

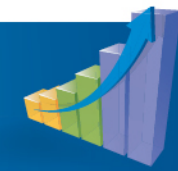


NOTE DE CONJONCTURE  
**JUIN 2016**



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

Juillet 2016



## Un bon début d'été

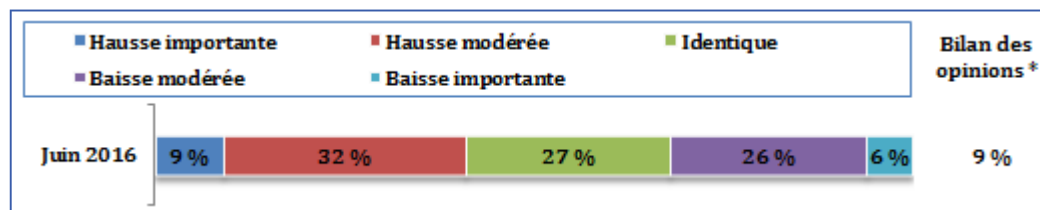
Sous forme de baromètre d'opinion, la note de conjoncture présente les tendances et la perspective à court terme du tourisme au Québec. Celle du mois de juin est produite à partir d'un sondage mené sur Internet, entre le 4 et le 12 juillet 2016, auprès d'un panel de 537 entrepreneurs et professionnels du tourisme du Québec parmi lesquels 197 ont répondu au questionnaire.

Parmi les commentaires, on retient notamment celui-ci :

- L'achalandage pour le mois de juin a été bon, mais a tout de même été ralenti par une clientèle scolaire moins présente, conséquence des moyens de pression des enseignants mis en place l'automne dernier.

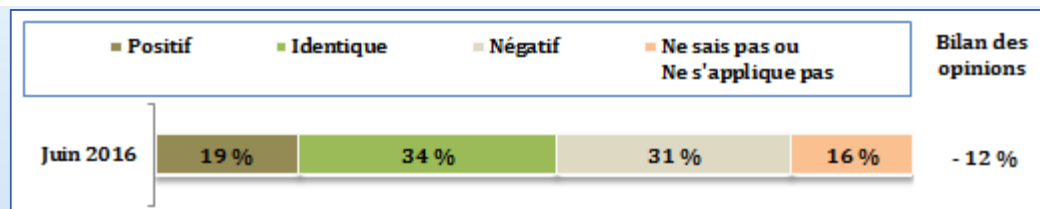
### ACHALANDAGE TOURISTIQUE

Pour le mois de juin 2016, les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont dressé un bilan positif de leur achalandage par rapport à la même période en 2015.



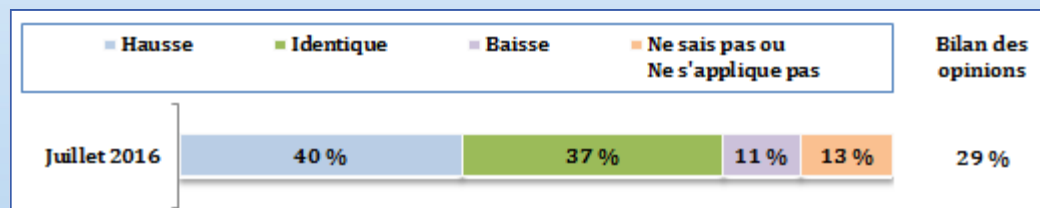
### CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

Les conditions météorologiques du mois de juin ont eu un effet négatif sur le niveau d'achalandage de l'industrie touristique par rapport à la même période en 2015.



### PERSPECTIVE POUR LE PROCHAIN MOIS

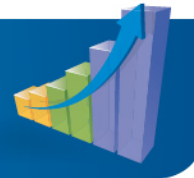
Dans une forte proportion, les entrepreneurs et professionnels de l'industrie touristique s'attendent, pour le mois de juillet 2016, à ce que l'achalandage connaisse une hausse importante par rapport à celui observé à la même période l'an dernier.



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

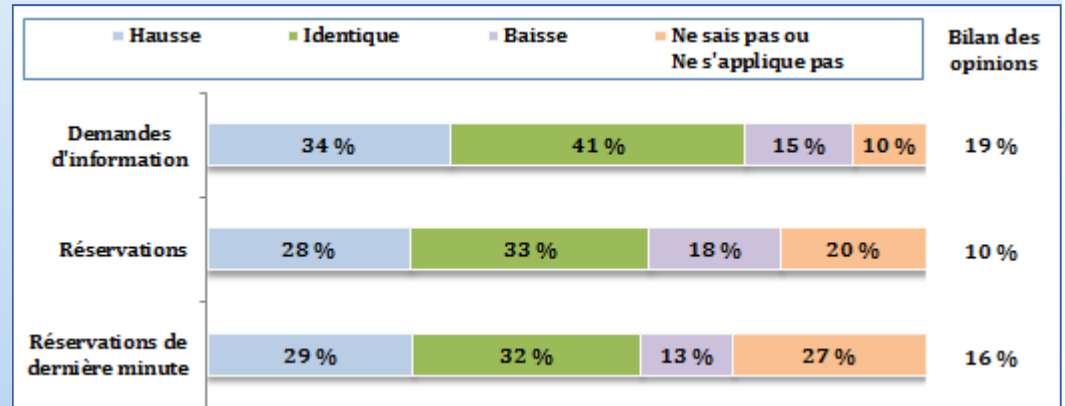
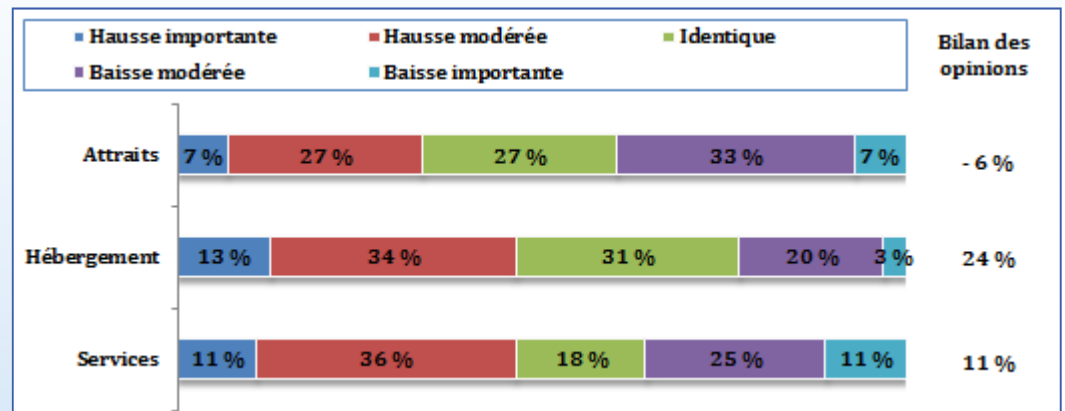
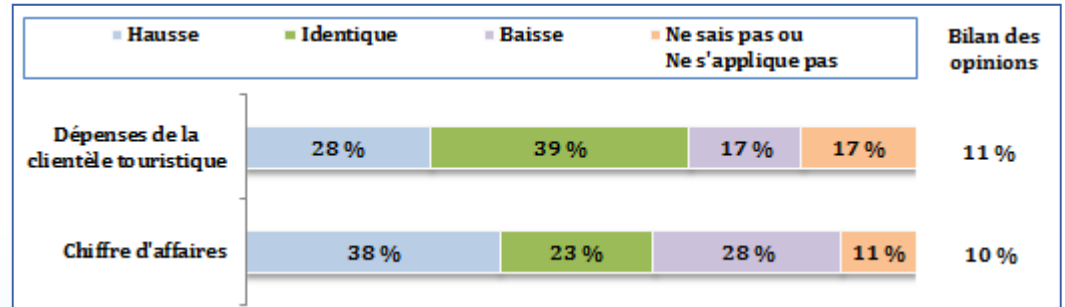
Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont estimé que les dépenses de la clientèle et le chiffre d'affaires étaient à la hausse par rapport à l'an dernier.

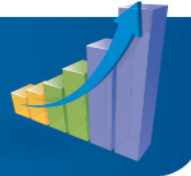
### TENDANCE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

L'achalandage a été évalué en forte hausse dans le secteur de l'hébergement tandis que, pour le secteur des services, la hausse a été jugée plus modérée. Le secteur des attraits a estimé qu'il y avait eu un recul par rapport à l'an dernier, en lien avec les conditions météorologiques.

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

Pour le mois de juin 2016, les demandes d'information et les réservations de dernière minute ont été jugées en forte hausse par rapport à la même période l'an dernier. Les réservations, quant à elles, ont connu une hausse modérée.





## TENDANCE PAR ZONE

(RÉGIONS TOURISTIQUES OFFRANT UNE SAISONNALITÉ APPARENTÉE)

La zone périphérique de Québec et la zone urbaine se démarquent par un fort achalandage au mois de juin 2016. Quant à la zone périphérique de Montréal, elle performe bien, mais plus modérément. La zone du littoral a été évaluée en recul par rapport à la même période l'an dernier.

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

Zone urbaine : Montréal, Laval, Outaouais et Québec

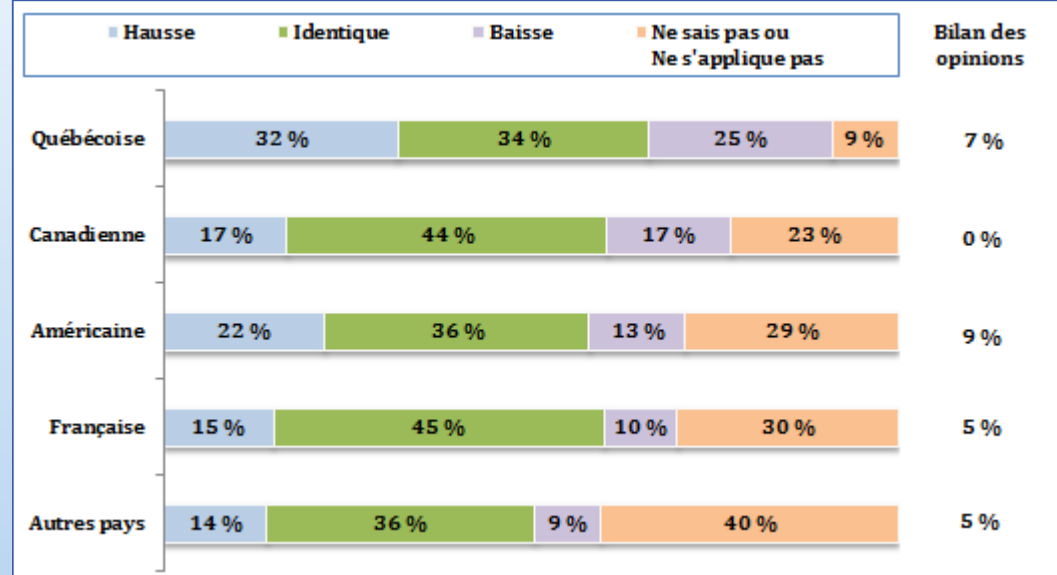
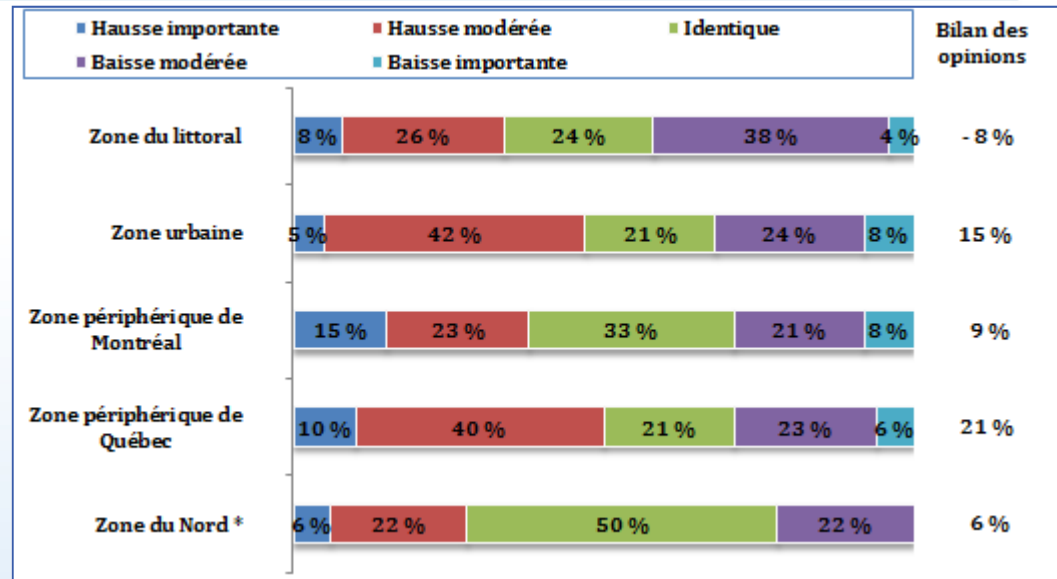
Zone périphérique de Montréal : Laurentides, Lanaudière, Montérégie et Cantons-de-l'Est

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 légères hausses de l'achalandage pour toutes les clientèles, exception faite de la clientèle canadienne pour qui l'achalandage reste similaire à l'an dernier.



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





PESPECTIVE ÉCONOMIQUE

À la question « **Projetez-vous utiliser au cours de la prochaine année les leviers financiers mis en place par le gouvernement du Québec destinés au développement de l'industrie touristique?** », voici les résultats :

La majorité des entrepreneurs et des professionnels du tourisme connaissent les programmes d'aide gouvernementaux accessibles à l'industrie touristique, mais bien peu en profitent.

**Programme**

	Oui	Non	Ne connais pas	Ne sais pas
Programme d'appui au développement des attraits touristiques	10 %	49 %	12 %	30 %
Fonds Tourisme PME	6 %	51 %	12 %	31 %
Programme stratégie maritime - volet tourisme	6 %	59 %	13 %	22 %
Programme d'aide au développement touristique au nord du 49 <sup>e</sup> parallèle	1 %	64 %	14 %	21 %

