

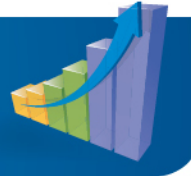


NOTE DE CONJONCTURE  
**MAI 2016**



Direction des connaissances stratégiques en tourisme  
Ministère du Tourisme

Juin 2016



## Un mois de mai performant

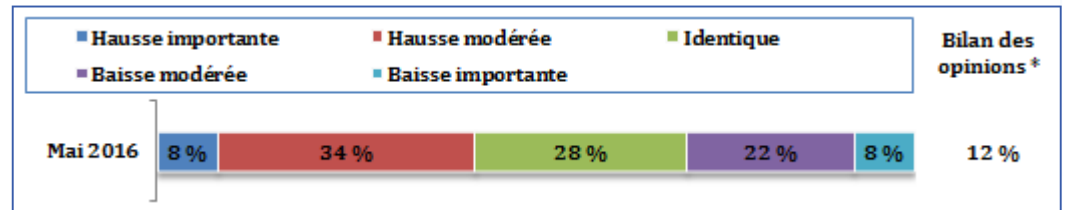
Sous forme de baromètre d'opinion, la note de conjoncture présente les tendances et la perspective à court terme du tourisme au Québec. Celle du mois de mai a été produite à partir d'un sondage mené sur Internet, entre le 3 et le 10 juin 2016, auprès d'un panel de 480 entrepreneurs et professionnels du tourisme du Québec, parmi lesquels 148 ont répondu au questionnaire.

De tous les commentaires émis, on retient, notamment, celui-ci :

- Si l'attrait majeur de la région n'est pas ouvert en dehors de la saison estivale, il devient difficile, pour des entreprises qui ne sont pas situées dans les grands centres, d'anticiper de fortes fréquentations.

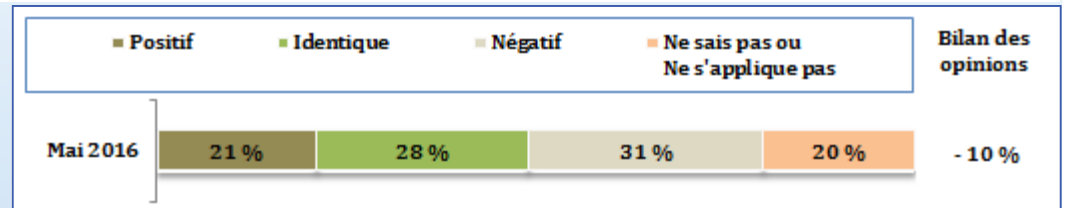
### ACHALANDAGE TOURISTIQUE

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



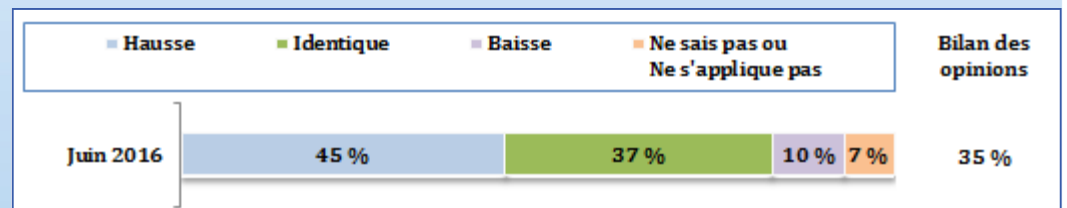
### CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

Les conditions météorologiques du mois de mai 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

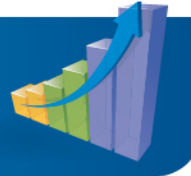
L'industrie touristique s'attend, pour le mois de juin 2016, à ce que l'achalandage soit à la hausse par rapport à celui observé à la même période l'an dernier.



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.

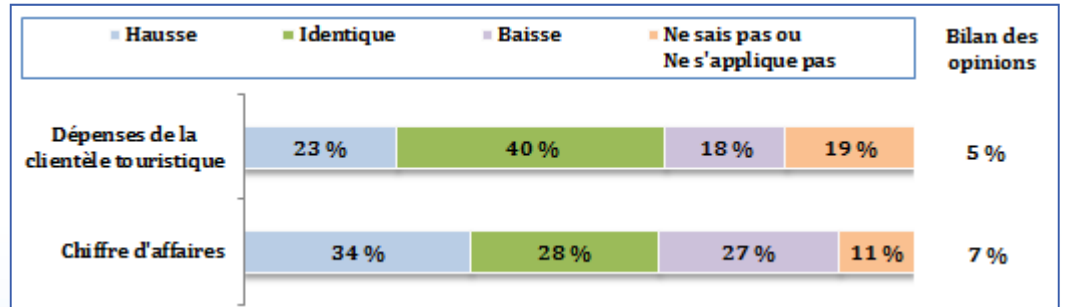
\* Le bilan des opinions est la différence, en pourcentage, entre les personnes qui indiquent que l'achalandage touristique est en hausse et celles pour qui il est en baisse. Le bilan des opinions doit être supérieur à ± 5 % pour être pris en considération.





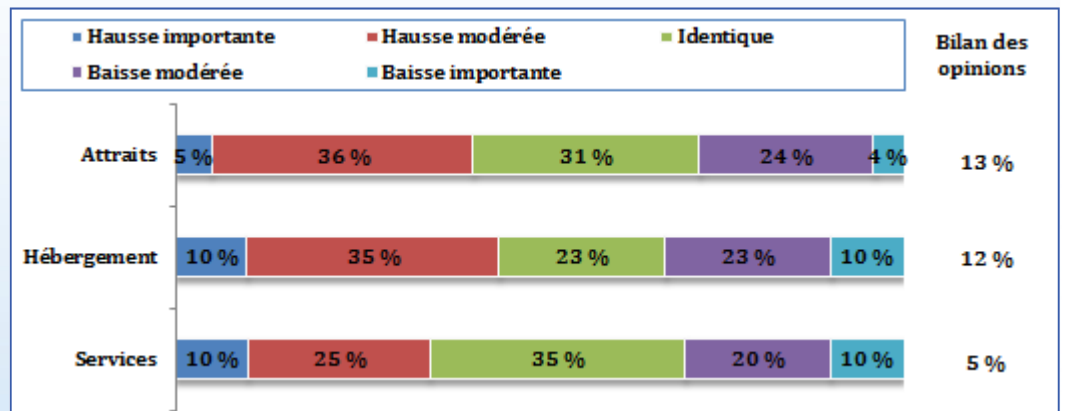
### DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE ET CHIFFRE D'AFFAIRES

Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont estimé que les dépenses de la clientèle et le chiffre d'affaires n'étaient que légèrement supérieurs à ceux de l'an dernier.



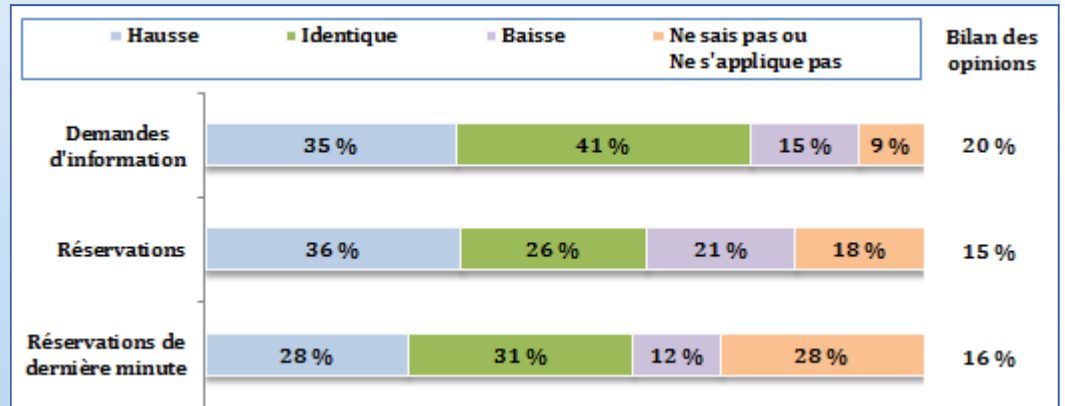
### TENDANCE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

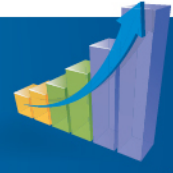
Indépendamment du secteur, tous ont dressé un bilan positif du niveau d'achalandage par rapport à la même période l'an dernier.



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

Pour le mois de mai 2016, les demandes d'information, les réservations et les réservations de dernière minute ont toutes été jugées en forte hausse par rapport à la même période l'an dernier.





### TENDANCE PAR ZONE

(RÉGIONS TOURISTIQUES OFFRANT UNE SAISONNALITÉ APPARENTÉE)

La zone périphérique de Montréal et, dans une moindre mesure, la zone urbaine et la zone périphérique de Québec se démarquent par un fort achalandage au mois de mai 2016. L'achalandage de la zone du littoral a été évalué similaire à celui de l'an dernier.

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

Zone urbaine : Montréal, Laval, Outaouais et Québec

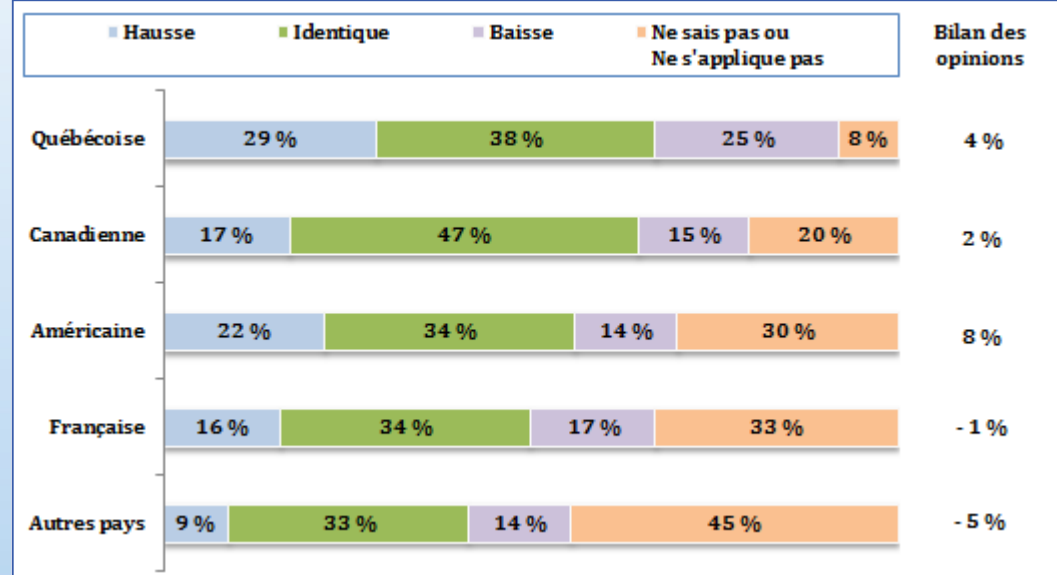
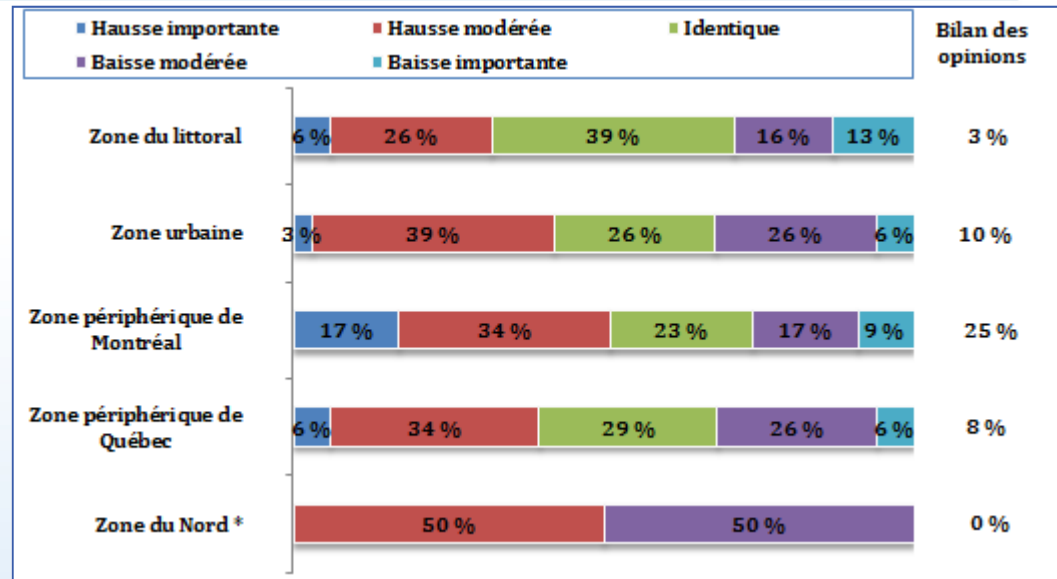
Zone périphérique de Montréal : Laurentides, Lanaudière, Montérégie et Cantons-de-l'Est

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

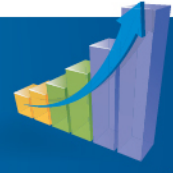
### TENDANCE SELON L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

Les entrepreneurs et les professionnels du tourisme constatent une légère hausse de l'achalandage de la clientèle américaine. L'achalandage des autres clientèles est évalué à un niveau similaire à la même période l'an dernier.



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





## PESPECTIVE ÉCONOMIQUE

Près de 74 % des entrepreneurs et des professionnels du tourisme ayant participé au sondage ont procédé à l'embauche de personnel saisonnier au cours des derniers mois. Parmi ceux-ci, 37 % ont eu plus de difficulté qu'auparavant pour le recrutement de ce personnel saisonnier.

Parmi les commentaires émis par les répondants, plusieurs rapportent le faible taux de participation aux différents emplois offerts. Cette situation apparaît plus préoccupante pour les emplois en cuisine, qui exigent du personnel plus compétent et plus spécialisé. Même certains types d'emploi requérant peu de formation ont été boudés par les candidats, par exemple, l'entretien ménager.

<b>Indicateur</b>	<b>Oui</b>	<b>Non</b>
Embauche de personnel saisonnier	74 %	26 %
Plus de difficulté à recruter qu'auparavant	37 %	63 %

