

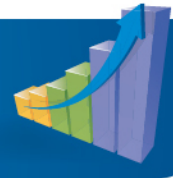


NOTE DE CONJONCTURE  
**MARS ET AVRIL 2017**



Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires

Mai 2017



### N'eussent été les pluies fréquentes, un beau printemps

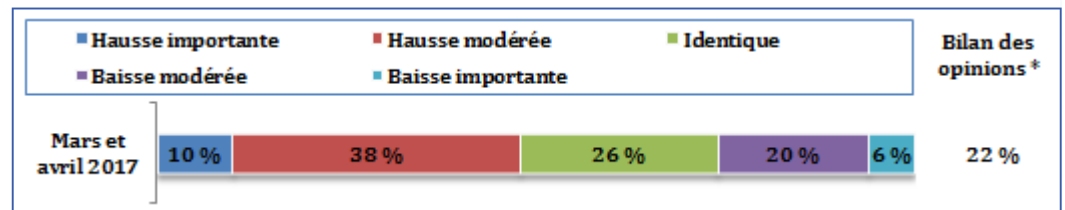
Sous forme de baromètre d'opinion, la note de conjoncture présente les tendances et la perspective à court terme du tourisme au Québec. Celle des mois de mars et d'avril est produite à partir d'un sondage mené sur le Web, entre le 28 avril et le 5 mai 2017, auprès d'un échantillon de 429 entrepreneurs et professionnels du tourisme du Québec. De ce nombre, 119 ont répondu au questionnaire. Il est à noter que, pour cette édition, il est possible que le taux de réponse ait été affecté par les inondations qui touchent durement plusieurs régions du Québec.

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

- Avec le 375<sup>e</sup> anniversaire de Montréal et la mise à jour de mes outils de promotion, mes réservations s'envolent.

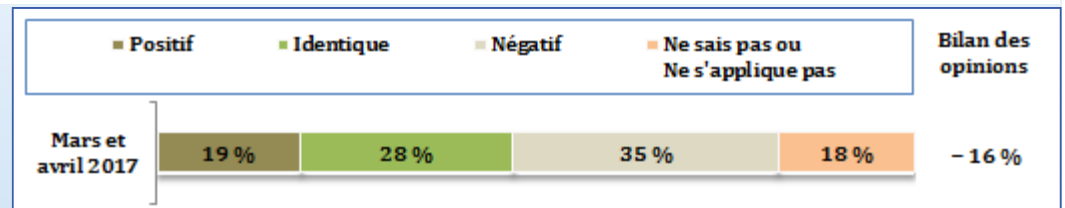
#### ACHALANDAGE TOURISTIQUE

Pour les mois de mars et d'avril 2017, les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont dressé un bilan très positif de leur achalandage par rapport à la même période en 2016.



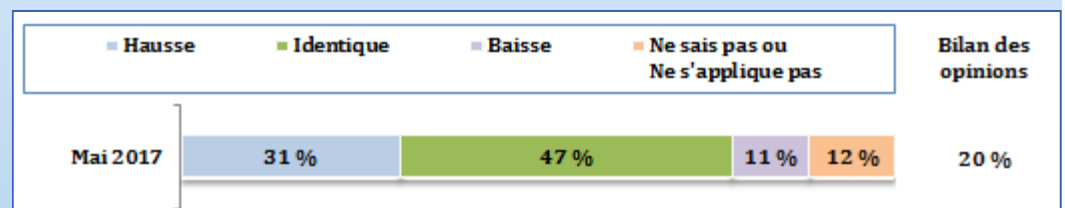
#### CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

Les conditions météorologiques rencontrées pendant cette période ont eu des effets négatifs sur le niveau d'achalandage de l'industrie touristique par rapport à 2016. Le printemps 2017 n'a pas été favorable avec un hiver qui s'est prolongé, de manière très variable selon les régions, une fonte des neiges retardée et de la pluie en quantité supérieure aux normales de saison.



#### PERSPECTIVE POUR LE PROCHAIN MOIS

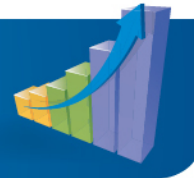
L'industrie touristique s'attend, pour le mois de mai 2017, à atteindre un niveau d'achalandage meilleur que celui de l'an dernier à la même période. Toutefois, cette perspective est à considérer avec précaution, compte tenu des inondations qui sévissent au Québec.



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

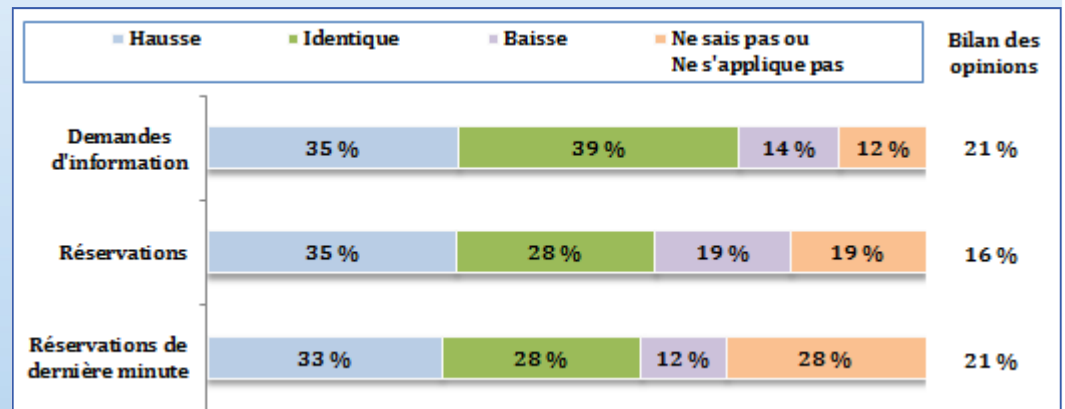
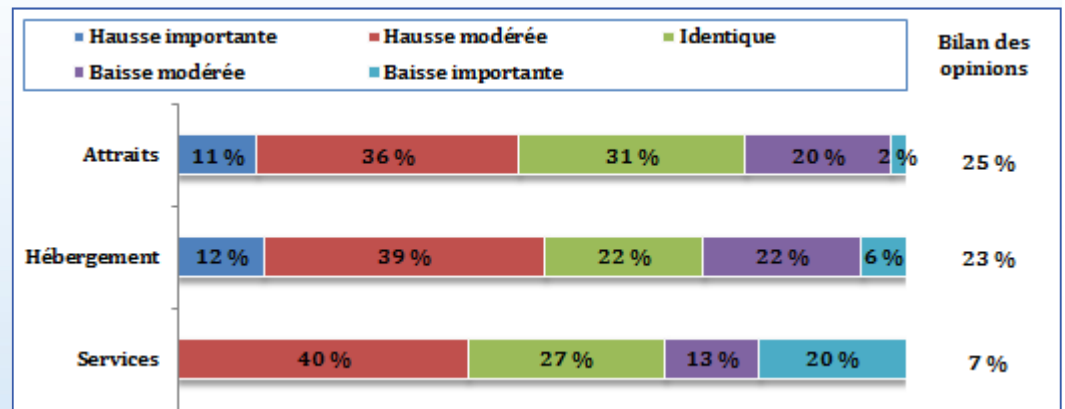
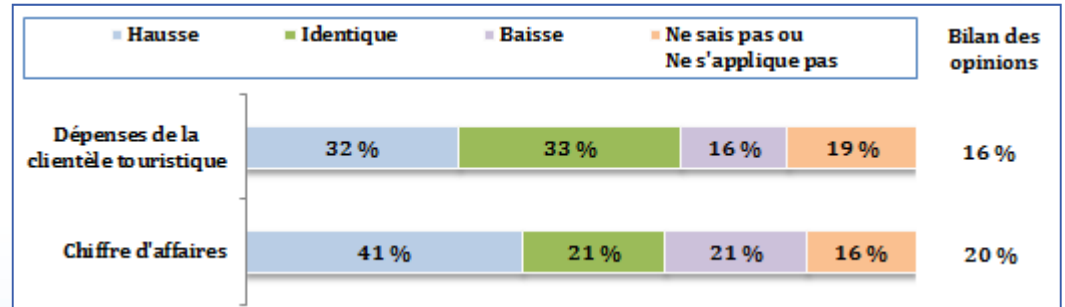
Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont estimé que les dépenses de la clientèle et le chiffre d'affaires ont été fortement à la hausse comparativement à l'an dernier.

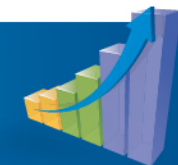
### TENDANCE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

Les secteurs de l'hébergement et des attractions ont constaté une forte hausse de leur achalandage pour cette période. En ce qui concerne les services, le gain n'est présent que faiblement.

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

Pour les mois de mars et d'avril 2017, qu'il s'agisse des demandes d'information, des réservations ou des réservations de dernière minute, toutes ont été jugées en hausse par rapport à l'an dernier.





## TENDANCE PAR ZONE

(RÉGIONS TOURISTIQUES OFFRANT UNE SAISONNALITÉ APPARENTÉE)

Toutes les zones ont enregistré des hausses plus ou moins importantes de leur achalandage. C'est particulièrement le cas de la zone périphérique de Montréal, laquelle a dû ressentir les effets du 375<sup>e</sup> anniversaire de Montréal. Les zones urbaines se démarquent également.

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

Zone urbaine : Montréal, Laval, Outaouais et Québec

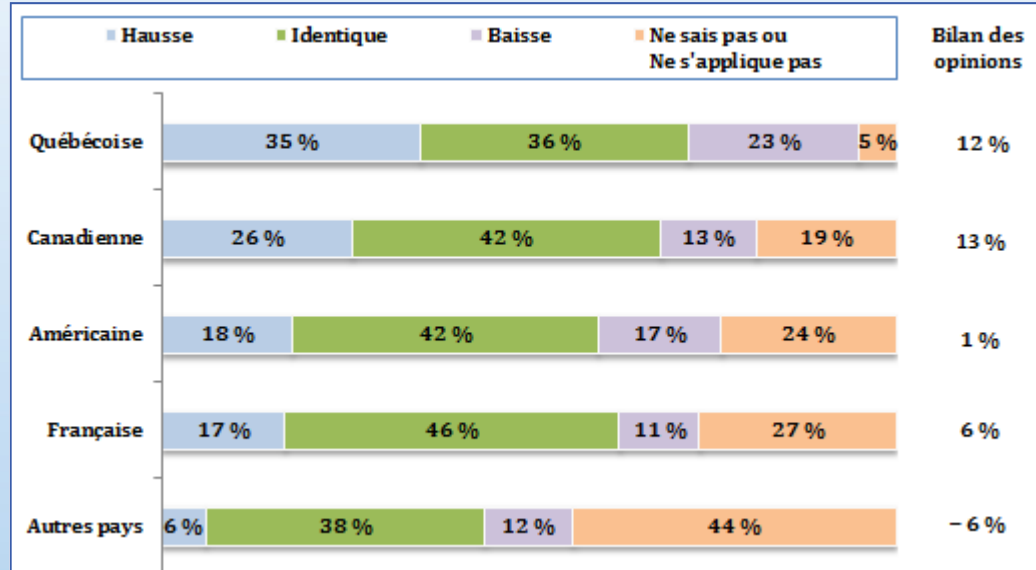
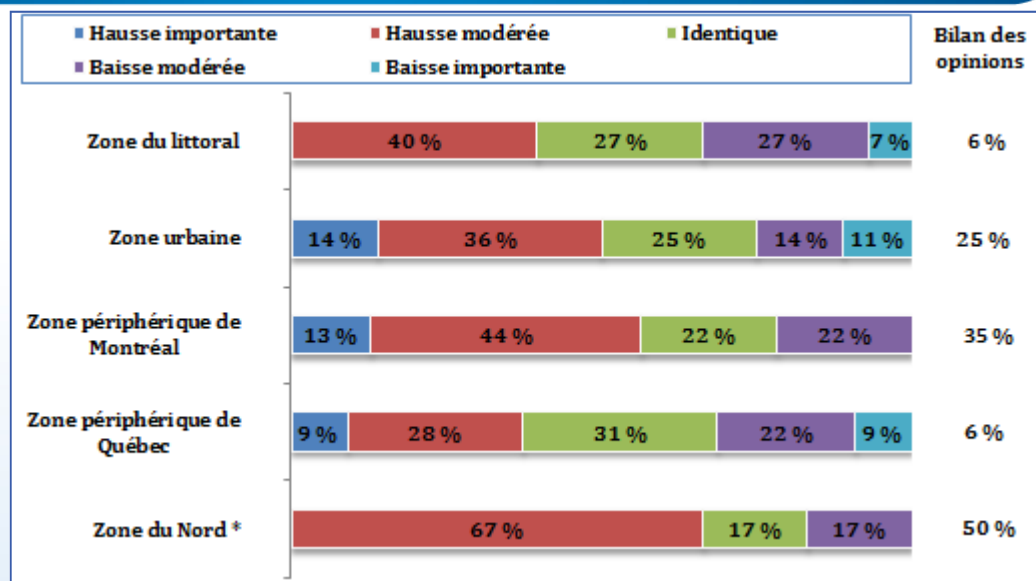
Zone périphérique de Montréal : Laurentides, Lanaudière, Montérégie et Cantons-de-l'Est

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

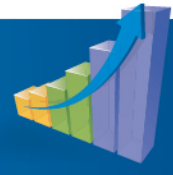
## TENDANCE SELON L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

Les entrepreneurs et les professionnels du tourisme constatent des hausses de l'achalandage pour les clientèles québécoise et canadienne. La clientèle française ne se démarque que très légèrement. La clientèle des autres pays est en léger recul.



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





### PESPECTIVE ÉCONOMIQUE

Pour les mois de mai, juin et juillet 2017, c'est 23 % des entrepreneurs et des professionnels du tourisme sondés qui expriment l'intention de réaliser un investissement majeur, tandis que 32 % visent plutôt un investissement mineur. De même, 68 % des entrepreneurs et des professionnels du tourisme prévoient embaucher du personnel.

