	- 6,7
	États-Unis	- 7,8	- 7,6	- 7,8	- 7,6
	Autres pays	8,4	26,0	8,4	26,0
Colombie-Britannique	Reste du Canada	8,1	- 28,9	8,1	- 28,9
	États-Unis	3,5	69,8	3,5	69,8
	Autres pays	13,7	78,2	13,7	78,2

Compilation du ministère du Tourisme

Source : DATA IN INTELLIGENCE OUT (DIIO), 2015 et 2016.

#### Estimation de la variation du nombre de sièges disponibles sur les vols de passagers dans les quatre principales provinces (%), 2016-2017

Province de destination	1er trimestre
Québec	1,8
Ontario	4,7
Alberta	- 0,9
Colombie-Britannique	3,4

Compilation du ministère du Tourisme

Source : DATA IN INTELLIGENCE OUT (DIIO), 2015 et 2016.

#### L'accessibilité aérienne au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- Le nombre de sièges disponibles sur les vols directs a augmenté presque partout et sur pratiquement tous les marchés par rapport à 2015. Seule l'Alberta affichait une baisse à cet égard sur les vols directs en provenance des États-Unis.
- L'offre de sièges disponibles sur les vols avec escales a varié considérablement dans les quatre principales provinces par rapport à 2015. Le Québec s'en tire très bien sur les marchés outre-mer, mais il a affiché une baisse significative sur les marchés intérieur et américain. L'Alberta et l'Ontario ont observé une situation analogue avec des variations parfois énormes par rapport à 2015. De son côté, la Colombie-Britannique a perdu des parts de marché au Canada, mais l'augmentation du nombre de sièges disponibles en provenance des marchés internationaux a de quoi la réjouir.
- À noter, cependant, que la très grande variabilité du nombre de sièges disponibles sur les vols avec escales n'a que peu d'impacts sur l'offre totale, car ils ne représentent, en moyenne, que 7 % de celle-ci. En Ontario, par exemple, l'offre sur les vols avec escales en provenance des États-Unis ne représente même pas 2 % de la capacité aérienne totale pour ce marché.

#### À propos de l'année 2016

- L'aviation civile et les grandes compagnies aériennes programment les vols de passagers plusieurs mois à l'avance. Le calendrier ainsi établi change peu en général, mais certains événements peuvent le perturber et pousser les compagnies aériennes à revoir leur planification. Ainsi, certaines d'entre elles ont déjà prévu réduire leur offre vers le Royaume-Uni cet hiver en raison du vote en faveur de sa sortie de l'Union européenne. Les récents événements survenus en France et en Allemagne ainsi que les tensions en Turquie pourraient également amener les transporteurs à modifier leur planification. Une surveillance accrue devra être exercée au cours des prochains mois afin de mesurer l'impact de ces événements sur le Canada et le Québec.

#### Perspectives pour le 1<sup>er</sup> trimestre de 2017

- Le nombre de sièges disponibles, tous vols confondus, ne devrait pas varier beaucoup au premier trimestre de 2017. Les vols prévus en ce moment indiquent une augmentation de 1,8 % du nombre de sièges disponibles pour le Québec.

## Indicateurs de la performance touristique du Québec au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

### Dénombrement des touristes à la frontière du Canada

#### Les entrées de touristes internationaux au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- L'année 2016 a débuté avec une hausse importante du nombre des entrées de touristes internationaux à la frontière du Canada par rapport à 2015. La hausse était observable dans les quatre principales provinces canadiennes, notamment au Québec qui affichait les meilleurs résultats.
- L'Alberta semble avoir laissé ses mauvais résultats de l'année 2015 derrière elle, notamment en raison d'une augmentation significative du nombre de ses entrées de touristes en provenance du marché américain.
- À l'exception de l'Alberta, les entrées de touristes en provenance des marchés outre-mer ont progressé de plus de 10 % par rapport à 2015.

Variation des entrées de touristes internationaux au Canada  
selon les quatre principales provinces d'entrée (%), 2015-2016

Province d'entrée	Indicateur	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
Québec	États-Unis	27,1	27,1
	Autres pays	10,6	10,6
	Total	21,1	21,1
Ontario	États-Unis	18,8	18,8
	Autres pays	10,8	10,8
	Total	16,5	16,5
Alberta	États-Unis	11,3	11,3
	Autres pays	- 1,0	- 1,0
	Total	7,3	7,3
Colombie-Britannique	États-Unis	20,1	20,1
	Autres pays	11,8	11,8
	Total	17,2	17,2

Compilation du ministère du Tourisme

Source : STATISTIQUE CANADA, *Enquête sur les voyages internationaux : dénombrement à la frontière, 2015 et 2016.*

Variation des entrées de touristes internationaux au Québec  
en provenance des principaux marchés d'outremer ciblés par le  
Québec (%), 2015-2016

Marché	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
Allemagne	17,7	17,7
Brésil	16,76	16,76
Chine	217,49	217,49
France	4,5	4,5
Mexique	20,2	20,2
Royaume-Uni	7,0	7,0

Compilation du ministère du Tourisme

Source : STATISTIQUE CANADA, *Enquête sur les voyages internationaux : dénombrement à la frontière, 2015 et 2016.*

**Cliquez ici** pour consulter, sur le site institutionnel du ministère du Tourisme du Québec, les données de l'enquête sur le dénombrement à la frontière du Canada.

- Au Québec, les principaux marchés cibles étaient tous en hausse, et le Brésil a rebondi après une année 2015 plutôt difficile.

#### Les touristes canadiens revenant au pays au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- Les touristes canadiens ont été beaucoup moins nombreux à visiter les États-Unis en 2015, et cette baisse de fréquentation s'est poursuivie en ce début d'année 2016. C'est l'Ontario qui affichait la réduction la plus importante par rapport au premier trimestre de 2015.
- Les destinations outre-mer ont continué d'exercer un attrait sur les Canadiens, mais la hausse est cependant moins marquée qu'en 2015. À l'exception de l'Ontario, l'augmentation du nombre de Canadiens ayant voyagé dans les autres pays que les États-Unis est inférieure à 5 %.

#### À propos de l'année 2016

- Le taux de change du dollar américain étant toujours favorable du point de vue touristique, il est permis de croire que le marché américain continuera de progresser par rapport à 2015.
- Concernant les marchés européens, il sera intéressant d'observer leur comportement à la suite du résultat du référendum sur le Brexit et des récents attentats en France et en Allemagne.
- Le marché brésilien reste douteux en raison de la situation politique et économique du Brésil et de la tenue des Jeux Olympiques de Rio.
- L'annonce de la levée de l'imposition du visa pour les visiteurs mexicains, qui prendra effet le 1<sup>er</sup> décembre 2016, pourrait avoir un impact sur leurs intentions de voyage et inciter ceux-ci à reporter un éventuel séjour au Canada au-delà de cette date.
- La Chine reste une valeur sûre, et tout indique que ce marché continuera de progresser

Variation des entrées de touristes canadiens revenant au pays  
selon les quatre principales provinces d'entrée (%), 2015-2016

Province d'entrée	Indicateur	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
Québec	États-Unis	- 7,2	- 7,2
	Autres pays	3,4	3,4
	Total	- 1,6	- 1,6
Ontario	États-Unis	- 15,6	- 15,6
	Autres pays	11,0	11,0
	Total	- 4,8	- 4,8
Alberta	États-Unis	- 12,3	- 12,3
	Autres pays	0,1	0,1
	Total	- 7,3	- 7,3
Colombie-Britannique	États-Unis	- 11,8	- 11,8
	Autres pays	4,9	4,9
	Total	- 6,3	- 6,3

Compilation du ministère du Tourisme

Source : STATISTIQUE CANADA, *Enquête sur les voyages internationaux : dénombrement à la frontière, 2015 et 2016.*

## Indicateurs de la performance touristique du Québec au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

### Fréquentation des établissements d'hébergement

#### Variation des indicateurs de la fréquentation quotidienne des établissements d'hébergement au Québec, tous les établissements (%), 2015-2016

Indicateur	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
Unités disponibles ( $\Delta$ 2016/2015)	0,5	0,5
Unités occupées ( $\Delta$ 2016/2015)	3,5	3,5
Taux d'occupation moyen (écart 2016/2015)	1,5	1,5
Prix quotidien moyen ( $\Delta$ 2016/2015)	2,6	2,6
Revenu moyen par unité disponible ( $\Delta$ 2016/2015)	5,8	5,8

$\Delta$  : Variation

Compilation du ministère du Tourisme

Source : INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, *Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement du Québec, 2015 et 2016.*

#### Cliquez ici

pour consulter, sur le site institutionnel du ministère du Tourisme du Québec, les données de l'enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement du Québec.

#### Indicateurs de la fréquentation quotidienne de certains établissements d'hébergement dans les grandes villes canadiennes (%), 2015-2016

Ville	Taux d'occupation moyen écart 2016/2015		Prix quotidien moyen $\Delta$ 2016/2015		Revenu moyen par unité disponible $\Delta$ 2016/2015	
	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
Vancouver	4,7	4,7	8,1	8,1	16,3	16,3
Calgary	- 10,1	- 10,1	- 9,9	- 9,9	- 25,3	- 25,3
Toronto	2,9	2,9	10,4	10,4	15,5	15,5
Montréal	1,6	1,6	4,3	4,3	7,2	7,2
Québec (ville)	2,8	2,8	4,5	4,5	10,1	10,1
Gatineau	4,7	4,7	5,1	5,1	14,1	14,1

$\Delta$  : Variation

Compilation du ministère du Tourisme

Source : SMITH TRAVEL RESEARCH (STR), 1<sup>er</sup> trimestre de 2016.

#### L'hébergement au Québec au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- Tous les indicateurs de la fréquentation quotidienne des établissements d'hébergement étaient à la hausse pour l'ensemble du Québec par rapport à 2015. De bons résultats qui ont eu un écho dans plusieurs régions touristiques du Québec, alors que dix-sept d'entre elles ont vu leur achalandage augmenter.

#### L'hébergement dans les grandes villes canadiennes au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- Alors que le portrait dans la plupart des grandes villes canadiennes est particulièrement positif, la ville de Calgary a connu un très mauvais premier trimestre par rapport à 2015. L'augmentation du nombre des entrées de touristes américains en Alberta n'a visiblement pas profité à sa métropole.
- Dans l'ensemble, c'est la ville de Vancouver qui affiche les meilleurs résultats, suivie de Toronto et de Gatineau.

#### À propos de l'année 2016

- L'année 2015 n'a pas marqué l'histoire dans le secteur de l'hébergement et, comme les prévisions pour 2016 sont bonnes, les résultats pour l'année à venir devraient être en hausse par rapport à 2015.
- À cet égard, le taux d'occupation, le prix quotidien moyen et le revenu moyen par unité disponible pour l'ensemble du Québec sont les plus élevés des cinq dernières années pour un premier trimestre.

**Note :** L'échantillonnage utilisé par Smith Travel Research est composé en très grande majorité d'hôtels à bannière et ne doivent pas être comparés avec les résultats de l'Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement du Québec réalisé par l'Institut de la statistique du Québec pour le compte du ministère du Tourisme.

## Indicateurs de la performance touristique du Québec au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

### Emplois dans le secteur du tourisme

#### L'emploi au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

- Le nombre des emplois dans les secteurs associés au tourisme a progressé au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique par rapport à 2015, mais de façon très inégale. Au Québec, l'augmentation est inférieure à la moyenne nationale. L'Alberta, pour sa part, affichait un léger recul.
- C'est le secteur de la restauration qui, au Québec, accapare le plus fort pourcentage des emplois associés au tourisme.

#### À propos de l'année 2016

- Comme les emplois sont tributaires de la situation économique et que les prévisions actuelles laissent croire que le Canada fera du surplace en 2016, il ne faut pas s'attendre à une surchauffe dans le secteur de l'emploi touristique.

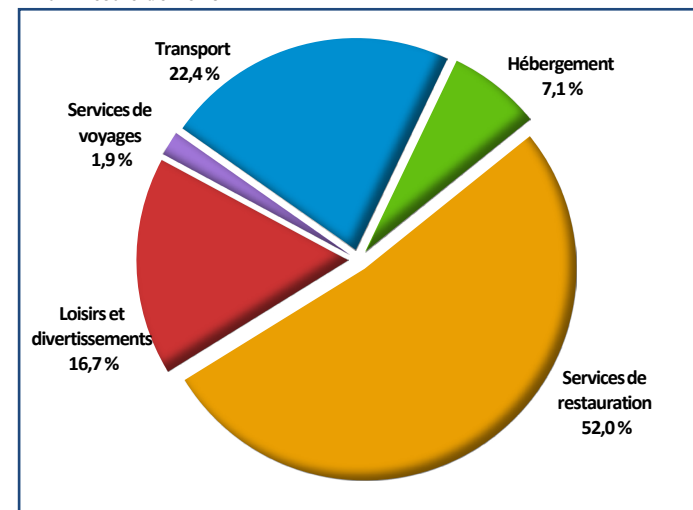
#### Variation des emplois dans les secteurs associés au tourisme (%), 2015-2016

Territoire	1 <sup>er</sup> trimestre	Annuel
Québec	2,6	2,6
Ontario	6,4	6,4
Alberta	- 1,4	- 1,4
Colombie-Britannique	4,1	4,1
<b>Canada</b>	<b>3,5</b>	<b>3,5</b>

Estimation du ministère du Tourisme

Source : STATISTIQUE CANADA, *Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, 2015 et 2016.*

#### Répartition des emplois au Québec selon le secteur d'activité, 1<sup>er</sup> trimestre de 2016



Estimation du ministère du Tourisme

Source : STATISTIQUE CANADA, *Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, 2015 et 2016.*

Note : Les estimations du ministère du Tourisme tendent à surestimer l'importance relative du secteur des transports au détriment des secteurs de l'hébergement et de la restauration.



## Indicateurs de la performance touristique du Québec au 1<sup>er</sup> trimestre de 2016

### Résumé

La situation économique, au niveau mondial, n'avait rien d'exceptionnel en début d'année 2016. L'année 2015 s'est terminée de façon plutôt morose, les échanges commerciaux étaient à la baisse au premier trimestre de 2016 et aucune véritable croissance n'a été observée.

Cependant, à l'exception du Brésil, le PIB des principaux marchés ciblés par le Québec devrait augmenter légèrement en 2016 et 2017 selon Desjardins. De plus, dans un récent communiqué, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) mentionne que l'année 2016 a bien débuté et que la perspective concernant les arrivées de touristes internationaux demeure positive au moins jusqu'en août.

Ces prévisions, ajoutées à celles du Conference Board du Canada, devraient rassurer le milieu de l'industrie touristique. Une industrie qui, au premier trimestre de 2016, comptait déjà pour plus de 260 millions de dollars en projets d'investissements annoncés, et ce, uniquement pour le Québec.

**...malgré une baisse assez généralisée de l'indice de confiance des consommateurs, cette morosité ne semble pas toucher leurs intentions de voyage...**

Les consommateurs étaient également d'humeur maussade en ce premier trimestre, conséquence probable de la conjoncture mondiale. Paradoxalement, malgré une baisse assez généralisée de l'indice de confiance des consommateurs, cette morosité ne semble pas toucher leurs intentions de voyage. Outre les prévisions de l'OMT mentionnées ci-dessus, une récente étude de la firme [MMGY Global](#) indiquait une hausse de 14 % des intentions de voyage des Américains par rapport à 2015. Par ailleurs, un sondage effectué par la firme [Statista](#) révélait que près de 74 % des Français ont l'intention de partir en vacances en 2016, dont 14 % à l'étranger.

Les entrées de touristes internationaux à la frontière du Canada pendant le premier trimestre de 2016 ne reflètent pas non plus la baisse de confiance observée dans presque tous les principaux marchés ciblés par le Québec. Avec une hausse de 17 % pour l'ensemble du Canada (21 % pour le Québec), l'année 2016 débute plutôt sur les chapeaux de roues. Un dynamisme qui a été reconnu et apprécié par les entrepreneurs et les professionnels du tourisme au Québec.

**...rien ne laisse prévoir une hausse subite du prix de l'essence ou de la devise canadienne...**

Le dernier trimestre de 2015 avait déjà mis en évidence l'impact du prix de l'essence et de la faiblesse du dollar canadien sur le choix de vacances des touristes américains qui voyagent en automobile, alors qu'une hausse marquée du nombre des entrées à la frontière en provenance de ce segment de marché avait été constatée dans les quatre principales provinces canadiennes. Ce phénomène s'est accentué au premier trimestre de 2016 et des variations dépassant les 50 % ont même été observées au Québec au mois de mars par rapport au même mois en 2015, aidé en cela par les déplacements entourant la fête de Pâques.

Il est difficile de croire que la croissance continuera à ce rythme encore longtemps, mais rien ne laisse cependant prévoir une hausse subite du prix de l'essence ou de la devise canadienne. On peut donc espérer profiter de cet état de fait encore un peu, et souhaiter que cette situation, qui perdure, encouragera également les touristes Ontariens qui songent à nous visiter à concrétiser leurs intentions de voyage dans les mois à venir.

Par ailleurs, les voyages des Canadiens aux États-Unis ont continué de diminuer, poursuivant le mouvement observé depuis 2014. Pour le premier trimestre de 2016, la baisse pour l'ensemble du Canada était de 13,4 % par rapport à 2015. En nombre absolu, le total de Canadiens revenant des États-Unis est le plus faible depuis 2010 pour un premier trimestre.

**...la conjoncture actuelle permet de penser que les marchés des États-Unis et de la Chine vont continuer de progresser...**

Comme mentionné ci-dessus, le nombre des entrées de touristes internationaux à la frontière du Canada a augmenté de 17 % au premier trimestre de 2016, et les quatre principales provinces canadiennes ont largement contribué à ces résultats. Le nombre des entrées de touristes en provenance des États-Unis a augmenté de plus de 10 % partout par rapport à 2015, et jusqu'à 27 % au Québec. Même observation du côté des touristes en provenance des autres pays que les États-Unis, sauf pour l'Alberta où une légère baisse a été enregistrée.

Les principaux marchés cibles du Québec ont très bien performé, mais pour certains d'entre eux, dont le Brésil et le Mexique, les perspectives à long terme sont incertaines, notamment pour des raisons politiques et économiques. La conjoncture actuelle permet de penser que les marchés des États-Unis et de la Chine vont continuer de progresser, mais les marchés européens sont à surveiller. En effet, il est difficile de prévoir quelle sera la réaction des voyageurs potentiels face aux nombreux actes de violence perpétrés récemment.

L'offre des compagnies aériennes a suivi le mouvement des entrées à la frontière, alors que le nombre total de sièges disponibles pour le Canada a augmenté de 5 % par rapport au premier trimestre de 2015 et de 6 % au Québec. Les trois autres provinces n'étaient pas en reste alors que l'Alberta enregistrait une hausse de 3 %, l'Ontario une augmentation de 4 % et la Colombie-Britannique de 7 %.

**...ce sont d'ailleurs toutes les catégories d'établissement qui ont vu leur achalandage augmenter...**

Le secteur de l'hébergement affichait un certain dynamisme dans l'ensemble du Québec en ce premier trimestre de 2016. Si l'offre est demeurée à peu près stable, l'achalandage a enregistré une hausse de près de 4 % par rapport à 2015. Ce sont d'ailleurs toutes les catégories d'établissement qui ont vu leur achalandage augmenter. Et si le mois de janvier a été un peu plus calme, les résultats de février et mars avaient de quoi satisfaire les hôteliers. Une hausse de 7 % a été observée en février pour les établissements de 4 à 39 unités, et les établissements de 40 à 199 unités ont profité d'une augmentation de 6 % de leur achalandage au mois de mars.

**...la hausse enregistrée au Québec au premier trimestre de 2016 est encourageante, bien qu'elle soit inférieure à la moyenne nationale...**

Les problèmes de main-d'œuvre dans le secteur du tourisme ne sont pas nouveaux. Une étude récente du Conference Board du Canada confirme, encore une fois, qu'une pénurie semble se dessiner et que le Québec ne serait pas épargné. Dans ce contexte, la hausse enregistrée au Québec au premier trimestre de 2016 est encourageante, bien qu'elle soit inférieure à la moyenne nationale. Le Québec a moins bien fait que la Colombie-Britannique ou que l'Ontario, mais il a repris sa place devant l'Alberta, résultat qui était attendu étant donné les difficultés économiques que connaît cette province.

Cela dit, il ne faut cependant pas s'attendre à des performances explosives dans le secteur de l'emploi en 2016 étant donné que les perspectives de croissance économique pour le Canada demeurent très modestes.