

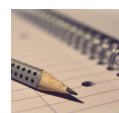
Indicateurs de la performance touristique du Québec au deuxième trimestre 2016

Décembre 2016

Faits saillants du 2^e trimestre 2016

Hausse prévue des dépenses des touristes au Québec en 2016	+ 4,7 %
Hausse des entrées de touristes internationaux à la frontière du Canada par le Québec	+ 1,6 %
Hausse du nombre moyen d'unités de location occupées quotidiennement au Québec	+ 1,5 %
Hausse du nombre d'emplois dans les secteurs associés au tourisme au Québec	+ 2,9 %
Valeur estimée des projets d'investissement en tourisme au Québec	385,7 M\$

Table des matières



Contexte

2



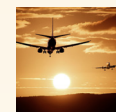
Baromètre d'opinion

3



Indicateurs économiques

4



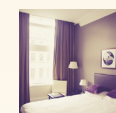
Accessibilité aérienne

5



Dénombrément des touristes à la frontière du Canada

6



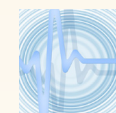
Fréquentation des établissements d'hébergement

7



Emplois dans le secteur du tourisme

8



Résumé

9

Indicateurs de la performance touristique du Québec au deuxième trimestre de 2016

Contexte

À propos de la situation économique

L'Organisation mondiale du commerce (OMC) prévoyait, en avril, que la croissance du commerce international serait modérée en 2016 en raison des incertitudes qui pesaient sur la demande mondiale. Ce sont des prévisions à la baisse que l'OMC rendait publiques en septembre, annonçant qu'à cause d'une baisse plus forte que prévu au premier trimestre et d'une reprise plus faible au deuxième, l'année 2016 afficherait « la croissance du commerce et de la production la plus lente depuis la crise financière de 2009 ».

De son côté, Desjardins a revu à la baisse ses prévisions concernant l'évolution du PIB des principaux marchés touristiques du Québec. Malgré tout, pour 2016 et 2017, c'est une hausse qui est prévue partout, sauf au Brésil, où une baisse est attendue pour 2016.

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

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

p : prévisions

Source : « Études économiques », dans DESJARDINS, *Prévisions économiques et financières*, le 22 septembre 2016.

Estimations et prévisions de la variation des dépenses des touristes dans les quatre principales provinces (%), 2016-2018

Province	2016e	2017p	2018p
Québec	4,7	7,2	5,1
Ontario	5,9	5,7	5,1
Alberta	0,7	5,2	5,0
Colombie-Britannique	7,1	6,0	5,8

e : estimations

p : prévisions

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

Sur la scène nationale, Statistique Canada annonçait un recul du PIB au deuxième trimestre, recul que Desjardins attribue aux feux de forêt de Fort McMurray ainsi qu'à un essoufflement de la demande étrangère.

À propos des dépenses des touristes

Selon la Conférence Board du Canada, les prévisions de croissance des dépenses des touristes demeurent positives pour 2016. Elles ont cependant été ajustées à la baisse pour le Québec et l'Alberta par rapport à celles du printemps 2016, et à la hausse pour l'Ontario et la Colombie-Britannique. Les prévisions pour 2017 restent excellentes pour le Québec et le récent article du *Lonely Planet*, qui place le Canada en tête de liste des pays à visiter en 2017, ne manquera pas d'aider à l'atteinte des résultats prévus.

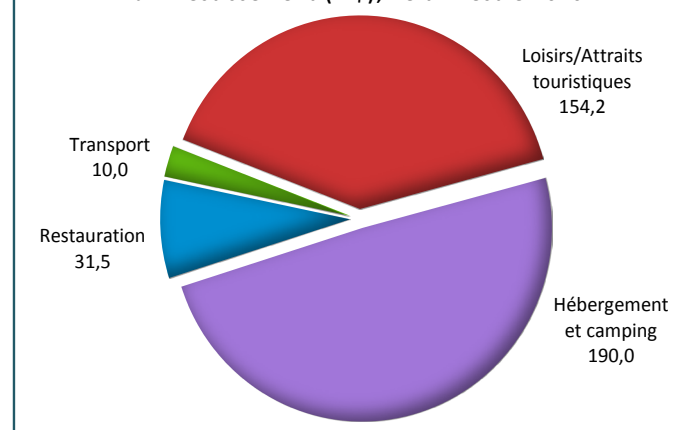
À propos des investissements au Québec

Les investissements annoncés ont atteint plus de 385 millions de dollars au Québec au deuxième trimestre de 2016. C'est le secteur hébergement et camping qui, cette fois-ci, accapare la plus grande part, soit 49 % de l'ensemble.

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

Type de projet	2e trimestre		Cumulatif annuel	
	Nombre	Coût	Nombre	Coût
20 M\$ et plus	3	276,0	8	431,8
Moins de 20 M\$	21	109,7	39	215,8
Indéterminé	16	--	25	--
Total	40	385,7	72	647,6

Répartition des projets d'investissement en tourisme au Québec selon le secteur d'investissement (M\$), 2e 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 deuxième trimestre de 2016

B aromètre d'opinion

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

Marché	2e trimestre	Annuel
Canada	- 0,4	- 9,4
Québec	12,0	2,0
Ontario	1,2	- 9,6
États-Unis	- 1,8	- 2,9
Allemagne	0,6	0,5
France	3,3	4,4
Royaume-Uni	- 5,8	- 6,2
Chine	- 6,5	- 5,6
Brésil	3,2	0,1
Mexique	- 1,6	- 1,5

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 deuxième trimestre de 2016

- Une nette amélioration est constatée au deuxième trimestre dans la plupart des marchés ciblés par le Québec, mais la confiance des consommateurs reste précaire comparativement à celle observée à la même période en 2015. Les écarts sont moins prononcés qu'au premier trimestre et, parmi les marchés en hausse, c'est le Québec qui affiche la plus importante amélioration, avec 12 points d'écart.

L'indice touristique du ministère du Tourisme (MTO) au deuxième trimestre de 2016

- Au Québec, les entrepreneurs et les professionnels du tourisme ont jugé que le deuxième trimestre de 2016 affichait une hausse par rapport aux résultats obtenus en 2015, et ce, à tous points de vue. Les revenus et le chiffre d'affaires ont été évalués comme étant particulièrement bons, et les personnes sondées se sont également montrées confiantes pour la suite des choses.

À propos de l'année 2016

- Sans surprise, l'absence de reprise économique, la stagnation des échanges commerciaux et un climat politique instable dans plusieurs régions du globe ont fait chuter la confiance des consommateurs. Cette morosité ne semble toutefois pas avoir affecté les échanges touristiques à court terme. Dans un communiqué diffusé le 29 septembre, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) annonçait une hausse des arrivées de touristes internationaux pour le premier semestre de 2016, hausse assez semblable à celle observée au cours des deux années précédentes.
- Pour leur part, les entrepreneurs et les professionnels du tourisme du Québec ont constaté une nette amélioration de la situation présente par rapport à celle qui prévalait au premier semestre de 2015. D'ailleurs, après la France, le Québec est le marché où la hausse de l'indice de confiance est la plus élevée pour cette période. Enfin, les perspectives semblent aller dans le même sens.

Écart de l'indice touristique du ministère du Tourisme (valeur moyenne), 2015-2016

Indice	2e trimestre	Annuel
1. INDICE D'ENSEMBLE	4,7	5,8
2. CONDITIONS POUR LA PÉRIODE	3,9	6,1
Achalandage touristique	2,4	4,6
Revenu	5,9	6,9
Chiffre d'affaires	4,5	6,0
Conditions météorologiques	4,6	9,1
3. PERSPECTIVE	6,1	5,8
Achalandage touristique	6,7	5,6
Information et réservations	5,5	6,0

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

Indicateurs de la performance touristique du Québec au deuxième trimestre de 2016

Indicateurs économiques

Le dollar canadien au deuxième trimestre de 2016

- Le dollar américain et l'euro ont continué de s'apprécier face au dollar canadien comparativement à 2015. Quant à la livre sterling, sa valeur relative par rapport au huard se maintient à un niveau élevé.

Le prix de l'essence ordinaire à la pompe au deuxième trimestre de 2016

- Le prix de l'essence ne s'est pas redressé et il était toujours en baisse par rapport à celui affiché en 2015 dans tous les principaux centres urbains du Canada. C'est dans les régions de Montréal et de Québec que la baisse a été la plus prononcée.

L'indice implicite des prix de la demande touristique au deuxième trimestre de 2016

- Outre les services de transport, qui ont perdu 2,8 points par rapport aux prix de 2015, le prix moyen de la majorité des services touristiques a augmenté, notamment en ce qui a trait aux services de restauration et d'hébergement. Globalement cependant, le prix moyen des biens et services touristiques affichait une légère baisse par rapport à celui de 2015, alors que celui des dépenses touristiques totales est demeuré stable.

À propos de l'année 2016

- La devise canadienne a perdu du terrain, au cours du premier semestre, par rapport à sa valeur en 2015. Le prix moyen des biens et services touristiques a légèrement diminué et, dans certaines régions du pays, les prix à la pompe étaient sous la barre des 0,90 \$ le litre.
- Comme nous l'avons déjà mentionné dans des publications précédentes, ce sont des éléments qui peuvent jouer en faveur de l'industrie touristique du Québec, mais que certains facteurs sociaux et économiques peuvent atténuer. Il reste que, malgré une conjoncture qui n'a pas toujours été favorable, les données préliminaires concernant le troisième trimestre 2016 pointent vers un été particulièrement bon pour l'industrie touristique au Québec.

Valeur moyenne du dollar américain, de l'euro et de la livre sterling en dollars canadiens, 2015-2016

Devise	2015		2016	
	2e trimestre	Annuel	2e trimestre	Annuel
Dollar américain	1,23	1,24	1,29	1,33
Euro	1,36	1,38	1,46	1,49
Livre sterling	1,88	1,88	1,85	1,91

Compilation du ministère du Tourisme

Source : BANQUE DU 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	
	2e trimestre	Annuel	2e trimestre	Annuel
Québec	1,17	1,10	1,04	1,00
Montréal	1,24	1,18	1,11	1,05
Ottawa-Gatineau	1,10	1,03	1,03	0,95
Toronto	1,12	1,06	1,05	0,99
Edmonton	0,97	0,90	0,92	0,82
Calgary	1,02	0,94	0,97	0,88
Vancouver	1,31	1,23	1,19	1,14
Victoria	1,23	1,15	1,11	1,07

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 5 octobre 2016.

Écart de l'indice implicite des prix de la demande touristique (valeur moyenne), 2015-2016

Type de service	2e trimestre	Annuel
Biens et services touristiques	- 0,4	- 0,3
Services de transport	- 2,8	- 3,1
Services d'hébergement	2,2	2,9
Services de restauration	3,0	3,1
Autres biens et services touristiques	1,7	1,8
Total, dépenses touristiques	- 0,1	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 5 octobre 2016.

Indicateurs de la performance touristique du Québec au deuxième 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	2e trimestre		Annuel	
		Vols directs	Vols avec escales	Vols directs	Vols avec escales
Québec	Reste du Canada	7,2	- 5,1	6,6	- 6,9
	États-Unis	2,2	- 64,4	5,7	- 45,1
	Autres pays	6,9	35,9	5,4	42,5
Ontario	Reste du Canada	3,0	- 11,7	4,5	- 9,1
	États-Unis	5,6	- 73,6	5,3	- 76,4
	Autres pays	9,4	6,8	8,3	7,5
Alberta	Reste du Canada	- 3,3	- 18,5	1,1	- 13,0
	États-Unis	- 11,5	- 74,7	- 9,6	- 52,9
	Autres pays	1,9	37,9	5,4	30,6
Colombie-Britannique	Reste du Canada	2,7	- 42,2	5,2	- 35,8
	États-Unis	5,8	- 22,5	4,7	3,0
	Autres pays	12,2	25,2	12,9	47,9

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	2e trimestre
Québec	3,8
Ontario	2,9
Alberta	1,8
Colombie-Britannique	2,4

Compilation du ministère du Tourisme

Source : DATA IN INTELLIGENCE OUT (DIIO), 2016 et 2017.

L'accessibilité aérienne au deuxième 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 celui enregistré en 2015. Seule l'Alberta affichait une baisse à cet égard sur les vols intérieurs ainsi que sur ceux en provenance des États-Unis.
- L'offre sur les vols avec escales a varié considérablement dans les quatre principales provinces par rapport à celle de 2015. Les résultats sont excellents sur les marchés outre-mer, mais une baisse marquée a été observée sur les marchés intérieur et américain. Le nombre de sièges disponibles sur les vols avec escales ne représente cependant qu'une très faible part de l'offre totale. Les pertes enregistrées au Québec, par exemple, sont largement compensées par l'augmentation de l'offre sur les vols directs.

À propos de l'année 2016

- De façon générale, pour les six premiers mois de 2016, on observe une augmentation de l'offre sur les vols directs et une diminution du nombre de sièges disponibles sur les vols avec escales. Le portrait est sensiblement le même dans les quatre principales provinces canadiennes. La Colombie-Britannique fait un peu mieux sur le marché américain alors que l'Alberta a éprouvé des difficultés sur ce même marché.
- Sur la scène internationale, les résultats du premier semestre dévoilés par l'OMT, en septembre dernier, semblent suggérer un déplacement des touristes : certaines destinations, comme la France et les États-Unis, n'enregistrent aucun gain, alors que la République de Corée et le Japon affichent une hausse importante par rapport à 2015. Le Canada aurait, pour sa part, connu une croissance de 11 %, ce qui est compatible avec la hausse du nombre de sièges disponibles observée en provenance des marchés outre-mer dans les quatre principales provinces canadiennes.

Perspectives pour le deuxième trimestre de 2017

- Le nombre de sièges disponibles, toutes provenances confondues, devrait augmenter au deuxième trimestre de 2017. Les vols prévus en ce moment indiquent une hausse de 3,8 % du nombre de sièges disponibles pour le Québec.

Indicateurs de la performance touristique du Québec au deuxième trimestre de 2016

Dénombrement des touristes à la frontière du Canada

Les entrées de touristes internationaux au deuxième trimestre de 2016

- Les résultats du deuxième trimestre sont inférieurs à ceux observés au cours du premier trimestre. C'est malgré tout une hausse du nombre des entrées de touristes internationaux à la frontière du Canada qui a été constatée dans les quatre principales provinces canadiennes.
- Le Québec se retrouve en queue de peloton, notamment en raison d'une légère baisse de ses entrées de touristes en provenance des États-Unis. Pour la première fois depuis plusieurs mois, l'Alberta affichait des résultats positifs autant sur le marché américain que sur les marchés outre-mer.
- Au Québec, les principaux marchés d'outre-mer étaient tous en hausse, à l'exception du Mexique. Malgré un indice de confiance à la baisse, le Royaume-Uni a très bien

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

Province d'entrée	Marché	2e trimestre	Annuel
Québec	États-Unis	- 0,6	9,5
	Autres pays	5,8	7,5
	Total	1,6	8,8
Ontario	États-Unis	6,6	11,3
	Autres pays	8,8	9,5
	Total	7,2	10,8
Alberta	États-Unis	7,0	8,5
	Autres pays	1,9	0,9
	Total	5,3	6,0
Colombie-Britannique	États-Unis	8,3	13,0
	Autres pays	12,8	12,4
	Total	9,8	12,8

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	2e trimestre	Annuel
Allemagne	9,8	12,4
Brésil	2,4	6,9
Chine	203,1	207,7
France	5,6	5,2
Mexique	-16,6	-6,4
Royaume-Uni	7,3	7,2

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.

performé. Quant à la Chine, la hausse vertigineuse est essentiellement attribuable à la mise en opération d'une liaison aérienne directe reliant Beijing à Montréal.

Les touristes canadiens revenant au pays au deuxième trimestre de 2016

- Les touristes canadiens aux États-Unis se font toujours moins nombreux qu'en 2015. Pour l'ensemble du Canada, la baisse de fréquentation dépassait les 10 % au deuxième trimestre.
- Le mouvement à la baisse atteint maintenant les destinations outre-mer. Le Québec, l'Alberta et la Colombie-Britannique affichaient tous une diminution du nombre de touristes ayant voyagé dans les pays autres que les États-Unis. Le bilan pour l'ensemble du Canada est toujours positif par rapport à celui de 2015, mais la hausse n'atteint pas 2 % au deuxième trimestre, alors qu'elle était de 6 % pour les trois premiers mois de l'année.

À propos de l'année 2016

- C'est une croissance importante des entrées de touristes internationaux qui a été observée pour ce premier semestre par rapport à 2015, et des résultats préliminaires laissent entrevoir un troisième trimestre également à la hausse au Québec.
- La baisse du nombre de voyages souvent constatée aux États-Unis lors d'une année électorale n'a pour l'instant pas touché le Canada. Le taux de change leur étant toujours favorable, il est permis de croire que le marché américain continuera de progresser par rapport à 2015.
- La tenue des Jeux olympiques au Brésil pourrait provoquer une baisse pour ce marché, et il sera intéressant de surveiller le comportement des touristes britanniques maintenant que les résultats du référendum sur le Brexit sont connus.
- L'annonce de la levée de l'imposition du visa pour les visiteurs mexicains, qui prendra effet le 1er décembre 2016, est peut-être responsable de la baisse observée sur ce marché. Si c'est le cas, il faudra sans doute attendre en décembre pour renouer avec la croissance.

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

Province d'entrée	Marché	2e trimestre	Annuel
Québec	États-Unis	- 9,7	- 8,6
	Autres pays	- 2,2	1,0
	Total	- 6,6	- 4,0
Ontario	États-Unis	- 10,0	- 12,8
	Autres pays	8,5	9,9
	Total	- 3,3	- 4,0
Alberta	États-Unis	- 14,3	- 13,2
	Autres pays	- 9,7	- 3,9
	Total	- 12,8	- 9,8
Colombie-Britannique	États-Unis	- 10,0	- 11,0
	Autres pays	- 6,5	- 0,5
	Total	- 9,0	- 7,8

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 deuxième 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	2e trimestre	Annuel
Unités disponibles (Δ 2016/2015)	1,0	0,7
Unités occupées (Δ 2016/2015)	1,5	2,4
Taux d'occupation moyen (écart 2016/2015)	0,2	0,8
Prix quotidien moyen (Δ 2016/2015)	1,0	1,8
Revenu moyen par unité disponible (Δ 2016/2015)	2,4	3,9

Δ : 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 Δ 2016/2015		Revenu moyen par unité disponible Δ 2016/2015	
	2e trimestre	Annuel	2e trimestre	Annuel	2e trimestre	Annuel
Vancouver	1,6	3,1	6,2	6,5	8,2	11,1
Calgary	- 5,6	- 7,9	- 9,5	- 9,6	- 17,0	- 20,9
Toronto	2,0	2,5	5,3	7,4	8,1	11,3
Montréal	- 2,0	- 0,2	2,9	3,0	0,3	2,6
Québec (ville)	4,0	3,4	0,9	2,2	7,0	8,0
Gatineau	- 0,1	2,3	3,2	3,9	3,2	7,6

Δ : Variation

Compilation du ministère du Tourisme

Source : SMITH TRAVEL RESEARCH (STR), 2^e trimestre de 2016.

L'hébergement au Québec au deuxième trimestre de 2016

- Pour un deuxième trimestre consécutif, tous les indicateurs de la fréquentation quotidienne des établissements d'hébergement étaient à la hausse pour l'ensemble du Québec par rapport aux données obtenues en 2015. De bons résultats qui ont eu un écho dans plusieurs régions touristiques du Québec, alors que 14 d'entre elles ont vu leur achalandage augmenter.

L'hébergement dans les grandes villes canadiennes au deuxième trimestre de 2016

- Montréal et Gatineau ont vu leur taux d'occupation baisser au deuxième trimestre. Calgary continue de connaître une année difficile par rapport à 2015.
- Toronto, Vancouver et Québec ont toutes bien fait. C'est d'ailleurs cette dernière qui affiche la plus forte hausse de son taux d'occupation.

À propos de l'année 2016

- Le Québec connaît une bonne année 2016 jusqu'à maintenant. Après deux années plutôt ternes, ces résultats sont les bienvenus.
- Les résultats observés pour l'ensemble de la province se reflètent sur les régions. Le revenu moyen par unité disponible était à la hausse dans 18 régions touristiques, ce qui témoigne d'une certaine vitalité.

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 deuxième trimestre de 2016

Emplois dans le secteur du tourisme

L'emploi au deuxième trimestre de 2016

- La croissance de l'emploi au Canada et au Québec a été modérée au deuxième trimestre par rapport aux résultats enregistrés en 2015. L'industrie touristique a contribué de façon importante à cette croissance, notamment par l'entremise des services d'hébergement et de restauration.
- La performance du Québec et de l'Alberta a été supérieure à celle observée au cours du premier trimestre. En Ontario et en Colombie-Britannique, un léger fléchissement a été observé par rapport aux résultats enregistrés pendant les trois premiers mois de l'année.

À propos de l'année 2016

- L'Alberta éprouve toujours de la difficulté à retrouver le chemin de la croissance et affiche un bilan négatif pour ce premier semestre. Cependant, malgré une économie au ralenti, les résultats en Ontario, en Colombie-Britannique et au Québec sont positifs et indiquent que les secteurs associés au tourisme ont conservé un certain dynamisme dans ces provinces.

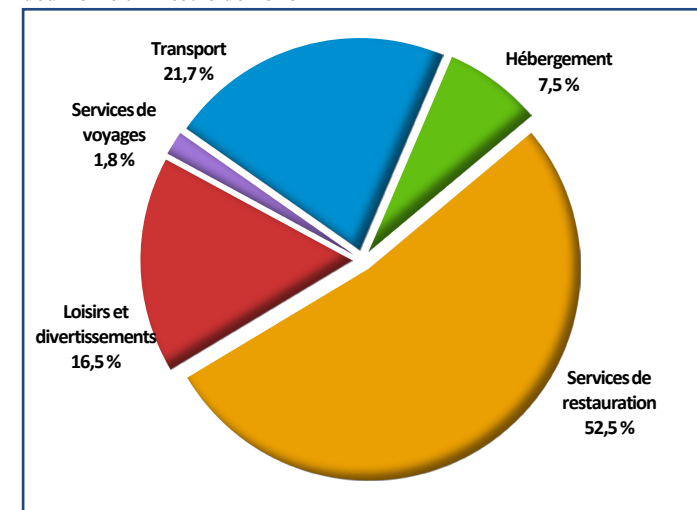
Variation des emplois dans les secteurs associés au tourisme (%), 2015-2016

Territoire	2e trimestre	Annuel
Québec	2,9	2,7
Ontario	4,5	5,4
Alberta	0,2	- 0,6
Colombie-Britannique	3,9	4,0
Canada	3,0	3,2

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, deuxième 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 deuxième trimestre de 2016

Résumé

L'Organisation mondiale du commerce (OMC) rendait publiques, en septembre, des prévisions de croissance du commerce mondial de l'ordre de 1,7 % pour 2016. Des prévisions à la baisse par rapport à celles du mois d'avril, que l'OMC explique par une diminution plus forte que prévu des échanges commerciaux au premier trimestre et une reprise plus faible au deuxième. Selon l'OMC, les marchés émergents, la Chine et le Brésil en tête, ont éprouvé des difficultés et ne sont pas parvenus à maintenir le commerce international sur le chemin de la croissance.

Au cours de ce deuxième trimestre, le Royaume-Uni a entraîné toute l'Europe dans une valse-hésitation qui s'est soldée, le 23 juin, par un vote pour un retrait de l'Union européenne. Les questions de sécurité n'ont pas cessé de préoccuper l'Europe et le Proche-Orient, secoués par les attentats, les conflits et les crises humanitaires.

En Amérique du Sud, le Brésil était toujours aux prises avec les procédures de destitution de la présidente Dilma Rousseff, et les allégations d'un possible système de dopage en Russie, à l'approche des Jeux olympiques de Rio de Janeiro, n'ont rien fait pour encourager l'adhésion des nombreux Brésiliens qui doutent encore des bénéfices éventuels que cet événement pourrait leur rapporter.

Plus près de chez nous, ce sont les primaires américaines qui ont occupé l'essentiel de l'actualité et perturbé notre principal partenaire touristique.

...cette morosité de la part des consommateurs ne semble toutefois pas avoir affecté les échanges touristiques...

C'est donc dans un climat politique en pleine effervescence et dans un contexte de stagnation des échanges commerciaux que s'est déroulé ce deuxième trimestre. Il n'est donc pas surprenant de constater que la confiance des consommateurs soit demeurée précaire, sinon en baisse, par rapport à celle qu'ils affichaient en 2015. Cette morosité de la part des consommateurs ne semble toutefois pas avoir affecté les échanges touristiques. Dans un communiqué diffusé le 29 septembre, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) annonçait une hausse de 4 % des arrivées de touristes internationaux pour le premier semestre de 2016, soit une croissance assez semblable à celle observée ces deux dernières années. Les résultats par pays semblent suggérer un déplacement des touristes : certaines destinations, comme la France et les États-Unis, n'enregistrent aucun gain alors que la République de Corée et le Japon affichent une hausse importante. Le Canada aurait, pour sa part, connu une croissance de 11 %.

Ces chiffres avancés par l'OMT reflètent les données officielles diffusées par Statistique Canada. C'est une croissance de 10 % des entrées de touristes internationaux qui a été enregistrée au Canada pour le premier semestre de 2016, et une augmentation de 6,5 % pour le deuxième trimestre par rapport aux résultats de 2015, selon les sources officielles. Faisant écho à ces performances, l'offre sur les vols directs en provenance de l'international a considérablement augmenté pendant cette période dans les quatre principales provinces canadiennes. L'Alberta affichait cependant une baisse importante du nombre de sièges disponibles sur les vols en provenance des États-Unis.

...l'indice touristique du ministère du Tourisme indique que les entrepreneurs et les professionnels de l'industrie au Québec étaient particulièrement satisfaits de leur performance...

Au Québec, le bilan du deuxième trimestre, en ce qui a trait aux entrées de touristes internationaux, était plutôt modéré. Cependant, c'est une croissance de 8,8 % que le Québec affichait pour la première moitié de l'année et, même s'il n'est pas encore possible de connaître le taux de rétention de cet afflux de touristes supplémentaires, l'indice touristique du ministère du Tourisme indique que les entrepreneurs et les professionnels de l'industrie au Québec étaient particulièrement satisfaits de leur performance.

Le secteur de l'hébergement au Québec affichait d'ailleurs de bons résultats au deuxième trimestre. Le nombre moyen d'unités de location disponibles quotidiennement (offre) affichait une croissance de 1,0 % par rapport à l'offre de 2015, et le nombre moyen d'unités de location occupées quotidiennement (achalandage), une augmentation de 1,5 %. Si ces performances semblent modestes, ce sont tout de même les meilleures observées depuis 2012 pour un deuxième trimestre.

Les touristes québécois ont, sans aucun doute, également contribué à cette bonne performance. L'indice de confiance des consommateurs au Québec affichait une hausse de 12 points au deuxième trimestre par rapport à celui de 2015, et il y a fort à parier qu'ils ont promené leur bonne humeur aux quatre coins de la province. Avec des emplois en augmentation et des investissements annoncés de l'ordre de 380 M\$, l'industrie touristique au Québec a démontré beaucoup de dynamisme en ce deuxième trimestre, et la table semble être mise pour une année particulièrement bonne.

...les résultats préliminaires pour le troisième trimestre 2016 sont excellents au Québec...

L'économie mondiale ne montre aucun signe de relance depuis le mois de juin, et l'Europe vit toujours beaucoup d'incertitude à la suite des résultats du référendum sur le Brexit. Les tensions ne se sont pas relâchées au Proche-Orient, notamment, en Turquie. Les relations États-Unis-Russie se sont considérablement dégradées et la campagne présidentielle aux États-Unis a plongé le monde dans un état de perplexité. Malgré tout, les résultats préliminaires pour le troisième trimestre 2016 sont excellents au Québec. C'est également l'opinion de bon nombre d'intervenants qui se disent très satisfaits de l'achalandage observé jusqu'à maintenant.