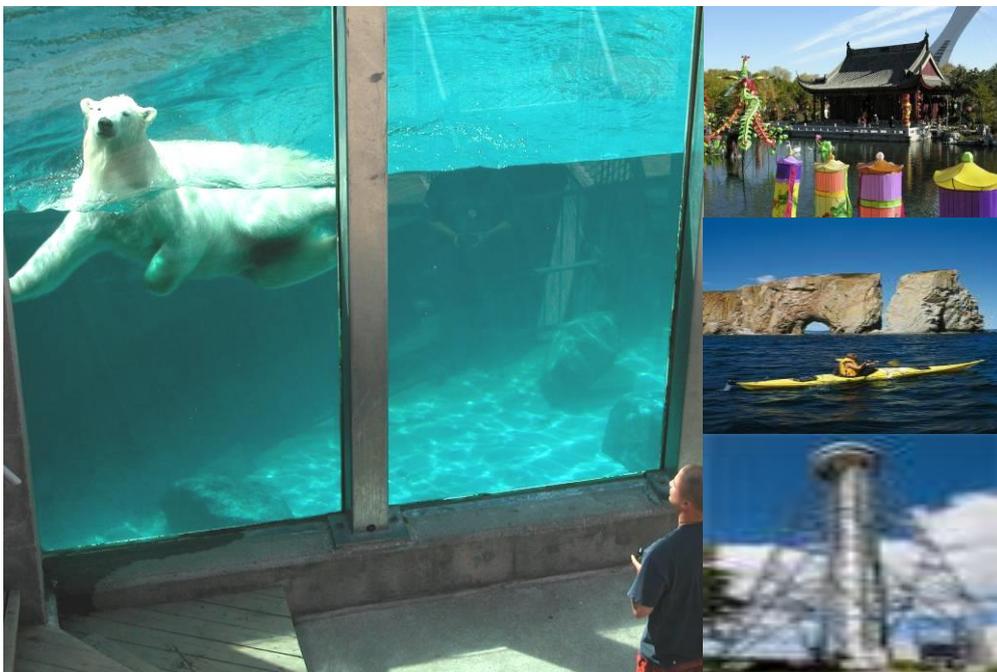


BILAN D'ACHALANDAGE

Attractions touristiques membres de la SATQ

ÉTÉ 2018



BILAN D'ACHALANDAGE DES ATTRACTIONS TOURISTIQUES

MEMBRES SATQ

ÉTÉ 2018

Réalisé par
Luce Proulx
Conseillère – Recherche et analyse stratégique

Janvier 2019

Société des Attractions Touristiques du Québec

4545, av. Pierre-De Coubertin,
Montréal (Québec) H1V 0B2
Tél. : 514 252-3037 ou 1 800 361-7688
info@satqfeq.com

Photos en couverture : Michel Julien

- Jardin de Chine du Jardin botanique de Montréal
- Cité de l'énergie, Rocher Percé
- Musée canadien de l'histoire
- Zoo sauvage de Saint-Félicien

TABLE DES MATIÈRES

Liste des tableaux.....	ii
Liste des graphiques.....	ii
INTRODUCTION.....	3
1. BILAN D'ACHALANDAGE.....	5
1.1 Bilan d'achalandage pour la saison estivale 2018.....	5
1.2 Bilan de la saison estivale 2018 selon le mode de tarification.....	7
1.2.1 Attractions sans frais d'admission.....	7
1.2.2 Attractions avec frais d'admission.....	7
1.2.3 Analyse comparative du bilan estival entre les attractions dont l'admission est gratuite et celles dont l'admission est payante.....	8
1.3 Achalandage selon le portrait des attractions avec une admission payante.....	10
1.3.1 Bilan régional – Attractions avec admission payante.....	10
1.3.2 Bilan par catégorie d'attractions – Attractions avec admission payante.....	12
1.3.3 Bilan selon la taille budgétaire des attractions – Attractions avec admission payante.....	14
1.3.4 Bilan selon le lieu des activités – Attractions avec admission payante.....	14
2. ANALYSE DU BILAN D'ACHALANDAGE.....	16
3. ÉVOLUTION.....	19
CONCLUSION.....	21

Liste des tableaux

Tableau 1 :	Répartition des répondants au bilan d'achalandage	3
Tableau 2 :	Statistiques d'achalandage annuel selon le mode de tarification des attractions touristiques	5
Tableau 3 :	Statistiques d'achalandage estival en 2018 pour les attractions membres de la SATQ selon le mode de tarification.....	5
Tableau 4 :	Croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques sans frais d'admission membres de la SATQ	7
Tableau 5 :	Croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ	7
Tableau 6 :	Écart entre les organisations ayant enregistré une hausse et celles ayant enregistré une baisse.....	9
Tableau 7 :	Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre)	10
Tableau 8 :	Croissance et décroissance de l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ par régions regroupées	11
Tableau 9 :	Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ par regroupement du MTO (mai à septembre).....	11
Tableau 10 :	Croissance et décroissance de l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ par regroupement du MTO	11
Tableau 11 :	Statistiques d'achalandage par catégorie pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre 2018).....	13
Tableau 12 :	Statistiques d'achalandage selon le budget pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre 2018).....	14
Tableau 13 :	Croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon la taille budgétaire	14
Tableau 14 :	Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu d'activité (mai à septembre 2018)	14
Tableau 15 :	Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu d'activité.....	15
Tableau 16 :	Entrées directes des touristes via le Québec (mai à septembre 2017 et 2018)	16

Liste des graphiques

Graphique 1 :	Achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ selon la tarification (mai à septembre).....	6
Graphique 2 :	Statistiques mensuelles d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ (<i>Croissance de l'achalandage mai à septembre 2017 - 2018</i>).....	8
Graphique 3 :	Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ selon le lieu des activités et le mode de tarification (<i>Croissance de l'achalandage mai à septembre 2017-2018</i>).....	9
Graphique 4 :	Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ par mois selon le lieu des activités	10
Graphique 5 :	Achalandage par mois pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu des activités.....	15
Graphique 6 :	Croissance des unités occupées des établissements d'hébergement au Québec par mois (2017-2018)	16
Graphique 7 :	Achalandage par mois pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu des activités (<i>Croissance de l'achalandage 2016-2018</i>).....	17
Graphique 9 :	Évolution comparable de l'achalandage des attractions touristiques entre 2008 et 2018	19
Graphique 10 :	Évolution comparable de l'achalandage des attractions touristiques selon leur tarification entre 2004 et 2018.....	20
Graphique 11 :	Évolution comparable de l'achalandage des attractions touristiques selon le lieu d'activité entre 2004 et 2018	20

INTRODUCTION

Contexte et objectif du bilan d'achalandage

La *Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ)* a mis en place un système de collecte des données afin de connaître le bilan estival des attractions touristiques membres de la SATQ en termes d'achalandage. En 2018, la SATQ a élargi son analyse en y ajoutant la collecte des données pour l'achalandage annuel, soit du 1^{er} octobre au 30 septembre, ainsi que la provenance des visiteurs.

Plus précisément, cette étude vise à quantifier la performance, en termes de nombre de visiteurs, de l'industrie des attractions touristiques membres de la SATQ. L'achalandage estival sera aussi analysé en fonction du mode de tarification, du lieu des activités (extérieur ou intérieur), des régions touristiques, de la catégorie et de la taille budgétaire de l'organisation.

Méthodologie

Les résultats de la présente étude proviennent d'une compilation spéciale du service de recherche de la SATQ. L'ensemble des attractions touristiques membres de la SATQ en 2018 a été sollicité par courriel afin de transmettre leurs données d'achalandage pour les mois de mai à septembre pour 2017 et 2018, ainsi que leurs données d'achalandage du 1^{er} octobre 2016 au 30 septembre 2017 et du 1^{er} octobre 2017 au 30 septembre 2018.

La collecte des données fut effectuée entre les mois d'octobre et décembre 2018 auprès de 166 attractions touristiques. Comme la performance de l'industrie des attractions touristiques est mesurée à partir de la comparaison des chiffres absolus d'achalandage entre la saison 2017 et la saison 2018, nous ne retenons pour l'analyse que les attractions touristiques dont les données sont comparables (tableau 1). Nous avons ainsi obtenu l'achalandage estival de 110¹ attractions touristiques, pour un taux de réponse de 66,3 % des membres, et l'achalandage annuel de 105 attractions touristiques, pour un taux de réponse de 63,2 %. Pour les données de provenance, l'échantillon ne compte que 66 attractions, pour un taux de réponse de 39,8 %; ces résultats devront donc être considérés avec prudence.

Parmi les bilans d'achalandage estival des 110 attractions touristiques retenues, nous comptons 85 attractions avec frais d'admission et 25 attractions sans frais d'admission². Les variations d'achalandage des attractions avec frais d'admission et celles des attractions sans frais d'admission sont évaluées séparément.

Tableau 1 : Répartition des répondants au bilan d'achalandage

Type d'attraction	Répondants	
	Nb	%
Attractions avec frais d'admission	85	77,3 %
Attractions sans frais d'admission	25	22,7 %
Toutes les attractions touristiques	110	66,3 %

Le bilan inclut également des données en fonction du lieu des activités, soit intérieur ou extérieur³. Ce volet permet d'avoir une indication plus concrète de l'effet de la température sur l'achalandage global des attractions touristiques membres de la SATQ.

Nous réalisons aussi une analyse de l'évolution dans le temps de l'achalandage des attractions membres. Pour ce, il importe de travailler avec un échantillon comparable, c'est-à-dire un groupe d'attractions dont nous disposons des données pour l'ensemble des années à l'étude. L'échantillon est donc inférieur à celui du bilan annuel.

¹ Le nombre total de répondants est de 127 ou 765 % des attractions membres, mais seules 111 ont pu nous fournir leurs données pour 2017 et pour 2018.

² Une attraction sans frais d'admission peut demander des tarifs pour des activités spécifiques ou pour des activités connexes, mais l'accès au site principal de l'attraction est gratuit. Toutefois, pour certaines attractions, il faut payer pour vivre l'expérience touristique (exemple les casinos). En l'occurrence, ces attractions ont été classées comme attractions avec frais d'admission, malgré le fait que l'entrée sur le site est gratuite.

³ Une attraction est considérée comme extérieure si la majorité de ses activités sont pratiquées dehors ou si le site demande plusieurs déplacements extérieurs entre les différentes installations.

Le document est séparé en trois parties. Les résultats du bilan d'achalandage 2018 sont présentés en première partie. Nous y présenterons brièvement les résultats annuels et la provenance des visiteurs, pour nous concentrer ensuite davantage au bilan d'achalandage estival. Dans la deuxième partie, nous avons effectué une analyse de quelques facteurs ayant pu influencer la fréquentation estivale des attractions, telles que la météo et le contexte économique et social. En dernière partie, un regard sur l'évolution de l'achalandage estival des attractions depuis plusieurs années permet de dégager certains défis auxquels l'industrie fait face.

1. BILAN D'ACHALANDAGE

L'achalandage global du 1^{er} octobre 2017 au 30 septembre 2018 pour les 105 attractions touristiques ayant répondu à notre appel est de plus de 30 007 569 millions de visiteurs, soit une baisse de 6,8 % par rapport à l'année précédente. Rappelons qu'en 2017, plusieurs activités étaient liées au 375^e anniversaire de Montréal et au 150^e de la Confédération canadienne, pouvant ainsi expliquer la baisse.

Les attractions avec frais d'admission ont subi une baisse moins importante de leur achalandage annuel comparativement aux attractions sans frais d'admission. Ceci peut s'expliquer en partie par de nombreuses activités offertes gratuitement dans le cadre du 375^e et du 150^e.

Tableau 2 : Statistiques d'achalandage annuel selon le mode de tarification des attractions touristiques

Attractions touristiques	Achalandage (1 ^{er} octobre 2017 au 30 septembre 2018)		Taux de croissance entre le 1 ^{er} oct. 2016 au 30 sept. 2017 et le 1 ^{er} oct. 2017 au 30 sept. 2018
	Nb de visiteurs	% de l'achalandage global 2017-2018	
Admission payante (n=82)	21 593 482	72,0 %	-1,5 %
Admission gratuite (n=23)	8 414 087	28,0 %	-18,2 %
Total (n=105)	30 007 569	100 %	-6,8 %

En moyenne, les visiteurs locaux comptent pour 36 % des visiteurs des attractions touristiques, comparativement à 64 % pour les visiteurs non-locaux, dont 30,1 % d'excursionnistes et 33,4 % de touristes.

Sur les 30 millions de visiteurs, 58,6 % ont visité les attractions touristiques durant la saison estivale, c'est-à-dire entre mai et septembre 2018. Cette part est d'autant plus importante pour les attractions sans frais d'admission (66,9 %), quoique la proportion des visiteurs durant la saison estivale sur le total d'achalandage reste importante pour les attractions avec frais d'admission (55,4 %).⁴

1.1 Bilan d'achalandage pour la saison estivale 2018

L'achalandage estival pour les 110 attractions ayant répondu à notre appel est de plus de 18 millions de visiteurs (tableau 3), soit une baisse de 12,7 % par rapport à la même période en 2017. La baisse de l'achalandage estival étant supérieure à la baisse de l'achalandage annuel, des facteurs saisonniers ont donc impacté la performance globale des attractions touristiques; ce qui est confirmé par la croissance de 3,2 % de l'achalandage des attractions entre les mois d'octobre à avril entre nos deux années à l'étude.

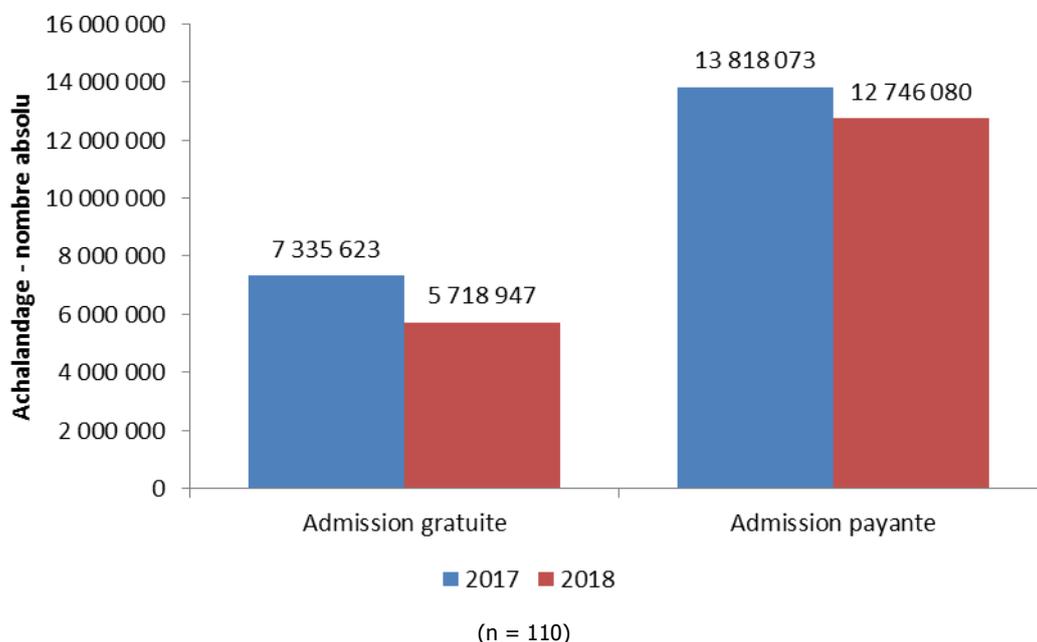
Tableau 3 : Statistiques d'achalandage estival en 2018 pour les attractions membres de la SATQ selon le mode de tarification

Attractions touristiques	Achalandage estival 2018 (mai à septembre)		Croissance de l'achalandage 2017-2018 (%)
	Nb de visiteurs	% de l'achalandage global 2017	
Admission payante (n=85)	12 746 080	69,0 %	-7,8 %
Admission gratuite (n=25)	5 718 947	31,0 %	-22,0 %
Total (n=110)	18 465 027	100 %	-12,7 %

⁴ Ces pourcentages ont été calculés à partir de l'échantillon de 105 attractions dont nous disposons des données d'achalandage annuel.

Le graphique 1 montre l'évolution en nombre absolu. Les attractions avec frais d'admission ont vu leur achalandage baissé d'un peu plus de 1 million de visiteurs, tandis que les attractions dont l'accès est gratuit ont enregistré une baisse de 1,6 million de visiteurs.

Graphique 1 : Achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ selon la tarification (mai à septembre)



La hauteur de ces chiffres s'explique notamment,

- par des baisses d'achalandage enregistrées par des attractions majeures. Mentionnons notamment le Biodôme qui était fermé à l'été 2018 pour cause de rénovation;
- un retour à la normale en 2018 après les festivités du 375^e et du 150^e. Rappelons qu'en 2017, les lieux historiques nationaux étaient gratuits et que les festivités étaient plus nombreuses sur des places publiques comme le Vieux-Port de Montréal.

Cette dernière hypothèse est très plausible, car une brève analyse de l'achalandage estival entre 2016 et 2018 montre une hausse de 1,1 % de l'achalandage en 2018 pour les attractions avec admission payantes.

Nous proposons dans les pages suivantes un bilan d'achalandage détaillé selon le mode de tarification des attractions. Comme l'échantillon des attractions sans frais d'admission est petit, seules les attractions avec frais d'admission feront l'objet d'une analyse plus détaillée selon différentes caractéristiques. Ce chapitre est donc divisé en deux sections :

- le bilan global de la saison estivale selon le mode de tarification, incluant une analyse comparative;
- l'achalandage selon le portrait détaillé des attractions avec frais d'admission.

1.2 Bilan de la saison estivale 2018 selon le mode de tarification

1.2.1 Attractions sans frais d'admission

Rappelons que les attractions sans frais d'admission (ou admission gratuite) ont enregistré une baisse de leur achalandage estival de 22 % entre 2017 et 2018 pour les mois de mai à septembre.

Le tableau ci-dessous présente cette baisse globale en distinguant les attractions sans frais ayant connu une croissance de leur achalandage et celles ayant connu une baisse de leur achalandage entre 2017 et 2018. Nous constatons d'abord que celles ayant connu une baisse sont plus nombreuses (56 %) en plus de compter pour une plus grande part de l'achalandage estival total des attractions sans frais d'admission (59,4 %). Au total, elles ont vu leur achalandage diminuer de 1 826 335 millions de visiteurs, soit une baisse de 35 % de leur achalandage. À l'opposé, seules 44 % des attractions ont vu leur achalandage augmenter entre l'été 2017 et l'été 2018, pour une croissance de 9,9 % (ou 209 659 visiteurs). Ainsi, la hausse enregistrée chez les attractions ayant connu une croissance et leur poids parmi l'ensemble des attractions sans frais d'admission (40,6 % de l'achalandage) étant nettement moins importants ne parviennent pas à combler la perte enregistrée chez les premières, d'où une baisse de 22 % de l'achalandage total des attractions sans frais d'admission.

Tableau 4 : Croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques sans frais d'admission membres de la SATQ

Attractions touristiques sans frais d'admission	Proportion (%) n = 25	Total achalandage mai à septembre			% de l'achalandage total sans frais d'admission (2018)
		2017	2018	Taux de croissance 17/18 (%)	
Dont la croissance est positive (n=11)	44,0 %	2 110 191	2 319 850	9,9 %	40,6 %
Dont la croissance est négative (n=14)	56,0 %	5 225 432	3 399 097	-35,0 %	59,4 %
Total (n=25)	100 %	7 335 623	5 718 947	-22,0 %	100 %

1.2.2 Attractions avec frais d'admission

Les attractions avec frais d'admission ont enregistré une baisse de leur achalandage estival de 7,8 % entre 2017 et 2018.

Le tableau 5 présente cette baisse globale en distinguant les attractions avec frais d'admission ayant connu une croissance de celles ayant connu une diminution de leur achalandage entre 2017 et 2018. Au total, l'achalandage a crû de plus de 11,1 % chez les premières, tandis que les secondes ont connu une baisse totale de plus de 13,6 %. Soulignons qu'un peu plus d'une attraction sur deux a enregistré une hausse d'achalandage à l'été 2018, mais leur poids sur le total d'achalandage n'est que de 28,4 %.

Tableau 5 : Croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ

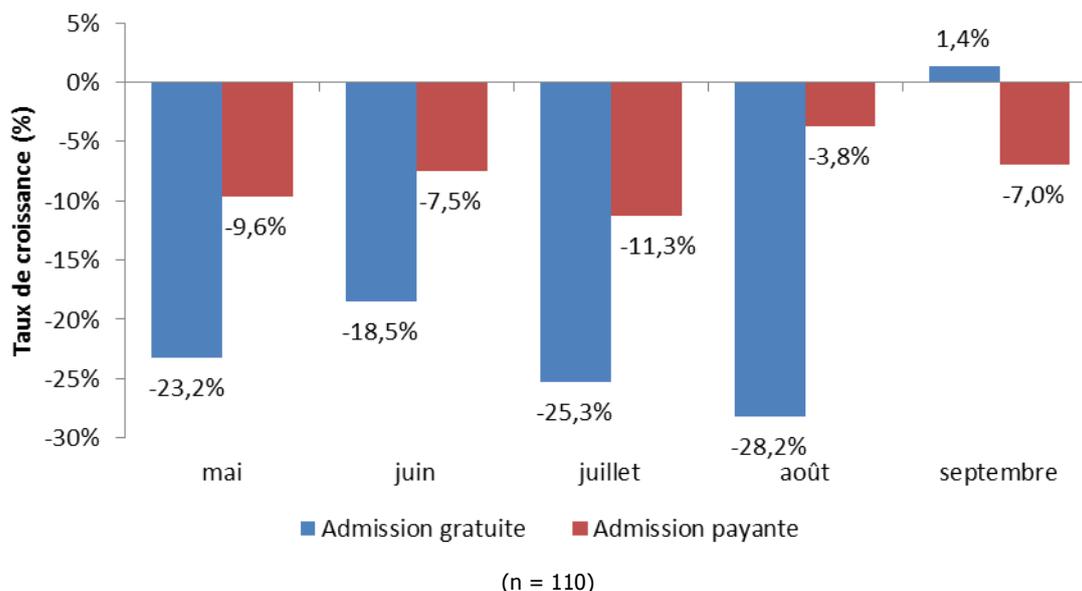
Attractions touristiques avec frais d'admission	Proportion d'attractions (%)	Achalandage mai à septembre			% du total de l'achalandage avec frais d'admission (2018)
		2017	2018	Taux de croissance 17/18 (%)	
Dont la croissance est positive (n = 43)	50,6 %	3 253 641	3 616 296	11,1	28,4 %
Dont la croissance est négative (n = 42)	49,4 %	10 564 432	9 129 784	-13,6	71,6 %
Total (n=85)	100 %	13 818 073	12 746 080	-7,8	100 %

1.2.3 Analyse comparative du bilan estival entre les attractions dont l'admission est gratuite et celles dont l'admission est payante

Bilan comparatif mensuel

Le graphique 2 permet de mieux comprendre les variations d'achalandage par mois des attractions touristiques membres de la SATQ entre 2017 et 2018. Nous observons que l'été 2018 a été plus « favorable » pour les activités dont l'accès est payant; celles-ci ayant connu des baisses moins fortes pour les mois de mai à août. Pour les attractions sans frais d'admission, des fortes baisses d'achalandage sont observées pour tous les mois sauf septembre. La hausse du mois de septembre peut s'expliquer par des températures moins accablantes dans la première moitié du mois, mais tout de même encore chaude, et la baisse des températures dans la deuxième moitié du mois.⁵

Graphique 2 : Statistiques mensuelles d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ
(Croissance de l'achalandage mai à septembre 2017 - 2018)



Ces résultats divergent avec les bilans régionaux diffusés par les associations touristiques régionales et les *Notes de conjoncture*⁶ diffusées par le ministère du Tourisme. En effet, leurs conclusions sont plutôt positives face à la saison 2018 avec des hausses d'achalandage enregistrées pour plusieurs régions. Déjà à la mi-saison, Isabelle Dubé, journaliste au journal La Presse, prédisait « un été d'affluence record », car le mois de juin affichait des hausses d'achalandage, particulièrement dans Charlevoix et Québec grâce au Sommet du G7, et à Montréal à cause de la F1.⁷ Face à nos résultats, peut-on penser que ces événements n'ont pas contribué à l'achalandage dans les attractions touristiques? Tandis que les Notes de conjoncture produites par le ministère du Tourisme indiquent un bilan à la hausse de mai à septembre pour les attractions.

En utilisant la même méthode de calcul que le ministère du Tourisme dans ses Notes de conjoncture pour évaluer la performance touristique⁸, nous constatons encore des différences entre nos résultats et les leurs, mais les attractions membres de la SATQ ont été plus nombreuses à enregistrer des hausses d'achalandage au cours des mois de mai-juin et d'août, mais pas en juillet et septembre. Les

⁵ Gouvernement du Québec, ministère de l'Environnement et Lutte contre les changements climatiques, *Faits saillants, Septembre 2018*. <http://www.environnement.gouv.qc.ca/climat/Faits-saillants/index.htm>

⁶ Gouvernement du Québec, ministère du Tourisme, *Note de conjoncture*, <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/intelligence-affaires/enjeux.php>

⁷ DUBÉ, Isabelle (2018), « Tourisme : vers un autre été d'affluence record », dans *La Presse*, <http://www.lapresse.ca/affaires/economie/quebec/201808/07/01-5192169-tourisme-vers-un-autre-ete-daffluence-record.php>

⁸ Rappelons d'abord que les notes de conjoncture sont un bilan des opinions des intervenants de l'industrie touristique et non pas une analyse réalisée à partir de données d'achalandage. Les résultats présentent l'écart en la proportion des intervenants ayant constaté une hausse et la proportion des intervenants ayant enregistré une baisse (**% Hausse - % Baisse = bilan des options**). Le résultat obtenu (positif ou négatif) suggère un bilan à la hausse ou à la baisse pour la même période en 2017.

différences entre nos résultats et ceux du ministère restent tout de même importantes. Autrement dit, la méthode de calcul n'est pas en cause pour expliquer nos divergences de résultats.

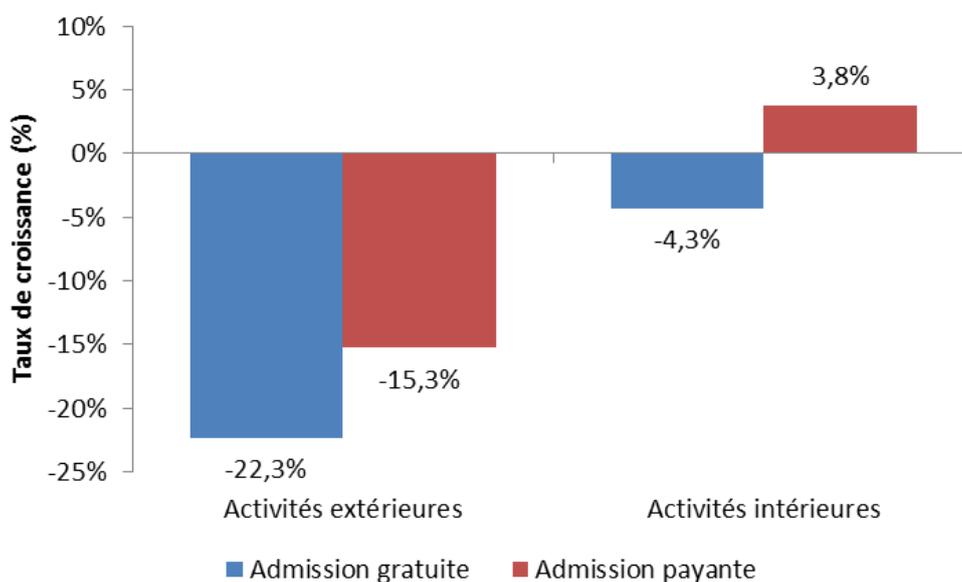
Tableau 6 : Écart entre les organisations ayant enregistré une hausse et celles ayant enregistré une baisse

Mois	Comparaison mensuelle 2017-2018 Performance de l'achalandage	
	Notes de conjoncture (résultats MTO)	Résultats membres SATQ
Mai-Juin	14 %	3,7 %
Juillet	15 %	-29,1 %
Août	35 %	7,3 %
Septembre	24 %	-1,9 %

Bilan comparatif selon le lieu des activités

Les attractions avec frais d'admission dont les activités se déroulent à l'intérieur (ou principalement à l'intérieur) semblent avoir connues une meilleure saison estivale.

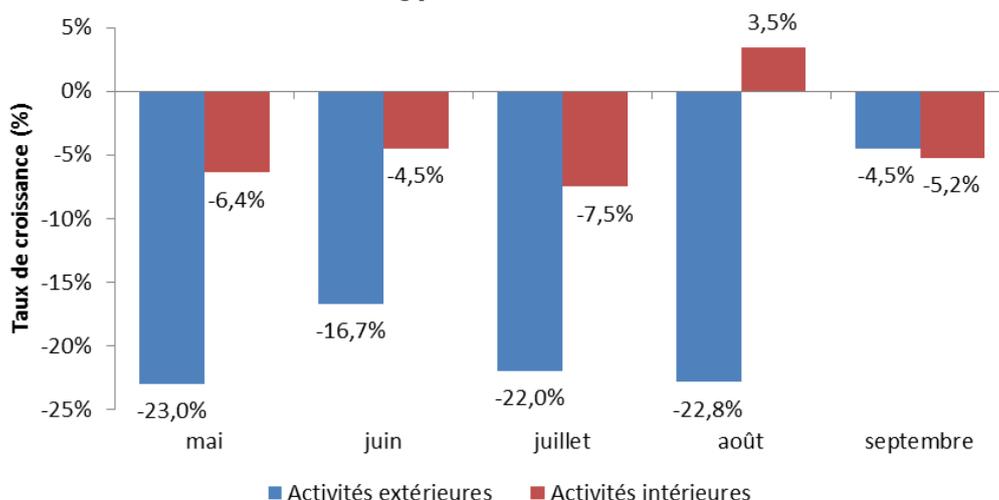
Graphique 3 : Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ selon le lieu des activités et le mode de tarification
(Croissance de l'achalandage mai à septembre 2017-2018)



(n = 110)

Face à ces résultats, nous avons tenté de mieux comprendre la performance mensuelle pour l'ensemble des attractions selon le lieu d'activité. Globalement, la saison estivale 2018 a été moins difficile pour les attractions dont les activités se déroulent à l'intérieur, particulièrement au mois d'août où on enregistre une hausse de l'achalandage entre 2017 et 2018. Les canicules de cette période de l'été peuvent expliquer en partie ces résultats. Malgré une baisse d'achalandage en septembre, les activités extérieures ont tout de même mieux performées.

Graphique 4 : Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ par mois selon le lieu des activités



1.3 Achalandage selon le portrait des attractions avec une admission payante

1.3.1 Bilan régional – Attractions avec admission payante

À des fins d'analyse, les régions touristiques ont été regroupées en cinq grands groupes : Montréal, Québec, les régions périphériques⁹, les régions intermédiaires¹⁰ et les régions éloignées¹¹. Cette typologie s'inspire de celle utilisée par le ministère de la Culture et des Communications dans ses portraits régionaux.¹²

Tableau 7 : Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre)

Regroupement des régions touristiques	Proportion (%) n = 85	Total achalandage mai à septembre			% de l'achalandage total sans frais d'admission (2018)
		2017	2018	Taux de croissance 17/18 (%)	
Montréal (n=16)	18,8 %	6 785 887	6 080 758	-10,4 %	47,7 %
Région de Québec (n=9)	10,6 %	1 433 019	1 381 029	-3,6 %	10,8 %
Régions périphériques (n=22)	25,9 %	736 702	655 572	-11,0 %	5,1 %
Régions intermédiaires (n=24)	28,2 %	4 274 572	4 036 897	-5,6 %	31,7 %
Régions éloignées (n=14)	16,5 %	587 893	591 824	0,7 %	4,6 %
Total (n=85)	100%	13 818 073	12 746 080	-7,8 %	100%

Globalement, pour la saison estivale, l'achalandage des attractions membres de la SATQ avec frais d'admission a connu une baisse dans quatre regroupements de régions touristiques (tableau 7). Montréal et les régions périphériques sont celles ayant enregistré les plus fortes baisses. Pourtant, en régions périphériques, les attractions ayant enregistré une hausse sont nettement plus nombreuses que celles ayant enregistré une baisse (tableau 8).

⁹ Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Montérégie, Laval.

¹⁰ Mauricie, Cantons-de-l'Est, Outaouais, Centre-du-Québec, Charlevoix.

¹¹ Abitibi-Témiscamingue, Baie-James/Eeyou Istchee/Nunavik, Bas-Saint-Laurent, Duplessis, Gaspésie, Îles-de-la-Madeleine, Manicouagan, Saguenay-Lac-Saint-Jean.

¹² Regroupement inspiré des portraits régionaux du ministère de la Culture, des Communications, https://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=20&no_cache=1 (page consultée le 16 janvier 2018).

Tableau 8 : Croissance et décroissance de l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ par régions regroupées

Régions touristiques	Proportion dont la croissance est positive	Proportion dont la croissance est négative
Montréal (n=16)	50,0 %	50,0 %
Région de Québec (n=9)	22,2 %	77,8 %
Régions périphériques (n=22)	63,6 %	36,4 %
Régions intermédiaires (n=24)	50,0 %	50,0 %
Régions éloignées (n=14)	50,0 %	50,0 %
Total (n=85)	50,6 %	49,4 %

Une redistribution des régions touristiques selon le regroupement utilisé par le ministère du Tourisme dans ses Notes de conjoncture permet de raffiner la lecture de la situation, mais confirme une baisse généralisée de l'achalandage dans toutes les régions. Ce sont les attractions des zones urbaines (Montréal, Québec, Outaouais et Laval) qui ont enregistré la plus forte baisse d'achalandage pour la saison estivale 2018 avec -9,1 %. Considérant le poids de leur achalandage sur le total de l'achalandage des attractions (73,2 %), elles influencent grandement le bilan saisonnier (tableau 9). Plus de la moitié des attractions de ces régions ont enregistré une baisse (tableau 10)

Tableau 9 : Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ par regroupement du MTO (mai à septembre)

Regroupement du MTO	Proportion (%) n = 85	Total achalandage mai à septembre			% de l'achalandage total sans frais d'admission (2018)
		2017	2018	Taux de croissance 17/18 (%)	
Zones urbaines (n=29)	34,1 %	10 273 056	9 336 078	-9,1 %	73,2 %
Zone périphérique de Montréal (n=26)	30,6 %	1 928 516	1 845 393	-4,3 %	14,5 %
Zone périphérique de Québec (n=24)	28,2 %	1 384 826	1 340 487	-3,2 %	10,5 %
Zone du littoral (n=5)	5,9 %	224 964	217 784	-3,2 %	1,7 %
Zone du nord (n=1)*	1,2 %	-	-	-	-
Total (n=85)	100%	13 818 073	12 746 080	-7,8 %	100%

* Considérant un petit échantillon pour la zone du nord, il n'est pas pertinent de présenter les résultats. Également, il faut considérer les résultats pour la zone du littoral avec prudence.

Tableau 10 : Croissance et décroissance de l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ par regroupement du MTO

Regroupement du MTO	Proportion dont la croissance est positive	Proportion dont la croissance est négative
Zones urbaines (n=29)	41,4 %	58,6 %
Zone périphérique de Montréal (n=26)	61,5 %	38,5 %
Zone périphérique de Québec (n=24)	54,2 %	45,8 %
Total (n=85)	50,6 %	49,4 %

Tel que déjà mentionné, ces résultats diffèrent de la plupart des bilans régionaux qui concluent à un bilan positif pour la saison estivale 2018. À titre d'exemple, Tourisme Montérégie qualifie son bilan de meilleur que l'année 2017, tandis que nos chiffres indiquent une baisse chez les attractions répondantes¹³. Le même constat peut être fait pour la Gaspésie qui parle *d'une saison record*¹⁴, les Cantons-de-l'Est avec *un bilan remarquable*¹⁵, Tourisme Chaudière-Appalaches avec une *saison plus performante qu'en 2017*¹⁶. De notre côté, pour ces régions, nous enregistrons une baisse de l'achalandage globale. Il est vrai toutefois que dans certaines de ces régions, les attractions sont plus nombreuses à avoir enregistré une hausse d'achalandage, notamment en Montérégie et en Gaspésie. Nos résultats concordent toutefois avec ceux des régions du Saguenay-Lac-Saint-Jean¹⁷, de Lanaudière¹⁸ et de Québec¹⁹. Malgré que l'Office du tourisme de Québec mentionne un été achalandé, c'est l'hôtellerie la grande gagnante, car une baisse de la fréquentation est enregistrée dans les attraits. L'impact du G7 dans Charlevoix y est probablement pour quelque chose.

1.3.2 Bilan par catégorie d'attractions – Attractions avec admission payante

Les résultats du tableau 11 montrent que les catégories d'attractions suivantes ont enregistré une baisse d'achalandage : musée et centre d'interprétation, parc d'attractions et thématiques ainsi que site historique, patrimonial ou religieux. Cependant, l'été 2018 a été profitable pour les activités récréatives et sportives, les croisières et les jardins.

Tourisme Montréal traçait en effet un bilan positif pour la saison des croisières avec une augmentation de 10 % des passagers comparativement à 2017.²⁰ Croisières du Saint-Laurent traçait également un bilan favorable pour 2018 de ses activités à Sept-Îles et à Baie-Comeau.²¹

Pour les résultats des musées et centres d'interprétation ainsi que des sites historiques et patrimoniaux, ceci peut trouver une part d'explication dans le retour à la normale après les festivités du 375^e de Montréal et du 150^e de la Confédération canadienne. L'accès gratuit pour les lieux historiques nationaux du Canada dans le cadre du 150^e a assurément gonflé l'achalandage. Pour valider cette hypothèse, nous avons vérifié la croissance de l'achalandage pour ces catégories d'attraction entre 2016 et 2018. À partir d'un échantillon de 17 attractions avec admission payant dont nous avons les données pour les deux années, nous enregistrons effectivement une hausse de 1,4 % de l'achalandage.

¹³ Tourism Express, *Bilan estival extraordinaire pour la Montérégie*, http://tourismexpress.com/nouvelles/bilan-estival-extraordinaire-pour-la-monteregie?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter-2018-10-18&utm_content=bilan-estival-extraordinaire-pour-la-monteregie

¹⁴ TourismExpress, *La Gaspésie un bilan record...*, http://tourismexpress.com/nouvelles/la-gaspesie-un-bilan-record?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter-2018-11-20&utm_content=la-gaspesie-un-bilan-record

¹⁵ Tourism Express, *Tourisme Cantons-de-l'Est: bilan saison estivale 2018*, http://tourismexpress.com/nouvelles/tourisme-cantons-de-l-est-bilan-saison-estivale-2018?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter-2018-11-22&utm_content=tourisme-cantons-de-l-est-bilan-saison-estivale-2018

¹⁶ TourismExpress, *Un bilan performant pour Tourisme Chaudière-Appalaches*, http://tourismexpress.com/nouvelles/un-bilan-performant-pour-tourisme-chaudiere-appalaches?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter-2018-11-29&utm_content=un-bilan-performant-pour-tourisme-chaudiere-appalaches

¹⁷ TourismExpress, *Bilan été 2018. Saguenay-Lac-Saint-Jean*, http://tourismexpress.com/nouvelles/bilan-ete-2018-saguenay-lac-saint-jean?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter-2018-11-14&utm_content=bilan-ete-2018-saguenay-lac-saint-jean

¹⁸ Tourisme Lanaudière, *Une croissance touristique soutenue dans Lanaudière* https://lanaudiere.blob.core.windows.net/media/8243/cp-bilan-fin-de-saison-e-te-2018vc-copie.pdf?utm_source=LanauTourisme++Bulletin+aux+membres+et+partenaires&utm_campaign=9f0457b4fc-EMAIL_CAMPAIGN_2018_10_22_05_38&utm_medium=email&utm_term=0_f7f076cbc3-9f0457b4fc-51462835

¹⁹ TourismExpress, *Sur la voie de battre 2017 ? Région de Québec*, http://tourismexpress.com/nouvelles/sur-la-voie-de-battre-2017?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter-2018-11-06&utm_content=sur-la-voie-de-battre-2017

²⁰ Tourisme Montréal (2018) *Bilan des croisières 2018 – Montréal dépasse la barre des 100 000 passagers*. <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/bilan-des-croisieres-2018---montreal-depasse-la-barre-des-100-000-passagers-700695231.html>

²¹ Croisières du Saint-Laurent (2018), *Bilan de la saison des croisières 2018 à Sept-Îles – Des perspectives réjouissantes*. <http://www.cruisesaintlawrence.com/FR/Communiqués/480/Bilan-de-la-saison-des-croisieres-2018-a-Sept-Iles-%E2%80%93-Des-perspectives-rejouissantes.aspx> Et *Un record atteint pour la 12^e saison de croisières à Baie-Comeau!* <http://www.cruisesaintlawrence.com/FR/Communiqués/496/Un-record-atteint-pour-la-12e-saison-de-croisieres-a-Baie-Comeau.aspx>

Tableau 11 : Statistiques d'achalandage par catégorie pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre 2018)

Catégories	Taux de croissance 17/18 (%)	% de l'achalandage global (2018)	Échantillon		Membres	
			n	%	n	%
Activité amérindienne	-	-	0	0	1	0,6
Activité culturelle	-	-	2	2,4	7	4,3
Activité récréative ou sportive	18,4	4,2	10	11,8	27	16,5
Agrotourisme	-	-	2	2,4	8	4,9
Casino	-4,2	36,3	6	7,1	6	3,7
Circuit	-	-	1	1,2	3	1,8
Croisière	8,1	0,3	3	3,5	8	4,9
Excursion en train	-	-	1	1,2	1	0,6
Hébertisme aérien	-	-	2	2,4	6	3,7
Jardin	5,4	0,8	3	3,5	3	1,8
Musée et centre d'interprétation	-16,3	26,4	33	38,8	42	25,6
Parc aquatique	-	-	0	0	3	1,8
Parc d'attractions et thématiques	-12,6	9,3	5	5,9	7	4,3
Parc et site naturel	1,2	2,3	4	4,7	9	5,5
Site historique, patrimonial ou religieux	-9,5	7,5	6	7,1	12	7,3
Spa nature	-	-	2	2,4	3	1,8
Théâtre/salle de spectacles	-	-	1	1,2	3	1,8
Visite industrielle	-	-	0	0	10	6,1
Zoo ou aquarium	-4,2	10,0	4	4,7	5	3,0
Total	-7,8	96,8²²	85	100	165	100

* Pour préserver la confidentialité, les résultats des catégories comptant moins de 3 membres ne sont pas publiés.

Rappelons que la prudence s'impose dans l'interprétation des résultats, car les échantillons sont petits. Néanmoins, pour les musées et centres d'interprétation, nos résultats vont dans le même sens des statistiques diffusées par l'Observatoire de la culture et des communications qui enregistre une baisse de 9,7 % de la fréquentation pour le 3^e trimestre de 2018, voire de 15,4 % pour les visiteurs individuels.²³ Ils concordent également pour les parcs et sites naturels. À titre d'exemple, le parc national de Frontenac dresse un bilan très positif de sa saison, notamment en raison de la réouverture de la plage²⁴, tandis que le Parc Marie-Victorin enregistrait déjà à la mi-saison une hausse de 13 % de son achalandage. Et dans le bilan de Tourisme Cantons-de-l'Est, le parc national du Mont-Mégantic, le Parc national du Mont-Orford et le Parc régional du Mont-Ham auraient tous enregistré une hausse.²⁵

Pour les parcs d'attractions et thématiques ainsi que les zoos ou aquariums, la météo semble ne pas avoir été favorable, car « la chaleur accablante aurait incité plusieurs vacanciers à revoir leurs plans ». C'est du moins la conclusion qu'en tire le Zoo de Granby.²⁶

²² En raison du fait que certaines données ne sont pas publiées, le total de cette colonne ne peut donner 100 %.

²³ Institut de la statistique Québec, *Variations trimestrielles et annuelles de la fréquentation des institutions muséales répondantes*, Québec, http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/patrimoine-musees-archives/institutions-museales/freq_3599.htm

²⁴ Région de Thetford, *Bilan d'une saison exceptionnelle au parc national de Frontenac*, <https://www.regionthetford.com/fr/actualites/2018/11/01/bilan-d-une-saison-exceptionnelle-au-parc-national-de-frontenac/>

²⁵ Tourism Express, *Tourisme Cantons-de-l'Est: bilan saison estivale 2018*, http://tourismexpress.com/nouvelles/tourisme-cantons-de-l-est-bilan-saison-estivale-2018?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter-2018-11-22&utm_content=tourisme-cantons-de-l-est-bilan-saison-estivale-2018

²⁶ Le Journal de Montréal (août 2018), *La météo nuit à l'achalandage du Zoo de Granby*, <https://www.journaldemontreal.com/2018/08/07/la-meteo-nuit-a-lachalandage-du-zoo-de-granby>

1.3.3 Bilan selon la taille budgétaire des attractions – Attractions avec admission payante

Les attractions de toute taille ont enregistré une baisse de leur achalandage pour la saison estivale 2018 (tableau 12). Les attractions dont le budget est supérieur à 500 000 \$ sont nombreuses à avoir enregistré une baisse (tableau 13).

Tableau 12 : Statistiques d'achalandage selon le budget pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre 2018)

Budget annuel de fonctionnement	Taux de croissance 17/18 (%)	% de l'achalandage global des attractions avec frais d'admission	Échantillon		Membres	
			n	%	n	%
Moins de 100 000 \$	-15,0	0,5	8	9,4	40	24,2
100 000 \$ à 499 999 \$	-9,8	6,6	20	23,5	41	24,8
500 000 \$ à 999 999 \$	-5,7	4,7	15	17,6	25	15,2
1 000 000 \$ et plus	-7,7	88,3	42	49,4	59	35,8
Total	-7,8	100	85	100	165	100

Tableau 13 : Croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon la taille budgétaire

Budget de fonctionnement annuel	Proportion dont la croissance est positive	Proportion dont la croissance est négative
Moins de 100 000 \$ (n=8)	62,5 %	37,5 %
100 000 \$ à 499 999 \$ (n=20)	60,0 %	40,0 %
500 000 \$ à 999 999 \$ (n=15)	26,7 %	73,3 %
1 000 000 \$ et plus (n=42)	52,4 %	47,6 %
Total (n=85)	50,6 %	49,4 %

1.3.4 Bilan selon le lieu des activités – Attractions avec admission payante

Les attractions avec frais d'admission dont les activités se déroulent à l'intérieur et à l'extérieur ont connu une baisse de leur achalandage, quoique les activités intérieures ont été moins impactées (tableau 14). Pourtant, le tableau 15 montre que les attractions avec frais d'admission dont les activités se déroulent à l'intérieur comme à l'extérieur sont presque aussi nombreuses à enregistrer une hausse qu'une baisse. La plus forte baisse pour les activités extérieures s'explique donc par des pertes importantes pour certaines attractions.

Tableau 14 : Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu d'activité (mai à septembre 2018)

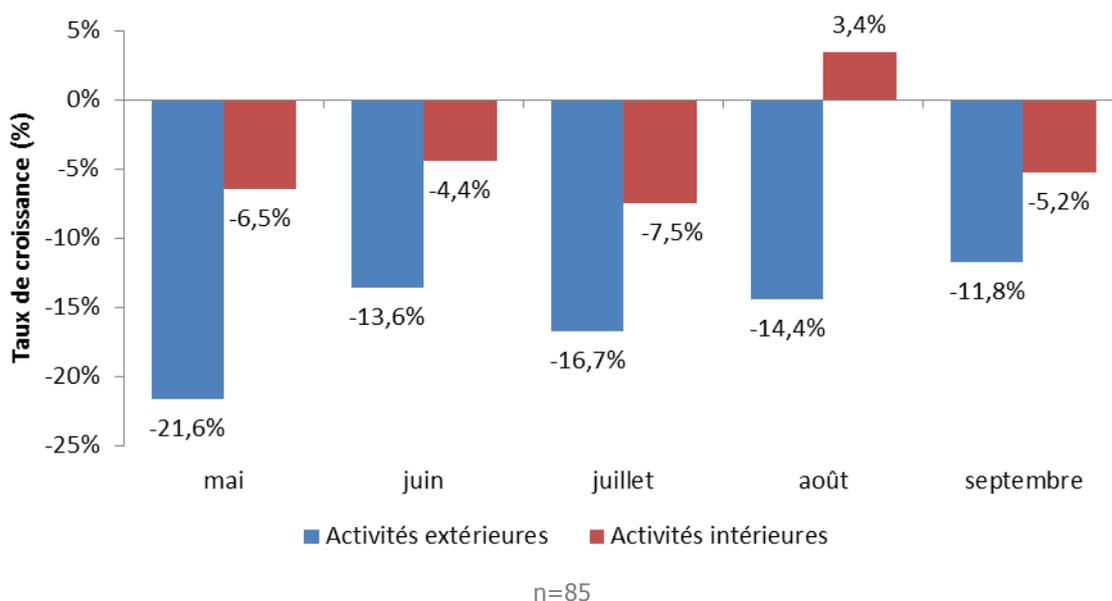
Lieu d'activité	Taux de croissance 17/18 (%)	% de l'achalandage global des attractions avec frais d'admission	Échantillon		Membres	
			n	%	n	%
Activités extérieures	-15,3	31,9	33	38,8	65	46,8
Activités intérieures	-3,8	68,1	52	61,2	74	53,2
Total	-7,8	100	85	100	139	100

Tableau 15: Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu d'activité

Lieu d'activité	Proportion dont la croissance est positive	Proportion dont la croissance est négative
Activités extérieures (n=33)	48,5 %	51,5 %
Activités intérieures (n=52)	51,9 %	48,1 %
Total (n=85)	50,6 %	49,4 %

Il est intéressant de refaire l'exercice de la répartition par mois de la croissance de l'achalandage des attractions entre 2017 et 2018 selon le lieu des activités (graphique 5). Malgré une baisse d'achalandage généralisée pour tous les mois, l'été a été plus profitable pour les activités intérieures, notamment en août. Rappelons que la saison estivale 2017 avait été profitable pour les deux groupes, mais davantage pour les activités extérieures. Il n'est donc pas surprenant qu'elles soient celles qui subissent les plus fortes baisses. La météo avec des chaleurs accablantes y est possiblement pour quelque chose.

Graphique 5 : Achalandage par mois pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu des activités



Globalement, les résultats du graphique 5 viennent confirmer une saison estivale décevante pour l'ensemble des attractions avec frais d'admission, qu'elles soient intérieures ou extérieures, quoique plus favorablement pour les activités intérieures. Nous tenterons dans le chapitre suivant d'expliquer ces résultats.

2. ANALYSE DU BILAN D'ACHALANDAGE

Deux constats majeurs se dégagent du bilan d'achalandage 2018 des attractions touristiques membres de la SATQ :

- Une saison estivale dont les résultats sont à la baisse pour tout type d'attraction
- Des résultats qui diffèrent de ceux observés par les autres acteurs de l'industrie.

En effet, globalement les bilans régionaux des associations touristiques présentent des résultats positifs, les établissements d'hébergement enregistrent une hausse mensuelle des unités occupées, sauf pour juillet (graphique 6), et les entrées des touristes internationaux aux frontières du Québec affichent une hausse pour la saison de mai à septembre (tableau 16). Le tout probablement à cause d'une stabilité économique, d'un bon prix de l'essence et d'un taux de change acceptable.

Graphique 6 : Croissance des unités occupées des établissements d'hébergement au Québec par mois (2017-2018)²⁷

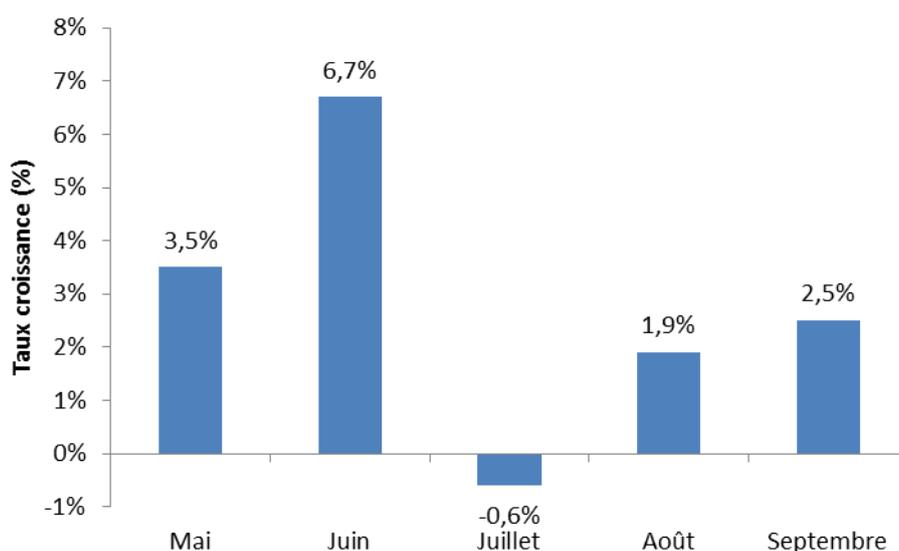


Tableau 16 : Entrées directes des touristes via le Québec (mai à septembre 2017 et 2018)²⁸

Provenance des touristes	Nombre d'entrées en 2018	Nombre d'entrées en 2017	Taux de croissance 2017-2018 (%)
Autres pays	734 596	714 480	2,8 %
États-Unis	1 118 617	1 092 970	2,3 %
<i>En automobile</i>	635 980	615 514	3,3 %
<i>Autres moyens</i>	482 637	477 456	1,1 %
Total d'entrées au Québec	1 853 213	1 807 450	2,5 %

Trois principales raisons peuvent expliquer nos résultats de l'été 2018 :

- Une année suivant celle riche en festivités touristiques sur l'ensemble du territoire québécois et canadien.
- Une météo avec des chaleurs accablantes.
- Des événements qui ont peu ou pas de retombées dans les attractions (Sommet du G7, Grand prix, festivals en général...).

²⁷ Compilation du service de recherche de FEQ-SATQ à partir des données disponibles dans les Bulletins touristiques mensuels du ministère du Tourisme,, http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/bulletins_info/bulletin/2018/index.html

²⁸ Compilation du service de recherche de FEQ-SATQ à partir des données disponibles dans les Bulletins touristiques mensuels du ministère du Tourisme,, http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/bulletins_info/bulletin/2018/index.html

Une année suivant celle riche en festivités

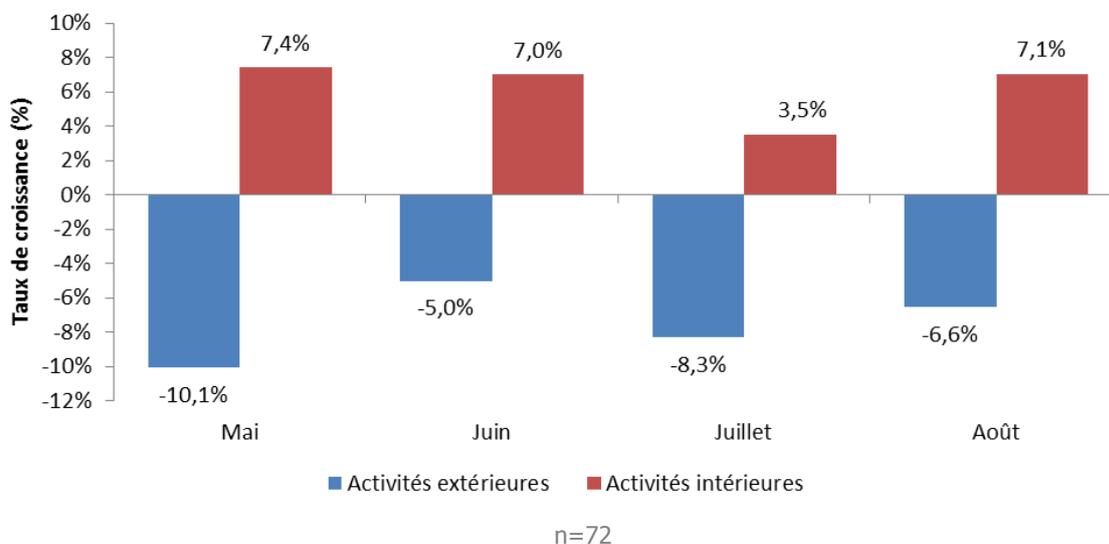
L'année 2017 aura été une année importante pour l'industrie touristique du Canada et plus particulièrement du Québec avec deux événements majeurs qui se déroulaient de façon concomitante : la célébration du 150^e anniversaire de la Confédération canadienne et les célébrations du 375^e anniversaire de Montréal. Rappelons que bon nombre d'attractions ont participé aux programmations de ces deux événements majeurs, favorisant ainsi leur achalandage.

L'année 2018 est celle du retour à la normale. En comparant les résultats avec ceux de 2016, nous pouvons effectivement conclure à une bonne saison estivale 2018, c'est-à-dire pour les mois de mai à août, mais pas pour toutes les catégories d'attractions. Les attractions dont les activités se déroulent à l'intérieur ont mieux performé, avec une hausse de 4,6 %, voire même une hausse de 6,1 % pour les activités intérieures avec frais d'admission. À l'inverse, les activités extérieures ont enregistré une baisse de leur achalandage de 15,9 %, voire de 20,8 % pour les activités extérieures gratuites. Autrement dit, d'autres facteurs que la fin des festivités 2017 entre en jeu.

Un bilan touristique estival sous l'influence d'une météo avec des chaleurs accablantes

Selon MétéoMédia, l'été 2018 confirme sa place dans l'histoire météo du Québec. On parle d'un des étés les plus chauds depuis 1955, voire depuis 1921 pour le mois de juillet. Cette chaleur accablante a assurément affecté l'achalandage des attractions, expliquant ainsi que les attractions dont les activités sont intérieures ont mieux performé que celles dont les activités sont extérieures (graphiques 4 et 5 vus auparavant). En comparaison avec l'achalandage de 2016, pour contrer l'influence des festivités de 2017, nous constatons qu'effectivement les attractions avec activités intérieures ont enregistré des hausses (graphique 7) en 2018.

Graphique 7 : Achalandage par mois pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu des activités
(Croissance de l'achalandage 2016-2018)



Soulignons que les mois de mai et juin ont aussi été difficiles pour les attractions avec activités extérieures, car ces mois sont décrits comme froids avec des températures sous la normale.²⁹ Quant au mois de septembre, celui-ci se divise en deux temps. Jusqu'à l'équinoxe d'automne, les températures chaudes au-dessus de la normale se sont poursuivies pour brusquement baisser dans la portion automnale du mois. Encore une fois, la météo de septembre a été plus favorable pour les activités intérieures.

²⁹ Gouvernement du Québec, ministère de l'Environnement et Lutte contre les changements climatiques, *Faits saillants 2018*. <http://www.environnement.gouv.qc.ca/climat/Faits-saillants/index.htm>

Des événements qui ont peu ou pas de retombées dans les attractions

Le 7 août 2018, la journaliste Isabelle Dubé écrivait que l'achalandage touristique enregistrait déjà une légère hausse grâce aux performances de juin.³⁰ Cette performance était due notamment au Sommet du G7³¹ qui se déroulait dans Charlevoix et à la F1 (ou Grand Prix automobile du Canada) à Montréal. Cette clientèle ne semble toutefois pas avoir profité aux attractions. Pour le G7, l'affluence chez les hôteliers est attribuable au personnel de sécurité, à des manifestants, etc. Les restrictions d'accès à des lieux publics et les mesures de sécurité ont plutôt amené la clientèle touristique, voire la clientèle des attractions, à éviter ces régions.

*« Malgré toutes ces mesures de sécurité, le Sommet du G7 a déjà un impact sur les intentions de vacances des Québécois. Selon un sondage CAA Québec publié vendredi, 26 % des répondants vont éviter Québec cet été en raison du G7, et 12 % lors de l'événement. »*³²

D'ailleurs, les amateurs de plein air étaient invités à se trouver un autre « terrain de jeu » que Charlevoix pendant la première moitié de juin.

*« Le ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs appellent « tous les pêcheurs, chasseurs, piégeurs, travailleurs forestiers, amateurs de VTT, villégiateurs et adeptes de plein air » à éviter le secteur pendant cette période, puisque « des mesures de sécurité appropriées » y seront déployées. »*³³

Cette hypothèse est plausible, car pour les régions de Québec et Charlevoix, nous enregistrons une baisse d'achalandage de 11,2 % chez les attractions pour le mois de juin, comparativement à de meilleurs résultats les autres mois (mai : 6,7 %; juillet : -6,6 %; août : -0,8 %; septembre : -0,5 %).

Quant au Grand Prix automobile du Canada qui s'est déroulé du 8 au 10 juin à Montréal, il n'y a pas de doute que cet événement génère d'importantes retombées pour la ville, pour les hôteliers et les restaurateurs, mais peut-être pas pour les attractions. Les « fans » de la Formule 1 semblent venir à Montréal surtout pour profiter de l'atmosphère et des soirées festives.³⁴ L'analyse de l'achalandage des attractions ne permet pas toutefois de vérifier cette hypothèse, car nous enregistrons des baisses d'achalandage importantes entre 2017-2018 pour Montréal pour tous les mois (mai : -22,8 %; juin : -15,7 %; juillet : -21,5 %, août : -20,1 % et septembre : -2,6 %). Qui plus est, en analysant l'achalandage entre 2016 et 2018 pour éviter le biais de l'impact des festivités du 375^e anniversaire de Montréal, nous enregistrons plutôt une hausse de l'achalandage de 3 % en juin 2018. Seul le mois de juillet enregistre une baisse (mai : 1,2 %; juin : 3 %; juillet : -12,5 %; août : 4,6 %).

³⁰ DUBÉ, Isabelle (2018), « Tourisme : vers un autre été d'affluence record », dans *La Presse*, <http://www.lapresse.ca/affaires/economie/quebec/201808/07/01-5192169-tourisme-vers-un-autre-ete-daffluence-record.php>

³¹ Sommet du G7 (Groupe des sept) est un groupe informel de discussion et de partenariat économique de pays réputés être les plus grandes puissances économiques du monde (Canada, France, États-Unis, Royaume-Uni, Allemagne, Japon et Italie). Ce Sommet s'est tenu dans la région de Charlevoix les 8 et 9 juin 2018, avec des débordements à Québec.

³² GOSELIN, Pierre-Antoine (juin 2018), *Quel impact sur le tourisme lors du Sommet du G7?* TVA Nouvelles, <https://www.tvanouvelles.ca/2018/06/01/quel-est-limpact-du-tourisme-lors-du-sommet-du-g7>

³³ KOENIG-SOUTIÈRE, Arnaud (juin 2018), *Pas de plein air dans Charlevoix pendant le G7*, <https://www.journaldequebec.com/2018/06/01/pas-de-plein-air-dans-charlevoix-pendant-le-g7>

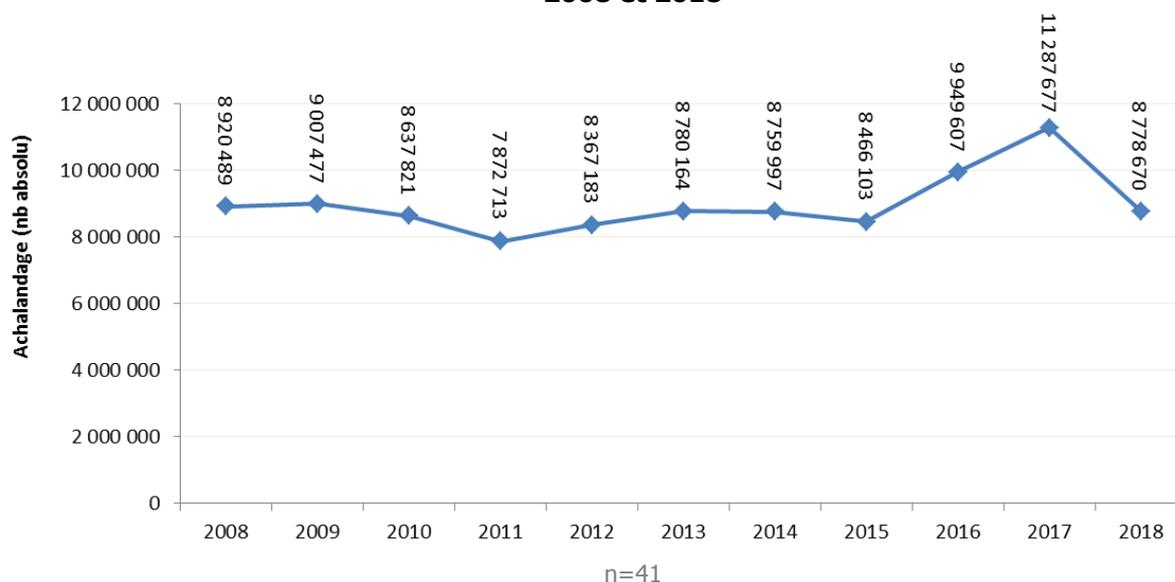
³⁴ PILON, Francis (7 juin 2018), *GP du Canada : La rue Crescent prise d'assaut par la Formule 1*, <https://www.journaldemontreal.com/2018/06/07/gp-du-canada--la-rue-crescent-prise-dassaut-par-la-formule-1>

3. ÉVOLUTION

Depuis la crise économique de 2008, l'achalandage dans les 41 attractions dont nous disposons des informations a connu quelques soubresauts. L'achalandage a atteint son plus bas niveau en 2011 avec une reprise économique qui se faisait attendre, tandis que l'année 2017 est celle de tous les records.

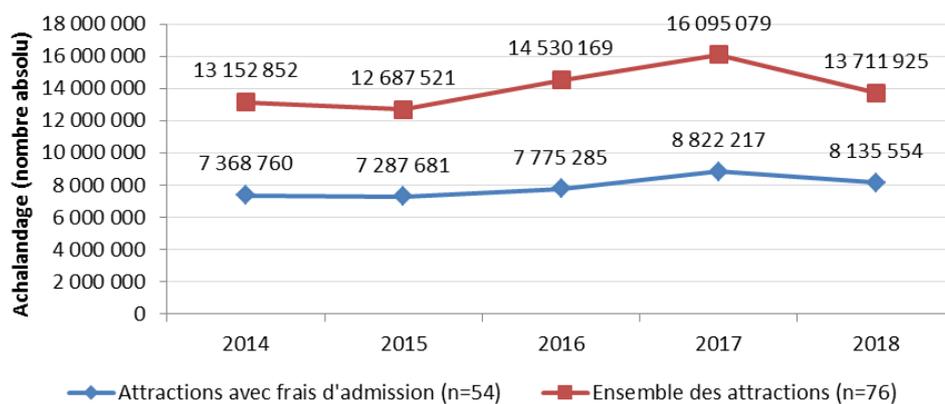
La baisse de 2018 est difficilement explicable que par le simple retour à la normale suite aux festivités de 2017, car les résultats rejoignent ceux de 2013 et 2014. En 2016, plusieurs nouveautés dans les attractions touristiques ont pu stimuler la participation et l'achalandage, comme la mise en place d'Anima Lumina au Zoo sauvage de St-Félicien, l'ouverture de l'observatoire Au Sommet de la Place Ville-Marie, les célébrations du 40^e anniversaire des Jeux olympiques à Montréal au Parc olympique, l'ouverture d'un nouveau pavillon au Musée national des Beaux-Arts de Québec et l'ajout d'une montagne russe en réalité virtuelle à La Ronde, etc. L'innovation, la créativité et la bonification de l'offre touristiques sont effectivement des facteurs contribuant à l'amélioration de la performance, et ce, année après année. Ils ont d'ailleurs contribué à l'excellente performance de 2017.

Graphique 9 : Évolution comparable de l'achalandage des attractions touristiques entre 2008 et 2018

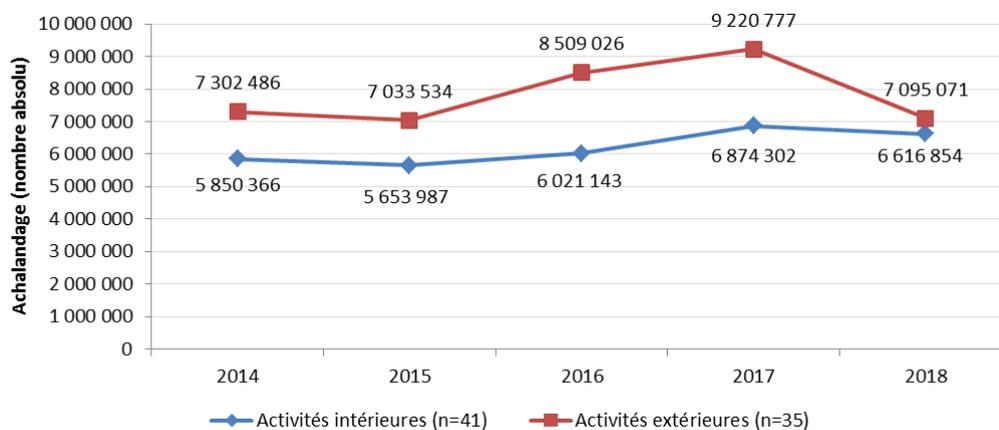


Il est intéressant de noter qu'au cours des cinq dernières années, les attractions avec frais d'admission ont bien évidemment enregistré de bons résultats en 2017, mais que leur performance en 2018 est supérieure à 2016. La part importante de la baisse entre 2017 et 2018 est donc principalement due aux attractions gratuites (graphique 10). Qui plus est, les attractions dont les activités se déroulent à l'intérieur voient leur achalandage en constante évolution, contrairement aux activités extérieures. L'année 2018 a été particulièrement éprouvante pour ces dernières qui enregistrent une performance similaire à celle de 2015 (graphique 11). La chaleur accablante de l'été 2018 semble avoir eu raison des visiteurs. La météo est un facteur qui a beaucoup d'influence sur la performance de ces dernières.

Graphique 10 : Évolution comparable de l'achalandage des attractions touristiques selon leur tarification entre 2014 et 2018



Graphique 11 : Évolution comparable de l'achalandage des attractions touristiques selon le lieu d'activité entre 2014 et 2018



En résumé, les attractions gratuites et extérieures sont celles les plus sujettes aux variations d'achalandage.

CONCLUSION

Année après année, la Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ) est fortement concernée par la santé et la pérennité des attractions touristiques. Le contexte de tourisme international où la concurrence est de plus en plus vive, les phénomènes météo extrêmes dus aux changements climatiques, la conjoncture économique et la situation géopolitique qui sont hors de notre contrôle et les bouleversements dans les comportements de vacances des Québécois et des autres clientèles restent des défis à surmonter.

Sachant que l'innovation et la bonification de l'offre touristique sont des facteurs qui conditionnent la performance de l'achalandage des attractions touristiques et sont sous le contrôle des gestionnaires, il importe d'y porter une attention particulière. Il est encourageant de savoir qu'en 2018, une majorité d'attractions (54,5 %) a amorcé le développement d'un nouveau produit, service ou équipement, et que 29,8 % a mis en place un projet d'amélioration d'un produit ou service existant. Pour en savoir davantage sur le développement de produit, nous vous invitons à lire le feuillet stratégique sur cette question dans la Zone membre du site associatif.

Les efforts de communication sur de multiples plateformes restent aussi une condition gagnante à la performance. Un sondage réalisé auprès de 1 650 Québécois francophones à l'été 2017 par MBA recherche pour le compte de la SATQ-FEQ montrait que 74 % d'entre eux avec consulté au moins un média touristique au cours des 24 derniers mois. Parmi ces derniers, les sites Web de destination arrivaient en tête des médias consultés avec 75 % de Québécois, suivis par les brochures/dépliants (40 %), les guides/magazines/revues touristiques gratuits (38 %) et les médias sociaux (37 %).³⁵ D'ailleurs, dans les bilans régionaux des associations touristiques on mentionnent souvent les campagnes promotionnelles et les actions marketing comme ayant porté leurs fruits.

Ce bilan d'achalandage s'inscrit dans la volonté de la SATQ d'élargir ses connaissances du secteur afin de mieux soutenir ses membres. Plusieurs études sont disponibles dans la zone membre du site Internet www.attractionsevenements.com. Vous y trouverez notamment le portrait de l'industrie réalisé annuellement, ainsi que différents feuillets stratégiques traitant de sujet plus précis. En 2017-2018, les thématiques de l'engagement numérique, du budget de promotion, de la commandite, du bénévolat et de la clientèle de groupe ont été traitées. En 2019, le développement de produit et les technologies seront des thèmes étudiés.

³⁵ Sondage réalisé dans le cadre de l'étude de notoriété du Guide des vacances au Québec. Document interne.