

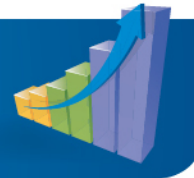


NOTE DE CONJONCTURE  
**AOÛT 2016**



**Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires  
Ministère du Tourisme**

Octobre 2016



## Un été comme on les aime

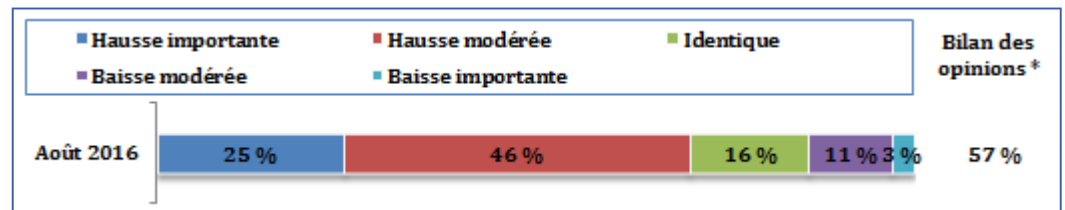
Sous forme de baromètre d'opinion, la note de conjoncture présente les tendances et la perspective à court terme du tourisme au Québec. Celle du mois d'août est produite à partir des données issues d'un sondage mené sur Internet, entre le 6 et le 13 septembre 2016, auprès d'un panel de 550 entrepreneurs et professionnels du tourisme du Québec. Parmi ceux-ci, 199 ont répondu au questionnaire.

Parmi les commentaires formulés, on retient notamment celui-ci :

- Le contexte socio-économique actuel – taux de change, prix de l'essence, économie modérée – a incité beaucoup de Québécois à voyager chez nous, mais on constate toutefois que ceux-ci ont un comportement de voyage différent et qu'ils dépensent moins.

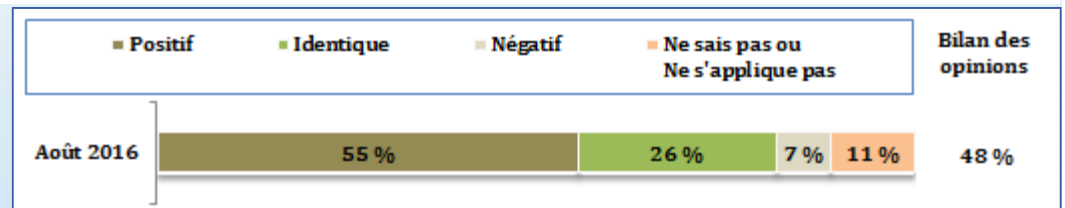
### ACHALANDAGE TOURISTIQUE

Pour le mois d'août 2016, les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont dressé un bilan des plus positifs de leur achalandage par rapport à la même période en 2015.



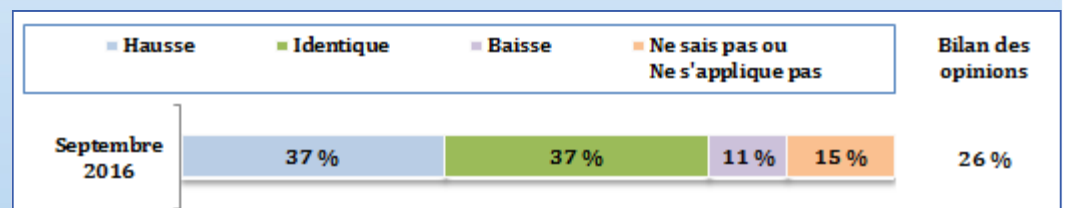
### CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

Les conditions météorologiques qui ont eu cours au mois d'août ont eu des effets très positifs sur le niveau d'achalandage de l'industrie touristique par rapport à 2015.



### PERSPECTIVE POUR LE PROCHAIN MOIS

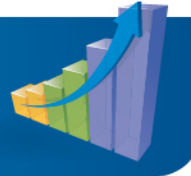
L'industrie touristique s'attend, pour le mois de septembre 2016, à ce que l'achalandage soit à la hausse par rapport à celui observé l'an dernier.



Note méthodologique pour l'ensemble des graphiques : en raison de l'arrondissement de certaines données, le total ne correspond pas nécessairement à la somme des parties.

\* Le bilan des opinions est la différence, en pourcentage, entre les personnes qui indiquent que l'achalandage touristique est en hausse et celles pour qui il est en baisse. Le bilan des opinions doit être supérieur à ± 5 % pour être pris en considération.





### DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE ET CHIFFRE D'AFFAIRES

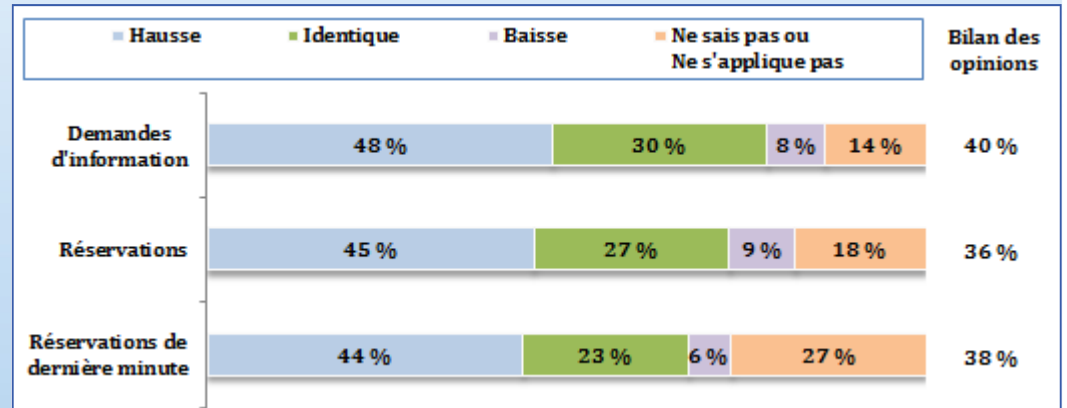
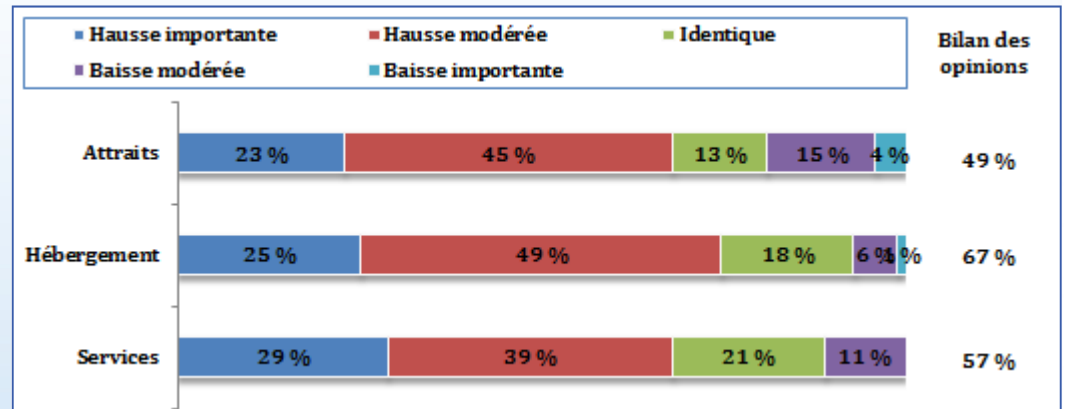
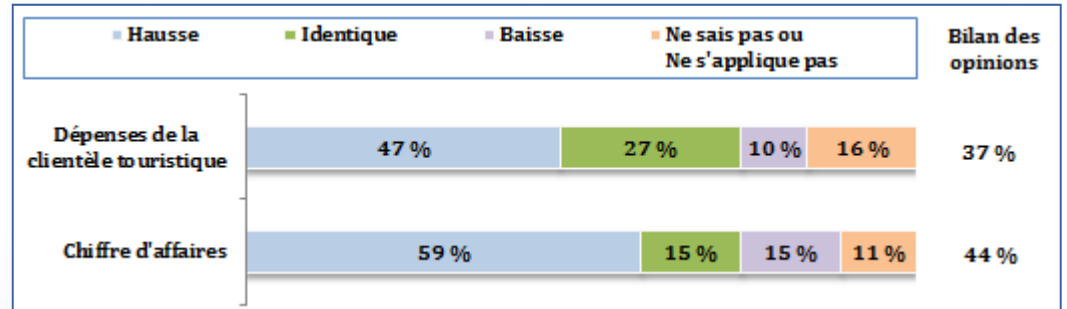
Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont estimé que les dépenses de la clientèle et leur chiffre d'affaires ont été fortement à la hausse par rapport à l'an dernier.

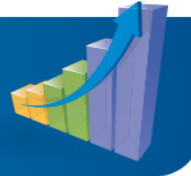
### TENDANCE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

Indépendamment du secteur d'activité, tous ont constaté un achalandage à la hausse.

### TENDANCE SELON LES DEMANDES D'INFORMATION ET LES RÉSERVATIONS

Pour le mois d'août 2016, que ce soit les demandes d'information, les réservations ou les réservations de dernière minute, toutes ont été jugées en forte hausse par rapport à l'an dernier.





## TENDANCE PAR ZONE

(RÉGIONS TOURISTIQUES OFFRANT UNE SAISONNALITÉ APPARENTÉE)

Toutes les zones ont enregistré une hausse importante de leur achalandage.

Zone du littoral : Îles-de-la-Madeleine, Gaspésie, Bas-Saint-Laurent, Manicouagan et Duplessis

Zone urbaine : Montréal, Laval, Outaouais et Québec

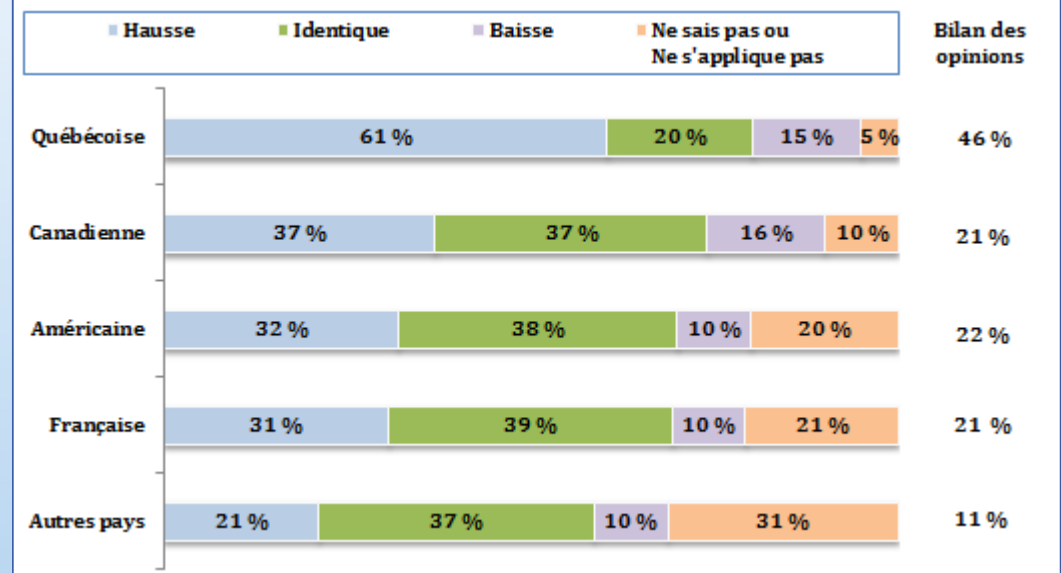
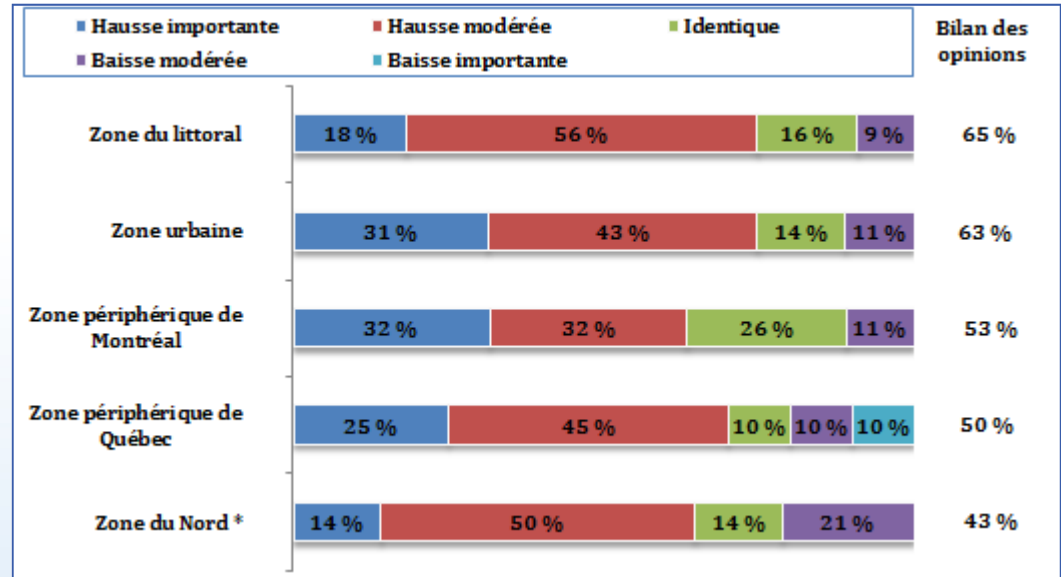
Zone périphérique de Montréal : Laurentides, Lanaudière, Montérégie et Cantons-de-l'Est

Zone périphérique de Québec : Centre-du-Québec, Mauricie, Chaudière-Appalaches, Saguenay-Lac-Saint-Jean et Charlevoix

Zone du Nord : Baie-James, Eeyou Istchee, Nunavik et Abitibi-Témiscamingue

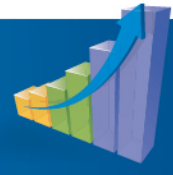
## TENDANCE SELON L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

Les entrepreneurs et les professionnels du tourisme constatent une forte hausse de l'achalandage pour toutes les clientèles, spécialement les touristes québécois.



\* En raison de la faible taille de l'échantillon, ces données sont fournies à titre indicatif seulement.



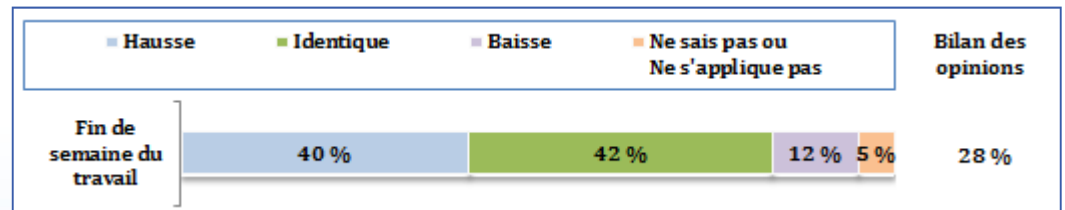


## CONGÉ DE LA FIN DE SEMAINE DU TRAVAIL

Voici les résultats obtenus à la question « Le congé de la fin de semaine de la Fête du travail vient de se terminer. Comment jugez-vous la performance de votre entreprise en 2016 par rapport à 2015? » :

Le bilan des entrepreneurs et des professionnels du tourisme indique que la dernière longue fin de semaine de l'été a été très performante.

Pour la question « Que représente cette période pour votre entreprise? », voici la répartition des résultats obtenus :



Période	2016
De fort achalandage	56 %
De même importance que les autres fins de semaine	27 %
De faible achalandage	12 %
Ne sais pas / ne s'applique pas	4 %

