

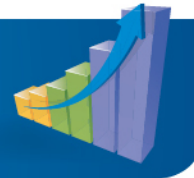


NOTE DE CONJONCTURE
JUILLET 2016



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

Septembre 2016



Un été qui s'annonce remarquable

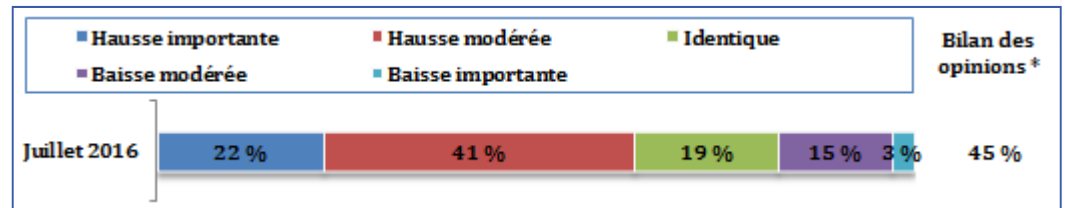
Sous forme de baromètre d'opinion, la note de conjoncture présente les tendances et la perspective à court terme du tourisme au Québec. Celle du mois de juillet est produite à partir des données issues d'un sondage mené sur Internet, entre le 9 et le 16 août 2016, auprès d'un panel de 548 entrepreneurs et professionnels du tourisme du Québec. Parmi ceux-ci, 201 ont répondu au questionnaire.

Parmi les commentaires émis, on retient notamment ceux-ci :

- Le début de l'été est marqué par le beau temps, qui incite à sortir et à voyager. Le taux de change favorable aux Américains (et un incitatif à voyager localement pour les Québécois) ainsi que les attentats perpétrés en Europe de même qu'une économie moins vigoureuse que prévu sont des éléments qui influencent le choix de la destination. Considérant le fort achalandage observé jusqu'à maintenant, on peut dire que le Québec a été en mesure de bien se positionner.
- Ce contexte particulier incite également la clientèle locale à fréquenter davantage les attractions et les événements régionaux.

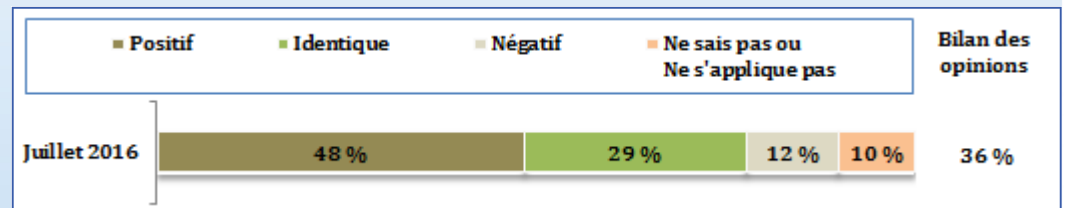
ACHALANDAGE TOURISTIQUE

Pour le mois de juillet 2016, les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont dressé un bilan des plus positifs de l'achalandage par rapport à celui enregistré pour la même période en 2015.



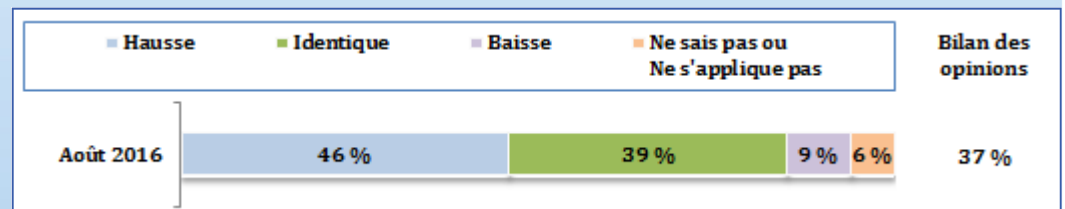
CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

Les conditions météorologiques observées au mois de juillet ont eu des effets plus que positifs sur le niveau d'achalandage de l'industrie touristique par rapport à celui observé en 2015.



PERSPECTIVE POUR LE PROCHAIN MOIS

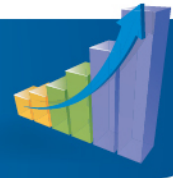
L'industrie touristique s'attend, pour le mois d'août 2016, à ce que l'achalandage soit à la hausse par rapport à celui observé l'an dernier.



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 le nombre de personnes qui indiquent que l'achalandage touristique est en hausse et le nombre de répondants 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

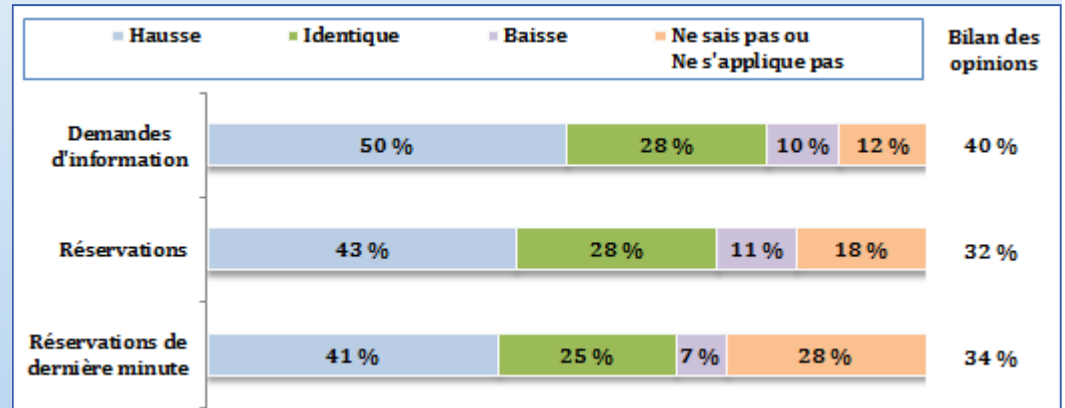
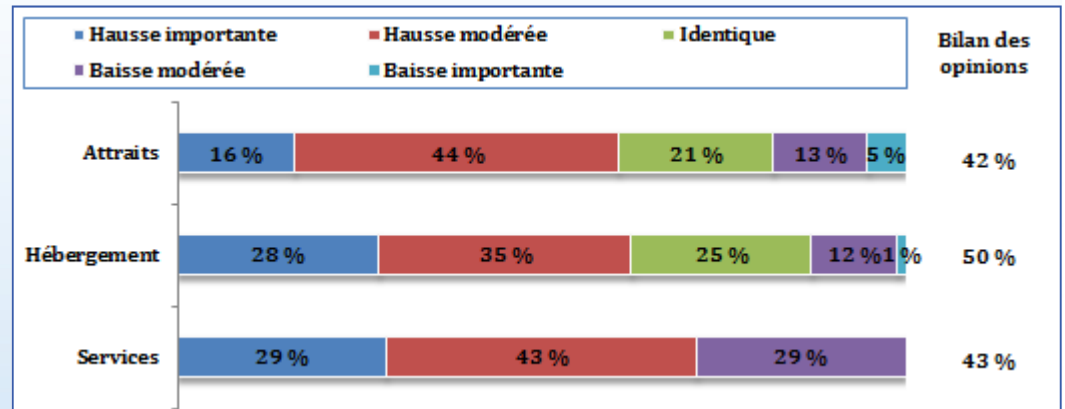
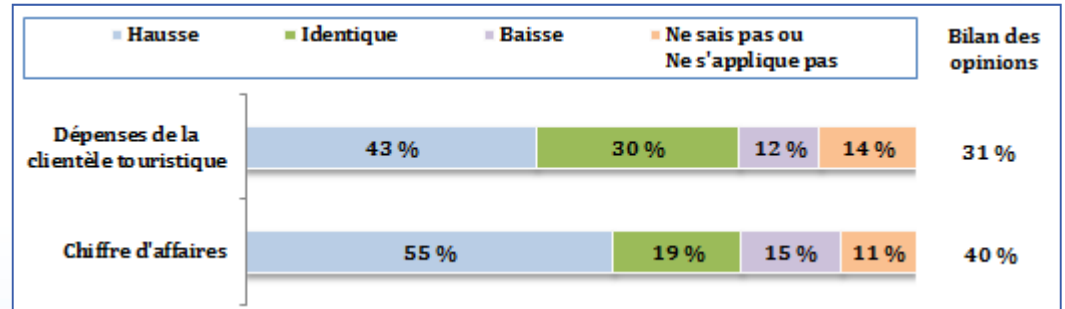
Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont estimé que les dépenses de la clientèle et leur chiffre d'affaires étaient à la hausse par rapport à ceux enregistrés l'an dernier.

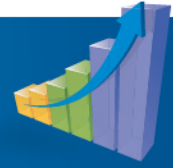
TENDANCE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

Indépendamment du secteur d'activité, tous ont constaté que l'achalandage était à la hausse.

TENDANCE SELON LES DEMANDES D'INFORMATION ET LES RÉSERVATIONS

Pour le mois de juillet 2016, les demandes d'information, les réservations et les réservations de dernière minute ont été en forte hausse par rapport à celles compilées l'an dernier.





TENDANCE PAR ZONE

(RÉGIONS TOURISTIQUES OFFRANT UNE SAISONNALITÉ APPARENTÉE)

Toutes les zones ont enregistré des hausses importantes de leur achalandage. C'est particulièrement le cas des zones urbaines, où des sommets ont été atteints.

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

Zone urbaine : Montréal, Laval, Outaouais et Québec

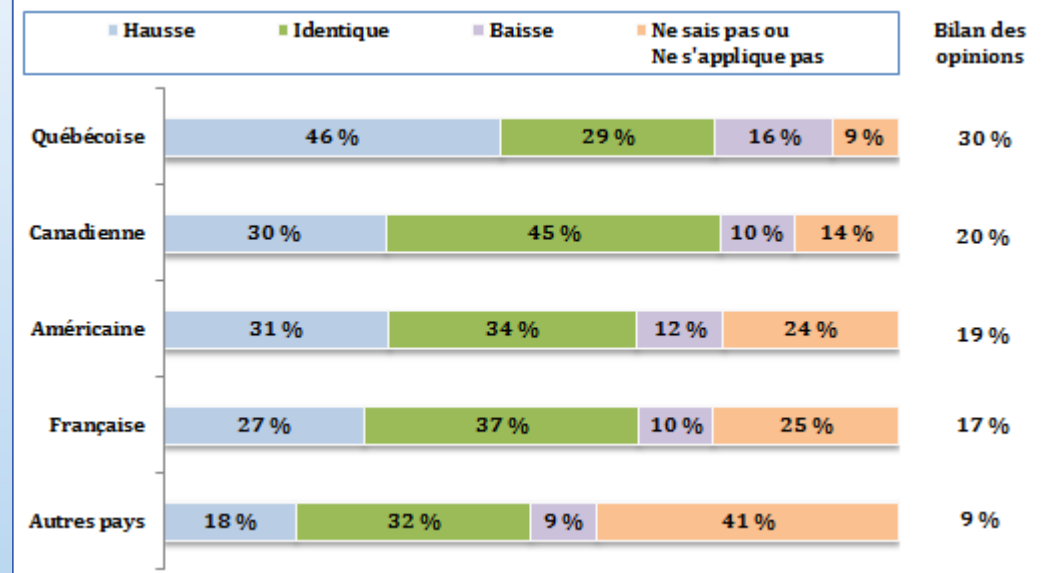
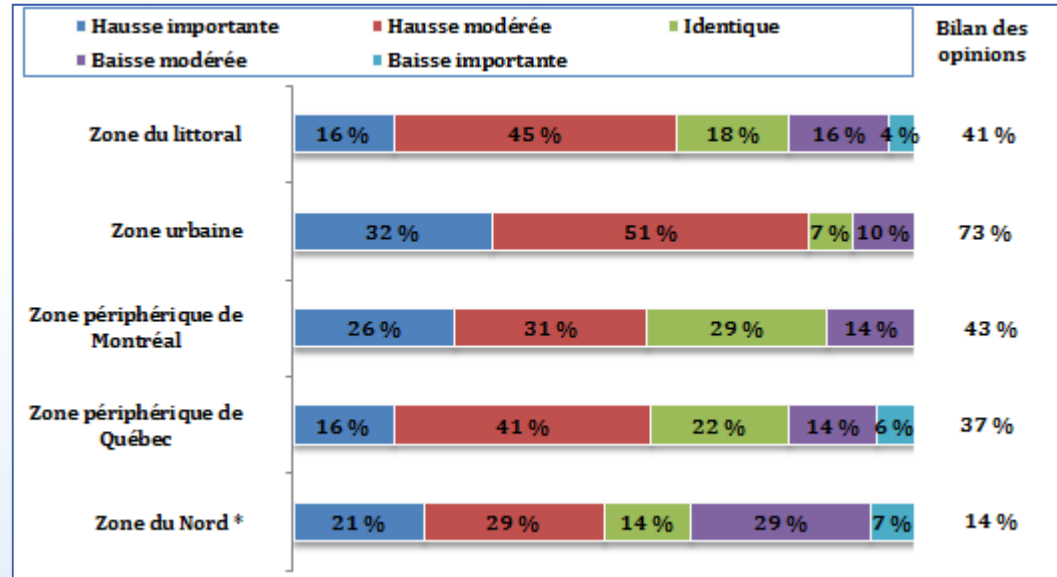
Zone périphérique de Montréal : Laurentides, Lanaudière, Montérégie et Cantons-de-l'Est

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 de fortes hausses de l'achalandage pour toutes les clientèles, exception faite de celle provenant des autres pays, qui n'a que légèrement augmenté.



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



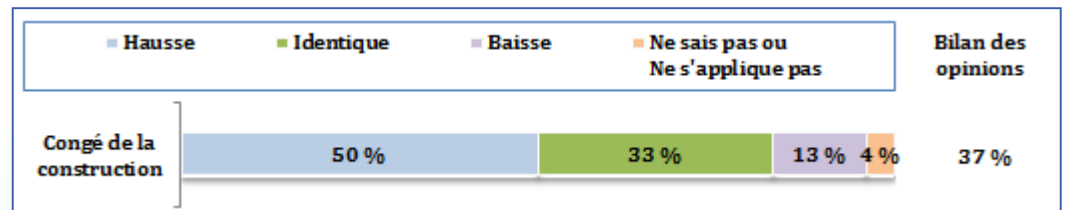


CONGÉ DE LA CONSTRUCTION

Voici les résultats obtenus à la question « **Pendant le congé de la construction, l'achalandage touristique de votre entreprise était-il en hausse, identique ou en baisse comparativement à la même période de l'année dernière?** » :

Pour la question « **Et à quoi pourriez-vous attribuer la raison de ce niveau d'achalandage?** », voici la répartition des résultats en comparaison avec ceux obtenus aux étés 2015 et 2014 :

Parmi les commentaires soumis à propos de cette période, on retient :



Raison de cette performance	2016	2015	2014
Taux de change du dollar canadien	49 %	39 %	15 %
Conjoncture économique	30 %	39 %	39 %
Augmentation des prix en général	9 %	9 %	20 %
Prix de l'essence	17 %	15 %	23 %
Température	53 %	56 %	46 %
Ne sais pas	12 %	8 %	14 %
Ne s'applique pas	4 %	2 %	3 %

Autres raisons mentionnées

- Augmentation des actions promotionnelles
- Augmentation de l'offre touristique
- Insécurité à l'égard d'autres destinations touristiques

