



## Situation des entreprises touristiques du Québec

Automne 2024

1. Sommaire
2. Contexte économique
3. Attentes des entreprises touristiques
4. Enjeux du secteur touristique
5. Santé financière des entreprises touristiques
6. Confiance des entrepreneurs touristiques
7. Annexes
  - À propos de cette publication
  - Enquête canadienne sur la situation des entreprises
  - Définitions du secteur et sous-secteurs touristiques
  - Références





## Sommaire

Le contexte économique s'améliore pour les entrepreneurs touristiques.

Bien que les enjeux de coûts, d'inflation, de taux d'intérêt et de main-d'œuvre demeurent, la part des entrepreneurs qui déclare que ces enjeux pourraient constituer un obstacle au cours des prochains mois a diminué pour un second trimestre d'affilée.

## Contexte économique

La croissance économique s'est poursuivie à un rythme soutenu au Québec au second trimestre de 2024. L'inflation étant sous contrôle, les taux d'intérêt sont à la baisse ce qui se répercute positivement sur la confiance des ménages et des entreprises.

Malgré cela, l'embauche est au ralenti et le taux de chômage augmente. Le taux de postes vacants au Québec est d'ailleurs à son plus bas en quatre ans.

## Attentes des entreprises

De façon générale, les attentes des entrepreneurs ont peu changé au 3<sup>e</sup> trimestre. On constate une augmentation de la part des entrepreneurs qui ne s'attendent à aucun changement sur la majorité des indicateurs.

Notons, toutefois, qu'en matière d'embauche, la part des entrepreneurs touristiques qui

s'attendent à une augmentation du nombre d'employés a diminué significativement alors que la part de ceux qui s'attendent à une diminution a augmenté.

## Enjeux du secteur

Bien que les principaux enjeux demeurent sensiblement les mêmes, une part plus petite des entrepreneurs déclare que ces enjeux pourraient constituer un obstacle au cours des prochains mois. Le même constat avait été établi au 2<sup>e</sup> trimestre de 2024. Il s'agit d'un signe manifeste que le contexte économique s'améliore pour les entrepreneurs touristiques.

Présentement, les principaux enjeux des entreprises touristiques sont : l'augmentation du coût des intrants, la hausse de l'inflation, le recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés, la hausse des taux d'intérêt et des coûts liés à la dette, et la capacité à attirer de

nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle.

## Santé financière des entreprises

Les résultats des indicateurs sur la santé financière des entreprises touristiques sont semblables à ceux du trimestre précédent. De même, ils se comparent à ceux de l'ensemble des entreprises, tous secteurs confondus.

## Confiance des entrepreneurs

Pour un second trimestre d'affilée, le niveau d'optimisme des entrepreneurs touristiques du Québec s'est amélioré.

Ceci est particulièrement vrai dans le sous-secteur de la restauration où le niveau d'optimisme a bondi de 16 points de pourcentage.



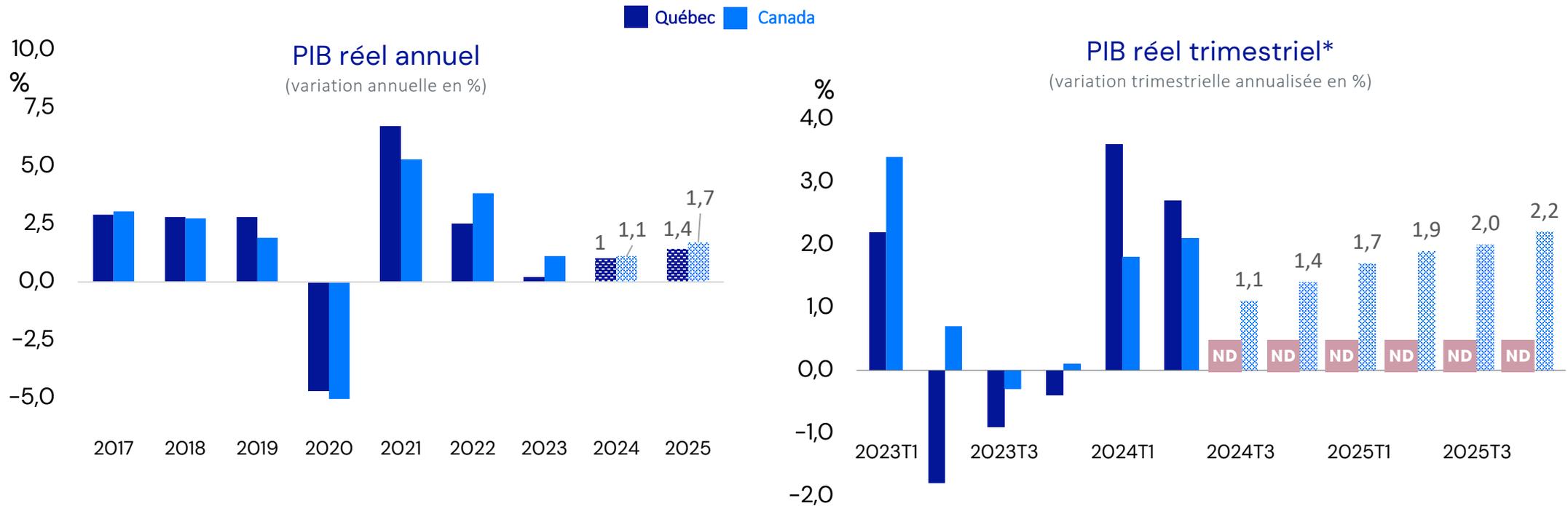
## 2 Contexte économique

La croissance économique s'est poursuivie à un rythme soutenu au Québec au second trimestre de 2024. L'inflation étant sous contrôle, les taux d'intérêt sont à la baisse ce qui se répercute positivement sur la confiance des ménages et des entreprises. Malgré cela, l'embauche est au ralenti et le taux de chômage augmente. Le taux de postes vacants au Québec est d'ailleurs à son plus bas en quatre ans.

# Croissance économique

## Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (octobre 2024)

L'économie québécoise a poursuivi sa croissance au second trimestre de 2024 en enregistrant une hausse soutenue de 2,7 % (taux annualisé). Rappelons que l'économie de la Belle province avait affiché une croissance de 3,6 % au 1<sup>er</sup> trimestre après trois trimestres consécutifs de recul. Maintenant que le problème d'inflation généralisée au Canada semble chose du passé et que les taux d'intérêt sont à la baisse, la confiance des ménages et des entreprises se redresse.



\* Les institutions financières ne publient pas de prévisions trimestrielles pour le Québec.  
Sources : Statistique Canada, Institut de la statistique du Québec, BMO, RBC, Scotia, CIBC, TD, BNC et Desjardins

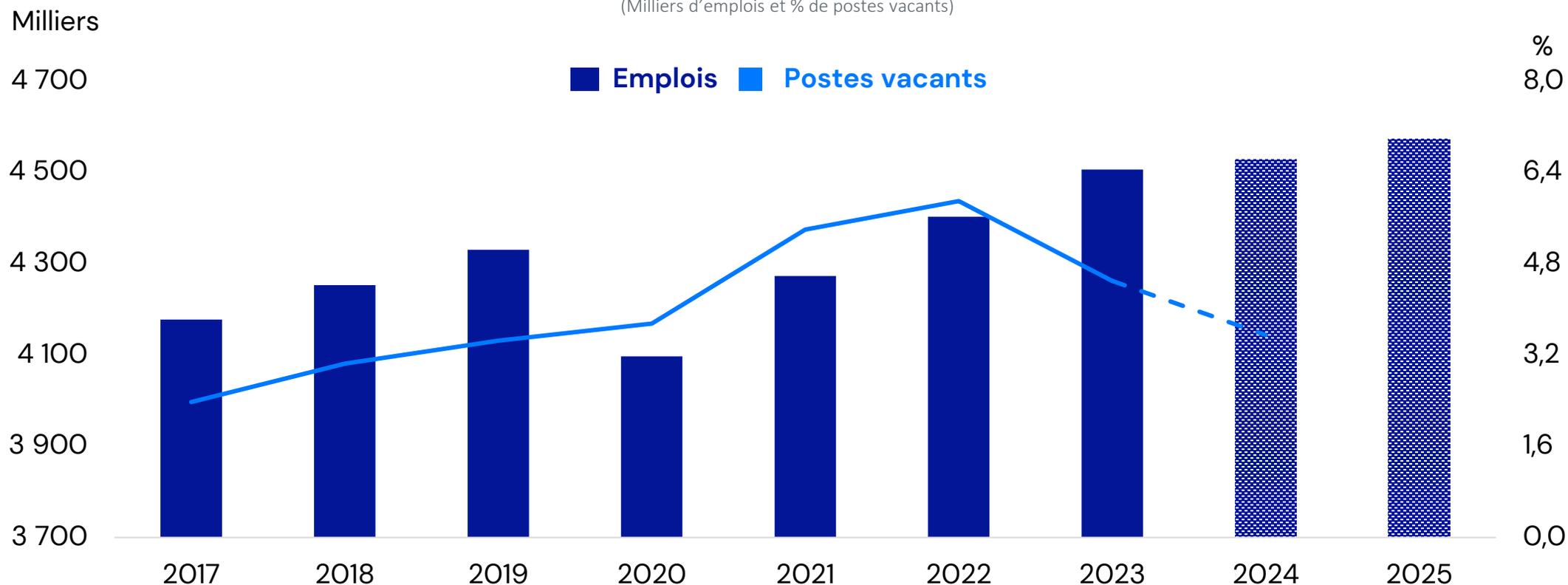


### Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (octobre 2024)

Il y a présentement un relâchement manifeste du marché de l'emploi au Québec. Bien qu'on observe peu de licenciements (le nombre de travailleurs a progressé de 0,2 % entre septembre 2023 et 2024), le nombre de personnes en recherche d'emploi a bondi (le nombre de chômeurs a augmenté de 24 % au cours de cette période). De façon conséquente, le taux de postes vacants est passé de 5 % au second trimestre de 2023 à 3,5 % au second trimestre de 2024.

### Emplois et taux de postes vacants au Québec

(Milliers d'emplois et % de postes vacants)





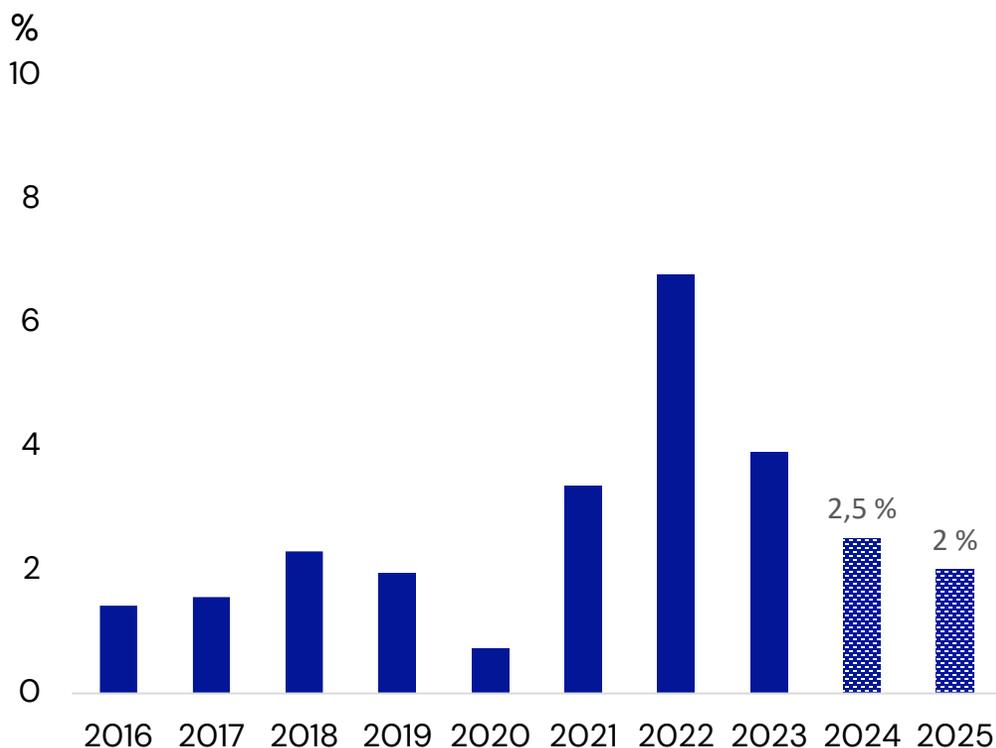
# Inflation et taux d'intérêt

## Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (octobre 2024)

Le problème d'inflation généralisée au Canada semble chose du passé. Avec une progression de 1,6 % de l'Indice des prix à la consommation (IPC) en septembre 2024, le taux d'inflation se situe maintenant au centre de la fourchette de maîtrise de l'inflation de la Banque du Canada (entre 1 et 3 %). En considérant que la croissance économique est présentement faible (les données canadiennes de juin et de juillet le confirment) et que le taux de chômage est en hausse, la Banque du Canada poursuivra l'assouplissement de sa politique monétaire en abaissant davantage son taux directeur au cours des prochains mois.

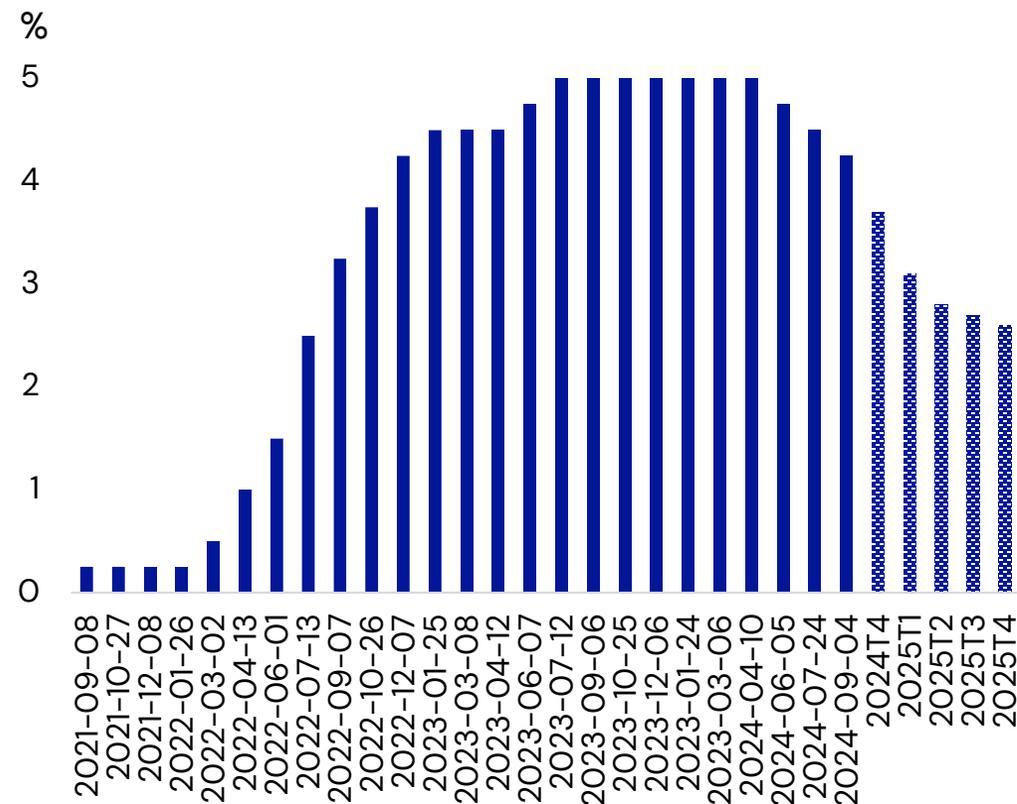
### Taux d'inflation

(Moyenne annuelle de l'IPC, variation en %)



### Taux d'intérêt

(Taux cible du financement à un jour, %)



## 3 Attentes des entreprises touristiques

De façon générale, les attentes des entrepreneurs ont peu changé au 3<sup>e</sup> trimestre. On constate une augmentation de la part des entrepreneurs qui ne s'attendent à aucun changement sur la majorité des indicateurs. Notons, toutefois, qu'en matière d'embauche, la part des entrepreneurs touristiques qui s'attendent à une augmentation du nombre d'employés a diminué significativement alors que celle qui de ceux qui s'attendent à une diminution a augmenté.



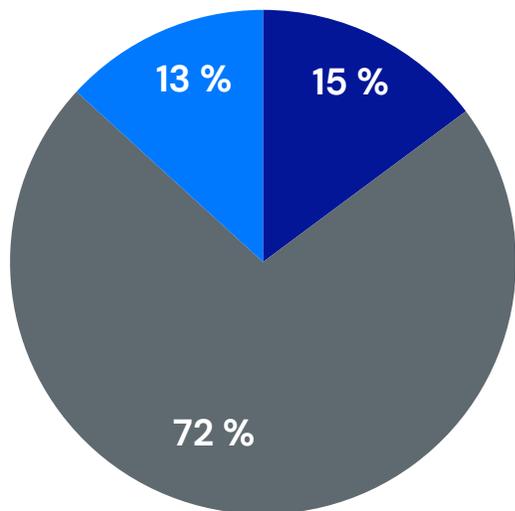
# Attentes du secteur touristique du Québec – Demande

Au cours des trois prochains mois, comment la demande pour les produits et services offerts par votre entreprise ou organisme devrait-elle changer ?

Près de trois entreprises touristiques sur quatre (72 %) ne s'attendent pas à des changements au niveau de la demande au cours des trois prochains mois alors qu'un peu plus d'une sur dix s'attend à une augmentation (15 %) ou à une diminution (13 %). Seulement 10 % des entreprises du sous-secteur de la Restauration envisagent une augmentation alors que pour le sous-secteur de l'Hébergement, il s'agit de près d'une sur trois (32 %).

## Attentes du secteur – Demande

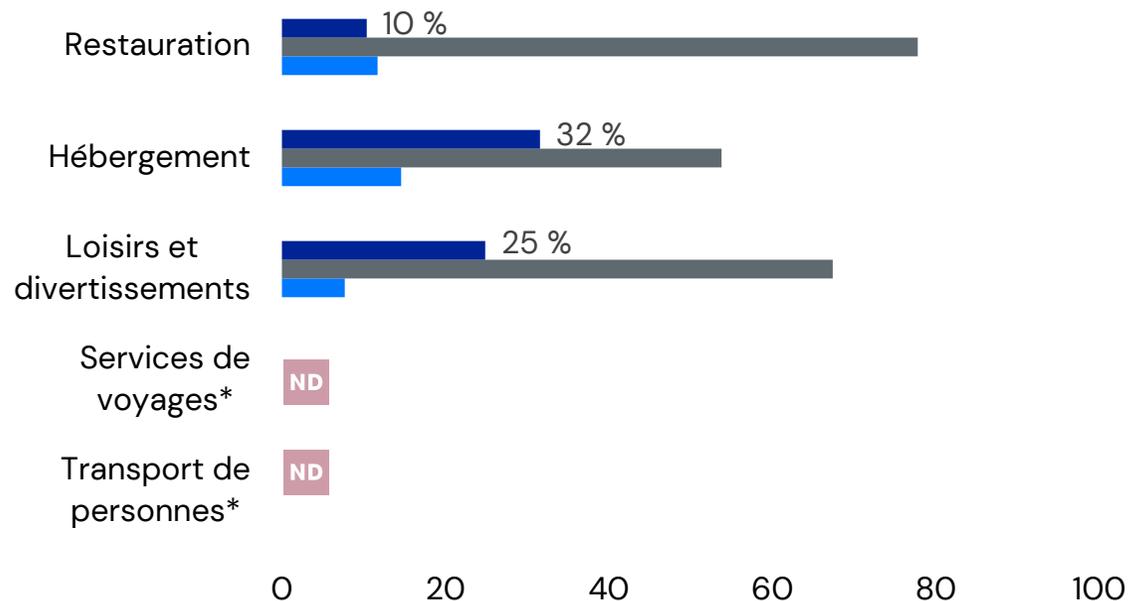
(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

## Attentes des sous-secteurs – Demande

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



■ Augmenter ■ Rester à peu près le même ■ Diminuer

\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





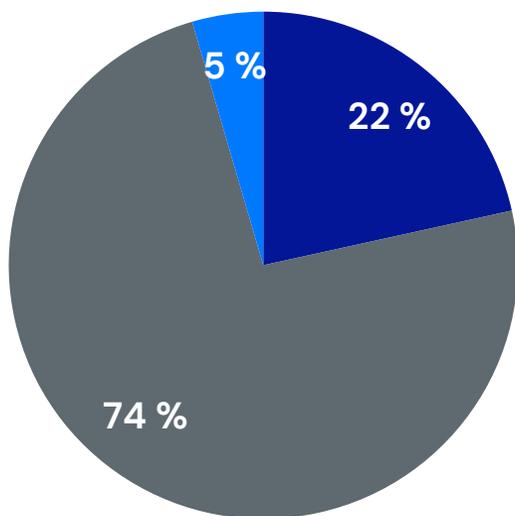
# Attentes du secteur touristique du Québec – Prix de vente

Au cours des trois prochains mois, comment le prix de vente des produits et services offerts par votre entreprise ou organisme devrait-il changer ?

Comparativement au trimestre précédent, la proportion des entreprises qui ne s’attendent pas à des changements pour leur prix de vente est passée de 65 % à 74 % alors que celle qui prévoit une augmentation est passée de 33 % à 22 % pour ce trimestre. Ces résultats se répercutent également dans les sous-secteurs de la Restauration et de l’Hébergement alors que 21 % s’attendent à une augmentation, comparativement à 38 % et 40 % respectivement au dernier trimestre. Les résultats pour le sous-secteur des Loisirs et divertissements sont restés stables.

## Attentes des sous-secteurs – Prix de vente

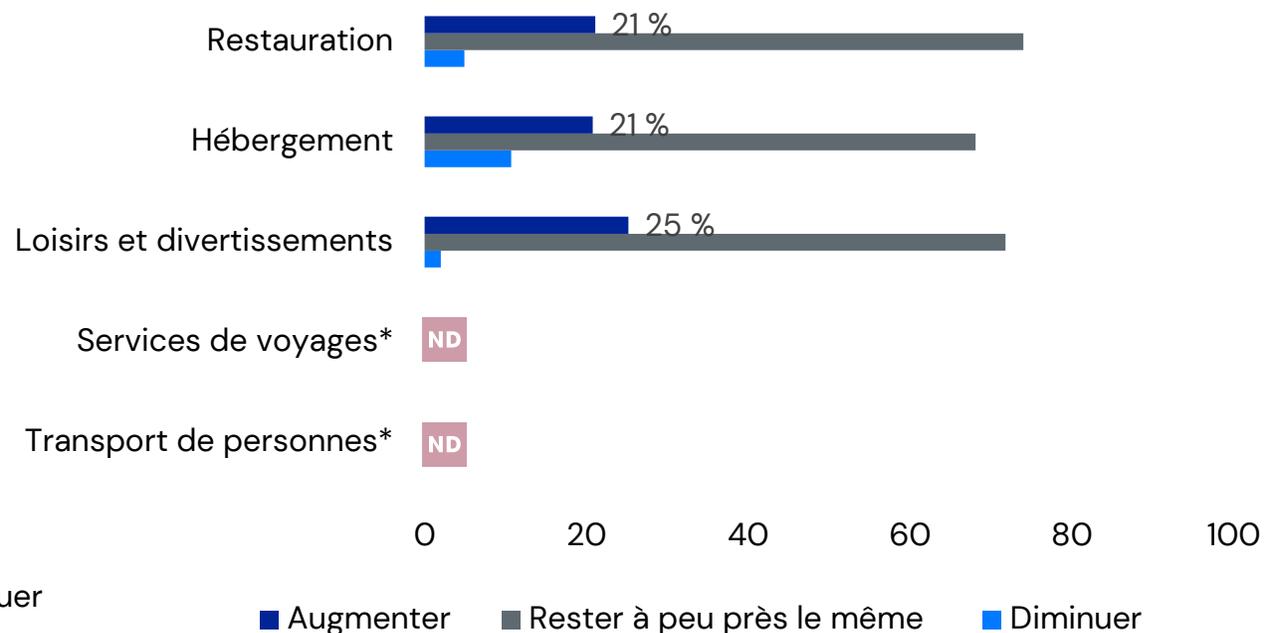
(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

## Attentes des sous-secteurs – Prix de vente

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



■ Augmenter ■ Rester à peu près le même ■ Diminuer

\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l’erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





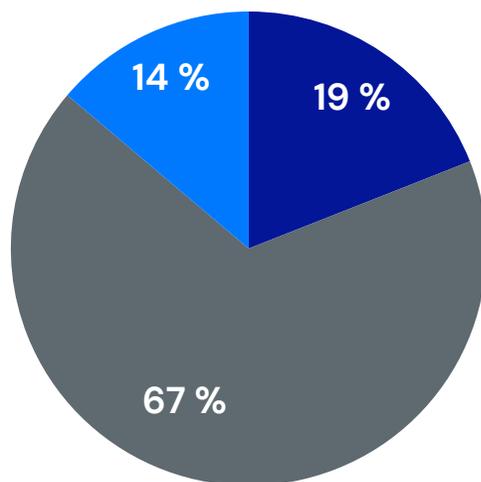
# Attentes du secteur touristique du Québec – Revenus

Au cours des trois prochains mois, comment le revenu d'exploitation de votre entreprise ou organisme devrait-il changer?

Alors que les deux tiers des entreprises touristiques (67 %) ne s'attendent qu'à peu de changement au niveau de leurs revenus, une entreprise sur cinq prévoit une augmentation (19 %). En baisse de 8 points de pourcentage par rapport au trimestre précédent. Cette baisse est également visible au niveau des sous-secteurs alors que 16 % des entreprises de la restauration et 32 % des entreprises de l'hébergement envisagent une augmentation, en baisse de 14 et 10 points de pourcentage respectivement.

## Attentes du secteur – Revenus

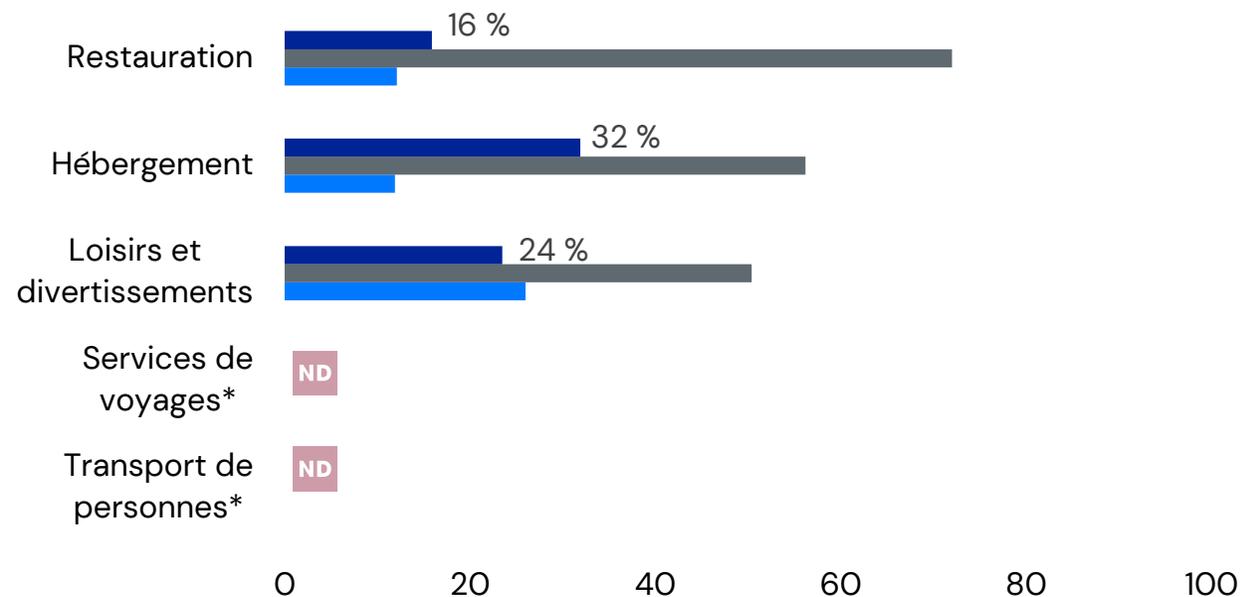
(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

## Attentes des sous-secteurs – Revenus

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



■ Augmenter ■ Rester à peu près le même ■ Diminuer

\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





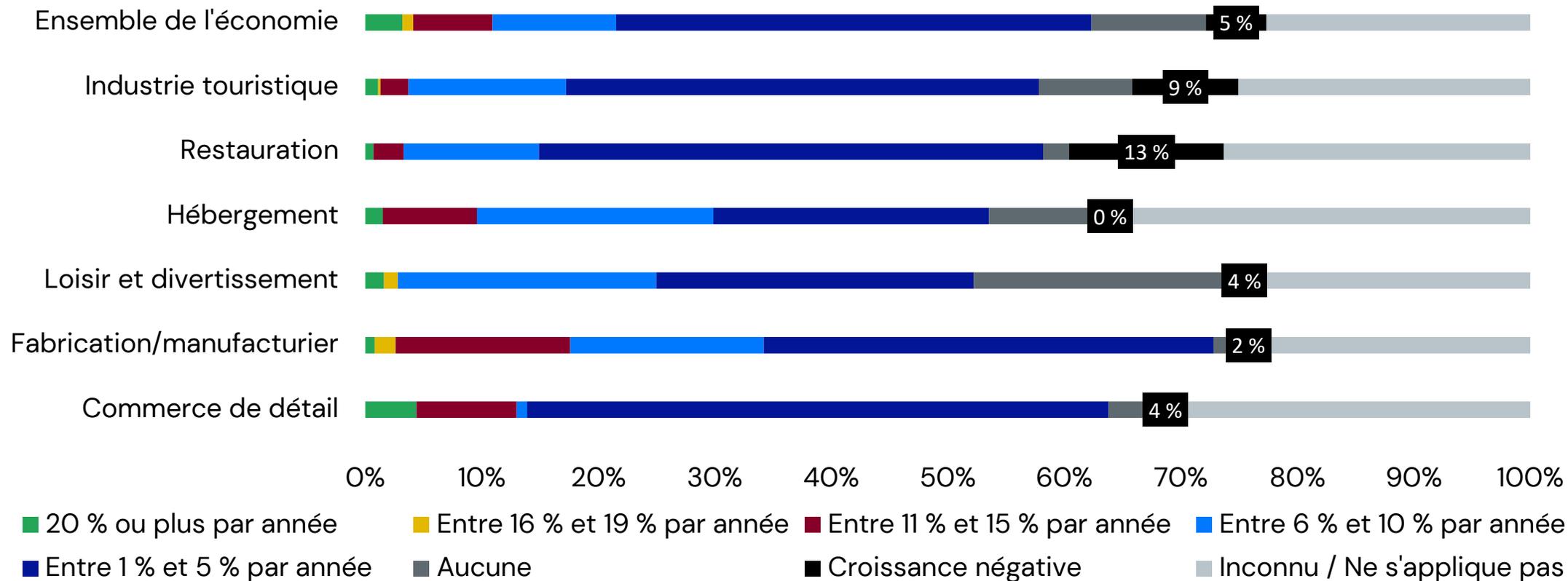
## ENCADRÉ 1 : Croissance des ventes à moyen terme

Au cours des trois prochaines années, quelle est la croissance annuelle moyenne espérée des ventes?

De façon générale, les entrepreneurs du secteur touristique jugent leurs perspectives de croissance moins intéressantes que celles des autres secteurs. À titre d'exemple, la part des entreprises touristiques qui anticipent une croissance annuelle moyenne négative de leurs ventes au cours des trois prochaines années (9,1 %) est beaucoup plus importante que celle à l'ensemble de l'économie (5,2 %), du secteur manufacturier (2,2 %) et du commerce de détail (3,6 %).

### Croissance annuelle des ventes

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)





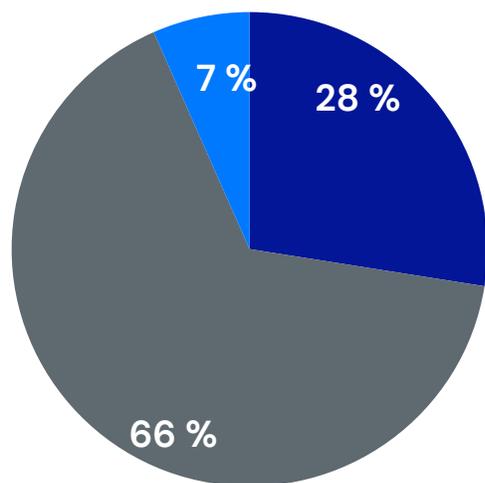
# Attentes du secteur touristique du Québec – Dépenses

Au cours des trois prochains mois, comment les dépenses d'exploitation de votre entreprise ou organisme devraient-elles changer ?

Deux entreprises touristiques sur trois (66 %) ne prévoient pas de changement au niveau des dépenses d'exploitation au cours des trois prochains mois et plus d'une entreprise touristique sur quatre (28 %) prévoit les augmenter. Les sous-secteurs de l'hébergement (46 %) et des loisirs et divertissements (39 %) sont plus enclins à augmenter leurs dépenses.

## Attentes du secteur – Dépenses

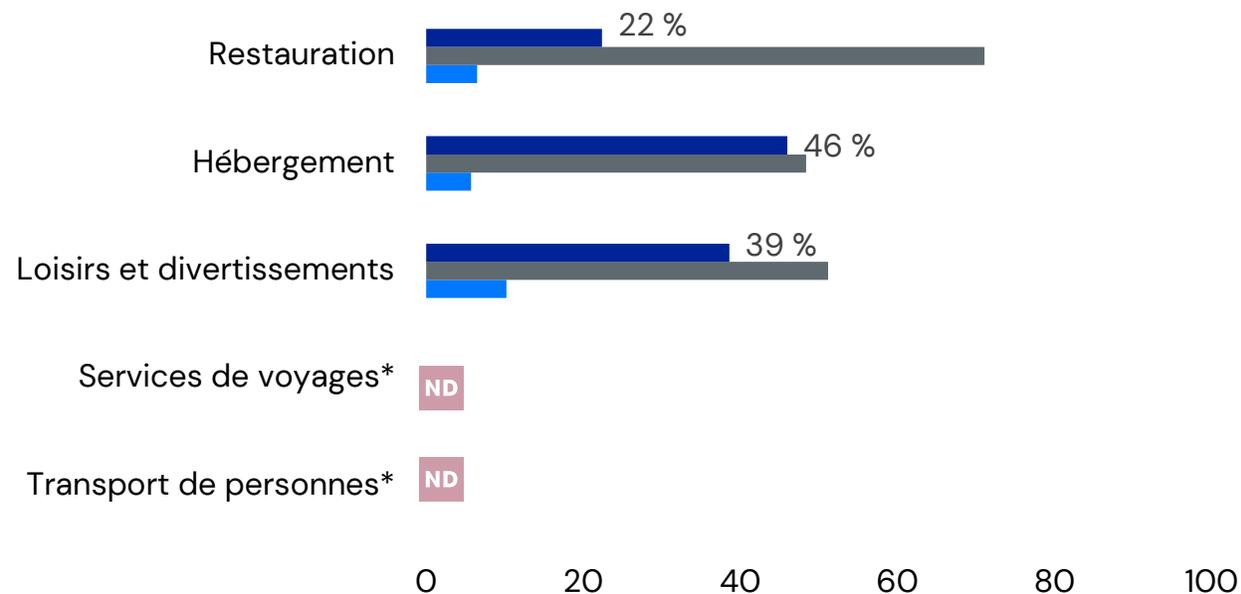
(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

## Attentes des sous-secteurs – Dépenses

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



■ Augmenter ■ Rester à peu près le même ■ Diminuer

\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





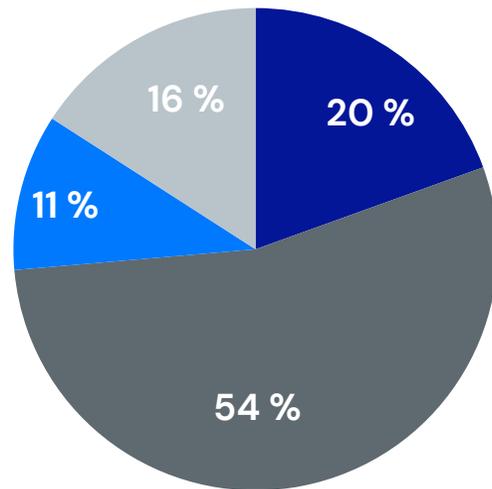
# Attentes du secteur touristique du Québec – Investissements

Au cours des trois prochains mois, comment les dépenses en immobilisation de votre entreprise ou organisme devraient-elles changer ?

Un peu plus de la moitié des entreprises touristiques du Québec (54 %) s'attendaient à ce que leurs dépenses en immobilisation demeurent au même niveau au cours des trois prochains mois alors qu'une entreprise touristique sur cinq (20 %) s'attendait à les augmenter. Il s'agit de résultats similaires à ceux observés au trimestre précédent.

## Attentes du secteur – Dépenses en immobilisation

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)

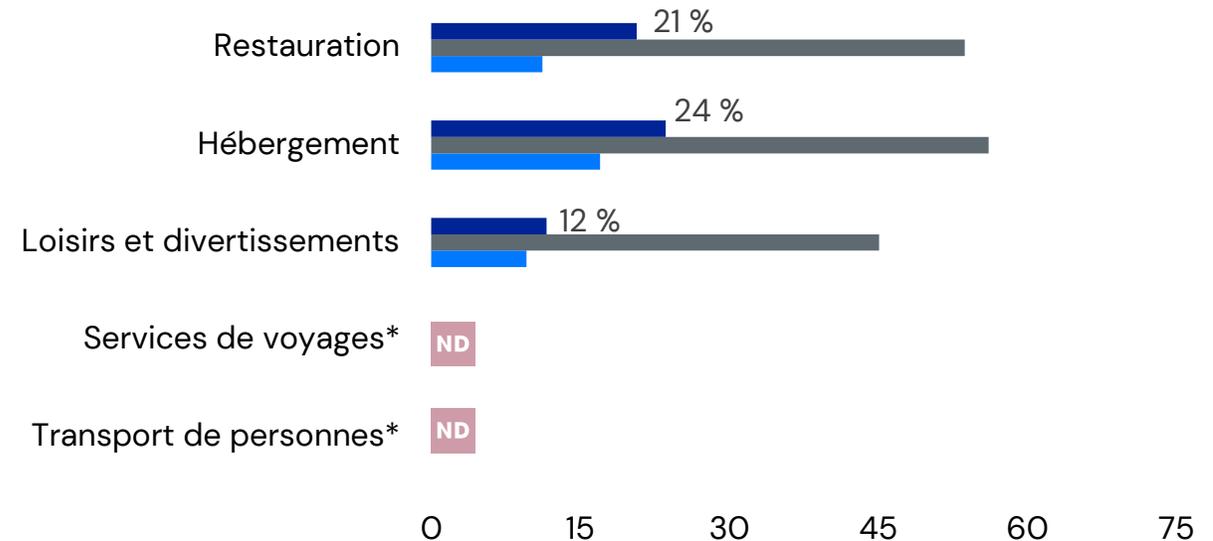


■ Augmenter  
■ Diminuer

■ Rester à peu près la même  
■ Ne s'applique pas

## Attentes des sous-secteurs – Dépenses en immobilisation

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



■ Augmenter   ■ Rester à peu près le même   ■ Diminuer

\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





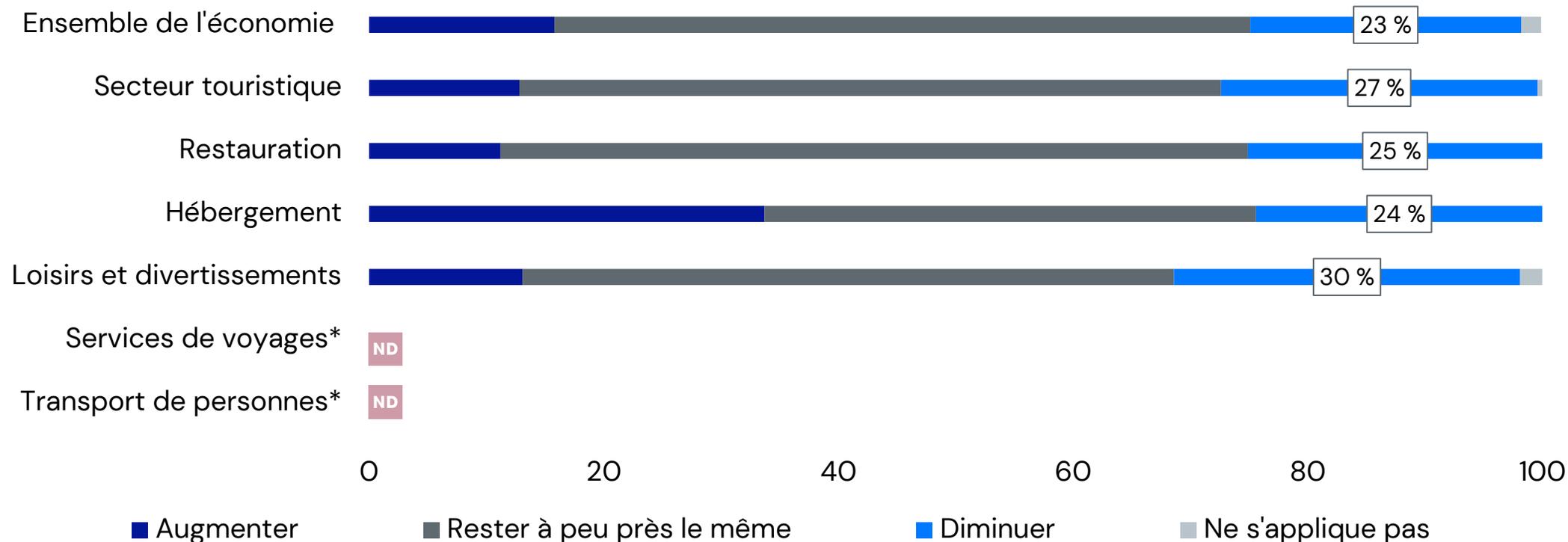
# Attentes du secteur touristique du Québec – Rentabilité

Au cours des trois prochains mois, comment la rentabilité de votre entreprise ou organisme devrait-elle changer ?

On observe une stabilité des attentes concernant la rentabilité au niveau de l'ensemble de l'économie et du secteur touristique comparativement au dernier trimestre. Si quatre entreprises sur dix du sous-secteur de la Restauration (39 %) s'attendaient à une baisse dans le rapport précédent, elles sont maintenant une sur quatre (25 %). Le sous-secteur de l'hébergement demeure le plus optimiste à l'égard de sa rentabilité alors qu'une entreprise sur trois (34 %) s'attend à ce qu'elle augmente.

## Rentabilité des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





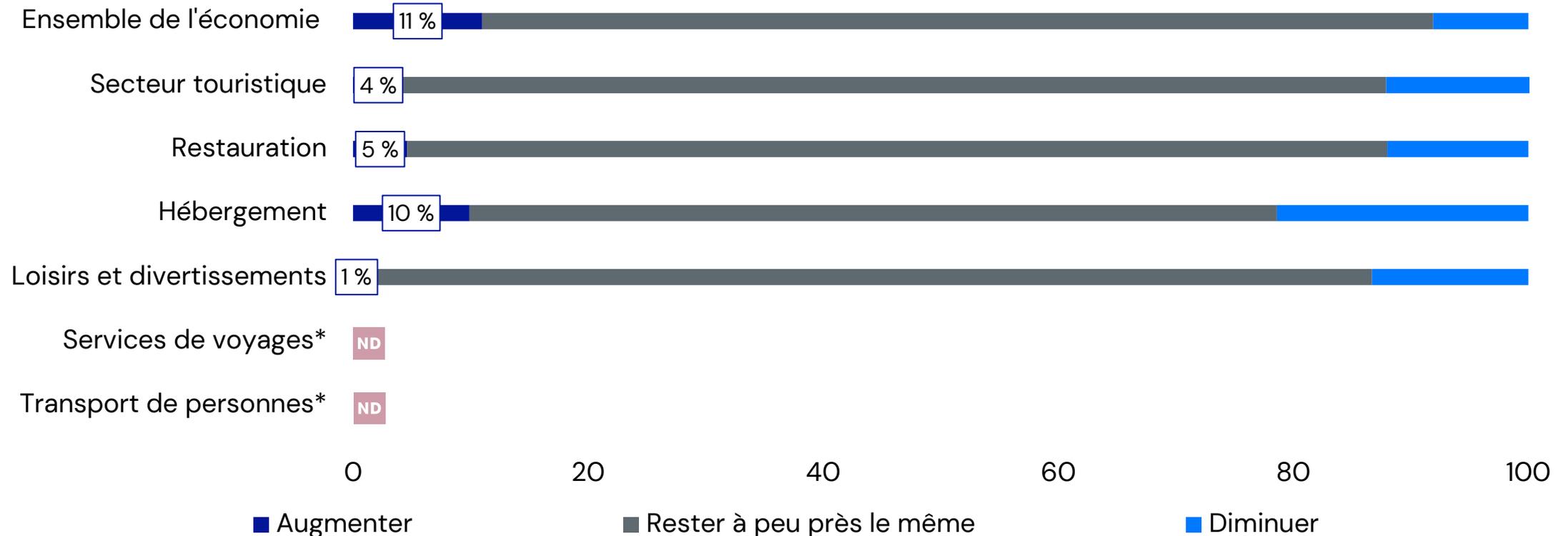
# Attentes du secteur touristique du Québec – Nombre d'employés

Au cours des trois prochains mois, comment le nombre d'employés au sein de votre entreprise ou organisme devrait-il changer?

Plus de huit entreprises touristiques sur dix (84 %) ne prévoient pas de changement majeur dans leur nombre d'employés, 4 % prévoient une augmentation, en baisse de 11 points de pourcentage par rapport au dernier trimestre, et 12 % des entreprises prévoient une diminution, en hausse de 6 points de pourcentage. L'augmentation d'employés dans les sous-secteurs de la Restauration (5 %), de l'Hébergement (10 %) et des Loisirs et divertissements (1 %) est en baisse respective de 12, 15 et 10 points de pourcentage comparativement au dernier rapport.

## Nombre d'employés des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





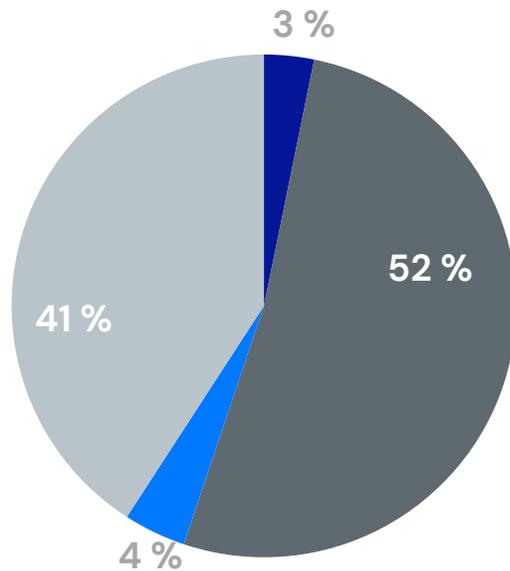
# Attentes du secteur touristique du Québec – Postes vacants

Au cours des trois prochains mois, comment le nombre de postes vacants au sein de votre entreprise ou organisme devrait-il changer?

Une entreprise touristique sur deux (52 %) ne prévoit pas de changement important pour les mois à venir en ce qui concerne le nombre de postes vacants. La part des entreprises touristiques qui s'attendaient à voir augmenter le nombre de postes vacants est passée de 11 % au deuxième trimestre à 3 % au troisième trimestre. Dans le sous-secteur de la Restauration, 3 % des entreprises envisagent une augmentation, comparativement à 15 % au dernier trimestre.

## Attentes du secteur – Postes vacants

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



■ Augmenter

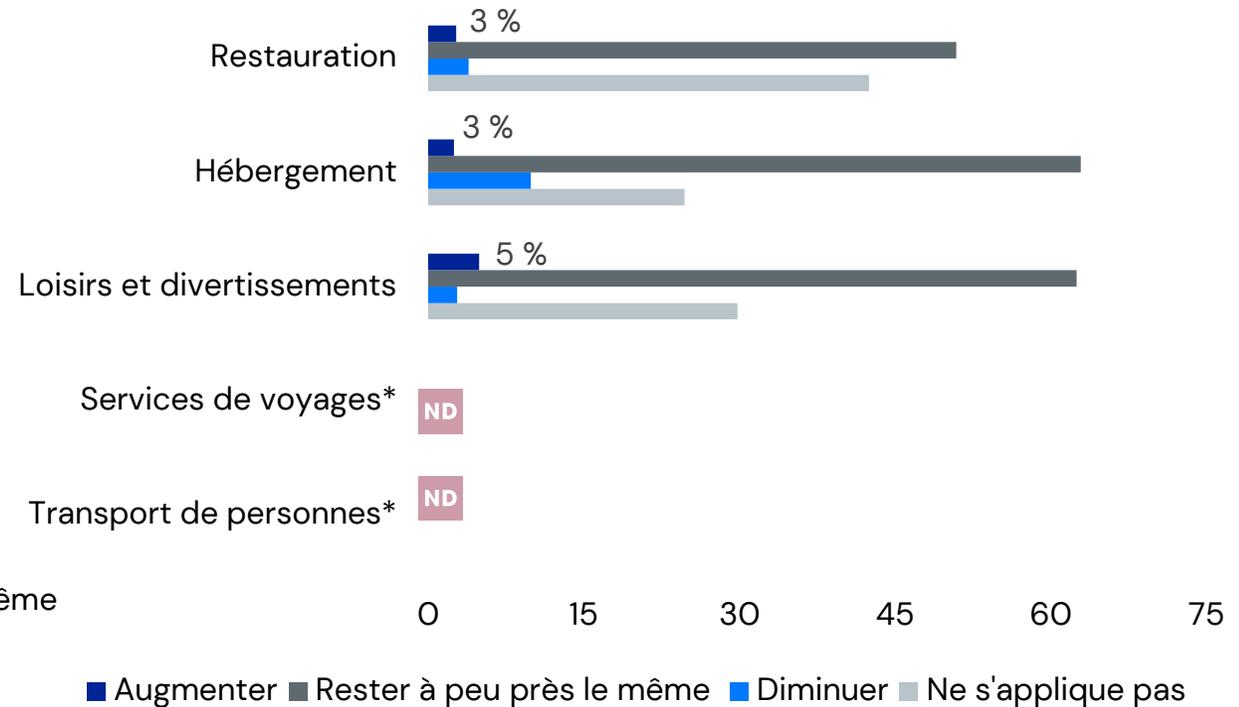
■ Rester à peu près la même

■ Diminuer

■ Ne s'applique pas

## Attentes des sous-secteurs – Postes vacants

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





Centre  
**Intelligence**  
d'affaires en tourisme

## 4 Enjeux du secteur touristique

Signe que le contexte économique s'améliore pour les entrepreneurs touristiques, bien que les principaux enjeux demeurent sensiblement les mêmes, une part plus petite des entrepreneurs déclare que ces enjeux pourraient constituer un obstacle au cours des prochains mois, et cela, pour un second trimestre d'affilée.

Les principaux enjeux des entreprises touristiques sont : l'augmentation du coût des intrants, la hausse de l'inflation, le recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés, la hausse des taux d'intérêt et des coûts liés à la dette, et la capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle.



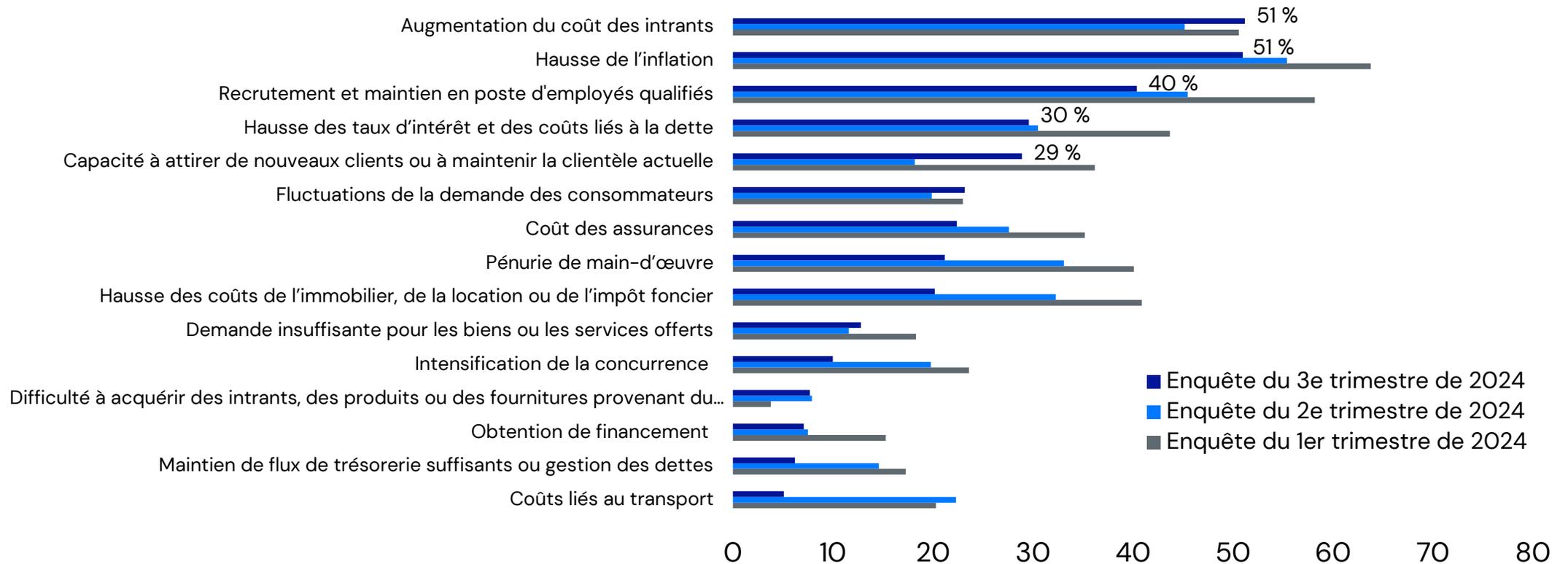
# Enjeux du secteur touristique du Québec

Au cours des trois prochains mois, lesquels des enjeux suivants pourraient constituer des obstacles pour votre entreprise ou organisme?

Bien que les principaux enjeux des entrepreneurs touristiques demeurent sensiblement les mêmes, une part moindre des entrepreneurs déclare que ces enjeux pourraient constituer un obstacle au cours de l'automne. L'augmentation du coût des intrants et la hausse de l'inflation sont les obstacles les plus mentionnés pour une entreprise touristique sur deux (51 %). Les enjeux liés au recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés demeurent importants pour 40 % des entreprises touristiques du Québec. À titre comparatif, cet obstacle était en tête de liste et obtenait 68 % des mentions au début de l'année 2024.

## Enjeux des entreprises touristiques

(% des entreprises qui s'y attendaient aux cours des 3 derniers trimestres)





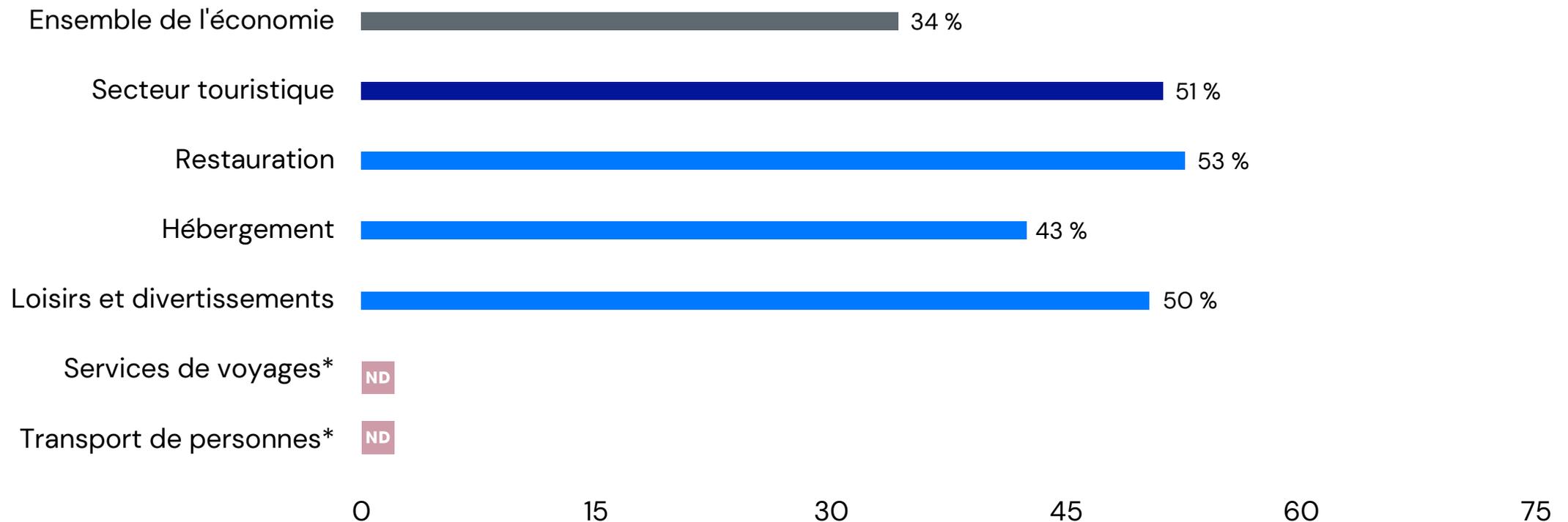
## Enjeu # 1: Augmentation du coût des intrants

Au cours des trois prochains mois, l'augmentation du coût des intrants pourrait-il constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

L'augmentation du coût des intrants est un obstacle majeur pour 51 % des entreprises touristiques québécoises. Ce qui est significativement supérieur au résultat observé dans l'ensemble de l'économie (34 %). Les résultats pour les sous-secteurs de la Restauration (53 %) et de l'Hébergement (47 %) sont comparables à ceux du dernier trimestre, mais le résultat pour le sous-secteur des Loisirs et divertissements est en hausse de 27 points de pourcentage pour atteindre 50 %.

### Augmentation du coût des intrants

(% des entreprises pour qui l'enjeu pourrait constituer un obstacle)



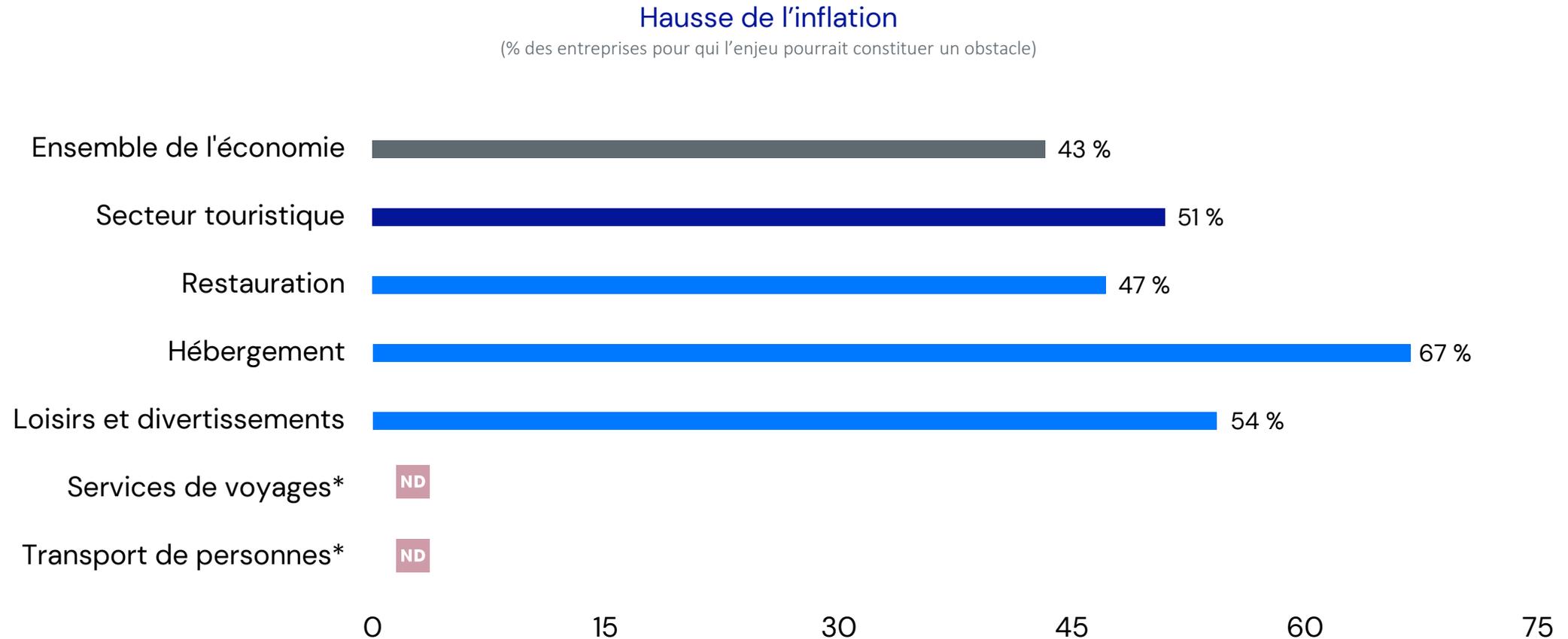
\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)



## Enjeu # 2 : Hausse de l'inflation

Au cours des trois prochains mois, la hausse de l'inflation pourrait-elle constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

La hausse de l'inflation demeure un obstacle important pour le secteur touristique (51 %). Cet obstacle est plus remarqué dans le sous-secteur de l'Hébergement (67 %, en hausse de 7 points de pourcentage).



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





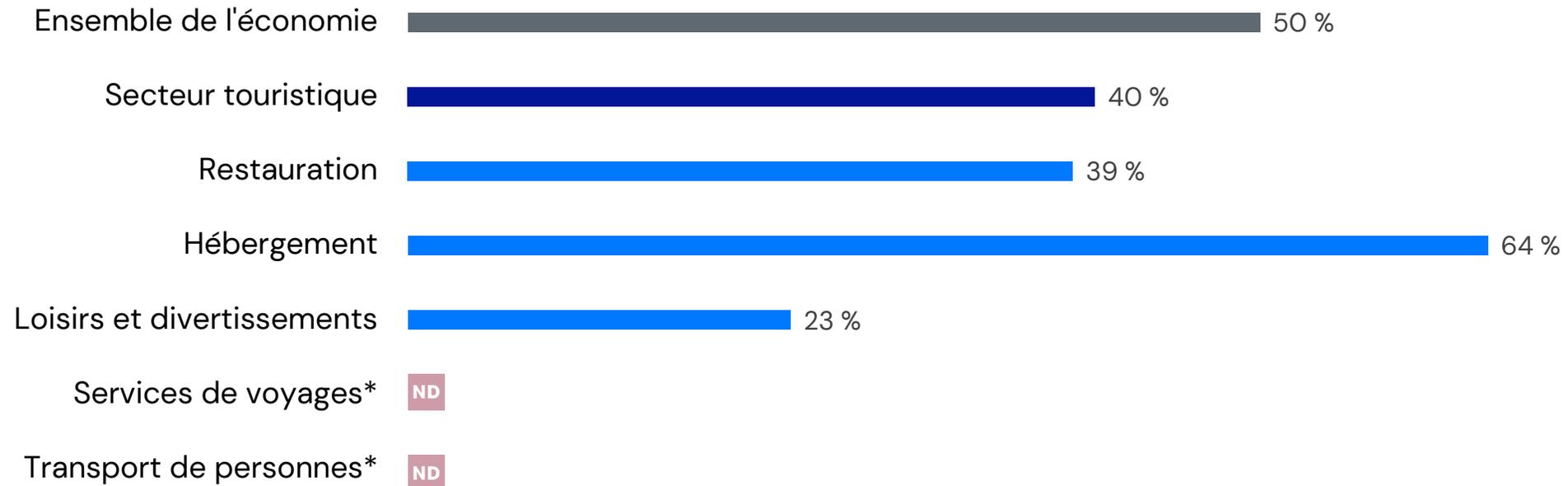
## Enjeu # 3: Recrutement et maintien en poste

Au cours des trois prochains mois, le recrutement et le maintien en poste d'employés qualifiés pourraient-ils constituer des obstacles pour votre entreprise ou organisme?

Le recrutement et le maintien en poste d'employés qualifiés demeure un obstacle présent pour 40 % des entreprises touristiques. Ce résultat était toujours supérieur ou similaire à celui observé pour l'ensemble de l'économie dans les derniers rapports, mais pour ce trimestre, il est significativement inférieur de 10 points de pourcentage. Notons, toutefois, que cette part demeure significativement supérieure dans le sous-secteur de l'Hébergement (64 %).

### Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés

(% des entreprises pour qui l'enjeu pourrait constituer un obstacle)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





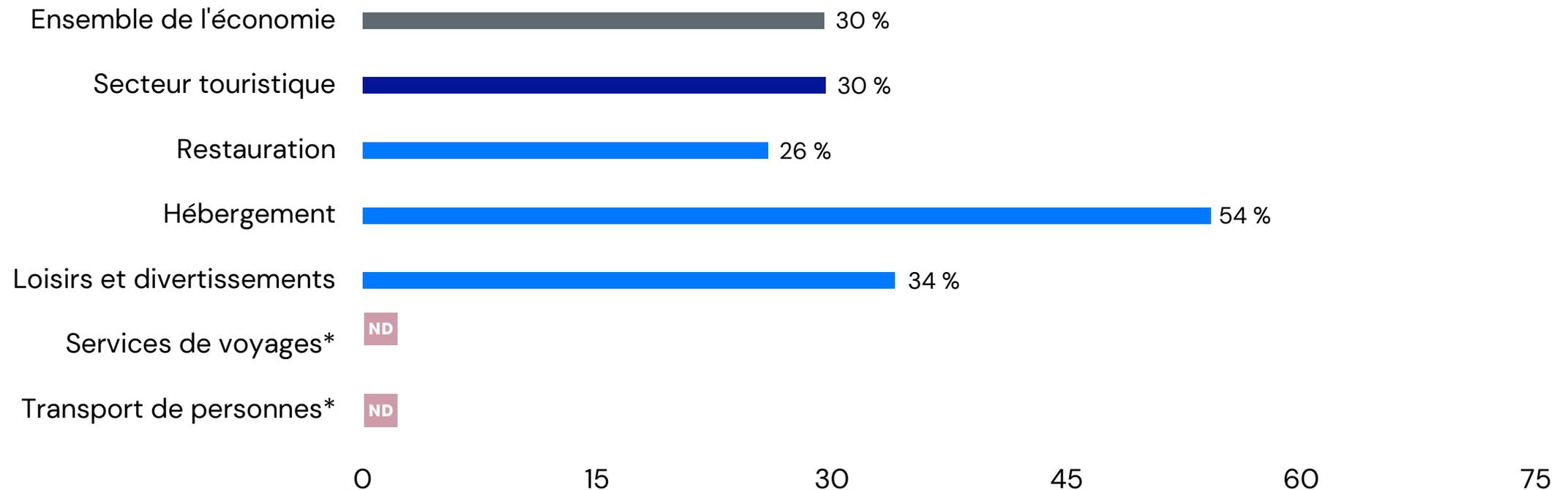
## Enjeu # 4 : Hausse des taux d'intérêt et des coûts liés à la dette

Au cours des trois prochains mois, la hausse des coûts d'intérêt et des coûts liés à la dette pourrait-elle constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

Près d'une entreprise touristique sur trois (30 %) considère la hausse des taux d'intérêt et des coûts liés à la dette comme un obstacle potentiel, un résultat similaire à celui observé au dernier trimestre. Les entreprises du sous-secteur de l'Hébergement (54 %) sont significativement plus nombreuses à considérer cet enjeu comme un obstacle important au cours des prochains mois.

### Hausse des taux d'intérêt et des coûts liés à la dette

(% des entreprises pour qui l'enjeu pourrait constituer un obstacle)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





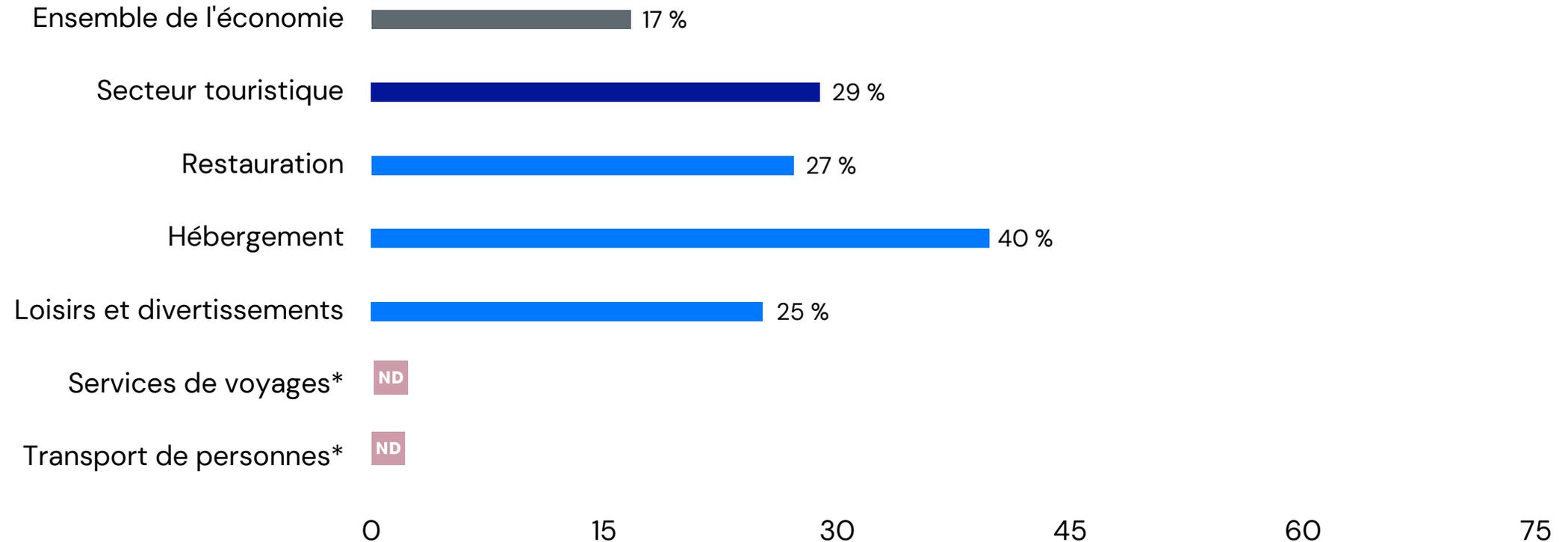
## Enjeu # 5: Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle

Au cours des trois prochains mois, la capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle pourrait-elle constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

La capacité à attirer ou maintenir la clientèle constitue un obstacle pour 29 % des entreprises touristiques québécoises, en hausse de 11 points de pourcentage comparativement au dernier trimestre. Ce résultat et celui pour le sous-secteur de l'Hébergement (40 %) sont significativement supérieurs à celui observé dans l'ensemble de l'économie (17 %).

### Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle

(% des entreprises pour qui l'enjeu pourrait constituer un obstacle)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





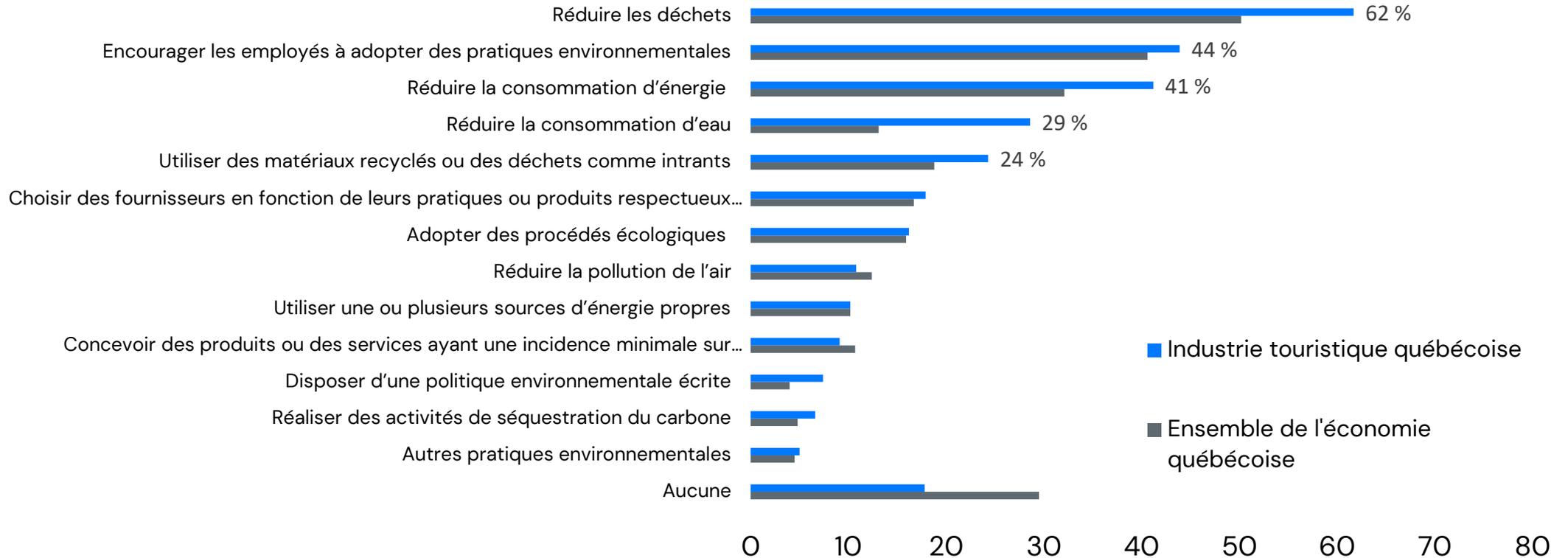
## ENCADRÉ 2 : Pratiques environnementales

Parmi les pratiques environnementales suivantes, quelles sont celles que cette entreprise ou cet organisme a actuellement en place?

Près de deux entreprises touristiques sur trois (62 %) ont actuellement des mesures en place pour réduire leurs déchets, ce qui est supérieur à l'ensemble de l'économie québécoise (50 %). Encourager les employés à adopter des pratiques environnementales (44 %) et réduire de la consommation d'eau (41 %) sont les autres pratiques environnementales le plus fréquemment en place dans les entreprises touristiques québécoises.

### Pratiques environnementales

(% des entreprises qui ont cette pratique en place actuellement)





Centre  
**Intelligence**  
d'affaires en tourisme

## 5 Santé financière des entreprises touristiques

Les résultats des indicateurs sur la santé financière des entreprises touristiques sont semblables à ceux du trimestre précédent. De même, ils se comparent à ceux de l'ensemble des entreprises, tous secteurs confondus.



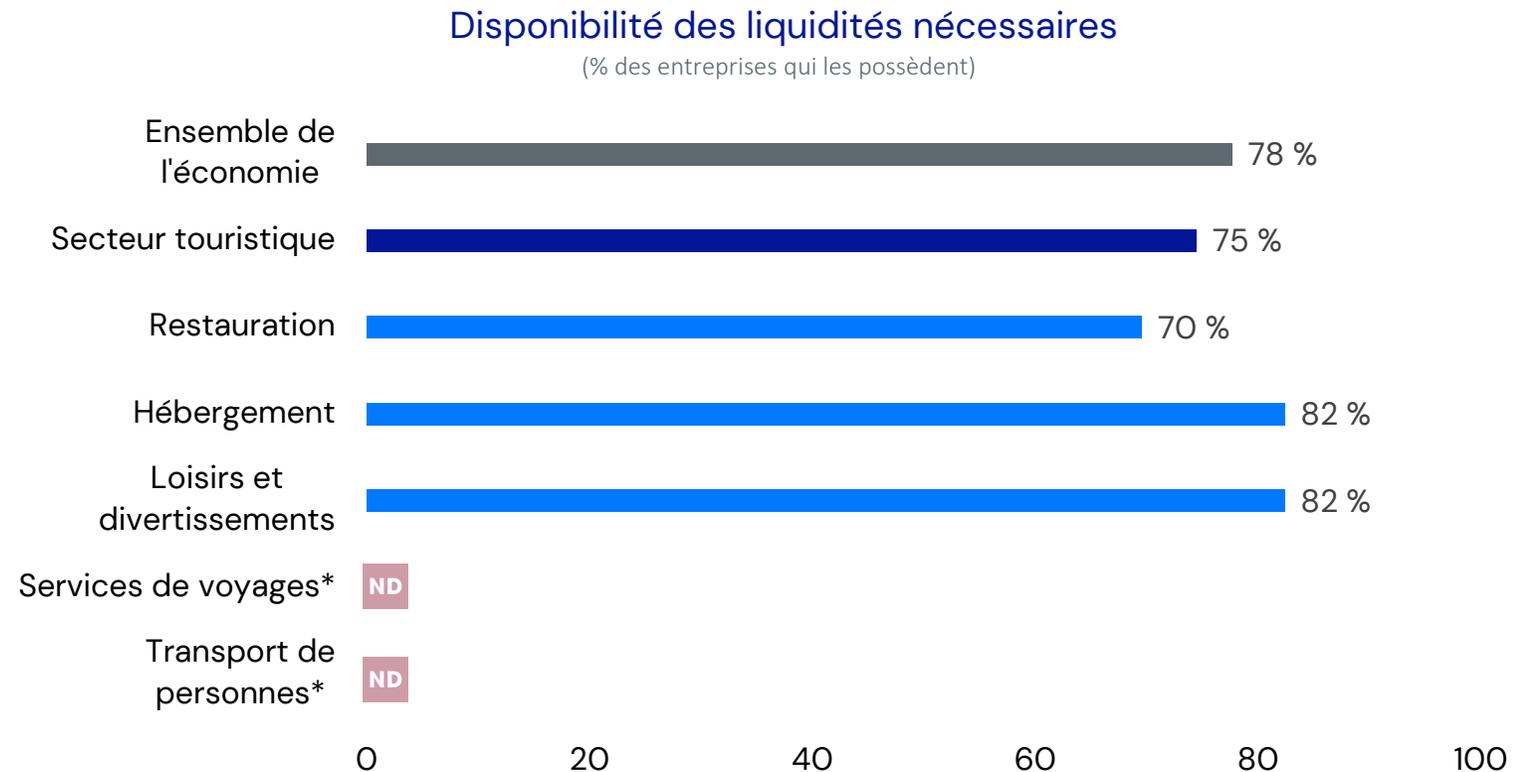
# Santé financière du secteur touristique du Québec – Liquidités

Votre entreprise ou organisme a-t-il l'argent ou les liquidités nécessaires à son exploitation pour les trois prochains mois? Sera-t-il en mesure d'obtenir de l'argent ou les liquidités nécessaires ?

Dans l'ensemble, les résultats obtenus pour ce trimestre sont comparables à ceux du trimestre précédent pour tous les secteurs présentés. Les trois quarts des entreprises touristiques du Québec (75 %) disposent des liquidités nécessaires pour les trois prochains mois, un résultat similaire à celui de l'ensemble de l'économie (78 %).

1,4 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec ne seront pas en mesure d'obtenir les liquidités nécessaires.

1,6 % des entreprises et organismes tous secteurs confondus au Québec ne seront pas en mesure d'obtenir les liquidités nécessaires.



\* Statistique Canada juge ses estimations du sous-secteur des Services de voyages trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





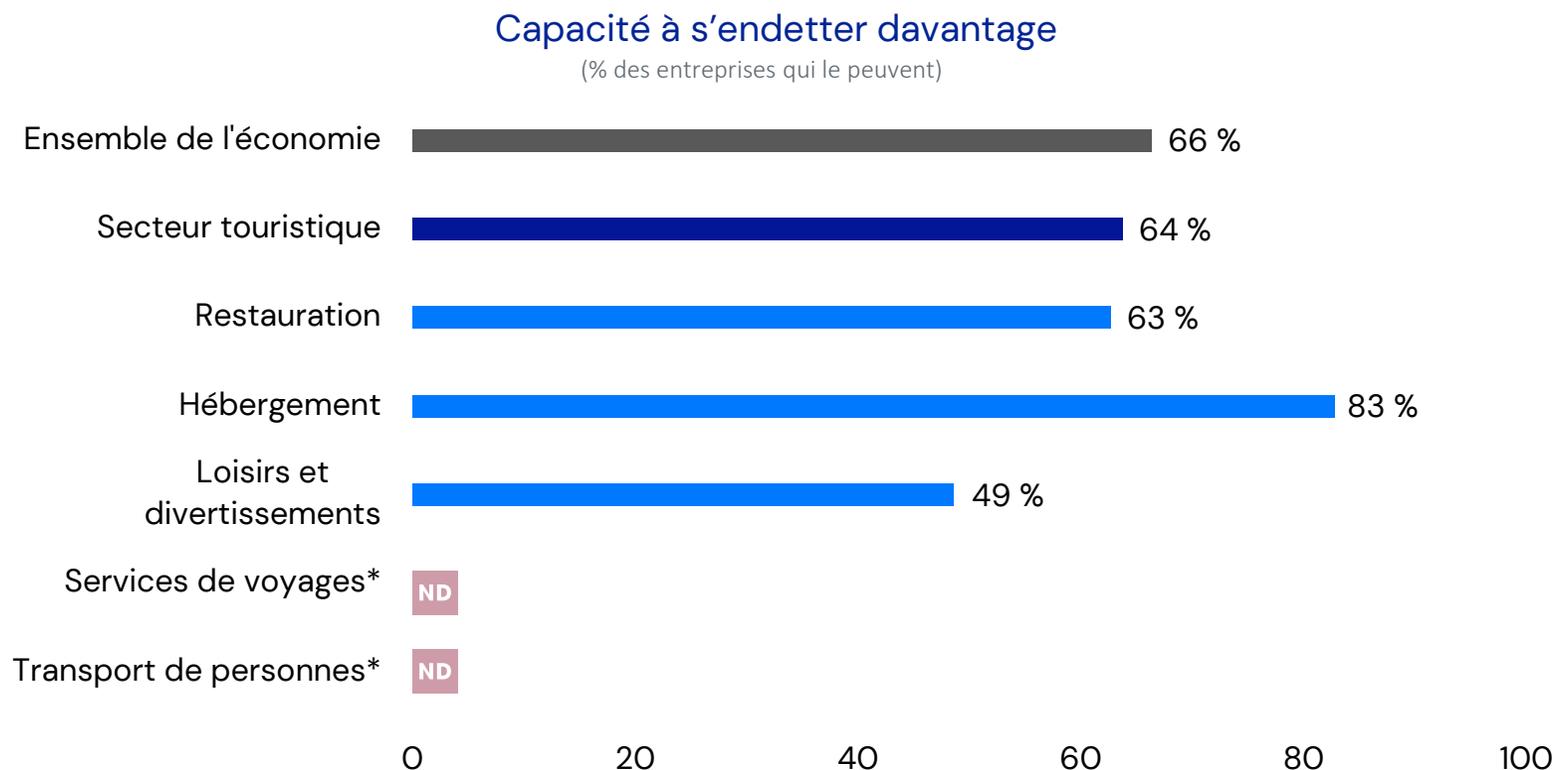
## Santé financière du secteur touristique du Québec – Capacité à s'endetter

Votre entreprise ou organisme a-t-il la capacité de s'endetter davantage? Pour quelle raison cette entreprise ou organisme est-il incapable de s'endetter?

Tout comme l'ensemble de l'économie du Québec (66 %), deux entreprises touristiques sur trois (64 %) sont en mesure d'augmenter leurs emprunts. En stabilité par rapport au dernier trimestre. Les entreprises du sous-secteur de l'Hébergement sont plus nombreuses à pouvoir augmenter leur capacité d'emprunt (83 %), en hausse de 15 points de pourcentage. Un peu plus d'une entreprise touristique sur cinq (22 %) ne peut pas augmenter ses emprunts, ce qui est comparable à l'ensemble de l'économie québécoise (22 %).

22 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec ne peuvent pas s'endetter davantage (ensemble de l'économie québécoise: 22 %).

7 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec prévoit déposer une demande de financement par emprunt au cours des trois prochains mois (ensemble de l'économie québécoise: 8%).



\*Statistique Canada juge ses estimations du sous-secteur des Services de voyages trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





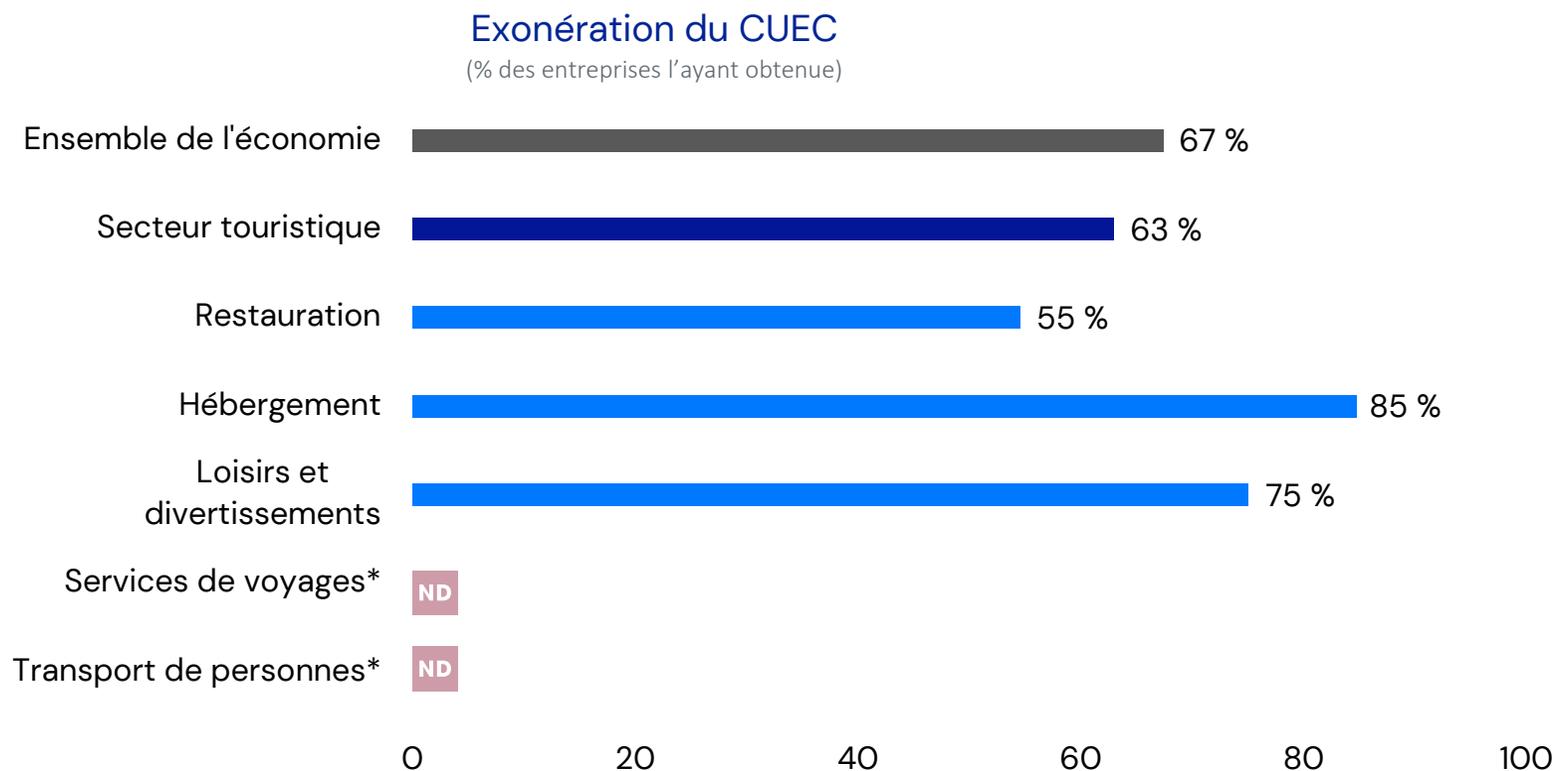
## ENCADRÉ 3 : Compte d'urgence pour les entreprises canadienne (CUEC)

Cette entreprise ou cet organisme a-t-il reçu une exonération partielle de son prêt du Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes?

Près de deux entreprises touristiques québécoises sur trois (63 %) ont obtenu un prêt du CUEC, ce qui est significativement supérieur à l'ensemble des entreprises de l'économie du Québec (45 %). Parmi les entreprises touristiques qui ont obtenu ce prêt, 93 % ont remboursé leur prêt et 63 % ont pu bénéficier de l'exonération offerte. Dans le sous-secteur de l'Hébergement, 85 % des entreprises ont obtenu l'exonération.

63 % des entreprises et organismes du **secteur touristique du Québec** ont reçu un prêt du CUEC (ensemble de l'économie québécoise: 45 %). Parmi ceux-ci, 93 % ont remboursé leur prêt (ensemble de l'économie québécoise: 94 %).

Pour l'ensemble des entreprises et organismes du **secteur touristique du Canada**, 54 % ont reçu un prêt du CUEC et 89 % ont effectué le remboursement. 83 % ont obtenu une exonération partielle.



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





## 6 Confiance des entrepreneurs touristiques

Pour un second trimestre d'affilée, le niveau d'optimisme des entrepreneurs touristiques du Québec s'est amélioré. Ceci est particulièrement vrai dans le sous-secteur de la restauration où le niveau d'optimisme a bondi de 16 points de pourcentage.



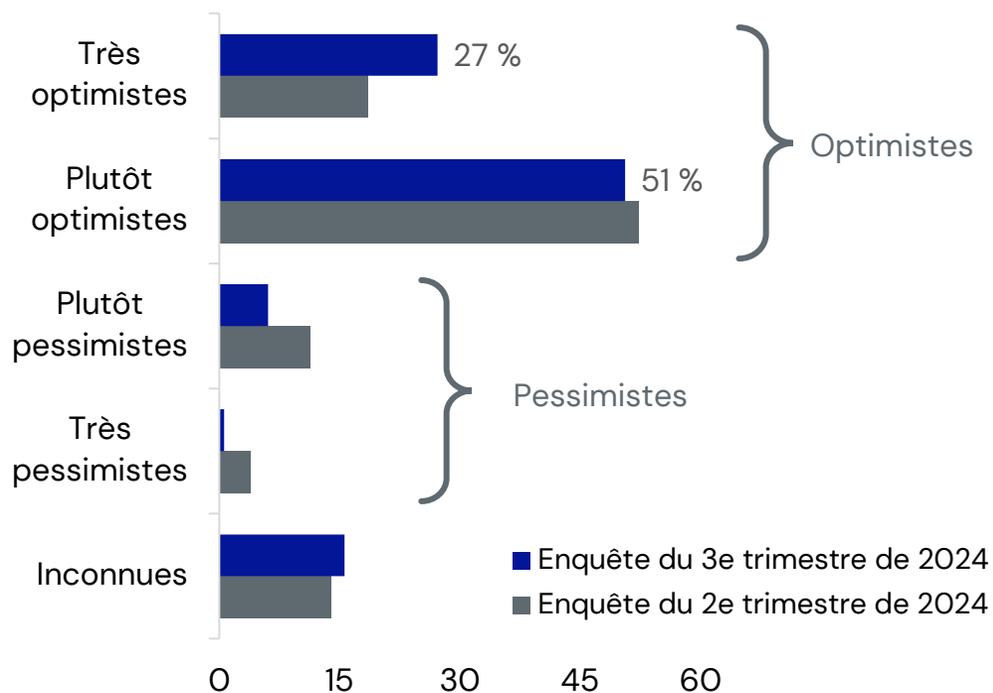
# Confiance des entrepreneurs touristiques – Secteur

Au cours des douze prochains mois, quelles sont les perspectives d'avenir de votre entreprise ou organisme?

Le niveau d'optimisme des entrepreneurs touristiques du Québec (78 %) s'est amélioré légèrement par rapport au dernier trimestre (71 %). Il s'agit du plus haut niveau d'optimisme observé depuis le début de l'année. Cette amélioration semble généralisée à l'ensemble du Canada : le taux d'entreprises optimistes est passé de 68 % au deuxième trimestre à 74 % au troisième trimestre de 2024.

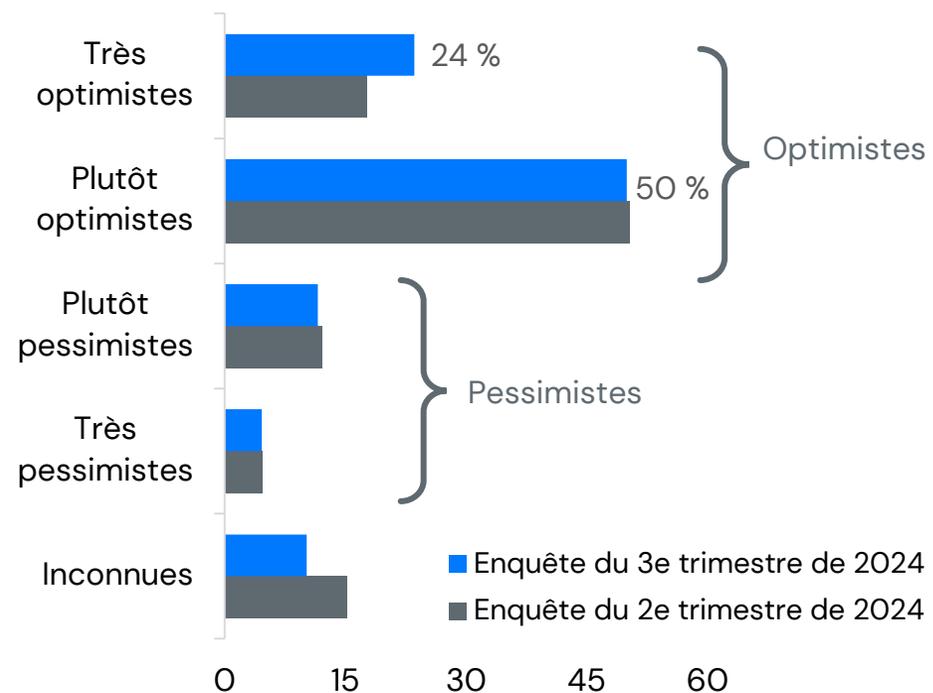
## Perspectives d'avenir – Québec

(% des entreprises au 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> trimestre 2024)



## Perspectives d'avenir – Canada

(% des entreprises au 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> trimestre 2024)





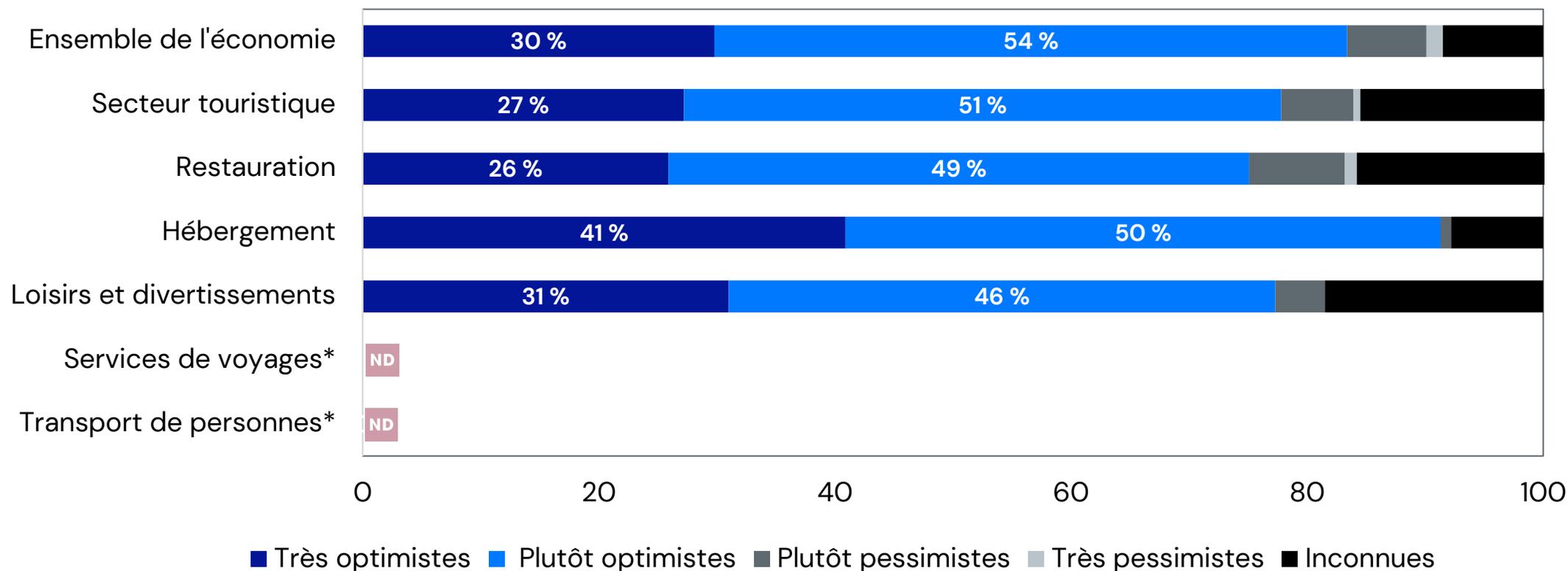
## Confiance des entrepreneurs touristiques – Sous-secteurs

Au cours des douze prochains mois, quelles sont les perspectives d'avenir de votre entreprise ou organisme?

L'amélioration du niveau d'optimisme dans l'industrie touristique (78 %, en hausse de 7 points de pourcentage) est principalement visible dans le sous-secteur de la Restauration (75 %, en hausse de 16 points de pourcentage). Cependant, l'optimisme dans l'industrie touristique semble toutefois légèrement inférieur au niveau de l'ensemble de l'économie du Québec (84 %).

### Perspectives d'avenir des entreprises touristiques du Québec

(% des entreprises au 3<sup>e</sup> trimestre de 2024)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





## 7 Annexes

# À propos de cette publication

La *Situation des entreprises touristiques du Québec* de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (Alliance) est une publication trimestrielle offrant une analyse courante des attentes et de la situation des entreprises du secteur touristique québécois.

Toutes les données proviennent de sources officielles: Statistique Canada, l'Institut de la Statistique du Québec et les principales institutions financières canadiennes. Aucune donnée n'a été confectionnée par l'Alliance.

La principale source est l'Enquête canadienne sur la situation des entreprises de Statistique Canada. Référez-vous à l'annexe Enquête canadienne sur la situation des entreprises pour plus d'informations.

Les données du secteur et des sous-secteurs touristiques ont été calculées par Statistique Canada selon des définitions spécifiées par l'Alliance. Référez-vous à l'annexe Définition du secteur et des sous-secteurs touristiques pour plus d'informations.

L'analyse de *la Situation des entreprises touristiques du Québec* est réalisée à partir des données disponibles à la fin de chaque trimestre civil.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez-vous adresser à Jean Laneville, économiste et directeur du Centre d'intelligence d'affaires de l'Alliance, au (514) 409-1839 ou à [jlaneville@allianceturistique.com](mailto:jlaneville@allianceturistique.com).



# Enquête canadienne sur la situation des entreprises

Chaque trimestre depuis mars 2020, Statistique Canada réalise l'*Enquête canadienne sur la situation des entreprises* (ECSE) afin de recueillir auprès de représentants d'entreprises de partout au Canada des renseignements sur les attentes et les conditions des entreprises au Canada ainsi que sur les enjeux émergents.

Il s'agit d'une enquête transversale par échantillon pour laquelle Statistique Canada utilise un échantillon aléatoire stratifié d'établissements commerciaux, selon la zone géographique, le secteur industriel et la taille.

L'ECSE est administrée en ligne. Les données sont obtenues directement auprès des répondants et la participation est volontaire.

## ECSE, troisième trimestre de 2024

Les données les plus récentes de l'ECSE ont été colligées auprès de représentants d'entreprises de partout au Canada entre le 2 juillet et le 6 août 2024.

Les résultats de cette enquête sont basés sur les réponses 9 031 entreprises et organismes.

## Compilation spéciale de l'ECSE

Pour la réalisation de la *Situation des entreprises touristiques du Québec*, l'Alliance demande à Statistique Canada une compilation spéciale des résultats trimestriels de l'ECSE afin d'obtenir des données sur le secteur et les sous-secteurs touristiques québécois et canadiens.

Les données les plus récentes de cette compilation spéciale, sur lesquelles repose en grande partie cette édition de la *Situation des entreprises touristiques du*

*Québec*, proviennent de 1 588 répondants à l'échelle du Canada et de 236 répondants à l'échelle du Québec.

Ces données sont des estimations sujettes à des erreurs d'échantillonnage. Chaque donnée fournie par Statistique Canada s'accompagne d'une erreur type pour exprimer cette erreur. Par exemple, la proportion d'établissements de la population cible qui répondraient OUI à une question donnée est estimée à 50 %, avec une erreur type de 4 %. Si l'échantillonnage était répété, l'estimation devrait se situer entre 46 % et 54 %, 19 fois sur 20.

L'Alliance tient compte de ces erreurs types dans son analyse des données de l'ECSE et dans les constats qu'elle en retire.



# Définitions du secteur et sous-secteurs touristiques

## Description des secteurs et sous-secteurs touristiques employés dans cette publication

Agrégats sectoriels construits à partir d'industries définies selon le Système de classification de l'Amérique du Nord (SCIAN)

### Secteur touristique

#### *Transport de personnes*

- 481 – Transport aérien
- 485 – Transport en commun et transport terrestre de voyageurs
- 487 – Transport de tourisme et d'agrément
- 5321 – Location et location à bail de matériel automobile

#### *Services de voyages*

- 5615 - Services de préparation de voyages et de réservation

#### *Loisirs et divertissements*

- 711 - Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes
- 712 - Établissements du patrimoine
- 713 - Divertissement, loisirs, jeux de hasard et loteries

#### *Hébergement*

- 721 - Services d'hébergement

#### *Restauration*

- 722 - Services de restauration et débits de boissons



# Références

Sources des informations et des données utilisées dans cette publication.

- ❖ Banque du Canada. [Taux directeur](#)
- ❖ Banque canadienne impériale de commerce, [CIBC Economics](#)
- ❖ Banque de Montréal, [BMO Economics](#)
- ❖ Banque Nationale du Canada, [Banque Nationale Analyses économiques](#)
- ❖ Banque Royale du Canada, [RBC Economics](#)
- ❖ Banque Scotia, [Scotiabank Economics](#)
- ❖ Banque Toronto-Dominion, [TD Economics](#)
- ❖ Caisses Populaires Desjardins, [Desjardins Études économiques](#)
- ❖ Institut de la statistique du Québec, [Comptes économiques du Québec](#)
- ❖ Statistique Canada, [Enquête canadienne sur la situation des entreprises](#)
- ❖ Statistique Canada, [Système de classification des industries de l'Amérique du Nord \(SCIAN\) Canada 2017 version 3.0](#)
- ❖ Statistique Canada. [Tableau 14-10-0393-01 Caractéristiques de la population active, données annuelles](#)
- ❖ Statistique Canada. [Tableau 14-10-0442-01 Postes vacants, employés salariés, taux de postes vacants et moyenne du salaire horaire offert selon le sous-secteur de l'industrie, données trimestrielles non désaisonnalisées](#)
- ❖ Statistique Canada. [Tableau 18-10-0005-01 Indice des prix à la consommation, moyenne annuelle, non désaisonné](#)
- ❖ Statistique Canada. [Tableau 36-10-0222-01 Produit intérieur brut, en termes de dépenses, provinciaux et territoriaux, annuel](#)
- ❖ Statistique Canada. [Tableau 36-10-0104-01 Produit intérieur brut, en termes de dépenses, Canada, trimestriel](#)



L'Alliance de l'industrie touristique du Québec

Centre d'intelligence d'affaires  
jlaneville@alliancetouristique.com  
Tél. (514) 409-1839

1575, boulevard de l'Avenir, bureau 330  
Laval (Québec) H7S 2N5  
Tél. (450) 686-8358 Fax. (450) 686-9630  
alliancetouristique.com

