

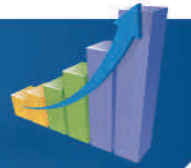


NOTE DE CONJONCTURE
Septembre 2013



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

Octobre 2013



Un début d'automne à l'image de l'été

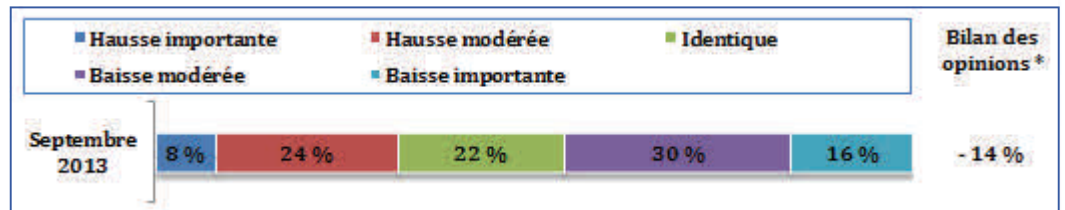
Sous forme de baromètres d'opinion, la note de conjoncture présente les tendances et les perspectives à court terme du tourisme au Québec. Celle du mois de septembre est produite à partir d'un sondage par Internet mené auprès de 557 entrepreneurs et professionnels du tourisme du Québec.

Parmi eux, certains ont profité de ce sondage pour formuler des commentaires dont les plus marquants sont les suivants :

- Le retour des touristes japonais qui étaient en retrait depuis le tsunami de 2011;
- À la suite de la tragédie de juillet, le nombre de visiteurs était nettement à la hausse dans la région de Lac-Mégantic.

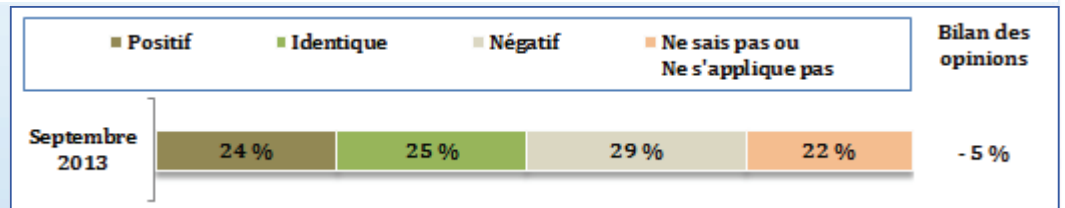
ACHALANDAGE TOURISTIQUE

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



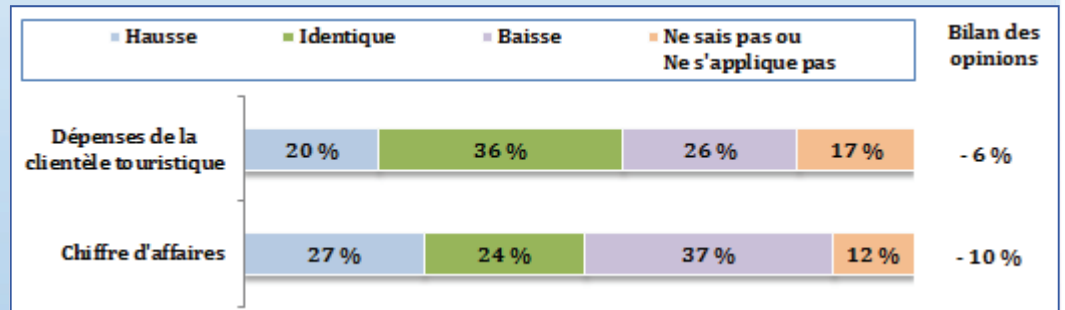
CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

De manière générale, on estime que l'influence des conditions météorologiques de cette année n'a pas eu d'effet sur l'achalandage par rapport à la même période l'an dernier.



DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE ET CHIFFRE D'AFFAIRES

L'industrie touristique a estimé que les dépenses de la clientèle et, surtout, le chiffre d'affaires étaient à la baisse pour cette période par rapport à 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.





TENDANCE PAR ZONE

(régions touristiques offrant une saisonnalité apparentée)

Le niveau d'achalandage touristique pour la période a été en forte baisse pour la zone périphérique de Québec, modérée pour la zone urbaine et légèrement à la baisse pour la zone périphérique de Montréal.

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

Zone urbaine : Montréal, Laval, Outaouais et Québec

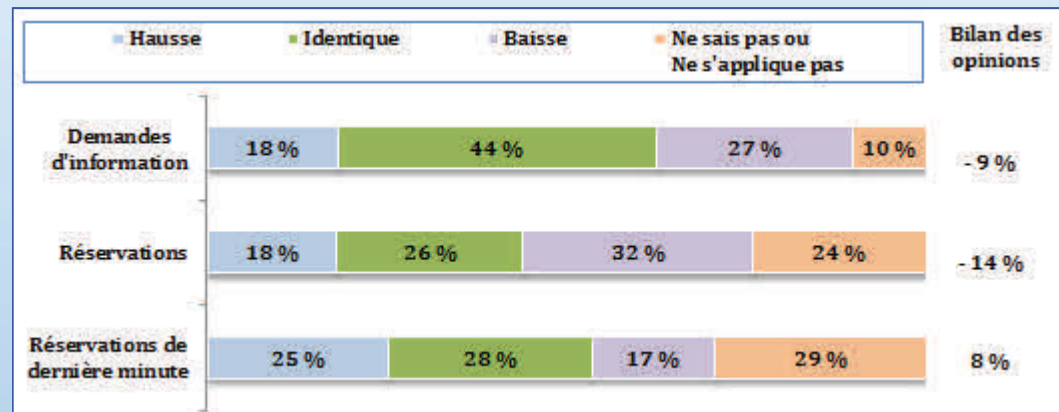
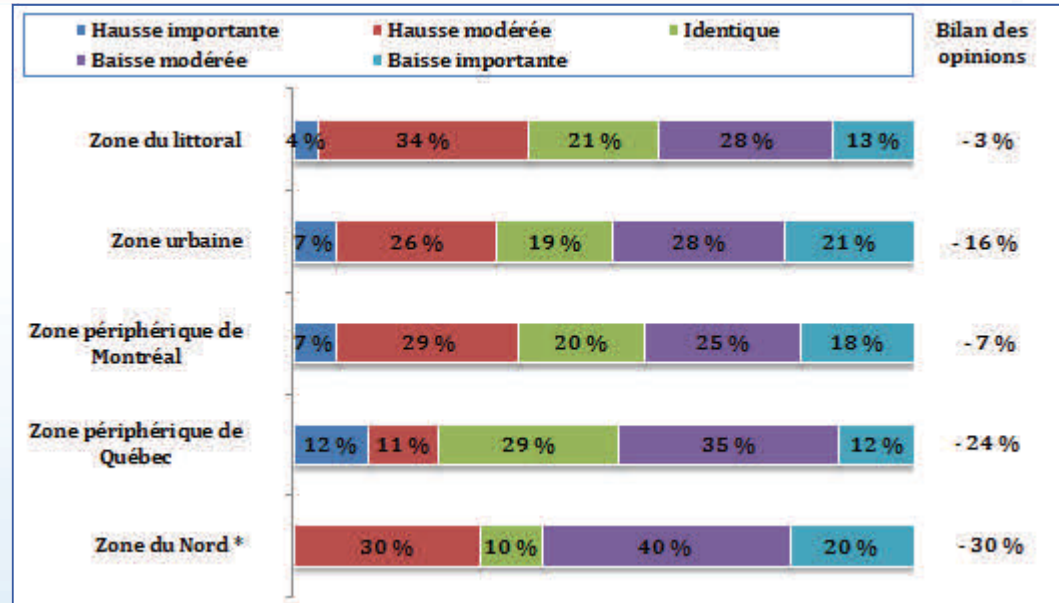
Zone périphérique de Montréal : Laurentides, Lanaudière, Montérégie et Cantons-de-l'Est

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

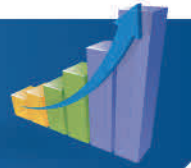
TENDANCE SELON LES DEMANDES D'INFORMATION ET LES RÉSERVATIONS

Les demandes d'information et les réservations sont jugées à la baisse par rapport à celles de l'an dernier alors que les réservations de dernière minute sont en hausse.



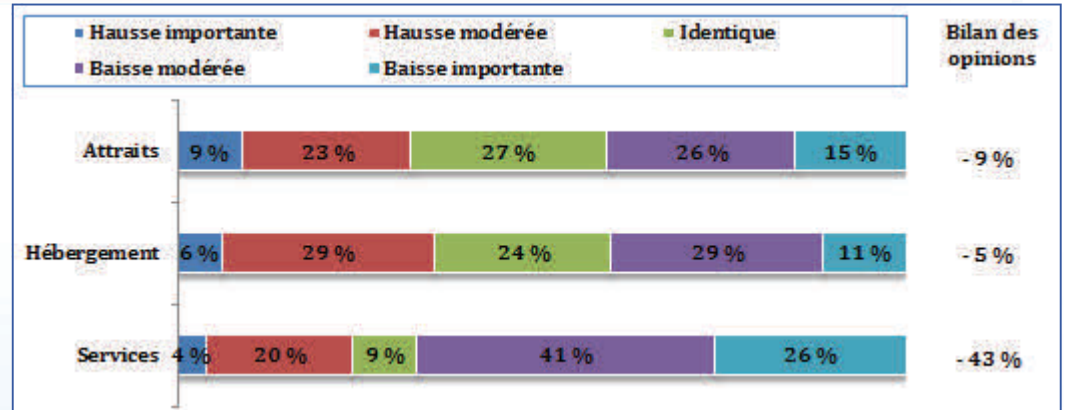
* En raison de la faible taille de l'échantillon, ces données sont fournies à titre indicatif seulement.





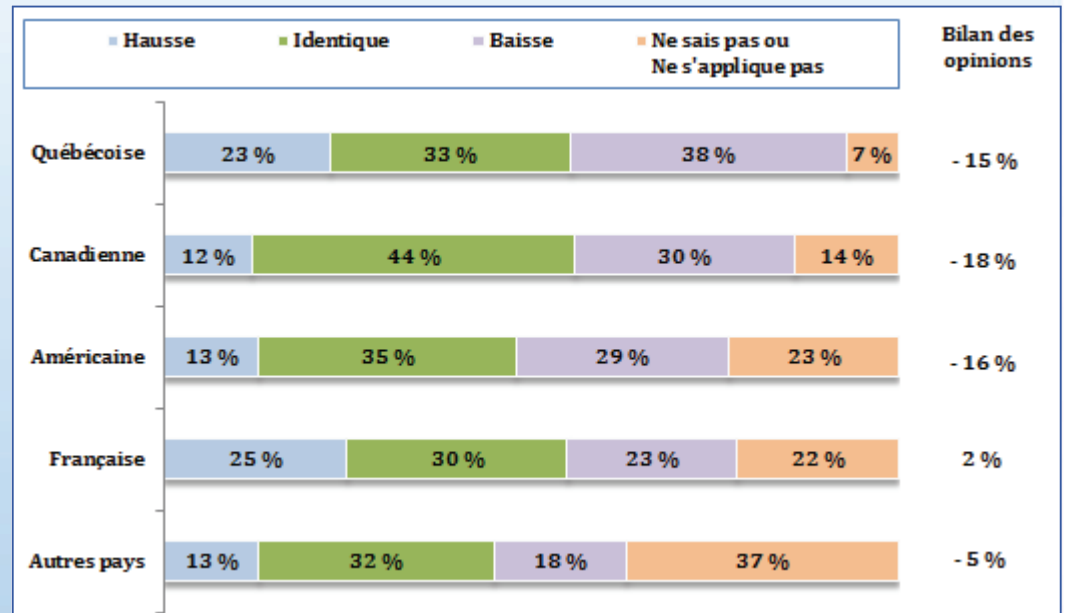
TENDANCE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

L'achalandage dans le secteur des services a été jugé fortement à la baisse par rapport à la même période l'an dernier, mais modéré en ce qui concerne celui des attraits.



TENDANCE SELON L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

La clientèle québécoise, canadienne et en provenance des États-Unis ont été évaluées à la baisse tandis que celle venant de la France et des autres pays est similaire à celle de l'an dernier.





PERSPECTIVES POUR LE PROCHAIN MOIS

L'industrie touristique est d'avis que l'achalandage touristique en octobre 2013 sera moins performant que celui observé l'an dernier à la même période.

OPINION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE SUR L'ACHALANDAGE POUR LA PÉRIODE ESTIVALE 2013

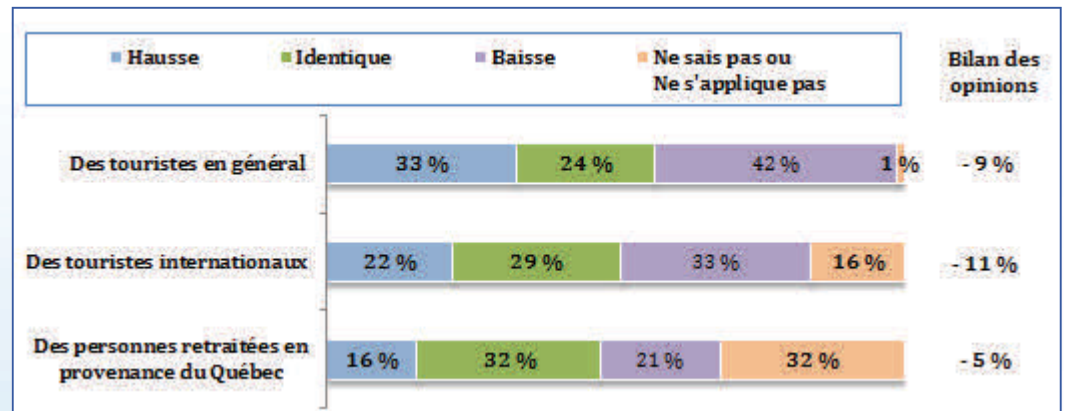
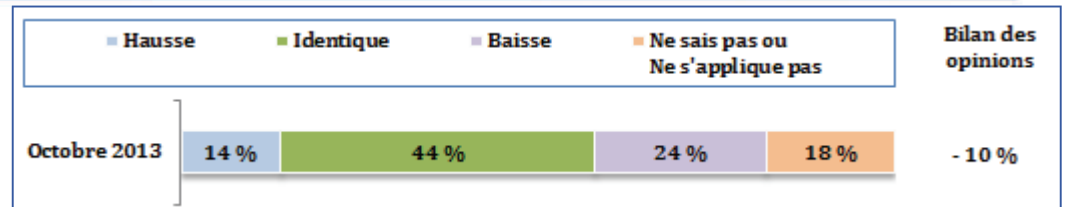
L'industrie touristique observe une baisse de l'achalandage des touristes au Québec, confirmant ainsi la tendance observée au cours des mois de juin, juillet et août 2013. L'été 2013 n'aura pas été épargné par les mauvaises conditions météorologiques et la situation économique difficile qui perdure en Amérique et en Europe.

OPINION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE SUR LES POSTES LAISSÉS VACANTS SUITE AU RETOUR AUX ÉTUDES

Une forte proportion des entrepreneurs et des professionnels québécois du tourisme qui ont été interrogés à l'occasion de ce sondage constatent peu de contraintes à la suite du retour en classe des étudiants. Toutefois, d'après les commentaires formulés, plusieurs souhaiteraient que le retour aux études ait lieu après la fin de semaine de la fête du Travail. Certains constatent qu'au printemps, lorsque les étudiants deviennent disponibles pour un emploi d'été, la saison estivale n'a pas encore commencé.

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 trimestrielle en basse saison. Ce sondage a été mené entre le 27 septembre et le 4 octobre 2013 auprès de 557 entrepreneurs et professionnels du tourisme proposés par les différentes associations régionales (ATR), parmi lesquels 235 ont répondu au questionnaire. Seulement 227 questionnaires 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.



À l'approche de la saison automnale, est-ce que l'industrie touristique éprouve des difficultés à pourvoir les postes laissés vacants par les étudiants qui retournent aux études?	
Oui	34,7 %
Non	47,6 %
Ne sais pas / ne s'applique pas	17,8 %

