

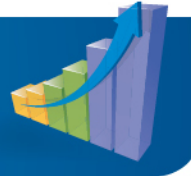


NOTE DE CONJONCTURE
MARS ET AVRIL 2018



Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires

Mai 2018

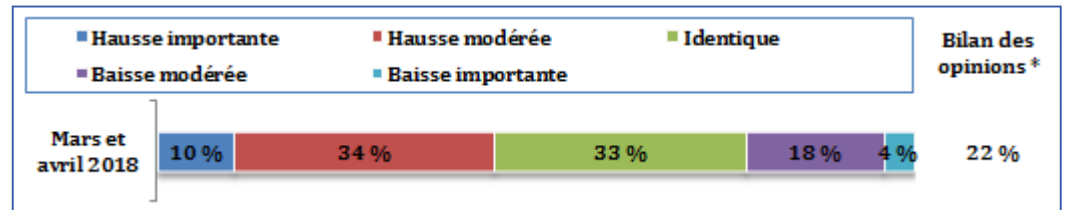


N'eussent été les pluies fréquentes, un beau printemps

Sous forme de baromètre d'opinion, la note de conjoncture présente les tendances et les perspectives à court terme en matière de tourisme au Québec. Celle des mois de mars et d'avril est produite à partir d'un sondage mené sur le Web, entre le 27 avril et le 4 mai 2018, auprès d'un échantillon de 425 entrepreneurs et professionnels du tourisme québécois. De ce nombre, 106 ont répondu au questionnaire.

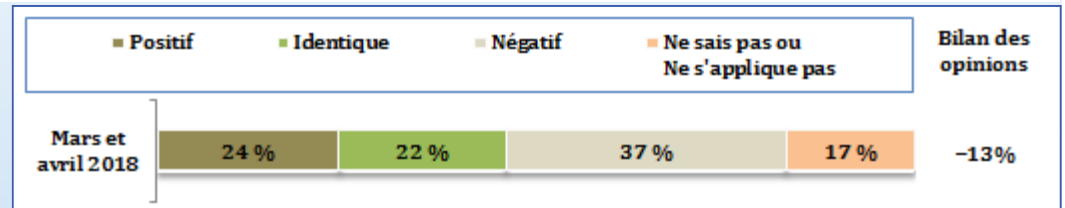
ACHALANDAGE TOURISTIQUE

Pour les mois de mars et d'avril 2018, les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme dressent un bilan à la hausse de l'achalandage par rapport à la même période en 2017.



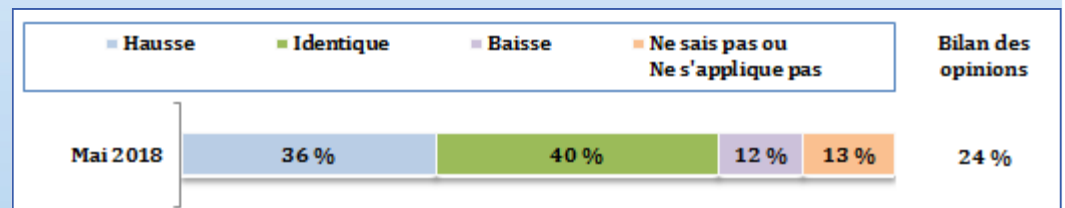
CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

Les conditions météorologiques pendant cette période auraient eu une influence négative sur le niveau d'achalandage.



PERSPECTIVES POUR LE PROCHAIN MOIS

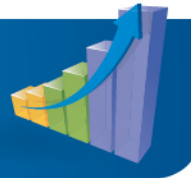
L'industrie touristique s'attend à une très bonne performance pour le mois de mai.



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 $\pm 5\%$ pour être pris en considération.





DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE ET CHIFFRE D'AFFAIRES

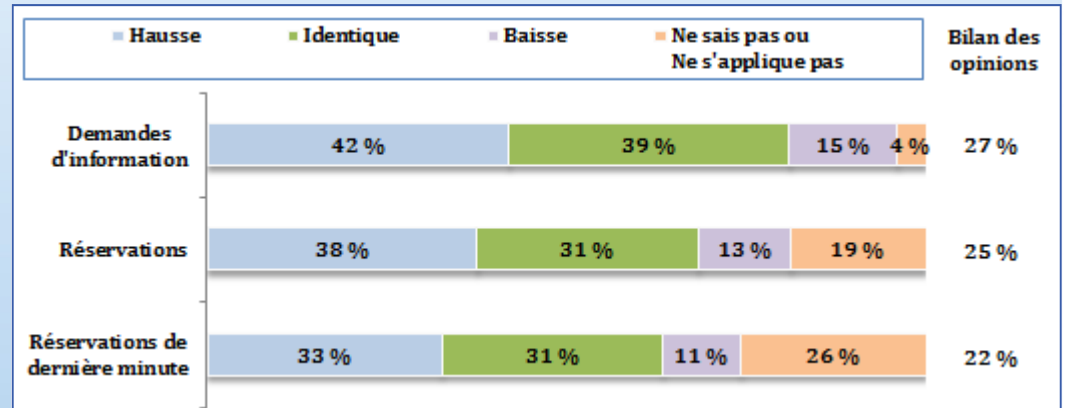
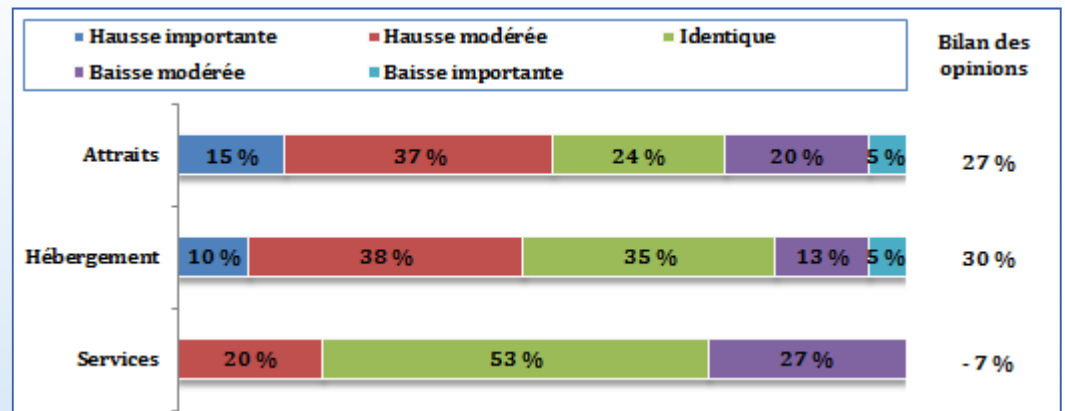
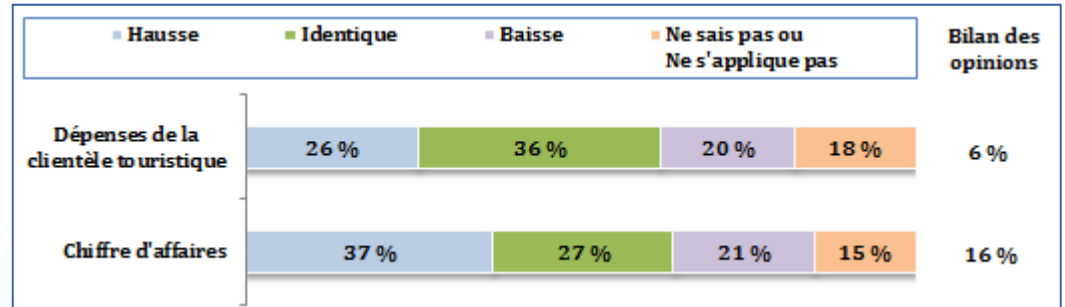
Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme estiment que le chiffre d'affaires et les dépenses de la clientèle ont été à la hausse par rapport à l'an dernier.

TENDANCE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

Des hausses importantes d'achalandage ont été constatées dans les secteurs des attractions et de l'hébergement, tandis que dans celui des services, on observe au contraire un recul.

TENDANCE SELON LES DEMANDES D'INFORMATION ET LES RÉSERVATIONS

Que ce soit les demandes d'information, les réservations ou les réservations de dernière minute, toutes ont été évaluées à la hausse par rapport à l'an dernier.





TENDANCE PAR ZONE

(RÉGIONS TOURISTIQUES OFFRANT UNE SAISONNALITÉ APPARENTÉE)

À l'exception de la zone du littoral, pour laquelle on évalue que l'achalandage a été similaire à l'an dernier, les répondants ont constaté une hausse marquée dans toutes les autres zones.

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

Zone urbaine : Montréal, Laval, Outaouais et Québec

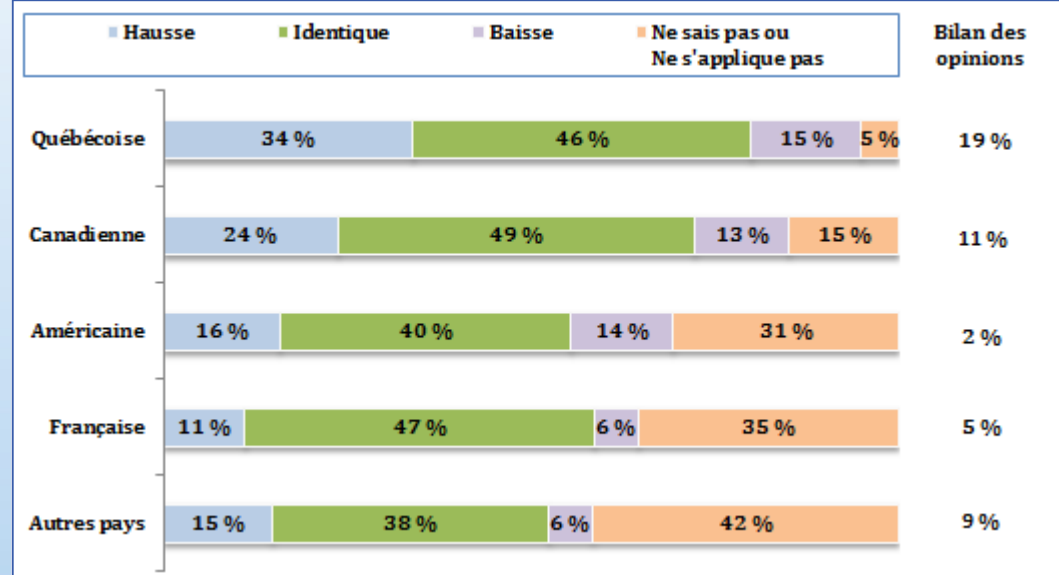
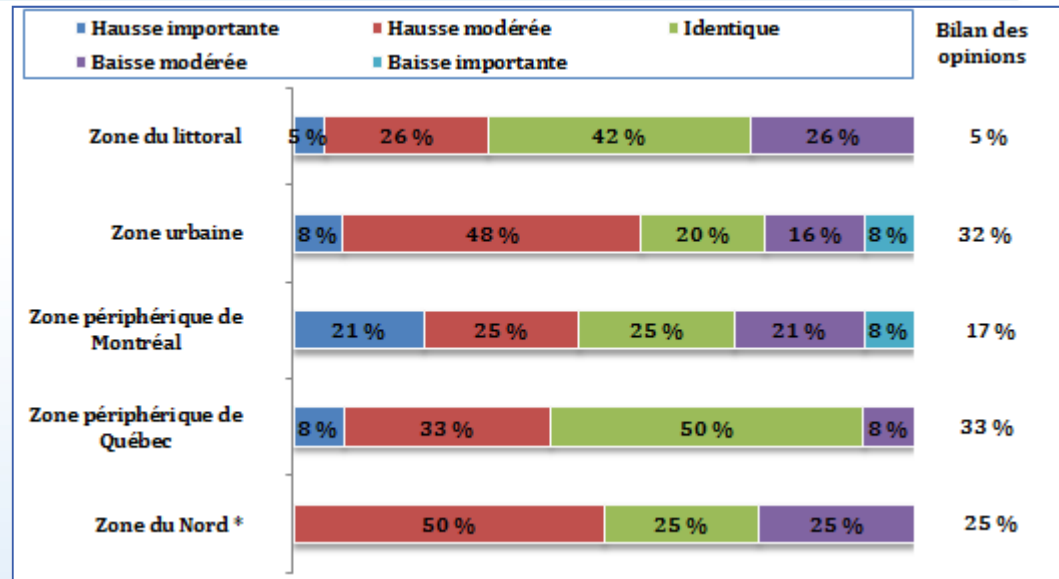
Zone périphérique de Montréal : Laurentides, Lanaudière, Montérégie et Cantons-de-l'Est

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

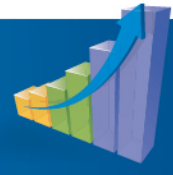
TENDANCE SELON L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

Les entrepreneurs et les professionnels du tourisme ont constaté une hausse de l'achalandage des clientèles québécoise et canadienne ainsi que de celles venant des autres pays.



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





PESPECTIVES ÉCONOMIQUES

Pour les mois de mai, de juin et de juillet 2018, c'est 23 % des entrepreneurs et des professionnels du tourisme sondés qui expriment l'intention de réaliser un investissement majeur, tandis que 41 % visent plutôt un investissement mineur. De même, 76 % des entrepreneurs et des professionnels du tourisme prévoient embaucher du personnel.

