

## Tourisme Lanaudière

### BILAN MI-SAISON, mai à juillet 2018

La saison touristique estivale bat son plein et Lanaudière accueille actuellement une grande quantité de visiteurs, touristes et excursionnistes provenant principalement du grand Montréal, mais aussi d'ailleurs au Québec, des États-Unis et de l'Europe. Même s'il est un peu trop tôt pour tirer des conclusions, plusieurs indicateurs de performance, jumelés à une enquête à laquelle 93 entreprises touristiques ont répondu, nous permettent d'analyser les principales tendances liées à l'achalandage, de mai à juillet 2018.

#### Faits saillants :

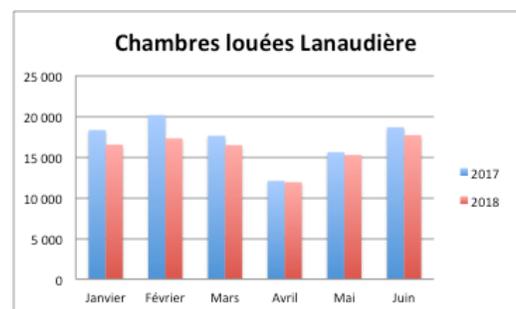
- Selon l'Institut de la Statistique du Québec, les taux d'occupation des lieux d'hébergement sont à la hausse pour chacun des mois, de janvier à juin 2018 pour atteindre un taux moyen de 39,1 %. Les taux d'occupation de juin ont franchi la barre des 43 %.
- Les lieux d'hébergement qui dépendent des clientèles de tourisme d'agrément ainsi que les attraits sont affectés positivement par le beau temps du début de saison.
- Les attraits agrotouristiques, de plein air ainsi que les festivals et événements connaissent un début de saison généralement positif tandis que les attraits culturels présentent un bilan mi-saison plus mitigé.

Voici donc, en résumé, quelques données tirées des indicateurs dont nous disposons :

### ENQUÊTE DE L'INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (janvier à juin)

#### Nombre d'unités louées

Pour les six premiers mois de l'année 2018, plus de 95 000 unités d'hébergement ont été louées dans Lanaudière, une légère baisse par rapport à 2017.



#### Revenus bruts

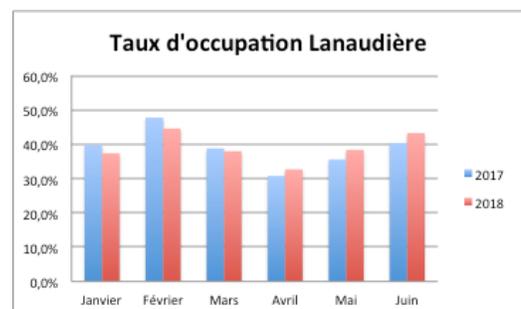
Pour les six premiers mois de l'année 2018, les revenus bruts générés par l'occupation hôtelière dans Lanaudière ont atteint un niveau de plus de 10,6 M\$.

#### Prix moyen des chambres

Le prix moyen des unités a connu une hausse importante de 6 % depuis le début de l'année. Le coût moyen de janvier à juin 2018 s'établit à 110 \$/unité.

#### Taux d'occupation

Les taux d'occupation ont progressé à chacun des mois, de janvier à juin 2018, pour atteindre un taux moyen de 39,1 % comparativement à 38,8 % en 2017. Les taux d'occupation de juin ont franchi la barre des 43 %, comparativement à 40 % en 2017, qui était une première depuis 2011.



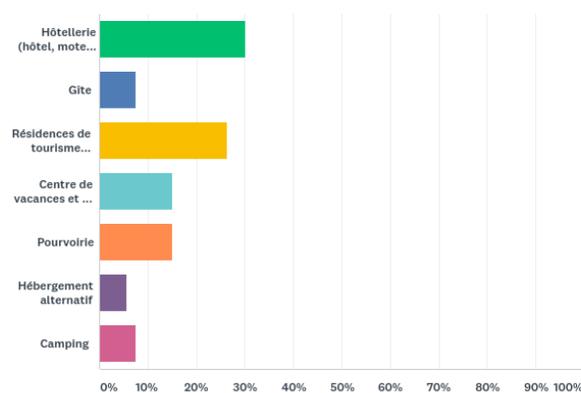
## ENQUÊTE AUPRÈS DES MEMBRES (mai à juillet)

Tourisme Lanaudière a réalisé un sondage auprès de ses membres du 26 au 30 juillet 2018 afin de comparer les résultats mi-saison par rapport à l'été 2017. Deux groupes distincts ont été sondés : les lieux d'hébergement (53 répondants) et les sites d'activités et attraits touristiques (40 répondants).

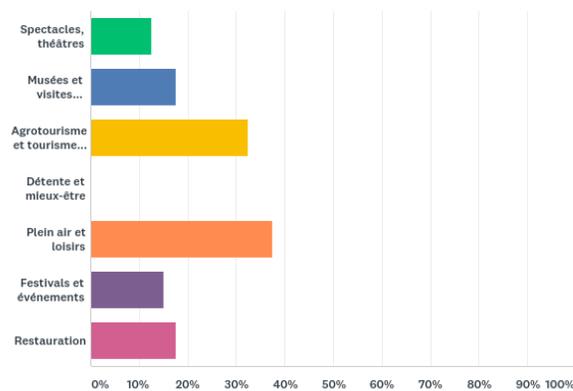
### Crédibilité de l'enquête

Autant pour les lieux d'hébergement que pour les activités et attraits, la proportion des répondants correspond à peu de choses près à la répartition de l'offre.

Q2 Dans quel secteur d'activité votre établissement opère-t-il?



Q2 Dans quel secteur d'activité votre établissement opère-t-il?



## Lieux d'hébergement

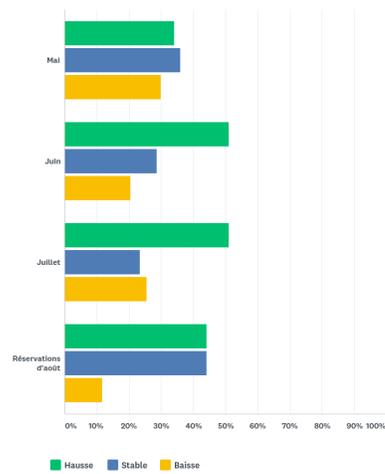
Les 53 lieux d'hébergement ayant répondu à l'enquête présentent des résultats globaux positifs. Ainsi, pour les mois de juin et juillet, 51 % des entreprises signalent des hausses d'achalandage tandis que 25 % signalent un achalandage stable. 22 % considèrent leur achalandage à la baisse par rapport à 2017.

Selon les répondants, le climat favorable du début d'été représente un des facteurs ayant occasionné cette hausse d'achalandage. Ils mentionnent également la promotion et visibilité régionale comme autre facteur clé de cette hausse.

### Analyse selon le type d'établissement<sup>1</sup> :

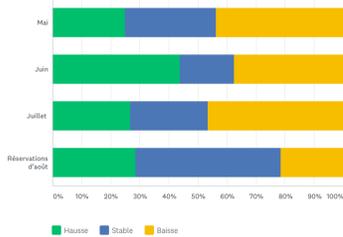
L'analyse par catégories d'hébergement permet de voir que c'est l'hôtellerie qui accuse le moins de hausses d'achalandage cet été par rapport à 2017 et que le produit pourvoirie, pour sa part, demeure stable. Les autres types d'hébergements ont pour leurs parts, des résultats à la hausse par rapport à 2017.

Q4 Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été 2017.



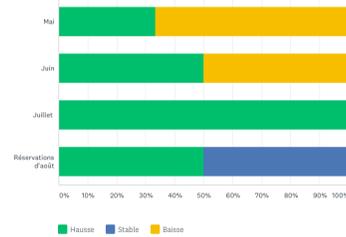
Hôtellerie - Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été 2017.

Réponses obtenues : 16 Question(s) ignorée(s) : 0



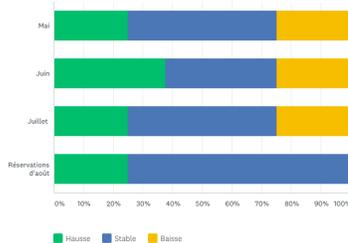
Gîte - Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été 2017.

Réponses obtenues : 4 Question(s) ignorée(s) : 0



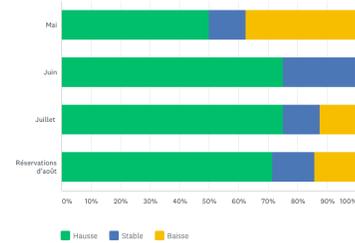
Pourvoiries - Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été 2017.

Réponses obtenues : 8 Question(s) ignorée(s) : 0



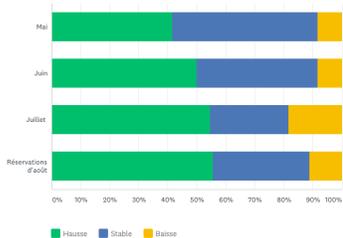
Centres de vacances - Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été 2017.

Réponses obtenues : 8 Question(s) ignorée(s) : 0



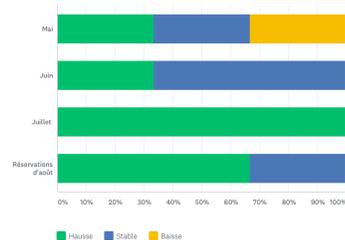
Résidences de tourisme - Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été 2017.

Réponses obtenues : 14 Question(s) ignorée(s) : 0



Hébergement d'expérience - Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été 2017.

Réponses obtenues : 3 Question(s) ignorée(s) : 0



<sup>1</sup> Camping, seulement 3 répondants, tous à la hausse

## Activités et attraits

Les 40 attraits ayant répondu à l'enquête ont des résultats légèrement plus positifs que les lieux d'hébergement. Globalement, pour les mois de mai, juin et juillet, 52 % des entreprises signalent des hausses d'achalandage pendant que 13 % signalent une baisse. 35 % considèrent leur achalandage stable par rapport à 2017.

Comme vous pouvez le constater dans les graphiques ici bas, ce sont les secteurs de l'agrotourisme et tourisme gourmand, plein air et loisirs et festivals et événements qui présentent la meilleure performance. Les musées, visites culturelles, pèlerinage et religion et spectacles, théâtres présentent, quant à eux, un bilan mitigé.

Ces données viennent appuyer la conviction des répondants concernant l'impact du beau temps (réel et annoncé) sur les résultats de début de saison estivale 2018.

Spectacles, théâtres Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été précédent.

Réponses obtenues : 2 Question(s) ignorée(s) : 0



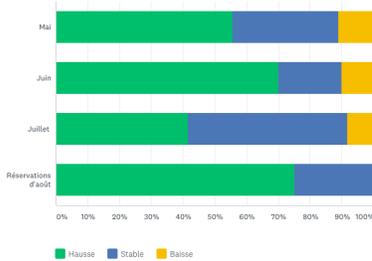
Musées et visites culturelles, pèlerinages et religion

Réponses obtenues : 7 Question(s) ignorée(s) : 0



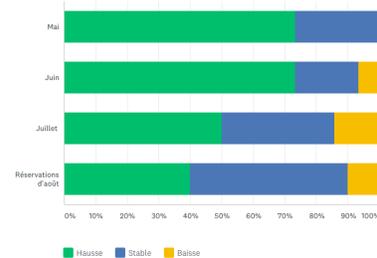
Agrotourisme et tourisme gourmand

Réponses obtenues : 13 Question(s) ignorée(s) : 0



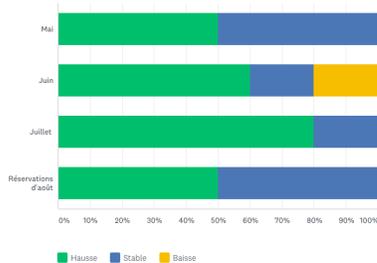
Plein air et loisirs : Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été précédent.

Réponses obtenues : 15 Question(s) ignorée(s) : 0



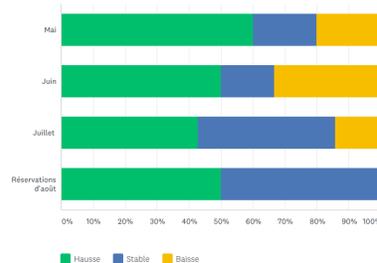
Festivals et événements : Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été précédent.

Réponses obtenues : 6 Question(s) ignorée(s) : 0



Restauration : Comparez les résultats de cet été à ceux de l'été précédent.

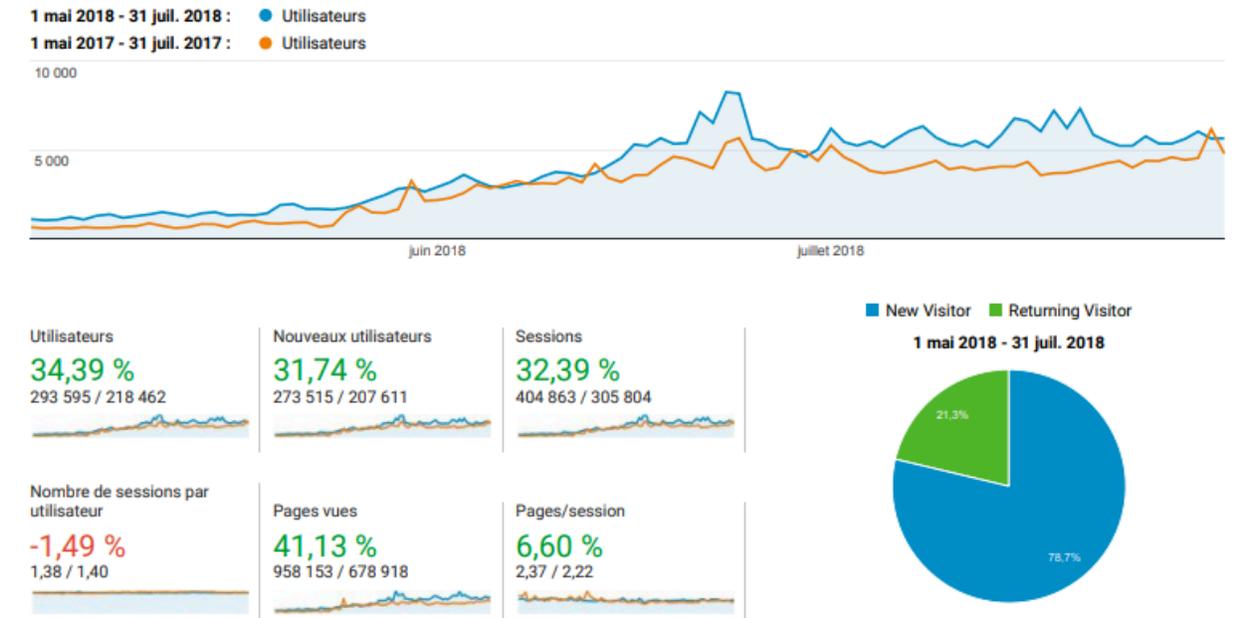
Réponses obtenues : 7 Question(s) ignorée(s) : 0



## INTERNET

### L'achalandage du site lanaudiere.ca

Du 1<sup>er</sup> mai au 31 juillet 2018, le site Web de Tourisme Lanaudière a été consulté par 293 595 utilisateurs, une hausse de 34 % par rapport à la même période en 2017, générant ainsi 404 863 sessions et près d'un million de pages vues pour la période.



### Principaux résultats

Du 1<sup>er</sup> mai au 31 juillet 2018, le site Web lanaudiere.ca aura occasionné plus de 108 000 clics vers les différents sites Web de nos 400 membres. De ce nombre, quelque 30 600 clics proviennent des offres et forfaits liés à la campagne estivale et plus de 77 000 clics en provenance des fiches des partenaires.

Une analyse plus approfondie concernant les résultats Web sera réalisée en fin de saison estivale.

SEJOUR D'AFFAIRES ACCUEIL DE GROUPE BLOGUE NOUS JOINRE ENGLISH ÉTÉ HIVER

LANAUDIÈRE > RAPPROCHEZ-VOUS <

ACTIVITÉS HÉBERGEMENT RESTAURANTS ÉVÉNEMENTS

Incontournables Explorez la région Offres et forfaits

## OFFRES ET FORFAITS

Pour un week-end en amoureux, des activités à faire en famille ou de quoi occuper vos vacances, Lanaudière est LA région tout indiquée. Découvrez les nombreuses offres et les divers forfaits offerts par nos partenaires.

PLEIN AIR DÉTENTE

FAMILLE SAVEURS & CULTURE GOLF VOIR TOUTES NOS OFFRES

## **Médias sociaux**

Les médias sociaux sont toujours en progression. Les abonnés de l'ensemble des plateformes continuent de croître à un rythme soutenu.

Le blogue génère aussi un achalandage en croissance. On parle de 103 607 pages vues entre le 1<sup>er</sup> mai 2018 et le 31 juillet 2018, alors qu'à pareilles dates l'an dernier, il y avait eu 68 421 pages vues.

Résumons l'amélioration de notre présence sur les médias sociaux en quelques chiffres :

<b>Réseau social</b>	<b>Instagram</b>	<b>Facebook</b>	<b>Twitter</b>	<b>Pinterest</b>	<b>LinkedIn</b>	<b>Google+</b>
Abonnés juillet 2016	4 598	29 129	5 126	508	272	442
Abonnés juillet 2017	6 930	37 628	5 564	552	324	446
Abonnés juillet 2018	8 608	46 521	5 795	581	380	428
Progression	24 %	24 %	4 %	5 %	17 %	-4 %

## **Conclusion**

Encore une fois cet été, le climat (réel et annoncé) semble avoir un impact important sur plusieurs entreprises touristiques de la région. Cela étant dit, la majorité des entreprises touristiques de Lanaudière sont à la hausse ou stable.

Une analyse plus poussée des résultats estivaux 2018 sera réalisée en octobre prochain.