

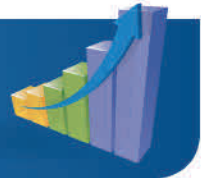


NOTE DE CONJONCTURE
Novembre et décembre 2013



Direction des connaissances stratégiques en tourisme
Tourisme Québec
Ministère des Finances et de l'Économie

Janvier 2014



La neige apporte un espoir

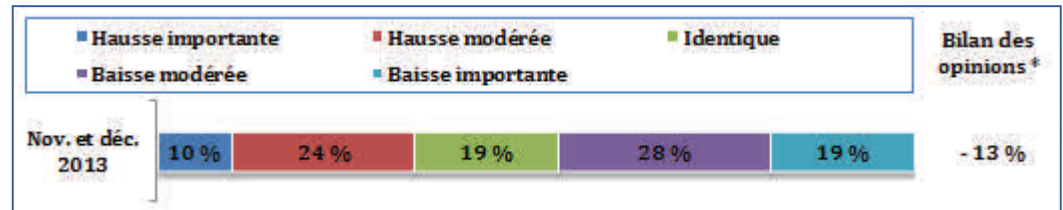
Sous forme de baromètre d'opinion, la note de conjoncture présente les tendances et les perspectives à court terme du tourisme au Québec. Celle des mois de novembre et décembre 2013 est produite à partir d'un sondage par Internet mené auprès de 480 entrepreneurs et professionnels québécois du tourisme.

Les personnes répondantes ont profité de ce sondage pour formuler des commentaires dont les plus marquants sont les suivants :

- L'arrivée précoce de l'hiver nous envoyait un message d'un bon achalandage à venir. Cependant, comme c'est l'abondance dans toutes les régions, le client préfère rester près de son lieu de résidence pour mieux en profiter;
- Depuis quelques années, on constate que le touriste change son comportement en dépensant le minimum possible au chapitre de l'hébergement. Il préfère chercher l'offre la plus basse sur Internet au lieu de se renseigner en communiquant directement avec nous.

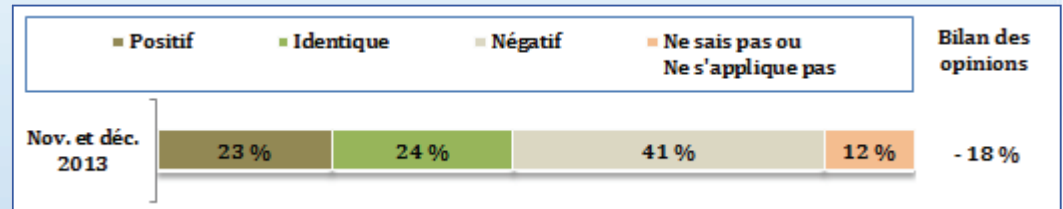
ACHALANDAGE TOURISTIQUE

Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme constatent dans l'ensemble que l'achalandage touristique a été moins performant pendant cette période qu'à la même période l'an dernier.



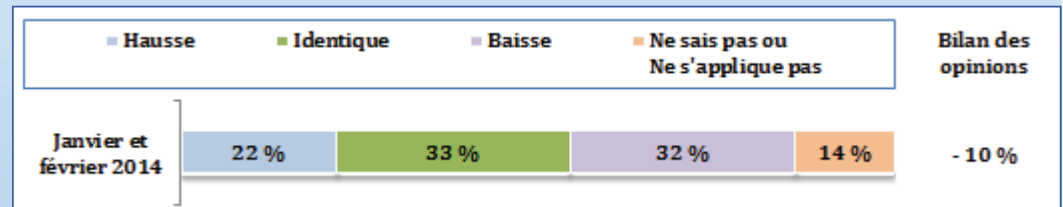
CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

De manière générale, on estime que l'influence des conditions météorologiques a eu un effet négatif sur l'achalandage touristique pendant cette période par rapport à la même période l'an dernier.



PERSPECTIVES POUR LES DEUX PROCHAINS MOIS

L'industrie touristique est d'avis que l'achalandage touristique pour les mois de janvier et février 2014 sera moins performant que 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 les personnes qui indiquent que l'achalandage touristique est en hausse et celles pour qui il est en baisse.





DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE ET CHIFFRE D'AFFAIRES

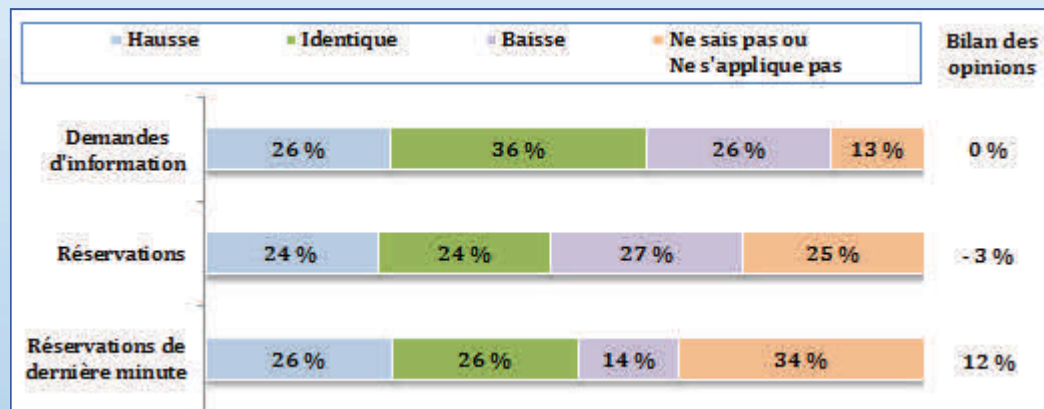
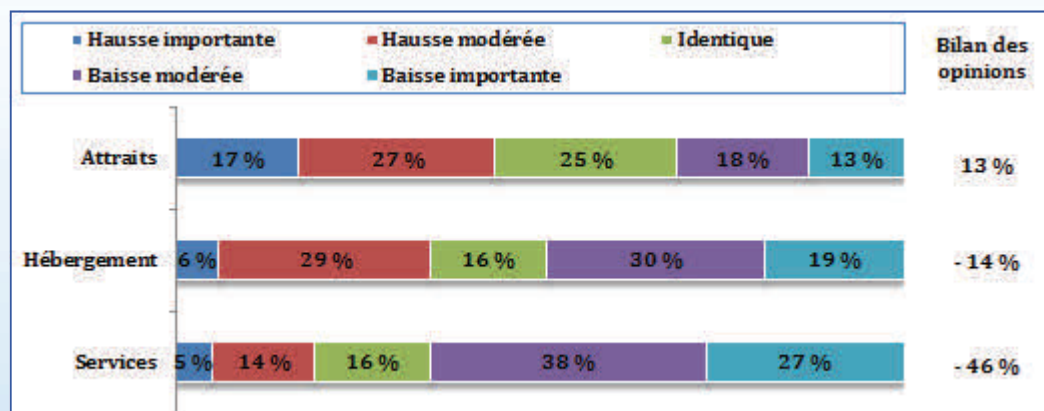
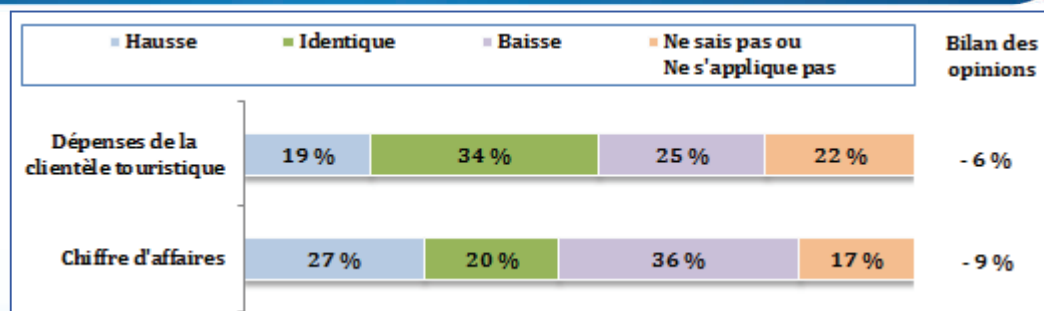
L'industrie touristique a constaté que les dépenses de la clientèle et le chiffre d'affaires des entreprises du secteur étaient à la baisse pour cette période par rapport à l'an dernier.

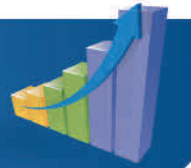
TENDANCE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

L'achalandage dans le secteur des attractions a été jugé à la hausse par rapport à la même période l'an dernier tandis que, pour l'hébergement et les services, il était à la baisse.

TENDANCE SELON LES DEMANDES D'INFORMATION ET LES RÉSERVATIONS

Le nombre des réservations de dernière minute était à la hausse pendant cette période par rapport à la même période l'an dernier.





TENDANCE PAR ZONE

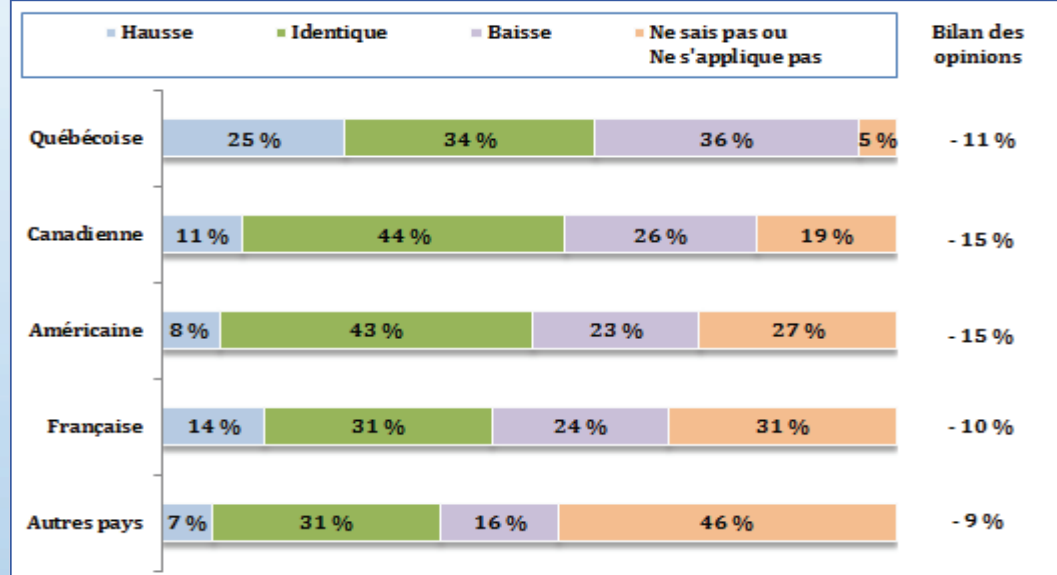
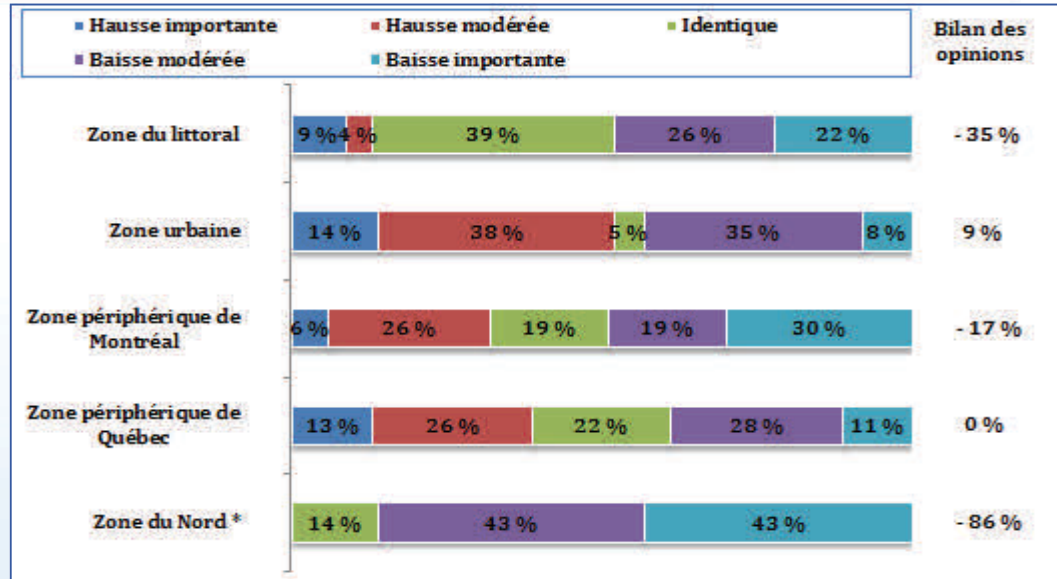
(régions touristiques offrant une saisonnalité apparentée)

L'achalandage touristique pour la période a été en forte baisse pour la zone du littoral et en baisse pour la zone périphérique de Montréal. Seule la zone urbaine affiche une hausse de son achalandage.

- 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

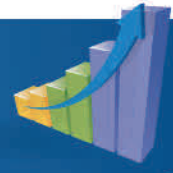
TENDANCE SELON L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

Pour la période de novembre et décembre 2013, toutes les clientèles ont été évaluées à la baisse.



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





PERFORMANCE TOURISTIQUE ENTOURANT LES FESTIVITÉS DE NOËL ET DU JOUR DE L'AN

Achalandage

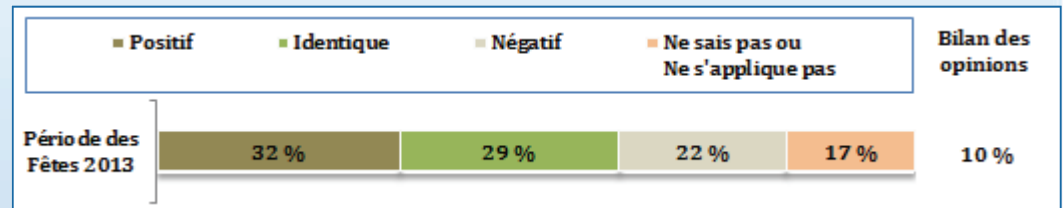
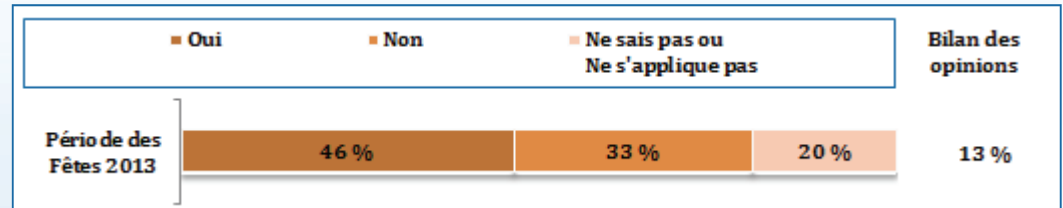
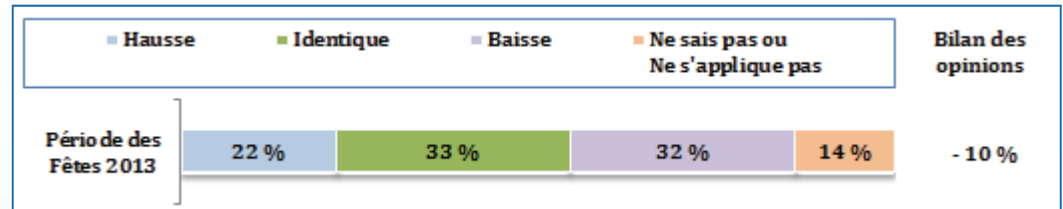
Pour la période des fêtes 2013, les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont constaté que l'achalandage touristique n'avait pas répondu à leurs attentes.

Augmentation du chiffre d'affaires

Toutefois, lorsque les entrepreneurs et les professionnels de l'industrie touristique sont interrogés à propos de leur performance économique, il ressort que leur chiffre d'affaires n'a pas trop souffert de cette baisse d'achalandage.

L'effet d'un hiver précoce sur l'achalandage

L'automne 2013 a été marqué par l'arrivée d'un hiver plus précoce et rigoureux, ce qui semble avoir un effet positif sur l'achalandage touristique. En effet, à la lecture des résultats pour la période, on ne peut que constater que cette précocité de la neige a eu un effet bénéfique.





BILAN DE L'ANNÉE 2013

L'année 2013 par rapport à 2012

Selon les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme, il apparaît que l'année 2013 a été perçue comme plus performante que l'année 2012.

Événement marquant en 2013

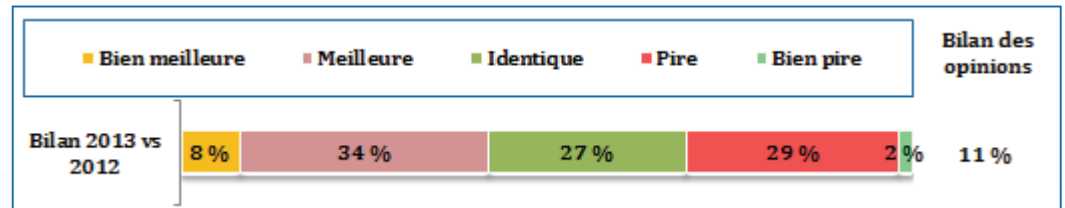
À l'occasion de ce sondage, il a été demandé aux entrepreneurs et aux professionnels québécois du tourisme de nous faire part d'un événement touristique marquant (positif ou négatif) qui s'est produit en 2013. En voici quelques-uns :

Perspective pour l'année 2014

L'industrie touristique québécoise a jugé que l'année 2013 a été, somme toute, relativement bonne et elle s'attend à une hausse significative de sa performance en 2014.

Tourisme Québec réalise ce sondage d'opinion au moyen d'Internet, sur une base mensuelle au cours de la haute saison touristique et sur une base bimestrielle en basse saison. Ce sondage a été mené entre le 9 et le 17 janvier 2014 auprès de 480 entrepreneurs et professionnels du tourisme proposés par les différentes associations régionales (ATR). Parmi ceux-ci, 175 ont répondu au questionnaire, mais seulement 160 ont été retenus pour l'analyse.

Les résultats présentés ici constituent un baromètre d'opinions. Ils ne peuvent en aucun cas se substituer aux analyses quantitatives et qualitatives effectuées à partir de données officielles.



Zone	Attraits	Hébergement	Service
Zone du littoral	Qualité des expositions	Température Grève de la construction	Incendies de forêt
Zone urbaine	Mosaïcultures internationales Beaucoup de neige Planétarium Rio Tinto Alcan Red Bull Crashed Ice	O'Sheaga Paul McCartney	Cirque du Soleil
Zone périphérique de Montréal	Beau temps pour les musées Jeux du Canada Forte influence de la météo	Forte influence de la météo Conjoncture économique en Europe	Tragédie de Lac-Mégantic Influence forte d'Internet Pont Champlain Froid extrême
Zone périphérique de Québec	Neige abondante pour les sports d'hiver Été agréable pour le rafting Bateau de croisières	Rendez-vous Canada	Jeux du Québec La Petite Vie (musée)
Zone du Nord	Printemps très tardif	Conditions météo défavorables	

